

2021年在美 中资企业年度 商业调查报告

2021年7月



CGCC FOUNDATION
美国中国总商会基金会



美国中国总商会
China General
Chamber of Commerce - USA



EY 安永

Building a better
working world

版权©2021年美国中国总商会和美国中国总商会基金会，版权所有。未经美国中国总商会和美国中国总商会基金会事先同意，不得节选或全文转载本报告。

除了原始调查数据，本报告还载有来自我们认为可信、准确的来源的信息。但是，对于任何此类信息的准确性或完整性，我们不作任何声明或保证（表明或暗示）。本报告仅为提供信息目的编制，不以任何方式构成投资建议。如因使用此信息直接或间接地导致损失，美国中国总商会和美国中国总商会基金会概不承担任何责任。

提供中文翻译是为了方便您阅读，一切以英文内容为准。



目录

1	会长寄语	04
2	调研方法	05
3	执行摘要	06
4	主要调查结果	09
	▶ 新冠肺炎疫情对在美中资企业影响重大，但行业具体情况有所不同	09
	▶ 收入和利润率因疫情下滑，但中资母公司继续致力于在美国市场谋求发展	16
	▶ 中资企业需要持续投资以应对法律和合规挑战	21
	▶ 特定行业或领域的调查结果：金融服务、能源和电动汽车以及继续进入美国资本市场意向	24
	▶ 美国营商环境展望	29
5	对于中资企业在美国运营的建议	33
6	附录一：其他调查结果	34
7	附录二：2021年商业调查（独家访谈）	72

会长致辞——美国中国总商会（CGCC）

很高兴连续第八年与您分享《在中资企业年度商业调查报告》，该调查由美国中国总商会（CGCC）与安永美国（Ernst & Young LLP）合作完成。本次调查提供了第一手数据与分析，反映了中资企业过去一年在美投资经营的主要趋势和总体商业行情。

自2014年发起该调查以来，我们目睹了全球经济一体化环境中，中美两国的经济发展与融合。正如我们过去八年的调研显示，中美互通互联有利于两国经济活动的开展，并已成为双边经贸往来不可或缺的部分。面对2020年全球新冠肺炎疫情导致的动荡，以及后疫情时代经济复苏的挑战和机遇，我们坚信，美国中国总商会第八次商业调查恰逢其时。本次调研的重要数据和发现，可以帮助各方更好地了解中资企业在美国投资现状，为大家商业决策提供有价值的信息和量化分析。

虽然近年来中美关系紧张以及新冠疫情等因素影响了总商会会员企业对美国商业环境的看法和信心，但在今年的调查中，我们清晰体会到了中资企业的乐观和韧性，令人振奋。面对新冠疫情所带来的加速转型及其连锁反应，我们的会员企业普遍应对良好。除资本和生产投资外，中资企业还寻求通过加强法律合规、提高品牌知名度、提升技术水平，以及简化生产运营等方式，增强其在美国市场的长期竞争力。

虽然调查数据展示了令人信服的事实，但我们清楚，数字背后还有更多值得挖掘的中企投资故事。因此，我们将对部分总商会会员企业高管的采访和评论纳入了分析之中，同数据反馈相结合，更全面且有说服力地展现中企在美国投资现状，也为更多中资企业在美国运营提供宝贵建议。

我希望您能通过阅读本次报告获取有价值的信息。鉴于中美两国企业在对方市场都享有丰厚的经济利益，美国中国总商会将继续致力于开展更具建设性的沟通，搭建桥梁，实现广泛的协同效应，促进中美双方的经贸合作。



徐辰

美国中国总商会会长
中国银行美国地区行长

调查方法

本次报告基于美国中国总商会连续第八年开展的《在美中资企业年度商业调查》。今年我们向700多家在美中资企业发放了问卷，并对问卷反馈进行统一收集和整理。本年度调查于2021年3月至4月期间进行，共收到183份有效回复。本次报告概述了主要调研与访谈结果，同时结合总商会历年调查的历史数据（如有），进行了趋势性的呈现与分析。

美国中国总商会设计并分发了调查问卷。除了面向所有参与者的问题，该调查还特别设置了针对金融服务及能源行业的问题，并以行业代表企业的高管为对象，进行了一系列后续深度访谈。美国中国总商会负责汇编调查和访谈的

问题，并确定关键主题。安永进行相关数据分析并协助起草了报告。

本次报告分为三个部分：主体报告囊括本年度调研的主要发现、行业及趋势分析，以及对中资企业在美国投资运营的相关建议。附录一逐一呈现问卷数据结果。附录二以问答形式摘录对七家中资公司高管进行的调研访谈，为读者更为直观地展现年度及行业趋势。

总商会诚挚感谢参与调查的会员企业和合作方为本年度商业调查所做出的贡献。





执行摘要

2020年，在美中资企业的经营和投资活动受到了严峻挑战，这一年异常动荡，不仅受到新冠肺炎疫情的影响，也受到中美关系不确定的影响。CGCC已是连续第八年进行在美中资企业年度商业调查，此次调查根据183家企业的回应和2021年初进行的部分高管访谈，详细介绍了这些中资企业在美国的体验和感受。与往年相比，受访中资企业表示对双边关系和未来发展更加乐观，并预计美国的营商环境将更加可预测，更加稳定。

上次调查以来，中美两国都把经济增长放在了首要地位，但这种经济相互依存性与竞争并存。通过过去几年进行的CGCC调查，收到的回应表明中美外交和经济关系的演变对企业业绩、投资策略和总体优先事项产生了巨大影响。尽管存在许多不确定因素，但受访中资企业仍将美国视为一个投资重点，并继续坚定地致力于在这一市场谋求长期发展。

- 1. 新冠肺炎疫情对不同行业的影响有所不同：**受访企业表示，2020年，美国营商环境更加严峻，这主要是由于新冠肺炎疫情的爆发，因此，在美中资企业的收入和利润率受到了影响。疫情对大部分企业的影响是负面的，但每个行业的情况有所不同。对于收入和利润率何时能恢复到疫情前水平的预期也因行业而异，但一般来说，受访中资企业对近期经济前景较去年乐观。
- 2. 积极变革将持续：**疫情促使许多受访中资企业做出积极、持久的变革，包括加速数字投资和产品创新。此外，受访企业表示，这些投资将提高识别和管理新出现的风险的能力。
- 3. 中资母公司持续致力于在美发展：**受访企业的中资母公司表示，美国仍然是其全球战略不可分割的一部分。为了支持在美国市场战略性分支机构的长期可持续发展，中资母公司表示会继续接受低于国内的利润率，并支持将更多利润重新投入其美国业务。

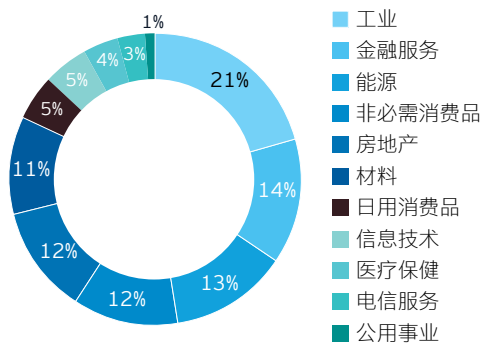
- 4. 投资品牌建设和品牌认知培养：**作为继续其美国业务和进入美国资本市场的一部分，受访中资企业会继续投资提升其品牌，认为这些投资对于提高品牌知名度和认可度、让利益相关者（包括股东）了解中资企业以及应对公众讨论中的反华/反亚洲情绪尤为重要。
- 5. 继续提高合规水平：**中资企业表示，将继续根据不断变化的美国政府政策及联邦和州层面的执法重点进行调整。经过多年强化员工培训以及与第三方机构合作，中资企业表示，他们也将加强合规制度和程序作为优先事项，以应对美国复杂的法律和监管环境。
- 6. 美国营商环境前景乐观：**展望未来，中资企业表示，对美国总体经营和经济环境比去年更加乐观，对中美关系也更加乐观。就未来的业务目标而言，他们仍然高度关注增长和利润率，但日益注重提升在美国的品牌知名度和企业形象，以及整合和精简业务。
- 7. 关于具体行业或领域：**
 - a. 金融服务：**疫情持续期间，中资金融服务企业表示，他们一直专注于向需要帮助的客户和社区提供服务和产品。为支持增长和合规，他们将增强风险治理（包括信用和流动性风险管理）及产品和服务创新（尤其是“绿色金融”）作为优先事项。
 - b. 能源和电动汽车（EV）：**在美国运营的中资能源企业表示，他们非常注重制定和实施长期低碳战略，以应对气候变化，并支持向低碳或零碳经济的更广泛转型。有少部分中资企业表示，鉴于美国电动汽车市场的技术进步，他们正在评估投资电动汽车行业的机遇和挑战。
 - c. 资本市场：**受访企业表示，对于以获得全球曝光率、提升品牌和进入流动性市场为目标的中资企业，美国仍然是他们进行首次公开募股（IPO）的首选之一。受访企业表示，增加公共关系投资可以提高市场参与者对其组织的了解。



受访企业行业分布

今年共有183家企业对调查作出了回应。如图1所示，这些受访企业在众多不同的行业开展业务；其中12家企业在多个行业开展业务。就企业结构而言，大多数（59%）受访企业非上市公司所有；上市的企业（41%）则主要在亚洲市场上市。只有少部分（9%）在美国运营的企业已经上市或计划近期在美上市。受访中资企业使用了各种企业结构来建立其美国业务，包括绿地投资/新业务实体（69%）、兼并和收购（26%）和合资企业（26%）；有些企业同时使用了几种方法。

图1：受访企业行业分布



新冠肺炎疫情对在美国运营的中资企业产生了重大影响，但不同行业所受影响有所不同

受访企业表示，疫情对在美中资企业业绩产生了负面影响。纵观所有参与调查的企业，有一半受到轻微的负面影响，另有35%遭受了严重负面影响。

如图2所示，不同行业之间存在显著差异。受影响最大的是从事面向消费者的业务以及房地产业的企业，疫情对这些行业许多企业的总体影响被视为严重。金融服务、电信和公用事业等行业的企业则表示未受影响或只受到轻微的负面影响。在个别行业，特别是医疗保健行业，因为着力抗击疫情的需要，受访企业表示受到了一些正面影响。

受访企业表示，虽然随着时间流逝，疫情的影响正在减弱——与去年（50%）相比，现在只有三分之一（36%）的受访企业受到严重影响——但疫情仍然压低了企业的总体业绩（如图3所示）。

图2：新冠肺炎疫情对各行业2020年总体财务业绩的估计影响

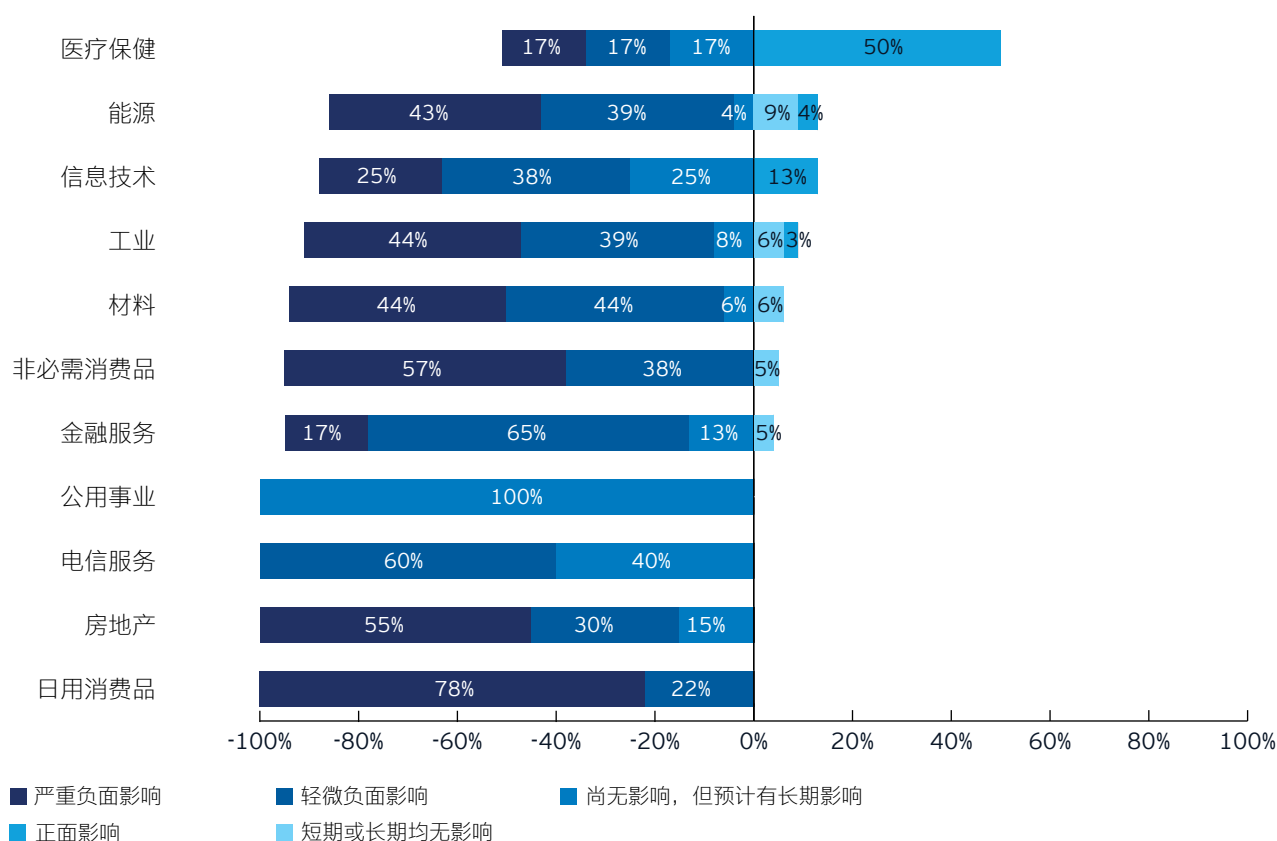
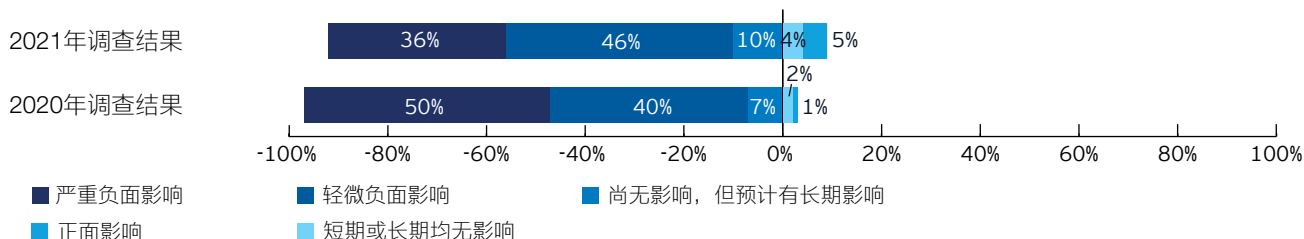


图3：新冠肺炎疫情对财务业绩估计影响的同比变化



如图4所示，疫情对受访中资企业雇佣情况的连带影响因行业不同存在显著差异。医疗保健和电信业与日用消费品行业一样，在很大程度上增加了雇佣人数并延长了工作时间。对大多数行业而言，疫情的影响是负面的，但有些行业在招聘和薪酬方面采取了积极措施。然而，受访企业也反映，受影响最严重的行业不得不缩减规模，缩短工时或减薪，以维持经营，度过疫情难关。

受访企业高管称，随着疫情的影响逐渐减弱，在美国运营的受访中资企业将持续重视在就业增长、社区发展和参与方面。

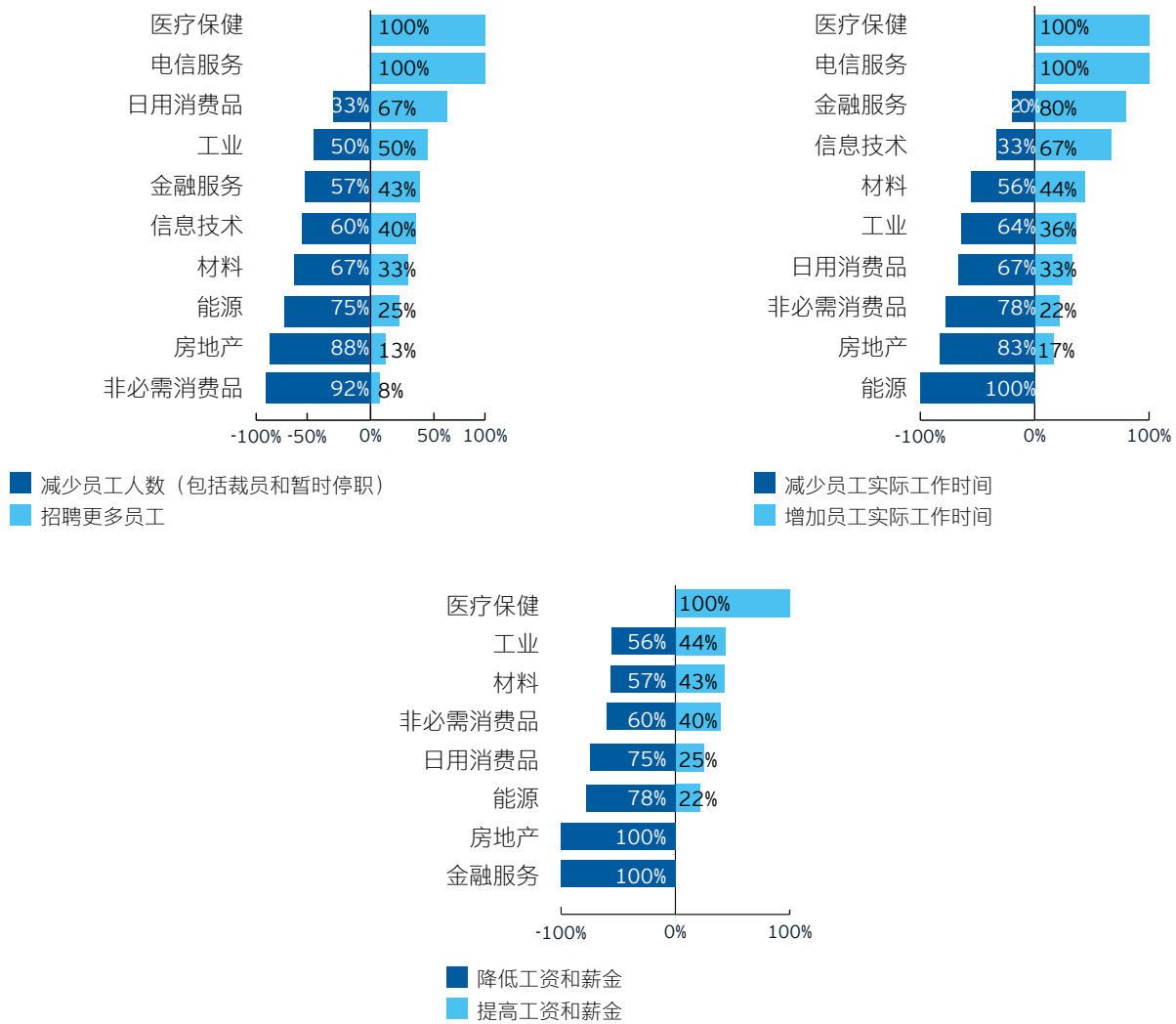
“

我们持续在当地社区创造就业岗位并提供相应培训

——江南化纤美国有限公司，领先中资聚对苯二甲酸乙二醇酯（PET）短纤制造商的子公司，美国年吞吐量为1.2亿磅



图4：新冠肺炎疫情导致的雇佣和薪酬变化¹



如图 5 所示，对于业绩何时能恢复到疫情前水平，不同行业受访企业的预测有所不同。受影响最严重的行业预计业绩水平将在接下来有所改善，但对需要多长时间预期有所不同。调查结果显示，与其他行业相比，房地产行业可能是恢复疫情前业绩需时最长的行业。

概况来说，电信和医疗保健这两个行业的业绩水平似乎略高于疫情前。实际上，调查回应显示，这些行业的一些企业预计，在未来一到三年内，其业绩可能会下滑（而非提升），之后才能回到疫情前的水平。

如图6所示，受访企业看到了美国经济复苏的势头。在2020年的调查中，几乎每家公司（96%）都预计需要六个月至一年（55%）或一至三年（41%）时间恢复疫情前的业绩水平。一年后，调查回应中的意见变得分散，24%的受访企业预计需要不到6个月就能恢复，11%的受访企业预计需要3年以上时间。

¹ 部分受访企业未披露薪资变化情况

图5：不同行业对恢复疫情前业绩水平的预期

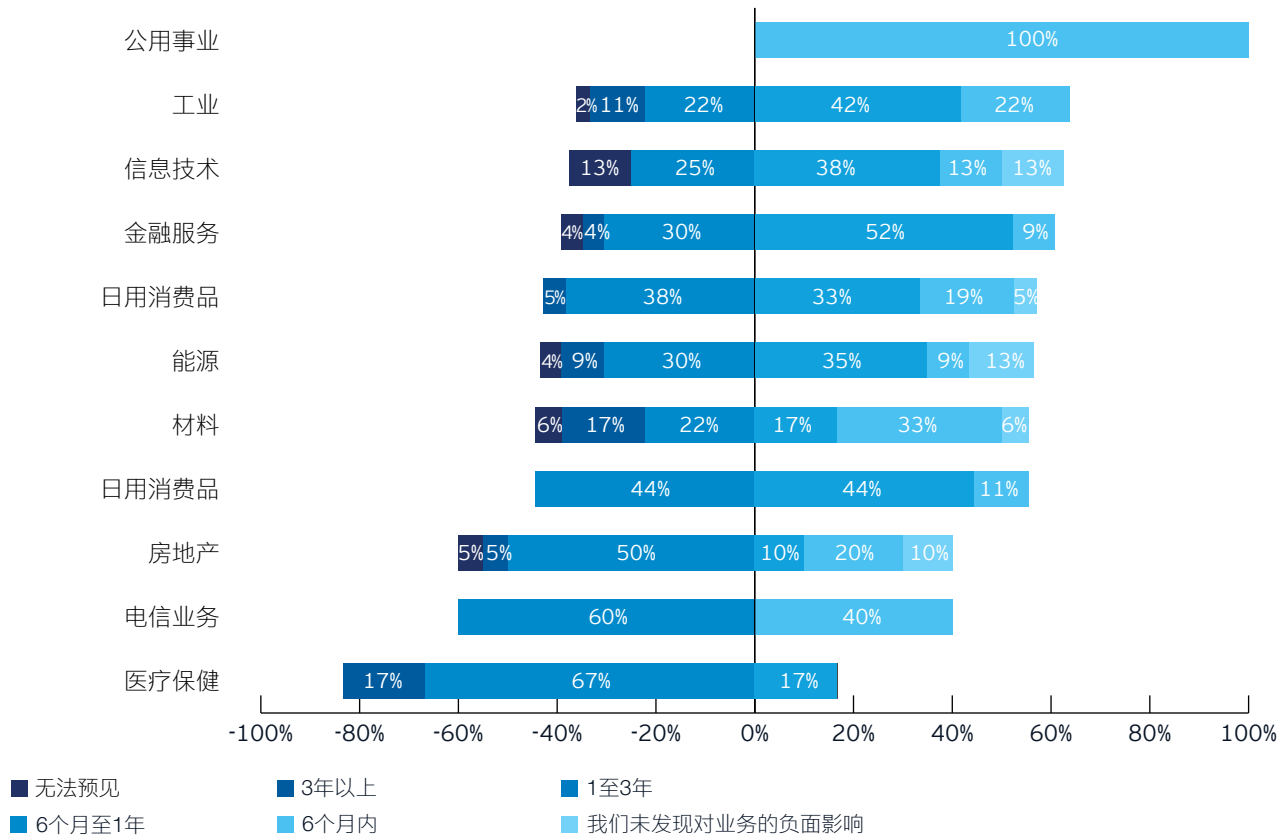
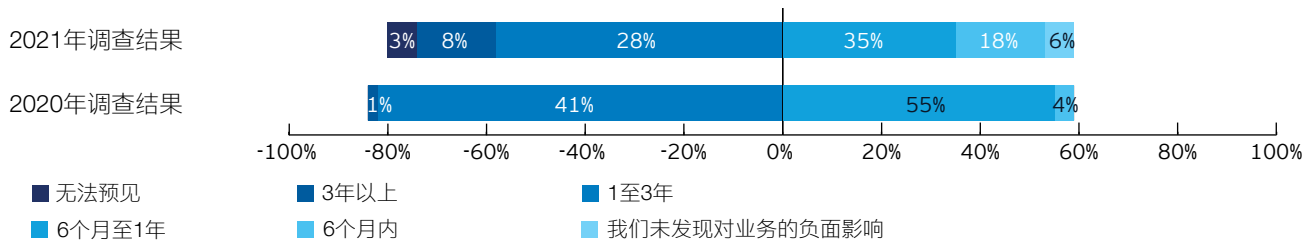


图6：对恢复疫情前业绩水平的预期的同比变化



受访中资企业提出了其战略或投资重点因疫情而发生变化的一系列方式（如图7所示）。根据调查结果，这场突如其来的疫情让在美中资企业看到了之前投资的益处，尤其是在识别，评估并积极应对风险方面和保持灵活的基本成本方面。

受访企业强调，疫情表明企业需要更快、更广泛的数字化转型，以满足不断变化的客户需求（例如，更容易获得产品），提高运营效率。疫情还刺激了对新产品和服务的投资。受访企业预计这些投资将促进他们的长远利益。

“

我们通过将生产管理和总体企业管理数字化及投资自动化，来继续研究新产品并提高盈利能力

——江南化纤美国有限公司

图7显示，随着疫情影响开始减弱，许多企业在某种程度上减少了对运营稳定性、客户忠诚度和员工管理的关注。受访企业表示，这并不意味着这些领域不再重要；这恰恰意味着企业开始恢复正常状态。

总体而言，这些调查结果反映了受访中资企业对美国营商环境的看法发生了变化（如图9所示）。在CGCC的2018年调查中，受访企业在比较营商环境与前一年的变化时，意见相当平衡——认为情况改善与认为情况恶化的比例相当，绝大多数（59%）受访企业认为没有变化。相比之下，2021年的调查显示，绝大多数（89%）受访企业认为自去年调查以来，情况在恶化；近三分之一（29%）受访企业认为情况已显著恶化。

图7：新冠肺炎疫情对美国业务战略重点和投资的影响

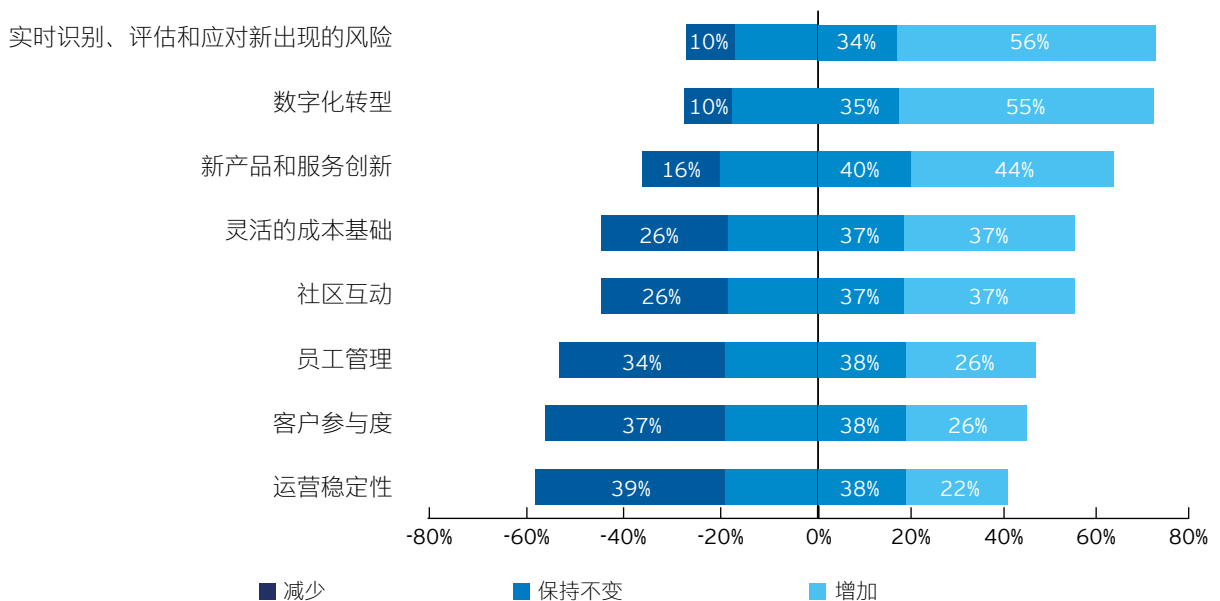
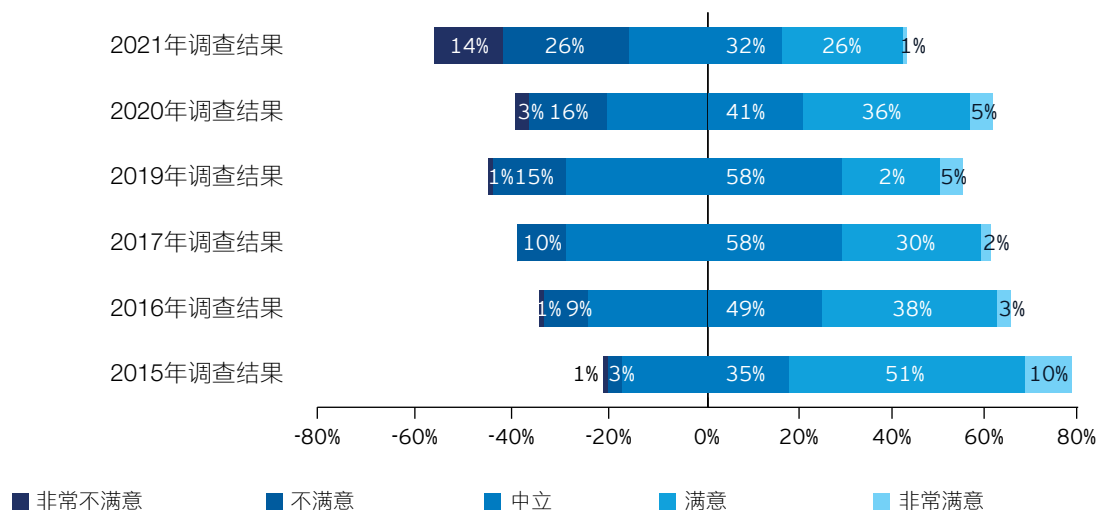


图8: 中资企业对美国投资和营商环境满意度的同比变化



近年CGCC的年度调查发现，在美国运营的受访中资企业认为，美国投资和营商环境正缓慢恶化，疫情加快了恶化的速度。例如，如图8所示，近年来对营商环境的满意度逐年降低。2015年，超过五分之三（61%）的受访企业对营商

环境给予正面评价；只有4%给予负面评价。今年，只有约四分之一（27%）受访企业给予正面评价，而40%给予负面评价。



图9：中资企业投资和营商环境同比变化

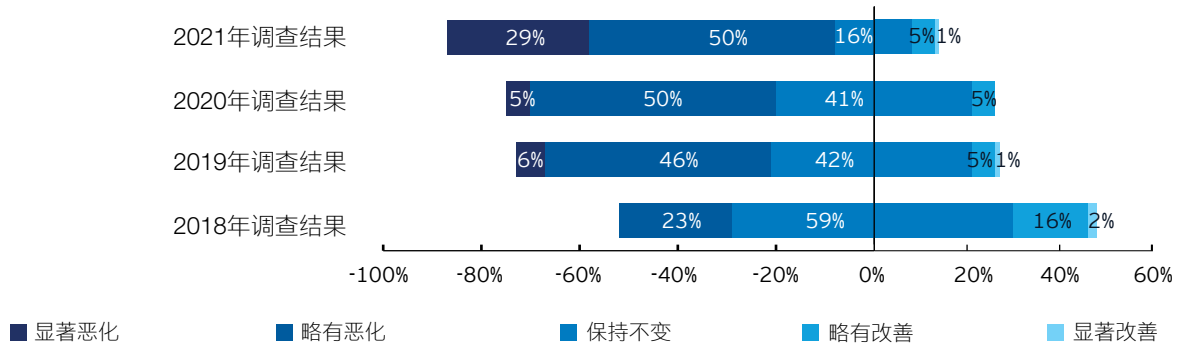
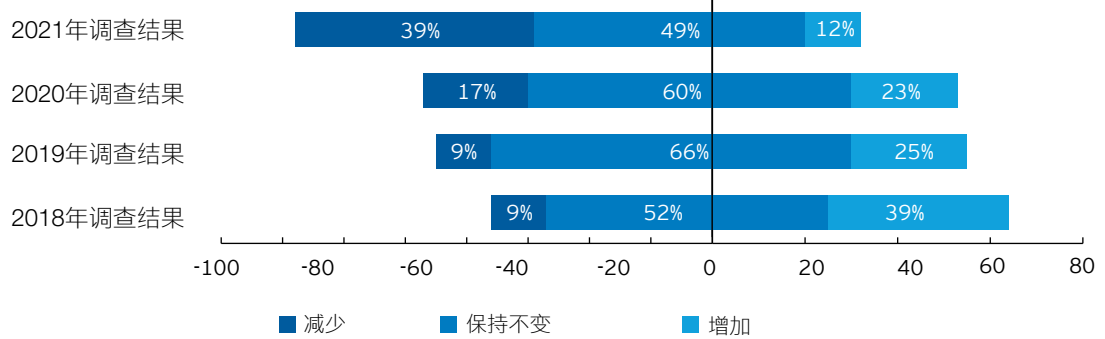


图10：中资企业在美新商业投资同比变化



在这样的大环境下，近年来受访企业对美国业务的投资逐渐放缓（如图10所示）。受访企业高管表示，这意味着同前几年相比，中资企业普遍认为美国整体营商环境有所下滑，而随着中资企业投资策略的成熟，其投资理念更为全

面，投资行为也更加理智。在新增投资方面，疫情也产生了一定的影响；由于中资母公司和在美中资公司需要努力应对疫情的影响，超过三分之一（39%）的受访企业减少了在美的投资。



收入和利润率因疫情影响减少，但中资母公司将持续致力于在美国市场谋求发展

如图11中整体向右的趋势所示，在美国经营的受访中资企业的收入逐年增长。在CGCC的2017年调查中，55%的受访中资企业收入在1,000万美元或以下。在今年的受访企业中，39%收入在这一水平，38%收入在5,000万美元或以上（2017年调查中为27%）。

