

“一带一路”背景下沈阳市企业“走出去”的风险与对策

李学锋¹, 宋丽娟², 王正勇³

(1. 沈阳建筑大学国际学院, 辽宁 沈阳 110168; 2. 沈阳建筑大学管理学院, 辽宁 沈阳 110168;
3. 沈阳建筑大学审计处, 辽宁 沈阳 110168)

摘要:“一带一路”是习近平主席为我国新形势下的发展提出的倡议,与“走出去”战略相得益彰。根据近几年我国“一带一路”的发展现状,以“走出去”企业的特征为切入点,通过调研沈阳市企业“走出去”遇到的困境,分析沈阳市企业“走出去”的影响因素,为提升沈阳市企业“走出去”的市场竞争力给出相应的建议。

关键词:“一带一路”;企业;“走出去”;措施

中图分类号:F125

文献标志码:A

2013年,习近平主席提出了“一带一路”倡议。2015年3月28日,国家发展改革委、外交部、商务部联合发布了《推动共建丝绸之路经济带和21世纪海上丝绸之路的愿景与行动》,从背景、原则、思路、重点、机制、各地开放姿态、行动和美好未来等方面进行统筹规划。我国“一带一路”倡议与“走出去”战略珠联璧合,一方的蓬勃发展必然促进另一方的蒸蒸日上,共同促进新时代背景下我国对外开放格局的构建^[1]。

一、“走出去”战略发展现状

根据联合国贸易和发展会议发布的《2019年世界贸易投资报告》中的数据,我国继续保持发展中国家群体中体量最大的对外投资国的地位。这说明我国企业投资者已把眼光放在国外,进行全球范围内的经济投资活动,且取得了可喜的成绩。据统计,2019年1—9月,我国企业在“一带一路”沿线对

56个国家非金融类直接投资100.4亿美元,占同期投资总额的12.4%。“一带一路”倡议在我国初有成效,促进了我国经济发展,也是我国沟通世界、加强合作共赢的重要途径,更是推动全球化进程的切实行动。但是,受美国税改政策以及部分经济体加强外资项目审查政策的影响,中国2018年全球外国直接投资总额为1.3万亿美元,较2017年减少了13%,连续3年出现下滑。随着我国市场经济的不断发展,劳动力、产能呈现过饱和状态,生产力的发展带来的资源消耗也很大,急需我国企业“走出去”,拓宽国外市场。

二、“一带一路”背景下企业“走出去”特征

1. 行业分布多元化

根据全球化智库(Center for China and Globalization, CCG)的统计数据,2017年,中国企业“走出去”的投资行业分布呈多元化

发展格局,海外投资行业涉及制造业,信息传输、计算机服务、软件行业,房地产业,文化、体育、娱乐业,金融业等多个行业,制造业仍

是对外投资重点行业,占 40%,信息行业排名第二,占 15%,其余行业相对分散,占比均在 10% 以内(见图 1)。

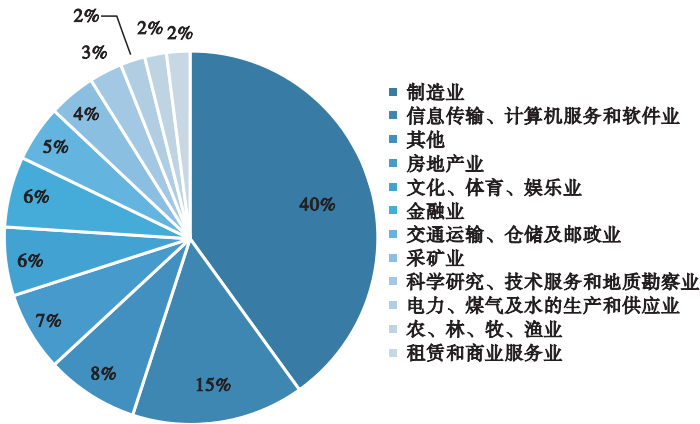


图 1 2017 年中国企业对外投资行业分布

2. 对外投资规模不断扩大

我国对外投资在投资金额、营业额、劳务人员等方面规模不断扩大。据统计,2019 年 1—10 月,我国境内投资累计实现投资 904.6 亿美元,以人民币计同比增长 5.9%;对外承包工程完成营业额 1 155.1 亿美元,新签合同额 1 766.8 亿美元,同比增长 5%;对外劳务合作派出各类劳务人员 39.3 万人,比 2018 年同期增加 0.1 万人,10 月末,在外各类劳务人员 101.2 万人,比 2018 年同期增加 1.9 万人。

