觊觎中国市场 国际投行比拼“中国功夫”

本报记者 陈青松

8月中旬,有外媒报道,由于涉嫌通过雇佣中国高官子女获得在华从事相关业务的机会,美国知名投行摩根大通遭受了美国证券交易委员会的调查。

得中国市场者得天下,在利益的吸引下,中国无疑成为了国际投行们的竞技场。

王利博制图

有分析称,自进入中国市场后,越来越多的外资投行选择雇佣有政府背景的官员子女或亲属担任要职,以帮助外资投行获取中国国有企业在美国或中国香港上市的承销项目。

随着中国经济的迅速发展,越来越多不差钱的企业开始走出国门赴海外上市,这让国际投行们看到了巨大的商机,得中国市场者得天下,在利益的吸引下,中国无疑成为了国际投行们的竞技场。

利益驱使 国际投行盯紧中国企业

在海外上市的央企当中,摩根士丹利是一个颇为活跃的投行。

多年来,摩根士丹利参与了中国多个大型上市项目,包括1997年中国电信(香港)同时在香港和纽约两地上市;2000年6月中国联通同时在纽约和香港两地上市;2001年12月中国铝业同时在纽约和香港上市;2002年11月中国电信同时在香港和纽约两地上市;2004年5月中国电信股份有限公司后续H股/美国预托证发行……几乎每一年都有大型央企在海外上市的杰作。

在中国市场,摩根士丹利并非一枝独秀,另一国际投行高盛“成绩单”同样炫目。在后者参与的重大项目中,有中国移动于1997年首次公开招股发售筹资40亿美元;平安保险于2004年首次公开招股发售筹资18.4亿美元等。

除摩根士丹利和高盛之外,美林、瑞银等几大投行均在中国市场斩获颇丰。

“进入本世纪尤其是2005年前后,来自美国、英国、德国等国的外资投行纷纷在北京、上海等中国中心城市举办有关中国市场的投资推介会。这些历史悠久、世界领先的外资大投行粉墨登场,目的就是争夺中国市场。”一位投行资深人士向《中国企业报》记者介绍。

“在中国产业转型、金融系统不断完善的过程中会有更多的投资机会出现,国际投行嗅到了巨大的商机。”中投顾问宏观经济研究员马遥在接受《中国企业报》记者采访时表示。

“一方面,我国央企绝大部分和国际市场联系紧密,需要参与国际竞争。另一方面,海外市场比较规范,有利于央企完善法人治理结构。通过海外上市,能够提高央企的国际竞争力和影响力。”上述投行资深人士对《中国企业报》记者说。

国际投行的“本土化”战略

在庞大的中国市场,几乎每一个项目都会让国际投行赚得盆满钵溢。

马遥告诉《中国企业报》记者,国际投行在中国市场的各项动作多有迹可循,由于涉嫌金额较多、涉及企业多为上市公司,国际投行的一举一动都被舆论媒体、监管部门重点披露。

“然而,为了避免投资信息过早泄露,国际投行也会选择在中国设立办事处、与中国企业合作、吸纳中国本土人士等手段来避开投资者的视线。”马遥说。

据记者了解,开设合资公司曲线进入中国市场是国际投行敲开中国市场大门的一种重要手段。

1995年摩根士丹利与中国建设银行合资组建中金公司,成为当时“唯一特批合资进入中国”的外资投资银行。通过合资银行,摩根士丹利得以为许多中国公司提供海外上市服务,其所服务的项目共筹得总资金超过100亿美元。2004年,由高盛参股的高盛高华证券有限责任公司获准组建,“曲线”进入中国市场。

调查还发现,在摩根士丹利、美林、花旗等国际投行承揽的中国国企赴海外上市的项目中,任职于各大投行的中国区高管起着决定性作用,一些有海外留学背景及在国内有丰富人脉关系的官员子女成为外资投行聘用的首要人选。

“醉翁之意不在酒。”上述投行资深人士告诉《中国企业报》记者,“一些国际投行之所以青睐一些官员子女,根本原因还是寄希望于这些官员子女的人脉关系和权力作用,打通关系帮助公司获得中国企业赴海外上市的承销项目,从而在竞争中占据先机。”

另据记者进一步调查,国际投行在中国市场高歌猛进,基本上都有一个得力的中国团队“打前站”,这便是国际投行的“人才本土化”策略。

“事实上,随着越来越多的中国企业海外上市、融资并购,既有丰富经验又懂中国国情的人才很受国际投行青睐。相对而言,这些人更知道怎么跟中国客户洽谈。”上述投行资深人士对记者表示,“过去近20年国际投行在中国拓展业务,其在华高管团队‘功不可没’。”

策略

李嘉诚的投资连环计

华晔迪 罗宇凡

最近一个多月,亚洲首富、有“超人”美誉的李嘉诚旗下公司,相继传来将抛售香港和内地大量资产,涉及金额高达400多亿港元,另一方面,据媒体报道,全球金融危机爆发以来,李嘉诚一直在欧洲拓展业务,仅今年上半年就完成四宗海外并购,耗资近250亿港元。