企业收入的变化在某种程度上反映了在疫情前，企业年收入多呈增长趋势（如图12所示）。疫情在去年和今年的影响导致了一些企业的收入与2019年相比有所下降。

“

我们加强了风险管理，以抵御新冠肺炎疫情的负面影响。与此同时，我们探索新机遇，特别是开发新产品，为后疫情时代做准备

——比亚迪，过去三年全球最大的电动汽车制造商，自1999年以来一直在美国运营



图11: 受访企业美国年收入同比变化

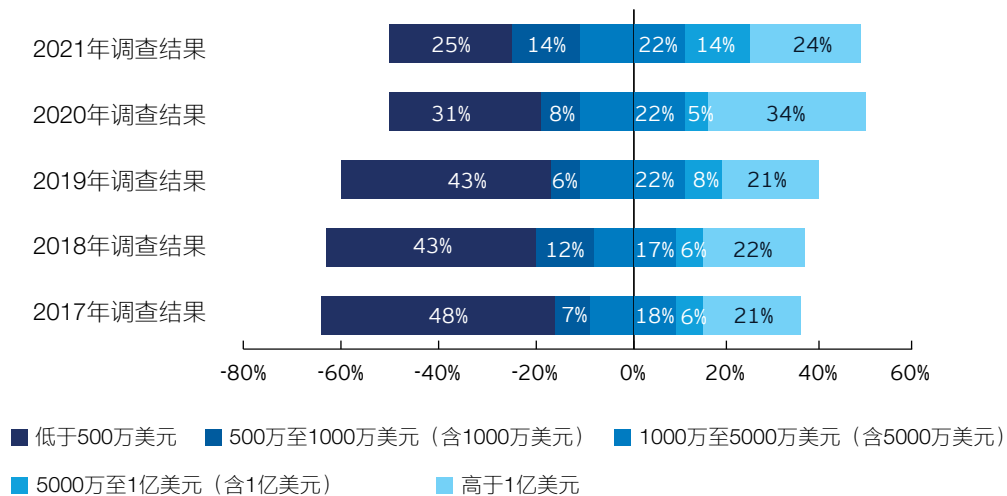
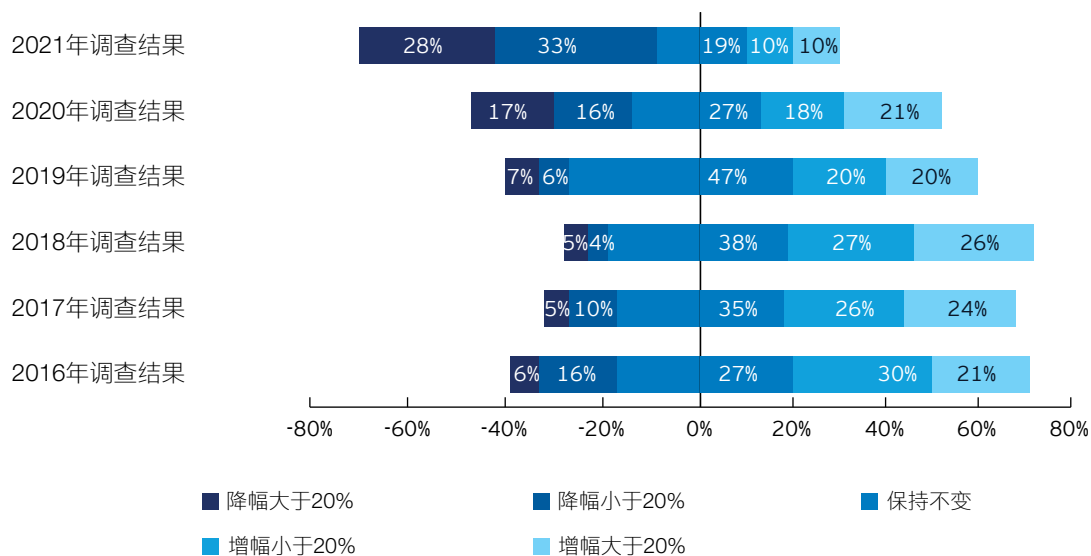


图12: 企业年收入同比变化



受访企业表示，近年他们对利润率的管理相当一致且有效（图13中显示为息税前利润（EBIT））。如图14所示，EBIT因疫情而受到挤压。然而，他们表示，中资母公司一直致力于大力发展在美国的业务，具体表现在他们愿意接受美国利润率低于中国国内水平（见图15）。

疫情并非利润率被压缩的唯一原因。受访企业高管指出，对于许多企业而言，风险管理和监管合规的成本也持续对盈利能力造成压力。请参阅下文“中资企业需要持续投资以应对法律和合规挑战”章节（第21页）。

“

利润率降低的部分原因是业务费用增加，以满足监管要求

——中国银行美国地区分行，是中国银行的在美分支机构。中国银行是中国四大商业银行之一且在全球拥有最大的业务足迹，已为中美商业界提供超过40年的服务

图13：估计EBIT利润率

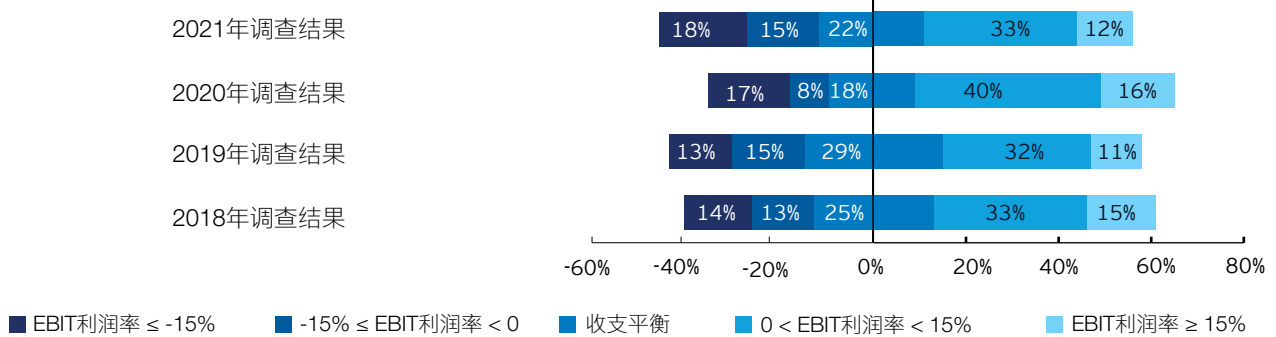


图14：企业估计美国EBIT利润率的同比变化

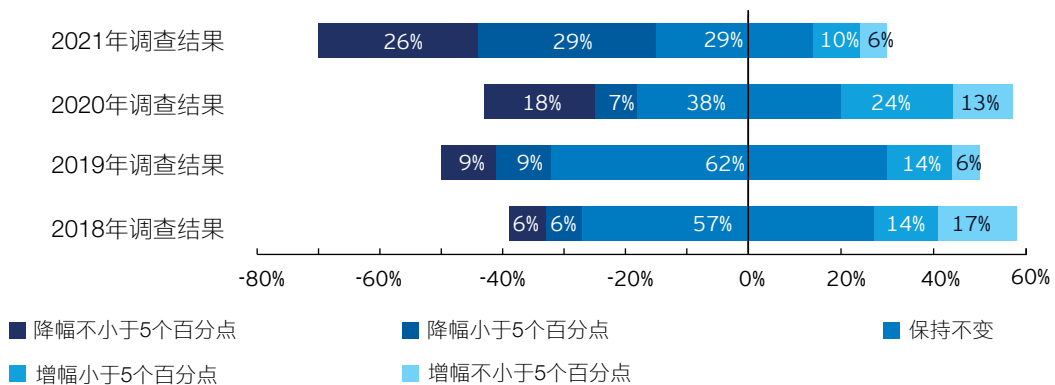


图15：在美中资企业及其母公司EBIT利润率同比变化比较

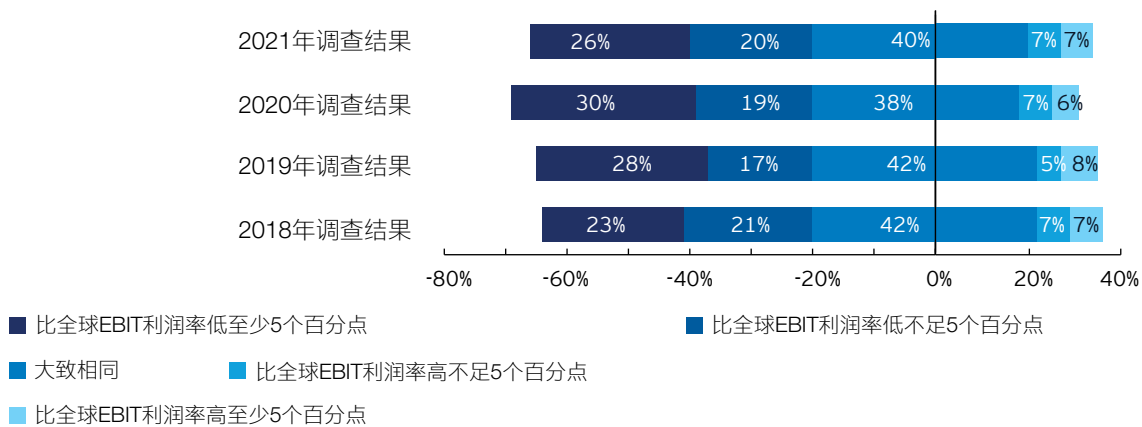
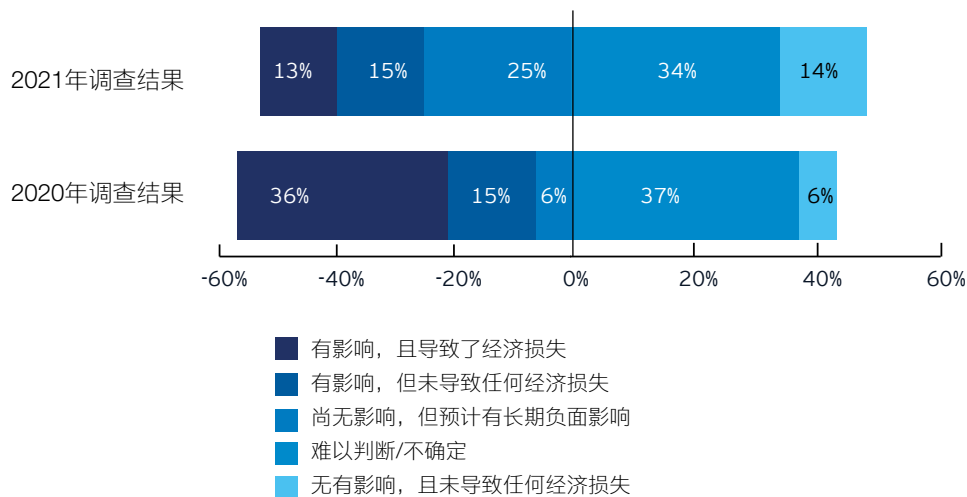


图16：对新冠肺炎疫情期间反华/反亚洲情绪的影响的观点的同比变化



受访企业持续关注反华/反亚洲情绪对其员工和企业绩效的潜在不利影响。调查数据表明，这种情绪在疫情爆发前已经存在，但受访企业高管指出，疫情爆发后，在公众讨论中，这种情绪更加明显。如图16所示，受访企业对这种情况的短期和长期影响存在一些担忧，但受访企业表示，他们觉得影响可能没有去年想象的那么负面——过去一年，应对这种情绪导致经济损失的比例从36%降至13%。约三分之一（34%）仍然认为其影响难以判断。

调查回应和今年的高管访谈表明，中资母公司仍全力致力于在美国市场寻求发展。他们不仅表示愿意接受较低的利润率（如上文所述），还表示计划继续对其美国业务进行再投资（如图17所示）。在利润分配方面，相当一部分受访企业将利润重新投入其美国业务（65%的受访企业将全部利润用于美国再投资）。事实上，近年来，再投资水平一直在增长，中资企业正在取得成果，其美国业务在集团全球收入中所占份额逐渐扩大（如图18所示）。

图17：美国业务利润分配或使用情况的同比变化

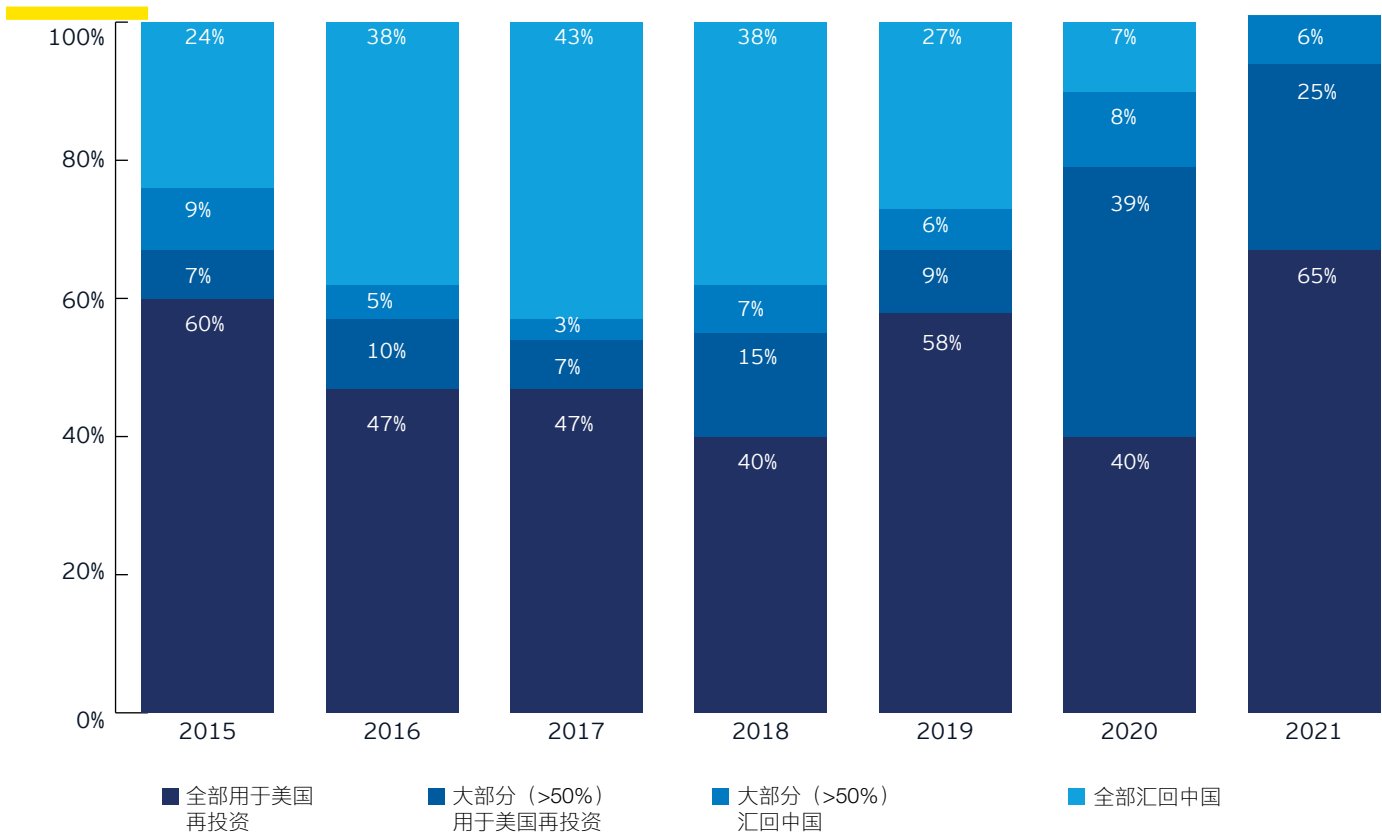
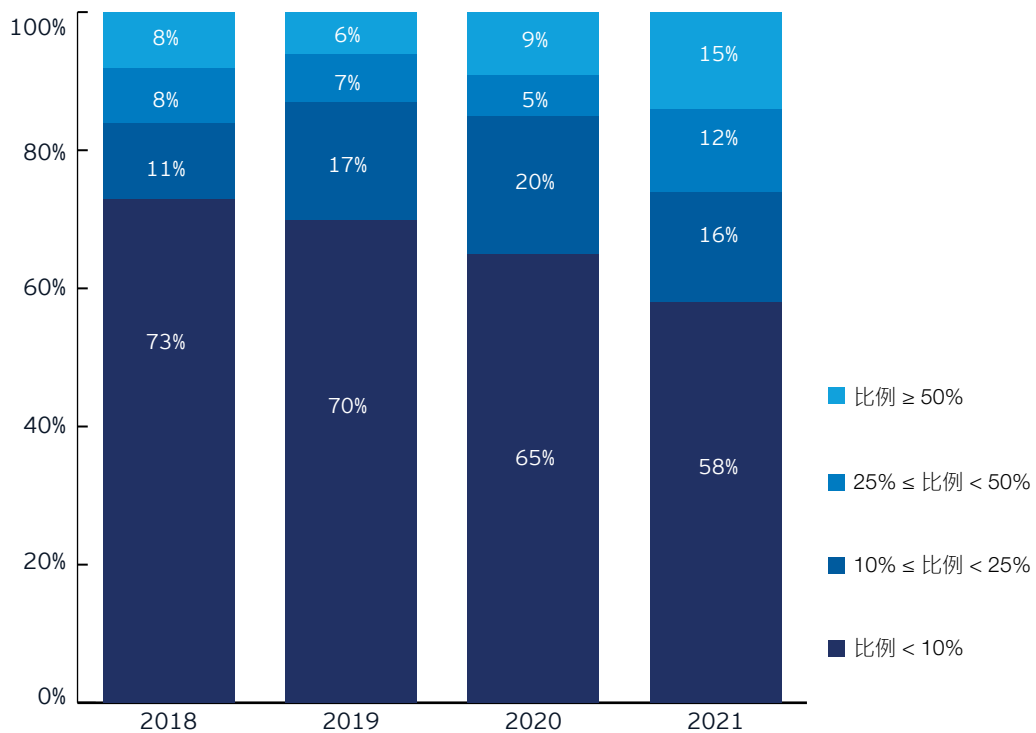


图18：美国业务占全球收入比例的同比变化

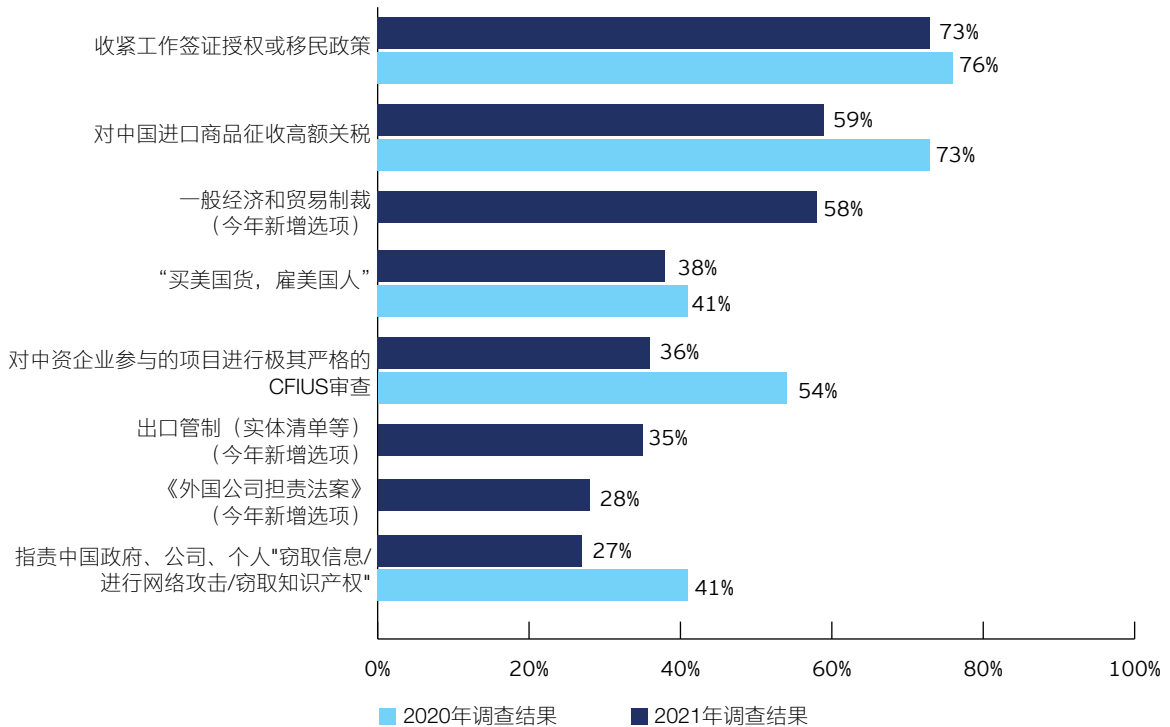


为了应对法律和监管合规的挑战，中资企业 需要继续投资

除了在美国运营的经济、竞争和政治挑战外，受访企业还强调，他们十分注重监管合规。受访高管指出，鉴于美国法律法规的复杂性，主管当局执行法律法规的力度，以及两国之间的文化差异，监管合规尤其具有挑战性。

美国政府的政策会影响受访企业对美国投资和营商环境的看法。如图19所示，受访企业表示，工作签证授权或移民政策的收紧、一般经济和贸易制裁和“买美国货，雇美国人”政策继续对在美中资企业产生负面影响。调查回应还显示，与去年相比，美国外国投资委员会（CFIUS）审查和进口关税等政策的直接影响相对减弱。

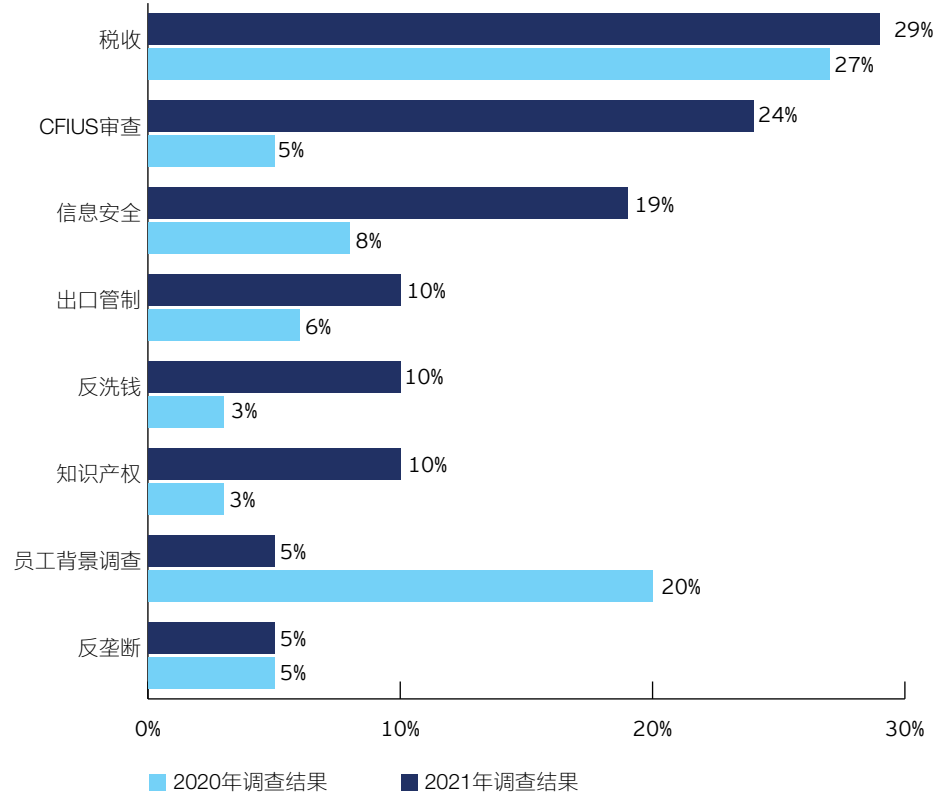
图19：美国政府政策或立场的消极影响



根据2021年调查，少部分（11%）在美国运营的受访中资企业在2020年受到联邦、州或其他监管调查（上年为17%）。但是，与2019年相比，2020年总体上企业受到监管调查的范围有所扩大，更多企业面临与信息安全有关的CFIUS审查或

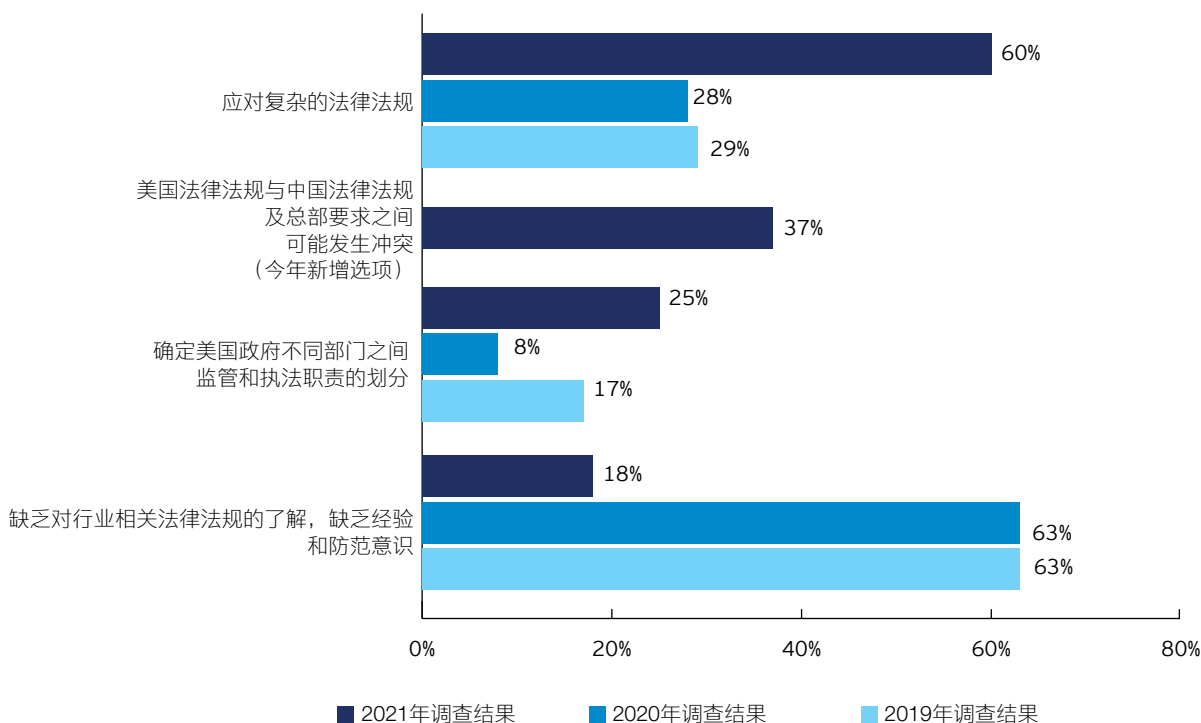
调查（如图20所示）。相比之下，受访企业表示，对机构财务状况或员工背景的监管调查有所减少。

图20：监管机构审查类型的同比变化



今年，受访中资企业面临的最主要的合规挑战从“缺乏相关法律法规知识”转向“应对复杂的法律法规”以及“中美法律法规之间的潜在冲突”（如图21所示）。

图21：遵守美国法律法规主要挑战的同比变化



尽管疫情导致经济环境更加严峻，受访企业去年仍继续进行合规方面的投入。与前两年的调查结果相比，受访企业今年表示，完善企业的制度和程序取代了专业培训和与第三方组

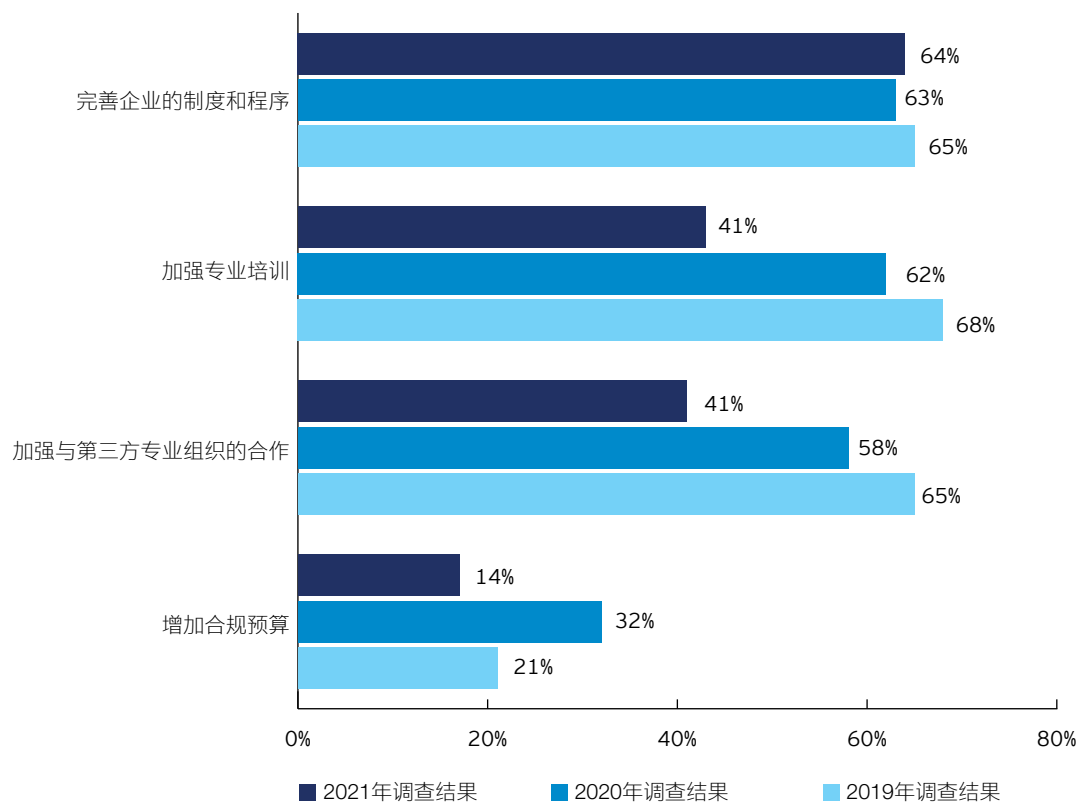
织合作，成为加强监管合规的关键举措（如图 22 所示）。

“

今后12个月，我们的首要任务是继续加强公司治理，建设风险和合规文化，完善企业风险管理框架，改善合规运营和信息安全

——中国工商银行，2021年全球资产总额排名第一，在美国设有13家分行，并在美国运营超过13年

图22: 加强合规的举措的同比变化



金融服务

在所有受访企业中，金融服务企业的数量排名第二（占受访企业的14%，仅次于工业类企业的数量）。该行业在美国市场提供广泛的服务：五分之二（41%）的受访企业提供对公银行服务，三分之一（36%）的受访企业提供贸易金融服务。

总体上，这些金融服务企业表示，他们良好地经受住了疫情的考验；如上文图2所示，业绩遭受严重负面影响的受访金融服务企业不到五分之一（17%）。大多数（65%）受访金融服务企业的业绩仅受到轻微影响，约八分之一（13%）受访金融服务企业未受影响。受访的高管表示，疫情期间，该行业的企业寻求为客户、整体经济复苏和金融市场提供更广泛的支持。

大多数（55%）受访金融服务企业表示，他们将在未来的12个月内，着重保持照常运营，并且加强风险管理和监管合规。在此背景下，如图23所示，中资金融服务企业强调，他们将投资于加强三道防线的风险治理，管理信贷和公平放贷行为，并保持充裕的流动资金。受访企业表示，他们的一些改进措施与金融服务企业利用新兴技术的更广泛战略有关：约三分之二（63%）受访金融服务企业正在探索此类做法；其中，约三分之二（64%）计划推广使用数字化，五分之二（42%）计划使用云技术，略超过四分之一（28%）计划利用人工智能和机器学习。

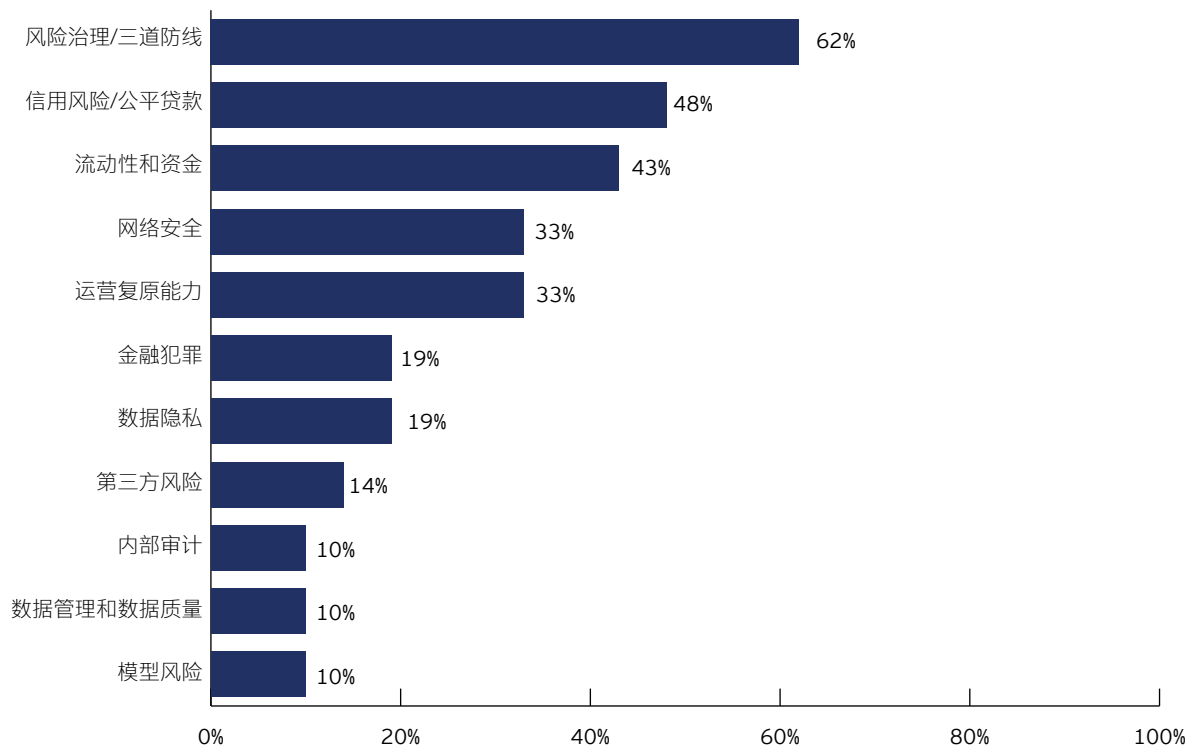
受访高管强调，金融服务企业也日益关注新兴的商机，特别是在持续金融以及环境、社会和治理（ESG）方面。

