

绿色投资促进一带一路可持续发展

■ 杨凡欣

国家主席习近平在第二届“一带一路”国际合作高峰论坛开幕式上发表主旨演讲指出,共建“一带一路”要把绿色作为底色,推动绿色基础设施建设、绿色投资、绿色金融,保护好我们赖以生存的共同家园。

当前,绿色投资已成为经济增长的新引擎。全球可持续发展进入了以绿色经济为主驱动力的新阶段,绿色投资逐渐成为世界主要经济体的发展新动能。中国已经成为全球最大的绿色金融市场之一。截至2018年底,中国金融机构和企业在国内共发行各类绿色债券超过7000亿元人民币。最新数据显示,2019年第一季度中国绿色债券发行规模同比增长178%。中美绿色基金形成近30亿元储备项目池。

2008年全球金融危机爆发以来,世界主要经济体出台一揽子经济刺激计划,美国“绿色新政”、日本“绿色发展战略”总体规划、英国

绿色智慧城市等计划扮演主导作用。德国推行“绿色经济”政策。2018年4月,德国联邦环境部发布了《绿色技术德国制造2018:德国环境技术图集》显示,绿色行业2016年对德国GDP的贡献率为15%,2025年预计增加到19%。

绿色投资是构建“一带一路”生态体系的重要组成部分。“一带一路”沿线国家、地区开发利用方式比较粗放,部分国家水资源短缺,森林植被覆盖面积较小,生态环境脆弱,人与自然间的矛盾尖锐。如何处理好项目建设、经济社会发展、生态环境可持续性间的关系,是建设“一带一路”面临的共同挑战。提出共建“绿色丝路”以来,中国一直强调践行绿色发展的新理念,倡导绿色、低碳、循环、可持续的生产生活方式,加强生态环保合作,共同实现2030年可持续发展目标。4月25日,《“一带一路”绿

色投资原则》签署仪式在北京举行,27家国际大型金融机构参加了仪式,《“一带一路”绿色投资原则》列入本届高峰论坛成果清单,标志着“一带一路”发展逐渐得到共识并提上议程。

“一带一路”绿色投资理念逐渐深入人心。2016年6月,习近平主席在乌兹别克斯坦演讲强调,深化环保合作,践行绿色发展理念,加大生态环境保护力度,携手打造“绿色丝绸之路”。在推进“一带一路”建设工作座谈会上,习主席再次强调聚焦携手打造绿色丝绸之路造福沿线各国人民。在两届“一带一路”高峰论坛上,中国同各方推进共建“一带一路”可持续城市联盟、绿色发展国际联盟,制定《“一带一路”绿色投资原则》,发起“关爱儿童、共享发展,促进可持续发展目标实现”合作倡议,启动共建“一带一路”生态环保大数据服

务平台,实施绿色丝路使者计划,实施“一带一路”应对气候变化南南合作计划,深化农业、卫生、减灾、水资源等领域合作,同联合国在发展领域加强合作,努力缩小发展差距。

“一带一路”绿色投资政策体系日益完善。中国一直致力于通过顶层设计构筑其对外投资的绿色化进程。《关于构建绿色金融体系的指导意见》等文件,为中国绿色金融体系建设和绿色金融发展制定了时间表和路线图。绿色投资、绿色信贷、绿色债券、环境信息披露等方面的细化政策陆续出台。绿金委等七个中国行业协会共同发起《中国对外投资环境风险管理倡议》,鼓励对外投资的中国金融机构和企业充分了解、防范和管理对外投资项目所涉及的环境法规、标准和社会风险。《“一带一路”绿色投资原则》,旨在推动“一带一路”投资绿色化,27家

国际大型金融机构参加签署仪式,标志着“一带一路”投资绿色化走向新阶段。在国际舞台上,中国积极推动绿色金融成为国际主流议题和全球共识,2016年中国在担任G20主席国期间,首次将绿色金融列入了财金渠道议题,并发起成立绿色金融研究小组,积极推动绿色金融成为共识。

全球新一轮产业革命为推动绿色投资迎来了新的机遇。“绿色丝绸之路”关于加强生态环境、生物多样性和应对气候变化的理念,为各国加强绿色发展提供了合作的平台。推进“一带一路”投资绿色化,必将促进沿线国家的绿色发展。而中国在构建绿色金融体系、发展绿色金融市场方面所积累的经验,可以为“一带一路”沿线国家和地区提供借鉴。

(作者系中国人民大学重阳金融研究院副研究员)

