

# 中企跨境并购格局生变 民企力量凸显

■ 本报记者 王莹

在全球并购规模逐年下降的背景下,近年来,中国企业海外并购步伐却不断加速,并购数量表现抢眼。

而尤为值得关注的是,在海外并购中,民企表现异常活跃。有数据显示,2013年全年,中国企业海外并购案例共计150件,而民企仅下半年就达到88件,创下历史新高。

随着民企成为海外并购的主角,中国企业海外并购标的也悄然发生了变化。“从此前资产洼地开始向境外技术、品牌,从传统的能源矿产向有成长性的新型行业开始转变。”深圳清研睿合基金管理公司董事长索咏红在中国金融论坛上如是表示。

## 中企海外并购逆势增加

数据显示,2013年中国企业并购案例数量为1232起,同比增长24.3%。中国企业海外并购额增长30%,达到384.95亿美元,连续第3年创造历史纪录。而索咏红预测,2014年以来,中企海外并购仍呈上升趋势。有观点认为,世界正迎来第六次并购浪潮,中国将是弄潮儿。

专家认为,政府对境外并购政策管制的放松,给企业并购提供了很大的操作空间。

今年3月,国务院出台了《关于进一步优化营商环境的意见》指出,除“借壳上市”须继续严格审核外,上市公司其他并购重组均取消行政审批。有专家认为,这意味着跨境并购黄金机会的到来。

Wind资讯统计显示,2014年以来,有约90家上市公司发布了116笔海外并购交易的公告。其中,有42笔交易已经完成,其余交易处于进行之中。而中国在海外的并购地区,主要集中在欧洲和北美等发达国家和地区。

一位国外投行负责人透露,2013年以来,中国企业的跨境并购数量迅猛增加,这与中国不断增加的上市公司数量有关,这些企业通过资本市场充实了资金实力,在利用资金进一步提升市场竞争力的过程中,海外并购成为一个非常有效的途径。

## 民企成海外并购主角

5月15日,复星国际宣布完成对日本IDERA资产管理公司98%股权

的收购;5月12日,沪市上市公司上海电气发布对外投资公告,公司与意大利FSI公司签署股权转让协议。

在一件件海外并购案例中,一个不容忽视的现实是,民资日渐成为并购市场的主角,参与市场的活跃度相较于国企更高,收购实力更强。

2013年5月,双汇国际耗资71亿美元收购美国史密斯菲尔德;而复星

AMC全部股权,而当年9月4日,万达又宣布再向AMC投入5亿美元作为运营资金,共为AMC斥资31亿美元,成为中国民企最大一宗海外并购。据称,并购成功后,万达不仅使九连亏的

主要角色,而民企的并购是以企业战略为动力,跨境并购的标的会随之发生变化。”北京信美达科技发展有限公司副总经理岳利强在接受《中国企业报》记者采访时指出。

据了解,央企海外并购多为国家战略,因而此前投资能源和矿产等所谓“资产洼地”的行业。



王利博制图

AMC扭亏为盈,且还重登纽交所。

“民营企业在原始的资金积累,在投资体量、决策速度上不逊于国有企业。经营理念也比国有企业更贴近市场,因此在全球市场上获得的认可度更高。从长期趋势来看,民营企业的活跃度依然会高于国有企业。”比利时安特卫普商学院中欧中心主任张海燕在接受《中国企业报》记者采访时表示。

“我们看到越来越多崛起的中国民营企业积极寻觅成熟市场的优质并购目标,这对跨境并购的格局带来了影响。展望未来,在交易数量上,中国民营企业将引领海外并购市场。”普华永道中国税务部中国企业服务主管合伙人黄佳称。

“随着我国城镇化建设的加快,对资源的需求将不断增加,因此获取资源仍是未来国企海外并购的主要战略。而民营企业则倾向于通过海外并购拿到先进的技术、品牌和销售渠道等来拓展自己的市场份额。”黄佳表示。

## 跨境并购标的转向

有专家表示,随着跨境并购主体的变化,跨境并购标的也随之转向。“由于民企逐渐成为海外并购的

专家称,随着民企对海外并购市场的引领,民企倾向的行业如制造业、消费品、医药、基础设施和新兴行业成为新一轮跨境并购标的的趋势愈发明显。

“前几年中企热衷抄底海外矿产和购买估值较低的资产,而现在企业以降低运营成本、提高生产效率、增强经营竞争力的生产上下游要素整合为目的来进行纵向并购日益活跃。”岳利强称。

岳利强表示,据其观察,国内企业对并购方的选择上,更加注重其技术、品牌和经销网络,海外并购的驱动力更多的是来自竞争对手的压力和产品线或业务的扩张。

5月21日有消息称,中联重科收购拥有全球干混砂浆设备领域第一品牌的德国M-TEC公司。

“干混砂浆在我国尚属新兴产业,中联重科此次收购不仅解决了传统商品混凝土搅拌站资源不能循环利用、砂石资源紧缺、现场搅拌砂浆污染严重等问题,借助德国先进技术、完善的全球产业链和销售服务渠道,对其企业在该设备制造领域占据全球领先地位起到推动的作用。”岳利强表示。

