

中企跨境并购需注意什么

■ 本报记者 王煜

2022年受疫情反复影响,并购市场整体表现较为低迷。CVSource投中数据显示,2022年中企并购市场共计完成4535笔并购交易,同比下降4.49%。中企参与跨境并购共计完成117笔跨境交易,同比下降37.10%。其中出境并购66笔,入境并购51笔。披露金额的有76笔,交易总金额为230.40亿美元,同比下降5.25%。

2022年,我国超10亿美元规模完成并购交易21笔,超1亿美元完成并购案例324笔,其中交易规模最大的跨境案例是2022年10月20日,股拓集团收购霸菱亚洲投资有限公司100.00%股权,交易金额为67.16亿美元。该交易将大幅扩大该公司的亚洲投资平台,使其真正地实现国际布局。境内完成并购大额案例是2022年8月1日徐工机械吸收合并徐工集团工程机械有限公司,交易金额59.30亿美元。

“近年来A股上市公司发起跨境并购的动机主要体现在资源获取、拓展海外市场、价值投资以及市

局全球供应链这四个方面。”对外经济贸易大学国际经济贸易学院讲师郑晓佳在接受《中国贸易报》记者采访时表示,资源获取包括自然资源、技术资源、知识资源等战略性资源,构建资源优势,打破技术壁垒,吸取国外先进经验,帮助企业提高生产效率,保持竞争力,实现产业升级;拓展海外市场可扩大世界市场份额,实现全球发展战略和多元化经营战略,增强企业的国际竞争力;价值投资则是寻求海外市场价值被低估的企业,利用中国市场或者企业自身丰富的运营经验提升被并购企业的业绩,打开企业升值空间,获取企业价值提升或者股份分红带来的超额收益,腾讯的海外风险投资就是很典型的例子;布局全球供应链要求企业深入参与到全球价值链的分工中,逐步实现向高端产业链的转移,提升工业竞争力。

中企跨境并购一直是中企“走出去”的重要方式之一。近年来国际经济发展中的逆全球化趋势加剧、地缘政治冲突不断、贸易保护主

义抬头、双边政治关系不稳定,并购目标公司所在地区政治、经济、法律、政策等方面的不确定性,以及近几年的疫情影响都给跨境并购带来一定风险。

对于未来中企跨境并购市场,郑晓佳建议并购主体注意防范并购目标方所在地的政治风险,该地的政治、经济政策变化以及双边政治关系会直接影响到并购成败。因此,在进行并购前,要充分了解并购方企业所在地的政治经济环境、政策协定等,并密切关注政治动态,对可能出现的政策调整等及时制定合理的预案。

此外,文化冲突也是并购主体需要注意的问题。企业文化的不同、管理模式和管理理念的冲突、改进计划难以实施等问题,都会造成并购后的整合失败。因此,在并购前要充分调研对方企业的组织文化、合理预估即将面临的困难,谨慎选择恰当的文化整合模式,确保并购后的成功整合。

企业并购往往需要大量的资

金支持,而且并购后的业绩也具有很大的不确定性。债务风险也是跨境并购主体需要考虑的问题。对此,郑晓佳建议,跨境并购主体应当制定合理的融资策略,应对并购带来的债务风险,同时,要考虑到并购后公司整合过程中可能产生的融资需求,以及短期内业绩下滑带来的不利影响,提前做好资金安排,避免资金断裂影响公司正常运营。某些企业之前的“蛇吞象”式收购就给企业带来了巨大的债务压力。因此,对市场环境的前瞻性评估也很重要。

“在数字经济发展推动下,数字型跨境并购或将改变跨境并购的内在驱动力。”郑晓佳表示,在我国政策的长期支持下,“一带一路”有望成为企业跨境并购的长期发展动力。

受访专家向记者表示,展望2023年,疫情影响逐渐消退,跨境并购有望恢复生机。随着防疫政策优化,相信并购市场也会随着春天的到来,迎来新的复苏。



在有“地毯小镇”之称的天津市武清区崔黄口镇,近日多家地毯企业已经复工复产,开始赶制海外订单。图为在当地安芝金林地毯有限公司,工人安装新增的地毯生产线。新华社记者 李然 摄

