

零部件企业成海外并购主力军

■ 郑宇 蔡浩爽

愈演愈烈的高田“气囊门”事件或将激起中国汽车零部件企业海外并购的又一个高潮。

2月28日,日本安全气囊制造商高田承认犯有欺诈行为,接受10亿美元罚款。

有分析人士认为,此举是为高田的出售或重组扫清障碍。此外,背靠中国金主的美国汽车零部件供应商百利得(Key Safety Systems)成为中标日本高田收购案的最大热门。

事实上,国内汽车零部件巨头早已活跃于海外并购市场,其中就包括美国百利得母公司——宁波均胜电子股份有限公司。

宁波均胜公共传媒部总监陈阳表示:“新能源和智能化是汽车工业未来的两个主要发展方向,而汽车电子零部件领域95%以上都被国外巨头垄断,要突破技术壁垒,必须走向国际化。”国内零部件企业海外并购已经成为近年来的一大趋势。但在实现资源整合的同时,较为集中的海外并购也带来了一些问题。

海外并购成主流

据不完全统计,截至目前,高田缺陷气囊问题在全球致死、致伤人

数已超过百人,并因此引发了史上规模最大、影响最广的汽车召回事件。高田也因缺陷气囊陷入财务危机,亟待投资方解救。2016财年,该公司净亏损达130亿日元(约合1.2亿美元),这已经是连续第二年亏损。

今年2月,宁波均胜旗下的百利得公司成为收购高田的最大热门,另一家投资候选方瑞典奥托立夫因委员会的反垄断担忧而出局。

资料显示,宁波均胜成立于2004年,是一家全球化的汽车零部件供应商,主要致力于智能驾驶系统、汽车安全系统、新能源汽车动力系统的研发和制造。

近几年,中国汽车零部件企业进行了较大规模的海外收购。据德勤会计师事务所发布的《2016中国汽车行业对外投资报告》显示,自2013年起,三年间自主品牌汽车和零部件企业已完成海外并购交易共计60宗,涉及金额177亿美元(约合人民币11163亿元),这一数字在2016年继续升高。就并购主体而言,零部件企业是海外收购的主力军,涉及交易在交易总量、总额方面分别占比七成和八成以上。

高田并不是宁波均胜在海外的

第一例收购。早在2011年,宁波均胜就以16亿元人民币的价格收购了德国汽车零部件公司普瑞,此后,该公司又相继完成多起海外并购,并于2016年分别以9.2亿美元和1.8亿欧元的价格收购了美国汽车安全系统公司百利得和德国车载信息系统供应商道恩。如果成功收购高田,这将成为均胜涉及金额最大的一笔收购案。凭借这一宗宗收购,宁波均胜在技术方面有望成为本土零部件企业中的佼佼者。

究其原因,与发达国家的汽车工业相比,我国汽车制造业起步较晚,技术也相对落后。在过去几十年的发展过程中,“重整车轻零件”的倾向使得零部件自主品牌陷入技术空心化的危机。

机遇与挑战并存

在业内人士看来,走并购之路,可以加速缩小上述差距。

宁波均胜此前曾坦言,收购德国普瑞等公司,收获的不仅是顶尖的核心技术,还有一丝不苟的德国标准。“普瑞对我们技术开发和管理理念的提升,起到非常大的作用。”

而得益于海外“精兵”的品牌和渠道优势,2016年上半年,宁波均

胜实现营业收入59.51亿元,同比增长52.66%;净利润2.45亿元,同比增长30%。

无独有偶,浙江万向集团在2012年收购美国电池制造商A123系统公司后,也借助A123的品牌优势和渠道网络成功打入多个跨国整车企业的供应体系。

但另一方面,海外并购又是一把双刃剑。据汽车行业资深评论员、《汽车海外并购》主编水旭观察,全球金融危机让中国企业有了海外并购的良机,但每当有一个比较优质的标的物出现,“财大气粗”的中方企业经常出现哄抢的局面。“外方企业借机涨价,中方企业互相拆台。”

在以往的并购案中,中方企业急功近利的教训屡见不鲜。有中国车企在并购完成后急于拿到外方核心技术,忽视交流融合,导致中外管理人员产生激烈冲突,并购企业的优势资源难以发挥,最后两败俱伤的例子。

