

并购成潮 千亿房企的新盘算



上周，资本市场上两场最大规模的并购，发起方都是房企。面对销售增速放缓的新环境，已进入“千亿俱乐部”的房企们纷纷谋划新的多元化发展路径，而并购则成了其快速实现目标的常用方法。

孙宏斌前七月已耗资千亿

贾跃亭还会不会回国？乐视欠下的债贾跃亭真会负责吗？乐视影业会不会是万达的？这几天，提起乐视，股票持有者最关心的恐怕就是以上三个问题。前两个，是因为贾跃亭在美国后才辞去乐视董事长一职，而第三个，是因为融创董事长孙宏斌刚刚发起了对万达的一场并购。

7月11日，万达和融创先后发布公告，经双方友好协商，万达以注册资本的91%，即295.75亿元，将13个文旅项目的91%股权转让给融创，并由融创承担项目的现有全部贷款。同时，融创房地产集团还以335.95亿元，收购万达76个酒店。这些项目里包括西双版纳、南昌、合肥、哈尔滨、无锡、青岛、广州、成都、重庆、桂林、济南、昆明、海口等十三个文化旅游城项目以及北京万达嘉华、武汉万达瑞华等七十六个酒店。双方还同意在电影等多个领域进行全面战略合作。

这场631亿元的并购，虽然令资本市场大吃一惊，但也符合融创董事长孙宏斌的风格。最近几年，孙宏斌被媒体称为“并购之王”。2012年，融绿之争闹得沸沸扬扬，虽然最终未能成功并购绿城，但孙宏斌收获了十分有分量的上海融绿平台。2016年，融创耗资近140亿收购了联想旗下融科智地41间目标公司的相关股权及债权，随后并购多个地产项目，并高调入股重庆龙头房企金科股份，在不到3个月的时间内，孙宏斌对金科股份的控股已达20%，距离第一大股东之位仅一步之遥。

今年，并购行动更为频繁。先是年初以150亿元注资乐视，5月，又先后收购天津耀星80%的股权和债权以及华城富丽60%股权及相关债权等，总价合计超155亿元。到现在631亿元接盘万达项目，前七个月的并购耗资已逼近千亿元。

“在一二线城市地价愈来愈高之际，并购上融创可以用更小的成本，撬动更多的回报，获得低成本的土地储备。”一家证券公司人士告诉记者。

万科成物流地产老大

631亿元的巨额数字已经引起了三大评级机构的关注，然而，很快，这一纪录又被超越，而发起并购者则是另一家知名房企——万科。

7月14日，万科联合厚朴投资、高瓴资本、中银投联合组成的财团以790亿收购新加坡物流巨头普洛斯，成为亚洲历史

上最大的私募股权并购。其中，万科集团占股21.4%，出资约170亿，完成后万科将成为普洛斯第一大股东，也将成为国内物流地产老大。

资料显示，普洛斯是全球物流地产领域翘楚，目前在全球持有或管理的物流地产面积约5500万平方米，对应的资产价值约410亿美元。普洛斯在中国处于绝对领先地位，其市场份额超过第2到第10名的总和。

“此次交易有助于万科在物流地产领域完善布局，有望在全球范围内打造全新的商业发展模式，未来可在地产、物流、商业消费以及资产管理等领域构建全方位服务体系，从而建立起围绕客户和城市的生态系统。”对于竞购普洛斯，万科董事会主席、首席执行官郁亮表示。

“生态系统”，或者说“住宅+全周期城市配套服务系统”，是万科这两年特别喜欢提及的词汇。为了建构这一系统，万科也在不断地通过并购手段获取资产。比如，今年初，万科联合招商等建立收购平台，将印力商业集团收入囊中，由此进入国内商管平台前三。5月26日，瑞安房地产公司将重庆天地79.2%的股权以41.33亿元对价出售给万科，瑞安旗下的重庆天地旧改项目，规划为庞大城市综合体。

此外，万科还入股了链家、城新产业、鹏金所、长胜基金等各类有助于其生态系统的公司。

资本金充足下的“买买买”之路

随着单套房屋价值的不断提高，从2016年开始，国内能够进入销售额“千亿元”俱乐部的房企达到了12家，甚至有评论指出，未来，三千亿元才是考量房地产企业规模和实力的一道门槛。手握充足资金的地产大佬不约而同地谋求加速并购的资本之路。

“融创想继续做大。如果走以前的路子，坚持在住宅拿地开发或并购，速度未必会赶上恒大、碧桂园这样的企业。但如果通过收购大型资产包，其规模和速度却可以上一个台阶。”高力国际中国区资本市场及投资服务主管汪蔚就指出，融创收购万达资产，就是大型房企进一步做大规模、丰富相关产业布局的一种表现。

“房企通过收购虽然不一定在房屋销售指标方面得到迅速反映，但却可以快速做大企业营业收入。”易居研究院智库中心研究总监严跃进也告诉本报记者，股权投资收益可以做大规模，对于企业综合能力的提升，尤其是降低投资成本提高盈利空间等有积极作用。“离开了黄金时代后，大型房企们要谋求可观的增速，在可预测的未来两年，会继续这种频繁的资本并购。”

据《北京晚报》

美国苹果公司(以下简称“苹果公司”)在其更新的《AppStore 审核指南》中规定,在App 应用内向原创作者“打赏”的,属于“应用内购买”,苹果公司将从中抽取30%的分成。在过去多年里,苹果公司一直在iOS 系统中对发生在软件内部的交易提取三成收入,然而,这次苹果公司把“打赏”也列入到抽成的范围中,引发了热议。

