

房企海外淘金再加码 认知度偏低掣肘

■ 本报记者 李琛轶

近几年,海外投资无疑是一线房企中的“热词”。在国内的房地产市场进入白银时代后,海外项目的开发顺其自然地成为房企争夺市场的利润增长点,在第一轮的拿地、建设还没有完全结束时,第二轮的“重磅”加码便已来袭,巨头房企凭借过人的企业实力,加快海外淘金的步伐。

根据国际知名地产研究机构莱坊对中国排名靠前的保险公司和房地产公司在海外投资方面的调查,目前中国总资产排名前20的开发商中,已有近一半投资海外,其中包括万达、万科、绿地碧桂园等巨头房企。在国内保费收入排名前10位的保险公司中,中国人寿、中国平安、阳光保险和安邦保险4家已经投资了海外地产。

巨头房企 钟情海外地标建筑

8月8日,万达集团以澳洲黄金海岸、美国芝加哥、西班牙马德里这三个国际化大都市的三个海外项目作为焦点,再推三盘,早在之前,万达集团便在英国推出万达海外项目的首个作品——万达·伦敦 ONE,目前已销售接近70%。

而与万达同样钟情于“地标建筑”的绿地集团也是动作频频,7月下旬,绿地集团在马来西亚新山市投资开发的地标项目绿地·地不老湾滨海度假宜居新城项目正式开工奠基。

据相关统计,在马来西亚和韩国首尔在内的大型房地产开发项目中,绿地集团在对外介绍中,公司在去年的对外直接投资金额预计达到了80亿美元。不得不提出的是,年初绿地公布的去年销售业绩显示,绿地去年海外收入达到153亿元,较上年大幅增加高达467%。

海外开发 服务于战略升级?

万达集团目前处于转型升级阶段,海外房地产的开发是万达集团的重要发展内容,王健林曾多次公开表示,万达计划在5年之内成为



杨清语制图

大多数房企停留在海外开发第一步——简单地收购其他房企开发的项目。目前鲜有企业能够成立地产基金等,直接投资,控制股权,间接达到进入市场的目的。

世界上最大的酒店连锁企业。而万达海外地产项目是万达集团国际化并购与投资稳步扩张计划的重要组成部分,最终打造为万达自有品牌酒店项目为主的海外综合地产项目投资及运营平台。

上海易居房地产研究院智库中心研究总监严跃进认为,万达集团目前在国内市场发展较为稳定了,有能力在国外市场进行这么一个聚焦,第二个商业地产这个品牌推广方面来看,如果想进一步提升,势必要和国外的一些机构进行合作,否

则只是小打小闹的话,很难使商业地产的品牌得以提升。

如果从投资的角度上看,一线城市的投资收益率并不比国外差,但是,正如万达的海外开发过程,其更注重的是打造成为以自有品牌酒店项目为主的海外综合地产项目。绿地集团董事长、总裁张玉良也曾表示,他的目标是让“绿地制造”遍布全球。

不难看出,海外开发已被纳入房企的战略性布局中,严跃进认为,“房企再发力海外市场,主要是企业把开拓的事业放开,还可以接触比较知名的机构,尤其是海外的模式相对比较成熟,而这些恰恰需要去国外进行开发后才可以发现,这也是国内市场相对缺乏的方面。”

同时,多位业内人士认为,国内楼市的不确定性和“走出去”政策支持以及海外市场的优惠政策也是房企热衷海外的原因。

多数房企处于初级阶段 海外认知度不高

目前,大多数房企仍处于海外开发的初级阶段,一位不愿具名的业内人士提到,国内的房企普遍在海外存在认知度不高的问题。

万国置地总裁史锐雪透露,国内的房地产企业在做海外项目时曾提

出与万国置地合作,“我们目前在国外的项目都是和当地最顶级的房地产开发商合作的,这需要不断的积累,短期之内我们仍将坚持这一战略。”

万国置地坚持与海外的顶级开发商合作正是因为“认知度”,国外当地开发商与国内开发商相比,其认知度更高,更容易获得良好的口碑和稳定的客源,毫无疑问,这有利于万国置地品牌推广和进一步的发展。

但严跃进认为,“国内的部分房企已经具备一定的品牌效应,就绿地而言,其在韩国等地方的项目已经有了很高的市场认可度,营销也很顺畅、成功。如果海外分三步的话,绿地已处于第二步,自己去拿地、做产品规划,这有利于开发商了解当地房地产的交易机制。”

而大多数房企停留在海外开发第一步——简单地收购其他房企开发的项目。目前鲜有企业能够成立地产基金等,直接投资,控制股权,间接达到进入市场的目的,这也是海外投资的第三步。

同时,严跃进补充道,“摸清当地市场以及人口结构,是做好国际业务的关键。这是最典型的一点。建议房企积极做数据调查,而不要过多依赖当地的机构和数据。只有这样的投资才是有的放矢的。”

