

贸促会方案获批

为企业培训国际化经营领导人才

■ 本报记者 范丽敏

中企在大规模“走出去”的同时，失败率也相当高，缴纳了高昂的学费。

究其缘由，管理水平较低是一个重要因素。为此，中国从上至下，在企业“走出去”应该提升管理水平方面已经形成共识。

“中国贸促会(中国国际商会)培训中心设计的企业国际化经营管理培训方案，近日获得工信部政策支持并获批。”中国贸促会(中国国际商会)培训中心副主任凌凤杰告诉本报记者，这是中小企业经营管理领军人才培养首创的“主题班”项目，目前已全面启动项目运作。

围绕“走出去”开展主题培训

近年来，越来越多的中小企业

在国际化道路上稳步前进。然而，我国企业对外投资还面临着诸多挑战，失败率相当高。

以并购为例。中欧国际工商学院副院长兼教务长丁远说，一般全球收购失败率是70%，中国还要再加10%，也就是80%。

造成企业“走出去”失败的原因非常多，而海外投资管理水平低是其中之一。

业内人士程煜媛在《论中国企业“走出去”存在的问题以及对策》一文中指出，我国企业在大型投资管理、大型投资资本运作方面都缺乏相关经验，既缺乏整体的企业模式运营经验，又缺乏掌握这些经验的人才。我国企业现

有的海外投资，多数是中国式企业的国外翻版。导致了海外投资企业在直接面对国际市场时，却按本土化的模式进行管理。企业产权关系模糊，财务管理不规范，经营机制未能与当地市场的运行规则和国际经贸惯例接轨，存在管理上“水土不服”、对市场反应滞后等现象。

“从11月开始，我们将在全国各地举办中小企业国际化经营管理领军人才高级研修班。”凌凤杰介绍说，培训班将紧紧围绕“一带一路”、“走出去”、“中国制造2025”、国际产能和装备制造业合作、自贸区建设等重大国家战略，培养具有全球战略眼光、市场开拓精神、管理创新

能力和社会责任感的优秀企业家和企业经营管理人才队伍。

依托贸促优势 开展特色培训

凌凤杰强调，此次培训最大的特点是依托中国贸促会的资源和平台优势。结合培训课程，举办专题高端座谈和研讨、说明会，组织学员与对外贸易投资热点国别和地区的驻华使馆商务官员和工商界代表直接互动交流，对接具体项目，建立联络关系，真正实现“不出国门，对接国际”，确保培训课程的层次、规模、深度达到高标准、国际化。

“这次培训还得到了工信部的大力支持，参加学员不仅可以参加系列领军活动，享受领军体系内诸

多资源及信息，而且可以得到一定的经济补助。”凌凤杰说。

从2011年9月开始，工信部和国资委开展中小企业经营管理领军人才培养，每年在全国培训1000名中小企业领军人才。今年除了培训中心外，培训机构还包括清华大学、北京大学、中国电子信息产业发展研究院等。

“这是贸促会参与国家重大人才工程取得的实质性进展，是‘大培训’工作取得的重要突破，也是今后培训工作服务中小企业的重要抓手。”凌凤杰说。

◆ 培训有道

“互联网+”企业声誉形象报告发布

本报讯 以O2O为代表的“互联网+”新兴业态在近两年得到爆发式发展。最新发布《“互联网+”企业暨企业家声誉形象研究报告(O2O篇)》指出，部分企业在急速扩张过程中忽视消费者合法权益、有违反法律法规等现象，反映出其责任感不足。

该报告从感召力、创新力、洞察力、包容力、责任力和传播力6个维度对O2O企业家，以及从情感力、竞争力、创新力、责任力、品牌力和传播力6个维度对O2O企业进行了声誉形象评估。根据六度评估结果，十大典型企业家总评分排名前三依次为雷军、俞敏洪、张近东，十大典型企业总评分排名前三依次为滴滴、小米、苏宁。

