

【独家】300 亿定增方案，只揭开了绿地金融地图一角

2015 年 12 月 9 日

克而瑞研究中心

www.cricchina.com/research/

研究员/朱一鸣、傅一辰

资本市场最近有点疯：谁不抓紧抢钱，就会被钱抢走——买和被买是永恒的焦点。

12 月 8 日晚间，绿地控股定增方案终于出炉，计划非公开发行股票数量不超过 207787.7 万股，募集资金总额不超过 301.5 亿元。

值得注意的是，此次绿地募集的资金中将有 101.5 亿元计划用于金融投资项目，具体情况如下表：

项目名称	金额（亿元）	具体计划
与中金公司设立投资基金	50	采用有限合伙制，目标规模拟定为 150 亿元，绿地金控将与中金公司共同设立合资公司作为基金管理人，分批出资。绿地金控下属公司作为有限合伙人优先认缴 5 亿元出资额。基金投资期为 4 年，退出期为 2 年。
与长城资管设立投资基金	15	采用有限合伙的形式，总规模约 60 亿元。双方共同成立子公司作为普通合伙人，设立一只产业并购基金作为母基金，母基金的有限合伙人为绿地金控及其他投资人。基金存续期限暂定为五年。
设立互联网创新金融公司	15	计划在未来 3 年内，建立第三方支付体系、组建各类金融产品研究团队、完善整合集团及合作伙伴的相关资源，同时计划在全国范围内各主要住宅社区开设金融社区店，提供以金融产品为主、非金融服务为辅的一揽子服务。
增资绿地融资租赁有限公司	12	未来重点在教育行业、高端装备制造领域、医疗制药领域、环保能源领域等方面进行融资租赁业务的开发。

收购杭州工商信 托股权并增资	9.5	受让杭州工商信托第二大股东摩根士丹利所持有的 14,925 万股股份，占比 11.05%，协议对价为 8 亿元，再由绿地金控对杭州工商信托增资约 1.5 亿元，增资完成后绿地金控将合计持有杭州工商信托近 20% 的股份，成为其第二大股东。未来将进一步做大做强杭州工商信托的规模。
-------------------	-----	---

从上述内容可以看出，绿地集团再次扩大了金融板块的地图，多项业务又有了实质进展。

事实上，无论是绿地控股（SH.600606）旗下的金融平台绿地金控，还是绿地香港（HK.00337）旗下的金融平台绿地金服，都正处于高速发展阶段，两者间的差异化定位和脉络也愈发清晰。

因此，我们对绿地集团两个上市平台中已有和计划进行的业务进行了分类梳理和特点提炼，并对这些业务领域的未来前景进行了分析——**绿地集团在金融领域的野心也随之完整呈现。**

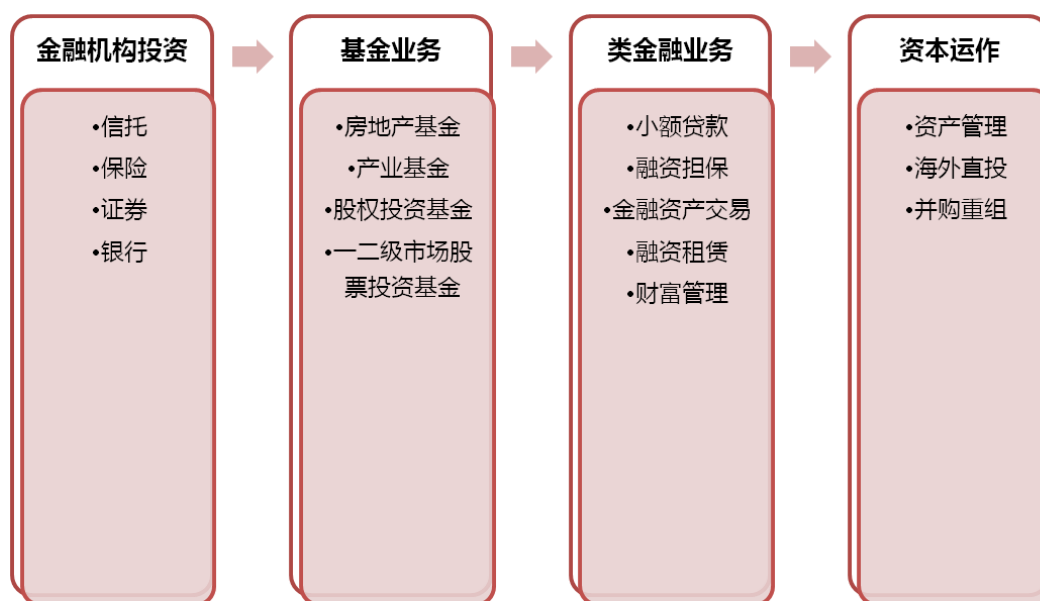
基本定位方面，绿地金控和绿地金服有所不同，简而言之，就是绿地金控主营“重资产”业务，而绿地金服更“轻”。

