

# 绿地海外推“产城模式” 吸引优质资源

本报记者 李霖轶

8月18日,绿地控股宣布与平安信托、雅居乐集团和宝丰资本,正式收购位于南旧金山的牡蛎湾项目,预计项目总投资将超过10亿美元。其中,绿地控股为第一大股东,并将全面负责该项目的开发、运营及销售,绿地意在将产城融合模式带入美国。

对于绿地的新动作,业内人士普遍认为,中国房企已不满足于对海外市场单纯的资本输出,而正进一步谋求与国际市场在技术、模式、资源等方面的多层次对接。

## 掘金产业地产

房地产行业进入下行周期后,众多房企进军产业地产,试图寻找利益增长点,但是,囿于各种因素,房企在产业地产领域的“掘金之路”充斥着不确定性,但这并不影响房企对产业园区的狂热。

据介绍,南旧金山牡蛎湾项目开发面积共计225万平方英尺(约21万平方米),含公共空间与配套休闲设施。新项目将分期进行开发,一期开发位于地块南部。在获得南旧金山市政府对街道、公共事业和土地平整等基础设施建设方案批准后,一期开发预计于2018年中启动,开发面积约50万平方英尺(约4.6万平方米)。

绿地在全球早有布局,在亚洲、北美、欧洲、大洋洲均有项目在,在大洋洲,悉尼绿地中心出现开盘即售罄的情况,北悉尼绿地项目平均成交单价超过9万元/平方米,一度刷新北悉尼新房单价纪录。据悉,自进入澳洲市场以来已累计实现销售85亿元人民币。

与以往不同的是,此次的旧金山牡蛎湾项目,绿地首次将产城模式落地海外。

“该项目不仅面临稳健、向好的市场前景,同时还具有产业地产属性,而这恰好与绿地在国内丰富的产城项目开发经验、资源相契合。”绿地



绿地在海外富人区投资建设的海景公寓

控股董事长、总裁张玉良表示,绿地并不满足于将其作为普通地产项目开发,更希望将其打造成为美国科技成果输入国内的窗口和在美创业人才的孵化平台,并带动中国生物科技产业企业在美开展研发合作。

当然,南旧金山本身便在生物科技方面独具优势,南旧金山已获得生物科技领域的数项世界第一;获得风险投资、天使投资最多,美国国立卫生研究院政府拨款最多,生物科技专利数量最多,产业园区数量与质量第一,被称为世界最大生物科技产业集群。

南旧金山市自然而然成为了绿地的不二选择。

## 重在输出“产城模式”

据悉,南旧金山市被称为“生物科技的发源地”,目前共有200余家生物高科技公司在此落户,拥有2万余名科技研发人员。

南旧金山市建有16个生物科技产业园区,占地超过110万平方米,除了基因泰克以外还有全球生物制药巨头安进(Amgen)、罗氏集团、强生公司所属强生实验室(JLABS)、辉瑞和Intrexon等。今年2月,谷歌公司宣布“谷歌生命科学”将迁至南旧金山市,年底将有首批400余名科研人员入驻。

“绿地集团投资海外产业园,更多的是从科研技术研发角度进行的。”易居研究院智库中心研究总监严跃进对《中国企业报》表示,如果是单纯做产业园,对其来说,并购此类项目的难度其实是不大的。另外,绿地本身在海外市场的投资力度也在加大,所以本质上此类投资问题不大。但更深层次的原因在于,绿地是希望在技术研发和培育方面有先导优势。

据介绍,对产业园区来说,实际上目前是一个平台,但如何挖掘新技术,同时鼓励各类机构资金一起参与

项目的培育,是非常关键的,在这一点上,绿地显然有这样的一个眼光。业内人士由此也建议,对于此类商业模式的后,可以和华夏幸福等“有经验”的企业做交流。

华夏幸福在此类业务上也是有一些积极投资和探索的经验。

今年6月份,华夏幸福与印尼企业马龙佳集团旗下地产开发运营的旗舰企业AS签订协议,在印尼万丹省唐格朗县内约定区域共同打造集产业、居住和商业为一体的新城,双方将在合作区域内进行独家合作并分享联合开发产生的共同利益。这意味着华夏幸福首个海外产业新城的落地。

严跃进同时表示,房企海外做产业园区,仍存在一些风险点,很多新技术的获取到最后技术商业化,还是需要很长时间的。而且在新技术团队的筹建方面,其实也是各类困难的。后续需要不断增强相应的专业人才队伍建设,否则意义不大。

# 多家房企海外布局

近几年来,中国房地产企业兴起一股猛烈的海外扩张风潮。目前,包括万科、万达、新华联、绿地、碧桂园、万通控股、SOHO中国、中坤等在内的多家房企已实现海外布局。这些房企的扩张思路各有千秋,或专注旅游地产,或钟情住宅项目。新华联集团董事长傅军称,随着国家“走出去”战略步伐的加速与海外市场投资商机的涌现,取道海外拓展已成为实力企业转型升级的“必修课”。

