

有钱出钱 有智献智 到一带一路上去各展所长

第三方市场合作可以“三赢”

■ 本报记者 张凡

“一带一路”倡议经过五年多的实践,已经进入“工笔画”阶段,2019年的政府工作报告中对于推进“一带一路”建设的部署更是细化到了开展第三方市场合作的层面,这体现了中国致力于加强“一带一路”国际合作的切实践行动和决心。日前,安永会计师事务所在其网站上发布的题为《合作共赢无边界 共建“一带一路”》的报告认为,在“一带一路”倡议下,第三方市场合作有着广阔前景。

报告指出,中国将与发达国家紧密合作,以“政府搭台,企业唱戏”的合作模式,抓住经济全球化的新机遇、开辟新的合作空间,为国际合作提供中国方案。截至目前,中国已和日本、法国、加拿大、新加坡等国家正式签署了第三方市场合作文件,还与一些国家设立了第三方市场合作基金,如欧洲投资开发银行、法国有关金融机构等。

报告分析了中日、中法、中英3

个国家组合开展第三方市场合作的

优势。中日两国关系虽历经起伏,但两国经贸关系与市场合作潜力巨大、前景良好。中日第三方市场合作经过较短时期的发展已成规模,并成功建立“中日第三方市场合作论坛”等合作机制,为中国与其他国家的第三方市场合作发展做出典范。中日可在基础设施建设、科技、金融等领域开展合作。例如,在科技领域,中日于2018年10月26日签署《关于建立中日创新合作机制的备忘录》,双方同意在中日经济高层对话框架下,建立跨部门的“中日创新合作机制”,促进包括产业在内的创新及知识产权等领域的具体合作。

中法两国间第三方市场合作既需要政府完善机制加强引导,也需要企业在市场中不断摸索,打造标杆项目,加强示范效应。报告说,法国在非洲尤其在非洲法语国家优势

明显,在基础设施、能源等领域具有较高科技水平。非洲国家急需提高遏制经济发展的基础设施建设水平,而中国在此方面具有产能优势、完备的制造业基础和雄厚的资金实力,与法国开展第三方合作可以帮助中国企业进入非洲市场。同时中国在亚洲具有区位优势,联合法国技术优势,双方可以携手更好地拓展亚洲市场。中法可在金融、能源、交通物流等领域开展合作。例如,中法两国第三方市场合作联合声明中提到,在交通领域,充分利用双方优势加强干线铁路和城市铁路领域的合作,共同研究和探讨合作地区和合作潜力。法国高铁技术发展时间早,而中国高铁技术在近些年也取得高速发展,周期及成本优势明显。双方加强合作,共同开拓第三方市场极具潜力。

中英两国的第三方市场合作发展不仅具备时代发展的机遇,也有中英两国政府和政策支持。报告指

出,中英两国的“一带一路”金融合作一直走在其他西方国家的前列,曾创下多个“第一”:第一个申请加入亚投行,第一个向亚投行特别基金注资,也第一个签署了《“一带一路”融资指导原则》。中英两国可在基础设施建设、金融领域开展第三方市场合作,例如与中国相比,英国在国际金融领域发展历程长,经验丰富,作为传统的国际金融中心,组织制度完善,并与很多“一带一路”沿线国家有合作历史且关系密切。在绿色金融领域,中英两国发展具有良好势头,绿色发展也是中国经济转型的重要组成部分,也是“一带一路”可持续发展的需要。

有关专家认为,第三方市场合作这种国际合作新模式,可以达到“三赢”的效果,一是有利于中国输出产能和工业产品以扩展国际市场,二是有利于发达国家寻找新的经济增长点,三是促进发展中国家的经济发展。



外资涌入中国咖啡市场

■ 本报记者 刘禹松

近日,瑞幸咖啡宣布完成1.5亿美元B+轮融资。据了解,这是瑞幸咖啡在2018年12月宣布B轮2亿美元融资的基础上额外获得的新投资。在本轮融资过程中,瑞幸咖啡获得贝莱德(BlackRock)所管理的私募基金投资1.25亿美元。值得注意的是,贝莱德也是瑞幸咖啡对标企业——星巴克的第二大股东。相关财报显示,贝莱德持有8200万股星巴克的股票,占其发行普通股的比例为6.58%。

“瑞幸咖啡之所以能获得星巴克第二大股东投资,主要得益于中国消费升级、咖啡行业爆发、管理团队丰富经验三重红利地叠加。”民生银行研究院产业发展研究中心研究员郭晓蓓在接受《中国贸易报》记者采访时表示,从近年来消费领域发生的变化来看,消费升级的态势,尤其是向服务业转型的态势是非常明显的。“在满足了基本的生存需要之后,人们对美好生活的追求逐渐显现。”