“

我们计划综合利用各种金融产品和资源来推广绿色金融

——中国工商银行

图23: 金融服务合规的重点领域



能源和电动汽车

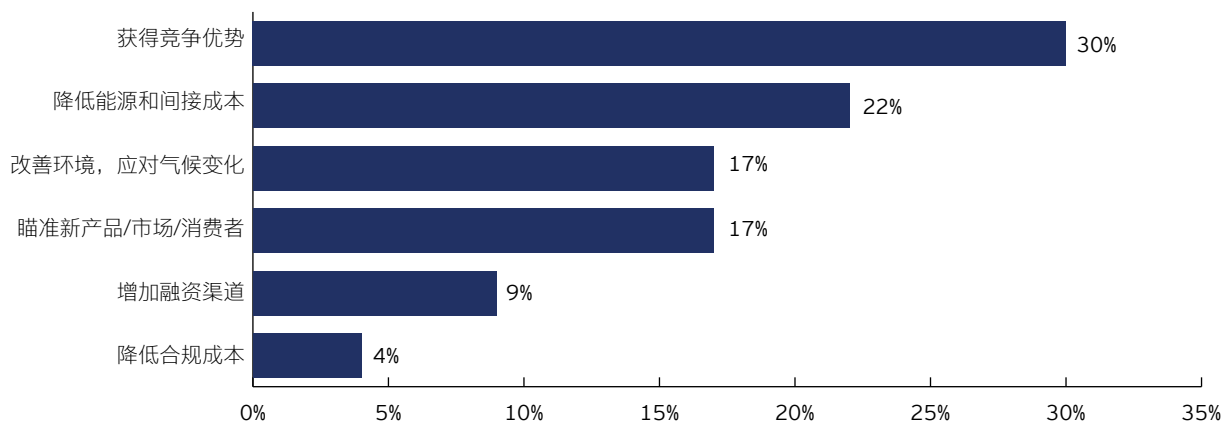
约13%的受访企业从事能源行业。其中一半专注于石油和天然气，四分之一专注于化学品和特殊材料，近五分之一（17%）专注于工业产品和建筑。

疫情对从事能源行业的企业产生了总体负面影响；根据调查回应，受到轻微绩效影响的企业（39%）与遭受严重影响的企业（43%）比例相差无几。

受访相关中资企业表示，鉴于全球对气候变化的关注，他们越来越注重实施长期低碳战略：四分之一已经实施这一战略，超过三分之一（36%）正在制定战略，14%认可制定这种战略的必要性。受访能源企业认识到，实施低碳战略将为其带来多方面的益处（如图24所示）。

然而，受访高管强调，实施低碳战略存在各种限制因素，包括可再生能源目前仍然负担不起，从化石燃料过渡的计划具有挑战性，电池储存技术不够先进。关于多久能解决这些限制因素，使低碳战略得到回报，受访高管表达了不同的预期。

图24：受访能源企业对实施低碳战略益处的看法



能源行业的少数受访中资企业回应到，鉴于美国近期的技术进步，他们正在评估在美国电动汽车市场进行更多投资的机会。受访企业高管指出，疫情并没有阻止他们考虑此类投资，因为他们仍然看到了快速发展的技术解决方案中的重大商机。受访企业表示，投资能源相关行业的主要担忧在于选择建设新的基础设施或使用现有基础设施，同时

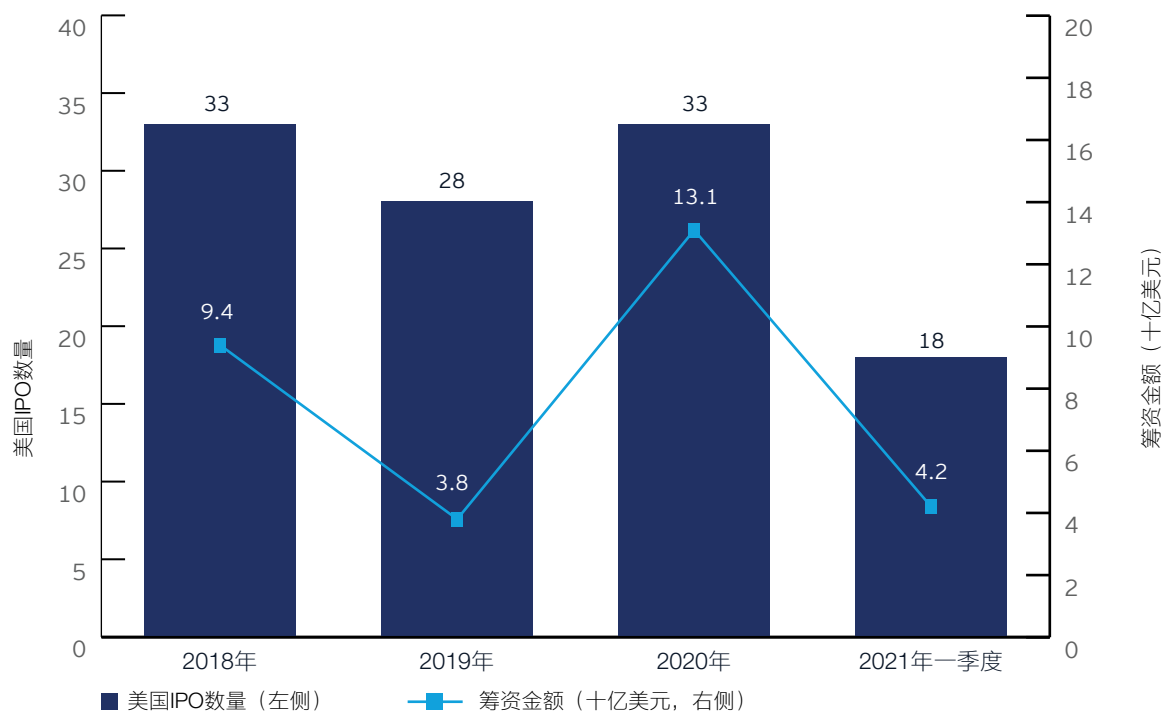
应对迅速变化的美国监管格局。他们还指出了应对各种潜在挑战的需要，例如税收和关税，以及此类活动中涉及的供应链问题。受访高管表示，如果需要额外投资，在外部融资之前，他们可能会从中资母公司获得注资。

继续进入美国资本市场

如图25中过去三年数据所示，美国资本市场一直对中资企业具有吸引力。事实上，2020年，美国IPO市场异常活跃，大约一半的在美外企IPO是为中资企业进行的，其中33宗交易筹集了创纪录的合计131亿美元资金。

这一趋势在2021年仍将继续，2021年一季度已经完成18宗交易，融资金额共达42亿美元。考虑到全球曝光率、品牌效应、估值和流动性等关键因素，多数（57%）受访企业认为美国是其首选IPO市场。

图25：中资企业在美IPO情况³



² 所有数据均来自安永2019年第四季度、2020年第四季度和2021年第一季度的《安永全球IPO趋势报告》。无论是交易数量（224）还是收益（862亿美元），2020年的美国资本市场是自2014年以来最活跃的。

³ 图25中的数据来自《安永全球IPO趋势报告》2018年第四季度、2019年第四季度、2020年第四季度和2021年第一季度



受访企业表示在美国进行IPO时，以下因素对估值有不利影响：认为公司治理相对薄弱（67%），对企业主要经营活动所在的中国经济和政治环境缺乏了解（58%），以及对这些公司所披露的财务和非财务信息质量的缺少信心（58%）（见附录图107）。在调查中，受访企业认为中资企业还需继续努力，才能在美国资本市场上拥有发言权，多数（54%）受访企业表示，应该加大公共关系投入，近四分之一（23%）受访企业表示，企业应该提高透明度。

展望未来三年，受访中资企业认为中国香港拥有最具筹资吸引力的资本市场（46%），其次是中国大陆（31%）和美国（15%）。

美国营商环境展望

展望未来，受访中资企业对更广泛的中美关系仍保持高度敏感。如图26所示，受访企业近年对未来中美关系的看法一直相当平衡和稳定。预计两国关系将改善的受访企业（39%）多于预计两国关系将恶化的受访企业（25%）。受访高管强调，其企业将密切关注双边关系进展，并为建设更加强大、积极和正面的关系（例如，通过行业协会）发挥作用。

“

我们需要持续关注中美之间不断发展的关系，以更好地满足我们中国和美国的客户的需求

——中国银行

图26：对中美关系未来预期的同比变化

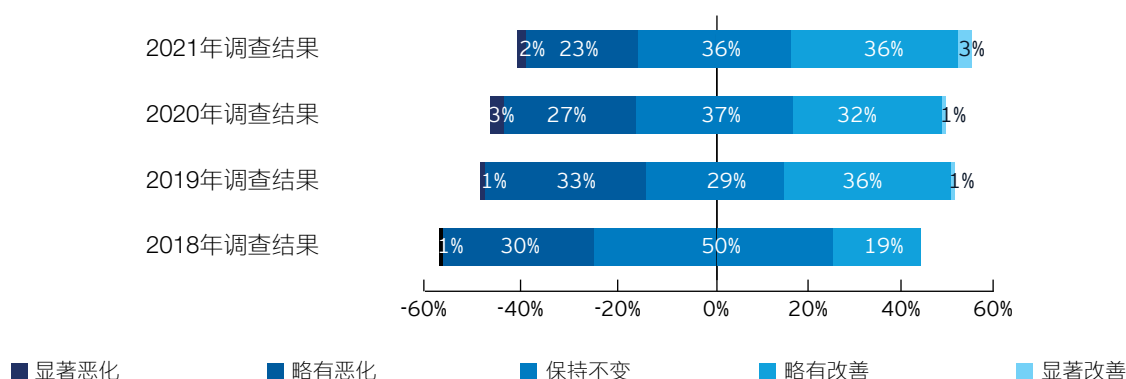
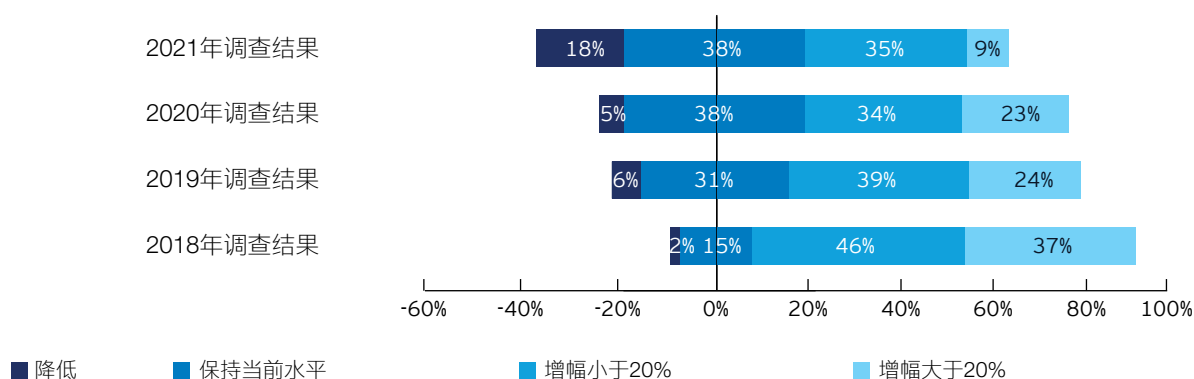


图27：未来两年预测收入同比变化



所有这些因素都对收入预期造成了影响，受访企业表示，收入预期近年持续下降：在CGCC的2018年和2019年调查中，分别有83%和63%的受访企业预测未来两年的收入将有所增长，而在今年的调查中，只有43%的受访企业预计未来两年收入会增加；近五分之一（18%）受访企业预计收入将减少（见图27）。

近年来，受访企业对美国业务的投资策略有所变化（如图28所示）。对于大多数（60%）企业而言，投资预计将保持不变，但有近四分之一受访企业仍计划加大投资（与往年相当一致）。少数（16%）受访企业将减少投资。尽管面临疫情带来的短期挑战，营商和投资环境方面也面临阻力，总体而言，受访中资企业仍将继续高度关注美国市场。

受访者预计未来的挑战将持续演变（如图29所示）。去年和今年最显著的变化是新冠肺炎疫情及其对经济增长的影响。

图28: 来年在美国投资同比变化

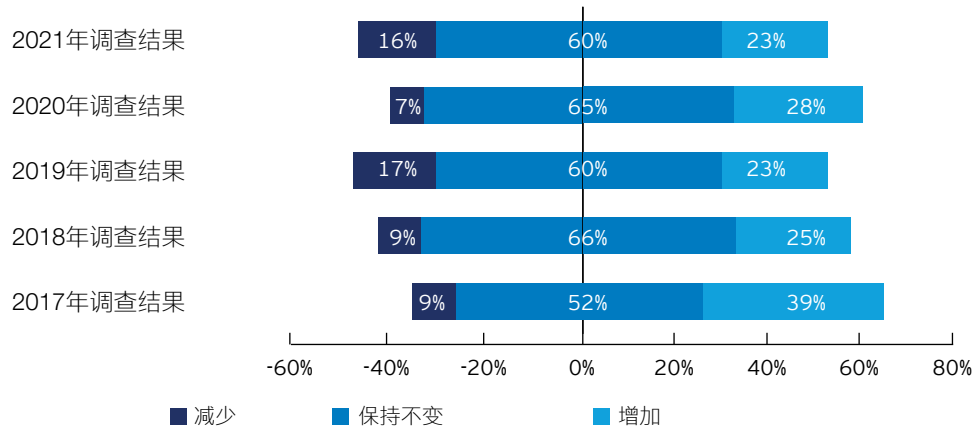
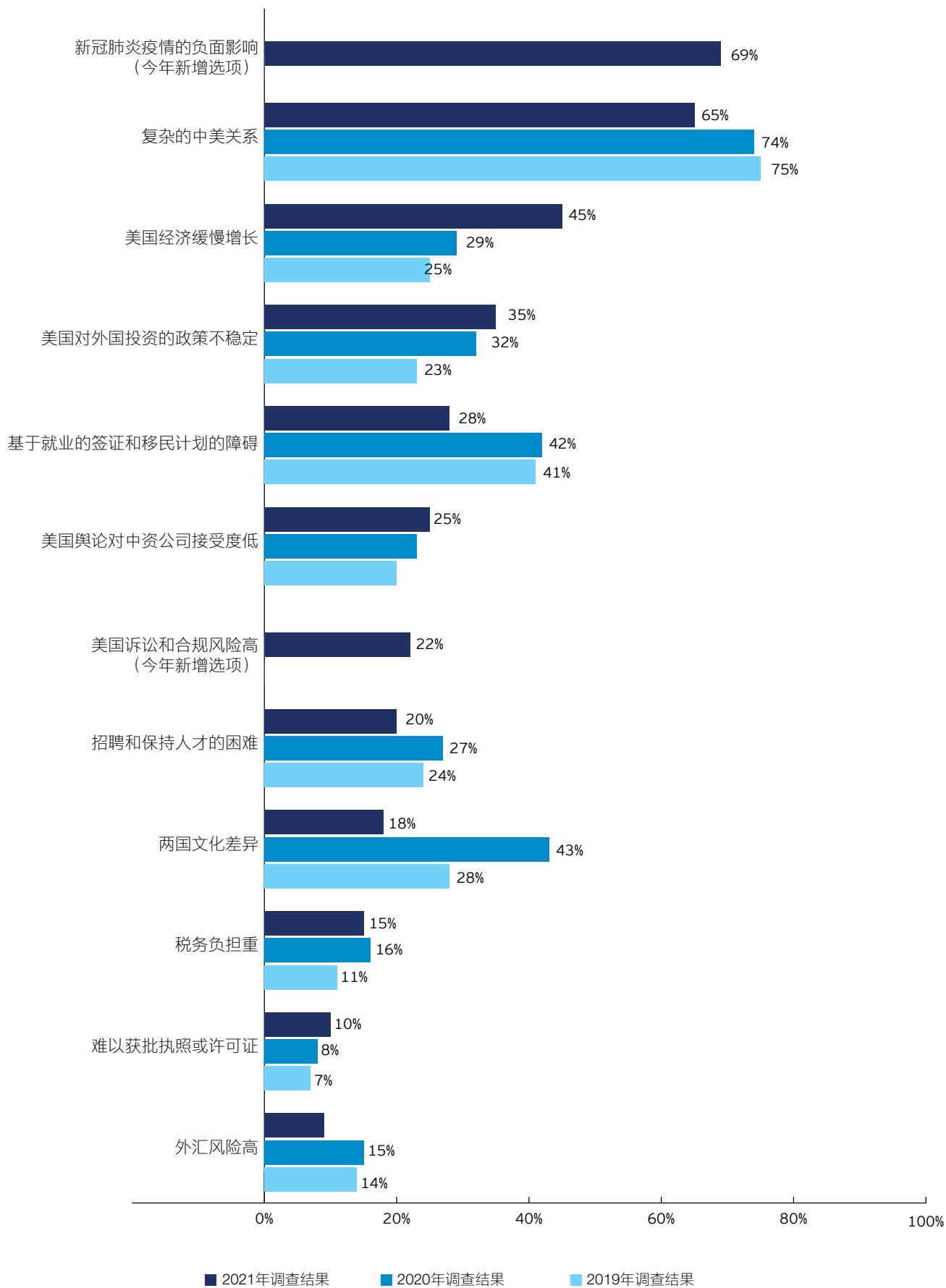


图29: 近期经营中挑战的同比变化



如图30所示，受访中资企业的投资目标将持续变化。增长和盈利能力的提高仍然是大多数受访企业的主要目标。然而，受访企业指出，他们在学习新技术和开发管理专业知识方面的投资有所减少，这体现了这些企业的美国战略趋向成熟。现在，在数年来通过收购增长之后，他们更注重应用这些技术和专业知识，通过整合和精简业务等方式来推动增长、创新和卓越运营。

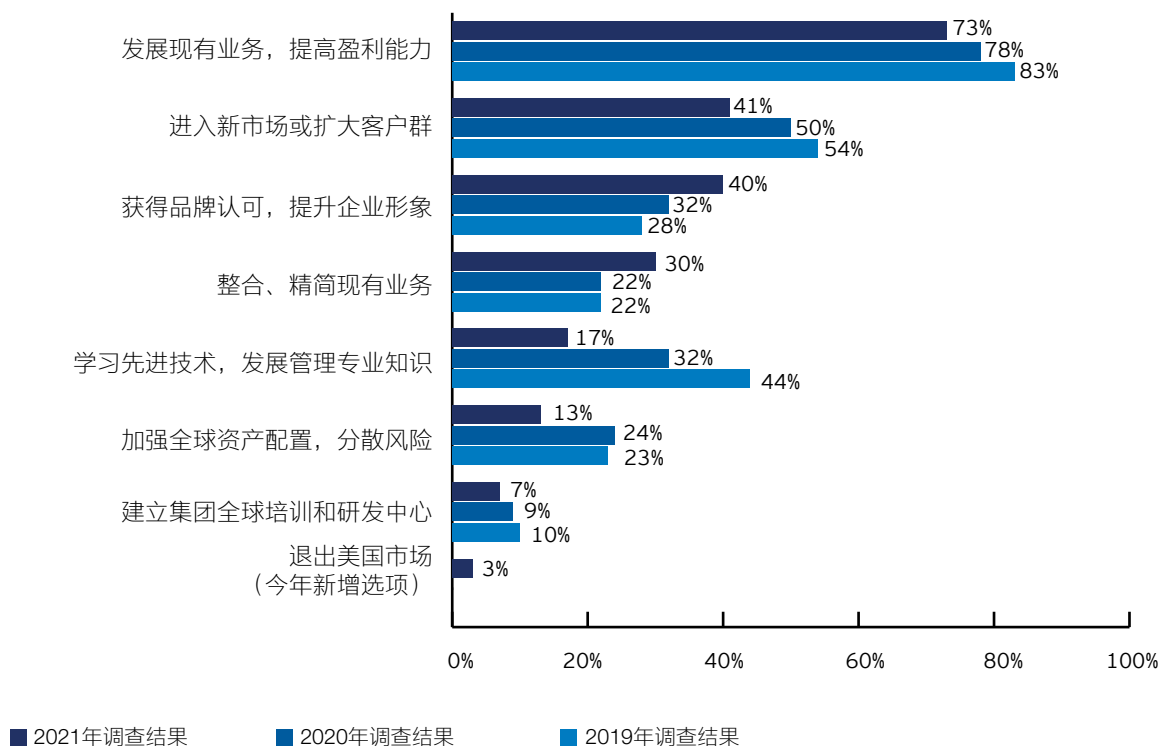
在今年的调查中，扩大品牌知名度和提升企业形象的排名（40%）比往年要高得多。受访企业高管称，作为更广泛战略的一部分，企业更加注重提升品牌形象，以便提高其产品和服务的市场接受度，以应对反华/反亚洲情绪。