本报在此对部分中资企业近年来在海外的重点开发的案例予以盘点。

## 万科6.78亿元首次进军新加坡市场

万科自从宣布与新加坡吉宝置业建立战略合作伙伴关系后,就开始双方首个合作项目,即在新加坡东部丹那美拉区建设一座有726个单位的住宅楼。

资料显示,该项目将是新加坡丹那美拉的一个公寓项目,万科通过其全资子公司将以总额约1.355亿美元(约合6.78亿元人民币)现金向吉宝置业收购该项目30%的权益。

据了解,该项目是吉宝置业先期在一次政府招标中以4.3455亿美元的价格竞得的3.2公顷地块,位于新加坡成熟住宅区,周边有许多购物商场、生活配套设施及丰富的娱乐休闲设施。这个合作项目的开发将由吉宝置业牵头。

## 万达三盘齐推建设高端海外项目

万达集团为扩大海外地产项目,以三盘齐推之势,重推旗下在澳洲黄金海岸、美国芝加哥和西班牙马德里的三个高端地产项目,力度之大,为近年来中国房地产行业进军海外之少有。

在此之前,万达集团就在英国开启了万达海外项目的首个作品——万达·伦敦ONE,该项目首次亮相即受到海内外市场的追捧,创造了近年来英国房地产项目少有的热销传奇,也为万达在海外布局打下了坚实的基础。

“我国的海外旅游、购房消费每年有2.5万亿,哪怕三分之一拉回到中国国内就是10000多亿,什么概念?我们(GDP)立刻就增长一个百分点。”这是万达集团董事长王健林在8月25日的一个公开商务活动上作出的表示,由此推测,万达集团的海外投资还会继续。

## 新华联投资百亿试水海外文旅地产

在8月26日公布的“全国民营企业500强”名单中,位居第46位的新华联集团,在多元化转型的路上也正式启动了海外发展计划。该公司与韩国黑石度假村株式会社签署项目合作协议,共同出资350亿韩元设立韩国锦绣山庄株式会社,其中新华联占90%股权。

据了解,韩国项目定位是文化旅游项目。该项目总建筑面积70万平方米,拟分三期开发,总计划投资逾百亿元。而在此之前,该公司拟以3亿元购买马来西亚柔佛州梅蒂尼B区9幅地块,建设南洋度假中心。

## 绿地30.76亿元投资悉尼最高公寓楼

当绿地海外项目完成亚洲、欧洲的布局后,绿地集团宣布,与加拿大基金Brookfield集团达成一项合作,就澳大利亚悉尼CBD区域的一栋办公楼及一栋历史保护建筑的收购签署正式合同,绿地集团将在悉尼市中心,投资建设当期悉尼最高公寓楼——超过240米的“悉尼·绿地中心”及配套商业和高星级酒店。这是中国房企在澳洲最大规模单笔投资,也是绿地集团超高层地标性建筑品牌“绿地中心”首次落地海外。

该项目总投资约为4.8亿澳元(约30.76亿人民币),经中国政府有关部门批准后才正式动工。

## 中海海外国际化战略悄然展开

中国海外发展有限公司以在英国伦敦购买一栋写字楼为开始,作为国际化战略的第一步。这个项目耗资约2亿英镑,但是未对外透露更为具体的信息。以中海外公司董事长孔庆平的话说:“这个是在海外投资的牛刀小试,我们会节奏,比较理性地去扩展海外业务,以控制风险为主要考虑。”

不仅在英国,中海外在其他国家的业务拓展也已拉开帷幕。在此之前,中海外收购了有海外业务的远东环球,远东环球可以作为中海外海外扩展的一个平台。

与万科的美国战略相比,中海外的海外战略则更为低调审慎。

## 碧桂园100亿元加码马来西亚市场

碧桂园在马来西亚的投资项目一直高开高走,投资金额不断加大,有数据显示,碧桂园在马来西亚的投资总额,已远远高出100亿元人民币。

“30万,全家可获马来西亚居留权。”碧桂园在国内推销马来西亚产品时,附带宣传马来西亚第二家园计划,即可申请在该国拿到绿卡成为最大亮点。

资料显示,马来西亚“第二家园”计划正是吸引国内客人的因素之一。另一个吸引中国买家的因素,是马来西亚相对轻松的购房条件。

碧桂园集团相关负责人介绍:“并不是说买房子就能送国籍,但购买房子后,公司会在客人申请‘第二家园’的过程中提供必要的协助,并给予一些价格上的优惠。”

在碧桂园看来,马来西亚许多地方的房地产市场处于起步阶段,接近国内10年前的水平,未来的价格上升空间会给出一些有投资意愿的买家提供机会。由此推断,该公司在马来西亚的后续投资有望增加。

(以上文字由本版编辑综合整理)

本版主编:萧一鹏

# 中新经贸持续发力,畜牧业合作继续当“领队”

本报记者 李霖轶

据2016年7月末新西兰统计局公布的统计数据,中国已持续成为新西兰产品主要的出口目的地。6月份,新西兰对华出口额同比增幅达到17.7%,净增3.7亿新西兰元(约合2.7亿美元)。

