中国企业通过国际并购推动自身转型

随着中国相关政策的施行，以中国为主导的并购投资潮将很快到来

■ 中国科学院教授 高峰

如今，中国经济进入全面转型升级阶段，企业如何重新调整自己的定位，实现突破，成为一个不容回避的战略问题。

中国企业走出去，扩大国际并购是一个破解战略命题的有效手段。只有借助国外先进技术、国际网络提升企业的国际经营能力，才能迅速实现国内企业的转型升级，提升国际竞争力。

寻找一把钥匙

新一轮的全球并购潮已来临，与以往不同，这次的重点是以技术和经营结合起来带动品牌、渠道、人才、资本的全球性转移。

国际金融危机后，发达国家某些制造业面临困难，这些国家的企业借助中国的资金和庞大的市场，同他们的技术和管理经验结合起来，使发达国家部分处于困境的企业获得新的发展空间，而中国企业也可以通过国际并购推动自身转型升级。

依托国际并购实现企业转型升级，国内案例不在少数。2014 年上半年，中国地区并购市场交易数量为 2648 起，较 2013 年同期增加 45%，并购交易总额为 1830 亿美元，同比增长 72.5%，创下近 3 年新高。

2014 年 3 月，华谊兄弟发公告称，“拟华谊兄弟投资方”将作为一个投资主体，购买美国 Studio8 公司的股权，出资金额为 1.2 亿到 1.5 亿美元。6 月，复星国际有限公司对外宣布，已于 6 月 6 日与美国 Studio8 公司签署投资协议。

随之，华谊收购计划搁置。时隔半年，9 月 15 日，华谊兄弟发布公告，公司拟出资 2.1 亿美元投入海外业务，其中 1.3 亿美元将用于在美国设立全资子公司，而另 8000 万美元用于向其在香港的全资子公司华谊国际追加投资。数月之内两次大的动作，说明华谊兄弟要“走出去”的决心。

国企“走出去”的案例也在上演。2 月 28 日，中粮集团通过官网正式宣布与总部位于荷兰的全球农业产品及大宗商品贸易集团尼德拉签署协议，收购其 51%的股权。

通过这次战略合作，中粮集团今后不仅能够在进口食品价格上获得优势，还可以利用尼德拉强大的粮食采购平台和全球贸易网络，将触角延伸到巴西、阿根廷及中欧地区，从而获得更好发展机会。

事实上，这并不是中粮集团的第一次海外并购。2005 年 -2013 年，中粮共完成近 50 起并购项目，投资额 146 亿元。相比并购当年，2013 年底被并购企业总资产增长 4.28 倍，净利润增长 33.6 倍。

7 月 15 日，国资委启动包括混合所有制在内的“四项改革”，中粮集团、国家开发投资公司等 6 家央企纳入首批试点。这被业内认为，随着混合所有制的推进，决策机制更为透明，有利于国有资本投资公司的逐步形成，更有利于借助国际资本和行业龙头的力量打造国际化产业平台。

中国政府做出全面深化经济改革的决定，不光只是吸引海外公司到中国，更为重要的是中国企业不断进行海外并购投资服务。海外并购的重要性就在于提升自己的资产和位置。

这样一种转变，中国不光只是拥有美国 1.28 万亿美元国债，同时拥有澳大利亚的煤矿和法国汽车制造商的股份。随着中国相关政策的施行，今后以中国为主导的并购投资潮将很快到来。

资源到了门口

在这种背景下，中国企业面临巨大发展机遇。中国现在正好需要找到一个比购买美国国债更有回报率的海外投资方式。目前，中国外汇储备已接近 4 万亿美元，近 70%用于购买美国国债，而国际并购的回报率远大于前者。

2013 年，中国对外投资达到 900 亿美元，在 2012 年的基础上增长了 25%，中国海外资产占自己 GDP 的 6%，投资增长高于美国、欧洲和日本公司。在这样的大背景下，这次并购投资潮给了中国一次机会，我们不能错过，也不应该错过。

相比于前几次的并购潮，本次要解决中国产业升级阶段性的问题，欧美企业先进技术和服务向中国转移的过程性问题，以及转移需要的有效平台和渠道问题。解决这 3 个问题需要天时、地利、人和的资源，资源已经到了我们的门口。