新国货品牌可通过践行ESG理念提升核心竞争力

本报讯(记者 钱颜)毕马威中国近日发布的第二届《毕马威中国新国货50企业报告》显示,领先国货企业以产品、供应链和消费者为主线,积极践行ESG,经常进行产品功能创新与体验创新,值得其他企业借鉴。

近年来,全球气候问题、能源问题和环境污染等问题愈演愈烈,各界对环境保护及可持续发展议题的关注增加。越来越多的企业意识到,践行ESG(环境、社会和公司治理)不仅关系到企业自身健康发展和长期价值实现,也是承担社会责任、推动社会可持续发展的重要举措。

毕马威中国消费品及零售行业主管合伙人林启华表示,对于消费品零售企业而言,积极践行ESG一方面有助于企业品牌和差异化竞争优势的建立,使企业更获资本

青睐;另一方面随着近年来环保、健康、低碳等消费新理念兴起,产品是否环保和健康日益成为消费者决策的重要考量因素之一,将关乎更长远的战略竞争。站在行业视角,企业亟需在日常经营活动中落实ESG发展理念,健全ESG管理,才能吸引更多优质资金投入,从而实现资金的良性循环与绿色可持续发展。

《报告》显示,ESG覆盖企业经营价值链的各个环节,领先企业通常围绕自身经营特征识别整体价值链条中各环节中具体环境、社会、公司治理因素的关键点。在此基础上,梳理企业与产业其他要素之间的关系,从企业经营价值链核心视角到驱动产业链ESG协同创新,为更多的利益相关方群体创造社会价值。另外,不同行业面临的ESG发展重点不尽相同,产品、供

应链和消费者是零售消费品企业当前备受关注的ESG发展议题。

随着领先企业先行、资本市场的倾向、政府部门与相关组织的规范指引和消费者群体意识崛起,ESG发展将是大势所趋。林启华表示,接下来一段时间,履行环境和社会责任的公司将得到更多消费者认可,越来越多消费品零售企业正在将公司战略与ESG战略深度融合,获得竞争优势。国货品牌更需关注这一潮流趋势,积极调整自身战略。制定清晰的实施路径与运营体系,加速落地自身ESG目标,由自身经营价值链ESG实践向产业链生态主导型ESG战略升级,实现产业链层面ESG共赢,创新社会贡献与业务模式结合发展之路,协同ESG战略与业务战略,在竞争中获得更多成长。

www.chinatradenews.com.cn

2023年2月7日 星期二

中國貿易報
CHINA TRADE NEWS

07

服務四海 誠信天下



中國專利代理(香港)有限公司
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.
www.cpahkltd.com



广告

全球最大的小商品集散中心——义乌中国小商品城近日迎来了农历兔年的首个营业日,7.5万名市场商户已做好充分准备,“火力全开”喜迎全球客商的到来。

这是被称为“世界超市”的义乌中国小商品城在疫情防控进入新阶段后的首个市场开市日。记者看到各区商户贴春联、挂花灯、上新品,面貌一新迎开市,而操着不同口音的采购商,往来于各家商户,他们抱着同样的想法——抢商机、谈合作。

来自印度的客商拉贾顾不上看开市的舞龙表演就早早入场,直奔义乌国际商贸城一区的玩具市场。在晶荣玩具商铺,他看中了一款熊猫玩偶和一款可以变装的小熊玩具,这两款新品采用了新型毛绒布料,手感亲肤,水洗不易变形,果冻色系也很受市场欢迎。拉贾立即下了20万元订单,并和老板陆庆荣约好过几天再来。

“开市第一天,我的行程满满,很多新款等着我去发现!”拉贾今年1月中旬刚到义乌,这是他疫情后首次到中国,这次计划采购玩具、文具和仿真花等产品。据悉,在高峰期印度常驻义乌的外商达2000多人。