“中国企业现在很多零部件并购是盲目的,缺乏战略考量。”陈阳表示,“甚至一些房地产公司也在收购海外汽车配件。”行业跨度过大,又进一步增加了并购的风险。

墙外开花墙内香

除主观上追求海外企业在品牌、技术和渠道方面的优势外,中国零部件车企的海外并购客观上也提高了自主品牌整车集成、自主研发的能力。在水旭看来,当前中国汽车制造业的发展路径是“主车厂往外看,零部件往内看”,即零部件企业通过海外并购将先进的技术引进国内,着力于需求量较大的国内市场;自主品牌整车企业借助低成本高质量的零部件提高整车品质,进军亚非拉以外更广阔的国际市场。

根据日前英国品牌价值及战略咨询公司Brand Finance公布的2017年全球汽车品牌价值百强名单,中国有15个自主品牌入围。除了吉利、长安、江淮、北汽等原有品牌,哈弗、五菱、长城和宝骏也在今年崭露头角,杀进百强。“国内零部件和整车企业形成了一个相互呼应的闭环。”

2017年,世界政治局势的变化势必会波及汽车行业的发展。美国总统特朗普计划提高对华关税、英国脱欧的后续影响以及我国逐渐趋紧的外汇政策等一系列政治因素对中国汽车零部件企业海外战略的影响还有待观察。

◆ 企业动态

中国电建承建的安哥拉道路修复项目竣工

本报讯 近日,由中国电建承建的安哥拉聂莱亚道路修复项目竣工。

聂莱亚道路修复工程的业主是安哥拉国家公路局,合同工期14个月,中国电建东南非区域总部、安哥拉国别代表处和项目部通力配合,提前两个月完工。项目主要内容为12公里的市政道路路修复,主要工程量有路面结构为125px的沥青混凝土面层,500px的天然颗粒料改良基层,500px的天然颗粒料底基层,以及市政道路修复配套的排水沟、人行道、路沿石等公共附属设施及整个城市公共照明系统。

聂莱亚道路修复项目建成后,先后获得安哥拉国家公路局比耶省公路厅颁发的“比耶省2015-2016年优质工程”和安哥拉比耶省政府颁发的“2016年优质工程”荣誉证书。作为承包商的中国电建荣获安哥拉国家公路局比耶省公路厅颁发的“比耶省2015-2016年优秀承包商”、聂莱亚市政府颁发的“社会贡献”证书。

(安如澜)

山东如意收购英国风衣品牌

本报讯 3月2日,中国纺织品企业山东如意集团收购英国百年品牌Aquascutum的消息被落实,被收购品牌运营方YGM贸易有限公司发布公告,本次交易宣布以1.17亿美元达成。

继买下Sandro、Maje和Claudie Pierlot后,买到停不下来的山东如意又入手一个奢侈品牌,意在何处?

如意集团董事长邱亚夫表示,收购外资品牌是如意集团从产业链上游走到下游的现实需求,这能使其切入价值链的高增值环节,提高其在国际分工中的地位。他还表示,公司正从纺织服装制造企业向全产业链国际时尚集团转型。如其所说,“如意集团的核心竞争力就是通过大范围、大规模的企业收购、并购,快速壮大自己。”

而Aquascutu已几经易手,处劣势之态,将为山东如意提供进一步整合服饰品牌资源的机会。

“但作为中国企业在与国际时尚行业进行对接的过程中,也不免有所担忧。”上海良栖品牌管理有限公司总经理程伟雄表示。在企业兼并的过程中品牌思维存在差异性,团队管理也会因企业文化不同而提升难度。

山东如意集团2016年业绩快报显示:2016年度,山东如意实现营业收入10.65亿元,同比下降17.97%,实现归属于上市公司股东的净利润同比上升15.03%。

(唐珊珊)



两会声音

刘永好:员工得年轻 企业得“走出去”

实体经济遭遇寒冬的讨论由来已久,当下,企业经营如何?“两会”期间,全国人大代表、新希望集团董事长刘永好表示,目前,国内实业企业转型困难,传统的压成本、扩规模的方法已经失效;不少企业的管理层年龄偏大,转型意识不足。

尽管艰难,这中间仍然有机会。刘永好提倡企业向年轻化、多元化转型,寻找更广阔的国际市场也是方法之一。

1993年,刘永好当选全国政协委员,今年已是他参加“两会”的第25个年头。1993年,刘永好创办的

新希望集团有10亿元的销售规模,如今已达千亿规模;员工也从数千人增长到数万人,遍布全球。

这20多年里,中国经济变化翻天覆地。刘永好坦言,早年产品供不应求,生产多少卖多少,空间比较大。现在由于经济调整、产业过剩,毛利非常低,各项成本很高,实体经济普遍感到压力。