三、沈阳企业走出国门的 SWOT 分析

1. 优势分析 (Strengths)

沈阳是东北地区的核心城市,是“一带一路”东北区域的对外开放窗口。首先,沈阳企业可利用其所处的区域优势,重点构建中亚、南亚、西亚和俄罗斯等地区和国家合作平台。其次,沈阳在装备制造业、机器人等产业具有领先优势,其产业基础可为沈阳企业“走出去”提供重要动能。最后,国家和地方出台了一系列关于东北振兴、产业升级、推进对外贸易等政策,为沈阳企业“走出去”创造了良好的政策环境及发展动能。

2. 劣势分析 (Weaknesses)

首先,沈阳企业的规模和数量较沿海发达城市仍有较大差距,提升空间较大。其次,

沈阳企业在技术革新、企业管理模式等方面仍有很多不足,其企业核心竞争力仍有待提高。同时,金融政策的支持力度不够,整体金融环境较差,沈阳企业融资渠道有限、缺少资金支持,对“走出去”形成了制约。最后,虽然目前沈阳“走出去”的领域逐渐扩大,但是部分产品缺乏核心技术与自主品牌,国际竞争力有待提升。

3. 机会分析 (Opportunities)

在“一带一路”倡议的背景下,沈阳企业“走出去”得到了推动。从国外机遇来看,“一带一路”沿线国家较多是正在进行工业化改革的发展中国家,沈阳的装备制造等优势产业在这些国家具有较大需求。目前,沈阳正加大力度建设国际物流中心,物流业的快速发展也为沈阳企业“走出去”提供了通道。

4. 威胁分析 (Threats)

随着经济全球化的发展,国际市场竞争日益激烈,沈阳企业因创新力、竞争力等存在不足,在国际市场竞争中存在一定的难度。沈阳企业“走出去”面临一定的风险,包括政治风险、文化认同风险、法律风险、风俗习惯风险等,给“走出去”带来了巨大挑战。

近年来,依托“一带一路”倡议,沈阳市企业也初步形成了“走出去”格局,但是,2019 年 1—10 月,沈阳市进出口总额有上升

也有下降,呈现不稳定状态,总体来说,10月比1月进出口额低。2012—2017年,主要外资在沈直接投资金额逐年减少,跌幅较大。

四、沈阳市企业“走出去”的困境

1. 沿线国家各类风险不明晰

“一带一路”倡议是史上最大的经济发展计划,截至2019年10月底,中国已经与137个国家和30个国际组织签署了197份共建“一带一路”合作文件,覆盖65%的人口、75%的能源、40%的GDP。沿线国家众多,各个国家政治、法律、文化认同、风俗习惯、经济等有较明显的差异,沈阳市企业“走出去”存在诸多风险,使得沈阳市企业“走出去”时对各个东道主国家的风险识别有较高要求,规避风险指数高的投资有一定的难度。

2. 政策性金融支持力度不够

与发达国家的融资体系相比,我国无论是国家层面还是地方层面,政策支持体系不完善,企业在“走出去”的过程中对政府资金利用率不高,也没有吸纳足够多的资金^[2]。截至2018年,与“一带一路”相关的国际性基金仅有23只,合计规模超过1万亿人民币。虽然“一带一路”基金数额很庞大,但是沈阳市企业却并未参与到基金项目中,国家对于沈阳市企业“走出去”的财政扶持力度不够(见表1)。

表1 国内地方性基金规模

省区	基金数量/只	基金规模/亿元
广东	18	302.50
新疆	5	88.50
北京	4	1 630.25
陕西	4	306.00
江苏	4	233.80
上海	2	66.00
浙江	2	41.00
宁夏	2	30.50
山东	2	30.00
福建	2	8.50
天津	1	200.00
河南	1	100.00
西藏	1	20.00
甘肃	1	10.00
河北	1	8.50
四川	1	5.00
河南	1	1.00

