

做好风险防控 规范参与PPP项目

■ 本报记者 张伟伦

“一带一路”建设5年来,由点及面、由浅入深,不仅丰富了中国对外开放的内涵,也吸引了越来越多的中国企业参与其中,不断加快走出去的步伐。在“一带一路”建设的大背景下引入PPP(政府和社会资本合作)模式有利于解决庞大的资金需求,助力企业走出去。然而必须看到,PPP在带来投资机遇的同时,由于沿线国家不同的法律体系而在税收叠加、涉外法律适用、文化环境等方面存在诸多风险,识别并防范至关重要。

选择合适的国别市场和投资项目

从投资模式上看,PPP不仅包括BOT、TOT、BOO等模式,还赋予了公私合营模式新的内容。自2014年以来,国家发改委、财政部就在力推PPP合作模式,为PPP赋予了很多新内容,对其合作模式、风险防范等加以完善。一时间,国

内大量的PPP项目上马,为国际PPP模式合作奠定了基础。

不过从当前中国企业开展的国际PPP项目来看,大多数都属于政府特许经营模式,企业投资的收益大多来源于项目经营收费,因此一般投资回报周期较长。

“企业参与国际PPP项目必须首先考虑东道国的风险问题。”中国交建一位国际业务部负责人向记者透露,当地政府是否能稳定更迭,政策能否延续、政府债务状况等都是中国企业特别关心的。

记者在采访中获悉,“一带一路”沿线国家有着不同的政治、文化背景 and 不同法系。在政治层面,沿线不乏战乱敏感地带,政治风险较高。从文化层面看,沿线国家宗教信仰多样,很多还是政教合一国家,宗教信仰不仅影响民众的行为喜恶,还会影响政府的重大决策。在法系层面,中东部分国家属于伊斯兰法系,多和

宗族法、《古兰经》相关。我国的法律工作者对英美法系、大陆法系相对熟悉,对于伊斯兰法系相对较陌生,对于蒙古和哈萨克斯坦等中亚、西亚国家的法律,研究更少。因此专家建议,在选择国别时应当慎重。

“选择合适的项目也关乎投资收益。”该负责人还表示,从国内的PPP发展来看,项目领域多集中于能源、交通运输、水利、农业以及市政工程等公共基础设施等。政府和投资企业对这些领域的项目运作相对熟悉,项目落地率也较高,对保证收益具有积极意义。在国际上,中国企业参与PPP模式也较为集中在这些领域。例如,能源是中国对“一带一路”沿线国家直接投资规模最大、最为重要的产业领域,仅次于能源的是交通运输类。

有关专家提示,企业应该先从自身较为熟悉的项目开始突破,然

后再通过项目经营熟悉当地的文化环境、法律环境和政治环境,进而再扩展到其他领域。只有如此,在操作PPP项目时才能较好地保证收益。

重视经营中的创新融资和契约意识

牵涉资金多、项目周期长、经营环境复杂等是在海外开展PPP项目常面临的问题。记者了解到,这一模式十分强调政府方和企业投资方合作关系的长期稳定,应当以风险最优分配为核心,综合判断政府风险管理能力、项目回报机制和市场环境等因素,进而确保海外PPP项目的落地和推进。

“国际PPP项目往往会涉及巨大的融资安排。”中商国际海外业务部风控经理杨亚表示,随着中国金融机构资本实力的增强,海外项目的东道国政府对中企有了较高的期待,但融资方式也需要进一步

优化提升。

有关专家提示,从传统意义上讲,现有的银行贷款不失为一个重要方式,但有条件的企业也可尝试发行公司债券、企业债券、项目收益债券等,在项目营收稳定的情况下可考虑资产证券化以及PPP产业基金融资等多种方式。

“参与相关方能够重视契约意识也十分关键。”杨亚说,中国企业在参与PPP模式时要优先考虑那些契约意识较强的东道国,同时自己也要合规、守信。这其中,合同范本的制定是重要一环,合同应详尽规定各方需承担的责任与义务,风险应对及违约处理原则应尽可能明确,这样一旦出现 issue 可依靠办事,减少相互推诿的风险。此外,由于涉外法律存在适用风险,今后还需要加强各国政府间和商协会的司法合作,并且加强对“一带一路”沿线国家法律问题的介绍和相关案件的调解。

