

“一带一路”倡议下重庆城市轨道交通 “走出去”战略研究

何金财¹, 杨芳²

(1. 重庆交通大学 经济与管理学院, 重庆 400074; 2. 重庆轨道交通(集团)有限公司, 重庆 401120)

摘要:“一带一路”倡议和长江经济带战略的提出为重庆城市轨道交通“走出去”提供了黄金机遇。近年来,重庆城市轨道交通在长期实践发展中不断新技术、开发产品,在单轨设备设计与制造方面拥有国内首屈一指的先进技术,具备“走出去”的鲜明比较优势。但是在总结以往“走出去”的经验发现,重庆城市轨道交通还需要进一步明确战略定位,创新拓宽融资模式,建立健全风险防范体系,在国家、市委的政策扶持及重庆交通开投集团的支持下努力拓宽国际市场,确保“走出去”之路越走越宽。

关键词:“一带一路”; 重庆城市轨道交通; 走出去

中图分类号:F572.88 **文献标识码:**A **文章编号:**1008-6390(2020)01-0019-05

城市轨道交通作为高端装备制造业的重要组成部分,是关系国计民生的重要行业之一。我国城市轨道交通产业经过多年发展,已经形成颇为完整的集研发、制造、运营和服务为一体的有机整体,其主要产品已经从早期的跟跑阶段迈入并跑和部分领跑的阶段。

作为重庆的城市名片,重庆城市轨道交通自2005年开通以来,通过不断引进消化和自主创新,已在整车、信号等多个关键领域处于领跑地位。在新形势下,研究重庆城市轨道交通如何“走出去”具有非常重要的意义:一方面,在“一带一路”倡议下,若能借助重庆的区位优势,积极发挥轨道交通、多式联运乃至综合交通运输体系的作用,将使重庆迈向新的发展高地;另一方面,交通基础设施建设将直接决定“一带一路”倡议的推进速度,其中城市轨道交通所发挥的作用不容忽视,重庆多年的轨道交通建设及运营经验能在这方面为“一带一路”沿线国家贡献力量。基于“一带一路”倡议和“走出去”战略,本文将结合重庆城市轨道交通的自身优势,对新形势下重庆城市轨道交通“走出去”的现状、必要性、比较优势、战略定位以及存在问题等

有针对性地进行研究,旨在为重庆城市轨道交通走出重庆、走向世界、实现良性可持续发展提供决策参考。

一、相关研究基础及述评

“走出去”战略是党中央、国务院结合经济全球化新形势和国民经济发展的内在需求做出的一项重大决策,是发展我国外向型经济、参与国际市场竞争的重要条件,也是实现我国经济与社会长远发展、促进中国与世界各国共同进步的有效途径。自中共十六大正式将“走出去”战略上升为国家战略以来,学界从多角度对企业“走出去”进行了研究。张燕生^[1]认为“走出去”是我国积极参与国际分工、发展跨国经营的战略性举措,具有重大意义。在“走出去”的模式及产业选择上,很多企业结合自身优势,均将“走出去”确定为企业发展的重要方略。邢毓静^[2]认为比较优势原则是我国对外直接投资应遵循的关键原则,加工装配型制造业是对外直接投资的重点行业。耿彦斌^[3]指出我国城市轨道交通产业具有“走出去”的良好基础,应充分把握时代机遇,加快推进“走出去”战略。此外,一些学

收稿日期:2019-07-25

基金项目:重庆市社会科学规划重大(补充)项目“全力以赴打赢交通建设‘三年会战’研究”(2017ZD10)

作者简介:何金财,讲师,博士,研究方向:家庭经济学,城市经济学;杨芳,硕士研究生,研究方向:会计理论与政策。

者^[4]也通过构建理论模型对其做出了细致的分析。在企业“走出去”所存在的问题阐述上,已有相关研究也基于不同侧面对此做出了剖析,并提出相应的改进建议^[5]。

针对“一带一路”倡议,申现杰^[6]从国际经济合作的新形势出发,对“一带一路”建设的重点进行了阐释。刘华芹^[7]从倡议提出的背景及内涵入手,阐述了“一带一路”建设的模式、实施路径和发展前景,并从财务角度就如何防范投资风险进行了论述。针对“一带一路”对地区经济发展的作用,汤正仁指出“一带一路”倡议为西南地区建设对外开放新高地提供了前所未有的新机遇^[8]。而王冲针^[9]进一步对重庆融入“一带一路”倡议的机遇进行了剖析,指出重庆企业亟需“走出去”。已有研究还针对城市轨道交通如何在“一带一路”背景下走出国门、走向世界进行了研究,如郜春海^[10]结合“一带一路”倡议,通过分析城市轨道交通行业的发展现状,进而从技术、行业标准、项目评价、知识产权等方面对城市轨道交通企业如何“走出去”进行分析,并提出要以高端产品作为引领,强化对知识产权风险的控制,积极带动全产业链“走出去”。

