

8 行业调查 Industry Surveys

从美国到澳大利亚 中国房企海外“圈地”

■ 蔡胤 报道

年轻的马来西亚籍华人王家明近来很忙,在莱坊的北京办公室里,他告诉记者,除了一年 5 次在内地出差,其余时间他都待在悉尼,对接有意向在此投资房地产的中国企业和个人。

王家明的身份,是英国房地产机构莱坊澳大利亚亚洲市场高级董事,主要的工作还包括悉尼项目招商。见到记者时,他手里正拿着一份澳大利亚当地的财经报纸的复印件,报纸的版面上,列举的是近年在澳大利亚投资的中国企业家。这些面孔人们十分熟悉,他们是王健林、郭广昌、许家印。

2014 年以来,关注海外房地产市场的人们注意到,继“美国热潮”之后,澳大利亚热潮又来了。这场中国房企的海外“画地图”运动,还在酣畅地继续着。

奔向澳大利亚“新大陆”

在位于北京国贸以东的万达集团总部,楼群一层的外墙上挂着电子显示屏,上面用标识性的蓝色勾勒着这家中国巨无霸公司的海外地图,这些地图里的城市,包括伦敦、马德里,最近又得加上悉尼。

1 月 26 日,万达正式对外宣布,该公司 1 月 23 日收购了澳大利亚悉尼两座大楼,即 1Alfred 大厦和紧邻的 FairfaxHouse 大楼,未来计划投资约 10 亿美元,建成悉尼一个综合性地标项目。这是王健林继黄金海岸珠宝三塔项目后在澳大利亚的又一笔重大投资。

就是在同一天,记者向复星国际求证得知,耗资数十亿元在伦敦、纽约、日本收购办公楼后,该公司旗下的复星地产已联合澳大利亚一家房产投资管理公司,收购了名为“米勒街 73 号”(73MillerStreet)的悉尼办公楼。

中资巨头同时在悉尼“出手”收购写字楼,这看似“巧合”,实际上并不令人意外。2013 年,绿地就进驻了悉尼和墨尔本,“绿地中心”超高层公寓也选在悉尼市中心。

王家明所在莱坊对此早有观察。莱坊日前最新发布的《中国对外房地产投资报告》,提到了中国买家对澳大利亚的巨大兴趣。该报告中的数字指出,2009 年~2014 年,中国对外房地产投资总额已从 6 亿美元大幅升至 150 亿美元(约合 936 亿元人民币)。截至目前,中国对外投资主要集中在澳大利亚、英国和美国的门户城市,其中中国在澳大利亚的投资总额增长最为强劲,2014 年按年增长超过 60%。

报告中另外一组与 GDP 有关的数据,是这一趋势的又一证据:纽约 GDP 高于伦敦和悉尼以及墨尔本,纽约的中国房地产投

资金接近于当地 GDP 总量,但悉尼、墨尔本两地的中国房地产投资额超过当地 GDP 两倍,表明了悉尼与墨尔本对中国资本的强劲吸引力。

仲量联行近日发布的数据也说明了这一点。2014 年中国海外房地产投资增长 46%,超过 165 亿美元。其中商业地产海外投资更是超过住宅投资,在热门投资国家中,澳大利亚赶超美国,成为第二受欢迎投资国,仅次于英国。

更为具体的数字是,2014 年,澳大利亚成为了中国投资者青睐的新目标市场,流入资本超过 30 亿美元,悉尼获得了大部分的投资额,达到 22 亿美元,成为最吸引中国投资者的目的地之一,仅次于吸金 40 亿美元的伦敦。

“澳大利亚、美国和英国是中国投资者最关注的三个市场。2013 年中国流入这三个市场的资本较 2012 年增长了 5 倍。我们预计,2014 年中国投资者在这三个市场的交易额将达到或超过 2013 年的水平。”王家明对记者说道。

