

汤森路透 10 月 22 日发布的《中国企业全球化的机遇与挑战》白皮书显示,随着“一带一路”战略实施,中国资本大量输出的时代已经来临,但“缺乏海外投资经验成中国企业‘走出去’最大瓶颈”。

中企走出去如何破“瓶颈”?

■ 仲星

“中国正在成为资本净输出国。”说起中国企业走出去的大趋势,汤森路透中国区副总裁、特许金融分析师陆曼马上举出了一组数据:从 2012 年开始,中国对外投资规模已经位居世界第三,仅排在美国和日本之后;中国商务部数据显示,2014 年中国境内投资者对外直接投资(ODI)累计已达 1160 亿美元,同比增长 7.6%,已与同期实际利用外国直接投资(FDI)的 1196 亿美元基本相当。“但如果加上通过第三方的投资,中国对外投资的总量就达到了 1400 亿,实际超过了 FDI 200 亿。所以中国已成为资本净输出国。”

资本输出时代已至

白皮书数据显示,并购正成为中国企业跨境投资的重要力量,而民企在其中的地位正日益增强。中国企业跨境并购投资规模,从 2005 年的 94 亿美元,到 2014 年的 554 亿美元,10 年翻了 6 倍;企业并购的跨境国家和地区数量,从 2005 年的 22 个到 2014 年的 62 个,10 年翻了 3 倍。2005 年,9 成以上走出去企业都是国企,而到 2014 年,民企已超过国企,占走出去企业的七成。

陆曼表示,开拓市场扩大发展空间、提高企业的国际声誉及全球化布局、获取海外资源、获得领先科技、寻求海外较高收益项目,已成为中国企业走出去的五大驱动力。“过去 35 年,中国的开放重点是对西方发达国家,未来的新 35 年,中国开放重点是进入新兴经济体,发展中国家。”中国国际经济交流中心首席研究员张燕生认为中国经济正处于新旧交替的转折点上,中国企业的全球化开始进入亚非拉,将在新兴市场上完成脱胎换骨的转型。

白皮书也分析了中国企业“走出去”所



面临的一系列挑战和风险,包括政府审查及行业准入、劳工和工会、融资和外汇风险、专利和商标的合规、税务合规及管理整合等各方面的风险。仅以中国企业在美涉诉案件为例,去年已达近 2000 件,是 15 年前的四倍。

“中国企业最大的风险,就是缺少走出去的经验。”张燕生表示,对中国企业来讲,积累经验最好的途径,一是边干边学,一是开展全方位的国际合作。

税务挑战千头万绪

面对复杂多变的海外投资环境,很多中国企业缺乏应对经验。据汤森路透统计,仅 2014 年一年,北美地区间接税规定就有 5000 处变化,而在拉美,间接税变化高达 17000 处。各种法律法规的变化给企业的财务和税务管理带来了巨大的挑战。如果不能

事先了解当地的税法税种,可能导致原本预计可以获得较好利润的商业项目最终无利可图。

毕马威会计师事务所税务合伙人谭礼耀对此深有感触:“去年税收税率税务政策变化最大的就是拉美地区。如果你五年前去巴西办企业,每年要做 100 多个税务表,现在好一点,还要做 77 个税务表。”

谭礼耀表示,作为全球四大会计师事务所之一的毕马威,在帮助企业把握当地税法方面有很多成熟的经验。“我们必须理解每个商业交易会涉及到哪些税务环节,有没有可能优化?”他认为应对税务挑战,建立人才库和信息库是关键,企业想走出去,这两项可以内部建立,也可以外包。

白皮书建议,除了尽快熟悉境外税务环境和法规,走出去企业也应首先了解中国国

“致癌论”雪上加霜 肉企这个冬天有点“冷”

■ 白商

世卫组织提出的火腿致癌言论已发酵近一个月,虽然中国肉协、北美肉协以及肉品加工企业纷纷站出来表态称小标题大做、危言耸听,但是在国内消费者“宁可信其有、不可信其无”的态度之下,“吃火腿致癌”的定论未有平复之势,今年受到生产成本上升,销售终端不理想的影响,国内肉制品加工企业的日子并不好过,双汇、得利斯等大型肉制品加工企业的业绩均出现下滑,争议中的“致癌论”为本身陷入困境的企业带来雪上加霜的考验。

一边是企业和行业人士的不认同,而另一边则是小心翼翼的消费者,加工肉制品增加致癌几率的言论在“不确定”中不胫而走。

三季度业绩下滑 肉制品企业生存承压

当“致癌论”甚嚣尘上之时,市场则将关切的目光投向了息息相关的肉制品加工企业身上。事实上,早在“致癌论”提出之前,国

内肉制品加工企业的黄金时代就已过去,处境并不理想。

就以肉企老大双汇为例,继上半年出现了近十年业绩首次下滑之后,双汇前三季度的报告显示,1-9 月累积生产高低温肉制品 117.77 万吨,较去年同期下降 6.32%,销售肉制品 117.67 万吨,较去年同比下降 8.29%。

