园区观察

莱基自贸区新目标：现代化临港新城

■ 本报记者 张凡

虽然全球新冠肺炎疫情仍未得到有效控制，但“一带一路”建设的步伐一刻也没停止，像尼日利亚莱基自贸区这样的海外园区，在招商工作上取得新突破。就在刚刚过去的8月10日，莱基自贸区与古莱特卫生品公司签署了“卫生用品项目”投资协议。根据该协议，古莱特卫生品公司租赁厂房约7200平方米，将建设现代化的装配流水线，主要生产纸尿裤及卫生巾产品，产品将面向尼日利亚及周边国家。古莱特卫生品公司预计雇用当地员工100余人，该项目预计今年10月投入运营。

古莱特卫生品公司之所以选择落户莱基自贸区，是因为其看中了尼日利亚及周边地区巨大的市场潜力以及莱基自贸区独特的优势。尼日利亚拥有2.06亿人口，是非洲第一大经济体、第一人口大国和第一大原油出口国。莱基自贸区所在城市拉各斯，拥有超过2100万人口，聚集着全国60%的工商企业，是该国名副其实的经济、金融、贸易和物流中心，自贸区所在的莱基半岛，还可间接辐射欧美等发达国家和地区。

“目前，中国是尼日利亚第一大进口来源国，尼日利亚对中国产品的需求是巨大的。”尼日利亚莱基自贸区董事、中非莱基投资有限公司副总经理赖四清在谈到今年园区建设新进展时，十分高兴，因为莱基自贸区进入了快速发展期。

如今莱基自贸区的发展与起步阶段已有了本质的不同。在莱基自贸区运营初期，由于非洲总体工业化水平低，园区面临着招商困难，一年有时最多只有两三家企业入园，有时甚至全年都招不到一家企业入园。近年来，在“一带一路”倡议以及中非合作的推动下，企业入园数量增长迅速。

即使在疫情中的2020年，莱基自贸区也充分利用其良好的软、硬件条件和较强的抗风险能力，仍然取得了签约9家入园企业，其中中资企业7家的良好业绩，再一次显示了境外经贸合作区在推动国家“一带一路”倡议和国际产能合作战略落地生根中的特殊意义和生命力。

截至目前，莱基自贸区内注册入园企业数量达161家，涉及石油天然气仓储、家具制造、服装生产、贸易物流、工程建设服务、工业房地产、汽车装配、钢结构加工制造、钢管生产、日用品等多个行业，协议投资总额近15亿美元。其中，91家企业（中资60家，外资31家）正式签署投资协议并已陆续建成和投产。在运营方面，截至2021年7月底，入园企业累计完成投资3.4亿多美元，实现总产值3.9亿多美元，园区进出口总额8.2亿美元，实现就业2000人，上缴尼日利亚政府税费超过7400万美元。

“目前，莱基自贸区已成为我国推动‘一带一路’建设和国际产能合作的重要抓手和平台，对促进中尼经贸合作发挥重要作用。”赖四清介绍说，“今年5月，中非莱基、中国土木与招商局集团中国外运公司建立合作关系，探讨在莱基自贸区及尼日利亚境内合资投建海陆联运物流公司，打造集港口、园区、航运、铁路、公路等一体化的物流网络设施，服务于中国及全球在非进出口企业。”

莱基自贸区最早的规划目标是在拉各斯东南部的莱基半岛，打造一座集生产、生活、休闲、娱乐为一体的现代化综合新城。主要发展加工制造业、商贸物流业、房地产业、城市服务业等四个产业，但随着目前形势发生变化，莱基自贸区对未来的发展战略进行了调整。外部因素变化主要有以下两点：

一是距莱基自贸区3公里处，由中国港湾为主投资建设的莱基新港正在如火如荼地建设中。港口建成后将成为西非最大的深水港，极大地带动周边区域经济发展，使人流、物流、信息流更加畅通。

二是非洲首富阿里科·丹格特（Aliko Dangote）在莱基自贸区隔壁购买了27平方公里土地，投资170亿美元，建造世界上最大的单体炼油厂及化肥厂，目前化肥厂已开始试生产，炼油厂正如火如荼建设中，将于2023年初投产。整个项目将极大提升整个地区的经济和土地价值，这将成为整个地区经济发展的引擎。

“因此，我们提出了新发展目标，要建设现代化的临港新城。由于自贸区紧邻港口，经贸、物流、电商包括保税业务，都将成为我们未来发展的重点领域，尤其是电商将成为自贸区下一步战略发展的重点。随着丹格特的炼油厂建成，石化及其配套产业也将是战略调整的另一重点领域。”赖四清接着介绍说，莱基自贸区进入快速发展期后，将对入驻企业设置选择标准，选择更加符合“一带一路”倡议和国际产能合作需求，或符合尼日利亚工业化水平提高需要的企业入驻，“当然，我们优先选择节能环保、科技含量高、产值高的重点或龙头企业。”

