

在巴西雇工须密切关注法律变化

■ 本报记者 钱颜

资源丰富、发展迅速、潜力巨大,巴西正在成为全球资本竞相追逐的重要投资地,中国投资者也向这片沃土投去了青睐的目光。近期,巴西通过的新移民法给市场带来了新变化。

日前,中国国际商会与巴西精英企业家联合会共同举办了巴西新移民法对中国企业影响研讨会。巴西全国移民委员会主席雨果·加洛(Hugo Gallo)在会上表示,巴西期待更多中企投资。中企赴巴西投资,建议掌握好新移民法相关规定,注重解决劳工问题。

“按照先前的《移民法》规定,巴西移民局在认为外国企业行为可能影响巴西公民就业时,可以否决外籍人士的工作签证申请。而在新法中对这点进行了限制,同时去掉了关于外国人永久签证及签证延期和类型转换申请处理程序的规定,方便国外企业更好地来巴西投资。”巴西移民事务总协调员刘易斯·阿尔贝托(Luiz alberto)表示,巴西移民事务主要由劳动部、外交部、司法部、公共安全特别部/联邦警察局四个政府部门负责,其中劳动部主要

受理以就业为目的的居留权申请。此外,企业还应关注全国移民委员会和移民事务协调局等民间机构,方便办理居留证件。全国移民委员会是部际联席机构,负责制定巴西的劳务移民政策。移民事务协调局主要任务是执行全国移民委员会决议中确定的部分移民政策。包括以提供技术支持服务为目的或以提供技术转让为目的,在巴西不存在雇佣关系的居留许可审批和在巴西存在雇佣关系的居留许可审批。

许多中国企业表示,赴巴西投资在签证申请上曾遇到麻烦。巴西EMDOC公司合伙人雷内·拉莫斯(René Ramos)建议中国企业在正式向巴西派出员工前至少90天开始启动申请流程,中国企业需在国内做好公证和双认证工作,在巴西当地准备好签证申请方企业的相关文件。同时聘用巴西法律管理工作团队,确保企业的外国人身份证有效、劳动登记证有效,并关注外派人员的个人所得税申报问题,确保签证(居留许可)与个人在巴西所从事的活动相符。

部分工作人员可以申请临时工作签证。“有意利用外来资金对巴西

法人实体进行投资,开展具有创造就业或提高收入潜力项目的自然人,以及担任管理职务的外国管理者、经理、董事(执行董事)或对巴西企业进行投资的海外民事或商事组织、经济团体或集团法人,皆可申请临时签证。”雷内·拉莫斯表示,外籍人士无论是否拥有雇佣关系,均可在巴西从事劳务活动。

值得注意的是,根据巴西新移民法,自然人违反相关规定,罚金最低为100雷亚尔,最高为1万雷亚尔。法人违反规定,每项违法行为为罚金最低为1000雷亚尔,最高为100万雷亚尔。12个月内,自然人或法人在全国任何地方再次出现同样违法行为时,将被视为累犯。

除了新移民法之外,修订后的劳工法在劳工方面也对中企产生了影响。“此前法律规定:在解雇之前,雇主需要存入40%的罚款,同时提前30天通知员工被解雇或者额外支付当月的工资。新法规定,合同终止时双方可以沟通达成协议,员工不通过协议直接获取赔偿金将无权领取失业保险。有数据显示,越来越多的员工开始选择协议离职。”

巴西 JAKES MARQUES PEREIRA 律师事务所律师恩瑞告诉记者,新劳工法也令员工投诉有逐渐减少的趋势。此前法律规定,工人如果诉讼失败,无须支付获胜方律师费用,也不存在罚款的可能性。而新法规定,工人如果诉讼失败需要支付法庭费用和律师费。如果法官得知其诉讼行为是恶意的,可以对其进行罚款并要求员工对企业支付赔偿金。

新劳工法中,也有一些与中国法律出入较大之处值得企业警惕。“比如,集体协议可凌驾在劳工法之上;劳工法中的部分内容不可通过集体协议修改,例如:工时保障金(FGTS)、产假、失业保险金等;休息时间(例如午休)可以商议,但工作时间超过6小时,休息时间不得少于30分钟;集体协议可以修改法定假日的日期;员工年假可以分成三次,但每次不可低于5天,其中一次不得少于14天;之前在企业工作过的员工,离职18个月内不可被聘为外包员工;孕妇和哺乳期的妇女在医生许可下,可在有损健康的情况下工作。”恩瑞表示。