澳大利亚成为中资房企“新大陆”,有诸多方面原因。除了经济总量、人口等基础因素,澳币对人民币汇率、住宅存在的缺口,都为中国企业提供了机会。但新大陆并不意味着完美大陆,一位国企高层接受记者采访时曾提醒,在澳大利亚,海外人士无论购买别墅还是公寓,都只能购买新房,这会对投资性房产套现造成影响。

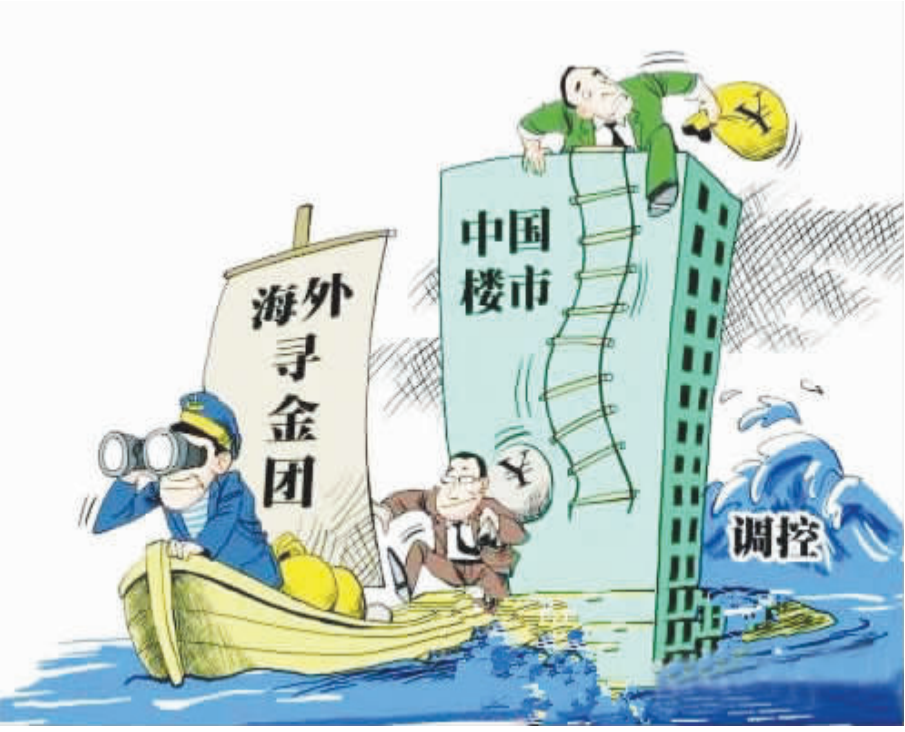
此外,有操盘海外项目的业内人士透露,澳大利亚对房地产项目审批过程较为繁琐,周期较长,开发商从有开发的计划到真正破土动工,中间常常存在时间差。这对中国开发企业来说,无疑也意味着资金成本被无形抬升。

“澳大利亚商业贷款额度能够达到整体项目的 70%,而且贷款成本在 4%~5%之间,而在澳大利亚投资房产的回报率维持在 6%~7%之间。”王家明介绍。

“北京人”的纽约烦恼

在悉尼成为热门新型市场的同时,中国企业和个人对美国房地产的投资热情仍然高涨。早前一份来自美国房协 NAR 的报告显示,2013 年 4 月至 2014 年 3 月的一个财年,国际买家在美国购房的金额为 922 亿美元,同比增长了 35%。其中,中国人在美国购房金额约 220 亿美元,占国际买家购房总金额的 24%,比上年增长 5%,继续排名第一。这意味着,在美国,国际买家贡献的购房金额中,有近 1/4、超过千亿元人民币是中国人贡献的。

在刚刚过去的 2014 年,伦敦房地产市场因共吸引了 40 亿美元的中国投资,再次荣登全球城市榜首。纽约、旧金山、洛杉矶、



芝加哥也各获得了 5 亿~15 亿美元的中国投资。

该报告还称,美国房地产市场的中国买家,有近 76%是现金购房,且青睐豪宅,房屋类型中独栋别墅占 70%,其他分别是连排别墅、公寓和商业地产。他们也较少用来自住,用于自住的购买者仅占 39%。

