

中企：从国际化参与者走向领导者

■ 本报记者 姜业宏

改革开放38年来,中国企业从走“进”舞台,成为国际化的积极参与者,到走“近”中心,逐渐朝国际化领导者方向迈进,书写着中企在世界舞台的传奇,更折射出中国实力、角色、担当以及国民心态的深刻变化。

12月22日,在京举办的中国国际商会第八届会员代表大会暨2016年年会上,中国中丝集团公司总经理刘开勇、中兴通讯股份有限公司高级副总裁刘健、中国路桥工程有限责任公司总经理卢山和三一集团有限公司董事袁金华共同就“打造中国企业国际领导力”这一话题展开研讨。

刘开勇:理念 战略 经营 绩效

在刘开勇看来,一个具有国际领导力的企业,首先应该是具有先进理念和价值观的企业,其次要有正确的战略、强大的经营能力和优秀的绩效表现。

“理念和价值观方面,五大发展

姚洋:抓住中国巨额储蓄的机遇

■ 本报记者 张伟伦

“储蓄是一件美丽的事情,中国有巨额储蓄,其储蓄总量约有60万亿元,占全世界的40%”。北京大学国家发展研究院院长姚洋在中国国际商会第八届会员代表大会暨2016年年会上表示,巨额储蓄的重要原因是出口导向的储蓄模式,这与日本十分相似。日本在1973年以前的20年,也像中国一样,以出口导向带来巨额财富。

巨额储蓄的“烦恼”

“过去15至20年间所采用的出口带动的经济增长模式为我们创造了巨大财富。相信我们很多从事国际贸易的企业都深有体会。”姚洋表示,尤其是2001年中国人世以来,中国国际贸易增长速度惊人,由2001年的5000多亿美元增长到2008年的25000多亿美元,短短7年间增长了5倍。到2008年,外贸盈余近3000亿美元。之后虽有所下降,但从2012年之后又是直线上升。到2015年,中国外贸盈余近6000亿美元,比2008年最高的翻了一番。

“除了出口的增长,导致高储蓄的原因还有‘双转型’人口状况和一些政府辅助性措施。”姚洋表示,在2010至2012年左右,人口红利达到顶峰,取得飞速增长,同时,伴随着大量农业劳动力向城市转移,其结果就是至少在2008年之前,工资上就缓慢,这些都使得外贸扩张的收入向企业部门转移,企业储蓄上升速度非常快。

“中国目前的巨额储蓄也是一个‘美丽的烦恼’。”姚洋认为,我们现在看到的很多问题,其实和我们的储蓄太多是有关联的。收入和储蓄的快速增长是与恶化的收入分配同步到来的,进而给股市和房地产也带来了很多问题——股市基本上每7年一个泡沫的聚集和破灭,其中很重要的原因是储蓄太多。在楼市方面,三四线城市不涨,一线城市涨到10万1平方米,但大家还会去买,因为一线城市聚集了很多有钱人。

加大投资是解决之道

记者了解到,在此次中国国际商会年会上,有不少企业正在考虑将部分业务重点由传统的以贸易为主转变为投资与贸易并重。“这些年来,我们增加了很多在海外的投资项目,主要是因为贸易增长趋缓。同时,这两年来,我们也日渐注重对中国西部地区的投资。”从事信息技术行业的郭先生对记者说。

“用好储蓄,首先是对外投资。”据姚洋介绍,一方面,中国已经是资本净输出国,对外投资的优势不能放弃。另一方面,中国内陆地区还有很大空间,二三线城市的发展刚刚开始,像郑州、武汉、长沙、西安、成都、重庆等城市发展潜力巨大。

