

·微博声音·



■史玉柱

如果企业获得10亿元资金,欧美企业多会存入银行做现金储备;中国企业会再贷40亿元,立马投资掉。欧美企业及中国赴美上市公司,多无贷款及大量现金储备;国内上市公司大多高负债(央企例外)。这是企业家习惯和商机多寡所导致。第一代企业家退出舞台前不会改变,10年内贷款仍将是紧俏商品(哪怕利率市场化)。——巨人网络董事长兼CEO

网友评论

北京市博思创新商贸中心:这是国情决定的。中国是从一穷二白起步的,中国企业家多是白手起家,不贷款没有资金,没有资金就没法上大项目,不上大项目发展哪能这么快?



■王冠群

消费者没有天生的消费习惯。消费习惯都是被强势品牌培养出来的。中国人不是天生爱吃红烧牛肉面,是康师傅的数年强势引导造成消费者条件反射式的消费习惯。如果你足够强大,敢于挑战一下,就会发现有些貌似强大的东西其实很脆弱。统一老坛酸菜给我们上了很好的一课。——亚特兰食品董事总经理

网友评论

阳光洒身上的微博:应该说强势品牌善于发掘、引导消费习惯。



■李东生

去年的食品安全问题频发,让百姓很失望。相比经济的飞快发展,食品生产者的道德与自律却不断下滑。食品生产者及企业应该担负起食品安全的社会责任,其解决之道首先是企业要严格执行安全标准。中国食品行业正在面临考验。——TCL集团董事长

网友评论

魏其祥:吃、穿、用、住、精神文化等,没有一个是不亮红灯的。栏目主持:高立萍 图片为资料图片

民营油企海外投资提速

专家称要做的功课还很多

在过去的2011年,受国际地缘政治的影响,中东、北非主要油气富集区发生剧烈震荡。在世界经济复苏前景不明朗的大形势下,中国石油企业海外“寻油”的风险加大。对资金、经验、政策支持等方面尤为欠缺的中国民营油企来说,海外投资的风险尤甚。

海外投资步伐加快

上周,作为油田技术综合服务供应商的杰瑞股份发布公告表示,为延伸公司油气产业链,拟对加拿大油田开发项目投资3000万美元(约合1.9亿元人民币)。杰瑞股份还表示,在加拿大开展油田开发业务是国际化的步骤之一。成功实施油田开发产业后,对公司把握油气行业发展趋势、掌握油田开发和服务的先进技术、加深国际企业交流和技术融合有着积极和深远意义。

此外,今年1月,广汇股份也发布公告称,为继续扩大在石油、天然气行业上游拥有的资源量,为将来成为国际化能源公司奠定坚实基础,拟以总计2亿美元认购哈萨克斯坦共和国阿尔加里海天然气有限公司的股东增发新股,从而间接拥有南

依玛谢夫油气区块51%的权益。

杰瑞股份和广汇股份成为国内除中石化、中石油等“中”字头企业之外,少数进入海外石油开采领域的民营上市公司。

民营油企
海外合作领域单一

近几年,虽然我国民营油企的海外油气合作已经取得了较大进展,但与国有油企相比,民营油企的海外投资领域还比较单一,目前主要集中在上游油气资源的勘探和开发领域。

对此,中投顾问能源行业研究员任浩宁认为,一方面是国内油品市场垄断,其油源受制于国内极大型巨头,国内民营油企不得不走出国门,积极寻找海外的油气资源;另一方面是由于在海外进行油气资源的勘探开

发相对简单,因为在海外建设油品销售网络较为复杂且成本较大,而建设炼厂则需要雄厚的资金和技术实力。

据了解,烟台杰瑞石油服务集团股份有限公司成立于1999年,已经发展成为集油田/矿山进口专用设备改造及配件销售、油田专用设备制造、岩屑回注服务于一体的多元化民营股份制企业集团。因此,作为油田技术综合服务供应商的杰瑞,在加拿大的此番投资仅从事油田开发就是很好的例证。

民营企业面临风险更大

虽然安全与地缘政治风险仍将是海外油气合作的最大挑战,但国有油企具有比民营油企更大的优势。它们凭借雄厚的资本支撑和强有力的政府政策支持,正在稳步推进海外油气合作,合作领域也在向下游延