“年前我已经采购了一个集装箱的布料回国,今年希望在义乌的采购业务能够翻番。”来自尼泊尔的外商对2023年充满期待。“义乌是难以替代的,尼泊尔国内所需的各式商品在义乌可以‘一站式’购买、拼柜发货,6至8天就能运到尼泊尔,十分便捷高效。”他说。

接待完一波采购商,好不容易抽空喝口水的晶荣玩具商铺负责人陆庆荣告诉记者,接到的订单已经排到了五六月份。为此企业着重做两件事,一是加强创新研发,每周推出至少10款新品;二是增加生产线,预计新增产能50%。“采购商、订单都来了,我们对今年的生意非常有信心!”陆庆荣说。

位于义乌北苑街道的宝娜斯集团车间里机声隆隆。“这两年‘光腿神器’很受欢迎,我们与设备厂商联合研发了一次成型工艺,更加美观舒适。”该集团总裁黄祖群介绍,疫情期间,宝娜斯加强了研发投入和车间的数字化改造,通过加大新品投放和提质增效来提升市场竞争力,这三年的增长率一直保持在10%左右。

为帮助企业抢抓机遇,义乌市场运营涉及的产业链各种配套服务,如物流、快递、电商等行业早已率先启动。例如,“新中欧”中欧班列春节假期不停运。“春节假期通过班列顺利发运了日用百货、机械设备、布料等货物,解了燃眉之急。”义乌市远景供应链管理有限公司相关负责人说。

1月31日16时许,一架来自四川省巴中市恩阳机场的“复工专机”在浙江金华义乌机场顺利落地,机上乘坐的是120名四川省巴中市巴州区赴金华返岗就业的员工。义乌市人社局相关负责人表示,接下来,义乌将开展“远征接工”“春暖义乌”系列现场招聘和直播带岗、助企留工暖心“大礼包”等活动,做好企业用工保障。

加快推进国家级经开区创新提升

■ 金观平

商务部等10部门日前发出通知,提出拓宽招商引资资源等12项支持措施,积极推进国家级经济技术开发区创新提升。此举将在稳定和扩大制造业引资规模、稳定产业链供应链等方面进一步发挥示范带动作用。

兴办国家级经济技术开发区是我国改革开放的一大创举。经过近40年的发展,国家级经开区已成为我国先进制造业集聚区和区域经济增长极。商务部数据显示,我国现有230个国家级经开区,以千分之三的国土面积贡献了全国约十分之一的地区生产总值,五分之一的工业增加值、进出口额和利用外资,为我国改革开放和现代化建设作出重要贡献。

近几年,受逆全球化、新冠疫情、地缘政治冲突等多重因素冲击,全球产业链供应链不稳定性大幅上升,我国经济发展也面临不少挑战。这就更需要把发展经济的着力点放在实体经济上,把各方面的优势和活力真正激发出来,同时确保产业链供应链循环畅通,全面提升产业体系现代化水平,努力形成具有全球竞争力的开放创新生态。在这一背景之下,应更好发挥国家级经开区的开放引领作用。

2022年国家级经开区综合发展水平考核评价结果显示,国家级经开区总体呈现稳中提质的良好发展态势,有效发挥稳外贸稳外资的“主力军”作用。

此次通知涵盖加大招商引资支持力度、强化制造业项目要素保障、着力推动制造业提质增效、全力维护产业链供应链稳定4个方面。接下来,应围绕充分发挥国家级经开区产业集群、科技创新和营商环境优势,推动有关支持措施落地见效。

首先,要推动制造业高质量发展。通过部门协作、中央和地方联动,加大对国家级经开区先进制造业项目要素保障力度,促进产业链延链补链强链。其次,要提升开放型经济质量。利用进博会、投洽会、中博会等展会平台,支持国家级经开区加大引资力度,打造国际合作新载体。同时,加快推进绿色低碳循环发展。通过绿色升级改造促进低碳转型和节能减排,支持国家级经开区创建生态文明建设示范区。

