

金融、基建、高科技投资被看好

新加坡提高投资移民门槛对我国投资者影响几何

■ 本报记者 王煜

新加坡经济发展局3月2日宣布最新规定,收紧全球投资者计划,大幅提高投资移民门槛。新条例从3月15日起生效。据了解,新加坡于2004年推出全球投资者计划(简称GIP)。按此计划的规定,如果外籍人士的投资满足投资工具的最低投资额,并且能致力于新加坡经济发展,便可以考虑申请新加坡永久居留权。

新加坡提高投资移民门槛

此次规定的主要变化为选择投资移民方案一的申请人必须投资至少1000万新元(包括缴足资本,为原来规定的5倍)成立新的商业实体,或投资在已营运中的业务。投资者首五年永久居留期满后若要更新再入境准证,公司须雇用至少30名员工(之前无此项规定),其中至少一半必须是新加坡公民,以及10名须是新员工。通过方案二投资新加坡的申请人,须在GIP精选的基金投资2500万新元(之前规定的10倍)。选择方案三的有意设立家族理财办公室的投资者,在新条例下,申请人必须在新加坡设立资产管理规模至少2亿新元的单一家族办公室,其中至少5000万新元(之前规定的20倍)必须投资在四个类别,且须在批准函发出之日起的12个月内完成。

“投资移民增多是此次新加坡提高投资移民门槛的首要原因,而投资移民增多往往是投资增多的附带效应。”上海国际问题研究院外交政策所周边外交室主任周士新在接受《中国贸易报》记者采访时表示,近年来东南亚地区经济较有活力,去年虽然受到俄乌冲突及疫情的叠加影响,但依然取得了令世人艳羡的成绩,成为全球投资焦点。新加坡作为东南亚投资的集散地、中枢点,必然会吸引较多的投资及投资移民。新的投资移民增多,必然会产生竞争。当地宣布提高投资门槛,是竞争行为所带来的必然结果。

新加坡为何受投资者青睐?

新加坡为何如此受到投资者青睐?周士新表示,从投资环境角度看,新加坡是世界上签署自由贸易协定最多的国家之一,资本来去相对自由,是全球资本的“天堂”;从地理位置角度看,新加坡位于东南亚地理和贸易资本的中心,是东南亚国家贸易和投资枢纽,对新加坡投资有助于加强与东南亚国家之间的关系;从政治角度看,新加坡政治社会相对稳定,与中国关系友好,双方存在着与时俱进的合作伙伴关系;从文化风俗角度看,新加坡在政治文化及语言习俗等方

面与中国相近,客观上可为中国投资者在新加坡工作和生活提供较多便利。

监管方面,新加坡还拥有健全的金融监管框架。新加坡金融管理局(MAS)负责监管新加坡金融业,确保投资者免受欺诈,确保新加坡金融机构遵守国际标准和最佳实践,让投资者对金融体系充满信心。周士新分析道,对新加坡来说,投资移民门槛的提高意味着未来投资吸引的人群主要是更富裕的移民,以此提升新加坡整体的经济发展水平。然而,此举可能导致新加坡可选择的投资移民范围收窄,吸引投资移民的速度减慢,规模也会变小。应当注意的是,富裕移民并不代表高素质移民,新加坡方面依然会对富裕移民进行相应的资格审查。

投资新加坡的四个着力点

对中国投资者来说,门槛提高意味着投资者移民新加坡的难度将会增加。然而,对于较富裕的投资者来说,门槛提高带来的竞争对象减少。

展望未来,周士新认为我国投资者对新加坡的投资可以从以下几方面着手:

第一,金融投资。新加坡对国际金融管理的标准规范得到全世界

公认,也因此得到了全球投资者青睐。对新加坡的金融投资不仅能提升中国投资者应对风险的能力,而且能培养中国投资者与全球投资者之间的合作关系。

第二,基础设施建设。新加坡的基础设施建设基本上依靠来自全球的外国投资者。此外,新加坡还是东南亚其他国家在基础设施建设方面的标杆。企业在新加坡基础设施投资建设的经验,有助于在东南亚甚至更广泛的亚太地区国家进行更有竞争力的投资。

第三,高科技产业投资。新加坡不仅是以东盟为平台的东南亚国家高科技产业研发中心聚集地,而且与欧美日等发达国家建立了高科技和创新领域的合作伙伴关系。中国企业投资新加坡高科技产业,有助于其与来自全球的其他国家投资开展有序良性的竞合关系。

