

看外资撤离中国不能一叶障目

■ 本报记者 周东洋

要求的投资环境。

白明表示,与外商几年前或者是十几年前投资时所面对的情况不同,现在,随着中国劳动力、土地成本的上升,一些外商在中国投资所获得的利润有所下降。

特别是有些外商在华建厂只负责生产,而研发创新投入不足、产品升级换代慢、附加值不高,这在沿海地区成本不断攀升的背景下已不具备竞争力,因此需要搬迁到成本更低的国家和地区,如越南等东南亚国家。叶继涛表示。

东莞台协执行常务副会长谢庆源表示,往东南亚转移的台商,该走的已经走了,但部分厂商的研发基地还留在珠三角,继续驻守东莞的台商有的缩小规模,有的直接把工厂关掉。

叶继涛表示,除了成本上升外,近年来不少内资企业异军突起,后来居上,部分外资企业由于竞争力下降而被迫撤离,取代外企的将是更先进、更智能、质量更好的中国企业。

环保不达标也是部分外资企业撤离中国的原因。叶继涛表示,

有些外资企业不太注重环境保护,在中国加大环保执法后,这些外资企业因排放不达标、整改不到位而被迫撤离。

此外,外资撤离也源于其国内出台了吸引资金回流的政策。白明表示,比如,美国总统特朗普实行减税政策,这将会使得一部分美国企业离开中国市场,回到美国本土。

外资撤离影响就业 应对措施必不可少

部分外资撤离造成的最直接影响是就业问题。叶继涛表示,外资离开,外企员工面临失业。据国家统计局数据,2011年,外资在中国固定资产投资额为3269.81亿元,2016年,仅为1211.97亿元,短短5年时间便下跌了62.94%。根据官方估算,全部外商投资企业吸纳的直接就业人数超过4500万,更不要说靠着外资生存的无数供应厂商、上下游企业。

与此同时,部分外资撤离还可能对中国的产业体系造成影响。白明表示,因为撤离的不仅是劳动密集型企业,也有技术型企业。这些

外企在中国产业升级中起到重要作用,很多都已经嵌入到中国的产业体系。外资一旦撤离,中国产业体系将不再完整。

白明表示,对于营商环境不好的地区,政府应出台政策,改善外商投资环境。政府有关部门应进一步放宽对外商投资的领域限制,不断完善外商投资的产业负面清单,加大政策优惠力度,吸引技术先进、管理先进的外资企业来华投资兴业。叶继涛也表示。

对于营商环境良好的地区,政府应该进一步改善公共服务、基础设施等。白明建议,各地应加强在金融、研发、物流、法律、公租房等相关配套设施方面的建设,降低外资企业的商务成本,并结合不同地区的发展战略,因地制宜,打造一个适合本地发展的小营商环境。比如,打造新的自贸区或者国家开发区等,以吸引外资。

白明表示,除了上述措施,国家还应该人才培养上下功夫,一方面提高劳动力素质,另一方面提高劳动效率,从而保持对外资的吸引力。

企业动态

中企在尼日利亚 建立模块化炼油厂

据外媒1月11日报道,尼日利亚埃多州政府媒体和传播策略方面特别顾问日前表示,州政府已与中国企业签署谅解备忘录,在该州建立模块化的炼油厂并培训当地工人。预计,工程的第一阶段将在12个月内准备就绪。

据悉,该炼油厂能日处理5000桶原油,由中国北洋化工设备有限公司、中国石化国际石油服务公司和一家尼日利亚本土企业合作建设。埃多州州长表示,未来模块化炼油厂将解决该州的油荒问题,并带动当地就业。

中信资本收购法国 化妆品包装供应商

据新加坡媒体1月11日报道,中信资本控股有限公司(以下称中信资本)旗下的私募并购基金中信资本中国基金第三期宣布,已于2018年1月10日完成收购Axilone(以下称阿克希龙)公司。

记者了解到,阿克希龙专门生产口红、香水和护肤品品牌设计及生产金属及塑料包装,客户包括全球知名的高端美妆、香水及个人护理品牌。阿克希龙在法国、西班牙、美国和中国都有子公司,并在法国、西班牙和中国设有生产基地。