涪水福源:把天然资源“串成”产业链

■ 本报记者 李琛轶

1998年,正当国家大力推行重工业之时,贾树军选择了尚处于起步阶段的旅游业,创办了涪水福源度假村,这个目前顶着国家湿地公园、国家水利风景区、国家4A级旅游景区三大国字号的度假村。

在商界,往往以成败论英雄,现在,在大部分人看来,贾树军当时的眼光极具前瞻性,贾树军也从艰苦的创办者成为今天的涪水福源度假村董事长,“20年前,目前的度假村这边一无所有,当时很多人觉得我在这边创业投入的资金肯定会打水漂,没有人看好,但好在我一直在做,一直坚持了下来。”

从“看风景” 到“度假村”的坝上旅游

在1998年的时候,中国的旅游业还处于“看风景”的阶段,度假、生态、养生等概念还没有被提出,甚至连此类的发展趋势也没有,贾树军直言,“当时没有很多大的概念,只是探索着走,但是已经有明确的定位了,立足河北,面向京津,走出华北,最后在整个中国发展,直至走上国际。”

从最初的定位不难看出贾树军的野心,但是,最初进入旅游业,贾树

军的原因很简单,“我本身是学医的,当时创业,我划了两条线是绝对不能碰的,第一条是涉赌涉黄涉毒的不可做。第二条涉及开山放炮的不能做,大量的砍伐生灵的不能做,所以我当时没开矿,即便开矿有着更高的利润回报。”

在贾树军看来,旅游业是一个艰难的行业,更是一个超值的行业,“张家口即将成为世界名城,我做了应该做的事情,即便这个过程中有委屈和理解,但这个行业绝对是超值的。”贾树军反复提到的“超值”是指情怀和价值。事实上,贾树军是张家口旅游业的元老,正因为他的开创性的建设,张家口在京津冀被越来越多的人熟知,张家口旅游业第一个吃螃蟹的人的评价对贾树军而言恰如其分。据涪水福源度假村的一位工作人员透露,张家口的某一任市长甚至在评价贾树军时称,“没有贾总,就没有张家口旅游的今天。”

令贾树军最为自豪的是目前涪水福源度假村的国字招牌,“我们一路发展过来,拥有三个国家级,而且,国家级湿地公园在全国仅仅70多家。”

涪水福源度假村距京286公里,景区面积3万余亩,水面1.2万亩,盛夏季节平均气温17.9℃,典型的草原生态自然风光。目前,涪水福源度假

村有房屋500多间,住宿可达1000人,同时,度假村可以接办1000人的会议,并可开餐。这在坝上的度假村中是最大的承载量。

申奥促发展 度假村将结合产业链转型

关于京津冀的政策利好一向存在,令人振奋的是,7月31日17:57左右,国际奥委会主席巴赫宣布北京获得2022年冬奥会举办权。贾树军告诉《中国企业报》记者,“冬奥会的成功申办对张家口来说,利好太大了,这意味着全世界都将了解张家口。对我们来说,这是巨大的无形资产。并且张家口即将开通高速,从北京到这边来只需要两个多小时,大旅游、大设施的概念将促进行业快速发展。”

据贾树军介绍,涪水福源度假村一个夏天接待的游客在18万人左右,游客多来自京津冀、内蒙古和山西,南方的游客较少。

在经济的快速发展下,旅游业也进入下一个阶段,贾树军很清楚,单纯性的旅游观光已经难以为继,“我们现在在思索,我们的度假村必须和产业链结合起来,张家口是全国十个PM2.5最好的城市,而坝上更是张家口PM2.5最好的地方,我们未来想把

坝上草原的资源往产业链上延伸。”

按照贾树军的想法,涪水福源度假村将往保健、养生等方面发展,吸引更多老年人,主推农业、旅游生态,目前,度假村在进行中的国学夏令营也是未来的发展方向之一,夏令营的学生最长在度假村住宿21天。而对于张家口引以为豪的滑雪项目,贾树军认为,“崇礼已成规模,我就不做这一方面了,我们这有闪电水库,水和冰是我们的别处不具备的。”

旅游行业是一个投资回报周期较长的行业,而相对于这些,贾树军觉得最难处理的则是一些“小事情”,“我们这每天接待全国各地的客人,难免在饮食、住宿条件方面不习惯,接不了轨,这个时候,我们能做的只能是多解释,在饮食方面调调菜,尽量满足游客的需要。”

贾树军学佛,由他联合全国20位爱心企业家发起的河北省孝行慈善基金会在今年的三月末成立,在度假村的管理上,贾树军属于“好说话”的生意人,但也因为他,涪水福源度假村快速发展。值得一提的是,贾树军曾和万科集团董事长王石等10人共同荣获“2011年中国时代风云人物——商界风云奖”,和张家口旅游业第一次吃螃蟹的称谓相同,贾树军是张家口入选“商界风云奖”的第一人。

裕国股份:资本动力 如何衍变成发展实力?

