

蚂蚁金服 B 轮融资 45 亿美元 上市后可望创造阿里巴巴式神话

提要: 围绕互联网金融巨头蚂蚁金服的 B 轮融资,纷杂的猜测最终化为一阵惊叹声。4 月 26 日,蚂蚁金服的 B 轮融资事宜尘埃落定:不是早前外媒报道的 15 亿美元,也不是市场普遍预期的 35 亿美元,其最终融资额锁定 45 亿美元(折合人民币近 300 亿元),成为全球互联网行业迄今为止最大的单笔私募融资。由此,蚂蚁金服的整体估值跃升至 600 亿美元,与全球即时用车软件 Uber 旗鼓相当。



外界关注的是,在众多资本热捧的境况下,蚂蚁金服两轮融资以什么标准来筛选战略投资者?此番募集的数百亿资金又将如何用于主业发展?更大的悬念是,身价已达 600 亿美元的蚂蚁金服,又将在何时、何地实现上市梦,届时又将创造一个怎样的估值神话?

蚂蚁金服总裁井贤栋接受记者采访时,详细阐释了几大热点问题,并表示蚂蚁金服“一定会上市”。对股权激励问题,井贤栋透露,蚂蚁金服的员工持股主要体现在君瀚投资、君澳投资等几个有限合伙的股东层面,以收益权模式来实现。

资本簇拥

这是全球互联网行业私募融资的新纪录。蚂蚁金服 4 月 26 日午间宣布,公司已完成 B 轮融资,融资规模达到 45 亿美元,超过

市场预期。据悉,本轮融资由中投海外和建设银行下属机构建信信托领投,另有一些“新面孔”也参与了认购。

本轮融资后,中投公司所持股权比例将达到 3%左右,在蚂蚁金服外部投资者中仅次于社保基金。

值得一提的是,四大险企以及春华景信等此前参与公司 A 轮融资的投资机构也同步参与了 B 轮融资。至此,除了“阿里系”的持股平台,外部投资者合计所持蚂蚁金服的股权比例已超过 15%。

各路资本通过各种渠道向蚂蚁金服抛去橄榄枝。“也不知道对方是从哪里得到的消息,在公司运作 B 轮融资过程中,有许多投资机构询问是否存在参与认购的可能,其中一家国资背景的公司甚至将电话打到了我这里。”蚂蚁金服下属部门的一位中层人士向记者表示。

另一“插曲”是,一些所谓的资本管理公司此前还曾以参与蚂蚁金服 B 轮融资的名

义,招揽投资者进行专项私募基金募集。

一番逐鹿后,“国字号”机构成为大赢家。其中,包括中国人寿保险(集团)公司、中国太平洋人寿保险股份有限公司、新华人寿保险股份有限公司、人保资本投资管理有限公司等四大险资机构;“银行系”资本代表则有建设银行、中邮集团(邮储银行母公司)和国家开发银行(以国开金融有限责任公司为平台);社保基金和代表中国主权财富基金的中投公司亦斥巨资捧场。

融资逻辑

为什么这些机构成为蚂蚁金服 B 轮融资的胜出者?“融资的数字代表了投资者对蚂蚁模式的认可,但数字本身永远不是我们追求的目标。”蚂蚁金服总裁井贤栋向记者表示。

“我们相信,蚂蚁金服两轮融资所引入的投资者,都是基于战略投资的考虑,而非

单纯的财务投资。”他说。

据井贤栋介绍,在外部投资者的选择上,蚂蚁金服主要有四大考量标准:一是参与认购的投资者应是市场化机构;二是对方应与蚂蚁金服有着共同的愿景,即共同致力于解决实体经济问题、致力于服务小微企业、致力于服务消费者;三是相关机构能够代表广大消费者的利益;四是入股机构能够与蚂蚁金服在业务上产生战略协同效应。

事实上,蚂蚁金服与 A 轮投资者的协作已有尝试。今年,蚂蚁金服已与人寿、人保开展保险产品开拓方面的合作,并与邮储(即中国邮政储蓄银行)在农村金融领域尝试更深度的合作。井贤栋还表示,十分憧憬未来与中投公司的合作空间,即借助于中投多年海外投资的经验、优势,进一步推动蚂蚁金服“布局海外、服务全球”的构想。

据介绍,随着 B 轮融资到位,蚂蚁金服未来将进一步加大投入发展农村金融、绿色金融,利用公司在云计算、大数据方面的优势,为农村市场提供全面的金融服务来改变农村金融的现状,推进农村金融的电子化。截至 2016 年 3 月底,蚂蚁金服在支付、保险、信贷方面,分别服务“三农”用户人数达到 1.4 亿、9500 万、2000 万。