伸,并取得不俗的成绩。如中石油已经正式完成了对欧洲2座炼厂的收购;中石化以45亿美元参股红海2000万吨炼厂项目。

与国有油企相比,民营油企海外投资除了要面对安全与地缘政治风险之外,可能还会面对法律、金融等风险。要规避这些风险,不仅需要政府的支持,而且民营油企本身需要做的“功课”也很多。

任浩宁表示,中国民营油企海外投资要规避这些风险,相关企业不仅需要合理规划企业自身发展的战略目标,明确自己的投资方向和确定投资区域,同时也要精通当地的产业政策及法律法规。而国内相关部门则要继续放开民营油企的海外投资准入门槛,并出台相应的鼓励配套政策,以支持民营油企进行海外投资。

不过,相对于国企,民营油企海外投资也有自己的优势。“由于民营油企的内部机制灵活、决策速度较快,在机会来临的时候比较容易把握,而且民营油企没有政治背景,其他国家对其接纳程度相对较高。”任浩宁说。

商报记者 高立萍

(上接B1版)

出海的困惑:中国企业提问外交官

企业提问3

天时集团代表:

天时集团2008年在越南投资建厂,2009年竣工投入使用。目前,我们正在俄罗斯和白俄罗斯进行项目评估,接下来

还要在美洲,主要是哥伦比亚和墨西哥展开前期的调研,目的也是为了投资建厂。想请教一下,在安全风险控制方面有没有具体的建议?

专家作答

华黎明:中国企业走出去的风险更多地来自于自身的原因,主要是企业的国际化经营能力普遍不足和国际化人才的短缺,企业的管理层对国外的法律环境、经营环境往往不熟悉。

客观方面,现在中国企业走出去的很多地方是社会风险、政治风险很大的地区,所以企业必须头脑清醒、战略明确、知己知彼,对自身的优劣和国内国际大环境有清醒的认识。不仅要进行文化的整合,还要尊重企业自身的发展规律。走出去是企业走出去,而不是政府走出去,更不是国家走出去。此外,还要融入深刻变化的世界格局。

龙永图:对外投资风险的评估首先是宏观和外交的整体风险入手,应由外交部门、商务部门和研究地域问题的专家来进行整体评估。

在经济全球化的大趋势下,国家相互之间的投资会越来越多,即便是政治上不好,或者某一段时间政府在政治问题上有分歧的国家,也没必要有太多的顾虑。核心问题是自己的项目准备得怎么样,对于当地的法律环境、商业环境、文化研究得怎么样。把走出去的商业投资作为一个商业行为来看,而不是一个政治行为,不要把它完全做一个外交行为。

企业提问4

中国同源公司代表:

同源在深圳建立了一个中国丝绸文化产业园,得到了商务部、文化部的关注和大力支持。为了配合国家政策,推

动中国由丝绸大国向世界丝绸强国转变,各位能否在实现中国丝绸产业的国际化战略方面给我们提供一些宝贵建议和指点?

专家作答

孙永福:中国是丝绸生产大国,但是利润很薄,关键还是在技术方面,面临着国外很多竞争。目前身陷危机的意大利,是世界上丝绸印染最领先的地方,引领着全球丝绸印染的技术。一条爱马仕领带比国产的领带价格高出10倍还要多,差别在哪儿呢?主要是品牌。因为它已经是世界级的品牌,它是有价值和技术含量的。之所以那么多高端商务人士认可这个品牌,说明它的技术是领先的。中国企业如果要往前走的话,可以探讨一下跟意大利企业合作的可能性。我们有产量没有品牌,而意大利有技术和品牌,我觉得实现共赢,双方可能都有需求。

太平洋岛国论坛驻华贸易代表:中国的丝绸和中国的文化密不可分。我认为,丝绸不仅仅是文化,也是一种思维方式。实际上,中国丝绸产品的质量非常好,和意大利产品相比缺少的就是品牌。当去销售丝绸产品的时候,你应该想到的是,你销售的不仅仅是丝绸产品,而是文化和一种时尚。我觉得,中国的丝绸企业面临着巨大的机遇,应该从一个文化的角度来看。如果你从时尚的角度来看这些丝绸产品的话,那你的思维方式就不一样了,你会有更高的一个回报。所以,这还是要归结到要改变思维模式,你卖的是中国文化和时尚。