◆ 市场前沿

《2018移动互联网支付安全大调查报告》发布

本报讯 中国银联近日发布的《2018移动互联网支付安全大调查报告》指出,2018年移动支付领域呈现以下五个特点:一是国家普惠金融及减税降费政策的落地实施,公众可支配收入增幅明显,带动移动支付消费增长明显;二是移动支付场景建设不断深化,便捷的移动支付产品有效改善了人们在各个场景的支付体验;三是金融科技应用进一步扩大,助力支付便捷与安全性提升;四是公众安全知识得到普及,网络诈骗继续呈现下降趋势;五是移动支付安全习惯值得广泛关注。

随着金融安全消费知识普及与全国惩治电信网络诈骗活动的持续深入,受访者风险防范意识有所增强。调查数据显示,消费者遭遇传统网络诈骗行为的概率持续下降,与2017年相比,社交账号冒充亲朋好友诈骗及以办理信用卡套现等为借口,骗取验证码等支付信息的两种诈骗行为发生率显著下降,但平均网络诈骗损失金额有所增加。

消费者的移动支付信息安全防范意识进一步提升,移动支付低风险型消费者比例较2017年增长一成。2018年高风险移动支付行为主要表现为:更换新手机不解绑银行卡,不删除存留的敏感信息,直接删除第三方支付App不解绑银行卡等。(辛文)

麦肯锡:中小保险公司依然有路径实现破局发展

本报讯 近日,麦肯锡公司发布的《纾困突围——中国中小保险企业破局之道》报告指出,在中国市场,市场份额都高度集中,85%的财险市场和71%的寿险市场牢牢掌握在前十大保险公司手中,但中小保险公司依然有路径实现破局发展,实现“小而美”的目标。

从保费规模来看,小型财险和寿险公司(市场份额<1%)近些年来均未能有效抢占市场,保费收入增长乏力。小型财险公司保费占比仅从2012年的12.7%升至2017年的13.6%;净利润更是不容乐观,中小财险公司2016年至2017年跌入亏损泥沼;中小寿险公司在2014年至2015年资本市场阶段性繁荣的背景下,虽然通过发行储蓄型产品和较高的投资收益率短期扭转了亏损局面,但随着资本市场的降温 and 监管升级,他们所受的冲击也很大,净利润占比从2015年8.7%的高点降至2017年的6.3%。

麦肯锡指出,目前,保险市场的业绩分化趋势仍在延续。以财险行业为例,2017年前三大财产保险公司的合计盈利约占行业总盈利的80%,中小保险公司成本结构不具备优势,综合成本率较高。2017年大型保险公司综合成本率平均值为97%,中型保险公司则为102%,而小型保险公司的赔付率和费用率“双高”显著,综合成本率平均值高达109%,业绩堪忧。而为了扭亏为盈,不少公司采取了偏激进的投资资产配置模式,期望通过投资利润率撬动盈利,未来所面临的投资风险和可持续性挑战不容忽视。(冷翠华)

中企海外并购趋于审慎 欧洲仍是最主要目的地

本报讯 安永近日在北京发布的2018年全年中国海外投资概览显示,在今年全球地缘政治存在不确定性的背景下,中国对外直接投资结构持续优化,全行业对外直接投资1298.3亿美元,同比增长4.2%,其中对外金融类直接投资增长一倍。

2018年,中企在“一带一路”共建国家新增对外非金融类直接投资156.4亿美元,同比增长8.9%,高于整体增速。

按并购金额计,电力和公用事业、消费品及科技、媒体和电信业(TMT)成为2018年最受资本青睐的并购目标。按并购宗数计,TMT继续拔得头筹,连续5年成为中企海外并购宗数最多的行业。关于海外并购情况,安永中国海外投资业务部全球主管周昭媚表示,“2018年中企海外并购趋于审慎,交易数量出现明显下降(同比降16.7%)。目前国际地缘政治局势变幻莫测,多个国家 and 地区都已经或计划收紧外商投资政策,投资风险进一步加大,安永建议投资者密切关注相关政策,有效防控风险。”

欧洲仍是中企宣布的海外并购金额最多的地区,达659.4亿美元,且增长迅猛(同比增长37.9%),占中企全球总并购额的六成,比2017年增长近两成。但目前欧盟进一步收紧外商投资的法案已进入最后审批流程,法案通过后预计将对中企在欧洲未来并购活动有一定影响。

中企在北美洲宣布的海外并购金额达156.5亿美元,与2017年基本持平。但美国已于2018年8月通过《外国投资风险评估现代化法案》以加强国家安全审查机制,预计未来中企赴美并购投资将遭遇更多的监管和政治阻力。

