

做好合规管理 践行社会责任

中企软实力 拉升海外人气

■ 本报记者 钱颜

近年来,随着中国企业走出去步伐加快,树立良好的海外形象成为了企业的共同需求。如何得到海外民众的良好口碑?怎样提高软实力,令品牌形象更深入人心?中国电建集团国际工程有限公司合规部主任刘玉飞在中国国际商会(ICC China)举办的第二期中国企业社会责任故事会上表示,做好合规管理,践行社会责任,是提升企业价值和形象的关键。

合规不是阻力而是驱动力

中国企业在实施国际化战略时,合规管理和经营十分关键。

刘玉飞用很多国际贸易中的著名案例讲述了企业出海过程中,管理的合规与否为企业带来的完全不同的命运。他说,合规不是阻力,而是企业发展的驱动力。从事合规工作多年,刘玉飞深刻意识到企业做好合规工作的重要性。

我们在做合规工作时常常会听到这一问题,什么是合规?很多人会说,合规不就是遵纪守法、遵守

企业的规章制度吗?刘玉飞表示,对合规管理的理解并非字面上这么简单。合规管理通常包括四个方面:遵守适用公司所在国和经营所在国的法律法规;遵守国际组织的规范;遵守商业道德和企业行为规范;企业文化和企业社会责任。

他讲述了多年前发生在南美及欧洲的假招标、假咨询、真贿赂的案例,提示大家,在各类合规制度中,最重要的就是企业文化和企业社会责任,也是合规管理的核心所在。刘玉飞表示,实践中,合规经常和道德被放在一起探讨,就是因为合规是一种理念上的认同,而非单纯的制度约束。

中国欧盟商会的相关负责人也表示,企业合规应从被动管理到主动愿意,将合规的意识传递到健康、环境、安全等各个领域中去。

从外部来讲,各国政府监管不断加强,国际组织与非政府组织帮助推动,全球公司在全球范围竞争加剧,都将助力中国走出去企业做好合规管理。从内部来看,企业内在的可持续发展愿景,也推动管

理者按越来越高的标准去经营企业。刘玉飞对中国企业通过合规管理方式提升海外形象充满信心。

今年5月23日,中央全面深化改革领导小组第三十五次会议通过《关于规范企业海外经营行为的若干意见》中指出,要加强企业海外经营行为合规制度建设,逐步形成权责明确、放管结合、规范有序、风险控制有力的监管体制机制。据了解,目前已有多家国有企业被选择作为开展合规管理体系建设试点企业,依据法规及政策建立相应的合规管理体系。

践行社会责任 诠释企业精神

践行社会责任,要结合一国的国情以及企业的特点来展开。在沃尔玛(中国)投资有限公司企业社会责任事务负责人房莹看来,帮助有需要的人、充分的员工参与、间接支持自身业务,有利于公司文化与声誉建设,是企业社会责任战略的重要目标。

从我们企业自身的角度来讲,

我们制定了与中国、与我们企业自身紧密结合的三大战略。房莹表示,沃尔玛(中国)的三大战略方向分别是:女性经济自立、儿童食品安全与营养和可持续发展与社区服务。这三大战略,紧紧围绕企业的使命来制定,既结合了中国男女平等国策、食品安全等国情,也综合了企业顾客的特点。

在此次中国企业社会责任故事会上,房莹还与在座企业代表分享了沃尔玛(中国)启动的企业社会责任项目。包括女性零售培训项目、儿童营养餐项目、救灾备灾项目、志愿者服务社区项目等,其中一个残疾女性公益赋权项目的视频令很多在场企业代表为之动容。众人感慨在当事人曲折遭遇的同时,也更为生动地体会到了沃尔玛(中国)良好的企业价值观,增加了对该企业的认同感。可见企业社会责任的践行,不仅可以回馈社会、回馈消费者,也是企业实现社会价值的平台,更是提升国际竞争力、构筑良好品牌形象的有效途径。

