

6 管理诊所 Management Clinic

中国正处于参与国际产能合作的重要时期,现在,越来越多的企业走出国门寻找商机。近年来,我国企业“走出去”呈较快发展态势,但许多企业在“异地他乡”却面临着融资难困境,企业家们不得不自筹资金打拼海外,并无奈地戏称是“自带干粮”。

企业去海外何时不再“自带干粮”?——透视“走出去”企业融资困境

■ 王凯蕾 武卫红

近年来,我国企业“走出去”呈较快发展态势,但许多企业在“异地他乡”却面临着融资难困境,企业家们不得不自筹资金打拼海外,并无奈地戏称是“自带干粮”。记者从正在广州举办的第118届广交会上了解到,随着越来越多的国内企业看准海外投资“蓝海”,企业家们期待获得持续的金融支持。

跨境融资难制约企业海外拓展

“新兴市场不少地方融资渠道匮乏,而我们又无法从境内银行融资,主要靠自有资金在支撑,企业在外好难。”浙江新乐都制造有限公司副总经理杨敏全说。

在记者近期参加的不少涉外投资会上,跨境融资问题已经成为“走出去”企业家集中“吐槽”的对象。

记者了解到,许多“走出去”的企业在海外都遭遇了融资瓶颈。惟合国际董事长王毅感触道:“在国内,如果我有1亿资金,起码可以撬动6亿的产能,但在海外,我只能盘下1000辆汽车,价值都不过亿,资金的利用效率太低。”

“海外生产经营与国内最大的不同,是涉及产业链的每一个环节都需要先期垫付资金,企业要承担巨大的资金压力。在国内就不会这么劳心费神了。”广州世能电力设备有限公司董事长侯建雄在广东企业对外投资洽谈会上说。

由于金融杠杆难以发挥作用,很多“走出去”的企业在海外拓展,大部分资金靠自筹。

受访的企业家告诉记者,中国正处于参与国际产能合作的重要时期,现在,越来越多的企业走出国门寻找商机。商务部数据显示,今年前3季度,我国非金融类对外直接投资873亿美元,同比增长16.5%。同期,对“一带一路”沿线国家的直接投资额合计120.3亿美元,同比增长66.2%。

中外企业家对话“数字化时代的企业运营”

■ 宗启佳

如果想了解工业4.0与数字化时代,SAP是一个较好的选择。这是全球最大的企业管理和协同化商务解决方案供应商,世界第三大的独立软件供应商、全球第二大云公司,众多知名企业智慧方案的原创者。德国今日引以为傲的“工业4.0”背后,也有SAP隐形力量的贡献。

10月14日,中国企业家协会俱乐部德意国际访问代表团抵达位于波茨坦的SAP创新中心参观交流,与SAP高层就数字化时代的企业运营、工业4.0的未来、工业4.0的投资回报、软件如何帮助和改变未来的商业模式以及软件如何更好地支持企业创新和创业等问题展开了对话。SAP全球管理委员会成员斯特凡·里斯等高管早早地守候在门口,欢迎中国企业家的到来。

斯特凡·里斯介绍说,SAP成立于1972年,在全球拥有6万多名员工,遍布全球130个国家,并拥有覆盖全球11500家企业的合作伙伴网络。作为全球领先的企业管理软件解决方案提供商,SAP帮助各行业不同规模的企业实现卓越运营。今天,全球188个国家的23万家客户正在从SAP解决方案中获益。

来自中国企业家协会俱乐部的成员、用友网



“我们的产品到了海外就是‘卖方市场’,企业在价格上有绝对的话语权,客户争着付定金。”湖北潜新机械制造有限公司副总经理梁鸣轩说,现在“中国制造”在海外有一定优势,但由于融资瓶颈所限,企业“走出去”效应难以有效放大。

“玩不转”有三大原因

在国内资本市场“长袖善舞”的企业家们,为什么到了海外就“玩不转”了呢?记者采访发现,“走出去”企业融资难主要有三个方面原因:

一是跨境抵押难以实现。很多企业反映,用海外的房产、设备等找银行抵押融资时经

常遭到拒绝。为什么会出现这种情况?广东银行业内人士说,土地、房产、车辆、股票债券等都可作为抵押品,但必须在企业注册地。“比如广州的企业拿佛山的厂房抵押就不能获批贷款。”该业内人士说,目前全国各地区的不动产信息还未实现联网,银行难以了解抵押品的有效登记信息,比如是否被重复抵押等。涉及跨境抵押物就更难进行估值了。

二是贷款回收期长导致银行“惜贷”。世界银行集团所属国际金融公司高级投资官员裴斐说,中国企业海外投资主要集中在基础设施建设、产能合作、制造业等领域,需求以5至10年的中长期贷款为主,回收周期较长,其中的不确定因素较多,导致很多银行不愿意冒风险。