郭晓蓓告诉记者,中国的咖啡市场存在着巨大的潜力。伦敦国际咖啡组织发布的报告显示,中国的咖啡消费正以每年15%的平均速度增长,但反观全球,平均增速仅为2%。国信证券在《咖啡行业专题研究》上曾刊文指出,中国咖啡的人均饮用量仅为0.03公斤,而美国和欧盟分别则为4.2公斤和5.6公斤。“只要有未被开发的需求,就存在爆发的可能。”郭晓蓓说。

“此前,星巴克一直垄断着中国的咖啡市场,但很多痛点长期没有被解决。”郭晓蓓介绍,“星巴克一般是开设在客流量较大的商圈,这让购买很不方便;星巴克的咖啡价格偏贵,这让很多小资青年望而却步;而瑞幸的人局刚好解决了这些痛点,赢得了年轻人的欢迎。作为星巴克强有力的挑战

者,资本在此时投资瑞幸是最具性价比的决策。”

中国目前具有蓬勃发展的咖啡市场。“目前全球咖啡消费量正以每年两位数的速度增长。据美国咖啡协会数据,大约64%的美国成年人每天都喝咖啡,而这是自2012以来的最高比例。这也意味着,美国人在咖啡上花的钱比以往任何时候都多。中国咖啡市场也在快速崛起。据国际咖啡组织和美国农业部数据,在过去4年间,中国的咖啡消费增长了近两倍,咖啡进口量每年增长16%,而美国却只有2%。目前在中国大陆,人均每年只喝3杯咖啡,而英国是363杯,美国则为250杯。”郭晓蓓说。

事实上,随着近年来中国咖啡市场的逐渐兴起,这一行业中在2018年获得风投的企业并不止瑞幸咖啡这一家。有统计显示,2018年1月至6月咖啡行业融资项目包括连锁店企业33家、自动咖啡机企业28家、咖啡机研发企业10家、咖啡外卖企业4家、移动咖啡车企业2家、咖啡供应链企业2家、咖啡文化企业1家。这其中,近九成的获得投资项目集中在连锁咖啡、无人零售咖啡和咖啡机研发三大领域。

“国外投资机构认为,相比欧美日韩,中国人均咖啡消费量还有极大的上升空间。目前咖啡市场消费以速溶为主,随着咖啡文化的进一步普及以及消费者对品质要求的上升,现磨咖啡的消费比重会逐步提高,有机会出现受消费者认可的、具有市场影响力的国产咖啡品牌。一个有品质、有口碑、有人气的咖啡品牌,既要有先发优势,占据顾客心智,也需要通过资本助力,快速实现规模化。同时,拥有丰富的零售行业和互联网跨界经验的创始团队,是公司的核心竞争力所在。”郭晓蓓表示。

● 投资环境

安永分析称英国成全球企业家最青睐的投资目的地

据《泰晤士报》等媒体日前报道,全球会计咨询企业安永以全球47个国家的2900多名经营者为对象,进行全球资本信赖指标测定,结果显示,英国超过一直保持第一的美国,成为全球企业家最青睐的投资目的地。安永分析称,英国出台脱欧政策后,由于英

镑贬值,英国企业的价格相对低廉,企业界人士对英国的企业技术和知识产权等给予了更多的关注。英国国际贸易大臣福克斯表示,此次公布的数据显示,英国持续吸引全球顶尖投资者,英国政府将继续支持全球企业家到英国投资。

孟加拉数字经济发展已有较好基础

据孟加拉《金融快报》近日报道,联合国贸发会议的快速电子商务评估报告显示,孟技术驱动的数字经济已经有了较好的基础,但仍需一个全面的电子商务战略和物流配送系统。贸发会议应孟政府要求,完成了一项快速电子商务情况评估报告,提出了电信基础设施、商贸物流、支付解决方案、法律法规、

技能发展和融资方面的改进建议。自2010年以来,孟信息通信技术行业以每年40%的惊人速度增长。当前,联合国贸发会议已对阿富汗、不丹、布基纳法索、柬埔寨、老挝、利比里亚、马达加斯加、缅甸、尼泊尔、萨摩亚、塞内加尔、所罗门群岛、多哥、乌干达、瓦努阿图和赞比亚进行了评估。(本报编辑部编译、整理)

亚投行项目 点亮孟加拉国偏远村庄

■ 刘春涛

2018年,达卡专区的帕德玛巴瑞村在亚洲基础设施投资银行首批项目资金支持下实现电力接入,结束了这个村自孟加拉国1971年独立后一直没有电的历史。这里村民的生活正在因为电力接入而发生深刻变化。

2015年12月25日,亚投行正式成立。半年后,亚投行公布首批贷款项目,其中包括孟加拉国配电系统升级改造项目。亚投行向这一项目提供1.65亿美元贷款,这是孟加拉国获得的第一笔来自亚投行的贷款,也是亚投行首个独立提供融资的项目。项目惠及孟加拉国1250万农村人口,帕德玛巴瑞村是众多被“点亮”的村庄之一。