在对“走出去”风险及问题的探讨中,李一文^[11]认为跨国投资潜藏着许多风险,企业需要立足自身实际,针对企业海外投资制定合适的应对策略。易纲^[12]通过对美、德、日等发达国家“走出去”的现状加以分析,指出企业超前、长期的战略及不求控股的策略是其“走出去”的成功经验,而对收益前景过于乐观、对风险及问题估计不足则是后续企业在“走出去”中应规避的教训。在风险防范方面,戴翔^[13]认为基于行业集聚的分工协作效应有助于降低企业“走出去”的成本和风险。Robert^[14]针对企业“走出去”过程中如何应对海外投资风险,以风险识别—风险评估—风险定位—风险规避为主线,构建了风险防范体系。张燕^[15]认为在缺乏其他特定竞争优势的条件下,促进制造业对外直接投资需要更多政策层面的支持。

综上,已有相关研究对“一带一路”倡议的战略意义、发展前景,企业“走出去”的必要性、模式及产业选择,“走出去”的问题及风险等分别做出了探讨,但这些研究大都基于宏观视角展开,缺乏对地方型企业的个案研究。同时,已有文献对企业“走出去”问题的讨论缺乏时代背景,针对“一带一路”倡议和“走出去”战略进行融合研究的文献尚不多见。

基于此,本文选取富有代表性的重庆城市轨道交通作为研究对象,试图通过分析其“走出去”现状、必要性、比较优势、战略定位及存在问题等,对重庆城市轨道交通借助“一带一路”倡议积极“走出去”提供较为全面的分析框架。

二、重庆城市轨道交通“走出去”现状及其必要性

(一)重庆城市轨道交通“走出去”现状

经过多年发展,重庆城市轨道交通已形成较为完整的研发、制造和服务体系,产业规模不断扩大、自主研发能力显著提升、技术创新体系基本形成,已经基本具备参与国际竞争的實力,有能力系统性输出包括设计、建设、运营、维护及管理的一整套技术。近年来,重庆城市轨道交通在“走出去”方面已取得很大突破,如参与韩国大邱、巴西圣保罗、印度尼西亚爪哇省等的单轨项目建设,并为韩国和马来西亚等国家提供工程咨询及业务培训服务,此外,加拿大、俄罗斯等国家,吉林、广州等城市的考察团也多次赴渝洽谈合作项目。“十二五”期间,重庆轨道交通(集团)有限公司积极配合重庆交通开投集团,组建海外事业部开展海外市场拓展工作,积极开展针对我国台湾地区轨道交通市场及东南亚各国的分析研究,结合近年来“走出去”的实践经验,形成了具有针对性的推广策略。此外,集团所属子公司承担了北京、贵州等地以及泰国等国家的轨道建设前期咨询工作,参股企业重庆单轨公司完成印度孟买的管理咨询及PC梁供应工作,并积极跟进在泰国、印度及印尼的轨道交通建设项目。在十多年的发展中,重庆城市轨道交通不断提高自主创新能力,在建设、运营及管理等方面均积累了宝贵经验,发展成果受到了国内外相关专家的高度关注和认可,城市轨道交通发展势头良好、劲头十足。2015年,重庆交通开投集团联合机电集团和外经贸集团,共同出资组建重庆轨道交通产业投资有限公司,协力推动“重庆造”轨道交通“走出去”,实现重庆轨道交通产业跨越式发展。

(二)“一带一路”倡议下重庆城市轨道交通“走出去”的必要性

“一带一路”倡议的提出为企业“走出去”提供了良好机遇,同时,企业为寻求突破,自身也应该将“走出去”作为重大战略予以重视。在所有类型的企业中,装备制造业更应该把握黄金机遇,争当“走

