中国改革报 ·中小企业专刊
2022.08.05 星期五
本版编辑：曲静怡 Email：crdzbs@163.com 热线：(010)63691674

全球化新态势下 企业ESG合规至关重要（上）

□ 陈尖武

放眼世界，百年未有之变局风起云涌，全球化大势正在进入“全球本地化”的更高级阶段。中国企业的海外市场拓展，跨境投资并购，不管是民营企业还是国有企业，都需要以ESG（环境、社会和公司治理）合规的启动和完善作为基础条件。

ESG合规管理：应对和适应全球化新态势的必备工具

ESG合规管理是中国企业面向全球市场，应对全球化新阶段、新挑战的必修实践课，也是中国企业在国际市场展现专业形象，树立国际声誉，消除国际伙伴的戒备疑虑，获得理解和认同的强有力工具。

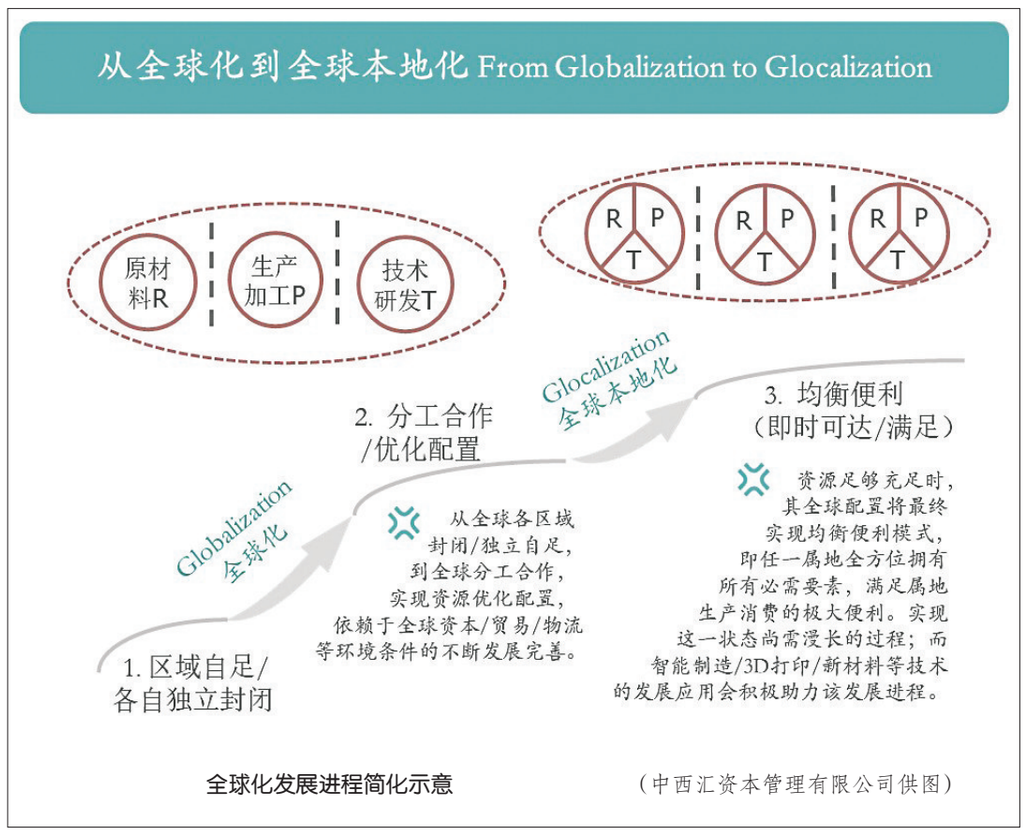
无论本土还是跨境投资，ESG合规所保障的企业可持续发展，将实质影响企业价值管理的过程和结果。全球商业领域正悄然兴起ESG取向浓厚的影响力投资，追求企业自身与所有利益相关者共赢共生的和谐格局。相应地，在投资决策及企业估值实践中，如何架构与ESG之间的桥梁，将ESG要素定性定量地融入相关的评估，是一项富有潜力的探索。

