

# 民企从“卖全球”走向“投全球”

■ 刘少华 雷龚鸣

到288.63亿美元。

《华尔街日报》报道称,今年6月,腾讯斥资86亿美元收购了芬兰手机游戏开发商Supercell 84%的股份,该交易对后者估值超过100亿美元,成为全球最大的游戏收购案。

据悉,自2006年以来,腾讯共花费178亿元人民币投资收购了34家游戏公司,其中只有7家是中国公司,其他主要位于美国、韩国以及日本。

中国与全球化智库主席龙永图曾透露,中国民营企业近年对外直接投资占比不断增加,尤其是在美国市场,民营企业投资金额占中国对美国投资总额的76%,投资项目总数已占中国对美国投资项目总数的90%。

从并购目的地来看,拥有领先的技术、平台、品牌以及成熟的消费群体的北美、欧洲等地区,仍然是中国民企海外并购的首选。

## 投资辐射“一带一路”

安永会计师事务所日前发布的《勇拓海外:制造大国的全球梦——中国海外投资展望2016》报告指出,2016年中国海外投资有望持续10%以上的高速增长,投资规模有望再创历史新高。随着“走出去”政策持续推进和“一带一路”建设,“中国制

造2025”等国家战略的逐步落实,中国海外投资将在未来5年保持迅猛增长势头。

8月28日,50车100个标箱搭乘中欧班列(义乌—阿富汗)从义乌铁路西站首发启程,这已是义乌第五个方向的国际货运班列。此前,2013年4月23日,义乌—中亚五国班列开通;2014年11月18日,中欧班列(义乌—马德里)首班出发;2016年1月28日,我国首列开往中东地区的货运列车中欧班列(义乌—德黑兰)开通;8月13日,中欧班列(义乌—俄罗斯)首发启程。

“中欧班列带动浙江民企在‘一带一路’布点,是‘走出去’的跳板。”义乌市陆港事务与口岸管理局副局长鲍卫东表示,火车开到哪里,合作就延伸到哪里。

今年3月,在地处“义新欧”沿线的波兰华沙,中国小商品城首个海外分市场开业;此外,义乌企业已经在莫斯科、马德里、里斯本、开普敦、悉尼等地建设22个海外仓。

“一带一路”战略,正推动着全国各地的民营企业“走出去”。

## 全球技术 本土合作

“走出去”的民营企业,如何才能在当地生存与发展?过程并不轻松。来自波士顿咨

询公司的数据表明,中国买家的海外并购交易完成率为67%,低于欧美、日本等发达国家和地区企业的水平。谈及其中缘由,民营企业企业家们认为,究其根本,是存在规则、文化等方面的差异。

“不能把国内的规则,简单移植到国外。”新希望集团有限公司董事长刘永好表示,“海外并购与业务扩展绝不能固守惯性思维。”

如今,在知识密集的技术高地建设海外研发中心,正成为民营企业提升创新能力和“出海”竞争力的重要途径。

今年6月14日,在第四届欧洲创新日活动期间,华为宣布在法国设立数学研究中心。据悉,该研究中心拥有超过80位研究人员,全部拥有博士学位。这也是继1999年成立俄罗斯数学研究所后,华为在加强基础科学尤其是数学算法研究方面的又一举措。

截至目前,华为在全球建立了16个研究所,其中法国研究所下面有设计、数字图像处理、数学和家庭终端等4个研究中心。

复星集团董事长郭广昌认为,过去中国企业的全球化更多是被动的、反向的,而现在则是主动、正向的,以实现全球资源的嫁接参与全球经济增长建设。

# 民企的“野心”正在变现

■ 刘少华

改革开放以来,中国企业的“走出去”是姗姗来迟的过程。

最早,对中国来说更为重要的是“引进来”,彼时基础太薄弱,需要从国外引进资本、技术、管理。随着中国发展水平逐渐提高,国力日渐提升,“走出去”的步伐开始加快。这一过程以2001年为转折点,过去15年都处在高速增长中。

但是直到今年之前,我们熟悉的故事,都是国企“走出去”,在石油、基础设施建设等大工程中一展拳脚。这些年,他们书写了许多精彩的故事,在世界各地留下了数不清的大桥、医院、学校、公路与铁路。而民营企业扮演的似乎是配角。

