

寰宇漫笔

翁东辉

# 打破樊篱才能共同发展

日前,欧盟委员会公布了旨在加强欧盟经济安全的一揽子计划。该计划提出5项措施,如加强对外国直接投资监管、协调成员国出口管制、加强军民两用物项出口监管、提高研究安全性以及控制敏感技术外流。当今世界多重挑战和危机交织叠加,世界经济复苏艰难,地缘政治冲突愈演愈烈,意图加强一国或一个地区的经济社会和政治安全无可非议。但是,如果仅仅是出于狭隘的“去风险”政治目的,迎合汹涌的极右民粹浪潮而推行单边保护主义,其结果只能是损人不利己,无益于相互合作共同发展。

欧盟委员会主席冯德莱恩在解释计划草案时说,面对“深刻的地缘政治动荡和快速的技术转变”,欧盟必须降低贸易和投资的安全风险。该计划提出了一种全面的方法,以加强欧盟的政策工具箱,用以减轻相关安全风险。

欧盟有关加强经济安全的计划已经上升到战略层面,是一项较为全面的系统性工程。具体表现为:

一是试图统一规则。欧委会希望为所有成员国制定一套共同的最低监管标准,目的是在整个欧盟建立一个联合体系。即要求成员国建立并扩大现有外国投资审查机制,包括由外国实体直接或间接控制的可能影响公共秩序和安全的投资。同时,还要加强成员国之间的信息共享,改善各成员国相互通报相关投资的机制。这意味着,即使一个成员国批准了特定的外国直接投资,另一个成员国也能够通过欧盟的协调机制对其进行审查。

二是扩大敏感技术投资范围。所谓敏感技术,包括交通、能源和通信网络,以及与经济安全相关的其他技术、材料和研究项目。计划同时要求欧盟成员国检查欧洲公司的海外投资,以防敏感技术的转让。有分析认为,欧盟今后将收紧对太阳能和风能技术、电动汽车以及非欧盟投资的半导体等领域的外来投资,将对中国在这些行业的投资产生重大影响。

三是建立新平台。欧盟计划建立一个新的平台,用以支持关键和新兴的战略

技术,以提高欧盟的竞争力和供应链安全。欧盟将鼓励吸引更多投资来确保欧盟在关键技术方面的领导地位,特别是涉及量子计算、半导体、人工智能、6G、生物技术和机器人技术等。欧盟成员国将对优先技术进行集体评估,并确定相关的保护和促进措施。

显然,欧盟试图通过关紧门户和提高门槛来保护区域市场,排斥外来竞争。一个传统上推崇自由竞争和自由贸易的欧洲,如何变得越来越不自信,一步步迈向僵化的保护主义?其原因也许是逆全球化风潮渐起,欧盟的立场态度跟随美国而转变,看待和处理问题的角度也发生了变化。甚至连欧洲央行行长拉加德在世界经济论坛上提出警告,欧盟国家不应在与其他国家的关系中只强调“安全”而忽略“效率”。

欧盟近年来一直酝酿强化外资监管,一些成员国在否决中国企业在欧洲的投资和并购计划时特别“积极”,其背后有着不可告人的目的。事实上,中欧经济高度互补,产业链紧密结合。中国商会和商业

咨询公司罗兰贝格进行的一项调查显示,在接受调查的公司中有73%表示,他们的运营受到“去风险”政策的负面影响。尽管如此,仍有83%的受访企业希望扩大在欧洲的业务。欧洲商界则普遍担心,“去风险”会损害他们在中国市场的利益,希望欧盟的政策制定者能听取商界的呼声,而不是美国的游说。

从目前情况看,欧盟的“去风险”战略已经对中欧关系产生了阻碍。欧盟片面强调加强经济安全,问题是在实际操作中如何平衡经济与安全?特别是在保护主义盛行的今天,欧洲必须思考如何坚定其全球化和自由经济领导者的定位,从而发挥重要作用。中国高度重视与欧盟的关系。中欧之间需要不断通过对话和交流来促进合作、减少分歧。中欧双方应共同遵守自由贸易、公平竞争、开放合作等市场经济的基本准则,遵守世贸组织规则,共同维护来之不易的全球化投资和贸易环境。