中国买家的兴趣,以及全球化的前景,似乎给了中国房企莫大的信心。2013 年 2 月,万科与铁狮门宣布成立合资公司,分别持股 70%和 30%,共同开发美国旧金山富升街 201 地块的高层豪华住宅公寓项目。随后,绿地也以 10 亿美元投向热门城市洛杉矶。2014 年,万达也宣布以 9 亿美元投资芝加哥,建设星级酒店及公寓项目。绿地方面一个多月前提供的消息称,美国纽约当地时间 2014 年 12 月 15 日,绿地美国公司与 ForestCityRatnerCompanies(森林城集团纽约公司)合作投资开发的纽约布鲁克林太平洋公园项目正式开工。该项目位于布鲁克林正中心,紧邻巴克莱球场以及布鲁克林最大的购物中心,计划总投资超 50 亿美元,是纽约 30 年来最大规模房地产综合体项目之一,同时也是中国房企迄今为止在美最大的一笔投资。

龙头房企们进入纽约的门的时,有一些人已经遭遇了意料之外的尴尬。去年 7 月,在一个海外投资论坛的闭门讨论上,万通控股董事长冯仑感慨道:“所有去海外投资的人,都面临着刚从乡下到城里的生活体验。”谈到自己在纽约的十年投资体验,他自嘲说是“乡下人进城”,对纽约的印象就有三:第一是贵,第二是矫情,第三是标准高。

早在 2006 年 6 月,在“9·11”中沦为废

墟的世贸中心 7 号楼重建竣工后正式对外开放。彼时,万通租下世贸中心 7 号楼顶部 48 至 52 层,五层楼共约 20 万平方英尺,计划兴建一个集商务与文化交流于一体的“中国中心”。后来几经辗转,万通最终在 2010 年 3 月与世贸中心签订合同,租下 1 号楼的 64 层到 69 层,建筑面积约 2 万平方米,租期 20 年,名字正式定为“中国中心”。

虽然有着打造华尔街高端俱乐部的愿望,但律师出门后堵在路上的时间也算钱,施工工人需要有喝咖啡的时间,这让 12 年中飞了 60 多次纽约的冯仑感叹,在美国投资“事儿很多”。

境外房地产开发多数为轻资产运营,很多环节是外包,因此往往有大量合同关系。在协纵国际集团创始合伙人黄立冲看来,对于国际经验匮乏的中国房地产企业而言,能否自如地解决海外投资涉及的复杂的政治、汇率、人才等难题,其实还未可知。

中伦律师事务所创始合伙人张学兵曾对记者举例说,纽约对特定的开发区域会有税收优惠、激励政策,这些政策优惠,需要找合适的专家团队、合适的合作伙伴,才能掌握。

“美国有房产税,持有费用在 1.5%到 3%之间,并且每年都要交,不像国内零成本持有。西方国家比较偏向于承租户法律保护,房东不像国内那么强势,这都是在美国买房时需要注意的。”一位资深房地产私募基金负责人对记者表示,对于房企而言,投资美国要注意的系统性风险,包括市场、利率、汇率、政策风险,防范这些风险需要对美国整个市场动态进行随时监控,做好这些工作,并非朝夕之事。

白酒企业扎堆预调酒:细分市场能否力挽狂澜

■ 张汉澍 报道

就在偶像热播剧《何以笙箫默》在电视荧幕上大红大紫的同时,由于广告植入的原因,曾经并不起眼的预调酒市场走俏起来,开始吸引资本市场和诸多酒业巨头的关注。

“洋河已经做好了进军预调酒行业的准备,今年春节后我们的预调酒新品就会正式上市亮相。”2 月 4 日,洋河股份市场部的一位人士对记者说。

公开资料显示,预调酒是一种类似于鸡尾酒的酒精类饮料,严格来说就是预先调好的鸡尾酒,在朗姆、伏特加、威士忌、白兰地等基酒中加入一定比例的果汁,酒精含量为 3%~7%左右,属于迎合青年时尚潮流的另类酒。