“

我们优秀的业绩得益于先进的技术、专业知识和我司员工的奉献

——Surge Energy

图30：2021/2022年美国投资主要目标的同比变化



对于中资企业在美国运营的建议

反思近年来在美国运营的经验，受访企业高管指出了下列要点，与其他中资企业分享：

保持专注

“

投资您最熟悉的行业，并充分分析每个项目的可行性，包括资源、行业、美国政策等

——江南化纤

关注新出现的风险

“

加强管理层对风险和风险消减措施的意识，了解美国监管环境并做好应对准备

——中国工商银行

善用机会

“

了解美国丰富的资源

——中国石油化工，中国最大的综合能源和化工企业之一，拥有整合的上中下游业务、强大的石油和石化核心业务以及完整的营销网络

保持监管合规

“

合规应是重中之重；寻求正确的内外部资源，不断加强合规能力

——中国银行

本地化策略

“

了解美国消费市场至关重要，因为消费者的偏好在各州之间差异很大

——卡尔玛汽车，位于南加州的豪华电动汽车生产商，足迹遍布全球，万向集团子公司

让您当地的社区参与进来

“

持续做一个积极、负责的社区成员

——中国银行

附录一： 其他调查结果

一般性问题

图31：新冠肺炎疫情对贵公司2020年的整体财务业绩有何预估影响？

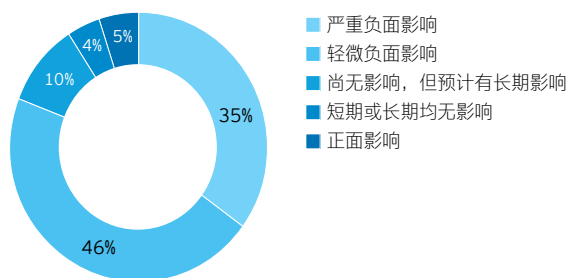


图32：新冠肺炎疫情对各行业2020年总体财务业绩的估计影响

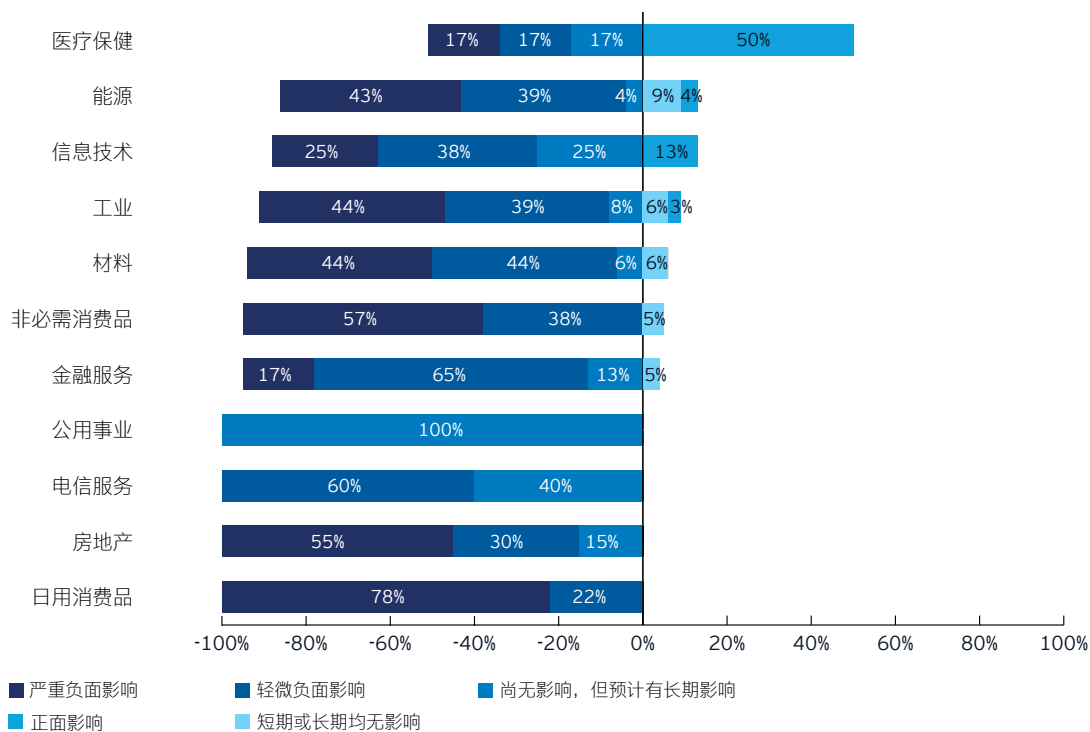


图33: 新冠肺炎疫情对财务业绩估计影响的同比变化

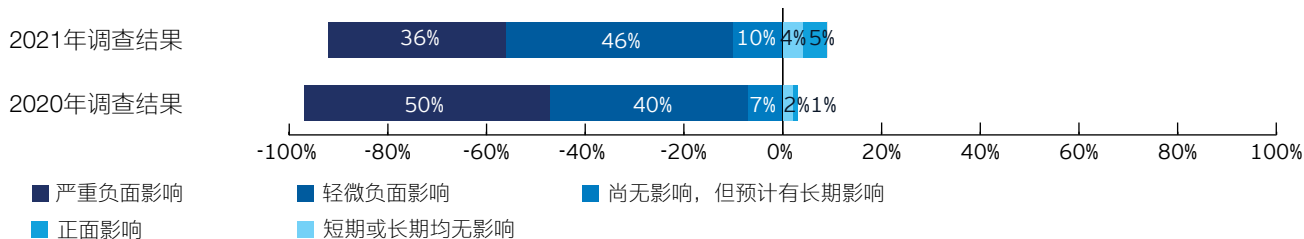


图34: 据您预计，贵公司的业务何时能达到疫情前的业绩水平？

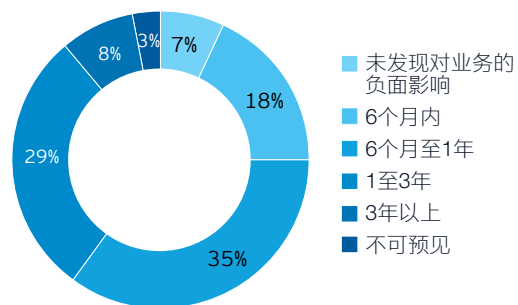


图35: 不同行业对恢复疫情前业绩水平的预期

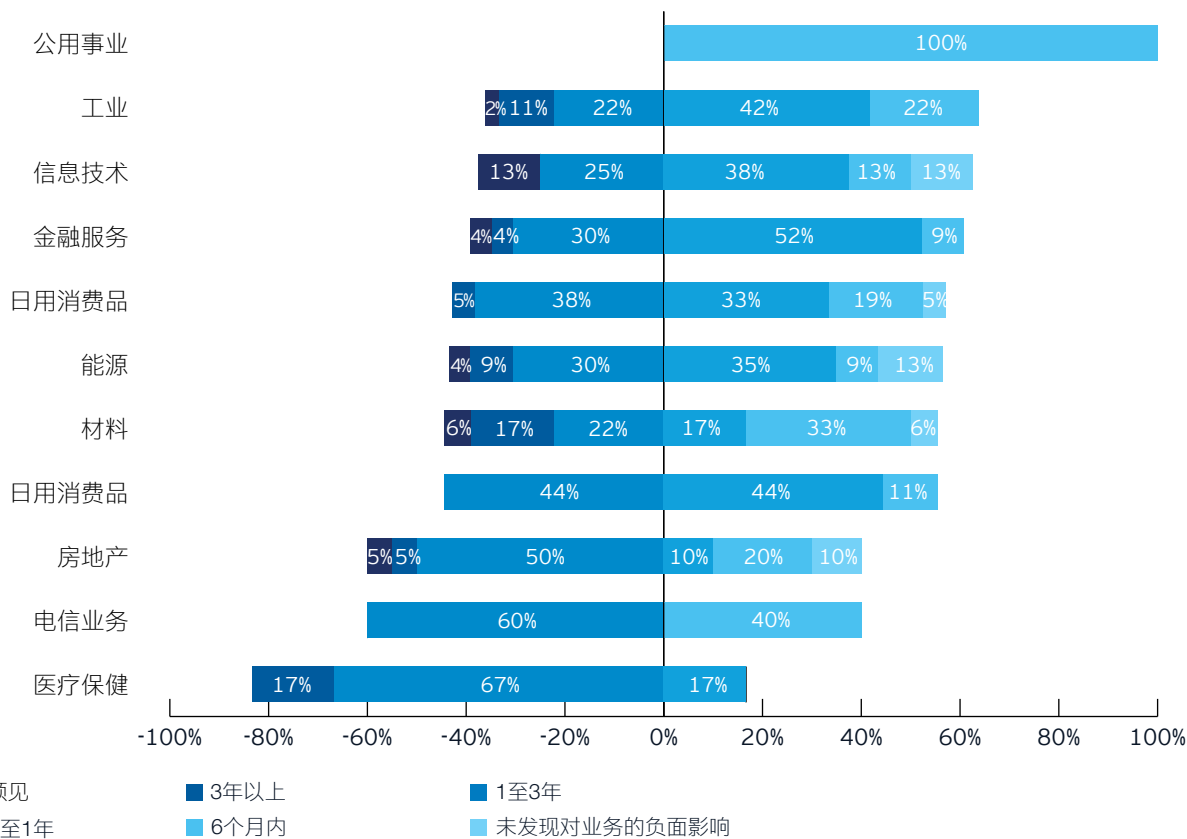


图36: 对恢复至疫情前业绩水平的预期的同比变化

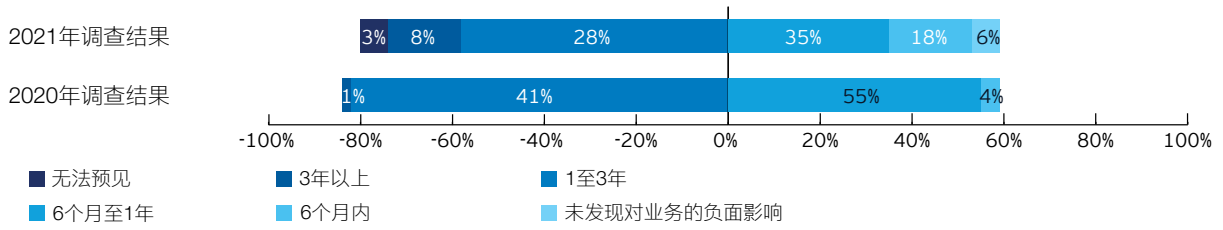


图37: 新冠肺炎疫情对美国业务战略重点和投资的影响

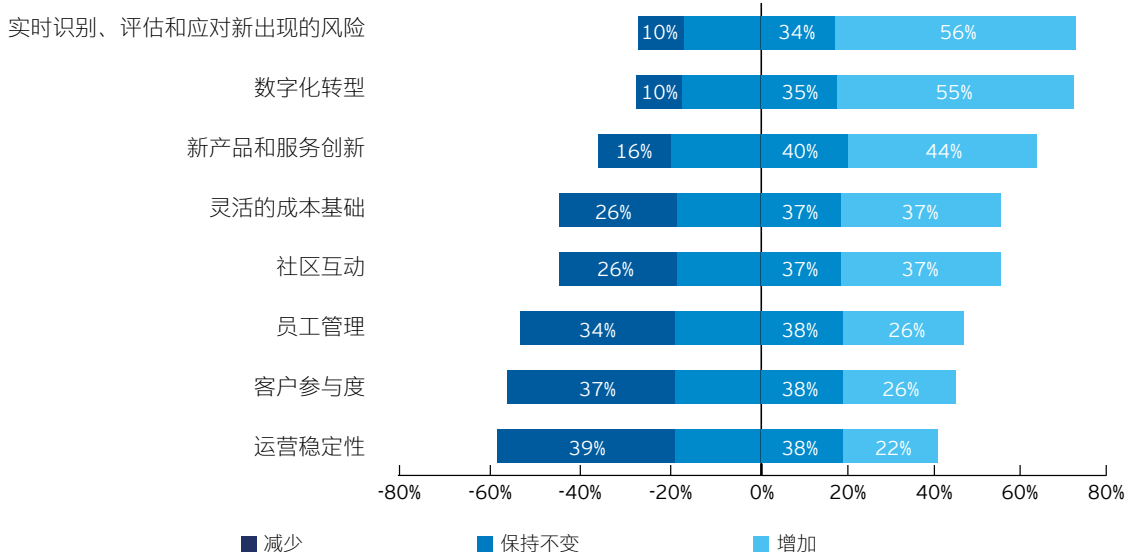


图38: 新冠肺炎疫情对美国业务战略重点和投资的影响——数字化转型

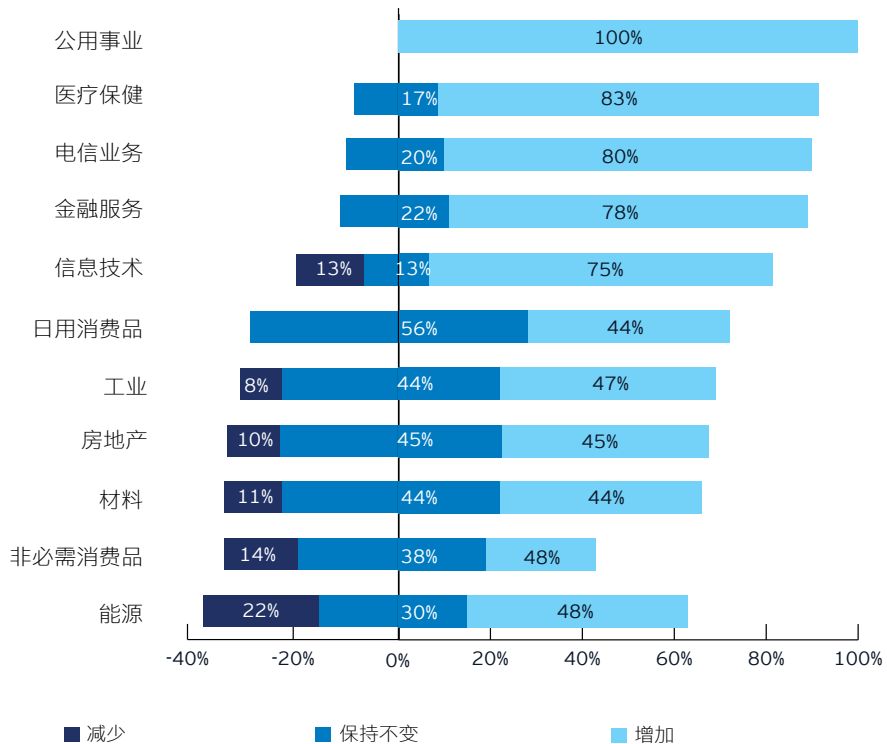


图39: 新冠肺炎疫情对美国业务战略重点和投资的影响——客户参与度

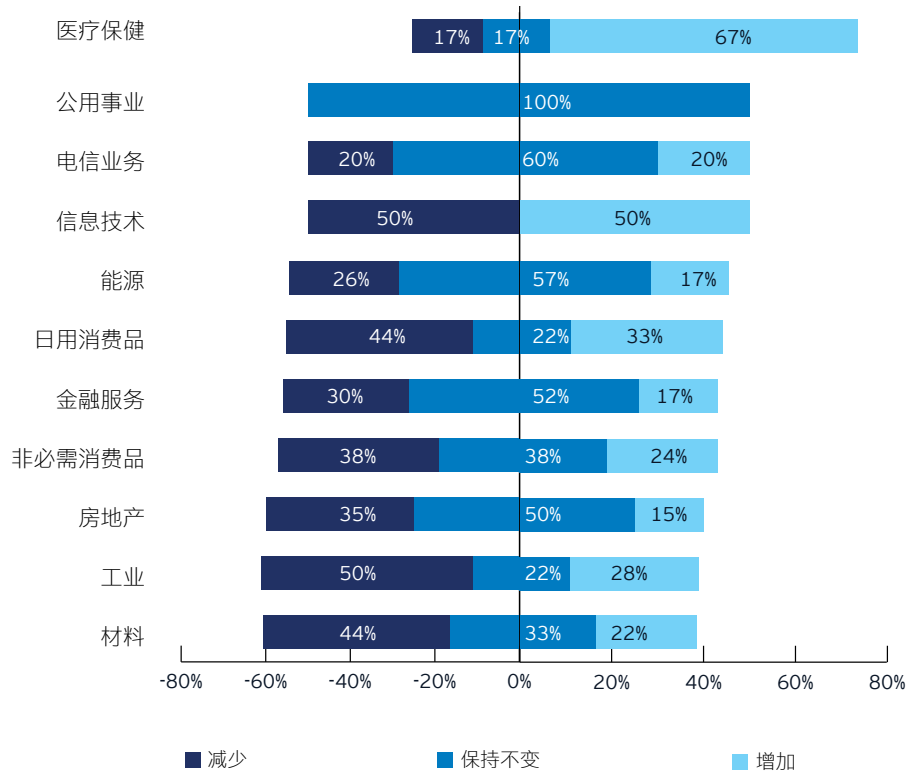


图40: 新冠肺炎疫情对美国业务战略重点和投资的影响——运营稳定性

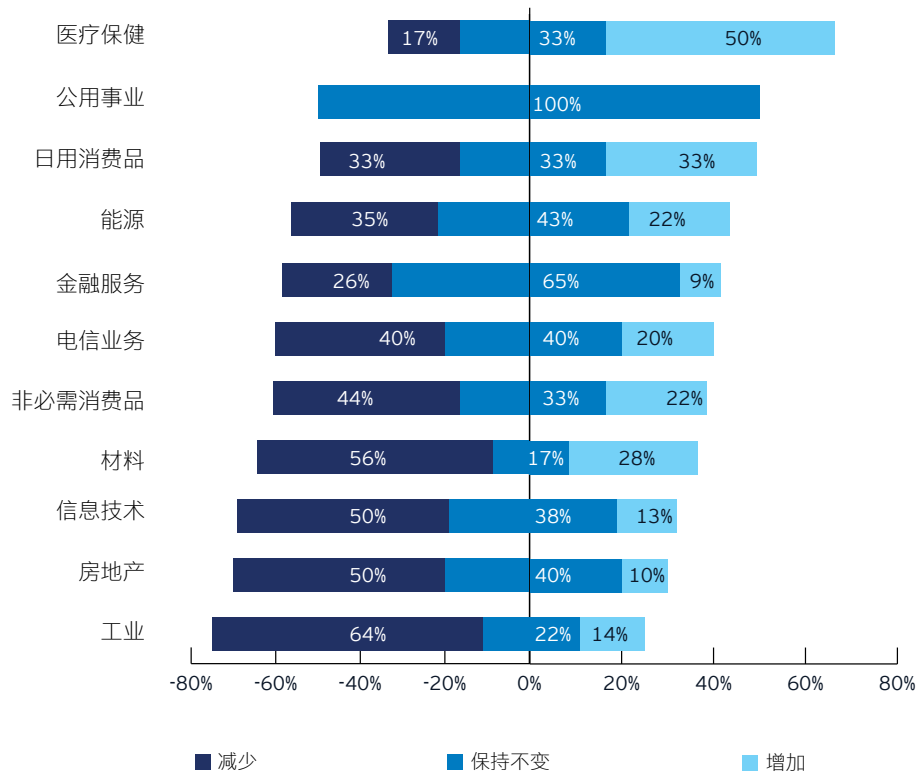


图41：新冠肺炎疫情导致的雇佣和薪酬变化

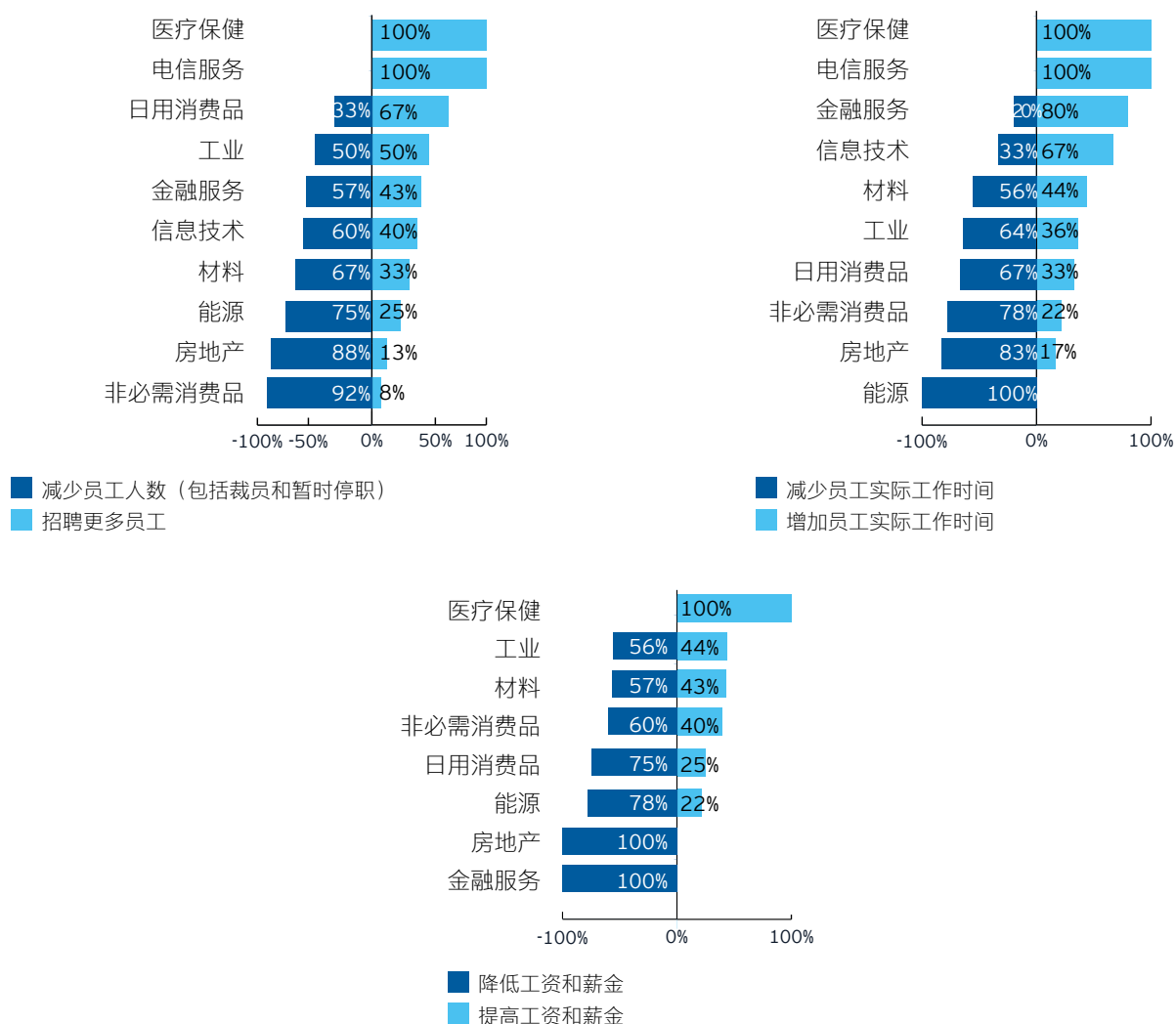


图42：在新冠肺炎疫情期间，贵公司是否受到反华/反亚裔情绪的不利影响？

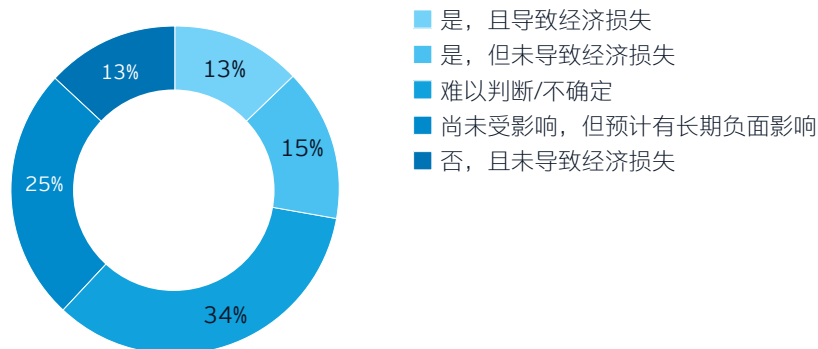


图43: 对新冠肺炎疫情期间反华/反亚裔情绪的影响的观点的同比变化

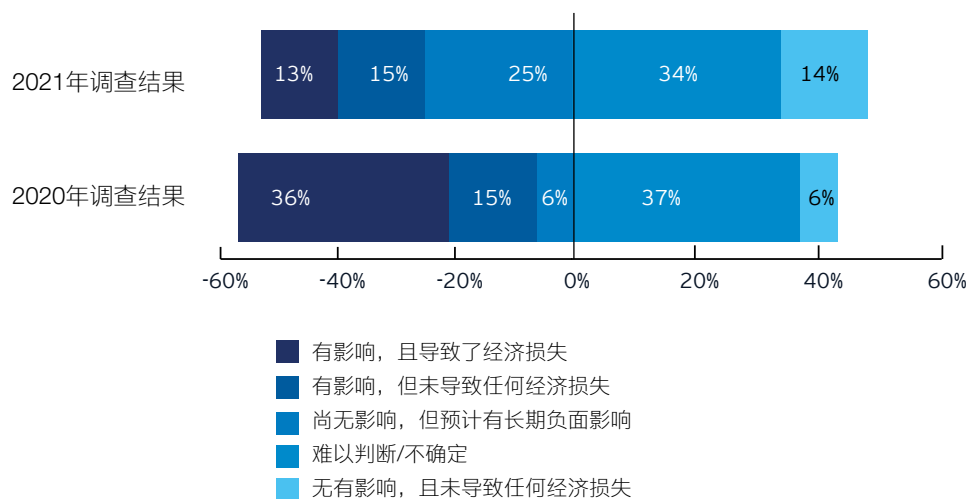


图44: 相较于2019年，2020年的美国投资营商环境有何变化？

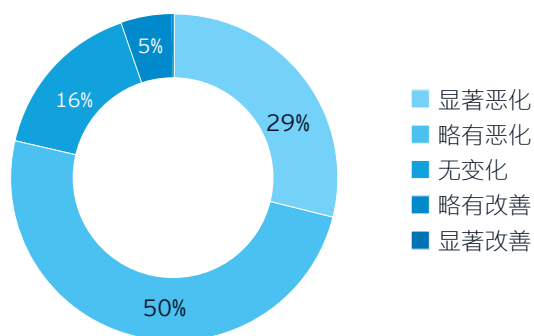


图45: 中资企业投资和营商环境同比变化

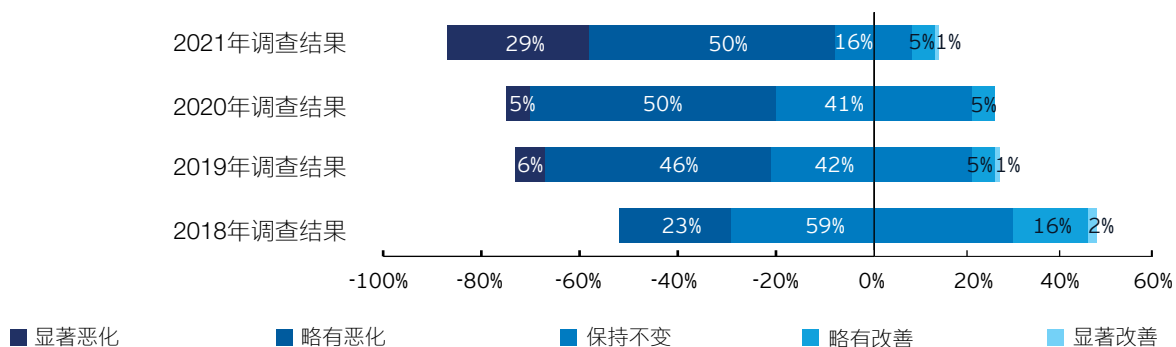


图46: 贵公司2020年在美年收入是多少?

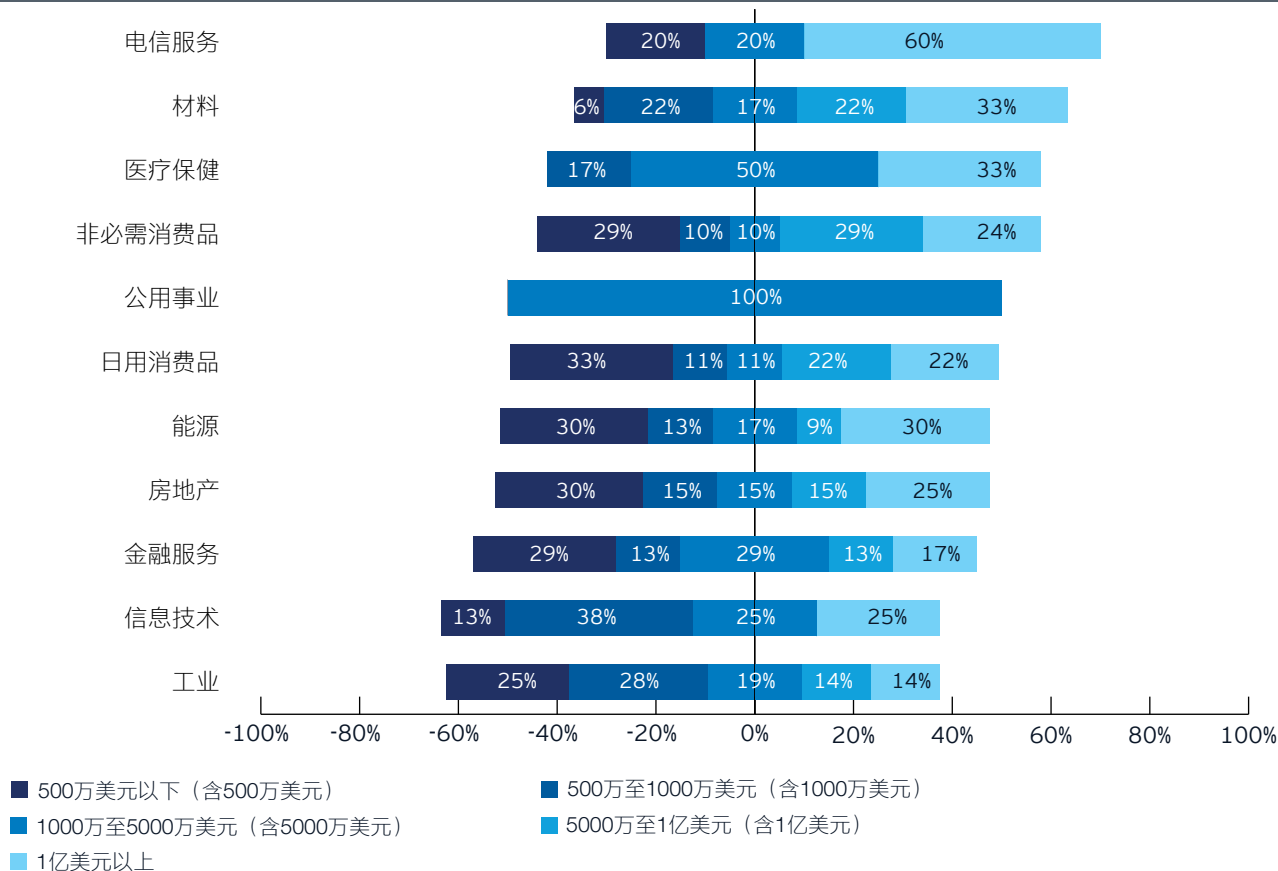


图47: 受访企业美国年收入同比变化

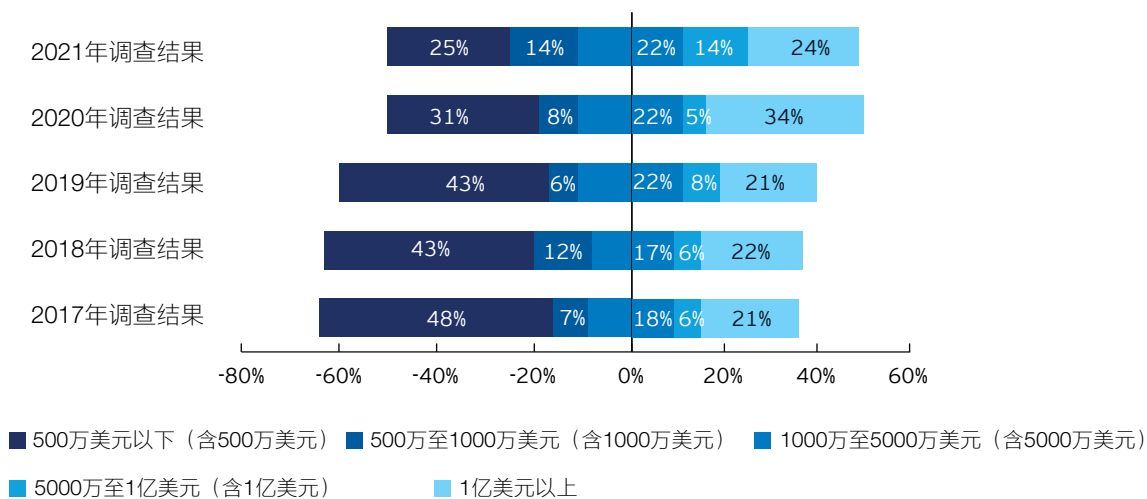


图48: 贵公司 2020 年的在美年收入与 2019 年相比有何变化?

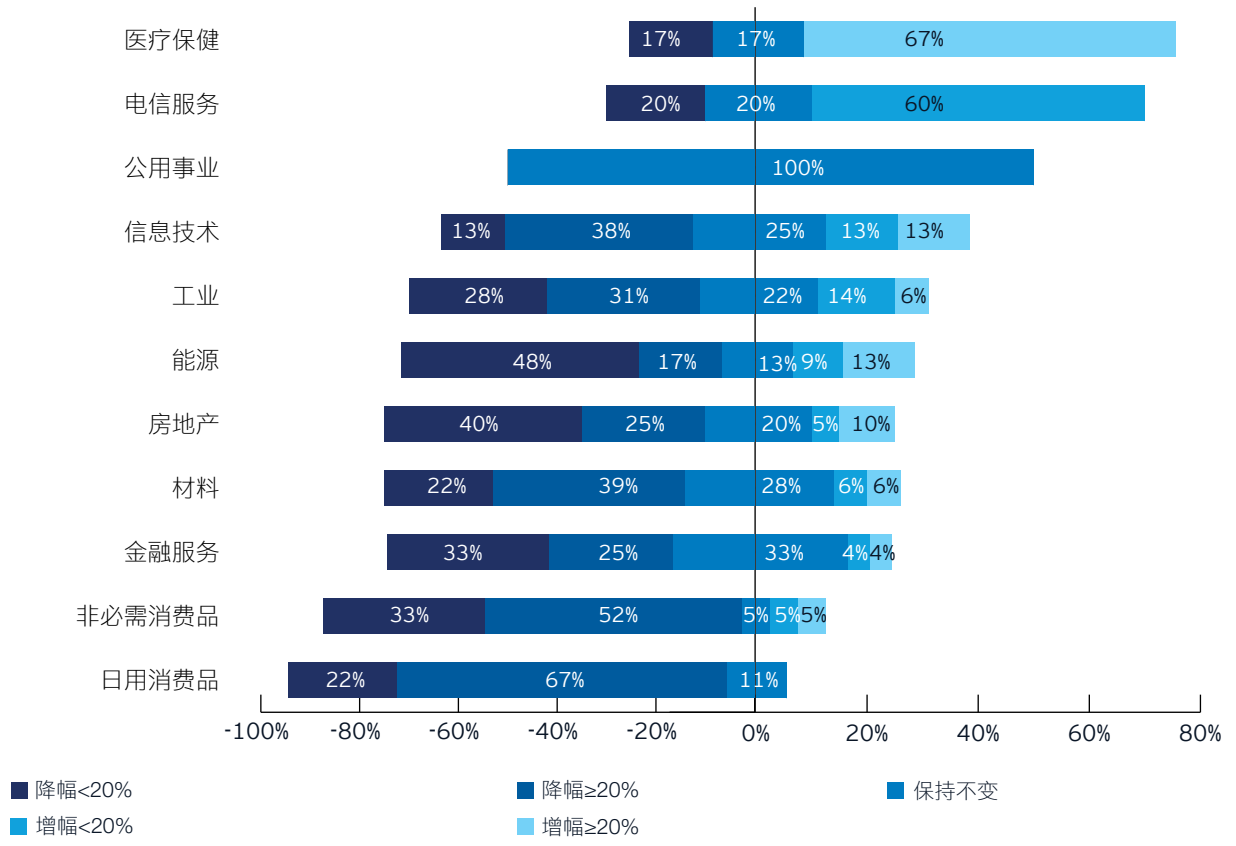


图49: 企业年收入同比变化

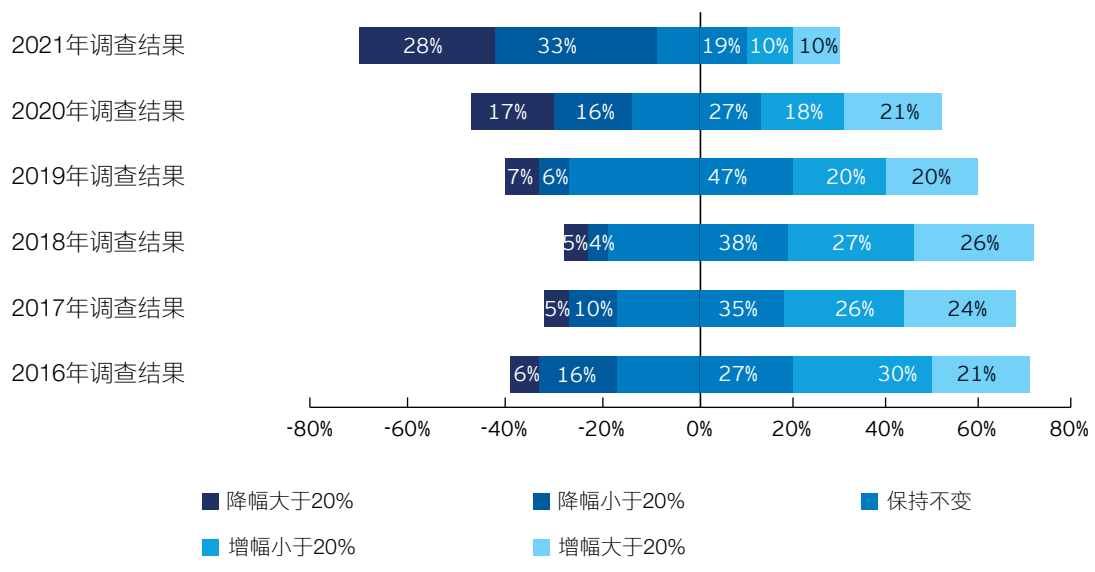


图50: 估计EBIT利润率

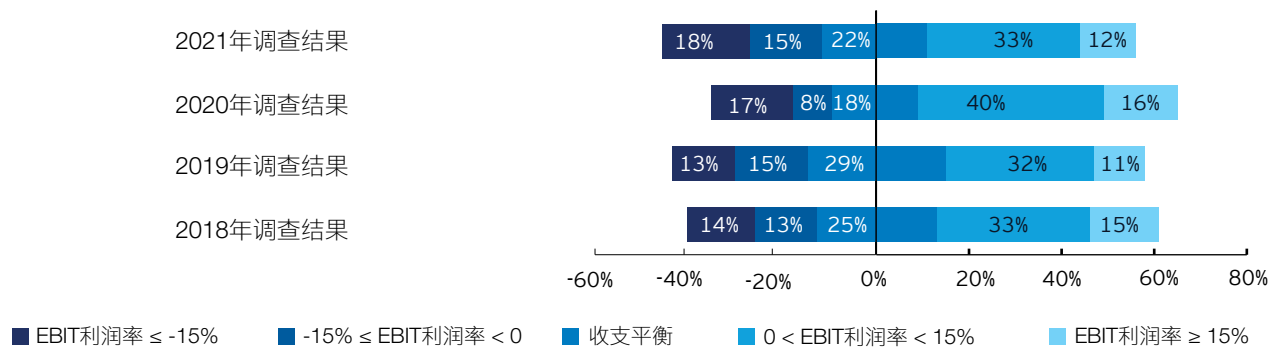


图51: 贵公司2020年预计EBIT利润率是多少?

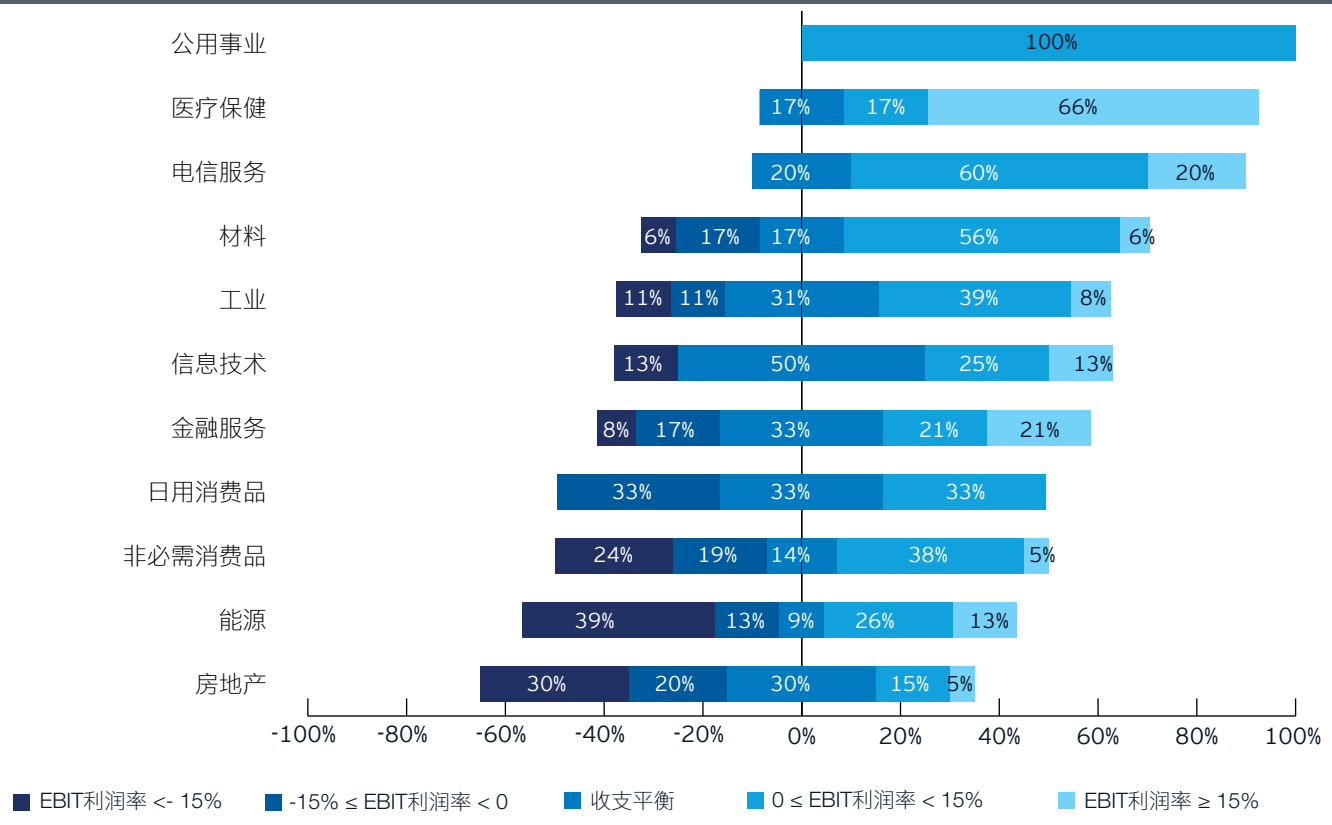


图52: 企业估计美国EBIT利润率的同比变化

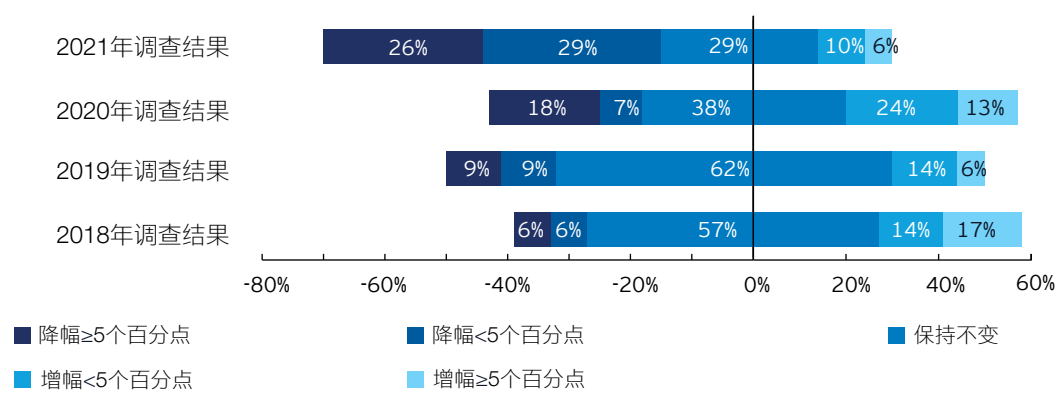


图53: 从2019年至2020年, 贵公司在美国的EBIT利润率百分比有何变化?

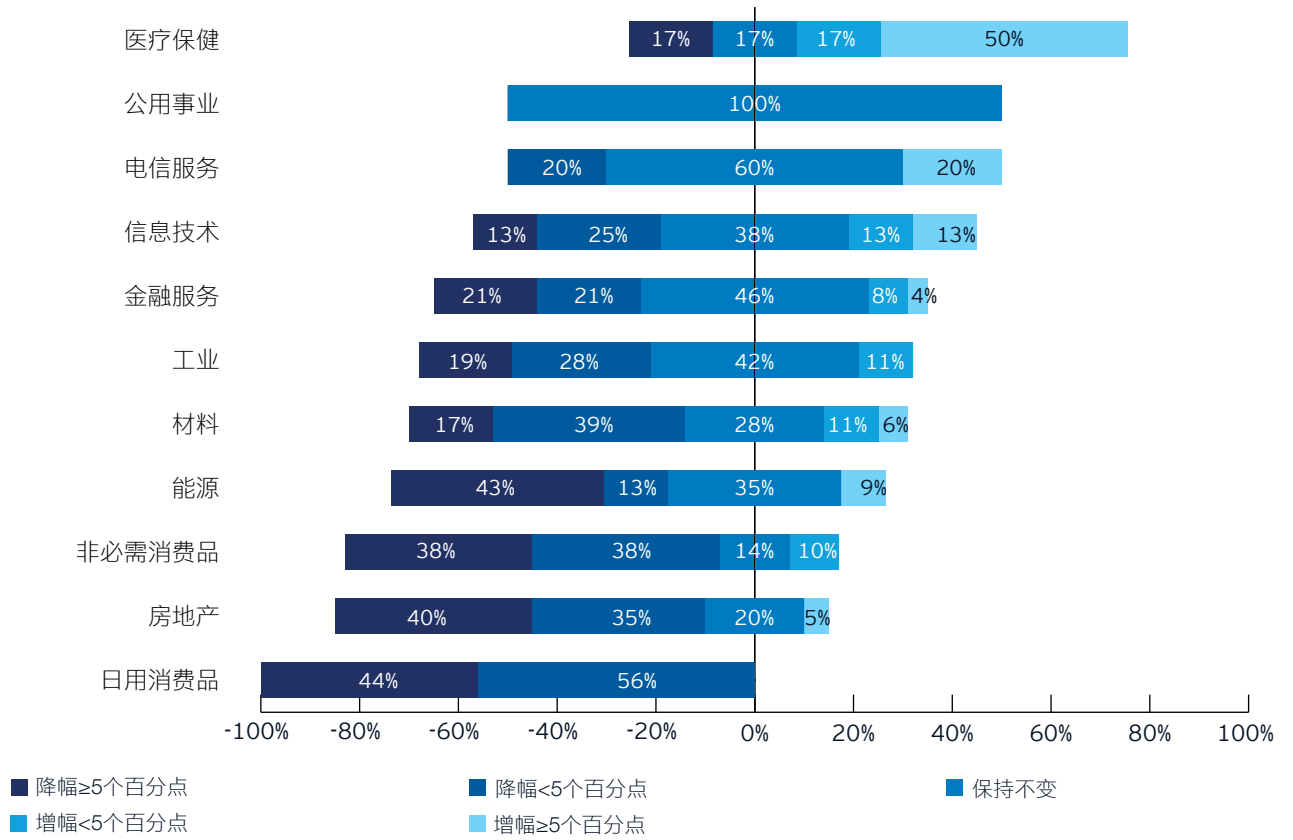


图54: 与2019年相比, 贵公司2020年在美新业务投资有何变化?

