



5月29日，“2013侨商北京洽谈会”在北京“水立方”二层多功能厅举行。



农行北京分行房地产信贷部总经理曹伟先生和北京富华水利事业总公司总裁赵勇先生代表各自公司签署合作协议。



联想移动互联网和数字家庭业务集团总监叶良先生和阿尔图斯通讯公司董事长薛中山先生代表各自公司签署合作协议。

展商如是说

通过华商寻求海外代理

“希望借助‘侨洽会’平台，有侨商在海外代理我们的品牌，或是通过他们的资源把品牌推介出去，通过海外电子商务这种成本较低的方式辐射全球。”

——中国内衣品牌爱慕集团海外销售副总监荀宇

爱慕集团1993年成立，是一家集设计生产和销售为一体的内衣品牌商。现在员工有8000人，在国内的销售渠道有两千多家，2012年销售额30多亿元，旗下有12个品牌。2008年开始走向海外，已有澳门、香港、新加坡、马来西亚等15个海外销售渠道。

在“侨洽会”上找渠道

“作为一个老字号的企业，我们一直想参加法国的珠宝博览会，‘侨洽会’给了我们启发，把景泰蓝工艺推广到海外，希望在这个平台找到渠道。”

——北京珐琅厂有限责任公司办公室主任苗永生

北京珐琅厂创建于1956年，是全国景泰蓝行业中唯一的一家中华老字号，国家级非物质文化遗产景泰蓝制作技艺生产性保护示范基地。景泰蓝制作技艺被列入首批国家级非物质文化遗产名录，作为生产景泰蓝的知名企业，珐琅厂以产品优势形成了“京珐”品牌。

努力发展国际连锁业务

“全聚德按照国际惯例，遵循严格的国际化管理模式，以特许经营形式为主发展国际连锁业务。通过规范的程序，选择海外合作伙伴，并实行在约定的区域内通过独家经营的方式，以维护加盟者的利益。”

——中国全聚德集团股份有限公司相关负责人

“全聚德”创建于1864年（清朝同治三年）。1993年，中国北京全聚德集团成立。2005年，更名为“中国全聚德（集团）股份有限公司”。全聚德集团发挥老字号品牌优势，实施正餐精品战略，走规模化、现代化、连锁化的发展道路，现已形成拥有百余家公司企业，年营业收入10亿多元，年销售烤鸭600余万只，接待宾客750万人次，品牌价值118.72亿元的大型餐饮企业集团。



北京市人大常委会副主任、市侨联主席李昭玲（左四），北京市侨办主任李印泽（左三）等参观“侨洽会”。



“侨洽会”上，侨商在参观北京“老字号”展区。



“侨洽会”上，侨商在参观爱国者数码科技有限公司展区。

「侨洽会」助推北京企业「走出去」

聂传清 崔银娜

5月29日，在北京“水立方”二层多功能厅，“2013侨商北京洽谈会”如期举行。参加本次洽谈会的129家参展单位与来自美国、加拿大、法国、西班牙、马来西亚、新加坡等27个国家和地区的170余位海外侨商在这里沟通、交流，实现对接。

“侨商北京洽谈会”自2010年起已连续成功举办三届，今年是第四届。它是国务院侨办经科司、北京市商务委、北京市侨办、中关村管委会、经济技术开发区管委会、北京市投促局、北京市贸促会等7家单位，联手打造的服务海外侨商事业发展、促进首都经济发展方式转变的综合经贸交流平台。

此次“侨洽会”为促进北京企业“走出去”，侨商代表纷纷建言献策，为共谋发展达成了友好的氛围，不仅如此，在洽谈会上，还达成相当不错的合作成果。

“老字号”走出去，步伐加快

为顺应广大侨商关于“增加参展企业数量、丰富参展产品类型、扩大洽谈会规模”的需求和建议，今年“侨洽会”的参展企业领域进一步拓展，39家北京老字号企业的集中参展成为会上一大亮点。

