

品牌和市场地位——德中并购趋势

长久以来, 获取技术被视为中国投资者的主要战略动机。这种情况已经改变——进入市场和品牌都更具重要性。然而, 德国企业在中国的收购有着完全不同的目标: 提高自身的市场地位。**Frank-Christian Raffel (富兰克·乐斐尔) 著**

通 过持续的监测, 跟踪和分析德语国家与中国之间的交易, MelchersRaffel的数据库现在包含超过200项记录。除了交易中的确凿的事实, 这家专业咨询公司特别评估了交易当中投资者的战略动机——包括德语国家及中国双边。因为从接触合适的投资者和标的, 到整个谈判的管理和交易过程的完成——在所有阶段买方和卖方双方都凭借战略的视角而获益。

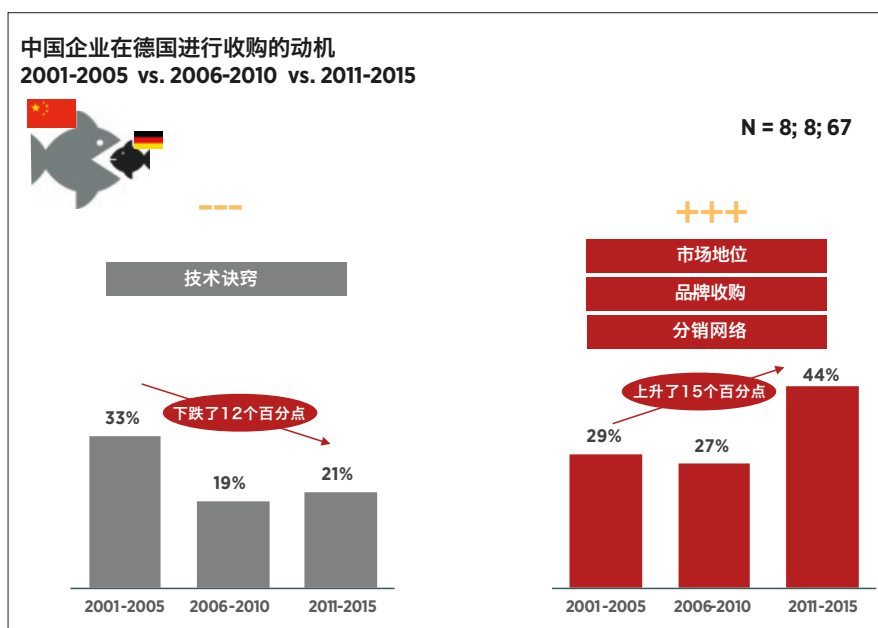


人物介绍

Frank-Christian Raffel (富兰克·乐斐尔) 是MelchersRaffel有限公司的联合创始人和管理合伙人, 公司在上海, 香港, 新加坡和慕尼黑都有办事处。MelchersRaffel作为美最时集团的一部分, 集团在中国运营超过150年, 一直向客户-在亚洲主要地区与德语国家的-提供策略和并购项目的咨询服务。

www.melchersraffel.com

在德国的中国投资者: 市场相关的动机性考虑



资料来源: Database MelchersRaffel; MelchersRaffel Analysis

在德国的中国投资者: 市场相关的动机性考虑

中国投资者在德国收购活动中排在最前列的动机是什么? 最前面的仍然是专业技术作为一个单独的动机性考虑。如果将市场相关的动机性考虑, 即市场地位、品牌和分销网络结合起来, 事实证明, 这组因素是目前最为重要的动机。这组因素也被认为是中国企业在德国交易的主要原因(比较2001 - 2005年的交易与2011 - 2015年的交易)。

基于对中国市场和行业的观察, 可以看到支撑这个趋势的发展情况: 一方面, 许多中国公司, 比如机械工程行业的, 已经拥有能满足当地市场的技术水平。此外, 某些子领域的资本品的市场增长已不如前几年的强劲。从中国市场里面走出去到中国以外的市场一直是很困难的, 所以借助高度国际化的德国企业来进入市场成为一个选择。如果分析各行业的并购动机, 可以发现, 对机械制造商来说, 获得技术仍是交易的主要动机。然而, 对于汽车供应商, 进入欧洲