作为一个“精明”的商人,李嘉诚对风险极度谨慎;过往案例也显示,他是跨越周期投资的高手,每次都获得高额利润,曾在2008年金融危机到来之前出售上海写字楼就是例证。

坦白地说,大家现在看不清楚李嘉诚此举的真实意图和最终效果,但我们可以找到商业教父高瞻远瞩、未雨绸缪的例子,也可以找到商业大佬虚张声势、声东击西的例子。前有巴菲特在2007年减持11亿股中石油H股,当时市场一片惋惜之情,笑侃股神也有走眼的声音不绝于耳,后来的结局大家都知道,巴菲特虽然少赚了20亿港元,但也是获益200多亿港元后才撤,如今站在中石油股价山巅的股民可能还欲哭无泪吧。

后者则有那个流传深广的柴斯菲尔德家族神话:1815年6月惠灵顿指挥的英军在滑铁卢打败了拿破仑指挥的法国军队,得知这一消息后,内森让交易员大量抛售英国公债,英国公债的价格开始下跌,越下跌越有人跟着抛售由此形成恶性循环。几个小时后,英国公债的价格只剩下原价的5%,这个时候,内森又让交易员大量买进英国公债。随后他成了英国政府最大的债权人。

后面这个故事可能有后人添油加醋的成分,不过商业领域的三十六计毫不少见。

所以,李嘉诚此举很可能是一个连环计,包括了以退为进、隔岸观火、乘虚而入等多项考虑,而且很可能一举多得。

李嘉诚发迹于香港,但是同时也受制于香港,因为这个6000多平方公里和700万人口的城市已经拥挤了太多富豪,而自由港的定位,使得它成为市场竞争最充分和发达的地方,所以,任何行业都不太可能获得超额利润。目前,香港发展的短板也很明显,不仅要面对全球经济放缓的压力,同时,更要面对内地越来越强悍的竞争,尤其是上海自由贸易区的获批以及广东、天津自贸区的接连申请,香港的制度和区位优势必将继续降低,它的吸引力也将降低,在这个时候,李嘉诚所持有的香港物业当然也会盛极而衰。

尤其是李嘉诚这样的商人,以往的经验告诉我们,在大风暴来临之际,他都会敏感地出售资产,就像是庄稼成熟了就要收割,如果熟了不摘下来,风雨一来就会烂在地里一样。所以,现在李嘉诚撤资香港一是因为之前的投资已经成熟,可以摘果子了;二是因为播种要等下一季,现在需要土地休养和轮种;三是欧洲正提供了一个好机会。

欧债危机让欧洲不少公用事业都受到影响,成为一定的价值洼地。2010年、2011年,李嘉诚先后以700亿港元与300亿港元收购英国电网与水务业务,2012年7月,又耗资235亿港元收购英国管道燃气业务。目前,李家控制着英国天然气近三成市场、1/4的电力分销市场以及约5%的供水市场,而英国媒体更称,李嘉诚要并购“整个英国”。

但是,李嘉诚在欧洲的投资也未必会是长期,它更可能会作为一个跳板,多年后重返亚太的跳板。

金融危机的影响没有沉重打击中国,这是好事,但也有负面影响,那就是经济的风险没有释放完全。全世界的发展经历都表明,经济发展是有周期律的,十年一次的金融危机几乎是大概率事件,所以在风险没有释放的时候,就把危机控制住了,这也埋下了另一个伏笔。而一旦中国经济有风险,香港也很难独善其身,这就是为什么李嘉诚要从大陆与香港两地同时撤资。

但是,从中国撤资,到欧洲投资,只是李嘉诚的连环计的前两环,他不会就此离开中国、离开亚太。李嘉诚不是比尔·盖茨,也不是乔布斯,他不是依赖技术革命而成为世界富豪,所以他要想始终保持财富或者事业的平稳增长,光是依靠欧洲公用事业是不够的。

因此,欧洲也只是李嘉诚的跳板,他在等待中国的危机到来,无论是由楼市泡沫崩溃导致的经济危机,还是由地方债务危机造成的金融风险,只要是危机发生,那就是挤泡沫、减风险的好机会。一旦在未来五到十年里,中国经济发生这样的大危机,那对于李嘉诚就是绝好的机会。

