

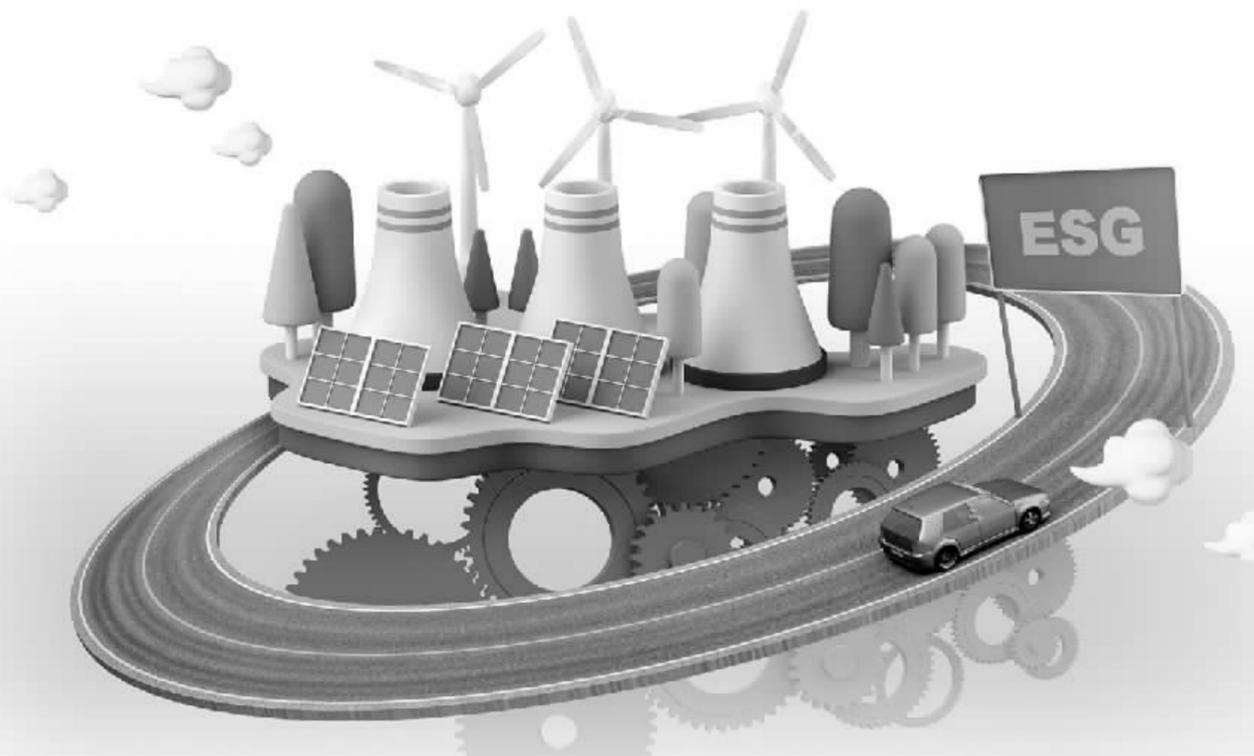
用好ESG朋友圈 中企出海迈入2.0时代

“比亚迪通过绿色足迹抵消的二氧化碳排放量相当于10亿棵树。”9月21日,比亚迪海外社交媒体账号发布的帖子引发热议:截至2024年9月,比亚迪减少的碳排放量,相当于一片厄瓜多尔国土面积大小的森林一年碳吸收量。

在中国新能源汽车产业出海大潮中一马当先的比亚迪,对于海外ESG实践同样毫不含糊。ESG实践,正成为中国企业在加快全球化布局进程中不可或缺的一部分。

近年来,中国企业掀起新一轮出海热潮,从走出去到走进来,再到走上去,迈入出海2.0时代。出海模式升级的一个重要表现是,中国企业越来越重视ESG实践,持续扩大朋友圈。在成长为真正的全球化企业过程中,如何共建、共享,加强本土化建设,进行社区沟通,成为摆在中国企业面前的新课题。