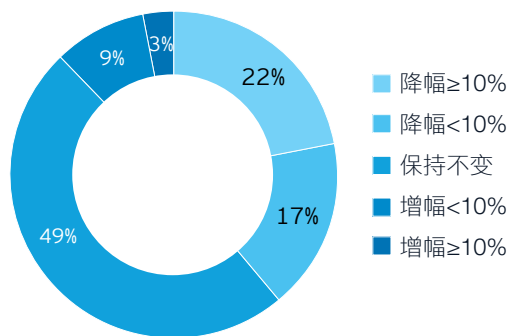


图55: 与2019年相比, 贵公司2020年在美新业务投资有何变化?

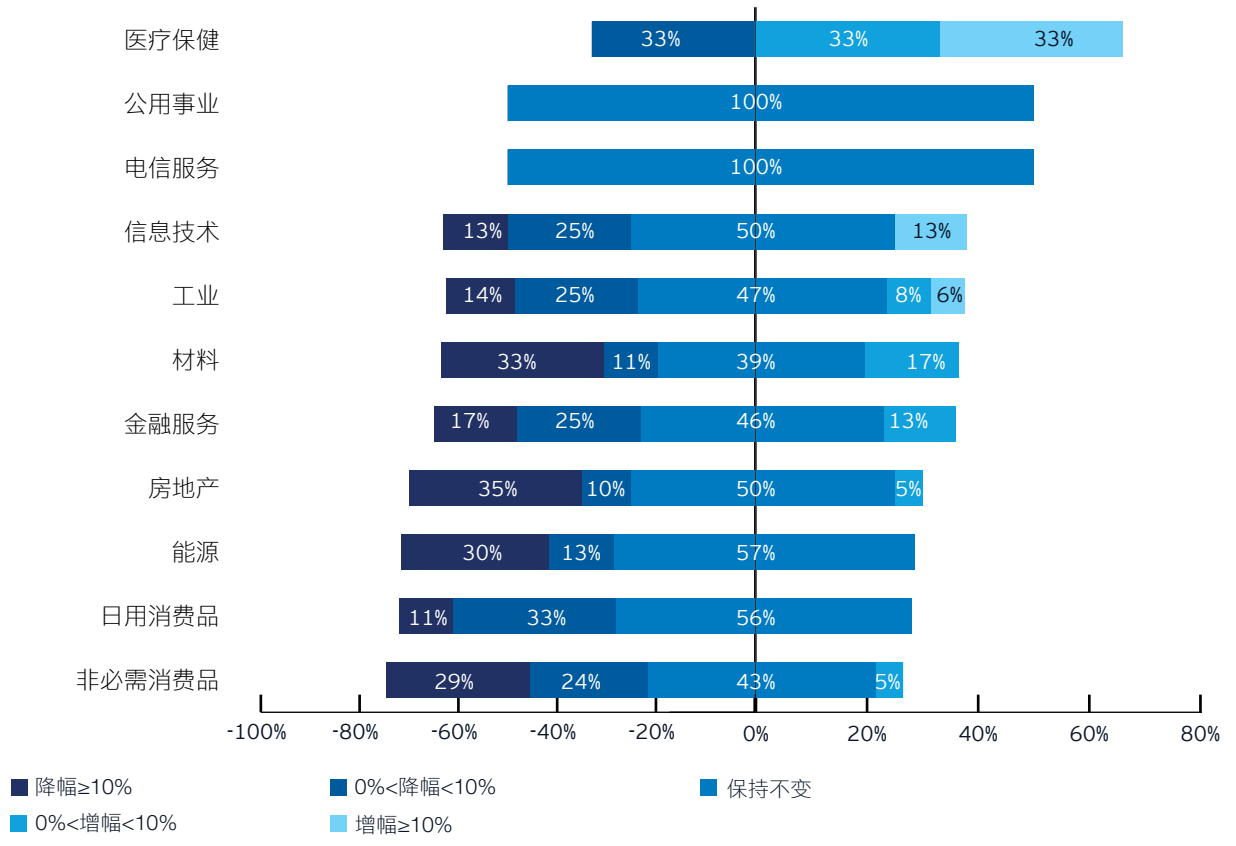


图56: 中资企业在美新增商业投资同比变化

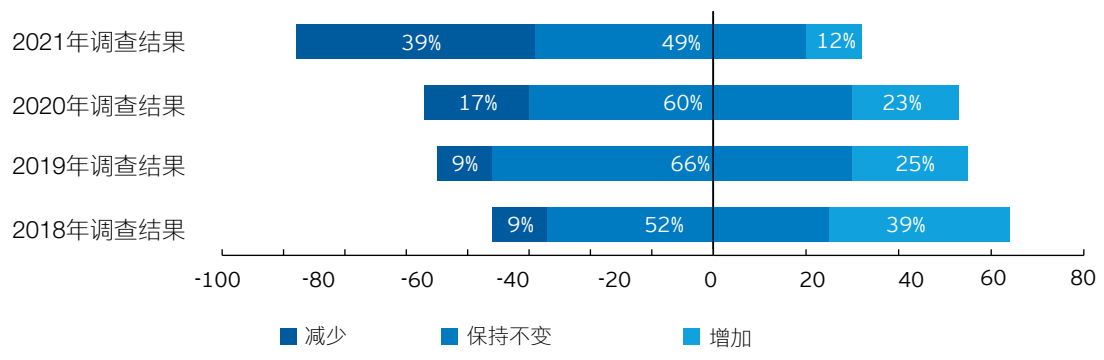


图57：在美中资企业及其母公司EBIT利润率同比变化比较

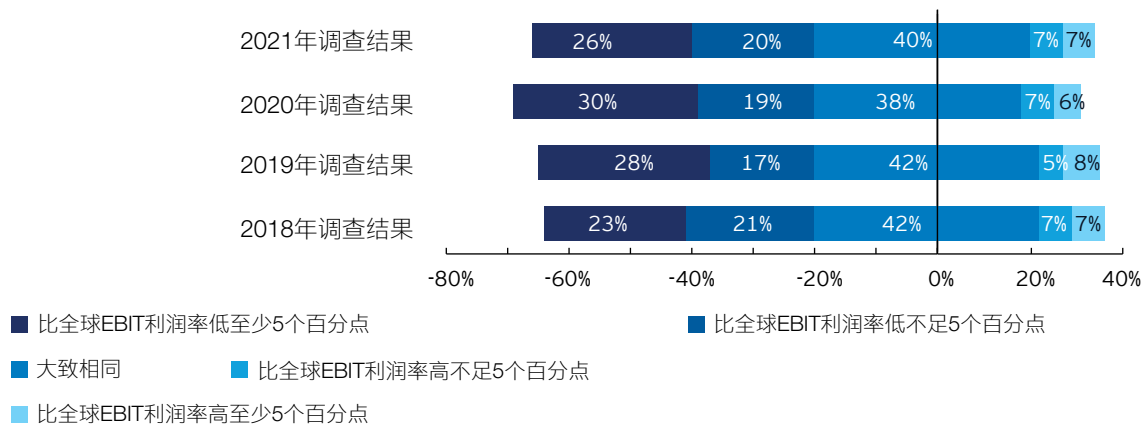


图58：与贵公司母公司2020年的全球EBIT利润率相比，贵公司美国分部的EBIT利润率如何？

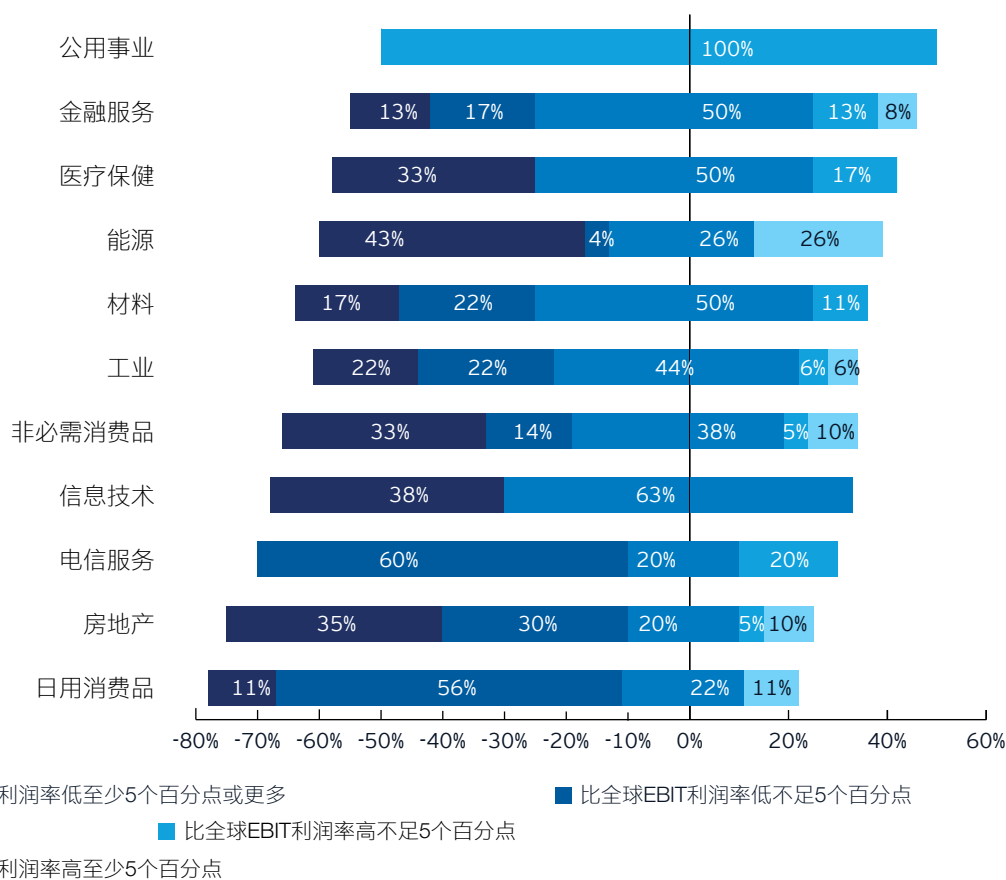


图59：您如何评价2020年美国投资及营商环境的以下几个方面？

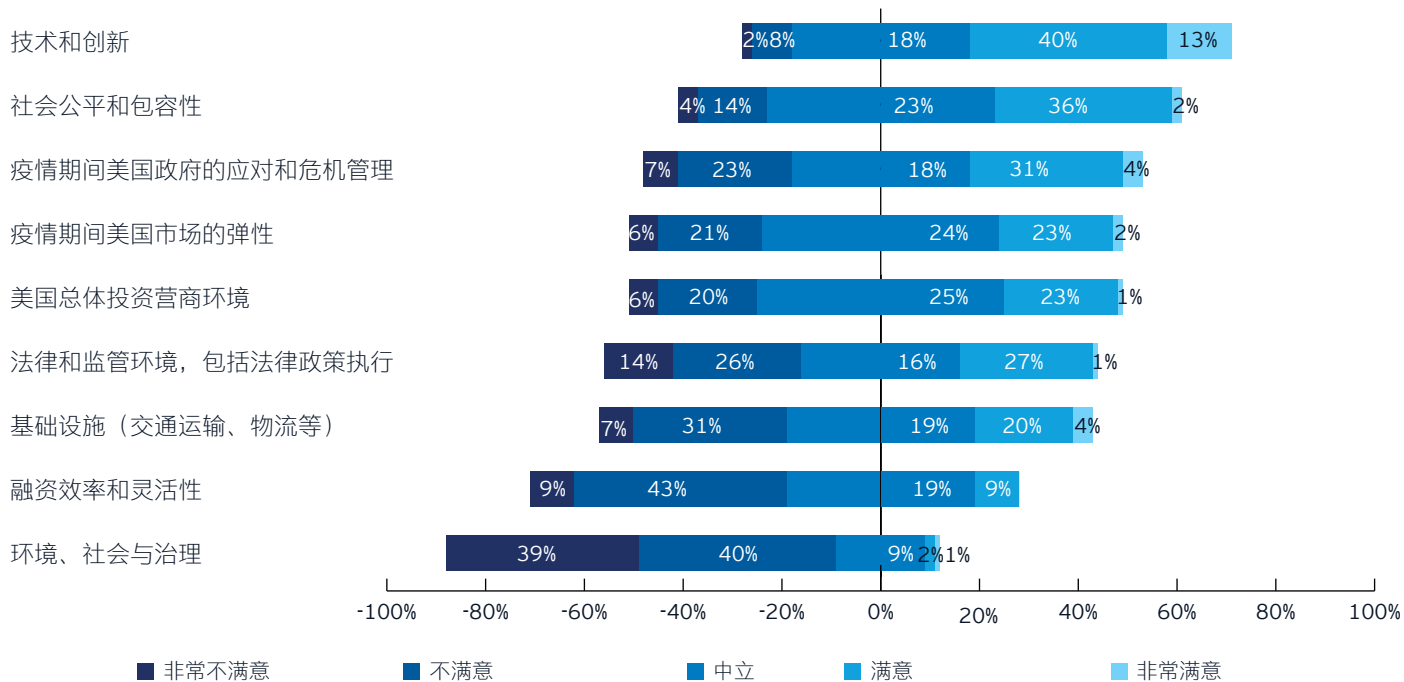


图60：您如何评价 2020 年美国整体投资和营商环境？

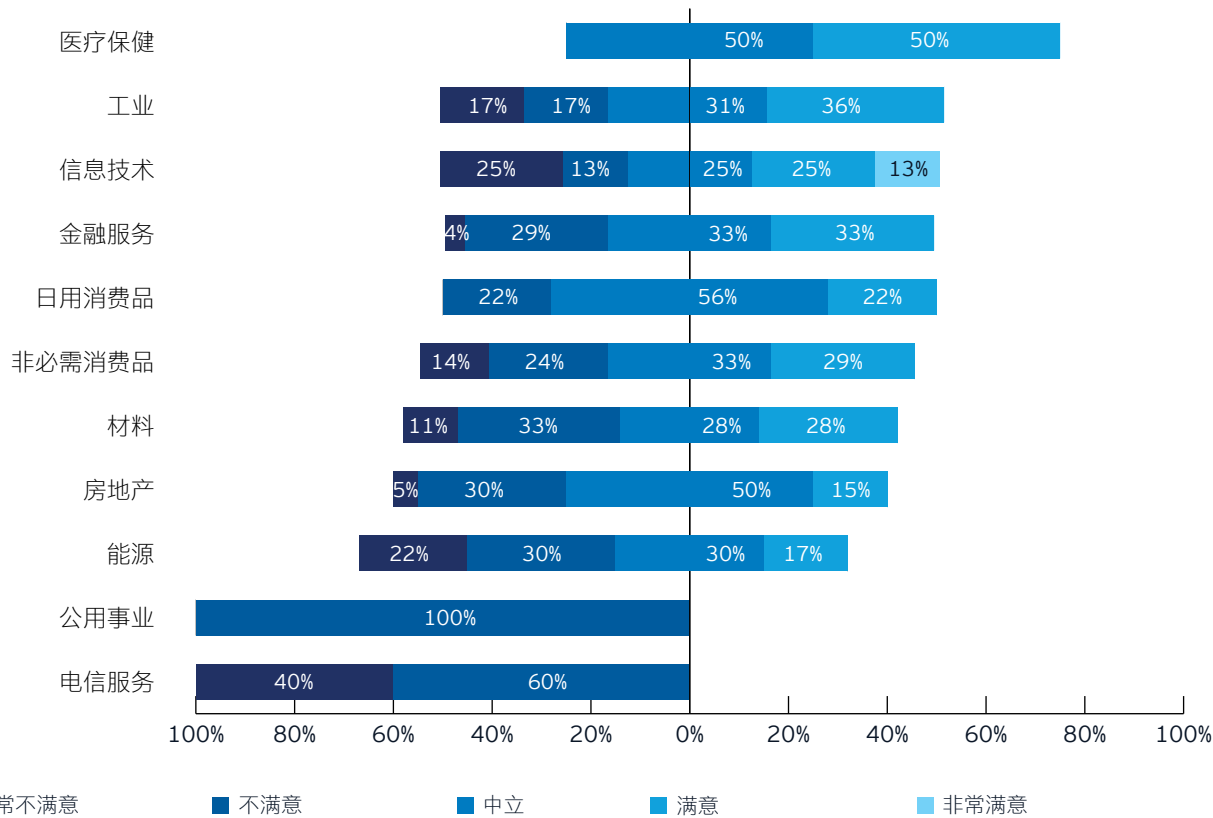


图61：您如何评价 2020 年的社会公平和包容性？

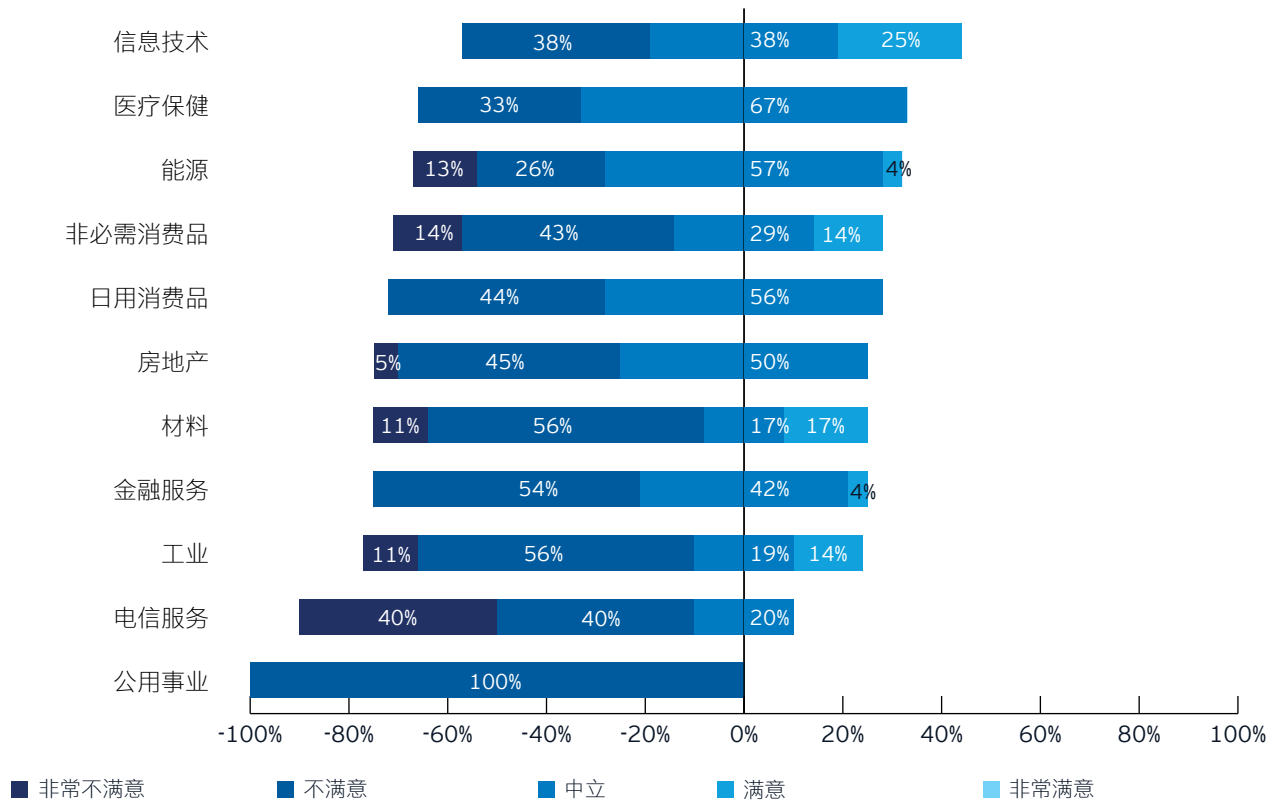


图62：您如何评估美国政府在2020年新冠肺炎疫情期间的反应能力和应急措施？

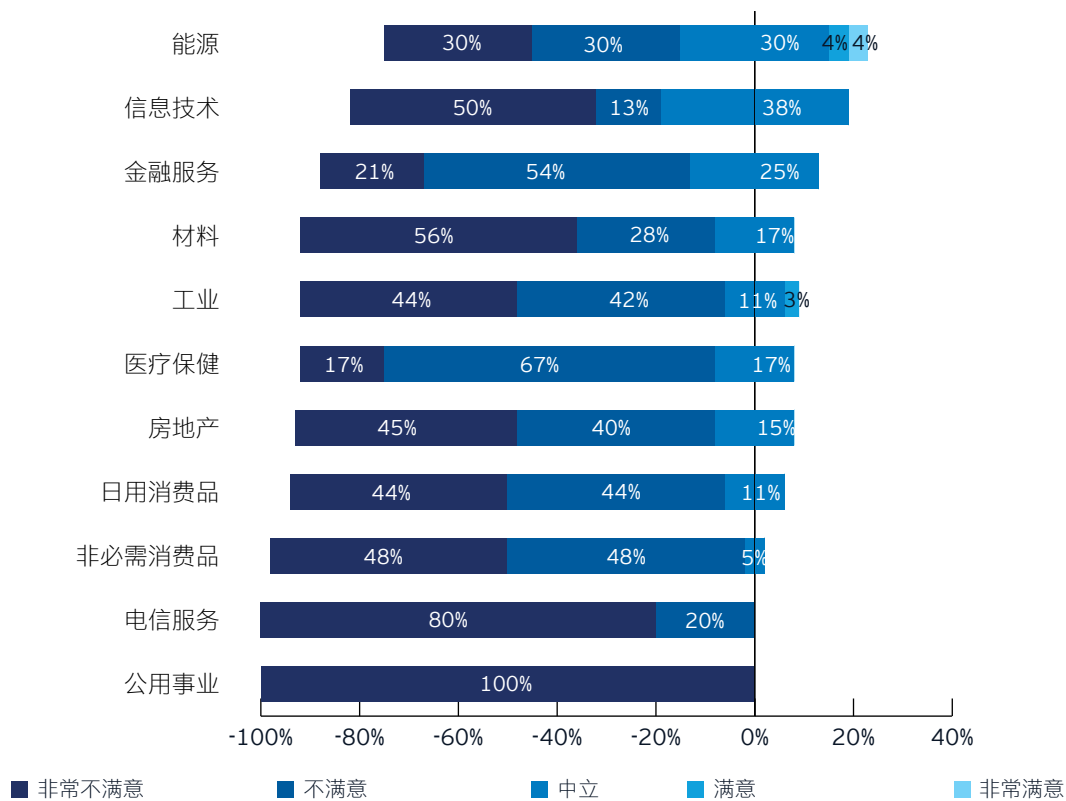


图63: 中资企业对美国投资和营商环境满意度的同比变化

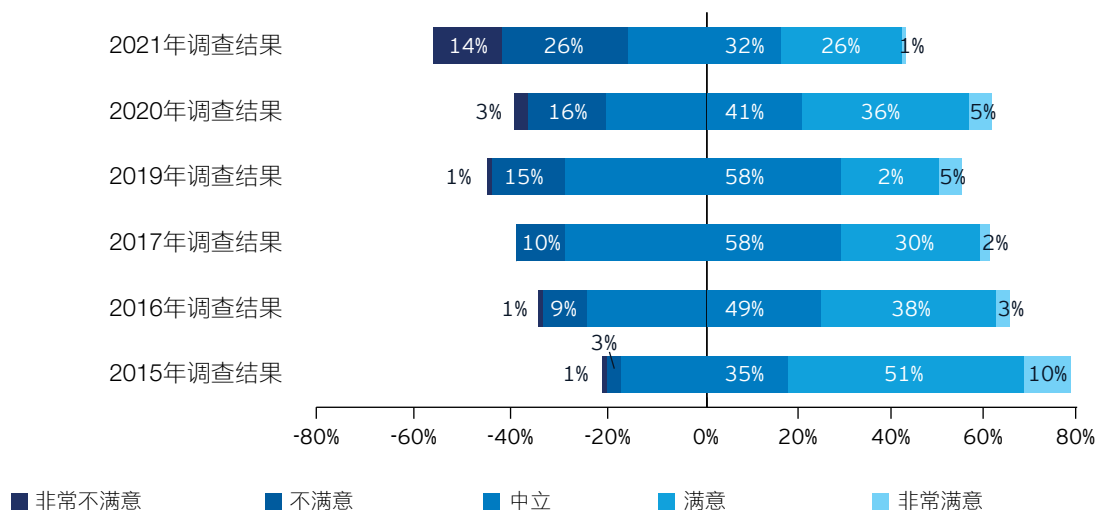


图64: 未来两年预测收入同比变化

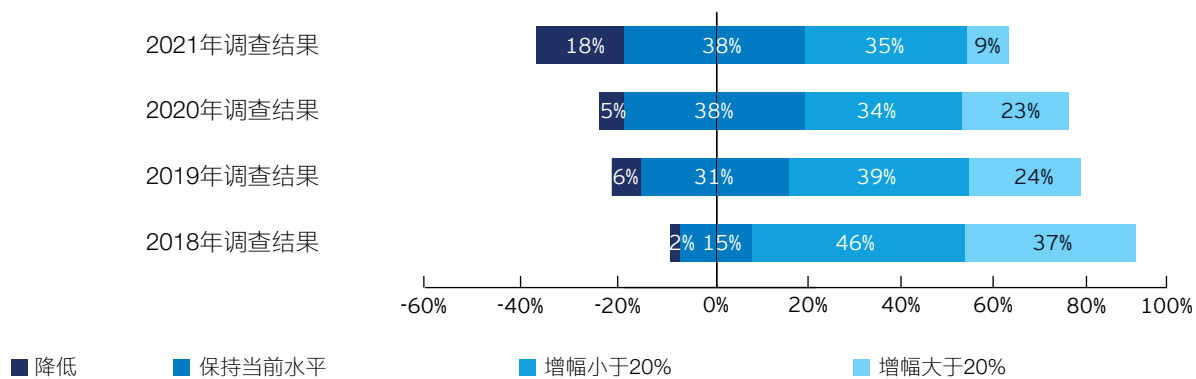


图65: 与2020年相比, 您对贵公司美国分部未来两年(即2021年和2022年)的年收入预测是多少?

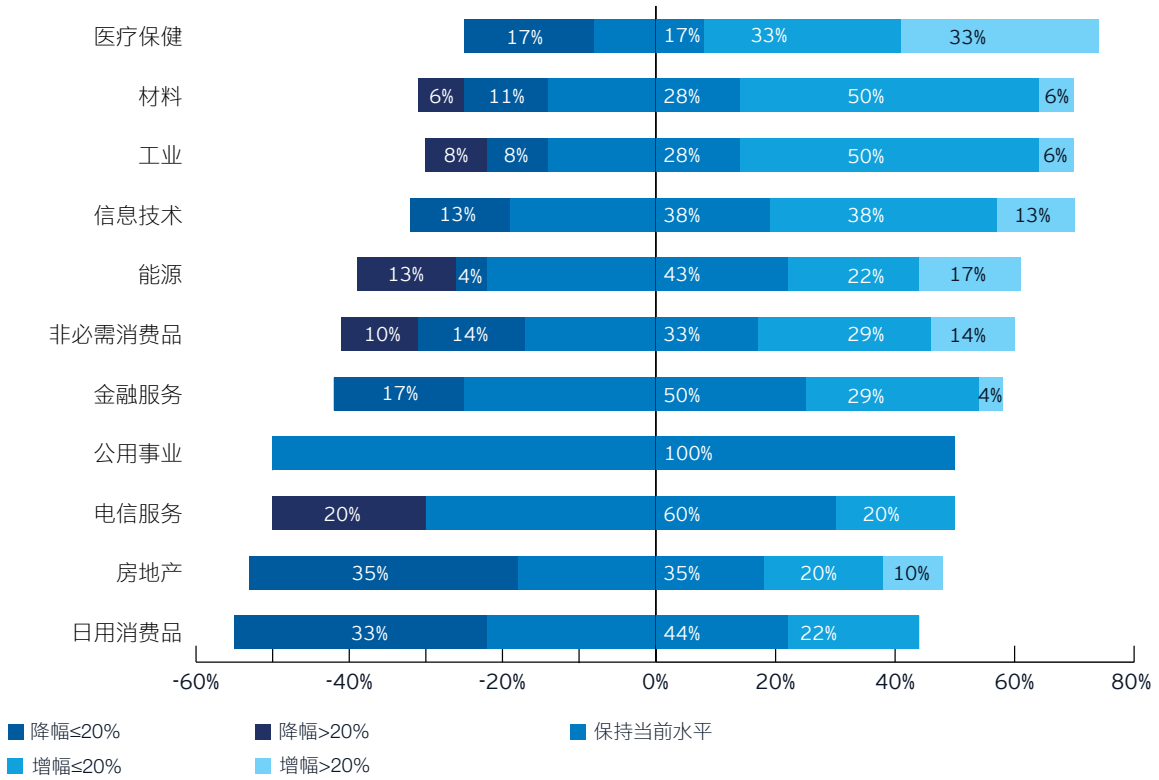


图66: 2021/2022年美国投资主要目标的同比变化

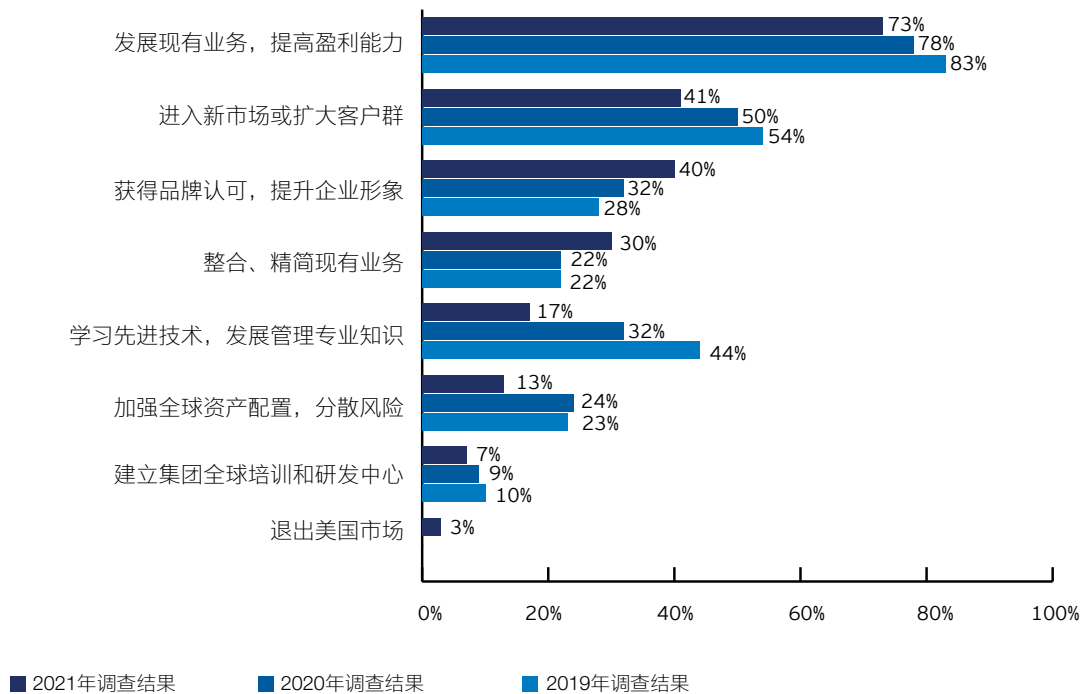


图67：近期经营中面临挑战的同比变化

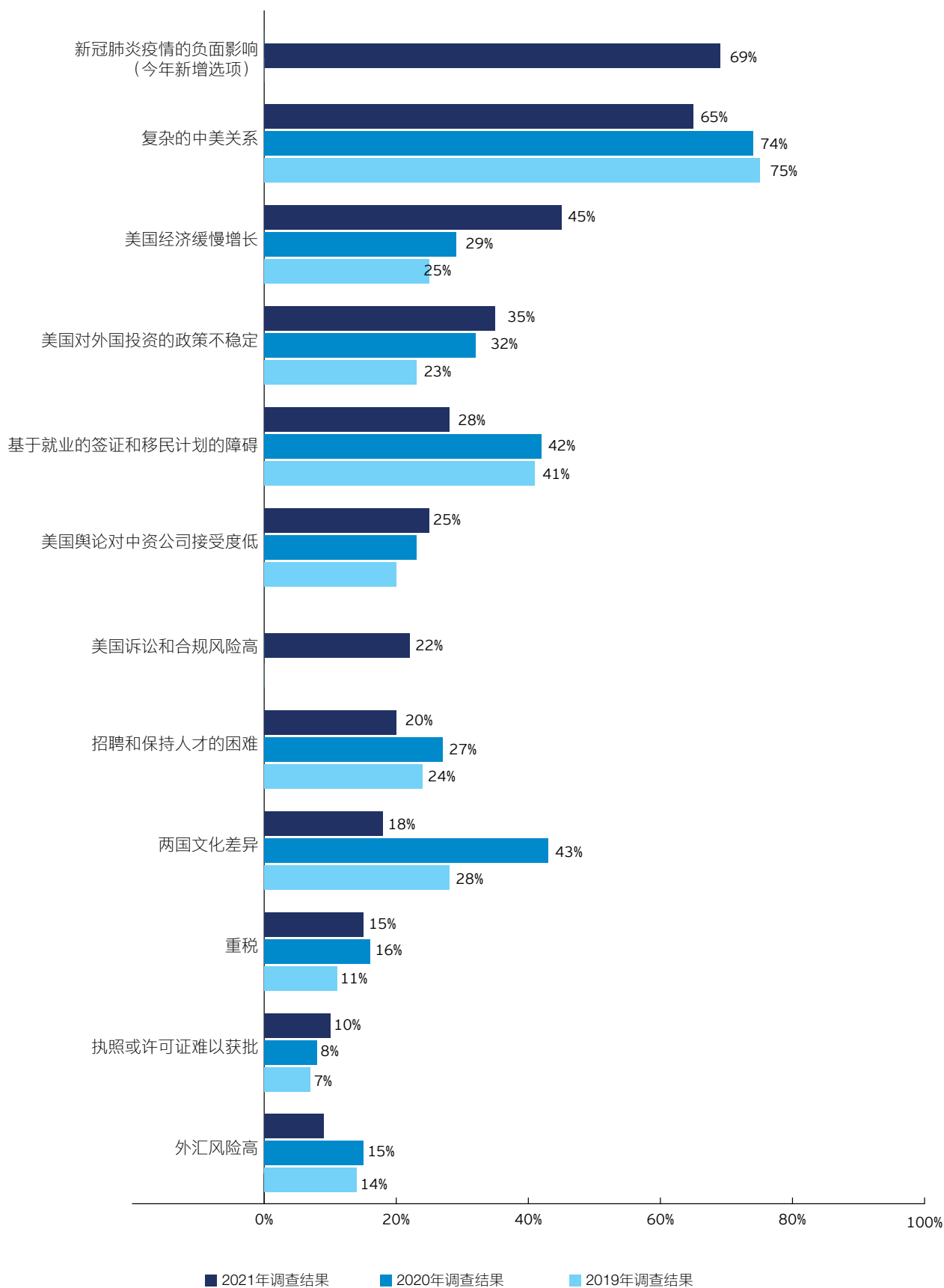


图68: 贵公司在2020年是否受到过联邦、州或其他监管机构的调查?