中信资本高级董事总经理赵涵曦表示:美妆行业成长迅速,品牌运营商通过高端的包装设计来打造品牌的独特性与辨识度,高端美妆产品包装行业未来将持续拥有巨大发展潜力。阿克希龙在高端口红、护肤及香水包装领域已建立起稳固的领导地位,在全球拥有一流的生产基地和技术实力,为客户提供上乘的质量与服务。我们期待与阿克希龙优秀的管理团队一起精诚合作,把握新一轮全球市场增长机遇。

复星国际终止收购 俄最大黄金生产商

复星国际1月15日发布公告称,终止由该公司牵头的财团约9亿美元收购俄罗斯黄金生产商Public Joint Stock Company Polyus10%股份的交易,买卖双方于1月15日签署解除协议,同意即时终止股份买入协议,原因是股份买入协议下某项先决条件未获满足。

有关终止交易的具体原因,外媒援引匿名消息称,主要原因是该公司股价在近期受到走高的金价的支撑,出售股份的兴趣由此下降。

据了解,Polyus主要从事开采、加工、冶炼以及销售黄金,为俄罗斯最大黄金生产商,黄金生产量排名全球前十。截至2015年12月31日,目标公司黄金储量达到2000吨。

复星国际1月15日公告还称,将继续致力于加强其核心竞争力,并在俄罗斯寻求其他价值投资机会。(本报综合报道)

美国税改或为 中企 出海 带来新机遇

对于中国投资者来说,此次美国税改虽然是挑战,但也是一次难得的发展机遇。伴随着税改的实施,美国市场的需求或将扩大,也会带来更成熟的直接投资或收购时机。1月15日,安永并购重组税务咨询服务合伙人、美国税务代表何力鹏在安永国际税务思想库高峰论坛上这样表示。

当下,国际税务环境正处于一个急剧变化的过程中。这些变化给处于国际化进程中的中国企业带来了挑战和机遇。安永中国企业海外投资税务中心联合主管合伙人王晨提出。具体来看,一方面是BEPS行动(防止税基侵蚀和利润转移行动)在各国和区域间不同程度的落地实施。另一方面部分国家纷纷出台了税务改革计划。

在何力鹏看来,在2017年国际税收的诸多变革中,最引人瞩目的是2017年12月,美国通过了《减税与就业法案》。

何力鹏表示,此次税收改革大幅降低了美国联邦所得税税率,但应税范围却也相应地被扩大。一方面建立了参股免税制度,在特定情况下来自海外的股息收入可以获得100%免税的利好政策。另一方面也提出了对受控外国企业(CFC)在2018年之前的累计盈利征收一次性过渡税,以及在原CFC的F分章(F-Subpart F)的规则基础上提出了更强化了的递延征税措施。与此同时,法案还推出了新的反税基侵蚀的相关规定。

据悉,此法案的出台旨在通过鼓励美国国内投资来增加就业机会,提高居民可支配收入,带动消费总需求,从而在一定程度上提升美国在国际市场的竞争力。同时,可能会增强美元升值和利率上升的预期。但另一方面,税改对财政赤字和美国产品出口的竞争力的影响长期内还尚不确定。

同时,中国也响应了此轮全球税收改革的浪潮。2017年12月28日,中国财政部和国家税务总局联合颁布了《关于完善企业境外所得税抵免政策问题的通知》。该通知为了更好地鼓励中国企业走出去,获取境外资源、市场、技术等关键要素,将企业境外所得税抵免层级由过去的三层扩大到五层,尽可能地消除重复征税,继续支持国内有条件、有能力企业进行战略性对外投资。王晨总结称。

对此,何力鹏表示,税改对中国企业投资美国不是一个决定性因素,还有很多其他因素需要考量。美国有相对更多的机会,而中国市场已经饱和,中企可以去美国投资技术。而对于美国税改的影响会集中在哪些行业,他认为,在美国,税改还是对制造业比较有利。从整个美国税改方式来看,重大的费用资本化有利于密集型劳动企业,因为制造业有很多机器,在买了机器后才能享受这种待遇,所以对这种行业有利好。(周森)