如今趋势悄然改变。今年上半年开始,民营企业占据中国企业海外投资的半壁江山,这或许会是未来许多年的常态。而这个趋势,是衡量中国发展水平的一个重要维度。

过去许多年里,中国民营企业获得了长足发展。如今在海外攻城略地的联想集团,当年在中关村的办公室也不过是一间小平房,谁能想象如今旗下拥有如此之多的海外优质资产?然而这就是中国民营企业的现实,我们有了-批世界级的企业,它们的名字不光能出现在“五百强”名单中,还在行业中拥有非常好的口碑和排名。

过去许多年里,中国民营企业逐步打开了眼界。中国企业有幸,国内市场足够庞大,但这不是固步自封的理由。全球化时代的优秀企业,都是以世界标准要求自我,在技术上追求一流,在服务范围上跨越大洲。这一点,从中国企业在海外积极投资研究机构来看,已经有了足够的自觉。

过去许多年里,中国民营企业积攒了许多“野心”。今年G20杭州峰会期间,马云一直在不遗余力地

推介eWTP(世界电子贸易平台),谋求助力中小型企业走向世界,像这样的诉求,过去的民营企业家没有底气说出来,但并不代表他们未曾想过。企业家精神中,一定包含着“野心”这个选项,但是过去囿于条件,没有太多发挥空间,如今是时候了。

我们要注意到,最近几年中国民营企业“走出去”,所涉及的产业和公司比较高端。在将这些收入囊中的同时,中国企业自身必然会经历新陈代谢,甚至脱胎换骨。此前我们通过“引进来”完成对国外技术、管理等方面的初级学习,如今在“走出去”中,可以继续完成更高级阶段的学习。

伴随着这个过程,来自中国的资本、经验和理念也会输出。我们总说“中国方案”,民营企业所携带出去的,就是个-个具体的、来自中国的样板,甚至方案。



多家乳企披露的中报显示,上半年,婴幼儿配方奶粉收入均出现不同程度下滑。乳业专家宋亮表示,婴幼儿奶粉行业至少到明年下半年才能复苏,目前很多传统企业开始通过丰富产品线或跨界的方式全面转型。在

宋亮看来,未来行业将保持有序竞争,产品价格和市场份额也将趋于稳定。不过,国内外婴幼儿奶粉企业轻松赚钱的日子已经过去,毛利率将从原来的50%至60%回归到30%至40%。

中新社发 安东 摄

# 海外收入占比不足20% 中企“走得好”仍需时日

随着中国企业持续开拓全球境外市场,“走出去”的路径日趋多元化,注重资产配置,逐渐走向全球价值链前端。业内人士预计,目前,中国企业并购的主要产业包括基建、高科技与精准制造,未来增长较快的包括生命科技、环保技术与文化产业。

“中国对外投资总额呈现显著增长,一方面来自企业内生性的发展需求,比如产品面临转型升级,而国内企业估值偏高,选择海外并购的投资回报率更胜一筹。另一方面来自外部的政策鼓励,比如‘一带一路’。”德勤中国企业并购融资顾问服务合伙人陈尚礼说,

商务部数据显示,1至7月,中国企业共实施海外并购项目459个,涉及63个国家和地区,涵盖15个行业,实际交易金额543亿美元,超过2015年总额,10亿美元以上的项目达12个。另外,前7个月,我国企业与“一带一路”相关国家新签服务外包合同金额679.6亿元人民币,同比增长24.1%。

“美国依然是中国企业最热门的投资目的地,交易活跃度居高不下,排名靠前的还有德国、以色列和印度。”德勤全球中国服务部主席杨莹说,在海外并购中民营企业不断崛起,约占2/3,呈现出来的多元化资产配置和价值追求也反映了企业越来越成熟。

今年4月份,绿叶医疗完成收购澳大利亚第三大私立医院集团交易金额6.88亿美元,7月份,复星医药宣布拟以逾12亿美元收购印度药厂,刷新中国医药企业海外并购金额。另外,金融危机过后,很多西方汽车企业在财务压力之下,全球范围内积极寻找合适买家,也为中国企业提供了巨大的机会。业内人士认为,中国对外投资总额(包括并购与对外直接投资)增长态势有望延续至2020年以后。