从六度评估结果来看，十大典型企业家在六个维度的平均得分均在8分以上(分值区间为0至10分)，反映了优良的声誉形象。其中洞察力、创新力和感召力三项特征评分较高，主要体现在企业家对“互联网+”时代的引领作用，对新业

态、新模式和新技术的大胆探索，对青年创新创业群体的带动和鼓励等方面。

相对而言，其包容力和责任感表现略有不足，与一些企业家个人言行失范和所属企业不时出现的负面舆情有一定关系。报告认为，O2O企业家应更加注重社会责任担当精神，面对舆论争议和指责需更加包容。

报告认为，在过去两年中，以O2O为代表的“互联网+”新兴业态得到了爆发式发展，互联网出行、互联网外卖、互联网医疗、互联网房产、互联网旅游等各行各业都掀起了一波O2O浪潮，与传统经济相比，在价值观、创业创新、商业模式、产品服务、品牌形象和宣传推广等方面都有其独特之处，反映出其在经济下行压力下的蓬勃生机。与此同时，随着行业的急速膨胀，一些消费侵权、垄断经营、恶性竞争等负面舆情不时发生，严重损害了企业乃至行业整体声誉形象。

(杜燕)



资料图片

借助新业态 传统企业走顺“一带一路”

■ 李 华

近年来，以我国互联网企业为代表的业态企业积极走出国门，成为“一带一路”建设中一支不可忽视的先锋力量。

在多个“一带一路”沿线国家，随着中国产品的口碑日渐提升，跨境电商平台的不断搭建，两者产生的“化学反应”，正促使“中国制造”更多更快地进入当地市场。不少一线企业高管和业内专家指出，在互联网时代，我国跨境电商极具后发优势，有望成为输出“中国标准”的重要领域。

与传统企业“走出去”相比，新业态受地理环境制约小、影响覆盖人群广，是对我国传统“走出去”产业的有益补充。目前，“一带一路”

沿线国家已成为我国跨境电商的重要目标市场。企业充分发挥了我国互联网产业发展优势和技术优势，在“一带一路”沿线国家积极开展电子商贸、交易平台、支付结算、互联网娱乐和智慧城市等业务，发展态势喜人。

随着国内多省市纷纷开通中欧班列，往来中亚、俄罗斯等国家和地区的物流成本大幅降低，为不少已经进入“一带一路”沿线国家的中国企业注入一针强心剂。“过去最大的障碍就是物流。中亚班列开通后，我们将与中外运合作打通物流通道，为企业提供一站式跨境电商服务。”浙江省商务厅电商处副处长陈巧艳表示，目前仅浙江省即有4万

多卖家，在各类平台上开设跨境出口网店30多万个。

与此同时，“一带一路”沿线国家跨境电商产业链也在不断完善。

8月初，国内企业服务平台万商汇网与中亚采购中心合作的跨境电商平台——中亚采购网B2Q上线。这是一个国内线上平台与国外线下展示馆相结合的典型跨境电商案例。万商汇网CEO杨国建说，和传统的海外仓不同，采购中心这一“2.0版本”的海外仓，将“互联网+”思路融入了外贸各个环节。

“我们跟中采购的合作，借由采购中心在中亚深耕多年的经验和人脉，不仅能够产业链前端，通过‘两信一保’为跨境电商基础

交付及通关综合服务提供解决方案，给‘中国制造’化解跨境沟通、交易信任以及快速通关等问题；同时在产业链的后端，可以凭借采购中心作为出口商品融入海外本土市场的跳板，为‘出海’的中国制造企业提供符合当地风土人情及消费习惯的实景式展示方式，并延展出品牌、法务、售后等本土化服务。”杨国建说。

对此，业内专家认为，线下体验+线上交易的形式非常适用于跨境电商贸易。身处出口地的展厅不仅能够让买家直观地了解产品信息，同时更能因各地的风土人情、贸易规则甚至国策法规及时调整策略。