以技术转移为核心的投资并购，取代了以美国投行为主导的资本并购。以技术为核心的国际并购需要有效平台，这需要掌握 3 个关键要素，一是掌握中国转型需要的成熟技术资源，其次是掌握国家产业发展趋势和国际并购中的相关政策，最后是掌握地方政府和企业合作化战略的需求。

9 月 16 日，商务部公布数据显示，今年 1 ~ 8 月，我国对外直接投资 651.7 亿美元，同比增长 15.3%；8 月对外直接投资 126.2 亿美元，同比增长 112.1%。与此同时，商务部发言人沈丹阳指出，明年中国对外投资规模可超过利用外资规模。

并购的文化

抓住机会实现腾飞不是一句简单的口号，更多的要面对挑战。

中国经济发展到现在，不同企业的需求并不一样，面临的挑战也不尽相同。

未来中国企业可能会遭遇五大因素制约。最重要的是出价高。出价太高导致无法支付贷款利息，使得利润降低；其次是过于乐观，把偶然的成功当成必然；第三，过于低估整合的困难，并购以后必须整合相关工艺、文化、团队，其实非常难；四是资本不够，最后一个风险则是并购过程太长。

与上述并购技术及策略相比，尊重并购企业的文化是最值得关注的。收购是一个复杂的过程，不完全是钱与钱的交易过程，需要人。

2004 年，上汽集团耗资 5 亿美元收购韩国双龙汽车公司，此举被誉为中国汽车企业首次“走出去”的标杆。

并购成功后，双龙并没有给上汽带来意想中的成绩。合作之初，双方就因何方企业文化为主而产生分歧。

之后，上汽也没有成功将意向技术引进，导致合作几乎停滞。经济危机袭来后，双龙业务下滑并裁员。上汽和双龙管理层的裁员政策遭到了工会的强烈抵制。韩国双龙工会多次组织罢工，要求提高员工福利待遇，还指责上汽窃取双龙技术，甚至做出在驻韩使馆门前示威等极端行为。

上汽和双龙在管理文化上的差异和矛盾让双方的关系难以为继。2009 年 2 月，双方合作以双龙破产重组结束。

了解和尊重被收购者的文化，才能取得被收购者的信任，而信任是双方合作的基础。国际并购就像打乒乓球，你要关注的不是球，而是球下一步奔向哪儿。

新一轮国际并购看似如火如荼，其实才刚刚开始，跨境并购仍然面临信息不对称、人才储备不足、跨国管理团队经验不足、文化差异等瓶颈。

国家相关部门应为企业提供更加透明、更加稳定、更加便捷的制度环境。

“限购退潮 + 央行新政”

楼市将呈现怎样的“新常态”？

■ 郭文婧

随着三亚放开限购，此前 46 个限购城市中仅剩北、上、广、深四个一线城市尚在执行限购。经过近 5 个月的博弈，9 月 30 日，央行和银监会联合发文修改首套房的认定标准，首套房贷款已结清，再购房视为首套房，对于未限购地区的多套房政策也同样放开，已经结清可以享受首套房政策。同时，央行重申了房贷利率最低 7 折的政策。

然而，市场并未“闻鸡起舞”，“金九”落空已有定论，今年依然可能落空。中国指数研究院 10 月 1 日发布报告，2014 年 9 月，全国 100 个城市新建住宅平均价格为每平方米 10672 元，环比上月下跌 0.92%，连续第 5 个月下跌，跌幅扩大 0.33 个百分点。旺季“银十”看国庆，兆头恐怕也不妙，中国之声《全国新闻联播》10 月 7 日报道，国庆期间，各地楼市成交量波澜不惊，购房者大多仍持币观望。

跟涨不跟跌，限购松绑，购房者因害怕房价逆转，所以有微刺激作用，但同时，限购松绑也进一步确认了目前楼市疲软的态势，增加了观望情绪，所以暂时回升后又开始下降。房价看信贷，“央行新政”大大超出此前市场预期，是否会带来质的变化呢？尽管业内人士将国庆期间的表现平淡，归于房贷新规还未落地；实际上，即使落地又如何，房价反转的可能性也微乎其微。