中国企业的海外投资，正并驾齐驱地同时面向发达国家市场和发展中国家市场，不同市场的ESG合规管理重点存在明显的差异性，实践中需要因地制宜，针对不同情境寻求个性化解决方案。妥善地与投资流程中的尽职调查以及价值评估等专业实践环节互通互鉴，亦有利于提升ESG合规项目的管理质量和执行效率。

全球化新态势：从全球分工合作到全球本地化

全球化的发展进程，从纯粹市场化的角度，是以资源的优化配置为驱动力，随着全球资本、贸易、物流等环境条件的不断成熟完善，从最初始的各区域封闭或独立自足的低效状态，逐渐发展为全球产业链分工合作，各区域资源最优化配置。具体而言，就是把研发、原材料供给、生产制造，到面向市场终端的营销等自上而下的产业价值链各个环节，分别交付给在该环节最具有比较优势的各区域的经营者来实施，最终向市场提供最具竞争力的产品。这种全球化的蓬勃浪潮，在过去几十年，是我们深刻感受和见证到的。中国改革开放40多年来，也在全球价值链分配和产业链分工中逐渐确立了自己的角色定位及比较优势，尤其是加入WTO以后的20多年来，其全球化融入度和比较优势的动态演变越发深入和剧烈。

从理论上说，上述全球分工合作、资源优化配置的状况发展到一定程度，当市场相关资源足够充足时，将最终迈向全球各区域均衡便利模式——“全球本地化”，即任一局部区域、属地都全方位拥有产业链各环节的所有必需要素，能够便利高效地实现生产与需求的无缝衔接，即时可达地满足自身区域市场的需求。从终端消费体验来看，这自然是非常理想和高效的状态，但常规来说，忽视全球分工合作所固有的经济效用优势、极大的性价比特征，而一味追求即时可达的需求满足便利，其驱动力暂时是相对有限的，从这个意义上说，全球分工合作到全球本地化将会是一个漫长渐进的过程。



全球化发展进程简化示意 （中西汇资本管理有限公司供图）

而2019年底暴发的全球新冠肺炎疫情成为催生“全球本地化”的加速剂，疫情初期全球物流供应的突发障碍（物理交通阻断），将依赖于区域外供应链所引致的风险，令人措不及防且夸大化地展现在全球各区域的政府、市场、消费者面前，从而引发了市场对前述的全球各区域均衡便利——“全球本地化”的空前关注和向往，典型的表现包括市场上一度出现对中国供应链过分依赖的担心甚至排斥。

当今时代，智能制造、3D打印等数字化科技以及新材料等技术的快速发展应用，将会助推“全球本地化”的进程——在全球各地、局域范围内重新布局、补充其产业链中业已缺失环节的现实可行性正在增强；而国际环境方面，欧美等国家和地区对外来投资持更审慎态度，加强了相应的监管审查，中国企业“走出去”面临更大的不确定性风险。

中小企业：向国际标准看齐，直面ESG合规要求和挑战

全球化新态势下，跨境投融资的策略也需要动态地调整优化。面对西方国家对外来投资收购的敏感和限制性加强，以及重构、完善本区域供应链的倾向，我们鼓励中国企业的海外投资也要走相应的“本地化”路线——在海外投资收购实践中，除了将标的公司优势带回中国市场，更要深入推行本地化策略，加强在海外的落地投资、本土融入和国际化经营。不像过去，收购完一个企业，就将他们的厂房设备直接拆卸运回中国，而是要真正地融入到当地的经济和民生，服务本地的产业链构建和供应链完善，造福当地民众。与“本地化”策略相应，遵守和适应当地的ESG合规要求便是重要的先决条件。