不仅如此，企业“走出去”有助于帮助“一带一路”沿线国家实现技术跨越。中国人民大学国际关系学院教授王义桅认为，对“一带一路”沿线的发展中国家而言，我国在新业态领域具有明显的产业和技术优势。新业态企业“走出去”，可以帮助这些国家节省前几代技术叠加的成本，从而实现“弯道超车”，最终达到共同复兴的目的。而万商汇平台“技术服务专区”恰恰聚集了国内最优秀的工程师、技术人员，确保解决商品质量和售后服务问题，让平台成为国内中小企业“检验室”，在提升自我实力的同时，也进一步赢得更多海内外客户的信任。

企业对外投资进入新阶段

■ 梁 达

近年来，我国对外投资在规模上已连续多年位居全球前列，对外投资总体保持快速增长，对外投资行业分布格局进一步优化，在“一带一路”相关国家承包工程业务快速增长。

多种因素表明，未来较长时期，随着我国进一步推进确立企业对外投资的主体地位，更多释放企业境外投资的活力，对外投资还将保持高速增长，“走出去”也将进入转型升级、提质增效的发展新阶段：

一是对外投资仍将面临较好的国内外环境，出现新的发展机遇。

从国内形势看，经济持续稳定增长，经济结构调整与转型升级将取得新进展，将为中国企业国际化提供强劲的内部支撑。2015年，中国GDP总量达到67.7万亿元，年底外汇储备余额累计3.3万亿美元。与此同时，人民币国际化持续推进，据统计，2015年全年跨境贸易人民币结算的业务累计金额已逾7万亿元人民币，

占了中国贸易结算量的29.36%。平稳的经济增长、巨额的外汇储备以及日益国际化的人民币，为中国企业的国际化发展提供了强劲的支持。

从国际比较看，中国对外投资所占比例低，增长潜力大。从中国对外投资流量来看，中国在2012年和2013年对外投资约在800亿至1000亿美元之间，这在全球能排在前三，居于美国和日本之后。从吸收和输出直接投资总量占GDP的比例来看，中国历史上吸收和输出直接投资占2013年GDP的比例分别为10%和6%，而全球、发展中国家和东南亚的平均水平为20%至30%，美国则超过30%。

通过以上比较可以看出，虽然中国吸收和输出直接投资增长迅速，但是无论是和全球平均水平相比，和东南亚小型经济体相比，以及同样经济体量的美国相比，都还有很大的差距。中国虽然成为资本净输出国，但相对于经济总量来看，仍然不高，未

来发展潜力巨大。

二是中国对外投资将会继续保持高速增长。

随着“走出去”政策持续推进，配合“一带一路”“中国制造2025”等国家战略的逐步落实，2016年中国海外投资有望持续10%以上的高速增长，并在未来5年保持迅猛增长势头，将进一步开拓发达国家市场，在能源资源、基础设施建设和工业产品方面的12个重点领域推进国际产能和装备合作。

三是“走出去”成为国家战略，为对外投资创造一个好的政策环境。

目前，“走出去”成为深化改革、构建开放型经济新体制的重要举措，为中国企业国际化指明了战略方向。政府正在为更多的中国资本“走出去”创造条件，“以开放促改革”，“走出去”发展战略已上升到一个新的高度，将进一步促进中国企业国际化发展的加速。

合增长率将超过10%，2018年投资规模将达到1600亿美元。

五是对外投资所属行业将呈现高端化和多元化。

目前，中国企业的投资目标已转向获取先进技术和营销网络等高附加值要素，着眼于将海外技术、品牌和高端人才引入中国，并增强自身在国际市场的竞争力，预计未来几年中企在消费品、科技、服务业等行业的并购将出现大幅增长。今后，中国对外投资涉及的行业将“百花齐放”，继续向多元化和高端化方向发展。