● 投资环境

俄罗斯或将征税以代替污水排放费

俄罗斯《公报》近日报道,俄联邦水资源管理局负责人基里洛夫在接受采访时表示,该局正与政府金融机构探讨以税收方式取代征收污水排放费问题。他表示,新税将有助于生产现代化并为工业与公共部门使用现代技术净化水提供额外动力,国家为企业引进现代化净化设备提供贷款利率补贴,目前已有40个组织收到共计53亿卢布的补贴。

海湾地区建筑业市场增长放缓

据《中东经济文摘》近日报道,随着迪拜建筑市场增长放缓,中东非地区最大的建筑市场沙特逐渐复苏,该地区承包商开始思考未来5年如何应对这些变化带来的挑战。过去的5年中,海湾建筑业为应对低油价带来的市场低迷,度过了一段艰难的时光。由于石油收入下跌,海湾地区各国政府纷纷削减开支,导致项目付款时间被延后、项目屡遭变更。这给承包商的财务状况构成了压力,对于有些承包商而言,这些压力似乎有些难以承担了。一些国际承包商选择退出这个市场,而很多本土承包商则迅速暂停了业务。

加勒比地区基建投资不足拖累经济发展

日前,泛美开发银行(IDB)发布年度宏观经济报告称,加勒比地区基础设施投资缺口约占GDP的2.5%,每年高达1500亿美元。地区基础设施投资数量和质量均落后于经济合作发展组织(OECD)发达国家,仅领先于撒哈拉以南非洲地区。报告显示,基础设施投资不足对低收入人群影响最大。如能补足缺口,整体经济生产力可提高75%,实现地区人均收入翻番的时间可以减半。报告称,如地区国家如能投资于正确的基础设施项目,将有效提高劳动生产力,刺激经济增长,增加财政收入。

(本报编辑部编译、整理)

携程或成印度在线旅游企业最大股东

■ 本报记者 刘禹松

近日,携程集团宣布和全球科技领域投资集团Naspers达成协议,“将发行新股,交换Naspers所持有的MakeMyTrip股票”。同时,携程将以一部分MakeMyTrip的普通股和B类普通股入股一家第三方投资基金。此次交易一旦完成,Naspers将持有携程约5.6%的股票。而携程和此第三方基金将持有MakeMyTrip的普通股和B类普通股,分别占MakeMyTrip总投票权的49.0%和4.0%。

根据携程集团向《中国贸易报》记者提供的资料,MakeMyTrip是印度第一大OTA(在线旅游企业),被誉为“印度的携程”。《中国贸易报》记者从携程CEO孙洁发给员工的一封信中了解到,作为全球经济增长最快的经济体之一,印度国内的中产阶级正在崛起。目前,印度已经拥有全球第二大且是主要经济体里最年轻的人口基础,互联网和移动互联网的渗透也在不断扩大。在这样的背景下,印度旅游市场早已经成为全球互联网巨头关注的焦点。在过去的几年里,MakeMyTrip在印度市场迅速开拓,其交易额实现了43%的复合增长率,亏损幅度持续下降。目前,MakeMyTrip已经成为印度国内的一个多品牌、多产品的旅游集团。

根据美国联合市场研究机构早前的一份研究报告,全球在线旅游领域的市场规模到2022年将超1万亿美元,其中,印度在线旅游市场份额增长最快。“过去几年,我

们目睹了MakeMyTrip了不起的成就,也相信MakeMyTrip在未来会创造更多的成功。”携程联合创始人、执行董事局主席梁建章说。“可以预见,我们在未来会持续从MakeMyTrip及印度市场的增长中获益。”上述内部信称。

对于携程的此次入股,MakeMyTrip的董事会主席兼集团首席执行官Deep Kalra表示:“通过此次投资,我们将能够更多地受益于印度旅游市场和我们的两国旅游市场的无限增长潜力。”

“此次交易将进一步提振MakeMyTrip和快速增长的印度旅游行业。我们的伙伴关系将惠及员工、客户、业务合作伙伴等所有利益相关者。我们期待未来和携程团队一起继续壮大我们的业务,将我们的业务带上一个新的台阶。”MakeMyTrip联合创始人兼印度市场首席执行官Rajesh Magow说。

而据携程方面披露的细节,此次交易完成后,除携程集团将成为MakeMyTrip的最大股东以外,后者的最大股东Naspers也将同时持有携程约5.6%的股票。对此,孙洁表示,欢迎Naspers成为携程的股东,携程将一如既往地努力为客户、合作伙伴和所有的股东创造更高的价值。