在一件件海外并购案例中,一个不容忽视的现实是,民资日渐成为并购市场的主角,参与市场的活跃度相较于国企更高,收购实力更强。

集团2013年投资遍布全球,先是收购美国奢侈品女装St.John、意大利顶级男装品牌CarusoSpa,和以色列医疗美容器械公司AlmaLasers,随后,认购美国SaladaxBiomedical,Inc.的D轮融资优先股;最后,买下纽约第一大通曼哈顿广场以及英国伦敦金融城Lloyd'sChambers。

2012年5月21日,万达以26亿美元收购全球排名第二的美国院线

## 投资观察室

# 京津冀概念股大涨大跌 专家称或因游资参与

■ 本报记者 陈青松

自京津冀一体化上升为国家战略以来,京津冀概念股不断遭到爆炒,“爆发”、“大涨”、“井喷”、“涨停”等词汇便充斥资本市场。5月16日,廊坊发展(600149)快速走高,带动京津冀概念股大涨。其中河北宣工(000923)一度触及涨停。

然而5月19日,京津冀概念股普遍下挫,其中华夏幸福触及跌停,汇中股份(300371)、河北宣工(000923)跌逾4%,冀东装备(000856)、空港股份(600463)、唐山港(601000)、荣盛发展(002146)、廊坊发展(600149)等跌逾3%。

而5月22日,京津冀概念股再次大涨。截至当日收盘,廊坊发展(600149)涨停,唐山港(601000)收涨7.23%,华夏幸福(600340)、河北宣工(000923)等涨幅居前。

京津冀概念股为何出现暴涨暴跌?有什么特点?未来走势如何?《中国企业报》记者采访了英大证券研究所所长李大霄、中投顾问咨询顾问崔瑜等

业内专家。

《中国企业报》:近期京津冀概念股为何出现暴涨暴跌情况?

李大霄:京津冀概念股出现暴涨暴跌的重要原因有两个方面:一是受国家京津冀一体化利好消息的影响,股价暴涨;二是概念炒作,受题材因素影响较大。

消息面上,国务院副总理张高丽5月15日表示,要把治理大气污染作为京津冀协同发展重要突破口。

崔瑜:京津冀概念股出现暴涨暴跌背后的原因主要是游资快速流入流出。

在京津冀一体化消息传出后,相关概念股都获得投资者热烈追捧,尤其是装备制造、地产、汽车等板块企业。然而京津冀一体化政策尚未明朗,具体措施还没有落地。一些机构投资者于是“踩点”进入,在把概念股炒高之后随即撤资套现。游资的大进大出,京津冀概念股快速拉升回落很明显是有游资参与。

《中国企业报》:京津冀概念股主要有哪些,存在哪些市场机会?

李大霄:京津冀概念股的机会主要在于京津冀一体化的推进,产业的转移。受这些因素的影响,京津冀概念股机会较大。

崔瑜:京津冀一体化的目标主要是构建布局合理互促共进的城镇发展体系,建设首都经济圈战略性新兴产业和先进制造业基地,建设首都经济圈现代服务业基地,建设首都经济圈绿色农副产品供应基地,建设京津冀南部综合交通枢纽等,与这些目标相关的股票均属于京津冀概念股的范畴。

京津冀概念股主要有以下几类机会。一是华北地区水泥产能收缩将利好水泥概念股,二是机构转移承接利好规划建设及区域概念股,三是交通设施互联互通利好港口水运股等等。

《中国企业报》:京津冀概念股主要受哪些因素影响?未来走势如何?

崔瑜:京津冀概念股主要受到的影响因素是后续配套政策的跟进。

有关京津冀一体化的相关规划正在紧密制定当中,市场普遍预期将于6月份出台。在此预期下京津冀板块有望开启新一轮升途,相关概念股将获得不

同程度利好。与基础设施建设、房地产相关的企业将从中获得较大利好。

当前只是石家庄市政府出台了京津冀的一体化政策,发改委还未出台进一步计划,若后续具体政策出台,京津冀概念股有望重新走强。

《中国企业报》:投资者需要重点关注哪些?

李大霄:京津冀一体化发展大势所趋,消息层面将是利好。

不过,并非所有的京津冀概念股都会走高。未来京津冀概念股将呈一个分化的趋势。具体来说,那些业绩成长良好的京津冀概念股受益程度较高,将有良好的实质性的抬升。而成长性一般的股票将回归其本源,不会有实质性的抬升。

崔瑜:京津冀概念股未来走势整体有望重新出现走高。京津冀一体化的相关政策虽然尚未出台,但是京津冀进行一体化发展仍是大势所趋。

但是投资者仍需要谨慎选择,由于京津冀板块前期调整幅度较深,鉴于目前市场整体弱势,游资短炒概率较大。投资者要保持谨慎,不要盲目追高。

一线

## 在这里,读懂客户

主题为“关注客户体验,提升客户价值”的阳光保险第五届客服节启动

■ 杨轩

“十年后的保险将是客户自主设计产品,让他们更放心,对我们更信任。”阳光保险集团董事长张维功在首届清华五道口全球金融论坛上如是说。在随后的5月19日,阳光保险为期三个月的客户服务节拉开帷幕,这已是该公司连续五年举办客户服务节,本届客户服务节的主题为“保险就是阳光——关注客户体验,提升客户价值”。