蚂蚁金服未来还将加速国际化布局,将中国普惠金融的实践经验传递到其他国家和地区。2015 年初,蚂蚁金服投资了印度最大移动支付平台 Paytm,有意将其打造为印度版“支付宝”,进而将其在互联网金融领域的优势,经验在更多国家复制。

此外,蚂蚁金服还将进一步强化公司在技术、安全、风险管理方面的能力水平,巩固在大数据、云计算方面的优势。

事实上,在阿里巴巴上市之后,全球资本市场的目光都紧盯着这只日渐巨硕的“蚂蚁”。资料显示,蚂蚁金服已构建起一个枝繁叶茂的生态系统,旗下拥有支付宝、余额宝、招财宝、蚂蚁聚宝、网商银行、蚂蚁花呗、芝麻信用、蚂蚁金融云、蚂蚁达客等子业务板块。

毫无疑问,围绕“蚂蚁金服”的一个最大悬念是,它将选择在哪个资本市场栖落。

三菱陷造假门:日产汽车主动揭发 尚未影响在华销售

三菱汽车公司作为第一家承认操纵燃油经济性测试数据的日本汽车生产商,与大众一样失信于众。目前,三菱汽车公司油耗造假丑闻还在继续发酵。

雷诺-日产联盟总裁兼首席执行官卡洛斯·戈恩 4 月 25 日在北京车展上接受记者采访时谈道,得知三菱油耗造假一情况后,他立即打电话给首席工程师,弄清来龙去脉后已立即采取行动,并联系了购买三菱为日产汽车生产的轻型汽车的顾客,全力配合消费者诉求。

“据我了解,对此事件的相关调查是存在的,三菱有自主调查,同时日本政府也在进行持续的监管。我们会等待调查定论。这一事件当然涉及到了我们,因为我们会从三菱采购一些零部件。我会等所有的事实都一目了然,届时再做出决定,这个决定一定是从商业合作伙伴和行业参与者的角度出发,不会有其他与日产汽车的利益无关的因素掺杂进来。”戈恩认为,这件事情应该不会影响到日产品牌的可信度。

据外媒报道,三菱汽车公司 4 月 26 日已向日本国土交通省汇报了微型车燃效数据造假问题的调查内容,该公司自 1991 年起一直使用与法律法规不同的违规实验方法测算燃费。此外,为使从 2013 年开始生产的 4 种微型车达到燃效目标,还对数据进行了篡改。

三菱汽车公司此前对外公布测试造假涉及车型均为微型汽车,包括“eKWagon”、“eKSPACE”以及面向日产汽车公司生产的“DAYZ”和“DAYZROOX”,总计 62.5 万辆。尽管这些汽车都是在日本国内市场销售的迷你车,但美国环境保护署(EPA)4 月 26 日透露,将勒令三菱汽车公司就在美销售的汽车重新进行燃效数据追加测试。

有媒体报道称,三菱汽车除了在微型车燃效测试上存在篡改数据问题外,越野车帕

杰罗等约 10 款车型均未按照日本国内规定的试验方法进行燃效测试,而是用美国方式实施行驶测试,获得空气与轮胎的阻力数据并上报,所涉及车型的销量超过 200 万辆。

广汽三菱副总经理杜志坚 4 月 27 日接受记者采访时称,还在等三菱汽车调查的结果,此事目前尚未影响到三菱品牌在华的销售。

日产主动揭发

三菱汽车在 1970 年从三菱重工业的自动车制造部门独立,是日本汽车行业中最年轻的汽车制造公司。

有消息称,三菱汽车可能在 2001 年 1 月就已知晓公司燃效测试一直采用与国内规定不同的违规方法。负责测试数据的性能实验部当时曾对正确程序和本公司测试方法的数据有多大差别进行比较试验,因而该部门相关人员可能当时就已知晓存在违规。此外,该公司 2007 年 2 月修改了内部工作手册,将正确的测试方法广而告之,但显然并未起到自查及修正的作用。

不同于法律规定的测试方法始于 1991 年,并一直沿用至今。三菱社长相川哲郎在 4 月 26 日的记者会上称,也可能是当时认为这种方式没问题才一直使用,他认为是否故意为之尚不得而知。

在日本,向消费者销售的汽车产品的用户手册上会记载该车辆的燃耗数据。而这一数据在汽车上市前必须获得该国有关部门的“认定”。日本国土交通省下属的独立行政法人“交通安全环境研究所”负责这一工作。交通安全环境研究所对汽车的燃耗数据检查一般在室内进行。而阻力值则根据厂商在本公司测试路线上进行的测试来申报。此次,三菱汽车篡改的就是这一数据,而实际燃耗可能