“北京烤鸭为什么不能做到法国去？”5月28日，在侨洽会·企业“走出去”专题座谈会上，全法北京人协会会长佟爱明说出了自己的疑问。她说：“每年北京旅游文化节结束后，总有法国游客问我，这么好吃的美味为什么在法国吃不到？现在时机到了，我希望能把北京的烤鸭做到巴黎去。”

在“侨洽会”现场，和佟爱明一样关注全聚德烤鸭的侨商不在少数。全聚德展位的负责人表示，全聚德现有海外分店4家，分别在日本、缅甸和阿曼，全部采取由海外合作方开店、全聚德负责派遣厨师等相关人员的方式。目前，要把北京烤鸭推向世界，需要解决劳工的派遣和原材料如何在海外取得的问题。

佟爱明说，尽管在食品准入方面法国的法律法规与中国不同，在原材料引进上也存在问题，但侨商熟知当地的法规与环境，解决这些难题只是时间问题。

作为北京中医药领域的民族品牌，同仁堂集团借助海外的孔子学院设立中医讲堂，目前在海外已经建立了64家分店。此次“洽谈会”，同仁堂集团再次参展。

王致和酱豆腐、内联升布鞋、红都中式服装、张一元茶叶、清华池修脚技艺、砂锅居烤肉工艺等一些北京“非遗”项目也首次参展。在寻求企业发展新商机的同时，这些北京老品牌也朝着传播民族文化、打造世界知名品牌的目标前进。

北京市侨办副主任李长远介绍，今年是“侨洽会”首次引入老字号品牌参展，希望这个平台能推动更多老字号企业转型，把民族文化、品牌文化传递到海外。

“北京发展”，吸引侨商

吸引海外侨商的不仅是“北京特色”。作为中国的首都，北京是国家政治、文化和国际交流的中心，同时具有丰富的科技、教育、医疗资源。北京奥运会以来，首都经济持续快速发展，国际交往能力不断增强，城市美誉度和影响力大大提高。当前，北京建设中国特色世界城市的目标和任务也更加清晰明确，未来首都发展的国际化、现代化水平及文化影响力，都具有较大的上升空间。

北京市侨办主任李印泽在向侨商介绍北京的发展时，引用了几组数据：2012年，北京社会消费品零售总额实现7702.8亿元，连续五年居全国第一，显示了巨大的市场潜力。建设国际商贸中心城市，将是北京未来一张重要的名片；在货物进出口方面，北京市商务委数据显示，2008年以来，北京市货物进出口接连跨越了2000亿元、3000亿美元台阶，2012年达到4079亿美元；与此同时，北京市企业走出去的步伐也在不断加快。截至目前，北京企业已经在95个国家（地区）投资，2012年近11.86亿美元的境外直接投资额再创历史新高，同比增长了59.2%。

不仅如此，李印泽还向海外侨商介绍，在引资引智、招商合作方面，北京市及各区县、产业功能区进一步开放投资领域，鼓励吸引海外优质资本参与建设和经营；并进一步优化政府服务，简化行政审批环节，切实为海外资本来京兴业合作提供政策保障，营造良好环境。

此次“侨洽会”上参展的129家企业中，除了39家北京老字号企业外，有以联想集团、爱国者数码公司、神州数码公司等为代表的58家高科技企业参展，还增加了北京区县重点项目16项。代表项目有：大兴区首都新机场建设项目、昌平区的北京科技商务区、顺义区地铁15号线招商项目等；还包括口岸功能区、产品集聚区及重大国际性活动的展示推介16项。代表项目有：天竺综合保税区、亦庄保税物流中心、平谷国际陆港，依托这三大口岸，北京的口岸功能区将实

现“海陆空”直通；还包括贸促会海外服务区，朝阳服装产业基地、海淀广电设备基地、怀柔食品饮料基地等产业基地，以及世界葡萄大会、洲际月季大会、世界种子大会等国际性活动。

北京市人大常委会副主任、市侨联主席李昭玲在“侨洽会”开幕式上致辞时表示：“在以习近平总书记为首的在新一届领导班子的带领下，北京市通过坚定实施主动调控，大力推进调结构、转方式，各领域的发展正蒸蒸日上。北京的蓬勃成长，必将为海外朋友提供更多的发展机遇和更广阔的发展空间。”

