

万科国际化步步“精心” 谋而后动彰显大家风范

■ 本报记者 徐 森

2月14日北京时间22点39分,万科“老大”王石在其个人新浪微博上透露,“早晨!万科登陆旧金山……”。

其实,万科对国际市场早有关注。2012年第四季度,万科相继成立了香港海外事业部及美国业务推进小组,同时,万科美国业务也进入实质性阶段。2013年1月23日,市场上便传来万科置业(海外)联合新世界发展在香港成功投地的消息,而此次携手铁狮门是万科国际化的第二步。

有评论称,未来房企的巅峰对决,拼的将是远见与战略。而万科布局国际市场的良苦用心,在其踏出的每一步中都有所显现。

早有计划

万科觊觎美国市场已久。

有报道显示,万科总裁郁亮此前在杭州首次公开谈论万科的国际化战略时就表示:“随着万科国际化策略的启动,未来,公司将会成立一个美国业务推进小组,也会在全球寻找相应的机会。”几个月之后,他的话就得到验证。

有网友在微博上问王石为何开拓海外市场?王石的回复是:“全球一体化的今天,世界上的许多资源都出口到中国,同时中国的许多产品亦出口到世界各地,不要一提国际投资就提醒应该在国内如何如何。21世纪的优秀企业一定要具有全球视野,迈向国际化。”

但原因显然不仅如此。

“从前年开始,国内房地产市场的调控政策越来越严厉,而且今年可能不会松动,在长期高压下,国内房企需要谋求新出路。同时,万科虽是国内顶级房企,看似没有资金压力,但国际化能帮助其开拓更广阔的市场,赢得更多的资金。”房地产独立评论人高汉明在电话中告诉记者。

地产专家、美国格理集团首席经济学家谢逸枫也对记者表示,从市场角度看,现在是万科切入美国房市的好时机,原因有三:一是美国房市开始复苏,房屋成交量及价格稳定;二是美国经济也开始出现复苏迹象;三是中国内地的房地产市场开始出现饱和。

而从万科自身来讲,谢逸枫认为,其早就有走出国门的计划。几年前,万科就开始了对美国房地产市场的考察,但一直没有合适的土地储备及现金流以及和政府关系良好的合作伙伴。如今,可谓天时地利人和。

借船出海

在高汉明看来,为寻找合适的合作伙伴,万科



煞费苦心。

万科总裁郁亮表示,万科很早就制定了国际化战略。但他也指出,万科将优先考虑在海外华人集中的地区开展业务,但前提是必须有当地的合作伙伴。

而据媒体披露,万科首次进军美国的项目为旧金山富升街201地块,合作方则是有“美国头号房企”之称的铁狮门公司。该公司成立于1978年,旗下物业总值542亿美元,全球管理325个项目,是全美最大的商业地产公司,并已进入中国房地产市场多年,在上海、天津、成都、苏州持有多个项目。

“铁狮门经营商业地产的经验十分丰富,但这恰恰是万科的短板。通过互补,万科还能够借力发展商业地产。”高汉明对记者如是说。

另据了解,万科此次投资的海外项目富升街201地块项目为商住结合,是铁狮门在旧金山开发的地块之一。有估算显示,该地块的投资成本约为2.26亿美元。

“从拿地来讲,旧金山这块还是很便宜的。”谢逸枫告诉记者,“美国头号房企铁狮门不仅资金实力雄厚,而且具有地域环境方面的优势,万科与其合作则将更易成功。”

王石的策略

万科布局海外的地产项目,目标客户为国内因政策限制丧失购房资格的富人。如此定位,也透着一股智慧。

此前,美国的三大主要华裔聚集区,即纽约市区、洛杉矶周边地区和北加州一带的房地产市场刮起了一阵现金抢购风潮,而其中来自中国的购房投资金额已经超过原先排在第一位的加拿大,业界人士将这股风潮称为“中国风”。