● 郑萃颖 任明杰



视觉中国图片

中企出海新名片

作为出海老兵,联想集团副总裁、全球电脑与智能设备首席质量官王会文告诉中国证券报记者:“2004年联想集团进入全球化发展阶段后,我们就前瞻性地ESG实践和数字化转型作为应对出海不确定性的关键策略,率先实践并验证了数字化转型与ESG相互促进的‘双轮驱动’出海模式。”

无论是2004年“蛇吞象”并购IBM PC业务这一经典商业案例所具备的价值,还是将全球化与本地化深度结合打造中企出海品牌的方法论,或是从全球PC之王转型成为解决方案和服务提供商的过程,联想集团对ESG的高度重视与实践深深影响着中企出海后继者。

“中国企业在面对出海新阶段时,ESG成为了新名片、新支柱。”清华大学产业发展与环境治理中心主任陈玲在近日举行的中国企业“新出海”专题报告发布会上说,如今中国企业出海要被当地市场接受,不仅需要技术领先、具备成本优势,还需要有绿色供应链,履行社会责任和环保责任。这一趋势也使得出海企业更注重ESG信息披露。

在中国企业发布的ESG报告中,海外ESG实践已成为重要内容。如中国电建集团国际工程有限公司9月6日发布的份ESG报告,讲述了公司海外工程项目如何减少环境影响,帮助当地使用可再生能源以及发展属地化用工等ESG实践。

在巴西玛瑞蒂光伏项目开工建设前,电建国际在项目现场找来10名生物学家、10名考古学家,以及几名兽医,对周边野生动物开展救援和保护工作。电建国际还为巴西圣保罗地铁2号线设计了水处理循环利用系统,为波兰E75铁路沿线生物采取了多样性保护措施,为当地珍稀动植物筑巢、搬家,避让或保护古树。

出海进入2.0时代,也意味着中国企业要通过本土化真正走出去。从2001年加入WTO后的制造、贸易类企业出海,到2008年开启的资本出海,再到近年来新能源产业、跨境电商等新兴产业出海寻求第二增长曲线,带动供应链、品牌、商业模式出海,中国企业的出海方案从制造到研发、营销、投资、并购,本地化生产与经营不断延伸,加深出海深度,拓展全球化边界。

“以前产品出海,企业面向的是海外消费者;现在供应链出海、海外建厂,企业与当地市场更深入地接触,其中涉及供应链责任、员工管理、社区关系等诸多ESG议题。”商道融绿董事长、商道咨询首席专家郭沛源对中国证券报记者表示。

监管与投资推动

一方面,可持续发展的潮流使得中国绿色产业乘势而上,获得发展机遇;另一方面,各国相关政策法规带来了更严格的ESG监管要求。陈玲表示,全球光伏组件出货量前十的企业中有九家是中国企业,风电装机容量前十的企业中有六家是中国企业。在绿色发展背景下,

中国企业所处的位置已经不同了。从新能源汽车专利数量看,中国2021年超越日本,成为全球第一;在可再生能源专利数量上,中国2015年超越日本,成为全球第一。

2023年,中国新能源汽车、锂电池、光伏产品出口总额达1.06万亿元,首次突破万亿元大关。“新三样”的出口形式也从产品出口发展为海外建厂,甚至建立研发中心。与此同时,“新三样”在面对欧盟新电池法、可持续发展披露政策时,首当其冲。

中国企业出海时面临的可持续发展议题并非新鲜事物,但具体内涵在发生变化。郭沛源表示,十多年前,中国企业出海最受关注的可持续发展议题是采矿过程中的冲突事件和企业与社区的关系;而《巴黎协定》签订以来,人们对气候问题的关注度不断提升,加上可持续发展披露框架的全球化标准出台,ESG所代表的环境、社会、公司治理要求被广泛提及。

以ESG监管要求最为密集的欧盟市场为例,《公司可持续发展报告指令》(CSRD)从2023年1月5日起生效;欧盟碳边境调节机制(CBAM)2023年10月1日开启了过渡期;2024年5月欧盟理事会批准通过《企业可持续发展尽职调查指令》(CSDDD)并于7月生效,在欧盟境内达到营业额门槛的中国企业也将适用,该指令要求企业及其上下游合作伙伴预防、终止或减轻对人权和环境的负面影响,将尽职调查程序纳入企业制度。