六是基础设施建设已成为发达国家和新兴市场经济体经济复苏和增长的动力。

预计在未来15年，全球用于基础设施建设的费用将超过9万亿美元。因此，加强基础设施建设，已成为发达国家 and 新兴市场经济体经济复苏和增长的动力，也为中国对外投资提供新的更大的发展机遇。

◆ 会员动态

宝钢成功研制超精研磨轧辊

近日，宝钢工程技术集团上海江南轧辊公司与宝钢股份冷轧厂、设备部联合组成的攻关团队，试制成功一种用于冷轧辊表面修复的超精研磨技术。采用该项新工艺修复的轧辊轧制冷轧带钢产品降低了带钢表面缺陷改判量。

这套超精研磨工艺在宝钢生产现场得到试用，成效显著。经测试，冷轧工作辊表面粗糙度保持性能提高了2倍以上，因辊印、色差等问题的减少，使换辊率减少了50%以上。同时，因带钢表面缺陷改判量每月降低了50%以上。

截至目前，宝钢股份冷轧厂每月使用超精研磨轧辊的数量，已从去年的3至4对，增加到今年15对左右，并希望能进一步增加使用量。下一步，攻关团队计划在更多轧线上扩大超精研磨轧辊的实际应用，为宝钢各单元提供工艺技术与现场服务。

中广核举办

公众开放体验日

8月7日，中国广核集团第四届“8·7公众开放体验日”活动在中广核大亚湾、台山、阳江、宁德、红沿河、防城港等核电基地联动举行，本届活动以“看核电现场，品核电文化”为主题，近千名公众代表参与了各大核电基地组织的深度体验与互动交流活动。

本届“8·7公众开放体验日”，有近千名公众代表在中广核各核电基地参加了互动体验活动。在主会场大亚湾核电基地，参加活动的公众和媒体代表超过100人，他们不仅走进核电站的厂房一探究竟，走进技能中心、培训中心参与安全体验与互动，还实地探访了中科院位于大亚湾核电基地的中微子实验室，沿着美丽的海滨路集体骑行。

跟去年相比，台山核电基地今年的开放体验日活动更加丰富，组织开展了参观核电科普展厅、参观台山核电建设现场、体验核安全文化微课堂等活动。

中国铁建承建

第一长隧提前贯通

近日，由中国铁建十九局集团承建的宝兰客运专线第一长隧——朱家山隧道较计划工期提前2个月胜利贯通，建设全程历时42个月。朱家山隧道全长14950米，作为宝兰客专关键控制工程，其贯通标志着甘肃境内60.5座隧道全部实现贯通。

项目部采取“下沉管理”模式，技术管理人员全部进驻斜井口，实行现场包保责任制，大幅度提升了现场作业质量和效率。通过管理创新、技术创新、考核机制创新多管齐下，宝兰项目部创造了月均掘进Ⅳ级围岩隧道80米、Ⅴ级围岩隧道50米的进度佳绩。

朱家山隧道作为丝绸之路经济带重点交通建设线的“咽喉工程”，它的贯通为甘青铁路公司提前半年实现宝兰客专开通运营的目标奠定了基础，宝兰客专开通运营后，将结束秦安不通火车的历史。届时，兰州至宝鸡铁路运行时间将由原来的7小时缩短至2小时。

中国核建开展

深化国企改革专题研讨

日前，中国核工业建设集团公司党组理论学习中心组召开集中学习研讨会。

集团公司党组副书记、副总经理祖斌回顾了党和国家混合所有制改革理论的形成和发展过程。从物质基础和政治基础层面，阐释了为什么选择混合所有制。从国有资本长处和非公资本长处两方面，分析了混合所有制企业的优势。

集团公司党组书记、董事长王寿君作总结发言。他指出，只有深化改革，才能突破发展过程中遇到的阻力与瓶颈，发挥各个层面的积极性和主动性，以最快的速度做出市场反应，以最高的效率调配资源，始终与市场需求保持最佳的契合。但改革从来不是一件容易的事，要坚定信心、善作善成，打好深化改革攻坚战。(本报综合报道)