前往帕德玛巴瑞村的道路偏远而泥泞。记者先驾车从城镇公路行驶到乡村简易狭窄的柏油路,随后开上泥泞的土路,最后步行来到村里,20多公里的路用了近两个小时。随行的电力工程师介绍说,村庄先修路再接入电线,为了这里的200户人家,要接20多公里电线进村。

记者到访的第一站是村里的小学。学校面积不大,砖瓦建造的二层楼房可以说是村里最好的建筑。教学楼楼梯旁是去年新安装的电表。

一位老师说,小学共有一至五年级学生150名。自去年电力接入后,师生可使用风扇、电灯、投影仪和电脑,且学校电费由政府承担。他还说,以前学校没有电,学生数量比现在少,成绩也不理想。如今,村里通了电,学生回家后有更好的条件复习功课,学习成绩提高了,这要感谢政府和亚投行。

记者走进村里一户人家,这是一间铁皮房、一间土坯房和几个草棚围出来的一个小院子,新电表安放在铁皮房外墙上。家里的男孩说,自己在附近学校上学,有了电后晚上也可以读书。

达卡专区下辖的莫查柯地区农村电力供应公司副总经理傅库鲁负责这个村的电力工作。他说,去年村里家家户接上了电,当地开始用电水泵进行农业灌溉,提高了农作物产量。他一边说一边指着旁边成片的农田,新一季水稻秧苗已经长到20多厘米高。

孟加拉国配电系统升级改造项目计划在孟农村地区新增250万个电表、6.5万个变压器,同时架设7.5万公里输电线,以扩大和提升农村电力服务能力。

自正式运营以来,亚投行已为孟3个项目提供近3亿美元融资。孟加拉国经济关系局官员说,亚投行的到来对孟加拉国这样的发展中国家来说是巨大利好,尤其是让农村地区的人们受益。

今年3月底,亚投行批准了1.2亿美元的孟加拉国吉大港地区电网升级扩建项目。亚投行传播与发展部主管奥斯特费尔德表示,亚投行将继续加大对孟投资,正对孟多个项目进行考察。

亚投行点亮的不仅仅是灯,还有如帕德玛巴瑞村民一样的贫困人口的希望。



杜伊斯堡坐落于德国鲁尔区莱茵河畔。近年来,随着中国与欧洲国家共同落实“一带一路”倡议,这里正逐步打造成为德国的“中国城”。如今,每周约有35至40列火车往返于德国杜伊斯堡港和中国的十多个城市之间,越来越多的中国企业来到杜伊斯堡投资兴业。图为在德国杜伊斯堡渝新欧(重庆)物流有限公司的物流仓库,公司中方运营人员指挥一名外籍雇员用叉车卸货。

新华社记者 袁阳 摄

东营市“双招双引”持续推进 外商反响热烈

本报讯(记者 刘国民)记者从近日召开的东营市双招双引推介会上了解到,东营市“双招双引”3年行动计划正在持续推进,外资企业反响热烈。

雪佛龙亚太原油供应与贸易总经理林明东感谢东营市人民政府的盛情邀约,他目睹了中国能源产业一日千里的蓬勃发展历程,以及公司和东营市交流合作的丰硕成果。

霍尼韦尔UOP在东营市积极参加第二届中国(东营)国际石油化工贸易展览会,全方位展示UOP百年发展经历,并首次发布UOP未来工厂路线图。霍尼韦尔UOP中国工艺技术及设备总经理曲广东介绍说,“我们在中国炼化项目中启用了该路线图,其中一个项目最快在2020年开始商用。未来已来,未来

炼厂触手可及。”

曲广东称赞东营是国内最大的石油装备制造基地,随着能源环境政策转变,东营也积极引进国际先进技术,提高产业竞争力。他介绍说,2018年11月,霍尼韦尔UOP与东营港共建协同创新中心,凭借霍尼韦尔UOP百年技术创新和运营的经验,推动地区创新能力发展,协助东营乃至山东省的炼化产业转型升级。

在东营市投资促进局副局长王新看来,东营市自然资源丰富,各类设施完善,发展优势明显,创新活力迸发,交通运输便利,而且风光秀美。以交通运输为例,王新介绍说,胜利机场开通了覆盖北京、上海等14个城市的20多条航线,东营港则是国家一类开放口岸。

除此之外,东营市也非常重视招商引资方面的激励政策。东营市方面提供给《中国贸易报》记者的资料显示,为了激励高质量招商引资,对落户东营市的外商投资企业,按当年实际到账外资金额(不含外方股东贷款)的1%奖励;对境外世界500强企业(以《财富》排行榜为准)按2%奖励;新引进企业和项目,自产生增值税、企业所得税年度起,前3年给予地方财政贡献等额外补助,后2年给予地方财政贡献50%补助。

参加此次东营市双招双引推介会的中石油人士在看到这些招商引资激励政策后告诉记者,“这些优惠政策力度确实很大,对企业来说很是诱人,希望这样的税收优惠在‘3年+2年’期满后可以持续更多年。”

亚马逊调整, 中企能够学什么?

