

企业“走出去”加速

■ 本报记者 李志豹

得失相间,喜忧相伴。

自国家提出“走出去”战略尤其是人世 10 年来,中国企业在海外投资经营中经历了种种磨难,遭遇了许多失利。与此同时,在更为开放的市场环境中,采用国际通行规则参与竞争,中国企业驾驭市场与国际化经营的能力也不断提高。

整体来看,中国企业要不要走出去的思考已经成为过去时。“在全球经济阴霾不散的大环境下,中国企业应抓住全球并购的机遇。”清科研究中心预测,2012 年能源及矿产、机械制造和 IT 行业仍将是中国企业开展跨国并购最为积极与频繁的行业。

“展望 2012 年,虽然面临全球经济仍将萎靡与各种不确定因素叠加的严峻形势,但是,中国企业走出去的信念不会变,步伐不会减。”长期为企业投资海外提供咨询的北京优西国际咨询有限公司董事总经理尹朝安表示。

选好投资地

中东和非洲,有着资源、廉价劳动力和市场方面的优势,同时缺技术、资金和人才,对中国企业来说,在这些地方投资存在巨大潜力。

然而,“去年中东、北非地区的大规模政治动乱让不少中资公司蒙受了重大财产损失,人员大规模撤离。”尹朝安告诉《中国企业报》记者,走出国门的中资公司在复杂多样的投资环境里生存发展面临很大风险。

展望中国企业今年可以去哪些国家和地区进行投资与经营发展时,尹朝安认为,中国企业走出去要先看这个国家政府的政策是否稳定、透明。

“以加拿大为例。从这方面来看,加拿大就是一个很好的投资地。”尹朝安表示,健全的金融系统、文化多元化都有利于中国企业开展各种商业活动,同时除了可以获得资源和技术外,投资加拿大还可以成为中国企业进入北美和欧洲市场的跳板。

2012 年,全球经济复苏及欧元区主权债务危机走势仍不明朗,欧盟贸易保护主义抬头以及欧盟自贸区战略的潜在影响都将制约中国对欧的投资贸易。

“虽然面临不确定因素,但机遇大于挑战。”商务部国际贸易经济合作研究院副研究员姚铃认为,中国企业应紧紧抓住欧盟经济结构性调整的关键期,加快对欧“走出去”布局。

目前发达国家经济低迷,私人投资信心不足,这给要开拓海外市场的中国企业提供了很多机会。

“欧美在未来三四年还将是低成长,不过这对复星来说,却是投资的好时机。”对于 2012 年,复星集团董事长兼 CEO 梁信军认为,需要做的就是选好的项目投资。

在国家的投资选择上,山东大学管理学院院长蒋卫武认为,中国企业一定要选择法制完备的法治国家去进行海外资源扩张。“因为有些国家社会安定,民主法制健全,虽然谈判起来比较难,但是重合同守信用,将来后续的东西不是很纠结。”

企业界的人士持更为积极的态度。“我建议企业家可以考虑到机制不完善的一些国家里,或者规则不明确的一些国家里。”一位企业人士表示,它没有游戏规则,正是一种机会

对策

专访中国民族贸易促进会常务副会长蓝军

中国企业走出去要做到知己知彼

■ 本报记者 李志豹

中国企业“走出去”已是大势所趋,同时很多企业已经明确了将加快“走出去”的步伐。面对不确定与充满挑战的 2012 年,中国企业如何能更好地走好国际化道路?中国民族贸易促进会常务副会长蓝军在接受《中国企业报》记者专访时表示,中国企业走出去的利益与风险是成正比的,中国企业走出去要有自我定位,步步为营,稳妥推进。

《中国企业报》:近两年,中国企业不断进行“海外抄底”,包括地产企业、汽车制造企业开展了不少的并购行为。那么 2012 年是否适合中国企业继续抄底?在走出去时,我们的企业应该坚持什么样的战略思想?

蓝军:确实,利用全球经济低迷的机遇,我国的一些企业以比较低的成本实施了投资与并购,在扩大市场的同时获取了资源与技术。但同时也要看到,中国企业走出去的利益与风



加快“走出去”被很多企业列为 2012 年公司发展的重要战略之一。 欣文供图

作进行部署的重要节点,“加快走出去”被很多企业列为 2012 年公司发展的重要战略之一。

2011 年 12 月 27 日,中铝公司党组书记、总经理熊维平提出,“加快资源、能源的获取和开发,加快矿山建设工作,加大在建的结构调整项目工作力度,积极推进海外项目,加快形成中铝海外资源基地。”这将是公司 2012 年经营发展的一大目标与任务。

