

中国基建企业“走出去”面临的机遇与挑战

王禹丹

(中国交通信息科技有限公司, 北京 100032)

【摘要】多数发展中国家的基础设施相对落后,在基建方面亟待加强;而一些发达国家在基础设施建设方面需要随时代发展更新维护。就此而言,基建事业在各国发展中占据着极为重要的地位。面对当前的错综复杂的经济政治国际新形势,基于“一带一路”倡议的支持下,中国基建企业也应该积极走出国门,不断促进企业的国际化转型,加快中国基建企业“走出去”的步伐,在探索企业发展新途径的同时,也能够为国家经济带来新思路。当前,我国基建企业在施工能力、技术标准、施工速度和施工质量等方面均在国际上表现出明显优势,但是仍有诸多企业在“走出去”的路程中遇到诸多阻碍,导致我国基建企业整体国际化水平不高。基于此,本文针对中国基建企业“走出去”过程中面临的机遇与挑战进行简要分析并提出建议,希望能够予以一定借鉴。

【关键词】中国基建企业;“一带一路”倡议;企业发展;“走出去”;机遇与挑战

一、中国基建企业“走出去”的市场形势分析

(一) 中国基建企业“走出去”的优势

首先,我国对外承包的基建工程已经覆盖到全球近200个地区和国家,尤其是在亚洲市场和非洲市场,中国基建企业在其中基本占据了稳固地位。随着近些年欧洲、拉美、北美等地区基建需求的增加,我国企业在这些地区的基建市场也有所斩获,对于一些重点发展区域的基建市场发展趋势、相关法律法规要求、劳动保护制度、财务制度、社区关系等方面都有了更加深入的了解,有利于中国基建企业对这些地区的市场拓展。

其次,近年来,“中国速度”这一名号得以在世界范围内打响,中国基建企业的施工能力和组织能力得到了全球的广泛认可,加之很多中国基建企业经由多年的发展都已经形成了专属的海外管理团队,并在国外建立了一定的品牌效应,在

国际部分地区的基建市场中具有一定的影响力。

此外,随着国内青藏铁路、三峡大坝、港珠澳大桥、移动通信基站、卫星发射等项目的发展,国内企业在基建方面的研发技术和研发能力已经逐渐达到世界领先水平,且成本价格低廉,受到了国际广大发展中国家的青睐,就此而言,我国基建企业针对海外发展中国家市场的扩张是具有一定优势的。

(二) 中国基建企业“走出去”的劣势

首先,当前我国成功“走出去”的基建企业所参与的主要也是一些较为传统的基建项目,在区块链、人工智能以及云计算等高科技方面的基建项目涉猎不足。相较于一些发达国家的顶尖承包商,中国基建企业对于科研方面的技术投入不足,技术水平的落后是国内基建企业在面对海外发达国家市场竞争时的最大短板。加之大数据、

物联网等新兴技术在我国的发展时间较短，我国教育行业对这些新兴技术专业的设立时间不长，导致相关人才储备不足，限制了我国基建企业在高新科技领域的发展。

其次，中国基建企业的融资能力相较于国际顶尖的承包商也具有一定距离。国内基建企业受到资金限制，面对一些发达国家市场的优质项目时，常因为不满足其财务要求而失去市场拓展机会。随着 EPC、BOT、BOOT 等承包模式在国际承包市场中的应用，这对承包商与世界银行、境内外商业银行、出口信贷机构等融资机构的友好合作关系提出了一定要求，保障企业在工程项目中获得足够的资金支持。但中国基建企业在这方面缺乏一定优势，存在融资渠道单一、融资成本较高的问题。

此外，受到国内市场环境的影响，中国基建企业的合同意识相对较差，很多企业在项目开发和建设过程中并不重视合同履行，且对合同的把控和执行能力较弱。在合同签署之前，很多企业并未对项目所在地的环境、实际经营情况进行全面调查，缺乏专业的法律团队对招标文件、合同书等内容展开专业、详细的研究，这样便很容易在后续的项目开展中出现合同纠纷、劳务纠纷等问题，不符合契约精神。即使是由于业主的原因造成合同执行困难，承包商可以依据合同条款提出索赔的，但也由于合同管理能力薄弱而最终索赔失败。

（三）中国基建企业“走出去”的机遇

首先，随着 RECP 自由贸易协定的签署，全球范围内形成了最大的自由贸易区，这无论对中国经济还是对世界经济来说，都是一次极大的发展机遇。RECP 的签署进一步促进了亚太地区国家之间的贸易和投资，促进了成员国之间产能和需求的深度融合，对于推进中国基建企业的国际化进