有海外投资动力的中国企业中，不容忽视的是中小企业群体。当前，中国对中小企业的培养和发展，从国际化角度，正在尝试选择与（德国为代表的）全球“隐形冠军”企业对标，并相应地推出了专精特新“小巨人”、制造业单项冠军等不同梯次的优质企业培养计划，终极目标是成长为真正意义的全球“隐形冠军”。根据隐形冠军之父赫尔曼·西蒙的观点，成为全球“隐形冠军”，除了要有坚定的志向雄心之外，专注、创新、全球化是三项必要条件。因为专注在一个极度细分的产业领域，导致其产品和服务在每个区域市场的潜在容量都较为有限（即便是中国这样全球最具潜力的区域市场，通常也只占全球总市场不到20%的份额），所以要想成为细分领域的全球冠军，必须要采取全球市场覆盖策略。而与德国的“隐形冠军”企业相比，中国企业在全球化方面的差距还很大。对于中国优秀的中小企业和企业家来说，全球化的征程，需要提前做好必修功课，既包括企业战略、运营管理以及产业、资本、技术、市场等方面硬性资源和专业实力的储备，也包括跨文化沟通协作等方面的软性意识和技能素养的提升，而ESG合规首当其冲成为其非常有利的工具。从环境保护，到对相关利益群体的关注和尊重，以及企业管治的完善等方面，向国际标准看齐，为其沿着全球“隐形冠军”之路的持续前行保驾护航。

资本层面之外，更不必提中国企业在国际贸易层面将直面的ESG合规要求和挑战——以欧盟即将推行的碳关税为代表，对中国的出口导向型企业，提出了迫切的行动要求以及具体日程，比如碳足迹碳标签的标准遵守及认证实施，这是ESG合规实践的重要一环。不管是近期的还是长远的ESG策略或行动，无疑都是中国企业在全球化新态势新挑战环境下，展现专业形象，树立国际声誉，消除国际伙伴的戒备疑虑，获得理解和认同，保障自身在国际市场可持续发展的强有力工具。

（作者系中西汇资本管理有限公司管理合伙人）

德国隐形冠军			中国隐形冠军		
公司	产品	国家覆盖	公司	产品	国家覆盖
Hillebrand	酒精饮料物流	62	金风	风能	4
Karcher	高压清洁器	129	海利得	工业纤维	2
Germanischer LIoyd	船舶检验	130	大族激光	激光器	13
Krones	装瓶厂	90	海康威视	监视系统	28
Ottobock	假体	52	蓝思	蓝思玻璃	3
Sartorius	实验室仪器	60	迈瑞医疗	医疗技术	42

中德隐形冠军

（数据来源：Hermann Simon, Hidden Champions in the Chinese Century,2022）

跨境出海 数字先行

“银关宝”综合外贸服务平台有效制定市场开发策略，为外贸企业提供大数据支持

□ 吴志修

2021年我国货物贸易进出口总值39.1万亿元，比2020年增长21.4%。其中，出口21.73万亿元，增长21.2%；进口17.37万亿元，增长21.5%。与2019年相比，我国外贸进出口、出口、进口分别增长23.9%、26.1%、21.2%。尽管我国已成为全球第一贸易大国和制造业大国，目前全球新冠肺炎疫情依然严峻，国际需求复苏放缓，外部环境更趋复杂和不确定，加之日趋严苛的技术贸易壁垒、关税壁垒、知识产权壁垒等，给我国外贸企业造成不小的冲击。

同时，受疫情影响，众多企业无法参加国际展会，通过外贸平台推广业务又面临高昂的广告费用，效果也不尽理想。还有不少企业缺乏外贸业务开发能力，只能承接外贸公司的订单，赚取微薄的加工费。在当前原材料上涨等诸多因素影响下，中小微企业经营困难重重。

据不完全统计，我国有超过70%的出口企业受到国外技术贸易壁垒不同程度的影响。仅2019年，我国出口企业因国外技术贸易壁垒遭受退货、销毁、产品降级或者丧失订单等发生的直接损失高达692.08亿元，因技术升级改造、检测认证等费用，增加成本161.14亿元，实际损失可能远高于官方统计。据了解，大多数企业特别是中小微企业对进口国的各种技术标准、知识产权等事前调查不充分，经常发生货物生产出口到目的国，被海关扣关后才知道违规侵权，导致出现货物退运、没收、货款无法收回等情况，还要支付当地高额的仓储费、退运费或货物当地销毁费等，给生产贸易企业带来重大的经济损失，严重的直接导致企业关门倒闭。特别是2021年亚马逊“封号事件”，给我国跨境电商企业造成很大损失。跨境电商因产品不合格、违规侵权等原因，退货率高达5%~30%，广告费也占到销售额的10%~30%左右。如何协助外贸企业更高效地开发国外客户，降低市场开发成本，生产符合或高于目的国技术标准的产品，塑造中国品牌、中国制造良好形象，提高市场竞争力及赢利能力，控制外贸风险，成为外贸工作必修课。

