

境外投资“松绑” 中国企业奔赴海外并购盛宴

■ 本组稿件采写 吴成良 黄培昭 青 木 韩秉宸 苏 静



一家之言

中国企业购“地标” 不吹不惧不图虚

中国安邦保险集团以 19.5 亿美元收购希尔顿旗下的纽约地标性华尔道夫酒店,引起不小反响。美国一些媒体的反应和 1989 年日本三菱收购洛克菲勒中心时很相似,《纽约时报》称,“又一座历史性建筑被中国购入囊中”。在此之前,中国的复星国际等投资主体先后收购了美国的第一大通曼哈顿广场以及通用汽车大厦的部分股权。

美国舆论显得有点感伤,不过与此同时,中国舆论可没有因为这些收购而兴高采烈。中国人对于国家崛起中可能出现的骄傲自满充满警惕,而且很多人天然地觉得,西方世界为我们布置了数不清的陷阱,对中国企业的海外并购行动,担心是一种更普遍的心态。

甚至有人说,美国人对华尔道夫酒店被收购所表现出来的感伤是“故意演给中国人看的”,说不定他们对甩掉一个包袱正忍不住“偷偷乐”。

一种流行的看法认为,日本上世纪 80 年代前后在美国大举收购资产是非常失败之举,美国人换得现金,不仅摆脱了困境,还铺垫了新技术革命。而日本人只图了虚名,损失了实际利益。言外之意,中国公司收购美国资产,必将步日本之后尘。

客观说,中国公司连续收购美国的资产,这不是“中国的行为”,而只是几家中国公司的具体业务。各公司这样做,恐怕不是为了满足中国社会的“虚荣心”,它们都是去逐利的,而且它们都有认定自己将成功获利的计算方式。

当然,从美国人手里买一项能赚钱的生意不是件容易的事,去海外并购的风险不言而喻。美国人会认为他们卖赚了,中国公司认为自己买值了,究竟谁亏谁赚了,就要看双方对未来的预见力以及买者的额外本领了。

并购是很高超的学问,它的利益途径十分多元,甚至出奇不意。优秀并购者的盘活能力总能超出人们的想象,我们衷心祝愿安邦等中国公司就属于这一类高手。但从全球范围看,并购失败的例子也不少。而且源自低经济体对高经济体目标的并购行为,风险往往更高。

然而在全球化时代,低经济体崛起过程中去高经济体搞“逆向渗透”,是不可回避的阶段。对带头这样做的公司来说,这不啻为一种冒险。但对整个经济体来说,它们却客观上成为“不得不做”的探索。无论成功还是失败,它们都将化作经验成为整个经济体继续前进的台阶。

中国经济的海外进军不是国家行为,而是各种公司的千帆竞发。这是中国经济的一次“分娩”,对那些公司来说,中国的空间对它们来说已经不够,它们把眼睛盯向全球的各种机会。开始时还只是些小资本的行动,如今逐渐形成一掷千金的大手笔。

这是一个挡不住的进程,那么尽量少吃亏,至少比上一轮日本人的收购高一些成功率,就成为中国公司的现实目标。不要出于非经济原因打击中国公司海外并购的积极性,而应为它们形成有效的经验总结以及排除风险机制尽可能创造条件。

“奇袭”欧美多个领域 中企掀“收购狂欢”

秋天是收获的季节。金秋 10 月,中国企业加快了海外并购的脚步;继 6 日传出中国安邦保险公司以 19.5 亿美元收购纽约地标华尔道夫酒店的消息,7 日中国食品巨头光明集团又宣布收购意大利最著名橄榄油集团萨洛夫卢卡。《纽约时报》8 日称,中国投资者正掀起“一场收购的狂欢”,这标志着全球财富“向亚洲的转移”。

海外并购“遍地开花”

光明食品集团已于 10 月 7 日签署协议,从丰塔纳家族手中购得萨洛夫卢卡橄榄油集团的多数股权。这家企业产品销往 60 多个国家,占据着美国和英国橄榄油市场的头把交椅,年营业额约 3.3 亿美元。

这是近期中国企业在意大利的第三笔较大规模的收购行动。此前,国家电网集团 7 月斥资约 21 亿欧元收购意大利电网公司 35%的股份,正式进入意大利能源市场。而上海电气集团 5 月已经收购了该国安萨尔多能源公司 40%股权。

10 月 6 日,安邦保险收购华尔道夫酒店的消息震撼了美国。这是中国买家对美国物业地产的最大笔投资。

最近在美国引起广泛关注的还有中国绿地集团收购位于纽约的大西洋广场项目 70%的股权,并计划收购后将其更名为“太平洋广场”。

管理咨询公司安永的报告显示:2013 年中国投资者购买了 120 家欧洲企业,2004 年仅为 34 家。近年来中企在德国收购的企业大都有着高精技术含量,如去年被收购的铲车制造商凯傲、老牌缝纫机制造商百福等。