不过他反问:“同样是实体经济,美的为何每年销量都在增长?利润一年比一年高?为何华为做得这么好?还有很多别的企业也做得特别好?”“不是说实体经济不行,而

是在于你我行不行。”

新希望集团目前也在做调整,力求实现员工年轻化,进一步布局金融业,设立互联网银行、业务多元化、国际化也是新希望发展方向。

1997年,新希望在越南开设了第一家饲料厂,此后多年一直在东南亚布局。从2013年开始,新希望的海外扩张快速提速,并瞄准了发达国家的知名企业。

2013年,新希望收购了澳大利亚大型牛肉加工商KPC,将其养殖规模扩大到50万头。2015年7月,新希望乳业与Moxey家族、Perich

袜业引进先进设备 厂家赶制出口订单

3月2日,浙江省诸暨市大唐镇浙江袜业有限公司员工正在智能袜机生产车间赶制订单。

2016年以来,该公司通过引进先进设备,加强内部管理,完成技术改造。今年1至2月,每月产量达1500万双,目前全年订单都已排满,预计全年自营出口可同比增长30%以上。

中新社发 郭斌 摄

集团及澳大利亚自由食品集团,合资成立澳大利亚鲜奶控股有限公司;同年在美国收购了知名谷物和能源贸易商蓝星公司20%的股份。2016年,新希望旗下的草根知本全资收购了澳洲保健品企业Natural Care。

新希望集团已在30多个国家和地区,拥有50多家企业,2016年,其海外生产产品销售额约占总销售额的10%。刘永好表示,希望能够通过未来数年的努力,将海外销售比例提升至40%。

(李伟)

一个海外投资人眼里的人工智能

■ 本报记者 张琼文

寻找泡沫里的机会

王维嘉发现,国内公司大多是商业模式创业,缺少技术积累。一个模式出来,很快就有很多公司复制。比如在机器人领域,目前,国内有3000多家机器人公司,仅深圳就有300多家。其中的好项目不多,更多的是扎堆于同一个项目。

这时只有尽可能降低投资的技术风险。首先,判断一个项目到底是不是AI。其次是对公司核心技术的判断。总之,投资要有火眼金睛。“有些公司用高科技比如广义相对论原理做外衣,一看就是骗子公司。”

王维嘉不否认,有些领域已经出现泡沫,在自动驾驶软件、机器人领域尤其明显。在这些拥挤的领域,也不是没有机会。“因为目前中国应用市场没有做算法的,都是数据为王。如果你能掌握一个行业的原始数据,你就获得了优势。”他说。医疗行业就是这样——个前景可观的领域。“假如搜集到所有医院的诊疗数据,利用人工智能进行分析,

经济。”王维嘉听后当即予以反驳,“如果回到计划经济,竞争没有了,如何满足我们自身的不同需求?”在他看来,AI和大数据的出现可以使经济运行更有效率。因为竞争的存在,创新才不断出现,效率才得以提高。

像其它技术创新一样,AI刚出现时,被“吹”得很好,行业形成一个大泡沫,但后来资本热情消退,泡沫破灭,只有少数公司依然坚守,等到春暖花开时,行业才趋于稳步发展。

这是王维嘉遵循的投资规律。他认为,所投项目要有最大的技术落差,也就是中美国的技术落差达到最大值时。

光有技术,没有市场基础也不行。几年前,移动互联网风生水起,王维嘉关注到国内的几个项目,几经接触后却作罢,因为当时“美国技术在国内还没有好的应用市场”。

现在的国内市场不一样了。“在未来5到10年,投资人如果能拿到世界上独家的技术,赚钱就比较容易。”他说。

开发出的项目一定有市场。”

中国有机会“弯道超车”?

