

海外投资成房企利益增长点 阻力难掩“出海”魅力

■ 本报记者 李霖轶

中国资本已经成为世界上第二大跨境房地产投资来源,仅次于美国,超越了加拿大、香港和新加坡。

据世邦魏理仕数据显示,2016年上半年,亚洲投资者跨国房地产投资总额达270亿美元,中国资本为投资主力,约占总额的60%,该数据较去年同期增长超过一倍。

房企巨头 热衷于海外投资

在房地产业进入“白银时代”后,众房企纷纷“出海”。甚至有专家认为,房企“出海”将迎来海外投资的黄金十年。仲量联行数据显示,2015年,国内开发商的海外投资规模达到了251亿美元,同比2014年高出近50%。

事实上,海外房地产近几年一路飘红,不管是消费者,还是房地产企业。这其中不乏万科、万达、保利、绿地、中海、碧桂园、华夏幸福、复星、恒大、金地、世茂等房企巨头。

万达作为海外扩张的代表性企业之一,其商业地产主要布局在大洋洲、北美洲和欧洲。据万达的相关负责人对《中国企业报》记者表示,自2014年以来,万达注资20—30亿英镑在英国开展城市改造项目,而2016年,万达还携手日东集团投资数十亿澳元在黄金海岸建设主题度假村以及主题公园。

而英国《金融时报》称,万达集团在伦敦九榆区(Nine Elms)的“伦敦一号”酒店及住宅楼项目获得了平安银行提供的5亿英镑贷款。不难看出,万达的海外布局走的是长线发展方向。

与此同时,万科的海外布局也在不断加速。近期,据英国媒体消息,万科以1.15亿英镑(合10.22亿元)在英国伦敦核心区域购买了一栋写字楼。这是万科在英国的第一个写字楼项目,也是万科进军英国商业地产市场的第二笔投资。

而在海外持续发力的绿地,其海外版图遍及纽约、洛杉矶、伦敦、悉



尽管海外投资这条突围之路并不容易,从目前的发展趋势与空间来看,海外投资仍是众多房企的持续发展战略。

尼、莫斯科、多伦多等地。据绿地相关负责人介绍,绿地在美国的布局主要集中在商住两用及综合体项目。

除现有投资项目外,还将关注纽约、洛杉矶、旧金山等地的投资机会。此外,绿地在海外的产业项目也有所尝试。

来自商务部的数据显示,中国对外直接投资连续13年实现快速增长,今年前8月对外直接投资额超过去年全年。其中,房地产行业对外投资迅猛。

据公开资料显示,2013—2015年,中国房地产投资在海外市场的投资屡创新高,投资总额以年均50%左右的速度增长。

多位房地产分析人士认为,全球经济形势、汇率变化以及房地产行业的周期性调整,是房企“出海”投资的主要推动力。

投资遇阻 难掩“出海”诱惑

房地产企业纷纷在海外寻找新的利润增长点。但是,囿于各种原因,开发商们在海外的“突围之路”并不顺利。

此前,万达酒店发展发布公告称将出售西班牙大厦所在项目公司的全部股权,代价为2.72亿欧元。投资该项目两年后,万达亏了约2亿元,这也是万达赔本出手的原因。此前,为人熟知的“西班牙地标事件”也是因为万达与当地政府的纠纷而作罢。

近年来,大步迈向国际化的绿地集团,在澳洲悉尼斥巨资投入的最高住宅楼项目遇到一些麻烦,绿地中途与建筑商Brookfield Multiplex解约。而绿地最早建成交付的韩国济州岛项目,也曾因为当地政府换届而遭遇纠纷。

尽管海外投资这条突围之路并不容易,从目前的发展趋势与空间来看,海外投资仍是众多房企的持续发展战略。

同策咨询研究部总监张宏伟认为,大型房企在全国化布局基本完成的情况下,从战略角度看,需要国际化。他甚至预计2015—2017年三年,品牌房企“出海”动作将更加大。

《中国企业报》:您如何看房企“出海”的机遇和风险?未来海外投资将是何种发展态势?

蔡为民:海外投资正在蓬勃的发展,但是距离真正的成熟期,至少还有8—10年的时间。房企基于当前的投资环境,发展趋于恶化,但是中国和国外的关系愈加紧密,所以影响中国经济的因素越来越多,不管是对于房企还是对于消费者,他们都在寻求一个途径避免财富缩水。海外投资有广阔的发展空间,全球化使得海外投资更加便利。但走完国内的黄金十年,到海外继续下一个黄金十年,这无异于痴人说梦。面对海外几百个陌生的国家,房企怎么做有效的布局很关键。国外项目的操作是比较难的、人力物力的投入也非常大,房企布局海外要非常慎重。

严跃进:外国市场对于跨境资本流入的管制措施松紧是需要重点关注的。如果收紧,那么风险会增加,这是值得关心的一个问题,这会引起此类投资潜在的收益减少。大体上说,海外投资也会追随部分市场需求的变化,比如说近期类似泰国等市场的旅游度假等需求上升,这会引起很多投资者到此类区域积极进行投资,房企的投资重心也会随之发生变化。

“产城融合”的模式 在海外是否行得通?