只有打破樊篱,中欧才能获得更大更好的共同发展空间。

1月30日,中国贸促会发布《2023年第四季度中国外商营商环境调研报告》显示,该季度受访外资企业对中国营商环境满意度持续提升,所有指标“满意”及以上评价占比均较三季度有所提升。

《报告》显示,对“获取经营场所”“市政公用基础设施报装”“办理结业手续”“跨境贸易”“市场准入”“纳税”“解决商业纠纷”等指标评价“满意”及以上的企业占比超90%;从市场预期看,近70%受访外资企业仍看好未来5年中国市场情况,环比上升约1.8个百分点,认为中国市场吸引力有所上升或持平的受访外资企业占比超90%;从经营情况看,超90%的受访外资企业预期未来5年在华投资利润率将持平或有所提高,环比上升约5.8个百分点,有在华增资意向的企业环比上升约4.5个百分点。

据介绍,2023年第四季度,中国贸促会对近600家外资企业开展调研,68%的受访外资企业是中小微企业,65%的企业在华产业布局集中在加工制造环节。《2023年第四季度中国外商营商环境调研报告》在此基础上编制完成。

中国贸促会新闻发言人杨帆表示,综合全年调查数据看,八成以上受访外资企业对2023年中国营商环境评价为“满意”以上,九成以上认为中国市场富有吸引力,近七成看好未来5年中国市场前景。“这说明,中国经济稳中向好、长期向好的基本面没有改变,中国市场对外资的“磁吸力”将越来越强。”

在当天举行的例行新闻发布会上,中国贸促会还发布了《2023年度中国营商环境研究报告》。报告显示,2023年,近九成受访企业对营商环境评价为“满意”及以上,受访企业对中国营商环境总体评价为4.36分(满分5分)。

报告显示,从经营与投资情况看,“利用本地资源”和“建立生产基地”是企业新投资设厂的主要原因;超七成受访企业收入持平或增长,其中近八成受访高新技术企业实现收入持平或增长。

《报告》显示,2023年中国营商环境建设成就主要体现在政府转职能效能持续提升、财税服务进一步提质增效、开放型经济体制加快形成、基础设施建设不断完善等方面。

“打造市场化、法治化、国际化的营商环境,是进一步稳定社会预期、提振发展信心、激发市场活力的重要举措。”杨帆表示,近年来,各地区、各部门不断加大营商环境重点领域改革力度,中国营商环境持续优化改善。

杨帆表示,对比历年《报告》数据,2019年至2023年,受访企业对中国营商环境的评价总体呈上升趋势,评价提高0.06分(总分为5分);从分项指标看,受访企业对10个指标评价有所提高,其中科技创新、基础设施、人力资源指标评价显著提升,5年来分别提升0.13分、0.12分和0.11分;从区域看,受访企业对西部地区营商环境评价提升最快,5年来提升0.27分;从行业看,受访高新技术产业、服务业企业获得感最强,5年来分别提升0.09分和0.13分。

本报记者

朱琳

显示

# 中企拓展海外业务需理解市场差异

——访罗盛咨询首席执行官艾康鑫

本报记者 袁勇

近年来,越来越多中国企业走向海外市场,拓展海外业务,发展成为跨国公司。罗盛咨询首席执行官艾康鑫(Constantine Alexandrakis)在接受经济日报记者书面采访时表示,走向海外市场对中国企业的管理、业务等都提出了新要求,企业需要理解不同市场的差异并进行相应变革。

