

中企赴港上市加速“出海” 国际化布局仍有三大挑战

内地企业赴港上市热潮还在继续。综合Wind统计和港交所公开数据,截至今年12月10日,港股市场共有104家公司IPO,相比2024年全年增长了近四成。申请中的排队企业同样创下近10年来数量之最。在政策和市场的驱动下,对于企业而言,除了融资需求,“走出去”与国际化布局是另一重要动因。



图片来源:视觉中国

“出海”趋势不改

近日在港交所上市的纳芯微电子(02676.HK)的创始人、董事长兼CEO王升杨在当天的媒体沟通会上表示,公司赴港上市的一个重要目标,就是以香港为平台,更好地经营海外市场。作为国内首家实现“A+H”两地上市的模拟芯片企业,他们计划到2029年,海外营收占比达20%左右,成为中国市场的重要补充。

和纳芯微一样在“A+H”两地上

市的均胜电子(00699.HK),于11月登陆港交所。均胜电子相关负责人表示,在香港上市不仅能增强公司全球资本运作能力,还能进一步提高综合竞争力和国际品牌形象,为前沿技术研发和全球智能制造升级提供新动能。

香港贸发局中国内地总代表钟永喜近期提出,企业如果能利用好香港金融的基本架构,将对其国际化发

展进程带来很大助益。

面对全球地缘政治冲突等不确定性影响,王升杨告诉第一财经,公司的“走出去”步伐主要依托自身的发展进程,海外壁垒提高等更多被视为短期的影响,并不会改变其长期布局。

海关数据显示,前11个月,我国出口机电产品同比增长8.8%,占比达60.9%。其中,集成电路增长25.6%,汽车增长17.6%。

挑战与机遇并存

“今年出海确实是个敏感话题。”王升杨表示,安世半导体事件让不少企业更明显地看到了海外市场的诸多不确定性,“这些风险我们也有所察觉”,首先的就是地缘政治风险。

其次是文化和风格融入的风险。“国内更倾向于快速解决问题,而海外很多客户非常注重承诺、计划性和流程,不会单纯聚焦问题本身,而是关注为什么会有这样的问题发生,以及如何从系统和管理层面避免问题再次发生。这种文化和风格上的碰撞其实非常多。”王升杨表示,另一个挑战则来自人才层面,中企需要既了解中国市场又熟悉海外市场的复合型人才来助力海外市场开拓,而如何获取这类人才也是企业面临的一大挑战。

然而,挑战和机遇并存。在国内汽车和能源行业极其激烈的竞争之

下,“出海”是不少中企必须走的路,也已看到了成效。

以纳芯微为例,不过一年的时间,目前他们在欧洲地区的客户已有六成以上实现了量产,部分重点客户不仅实现了单品供货,还实现了多产品品类的组合供货;在日本、韩国等东亚地区,也已有8家动力电池技术和汽车零部件供应商企业实现量产,部分完成了导入。“这样的进展告诉我们,中国的芯片企业是有机会走出去的。”王升杨说,只要做好自己,提升核心能力,中企完全有可能在全球市场立足。

为了应对挑战,他表示,中企自身能做的首先是尽可能完善自身合规体系,包括建立客户自动筛查系统,明确禁止合作的客户范围,避免直接或间接与这类客户产生贸易关

系,“合规能力本身就是需要建立的核心能力”。其次,开拓海外市场须采用海外客户能够接受的方式,不能简单照搬国内市场的成功经验。在人才的问题上,他们主要通过“外派+本地招聘”相结合的方式解决。

对于企业而言,扎根中国始终是底层。王升杨强调,“走出去”并非因为国内市场竞争激烈而“出逃”,“海外市场的竞争环境其实更加恶劣”。中国市场的成长有特定的历史阶段和产业环境支撑,而要进一步提升核心能力,必须走出国门。在海外市场,“国产化”概念不成立,“距离客户近、响应快、语言相通”等国内优势也不复存在,在这种情况下开拓市场,必须构建更强的核心竞争力,而这些能力最终会反哺国内市场,帮助企业取得更好的成绩。(王洛)

消费场景活跃 第三季度银行卡 交易大增

近日,中国人民银行发布《2025年第三季度支付体系运行总体情况》。数据显示,与第二季度数据相比,第三季度银行卡总交易笔数、金额均出现增长。

根据央行披露的数据,第三季度,全国共发生银行卡交易1652.78亿笔,金额达234.92万亿元,与第二季度相比分别增长186.16亿笔、8.22亿元,涨幅分别达到12.69%和3.63%。

中国社会科学院研究生院特聘导师柏文喜对笔者表示,与第二季度数据相比,第三季度银行卡总交易笔数、金额均出现增长,这表明我国支付体系运行平稳,市场活力充足。

“这一显著增长可能得益于多方面因素,包括消费者信心的恢复、消费市场的逐步回暖以及各类促消费政策的推动等。”柏文喜认为,消费业务的增长不仅反映了居民消费意愿的提升,也说明银行卡支付在促进消费方面发挥了重要作用。

柏文喜表示,银行卡消费业务的增长也离不开支付行业的不断创新和优化。支付机构通过提升支付服务的便捷性、安全性和普惠性,进一步激发了市场活力,满足了消费者多样化的支付需求。

苏商银行特约研究员付一夫则认为,交易金额增幅(3.63%)明显低于交易笔数增幅(12.69%),反映出单笔交易平均规模有所下降,可能指向日常性、高频小额消费成为拉动增长的主力,也符合当前理性消费、追求性价比的市场趋势。

分项来看,消费业务数据增长较为亮眼。第三季度,全国共发生银行卡消费业务1035.94亿笔,金额为33.19万亿元,分别较第二季度增长10.95%、5.13%。

付一夫对记者表示,银行卡总交易笔数与金额的双增长,特别是消费业务在笔数和金额上分别实现10.95%和5.13%的环比增长,表明居民消费信心正稳步恢复,线下和线上消费场景同步活跃。

此外,截至第三季度末,全国共开立银行卡101.49亿张,较上季度环比增加0.81亿张。其中,借记卡94.42亿张,信用卡和借贷合一卡7.07亿张。信用卡和借贷合一卡环比减少0.08亿张,信用卡数量已连续多个季度下降。

业内人士认为,信用卡市场的收缩,是银行响应监管要求加速清理“睡眠信用卡”的结果,也是行业告别“跑马圈地”转型优质金融服务的需要。值得一提的是,在今年“双11”期间,多家银行推出促消费活动。比如,今年10月,中国银行信用卡宣布启动“惠聚中行日”双11淘宝天猫支付宝支付满1000元随机减5—20元活动。此外,平安银行除推出信用卡分期满减、“超级88返现”活动等优惠外,还推出“淘宝、天猫国补分期返红包”活动,将国家补贴与信用卡分期优惠相结合。

柏文喜表示,未来,随着数字经济的深入推进和支付技术的不断进步,银行卡支付有望在促进消费、服务民生等方面发挥更加重要的作用。

(中商)