◆ 市场前沿



2016年中国保费总规模达世界第二

本报讯 根据安永近日发布的《2016-2017 保险业风险管理白皮书》,去年中国保险业行业总原保险保费收入同比增长27.5%,规模已达世界第二,对全球保费收入贡献接近一半。与此同时,以风险为导向的偿付能力体系(偿二代)的正式实施,标志着中国保险业监管体系进入了新的阶段,并且比肩国际一流水平。

根据中国保监会最新统计数据,2016年保险业原保险保费收入人民币30959.10亿元,同比增长27.50%,总保费规模已超越英国、日本,位列世界第二。

白皮书也指出,在保险业取得重大发展的同时,行业也面临着监管约束加强、国内宏观经济形势走低、整体金融市场风险水平上升等重要挑战。

安永有关负责人表示,回顾2016年,保险业依旧生机勃勃,在金融行业持续发挥着积极作用,保障型业务的保费收入占比提高,投资收入快速增长,保险资金运用也更加创新与积极。这些动力均来源于整体宏观环境、金融市场环境变化和监管政策的变化。新常态的宏观经济形势下,资产荒、资产负债错配以及利差损都将是保险行业面临的重大挑战。其中,资产错配风险可能需要较长时间才会充分暴露,保险行业必须对资产负债管理有前瞻性的管控意识,才能有效防范累积性的风险爆发。

《白皮书》还认为,保险牌照争夺战或将降温,理财型保险产品不再一枝独秀,长期传统险将重回焦点,保险资产多元化配置动力也将继续加强。(闫晓虹)

经合组织发布报告:南非20年令数百万人脱贫

本报讯 经合组织秘书长古里亚与南非财政部长Gigaba在南非比勒陀利亚日前共同发布了最新《南非经济调查报告》。报告称,南非经济在过去二十年中取得了诸多伟大成就,数百万人摆脱了贫困,人民生活水平得到改善。但南非现在需要进行广泛的结构改革,促进经济走上新的增长轨道,创造就业机会,实现包容性增长。

调查报告确定了南非今后行动的重点领域,包括继续努力维护宏观经济稳定,改善营商环境,深化区域一体化等一系列政策对建立更强有力、更具包容性增长及创造就业至关重要。这需要政策制定者大胆采取行动,为南非人民拥有更美好的未来,将需要增加获得高等教育的机会,加强更公平的劳动力市场,更深入地参与区域市场,以及促进企业家精神并使小企业蓬勃发展的监管框架。

调查报告提出了一系列结构性改革政策建议,包括鼓励南非开放重要部门,如:电信、能源、交通运输和服务业,引入更多竞争。报

告称,技能短缺和不匹配仍然是经济增长和包容性的关键瓶颈,获得高等教育的机会仍然有限。建立一个符合未来收入的普遍学生贷款计划是一个可行的解决方案。随着引入国家最低工资计划的推进,将减少工作中的贫困和不平等现象。学徒和实习计划的更广泛实施也将增加青年人在劳动力市场上的融入,同时简化劳资纠纷制度应可以增加灵活性并减少创造就业机会的障碍。

报告称,虽然区域一体化为南非及其邻国提供了较大机会,但区域一体化并未提高。南部非洲发展共同体(SADC)的区域内贸易只占南非贸易总额的10%,而东盟地区约为25%,欧盟则为40%。更好地执行现有的SADC协定将促进一体化,促进贸易和就业机会。减少非关税壁垒,通过改进海关程序和简化原产地规则,将降低该地区的贸易成本。此外,还需制定更具雄心和有效的基础设施和投资政策,以改善整个区域系统的互联性。(张彬)

◆ 企业动态

东方电气集团为安哥拉提供能源解决方案

本报讯 近日,中国东方电气集团有限公司为安哥拉提供的柴油机光伏互补分布式发电总承包项目的首批设备从上海浦东机场起运。

作为撒哈拉以南地区最大的产油国,安哥拉拥有丰富的石油资源,但和其他非洲国家一样,安哥拉也受制于基础设施薄弱、硬件设备落后的问题,其电力生产和供应严重短缺。据相关报告显示,安哥拉全国电力接入和供应率仅有36%左右。

