

2012 中国企业全球竞争力

2012 即将过去,中国企业“走出去”已历经近 30 个年头。近几年,随着自身产品与竞争力的显著增强,不少优秀的中国企业开始进行真正的全球化资源配置和布局,通过“走出去”获取综合竞争力,实现从“国际化”向“全球化”的转变。

2012 年“最具全球竞争力中国公司”评选

在世界经济尚未完全复苏的 2012 年,中国企业的全球化热情一如往昔、居高不下。借助国内稳定的经济发展态势,大量的中国公司通过对外投资,满足着世界各个地区对资金的需求;也在全球范围内寻求着更广阔的资源、更先进管理、更领先的技术和更庞大的客户群。在不断取得成绩的同时,中国企业在全球化的道路上还不得不面对政策、人才、品牌、消费者需求、企业文化、并购后整合,乃至社会责任等各领域提出的挑战。

2012 年入围的 50 家备选企业来自十多个不同的行业。其中能源资源类行业(电力/能源/化工、钢铁/有色金属)的企业总共占据了超过四分之一的席位,在数量上继续领跑中国公司全球化;而家电、工程机械、设备制造、综合,以及电子行业的企业数量相当,总共占据了 40%,成为全球化的中坚力量。

从收入规模上看,50 家入围企业的分布较为均匀:2011 年总体收入在 10 亿到 100 亿之间的共 10 家,100 亿至 500 亿之间 16 家,500 亿至 1000 亿之间 10 家,1000 亿以上 14 家。这也体现了评选的入围企业选择与企业规模大小没有绝对的关联。

对外投资与海外并购

商务部数据,2012 年 1-11 月,中国境内投资者共对全球 130 个国家和地区的 3596 家境外企业进行了直接投资,累计实现非金融类直接投资 625.3 亿美元,同比增长 25%。其中股本投资和其他投资 493.3 亿美元,占 78.8%,利润再投资 132 亿美元,占 21.2%。

2012 年,中国海外并购金额达到了创纪录的 572 亿美元。在国际经济环境不断发生变化的背景下,中国海外并购的目标、主体、策略和方式都发生了巨大变化。

日前,中海油以 180 亿美元成功收购资产遍及全球的加拿大能源集团尼克森。紧接着,美国国际集团同意将旗下飞机租赁公司国际租赁金融公司的大部分资产作价 42 亿美元,出售给一个中国财团。中国汽车部件生产商万向集团出价 2.56 亿美元,竞拍美国破产汽车电池厂商 A123 成功。

中国现代国际关系研究院世界经济研究所所长陈凤英女士表示,这一系列巨额资金的收购案不仅体现出中国海外并购规模的日益扩大,一定程度上也反映出近年来中国企业海外并购在目标、主体以及策略等方面发生的变化。“九十年代也好,还是二十一世纪前十年当中,我们有很多大的国有企业出去,以资源为方向的,但是现在他们瞄准的市场不完全是资源,他们瞄准了市场和品牌,有的是制造业,所以这样就发生了一个变化。”

“我们的企业目前走出去,起码比日本(企业在上个世纪)八十年代并购美国(的情况要)好,因为当时它(大多数)买的是服务行业,这明显是有一个泡沫在里面。而我们的企业很多进入的是实体的,甚至是品牌,因为品牌对中国(企业)做大作强成为一个跨国公司品牌效益是非常重要的,所以到目前为止成功案例还是比较多的。”陈凤英表示。

从中国制造到美国品牌

邦凯作为一家 2008 年就被美国内达华州引进,在建立了自己的海外基地,从出口产品,再到在美国设点办厂,从而实现了转型升级,从美国辐射世界,从整个价值产业链高度来思考企业竞争和战略问题的企业,邦凯新能源不仅让“中国制造”寻梦美国,更提供了关于战略和商业模型的一种新的更具广阔视野的思路。

从此,中国制造与美国制造对于中国厂家来说,不再是一个无法逾越的鸿沟。

“预计明年邦凯将在美国销售 2200 辆电动自行车,估计将给公司带来 500 万美元的收入。”近日,深圳邦凯新能源有限公司业务总监李俊杰表示,邦凯在美国工厂生产的电动自行车,都打上了“Build in USA”的标签,“尽管原材料都是从中国运来,美国工厂仅仅实现了整车组装,身份的转变获得了美国市场的认可。”

从“中国制造”变为美国品牌,同样的产品售价可以翻倍。邦凯的电动自行车起初在美国沃尔玛销售时,采用整车进口,售价为 1000 美元—1200 美元;改为进口零配

2011 年海外收入占比分布统计