下一个10年,人工智能会经历“爆发式增长”,竞争也将日趋激烈。很多人问王维嘉,与美国企业相比,中国企业有没有机会“弯道超车”?他认为,中国会很快赶上,不过现在来看很难真正超车。

虽然中国企业看似与美国企业站在同一起跑线,但在技术层面,美国已有五六十年的历史积累,掌握着行业核心技术,远远领先于“后来者”的中国企业。

但国内企业也不甘于落后。一些大型互联网企业包括BAT(互联网公司百度、阿里、腾讯的英文首字母缩写)已在用户市场积累了海量数据,借助这一优势,不断发力人工智能市场。

此外,不乏一些中国企业“走出去”与美国企业并购合作的例子,比如2016年美的集团成功收购库卡机器人公司。通过收购促进自身技术升级改造,同样不失为中国企业提升国际竞争力的一种途径。

◆ 市场前沿

德勤提醒:关注TMT行业海外并购后整合风险

3月3日,德勤中国在最新发布《科技、传媒和电信行业企业对外投资报告》中指出,全球科技传媒和通信(简称“TMT”)行业的投资并购环境交易数量在过去5年间逐步增长,2012至2016年间的年复合增长率为7%,在投资并购案涉及的所有行业中排名第二,仅次于金融服务行业。报告同时指出,TMT行业的平均交易额自2012年以来也在不断增长,维持在2亿至4亿美元的水平,2016年更是创下近5年的新高,达4.4亿美元。

TMT行业主要包括科技、互联网、传媒和电信四大细分行业。其中,针对科技和互联网行业的并购交易数量增长最为突出,两者在2012至2016年间的年复合增长率分别为9%和8%。

德勤认为,虽然中国投资者参与的并购项目按交易金额计,并未在2016年跻身TMT行业十大并购交易之列,但是中国投资者在海外并购的活跃程度无疑居全球各国之首。据统计,在2012至2016年间,中国TMT行业的海外投资增长迅速,并购数量的年复合增长率高达27%,比境内并购数量的年复合增长率高出两个百分点,且交易金额也在五年内增长了约6倍之多,这表明中国企业正在大刀阔斧地收购海外的优质资产。总体来看,在TMT四大细分行业海外并购的案例中,并购数量增速最快的是科技行业和传媒行业。

德勤中国管理咨询合伙人李伟杰认为,这表明中国企业对国外先进技术非常感兴趣。相比之下,国内互联网行业的蓬勃发展甚至领先于欧美发达国家,其海外并购数量年复合增长率低于科技与传媒行业。

纵观全球并购交易的失败案例,德勤发现,在并购后的整合期出现问题从而导致交易失败的案例占整体失败交易案例的一半以上,并购后的整合不利因素包括整合目标和计划制定的缺陷,整合推进的终止以及协同效应;而由于交易前操作的不力,如并购目标和方向判断的失误,未能进行详实的尽职调查等导致并购失败的案例则占整体失败案例的三成;真正由于交易谈判破裂导致并购终止的案例仅占整体失败案例的不足两成。

因此,德勤建议中国企业在并购过程中必须关注以下四大要点:一是控制目标企业的“大脑”,尽早建立与管理人员的沟通,防止目标企业核心管理层人员的流失;二是抓紧目标公司的“钱袋子”,及时控制目标公司的财务权,防止过渡期发生过多支出;三是维护销售的“稳增长”,与客户保持积极和及时的沟通,评估客户流失的可能性与潜在损失;四是派驻中国管理人员作“桥梁”,明确中方派遣人员的角色与职责。

(吕锦明)

未来中国分享经济将保持年均40%高速增长

本报讯 国家信息中心分享经济研究中心近日发布的《中国分享经济发展报告2017》估算,2016年我国分享经济市场交易额约为34520亿元,比上年增长103%,共有6亿人参与,比上年增长11亿人。

《报告》指出,随着出行、短租、医疗等领域多点开花,分享经济正在成为最活跃的创新领域。2016年分享经济企业的融资规模达1710亿元,比上年增长130%。知识付费、网络直播、单车分享呈现爆发式增长,迎来“发展元年”。与此同时,拥有分享基因的各类众创平台大量涌现,经过政府部门认定的“众创空间”超过4000个。

西安邮电大学经管学院院长张鸿认为,分享经济强调“使用权”,无论是资源还是技能,对于拥有者而言因为私有化而没有得到充分利用,如今则因为互联网和电子商务的发展得到更广阔空间。他说分享经济的初期是布局,而现在已经开始进入中场阶段,如果不能完成商业模式的转化,那么就只是水中镜月。

《报告》还预测,未来几年,我国分享经济将保持年均40%左右的高速增长,到2020年分享经济交易规模占GDP比重将达到10%以上。

(魏宗明)