出去”的排头兵与先锋力量。与发达国家相比,我国制造业存在着较为明显的“大而不强”“大而不优”的问题,借助“一带一路”倡议,积极鼓励和支持装备制造业率先“走出去”,在国际市场上同技术先进、实力雄厚的大型跨国公司同台竞技,不仅有助于我国装备制造企业发现自身不足、加大创新动力、提升产品质量和服务水平,同时也有助于激励民族企业发展、提升企业核心竞争力。针对当前经济下行压力加大的现状,积极支持装备制造企业“走出去”,有助于化解产能过剩、实现产业转移。通过国际间协作,还有助于推动我国制造业由低端产业链向高端产业链迈进,助力我国跻身世界制造业强国之列。

从需求方面来看,“一带一路”沿线各国多为新兴经济体和发展中国家,人口基数大,对于基础设施建设的需求强烈。从数据上来看,“一带一路”沿线覆盖东亚、中亚、南亚、西亚、东南亚和中东欧等诸多国家和地区,总人口约44亿,经济总量约21万亿美元,分别占全球对应总量的63%和29%,这种庞大的经济总量和稠密的人口分布对于轨道交通建设的需求潜力巨大,市场空间无限。目前,除越南、印度、蒙古国及卡塔尔之外,“一带一路”沿线大多数国家的固定资本形成都将步入一个较快增长阶段。除新加坡以外,大多数中亚地区和东盟国家的工业化程度均不高,基建水平落后,这些国家对于基础设施的需求量将持续增长,也为我国包括城市轨道交通在内的装备制造业“走出去”提供了广阔的市场空间。另外,“一带一路”沿线各国对于装备制造业技术的需求旺盛,都期待与中国开展产业投资与合作,共同推进工业化进程。经过多年发展,重庆轨道交通在吸收借鉴国外先进技术的基础上,自主开发了系列新技术和新产品,实现了单纯由国外引进向主动对国外输出的转变,重庆制造的技术溢出效应在轨道交通建设上已开始凸显。

当前,重庆城市轨道交通已形成较为完整的产业链,培育了一批龙头企业,掌握了一系列核心技术,“走出去”的条件和时机已相对成熟,应当成为走出去的先头部队。目前,“一带一路”沿线的许多国家进入新一轮轨道交通装备的更新期,需求必将大量释放,高速发展的市场态势和产业形势非常有利于重庆城市轨道交通充分利用产能和成本优势,以积极态度参与国际竞争,扩大其在全球范围内的市场份额。另外,当前国际市场上资源价格较低,适

宜开展海外投资。与此同时,重庆轨道交通正日益壮大,要想突破瓶颈得到进一步发展,也需要放眼全球。

三、重庆城市轨道交通“走出去”的优势

重庆地处“一带一路”和长江经济带的交汇处,集直辖市体制和西部大开发政策等优势于一体,与国内其他内陆城市相比,重庆具备区位、体制、平台、产业及通道等多种优势。

截至2018年底,全球范围内开通跨座式单轨的城市达到20个,其中尤以重庆的跨座式单轨最为出名。目前,重庆轨道交通正在步入高速推进阶段,已形成线网覆盖主城全域的运营格局,运营里程超265公里,里程总长度居全国第六、中西部第一。

当前重庆轨道交通2号线、3号线运营总里程达到98.45公里,其中3号线总运营里程为67.09公里,是世界上最长的跨座式单轨交通线路。目前,重庆跨座式单轨无论在规模、运能还是运量上,都已跻身世界前列,并成立了全球最大的单轨交通装备制造基地,形成了从研发设计、设备制造集成、施工建设到运营管理为一体的完整化单轨交通产业链。在单轨设备制造方面,重庆城市轨道交通公司编制了单轨设计、施工、车辆技术等国家标准,近95%的轨道设备、关键技术和轨道产品均已实现国产化,近80%的设备在重庆组装生产,实现了“重庆造”。经过长期实践,重庆跨座式单轨的世界知名度不断提升,并吸引了国内外许多城市相继调研、借鉴规划及应用。当前,重庆单轨已逐渐成为重庆的靓丽名片乃至我国轨道交通领域的驰名商标。另外,通过轨道交通工程投资的产业链形成的带动作用,为发挥重庆老工业基地产业优势、振兴装备制造业提供了良机。

