

中国企业在“一带一路”沿线国家的大规模投资正呈加速态势。中国资本、中国装备、中国技术越来越受到沿线各国特别是发展中国家的欢迎。中国企业在沿线国家投资有哪些新模式? 存在哪些问题?

全国政协委员、苏宁集团董事长张近东:

零售业企业应探索“组船出海”

当前依托“一带一路”倡议,为中国企业布局海外市场提供了良好机遇。在商贸流通领域,越来越多的优质商品想“走出去”,但是很多中国企业缺乏在海外发展的自主平台和渠道,“单一产品线作战”方式,造成企业竞相压价出口,无法为中国创造打响品牌。更尴尬的是,零售企业在拓展海外业务时面临更多的繁琐限制,如平台建设、物流网络建设、人才建设等政策壁垒,有些国家还会提出服务贸易准入和经营限制。

以印度市场为例,其要求零售网点只能在人口超过100万的城市设立,最低直接投资要达到1亿美元,且至少50%应在3年内投资于后端基础设施。这些问题都严重影响着国际商贸流通,也成为中国企业“走出去”的绊脚石。因为中国企业想“走出去”,加强同海外的流通贸易,必须要改变传统的单兵作战方式,借助零售企业平台“组船出海”,国家和企业应该联手应对。

加强互联互通建设的顶层设计,从上层建筑方面突破政策瓶颈,这是推动贸易自由化的先决条件。在此方面,政府可与企业紧密协同、互联互通,打造海外拓展的战略联盟,从政府战略角度解决“一带一路”沿线国家对中国零售、物流等相关企业进入的诸多限制。同时,围绕物流服务、线上线下零售平台等方面能够助推国际贸易效率提升和规模化发展的业务能力,建议在“一带一路”倡议中形成专项扶持计划,优先鼓励与支持,构筑“一带一路”倡议发展的O2O新渠道。

全国人大代表、海信集团董事长周厚健:

“一带一路”助力企业全球竞争

大企业就要顶天立地,大企业必须要积极投身到经济结构升级中,进入关系国计民生的重要领域,用自身发展增强国家实力。当前,“一带一路”国家政策为海信的全球化竞争提供了动力和方向,同时海信始终没有忘记一个企业应承担的社会责任,做大后更不敢忘。

现在,许多国外的路是中国修的。未来,世界交通也可以由中国企业来管理。作为下一个走向国际的产业,海信智能交通已经拥有世界级的技术,也不排除收购世界一流研发团队的可能,向轨道交通、航空领域拓展。

未来,海信的发展战略是大力发展海外市场。目前海信全球布局已初具规模,拥有分布于美国、德国、加拿大等国的七大研发中心,涵盖多媒体研发、电视芯片研发、手机研发、光通信研发等领域。生产布局上,在美洲,成功收购夏普墨西哥电视工厂及其电视业务;在欧洲,海信捷克工厂顺利投产;在南非,海信南非工厂完成扩建改造;在阿尔及利亚,兴建了电视生产基地。未来,海信将通过全球品牌运营和ULED、激光显示等核心技术输出提升在国际市场的影响力,巩固全球彩电前三位置。

当然,不只是家电业务,在智能交通这一块,海信也要取得全球化的新突破。在政府工作报告中提及的人工智能、第五代移动通信等,海信其实早有布局。早在1998年,海信便进入智能交通领域,且从基础研究突破,最终打破国际垄断,在智能交通领域做到全国领先。这是海信实业不断升级的成功代表作之一。

全国人大代表、品龙集团董事长兼总经理靳保芳:

加快完善企业海外投资制度

“一带一路”沿线部分国家光照资源丰富,近年来光伏电站装机正出现爆发性增长,给中国的光伏产业带来新机遇。

当前,中国光伏企业在国际化进程中遇到了一些问题。一是如何筹措项目建设、开发所需资金。受专业知识所限,特别是在欧美“双反”、补贴持续下降等因素的影响下,金融机构对光伏未来发展心存疑虑,也影响了贷款决策,导致项目开发商在开发海外光伏项目融资时步履维艰。二是中国光伏企业海外投资较为分