第四,人力资源和社会管理投资。新加坡在社会文化管理等方面的方式方法对中国具有较强的启示意义。中国近年来在老年人陪护和医疗等方面就大量借鉴了新加坡的经验教训。中国投资者对新加坡该领域的投资可以让中国在该领域的发展实现互联互通,甚至无缝衔接,也有助于其在国内开拓更广阔市场。



福建省泉州市德化县是中国三大古瓷都之一,德化白瓷是其标志性产品。连日来,当地陶瓷企业加紧生产,赶制订单,全力冲刺首季“开门红”。图为当地一家陶瓷企业生产车间的工人在忙碌。

新华社发 王旺旺 摄

明确技术需求 高效推进中加清洁技术合作

■ 本报记者 王煜

清洁能源政策和优惠政策,其新能源产业蓬勃发展。加拿大清洁技术行业涵盖生物燃料与冶炼、发电、智能电网、绿色建筑、工业节能、冶金化工、可持续交通运输、环境修复、水处理和生态农业等领域。此外,加拿大一直积极开发和运用碳捕获、利用与封存技术,拥有世界级的研究和开发中心,也在商业化方面取得一定成果。

加拿大还是国际能源署氢气和先进燃料电池倡议的创始成员、氢和燃料电池国际伙伴关系的创始成员和重要伙伴。《报告》认为,清洁技术对于我国建设美丽中国、实现双

碳目标至关重要。此外,政府持续推进生态文明建设,清洁科技逐渐成为关注重点,但由于资源禀赋特点,以及受限于清洁能源不稳定、难储存等因素,短期内我国以煤炭为主体的能源结构不会发生根本性变化。但能源转型是大势所趋。在电动车领域,中加两国开展务实合作有利于优势互补,进一步提升双方在该领域的技术水平。中国拥有领先的轻型电动车技术,而加拿大顶尖的电动车企业则侧重中型和重型汽车。双方均出台政策支持和补贴电动车发展,电动车可成为中加合作的重要领域,合作前景十分广阔。

中加两国在清洁技术领域具有很强的互补性,但中加清洁技术合作仍然面临着一系列挑战。加拿大清洁技术公司多为中小企业,因缺乏资金支持未实现商业化,且技术监管标准不一。加拿大联邦政府在其经济战略表中指出,加拿大清洁技术公司规模较小,缺乏专门的战略知识,缺乏市场信息获取渠道、初创企业软技能有限等原因,阻碍了其进入市场。其次,加拿大联邦和各省标准和监管机制不一,以及两国在清洁技术行业标准上存在差异,限制了加拿大清洁技术在中国落地。目前,加拿大联邦政府已经

成立创新监管办公室,旨在建立一个灵活高效的监管体系,解决影响清洁技术行业发展的省/地区法律法规差异化问题,扩大加拿大清洁技术市场规模。

此外,《报告》认为,在中加清洁技术合作中,技术需求和技术水平之间存在差距。中国在很多领域都需要加拿大的清洁技术来解决经济发展过程中对环境的影响,但对不同技术领域的需求程度也有所不同。因此,在推动中加两国合作时,需要在对接的过程中明确技术需求和技术差距问题,以利于高效地推进合作。

全球17家运营商发布6G白皮书

■ 本报记者 钱颜

由中国移动与沃达丰公司、美国蜂窝电信公司联合牵头的《6G需求与设计考虑》白皮书日前在全球移动网络运营商组织NGMN正式发布。白皮书由全球17家运营商、23家设备厂商、13家研究机构等53个国际单位共同参与编写。

据了解,报告聚焦于6G需求与设计考虑,旨在为国际标准组织提供指导与参考,推动国际电信联盟无线电通信组WP5D工作组制定6G愿景。

报告从运营商立场定义了6G需求,包括实现数字包容、能源效率、环境可持续性和灵活部署的演进路径等新需求,并提出6G系统架构与设计考虑。

工信部部长金壮龙曾公开表示,从5G发展过程来看,发挥政府、企业、研究机构的作用效果很好。目前正在总结推广5G经验,支持产业界组建了6G推进组,已在开展工作,要发挥超大规模市场优势和产业体系完备的优势,产学研用集中发力,加强国际合作,加快6G研发。