定位绿地金控的关键词是“投资者”。其投资标的不限于房地产项目或房地产行业，如此次定增募集的资金，部分将用于与中金公司合作成立的，以“**国企改革、并购重组**”为主题的投资基金，投资项目类型包括 pre-IPO，中概股回归国内 A 股市场、分拆上市及并购重组等。

此前，绿地金控已多次进行此类业务的投资，如：参与贵州建工国企混合所有制改革，成为其控股股东；参与东方明珠（百事通）和同济堂（啤酒花）重组；参与苏创燃气、广发证券香港 IPO 等。

绿地金控的优势是：集团对宏观形势判断精确因而颇具投资眼光，并具品牌公信力，能吸引诸多大牌合作金融机构和低成本资金。

绿地金控四大业务板块



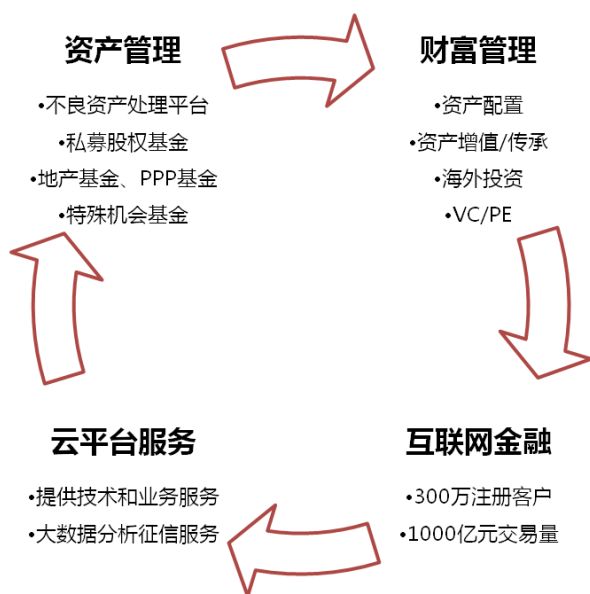
数据来源：企业公布

定位绿地金服的关键词是“生态圈”。其主要目标并不是服务绿地集团，而是成为中立的服务平台，一端寻找安全、性价比高的优质资产，同时帮助房企、供应商等融资；另一端则以融入生活“场景”为理念，将这些资产做成创新互联网理财产品，自然地吸引有投资需求的人们购买并进行圈层传播，以此获客；最终形成生态圈。

云平台服务是绿地金服独有的业务，类似技术输出。大部分房企在试水互联网业务时会将平台研发甚至管理外包，**绿地金服旗下 APP 绿地广财的研发均是由自己的技术团队完成**，一方面能保证数据、资金等重要信息均由自己掌控，另一方面也随时根据客户新需要或产品上线调整界面。

绿地金服通过发挥团队的技术及大数据分析优势，能够服务其他房企，有较大市场空间。互联网金融是房企当前转型或多元化试水的“热门”选择，泰禾、中天城投、新湖中宝等房企均曾提出欲设立互联网金融平台，但至今未有平台上线及发行产品，可见技术是互联网金融的一大门槛。此外，绿地金服还能对客户进行大数据分析，进而降低获客成本，改善互联网金融平台建立必大把“烧钱”的现状。

绿地金服四大业务条线



数据来源：企业公布

传统业务方面，绿地金控意在获取以信托、保险、证券和银行为主的牌照，而绿地金服则对资产管理和证券化更为专业。

绿地控股此次募集资金使用计划中，有 9.5 亿元将用于收购杭州工商信托股权并增资。交易完成后，绿地控股将持有杭州工商信托 11.05% 股权，为第二大股东。根据绿地以往的作风和金控的布局规划，**绿地或已与杭州工商信托的其他股东达成协议，未来还会继续增加持股比例，直至达成控股。**此外，绿地金控收购或发起保险和证券公司的计划也在进行中。对于房企来说，若能获取全牌照，将极大增加资金流动性，降低资金成本，丰富资金来源渠道。（有关绿地信托业务，我们还将推出详细报告，敬请关注）

绿地金服的优势则在于寻找最优质资产进行证券化，通过利差获取利润。交易的原理是收益益权转让，绿地金服将在严格风控机制下，确保买入资产所需资金成本小于退出时的资产增值。目前来看，绿地金服通过与奇虎 360 合作引入的资金成本在 6.2% 左右，而获取的资产均为一线城市核心区域物业，利润较为可期。