中企在印度

承揽印度工程 招投标是关键(上)

■ 本报记者 钱颜



一带一路是中国首倡的国际合作倡议,承载着全新的历史使命,既连接过去,指向未来,又纽带中国、融通世界。在这其中,基础设施互联互通是实施一带一路倡议的先行。近年来,中国企业积极投资了众多大规模海外基础设施。印度作为与我国山水相连的发展中大国,人口规模大,基础设施薄弱,是中国企业无法忽视的重要市场。目前,很多在国内积累了项目经验的企业对前往印度承揽工程跃跃欲试,闯荡印度正在成为潮流。

对于前去印度进行基础设施建设的中企来说,招投标是关键环节。与国内市场相似,印度大部分私人基础设施项目和所有的政府

基础设施项目都需要走招标流程。印度大恒竺成律师事务所顾问李钦在接受《中国贸易报》记者采访时表示。

如何获取招投标信息?

中国企业在印度参加投标,获取招投标信息是第一步也是非常关键的一步。李钦表示,与中国网络速度快、信息量大,是招标信息发布的主流渠道相反,印度往往将信息发布在报纸等平面媒体上。在印度,平面媒体售价便宜,受众广泛。

中国企业如何在印度招标?李钦在其所著的《印度投资实务指南》中指出,日本、德国等国家在印度进行招标,一般会设立子公司或

者建立业务团队专门负责招标。由于需要对很多招标信息进行实时查询和筛选,因此,外国企业如果在印度没有专门负责招标的人员,就很难做到及时、高效地处理招标信息。一方面,很多招标信息从发布到投标截止的时间非常短,另一方面,要想及时澄清一些信息也存在困难。

目前,很多中国企业并没有充分意识到这一点,或是出于成本等顾虑,没有积极行动起来。李钦强调,如果在印度有专门的团队或者专人进行招投标信息搜集、处理、归档,随着参与招标而与印度当地企业逐渐建立起联系,中标的几率也会慢慢增加。

参与招投标需满足资质

在国内,很多企业都通过了相关国家认证,这是参加招标的硬性标准。但中国企业去印度参加招标,国内的资质只能作为一个参考。李钦表示,印度方面更关注的是中企以往是否做过相关工程项目,即是否有充分的行业经验和实力。同时,如果是印度政府向全球发布的招标,无论是日本企业、德国企业还是中国企业,必须满足印度政府的要求,中标的机会是均等的。

与其他企业组成联合体参加投标是中企境外承揽工程时常见的做法,在印度也不例外。在李钦看来,这样做的目的是,一些招标项目常列出许多条件,每个企业可能仅在其中几项比较有优势(比如A公司拥有雄厚的技术实力,B公司做过类似的项目,C公司有良好的设计和施工团队)。

据了解,在印度,通常情况下,政府项目的招标和公示是强制流程,在招标文件中会把需要企业提供的信息罗列清楚。而私人公司有时不需要走招标程序,只需要企业与其达成合作意向(部分知名私人企业除外)。政府项目通常手续比较繁琐,但有政府信用作为担保,后期的麻烦事比较少。如果与私人企业签订工程协议,则需要加倍谨慎。李钦表示,实践中不乏一些承揽工程前对印度当地企业没做尽职调查导致最后难以收回尾款的情形出现,中国企业一定要特别注意。

行业观察

从原来的以产品出口和赴外设厂为主向跨国企业转型

中国电子家电企业集团军正在崛起

■ 本报记者 范丽敏

上周,参加全球最大的电子展2018国际消费电子展(CES)的中国机电产品进出口商会行业发展部总监高士旺虽然有些疲惫,仍难掩兴奋之情。在这次展会上,华为、海尔、海信、TCL、长虹等众多中国企业大放异彩。高士旺在接受《中国贸易报》记者采访时说。