随着中新两国经贸的愈加紧密,新西兰出口中国的产品以初级产品为主,但不再局限于畜牧业。众所周知,中国成为新西兰企业越来越重要的市场,而新西兰一直是中国重要的投资国。值得期待的是,在未来,中国与新西兰的“化学反应”将更加激烈,但仍将以畜牧业的合作为主。就中新两国贸易出现的新变化,《中国企业报》记者日前专访了新西兰驻华大使麦康年(John McKinnon)。

《中国企业报》:中国与新西兰的经贸关系,多年来保持着稳定、健康的发展态势,早在2008年,新西兰成为第一个与中国达成双边自由贸易协定的发达国家。请问,自该协定正式实施以来,中新经贸在互利机制建设上,出现哪些新的变化和特点?

麦康年:2008年的协定是中西现在经贸关系的一个重要出发点,新西兰出口到中国的商品大部分是关于食品的。2001年,中国还是新西兰第六大贸易伙伴,现在已经是第一第二的位置。这些变化源于中国贸易的发展和进步,中国消费者对新西兰生产的商品需求越来越大,而新西兰的商品在中国人眼中是高质量、安全的代名词,这也是双方经贸发展的基础。在投资方面,中国的五大乳制品公司都在新西兰投资,中国企业在新西兰越来越重要了。现如今,中国是



新西兰驻华大使麦康年接受本报记者采访 本报记者 王金骥/摄

我们在世界上很大的一个市场,这是和之前不同的。

《中国企业报》:随着中国各类市场的全面放开和双边经贸合作关系的不断发展,两国的经贸形式有哪些新变化?其中,新西兰在华投资主要涉及哪些领域?业已投资的项目进展如何?

麦康年:新西兰在华投资并没有中国到新西兰投资那么大。新西兰企业恒天然和贝因美宣布计划建立全球伙伴关系,两家公司签署了贝因美在华销售恒天然旗下安满品牌产品的经销协议。我们很重视新西兰企业在中国的业务。很高兴看到的是,在上海已经出现了为新西兰初级产业公司提供服务的公司。

《中国企业报》:受宏观经济形势和其他市场竞争主体的影响,新西兰市场对包括中国在内的外国投资者,将有哪些项目更开放,哪些项目相对收缩?

麦康年:新西兰在中国出售的一

些产品,大多数都是因为中国消费者的需求,中国的经济情况对新西兰是有一点影响,乳制品、留学机会、旅游保留了一些需求。第二,在电商方面,新西兰会有一些新的尝试。

新西兰生产的95%乳制品都是出口世界各地的,国内的需求并不怎么大,我们对所有出口的产品都有一套食品安全体系,以保障乳制品的安全和质量。新西兰的乳制品在中国很受认可,未来在中国的市场将会扩大。新西兰是一个开放的国家。中国到新西兰投资的项目越来越重要。最近几年,中国在新西兰的投资增加了5倍,这是非常大的发展。未来,中西的合作不只是一是初级产品和旅游,将在科技、家电、环保等方面有所尝试。

《中国企业报》:中国提出的“一带一路”发展战略,对沿线各国都将带来新的发展机遇,新西兰为此是否做过专门的承接规划?还有,在园区建设方面,中新双方有无合作先例或目标计划?

麦康年:我们认为“一带一路”是很重要的,意义重大,“一带一路”的范围很广。有一部分关系到新西兰,按照目前的发展来看,“一带一路”里面有很多项目,这些项目新西兰企业可能会感兴趣,我们会多了解“一带一路”的具体项目。

《中国企业报》:中国政府相关机构最近发文,鼓励中国的中小企业走出国门,到国外发展,对企业的本身来说,他们也一直有着“走出去”的愿望。但根据既有经验,“走出去”的中小企业总是面临各种各样的问题,甚至导致投资失败,你觉得中国中小企业赴新西兰投资,如何做才能少走弯路,提高双方的共赢概率?

麦康年:新西兰的投资基本情况比较好,不管是税收还是一些规则方面,我们很欢迎国外的公司,在美国传统基金会(Heritage Foundation)编写的“2016年经济自由度报告”中,新西兰投资环境排名第三。

在经贸政策方面,基本上,新西兰为新投资企业创造各种便利条件。新企业登记的时间不超过一天,财产登记不超过两天,在语言、法律规则、产业等方面,投资者或应该进行比较仔细的风险调查,最终做出可靠的决定,整体上,新西兰的产业发展前景良好。

《中国企业报》:在中新经贸合作方面,未来一两年的规划是怎样的?

麦康年:2014年,中国和新西兰共同宣布人民币同新西兰元直接交易;两国设定了双边贸易额在2020年达到300亿新西兰元的新目标。这对我们来说是很大的挑战,但我们到2020年将完成这一目标。我们仍将以畜牧业为主,同时在新的领域扩大发展,服从世界各个国家消费者的需求。