■ 本报记者 李霖轶

目前的房地产行业,“高烧不退”的不仅是“海外投资”,还有“产业地产”。日前,2016火花S-Park中国产业地产30强榜单发布,一批新晋势力让业界大呼意外。

但是,对于房企“出海”投资产业项目,业内人士并不十分看好,火花S-Park创始人宋振庆表示,“房地产企业在海外做园区并不具备太多优势,在国内做好产业园区更加容易,也更重要。”

海外产城模式热度不减

近日,华夏幸福下属子公司与越南同奈省国有控股企业信义集团在越南签署《谅解备忘录》,宣布在越南胡志明市东侧同奈省的东贡新城和安科工业区共同打造产业新城。这是继与印尼ASRI公司、印度哈邦达成合作后,华夏幸福在国际产能合作及全球化布局上的又一动作。据悉,华夏幸福目前已在全球打造40余座产业新城。

在这之前,绿地也在美国斩获产业园项目。绿地控股宣布与平安信托、雅居乐集团和宝丰资本合作,正式收购位于南旧金山市牡蛎湾项目。

而碧桂园在马来西亚柔佛州开发的绿色生态城市——碧桂园森林城市意欲建成为一座“产城融合”的城市。碧桂园相关负责人告诉《中国企业报》记者,碧桂园还将积极拓展海外“产城融合”项目。

这些房企在海外都不谋而合地选择了“产城融合”的发展模式。科技部可再生能源与国际合作计划办公室主任赵刚曾对媒体表示,在“一带一路”战略大背景下,房企海外投资选择“产城融合”的新模式是可取的。他认为,产业能带动经济,在产业推动过程中,房地产、基础设施配套联动起来,这种模式比较符合发展中国家。

产城模式移植海外水土不服?

“产城融合”确实是产业地产的必经之路,但是“产城融合”的模式在海外是否行得通?是不是适合所有的企业来操作?

其中一个备受争议的项目——碧桂园在马来西亚的森林城市项目,自开发建设以来,因所处位置、购买人群、资金周转等多方面因素受到非议。但碧桂园相关负责人告诉记者,截至7月底,森林城市推出出货量127亿元,销售已经超过100亿元,去化率达到79%。碧桂园总裁莫斌曾对媒体表示,森林城市采用“以销定产”的原则,卖多少建多少,滚动投资。

对此,复旦大学房地产研究中心地产运营研究所所长蔡为民表示,该项目最大的问题是,马来西亚青山(也就是碧桂园森林城市附近)长期以来都是新加坡务工人员聚集地,这使消费者对项目的居住安全度会有疑虑。

蔡为民同时表示,碧桂园森林城市是中国房企出海最有规模的一个项目,从无到有,在规划上都做了一些构思。事实上,大多数的海外项目都是基于投资的,投资的话不免对项目夸大,最后造成投资者的失望。经过这几年的探索,碧桂园在海外已经慢慢摸出一些门道了,而其他房企的项目规模与碧桂园森林城市的规模差距甚远,这也导致这些房企难以复制碧桂园的操作模式。

一位不愿具名的业内人士对记者表示,“房企在国内提出“产城融合”概念是相对容易的,基于对这座城市的了解,房企很容易去参与到这个“产城融合”的过程中,而“产城融合”更多的是对产业链的整合,房企在国内的发展情况并不是特别理想,在海外想进一步输出比较难。”

欧盟驻华使团 在成都开讲欧洲创新政策

■ 本报记者 龚友国

近日,由欧盟驻华使团、欧盟委员会科研总司主办的欧洲创新政策大讲堂在成都高新区菁蓉国际广场举行。欧盟驻华使团科技参赞薄思睿、欧洲创新政策专家曼弗雷德·霍瓦特及前中国驻奥地利大使馆科技参赞叶建忠等在大讲堂中发表主题演讲。来自中国创新创业政策制定机构、大学、创业企业、孵化器各方代表400余人参加了此次活动。