不过,相比大型跨国企业的海外收入占比约50%,中国企业的海外收入占比不到20%,尤其是面对全球文

## ◆ 市场前沿

### 清洁能源及技术行业 海外并购呈扩张趋势

本报讯 9月20日,普华永道最新发布的《MoneyTree 中国清洁能源及技术行业2016年第二季度投资研究报告》指出,中国清洁能源及技术行业在2016年第二季度共发生27起并购,总案例数在连续三个季度下滑后出现拐点,环比上升28.6%,其中有4起海外并购,并且呈现扩张趋势。但受到国内并购市场整体规模缩减的影响,披露金额仅规模为7亿美元,环比仍有小幅下降。

从并购类型上看,第二季度清洁能源及技术行业海外并购案例从第一季度的1起增加至4起,并购标的集中在欧洲,分别发生在德国、意大利、奥地利和英国。普华永道中国电力及公用事业合伙人王斌红表示:“成功的海外并购有助于中国清洁能源及技术企业引进国际先进技术和管理经验,扩展国际市场,带动行业升级。在这些动力驱动下,我们预计这种趋势还将持续下去。”

(侯捷宁)

### “一带一路”助力 中国险企加速“出海”

本报讯 今年以来,中国企业海外并购创新高。和以往不同的是,在今年的并购中,保险公司成了中国企业新的竞购目标。数据显示,今年以来,中国买家已经宣布了7项收购海外保险公司的交易,其总价值达到了18.6亿美元。

保险企业不仅在加速“走出去”,也有意“引进来”。9月8日,太平洋保险公司旗下子公司太平洋产险,与法国裕利安怡共同成立了太平洋裕利安怡信用保险合资销售公司。安永中企海外投资业务部分分析认为,保险公司大规模并购正在发挥关键转型催化剂的作用,但其并非是唯一催化剂,只是加速向期望中的未来模式推进的若干关键因素之一。

(王丽颖 朱猛飞)

## 专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金植宝成国际拍卖有限公司将对下述专利权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅该公司网站www.jcbcpm.com,或致电010-57110083索取详细资料。

1. 无毒灭蚊机 (201510519751.9)  
本发明电灭蚊机,其方案要点包括喇叭吸气、集蚊,电力、电灭蚊,内网集蚊、杀蚊,内网、外壳孔迅速灭气。具有轻便、耐用、灵活、安全、牢固、无毒害等特点。有益于身体健康。
2. 一种定量液压水轮机 (201610505089.6)  
本发明将冲击传动改变成液压传动,用水轮机转动表面上的击板拦截自由射流,并且将射流定量,使射流的流速和流量都下降到自由射流的1/3左右,利用降低流速来增加射流对击板的作用力和定量来减少流量,从而提高转换率。
3. 一种高水分褐煤的脱水提质加工系统及方法 (201610165745.2)  
本发明专利将mvt蒸发技术移植到高水分褐煤干燥脱水提质工艺方面来,通过回收干燥蒸发出来的水蒸气潜热和回收冷凝水,降低高水分褐煤干燥脱水提质的能耗和加工成本,可以解决高水分褐煤干燥脱水提质工艺经济上难以过关的难题,具有工业实用价值。



苏宁体育产业集团通过认购新股及收购老股的方式,获得意大利国际米兰足球俱乐部的股份。

2016年是中国“走出去”战略正式提出的第十五周年,中国的对外投资也正在经历从量到质的转变。中国民营企业正深度参与其中,加速向全球投资者转变。

## 民企巨头掀投资热

中国企业“走出去”的步伐正在不断加速。尽管国有企业今年上半年的海外并购活动也有显著增加,但历史上第一次,民营企业在交易

金额上超过国有企业,在前20宗大型的并购活动中,民营企业甚至占到了2/3。

民营企业500强的海外投资“成绩单”很能说明问题。民营企业500强中,有138家通过对外直接投资,对外工程承包等方式,实现海外收入总额1641.54亿美元,比上年增长35.2%。民营企业海外投资项目也有较大幅度增长,从上一年的1061项增长到1328项,投资总额达

## ◆ 企业心声

福建泉州阿里一达通副总经理王朝本:

### 提升匹配度 构筑新规则

“外贸市场整体格局风云变幻,和5年前完全不一样了。”福建泉州阿里一达通企业服务有限公司副总经理王朝本表示,如今,外贸市场订单日趋碎片化,靠一两个单养活企业的时代已经过去,很多企业为了寻求更多外贸机遇,转战东南亚市场甚至转战非洲市场。