中国企业家俱乐部访问团成员与SAP波茨坦创新中心高层代表合影。

络科技股份有限公司董事长兼首席执行官王文京在十几年前访问了SAP,并给他留下了很深的印象。如今,用友已发展成为国内管理软件市场上最具有代表性的品牌。

王文京在致辞中表示,今天运用信息技术进行管理创新,移动互联网对企业变革的影响越来越大,企业越来越数字化,德国工

业4.0的背后有SAP系统在后面做支撑,中国企业正在互联网化、数字化,中国也有制造2025,通过此行希望了解到德国工业4.0的成功实践,双方探讨可能的合作。

他说,“我们看到工业4.0的背后有SAP的支撑,而中国也在积极推进互联网及数字化发展,在座企业家正在领导各自企业的数

三是投资项目前景存在较大不确定性。记者采访过的银行反映,有些“走出去”企业在项目选择上“一窝蜂”,海外投资签订项目多,真正落实少,加之海外投资还涉及政治、宗教、法律等多因素,前景的不确定性非常大。“金融机构不可能为了一笔贷款从头到尾跟踪项目,而且海外投资项目的周期比较长,做起来不划算。”广东某金融机构信贷部负责人说。

打通关键节点 纾解海外“融资难”

“走出去”企业融资难由来已久,政府和相关部门也采取了不少措施支持跨境融资。如近期银监会提出将进一步完善机构和服

务网络布局,完善相关金融服务,助力“一带一路”国家战略的实施。浙江省成立了“走出去”融资与担保服务平台,向平台内企业提供总额10亿元的增量融资和担保。广东省率先完成与国家“一带一路”战略规划衔接的实施方案,加大财政扶持力度,推进企业参与国际产能合作。

尽管如此,受访的不少企业家反映,虽然我国金融业海外服务水平有显著的提升,但在海外设立分支机构的速度相比企业拓展的速度还是“慢了半拍”。在不少新兴市场,国内银行尚未设点,国际化的外资银行也没去,这是目前企业海外融资陷入困境的关键问题。

银监会数据显示,截至2015年6月末,共有11家中资银行在“一带一路”沿线23个国家设立了55家分支机构。其中,五大行是中资银行“走出去”的主力军。从地域分布看,中资银行在东南亚和西亚地区设立分支机构相对集中,在中亚、独联体地区布局还有很大空间。

接受采访的企业家建议,在新兴发展中国家,中资金融机构要在首都设分支机构,还要尽快在海外的重点地区设立办事机构,不断创新金融产品,帮助企业解决融资难。

字化发展。中国政府也提出‘中国制造2025’。所以通过这次访问,我们特别希望了解到SAP在商业流程和企业管理创新研究和发展方面的成功做法,希望了解到德国工业4.0的成功实践。在此基础上,我们来一同探讨可能的合作。”

SAP创新中心网络联席主席延斯·克鲁格认为,在数字化时代,许许多多的商务平台都捆向了用户,在这些趋势和变化当中,传统产业都在受到互联网的影响,包括传统汽车业。交流过程中,SAP重点介绍了数字化平台HANA以及基于该平台的创新商业模式与服务,引起了中国企业家的兴趣。SAP HANA旨在帮助客户在当今数字经济时代加速企业转型。在数字经济时代,SAP的很多合作伙伴都已经踏上了优化运营的转型之路,并向其顾客分销和提供这些产品和服务。

许小年、吴亚军、邓锋等提出了自己的问题,与SAP高层就工业4.0的未来、工业4.0的投资回报、软件如何帮助和改变未来的商业模式以及软件如何更好地支持企业创新和创业等问题展开了对话。参加本次德意国际访问的中国企业家俱乐部代表团由马蔚华带队,包括郭广昌、刘东华、牛根生、王文京、胡葆森、吴亚军、夏华、许小年等企业家领袖及学者。

有通过互联网进行转型升级的机会,但也有人提出在这一轮万众创业、大众创新的浪潮中,互联网的声音似乎太大了,资本还应更多关注工业制造业的创新。

Sinofund 资本管理机构管理合伙人元志中说,要提升中国制造的国际竞争力,关键还是要加快工业科技创新、发展节约型经济,特别是要研究什么样的工艺、材料、生产方式和产品设计结构能更好地降低工业制造品的能耗。

“这个过程涉及从基础科研到应用科学研究工程的各个方面,需要一代代工程师和学者的知识积累和技术更新,摆在投资人面前的难题是用什么样的指标去衡量创新,如何通过资本的力量去引导创新。”他说。

元志中提出,欧美有不少企业已把对社会环境资源的影响融入到工业产品设计和制造的各个环节。“这种创新的欲望由社会责任感驱动,失去了这种驱动力,创新就很难创造长期的价值。”