比数据所显示数值相差 5%~10%。日本国土交通省的负责人员表示,不可能做到毫无疏漏地检查,要求从零部件检查做起是很难的,从某种程度上讲只能依靠厂家的信用。

发现问题的是三菱所代工的客户日产汽车。日产汽车在发现相关燃油经济性测试数据存在不一致后揭发。业内普遍认为日产汽车的处理方法干脆利落,不仅撇清了与三菱的关系,也让日系车企整体形象避免受到过多影响。

长期关注汽车行业的咨询专业人士杨威 4 月 27 日接受记者采访时称,虽然日系车企在制定内部制度时非常严谨,但也难以杜绝纰漏,而且日本企业变革非常缓慢,内部等级森严,一旦定下来的事情,如果纠错则需要费九牛二虎之力。这或是三菱汽车造假持续这么长时间的原因之一。

杨威还谈道,日系车在省油方面优势明显,因此可以在北美等市场迅速扩张,业内早些年关注的是省不省油,至于省多少没有太在意,但随着全球对环保的要求越来越高,现在大家普遍拿着放大镜在看油耗排放等指标,并更加强调数字的精准度,对油耗和排放造假消息异常敏感,近几年车企被屡屡曝光油耗排放造假,与此也有关。

行业潜规则?

近几年,多家车企曾深陷燃油经济性和排放造假丑闻。2011 年现代和起亚被曝光在美国进行燃油经济性舞弊,2014 年支付赔偿金才告平息。福特在 2013 年和 2014 年下调了混合动力车燃油经济性标整值。而德国大众汽车去年在柴油车尾气排放测试中作弊,至今是对汽车产业影响最大的。

汽车专家孙木子在接受记者采访时称,大众和三菱汽车被曝光,与其造假手法比较

离谱有关系,不排除还有一些车企也存在油耗排放作弊的情况,只不过造假情况没那么夸张或手段更高明暂未被发现。

来自于国际清洁交通委员会的一张图表显示,欧盟二氧化碳与厂家认证水平的偏差在逐年上升,所有车辆的偏差由 2001 年的不足 10%,攀升至 2013 年的接近 40%。

对于车企冒险在油耗排放作弊有上升之势,业内也质疑欧洲、美国、日本等对于排放控制是否反应过激。戈恩认为,这个问题很复杂,但他能回答的是,无论是雷诺汽车还是日产汽车,都不会用任何设施在任何层面做出数据上的欺骗,因为公众对于该企业的信任正在于此。

“所有的柴油车上都采用了一定程度的氮氧化物控制的技术,为何在不同的实际驾驶环境下测到的氮氧化物的排放可以上升至三倍、五倍、十倍、二十倍?这是主要问题,问题在于对此完全没有监管。我们反复重申应该有实际驾驶排放监管。在未来排放控制中,政府的监管会更加严格,比如 2018 年要实行的欧洲汽车尾气排放标准的法规。”戈恩说。

自大众柴油机去年出问题后,欧洲很多国家自发决定对柴油机进行更多检测,唯一的目的是判断有没有作弊者,这些测试多数已经完成。法国、英国和德国近日相继发布检测报告,除了大家已知的作弊品牌,所有参与检测的其他企业都没有进行数据欺瞒。

杨威认为,并不排除还有大众这样的一流企业失信,但跨国车企巨头情况还相对好些,不排除国内一些车企也存在油耗排放造假等。中国相关部门对汽车的监管督查方面远没有欧美日严格,目前重点依然放在工业污染的监控上,在汽车油耗排放等方面监管与发达国家相比,至少还有几年的差距。

(李潮婉)

油价低迷致“上游”不振 中石油一季度日亏 1.53 亿

4 月 28 日晚中石油中石化均发布一季度业绩,中石油一季度亏损超百亿元,中石化则净利 66 亿,增长超 200%。

据了解,中石油的业务重点在于上游的勘探和生产业务,中石化则产业链通吃,由此造成两桶油业绩“冰火两重天”。

油价低迷致“上游”巨亏

中石油 4 月 28 日发布一季度业绩数据称,截至今年 3 月 31 日,该公司一季度归属母公司股东的净利润为-137.85 亿元。这是中石油上市以来出现首亏。去年同期中石油净利润 61.5 亿元。

中石化方面,一季度归属于本公司股东净利润 66.63 亿元,同比大幅增长 206.8%。

记者计算发现,中石油一季度日亏 1.53 亿元,中石化一季度则日赚 0.74 亿元。

中石油季报称,今年一季度,公司受油气价格大幅下降等影响,勘探和生产板块经营亏损达 202.68 亿元。

对于业绩大幅亏损,中国石油在财报中解释称:2016 年第一季度,世界经济复苏乏力,国际油价持续低位震荡。受国际油价大幅下跌影响,一季度公司原油平均实现价格 27.27 美元/桶,同比下降 44.2%;天然气平均实现价格 4.886 美元/千立方英尺,同比下降 21.7%。

