

中國企業加速海外布局機遇與風險并存

包括家電等領域的中國企業要在海外設立研發機構、加強海外生產基地布局，僱傭當地高級研發人才，在更有成本優勢的國家和地區建廠，但這種投入是巨大的，也存在很大風險，需要國家進一步支持。



■ 中新社記者程景偉廣州報道

記者連日來在第116屆廣交會上採訪獲悉，在勞動力、原材料、土地、物流等成本持續上漲的背景下，不少中國外貿企業紛紛赴東南亞、非洲、南美等地設廠建倉，但在加速海外布局的過程中，機遇與風險并存。

在廣交會上，中建材國際貿易有限公司負責人楊柳表示，除了在貿易網絡平臺的建設外，該公司還建立13個海外基地，涵蓋倉儲、物流、銷售等一條龍服務，目前已在美國、俄羅斯、阿聯酋、德國、越南、印度、

印尼等國家設立海外公司，極大程度上為當地採購商提供了便利服務。

為更好地打開境外市場，河北五礦進出口股份有限公司開創貿易電商平臺，建立海外倉庫，構建網絡體系營銷平臺，使海外供應商可直接採購。

廣東佛山東鵬陶瓷從2008年開始就已在歐洲、美國、韓國等海外市場開設專賣店，設立合資公司。東鵬陶瓷董事長何新明透露，其不排除在歐洲等海外市場收購或租賃有一定影響力的品牌，以國際化的本土品牌拓展市場。

本屆廣交會首設新能源展區。

參展的漢能全球光伏應用集團面對歐美“雙反政策”（“反傾銷、反補貼”），積極尋求新出路。除了對薄膜太陽能技術進行研發升級外，漢能近年來接連收購德國企業 Solibro、美國企業 MiaSole 和 GlobalSolar 等多家光伏企業，以并購為切入點，穩步進行海外戰略布局。

家電是中國外貿出口的拳頭產品。目前一些品牌家電企業在在海外生產基地布局上成效卓著。美的在越南、埃及、拉美、印度布局五大生產基地。TCL 海外生產基地遍布歐洲、北美、泰國、墨西哥等地。

四川長虹海外戰略發展部部長王悅純稱，長虹在全球各大洲都建立了子公司、銷售隊伍和生產基地。

記者採訪了解到，到海外建廠，中國企業可以利用所在國的資源、貿易和區位等優勢，降低生產成本、規避貿易摩擦風險，但背後也潛藏着“水土不服”、產業鏈配套不成熟等問題，甚至是政治上的風險。

在連續遭遇多次反傾銷調查後，2011年底，佛山陶瓷行業擬抱團赴泰國建生產基地，但由於後期資金跟不上，加上泰國方面局勢動蕩，目前該計劃嚴重受挫。佛山陶瓷行

業協會副會長白梅稱，“我們將繼續推進陶瓷出口，重點培育自己的品牌，希望能培育出一些世界著名品牌。至於海外投資，還是要謹慎點。

青島海信國際營銷股份有限公司海外家電產品副總經理朱聯告訴中新社記者，包括家電等領域的中國企業要在海外設立研發機構、加強海外生產基地布局，僱傭當地高級研發人才，在更有成本優勢的國家和地區建廠，但這種投入是巨大的，也存在很大風險，需要國家進一步支持。

（圖為中新社記者龍宇陽攝）

跨境電商助推“中國制造”揚帆海外

■ 程景偉 / 文

“把中國最優質的商品通過亞馬遜、eBay等互聯網平臺直銷全球。”隨着中國外貿增速放緩，進入“新常態”，跨境電商等外貿新業態的崛起，為“中國制造”繼續掘金全球注入新動力。

通過跨境電商模式，一件商品從中國工廠生產出來後，直接銷售給海外的零售商甚至是終端消費者，減少中間環節，降低成本並提高了效率。

跨境電商成為中國外貿企業尋求海外商機的新選擇，這在廣州市正舉行的第116屆廣交會上可窺一斑。

“國家最近出臺了一系列支持跨境電商的政策，我們看到了希望，重啟電商跨境貿易。”多年參展廣交會的福建德藝集團負責人趙芳鈺表示，早在多年前，其公司就試水通過電商平臺出口貨物，由於經驗不足、重視度不夠，當時效果並不顯著。

這位老廣交說，如今中國外貿“賺錢易”的時代已經過去，有着利好政策支撐的跨境電商是可以依靠的新抓手，“我們不能再錯過這



麼好的機會”。其公司已經成立跨境電商團隊，期待在國際互聯網商潮中分得一杯羹。

近年來，中國政府關於跨境電商的政策陸續出臺，包括“國六條”明確通過海關、質檢、稅收、外匯、支付和信用等六項措施支持跨境電商發展；財政部、國稅總局聯合發布通知，明確跨境電商零售出口稅收優惠政策；國務院發布《關於支持外貿穩定增長的若干意見》，鼓勵中國企業在海外設立批發展示中

心、“海外倉”等各類國際營銷網絡等；跨境電商還納入了中國海關監管。

河北五礦集團積極開創貿易電商平臺，建立海外倉庫，構建網絡體系營銷平臺，使海外供應商可直接採購，提高了回款速度，並加快對外貿易節奏。“阿裏巴巴的出現對傳統貿易公司是挑戰，逃避是不可能的，應該正面積極應對。”河北五礦負責人李世江在廣交會上如是說。

作為中國最大規模的外貿展會，廣交會也順應了跨境電商的發展趨勢。本屆廣交會上，廣交會電商公司攜手微軟公司推出 Skype 合作計劃，利用廣交會電商在外貿領域的資源優勢以及 Skype 在即時溝通工具領域的技術優勢，搭建全球採購商與中國企業雙方更便捷交流平臺。

在本屆廣交會舉辦的“廣貨通天下—跨境電商（出口）群英薈”上，亞馬遜、eBay、蘭亭集勢等跨境電商行業領頭羊紛紛亮相，Facebook、

Google 等互聯網巨頭現身分享社交營銷，共同探討如何深度挖掘歐美，以及俄羅斯等新興市場，探尋跨境貿易新商機。

據統計，2013年中國跨境電商交易額為2.7萬億元人民幣，增長28.8%；2014年上半年，跨境電商進出口增速超過30%，跨境電商正創造着外貿新的增長點。目前，中國境內通過各類平臺開展跨境電商業務的外貿企業已超過20萬家，平臺企業超過5000家。

中國各地也紛紛出臺一系列提振、扶持跨境電商的政策，推動着這一外貿新模式的發展。據透露，中國外貿第一大省廣東正研究出臺《關於加快跨境電子商務發展的意見》。廣東省商務廳相關負責人表示，廣東高度重視跨境電子商務的發展，將其作為實現外貿轉型升級的重要抓手。

在外貿“新常態”下，跨境電商助推“中國制造”繼續揚帆海外市場。業內專家指出，可以預見的是，跨境電商將進一步發揮“中國制造”的產品優勢，促進“中國制造”向“中國營銷”和“中國創造”加速轉變。

（配圖原載吉達通網）