



■ 本版撰文 本报记者 杨颖 霍玉茜 徐森

编者按:国内中小企业在“走出去”的过程中会遇到各种困难,资金不充裕、信息不对称、经验不足等问题频现。这就造成一个矛盾——越来越多的国外政府希望中国中小企业去投资,

而这些企业自身却因各种问题而固步自封。如何解决上述问题?哪些机构能帮助中小企业投资海外?记者日前走访了在京举行的2013中国中小企业投融资交易会,试图从中找寻答案。

中小企业“走出去”须内外兼修

随着经济全球化的进一步发展,世界各国正越来越深地融入进全球化的浪潮中。近年来,伴随着一些大型国企“走出去”的步伐,不少中小企业也开始纷纷试水海外投资。

江苏省启东市晶雅生物养殖有限公司就是准备试水海外的企业之一。为了找到合适的项目,该公司总经理吴振芳参加了一些论坛、推介会等活动。她告诉《中国贸易报》记者,参与这些活动后很受启发,也找到了一些投资洽谈的机会。

“我们公司正打算扩大规模,拓展经营范围”。吴振芳说,“全球市场充满各种各样的机会,我想把视野放得更宽。近期,我正在接洽一个项目,初步动议是在南非投资矿业。”

黑龙江盛世御厨绿色食品有限公司董事长翁洪江也向记者表示,他的公司计划把业务拓展到海外去。

不过,尽管企业“走出去”意愿强烈,但在现实中,复杂的市场环境、众多不确定风险与海外市场存在的巨大机遇相伴。企业“走出去”的过程并不轻松。

单兵作战难成气候

许多业内人士认为,相较于大型企业,中小企业更为灵活,能够更好地捕捉

市场机遇,因势利导把握商机。

据中国中小企业国际合作协会秘书长秦志辉介绍,一份权威机构的统计数据 displays,单从项目来看,去年,约90%的海外投资项目都是由中小企业完成的。而现实中,很多中小企业也凭借敏锐的商业触觉,在很多国家和地区搭建起商业舞台。

不过,虽然中小企业海外投资的发展潜力很大,国际投资项目也不断增多,但其规模普遍较小。而且,中小企业的投资区域分布较为集中,主要在亚洲和欧洲,投资方式也不够丰富,多以参股为主。另外,中小企业在“走出去”的过程中要不断面对政治风险、商业风险、融资风险以及国际化经营差异等多方面的挑战。在采访中,很多中小企业家告诉记者,虽然他们对“走出去”的前景很有信心,但在融资、剖析经营地法律、文化以及与当地合伙人的合作中却遇到很多问题。另外,他们也表示,单兵作战确实非常辛苦,很希望有专业的机构、行业协会、国家机关助其一臂之力。

有胆识也要靠支持

中国中小企业会长李子彬表示,近年来,政府出台了一系列政策措施,从改善金融服务、改革通关制度、积极创新等多方面支持中小企业开拓国际市场。一直

以来,中小企业协会也积极与相关国际服务机构建立联系,与不同国家和地区的中小企业协会、商会经济组织开展合作,通过参加国际会议、展览,组织项目考察等多种方式促进经贸交流。

不过,在与很多中小企业管理者的交谈中,记者也了解到,他们对于这些服务和支持的利用度并不是很高。

“在工作中,我发现,很多中小企业有出海的胆量,但缺乏有效的办法。而且,中小企业在海外市场上单打独斗的情况比较多。”商务部投资促进事务局局长刘殿勋指出,他们已针对这些情况定制了很多专业性的服务,也加大了相关帮扶服务对中小企业的倾斜力度,希望通过改善服务功能和加大力度,支持中小企业“走出去”。

此外,中国进出口银行风险管理部总经理李健也表示,近年来,他们在进出口和“走出去”金融服务方面,加大了对小微企业,特别是外向型小微企业的支持力度,也创新发展了很多信贷支持模式,全方位支持中小企业发展。

“走出去”靠胆识,也离不开各种支持,中小企业在提升公司治理能力、完善投资策略、了解市场风险的同时,也要学会抱团,学会借助他人的力量。



商务提示

大成律师事务所高级合伙人徐永前: 做好法人治理

在很多国家,尤其是发达国家,公司法是相当健全的,但在一些经济发展较为落后的国家,相关法律仍不是非常完善。在这种大背景下,企业,尤其是中小企业“出海”,更须做好法人治理工作。

企业应明确,想做大做强必须坚持法制思维,同时要以保护股东利益为基本价值理念,平等对待各个股东。要团结投资所在国的中小股东,与其同甘共苦,以赢得更多支持,获取在当地更好的发展。此外,企业也要注意保护好利益相关者,包括债权人、供应商、社区政府、弱势群体等的权益,并规范董事及高管的行为。