而肉制品加工的另一大巨头金锣,也在今年屡次身陷食品安全问题,有相关人士透露,受食品安全问题影响,金锣今年的整体业绩会出现一定幅度的下滑。

除了上述全国性的知名企业外,区域知名品牌在今年也出现了业绩承压的情况。得利斯近日公布的前三季度业绩报告显示,该公司 1-9 月实现营收 12.39 亿元,较去年同期下降 1.96%,净利润 2940.5 万元,较去年同期下降 24.32%。此前得利斯的半年报显示,该公司的低温肉制品实现营收 1.25 亿元,较去年同期下降了 7.16%。此外,作为国内专业从事火腿行业的金字火腿三季度报告显示,该公司 1-9 月实现营收 1.49 亿元,较去年同期下降 11.55%,实现净利润 2281

万元,较去年同期下降 2.92%。

肉制品消费疲软 企业需多元化应对

除了企业销售数据每况愈下以外,国内肉类消费速度也在明显放缓。中国肉协发布的数据显示,2005-2014 年人均肉类消费从 59.2 公斤上升到 63.8 公斤,九年时间增加了 4.6 公斤,但从 1985 年到 2005 年,中国人均肉类消费增加了 42.6 公斤的趋势来看,国内人均肉类消费增速明显放缓,与此同时,各大肉制品企业产品销售下滑也表明消费者的需求量开始减少。

因此在朱丹蓬看来,面对肉制品需求减少、市场处于低谷期之时,关于食品安全的社会舆论压力,将成为肉制品企业面对的又一次考验。虽然此次 IARC 的加工肉制品“致癌论”广受争议,但在越来越重视食品安全的消费环境下,“致癌论”为肉制品加工企业埋下了一个无形的雷,随时可能爆发,从而为企业发展带来隐患。“目前来看,肉制品‘致癌论’对于消费者来说有一定影响,肉制

品企业业绩下滑在所难免,在这种情况下,企业应该在产业上进行一定的调整,从而降低市场低迷对公司整体业绩造成的影响。”朱丹蓬说。

事实上,双汇、雨润、得利斯、金字火腿等企业自今年以来都在加强企业多元化发展,抵抗因肉制品行业低迷带来的影响。据了解,双汇目前 5000 万只肉鸡产业项目已经全面投产,并且增加了生鲜肉在全国的网点,保证市场占有率。雨润目前产业已经覆盖包括食品、地产、商业、物流旅游、金融、建筑七大行业。

而得利斯则瞄准了国内目前存在较大缺口的肉牛供应市场,9 月中旬该公司进行重大资产重组计划,拟通过增资及受让股权的方式收购澳大利亚大型牛肉生产销售集团 Yolarno Pty Ltd 公司相关股权。

业内人士表示,面对新一轮考验,肉制品加工企业应该通过多元化、完善产业链来予以应对,除此之外还应升级产品结构,研发更加健康的工艺手法,从而保证企业竞争力。



电商狂欢却是快递业的“灾难”,阿里巴巴大数据物流平台菜鸟网络总裁童文红认为,面对如此庞大的物流体系,必须通过大数据来提升效率。

据了解,在物流预警雷达升级的基础上,今年菜鸟网络推出了升级版的大数据平台“菜鸟天地”。从时段预测全面跃升为动态实时预报,覆盖范围涵盖中国五成以上的快递包裹。童文红表示,“双 11”期间可以做每日网点包裹派送量实时提前预报,预报准确

率达到 90%以上。

“中转环节充分利用大数据手段,模拟收发件重点区域及货量,提前测算投入水平,同时大力应用直发模式以减少流转环节。此外,还将新投入 2 架自有全货机,扩充航空运力效能。”安徽顺丰快递公司相关负责人说。

韵达快递则推出了“农村快递服务”“仓配一体化服务”“跨境物流服务”和基于提高快件时效的“电子面单服务”。同时,今年韵

达更加重视农村快递的运送,数据显示,韵达在全国乡镇新设立了 2000 余个网点,全国乡镇覆盖率达 99%以上。

“实名安检”或有影响

快递实名制终于要实施了,时点刚好碰上了快递界的春运“双 11”,其要求寄递物流行业即日起全面落实寄运物品先验视后封箱、寄递物流活动实名登记、邮件快件 X 光机安检三项制度。据国家邮政局预测,今年“双 11”期间快递最高日处理量预计将突破 1.4 亿件,全行业快件业务量比去年同期增长四成以上。那么,此次专项行动的实施是否会于今年“双 11”造成影响?