去年7月底,王石透露了他的一个发现:“2012年,中国成为美国房地产物业的最大买家,占了整个国际销售额的11%,新移民很多都是投资房地产,在美国纽约寻找投资机会,使得未来万科将有更成熟的业务计划。”

只不过,万科此次登陆美国的第一站没有选在纽约,而是选在了与华人渊源颇深的旧金山。据了解,当地华人人口比例占到12%左右,该市唐人街是美国最大的华人社区。

“就市场操作来讲,这种客户定位十分准确。”谢逸枫表示,“不过,此次万科的目标客户仅仅是中

国投资客,这样的目标定位可能还达不到王石此前言明的要拿下当地市场份额的11%。更精准的说法是,万科目前的客户定位是在美国的华人、移民和中国投资客。”

“这是一招回马枪啊!”谢逸枫感慨道:“王石高明的营销策略尽在其中,通过锁定来自‘老家’的、对万科早有认可的客户群,可以大大降低在美国市场的营销风险,成功之后,也为进一步进入美国本土消费圈奠定了市场认知基础。”

现在,很多中国企业进入海外市场后,都会或多或少地出现水土不服的问题,但是,万科合理的目标客户定位以及合作伙伴的选择,为万科登陆美国市场上了双重保险。值得注意的是,跨国经营的最终客户群应该锁定的是当地消费者,万科的步步谋划最终将为其在美国市场立足打下坚实基础。

跨国聚焦

美航与全美航空合并 将组建全球最大航空公司

近日,美国航空公司AMR集团和全美航空集团联合宣布,两家公司的董事会已通过一份明确的合并协议。据此协议,两家公司将通过整合组建全球最大的航空公司。

韩泰轮胎去年创佳绩

全球轮胎先导企业韩泰轮胎日前发布了2012年度公司业绩,其中轮胎部门全球市场销售额同比增长8.3%,达到创纪录的70291亿韩元,营业利润同比大增57.9%,达到9129亿韩元。

标致雪铁龙集团 资产缩水47亿欧元

据法国《世界报》报道,由于法国和其他欧洲国家汽车市场需求滑坡,法国第一大汽车制造企业——标致雪铁龙集团2012年汽车销量下降16.5%,营业额降至554亿欧元,总资产缩水47亿欧元。

巴菲特联手3G资本 “吃掉”亨氏

近日,“股神”巴菲特出手作巨额收购,联同巴西投资公司3G Capital(简称3G资本)斥资280亿美元买入美国老牌番茄酱及婴幼儿食品生产商亨氏亨氏集团(H.J.Heinz),为其投资王国增添了新一家消费品企业。

(本报综合报道)



G20 盯上跨国避税 拟联手打击转移定价

■ 潘寅茹

跨国公司利用转移定价避税,这并不稀奇,尤其是在经济普遍向好时,国际社会往往对此“揣着明白当糊涂”。但在各国政府普遍缺钱的当下,跨国公司的日子看来不好过了。

近日,二十国集团(G20)财长与央行行长会议在莫斯科落下帷幕。在为期两天的会议期间,打击跨国避税成为会议的一大焦点。

鉴于一些跨国公司的避税行为在去年被集中曝光,引发政府和民众的广泛不满,在此次会议上,G20承诺将在未来通过国际合作处理避税问题,限制跨国企业向海外低税率区域转移利润从而少缴税的做法。这一国际联手最大推动力,则来自欧洲“三驾马车”——英国、法国和德国。

严打避税

在16日闭幕的G20财长会议上,针对跨国企业近年来愈演愈烈的避税行为,与会财长讨论了经合组织(OECD)对该问题的调查报告,同时,还着重探讨了该行为背后极具争议的定价转移规则,认为其亟待更新。