此前,作为舶来品的预调酒在中国市场只能被列为非常小的酒种,其市场认知度也相当匮乏,但是伴随着中央八项规定对白酒业的深度影响,白酒企业正在对预调酒产业投注大量的目光。

方正证券食品饮料板块分析师张保平向记者表示:“预调酒是一个非常年轻的细分市场,在白酒业深度调整、业绩普遍大不如前的情况下,预调酒可能会成为众酒企下一个新的发力增长点。”

据悉,目前包括五粮液、古井贡酒、泸州老窖、水井坊、洋河股份在内的多家酒企都已悄然在预调酒上进行布局,新一轮的预调酒大战或在今年一触即发。

预调酒市场走红

如同当年一部《来自星星的你》捧红了“啤酒和炸鸡”的组合一样,最近开播的偶像剧《何以笙箫默》将锐澳(Rio)预调酒变得家喻户晓。

2015 年 2 月 2 日,上海百润股份开盘不久即告涨停,上市公司很快对外表示,涨停



的原因是因为上市公司旗下产品锐澳(Rio)植入电视剧《何以笙箫默》广告效果明显,自 1 月 10 日《何以笙箫默》开播以来,Rio 限量瓶日销量增至 4 倍,传统瓶销量增至 8 倍之多,《何以笙箫默》广告植入成功推动近期 Rio 天猫店预调酒销量大涨。

事实上,此前百润股份的主业一直定位在香精香料,直到 2014 年的 9 月份,百润股份以 55 亿元的对价收购公司大股东刘晓东等所拥有的巴克斯酒业 100%股权,后者主要从事预调酒行业,拥有预调鸡尾酒品牌锐澳(Rio)。由此,百润股份的主要业务从食用香精领域拓展至预调酒领域。

或许是市场对于预调酒行业的看好,百润股份在去年 9 月 12 日复牌便收获了 7 个涨停板,股价从每股 18.08 元一路飙升至如今的每股 56.22 元。据了解,2014 年锐欧预调酒毛利率水平高达 75%,而巴克斯酒业的净利润率也因此高达 30%以上。

“预调酒的毛利水平非常高,这是吸引外界投资这个细分板块的一个重要理由。”张保平向记者表示。

另一个吸引外界投资预调酒产业的原

因在于它的高速增长。有资料显示,2014 年,白酒、啤酒、红酒行业的增长速度分别为 6%、9%、5%,而预调鸡尾酒行业的增长速度为 200%。

据了解,在 2013 年时,预调酒的整个市场规模仅为 10 亿元,但在 2014 年底时这一数字已超过 30 亿元大关。而国信证券在研报中预计,再算上 6 年合计 30%~50%的提价后,2020 年预调酒的规模将达到 200 亿元~250 亿元。

而且从目前来看,预调酒行业中的知名品牌数量并不算多,仅有锐欧、百加得冰锐在此前打响了知名度,占据了一定的市场份额。根据 2013 年底的统计,百加得冰锐的市场占有率达到 45.8%,锐澳市场占有率约为 27.3%,其他品牌占据剩余的 25%份额。

白酒企业扎堆进入

对于营业额和利润均大不如前的白酒行业而言,尽早找到一个新的业绩增长点是企业下的当务之急。

洋河股份的一位人士对记者说:“我们

行业新规

商业车险费改试点方案将出台

■ 刘艾琳 报道

讨论数年的商业车险费率改革落地。2 月 3 日,保监会正式发布《关于深化商业车险条款费率管理制度改革的意见》(下称“《意见》”)。

商业车险费改的目的,是让车险损失与价格更加匹配,让低风险车主拥有更多费率优惠,拓宽车险保障范围,把车险的产品定价权交给保险公司,把产品的选择权交给车主。

“商业车险费改是一个庞大工程,3 日只是发布费改《意见》,近期行业协会会发布示范条款、黑龙江等 6 省市试点方案并征求意见。春节后印发具体试点方案,预估 5 月左右 6 个省市正式启动试点。试点地区旧条款即刻停用,直接换成新条款。”3 日,保监会财险部主任刘峰在通气会上说。