企业：“走出去”，战略很重要

针对北京企业“走出去”面临的一些问题，在5月28日北京市侨办举行的侨商座谈会上，北京商务委对外经济合作处处长王虹谈到，目前，“走出去”企业的目的并非一致。

他说，企业拓展境外空间，具体要看企业本身国际化战略是什么，依托于国际市场为了什么，究竟是拓展市场，还是获得技术？还是专业产能？还是获得资源？要根据目的来选择国别和地区。

“走出去”，是在经济发展到一定阶段，创造国际竞争新优势的重要途径，也是更高层次融入国际社会，实现强国战略，实现民族复兴的必由之路。

在文化“走出去”方面，王虹介绍了北京的企业走出去的特色。首先，他提到北京民营企业在走出去方面“敢为天下先”。四通时代在非洲的十几个国家获得了运营牌照，建立了电视、网络。俏佳人在美国建立了电视台。西京传媒在欧洲设立了卫视，覆盖欧盟的40个国家等。

最后，王虹还特意介绍了企业走出去的推动措施。一方面，积极引导搭建平台促进交流合作，另一方面加强项目资金的支持和导向作用，这是“实打实的支持”。例如企业资产一个亿，营业额超过一个亿，在海外至少有一家分支机构，总部设在北京的，可以申请总部经济身份，一旦核准后有政府资金的支持。此外，对于出口额不超过4500万美元的企业，可以申请中小企业的支持资金。

不仅有政策和资金的支持，北京海关在优化通关流程、简化通关手续等方面进行了无纸化改革。北京海关综合统计处副处长蔡蔡力介绍说，企业外贸在不久的将来就会实现电子认证，北京市作为试点正在全面地铺开。此外，还实施重点企业联络员制度，对北京重点辖区的企业提供个性化一对一的服务，把促外贸、惠企业的政策落到实处。

在介绍了出入境检验检疫的一些具体工作和智能

化后，北京出入境检验检疫局通关业务处处长刘玉萍表示，希望侨商包括商会为检验检疫部门提供商品信息的反馈工作，一方面是产品走出去后有哪些质量问题、安全问题，另一方面是国外质量安全标准。这将为指导国内企业加工好产品、同时在检验过程中做好检验提供帮助。

侨商：“走出去”必须本地化

针对“走出去”企业存在的一些问题，海外侨商提出了自己的思考和建议。

“企业走出去的时候，并不了解国外的法律法规和政策，因此，必须加大力度去侦查或在落地的时候和法律顾问对接，必须要本地化，这样才不会交太多的学费或者走弯路。”美国福建公所主席李华在谈到企业走出去的问题时，以实际例子证明，北京企业走出去，必须本地化，才能让企业少走弯路。

全欧专业人士协会联合会副秘书长万里则谈到，中国企业走出去面临三大难点。第一、中国的品牌不占优势。第二、中国企业有能力在海外建立销售渠道，但是成效不大。第三、中国企业走出去最大的困难，就是如何实现“黑头发”管“黄头发”。

万里也提出了自己的解决方案。他认为，当下要发挥中国领导性制造业优势，与国外企业合作，定制符合在产业和企业的顶部的欧洲品牌，即实现“品牌本地化”。

“我们走出去的策略是不错的，但对当地的情况不了解。还没有走出去以前，产品的质量和交货很重要。自我强大了才容易走出去，不然，着急走出去没有担保，受到的损害要花更长的时间来补救。”西澳中华总商会副会长柯雅柏讲了一些海外投资容易遇到的问题。

西班牙加泰罗尼亚华侨华人社团联合会主席林峰介绍，现在欧洲经济危机，西班牙等国家市场准入门槛降低。他所在的总会曾帮助沈阳、贵州、云南、广西等地政府到西班牙、巴塞罗那做推荐会，帮助他们的企业走向欧洲。“总会可以无偿地为北京企业到欧洲去特别是到西班牙去，提供免费的咨询和帮助。”林峰承诺。