在东南亚,马来西亚、新加坡、印度尼西亚、越南、菲律宾相继推行可持续发展报告强制披露制度。在全球范围,国际可持续准则理事会ISSB在2023年6月发布了IFRS S1及IFRS S2两项可持续发展披露框架,作为全球ESG标准基线,有望被多国采纳。

出海企业对ESG的重视也来自品牌建设的需求。国际调研机构益索普发布的《2022中国品牌全球信任指数》,将中国品牌全球信任指数驱动因素前五归纳为:提供高品质的产品/服务、以公正和有道德的方式做生意、尊重并保护消费者隐私、成为有吸引力的雇主、对环境负责,涵盖了ESG关注的主要核心议题。

国际评级机构GRESB中国首席代表邓耀华告诉记者,ESG与企业海外项目的融资成本密切挂钩。“中国市场目前有超过70家企业和基金参加GRESB评级,除了品牌宣传的目的,主要驱动因素来自国际投资人或海外银行的要求,被投或融资项目需要达到一定的ESG指标。”邓耀华表示,根据2023年GRESB参评者所在地分布,目前对ESG评级最为看重的前三大地区是欧洲、北美、亚洲,关注项目评级最多的亚洲国家包括日本、中国、印度。“这些区域的投资者和金融机构,以及一些多边开发银行,往往会有较严格的ESG要求。”他说。

企业海外项目提升ESG评级,往往意味着项目与本土供应链有更深入合作。“绿色供应链、建筑材料的碳足迹也是我们关注的重点,所以项目方建立当地的绿色建材供应链非常关键。另外,项目如何与当地员工和社区邻里保持良好沟通,促进员工健康和福祉,保障施工安全,都是评价指标。项目在当地采购绿电,或者

部署分布式光伏,这些都是我们的加分项。”邓耀华说,可持续发展评级的提升并非一蹴而就,往往需要企业3到5年的持续耕耘。

用ESG交朋友

郭沛源表示,中国出海企业可以回顾过去三十年外企在中国的发展历程,以史为鉴启发当下出海的思路。十多年前,可口可乐提出收购汇源,达能与娃哈哈产生纷争,引发人们对外企并购本土头部公司的讨论。而近几年,外企开始思考如何在中国可持续发展,可口可乐提出“We Care”口号,大众集团等外企提出“在中国、为中国”战略。当下中国企业走出去,成为别人眼中的外企,同样需要思考如何在一个地区长期发展、融入当地的问题。

中国企业需要研究的重要课题之一便是如何进行社区沟通。“在社区问题上,中外企业采取的沟通策略截然不同。很多企业通过与当地政府成立联合办公室,来化解社区矛盾、完成社区沟通。外企则会安排专人负责社区关系维护,与当地关键的利益相关方建立沟通联系,根据当地需求提供资助教育、修桥铺路等支持。在过去,前一种策略一定是最快、最有效的,但在如今的海外市场,社区组织的影响力更强,或许更需要学习后一种策略。”郭沛源说。

联合国全球契约组织亚太区总代表刘萌对记者表示,中国企业出海不能忽视共建、共享理念,应与海外投资运营地的利益相关方加强合作,共享可持续发展红利,可以帮助企业行稳致远。

例如,提供服装智能制造解决方案的杰克科技,在“编织未来”女性赋能项目中向津巴布韦Goromonzi社区捐赠缝纫机,并免费为有需要的妇女提供相应培训。复星集团发起的复星公益基金会,与华友钴业共同启动“康惠社区”社区健康项目,驱动复星医药捐赠了价值3万美元抗疟疾药物,帮助津巴布韦社区减少流行病传播。海尔智家在越南市场深耕,赞助选美比赛以及加强冰箱的冰冻技术,支持社区发展,赢得本地用户认可,并创立了本土化品牌AQUA。

电建国际通过设立区域总部、国别子公司等方式,进行资本、技术、管理、人才等资源的属地化、全球化配置。电建国际党委副书记、董事、总经理唐玉华对记者表示,在当前复杂多变的商业环境中,加强合规管理是企业稳健发展的基石,企业要结合自身情况建立健全ESG管理体系,健全国际业务合规管理机制,在走出去实现经济目标的同时,对社会、环境、员工等方面产生影响,并承担相应的责任。