这份名为《解决税基侵蚀和利润转移》的调查报告显示,一些跨国巨头利用各种避税伎俩只缴纳了区区5%的税费,与其赚取的利润总额严重不符。

报告还直言不讳地指出了现代税收制度存在的根本问题:“随着国与国之间商业活动的紧密联系,跨境商业活动增多,而税收规则经常未协调一致,因此,跨国企业通常游走于不同的税收规则间,

通过差异来实现套利。”

英国是觊觎跨国巨头利润的代表国家。去年,谷歌、脸谱网、亚马逊和星巴克等大型跨国公司被曝在英国获得大笔收入,却未能支付他们所应上缴的税费,引发公众质疑。英国财政大臣乔治·奥斯本呼吁对现存税制进行改革,并表示愿与法、德等国一起合作,打击跨国企业的避税行径。

法国财长莫斯科维奇也站在英国一边,表示法国将坚决打击税务欺诈、逃税、避税等“可耻”行为。

在本次财长会议最后发布的公报中还提到:“鉴于跨国企业遵循的避税措施将侵蚀各国税基,威胁国际税收体系的稳定,因此,各国将采取严厉措施来解决税基侵蚀与利润转移的现象。”

据海外媒体报道,G20合作处理跨国企业避税问题的具体应对措施将体现在今年7月经合组织的报告中。其中,英国将负责处理定价转移问题,这是经合组织处理税制问题所设的3个工作小组之一。另两个小组由法、美与德国分别负责,主要着手研究低税基问题和电子商务中的合理税收制度。

惯用伎俩

去年,全球最大的咖啡连锁巨头美国星巴克公司就因税务问题在英国犯了众怒。星巴克在英国14年的营业额达30亿英镑,但累计缴纳公司所得税仅为860万英镑,纳税额低于营业额的1%。2011年,公司甚至以“亏损”为由,未向英国政府缴纳一分钱税款。

星巴克绝不是跨国企业通过转移利润避税的

个案。包括谷歌、微软在内的互联网巨头都是避税黑名单上的常客。美国财政部的经济学家们甚至估计,如不使用避税手段,苹果公司仅在2011年一年,就需在美国多缴纳24亿美元的税款。

在最能挣钱的地方挣钱,在税率最低的地方纳税,这是多年来跨国企业避税的惯用伎俩。对于跨国企业而言,鉴于各国不同的税收制度,选择企业所在地是决定其税单能否“缩水”的因素之一。谷歌、亚马逊和星巴克这三家巨头毫无例外地都选择了低税率国家。企业税税率仅为12%的瑞士、12.5%的爱尔兰以及荷兰都成了理想的候选地。

在这其中,定价转移是跨国企业腾笼换鸟的重要伎俩。路透社与一家名为“税务研究”的英国独立调查机构为期4年的调查显示,星巴克采用了一系列复杂的避税手段。其中,包括支付专利与版权费,利用公司的生产链,将利润分配给其他位于低税率国家的分公司,巧妙地降低了本应在英国缴纳的税款。

而近些年随着电子商务不断兴起,互联网领域法规的缺失给了跨国企业避税以可乘之机。现有的税收制度并未覆盖至电子商务这一新兴领域。由此,催生了互联网交易税收管辖权的归属等数字经济时代特有的问题。

法国政府就在1月底提出了一项新的税收提案,计划对谷歌、亚马逊等互联网巨头收集用户个人数据的行为征收互联网税。这些互联网公司收集了大量的用户私人信息,利用这些信息将用户兴趣与其服务进行匹配,或者直接向用户推送个性化

的广告,背后蕴含巨大商机。但是,与其他美国互联网公司一样,谷歌在法国几乎不缴纳任何所得税,这使得法国的政策制定者寝食难安。

不过,对于能否从根本上杜绝跨国企业避税行为,《经济学人》杂志在最新的报告中表示出谨慎的乐观。事实上,哪里有国内税率、监管机制和保密法律的分歧,哪里就有为跨国企业提供的“合法套利”。更有甚者,某些国家为了赢得企业落户,经常自愿成为“避税天堂”。

跨国视点