◆ 企业动态

中行助中小微企业融入全球资金及产业链

港媒称,首届中国国际进口博览会于上海开幕,中国银行作为进博会“唯一银行类综合服务支持企业”,制定了综合服务方案,助力进博会“办成、办好、办长久”。中行董事长陈四清表示,中行拥有丰富大型国际活动服务经验。为了服务好进博会,前期充分发挥全球网络优势,在16个国家和地区举办了进博会推介活动,营销海外客户超过1400家。

为更好地服务进博会展商、采购商的全方位业务需求,中行制定进博会专项金融服务方案,深度定制“合、汇、保、融”四位一体的专属金融产品。其中“合”是指跨境撮合对接;“汇”是专属支付服务;“保”是指专属税款保函业务方案;“融”是专属融资服务。

陈四清表示,中行助力参会的中小微企业和民营企业,融入全球资金链、产业链和价值链,推动人民币国际化发展,为办好进博会作出更大贡献。

此外,中银香港全力支持进博会的开展,为香港地区151户展商提供针对性的配套金融服务,发挥自身的跨境撮合优势,协助其中44户展商参与展商客商供需对接会,助力香港企业拓展跨境贸易业务机遇。

中企助松下在日本推出共享电助力单车

日媒称,11月7日,松下宣布与世界最大的共享单车企业中国摩拜单车(mobike)展开合作。松下在日本国内景点推出了共享电助力单车,首先将引进摩拜单车的物联网解决方案,将来还讨论在街头提供服务。在日本国内,共享单车仍未普及,但松下认为骑行更加轻松的电助力单车有望获得商机。

松下是在电助力单车领域掌握国内份额40%以上的最大运营商。首先将从2019年起单独在日本国内旅游景点提供运动型电助力单车的共享服务。摩拜在运营约700万辆单车时积累的物联网技术将应用到松下的单车上。以电子方式确认上锁和解锁,通过手机APP收取费用。

松下还有意将来与摩拜成立合资公司,讨论在日本街头推出共享电助力单车。

共享单车服务的普及仍需时间。而摩拜目前正在福冈、富士地区、奈良、神奈川积极开展业务。

在松下负责自行车业务的执行董事片山荣一指出,如果不是电助力单车,很难在日本普及共享服务。他认为减轻出行负担的电助力单车需求巨大。电助力单车需要电源,因此更方便通过传感器等收集位置信息和充电电池的运行情况等数据。

(本报综合报道)



11月10日,人们在展会现场观看展出的一款电力巡检机器人。当日,第四届中国(杭州)国际机器人西湖论坛的机器人和人工智能产学研成果展在杭州开幕,70多家相关企业、高校、科研院所研发的工业、医疗、家居、交通等领域的机器人齐聚杭州,各显神通。

新华社记者 韩传号 摄

中国食品工业在“双转变”中迎接科技挑战

本报讯(记者 胡心媛)日前,由中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主办的2018中国食品产业发展高层论坛在北京举行,本届论坛分析了我国食品产业面对的热点、难点、重点问题,探讨产业发展趋势以及如何应对挑战。

中国食品工业经历了近20年的高速发展阶段,近些年的增速出现了明显放缓的趋势。中国社会科学院食品药品产业发展与监管研究中心主任张永建指出,当前,中国食

品工业正在经历着“双转变”,一是从数量扩张向素质提升转变;二是从提供能量为主向满足能量、营养、功能甚至情感和文化等多种复合需求转变。

应对“双转变”需要多方面的支撑。张永建对记者表示,产品是综合能力最直接、最具体的体现。从产品视角看,中国食品产业转型升级最终是要实现产品的“六化”,即安全化、营养化、功能化、便捷化、个性化和精致化。当前食品工业正面临

“调结构、转方式、换动能”的攻关时刻,正处于大有作为的重大战略机遇期。宏观经济形势正在加大倒逼力度,供给侧结构性改革正在构建更加有效的市场机制,更加精准有度的政策和制度安排,将最大限度激发出食品企业的活力,加快淘汰落后产能,扩大优质产能,改善有效供给和中高端供给,实现产业结构的优化升级。

作为市场的主体,如何发现机遇,如何应对挑战,则是企业家们所

关注的热点。

企业家们表示,目前的产业环境,既是机遇,也是挑战。雏鹰农牧集团股份有限公司副董事长侯五群认为,当前食品产业最大的机遇,就是总书记提出的,中国人的饭碗必须端在自己手里。北京百花蜂业科技发展股份有限公司董事长郭利军认为,加强监管看起来对企业不利,但对规范企业来说,就是机遇。