“第二次马歇尔计划”

中国国际贸易学会中美欧研究中心共



纽约地标华尔道夫酒店外景

同主任何伟文表示,中国与日本上世纪 80 年代的情况有类似之处,但中国投资不只局限于房地产。目前中国海外投资的前两大产业是农业、能源,房地产只是第三位。

花旗集团欧洲执行主席路易吉将这一现象形容为“第二次马歇尔计划的序曲”,他说,二战后马歇尔计划有力地支持了欧洲,特别是意大利。而现在这一平衡被欧元区经济危机打破了,随着美国资本从欧洲逃离和中国资本注入欧洲,“欧美关系历史性地改变了,尤其是意大利和美国,如今意大利政府更多地向东看,向中国敞开怀抱。”

何伟文说,中国海外并购更多的是企业行为,而非国家行为。这是经济发展的一个阶段,本国的市场不够,就向海外寻找市场。我国在欧洲投资增长很快,一个原因是欧洲企业目前比较便宜,也比较有前景和盈利预期,并非一些外媒说的“第二次马歇尔计划”。

中企海外地位今非昔比

近年来,中国公司在海外收购涉及行业、领域日益多元,各国对中企的接受度也在增加。2012 年万向集团收购陷入破产的美国锂电池制造商 A123 系统公司,因赶上

策划词

十月,随着《境外投资管理办法》的实施,中国企业参与海外并购的步伐明显加快。继 10 月 6 日传出中国安邦保险公司以 19.5 亿美元收购纽约地标华尔道夫酒店的消息之后,7 日中国食品巨头光明集团又宣布收购意大利最著名橄榄油集团萨洛夫卢卡。外媒称,中国投资者正掀起“一场收购的狂欢”。

“国际化”是中国的国家战略,更是中国企业应对全球竞争,拓展发展空间的必然选择。收购的盛宴还将继续,未来的结果令人期待,而正在行进中的过程同样引人关注。

民企跨国连获大单 上半年海外并购金额暴增 218%

会计师事务所普华永道近日发布报告显示,今年上半年中国内地民营企业海外并购金额较去年下半年暴增 218.6%。专家表示,民营企业海外投资的爆炸式增长无疑是中国经济逐步走向成熟的重要标志,也是寻找国际市场最大价值空间的合理行为,预计民企未来仍将引领对外投资的主流趋势。

对外投资仍将上升

在中国经济放缓的 2014 年,民企在海外市场的活跃身影依旧让世界印象深刻。商务部数据显示,今年 1-6 月中国境内投资者累计对外投资 433.4 亿美元,同比下降了 5%,在整体投资规模减少的情况下,民企逐渐在海外并购中担当起越来越重要的角色,并更加关注新兴的成长市场。

仅在欧洲,中国民企的并购份额就从 2011 年前的 4%上升到了 2013 年的 30%以上。根据德银的调查,截至去年,民营企业海外并购交易规模达到创纪录的 230 亿美元,大致相当于 2010 年水平的 3 倍。商务部日前也预测,随着中国对外投资快速增加,2015 年对外投资规模可能超过利用外资规模,中国将成为资本净输出国。

“在国家鼓励有条件的民营企业 and 中小企业走出去参与国际化经营和竞争的大背景下,中国的巨额外汇储备同样也需要寻找多元化的投资渠道,‘资本+产能’的双输出战略无疑是同时化解两大过剩的有效方法。去年,中国对外直接投资存量 6220 亿美元,居全球第 3 位。地方中小企业对外投资占比达到 36.6%,今年这一比重预计还将进一步提升。”中国工商银行董事长姜建清表示。

转战海外投资多元

“民企对外投资的爆发式增长本身也是中国对外直接投资增长的有机组成部分。民企‘走出去’的步伐加快,一方面是因为国内的成熟产业在国内成本上升、市场增速放慢的情况下需要向外转移;另一方面则是为了追逐更大的市场规模,通过实现销售市场多元化来平抑风险。从海外并购的案例中我们也可以看到,有相当多的民企要么在进行销售环节的直接投资,要么在一些非贸易部门比如房地产、金融服务业等进行直接投资,这些非贸易品的行业必须到现场提供服务,因此只能通过直接投资来完成市场的扩张。”商务部国际贸易经济合作研究院研究员梅新育在接受记者采访时表示。

