

近几年,中国企业“走出去”的步伐明显加快,这其中有成功着陆的,也有半途而废的。那么,中国企业在“走出去”的过程中都遇到了哪些难点和挑战? 如何能吃一堑长一智?

# 万达拟出售马德里西班牙大厦揭改造计划失败原因

■ 邢斯嘉 张加宁 庄胜春

据中国之声《新闻纵横》报道,近期有报道称,财大气粗的大连万达集团尽管一举收购西班牙首都马德里地标性建筑西班牙大厦,却在改造过程中遭遇阻力。西班牙媒体本月4号报道说,谈判几经周折之后,万达决定出售马德里西班牙大厦,而2014年,万达集团买入时,付出了2.65亿欧元,约合22亿元。出售大厦,就意味着万达将放弃把这座大厦改建为商业中心和豪华酒店的计划。万达在马德里的投资究竟遭遇了什么阻力?

## 大厦项目上演剧情反转

10天之内,大连万达集团在西班牙大厦项目上再次上演剧情反转。据报道,马德里地方历史遗产委员会在此前拒绝了万达提出的拆除西班牙大厦,并以原先的材料、形状和尺寸重建的要求。此后,万达根据该委员会制定的前提条件,提出了另一项计划,并交由当地相关部门进行分析。但日前,西班牙埃菲社报道称分析报告的结论现在已经失去了意义。有业内消息人士称,万达已经委托美国仲量联行出售西班牙大厦。这意味着万达打算放弃将这座大厦改建为商业中心和豪华酒店的计划。据称西班牙大厦项目纠葛不前,主要是由于万达和马德里现任政府就西班牙大厦的改造计划不能达成一致意见。马德里要求保留大厦西面和旁边两外侧立面的原貌。工程的诸多技术性难题可能是万达集团大厦改造计划遭遇失败的主要原因。不过以上都还是一方的说法,截至目前,万达方面并未对此发表任何信息。

西班牙大厦1953年建成,是一座位于马德里市中心的25层摩天大楼,是马德里四大楼商业区中的最高的建筑之一,到过马德里的朋友可能多少对这个大厦有所印象,它算不上惊艳,与其面前西班牙广场上的塞万提斯碑和堂吉珂德像甚至有些不协调,但他就是西班牙人的成长记忆。



●王健林

随着历史变迁,西班牙大厦逐渐没落,昔日的豪华酒店、商场沦为“鬼楼”。2005至2007年间,西班牙桑坦德银行收购了这座地标大楼,虽说大楼当时被里里外外粉饰了一遍,但终究没有想好该怎么使用。一晃到了2012年,金融危机让西班牙经济每况愈下,整栋大楼更是看不到出路。

2014年,万达集团董事长王健林宣布收购西班牙大厦,万达从前任业主桑坦德银行手中购入大厦时恰逢西班牙楼市拐点,以六折的抄底价买下了这栋特殊意义的建筑。按照王健林的规划,这座大厦将成为豪华酒店以及巨大的购物中心。这原本是让这座地标性建筑“活起来”的利好,但却事与愿违。

## 改造计划失败的背后

中国之声海外观察员尹莎分析:究其原因,在万达集团购买西班牙大厦之初,马德里市政府通过决议,给予万达集团改造大厦诸多自由权及优惠条件。但这样的承诺在马德里市选举之后被完全推翻,新上任的市长属于极左派,此外早先左翼的社会工人党本就不同意对西班牙大厦进行任何修改。而万



●马德里西班牙大厦

达则认为,大厦目前的情况会对接下来的整修带来巨大的安全隐患。

署名“费力”的特约西班牙当地观察人士撰文告诉中国之声记者:西班牙大厦占据首都马德里独一无二的黄金地段,却在近十年来没能体现其应有的商业价值,反倒对周边城市环境每况愈下起了推波助澜的作用,大厦及其毗邻的西班牙广场早已成为地方政府亟待解决的心头之患。考虑到刚刚出现复苏迹象的西班牙经济,一旦项目正式启动,可以直接或间接带来就业、投资、经济拉动,而反之,一旦项目泡汤,必然落空的种种预期显然是谁都不敢想象的。