这种“打赏”抽成行为是否合法?6月30日,中华全国律师协会和中国互联网协会组织召开“苹果公司App‘打赏’抽成新热点法律问题研讨会”,就苹果公司的“打赏”抽成行为进行了法律层面上的讨论,主要议题包括“打赏”行为是否属于应用内购买、苹果公司是否涉嫌垄断和不正当竞争、“打赏”抽成行为是否侵犯了消费者权益、付费行为是否有利于知识产权的保护和行业发展等。

“打赏”行为是否属于应用内购买

“打赏”是指互联网中新兴的一种非强制性的付费模式。近年来,微信、映客、今日头条等中国互联网产品开通“打赏”功能,用户如果喜欢作者和主播发布的内容,可根据自愿原则给一笔费用不等的“小费”。

应用内购买是与付费下载、移动广告并行的主流移动应用创造收入的手段之一,它是指在应用程序或游戏内购买。

“打赏”行为是否属于应用内购买?专家们为此展开了激烈的讨论。

中华全国律师协会信息网络与高新技术专业委员会副主任陈际红认为,苹果公司传统的收费项目有两项,一项是购买App,另一项是购买游戏币等消耗类的项

目,还有应用广告、订阅服务、续费服务等,这些很明确属于应用内购买。而“打赏”行为不应该属于应用内购买。“购买行为中,支付货币本身是一种义务,而“打赏”用户没有这种义务,“打赏”行为只是基于个人判断,是一种情感上的考量。”而接受“打赏”的开发者或使用者,也不必同时产生相对的行为义务。在此基础上,陈际红认为,“打赏”行为,应该更多被视为一种赠予行为,而不是购买行为。

中华全国律师协会法制工作委员会专家委员胡钢支持陈际红的看法。他提出,应用内购买的目的是“解锁特性和功能”,而现在所谓的“打赏”,是用户在已经看完了内容后,给予的小额财产奖励,是一种赠予行为,而不是应用内购买。“苹果公司显然是对它自己制定的规则进行了肆无忌惮的扩大性解释。”

中华全国律师协会法制工作委员会专家委员胡钢支持陈际红的看法。他提出,应用内购买的目的是“解锁特性和功能”,而现在所谓的“打赏”,是用户在已经看完了内容后,给予的小额财产奖励,是一种赠予行为,而不是应用内购买。“苹果公司显然是对它自己制定的规则进行了肆无忌惮的扩大性解释。”

中华全国律师协会法制工作委员会专家委员胡钢支持陈际红的看法。他提出,应用内购买的目的是“解锁特性和功能”,而现在所谓的“打赏”,是用户在已经看完了内容后,给予的小额财产奖励,是一种赠予行为,而不是应用内购买。“苹果公司显然是对它自己制定的规则进行了肆无忌惮的扩大性解释。”

中华全国律师协会法制工作委员会专家委员胡钢支持陈际红的看法。他提出,应用内购买的目的是“解锁特性和功能”,而现在所谓的“打赏”,是用户在已经看完了内容后,给予的小额财产奖励,是一种赠予行为,而不是应用内购买。“苹果公司显然是对它自己制定的规则进行了肆无忌惮的扩大性解释。”

“打赏”抽成行为是否侵犯了消费者权益

苹果公司这个举措出台后,消费者购买应用中的虚拟货币的成本将直接提高。知乎进行了调整,上交32%的“苹果税”,如果

苹果公司“打赏”抽成是否合法

想对文章进行赞赏,要先充值知乎币。陌陌公司的IOS 用户每花费100元只能买到70元的虚拟货币,另外三成都给了苹果公司。那么,苹果公司的“打赏”抽成行为,是否侵犯了消费者的权益呢?

北京天元律师事务所的韩桂珍律师提出:“苹果实行‘打赏’抽成行为之后,‘打赏’会变得更复杂,要多走好几个步骤,而且能够实现‘打赏’的支付工具范围被限制,因此,侵犯了消费者的自主选择权。”

肖建华认为,苹果公司的“打赏”抽成行为,对消费者而言没有造成什么损害。“打赏或者不打赏,打赏以后对方获得70%还是100%,只是打赏者的情感或者是期待的原来的目标受到了影响,而我国的消费者权益保护方面,目前还没有保护消费者精神利益的相关规定。”所以,他认为苹果公司的行为不涉及侵犯消费者的具体权益。

中华全国律师协会知识产权专业委员会副主任李德成认为,苹果公司的行为完全合法:“苹果通过第三方支付App 的协议,对用户‘打赏’行为进行分成,有其自身的考量和生态逻辑,以及正当的商业行为,消费者和经营者自愿选择,这不构成侵权。”

付费行为是否有利于知识产权的保护和行业发展

在热烈讨论苹果“打赏”抽成行为合法性的同时,有几位专家也肯定了苹果公司这一行为,在保护知识产权和行业发展方面的积极作用。

肖建华说:“苹果公司使用IOS 系统,它是在保护自己商业利益和知识产权,软件放在了AppStore 里面,然后这么多人愿意在AppStore 里面存放自己的软件,供用户去下载,获得一定的利益,从软件的开发角度来说,它保护了版权。这样的思路,可能会成为一个新的商业模式,可以肯定。”

中国互联网协会行业自律工作委员会专家委员吴汉洪也持有相同的看法,认为苹果公司这一收费行为,将产生正向的竞争效益,将在一定程度上引发市场割据的演变,并给市场带来一定的活力。

“苹果税”引发的热议仍在持续进行中,不同的专家学者,看法也不完全相同。

“苹果公司提出‘打赏’抽成30%,很可能会失去消费者,这不是个明智的行为。”徐家力说。

据《中国青年报》