之所以这样说是因为,中国各级政府一旦发生财政危机,最有可能的找钱方式当然是出售国资,但那时这些并不是最值钱的,或者说不是人们最想买的。如果楼市有危机,你低价买来土地,还要大规模开发,而市场也不会短期恢复,这虽然是好生意,但是盈利恐怕需要等待很长时间恢复。所以,那个时候来临,中国最抢手的生意应该就是公用事业,目前它基本上是被国家控制和垄断的,一旦发生危机,它也是最容易出手被卖,而且还可以卖出好价钱。这时候,李嘉诚就可以携欧洲的产业优势重返中国,无论是技术、管理,还是服务,欧洲在公用事业领域的积累都比中国高了一个档次。那么对于地方政府而言,既可以通过出手公用事业换来急需之钱,又能顺道改造升级中国的公用事业,这是一举两得的事情,它面子、里子都赚到了,李嘉诚当然不会亏,所拿到的不也是一个相当于现在欧洲公用事业的“抄底价”。

到这个时候,你才会看懂李嘉诚的连环计有多么的厉害。这是企业投资的李嘉诚经验。

互联网金融

统一积分市场 银联币试水

本报记者 郭奎涛

“本人有一张某商家的会员卡,卡内积分896分,相当于896元,在某商家消费可全部使用,现9折出手”。

被浪费的积分

无论是传统线下实体店,还是新兴的线上电商商城,消费返积分一直是商家吸引用户的重要方式。时至中秋佳节,赠送的积分额度更是大幅上升。但很多用户对于这些积分并不重视。

“感觉积分没什么用,我不会把送积分作为消费依据。”正在北京某华联超市购物的王雨对《中国企业报》记者说,每次结账超市都问要不要办会员卡,说是可以积分,她一直没有去办。

据悉,商家赠送的积分相当于优惠券,一定额度的积分可以抵消相应的消费金额,有时还可以直接兑换部分商品。通常情况下,每个商家规定按照消费的额度乘以固定的百分比计算积分,节假日等营销活动还可以翻倍。

科通芯城营销副总裁、原易观分析师刘宏蛟指出,现行的积分制度仍然存在明显的局限性,例如,积分只能在固定的商家消费,而且必须达到一定额度,小于这个额度的话就无法使用,到期不用只能作废。“说是一积分等于一元钱,只能算是约等于一元钱,限制条件太多了。”

“内有积分20110积分,总共可换201元的车票,因个人工作调动,不能用了,特价150元转让。”

如此转让基分卡的信息已经屡见不鲜。看似诱人的积分却因不能兑换现金、指定商家消费和年底清零等,成了食之无味、弃之可惜的鸡肋。

近日,《中国企业报》记者独家获悉,中国银联正在试验一项名为“银联币”的产品,意在将各大商城会员卡的积分打通,通过银联币进行等值交易,甚至可以以一定比例转换成为现金并提现。至于具体的产品形态和使用范围,知情人士声称暂不方便透露。

铺垫产品已现

归根结底,积分交易存在的重要问题在于不能流通。而能够在所有商家流通的等价交换物只能是一种,就是人民币,或者人民币认可的与其等价的交换物即虚拟货币。这不是异想天开,而是已经在试验阶段。

“由于积分使用上的限制以及消费者不够重视,每年都有太多的积分被浪费了。银联推出的银联币正在试验,以后可以将这些积分兑换成银联币,然后在其它商家流通。”上述知情人士对《中国企业报》记者说。

其实,早在去年年底,中国银联深圳分公司就推出了积分兑换现金的产品“积分通”。62开头的银联卡用户注册绑定深银联积分通后,即可在积分通合作商户享受一定的积分返现优惠,1积分等于1元钱,积分满5分即可将兑换现金并提取到指定的银行卡中。

除此之外,中国银联还针对银联在线支付用户推出了银联U点,持卡人可通过相关营销活动来赚取U点,并在支持商家按照一定兑换比例当做现金消费;在移动支付终端,“银联钱包”、“银联迷你付”、“银联手机支付”等产品也陆续推出。

副作用有待评估

虚拟货币的出现总会引起人们对其风险尤其是会不会冲击实体货币的担忧。腾讯的QQ币早期就一直缠身于这些争议,国际上方兴未艾的比特币也已证明这种担忧不无道理,即将出世的银联币是否也存在这些问题值得警惕。

而对于银联币,由于具体形态无从确定,是否存在风险难以盖棺定论。唯一可以确定的是,银联币想要整合其它商家的积分,并统一兑换成银联币之后,流通于其它商家。

一位虚拟货币观察人士认为,这就意味着,与QQ币不同,银联币的发行很大程度上取决于商家发行多少积分,通过与银联币、人民币的两次兑换,商家实际上是在发行人民币,这肯定是不会被允许的。

“一个商家返积分本来是由自己承担的,积分全面流通的背景下,可能转移到其它商家身上了。而且发行的越多,其它商家就要付出的越多。这就需要制定各个商家的积分与银联币之间合理的兑换比例,保证银联币生态体系的稳定,也是一项十分庞杂的系统工程。”这位观察人士还说。

对此,知情人士强调,银联币之所以一直在试验阶段,肯定是存在这样的一些问题,银联也在不断地完善解决方案。“无论如何,这是一项有益于消费者的产品,对中国虚拟货币的发展也将具有重要意义”。