

光伏企业：再出海要上两节课

■ 袁海洋

2016年年底，一则“玻璃大王”曹德旺斥资到美国开厂的新闻搅乱了各界人士的心弦，在一片混乱的讨论声中，殊不知“走出去”，到海外攻城略地，已经成为中国企业的一种发展趋势。未来，这种趋势还将进一步增强。

今后10年，中国光伏行业走向国际市场，并在海外真正站稳脚跟，除了产能过剩因素，最主要的还是国际需求在持续增长。同时，国外成熟市场的新能源激励政策大多以立法形式加以确定，可预测性比较强，能为投资者提供稳定的长期预期。

光伏企业一方面有“走出去”的需求，另一方面，“走出去”的环境也算得上良好。目前来看，光伏行业国际市场机会多于国内。对中国光伏行业来说，或许意味着新一轮国际化发展机遇期已经到来。

主攻方向已明确

2016年以来，太阳能电池片和组件价格的下降幅度与速度非常惊人，美国目前已经降到了0.48美元/瓦，而且还有继续下降的趋势。业界普遍认为，到2020年，光

伏发电在用户侧可以实现平价上网。从发展方向来看，中国光伏企业除了传统商业模式的电池组件生产、销售外，还需要从更多层面考虑业务拓展的可能性。

首先是设备制造业的输出。将产业链延长，太阳能电池组件制造可以衍生出其他的装备制造产业，比如说中国的光伏逆变器行业也将逐渐实现国际化。10年前，逆变器主流生产厂家大都是德国等发达国家的公司，现在，华为、阳光电源、锦浪等中国企业也开始逐渐进军逆变器国际市场。中国已经具备了把电池组件相关产品出口到国外的能力，今后10年，他们将会大踏步地走向国际。

其次，在经营层面一个明显的趋势是，未来5-10年，中国光伏行业将不再是简单地出口产品，而是开始在其他国家立足、开办制造工厂，把制造基地转移至国外。事实上，过去两三年，中国企业已经实现了一般电池组件的海外生产，目标国家包括马来西亚、印度、越南、泰国、土耳其、墨西哥等。现在，高效电池片也开始在国外生产，例如晶澳在马来西亚、南京中电在土耳

其投资建设了电池片工厂。未来5年，肯定会有中国企业到美国或欧洲建厂，生产高效电池片。

兼并收购需把握时机

实际上，还有一个比较快捷的进入国际市场的方式——兼并收购。2015年3月份，顺风光电收购了美国高效电池片企业 Suniva 63.13%股权，至今运作良好，就是一个比较好的例证。

但兼并收购绝非易事。挑战之一在于收购时机的把握，中国企业如果能够在国外光伏企业经营出现困难、比较痛苦的时期进行收购，可以争取到一个比较低的收购价格，将是非常有正面意义的。否则，就很难争取到有利的股权控制形势，甚至可能陷入收购之后股价“跌跌不休”的泥潭。

挑战之二是收购之后如何进行有效的管理。对于中国光伏企业而言，在保证大股东对董事会的控制权基础上，还要特别注意国内外文化、理念、决策、法治环境方面的差异对企业经营造成的影响。一方面，需要聘请可靠的会计师、律师，在收购之前完成风

险评估工作，对全部风险进行评估，尽量避免不必要的麻烦。另一方面，要提前做好功课，充分了解当地的相关法律和商业问题，或者雇佣那些非常了解当地法律和商业文化的专业人士负责相关事务。在管理团队建设上，原班技术人员要保留，但管理层一定要聘请那些既懂中文又懂英文、对中国和当地商业环境都非常了解的人。只有这样的团队，才能很好地理解母公司的意图与决策，同时执行好当地子公司的战略规划。

服务比产品更重要

中国品牌在欧美一般被认为是物美价廉的，随着时间的推移，这种品牌美誉度和品牌价值将会不断提高，逐渐得到认可。但这并不意味着，品牌价值提升会自然而然地完成。塑造品牌，不是说产品贴上一个标签那么简单。在欧美市场上，真正赢得认可的品牌，都需要直面消费者，100%地完成对消费者的服务承诺。以美国为例，一个重要的服务承诺就是无理由原价退货，这对目前的