金融创新方面，绿地金控和绿地金服均瞄上了不良资产管理，和互联网金融这两大颇具发展潜质的业务。

不良资产处理是当前热点话题，也是绿地金控和绿地金服两大平台均在试水的业务。

其中，**绿地金控**此次定增的内容中包括了与**长城资产管理公司**共同设立总规模 60 亿元的投资基金，主要投向不良资产、并购重组项目、产业投资等领域；**绿地金服**先前也与**东方资产管理有限公司**达成合作，通过互联网平台进行不良资产的处置；**绿地集团**自身也曾与**信达资产管理公司**签署协议，试水不良资产的重组和再开发业务。**也就是说，绿地整个金融板块已经获得了四大 AMC 中三家的不良资产资源。**

房企参与不良资产处置的前景我们在此前的报告中也曾描述，而如今随着华融 IPO、信达在新江湾城高溢价夺地王，AMC 的价值越来越得到挖掘，**我们的看法主要包括：**1) 房地产行业经历了一轮高速发展，杠杆使用过度的中小房企无力偿还各类借贷，形成坏账，但作为抵押物的土地价值往往远大于融资金额；2) 银行并无能力对这些土地进行处置，而作为接盘方的 AMC 囤积了大量资源，消化速度缓慢；3) 房企参与处置的优势在于，一方面，房企自身具有开发能力，大型房企如绿地等还会产生品牌溢价，如果与 AMC 采取合作开发分成的形式，双方能获取的利润将大于原有多次转手处置流程，另一方面，房企在进行资产定价和风险控制时更为专业，因此处置效率更高。

互联网金融更是房企争相进军的领域，绿地金控旗下平台吉客网将上线，绿地金服旗下平台绿地广财的发展速度更快。

绿地此次募集的 300 亿元资金中，有 15 亿元将投入**绿地金控设立的互联网金融创新公司，即吉客网**，具体从事的业务为：以网站和 APP 为入口，实现财富管理、交易平台、积分

管理三大功能，打造基金销售、网络借贷、消费金融、众筹融资四大核心业态，服务于房地产、汽车、旅游休闲等产业。从形式来看，**将以在全国主要住宅社区开设金融社区店为主**，并与集团旗下其他业务实现对接。

绿地金控互联网金融平台规划业务



资料来源：企业公布

绿地金服则在线上搭建平台绿地广财，通过场景切入开展业务，圈层传播获客。绿地金服 8 月 25 日上线至今，已有 25 万客户，交易量超过 20 亿，发行了地产宝、融通宝、置业宝、指数宝等金融创新产品，并已有新的产品规划，规模扩张和产品更新速度均高于同类平台，其亮点主要包括：

- 1) **场景的构建。**即围绕人们的“衣、食、住、行、传”场景推出产品，与生活场景融合，让投资者自然地对产品产生亲切、适应感。
- 2) **圈层的利用。**绿地广财上线后几乎未进行广告投放，主要依靠朋友圈传播。人们普遍对朋友推荐的理财产品信任度更高，因此营销推广成本低、获客效果好。
- 3) **细节和体验。**在 APP 的细节打造方面，绿地金服考虑了客户心理，采用了朋友圈互动、投资收益及时更新等手段增加了客户的体验感。
- 4) **库存的去化。**绿地广财的另一类特色产品针对房企，帮助其去化库存，主要产品包括“定制有喜”和“零元买房”，在绿地旗下多个项目已开展试点，对营销推动作用显著。

关于绿地金服独有的互联网金融产品创新，我们后期将推出详尽专题予以解析，此处不再展开。敬请期待

么么哒-。~~

绿地广财现有互联网金融创新产品及场景切入



资料来源：企业公布

数据、观点等引用请注明“由克而瑞研究中心提供”。由于统计时间和口径的差异，可能出现与相关政府部门最终公布数据不一致的情形，则最终以政府部门权威数据为准。文章内容仅供参考，不构成投资建议。投资者据此操作，风险自担。

关于克而瑞信息集团（CRIC）

克而瑞信息集团，隶属于易居（中国）控股有限公司。作为中国最大的房地产信息综合服务商，以现代信息技术为依托的房地产信息及咨询服务为主营业务。克而瑞信息集团拥有中国房地产最大的信息数据库，构筑中国房地产上下游企业（包括开发商、供应商、服务商、投资商）和从业者信息的桥梁，形成资金、信息通路、营销、人才等各类资源的整合平台，为企业提供房地产信息系统、信息集成和解决方案的全面信息综合服务。

关于克而瑞研究中心

克而瑞研究中心是易居旗下克而瑞信息集团的专业研发部门，组建十年以来一直致力于对房地产行业及企业课题的深入探索。迄今为止，已经连续五年发布中国房地产企业销售 TOP50 排行榜，引发业界热烈反响。研究半径不仅涵盖以日、周、月、年时间为线索的四大基础研究领域；还包括宏观、市场、土地、企业战略、企业金融、营销等六大研发方向的深度拓展。每月成果出品超过百份，规模已万字计，为房地产企业、基金、券商、政府相关部门提供专业研究资料。