我国“十三五”规划中明确要求要不断促进城市轨道交通多制式协调发展,要积极促进新一代先进轨道交通装备产业的发展壮大。一方面,重庆作为全国唯一掌握单轨建设核心技术的城市,已率先实现跨座式单轨、钢轮、钢轨及地铁等多制式协调发展的良好局面,为重庆城市轨道交通“走出去”、在国际间共享建设及发展经验提供了无可替代的比较优势。另一方面,作为重庆城市轨道交通的管辖单位,重庆交通开投集团也提出要积极实施轨道交通“走出去”战略,为重庆城市轨道交通“走出去”提供了切实的政策保障。

四、重庆城市轨道交通“走出去”的战略定位及存在问题

(一)重庆城市轨道交通“走出去”的战略定位

“一带一路”倡议和长江经济带战略的实施为重庆城市轨道交通“走出去”提供了良好契机,重庆跨座式单轨技术已具备“稳妥推广全国,积极走向国际”的基础性条件。为了能更好完成“走出去”的战略目标,在总结近年来“走出去”经验和教训的基础上,重庆城市轨道交通公司也必须针对发展水平和需求现状不同的国际市场制定和推行不同的“走出去”战略。

针对亟待完善基础设施建设,同时又缺乏资金的欠发达国家,战略定位应着眼于尽可能多地获取当地项目,并且通过大量基建项目,努力在当地构建重庆轨道标准体系,为不断开拓当地市场打下坚实基础。

针对本土轨道产业已经非常发达,且轨道市场和技术标准体系亦非常完善的欧美等发达国家,战略决策应着眼于与当地优秀企业开展长期深度合作。

(二)重庆城市轨道交通“走出去”的融资模式

黄奇帆指出重庆企业在推进海外投资时要采取“1+1+3”模式(第一个“1”是指每个投资项目要有一个集团主导牵头;中间的“1”是指每个海外投资项目需要跟进一个财团,一起入股、一起担保、一起融资;“3”则是指每个项目需要有一个熟悉当地情况的国际投资银行、一个会计事务所和一个律师事务所),因此重庆城市轨道交通需要连同其他部门协同“走出去”,并积极争取国家政策,充当试点城市。基于产业延伸视角,城市轨道交通“走出去”时可以细分产业,将重庆作为总部,某些产业放在国内,一些产业链条则可以延伸到“一带一路”沿线国家。另外,重庆城市轨道交通走出国门,需要积极探索稳定、高效的投融资模式,以应对陌生环境带来的风险和挑战,包括:进一步加强银企合作,积极申请政策性银行在“一带一路”倡议中所提供的资金支持;灵活采用投融资模式,对于财政能力较好的国家可选用BT模式,对于流量大、商务环境好的项目可选用TOD模式;努力提升国际金融市场的融资能力,利用国外发达证券市场和银行直接融资,选择运用诸如设备设施金融租赁、ABS、杠杆收购、银团贷款等融资手段助推重庆城

市轨道交通“走出去”。

(三)重庆城市轨道交通“走出去”过程中存在的问题

“一带一路”倡议为重庆城市轨道交通“走出去”提供了良好的机遇和条件,使得“重庆造”经由沿线国家走向世界具有了成为现实的可能性。然而,需要正视的是重庆城市轨道交通在“走出去”的过程中,尚存在着许多亟需解决的问题,主要可总结为以下几个方面:(1)企业发展历程较短,国际影响力偏弱。重庆城市轨道交通发展到今天,只有短短15年时间,尽管已经取得了不少成绩,但与欧美日等发达国家的成熟产品相比,综合实力仍相对薄弱,国际竞争力尚存在明显差距。(2)企业协同性不够,品牌建设能力不强。目前,重庆城市轨道交通孤军作战特征明显,与国内外其他大型装备制造企业的协同创新不够,缺乏在“走出去”过程中产品间的优势互补,同时缺乏在单轨设计与制造方面品牌优势的建设能力。(3)企业技术标准受限,全产业链“走出去”仍需时日。重庆城市轨道交通的设计与建造标准基于重庆本土而制定,尚不能直接推广到海外市场。现阶段的“走出去”仅处于单纯承担土建或提供装备等初级阶段,还不能提供从设计、施工、运营管理到装备配套的一整套服务,还未成为重庆企业“走出去”的拳头产品。(4)企业国家化人才匮乏,对海外市场的研判缺乏前瞻性。目前,重庆城市轨道交通集团内的员工大都来自国内高校,国际视野相对缺乏,对海外市场的新技术、新标准认识不够,对其他同业竞争者的优劣势掌握不充分,对城市轨道交通建设的国际市场环境研判不精细。