今年年初,阳光保险提出“互联网、大金融、终极客户”三大战略,未来三个月,客户可以通过与阳光保险的互动,通过他们对“闪赔”服务的再升级,通过他们“星耀阳光”客服升级工程,通过他们全力打造的客服中心旗舰店,体验一种新型的客户综合服务。

## 感恩回馈客户,提升客户价值

本届客户服务节将开展一系列回馈活动。

如,阳光保险将借助微信、官网等网络公共平台,开展“阳光感恩在行动,千亿保障大回馈”活动,社会公众和客户通过扫描二维码,关注阳光保险官方微信号,填写投保信息,即可免费获得三个月保额为20万元的涵盖飞机、火车、汽车等的交通工具意外险。此次活动将送出价值高达千亿元的人身保障。

同时,在微信平台上,阳光产险面向客服节期间续保车险的个人客户,推出了“幸运滚滚来”幸运大转盘抽奖活动,幸运客户有机会获得包括“天降鸿福”韩国济州岛双人游套餐(价值8000元)、“鸿运当头”三星S5手机(价值5000元)、“福星高照”卫博士扫地机器人(价值2000元)在内的各档回馈。同时,通过阳光车险官网或“阳光保险”官微服务号投保车险的女性客户,可享受阳光保险优惠升级,即除了免费的非事故道路救援,还可赢取额外礼品(各地执行情况不同,详情请致电400 000 0000转5咨询)。

阳光人寿作为2014年全国中小学生绘画书法作品比赛组委会授权的集体参赛组织单位,将在本届客户服务节期间开展“七彩阳光梦 金娃乐相随”全国青少儿绘画大赛,鼓励青少年儿童用多彩的画笔描绘美好的明天。此外,阳光人寿还将开展“百家讲堂进阳光”全国专家巡讲。客户可登录阳光保险官方网站(www.sinosig.com)了解更多信息,参与客户服务节期间的各项活动。

## 线上线下倾听,改善客户体验

“终极客户”战略的本质是坚持“一心二上”的思想,即坚持“一切以客户需求为核心”,“改善客户体验为上”。

在去年的第四届客户服务节上,阳光保险开展的“用心聆听,百万客户意见征集”活动,受到了广大客户的高度关注和热情支持,这对于阳光保险了解客户需求、改善服务品质起到了促进作用。因此,本届客户服务节期间,阳光保险将借助阳光产险、阳光人寿遍布全国的服务网络、公司官网、微信平台与客户互动,真正做到倾听客户心声,关注客户需求。本次活动将采用线上线下相结合的方式,开展“倾听客户之声,改善客户体验”有奖征集活动,具体形式包括95510电话回访、工作人员上门拜访、微信和官网调查等。阳光产险还将开展“客户是我们最好的老师”微信客户体验调查。

与此同时,阳光人寿还开展“倾听由心 提升体验”客户满意度调查和“E享阳光 绿色生活”互联网综合服务体验活动,全方位收集客户意见,持续完善客户体验。

## 产险升级“闪赔”,寿险“星耀阳光”

客户服务节期间,阳光保险将外聘客户体验管理专家,举办“客服大讲堂”,提升各级机构员工客户服务能力,为广大客户提供更加优质、贴心的服务。

开展柜面标准化建设试点是阳光升级服务标准的一项重点工程。今年,阳光保险计划在产险、寿险领域打造部分旗舰店、标准店,建设统一标准的窗口形象,同时在全国各分支机构的客服大厅逐步配备WIFI设备,为客户营造一个温馨的氛围,提升客户体验。

阳光产险的“闪赔”服务已成为业界的标杆,公司今年在做好车险闪赔的基础上,又倾力打造“财”、“意”险闪赔服务,让客户一路有阳光相伴。车险“闪赔”“三省”服务:“省时——免现场”、“省事——并案处理”、“省心——人伤闪赔”;家财险“闪赔”,免单证,48小时赔付;学平险“闪赔”,减单证,72小时赔付。这些都在不断刷新行业的理赔速度,引领行业的理赔发展。阳光保险官方微信服务号实现了阳光产险保单、理赔信息的查询,客户通过手机客户端“阳光闪赔通”可以完成索赔。

阳光人寿在客服节期间聚焦“星耀阳光”客服中心升级工程,一是推出亲办客户“免填单”业务,客户在客服大厅办理业务,无需填写申请资料,阳光客服人员根据客户要求全程办理业务,完成后客户仅需在确认单上签字确认;二是推广“一柜通”作业模式,柜面每个柜员都可以受理包括新契约、保全和理赔服务在内的“一揽子”业务服务,全面解决客户各项需求,为客户提供便捷的服务渠道和全方位的综合服务体验。