

中小企业如何布局国际化发展

“2015 中国中小企业全球发展论坛”在宁波举行

■ 张文胜 报道

11月23日至24日，“2015中国中小企业全球发展论坛”在浙江省宁波市举行。本次论坛以构建国际合作大平台，实施“一带一路”大战略为主题，由宁波市政府支持，由全球中小企业联盟等单位联合主办。联合国前秘书长安南等国际政商界嘉宾在欢迎宴会上分享他们的智慧之声，共同交流、研讨中小企业的发展。来自全国各地800余位制造业、现代服务业、金融机构及金融服务机构、房地产公司的高管出席本次论坛。

安南、拉法兰等国际政要分享智慧之声

联合国前秘书长科菲·安南演讲的主题是非洲新能源的投资机遇。安南在演讲中说，这几年非洲发展稳定，经济社会取得一定成就，同时也催生了巨大的投资需求，尤其是非洲现在还有6.2亿人还不能享受到能源带来的便利。非洲的能源价格高昂，抬高了经济运营成本，也影响到了中国企业的投资所得。

因此，非洲迫切需要加大能源供应，需要更多人投资能源领域，尤其需要新能源、清洁能源的供应。非洲发展银行已经把发展清洁能源列入重要事项，非洲需要更好质量，更大规模的新能源投资。安南希望中国政府和投资者能够联合非洲人民和政府，一起来实现这个宏大但可以达成的目标。

安南还深度解析了中小企业如何把握时政脉搏、如何整合国际资源、如何突破发展瓶颈、如何提升全球战略观念、如何架构全球经济共享平台等各个角度的问题，让与会者一起分享世界领袖的顶级智慧，为中国及世界经济指点迷津。

法国前总理拉法兰说，不仅大企业是创新的主体，中小企业也是非常重要的创新力量，我们要为他们创造条件，在全球帮助他们开发项目，促进中小企业的全球发展。

中小型企业的发展要有四个战略，第一



● 法国前总理拉法兰题词，赛菲·蒸蒸日上

个战略是创新，第二个战略是国际化，第三个战略是投资。中国政府有“一带一路”战略，这些项目都有投资资金支持，而李克强总理最近访问欧洲，也与欧方签订了投资协议，这些都可以有中小企业参与解决中小企业的资金困难。第四个战略，叫做英特网。英特网能帮助我们找到市场，技术和供应商，所以是我们中小企业的好伙伴，还可以为中小企业节省成本，为中小企业带来机遇。

拉法兰认为，未来是一个中小企业的未来，政府要有长远的眼光，中小企业是社会和谐的重要因素，应该被列入政策的优先。

龙永图、李子彬：中国中小企业要主动适应变化

论坛上，中国首席入世谈判代表龙永图作了主旨演讲。他认为，中国的崛起，中小企业面临着新的形势，中国对外投资和贸易的战略出现大的调整，重要目标是要建立世界

命运的共同体，这是中国加入世贸组织之后的升级版。

今后几年对外开放将有三个重要调整：一是对外贸易方面要从扩大出口为主转向进出口并重，以扩大进口为主的战略；出口也非常重要，这是体现中国制造水平的地方。

二是对外投资将出现重大转变。由以前的吸引外资转到吸引外资与对外投资并重，以推动对外投资为主的格局。吸引外资对于我们的安全是非常重要的，而“一带一路”战略则是推动我们对外投资的策略。

三是在参与国际经济贸易体制方面，由以往的参与全球经济贸易体制为主，转变到参与全球经济贸易体制和区域经济合作体制并重的阶段，但以区域经济合作机制为主。

龙永图说，这种转变是积极的转变。中国中小企业要适应这种变化。

国家发改委原副主任、中国中小企业协会李子彬表示，未来中国经济将实现三大转变，一是中小企业转型升级，二是城镇化发展

的机遇，三是国际化发展的机遇。中国中小企业发展前景广阔，尤其是在“一带一路”的大背景下，中小企业抱团走出去，在“一带一路”沿线国家实现布局，有利于中小企业的国际化发展。

甬产空气净化设备明年进入法国总统府

23日下午，法国前总理、全球中小企业联盟总顾问拉法兰来到当地有代表性的中小企业——宁波海远环境电器有限公司，代表全球中小企业联盟已经与这家生产空气净化设备的公司签订了战略合作协议，并授予“中法关系促进企业”的称号。根据协议，这家宁波企业造的空气净化设备，将于明年3月份进入法国总统府。