今年4月28日,东方电气与安哥拉电力公司在安首都罗安达签约《安哥拉柴油机、光伏互补分布式发电总承包项目合同》。合同约定东方电气以工程总承包方式分别在安哥拉8个省完成11座电站及配套的输电线路的建设。

据介绍,这是东方电气集团首次涉足安哥拉电力市场,可让项目所在国共享“一带一路”合作带来的发展红利。(李再熙)



安徽省全椒县旭能电力股份有限公司着眼于国际市场,专注于太阳能技术的研发以及太阳能光伏产品的生产和销售,在泰国设有生产基地,在印度设有营销中心。公司年生产550MW的太阳能电池组件,产品95%以上出口欧洲、澳洲、南美、南非、东南亚等地。图为工人在太阳能板生产流水线上进行检查。

中新社发 沈果 摄

德国物流商瞄上中国电商市场

■ 本报特约记者 张莉

我们没法忽视中国这个巨大的电子商务市场。阿里巴巴集团在去年双十一的销售量为178亿美元,这是非常惊人的数据,中国目前是全球最大的电子商务市场。德国邮政股份公司(DHL)电子商务首席执行官 Charles Brewer 特别强调了对中国市场的重视。

统计数据显示,中国是亚太电商领域的领先市场,2016年占该地区电商总销售额的三分之二,达到4690亿美元的规模。现今中国是全球规模最大、增长最快的电子商务市场。预计到2021年,中国跨境电商的总值将高达8390亿美元,年平均增长率将达20.1%。

鉴于电子商务领域的急速发展,跨国公司、中小型商业和终端消费者对有关物流供应商的服务需求,日增,全球领先物流服务德国邮政敦豪集团正大力扩展其中国业务,进一步提升其服务能力,以掌握市场机遇。

DHL负责邮政、电子商务、包裹业务的董事会成员 Juergen Gerdes 表示:我们的战略愿景是成为电

商配套物流领域的市场领导者,而亚太地区尤其是中国在我们的战略部署中举足轻重。为客户提供全球便捷、创新和环保的交付解决方案是我们取得成功的关键。通过为市场引入创新及绿色物流解决方案,DHL将助力亚洲零售业稳步发展,掌握电子商务带来的发展机遇。

去年4月8日,中国对跨境电商零售进口商品实行了新税制。一个多月后的5月26日,财政部宣布对该新政(《跨境电商零售进口商品清单》)中规定的有关监管要求给

予一年过渡期。中国电子商务研究中心研究员曹磊表示,新政执行暂缓到2017年底,说明国家部委将继续加大调研,力求寻找比物品监管模式要紧,比货物监管模式要松,同时要符合相关法律的要求。

电子商务是全球贸易的一部分,参与全球贸易活动国家的GDP增长会有一个飞跃,此外,技术发展与创新的角度也大得多。有鉴于此,我认为必须推动加强全球贸易,尽管有不同海关、税务及法规的阻隔,我们也必须尽力把各个国家联

系起来。我们要把这个流程变得可靠、顺畅及利索,这样才可以帮助促进全球贸易。德国邮政股份公司(DHL)相关负责人表示。

有关专家认为,跨境电商的红利并没有真正释放,在政策和物流体系尚不完善的情况下,消费者的购物需求没有得到满足。政府的监管让行业的优胜劣汰开始提速,但是,真正推行试点仍需要时间。对于跨境电商平台来说,通过充分竞争及精细化运作,或许能获得新的契机。

在人才因素和技术因素上,国内企业可以考虑与一些全球化技术和产品企业合作。比如国内的杰瑞集团在海外石油天然气EPC项目建设中,就选择了霍尼韦尔作为合作伙伴,EPC项目建设在哪里,霍尼韦尔的技术人员就服务到哪里。