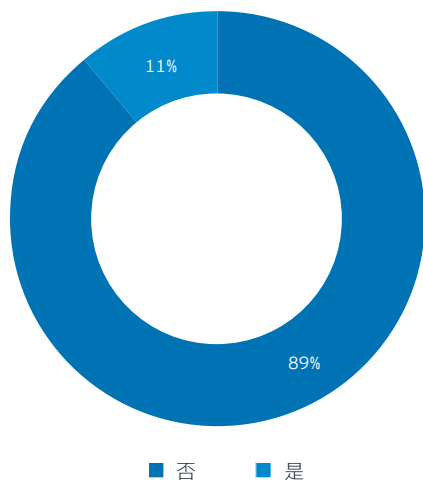


图69: 如果您在上一个问题中选择“是”, 那么监管机构会进行何种类型的调查?

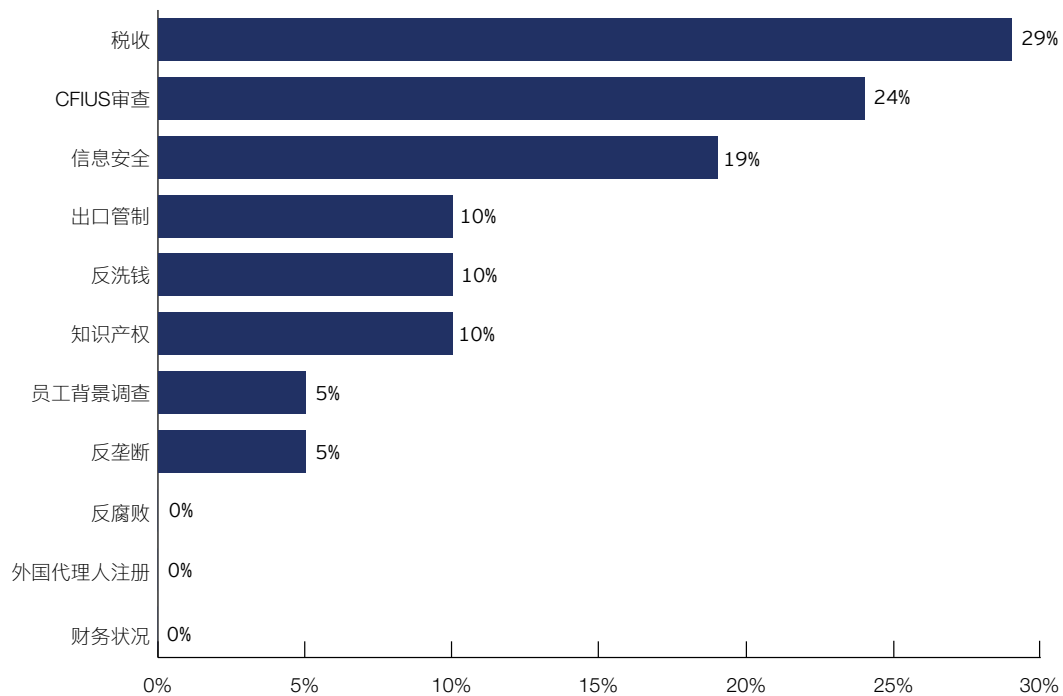


图70：2020年，在遵守政府法规方面，贵公司采取了以下哪些措施来应对可能面临的挑战？

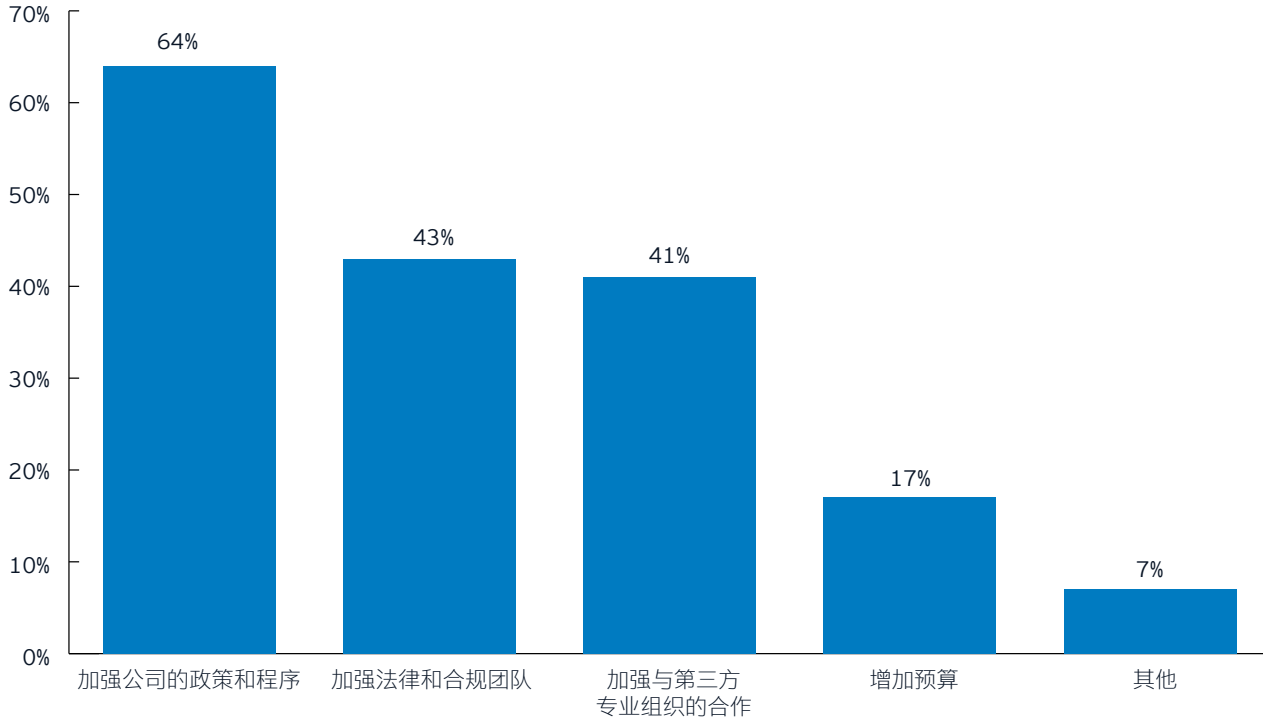


图71：监管机构审查类型的同比变化

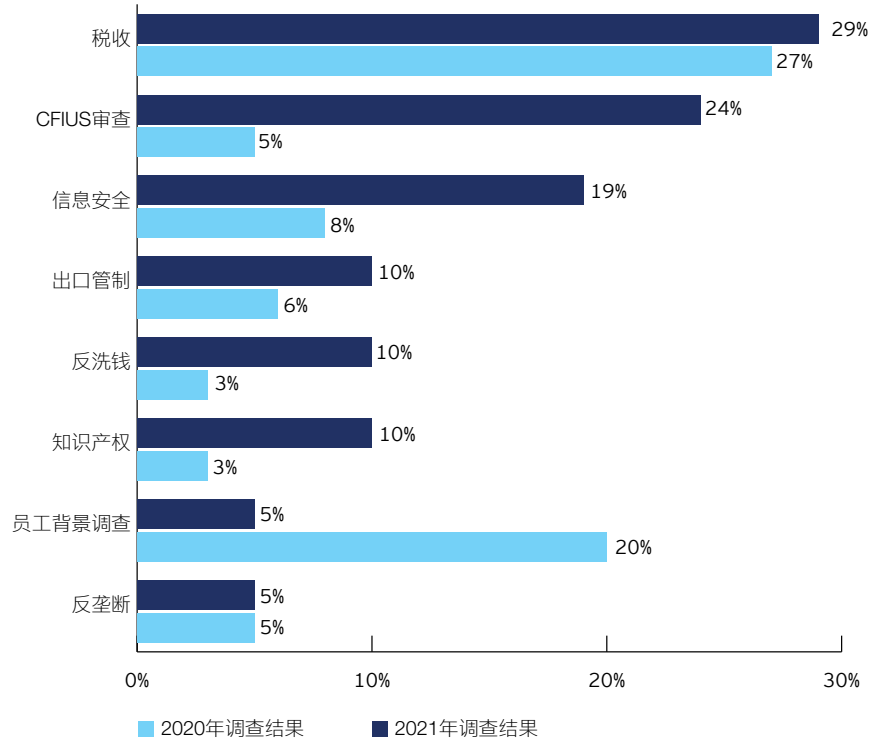


图72: 加强合规举措的同比变化

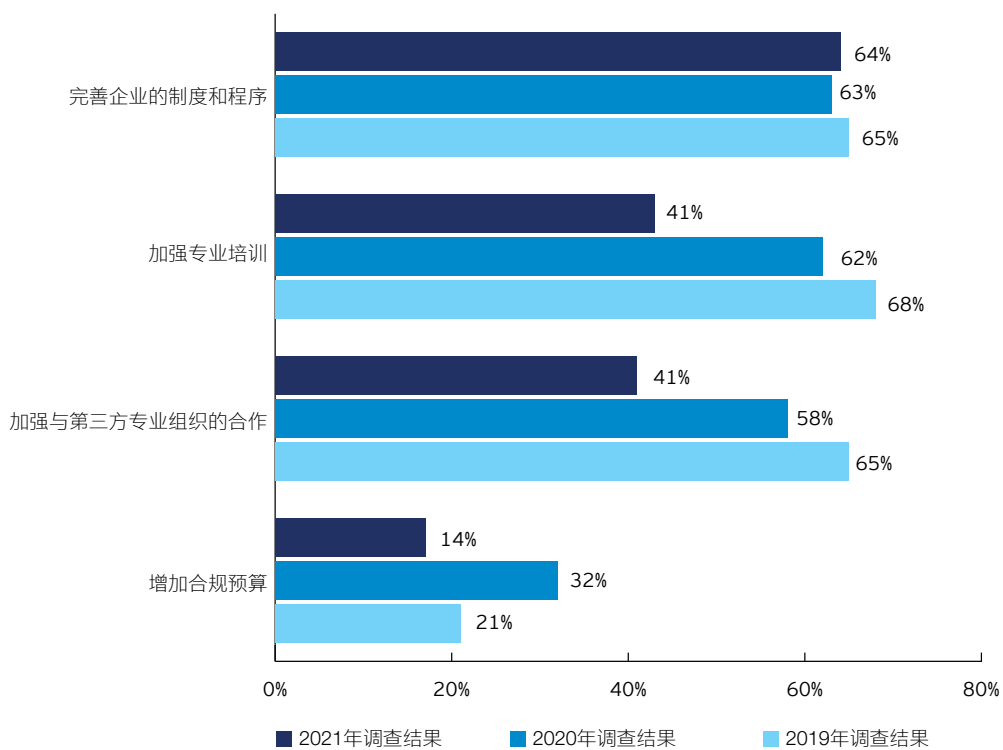


图73: 您对贵公司2021年在美新增业务投资的变化有何预期?