目前业内专家普遍认为为,6G通信能力将是5G的10倍以上,5G向6G的发展是从万物互联向万物智联不断发展的一个过程。6G将推动沉浸感更强的全息视频发展,实现物理世界、虚拟世界、人的世界三个世界的联动。6G当前还处于愿景需求形成以及关键技术研究的初期阶段,这个阶段会持续2到3年,2025年之后进入标准研究阶段。

白皮书显示,云网融合是6G网络发展的必然趋势,面向2030年,以沉浸式扩展现实、元宇宙等为代表的新业务对网络提出了更高的性能要求,以提供地面连接为主的5G SBA架构将向“泛在连接+智能感知”的新架构进行演变,同时强调了数据驱动的分布自治6G网络架构重要性。

值得注意的是,三大运营商(中国移动、中国联通、中国电信)、华为、紫光展锐、中兴通讯等通信行业企业都已经宣布进行6G相关技术的预研和储备。

此次白皮书的发布,将有望推动6G研究从需求愿景向系统设计跨越,体现了全球运营商、设备厂商和学术界共同打造全球统一标准及产业生态的决心。

国内市场正在出现新式咖啡热。今年一季度各大咖啡品牌纷纷有新举动:茶饮品牌CoCo都可宣布,自2月1日起,全国有咖啡的门店现磨美式咖啡降价至3.9元/杯,生椰拿铁降价至8.9元/杯;3月1日,瑞幸宣布开启“全球寻豆计划”,希望深入全球著名咖啡产区,把品牌供应链推进至世界核心豆源产区。

所谓新式咖啡热,“新”就新在这样几个特点:咖啡风格有明显变化,和茶等元素结合的混合咖啡流行,降低了咖啡的“苦味”,更加迎合中国消费者的口感;咖啡价格明

显降低,无论是和府捞面12元1杯的咖啡,还是一些品牌几元1杯的咖啡,林林总总的新锐咖啡品牌和跨界品牌明显将价格定得更低,和此前人们印象中一家品牌咖啡馆的一杯传统咖啡动辄三五十元甚至更贵的价格截然不同;消费群体扩大,和些年咖啡馆主要出现在一二线城市等经济较发达的地区不同,新式咖啡品牌快速下沉,将很多咖啡店开到了小城市甚至县城,再和低价一结合,吸引了更多民众成为咖啡的消费群体。

国内的这一轮新式咖啡热已明显大力搅动了池水,正在改变咖啡

市场的格局。甚至使得一些在华知名外资咖啡品牌也随之做出调整。比如某外资品牌加大下沉力度,在县城和小地方开了更多咖啡店。另有一家外资餐饮品牌,也推出了价格仅十几元一杯的低价咖啡。

新式咖啡热当然也带来了一些待破解的问题。比如到底是该坚持纯咖啡定位还是发展混合咖啡饮品?咖啡这一流行于欧美后又引入中国的饮品,被国人从了解到接受,到习惯,再到热爱,经历了较长一段时间。一些外资咖啡品牌本来的发展逻辑是想经过更长时间的用户教育和市场培

养,让中国消费者的咖啡消费能力提高,消费群体逐渐扩大,这是它们现在和未来的红利。但新式咖啡热的出现打破了这条逻辑线,让市场看到中国消费者未必一定要逐渐去适应咖啡的“苦味”,而是可以把茉莉花茶等元素和咖啡结合,做出更符合中国人口味的混合咖啡饮品。这样一来,到底是该坚持纯咖啡路线还是走混合咖啡之路就成为商家和企业要去面对的问题。

下沉和降价是新式咖啡品牌的常见做法,在这一过程中咖啡虽还没被贴上“山寨”“次货”之类的标

签,但对品质的保护不容轻视。一位在中小城市开咖啡馆的商家表示,店里18元1杯的咖啡最畅销,但店里最贵的38元1杯的抹茶燕麦拿铁真的不能再降价了,也不能再降低品质了。她坦言“知道好咖啡是什么味道,就不想再降低标准”。来自一线商家这振聋发聩的声音也是在提醒同业,下沉、降价也是有限的,新式咖啡毕竟不能以明显降低商品品质为代价去“拓展”。

正在风口上的新式咖啡热现象留给人们思考的问题其实还远不止这些,业界从总结经验教训并加以改进确有必要。

让数字技术植根于中国实体经济厚重的沃土

■ 本报记者 周东洋