侨办：借“北京机遇”，共谋发展

国务院侨务办公室经科司司长庄荣文指出，“侨洽会”是国务院侨办落实国务院制定下发的《国家侨务工作发展纲要》（2011—2015年）中关于服务我国企业“走出去”内容，以及与北京市政府签订的《共建世界城市战略合作协议》关于促进海外优质侨务资源与首都经济社会发展相融合的一项重要举措。

“侨洽会”已举办三届，得到了多方的肯定与支持。一方面，进一步服务北京对外贸易，充分发挥海外侨务资源优势，进一步培育“北京创造”和“北京服务”品牌，努力促进北京企业“走出去”，推动北京科技创新、文化创新“双轮驱动”发展。另一方面，借助北京高科技产品与服务比较优势，促进海外侨商贸易的转型升级，增强海外侨商的综合实力，努力实现侨商事业发展和北京经济发展的双赢。

海外侨商对此也表示极为认可，他们纷纷介绍自己所在居住国的情况，并希望“侨洽会”成为北京企业很好的海外投资平台。

“北京在高科技方面的迅速发展，给我们侨商带来了很好的机遇。马来西亚跟中国的经贸总额今年这4个月已经达到300-400亿美金，去年942亿美金，今年应该达到1000亿美金。现在货物基本全是零关税。北京企业如果走出去的话，马来西亚是适合的地方。”马来西亚中国经济贸易总商会会长黄汉良说，很愿意和北京的企业合作，非常欢迎北京企业到马来西亚发展。

来自非洲的群岛国家塞舌尔，政府外交与国际合作部、财政、投资与贸易部任命的驻华代表詹姆斯·坤希·廖锁定了北京“老字号”企业同仁堂。他说：“像海参、海马这类海产品，我们就可以和中方企业合作，共同开发利用。”

此次洽谈会上，联想集团、爱国者数码科技有限公司、中国农业银行北京市分行、北京红星股份有限公司、北京市珐琅厂有限责任公司、北京市地毯五厂有限公司和北京康健通技术开发有限公司共7家公司，分别与菲律宾 Altus Communications 公司、美国 IT 金融集团、北京富华永利实业有限公司、西班牙亚洲联合超市、成岛·洛宾国际投资集团和加拿大 WZ 公司等海外侨商企业现场意向签约。

北京市侨办副主任李长远说，“侨洽会”的目的，主要是一方面让海外侨商朋友了解北京，了解北京的发展；另一方面也是希望能够以北京的优势，壮大和促进侨胞的事业。作为海外侨胞与国内企业经贸交流的桥梁和平台，市侨办的工作就是促进双方的共赢。

华商如是说

■我对“文化走出去”有兴趣

“我是北京人，我很希望北京的一些东西能出去，我们能够起到一些作用。我对‘文化走出去’非常有兴趣。我曾经将法国音乐剧《巴黎圣母院》、美国芝加哥音乐剧带到北京，也曾将北京交响音乐会带到法国。”

——法中文化艺术交流中心主席、全法北京人协会会长佟爱明

■建立华语微电影微电影基地

“我们可以尽快在塞舌尔建立一个华语的微电影微电影基地。”

“关于微电影、微电影，很希望跟北京大量的制作机构和创业人才合作。因为我以前也服务过商会，你们拍微电影、微电影我可以从中介绍一些企业入驻，这样的话，我想可以促进我们尽快在塞舌尔建立一个华语的微电影微电影基地。”

——塞舌尔驻华投资贸易代表詹姆斯·坤希·廖

■海外企业本地化可以少走弯路

“为了不要交太多的学费或者走弯路，企业必须要本地化。”

“美国与中国的制度不同，不要用中国的思维到美国去，一定要用美国的思维对待美国人。比如说美国的公司法、保险法等，国内企业业要经得住考验。其次，中国企业走出去，必须要培养中国自身的品牌，自己过硬然后再向外拓展。中国各方面要加大力度对自己体系进行优化然后走出去，这样会更能推动国家的发展，也能更好、更快地融入别国。”

——美国福建公所主席李华

（本版照片由聂传清、贾广超摄）