中石化虽然净利增长,但与中石油类似,其上游业务也出现巨亏。今年一季度,中石化实现油气产量 114.7 百万桶,同比降 2.7%,其中原油产量同比下降 9.3%,天然气产量同比增加 16.7%。

炼油减少但利润上升

值得注意的是,两桶油在中下游业务上的业绩都大幅改善。

在炼化环节,两桶油业务量有所下滑,但业绩大幅改善。中石油共加工原油 2.472 亿桶,同比下降 2.5%,生产汽油、柴油和煤油 2231.2 万吨,同比下降 4.4%;但炼油与化工板块实现经营利润 146.51 亿元,同比扭亏增利 197.16 亿元。

中石化方面,一季度原油加工量同比降低 2.4%,成品油产量同比降低 1.4%,其中汽油同比增加 4.7%,航煤同比增加 4.5%,柴油同比降低 8.0%。受益于结构调整以及成品油定价机制的完善,炼油板块同比扭亏为盈,实现经营收益 134.4 亿元。

在销售业务上,两桶油也有不俗表现。中石油方面,2016 年一季度,受高效产品毛利增加以及营销措施增效影响,销售板块实现经营利润 4.26 亿元,同比扭亏增利 30.17 亿元。中石化方面,营销及分销板块实现经营收益 76.9 亿元,同比增加 45.6%。

中石化表示,低油价下,中下游业务盈利成为公司利润主要增长点,炼油板块、营销及分销板块、化工板块盈利同比均大幅增加,公司一体化优势突显。

中石油表示,未来将不断优化产品结构,提升炼化业务盈利水平;积极应对市场变化,增强销售能力和质量。

面对业绩下滑,中石油称,随着降本增效各项举措落实,3 月份营业收入有较大回升并实现当月盈利。目前,公司资本和资产负债率稳定、自由现金流为正、财务状况稳健。

▼ 相关新闻

中海油油气销售约 246 亿 同比降三成

4 月 28 日晚间,中海油也发布了一季度部分业务的经营情况。

报告称,由于国际油价大幅下跌,一季度中海油未经审计的油气销售收入约 246.4 亿元人民币,同比下降 30.7%;平均实现油价为 32.54 美元/桶,同比下降 39.1%;天然气的平均实现价格为 5.69 美元/千立方英尺,同比下降 14.8%。

中海油称,为应对低油价环境,公司进一步削减了全年资本支出预算。一季度资本支出约 96.9 亿元人民币,同比下降 39.2%。

公司首席执行官李凡荣表示:“面对行业环境的变化和低油价的挑战,公司一季度生产经营整体平稳。未来,我们将继续坚持低油价下的经营策略,深化改革创新,推进公司的可持续发展。”(赵毅波)



[上接 P1]

打压中国钢铁 美国无端再启“337 调查”

值得一提的是,与贸易保护主义者的“饮鸩止渴”不同,中国官方不仅没有大力补贴钢铁企业,反而将钢铁业“去产能”作为谋求经济转型升级的主战场。例如,不久前央行等四部委公布的一份最新意见就要求:对钢铁及煤炭行业长期亏损、失去清偿能力和市场竞争力的企业,要坚决压缩退出相关贷款。相关部门要主动跟踪和对接地方政府和中央企业化解钢铁、煤炭过剩产能的实施方案,及早应对可能的风险。

开放包容 互惠共赢

闭关自守无出路,开放合作有未来。美国作为一个典型的移民国家,开放包容的价值观、互惠共赢的契约精神都是成就其经济实力和大国地位的重要精神内核。相比之下,在面临少数行业群体的利益诉求时,如果不思进取、乱舞贸易保护主义大棒,则无疑将令这些优秀的市场经济和自由贸易传统蒙羞。

事实上,贸易保护主义在美国国内亦不得人心。美国微软创始人比尔·盖茨表示,无论是软件、飞机,还是制药、电影,美国才是经济全球化的最大受益者,任何阻碍国际贸易的举动对美国都是不利的。美国智库彼得森国际经济研究所的一项研究亦显示,2009 年时美国曾对中国轮胎采取了高达 35%的关税,这导致美国消费者随后几年内不得不为购买轮胎额外支付 11 亿美元,而事实上这仅仅保护了美国人 1200 个就业岗位。

“对美方而言,尽管照顾自身贸易利益可以理解,但在遇到分歧时还是应该加强与贸易伙伴的沟通及协商,而不应动辄采取生硬、牵强的制裁手段。对中方来说,我们也要持续深化改革,进一步理顺政府与市场的关系,提升公司治理水平,尽量不给贸易保护者任何借口。此外,在中长期我们亦应当进一步提升中国产品的技术含量与核心竞争力。”王跃生建议。