中国企业来说很恐怖，因为他们还不习惯欧美人的生活方式，很难理解这样的规则。

因此，中国光伏企业要想实现国际化，还应注意两个方面的问题，其一要适应直面消费者的趋势，制定合理的定价策略，不能无限度地压低价格，像在国内光伏组价每瓦只有五分钱甚至两分钱的利润，根本没有预留出应对消费者退货的利润空间，很难实现可持续发展。美国的惯例是，要达到30%-50%的毛利率才可以正常运营下去。

其二是要明白服务的重要性，从某种程度上说，服务甚至比产品都要重要。对光伏行业而言，服务内容包括售前免费咨询、安装时的网络化服务、代办政府补贴退税手续以及一系列的售后服务。今后，企业只有能为用户提供全方位的服务，才能把产品卖出去，为海外客户提供本地化的服务，是中国光伏企业在建立产品竞争力、提升品牌认知度方面逃不掉的需要补习的功课。

(作者系美国葡萄太阳能公司创始人)

市场前沿

中国企业再登全球百强创新榜单

本报讯 日前，科睿唯安(ClariVate Analytics,原汤森路透知识产权与科技事业部)连续第六次发布了“全球百强创新机构”系列榜单。本土企业华为时隔两年后再次登上此榜单，成为唯一上榜的中国大陆企业。在39家美国企业与34家日本企业的映衬下，仅有独秀一支的中国大陆企业在榜单上仍略显尴尬。

“此次的榜单揭示了全球顶尖创新机构正经历着战略的重大调整。其中，专利申请总量下行与专利授权率上升这一趋势尤为显著。”Clarivate Analytics中国区总裁郭利表示，这个趋势反映出越来越多的国外机构在发明创新、知识产权保护以及创新成果商业化过程中，更加注重创新质量。

在榜单中，5家能源电力企业上榜，其中LSIS(韩国)连续6次登上榜单。中国大陆的电力行业与

国外能源电力企业相比仍有较为明显的差距。以上海电气为例，高效清洁能源、新能源装备是上海电气集团的核心业务，但其绝大多数专利都集中在中国本土，海外专利布局有限。国内电力行业企业要走向海外，还需要更多的海外专利布局相配合。

数据显示，2015年，中国的研发支出总额达到1.422万亿元，占国内生产总值的2.1%，相当于欧盟国家的平均水平。这一数字占世界各国研发总支出的20%，位居全球第二。

郭利认为：“作为全球第二大经济体，中国正在完成从世界加工厂到引领全球经济复苏这一重要角色的转变。无论是外国企业走进来，还是中国企业走出去都将成为一种新常态。在这种新常态中，自主创新的核心技术将是决定市场竞争力的重要指标。”(李明)



资料图片

2月7日，在洛阳世爱特种轴承有限公司，工作人员正在检验即将出口美国和巴西的1500多套新型太阳能逐日系统回转驱动副特种轴承。

该企业自主研发的这款特种轴承，是太阳能光电自动逐日跟踪系统的关键部件，可使太阳能光伏发电效能大幅提高，目前已发展到第三代产品，出口势头良好，2016年共向美国和巴西出口14900多套。(潘郁摄)

中国汽车制造商以更大野心进入美国

过去一年，中国汽车制造商在全球最大的汽车市场表现不俗。刚刚经历崛起的他们，现在对于进军美国市场开始抱有更大的野心。

总部位于香港的Dunne汽车咨询公司主席Michael Dunne表示，首批登陆美国的中国汽车制造商将放弃以经济型车辆瞄准低端市场的原计划，转而将类似特斯拉的纯电动汽车卖给更富有的发烧友。