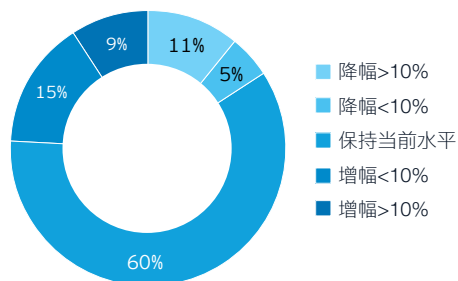


图74: 贵公司来年在美投资同比变化

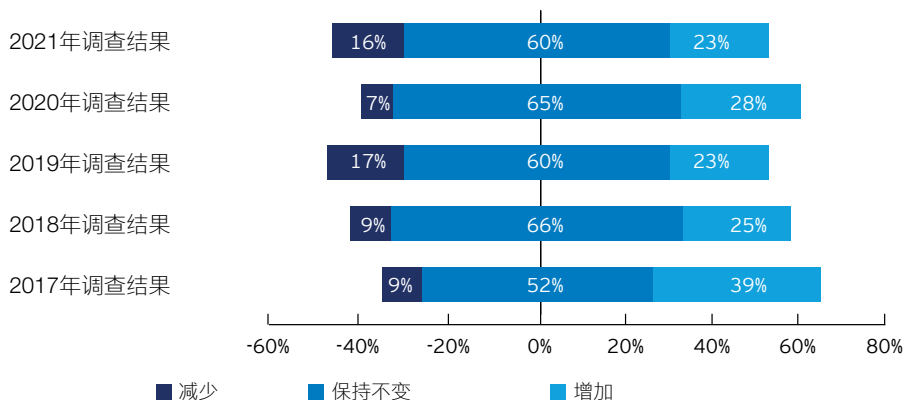


图75：您对贵公司2021年在美新增业务投资的变化有何预期？

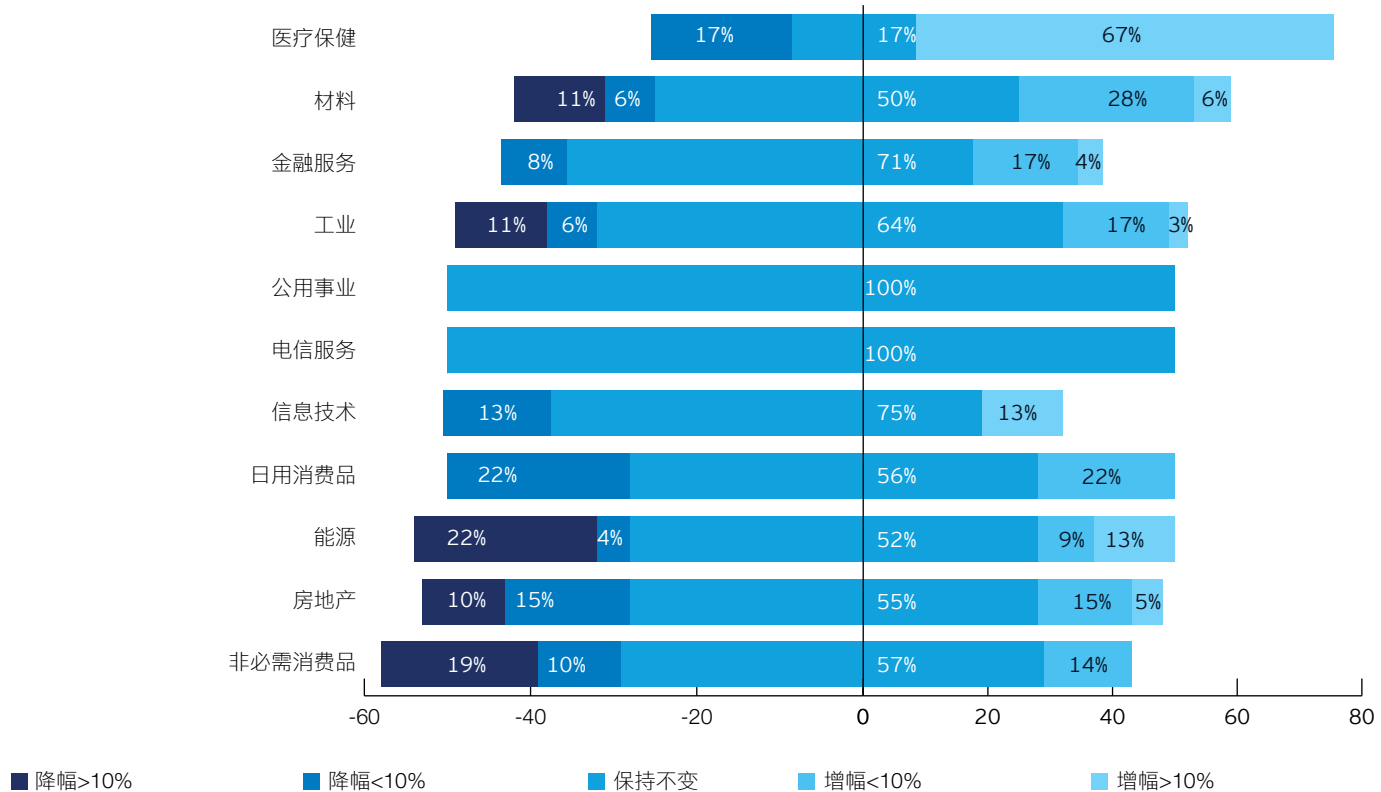


图76：对中美关系未来预期的同比变化

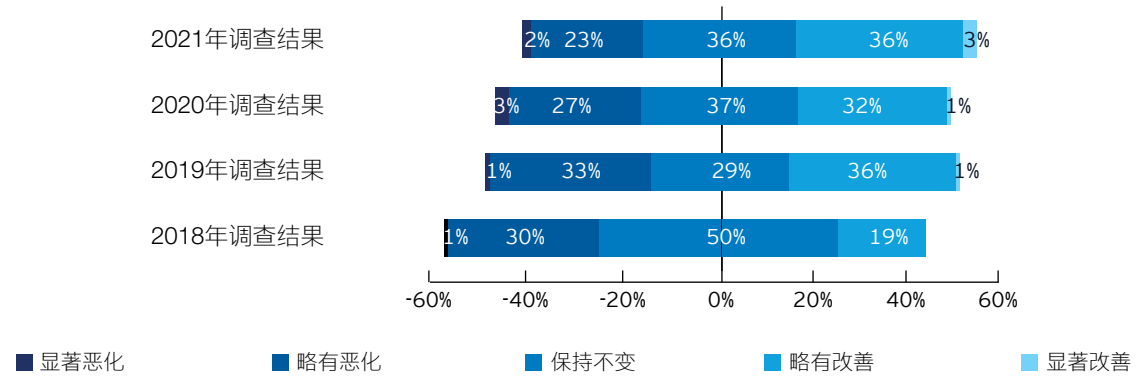


图77：美国政府政策或立场的消极影响

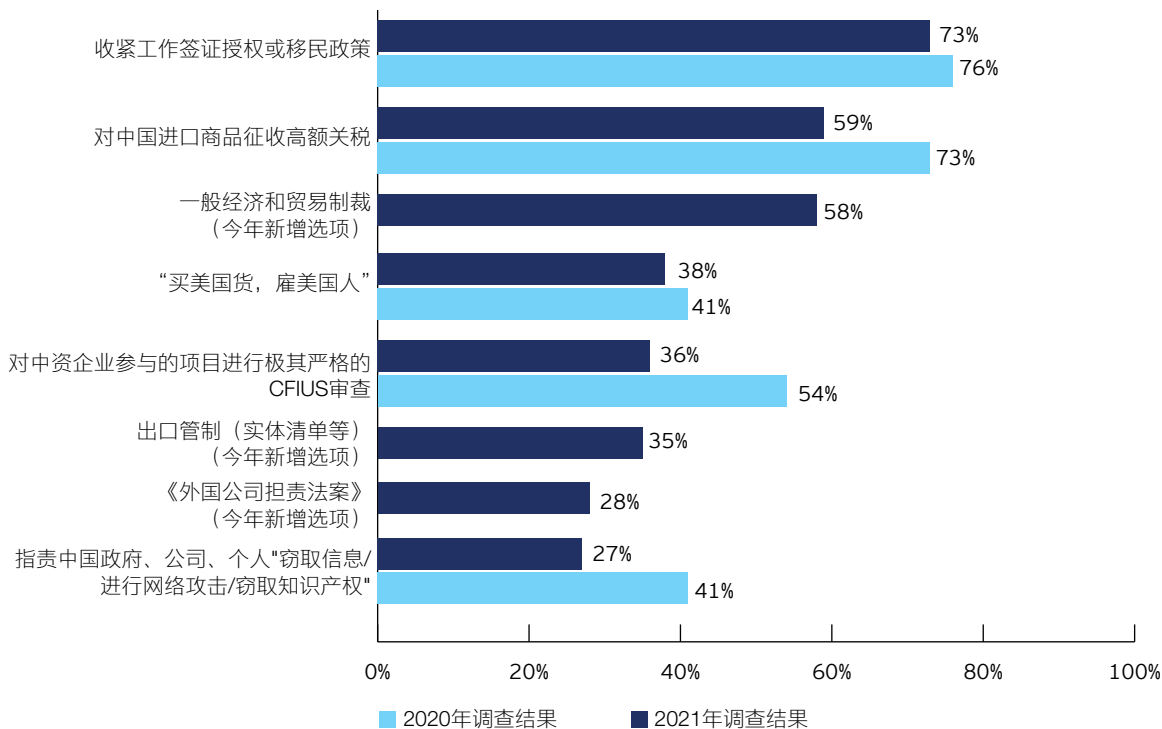


图78：遵守美国法律法规主要挑战的同比变化

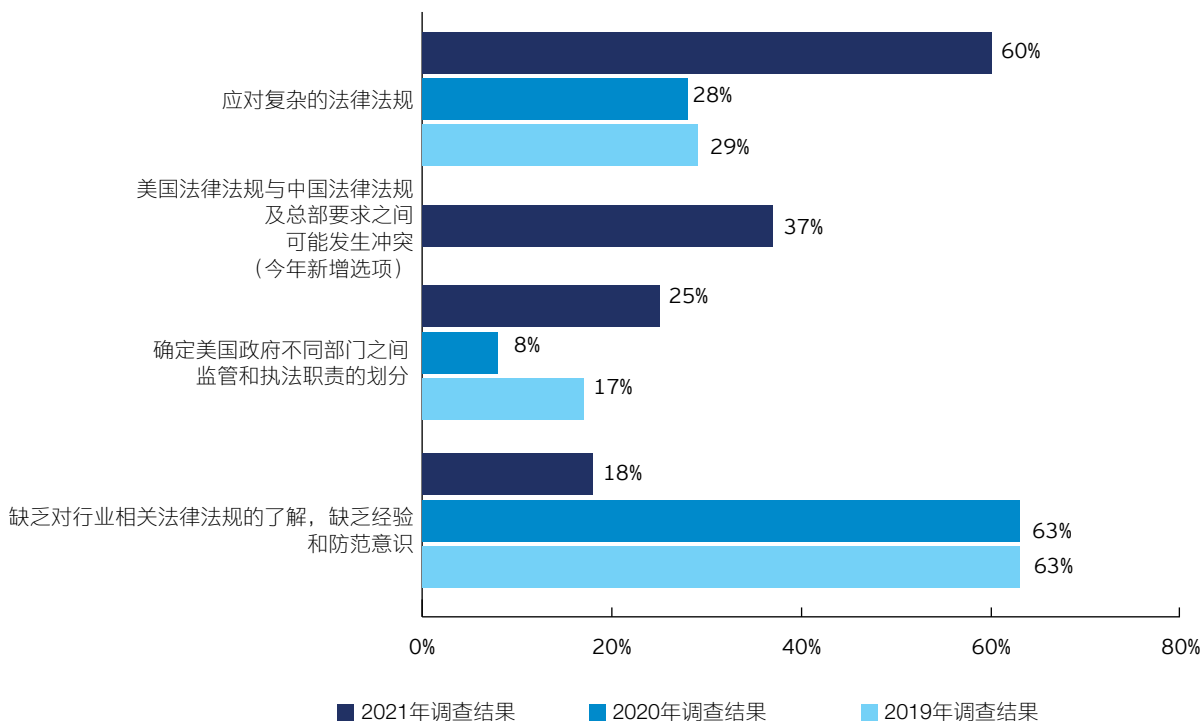


图79：贵公司在美国的业务是否由上市公司控制？

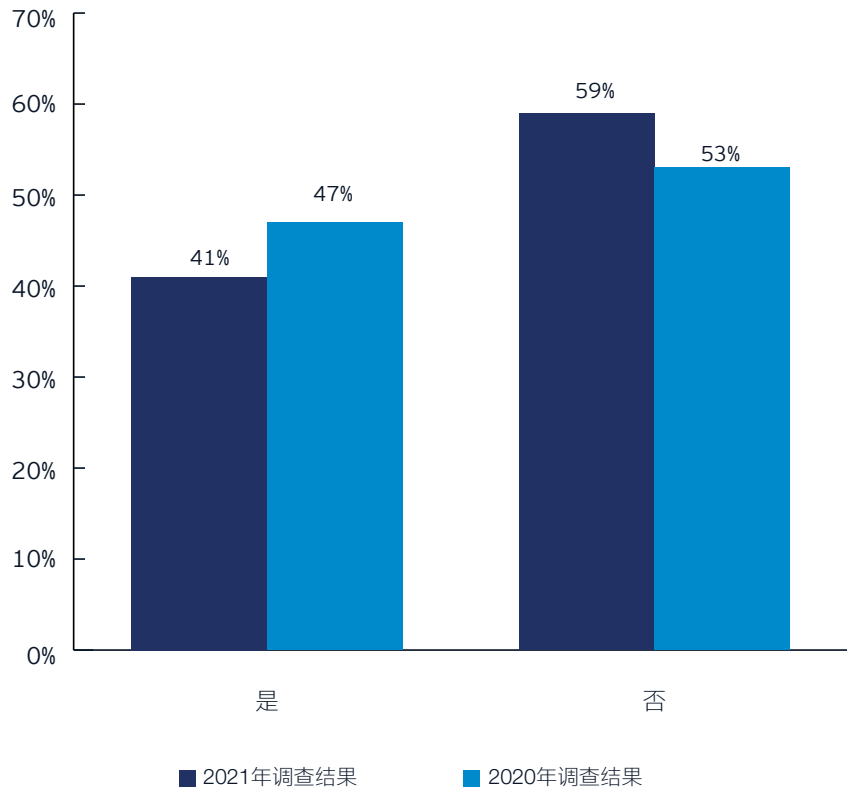


图80：如果您在上一个问题中选择“是”，那么母公司在何处上市？

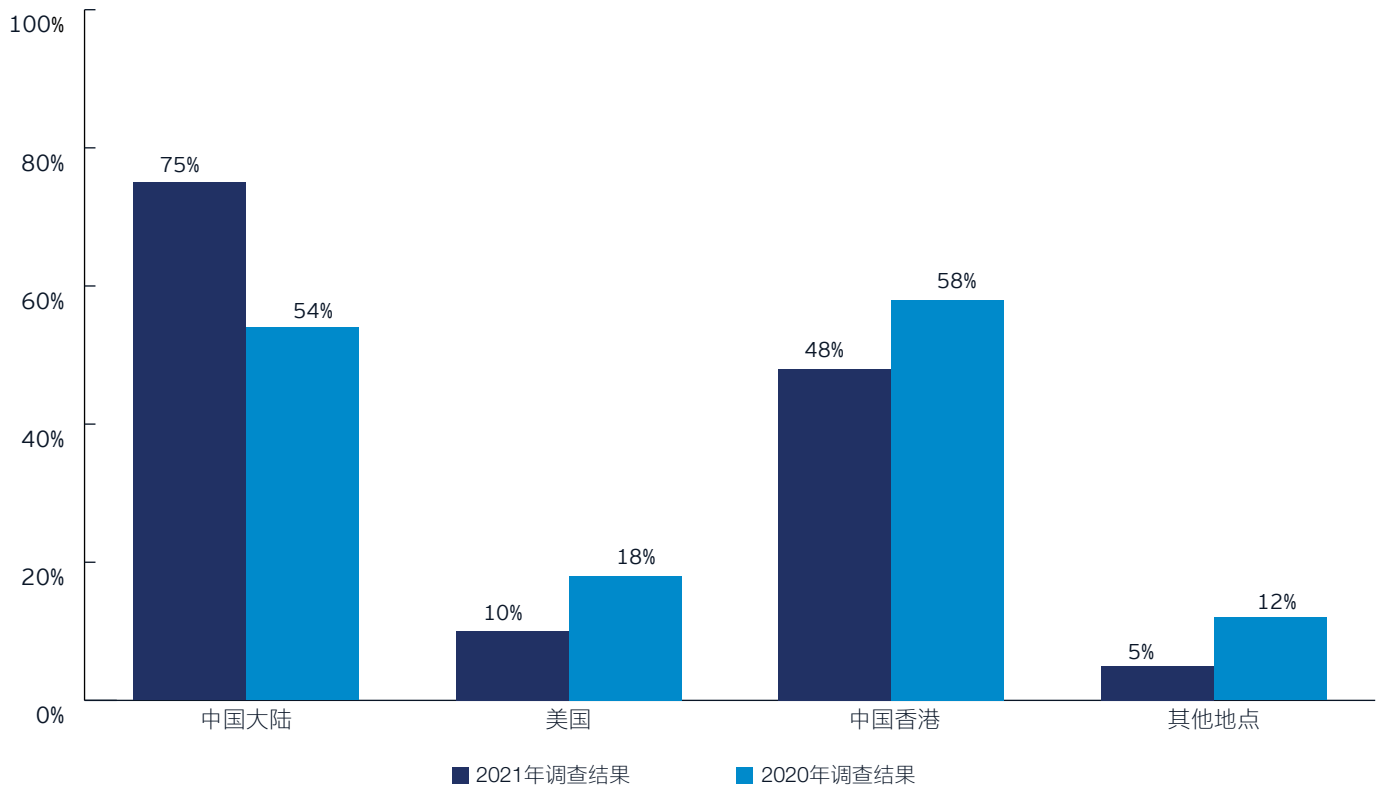


图81：贵公司通过以下哪种公司结构在美国开展业务？

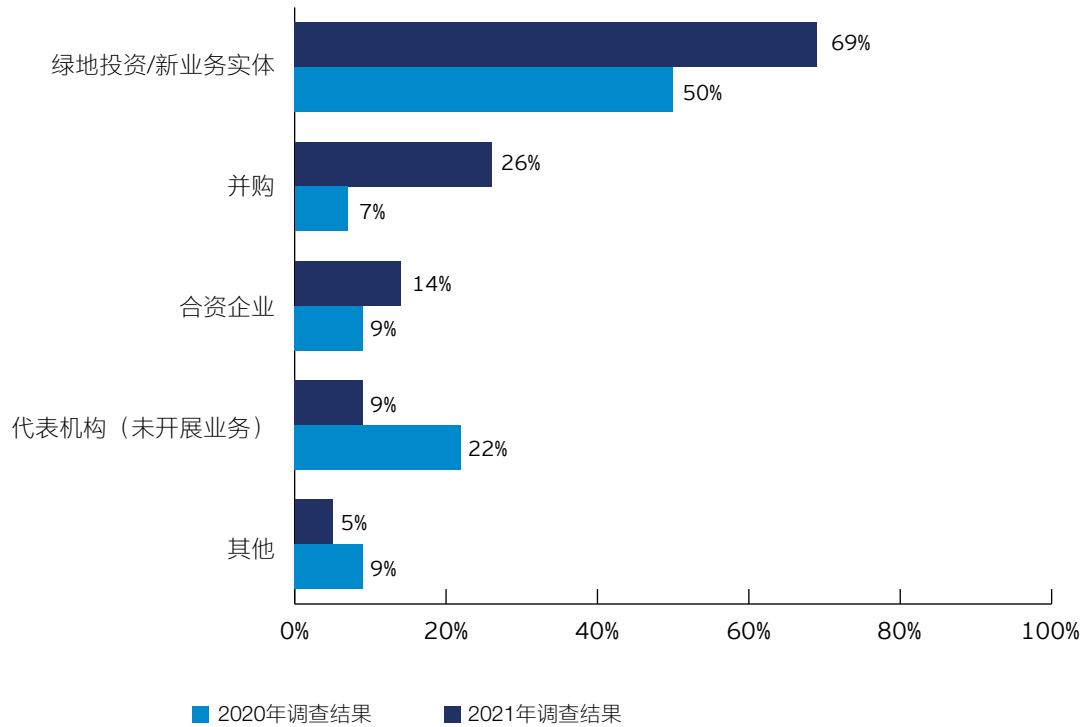


图82：贵公司是否在美国设有研发中心或海外培训中心？

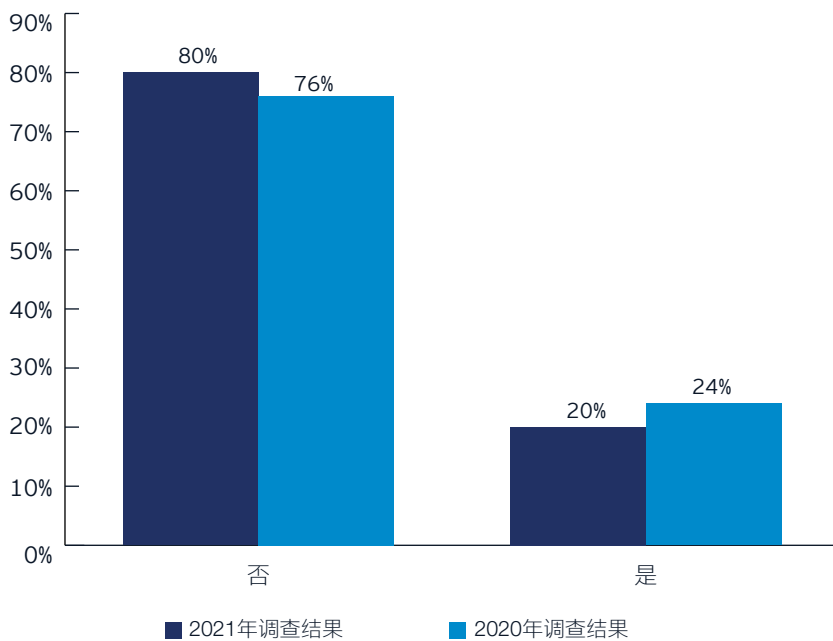


图83：贵公司美国业务利润分配或使用情况的同比变化

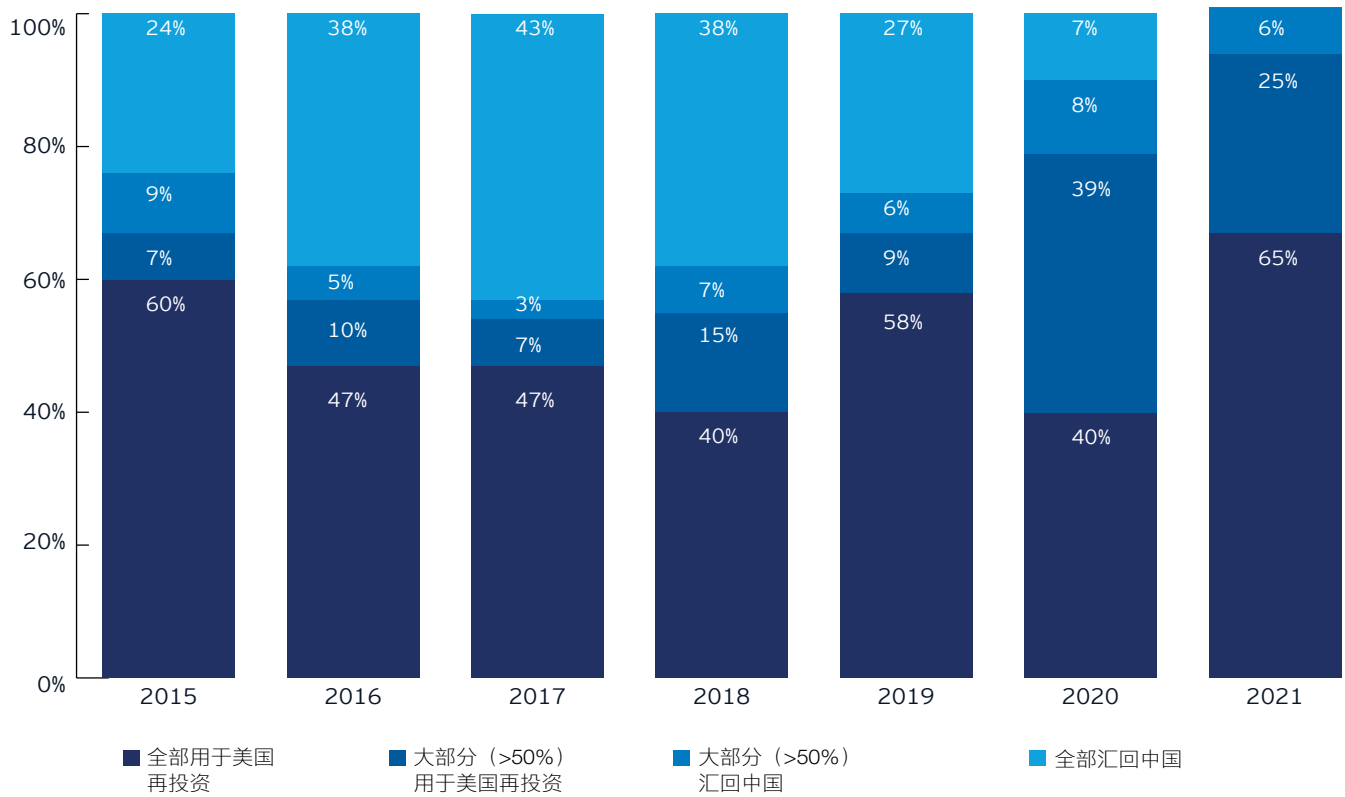


图84：贵公司美国业务占全球收入比例的同比变化

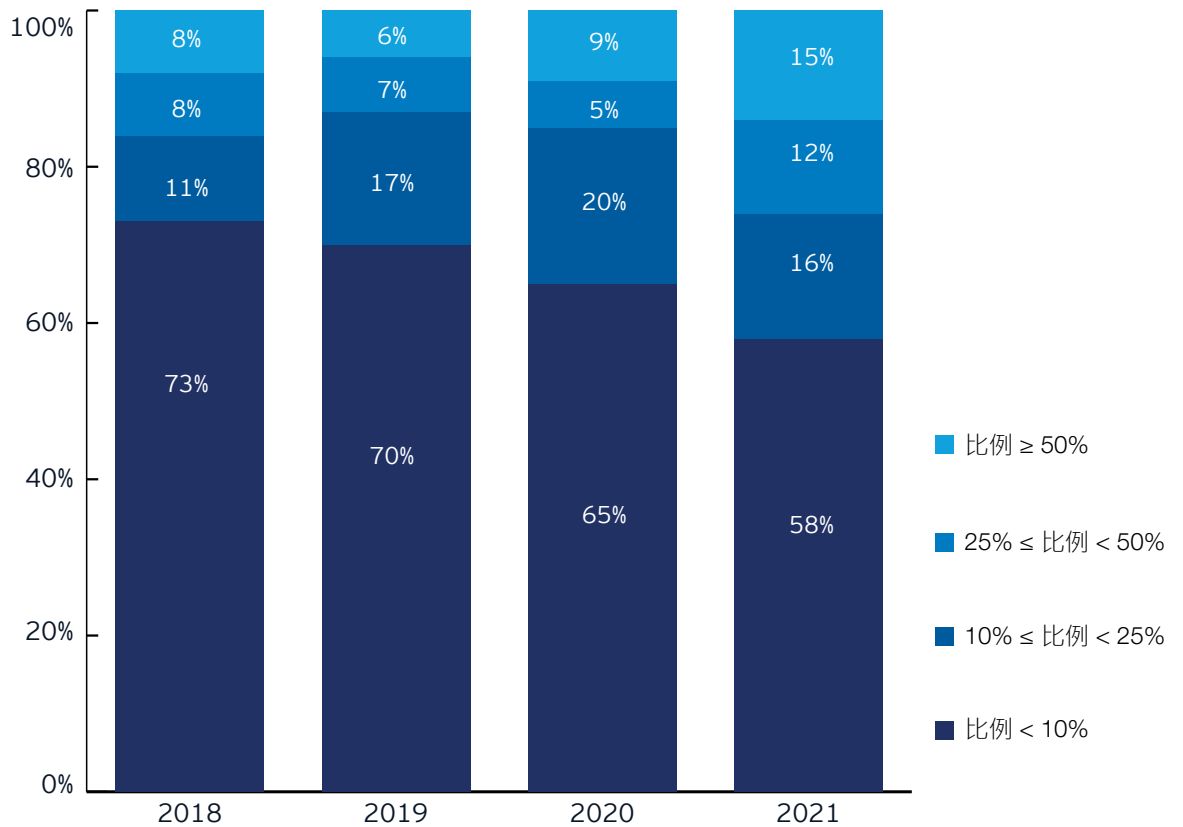


图85：贵公司在美国提供什么服务项目？

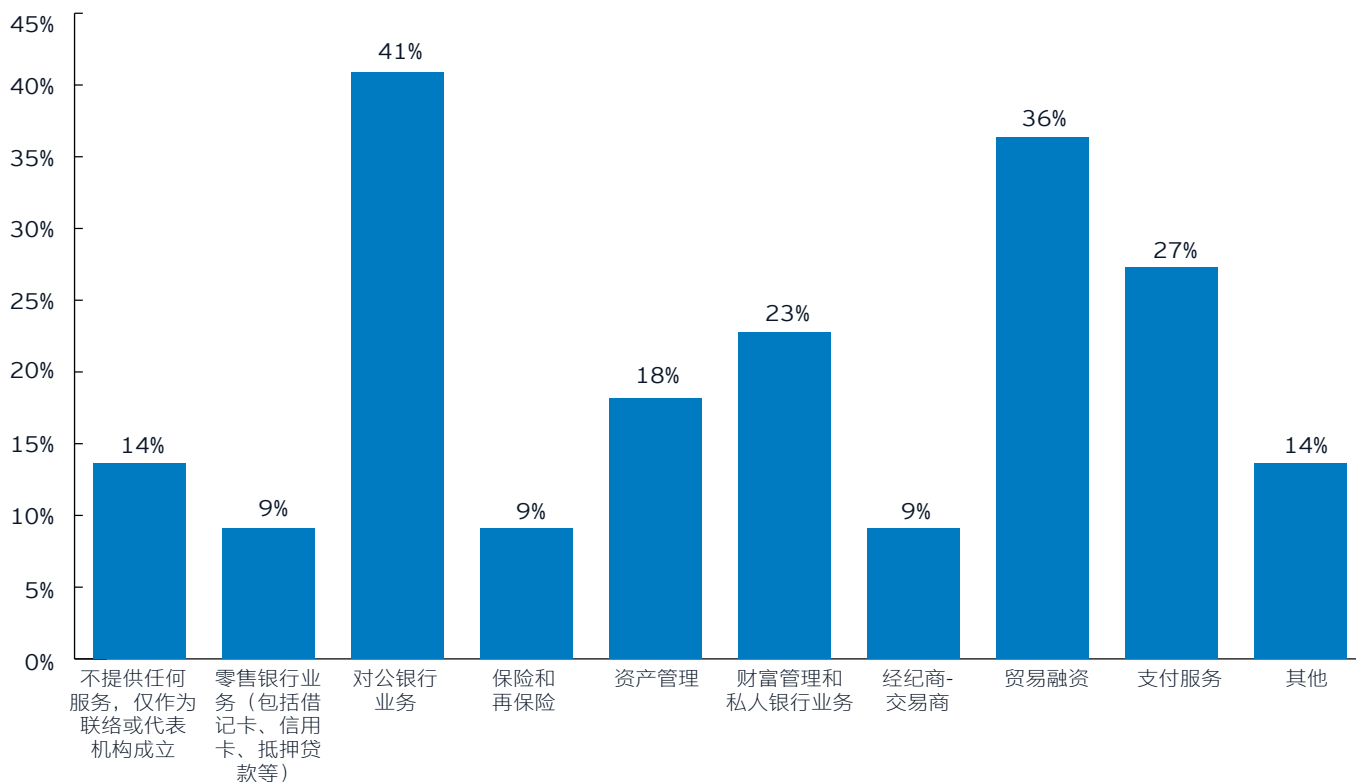
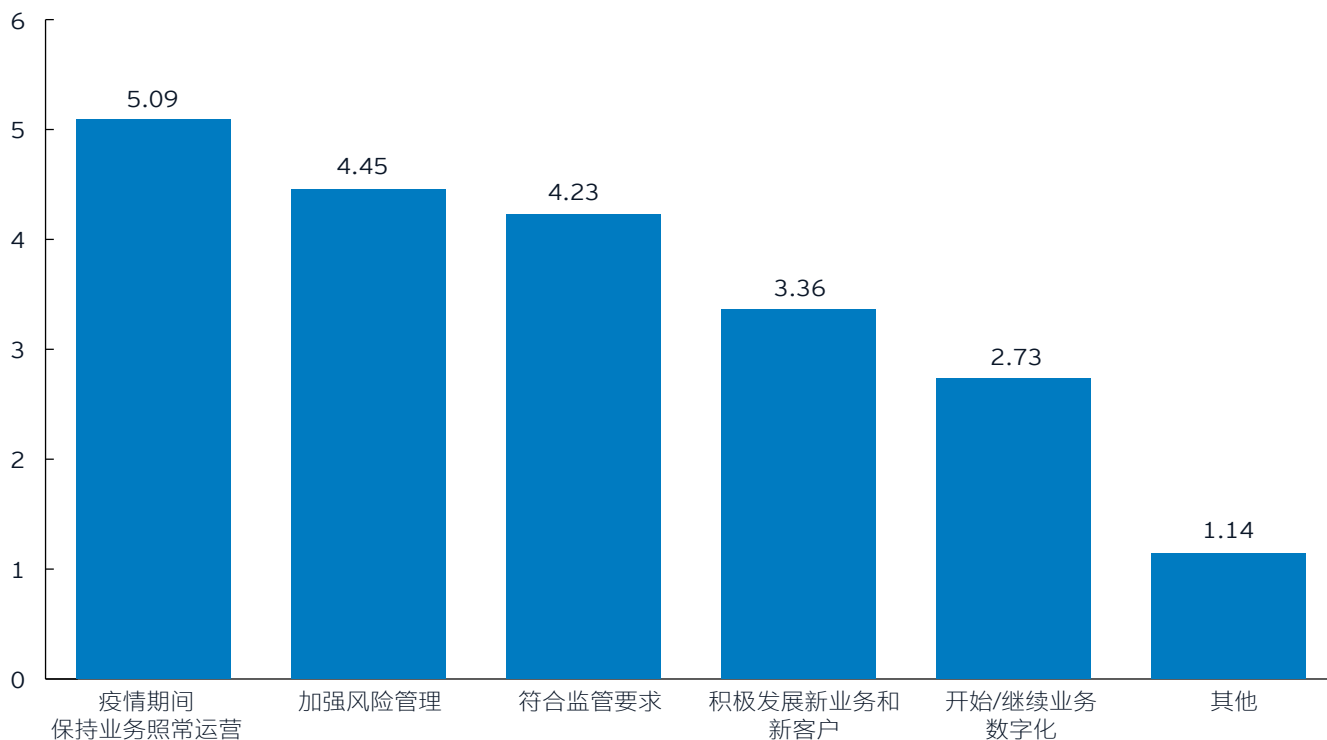


图86：未来12个月内贵公司的当务之急是什么？按重要性为以下事项排序，1为最重要。



■ 分数

图87：金融服务合规的重点领域

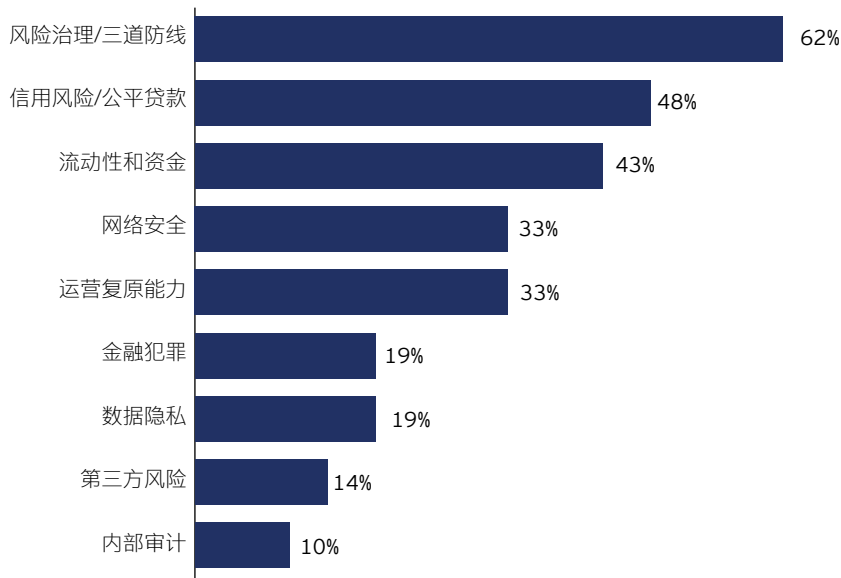
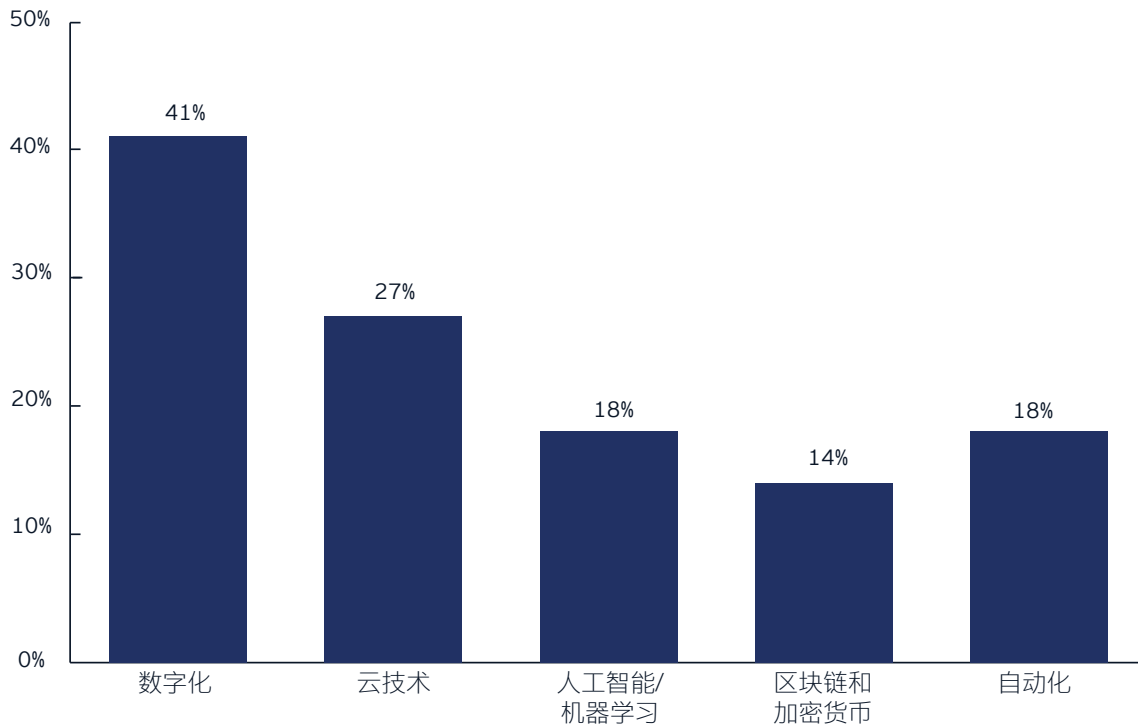


图88：贵公司是否有计划探索新兴技术？如有，可能会用到以下哪种技术？



能源和电动汽车相关问题：

图89：请说明贵公司在能源行业中主要从事的行业

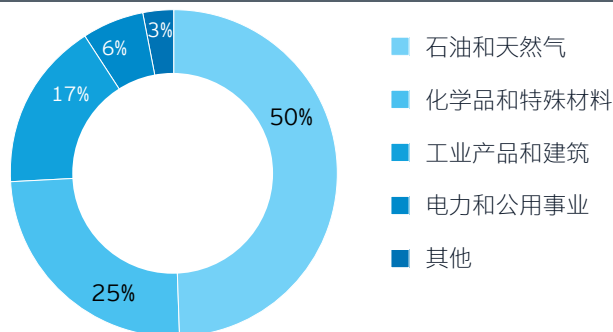


图90：贵公司是否有可持续低碳未来的长期战略

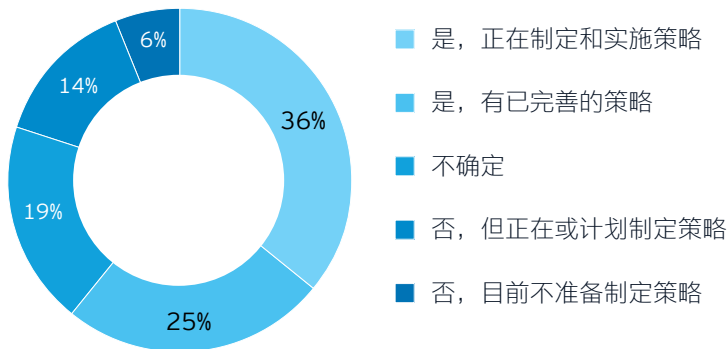


图91：受访能源企业对实施低碳战略益处的看法

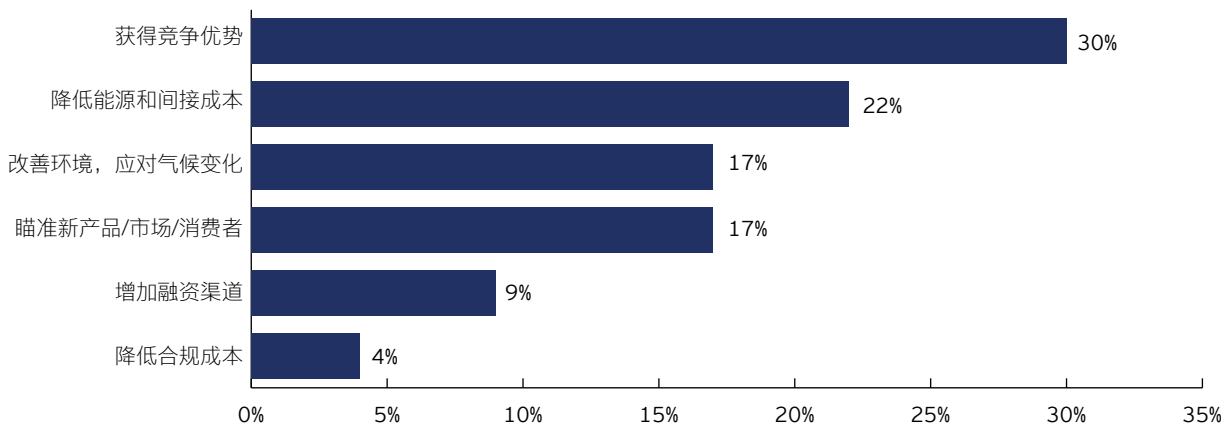


图92：从化石燃料向可再生能源过渡的主要障碍是什么？请对选项进行排序，1为最大障碍

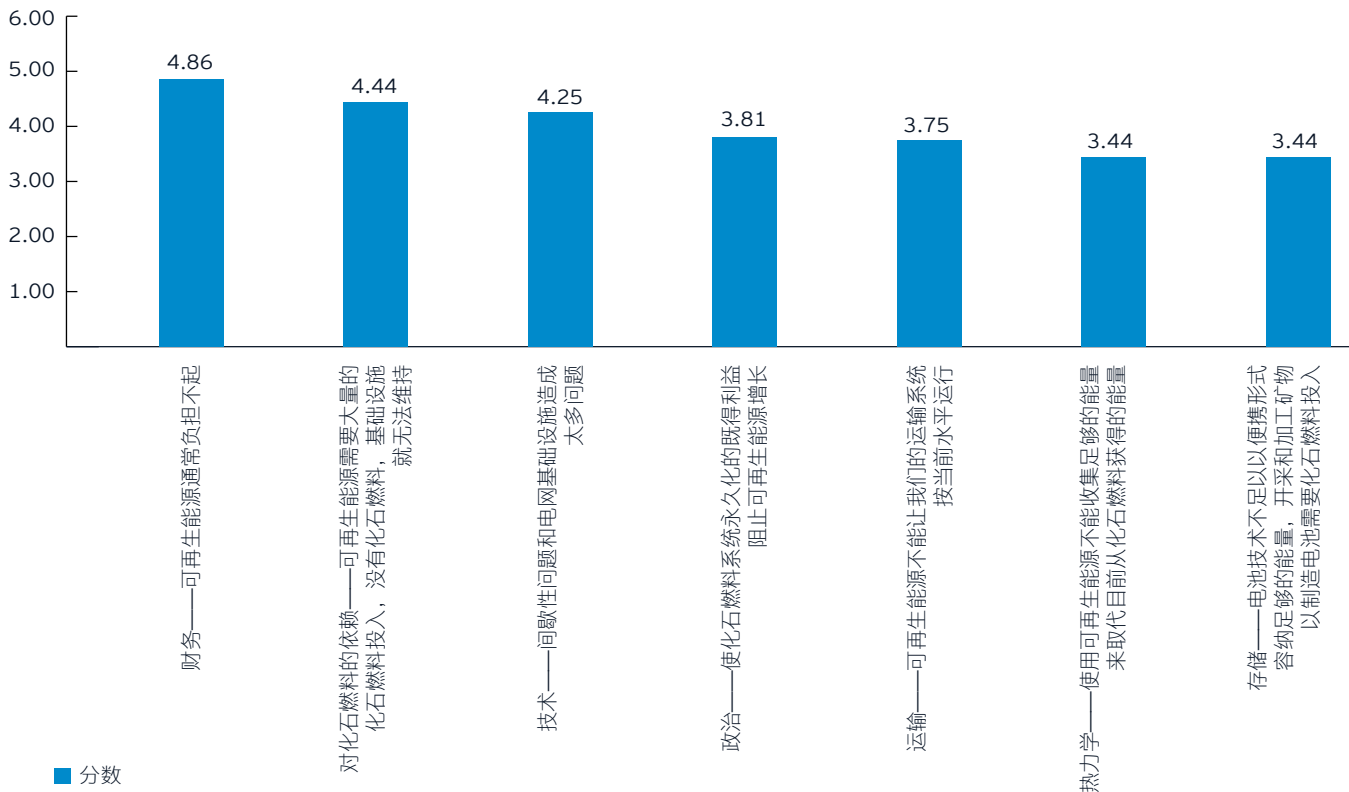


图93：贵公司在美国是否投资于电动汽车（“EV”），或对其有意向？

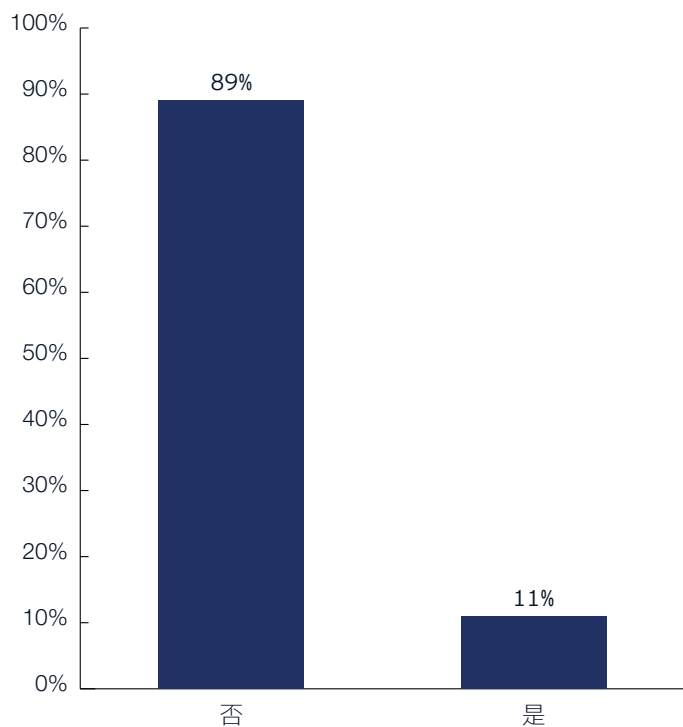


图94：新冠肺炎疫情危机将如何影响2021年及以后贵公司在美国的电动汽车（“EV”）投资计划？

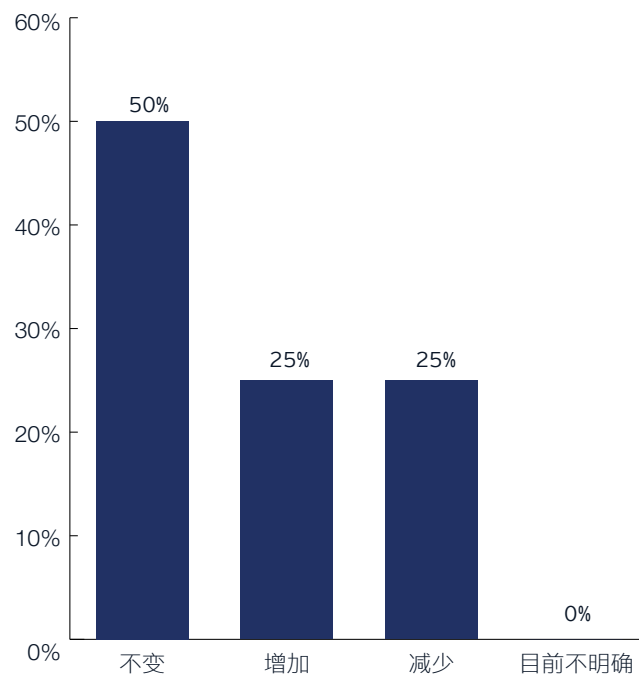


图95：贵公司计划如何将电动汽车推向美国市场？

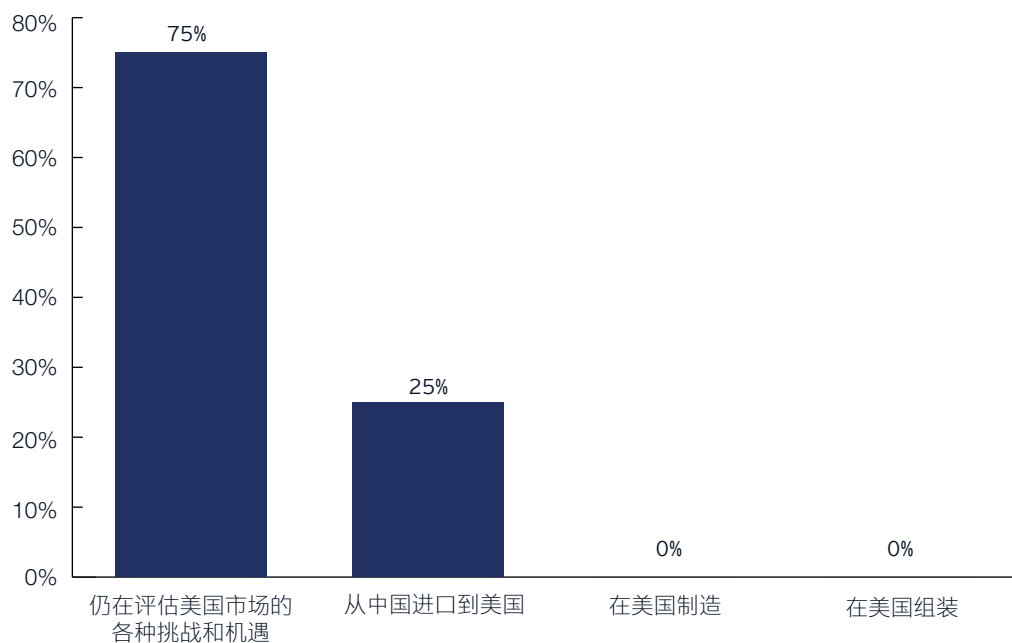


图96: 根据上一个问题中的计划, 贵公司的预估完成时间需要多久?

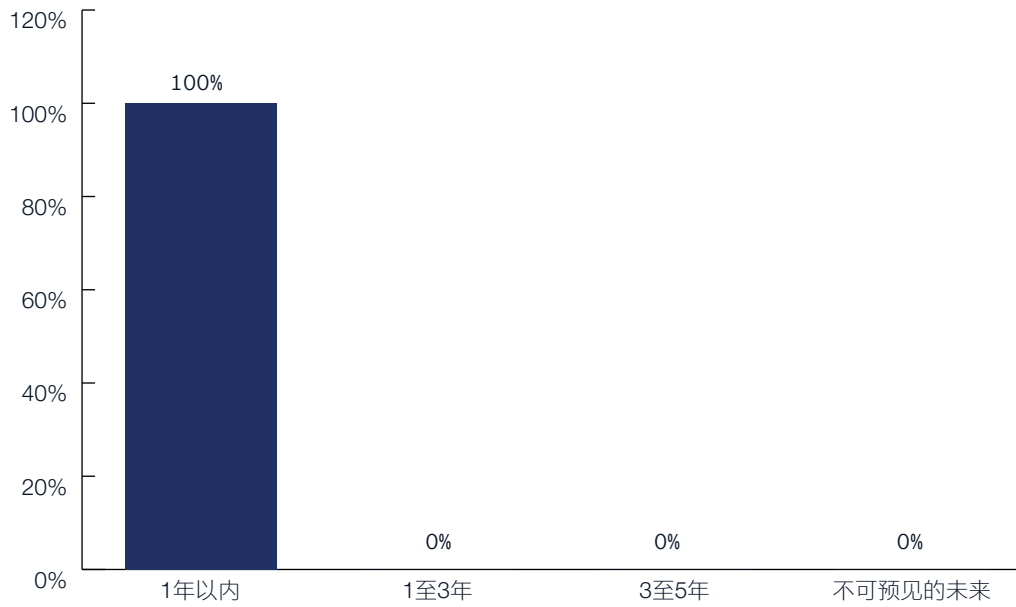


图97: 电动汽车与各行各业交融后提供了前所未有的机遇。您认为最具吸引力的机会是 (最多选择三项)?