《意见》主要公布了车险改革主要内容及过渡方案。在商业车险条款上,由中国保险协会牵头制定示范条款,并鼓励财险公司开发多样化、个性化创新条款。

费率制定上,也由保险协会建立商业车险损失数据的收集、测算、调整机制,并动态发布商业车险基准纯风险保费表,赋予财险公司一定费率厘定自主权,确定自主费率调整系数及其调整标准。

“保证价格总体平稳”是本次改革过渡最关键的要素。刘峰认为,本次商业车险费改相比数年前引发价格竞争的尝试,有更理性成熟的市场和完善的监管手段。“大部分低风险的车主肯定会获得更低价格,但高风险的车主保费将被提高,一高一低,总体市场价格是平稳的。”刘峰说。

由于商业车险费改前期是基于“偿一代”体系下的测算和标准厘定,刘峰称,争取在“偿二代”过渡期,完成商业车险费率改革。

值得注意的是,《意见》中规定的示范条款、风险保费表以及费率调整系数和标准,保监会均要求实施动态形成机制。

中小公司挑战加剧

人保财险、平安财险和太保财险三大家共占有超六成车险市场份额,有较高稳定性。三大家之外的数十家财险公司共不到 40%的车险份额,一旦大公司开打价格战,那么中小型企业短期内将难有突破空间。

记者了解到,部分中小财险公司对车险改革的到来,存在一定压力。一方面,在电销、网销渠道份额逐渐攀升之时,存在保费充足度下降、赔付率上升趋势,如果中小公司的销售成本难以压缩,盈利空间有限。

另一方面,一位中小型财险公司内部人士分析称,“自主定价因子及创新条款的审核,大小公司数据基础不同,不让小公司自主定价是限制,让则是风险,不能简单处理。”

“个人觉得示范性条款没有颠覆性改变,能造成多大影响还不太好判断。”3 日,一位保险协会内部人士为记者分析,“现在的格局一时难以完全扭转,但提供了创新产品实现个性化,使中小公司发挥自身长处。”

《意见》鼓励财险公司开发商业车险创新型条款,满足社会公众不同层次的车险保障需求。

保监会:确保平稳过渡

2015 年保监会更繁重的任务是,要自建或推动行业建立不同维度,甚至跨行业的信息数据库、信用体系、交易中心和托管平台。

对于车险改革,就包括车险数据平台整合,为一系列市场化改革提供精算和风控支持;再如车险纯保费表的编制,及推动整个汽车产业链变革,联合汽车行业协会发布“零整比”系数、开展汽车碰撞实验室和维修配件、工时标准前瞻性研究等,使保险业在汽车产业链中的掌控力和话语权不断增加。

相比十年前的车险改革,“那时连偿付能力监管体系都还没形成,现在不论是车险市场的理性程度还是监管的技术手段,我们认为都到了较为成熟的改革时机。”一位保监会内部人士称。

《意见》也明确了财险公司妥善处理商业车险新旧产品衔接问题,保险监管机构、行业协会和财险公司做好商业车险条款费率管理制度改革启动前的各项准备工作,关注改革实施中的问题和隐患,制订突发事件应急预案。

保监会将加强对财险公司商业车险条款费率拟订和使用情况的日常监控。发现违法违规问题的,责令财险公司停止使用并限期修改。同时,保监会将建立对财险公司商业车险费率厘定和使用情况的回溯分析机制,及时验证商业车险费率厘定和使用中精算假设的合理性、责任准备金提取的合规性和财务业务数据的真实性,深入排查因商业车险费率拟订不合理所带来的风险隐患。