“食品行业的机遇,就是研究好

消费者需求。”同福集团股份有限公司副总裁田君表示,食品行业已经发展到第三阶段,即以消费者为中心的个性化消费的时代。消费者更高层次的需求,无论是特医食品、保健食品、特需食品,都赋予了食品更多的内涵和深层次的需求。尤其是传统的食品行业,现在带来的最大挑战是科技发展带来的挑战。“科技带来的大融合不仅仅涉及食品产业的发展,同时还还将导致产业相互融合。”田君如是说。

中国家电品牌赢得印度消费者青睐

■ 苑基荣

牌进入印度并深入人心,这说明中国家电品牌日益受到印度消费者的信任和喜爱,同时也表明中国品牌在技术、品质和服务等方面的优势越来越明显。

经过长期的布局 and 经营,中国家电企业在印度正在迎来由量变到质变的巨大发展。今年以来,中国家电品牌在印度的发展速度大大超过行业平均水平。截至今年8月,印度空调市场的增长为负10%,而海尔空调则实现了40%的逆势增长,海尔冰箱和洗衣机分别实现了95%和63%的增幅;同期TCL彩电在印度市场销售量增长120%。国际数据公司IDC10月发布的第二季度报告显示,第一季度推出的小米电视机到第二季度出货量增长了两倍,目前已稳居印度智慧电视市场第一品牌。

中国企业看重的是印度家电市场的巨大潜力。印度中国经济文化促进会秘书长萨奇夫对记者说,目前印度只有40%的家庭有电视机,29%的家庭有冰箱,11%的家庭有洗衣机,不足4%的家庭有空调。2017年耐用消费品的整体销售规模在1

万亿卢比(约合155亿美元)。随着经济的快速发展,印度的家电需求迫切需要升级,很快将迎来新一轮品牌家电扩容。

这一点得到了中国家电企业的一致认同。海尔家电产业集团副总裁宋玉军指出,印度经济正快速增长,中产阶层不断壮大,社会城镇化水平日益提升,民众消费力持续改善,这极大推动了民众对家电刚性需求的增长。

促进本土家电发展 推动当地产业供应链转型升级

中国驻印度大使馆经济商务参赞李柏军告诉记者,印度营商环境正不断改善,2014年印度营商环境还停留在世界第133名,今年的最新指数上升至世界第77名。与此同时,中国家电企业对印度市场的认知和经营策略日趋理性和成熟,看好印度具备的辐射中东和非洲的区位优势等,这进一步促使中国家电企业加快了开拓印度市场的步伐。

11月3日,美的集团投资135亿卢比(约13亿元人民币)的美的

科技园在印度马哈拉施特拉邦举行奠基仪式。美的计划未来5年将这一科技园打造成为家用电器、暖通空调和空调压缩机等产品的生产基地;10月9日,国内彩电巨头创维集团在新德里宣布向印度市场发布6款美兹牌产品,包括OLED电视和超薄LED电视等高端产品;9月7日,海尔在印度北方邦首府勒克瑙举行了印度北部工业园投资项目签约仪式,在北方邦大诺伊达地区规划了第二个工业园;今年2月,小米在印度发布了小米电视,一举走红。10月,TCL携智能电视新品亮相印度。印度《经济时报》日前报道,国美正在通过印度电商Flipkart推出电视、冰箱、洗衣机和厨房电器等,并计划在印度建立工厂。

创维海外营销总部总经理王泽军对记者说,创维2010年进入印度市场,目前在印度已经拥有500多个经销商和160个服务中心,未来将进一步加大对印度市场的投入。宋玉军给记者算了笔账,海尔去年兴建的诺伊达工业园为印度提供直接就业岗位超过3000人,间接超过上

万人。北方邦第二个工业园将创造4000多个直接就业,上万个间接就业。两个工业园共计创造3万余个就业岗位,中国家电企业将为印度创造数万个就业机会。

安纳德表示,中国家电企业在印度投资设厂,促进了印度本土家电市场的发展。比如,海尔“不弯腰”冰箱就是针对印度市场的一种创新产品,十分契合印度人的生活习惯。现在,越来越多的企业开始生产“不弯腰”冰箱,这带动了印度本土家电行业标准和消费者态度的新认知。此外,中国家电企业推动了印度家电产业供应链的转型升级。过去,印度市场的售后服务相对较慢,海尔等进入印度后,强调速度和售后服务赢得消费者,扭转了印度人对中国家电产品的态度。

印度北方邦首席部长约吉在海尔第二个工业园签约仪式上表示,中企投资建立工业园将极大减少印度对家电的进口,助推北方邦经济发展。李柏军认为,中国家电企业的快速发展为印度创造了大量税收和就业机会,有力支持了当地经济发展。