就连CES主办方美国消费技术协会主席加里·夏皮罗也忍不住赞叹,与五六年前相比,中国企业大不一样了,他们开始真正走向创新之路。

近来,中企走出去步伐加快,国际形象日益提升,正在从原来的以产品出口和赴外设厂为主向跨国企业转型。高士旺告诉记者。

自信自强 唱响中国品牌

这对我们来说确实是巨大的损失,但(美国)消费者受到的损失更大,因为他们没办法拥有最好的选择。在此次CES上,华为原计划宣布与美国电话电报公司(AT &

T)合作在美销售新款手机的消息,但美国电话电报公司却临时退出合作协议。面对这一突发情况,华为消费者业务首席执行官余承东没有指责和抱怨,而是发出理性的呼吁。

不仅是华为,百度、阿里巴巴、腾讯、联想、海信、TCL等中国领军企业带着无人驾驶、人工智能等多项新技术,更加自信地在CES这一世界舞台上展示中国形象。

作为机电商会电子家电行业方面的负责人,高士旺多次组织企业参加CES。他对于中企近年来的表现感受颇深。几年前,不少中企都强调自己为国际公司,或是与国际巨头合作的公司。但是在近两届展会上,中企开始高调唱响中国品牌。相反,外国企业开始争相标榜与中企有合作关系。

一个自信且自强的中国电子家电企业集团军正在崛起。

党的十九大提出,中国将拓展对外贸易,培育贸易新业态、新模式,推进贸易强国战略,形成面向全球的贸易投融资生产服务网络,加

快推进国际经济合作和竞争新优势的新时代发展要求。

这对包括电子家电行业在内的所有外经贸企业而言,既是重要的发展机遇,也是必须面对的新挑战。在日前举办的第五届中国电子家电企业国际化高峰论坛上,中国机电产品进出口商会会长张钰晶说。

中企走出去的血泪教训

在中国电子家电企业集团军崛起路上,还有不少血和泪的教训。近年来,随着国际化程度加深,中国电子家电企业在走出去过程中面临包括资金、人才、市场准入等在内的诸多困难,买了不少教训。高士旺说,面对海外严格的准入政策,不少中企经历了种种挫折,吃了不少亏。

2016年3月7日,中兴通信因违反美国对伊朗的出口管制法律,遭到美国商务部处罚。美国商务部网站公布,将中兴通讯等中国企业列入实体清单,采取限制出口措施。

虽然这一事件最终和解,中兴却付出8.92亿美元和解费,这对于中企来说教训是非常深刻的。高士旺建议,中企在国际化进程中应认真研究欧美等发达国家的相关法律法规和目标市场的国内法规,为海外投资和市场开拓做好充分的准备工作。

美国德杰律师事务所北京代表处首席代表陶景洲同样认为,中兴的罚单不是中国企业在类似国际贸易交往中收到的第一笔,也不会是最后一笔。中国企业当从该案中吸取经验教训,规范公司内部的合规性审查和持续的内外审计监督,最大限度降低此类法律风险。

高士旺认为,对于新兴市场,中企同样要密切关注市场准入这一问题。

两三年前,原本在印度市场一路狂奔的小米曾因违反印度法院规定的禁令而遭遇了禁售风波。目前,小米早已摆脱禁售风波,市场份额接近三星,成为印度市场增长势头最迅猛的手机品牌。OPPO、

Vivo等中国手机企业也纷纷通过赞助印度板球等方式提升品牌形象和市场销量。然而,印度市场也有不少本土手机品牌,中国厂商应该关注当地民族产业情结的反弹。业内人士提醒道。

高士旺在工作中接触到不少在中国经营的外企,感觉他们确实有比较完善的经营体系,有专门的贸易合规部门,或是专门研究贸易规则部门,或者与专业研究机构进行了合作,在海外经营中已经做好方方面面的准备。

相比之下,中企在合规方面还处于相对初级的阶段,一些走出去的策略比较激进或者没有完全了解当地法律法规和水土人情,因此常常触雷踩坑。高士旺建议,中企应苦练内功,努力提升产品质量,提高品牌知名度,提升企业综合竞争力,并吸引法律、营销等方面的专业人才。在新的历史阶段,需要找到切合中国电子家电行业发展实际、有实效可复制能持续发展的新路径。