此外,姚洋还认为,应大力发展直接金融,使资金供需方直接发生交易。“我们要抓住中国巨额储蓄的机遇,通过直接金融等方式将其转化成生产力,提高老百姓的福利。”姚洋说。

理念中的创新、绿色、共享在国际化当中尤其重要,企业竞争力的核心首先是创新,创新能力标志着企业活力,也决定了企业‘走出去’能否在当地表现出朝气蓬勃的精神状态。其次是绿色,在他国办厂、建开发区,要给当地政府提供保护环境的理念和方案,也就是贯彻我国自古讲究的‘天人合一’。最后是共享,成功的国际化不仅是互利共赢而是多赢,让上下游、供应商、销售商一体获益,这就要求我们一定要尊重所在地的风俗习惯。”

刘开勇用一正一反两个实例生动说明了入乡随俗的重要性。“成功案例是,我们在欧洲长期销售一种产品,在销量不错的情况下,又在德国注册了一个完全德语化的商标。新商标随后被广泛接受,发展成为欧洲著名品牌。失败案例是,我们在英国推销一款在中国卖得很好的产品,结果完全不被英国市场上的中国人接受,英国一位馆长给我们的建议就是要入乡随俗。中国企业‘走出去’会认为产品质量很重要,但其外延即获得当地人喜爱的能力也一样重要,包括了解当地的法律环境和文化。”

刘健:持续创新 合规经营

“我认为,占据企业‘走出去’第一位的就是产品质量。”刘健表示,对于通信制造业来说,经过这么多年的发展,能够做出别人无法拒绝的产品,满足全世界的需求,就是企业最核心的价值,也是不断体现竞争力的地方。

在刘健看来,企业只有不断发展和持续创新,在知识产权方面跟先进国家有能力抗衡时,才能真正在国际舞台上占据一席之地。

“另外,企业还要强化风险防控体系。很多中国企业‘走出去’先是看到市场好的一方面,对风险的防范则是消极应对。真正成为国际化



本报记者 苏旭辉 摄

领军企业,必须要对风险有提前的预判能力。”刘健说。

刘健把中国特色的企业国际化归结为八个字,“持续创新,合规经营”。“持续创新是我们一直在做的事情,不断发展成为领军企业,就要做未来技术上的领导者。如今,中国已经在国际标准方面取得突破,例如前一段时间关于5G的讨论。同时,中国企业在融入国际规程中还有一些水土不服,需要和国际接轨。”

卢山:参与度 认可度 尊重度

怎样谈国际化?如何衡量国际化?卢山认为,一家受尊重的国际化企业,需要在标准参与中、行业引领中、国际同行的认可和当地民众的尊重度中取得领先地位。“除了创新之外,企业的深度整合能力和人才聚集能力也很重要。”

在卢山看来,中国企业在国际竞争中已经从初级阶段发展到成熟阶段,成熟的企业可能同时面临

国际同行更高的期待。现实中,怀疑中国能力的刻板偏见仍然客观存在。他举例说,承包匈牙利到塞维利亚路段的铁路工程建设经历了很长的谈判过程。谈判时,有设计公司虽然看到中国的高铁时速已经达到350公里,但还是质疑中国的能力和标准。“这个时候,我们采取整合国际业内知名度高的相关企业的方式,让这些企业做技术咨询,全面展示中国的技术水平。因此,寻找国际上被认可、最优秀的企业一起解决问题,即整合能力,也是很重要的核心竞争力。”

另外,卢山提出,企业国际化面临跨制度、跨文化的挑战,中国企业除了需要提供过硬产品和优质服务外,还需要更多在制度、文化、习俗上尊重他国,从而获得对方的尊重。

袁金华:竞争力 执行力 包容力

“产品具有核心竞争力,团队具有执行力和创新力,企业文化具有

王石:国际语言助力企业国际化

■ 本报记者 张凡

务公司,为到中国来投资,尤其是到深圳特区投资的国际企业提供招商、展览、广告、促销等一系列服务,在这个过程中,万科就树立了法律意识,这是企业“走出去”必备的素质。

王石在一次演讲中曾提到万科国际化的目的时说:“第一是学习,显然欧美有成熟的市场模式,上海、北京、广州、深圳正在从发展中的市场向成熟市场过渡,我们要向他们学习。第二是建立网络关系,出去投资,把被动的网络关系变成主动的网络关系,让世界知道你。第三是真正的落脚点,给消费者提供国际化服务。”