“中国企业出海要懂国际经贸规则,懂得如何在世界规则的前沿与跨国公司博弈。同时,我们要做大家伙,中国企业走到哪儿,产生的收益有中国企业的一份,有东道国企业的一份,有第三方合作企业的一份。”中国宏观经济研究院研究员张燕生表示。

近日发布的《2024中国企业“新出海”专题报告》认为,企业可以在出海前制定一份“ESG行动地图”,建立和完善治理架构、信息管理系统,确定出海目的地的优先发展需求和重点产业,识别具有发展需求和潜力的重点区域,确定ESG实质性议题,建立并持续推进反馈机制。

边过关边升级 新能源汽车出海加速

● 郑萃颖 李媛媛

得益于品牌力提升、技术升级以及产品创新,近年来我国新能源汽车出口快速增长。中汽协数据显示,2022年、2023年、2024年1-8月我国新能源汽车出口量分别为67.9万辆、120.3万辆、81.8万辆。从出口目的地看,中国新能源汽车不但在中南美洲、东南亚等新兴市场受到追捧,在比利时、英国等高端市场也备受青睐。

新能源汽车走南闯北

近年来,中国新能源汽车企业通过海外并购、投资建厂、技术合作等方式,加速进行全球化布局。我国新能源自主品牌,如比亚迪、长安汽车、长城汽车、广汽埃安、哪吒汽车等,纷纷在东南亚、中南美洲等地建立生产基地或销售网络。

德勤中企出海服务主管合伙人金凌云认为,随着中国车企覆盖地区不断拓展,产品矩阵日益丰富,价值链布局亦逐步完善,行业已从十年前的产品出海,飞跃到如今的产业链全球化。

去年7月,比亚迪宣布在巴西卡马萨里市设立由三座工厂组成的大型生产基地综合体,其中包括新能源乘用车整车生产工厂。今年7月,比亚迪在泰国建立的新能源汽车工厂竣工投产。随后,比亚迪宣布在土耳其投资10亿美元,建立年产能15万辆新能源汽车的工厂和研发中心,预计2026年底投产。

广汽埃安以泰国为核心,持续辐射东盟,目前已进入泰国、印尼、马来西亚、新加坡等东盟九国市场。7月17日埃安泰国智能工厂竣工,标志着埃安本地化战略进入全新发展阶段。未来

中国新能源车企业ESG表现近几年处于上升趋势,这得益于企业在清洁技术、劳工管理等方面的持续改进和创新,以及可持续发展信息披露透明度的提高。

泰国将成为埃安全球七大产销基地之一。

新势力哪吒汽车则在巴西圣保罗设立子公司,计划年底前将经销商扩展至30家,并积极推动筹建KD组装工厂。哪吒汽车已陆续在墨西哥、厄瓜多尔、哥斯达黎加等地布局,不断推出新车型,拓宽销售网络。哪吒汽车全球化战略加速布局,坚持“深耕东南亚市场,持续大力发展拉美、中东和非洲市场,并适时向欧洲市场拓展”的路线,目前全球用户累计超45万。

同时,全球汽车巨头与国内车企合作的案例越来越多,如大众与小鹏、Stellantis与零跑等。中国新能源车企业的实力不断得到全球认可,我国新能源汽车技术“反向输出”正成为热潮。中汽协副总工程师许海东认为,要想实现

真正国际化,应当采用在海外目标市场直接生产的模式。如果直接投资能在海外市场顺利展开,并取得成绩,就说明中国汽车企业成功实现国际化。

而在目标市场进行本地化生产,则需应对当地可持续发展政策与法规。

目标市场监管趋严

根据全国乘用车市场信息联席会统计,2023年中国汽车整车出口491万辆,其中出口欧洲占比38%,远超其他地区。德勤中国2022年的一次调研显示,所有车企均计划在未来3至5年重点布局德国、法国等欧洲主力汽车市场。

