

我收购你,半数资金却是你给我的贷款

632亿元收购感觉扑朔迷离

融创 632 亿元收购万达 13 个文旅城项目 91% 股权以及 76 家酒店巨额并购案,越来越扑朔迷离,因为昨天披露的细节显示,此次收购案近一半的资金——296 亿元,竟然是万达提供的贷款,显然这是一个不同寻常的交易,背后究竟还有什么隐情?

近半数资金来自万达

融创中国昨天公告了此次收购案支付细节。融创已就 632 亿元交易付出 25 亿元定金,将在 7 月 31 日前完成尽职调查和签订正式协议。正式协议签署后 3 日内,融创将累计支付至合作事项总价款的 20%(126.34 亿元);正式协议签署后融创需推动尽快取得股东在公司股东大会的审批,90 天内支付转让价款 335.95 亿元。第四笔付款方式为,万达通过指定银行向融创发放 296 亿元三年期贷款,随后融创向万达支付 295.75 亿最后一笔收购款。

令人奇怪的是第四笔付款来自万达的贷款,万达将资产卖给融创,又借钱给对方,这种做法可以说非常罕见。孙宏斌前一天声称收购资金全部来自自有资金,但近半数资金实际上是万达贷款这一事实,让他这一说法“打脸”。

是“明股实债”的融资?

这种付款方式使得这个交易的“真实性”更加扑朔迷离!实际上,在融创与万达的交易条款中约定“四个不变”,即:项目持有物业仍使用“万达文化旅游城”品牌;规



划内容不变,项目仍按照政府批准的规划、内容进行开发建设;项目建设不变,项目持有物业的设计、建造、质量,仍由万达实施管控;运营管理不变,项目运营管理仍由万达公司负责。

这些条款显示,万达的 13 个文旅城项目虽然 91% 股权卖给了融创,但无论名称还是实际运营管理者,依然是万达。同时,13 个文旅城项目每个项目每年向万达需

支付人民币 5000 万元的管理咨询费,合同期限为 20 年。这意味着融创每年将向万达支付 6.5 亿元,连续支付 20 年,总共约 130 亿元。

这样的交易融创能拿到什么好处?由此,一些市场人士认为,这笔并购交易可能就是一次“明股实债”的融资。

为了能在A股尽快上市?

也有人认为,万达并非真的要将文旅城项目卖掉,而只是由融创暂时代为持有罢了。一个非常有趣的数字是,万达给融创的贷款是 296 亿元,正好是 13 个文旅城项目 91% 的股权——注册资本金的 91% 即 295.75 亿元。

万达这样做是为了剥离这些项目,使得万达商业不再属于“房地产企业”,从而尽快通过证监会的审核,在 A 股市场尽早实现 IPO 发行。万达商业去年 9 月正式在港交所退市之后,一直积极谋划回归 A 股之路。万达私有化项目书显示,万达商业计划在 2018 年 8 月 31 日前完成上市。如果公司在退市满两年或 2018 年 8 月 31 日之前未能在内地主板市场上市,万达集团将回购全部股份,并向海外及境内投资者分别支付 12% 和 10% 的利息。因此,万达急于在 A 股上市。

有人认为,万达商业如果在 A 股上市,会回购这 13 个文旅城项目。

不管这些推测是否正确,但无论如何,这是一次不寻常的交易,背后有什么隐情还需要观察。 首席记者 连建明

本报讯 (记者 金志刚) 第三方研究机构艾瑞昨天发布了《2017 中国本地生活 O2O 行业研究报告》。报告显示,2016 年本地生活服务 O2O 形成了到家、到店两大模式,并且行业整体交易规模接近 7000 亿,预测 2017 年将接近 1 万亿大关。

艾瑞的研究报告主要围绕本地生活服务 O2O 展开,分为到家、到店两部分业务。报告研究对象包括餐饮、商超宅配、送洗、家政维修、美容美甲、休闲娱乐(包括按摩、洗浴服务等)、婚庆、亲子、教育、电影共十个本地生活服务行业,在线旅游、打车、共享单车等独立行业不包括在内。

根据艾瑞的预测,2017 年,本地生活服务 O2O 市场规模为 9780 亿元,接近 1 万亿大关。其中,到店业务以口碑、美团点评平台为主要代表,市场规模预计为 7149 亿,占比 73% 成为本地生活服务 O2O 的主要板块。而外卖、上门按摩、配送等到家业务以美团外卖、饿了么为代表,2017 年市场规模预计为 2631 亿元,相比 2016 年增速为 75.9%。