熊维平表示,企业要看看到有利条件,发挥自身优势,向波动的市场要效益,向管理要效益,同时要改进和完善管控模式,有效防范管控风险。

据介绍,中铝公司秘鲁铜矿项目获得秘鲁政府的环保审批和主体项目开工许可,目前已进入全面施工建设阶段。中铝公司重点实施的老挝、印尼铝土矿获取和开发工作也在顺利推进中。

中材集团党委常委、总经理刘志江近日也表示,2012 年中材集团将扩大实施“走出去”战略,持续增强国际化经营能力。

毋庸置疑,大企业是“走出去”的主要力量。而对于小企业来说,面对复杂的国际市场,他们往往心有余而力不足。

“小企业的灵活性在开拓市场方面有其优势,大企业应该联手与带动中小企业共同进行全球资源配置与参与国际竞争。”中国建材集团董事长宋志平对《中国企业报》记者表示。

也有一些企业向《中国企业报》记者坦言,2012 年并不急于走出国门,而是要抢占国内市场,站稳脚跟。

“虽然今年要带着第二款高性能低功耗芯片 NuSmart2816M 参加美国的全球消费电子展,但我们仍将市场拓展的重心放在国内。”广东新岸线计算机系统芯片有限公司市场营销副总裁杨宇欣告诉《中国企业报》记者,国内的市场足够大,并且在国内也是与全球的跨国公司直接竞争与抗衡。

“新岸线不会为了走出去而走出去。”在杨宇欣看来,企业具备持续的技术创新能力极为重要,“做好产品与品牌后,国际化经营将是水到渠成的事”。

政策加码

企业走出去离不开政府的引导与支持。在刚刚过去的一个月内,商务部、文化部等部委相关人士纷纷在不同场合对外传递出将在政策支持上加码,支持中国企业“走出去”。

商务部副部长陈健表示,将研究具体政策,引导国有、民营等多种所有制企业加快走出去,在全球范围内配置技术、人才、资源、品牌、销售。不断提高海外投资融资能力和风险规避能力,形成具有国际知名度和影响力的跨国公司。

据悉,商务部将加强战略规划引导,明确企业走出去的重点方向、重点领域和重点地区。“支持企业科学制定并实施跨国经营战略和能源合作战略,通过跨国兼并股权置换、联合重组、战略联盟、海外上市等方式,进行全球资源和价值链的整合。”陈健说。

十七届六中全会明确提出将推动文化产业成为国民经济支柱性产业。在这种背景下,国家对文化产业及企业走出去的扶持势在必行。

在 2011 年 12 月的文化部全国文化系统对外文化贸易工作会议上,文化部对外文化联络局局长助理赵海生称,政策方面,将把演艺作为 2012 年文化“走出去”的重点推广方向。赵海生认为,杂技具有一定的市场开发潜力,未来将在资金上加大扶持力度。

在去年制定下发《新闻出版业“十二五”时期“走出去”发展规划》的基础上,新闻出版总署历时一年时间又制定了《关于加快我国新闻出版业“走出去”的若干意见》。据悉,该《意见》将作为新闻出版总署今年的一号文件下发。

该《意见》提出了对实现“走出去”的新闻出版企业,在出版资源上给予优先配置和政策倾斜;支持出版集团公司和具有一定版权输出规模的出版社成立专门针对国外图书市场的出版企业,经批准可配备相应出版资源;对列入“走出去”重点工程中的出版项目所需出版资源给予重点保障;对“走出去”成效显著的完全外向型的非公有制企业给予特殊扶持政策。

趋势

外贸企业“二次洗礼”

近几年来,不少外贸企业在转型内贸。此次扩大消费的战略将为内贸发展提供有利的政策环境,城镇化和新农村建设带来的广阔市场为外贸企业提供了良好前景。

■ 本报记者 李志豹

欧债危机、人民币升值、成本上升等一系列因素已经造成我国外贸形势的严重收缩。

这并不是外贸企业遇到的第一次出口危机。2008 年的金融危机已经让我国外贸企业尝到了苦头。在金融危机洗礼中,外贸企业过去几年的经营策略开始从出口依赖转向内外贸并举。

“今年或许将是外贸企业最为困难的一年。”这成为市场的普遍担忧。对此,业内人士表示,除了国外国内两个市场都要抓外,面对仍将十分复杂严峻的国际经济与贸易形势,外贸企业更要不断提升技术与品牌价值,同时有效借助外力来增加订单与开拓市场。

挑战与机遇

来自中国外汇交易中心的最新数据显示,2011 年 12 月 30 日人民币对美元汇率中间价报 6.3009,创 2005 年汇改以来的新高,累计全年升幅达 5.1%。