中国消费电子业者反思:为什么我们总是在跟随

■ 魏华平

“苹果Ring要来了,能围绕它做些什么?”“三星两年前发布的半导体产品,今年开始大规模投入应用,我们能不能做?价格能不能做到低30%?”……这是汇集数千家企业的环球资源秋季电子展上,中国电子业者最热衷打听和探讨的议题。

5万家企业、一年14万亿元的销售规模,中国电子信息产业却几乎没有能够引领全球行业趋势的创新和产品,背靠全球最大的消费电子市场,大批企业却依然停留于寻求“跟着苹果、三星喝汤的机会”,“跟随者”仿佛是很多企业挥之不去的烙印。

中国已经是全球最大的电子消费市场和产品产地,全球每三只智能手机就至少有一只产自中国。“背靠巨大市场和强大产业实力,中国的电子业者能更快了解需求,把握行业变化,理应产生对市场有最好理解、最具行业引领意义的创新成果。”中国企业研究院首席研究员李锦说。

然而,引领性成果却极少出自中国企业。环球资源电子组总裁黄潭伟说,在环球资源电子展过去十余年中,引领性创新仿佛始终出自美、韩等海外企业,不仅是智能手机、平板这些具有颠覆性影响力的产品,即便是手机外壳、车载电子这些看似技术含量不高的领域,最夺人眼球创新也多来自海外。

问题出在哪?环球资源针对近四百名企业高管所做调查结果或许能提供参考:技术和产品创新是中国企业当前做得相对较好的领域,而在“互联网+”大环境下显得尤为重要的商业模式创新领域,中国企业却显示出明显滞后性。以眼下被视为电子业增长点之一的可穿戴设备为例,在苹果手表面世前两年的环球资源电子展上,已有一批深圳企业做出同类智能手表,但时至今日仍甚少形成市场影响力。

在多位接受记者采访的业界人士看来,很多中国企业问题不是缺人才,也不是缺钱,之所以这么多年还没有掌握关键核心技术,在面对国际竞争时没有现代化的行销体系,根源是缺乏勇于突破、具有开创性的思维模式,以及放眼长远的大格局。

过去的很多年中,中国一直扮演着世界工厂角色,企业习惯根据外方需求生产,去满足海外市场。“现今,中国角色已经变化,作为最大的市场和生产基地,中国已有能力去研究市场、创新产品、发掘需求,只要思维模式能够顺势而变,中国企业有条件也有实力成为创新引领者。”深圳金泰克海外事业部总经理薇薇安说。

在业内人士看来,中国企业要想成为引领者,有两个亟须突破的难点,一是关键性核心技术,这不仅仅需要企业努力,更需要国家从战略高度重视和布局;二是企业要转变思维模式,在做好技术创新同时,要更加重视商业模式创新和整体形象推广。

中国纺织出口形势严峻 加速跨国布局

■ 闫晓虹

迄今中国纺织行业出口形势较为严峻。面对国内外复杂的形势,中国纺织业跨国布局正在加速推进。

记者15日从中国纺织工业联合会了解到,2015年二季度以来,中国纺织品服装出口总额呈现持续负增长态势,三季度降幅有所加深,1-8月其出口价格同比下降1.3%,出口数量同比下降3.2%。

最新统计显示,今年前8月中国服装及衣着附件累计出口金额比去年同期减少6.7%。

来自中国纺织品进出口商会的数据称,9月中国纺织品服装出口依然下降。今年前9月,中国纺织品服装累计出口下降4.7%。业内专家认为,人民币汇率变动与政策调整仍未对三季度出口形成有效正拉动,尽管与二季度相比,出口降幅略有收窄,但下降趋势没有改变。

中国纺织工业联合会有关负责人表示,在今年后半段,中国纺织行业经济运行压力依然较大,国际市场复苏动力不足,纺织行业出口压力仍然难以缓解。同时,新棉上市后国内棉花市场走势更趋复杂,将对企业接单及开工产生影响,加大行业运行的不确定性。

值得注意的是,过去十年间,中国的劳动力、能源成本上涨以及汇率升值大大削弱了包括纺织业在内的制造业领先地位。为了应对诸多国内外挑战、创造新的国际竞争优势和可持续发展能力,近年来中国纺织业的跨国布局呈现加速推进态势。而对于中国纺织业对外投资而言,2015年是非常重要的一年,“一带一路”战略作为中国做出的重大政治、经济决策,与纺织服装的部分产能跨国重置历史进程完全契合,给企更好进行国际布局提供了良好机遇。

据介绍,中国纺织业“走出去”对于建设纺织强国、巩固中国纺织业的全球地位有着重要意义,“走出去”也应与国内纺织产业转型升级形成良性互动。

“十三五”期间,中国纺织行业全球布局将继续保持谨慎态度,在海外布局中切实做好可行性研究和风险防控,同时不断提升核心业务能力等。