(主要是德国)的汽车市场是首要考虑因素。进入汽车整车厂OEM的配套体系——如果有可能的特别是在高端市场——对于中国投资者而言是一个具有高价值的机会。

不再只集中在机械工程领域

过去,中国投资者在德国75%的交易发生在机械工程行业,而在最近几年,这个数字减半至只有37%。在汽车领域的交易大大增加;根据2011年到2015年的数据,该领域的交易占总交易的27%。此外,另一种趋势也相当明显:尽管标的大多为机械工程和汽车领域的,在许多其他行业的交易,如消费品和能源行业,也已经有了不少案例。

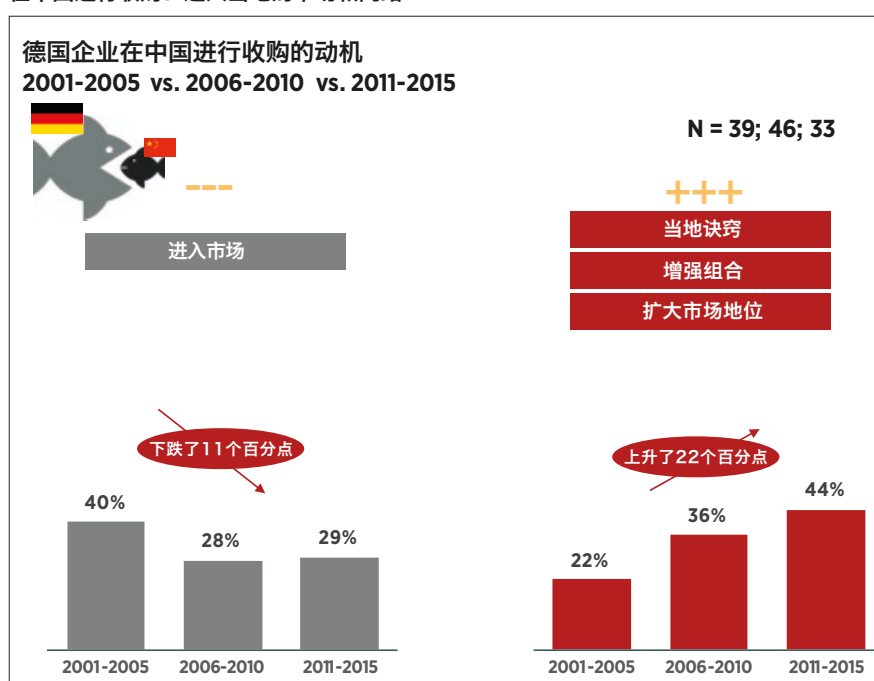
获得品牌是收购的驱动因素

一些考察中国的B2B和B2C领域的研究表明,在中国“品牌”作为关键购买因素的重要性显著上升。对国际品牌的偏好,反映出消费者对安全性的需求增加。在中国消费市场中的某些细分市场,仍然能看到两位数的高增长率,当中有些高端市场的增长高于整体市场平均水平。这些高端市场,比如在服装或高品质的童装领域,通常由国际品牌主导。为了能在这些领域取得成功,中国投资者对收购较小的品牌很感兴趣。然后中国投资人就能在本国对这些品牌进行定位,并通过电子商务与社交媒体营销推广发展。

德企在中国收购:巩固市场地位

同样,对于德国企业在中国的收购,也可以发现一个动机上的趋势:以前,进入市场是在中国收购的主要动机。如今收购动机中的一个主要原因是扩大和巩固市场地位。一些已经在中国投资于起家和发展自己生产线的德国企业,不完全满意目前所取得的市场地位。一部分是因为这些公司还停留在市场的顶端,但是更具活力的增长就发生在中间段。因此,再

在中国进行收购:进入当地的市场和网络



考虑到本地竞争者的技能和能力不断增长,市场的相关顶端就变得更小。从顶端的位置进入中段却是很难取得成功的。虽说如此,许多德国公司争取在中国相关核心市场上拥有可持续发展和良好的市场地位。

针对德国企业的现有战略增长上的部分弱点,一个可行的解决方案可能是收购一家定位于中段的中国公司。例如,Trumpf公司:这家德国机床制造商在2013年收购江苏金方圆(JFY),Trumpf及中国品牌JFY定位于不同的细分段,并正在并行独立发展。就中期而言,如果德国企业继续只留在中国顶层中,在中国市场上的整体地位就可能处于危险之中。

结论

新的战略演算引申出新的标的标准。这适用于中国和德国的投资者们。两个方向中收购的决定性因素始终是对市场和行业的潜力以及标的和投资者之间的协同效应的正确评估。