北京银关宝信息科技有限公司搭建的“银关宝”综合外贸服务平台（以下简称“银关宝”），可以查询全球200多个国家和地区的海关进出口贸易数据及贸易详情，足不出户就可以精准锁定全球采购商、供应商，并利用先进的搜索引擎技术，对目标客户的网上信息，包括公司介绍、网址、高管联系人、邮箱等信息进行全网搜索，协助生产贸易企业尽可能多的全面了解客户信息，有效制定市场开发策略，增加市场开发成功几率，降低市场开发成本。

在贸易风险防范方面，“银关宝”提供全球客户信用调查、行业调查、贸易合规调查、竞争对手等风险因素调查分析，在前期就做好市场调研，协助企业生产出口符合目的国技术标准的产品，规避风险，做到有的放矢。按照WTO（世贸组织）有关规定，WTO成员国在制修订和实施技术法规、标准及合格评定程序等技术性贸易措施时，须向其他WTO成员国通报，给予其合理时间（通常为60天）提出书面意见给予答复评议。对不合理的技术通报，组织企业进行评议，通过国家有关渠道，要求通报国取消、变更、延迟技术通报标准的执行，维护生产贸易企业的正当权益。

“银关宝”从外贸前期的市场开发、行业调查、法规研究、风险预警、措施评议、技术攻关等方面，为外贸企业提供大数据支持，减轻或消除贸易风险，防微杜渐，促进外贸高质量发展。

（作者系北京银关宝信息科技有限公司总经理）

度小满“五大举措”并举 提升科技伦理治理能力

近日，“第六届金融科技与金融安全峰会”在北京顺利召开。度小满CTO许冬亮在会上提出，“大数据+AI技术”是金融数智化升级的强劲驱动力，但数智化升级过程中也伴随着伦理风险。例如：在数据伦理方面，会涉及数据的非法或过度采集、隐私数据的传播与滥用等问题；在技术伦理方面，存在算法歧视、模型黑盒等隐患。

许冬亮说：“科技伦理建设是科技企业和科技人员应有的义务。”围绕防控科技伦理风险，提升科技伦理治理能力，他分享了度小满采取的“五大措施”。

一是组织层面，科技伦理的落地要有对应的组织保障。度小满IT治理委员会新设立了科技伦理工作小组，该工作小组站在科技伦理的角度制定公司的科技伦理原则。同时，要监督科技伦理原则的落地。

二是健全规章制度。度小满目前已经建立了科技伦理审查制度，监督伦理原则的落地，具体审查内容落实在技术风险管理制度、数据风险管理等制度中。

三是数据治理方面，度小满围绕“三大法”——《网络安全法》《数据安全法》《个人信息保护法》，把整个数据安全与管理、隐私保护贯穿于数据的采集、存储、流通、应用及销毁全环节，制定数据的全生命周期管理，并且设置了严格的“数据红线”。

四是技术治理方面，从三个维度开展工作，打破算法模型黑箱。通过技术革新，比如，因果推断的方式能够使得模型的因果关系可解释性变得更强以及制定算法规范，防范算法歧视，避免用户遭受不该有的伤害；通过构建模型全生命周期管理机制，将模型立项到下线全流程纳入规范管理，确保模型安全可靠、持续、透明可解释、尊重隐私、可审计可监督，有效控制模型风险；通过专家经验防范系统性的风险，例如，用成熟的框架限定新技术应用边界，度小满使用的是专家经验的整体框架，新技术的应用会在专家经验的大框架下进行应用，即使可能出现风险，影响范围也约束在相对小的范围，不会引发系统性风险。