散,同行之间以及上中下游企业之间在抢占国际市场的时候各自为战,缺乏联动性和协同性,未体现成本最优化的原则,使得中国光伏制造未充分发挥产业链竞争优势。三是投资环境不熟悉,造成盲目投资。四是海外投资制度不完善,管理部门相对较多,政策分散,使得企业在政策争取上面临很大困难。

因此,建议加大光伏企业“走出去”资金支持。将光伏行业优先纳入中外产能合作重点支持的项目,并为光伏企业提供财政奖励、税

收优惠政策;加大信贷对光伏产业海外投资的支持力度,必要时由财政提供担保;建立国家级“走出去”投融资综合服务平台(如设立光伏海外投资基金),完善海外投资保险产品。同时,加快完善企业海外投资制度。开通绿色通道,进一步简政放权,规范、简化审批主体、程序和权责,设立海外投资“一站式”联合审批机构;在海外人才引进和培训、投资信息咨询、合作桥梁搭建等方面为中国光伏企业提供更加全面的支持服务。

全国政协委员、华润集团董事长傅育宁:

“一带一路”带动多产业链发展

混合所有制改革是今年国企改革的突破口,华润一直在做混改。混改的定义取决于国有资本和民营资本的結合,华润80%的资产业务都在上市公司,华润现在探讨的是,整体有无可能引入国际资本和民营资本。

近年来,华润积极探索“一带一路”和“走出去”战略,足迹遍及四大洲十多个国家和地区,精心布局国际市场。具体而言,华润在“一带一路”沿线国家投资并购了一些项目,还有一些项目正在探索之中。总之,2017年华润集团将加快“走出去”步伐,以应对全球变革挑战。

截至目前,国企是“一带一路”

贸易过程中的主力军。在“一带一路”方面,华润在海外的业务主要有基础设施建设,包括在水泥、电力行业都在积极探索。“一带一路”沿线的国家市场需求很大,华润一直在积极投资。目前,华润国际化经营战略是,把“一带一路”的投资范围放得更大,和中国的消费升级、产业升级结合在一起,把海外的好技术好产品带给中国的产业,带给中国的消费者。

建议国家在实施“一带一路”倡议时让文化先行,让消费、民生等领域率先进入,用国内知名消费品的品牌效应和影响力打造中国品牌“软实力”,助力国内企业“走出

去”。同时,由于基础设施项目投资周期长,一旦项目所在地国家发生政局变动或法制不完善等,可能会导致项目变数。因此,国内企业“走出去”应该让文化品牌率先“走出去”。

从基础设施建设,到能源的开发利用,再到贸易往来和文化交流,“一带一路”的建设将带动多产业链、多行业的发展,对于华润这样的多元化企业来说,具有很多利好条件。华润的大部分业务都可以找到与“一带一路”倡议相契合的利益点,可以尝试着分批“走出去”,并利用华润的资源整合优势、业务协同优势,形成竞争合力。

全国政协委员、中国广核集团有限公司董事长贺禹:

核电企业出海需要“三个努力”

如今,核电成为了中国制造走向海外的一张“国家名片”。很多海外民众因为核电而更加了解中国、关注中国。

对中国而言,核电出海可以向世界提供中国装备、中国技术、中国服务和中国经验,为“一带一路”建设提供关键的支撑点。对相关合作伙伴国家来说,中国核电出海将为其带来巨大的经济和社会效益,特别是为当地经济社会发展带来安

全、稳定、高效、清洁的能源供应和创造众多就业机会。

不过,我们也需要看到,核电是一个复杂的系统工程,“走出去”必然会受各种综合因素的影响,包括海外对中国技术和品牌的接受度如何、目标市场国家的政治稳定性怎样、融资成本高低等。因此,中国核电出海还要继续做好“三个努力”。

一是努力苦练内功,提升“走出去”能力。未来,中国核电企业在

“走出去”时,必须补足自身能力,积极融入当地社会,与目标国共同发展。二是努力加大国际化人才的培养。企业应该着眼长远,提前储备具有国际化视野和能力的人才。三是努力形成合力,促使国内企业抱团出海。中国核电出海是一个庞大的系统工程,核电企业、装备制造、建造商等都需要同步走出去,建立“国家团队”,共同推动中国优质自主核电技术在海外落地生根。

(本版文字由本报记者许意强、丁国明、贺璐、朱虹采写)