当下,经济下行压力剧增,银行信贷环境更加趋紧,企业融资难问题更加凸显。而登陆“新三板”,裕国股份借助资本市场,进一步拓宽融资渠道,使企业发展布局得以快速推进和落实。

■ 本报记者 李琛轶

时至如今,湖北裕国菇业股份有限公司(下称裕国股份)登陆“新三板”已经一年。而在此之前,从15岁涉足香菇领域开始,裕国股份董事长雷于国在这个行业摸爬滚打了35年。

2014年8月19日裕国股份挂牌“新三板”,或是公司经年积累的一个注脚。借力资本,裕国股份迎来了质变的“第二春”。

以大客户为根承载下游市场

面对市场竞争的愈发激烈,松散单一的企业已经难以适应行业的快速发展变革,全产业链整合、标准化运营管理和多元化发展,乃成为行业发展新常态。

从贩卖香菇到带领乡邻种植香菇成立规范化的企业、从树立行业标杆到文化创意产业、从“合作共赢”大客户到进军大众消费市场,裕国股份越来越得心应手,创造了很多行业第一:其是全国香菇行业第一家农业产业化国家重点龙头企业、第一家海关AA级认证企业、第一家登陆全国性资本市场并实现直接融资的农业企业……2014年营业收入11.7亿元,出口1.67亿美元,位居行业首位。

取得社会效益和经济效益的背后,是裕国股份在市场广度开发、深度挖掘上的直接表现。而与大客户深度合作,在雷于国看来也是公司“阶梯登高、借船出海”的绝佳契机。

在谈到与无限极达成合作的意向时,雷于国至今还记忆犹新,“当时无限极只是给我们传了一份十几页的企业调查情况表,公司认真填写,按时回复,之后才迎来了对方品管部和采购部的一行。考察时,他们进基地、看现场、听介绍,不让裕国股份的陪同,随机到农户家中调查走访香菇种植质量管控、企业带动菇农增收等细节情况,最后达成合作意向。”

“因为文化的认同感以及企业的责任感,让我们与无限极(中国)有限公司走在了一起。其实,裕国股份多年的坚守也与无限极的文化理念一脉相承,看似偶然的合作也是必然。”雷于国说道,自公司成立伊始,就坚持“裕国、裕业、裕众”,这样才能干在实处,走在前列;坚持“生态、健康、品质”,才能创造更加响亮的品牌;坚持科学技术是第一生产力,才能享受科技带来的成果;密切政企银企关系,才能获得更大的支持和帮助。“正是因为如此,业务规模从最初供应香菇不到25吨增长到今年供应1000吨,从只供应香菇一个品种增加到供应香菇、白木耳、黑木耳等多个品种,制作工艺以及技术的领先,生产、加工方面的优势积累,裕国与无限极的合作深度也越来越广。”

据了解,除了无限极之外,公司目前与周黑鸭、真功夫、统一企业、沃尔玛、华润万家和同仁堂等知名企业建立了合作关系。

联合周黑鸭,供货从一开始的几百公斤增长到了近千吨,不仅成功开发了新产品,丰富了周黑鸭公司的产品线,而且也为公司带来可观的经济效益。

“借力而行,路更宽。”雷于国说。

资本发力,企业质变“第二春”

当下,经济下行压力剧增,银行信贷环境更加趋紧,企业融资难问题更加凸显。而登陆“新三板”,裕国股份借助资本市场,进一步拓宽融资渠道,使企业发展布局得以快速推进和落实。

“以前,无论是国有股份制银行还是其他银行对裕国股份的发展给予了很大的支持。但受体制机制的影响,仅仅依靠贷款,银行有时也难以满足公司发展需要。而公司挂牌后,多家银行更为积极主动上门服务提供更为优质的信贷服务,进一步放宽贷款条件,提供了更好的融资环境。”雷于国说,“根据发展需要,公司还可以通过新三板增发股份融资,发行债权融资。这为公司纵深发展提供了强大的后盾。”

据了解,新三板挂牌进一步促进了公司发展,目前裕国股份计划在随县建成占地300亩的香菇科技产业园,一期工程已经建成并投入生产。

裕国股份挂牌后,企业的知名度和品牌形象也得到明显提升,对人才的吸引力进一步增强。“到目前为止,公司共吸引来包括多名海外留学回国人员在内的数以百计的各类人才。而上市这一年来,公司从各地引进各类高端人才30多名,占比30%之多。”副总朱自平对记者表示。

不仅如此,挂牌“新三板”也倒逼企业加强“内功”自修,使公司管理更加规范、信息更透明,这也促成了销售业绩的增长和市场占有率的提升。

“去年裕国股份的营业收入、净利润预计较上年分别增长15%至20%。”雷于国说,“公司正以上市为契机而重塑自己甚至员工的认知结构,企业迎来了量变到质变的关键时期。”

2015年7月,裕国股份成立全资子公司(香菇研究院、裕国生物),将经营活动业务重组,进一步促进公司香菇全产业链的科学研究与技术创新、技术推广与培训,保障公司香菇原料与香菇产品的质量和品质。裕国生物科技有限公司、香菇研究院的成立深化提升了裕国股份的盈利能力,对公司的财务状况与经营成果带来积极影响。