另据了解,本交易预计将在2019年下半年完成。交易的完成与否将取决于一些成交条件是否能够被满足,其中也包括必须的监管许可。

年吞吐量高达1亿3300万吨。

其次,每4个德国国际品牌中就有一个来自于北威州,德国销售额50强中有20强位于北威州。约712100多家中小型企业也为北威州的经济繁荣做出了众多贡献,而州内多元化的经济结构更是创造了巨大收益。投资商可以在北威州找到合适的合作伙伴,无论是为了开发产品,还是促进生产流程、服务或研究。

最后,北威州拥有超过70所高质量的学院和专业学校,德国超过四分之一的学者在北威州接受教育培训,北威州的顶级智库为国内外企业投入了众多优秀人才,也为企业带来了巨大的收益,众多的高等专业培训机构也满足了企业对培训专业人员的需求。

封兴良讲道,北威州对外来投资者提供的服务是非常贴心的。在德国工作的华人,有四分之一集中在北威州。北威州就建有2所华人学校和1所华人幼儿园,甚至还有专门的华人理发店等专门服务华人的设施。北威州还同江苏、四川和山西3个中国省份建立了友好省州关系。这3个省每年都会选出100名学员(主要是党政干部)赴北威州进行学习。

封兴良表示,中国的电动汽车产业发展已经颇具规模,德国非常希望能够同中国在电动汽车领域进行合作。德国在整个车制造方面有着非常丰富的经验,但短板在于没有与电动汽车相配套的电池厂家,而中国已经有了10余家领先的电池厂家。鉴于中国在自动驾驶和人工智能领域的优势,北威州希望在这些领域加强同中企的合作。



中老铁路是融入国家“一带一路”倡议,推进中国—东盟自由贸易区建设的重要基础设施,更是首条以中方为主投资建设、中老共同运营并与中国铁路网直接连通的国际铁路,是中老两国务实合作的旗舰项目。全线建成后,昆明到老挝万象有望实现夕发朝至。图为工人在检查螺丝紧固情况。

新华社记者 秦晴 摄

博彦科技:扩展中国软企海外影响力

■ 本报记者 谢雷鸣

“2015年我们在新加坡投资设立了东南亚子公司,今年考虑在马来西亚设立一家新的分公司,以便更好地拓展海外市场。”近日,在中国国际服务贸易交易会集中采访中,博彦科技股份有限公司(以下简称博彦科技)副总裁韩洁告诉《中国贸易报》记者,公司所从事的软件和信息技术服务面向全球市场,客户覆盖互联网、金融、物流、汽车、能源、消费电子和新零售等诸多领域,产品和服务的应用范围广泛。

据悉,作为知名产品、IT咨询、解决方案与服务提供商,博彦科技在大数据、物联网、人工智能等领域积累了一定的创新优势。该公司在海外主要和微软合作,2016年获得

微软虚拟化的官方认证,是中国唯一具有部署微软私有云解决方案能力的服务商。

韩洁介绍说,之所以选择在东南亚落地,与当时在新加坡的商业经历分不开。博彦科技是惠普的全球供应商,当时根据客户需求与新加坡当地客户实现了合作,在试点工程结束后,考虑到新加坡商业环境好,加之拓展了客户群体,博彦科技最终在新加坡“扎根”,并逐步在东南亚拓展业务。

谈及公司的扩张计划,韩洁表示,博彦科技也对“一带一路”沿线国家和地区的市场充满兴趣。“我们在东南亚拓展业务是‘深入的’,不仅有办公场地,还有工程师与专家团队,将服务方案整体带进东南

亚。”韩洁说,希望以东南亚作为辐射点,将中国软件企业的影响力播至海外。除了新加坡,博彦科技还在美国、日本、印度、西班牙、马来西亚等国为客户提供产品及解决方案。

据介绍,博彦科技与微软一直保持良好的合作关系,包括产品研发、软件服务等各方面。与微软二十余年的合作,使博彦科技积累了丰富的技术资源,构建了强大的交付能力。目前,博彦科技在全球范围内设立了30余家交付中心,包括美国西雅图。

随着大数据相关政策的贯彻落实和大数据行业应用的推广,我国大数据产业规模2020年预计达到10100亿元。据介绍,为应对未来

竞争,博彦科技一方面通过外延式扩张不断吸收优质技术团队和领先技术经验,提高核心竞争力,另一方面积极布局,加大在物联网、大数据、人工智能等领域的投入,博彦科技物联网平台、智慧楼宇解决方案等即是该公司的创新成果之一。