房价将向何处去？首先得弄清楚中国房价的真正支持力量是什么。目前各种解释，都强调价格虚高、供给过剩是这轮房价下行的原因，但这恐怕只是表面现象，一来供给过剩是相对之前的平均成交量而言的，而之前的成交量在限购政策之下，主要是刚需，所以真实的市场供求关系可能仍是一个谜；二来，价格虚高总是用国际惯例的居民收入与房价比来衡量的，而过去的历史已经证明这一标准在中国失效，因为中国计划生育的政策，房价已经不再是由一个家庭支撑，往往是两个，甚至是三个、四个家庭来支撑，再加上城市化趋势下的未来走势与宽松货币政策。

房地产作为我国支柱产业的多年贯性，已让房地产与中国经济互为晴雨表。但是，房地产总是滞后半拍的，房价正式的上涨趋势要晚于宏观经济增长，正式的下行趋势也要晚于宏观经济的困境。10 月 5 日，央行货币政策委员会三季度例会强调继续实施稳健货币政策的同时，却删除了“经济金融结构开始出现积极变化”的表述，更加强调了经济形势的复杂程度。与此同时，世界银行 10 月 6 日在新加坡发布《东亚经济半年报》，将中国 2014 年经济增长预期由之前的 7.6%调低至 7.4%，并将中国明后两年经济增长预期从 7.5%下调至 7.2%和和 7.1%。

可见，基于宏观经济形势，房价反转在短期内几乎没有可能。房价看信贷没有错，但要看对谁的信贷。如果是对房地产开发商放宽信贷，开发商就可以牺牲成交量来拉抬房价，制造趋势；但很遗憾，“央行新政”的信贷对象，是购房者，而不是开发商。16 家上市银行半年报的数据显示，上半年新增的涉房贷款尽管高达 1.09 万亿元，但其中住房按揭的增长超过了 8000 亿元。相比去年，针对开发商的贷款，实际上是不升反降，银行内部人士也说针对开发商“早已经实施了名单制管理”。

因此，理解未来房价走势，还得看我国的经济“新常态”，那就不是不通过“强刺激”，以让经济走上更可持续的发展轨道。在不“强刺激”的“新常态”下，房价下跌并不意外，开发商资金断裂跑路也不意外，但是，开发商留下的巨额民间借贷，既威胁我国的社会稳定，也威胁我国的金融安全。正是基于此，“央行新政”出台给了开发商保命续命的机会，但前提依然是抓住时机“以价换量”，回笼资金。如果期望“央行新政”带来楼市反转，注定是要落空的。

理解中国经济的“新常态”，还必须回到十八届三中全会“让市场在资源配置中起决定性作用”的决定上，行政色彩鲜明的限购退潮如此，“首套房贷款已结清，再购房视为首套房贷”，也是回归市场本身。尽管“央行新政”有可能带来投机需求的抬头，但这是“市场在资源配置中起决定性作用”的天然附属物。投机需求向来比刚需精明，不会主动选择当“冤大头”，所以不值得太过忧虑。

随着中国经济步入“新常态”，楼市未来也必将步入“新常态”。随着住房保有量的增加、房地产市场化程度进一步提高、老龄化社会程度的加深、人口出生率的降低、移动网络和电子商务的发展、不动产登记制度的实施和完善、官员财产公示制度的形成、房产税的推出，市场在楼市资源配置中的决定性作用将更加明显。可以预见，房地产的转折点必将来临，未来房地产投资方向将发生巨大变化，住宅地产可能将不再是最重要的产品，商业地产的热度也会随之降温，文化地产、旅游地产、养老地产等的机会可能更大。

T100 受邀参加英中零售论坛

9 月 26 日，由英国贸易投资总署、英中贸易协会联合广州市天河路商会举办的英中零售论坛在正佳广场的万豪酒店拉开帷幕，向来以英伦风、贵族范驰名的童装品牌 T100，受邀参加了此次论坛，与马莎百货等英国零售企业进行交流。

作为童装行业的高端品牌，T100 一直很重视与英国市场的交流。其创始人兼设计总监董文梅曾三赴英伦市场考察，参加中英商贸交流，并与著名的圣马丁艺术学院和众多英伦时尚界人士沟通合作。