在中国国际商会年会上的演讲中,王石讲述了万科国际化的方法论——应用国际化语言。在王石看来,产品竞争力、契约与信任、企业形象和品牌、文化之间的交流都是企业在国际市场上通用的国际化“语言”。

他说:“万科的房地产质量已经从厘米误差降到了毫米误差。我们搞工程搞技术的人都知道,厘米误差和毫米误差之间的差别是

十倍。”王石对日本企业尤其是丰田模式青睐有加,认为日本企业在品质和成本控制方面应当成为中国制造业学习的榜样。“显然,讲国际化,质量是前提。”

他说:“合同在合作之前就把约定的内容讲得清清楚楚,甚至连如何结束合作都已经规定得很清楚,我们与其他企业合作要讲契约精神、讲信任。”王石曾以航海举例,水手为了发财铤而走险,一艘船出去了,什么时候回来都不知道,他们之间的关系既不是血缘也不是地缘,而是契约精神。

他说:“和别人一谈起来,有人就问你曾经登过珠峰吗?或者第二个问你登顶了吗?我故意装作漫不经心的样子,说登顶了两次,这个效果就不一样了。”两次登顶珠峰的经历让王石成为“话题人物”,这在社交上非常占便宜,他用自己这个例子来讲企业建立品牌的作用很重要。王石还说,万科充分运用世博会的渠道,向世界展示万科的绿色住宅开发商的特色。“我认为,这个形象得到国际上的充分认可。尤其是在

中国成为第一大贸易国,又成为第一大碳排放国的大背景下,一个中国企业在国际上讲环保、讲绿色,显然形成了非常大的反差。”

他说:“在国际场合,文化交流是非常重要的,其中很重要的就是饮食文化。”王石讲了他到剑桥的日子,每天中午都很匆忙,但是晚餐却成了“练英文”的主要时间。他甚至认为吃饭时能用英文交流更重要。“改革开放以来,中国已成为是世界的一部分,我相信越来越多的人会学中文,将来我们也可以借助机器跟外国人交流。但如何融入国际环境、尊重对方的文化,会很重要。”那么,中国企业的国际化为何不从“吃”开始呢?

毋庸置疑,万科已经成为全球最大的房地产公司之一,但王石依然保持警惕,时刻在思考如何面对未来。在万科成为中国国际商会副会长单位后,也将与其他会员单位一起,探索新的国际化征程。正如他所说:“我希望万科在这个大家庭中和更多领域的企业进行联系,让我们一起为未来、为我们的中国梦的实现而努力。”

国际商会中国国家委员会重建执行董事局

27家行业领军单位当选新一届执行董事局成员

■ 本报记者 苏旭辉

式加入国际商会,执行董事局是决策机构。

中国国际商会秘书长于健龙在接受《中国贸易报》记者采访时表示,国际商会中国国家委员会虽然早已成立,但由于多方面的原因,国际商会中国国家委员会及其执行董事局一直未正常工作,国家委员会的功能作用尚未得到充分发挥。

“近年来,中国国际商会的会员数量大幅增加,会员质量明显提升,参与国际事务的意愿和能力也显著增强,中国企业在很多行业和领域居于国际领先地位,引领着行业的发展规则和技术标准制定。中国工商界不仅需要进一步参与国际商会事务,还要在国际商会扮演更重要的角色,推动国际商会在‘一带一路’规则制定等方面形成有利的氛围。

目前,中国企业在参与国际商会事务时,由于执行董事局缺失,无法对接国际商会的顶层设计,已成立的各项专业委员会不利于形成合力,只能有限地参与国际经济治理和国际商事规则的制定。”于健龙说,为加快推动中国工商界参与国际经济事务、增强中国工商界的国际影响力,有必要重建国际商会中国国家委员会执行董事局,更全面深入地与国际商会及其各国家委员会开展交流与合作。