马德里市政府的公民党发言人贝戈尼亚·比利西亚斯在2月4日表示,由市长曼努埃拉·卡梅纳领导的市政府因循守旧,从而导致了多项计划陷入停滞,其中就包括西班牙大厦的改建计划。他强调如果万达离开,那么全世界读到的信息就会是,一个像这样的企业被马德里赶走了,那将产生多米诺骨牌效应。

## 企业“走出去”面临难点与挑战

近几年,中国企业“走出去”的步伐明显加快,这其中有成功着陆的,也有半途而废的。那么,中国企业在“走出去”的过程中都遇到了哪些难点和挑战?如何能吃一堑长一智?中国现代国际关系研究院世界经济研究所所长陈凤英,就通过案例分析,指出中国企业出去可能面临一下的问题。

陈凤英认为,第一个就是叫政权的更迭,马德里市长的更迭引起王健林这一次重建案的反复,这样的案例在国际上经常会出现。我们看到希腊比雷埃夫斯港也是这样。第二个法律程序问题,法律程序在中国和国际上还是有一定差距,尤其是西方,比如古建筑,古建筑对他们来说必须要尊重他们的文化,尊重他们的传统,购买人或者企业所有人必须要政府沟通以后审批同意才可以重建。最后一个一定要关心,就是这个地区经济状况也会影响,为什么呢?如果经济状况出现问题,他们会仇外,仇外当中不一定包括中国人,如果外国企业去投资,所以心态的变化也会影响到并购案正常的进行。

# 聚焦企业成本怎么降 直接融资能否有更多担当?

■ 蔡华伟

长期以来,银行借贷是企业融资的主渠道。然而,近年直接融资开始发挥越来越大的作用。以债券市场为例,2015年交易所债券市场异军突起,全年共发行公司债券2.16万亿元,发行资产支持证券2092亿元,同比大幅增长。

直接融资占比连续两年上升,但总体仍然偏低

“2015年以来,恒大在交易所债市通过小公募、私募方式融资400亿元,债券市场给恒大带来了稳定的资金来源。”恒大集团总裁夏海钧谈起公司债的好处,很有感触。发展直接融资,能够为实体企业提供较长期稳定的资金支持,减轻现金流压力,降低其融资成本。央行调查统计司司长盛松成介绍,债券发行利率一般低于贷款利率,股票融资不需要利息支出,直接融资占比上升有利于降低社会融资成本。2015年,债券和

股票等直接融资占社会融资规模的比重为24%,较上年提高了6个百分点,较2008年上升了11.3个百分点,已连续两年上升,也是历史最高水平。

然而,尽管增幅不算小,但总体看,我国直接融资仍然偏低,在经济社会发展中的作用发挥也不充分,难以完全适应经济增长和转型的需求。

## 有“亲和力”才有市场活力

直接融资不仅能降财务成本,也有利于投融资双方直接对接,更好更快地将资金“血液”输送给实体经济尤其是创新创业企业,推动经济转型。长期以来,企业对直接融资也抱有很大热情。但是,实际情况中,直接融资显得“亲和力”不足,较高的门槛让很多企业望而却步。

主板市场处于多层次资本市场的顶端,能进入其中的是少数“幸运儿”。以创业板为例,主要是服务于创业创新型型企业。这些企业通常处于快速成长期,对资金的需求较紧

迫,对发行上市效率要求较高。与海外市场平均三四个月的发行周期相比,我国创业板市场1至2年的周期显得较长,部分企业甚至超过3年。

主板的高难度,让很多企业把目光转向了新三板。2015年新三板挂牌公司大幅度增长,从年初的1500多家到年底突破5000家。然而,尽管新三板更“接地气”,挂牌相对容易,但与巨大需求相比,仍然显得不够,还有大量企业在等待进场。而且,挂牌公司中,能够成功融资的只是少数。

适当降门槛,能够激发出巨大市场活力。这一点,在去年的公司债市场中得到充分体现。去年1月,修改后的公司债券发行与交易管理办法将发行主体由主要是上市公司“扩容”到所有公司制法人。这一改变不仅吸引了大量公司通过公司债融资,发行方式也更丰富,形成了面向公众投资者的“大公募”、面向合格投资者的“小公募”以及面向特定投资者非公开发行的私募。