在国家信息中心经济预测部世界经济研究室副研究员张荣楠看来,民企海外频做“大单”是与中国对外投资的多元化进程分不开的。“民营企业特别是一些中大型的私营企业,主要投资一些电信、医疗或者是食品、物流或者地产,相比以购买矿产或者投资能源行业为主的国企,这些领域其实更多的适合于私营投资。随着中国整体推进市场化改革,更多的民营企业其实已经成为现在或者是未来一段时期中国对外投资的主体。”张荣楠分析称。

风险挑战仍需防范

走出国门已经是必然选择。但是在利用优势时,同样也不能忘了挑战和风险。国务院发展研究中心研究员张亮表示,尽管民营企业海外投资项目增长较快,但仍处于初级阶段,建议中小民营企业对外投资或者进行海外并购,应该围绕自己的主业来开展,减少进入不熟悉领域的风险。同时,民企也要积极提升软实力,包括品牌、营销体系、供应链等方面,不断使自己强大起来。

“不是发达国家国家的信用风险就比发展中国家低,尤其是一些国家还存在着一定的政治风险或者商业性风险。发达国家的一些劳动法规、金融制度等,如果不熟悉很可能会给企业带来巨大风险。因此,包括必须要对一些发达国家的具体国情、政治、宗教、民族问题等有清醒的认识。这是民企未来海外扩张的前提。”梅新育表示。



糖业,另外在欧洲布局休闲食品等产业。“对于加快国际化战略,我们要考虑是否符合我们的战略,是否有协同效应,风险是否可控,收购企业成本是否合理等综合因素。”葛俊杰强调。

但需要注意的是,成功收购的同时,光明失败的海外收购经历也不在少数。在并购 Weetabix60%股权,以及成功收购澳大利亚食品企业玛纳森公司 75%股权之前,光明食品集团也为海外并购交足了学费。由于海外并购的经验不足,其也曾与两项志在必得的海外项目失之交臂。

2010 年 7 月,光明在收购 CSR 最后关头将 17.5 亿澳元的价格调低至 17 亿澳元后,新加坡丰益国际集团趁机上位。该公司的收购价格,正是此前光明提出的 17.5 亿澳元。光明集团内部人士曾懊恼地向记者表示,输在没有经验,谈判时没有签署排他性协议。此外,同样输在“临门一脚”的,还有法国优诺酸奶的竞购案。

不仅弥补了在橄榄油行业空缺的遗憾,在中国和印度刚刚兴起的橄榄油行业也正是进军的好时机。

根据国际橄榄油委员会的数据,过去 20 年全球橄榄油消费量稳步提高,目前每年消费量约为 230 万吨,部分原因在于中国、印度等发展中国家需求大增。

受此消费需求影响,中粮、鲁花、金龙鱼等食用油巨头纷纷进入橄榄油领域开疆拓土,业界普遍对于该品类前景较为看好。不仅如此,光伏巨头英利集团也于两年前进入橄榄油市场且走“低价”抢市场路线。并称要挤水橄榄油价,均价比同类产品低 30%。

海外并购交足学费

光明食品集团从王宗南时期到现在的吕永杰董事长时期,自 2010 年以来,短短四年时间内,先后收购了包括新西兰 Synlait 乳业,维他麦以及西班牙 Tnuva 等多家企业或是股权。这在以往中国企业的海外收购史上,也是少有的先例。

今年 1 月,有消息称,光明食品集团将出炉国资改革方案,当时,集团副总裁葛俊杰就曾表示国际化是光明国资改革的重点。

据了解,目前,光明食品集团已经开始在澳大利亚和新西兰等国家布局乳业、酒业、糖业,在北美和南美洲布局葡萄酒业及

潜心“出海”的光明食品集团,虽然多次与海外并购企业对象失之交臂,但却丝毫没有影响其海外布局的计划。10 月 7 日,光明食品集团再度宣布收购意大利橄榄油企业 Salov 集团多数股权,试图在中国橄榄油市场大干一场。

海外布局收购橄榄油巨头

北京时间 10 月 1 日上午,光明食品集团旗下子公司益民食品一厂(集团)有限公司,在米兰与丰塔纳(Fontana)家族达成协议,宣布收购意大利 Salov 集团多数股权。

据了解,Salov 集团专业生产和销售橄榄油,目前营收约为 3.3 亿欧元,其产品销往全球 60 多个国家,在美国和英国市场均为领头羊品牌。

“作为益民集团的母公司,光明食品集团将此次收购作为光明国际化进程的一部分。”光明方面对记者表示。

据光明食品集团新闻发言人潘建军透露,集团和 Salov 从接触到签约已经有一年时间。其间各项工作进展还比较顺利。而且之前,Salov 集团的橄榄油已经通过益民集团进入中国市场,例如麦德龙超市和第一食品商店均有售。

作为一家综合类的食品企业,目前光明食品集团业务范围已经涵盖了乳制品、糖、酒、休闲食品和罐头食品等,而此次收购 Salov