人民币升值挤压了出口企业的利润空间,同时受原材料成本上升等因素的影响,我国整体出口形势不容乐观。

以欧盟为例。统计显示,自希腊爆发危机以来,我国对欧盟的出口增速从 2010 年 1 月的 46%大幅下降到 2011 年 11 月的 4.9%。

商务部外贸司司长王受文近日对外表示,我国综合出口成本上升,2012 年国际市场需求将极为紧张。

数据显示,2011 年 10 月和 11 月我国出口订单指数分别为 48.6%和 45.6%,与去年同期相比明显减少。

相比外需减少的挑战,国内需求的扩大让大多数外贸企业看到了希望。

记者了解到,国务院下一步将部署加快转变经济发展方式的 6 项重点工作,其中扩大内需位居首位。

2011 年 12 月 28 日,国家发改委主任张平受国务院委托,向全国人大常委会作关于加快转变经济发展方式工作进展情况的报告时说,今年前三季度内需对经济增长贡献率达到 101%,其中最终消费的贡献率由去年同期的 32.7%提高到 47.9%。

张平表示,国家通过不断扩大国内需求,有效应对了国际金融危机的冲击,增强了经济的内生动力和抗冲击能力。

近几年来,不少外贸企业在转型内贸。此次扩大消费的战略将为内贸发展提供有利的政策环境,城镇化和新农村建设带来的广阔市场为外贸企业提供了良好前景。

借力出海

“跨境电子商务将成为外贸的主流方式。”敦煌网市场部负责人在接受《中国企业报》记者采访时表示,出口企业的发展应该踩在大势上,这样才能不被时代所淘汰。

敦煌网最近做的一项调查显示,84%的海外采购商会在未来 1—2 年内增加使用在线采购方式进行进口的预算。

事实上,海外的采购需求已经由原来的一年几个大单逐渐向“小单高频”转化,这种采购方式更适用于通过跨境电子商务平台实现。

外贸企业的出口利润空间压缩还与原来过长的贸易链有很大关系。“直接同终端市场的采购商甚至消费者建立业务联系,中间价值就可以释放出来。”上述负责人说,在线外贸缩短了中间环节,企业更有机会自己去定价,有足够的利润空间来缓解汇率、原材料、人力成本的问题。

外贸收款和结汇不仅流程繁琐、成本高,还经常面临恶意欺诈的风险。而如今便捷安全的电子支付则能比较好地解决这一系列问题。

从事数字电视领域的产品研发和创新的深圳特博赛有限公司主要以海外为目标市场,其 2010 年获得了超过 10 万美元的业务增长。“之前的销售需要经过分销商,而 PayPal 遍布全球的用户资源使我们直接将产品销售给消费者,简化了中间环节,大大增加了盈利空间。”在被问到跨境支付平台带给公司业务发展的改变时,特博赛市场总监刘亲群这样告诉《中国企业报》记者。

以内贸业务起步而逐渐转为纯外贸的广东阿德赛商贸有限公司更为典型。阿德赛商贸有限公司市场总监彭实华表示,借助跨境支付平台,公司逐渐被更为广阔的海外市场所吸引,几乎完全转为外贸。

记者了解到,2011 年 10 月商务部出台的《“十二五”电子商务发展指导意见》明确提出,鼓励中小企业利用跨境电子商务平台拓展海外市场,树立中国品牌形象,开展国际合作。

修炼内功

在国外订单减少的情况下,国内出口企业开始大打价格战,有些企业甚至开始不惜亏本保订单。

“而事实证明,现在的采购商不会只以价格来决定是否签单。”一位长期研究制造业出口的业内人士表示,相比价格,他们更加看重产品的质量与服务能力。

浙江新东方紧固件有限公司出口部经理向桂宏表示,在外部经营环境不好的情况下,通过提高企业的服务和产品质量、扩大企业的销售途径等管理因素,不仅能聚集人气,更能“擦亮”品牌,从而有效降低企业外贸活动中的经营风险。

“越是形势不好,越要注重内功的修炼。”东莞理工学院社会发展研究院副院长邓宇鹏认为,加工贸易企业要不断提高产品的技术含量和附加值,进行从加工制造向研发设计与营销服务拓展的产业链延伸。

“这样才能从根本上推动企业经营由贴牌代工逐渐向自主品牌营销转变。”邓宇鹏说,转向国内市场更需要品牌的支撑,这对加工贸易型企业的转型提出了很明确的要求。

2011 年 12 月商务部会同国家发改委、工信部等六部委联合发布出台的《促进加工贸易转型升级的指导意见》明确指出,要立足国情,继续发展加工贸易,着力优化加工贸易产业结构和区域布局,提升产业层次,延长产业链,实现加工贸易发展速度、质量和效益的统一。

除了技术研发外,要努力增强企业的自身业务能力,降低贸易、管理、财务等成本,提升企业盈利能力。”邓宇鹏认为这些能力主要包括熟练掌握自贸区政策、跨境贸易人民币投资与结算等外贸工具。