对企业来说,每一次挑战和改变也意味着机遇。近几年,阿里平台上每年都增加了很多新卖家,这预示着机会并没有减少,关键在于企业如何去挖掘。他表示,在人口红利日趋消失的眼下,企业应该向成本低、效率高的互联网去要红利。

网络电商平台层出不穷,很多投资却没有达到预期的效果。王朝本分析,这些投资并没有建立在对市场大数据的分析之上,从而导致了盲目投资。在他看来,只有以大数据作为驱动,才是“互联网+”

外贸出口的出路。

王朝本说,从过往的一些平台数据看来,经常有上亿美元的订单流失,原因就在于双方的不信任。买家最关注供应商能不能准时供货,并按照约定保质保量地完成订单。如果没有第三方机构介入,这个过程会出现很多问题。

“中小企业面对一个大型的买家不一定是好事,跨境电商其实最重要的在于匹配,这个时候就需要数据。从信息展示到信息应用,让买家第一时间找到卖家,找到和自己最匹配的合作伙伴。”

作为电商平台方,王朝本表示,应用市场机制服务全球买家,构筑跨境贸易新规则。希望未来有更多中小企业参与到世界外贸规则的制定中来,打造更加开放、公平的一个平台,让企业在大数据时代有更强的竞争力。

跨境通达平台创始人周洪:

### 抓取消费习惯 确立开发方向

作为国内速卖通首批卖家、跨境通达平台创始人,周洪曾在2014年创造出平均日出4500单的成绩。他坦言,再鲜亮的成绩,也是在跨过无数个跨境电商的“坎”后才积攒下来的经验。

在做跨境电商的过程中,他认为,选品方向是很多人要跨过去的第一个坎儿。“跨境电商平台消费跟日常消费是完全不一样的,产品开发方向是很关键的。如果一开始选错了,就跳进坑里出不来了。”周洪说,在选品的过程中,一定要加上大数据和产品经理的评估,才能符合市场的需求。

周洪分析,不同国家对于一件产品的消费认知是完全不一样的。

即便同一个国家,不同的平台也会有所差别。“从选品维度来讲,要利用精确的数据抓取每个国家甚至一个不同平台受众的消费习惯。”

周洪还表示,做跨境电商要逾越的“坎”还有“观念坎”和“管理坎”。“很多人以为,做跨境电商前期只需要往死里砸钱、推广就能做起来。但国外消费者大多看中品质,你没搞好产品,想打开市场,几乎是不太可能的。”提到“观念坎”,周洪如是说。

在团队管理上,他表示,传统企业如果要转型跨境电商,必然要改变思维,不能以传统管理企业的模式去管理团队,不然会扼杀他们的创造力。

福建纵腾网络有限公司副总经理李聪:

### 练好内功 提升品质

“现在,跨境电商每年以30%的速度增长,而传统外贸则以每年5%的速度在下降。此消彼长之下,跨境电商将对未来的商业格局产生十分深远的影响。”福建纵腾网络有限公司副总经理李聪谈及了跨境电商的生命力。

在李聪看来,跨境电商是传统外贸企业的升级版,这几年爆发出了强大的市场活力。在国内诸如深圳等城市,跨境电商甚至可以与传统外贸平分秋色。他预计,跨境电商在不久的将来将成为主流业态。

跨境电商大潮之下,传统企业如何转型?李聪认为,传统企业首先应该告别“猛砸钱找一个团队就可以做跨境电商”的观念误区。“尤其是生产型企业,做跨境电商要懂得长线布局,需要长期对产品团队进行不断的优化,结合运营实力,

步步为营。”李聪说。选择什么样的跨境电商模式,也与企业的供应链能力相关。李聪建议,对传统制造业企业来说,还是要练好内功,提升产品品质,提升灵活应对市场的能力。

李聪说,B2C等更多跨境电商业态的出现,为制造业企业提供了更多的产品出口,传统企业不要想一口吃成胖子,不妨先试试小批量供货,先建立一些分销商,从原先的B2B(商对商)慢慢往B2B(小B,商对小经销商)和B2C(商对客户)过渡。

“总体而言,传统企业练好内功是关键,要转型做跨境电商,先要把自己的电商团队磨炼好,做好生产研发,慢慢试着跟销售渠道更强势的企业合作,步步为营。”李聪表示。

(本报综合报道)