

新京报：从安邦“海淘”看中国企业全球化

2015年02月17日

■ 观察家

安邦在收购华尔道夫酒店的过程中，就遇到多个国际财团的竞争，而安邦并非出价最高者。中国资本在这样的并购竞争中能够脱颖而出，在一定程度上表明，中国企业的国际竞争力达到了一个较高的水准。

旧历新年临近之际，安邦保险海外并购再下一城，以约11亿元人民币收购荷兰保险业百年老店VIVAT保险公司。这是不到半年时间里，安邦在海外进行的第4单收购。

安邦频繁的海外并购，一开始让人看不懂，但结合安邦总裁近期在哈佛大学的演讲，把这4起收购连贯起来看的话，可以看出4次耗资逾160亿人民币的收购，在一定程度上代表了中国企业全球化的新思路。

这4次并购，三次围绕安邦的金融主业，一次买下纽约地标性建筑华尔道夫酒店。并购三家金融企业，可以看出安邦在全球金融业布局的谨慎和专业。而拿下华尔道夫的产权，由于这家酒店的特殊意义，使得安邦的品牌知名度在全球范围内大大提升。

具体分析，可以看出，安邦海外并购所体现出的中国企业全球化的“新思路”是，以资本参与全球经济，以收购品牌融入全球经济。安邦所收购的品牌，都具有深厚的历史背景，都是知名品牌。安邦作为后起之秀，成为这些海外百年老店的主人，一定程度上契合了中国经济崛起之后，对于世界经济的参与甚至是主导。

从宏观层面来看，随着中国经济跃居全球第二之后，中国企业的全球化必然加速，中国企业的资本输出必然加快，对于世界经济格局的影响必然进一步加深。这种以投资为目的的资本输出，相对于前些年单纯地为赚取外汇而进行“商品输出”，可谓是一次飞跃。

事实上，不仅是安邦，诸如复星、万达等民营企业，在最近两年中，都有收购海外知名品牌的大动作。当华尔道夫成为“中资酒店”，当一个个海外百年品牌被中国资本入主，当中国人逐渐习惯中国企业海外并购，全球经济的某些格局，正在发生改变。

与国内企业的一些重组不同，海外并购是一个完全市场化的行为。中国企业海外并购，面对全球的竞争对手。比如，安邦在收购华尔道夫酒店的过程中，就遇到多个国际财团的竞争，而安邦并非出价最高者。中国资本在这样的并购竞争中能够脱颖而出，在一定程度上表明，中国企业的国际竞争力达到了一个较高的水准。

公开、公平地参与世界资本的竞争，是中国企业全球化必经的步骤。今天的全球化，已经是资本的全球化，而非商品的全球化。从这个角度说，我们应该乐见中国民营资本以并购的方式走向海外，并期待更多中国企业像安邦那样“走出去”。

□王一土（媒体人）