程具有积极意义。其次，近年来，国家不断推进新基建项目，预计接下来对于新基建的项目还会推出一系列的优惠政策。在“一带一路”倡议和“六廊六路，多国多港”的基本框架支持下，中国企业在“一带一路”沿线国家中获得了新的发展机遇。贸易的通联性、政策的一致性、设备的连通性也为中国基建企业也迎来了更多开拓市场的可能性。且我国政府对中资企业海外发展的扶持力度逐年加大，在“走出去”战略和“一带一路”倡议下^[2]，设立了多种专项基金与合作论坛，为中资企业开拓国际市场搭建了广阔的平台，提供了良好的融资渠道。此外，我国“走出去”企业的主要市场是非洲、东南亚等经济欠发达地区，随着竞争的加剧，传统基建项目利润率逐年降低，市场也趋于饱和。而新基建项目市场主要集中在拉美、欧美等经济相对发达的地区。为了消除经济危机所带来的影响，近几年欧洲及美国也在寻求新的增长点以刺激经济复苏，新基建提出的 5G、大数据、智慧城市等热点正是西方市场所需要的。过去由于种种原因，中资企业一直没有打开欧美高端市场，新基建为此提供了一个良好的契机。对于中国基建企业来说，必须要抓住时代发展的机遇，加快“走出去”的步伐，不断推进自身的国际化发展，在国际上树立中国基建品牌，保障自身企业发展的同时，也能够为国内的经济带来新的机遇。

（四）中国基建企业“走出去”面临的挑战

对于中国基建企业来说，其在国际化进程中迎来新的发展机遇的同时，也面临着诸多挑战。其一，我国的基建企业虽然在全球基建行业发展中具有一定影响力，但是大多数国内企业的国际化水平相较于国际顶尖的承包商还存在较大差距，其营业收入主要来自国内，在海外市场中的占比较少。

其二，在国际基建工程招标中，中国企业的积极性都比较高，致使内部竞争激烈，成熟市场都在继续深耕，新兴市场少有开拓。其三，发达国家对于基建工程的技术标准与中国标准不同，且其管理模式和商务条件的设置与国内的基建工程有着较大差距，导致中国基建企业“走出去”困难重重。其四，虽然部分发展中国家对于基建设施的需求量大，但是其资金相对短缺，存在工程项目资金难以回收的现象，这使得国内基建企业在投标时思虑过多。此外，近几年，中国与以美国为首的西方各国之间的贸易摩擦不断，在贸易保护主义、民粹主义等思想的影响下，中国基建企业想要真正“走出去”，还面临着许多的未知风险。

二、中国基建企业“走出去”的应对策略

据目前的国际形势而言，中国基建企业想要真正实现“走出去”，推进国际化发展，必须要具备一定的长远规划，从国际基建市场的实际情况及发展趋势出发^[1]，严格把控风险，保持定力，审慎寻求发展机遇，保障中国企业在国际市场中的稳健发展。

（一）改善中国企业无序化竞争，强化市场开发监管

随着经济全球化的发展，我国各大基建企业逐渐认识到国际化的重要意义，对于一些国际项目的招标表现出了明显的积极性，但与此同时，大量中国基建企业的涌入也导致了内部的无序化竞争严重。比如，格鲁吉亚作为一个发展中国家，其在近几年对于交通基建的需求迅猛增加，在短时间内开展了多个标段的项目投标。该国家对于交通基础设施建设的投入资金主要来自亚欧地区投资银行的政策性贷款，一般会在投标单位中选择最低价成交。据统计，中国企业参与投标的格鲁吉亚造价在 3000

万美元以上的基建项目中，基本上每次中标的都是中国基建企业的不同单位，包括中国建筑、中国路桥、中铁二十三局、贵州高速等，且均以最低价位中标，对于一个仅有 6.97 万平方公里国家，却有如此大量的中国企业投标，可见其竞争之激烈。然而，据中标项目的结果分析，为了达到中标目的，诸多企业在竞标中不断下压价格，导致很多项目的最终成交价远远跌破了企业所测算的成本，导致项目的建设和经营难以达到预期收益。面对如此无序化的竞争现状，想要“走出去”的中国基建企业有必要重视市场开发方面的监督和管理，进一步推进企业内部成本测算及审核机制的构建，最大限度地避免在投标过程中的一些可预见的成本风险，在开展投标工作之前对项目进行科学的成本测算及审核，以保障项目的基本收益。而对于上级管理单位来说，也需要进一步强化投标工程的风险控制和风险管理，重视投标前的策划工作，完善项目过程管理和审计工作，将监管工作落实到项目投标——中标——完工的全过程之中，尽量规避海外开发系统性风险。此外，国家相关管理部门也应该强化政策方面的引导，进而推进风险的有效管控，防止国有资产的流失。