事实上，在论坛举办期间，该公司生产的“赛菲”牌空气净化器全程“护航”。22日下午，在接送安南等嘉宾的车上，有该公司生产的车载空气净化器；在嘉宾入住的宁波泛太平洋酒店总统套房里，也放置了“除醛王”空气净化器；在主场会，30台最新研制的新风净化空调一体机不知疲倦地工作着，它们把室外的空气经过过滤后导入室内，同时把室内的浊气排出，实现了室内恒温、恒氧、恒湿、恒净“四位一体”，让与会嘉宾呼吸着健康洁净的空气。该公司总经理蔡佳说：“这是我们新推的一款新风空调一体机，它开创性地将新风热回收和空调冷热技术完融合。”

会期虽然只有两天，但“赛菲”牌空气净化器还会陪伴他们多年。因为论坛主办方已将它作为礼品，赠送给前来参加论坛的。

宁波海远环境电器有限公司总经理蔡佳表示，他们与多家国内外顶尖院校建立了合作关系，深入研究各类空气污染特性和治理技术，目前已拥有30多项专利，产品已出口60多个国家。“我们也想通过本次论坛，将空气净化产品等环保新兴产业对接‘一带一路’发展战略，成为环保经济对接国际资源的‘纽带’。”

地方银行上市“采血”给小微企业“补气”

■ 高山

据《上海金融报》报道，近日，江苏银行宣布其IPO申请已经通过了证监会发审会；西安银行日前发布了上市议案；而11月16日，哈尔滨银行也公告了拟发行A股事宜进展情况，并已获中国证监会受理。据了解，目前有11家城商行和农商行排队等待上市，至少2家H股上市城商行等待回归A股。

地方银行陆续公布了A股上市意图，随着IPO重启，第三波地方银行上市潮正在袭来。继国有银行、股份制银行之后，停滞8年的第三波地方银行上市行动终于靴子落地，千呼万唤的上市通道有望再度打开。这对于地方银行提高银行知名度，增强银行竞争力，借助资本市场发展壮大，进一步增强服务能力，无疑是千载难逢的良好机遇。

地方性商业银行是指业务范围受地域限制的银行类金融机构，主要是指城市商业银行、农村商业银行、农村信用合作社和城市信用合作社。虽然地方银行这些年经过一系列的公司化治理，资本规模和服务能力都有了长足的发展，但在资产规模、机构数量和人员总数等方面还远不能同国有商业银行与股份制商业银行相比，迫切需要通过上市谋求新的发展之路。

地方银行在8年前之所以止步于上市公司门外，和当时A股中金融股所占权重较高有很大关系，监管层有意控制其占比不宜过多。但是，时过境迁，和8年前相比，不管是总市值还是股票数量都有了翻天覆地的变化，金融股所占比重已经下降了很多。更重要的是如今的经济结构和市场环境更是不可同日而语。通过地方银行上市，壮大金融股及其市值，实现金融对实体经济的更大推动作用，已经是众望所归，大势所趋。

如今，制约地方银行发展的拦路虎一是地域限制，二是资本不足。从成立开始，地方银行就已经深深地打上了地方军的烙印，经营地域性制约了地方银行的业务发展。只有通过引资上市，才能够扩充资本金，实现跨区域经营，扩张壮大。基于长远发展，通过上市，地方银行更可以通过上市实现改善公司治理结构，规范自身业务发展等；财务数据更加公开透明，也有利于公众监督。

如果说地方银行的股东们面对所持银行上市无门、自身经营困难尚可以抛售股权以获得资金支持，那么地方银行本身的处境就更显尴尬。在这为上市而苦等的数年中，各地方银行也是用尽办法，如转向H股上市的“另辟蹊径”，又如靠增发、发债维持资本充足的“输血自救”，再就是一味等待的“频频延期”。但是面对资本消耗太大，资本拓宽渠道太窄，融资成本太高，上市才是更为有效、稳定和可持续的外源资本补充渠道。