五是人才培养，科技伦理的意识需要贯穿人才培养全过程，包括人员招聘、任用、培训、内部交流。

许冬亮强调，科技企业在践行科技创新时要秉承“意识先行，伦理前置，以制度约束，让科技自我完善”的理念，共同建设美好科技生态。 **（度小满供稿）**

以数字化推进中小餐饮业升级

星选闪电厨房为中小餐饮企业提供全方位服务

近年来，新冠肺炎疫情对全球餐饮行业带来了巨大影响，尤其对中小餐饮企业冲击最大。为解决营收下降的问题，餐饮企业都在积极尝试数字化转型。事实上，数字化并非是浅层的线下堂食转线上外卖，而是一套完整的体系搭建，大型餐饮企业转型尚且不易，对中小餐饮企业来说则更具挑战。经过探索，星选闪电厨房不断创新，给出了从场地到线上一体化支持中小餐饮企业升级的解决方案。

星选闪电厨房是餐饮新业态“共享厨房”的代表品牌，向从事外卖的餐饮商户提供专业操作间和完善先进的基础设施。目前，门店遍布北京、上海、深圳、广州、杭州、南京、成都等城市。

由于疫情的反复，线上布局成为很多餐饮商户的选择，星选闪电厨房也受到了很多餐饮商户的青睐，以降低成本投入、专注外卖来降低风险。星选闪电厨房通过生产和管理的集约化，帮助入驻商户降低房租、人力成本，减少了资金占用；提供的场地有了基础装修，开店速度变快；还会提供包括虫害消杀等规范化的场地管理。这让中小商户以较低的价格就享受到了和餐饮连锁同等高品质的硬件服务。

此外，星选闪电厨房还会提供运营管理、品牌打造、数据分析等一系列配套服务，对入驻商户进行数字化赋能。

目前，数字化运营能力已经成为衡量餐饮企业实力的重要维度之一。大型餐饮企业都加大在数字化转型上的投入从而增强抗风险能力。但与美国、日本等连锁化率高达50%以上的国家相比，中国餐饮市场是一个高度分散的行业，连锁化率不足15%，是典型的大行业小企业，中小商家是整个市场中最主流的业态。在中小餐饮企业中，还有大量的企业采用传统经营模式：街边小店、手动点单、前台结款、人工对账。他们还处于数字化的盲区，推动这些企业实现数字化升级，实现整个餐饮行业的复苏，这不仅是发展问题，还是生存问题。

星选闪电厨房给中小企业提供的全链路服务，包括数据化选址、数字化管理、数字化运营等。通过自主研发的大数据选址工具，帮助中小商户实现了智能化选址；通过低成本高质量的智能云打印等智能硬件和配套的SaaS管理软件、扫码点餐小程序实现数字化管理；对于缺乏线上餐饮经验的商户进行线上运营培训，让他们了解外卖餐品定价、发券引流、用户投诉解决等线上运营知识，降低了其进入行业的风险。

针对中小餐饮商户面对的比较普遍的线上运营能力不足、缺乏专业运营人才等问题，星选闪电厨房还推出了线上代运营服务。商户可以把线上业务全程托管给星选闪电厨房，服务内容涵盖经营诊断、店铺装修（线上）、餐品设计、活动策划、推广营销、运营优化等。

比如，“餐品设计”服务就是帮助商家设计符合外卖用餐需求的线上菜单，继而提升用户的下单转化率。同时，还推出了高性价比的线上运营工具，商户可以通过外卖精准投放优惠券来实现订单增长，这都会提升中小商户的数字化运营水平，降低数字化的门槛。

“后疫情时代”，星选闪电厨房将持续关注广大中小餐饮商户的需求，助力中小餐饮数字化、智能化转型。

（星选闪电厨房供稿）

社址：北京市西城区月坛南街59号（邮政编码100045） 值班电话(010)63691830 广告发行部(010)63691674 广告经营许可证：京大工商广登字20180001号 零售价2.00元 印刷单位：经济日报印刷厂（地址：北京市西城区白纸坊东街2号）