可以看到,在中国的一带一路倡议下,中国企业正逐渐走出国门,但面临的挑战还是存在的。挑战即机遇,在走出去的过程中,一定要对如何最大化规避风险,顺利帮助其他国家改善基础设施等问题有清晰的思考。

(作者系霍尼韦尔特性材料与技术集团亚太区副总裁兼总经理)

抵御海外风险 中企要多做功课

■ 余锋

近年来,一带一路正从中国倡议走向国际共识,驱动中国和世界走向全球化的中国时刻。一带一路与中国制造2025战略规划的深入结合,快速推动着我国全球化的产业布局,促进我国制造业逐渐走向制造强国的目标。

中国企业要走出去,必然是机遇与挑战并存。陌生的海外市场充满激烈竞争,诸多不明因素也会导致开拓海外市场的不可预测、不可掌控性,不熟悉的法律法规体系和政治和经济环境等因素都会给我们带来很多风险。

中企走出去 面临多重挑战

一是环境因素。海外建设与所在国家经济状况紧密相关,需要对当地的发展状况、当地法律法规、物价水平、税收水平、货币汇率,以及物流和生态系统进行综合考虑。由于每个国家的环境因素都不

同,对合作的技术方案、报价编制、质保期、外汇比例等要有严格约定。

二是技术因素。在中国,相当一部分制造业客户的要求还停留在够用就行的状态,并且习惯了向厂商要求技术支持和服务免费,以降低自己在制造装备上的成本,但此惯性依附关系很难在海外建设上沿袭。以工业自动化厂商为例,走出去之后会遇到很多问题,其一,这些工业自动化供应商自己体量还不够大,还很难大规模在海外扩张人员和业务;其二,因为语言和文化差异,与海外用户沟通会存在大量问题;其三,工业自动化厂商的产品所使用的技术是否具有国际先进性,是否能够满足海外用户的低维护、高品质要求?

三是管理因素。海外投资建设工程承包中,很多国家普遍采用英美等发达国家的技术标准,而国内企业大多数参考国内的技术标准,对于海外的技术标准并不熟悉,缺

乏运用国际通行技术标准进行EPC(工程总承包)管理,缺乏海外采购途径和采购经验,更缺少先进的信息管理体系及系统,尤其是化工、造纸等领域与国际先进水平相比还存在一些差距,这些都会造成国内企业在海外建设时碰壁。

四是人才因素。国际工程人才的引进、挖掘、培养和储备,取决于公司国际化的视野和立足于打造国际化企业的决心。目前,国内公司在相关人才的引进、挖掘、培养和储备方面的情况并不乐观。人才短缺,尤其是既懂技术又懂国际商务的复合型人才尤为短缺。由于国内公司目前总体上缺少国际工程历练的平台,人员走出去的机会创造不足,广大员工对于投身海外工作的负面情绪占据主导。这些负面情绪主要集中在对国外工作的人身安全的顾虑,对自身家庭生活、海外生活不适应和沟通交流困难的顾虑,以及海外工作

待遇的顾虑等多个方面。

中企出海如何解决困难

针对此四大关键因素,建议国内企业可以从一些成功的海外投资案例中获得经验。比如,已累计输气超过1000亿立方米的,中国中亚天然气管道A、B、C线,迄今已使我国25个省份和香港地区的5亿多人口受益,并在调整能源消费结构、促进节能减排、保障国计民生等方面发挥了重要作用。然而,在中国中亚天然气管道A、B、C线的建设过程中,曾面临建设时间紧、协调难度大、人力资源紧张、物料运输困难、标准规范不一致、语言交流不畅通、法律法规不熟悉等典型的海外建设困难和挑战。最后,通过和领先的中国企业及跨国企业通力合作,项目人员在保障项目长期、平稳、安全运行的前提下,在重要时间节点之前成功交付项目。

因此,为应对环境因素和管理