通过调查发现,沈阳市大部分企业都提出了东道国和我国现金管理出现信息不对称、中国商业性银行提供的资金使用成本高、融资渠道有限、外汇及输出超出需求等问题。

3. 企业“走出去”创新不足

我国企业在“走出去”的过程中缺少自身的品牌特色,国际竞争力不足。企业创新不足有诸多原因,由调研结果(见图2)可知,沈阳市大部分企业认为缺少资金支持、跨国公司技术垄断是企业创新能力不足的重要原因。缺少资金支持也从侧面说明沈阳企业“走出去”过程中缺乏海外投资管理经验,没有吸纳足够多的资金。同时,大量的重复投资、错误投资导致企业缺少创新资金支撑,在培养创新型人才、制定创新型管理制度、引进国外先进技术层面出现资金短缺的现象。企业“走出去”道路的创新方面困难重重,“走到哪里”“如何走出去”成为沈阳市企业“走出去”过程中亟待解决的问题^[3]。

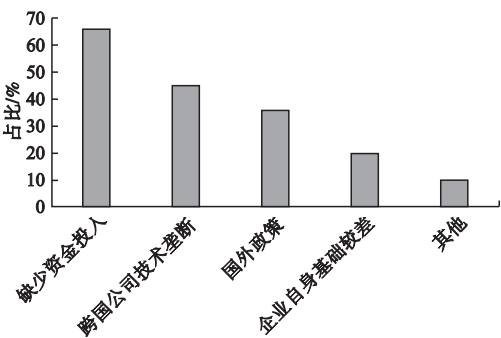


图2 沈阳市企业“走出去”创新不足原因占比

4. 缺少复合型管理人才

调研发现,大部分企业缺少既懂专业知识又熟悉海外管理、法律法规、经济环境、风俗习惯、地方语言的高级人才和具有海外工作经验的复合型人才^[4]。高级管理人才的缺失使得公司缺少国际化发展眼光与长远目标打算,导致海外投资决策只注重眼前效益、捡小扔大等错误屡屡发生,降低了沈阳市企业对外投资效率,削弱了其国际竞争能力。特别是民营企业创始人在企业中拥有绝对的话语权,缺少相应的专业性协同管理人员,在公司“走出去”决策的过程中,易做出不科学、不合理的决策,致使企业投资失败。在雇

佣人员方面,由于企业缺少聘用前员工心理测试,使得很多员工在被录用后出国工作时由于心理承受能力不足出现心理危机,而导致不能正常工作,影响公司效益。

五、沈阳市企业“走出去”的策略

1. 创建完备的信息服务平台

沈阳市企业“走出去”时要准确识别各个东道主的风险有较高的难度。因而需要创建一个完备的信息服务平台,根据各国国情差异,通过平台收集、整合完备的信息,努力做到信息公开化、科学化、及时化、有效化。同时,要提供相应的咨询服务,以此引导企业避免风险指数高的投资,使企业投资决策更加科学合理,提高投资收益率,促进经济蓬勃发展^[5]。

同时,运用信息共享平台能解决政府、企业之间信息不对称的问题,促进双方进行有效交流。有助于政府真正了解企业需求,更好地为企业提供更针对性的服务;企业也可以真正了解国家相关政策,在政策范围内有的放矢地进行对外投资;企业与企业之间也可以通过交流,互相分享企业“走出去”的经验教训,将“走出去”的道路拓宽,在“走出去”的道路上越走越远^[6]。

2. 提高企业“走出去”创新能力

政府应该加大对企业“走出去”的财政支持,加大创新奖励力度,鼓励、引导企业进行创新活动,创新现有的公司管理制度、经营模式、对外投资方式等,创立国际化品牌,提高企业国际市场开拓、经营、收益能力,加强企业核心竞争力。

企业应积极培养具有创新能力的人才,要提高其薪资水平,为创新型人才提供充足的保障,更要做到留住人才,毕竟人才是企业发展的中坚力量^[7]。同时,企业要为员工提供丰富多元的创新能力培训机会,鼓励员工参与交流会等活动,提高员工创新意识与创新能力。要在企业经营管理的探索过程中,探索一种适合于“走出去”的创新发展模式,并随国际市场的变化而迅速反应,随时更新发展

模式,及时维护企业自身利益。

3. 培养具有国际化视野的人才

针对沈阳市企业“走出去”过程中的人才短缺难题,政府需要加大留学生来华、出国留学政策支持力度,增加国内学生出国留学、实践的机会,培养一批国际化人才。充分挖掘本土学生、留学生、华侨中了解各个国家政治、法律、文化认同、风俗习惯、经济等的复合型人才,利用各种教育资源做好国际化人才储备工作,建立国际化人才库。

企业要加强员工国际化方面的培训,提高员工境外服务能力。还要规范企业招聘模式,加强对员工的心理测试。通过录用前的心理测试情况优先录取心理承受能力、适应力强的员工,可规避因员工心理危机带来的问题。在日常工作中,也要加强员工心理辅导,通过积极沟通调解,增加心理干预,及时处理员工家庭、工作等原因引发的心理危机^[8-10]。