## 打造更强资本“快车”

能很好地被满足,我国纺织行业仍面临诸多挑战。

纺织行业出口量不断下降。海关数据显示,2015年全年,我国出口纺织品服装2911亿美元,同比下降4.8%。

日本、欧洲作为纺织品服装出口的主要市场,日元和欧元贬值也压缩着中国纺织品的出口。海关数据显示,2015年我国纺织品服装对欧盟出口额同比下降9.3%,对日本出口额同比下降11.6%。

中国居民消费部分转向境外。工信部数据显示,2014年我国居民境外消费超万亿元,购物消费占5000多亿元,购买的物品中有部分是服装、鞋类等纺织品。

“最大的差距是在品牌的认知度和影响力上。”工信部副部长冯飞说,跟国外的产品相比,品质品牌存在差距,国外部分消费品价格较低,国外产品执行高标准以及良好的消费环境等,是国人境外购物的主要原因。

如何显著提高直接融资比重,让其在金融体系中有更多担当?专家认为,关键是要加大机制创新力度,建立一个市场化、广覆盖、多渠道、低成本、高效率、严监管的直接融资体系。

近几年,直接融资市场化机制不断完善,市场效率提高。在上市条件上,2014年5月,创业板准入条件作了适度调整,取消了持续增长的要求,更加适应创新型企业业绩波动的特点。但是,现有门槛仍要求发行人盈利,导致很多新技术、新业态、新模式的企业尤其是互联网、生物制药等领域的创新企业无法进入。

有关专家认为,发展直接融资,从根本上说就是要解决“钱从哪儿来,投向哪里去”的问题,这一方面需要健全直接融资市场体系,拓展更多工具和渠道;另一方面应促进投融资功能平衡发展,为直接融资营造良好环境。其中,多渠道引导境内外长期资金进入市场,不断壮大专业机构投资者队伍,要下更大力气。

## 创中国品牌 做纺织强国

纺织业要实现转型升级,要把中国建成纺织业强国,就“需要实施增品种、提品质、创品牌的‘三品’战略”。

“增品种就是更好地适应消费者需求,增加多样化的消费品种;提品质就是提升产品可靠性等重要指标;创品牌是要提高品牌的影响力,提高品牌在消费者心中的认知度。”冯飞说。

实现纺织强国的核心是技术创新,这不仅需要突破性创新,也需要微创新。冯飞认为,通过一些微小的创新、设计使得产品的品质和品种发生大变化,可以激发消费者购买欲望,实现供给创造需求。

“毫无疑问,我们现在是纺织业大国。”高勇说,目前我国纺织业在品牌、设计等方面,在高新性能产品的研发上,与国外先进水平还有一定的差距,但是这些差距不是太远。

高勇说,“十三五”期间,纺织行业将着力于科技投入、高性能科研项目建设、国际化品牌培育等方面,努力向纺织业强国转身。

# 国务院支持高技术服务业贸易“打到点子上”

■ 李宁

开年上班第一天,国务院常务会议就向服务贸易行业送出了财税“大礼包”。2月14日召开的国务院常务会议,决定开展服务贸易创新发展试点,推进外贸转型增强服务业竞争力。

这份大礼包,对于服务贸易发展特别是提升货物和服务贸易附加值、优化对外贸易结构具有非常重要的意义。众所周知,虽然中国对外贸易迅速发展、中国融入全球价值链程度日益加深,但中国仍然处在国际分工的较低位置,尤其是在高技术行业、技术和服务出口等方面,中国仍然在全球价值链的低端环节。因此,如何加快对外贸易的转型升级、提升我国的国际分工地位,是关系未来中国经济持续发展的重要内容。由此,可以看出国务院研究出台针对服务贸易财税政策的及时性、针对性和精准性。

一是切切实实降成本。中央经济工作会议确定了包括降成本在内的五大宏观调控任务。降成本的主要举措就是减税降费。这次国务院常务会议决定在试点地区,将技术先进型服务企业15%的所得税政策推广到高技术、高附加值的其他服务企业,就是通过减税降低企业成本。对所得税给予10个百分点优惠,企业就会多得利润,就有能力扩大外贸出口,提升中国出口产品和服务贸易的附加值,同时还可以推进外贸结构优化,培育经济新动能和带动就业。