双碳目标下高效系统利用资源很重要

本报讯（记者 **胡心媛**）“全球气候问题正在掀起一场碳中和以及新能源革命，如何未雨绸缪，走在低碳时代的前沿，是每个国家、每个企业必须仔细思考的问题。”在近日举行的第十二届长江青投论坛上，长江商学院会计与金融学教授、副院长刘劲认为，“碳达峰”“碳中和”目标的提出将加速中国能源供给结构转型。目前，中国已经形成了煤、油、气、核、新能源和可再生能源多轮驱动的多元供应体系。

刘劲认为，碳中和符合中国的核心利益。中国目前在新能源产业发展和技术发展方面处于全球领先位置，减碳可帮助中国在能源、汽车等领域弯道超车，实现产业竞争力上的跨越。控制碳排放，增加新能源在能源结构中的比重，从长期来看是国家能源安全战略上的重要考量。

中国能源研究会学术顾问，原常务副理事长周大地说，在全世界向低碳转型的过程当中，谁掌握技术，把资源最高效、最有系统地利用起来，谁就占领了更大的市场。

记者了解到，为更好推动在中国市场的业务转型，众多能源跨国公司纷纷加强与中国本土企业的合作。比如，作为全球第二大天然气运营商的道达尔集团不仅就太阳能产业与中国企业成立了合资公司，还与远景集团合作，进军中国分布式光伏市场。在储能方面，道达尔子公司帅福得在珠海开设了新的储能解决方案制造中心。

疫情下中企品牌国际化在欧洲或迎机遇

■ 本报记者 苏旭辉

中国不只是做世界工厂，还需要在品牌上赶超世界其他国家，要把“中国制造”变为“中国创造”“中国智造”就得在品牌国际化上下功夫。有着十多年在欧洲为中企提供投资服务经验的法国LZ Consulting董事长赵蕾近期在接受本报记者采访时说，“欧洲新冠肺炎疫情防控效果远远不如中国，大量企业倒闭，包括一些大中型企业，造成了一些市场空白。这给中企在欧洲扩大投资，进一步提升品牌影响力提供了机遇。”

不断提升品牌在海外的影响力，需要当地政治、经济、法律相对稳定。欧洲很多发达国家的法律、税务、财务体系相对完善，利于企业长期发展。赵蕾介绍，“除了特殊行业，外企在法国、德国等国家投资能够与当地企业受到同等对待。而且，欧洲消费者较为理智，即使在疫情冲击下市场和消费仍在稳定增长。这非常利于企业选择市场切入点，开展长期投资。不必担心市场发生大的变化所带来的风险。”

赵蕾认为，当下跨境电商是中国产品进入欧洲的重要渠道。因为疫情引发线上购物增长，而很多欧洲国家在线上消费方面还有很大的增长空间，这利于中企和产品进行拓展，毕竟中国企业在电商销售领域相对成熟。

同时，各行业扩大在欧洲品牌影响力的方式不同。赵蕾说，“在电子产品行业，华为早在十多年前就在法国布局了，其产品质量赢得了众多消费者的认可，华为靠核心技术进入欧洲市场。海尔则根据不同国家国情、文化等制定不同品牌策略。在酒庄、酒店行业，中企主要通过并购进行布局，如张裕、茅台收购欧洲酒庄，锦江国际收购法国卢浮酒店集团。企业要跟着市场走，结合行业特点选择合理的布局方式。”

疫情导致很多欧洲国家经济发展变缓，很多企业和品牌需要海外投资者和海外市场。赵蕾认为，这也是中企引入欧洲品牌的机遇，欧洲有很多历史悠久、具有全球影响力的品牌，加之欧洲有着很严格的验证和质检检测，产品的质量也有保证。

投资环境

外媒：印度将启动1.35万亿美元基建计划

据路透社报道，印度总理莫迪日前说，印度将启动规模达100万亿卢比（约合1.35万亿美元）的全国基础设施计划，这项计划有助于创造就业机会，并有助于扩大清洁能源的使用以实现该国气候目标。莫迪还设下到2047年实现能源独立的目标，称该目标可通过推广电动车辆、转向基于天然气的经济以及打造氢生产中心来实现。

尼泊尔公布新财年疫情纾困措施

据新华社消息，尼泊尔央行行长阿迪卡里近日在宣布2021—2022财年（自2021年7月中旬起）货币政策时公布了纾困措施，包括延长贷款偿还期限、减少分期付款数额、重组和重新安排贷款还款计划、以更优惠利率提供信贷等。其中，餐馆、公共交通、教育机构和娱乐业可延期一年并可至少分四期还贷，旅游业和电影业可重组和重新安排还贷计划。

（本报综合整理）