于健龙介绍,中国国际商会近几年加快改革发展,完善内部工作机制,全面推进与国际商会的对接,至今年6月底,与国际商会相对应的12个专业委员会已全部建立。一批拥有广阔视野、较高外语水平、熟悉国际规则的知名企业负责人担

任各专业委员会主席,能够有效履职尽责,较好展示中国企业形象,为参与国际商会工作奠定了坚实基础。

记者从当天的会议上了解到,来自金融、投资、制造、信息技术、法律、商贸等领域的27家国内领军企业、学术研究机构、知名律所当选为首批执行董事局单位。

国际商会中国国家委员会环境与能源委员会主席、中国国电集团公司董事长乔保平作为国际商会中国国家委员会执行董事局成员单位代表在会上做了发言。他指出,自国际商会中国国家委员会环境与能源委员会成立以来,委员会派工作组参加了国际商会环境与能源委员会2016年秋季工作会议,与国际知名企业和专家就气候变化、绿色能

王洪章:银行应加快“走出去”

■ 本报记者 张琼文

当前,中国企业越来越多地“走出去”,足迹遍布世界200多个国家和地区。从国内市场转向国际市场,企业对跨境金融服务“求之若渴”,但中资银行相对封闭、固守国内业务,很难短时间满足众多企业的需求。中国建设银行董事长王洪章在中国国际商会第八届会员代表大会暨2016年年会上建议,银行业要加快走向海外,设立海外机构,帮助企业在海外得到更多元化、多功能的金融服务。

借助商会平台 实现全球化布局

近年来,中国建设银行作为中国国际商会副会长单位,连续参与了多届APEC峰会,并于2016年加入中国——中东欧国家联合商会中方理事会。通过广泛参与国际外事活动,“不仅加强了与国际工商界的沟通交流,同时还了解和体会到国际贸易金融的规律,从另外一个侧面发现‘走出去’的无限商机。”王洪章表示。

据王洪章介绍,近年来,建行以及其他商业银行加快推进海外业务的拓展,主要大型商业银行已经完成了全球的机构布局。建行在全球的布局包括在28个国家和地区设立了30个一级机构,境外的机构网点已经涵盖240个国家和地区,并且在伦敦、智利和瑞士拥有人民开行业务。建行还积极参与“一带一路”建设,目前在“一带一路”沿线国家,建行已经累计储备了近200个重大项目。

在王洪章看来,人民币国际化给商业银行带来了难得的转变机遇。“作为银行,可以充分发挥人民币在跨境贸易中的优势,鼓励国外企业更多地使用人民币进行结算。”他曾在多个场合如是表示。

2014年,建行借人民币国际化东风,担任伦敦人民币业务清算行,此后又相继在智利和瑞士开展人民币清算业务,促进了在当地市场的发展。

推动企业“走出去”

王洪章指出,中国企业越来越多“走出去”参与国际竞争,特别是在共建“一带一路”的倡议推动下,中国企业将深度参与国际合作。银行业与其他企业通过优势互补、形成合力,以提升参与国际合作竞争力的方式,已成为“走出去”的必然选择。

为了做到国内国外“两条腿走路”,建行把目标定位为发挥集团的资金和资源优势,利用全球服务网络,与“走出去”的大中型客户合作,实现共赢发展。

目前,国际上频频曝出有企业因违规行为受处罚,或涉嫌洗钱等金融犯罪行为而受到法律追究,极大地损害企业的海外形象和长远利益。

他国企业“闯红灯”的教训给中国企业敲响了警钟。为了避免重蹈覆辙,“建行近年来加快了海外业务的合规建设,坚守合规底线,建立三位一体的经营风险防控底线。”王洪章表示。