大讲堂中主题演讲以“欧盟创新、研发政策和计划之发展及现状的几个方面”为题,从欧盟研发与创新政策的演变着眼,涉及欧盟RTD框架计划、“里斯本战略”、欧洲2020与创新联盟以及最新欧盟创新政策范例等内容,使得与会者对欧盟科研框架及创新政策有进一步的了解和认识。参会代表告诉《中国企业报》记者,通过了解1996欧洲创新行动计划、2000“里斯本战略”以及新的框架计划——“地平线2020”计划的情况后,确信知识与创新是欧洲发展的中坚推动力量。而在中国,创新也真正开始成为主流,未来,企业在自身的创业与发展过程中,将始终把创新当成核心竞争力。

“本次大讲堂旨在促进成都高新区企业了解欧盟的政策,推进成都高新区创新政策的实践,建立创新个人、创新组织、创新城市、创新国家、创新社会的切实培育新体系。”成都高新区相关负责人说,围绕当下欧盟国家创新政策的实际情况,解析投融资政策开展和实施的成功经验,将为成都高新区企业“走出去”提供导向。

值得一提的是,这类中欧创新交流活动已经成为常态。11月初,第十一届欧盟投资贸易科技合作洽谈会将在成都高新区召开,这也将是欧洽会连续第十年在成都高新区举行。十年之间,以欧洽会平台,成都高新区与欧洲的“缘分”不断深化,截至目前,成都高新区已与28个欧盟成员国近60个相关机构建立了广泛的合作关系。

本版主编:萧一鹏

房企海外投资初期成本偏高 距成熟期仍较远

■ 本报记者 李霖轶

自2012年以来,海外投资的热潮兴起,房地产企业频频“出海”,海外投资者逐年增加。事实上,国内的房地产从“黄金十年”走到现今的“白银时代”,这使得相当数量的房企和投资者将目光瞄准海外。但是,海外投资目前是怎样的发展态势?房企是否陷入困局?海外投资未来何去何从?对此,《中国企业报》专访了复旦大学房地产研究中心地产运营研究所所长蔡为民和易居研究院智库中心研究总监严跃进。

《中国企业报》:近两年,房企频频“出海”,最近势头愈加猛烈,您觉得造成这种现象是什么原因?

蔡为民:国内的房地产从“黄金时代”到“白银时代”,很多开发商面临经营压力。这压力主要来源于土地成本、人力成本、融资成本的上升以及通货膨胀。从2014年人民币开始走贬,我们可以看到大量的资金外流,这不完全是房地产的资金。表面上看,大量的房企包括个人把大量资金向外转移,相当部分的房地产企业是在真的开发项目,但是也必然有部分企业将资金转移到海外,避免汇率变动而带来损失。

严跃进:输出产能是一个非常重

要的出发点,很多地产企业在国内市场的投资被认定为比较饱和,比如说重点城市基本上已经布局,传统开发模式创新的空间也不大,这个时候适当投资海外也是积极且有意义的。另外,企业成长也要求企业积极“出海”,通过海外投资促使房企的投资视野放开。从企业成长角度看,也需要经历这一步。

很多企业投资海外,其实也是希望在投资层面有一个较好的视野。国内土地市场过热,使得部分房企积极进入了海外土地市场,甚至是部分中型房企也开始进入海外土地市场。从这个角度看,规避国内拿地风险,尝试培育海外投资技巧,这都是此类房企投资策略转变的体现。

《中国企业报》:业内有一种声音,房企的海外投资项目大多数消费人群是中国人,您如何看这一现象?

蔡为民:这是必然的现象,大量的中国人到海外购置置业,会选择有代表性的品牌企业。因此,万科、万达碧桂园等的品牌效应在海外将达到最大化,中国人对这些品牌的陌生感最低。另外,由于各种原因,很多中国房企在海外开发的项目当地人也不会去买。

严跃进:从消费群体看,针对海外的中国人进行置业项目开发和营销,

成本不高,且能够形成社区的培育,即圈层效应。同时,从营销层面看,不用专门在海外市场寻找新的目标客户,部分营销端可以在国内市场实施,这样成本不高。

《中国企业报》:部分房企将海外投资视为利益增长点,但在拿地成本、管理等方面,房企在海外似乎并不占优势,房企怎样才能真正在海外项目上有所收获?

蔡为民:初期的成本高、运作有难度是非常正常的,房地产商需用时间、用心逐步的化解。房企负责人需认真了解,进入之前必须打通当地的人脉资源,了解当地的习惯,以及后续当地国家及城市是否接受你的项目。另外,地段也是重要的考量因素,中国赴海外的投资者以及项目要选择当地老百姓都能接受的地段。

严跃进:从目前房企的投资情况来看,实际上可以积极借鉴一些成功的案例或样本,类似绿地等企业的“出海”战略都比较积极,这些都是后续跟进海外投资的企业可以参考的。另外,在海外项目投资方面,建议积极培育一些海外投资的中介或咨询类企业,这在我国还是比较薄弱的。大体上说,积极学习外国拿地的模式和特点是非常关键的一步。