二是对职工教育经费给予税收优惠,体现了税收激励的针对性。在企业所得税优惠中,一般企业职工教育经费按照工资总额的2.5%的比例税前扣除,超过部分结转下年扣除。这次常务会议将技术先进型服务企业职工教育经费税前扣除8%的优惠政策扩大到高技术、高附加值的其他服务业,比一般企业多出5.5个百分点,优惠幅度超过一般企业的2.2倍,是非常大的优惠举措。这样可以最大限度鼓励企业加强职工教育培训,提升服务的质量和水平。因为高技术、高附加值服务型企业主要靠人力资源,特别是与软件和技术有关的外包服务项目,需要更多的技术维护人员来支撑,其中对技术人员的教育培训是提升技术人员素质的重要途径,也是提升服务质量、满意客户,拓宽市场的关键因素。

三是通过设立服务贸易创新发展引导基金以及给予财政贴息等补贴,更好发挥政府在推动服务贸易中发展中的作用,也体现了我国集中优势力量,综合发挥政府和企业共同作用做强技术服务创新贸易的重要思路和有效做法。同时,对试点地区经认定的技术先进型服务企业全面实施服务外包保税监管,可以最大限度提高技术先进型服务企业产品的通关便利,达到简化手续,降低成本,这也是非常实在的激励先进型服务企业出口的重要举措。

# 中钢协:一些亏损严重的钢铁企业退出机制缺失

近两年中,一些亏损严重的钢铁企业一度停产,有的企业想退出,但是退出机制没有建立,退出政策仍然缺失,有些地方仍要求企业维持生产。这是记者从中国钢铁工业协会了解到的情况。

中钢协有关人士称,虽然出现一些企业减产、停产,但由于退出机制尚未建立,阻碍关停企业彻底退出,产能过剩矛盾异常突出,有的企业资金链已断裂,成为“僵尸企业”,仍然退不出去。

中钢协数据显示,2015年全国生产生铁同比下降3.45%,生产粗钢同比下降2.33%,粗钢产量自1981年以来首次出现年度下降。尽管如此,供需矛盾依然严重,钢材价格持续下跌,12月末,中国钢材价格指数为56.37点,与上年同期相比下降26.72点,降幅32.16%。

受此影响,行业经济效益大幅下降。统计显示,2015年中钢协会员钢铁企业实现销售收入2.89万亿元,同比下降19.05%;实现利润总额为亏损645.34亿元,亏损面为50.5%,亏损企业产量占会员企业钢产量的46.91%。

中钢协分析称,目前我国粗钢产能约为12亿吨,按照2015年产量测算产能利用率不足67%,而受发展惯性及前期新建产能逐步释放影响,产能仍有可能进一步增加,在今后较长一段时间,消费量总体进入下降通道,产能、产量、需求严重失衡矛盾或将突出。(华晔迪)



# 产量已占世界一半 中国纺织谋求强国之变

■ 许晨

中国纺织产量已超过世界总产量的一半,但结构性产能过剩、创新人才不足、资金管理压力等仍羁绊着行业发展。中国是纺织大国,但还不是纺织强国。如何实现由大到强的转身?记者近日对此进行了采访。

世界一半多的纺织品产自中国

从行业运行、结构调整到转型升级,“十二五”期间,我国纺织工业持续较快发展,技术进步成效明显,产业结构不断优化,质量品牌有所提升,部分品牌开始走向国际市场。

人们关心的空气过滤、水过滤、油过滤等过滤材料是纺织品;汽车、飞机、火车轻量化设计也需要纺织品复合材料;甚至植入人体内部的人造血管、人造脏器,也是纺织产品。

“纺织产品已经深入到人类生活的所有领域。”中国纺织工业联合会副会长高勇说。近年来,纺织业的产业结构正不断优化。数据显示,截至2014年,服装、家纺产业用纤维消耗量比重由2010年的51:29:20调整为46.8:28.6:24.6。

“中国已拥有世界最大规模的纺织业。”高勇说,中国纺织业目前的产量已超过世界



总产量的一半,纺织纤维加工量、出口额占全球比重进一步提高,国际市场占有率超过世界的1/3。

不少中国服装品牌走进国际中高端市场。如:江南布衣已在日本、法国、俄罗斯等10多个国家和地区开设38家店铺;波司登在8个国家的400多家中高端品牌集合店中进行销售等等。

## 纺织业中高端需求难被满足

受国内劳动力成本上升、结算货币汇率贬值等因素影响,我国纺织品出口有所减少;另一方面,国内中高端的消费需求仍不