（二）解决发达国家市场壁垒问题，完善理论和标准

当前，我国基建行业在管理理念和技术标准等方面与发达国家仍存在较大差异，导致在项目开展中容易因为与发达国家之间的市场壁垒产生成本浪费问题。比如，挪威基建市场对于劳动力的条件要求较高，对于外来劳工的工作时间以及收入方面都有着严格的把控，且挪威在隧道施工方面的理念和技术相较于中国基建企业来说具有一定的先进性，其施工效率更高，且成本造价较低，

这导致很多中国基建企业的优势大大缩减，因为设计理念、设计标准和技术方面的差异导致成本造价较高，在国际竞标市场中优势较小。对此，中国基建企业必须要重视自身理念的更新，不断优化技术标准和施工标准，不断吸纳国际上的先进技术，结合自身经验及发展方向学习其优秀的工程管理理念及设计理念等，完善企业自身的发展。首先，中国基建企业应该在企业内部强化国际化战略意识的培育，不断增强管理水平，进一步开拓市场运作渠道。应构建学习型企业，积极向优秀的国际基建企业学习，以国际通行的技术标准为基础，完善国内的技术标准指标，将国际企业的先进管理理念以及技术标准进行本土化，结合企业自身的发展方向和管理特色构建更加科学的管理体系，优化管理形式，同时加强对其他国家相关法律法规的掌握，以逐步打破与发达国家基建市场之间的“壁垒”，更好地适应国际基建市场，为“走出去”奠定坚实基础。

（三）应对发展中国家基建资金问题，采取PPP项目管理模式

当前，国际上部分发展中国家的基建需求激增，中国基建企业主要参与的发展中国家市场包括巴基斯坦、尼泊尔、斯里兰卡、孟加拉国等，但这些国家的基建规模较小，且部分项目存在资金不足的问题，中国企业在投标中存在较大风险。对此，中国基建企业在进行投标时，必须要对国际市场以及该国家的基建行业发展情况进行深度调研，科学预测其市场的发展趋势，审慎抓住发展机遇。项目考察完成后，中国基建企业可以采取PPP项目管理模式，通过与地方政府达成合作，帮助解决发展中国家基建资金不足的问题，进而推进中国企业“走出去”进程。

（四）应对国际贸易摩擦问题，不断优化自身建设

目前来看，中国企业在“走出去”的过程中还面临着诸多国家贸易保护主义的威胁，国际贸易摩擦不断，随着全球经济博弈日渐进入白热化，中国基建企业必须坚持中国思想，不断完善企业自身的建设，面对国际贸易保护等理论坚定抵抗^[3]，在国际基建项目招标中保持不卑不亢，相信中国力量，以实力证明自身。同时，中国基建企业还需要不断学习发达国家的先进基建技术和管理理念，用优良的工程品质锻造大国工匠精神，用工程人的血汗在国际基建市场上奋力谱写中华民族复兴崛起的华章。

三、结语

总而言之，在当前经济全球化的新形势下，中国基建企业国际化发展已经成为必然趋势。中国基建企业应积极强化市场开发监管改善国内企业的无序化精神，不断完善理论和技术标准消除与发展国家的市场壁垒，通过采取PPP项目管理模式解决发展中国家基建资金短缺的问题，并不断优化自身建设，以自身实力应对国际贸易摩擦问题，积极应对国际市场挑战，抓住发展机遇，真正实现“走出去”目标。

参考文献：

- [1] 夏晓. 中国企业亟待在国际基建市场突围[J]. 中国对外贸易, 2020(09):46-47.
- [2] 董诗洋. “一带一路”背景下中国基建企业在非洲市场的机遇及挑战[J]. 中阿科技论坛(中英阿文), 2020(04):19-20.
- [3] 王勃. 迎接“一带一路”新机遇谋划战略升级新思路——中国基建企业“走出去”的实践与思考[J]. WTO 经济导刊, 2017(06):19-21.