■ 本报记者 王曼

4月18日,已入华15年的世界电商巨头亚马逊确认将于2019年7月18日停止为亚马逊中国网站上的第三方卖家提供卖家服务。这意味着亚马逊的主营业务电商将退出中国市场。在国际市场风光无限的亚马逊为何会将其主营业务撤出中国市场?亚马逊作为国际大型企业的这一举动给我国企业的海外经营又带来怎样的启示?带着这些问题,《中国贸易报》记者采访了有关专家。

“从企业在市场中的竞争地位和整个行业增长状况来看,亚马逊在中国的主营电商业务已经在其整个业务组合中沦为‘鸡肋’,退出中国市场可能是最理性选择。”北京第二外国语学院国际贸易系主任副教授罗立彬在接受《中国贸易报》记者采访时分析到,亚马逊主营业务电商告退中国市场,一方面,由于中国市场竞争激烈,中国本土电商竞争

力迅速提升使得亚马逊主营电商业务在中国没有优势;另一方面,虽然中国电商用户绝对增长速度仍然不低,但是规模增长率和销售额增长率在近几年都在下降,据艾媒咨询的数据显示,中国移动电商用户规模的同比增长率在2014年为36.7%,但是到2017年增长率降低为13.2%。

亚马逊电商业务在中国市场份额的占有率逐渐缩水,其中国电商市场份额从2008年的15.4%下降到2018年上半年的0.6%。虽然亚马逊将关闭其在中国的电商业务,但它的海外购业务、全球开店业务、Kindle、AWS将继续在华运营。罗立彬表示,随着亚马逊主营电商业务在中国市场份额的下降,其在中国市场的战略定位也由一个主流电商变成一个“差异化”竞争者,亚马逊将保留在中国仍然有一定优势的

“亚马逊电商业务退出中国市场,一定程度上也说明中国的互联网公司已经具备开拓国际市场的基础和能力。”罗立彬分析,在很多领域中国本土的企业已经开始形成足够抗衡传统跨国公司的实力,尤其是在中外交发展起点差距相对较小的互联网和电子商务领域。中国的企业在服务于规模庞大的国内用户过程中,已经形成了比在华跨国公司更强的竞争力,最终会自然形成一种国际竞争力,推动中国的电商公司成为全球性跨国公司。

“中国经济总量占全球比重越来越高,在这样一个大市场中能够取胜的中国本土公司就会很自然地具备成为跨国公司的潜力,中国企业也越来越多地成为跨国企业。”罗立彬说道。

谈及亚马逊此举给我国赴海外投资企业带来什么样的启示,以及我国走出去企业该如何有效地开展

跨国经营的建议,中国社会科学院世界经济与政治研究所跨国公司研究室主任鲁桐建议,进入海外市场的中企,要学会灵活地根据当地条件调整经营战略。市场竞争是一个动态的博弈过程,海外企业在某一领域和本土企业竞争存在劣势时,要及时调整经营战略,发挥自身的优势,扬长避短。“亚马逊电商业务退出中国市场可以说是对其公司经营战略进行调整,但调整并不意味着某种失败。当亚马逊认识到自身在电商市场方面与本地企业竞争存在一些劣势时,它及时作出调整退出劣势方面,保留了其优势业务在中国,我倒觉得是一个聪明的做法。”

国家发展改革委对外经济研究所国际贸易与投资研究室主任王海峰表示,中国电商市场领域的竞争可能是最激烈的。亚马逊在与本地企业竞争的过程中,在对当地适应

性、与当地消费者互动方面,亚马逊所做的并不多,也存在一些缺陷,例如其仓储物流配送方面,不能很好地满足中国消费者的需求。因此,王海峰提出,企业的经营需要越来越贴近用户,中企走出去需要有非常强的本地化经营战略和能力,有效适应当地政治、消费等环境,注重前期的市场开拓,加强与当地社会的互动;同时,在全球竞争的大背景下,企业也不能盲目扩大布局,要集中精力开拓自身最具优势和潜力的市场,对当地市场要深入研究,关注核心市场。

“任何跨国企业在开拓国际市场的时候都必须充分考虑如何与当地企业进行竞争。”罗立彬建议,中企在国外经营时必须深入细致的分析和了解东道国的市场环境,包括政治、法律、经济、社会文化以及科技等多个方面的环境,才有利于更好的开展国际竞争。