在欧盟,新能源车企业主要面临供应链减碳、供应链尽职调查、知识产权保护等监管压力。对外经济贸易大学国际经济研究院研究员、技术性贸易措施研究中心主任李丽告诉记者,《欧盟电池和废电池法规》要求电动汽车电池披露产品碳足迹信息,提供电池标签及“数字护照”,开展供应链尽职调查,这意味着车企要对供应链可持续管理、数据管理有更高要求。而欧盟今年7月25日生效的《企业可持续发展尽职调查指令》,要求企业及其上下游合作伙伴预防、减轻或终止对人权和环境的负面影响,将尽职调查程序纳入企业制度。

“按照WTO《技术性贸易壁垒协定》的规则,WTO成员实施的技术法规是对最终产品的性能提出要求,现在欧盟的法规也对不影响最终产品性能的生产加工方法提出要求。这是贸易规则中出现的新趋势。”李丽说,对于智能化程度更高的新能源车企业,在海外市场还须获得通信模块的标准必要专利许可,车企往往需要

支付每辆车20美元左右的费用。此外,欧盟的《通用数据保护条例》对个人数据保护提出了严格要求,智能网联车在数据收集、处理和传输方面要加强合规管理。

在中国新能源车渗透率不断提升的东南亚市场,各国采取的ESG披露要求为强制披露与自愿披露相结合。虽然越南、马来西亚的ESG标准和政策体系并不完善,但这两个国家仍通过相应的环保法、税法、公司法、劳工和人权保护法等,就ESG各项议题下的要求和规范作出了约束。

在新能源车潜力市场墨西哥,当地电动汽车协会计划到2035年实现100%的电动汽车销售。不过,根据墨西哥联邦劳动法的规定,在外商投资企业中,墨西哥国籍员工所占比例至少要达到90%,这对出海企业的人员管理提出挑战。

不断提升ESG治理水平

随着出海进程深入,中国新能源车企业也在不断提升ESG治理水平,以应对海外贸易规则。

在信息披露方面,按照Wind数据,近三年来,Wind新能源汽车板块59家上市公司ESG(环境、社会、公司治理)相关报告披露率逐年提高,目前已接近八成。2021年至2023年披露ESG报告的新能源汽车行业上市公司分别为37家、42家、46家。

比亚迪在2021年成立了比亚迪碳排放管控委员会,负责公司碳排放日常管理和统筹规划工作。比亚迪2023年社会责任报告披露,截至2023年末,比亚迪共有10000余家合作供应商,公司对供应商进行全生命周期管理。不过,

2023年比亚迪温室气体排放总量为1234.15万吨,比上年增长53.08%,温室气体排放密度也比上一年有所增加,未披露范围三温室气体排放数据。

蔚来汽车《2023年环境、社会及公司治理报告》披露了企业的绿色供应链管理战略。在电池管理方面,蔚来汽车持续开展覆盖产品研发、供应链管理、充换电运营、用户服务、监控及应急响应、安全调查及分析改进,以及电池退役的电池全生命周期管理。

理想汽车《2023年环境、社会及治理报告》披露了对隐私保护的举措,要求全体员工及供应商严格遵守隐私保护相关法律法规及公司制度,最大限度保障隐私安全。理想汽车还在ESG报告中表示,公司持续开展产品碳足迹评估与核算,覆盖原材料采购、整车生产及产品使用等全生命周期的各个阶段,并建立了电池回收处理体系。

勃诺科技梳理发现,中国新能源车企业MSCI ESG评级整体表现突出。截至目前,全球汽车行业MSCI ESG评级A级及以上的企业占比46%,AAA级占比10%,而中国汽车行业A级及以上的企业占比超50%,AAA级占比超20%。特别是新能源车企业,例如小鹏汽车、理想汽车获得AAA级(最高级别),比亚迪、蔚来汽车获得A级。

“中国新能源车企业ESG表现近几年处于上升趋势,这得益于企业在清洁技术、劳工管理等方面的持续改进和创新,以及可持续发展信息披露透明度的提高。”勃诺科技创始人、CEO王轶名表示,中国新能源车企业在出海过程中,应高度关注清洁技术机遇、产品碳足迹等环境议题,劳工管理、产品安全与质量等社会议题。