据韩洁透露,博彦科技今年在中国国际服务贸易交易会期间主办了科技产业融合互联网论坛。“我们希望借助中国国际服务贸易交易会这一平台让更多的采购商、投资者、渠道商真正了解和发现物联网对于人们生活的影响和改变。同时,也让社会各界对我们的服务和价值有更深入全面的了解,从而更好地推动洽商对接,促进境内外企业务实合作。”韩洁说。

洞察消费新趋势 雀巢加料“味道好极了”

■ 本报记者 刘国民

雀巢是瑞士的知名咖啡品牌,已有150多年历史。在雀巢的发展过程中,中国市场很早就受到关注和着墨:1874年,雀巢开始在香港开始贸易活动;1908年,在上海开设销售办事处;1920年,在香港开设雀巢产品有限公司。改革开放以来,中国大力吸引外资,雀巢也积极开拓中国市场。1987年,雀巢在黑龙江山城建设在第一个奶区;1990年,雀巢在黑龙江山城开设在第一家工厂,生产奶品;2002年,雀巢在北京设立大中华区总部。雀巢咖啡的著名广告词“味道好极了”,成为一代中国人的记忆。

“雀巢是最早进入中国市场的跨国公司之一,在华营运了30多年,30多家工厂遍布多个城市。雀巢总部设在北京市朝阳区,是中国大陆、中国香港、中国澳门、中国台湾,即大中华区的总部。”雀巢中国集团事务总监何彤告诉《中国贸易报》记者,雀巢这几年发展非常稳健,不仅

用全球雀巢品牌满足了中国消费者的需求,同时也开展了其他业务,比如国内的品牌银鹭是其合资公司,徐福记也是其本土合作伙伴。

记者了解到,何彤所说的银鹭和徐福记都是在2012年和雀巢成立合资公司。而在此前,雀巢还与太太乐食品、豪吉、大山等企业成立合资公司。再加上不断建成投产的工厂,用何彤的话说,雀巢在中国推行的是“本土品牌加上自有品牌的双品牌战略”。

谈及目前雀巢的重点发展方向,何彤介绍说:“目前我们的业务集中在食品和饮料领域,重点发展婴幼儿营养品、水、咖啡、宠物食品,特殊需求营养膳食业务也是今后发展的重点。”

何彤介绍说,雀巢不断针对市场需求推出定制化的创新产品。仅2018年,雀巢就上市了60余款新品,其中多款新品专为中国市场研发,“雀巢可以准确洞察消费趋势,

并能够快速响应实施行动。为了增强相关能力,我们与学术机构、非政府组织、初创企业和创新合作伙伴展开合作,雀巢正在快速将金点子变为现实。”

在互联网+进入高速发展的现阶段,高端商务服务成为一种新需求,对于雀巢这类食品公司来说更是一种新机遇。“为了更好地把握中国消费升级的市场机遇,也为了满足消费者在办公室渠道对高品质咖啡的需求,雀巢借助自身的品牌和技术优势,率先推出在办公场所开展‘互联网+咖啡零售业务’这一创新商业模式。”何彤告诉记者,该项业务旨在为办公室创造舒适温暖的氛围,为企业员工及访客提供高品质咖啡体验,以此提升办公环境品质,提高员工满意度。这个项目被称为“雀巢咖啡办公室咖啡馆”,分为两个子项目,一个称为“咖啡胶囊自动售卖”,另一个称为“鲜咖啡自动制售”。

“近几年,我们成功推出语音识

别智能家庭营养健康助手——雀巢小Ai。雀巢小Ai创造性地将智能语音与营养健康领域的知识和信息相结合,贴近用户需求,全面提升用户体验。”何彤说。

何彤还提到,雀巢重视通过5月底即将举办的京交会等展会宣告公司的创新产品。她认为,京交会作为推动服务业和服务贸易开放、创新、智慧、融合发展的国家级展会,为企业提供了不可多得的展示平台。“雀巢会推介雀巢咖啡商业新模式、雀巢旗下运动营养品牌肌猎高蛋白质水和雀巢小Ai智能音箱等多种创新、智能产品。”何彤说。

在开放经营30多年,何彤对中国不断开放和营商环境的改善深有感触:“这30多年来,中国开放力度越来越大,营商环境越来越好。比如,北京市朝阳区商务局和我们沟通密切,他们可以及时给我们提供困难,给予我们支持,这给我们在北京、在中国运营帮助很大。”