当前，以“双创”为托举的经济调结构和转型升级等创新驱动正在轰轰烈烈开展，以消费为内容的服务业已经成为未来经济发展的生力军，而服务业以中小微企业为主。阻碍中小微企业发展的瓶颈是融资难。只有让地方银行这样的小金融企业首先发展壮大才能够让中小微企业“血盈气足”，为支持企业转型升级贡献力量，为新兴产业的新引擎增添资本动力。

绝大多数地方银行的大股东为地方政府，力促地方银行上市也是当地有关部门的一项重要工作，如果能够顺利上市，地方政府就能够“解套”。一方面，地方银行上市需要证监会降低对地方银行总资产的额度要求，降低上市门槛；另一方面，由于地方银行多由城市信用社演化而来，因此股权分散，自然人股东数量较多，部分法人股东主体资格存在缺陷，容易引起一些社会问题，尤其是那些上市后获得高额利润的个人投资者，会带来很多社会负面影响，甚至产生寻租行为，产生证券化腐败。

地方银行通过近些年大规模的异地扩张，巨大的规模所带来的风险隐患正在显现，风险漏洞日益显现也成为为上市道路上的绊脚石。地方银行密集筹划上市的一个重要背景，就是银行不良贷款快速上扬。对于风险控制力不强也是地方银行的通病，由于承接了原城市信用社积累的金融风险，新建的地方银行在开业之初便背负了沉重的历史包袱。要消化这些沉重的不良资产包袱，就要有刮骨疗毒的勇气，更要有科学和创新的方法，持续优化内部治理，切实提高风控能力。

对于资产的偏好选择，从整体规划业务上，发展一些资本消耗少或不消耗资本的业务；从资产结构上，调整资产的风险结构，提高低风险权重的资产占比，构建轻型资产结构；从风险管理上，注重经营资产及其风险、风险资产。地方银行应该走“不同寻常路”，突出自己的业务特色。如果继续盲目追求同质化、大规模和所谓的水土不服的跨区域发展，那么，即使侥幸上市成功了，也会麻烦不断。

地方银行上市，为了扩大资本规模是真，但是也不能唯利是图，通过上市提高公司治理水平，提升风控能力，优化多元化资本结构等才是最值得追求。

山东即墨一民企研发“脚轮”俏销海外



山东青岛即墨信希望胶有限公司是一家研发、生产脚轮的科技型民营企业，目前拥有国内先进的分条、落料、拉伸、

成型、焊接、浇注、装配等自动化智能生产线，主要生产工矿、医疗器械、商超、物流、航天、深海等行业用万向轮和定向轮，



年产量达500余万支，销往美国、韩国、以色列等10余个国家和地区，年产值1亿余元。梁孝鹏于旭善摄影报道

韦桂华独家解读深化国企改革之六 公益类国企应将服务公众作为最高目标

■ 特约撰稿 韦桂华

“横看成岭侧成峰”。不同的角度会有不同的看法，更何况国有企业经过60多年的发展、演进，融进了不同时代的价值取向、政府意志和社会需求，变得庞杂和多重，从所有制维度看，可划分国有独资和混合制企业；从经营维度看，可划分垄断性和竞争性企业；从服务对象维度看，可划分公共服务型和非公共服务型企业；从功能目的维度看，可划分公益性和商业性企业。

争论多年的国企功能界定，这次终于“一锤定音”。《指导意见》明确将国有企业分为二类，即公益类和商业类。这次分类显然是从功能目的维度来划分的，从现实看，中央企业中绝大多数是商业类，极少数属公益类。

关于公益类国有企业，《指导意见》指出：“公益类国有企业以保障民生、服务社会、提供公共产品和服务为主要目标，引入市场机制，提高公共服务效率和能力。这类企业可以采取国有独资形式，具备条件的也可以推行投资主体多元化，还可以通过购买服务、特许经营、委托代理等方式，鼓励非国有企业参与经营。对公益类国有企业，重点考核成本控制、产品服务质量、营运效率和保障能力，根据企业不同特点有区别地考核经营业绩指标和国有资产保值增值情况，考核中要引入社会评价。”

未来公益类国企将具备五个特征：第一，其产品和服务关系到国民经济发展基本条件；第二，投资规模大，专业性强，沉淀成本

高，网络化特征显著，经营中存在着不同程度的垄断或寡头竞争；第三，自然垄断性和固定收益性强，政府控制着产品和服务的定价机制，企业自身没有定价权；第四，不以盈利为唯一目标，企业社会效益高于经济效益，应经常承受政策性亏损；第五，兼具政府的公众形象，建有面向公众的社会评价体系。