未来,海外市场份额的逐步扩大,将主要依靠中小企业来完成。中小企业“走出去”需要统筹制定风险控制措施,做好动态风险评估、防控,建立法律风险管理的长效机制。与此同时,也要明确,企业毕竟是以法人的身份“走出去”的,因此需要依托良好的公司治理作为保障。另外,公司还要有恰当的激励约束机制,并通过制度吸引更多国际化人才,以此为自己拓展全球市场添加动力。

标准普尔北京有限公司风险服务部大中华区负责人程瑞芬: 注意国别风险

想获得更多更好的海外投资机会,中小企业需要充分评估其所投资项目可能面临的各种风险。以行业风险为例,即使是相同行业,由于不同国家和地区的发展周期等条件不尽相同,其未来也可能面临不一样的风险。作为企业,则要考虑到这些不同,结合具体项目及对手的各种状况,进行综合考量,做出相应的选择。

另外,现在,很多企业、投资机构和国家在衡量一国经济前景时,都会用到主权评级,这说明国别风险评估与主权评级是有相关性的,但企业也须注意,这两者同样有区别。比如,众所周知,在很多评级机构眼中,希腊的主权风险非常高,但是它的国别风险却可能并没有那么大。在实际操作中,利率汇率问题、资本市场状况、周边国家的贸易环境等,都是评估国别风险需要关注的因素,企业要充分研讨相关问题,考虑国别风险所涵盖的各个方面,结合公司在当地运营的难易程度、用工条件、文化等因素,充分评估到各种风险。

对话精英

冯军:

“奥运麻将”论利于企业国际化

冯军,一个生活在质疑中、争议不断的企业家。1992年,他毕业于清华大学;1993年,他创建华旗资讯;1996年,他创建自有品牌“爱国者”。

但如今,国货精品推销员、复制奥运、麻将哲学、点炮、添柴火……这些看似毫不相关的关键词,才是冯军的新标签,这位曾经的国产数码领军人物赋予了自己新的使命——培育民族品牌。

在日前召开的中小企业发展论坛上,冯军表示,中国民营企业最大的问题是诚信,他用“中国麻将”理论论证了中小企业“走出去”面临种种困境的原因,并表示中国企业要想做精品,必须有“放炮”精神,要讲诚信、做精品。“自2013年起,国际化将不再是企业的专属,将是中国有远见的中小企业的机会,只要你参与奥运麻将式的抱团!”他如是说。

“麻将把‘一个中国人是条龙、三个中国人是条虫’的问题全部暴露出来了”。在冯军看来,中国麻将“不敢漏馅、不能点炮”的游戏规则深深地阻碍了中国企业国际化的进程。

“中国麻将的规则是紧盯上家,紧看下家,有资源绝对不给下家。最可怕的是,为了不给对方赢,宁可拆了自己的好牌。在游戏过程中,玩麻将的人自己埋头苦干,挺了牌,谁帮忙谁倒霉,谁点炮谁倒霉。所以,中国人很累,基本上不能指望别人帮忙。而外国人是学桥牌长大的,他们学会的是如何配合、如何互相帮助。”冯军说。中国企业如果按照麻将的规则走进世界市场,企业的成长空间有限。中式麻将让中国企业家一直以来习惯了互相“残杀”,缺少合作精神。

其实,冯军的这种思考也并非凭空而出,而是源于和国

际奥委会名誉主席萨马兰奇的交谈。据他介绍,萨马兰奇听闻中国麻将的规则后惊呼:“这种规则不应该存在。”

在冯军看来,中国企业“走出去”,应该推行“奥运麻将”论。“相较于中国传统麻将,只是规则变化一点儿而已,那就是让‘点炮者’赢双倍,无作为者罚3倍,这样,大家都会调动积极性帮助别人成功。中国企业就能更好地进行国际化了,外国合作伙伴也能求得共赢。”他说。

借用这种理论,冯军萌发了一种新的商业理念,爱国者国际化联盟、爱国者国货精品馆的设想皆源于此。在冯军的商业蓝图中,国货精品馆就是一个民族品牌的集中形象展示馆和产品体验馆,而爱国者国际化联盟则是采用“抱团式”的方式整体助推中国品牌,通过搭建民族品牌与国际化对接的平台,从而实现中国品牌国际化。

显然,抱团,是冯军对于中国品牌“走出去”给出的建议。这一点在他的微博里展现得淋漓尽致:“坚信,一个曾经以诚信为本的国度,一旦开始抱团,终将沉淀出一脉以诚信为本的国货精品品牌,让中国人可以在全世界昂起头、挺起胸。”

2011年6月,冯军就倡导并联合国内10余位在各行业具有重大影响力的中国品牌领军人物发起成立爱国者国际化联盟,从此走上“协助100家中国优秀的企业早日成为世界五百强”的征途。

众人拾柴火焰高。“先集中帮助100个中国顶级品牌抱团走向世界,使他们早日成为世界五百强,然后再把5万个中小企业带到全世界去。这样就能组合起来,并最终让中国企业与全世界的合作伙伴共赢。只有这样才有戏。”冯军说。