除了上述问题,重庆城市轨道交通在“走出去”的过程中,也面临着来自政治、法律、经济、技术壁垒、企业经营以及文化等方面的诸多风险。为了更稳健地“走出去”,针对不同风险需要制定不同的评估方法,比如经济风险较为直观,易于量化,可采用统计学方法对其发生概率和可能造成的损失加以估计,而对于政治、文化等风险则可以采用综合定量评估的方法等强化认识。制定风险评估方法的最终目的是防范风险,为了达到该目的,研究并建立一个高效的风险防范应急体系尤为重要。传统的风险管理模式大多属于树状式管理模式,其弱点在于一旦某个环节出现问题,链条即中断,致使风险无法得到有效控制。鉴于此,重庆城市轨道交通急需研究并构

建一套能有效防范风险的管理体系,以进一步助推企业稳步“走出去”。

五、结论及政策建议

目前,在“一带一路”倡议和长江经济带战略的政策背景下,重庆城市轨道交通需要紧抓其黄金机遇,利用其比较优势积极推进“走出去”战略,这不仅是企业实现长远发展的必然要求,也是进一步促使民族技术提升世界知名度的重要路径。

“一带一路”倡议作为一种开放型战略,在给重庆轨道交通产业发展带来巨大市场空间的同时,也可能对该产业发展带来反向竞争和冲击。面对这种双刃剑效应,重庆需要构建一套可持续的,具有增长潜力且适应“一带一路”开放格局的新型产业发展体系,同时要大力实施创新驱动发展战略,在“一带一路”背景下,充分结合目标市场产品需求,研发创新新型轨道交通产品,创立以需求为导向的外向型轨道交通发展体系。

在“走出去”进程中,重庆轨道交通产业要精准把握市场定位和产品定位,不仅要输出产品,还要积极输出技术、标准和文化。需要通过建立健全多层次双边与多边合作机制,利用多渠道融资模式,加强“走出去”的人才保障,积极争取各类政策扶持。在此基础上,还要努力构建科学规范的风险防范体系,有效应对“走出去”过程中可能面临的挑战和风险,确保“走出去”之路越走越宽。

参考文献:

[1]张燕生.“走出去”战略是一个大战略[J].宏观经济研

究,2000(10):24-28.

- [2]邢毓静.权衡成败——中国对外直接投资中的比较优势原则[J].国际贸易,2002(4):44-48.
- [3]耿彦斌.我国城市轨道交通“走出去”的战略思考[J].都市快轨交通,2016(4):1-5.
- [4]何本芳,张详.我国企业对外直接投资区位选择模型探索[J].财贸经济,2009(2):96-101.
- [5]贺晓琴.中国企业“走出去”的发展态势及其目标[J].世界经济研究,2008(10):14-19.
- [6]申现杰,肖金成.国际区域经济合作新形势与我国“一带一路”合作战略[J].宏观经济研究,2014(11):30-38.
- [7]刘华芹.积极实施“走出去”战略,助推“一带一路”建设[J].国际商务财会,2015(2):8-12.
- [8]汤正仁.借助“一带一路”打造西南地区对外开放新高地[J].区域经济评论,2015(3):75-77.
- [9]王冲.重庆融入“一带一路”战略的新机遇[J].对外传播,2015(4):75-76.
- [10]郜春海.关于城市轨道交通“走出去”的思考[J].都市快轨交通,2016(3):4-7.
- [11]李一文.后危机时代中国企业海外投资面临的机遇、风险与对策[J].经济学动态,2010(7):62-65.
- [12]易纲.中国企业走出去的机遇、风险与政策支持[J].中国市场,2012(37):31-37.
- [13]戴翔,韩剑,张二震.集聚优势与中国企业“走出去”[J].中国工业经济,2013(2):117-129.
- [14]Robert S. K, Anette M. Managing Risks: A New Framework[J]. Harvard Business Review,2012(6):68-85.
- [15]张燕,谢建国.出口还是对外直接投资:中国企业“走出去”影响因素研究[J].世界经济研究,2012(3):63-68.

[责任编辑 戚蕴涵]