中企在大洋洲、亚洲、非洲和南美洲宣布的交易金额和数量同比均有较大下降。(陈硕)

全球消费行业 跨境并购强势收官

本报讯 国际律师事务所霍金路伟的并购交易动态数据显示,截至2018年末,消费行业的跨境并购业绩喜人,其中,荷兰啤酒巨头喜力以31亿美元取得中国最大啤酒企业华润啤酒40%股权的交易颇为引人注目。

2018年第四季度,消费行业跨境交易规模达394亿美元,环比增长39%。而2018年最大的跨境交易当属沃尔玛以160亿美元对印度在线零售商Flipkart多数股权的收购。

霍金路伟合伙人凯莉·塔布曼·哈迪(Kelly Tubman Hardy)表示,随着中国中产阶层的壮大,全球标志性消费品牌都在寻求在华收购机会,以便进入这个快速增长的市场。与此同时,中国公司也对收购国际品牌表示出极大的兴趣。“消费行业的并购在很大程度上受到人口因素的驱动,企业对此无法忽视。满足新兴市场需求这一愿望,无疑是刺激交易的一个显著因素。”凯莉·塔布曼·哈迪说。(刘燕春子)



福鞍重工:与世界顶级企业携手共舞

■ 王炳坤

从一家铸造小厂起步,辽宁福鞍重工股份有限公司始终瞄准高端装备,以持续创新跻身中国铸造百强企业,其大型、高技术铸钢件在业内广受赞誉。近日,记者来到辽宁鞍山,寻访这家装备制造上市公司

创新是条布满荆棘的路

作为驰骋在装备制造领域的一匹黑马,福鞍重工十几年前还是一家名不见经传的铸造小厂。2004年,从鞍钢集团下海,靠承包濒临倒闭的鞍钢厂办大集体企业起家的吕世平投身实业,选择从事铸造,并将产品方向定位在高、精、尖上。“一是国内依赖进口的铸件,二是国外顶级企业从中国买不到的部件,三是国内急需的重大装备。”福鞍重工现任董事长穆建华介绍说。

如今,福鞍重工已是多个国内重点工程和世界500强的稳定供货商,高技术含量、高附加值产品占比达到75%以上。

与世界顶级的整机装备企业携手共舞并非易事。一般而言,这些

企业为降低采购成本,会寻找并培植一些中国公司开发制造它们需要的零部件。以美国GE为例,对方会首先审核中国公司的技术、装备、人员、环境、管理和品控等能力,对不符合条件的地方提出整改要求,然后再审核、再整改。过关之后,GE会给你一个样品,公司造出并通过评审后,GE会发来一个小批量的订单,考核公司持续制造高质量产品的能力。

“整个过程下来,时间过去了两三年,公司这才获得给跨国集团批量供货的资格。”穆建华说,正是这样的艰难闯关,公司才得以与500强企业一同创新和研发,许多铸件一步步升级到国内外先进水平。

耐住孤独收获最美“花朵”

即使做实体经济,走技术创新之路也需要足够耐心。2006年至2008年,全国铸钢行业蒸蒸日上,很多下游客户排队找福鞍重工下单订货。可吕世平考虑到未来发展,硬是推掉很大一部分唾手可得的利润,留下40%的产能用于在研发中试制新产品。

这样的坚守终将收获。目前,

福鞍重工的电力、船舶及矿山机械用大型特种铸钢件达到国际先进水平,多项产品纳入得“中国国际铸件博览会金奖”,两项产品纳入国家火炬计划项目,40多项工艺技术获得国家专利。

“公司制造的燃气轮机部件出口德国西门子、日本三菱、美国GE等跨国企业,轨道机车转向架、重型矿用卡车车架体和轮毂为美国GE公司的交通板块配套,水电装备大量应用于三峡、葛洲坝等大型水利工程……”穆建华细细盘点公司的优质客户说。

做实业、搞创新虽然不一定是起步最快,但往往是发展稳健、后劲十足。2008年和2014年,分别受到全球金融危机和行业产能过剩影响,铸钢市场两度跌入低谷,绝大多数企业订单大幅缩水,原先投巨资铺摊子新上的项目不得不闲置。相比之下,福鞍重工凭借“人无我有、人有我优”的高技术产品,订单几乎没有受到影响。在“马拉松”长跑式的市场竞争中,公司笑到了最后。