在当天的活动上，董文梅与英国驻华大使馆、英国投资贸易总署零售行业主管马龙先生会面，并就互联网时代品牌营销发展方向作了探讨。

据了解，这已是马龙先生第二次与 T100 结缘。去年 12 月，马龙曾专程从北京来到广州，造访 T100 总部，了解 T100 的产品定位和经营模式，同时也向 T100 分析介绍了英国童装行业的发展现状。对于 T100 未来走向英伦市场这一战略规划，马龙先生表示了积极的肯定与支持。

（改改）

贵州正式拉响打造“五张名片”集结号

■ 丁锐 报道

10 月 9 日，首届贵州“五张名片”采风行启动仪式暨贵州“五张名片”品牌影响力测评活动新闻发布会在贵阳国际会议中心举行，这标志着贵州正式拉响打造“五张名片”集结号。会上，活动执委会介绍了贵州“五张名片”品牌推介活动的举办宗旨和目的意义，同时活动专家组通过了“五张名片”总体规划并就活动推进工作进行了部署。

贵州省人大副主任傅传耀，省人大原副主任杨序顺，省政协原副主席王录生出席了会议，出席会议的还有省委、省政府有关部门的领导专家，“五张名片”有关行业品牌企业代表。

根据党中央、国务院对贵州特色产业发展战略的指示精神，省委、省政府提出了贵州要重点培育和发展“酒、茶、药、烟、食品”五张名片。为了贯彻落实国发 2 号文件精神和省委、省政府的发展战略及决策部署，今年 8 月，贵州启动了“五张名片”品牌推介活动。贵州“五张名片”品牌推介活动制定了总体规划，将围绕“贵州名片塑造与品牌推广”主题开展系列推介活动，具体包括：贵州“五张名片”品牌影响力测评活动、贵州“五张名片”采风行、贵州“五张名片”网络交易会、贵州“五张名片”品牌博览会暨贵州“五张名片”产业发展论坛、贵州“五张名片”百佳品牌国际国内展示会、筹备成立贵州“五张名片”品牌发展联盟会、积极打造贵州“五张名片”品牌展示交易中心等系列活动。开展贵州五张名片品牌推介活动目的是塑造贵州“五张名片”品牌形象，打造贵州国际品牌，树立品牌示范，引领科学发展，促进后发赶超，助推同步小康。进一步激发全省各族人民热爱贵州、建设贵州、宣传贵州、推介贵州的激情，推动贵州“五张名片”走出贵州、走向全国、走向世界，为实现贵州经济社会跨越发展作贡献。

本项活动是在贵州省委宣传部、省经信委的指导下，在省委外宣办、省政府新闻办、省农业委员会、省茶产业办公室、省食品药品监督管理局、省工商行政管理局、省旅游局、省中小企业局等部门的支持下，由贵州省国际国内公共关系协会组织实施。为了保障活动的顺利开展和圆满成功，有关部门联合成立了贵州五张名片品牌推介活动执委会和专家组。执委会成员包括主办单位、指导单位和支持单位等有关部门的领导，还有从省委、省人大、省政府、省政协领导岗位上退下来的、继续关心支持贵州经济建设和品牌发展的老领导参与。专家组的成员有来自省委政策研究室、省委讲师团、省政府参事室、省政府发展研究中心、贵州大学、贵州农科院、中国商业联合会等部门和机构的领导专家、核心专家、省管专家和研究员。

据了解，首届贵州“五张名片”品牌影响力测评活动时间为 2014 年 10 月 10 日 -30 日。测评活动结束后，执委会将安排“五张名片”采风小组，分批对测评活动推选出来的优秀品牌企业进行专题采风宣传，采风时间将历时一年。执委会领导表示，贵州五张名片品牌推介活动自 2014 年起启动实施，计划今后每两年一届，长期举办。希望全省“五张名片”品牌企业和社会各界朋友积极参与到活动中来，共同打造一个美丽的贵州，多彩的贵州，奋进的贵州，品牌的贵州。

国药准字H46020636
快克®
复方氨酚烷胺胶囊
请在医生的指导下购买和使用
海南亚洲制药股份有限公司生产
海南快克药业总经销