“快递实名制、开箱验视对正常电商交易不构成影响。”吴大元分析认为,电商在其合作的快递公司,是以企业为主体进行登记的。电商与快递公司一般会有专门合作协议,很多封装的工作是快递公司最终来完成的。实名制、开箱验视两项制度主要还是对非电商的快递业务影响较大,也就是对用户私人信件业务会有影响,检验会更加严格,个人用户快递的效率可能会下降一些。

多家快递负责人在采访时表示,企业会积极配合这项新政,不过对随之产生的成本增加、用户体验下降、保护用户隐私等问题,希望主管部门给予进一步指导。

德勤呼吁中国企业建立多职能共享服务中心

■ 刘宸瑶

德勤华永会计事务所 30 日发布的《2015 共享服务调查报告》指出,建立共享服务中心的趋势正从发达国家向新兴市场延伸,并称中国应积极借鉴全球各地的成功案例,通过多职能整合,将共享服务的效益最大化。

德勤中国战略与运营领导人安钟媛表示,随着全球经济一体化、监管政策的趋同及信息化的高度发展,近几年看到越来越多的中国企业开始实施或者规划共享服务建设。在一定的基础上,共享服务不但有助于企业节省成本,同时也可提升数据可视度和实现增长目标等。

共享服务中心是通过人员、技术和流程的有效整合,实现组织内公共流程的标准化和精简化的一种创新手段。

自 1999 年起,德勤对全球共享服务机构的调研每隔两年进行一次,旨在探索新理念和预测新趋势。针对上述问题,德勤在 2014 年对全球 311 家组织共 1000 多座共享服务中心进行了大规模的深入访谈,并推出《德勤 2015 共享服务调查报告》。

与两年前的调查结果相比,今年参与调研的受访者均认为,建立共享服务中心的趋势正在从发达国家向新兴市场延伸,以期节省成本。逾四成的共享服务中心设于亚太地区,有四分之一的设于东欧国家,而设于美国和加拿大的共享服务中心则占全球的 17%,占比与西欧国家相近。共享服务中心的服务覆盖范围也已从单一国家,逐渐扩大至整个地区乃至全球。就行业分布而言,制造业企业成立的共享服务中心占比最大,超过四分之一,排名第二和第三的行业分别是科技电信行业和金融服务业。

报告还指出,大部分受访者均表示,相比两年前的投资回收期(2.6 年),共享服务中心的投资回收期已缩短至 2.3 年。由此可见,共享服务的持续发展可为企业在更短时间内获得相关投资回报创造机遇,继而让企业争取更大的利润。

德勤中国财务管理转型合伙人杨颖从驱动模式、人员管理以及建设策略等五大方面深入分享了她对中国企业的共享服务建设历程不同于全球趋势的独特观察。她提到,目前中国企业在共享服务方面,普遍仍以单一职能为主,如财务共享和人力共享的单独建设。“目前已有许多全球商业服务的成功案例证明,通过多职能整合可为企业提供更大价值。”

光伏产业复苏 快速发展 专家吁激励制造业

“大陆光伏产业正在上扬。”福建日同辉太阳能应用技术有限公司董事长聂庆华向中新社记者盘点他多个位于福建乡村的在建农业光伏电站项目时表示。

聂庆华进军光伏产业已近 10 年,“2013 年国家解决光伏发电入国家电网,国内市场不断启动,再施以强有力的补贴措施,感觉应用市场一下就好起来了。”

中国光伏产业正呈现快速发展态势。国家能源局数据显示,截至 2015 年 9 月底,全国新增光伏发电装机容量 990 万千瓦,同比增长 161%。其中,新增光伏电站装机容量 832 万千瓦,新增分布式光伏装机容量 158 万千瓦。

国家能源局新能源和可再生能源司新能源处处长董秀芬此前对媒体称,“十三五”中国将持续壮大太阳能光伏发电市场规模,初步规划“十三五”(2016-2020 年)光伏装机规模目标将达 1.5 亿千瓦左右。

但中国在逐渐从光伏制造大国变身为世界第一光伏市场过程中,正在洗牌的制造业企业正处于黎明前的黑暗。聂庆华说,很多上游工厂竞争非常激烈,“价格战愈演愈烈,逆设备不到 10 年间,价格由一两元(人民币)每瓦跌到一毛每瓦。”

“这两年我们产量提升非常快,但销售额没有提升。”阳光大地(福建)新能源有限公司董事长许新潮对中新社记者说,像他这样的制造业企业大多融资也非常困难。

“过去发展光伏产业,都是靠技术引进国外技术和设备,现在大陆涌现很多自主原创的技术、设备、原材料,但仍需国家从机制上、政策上去激励健康发展。”中科院上海微系统与信息技术研究所研究员刘正新说,美、德、欧洲等都在实行一些国家计划来推动新技术,“全球化以后,市场是开放性的,靠技术优势和成本优势来竞争,这个行业如果我们把握不好都会被淘汰掉。”

“即使福建光伏产业原来稍有滞后,但面临‘一带一路’、福建自贸区和生态文明先行示范区等发展机遇,在调整能源结构中,发展光伏产业势在必行。”福建江夏学院先进光伏技术研究所所长邱瑛说,若能消除行业、制度、产权等市场壁垒,中国作为光伏制造业和安装量第一大国,将创造出很大产值和利润。

(林春苗 林晓莹