4. 加大优势产业战略和政策布局

沈阳“走出去”和“请进来”涉及领域集中于制造业。纵观近年沈阳市出台的产业规划相关政策,高新技术制造业及战略新兴产业是沈阳市未来重点培育、规划的产业,包括装备制造、民用航空、先进轨道交通装备、电力装备、机械装备、现代建筑产业及专用设备、高档数控机床、机器人、人工智能、大数据产业等。这些领域也展示出沈阳目前产业的优势竞争力。

在沈阳企业“走出去”策略中,可更加注重优势产业或领域的培育,加大对优势行业的支持力度;加强该领域中企业与行业之间的合作,形成“走出去”战略联盟,使企业强强联手,做大做强优势产业,形成优势产业集群,提高企业的核心竞争力。同时,利用东北老工业基地的优势,加快制造业结构创新,打造优势产品,并依据“走出去”和“请进来”的重点投资领域,双向提高沈阳产业竞争力。另外,在“走出去”战略中,需结合沈阳的产业优势,重点筛选优势产业,将其作为“走出去”的重点工作之一,提升沈阳产品在海外

的知名度和影响力,从优势产业入手,逐渐带动其他产业共同走出国门。

六、结 语

“一带一路”背景下沈阳市企业“走出去”初见成效,不仅提高了企业自身经营管理水平,而且促进了国与国之间的贸易交流,进而实现了合作共赢。当前,沈阳市企业“走出去”面临众多困难与挑战,笔者通过调查研究积极提出改进意见,希望能够有效推动沈阳市企业“走出去”,提高其国际竞争力,同时也为各个地区企业“走出去”的发展提供参考和借鉴。

参考文献:

[1] 姜果果. “一带一路”企业的海外企业管理面临的问题和发展方向[J]. 商场现代化,2016(18):84-85.

[2] 李猛. “一带一路”中我国企业海外投资风险的法律防范及争端解决[J]. 中国流通经济,2018,32(8):109-118.

[3] 梁志兵. 企业参与“一带一路”金融支持[J]. 中国金融,2017(9):62-63.

[4] 李姗姗. 试论基于“一带一路”背景下的企业管理方略[J]. 现代营销(下旬刊),2018(5):121-122.

[5] DENG T T,MA C X,WU L W. A study on the cooperative mechanism of the Belt and Road Initiative from the perspective of new regionalism[J]. Contemporary social sciences,2018(1):51-70.

[6] 辜胜阻,吴沁沁,庄芹芹. 推动“一带一路”建设与企业“走出去”的对策思考[J]. 经济纵横,2017(2):18-25.

[7] 夏梅英. “一带一路”背景下中国企业如何走出去[J]. 科技经济导刊,2019,27(3):205-206.

[8] 李贤森. “一带一路”倡议下中国企业“走出去”的战略风险及法律应对[J]. 现代科学管理,2019(6):39-41.

[9] 郭敏,李晓峰,程健. “一带一路”建设中中国企业“走出去”面临的风险与应对措施[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版),2019,49(6):88-93.

[10] 郑雪平,鲁炜中. “一带一路”倡议下加快企业“走出去”的基本思路[J]. 河北大学学报(哲学社会科学版),2019,44(2):87-93.

Risks and Countermeasures of “Going to the World Market” for Shenyang Enterprises under “One Belt and One Road” Background

LI Xuefeng¹, SONG Lijuan², WANG Zhengyong³

(1. International School, Shenyang Jianzhu University, Shenyang 110168, China; 2. School of Management, Shenyang Jianzhu University, Shenyang 110168, China; 3. Audit Department, Shenyang Jianzhu University, Shenyang 110168, China)

Abstract: “One belt and one road” is initially proposed by President Xi for China’s development under the new situation, which is complementary to the “going to the world market” strategy. According to the “one belt and one road” development status in the past few years, taking the characteristics of enterprises “going to the world market” in Shenyang as the breakthrough point, through investigating the difficulties and challenges, this paper analyzes the influencing factors of “going to the world market” enterprises, and puts forward corresponding suggestions for improving their market competitiveness of “going to the world market” in Shenyang enterprises.

Key words: “One Belt and One Road”; enterprise; “going to the world market”; measures
(责任编辑:郝雪 英文审校:林昊)