当前,要继续加快国家级经开区创新提升,通过继续发挥开放平台和产业集聚区优势,推进高水平对外开放,建设现代化产业体系,推动高质量发展。

麦当劳计划今年在中国新开900家门店

■ 朱琳

麦当劳近日发布最新财报显示,公司2022年四季度和全年分别实现营收59.3亿美元和231.8亿美元。作为评估餐厅业绩状况的一项重要指标,同店销售额方面麦当劳也取得不俗成绩,四季度和全年的同店销售额分别增加12.6%和10.9%。

麦当劳执行副总裁兼首席财务官伊恩·博登在财报电话会上指出,战略性地提高菜单食品定价,营销活动带动客流量的增加,以及全球细分市场强劲的经营业绩,拉动了同店销售额增长。

面向2023年,麦当劳表示,公司将继续面临宏观环境带来的压力,预计今年的营业利润率将略低于2022年四季度。不过麦当劳对公司发展仍充满信心,并表示今年的工作重心将放在新店拓展上,计划支出22亿美元至24亿美元,其中一半将用于开新店。

对于中国市场,博登指出,尽管面临挑战,但公司去年在中国新开700余家餐厅,创下历史新高。今年,麦当劳计划在全球开设约1900家新门店,其中中国约900家,并在中国新增约1000家麦当劳门店。

国际餐饮巨头继续加码,是对中国市场的高度认可。除了市场规模,消费潜力是麦当劳继续看好中国市场的一个重要原因。包括麦当劳在内的很多外资企业相信“中国将继续成为外资优先投资目的地”。

农业贸易百科

我国与“一带一路”合作伙伴蔬菜贸易情况

■ 李蔚青

81.1亿美元,增长9.9%;进口额3.9亿美元,增长1.5倍。主要出口产品以鲜冷冻蔬菜为主,出口额占出口总额40.7%。

二、蔬菜贸易特点

(一)蔬菜贸易顺差额呈波动增长态势

2015年以来,我国与“一带一路”合作伙伴蔬菜贸易顺差额在72亿美元以上,其中2016年、2017年、2019年和2021年分别增长7.2%、2.5%、7.0%和0.7%,2018年和2020年分别下降3.5%和6.5%,2021年增至77.1亿美元,呈现出波动增长的趋势。

(二)蔬菜出口市场高度集中我国与“一带一路”合作伙伴蔬菜贸易主要集中在亚洲,7年间对亚洲出口额占对“一带一路”合作伙伴蔬菜出口总额的81.3%。

自2015年以来,前五大出口市场一直是越南、韩国、马来西亚、泰国和印度尼西亚,2021年我国对该5国出口额合计53.3亿美元,占当年对“一带一路”合作伙伴蔬菜出口总额的65.7%,较2015年增长15.5%。

前十位出口市场中,对菲律宾出口增长较快,对巴基斯坦、新加坡及沙特阿拉伯的出口则有所下降。

(三)出口品种以大蒜和蘑菇干为主,进口以胡椒和辣椒为主

2015至2021年,我国共向“一带一路”合作伙伴出口蔬菜560.4亿美元,其中出口大蒜111.9亿美元,占蔬菜出口总额的20.0%;其次是蘑菇干,出口62.2亿美元,占11.1%。

2015至2021年,我国自“一带一路”合作伙伴进口蔬菜19.2亿美元,主要进口胡椒和辣椒等,胡椒进口额为2.7亿美元,占蔬菜进口总额的14.3%;辣椒进口额为2.4亿美元,占12.7%。

三、未来发展趋势

共建“一带一路”为全球经济注

入新活力。党的二十大报告指出,“共建‘一带一路’成为深受欢迎的国际公共产品和国际合作平台”。自共建“一带一路”倡议提出近10年来,我国以自身高质量发展推动“一带一路”合作伙伴共同发展,不仅吸引越来越多国家积极参与进来,还使国家和地区间经贸合作不断走深走实,各方面都取得了卓越成就。

未来,为进一步推动经济复苏,各国仍将继续强化区域性经济合作应对风险挑战,我国与“一带一路”合作伙伴的蔬菜贸易将得到进一步发展。(来源:中国贸促会农业行业分会(农业农村部农业贸易促进中心))