艾康鑫表示,中国企业在走向海外市场的过程中,企业负责人需要理解国内外市场在工作机制、商业文化、地方治理、内外认知等方面的不同。

“工作机制差异包括当地企业和领导

者如何进行决策等,每个国家的情况都有所不同;商业文化差异包括海外市场的典型商业环境是怎样的、公司内部是如何沟通的、当地企业内部协作方式是怎样的;地方治理差异指当地的治理情况如何,与中国相比有何差异;内外认知差异包括公司在当地市场声誉如何,如何主动解决相关问题;等等。”艾康鑫说。

构建高质量的国际团队,是企业更好开拓海外市场的重要基础。艾康鑫认为,中国企业在构建国际团队时,应做好以下几方面的工作:国内母公司决策层应明确阶段目标,针对当地市场具体

情况设计相应的组织架构和关键岗位;国内母公司与海外分支机构要建立有效可持续的沟通机制;尊重当地员工的文化和工作习惯;鼓励建设性冲突,增强团队沟通。

艾康鑫说:“如果公司处于国际化早期阶段,可以从国内派高管赴海外负责国际业务。随着海外业务增长,外派高管和本地人才相结合的管理模式更具优势。本地高管通常对当地市场、文化和商业实践有更深入的了解,还拥有丰富的人际关系网络,更容易与利益相关方进行沟通,帮助中国企业更好地了解当地法规政策,确

保合规运营。”

艾康鑫还表示,随着中国企业走向世界,迫切需要实现人力资源战略的专业化。薪酬、福利、职业发展、员工关系、绩效管理以及企业文化都需要协调和同步,为员工打造具有吸引力的职业价值。培育包容的企业文化也非常重要。

近年来,全球地缘政治动荡加剧、人工智能等新技术发展迅速,都给跨国公司运营带来了挑战。艾康鑫表示,面对外部挑战,跨国公司高管的领导能力尤为重要,领导者需要展现高度韧性,保持战略定力,始终专注于企业的发展目标。在环境发生变化时,还要保持敏捷应变的能力,快速进行战略调整,确保组织战略有效推进与落实。

“例如,面对人工智能技术的迅速崛起,企业高管既要技术发展持开放态度,也要对相关风险保持警惕,进行适度的风险管控。企业高管还要考虑如何利用技术优化每一个业务流程。”技术无处不在’是所有领导者需要秉承的一种新思维。”艾康鑫说。

# 国产奶粉的高质量发展之路：以“鲜活”破圈逆袭

“新国标”政策实施后,婴幼儿配方奶粉市场的竞争主要取决于配方研发水平、科研技术与生产工艺,这使专业从事婴幼儿配方奶粉研发、生产、经营的大型企业逐步脱颖而出。中国婴幼儿奶粉行业进入一个循序渐进、行稳致远的发展新阶段。

挑战与机遇共存,中国乳业如何推动高质量发展?君乐宝旗帜乳业给出自己的答案:开创鲜活奶粉品类,打造中国好奶粉,为中国宝宝带来更加鲜活、可靠的好奶粉。

## 为中国乳业注入“鲜活力量”

对于婴幼儿配方奶粉质量检测的科学指标,全球公认可以从营养指标、活性指标、新鲜标准和安全标准这4个维度进行评价。“鲜活”作为判断婴幼儿奶粉的重要指标,逐渐成为中国各大乳企纷纷攻克难题。

多年来,旗帜奶粉集行业经验、融全球智慧,为全球宝宝提供世界高品质的婴幼儿奶粉而努力,致力于研发与生产更鲜活的婴幼儿配方奶粉,并不断以更高的鲜活指标,力求打破常规、刷新好奶粉的定义。

旗帜乳业形成了“全产业链一体化模式”的创新模式,工厂建在牧场里,牧场建在草场上。来自牧场与工厂的“零距离”一体化设计,为“鲜活奶粉”的打造奠定坚实基础。旗帜乳业用“鲜奶密闭输送系统”的专利技术,仅需98秒即可将生鲜乳挤出后通过密闭洁净管道直接进入加工环节,保留了更多天然活性蛋白,保障了婴幼儿配方奶粉安全和品质,也因此荣获中国国家专利。