自我超越是勇敢者的游戏

做实业如同逆水行舟,不进则

退,只有保持永不满足、不断超越的精气神,才能把企业带入一个新高度。

在公司的机械加工车间,分厂负责人于广余手指一台轨道机车的转向架介绍,原先质量只按要求加工铸件,经过长时间合作发现,下游的GE交通拿到产品后,还要在上面加装不少零件,耗时费力。“现在我们在转向架上焊装上刹车、减震等系统,GE拿过去就能使用,对我们的周到服务很欢迎。”

有了十几年来从事高端零部件制造的积累,近期福鞍重工开启了向装备制造整机迈进的脚步。2017年6月,福鞍重工看准国家大力发展分布式能源的市场需求,成立辽宁福鞍燃气轮机有限公司,注册资本1亿元。明年,福鞍重工将致力于研发4MW燃气轮机,为分布式能源市场提供低成本、高收益的核心动力设备和能源站解决方案。

从生产核心零件到提供部套产品,再到制造高端整机,福鞍重工的装备制造之路越走越宽。吕世平说,治企如攀峰,需提前储备能量、布局前路,以勇气和智慧去追求一个个未知的可能。

技术创新将让零售业越来越懂你

■ 本报记者 周东洋

海量的数据聚集,平台中形成大数据的数据仓库,企业可通过定型的计算能力和AI(人工智能)算法,在数据中寻找规律。

陈磊举例称,一个创业者发现一个场景不错,比如打车、外卖、电商等场景。他据此搭建一个平台,提供服务。用户在平台享受服务的同时,留下数据轨迹并产生数据。而平台收集到这些数据可建立几套算法,优化产品体验。

“用户的数量越多,使用的时间越长,数据的积累就越丰富。因为后台的算法在不同的数量级上,其复杂程度、能力有本质区别,所以算法也在不断提升,消费者的体验也会更好。”陈磊强调,在这种模式下,企业依靠的是数据手机能力和规模,效率越高、规模越大,企业的竞争力就越强。

陈磊介绍,在庞大的数据驱动

下,很多公司试图创造一个无所不能的AI,记录每一个用户的行为模式,然后圈定模型,进行算法分析,再把分析结果反馈给每个消费者,记录大量用户的多维度数据后,能够对过往的生活轨迹、消费轨迹、出行轨迹、衣食住行等全场景的喜好进行全面分析,为整个零售体系提供底层的数据支持。

但面对一些消费者多样性的消费需求,一个固定的模型,即使是一个深度模型也很难判断对消费者的预测到底是否合理。

因此,零售业门店正在变得越来越重要。“在获取新顾客时,这些门店是巨大的、宝贵的资产,能够帮助企业更好地了解顾客,做好线上产品的销售。”沃尔玛中国电子商务及科技高级副总裁霍斯博(Ben Hassing)表示,门店也是供应链的延展。

在零售业领域,越来越多的模式已被建立,世界各地出现了各种创新的形式,有很多纯线上的电商也开始思考线下的机会,线上和线下逐渐融合起来。例如,阿里旗下淘鲜达对大润发、欧尚、新华都等600多家连锁商超进行新零售改造,助其实现线上线下一体化;沃尔玛的微信小程序“扫码购”已覆盖全国400多家门店,用户突破2000万,250家门店提供京东到家一小时送达服务……

新零售是一种全新的概念,是以消费者体验为中心的数据驱动的泛零售形态,结合线上线下销售模式并结合物流等,为消费者打造更好的消费体验。新零售结合大数据对客户进行精准定位,并且通过线上线下结合的模式,能够更大地满足消费者的需求。

但在后流量时代,随着更多类型数据被接入,大数据流量平台的集中式AI,需要对用户隐私数据安全担负更大的责任,而用户同样会感到对自己的数据缺乏自主权,被排斥在决策之外。

陈磊设想,假设未来有智能代理程序能为用户做智能决策,并能保护私有数据,同时它也会和其他智能代理程序沟通,就和人一样。比如有时我们买东西之前,会向朋友询问什么东西好、什么东西比较流行等,这是人和人之间的沟通。假设用户看到一款商品上标注着好友多次购买、好友好评的标签,自然会提升信任感和判断的准确性。

“未来,每个人都将保存私有数据,通过智能算法程序相互间进行通信,通过信息交换来拓展自身的能力并进行决策,从而在很大程度上提升交易效率和体验。”陈磊预测。