近几年来，包括比亚迪汽车公司、广州汽车集团等在内的面向大众市场的中国汽车制造商，纷纷宣布将进军美国轻型车辆市场。

作为汽车底盘零部件供应商，万向在美国设有工厂网络。2014年，该公司收购了破产的菲斯克(Fisker)汽车的资产，并将其重新命名为Karma。

Dunne认为，其他值得关注的公司还包括中国的三大互联网技术提供商：阿里巴巴、百度以及腾讯。这三家公司都已在硅谷开设技术中心，用以研发自动驾驶车辆。

百度宣布了为2021年的自动驾驶汽车计划所做的种种部署。阿里巴巴正在研发能够与苹果Carplay以及安卓汽车竞争的信息

娱乐系统。腾讯是蔚来汽车(NexoEV)背后的投资方，后者在英国伦敦发布了Nio EP9电动跑车。

在Dunne看来，传统的中国汽车制造商中，浙江吉利控股集团可能会在进军美国市场的过程中处于最有利的地位。2016年，吉利发布了Lynk & CO品牌，宣布将进入欧洲与美国市场。Dunne认为，加州市场对Lynk品牌来说极具吸引力。

“中国汽车制造商并不会以极端的价格优势进来，然后拿走市场份额，”Dunne说。“他们会来，但是是以循序渐进的方式。”(金鹭)

赴美投资并购须知

美国外资投资委员会戏码越来越重(中)

■ 柳治平

随着中国经济实力的上升，中国企业对美国标的投资并购也迅速增长，这些交易也一步步地成为美国外资投资委员会(CFIUS)的重点关注对象。

2008年，华为和贝恩资本(Bain Capital)收购3com公司遭遇阻挠。

2010年，华为再次沦为CFIUS针对的目标，其对摩托罗拉(Motorola)公司的投资也告搁浅。

2011年，华为再次因为未能通过CFIUS的审查，不得不被迫放弃对三叶系统公司(3Leaf)200万美元的资产收购交易。当时，中国商务部曾在网站发布公告，对该案结果表示遗憾，并称“希望美国有关方面摒弃成见，避免采取保护主义措施，以公平、公

正、开放的态度正确对待来自中国和世界其他各国的投资。”但显然，CFIUS并不打算对中国企业心慈手软。

2012年，奥巴马命令由中国三一集团的美国关联公司罗尔斯公司(Ralls Corporation)拆除其在俄勒冈州购得的风电发电场项目所有硬件，出售其他权益(包括股权)。该风场毗邻一座海军飞行训练基地。罗尔斯公司和项目的前任主人希腊公司一样，在开发与收购该项目时并未向CFIUS报备寻求审批。总统令含糊其辞地声称罗尔斯公司“might take action that threatens to impair the national security of the United States”，大致翻译为：“采取的行动或许威胁到美国国家安全”。也就是说，总统

令并没有任何罗尔斯公司已经采取损害性行动的依据，也没有认定任何三一集团可能会采取(但是还没有采取的)破坏美国国家安全的行动。这是近20年来美国总统首次发布以国家安全为由干预外来投资的总统令。

中方随后一纸诉状直接将CFIUS和奥巴马告上了联邦地区(初审)法院，在中美两国引起轩然大波。一番周折后，哥伦比亚特区联邦巡回(上诉)法院作出裁决。判决书主要内容是：

1.奥巴马在发布总统令时，没有给罗尔斯公司提供总统令依赖的证据，没有给罗尔斯公司辩驳的机会，所以在剥夺罗尔斯公司财产权益时违反程序正义(Due Process)。上诉法院把案

子打回初审法院重审，责令后者提供这样的程序正义。但是关键在细节里：这个程序正义只要求CFIUS和总统提供不必加密的证据(unclassified evidence)，而整个决定可能是基于加密的证据，让罗尔斯公司无从反驳。

2.总统令的实质内容按照“政治问题”法律原则(political question doctrine)，不受任何法院审查。美国宪法传统下，总统和其领导的行政部门在关系到国家安全(比如军事和外交)领域的决策，法院一般不做实质审查。这个判决明确把这一传统延伸到CFIUS的决策，标志着CFIUS和美国总统在决定交易是否影响美国国家安全时的自主裁量权不容法院实质审查。

之后，罗尔斯与美国政府达成和解，美国政府许可罗尔斯将该风电场项目出售给选定的第三方买家。这个和解实质甚微，因为总统令本身明确责令(当然也就允许了)罗尔斯出售(divest)该风电场。