如此，公益类国企应将服务公众作为最高的目标，“保障民生、服务社会、提供公共产品和服务”。这主要体现在三个方面：一是保障产品与服务的安全性，所提供产品与服务的应急和保障能力不可或缺，甚至“不惜代价”；二是保障服务区域的消费者满意，依靠自身的资源禀赋和科技创新，结合国际竞争态势，提升国家在行业内和全球的竞争能力，向服务区域提供更多、更优质的社会福利，提升政府的社会观感。没有消费者满意的社会公益一定比商业竞争来得更为可怕；三是保障产品与服务始终处于高效有序的运营状态，利润较低或处于政策性亏损，产品与服务要保障持续、优质、高效，这是一个世界性难题，公益性国企的改革要着眼于破解这些难题，并围绕之建立科学规范的运营体系。

这就要求我们，一方面应不断加大国有资本在公益事业的投资，突出主业，优化资源配置，提高公共服务的质量和效率，增强持续经营能力；另一方面，创造条件推进投资主体多元化，公益类企业可以采取国有独资、全资、控股，还可以通过购买服务、特许经营、委托代理等方式，鼓励非国有企业参与经营。一些地区在此方面已经拥有较为成功的实践。

公益性企业直接面向广大民众，服务质量、服务水平老百姓看得见摸得着，公益类国企应当引进社会评价体系。社会评价的核心点主要在两个方面：一是要保障效率，要将成本控制、产品品质、服务质量、营运效率和保障能力要列为考核重点，同时建立健全信息披露制度，对公益类国企的收入、分配、利润、财政补贴、资源配置、服务标准等应定期、及时向社会公开、透明，让社会舆论来监督。二是保障公平，打破特殊利益团体的形成和切断利益输送链条，以防止企业利用垄断地位损害公众的利益，使“公益”真正共享、普享，还利于民、惠及民生。

公益类国企虽然不是商业企业，不要求实现利润最大化，但也是独立的市场主体，与市场经济相融合，遵循市场经济规律和企业发展规律，服务服从国家战略，实现经济效益和社会效益的有机统一。在具体的实践中，要坚持“四不”原则：

一是“不和稀泥”。未来的公益类国企与商业类国企，最好没有交集，不要再你中有我，我中有你，不能再和稀泥。对于目前兼具商业类与公益类的国有企业，必须对其经营业务进行细化，细化业务板块后再进行功能定位，将不属于公司功能界定板块的业务，从主业链条上剥离出来，成为独立的企业实体，或与其他国企的同类项目合并，建立新的运营体系。

二是“不宽泛化”。公益类国有企业的界定一定要从严把，不能用传统的眼光看待，一些在传统思维中属于公益类的产品与服务，在

现代社会中已经不再属于公益类；一些国有企业经营业务中存在着公益而公益的业务，必须坚决剔除。公益类国企界定一旦“宽泛化”，国企功能分类的改革就将前功尽弃！

三是“不一刀切”。地方国有企业与中央国有企业无论是在资源禀赋还是在经营目标上，都有一定的差异性，按准投资谁分类的原则，将公益类业务分离，不能是全国一个标准、一个模式，各地区可结合实际，划分并动态调整本地区国有企业功能类别。

四是“不终身制”。社会在发展、时代在进步，国家意志、大众需求和价值取向决定着公益类国企的界定，不能一成不变、一定终身，而应该根据社会的发展变化进行动态调整。可以肯定地讲，今天定位于公益类的国有企业，未来将有相当部分会演变成商业类国有企业，而公益类国企这块，也会不断增加新的业务板块。

但公益类国有企业将服务公众作为最高目标的宗旨，永远不会改变！

▼ 作者简介

韦桂华，品牌营销实战专家，曾任森达集团副总经理，长期致力于“财富、品牌、接班”等课题的研究，《人民日报》、《企业家日报》、《哈佛·突破》杂志专栏作者，著有《国美之战——公司股东博弈的中国启示》、《一个人的企业——探寻颠覆德隆的标杆意义》、《品牌经典》、《最后的商战》等，创立并推行的“3351”现场管理法曾荣获全国管理成就奖。