在工艺上,旗帜乳业创新采用75度低强度杀菌工艺,为奶粉保留更多天然活性蛋白。工厂采用高标准,整合来自欧洲、大洋洲等10余个国家和地区20多项专利技

术,生产车间采用智能化控制全封闭,确保产品质量安全、稳定、可靠。

旗帜鲜活奶粉罐底附有专属追溯码,体现了国产奶粉更为放心的安全追溯,消费者可以清晰地了解奶粉从牧场采奶到生产加工的信息,“一罐一码”让“鲜活”真真切切落在了实处。

## 联合起草鲜活奶粉企业标准

2023年,旗帜奶粉携手中国标准化研究院,共同制定鲜活奶粉企业标准,致力于为中国宝宝提供更鲜活、可靠的奶粉。

旗帜鲜活奶粉标准体系强调源头优化,通过严格把关确保奶源质量。先进的即采即输技术降低了生产风险。标准体系注重对生乳及奶粉等产品的高品质保障,以满足不断增长的消费者对新鲜、健康乳制品的需求。

早在2018年,君乐宝旗帜奶粉成功挑战吉尼斯世界纪录,不仅让更多消费者直观感受到国产奶粉的“鲜活力量”,更向世界发出了“鲜活奶粉在中国”的响亮呼声。2022年,旗帜在第六届联合国工业发展组织全球科技创新大会上获得“全球科技创新大会金奖”,向世界展现中国乳业“鲜活”的创新实力。

在2023年第十届中国婴童产业大会上,君乐宝旗帜奶粉凭借开创“鲜活奶粉”品类斩获该大会婴童产业原点奖——品类创新奖殊荣。量的增长与质的提升,以及持续的科技创新,旗帜奶粉用行动保持品牌活力,打造乳制品行业尤其是婴配奶粉行业的新标杆。

## 持续释放多元创新潜能

近日,君乐宝乳业集团副总裁、奶粉事



旗帜奶粉“鲜奶密闭输送系统”国家专利技术证书



2022年度全球科技创新大会金奖



2023年度原点奖品类创新奖

业群总经理刘森森在公开场合表示,父母在为婴幼儿选配奶粉时,可以先对奶粉进行品鉴,并表示旗帜愿意陪伴并帮助每一位父母成为真正的“奶粉品鉴官”,在婴幼儿成长的道路上选到高品质鲜活的好奶粉。

旗帜益佳采用小批量生产模式,成粉时间更快,同时特别关注宝宝肠胃健康,采用双益生菌与益生元搭配OPO配方的独特设计,让宝宝肚子更舒适;旗帜亲则强调超级吸收力,其小分子蛋白、双重活性益生菌、双重益生元与OPO协同作用,帮助宝宝更好地吸收营养;而旗帜新红旗则注重提升宝宝的自护力,特别添加了珍稀乳铁蛋白,全段位含有硒、锰、胆碱等42种营养成分,助力宝宝健康成长。

2021年,旗帜奶粉销售额增长达30%,第三方数据显示,旗帜奶粉品牌忠诚率超过72%。旗帜乳业始终牢记对消费者的承诺,持续发力全产业链科研创新,为中国宝宝提供更鲜活的营养,给中国消费者带来更多安心与放心。

“让祖国的下一代喝上好奶粉”是君乐宝旗帜乳业的发展信念。自成立之初,旗帜乳业不断以创新模式、创新工艺、创新产品,提升鲜活指标,保留鲜活营养,优化服务体验,开创了婴幼儿奶粉鲜活品质的新时代。未来,旗帜奶粉将继续立足产业优势,深耕技术创新,突破奶粉品质,以研发生产更鲜活、更营养、更健康的婴幼儿配方奶粉为目标,努力在国际市场亮出更具竞争力的旗帜品牌。

(数据来源:君乐宝集团)