艾瑞的报告分析称,团购启蒙了本地生活服务商家,让行业快速爆发。然而,团购低价并不能解决商家会员管理、流量运营、数据决策、个性化营销等痛点。因此,随着产业升级的需要,越来越多的平台开始关注商户赋能,通过数据、技术为商家解决运营痛点,提高效率和利润。

艾瑞发布本地生活O2O行业研究报告显示
今年交易额预计将近一万亿

绿动未来,不仅是绿色产品,更是绿色责任



开创环保公益众筹平台

“绿动未来”这四个字,对于上汽通用来说,不仅是“发展绿色产品”、“锻造绿色体系”,更是“承担绿色责任”。

2015 年 6 月 5 日,世界环境日,上汽通用汽车与中国环境文化促进会联合创办的“绿动未来”环保公益众筹平台正式上线。互联网、众筹、环保,“绿动未来”将这三者融合创新,业内首创。

平台上线至今,共收录项目 283 个,成功项目 209 个,项目内容涉及植树防风、海洋保护、垃圾分类、环境教育、湿地保护、清洁水源等多个环保领域,位列国内环保众筹平台前列。去年以“水环奖”为主题的“一杯水的约定”系列环保公益活动,更是通过线上和线下活动,将城市和乡村、旱水地区和缺水地区、都市白领和留守儿童连接

起来。活动在上海、南京、合肥、成都、沈阳、青岛、烟台、武汉、兰州等多个主要城市相继展开,覆盖人群达千万,让更多的人关注到我国的缺水现状,认识到水资源面临的危机。

两年来,“绿动未来”平台通过不断的探索和创新,走出了一条“以品牌为载体,以公众参与为支撑,以环保传播为目的”的公益道路,同时,不断拓展“众筹”概念,从资金众筹向多元化的环保参与方式转变。

“红粉笔”筑梦乡村

2016 年 11 月 4 日,一群特殊的上汽通用人相聚在青海西宁普沙尔镇陈家庄小学,他们来自外企白领、创业公司、公益基金等各行业,但却有着一个共同的身份——红粉笔“红粉笔”乡村教育计划的“粉笔头”。这一天

甘肃省庆阳市,我国极为缺水的地区之一。生活在那里的孩子们,很少能喝到纯净水。2016 年,上汽通用“绿动未来”环保公益众筹平台带着“一杯水的约定”环保公益行动来到这里,通过为小学捐建集雨水窖、订制反渗透净水设备等办法,让 435 名孩子喝上干净水,童年从此多了甘甜的味道。

在上汽通用,类似这样充满爱的公益项目,每年都有很多,有的已经坚持十多年。回首过去 20 年,“诚信正直、回报社会”,是上汽通用汽车始终尊崇的价值观,20 年,上汽通用履行社会责任,硕果累累。

是“红粉笔”的十周年纪念,这期间,“红粉笔”走过 27 个省的 60 多所学校,已有超过 600 名志愿者全国各地志愿者参与其中,为 2 万余名乡村儿童带去了多姿多彩的素质教育课程,鼓励他们怀揣梦想,努力创造未来。

“红粉笔”计划起源于 2006 年,《21 世纪经济报道》联合上汽通用汽车雪佛兰品牌,从推动乡村素质教育角度出发,联合有社会责任感的企业、机构和媒体,组织受过良好教育的在职人士、社会精英受乡村教育义务支教。带着这样朴素的初心,上汽通用“做就是行”。

十周年纪念活动上,来自上汽通用汽车的员工李婷,与她曾经帮助过的患病学生李志,分别讲述了她们之间的故事。李婷说:“我想通过和李志的故事,红粉笔真的做到了给有梦的孩子

一个未来,我们一旦努力实现的就是让更多的孩子受到心灵启迪”。

上汽通用汽车雪佛兰品牌“粉笔头”团队马说,“在红粉笔成立之初,他就是‘粉笔头’的一员,如

今,已经过去十年。”沈老师的女儿在他的耳濡目染下成为了二代“粉笔头”。沈老师的愿望是,希望雪佛兰·红粉笔可以再持续 10 年、20 年,这样他的孙女能成为第三代“粉笔头”。