俄勒冈案件诉讼进行期间，笔者还为三一集团的美国关联公司设计其他交易方式，代理其走完CFIUS对这些项目的审查程序，获得了CFIUS批准，帮助三一集团完成在美国其他地区(比如科罗拉多州)的风能项目的投资或并购。

(作者柳治平为美国成美律师事务所创始合伙人律师；成美律师事务所陶其华、臧楷和朱一霞起草初稿)

(未完待续)

企业动态

大庆钻探艾哈代布项目8年交井343口

本报讯 截至2月3日，大庆钻探艾哈代布项目8年交井343口，在中东沙漠创造了“大庆速度”。

据了解，艾哈代布油田项目是伊拉克战后第一个对外石油合作项目。成功开发艾哈代布油田，将该项目建设成为中国石油在伊拉克石油合作中的里程碑式标志工程，进一步扩大了中伊之间能源战略合作，为加快实现中国石油集团建设综合性国际能源公司战略目标具有重要意义。

大庆钻探艾哈代布项目部自2009年5月开钻，为伊拉克艾哈代布油田提供石油天然气钻井一体化服务。

大庆钻探艾哈代布项目是日费制项目，该企业项目部优化体系，完善制度，强化监管，对钻井作业TOP20风险评估等作业文件及体系文件进行完善更新，确保所有作业文件都能有效支持现场作业，与作业队平台经理签订安全环保责任书，各作业队也将目标和指标分解到班组，实现安全环保责任有效传递，确保了安全生产无事故。其中AD205H并创造了当时钻进周期最短(31.7天)、造斜段机械钻速最高(9.6米/小时)等10项钻井纪录，赢得了伊拉克石油界好评。

(车黎)

工商朝阳分局做好春节期间市场监管工作



工商之窗

2017年春节，工商朝阳分局严格按照市局和区委、区政府的相关工作要求，对节日期间辖区市场监管和消费者权益保护工作进行了细致缜密的部署，采取措施，为辖区广大群众营造了秩序平稳的良好市场环境。其间共检查各类经营主体768户次，处理投诉、举报191件。

该分局认真做好辖区市场秩序控制、知识产权保护等工作，重点对从事电子商务、快递物流等活动的经营主体，进行行政指导，防范由相关违法违规行为引起的突发消费侵权事件的发生。加大奥林匹克公园中心区、蓝色港湾、“2017北京朝阳国际风情节(洋庙会)”、798艺术区、国贸商圈等旅游景区、商业消费区域的巡视检查力度，保障经营秩序良好。其中，大年初一(1月28日)至初六(2月2日)，庙会累计接待游客超过40万人次，庙会举办期间，朝阳分局组织执法力量会同公安、安监、文化、旅游、食药等部门，积极开展经营行为监管、安全生产检查、消费纠纷调解等工作，确保了庙会经营秩序良好。

节日期间，该分局共检查各类经营主体768户次，其中，检查商场超市175户次，检查有形市场114户次，检查旅游景区46户次。期间，没有接到节日市场供应、销售和价格异动情况报告，以及涉及市场秩序的重大突发事件报告。

该分局加强与有关职能部门的沟通协作，形成监管工作合力。通过多种渠道，做好购买、存储、燃放烟花爆竹注意事项的温馨提示工作，提升群众的辨识能力和安全意识。1月22日(腊月廿五)至2月1日(正月初五)烟花爆竹销售期间，加强辖区54个烟花爆竹销售网点的巡查监管。期间，共巡视检查烟花爆竹销售点352个次，并按照全市空气重污染预警有关要求，督促指导各销售点做好相关品种烟花下架、封存、回收工作。

该分局畅通12315申诉举报热线等消费维权网络，做好对辖区企业绿色通道的工作指导和人员培训工作，切实做好消费者权益保护工作。发出节日消费提示，警示消费者尽量购买大企业或知名品牌的节日商品，并注意留存购物凭证。

1月27日(除夕)-2月3日(初七)共接收投诉157件，已办结35件，其中互联网销售投诉91件，占全部投诉的57.96%。其中38件分转至绿色通道企业。未发生突发事件及群体性投诉事件。