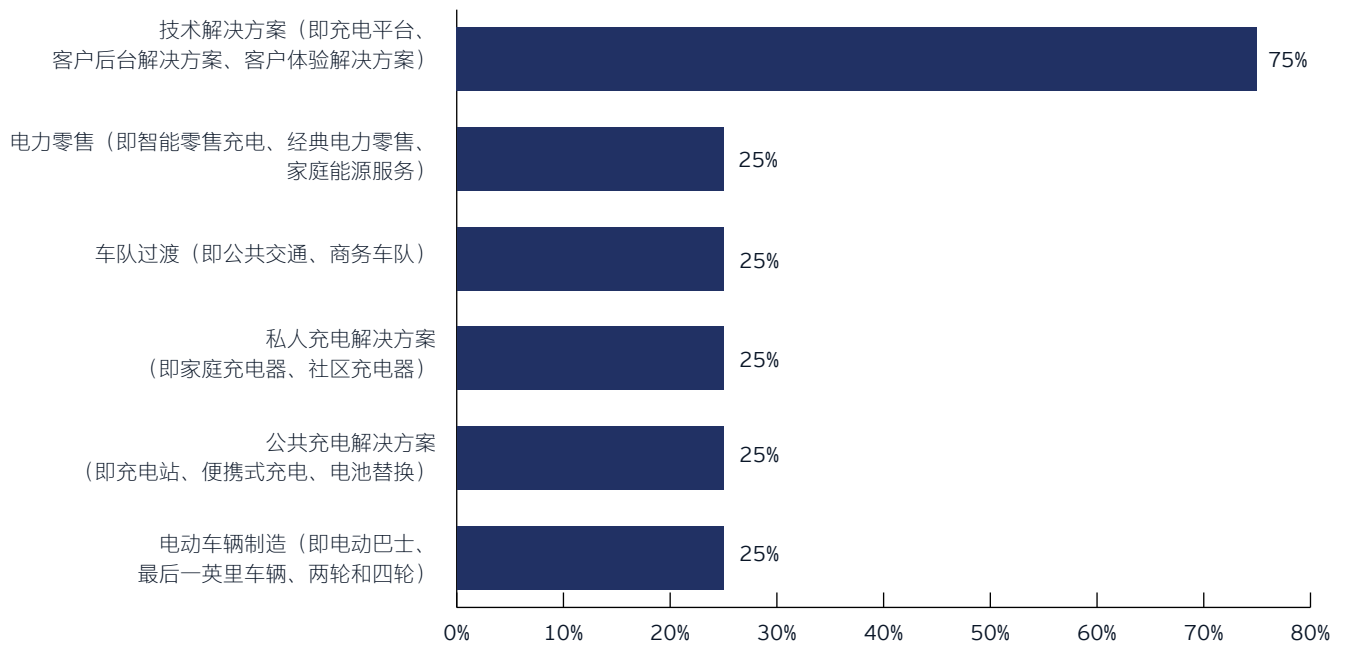


图98：贵公司的电动汽车计划在美国面临的三大障碍是什么？

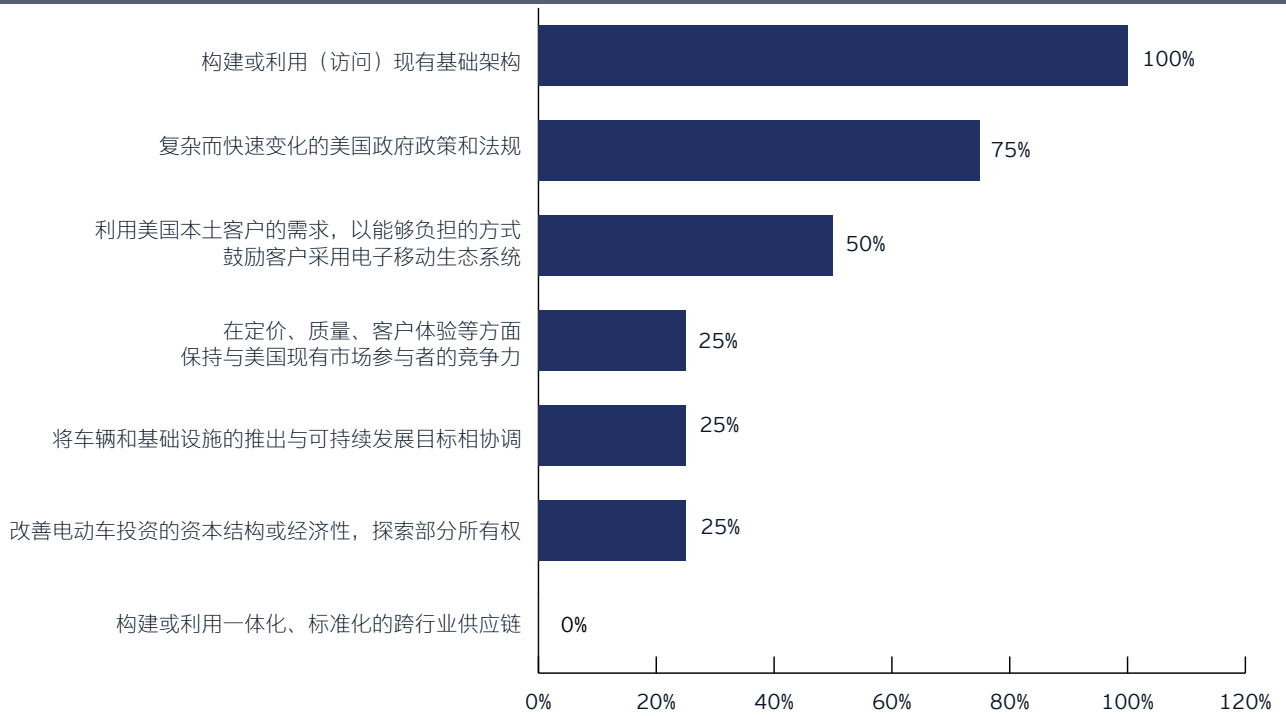


图99：贵公司在当前发展阶段或考虑未来发展时采用何种资本结构？

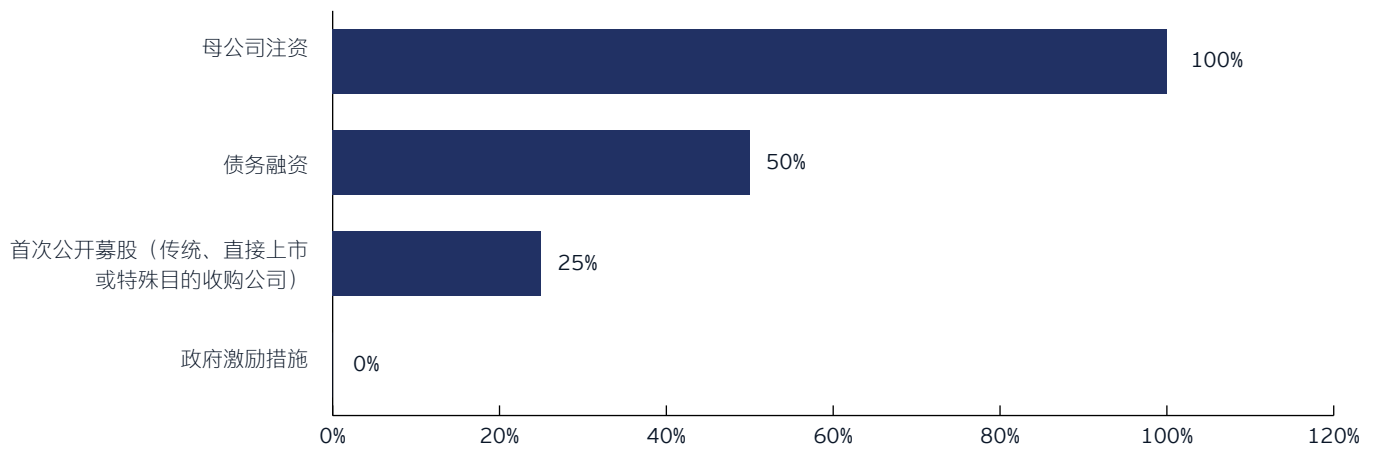
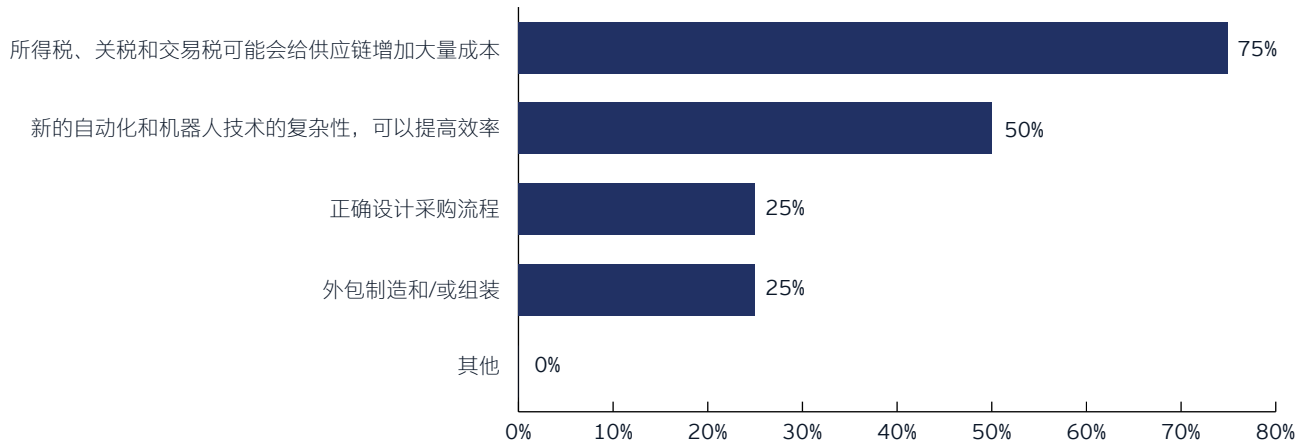


图100: 贵公司面临的最大挑战是什么 (最多选择三项)?



美国资本市场相关问题:

图101: 贵公司是否为美国上市公司, 或有意在美国上市?

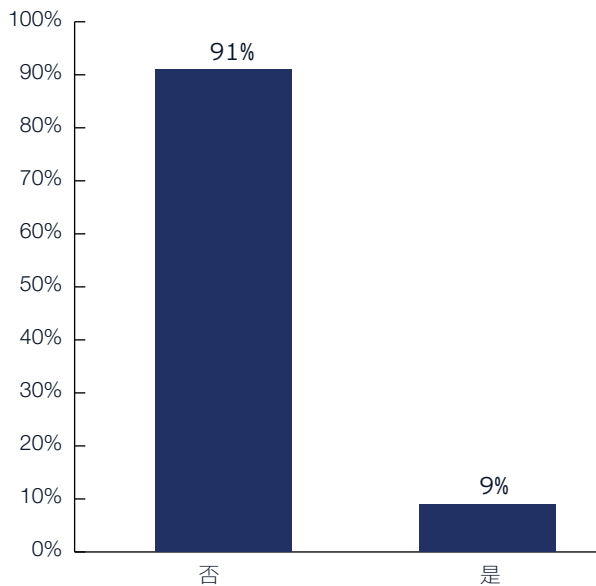


图102: 如果贵公司 (或贵公司的母公司) 在美国公开上市, 贵公司是否会受到《外国公司问责法》的影响?

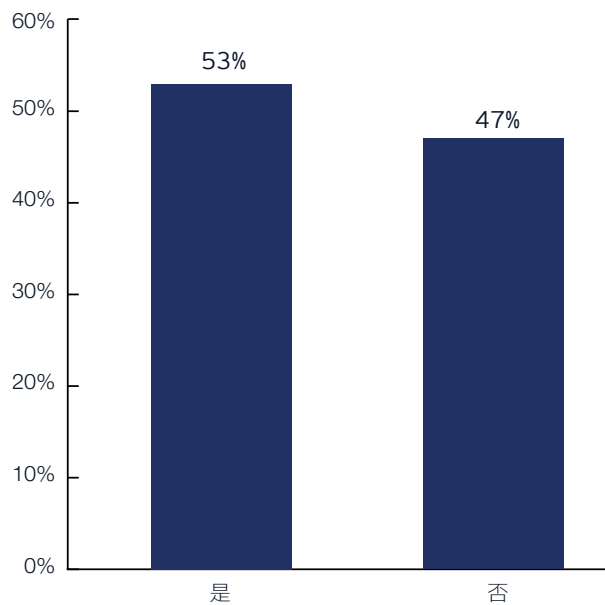


图103: 如果会, 贵公司计划如何规避风险?

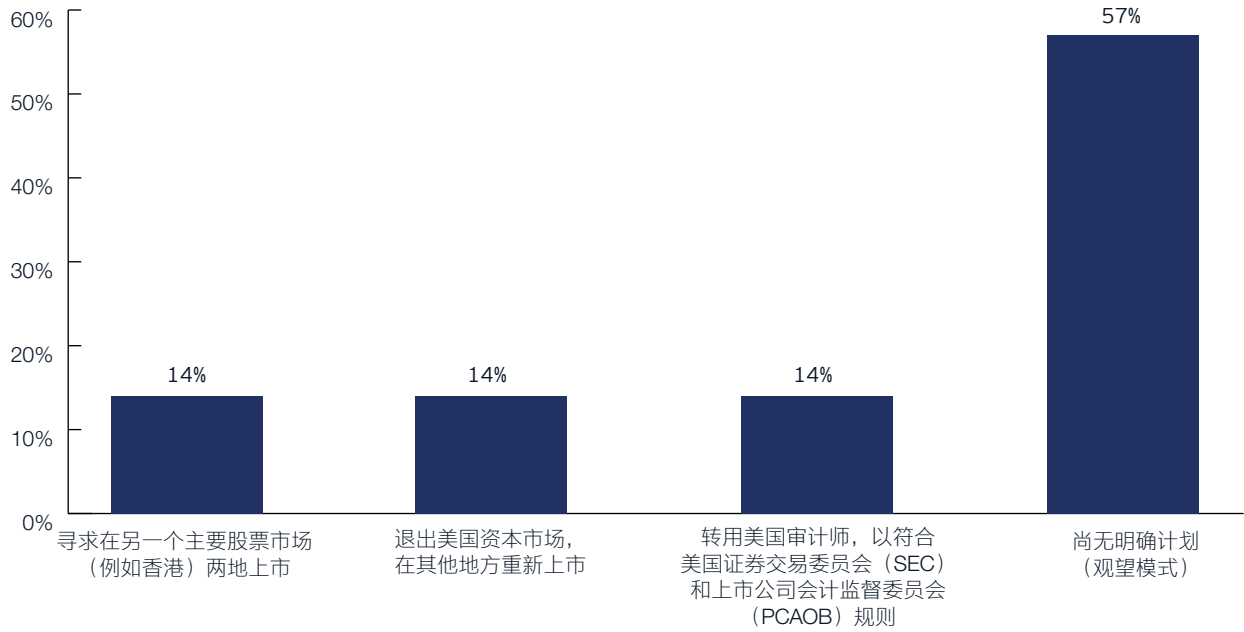


图104: 如果贵公司打算进入资本市场, 是否考虑将美股市场作为主要上市渠道?

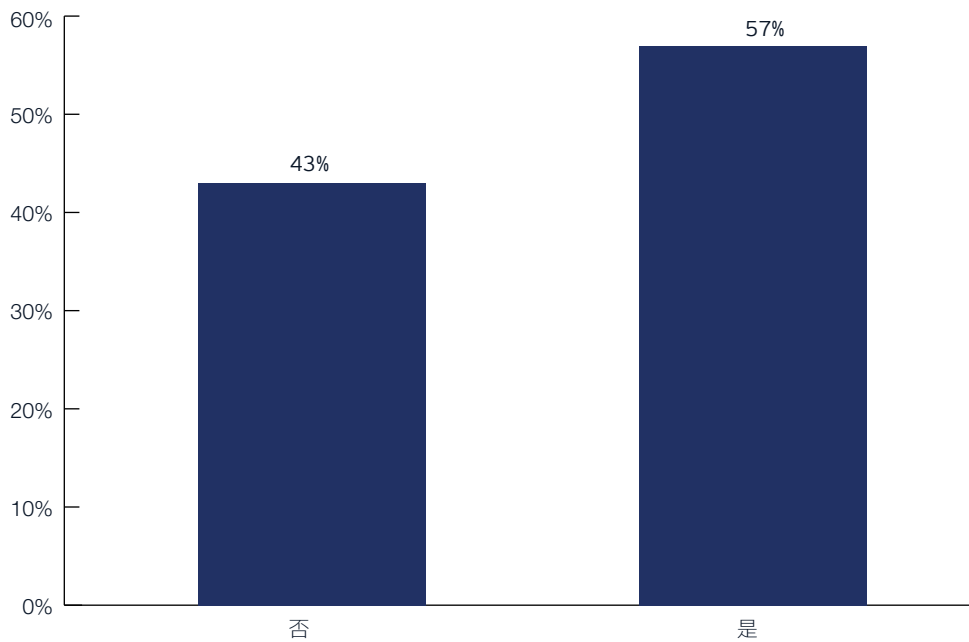


图105: 如不考虑在美国上市, 请给出理由 (最多选择两项)

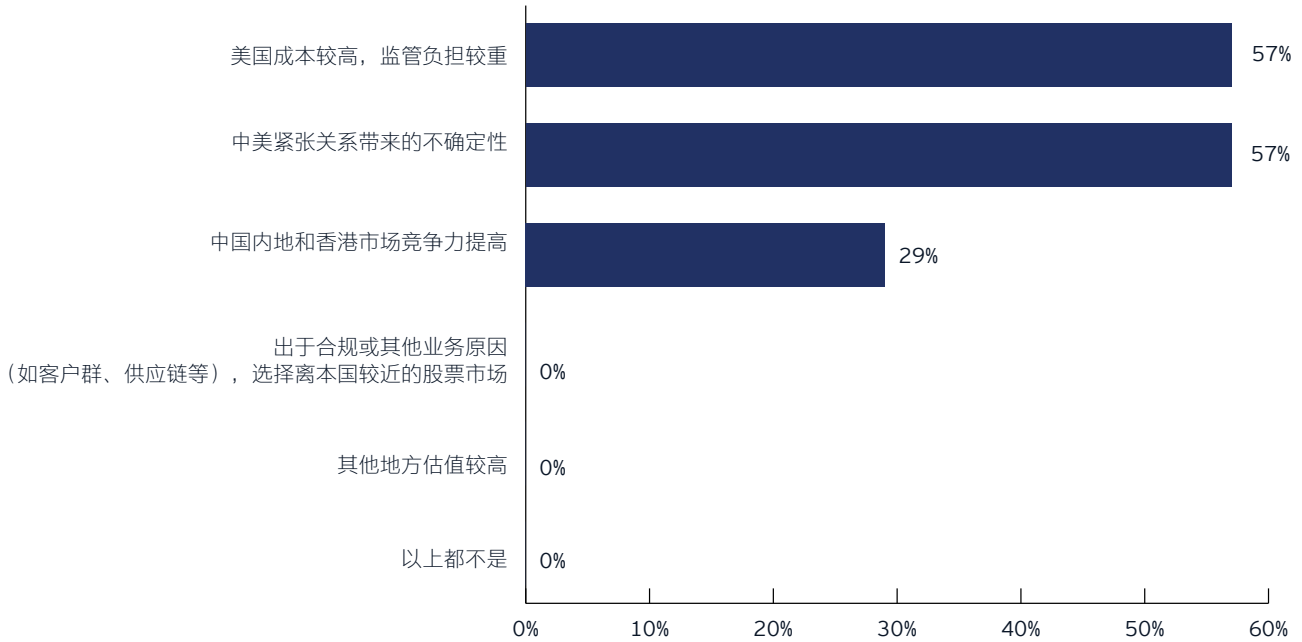


图106: 如考虑在美国上市, 请给出理由 (最多选择两项)

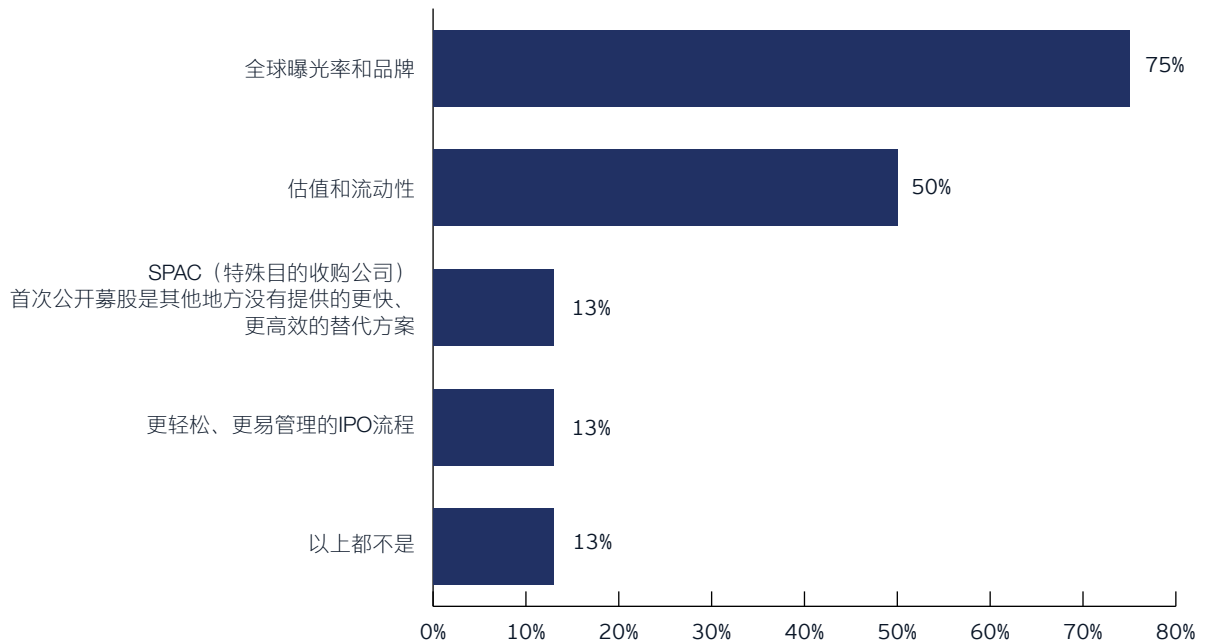


图107：您认为影响中国上市公司或拟赴美上市公司正确估值的三大因素是什么？

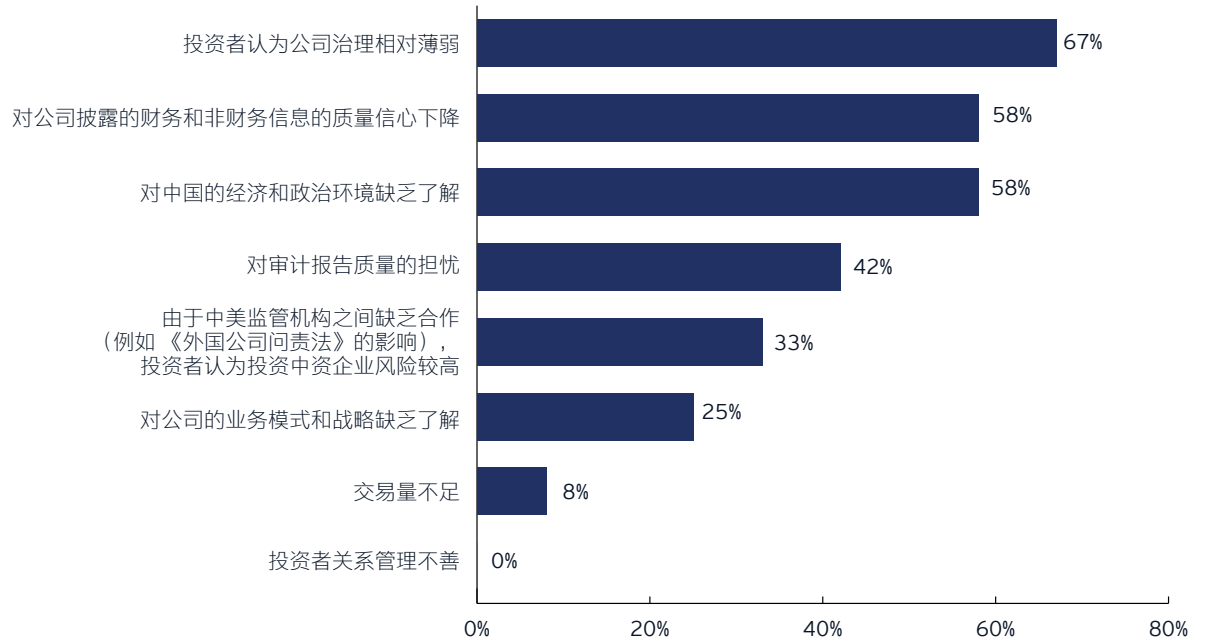


图108：未来3年，您认为哪个股市对中国企业最具筹资吸引力？

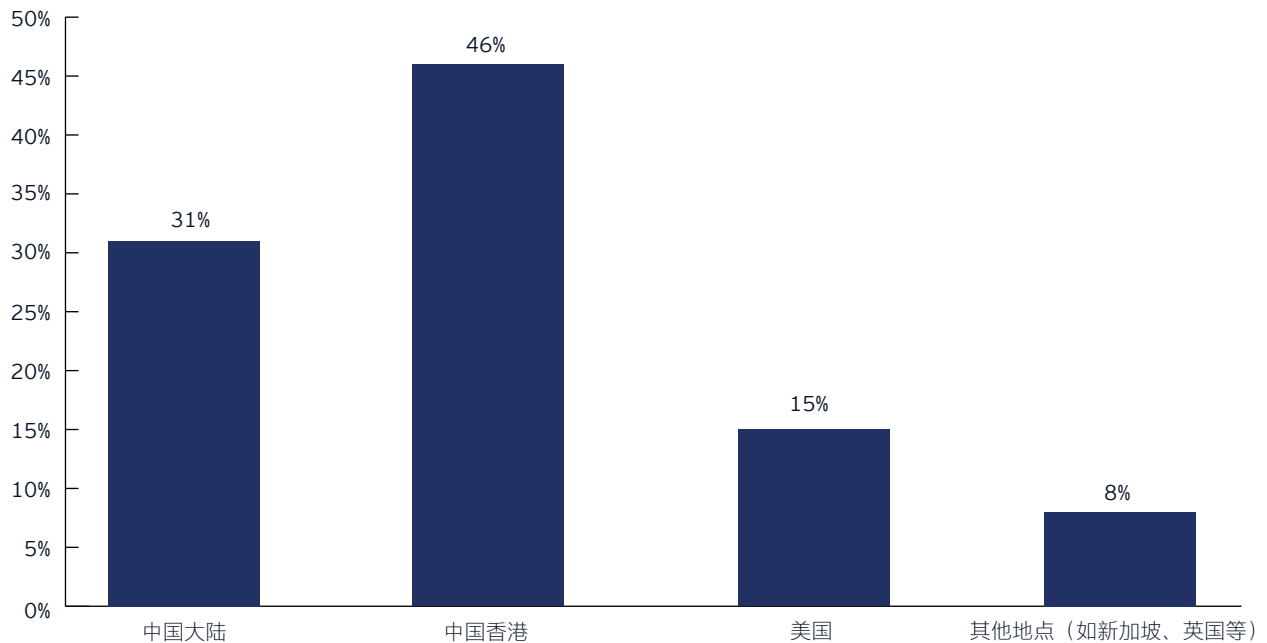


图109: 通过特殊目的收购公司 (“SPAC”或“SPAC IPO”) 在美国完成上市的做法日益普遍, 您对此有何看法?

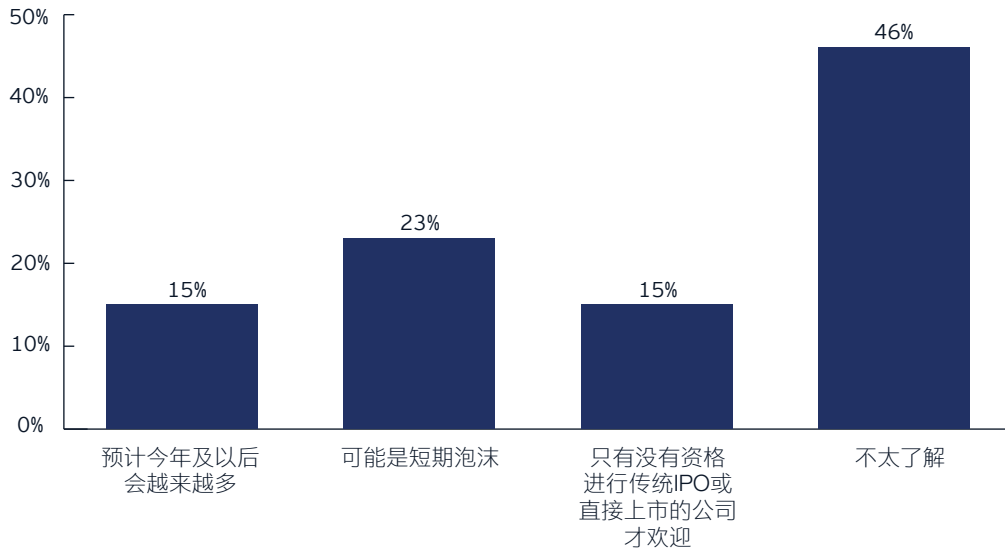


图110: 美国证券交易监督委员会 (简称“美国证监会”或SEC) 通常会在拟定新规时 (例如即将出台的有关实施《外国公司问责法》的规则制定), 向公众开放征求意见期。贵公司是否计划就该法案和/或有关这方面的任何未来规定, 提交一份意见信 (或同等文件)?

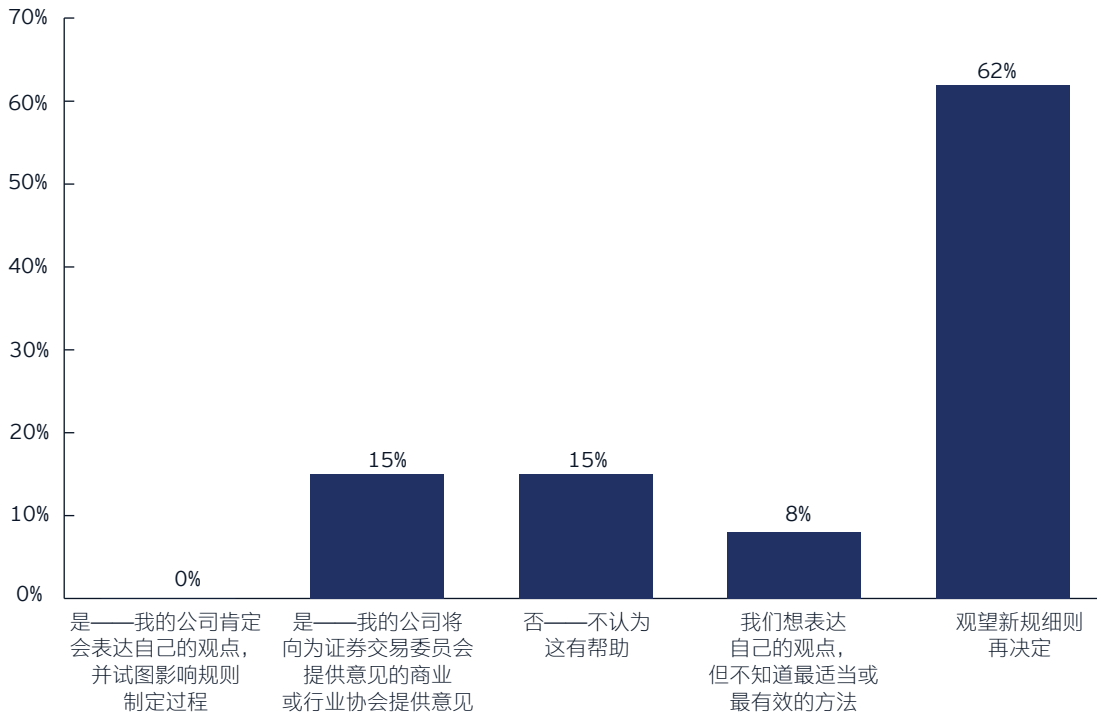


图111：您认为上市公司会计监督委员会（PCAOB）对为贵公司提供审计服务的审计事务所进行调查，能否增强美国投资者对贵公司的信心？

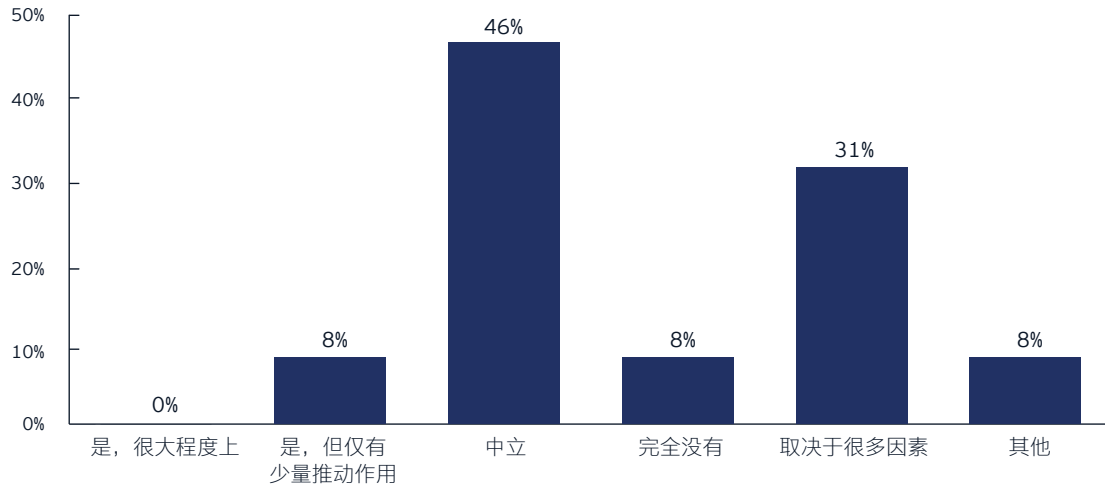


图112：您认为美国投资者和利益相关者如何看待中国上市公司的质量？

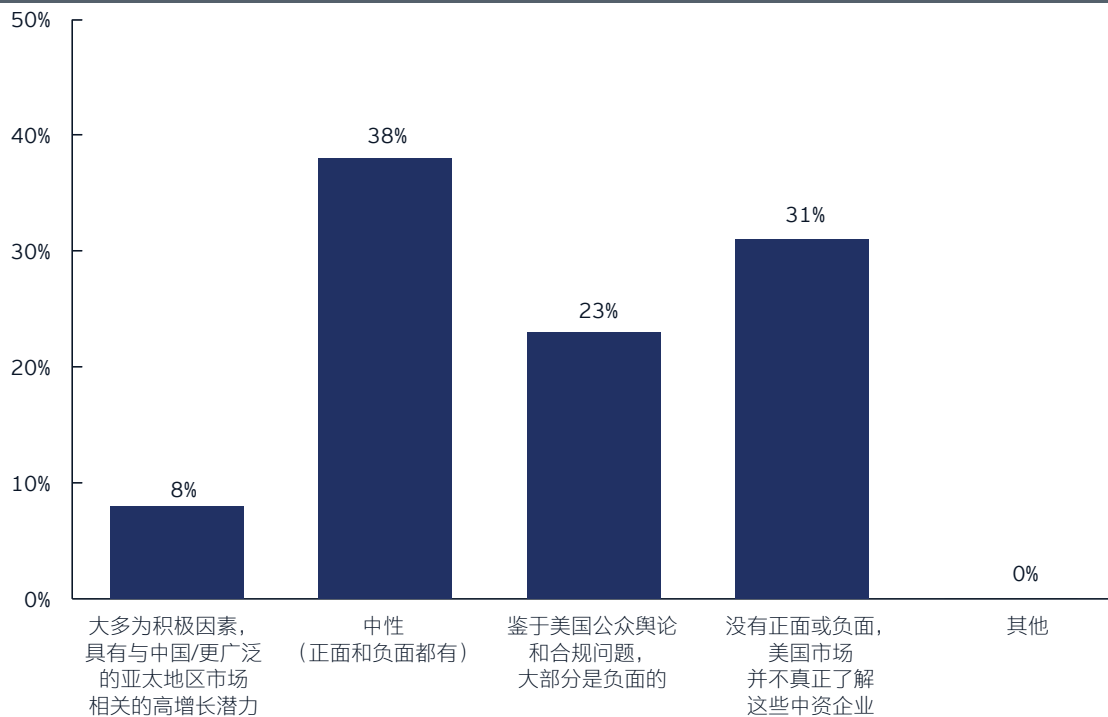


图113: 您认为在美中资企业在美国资本市场上是否具有发言权?

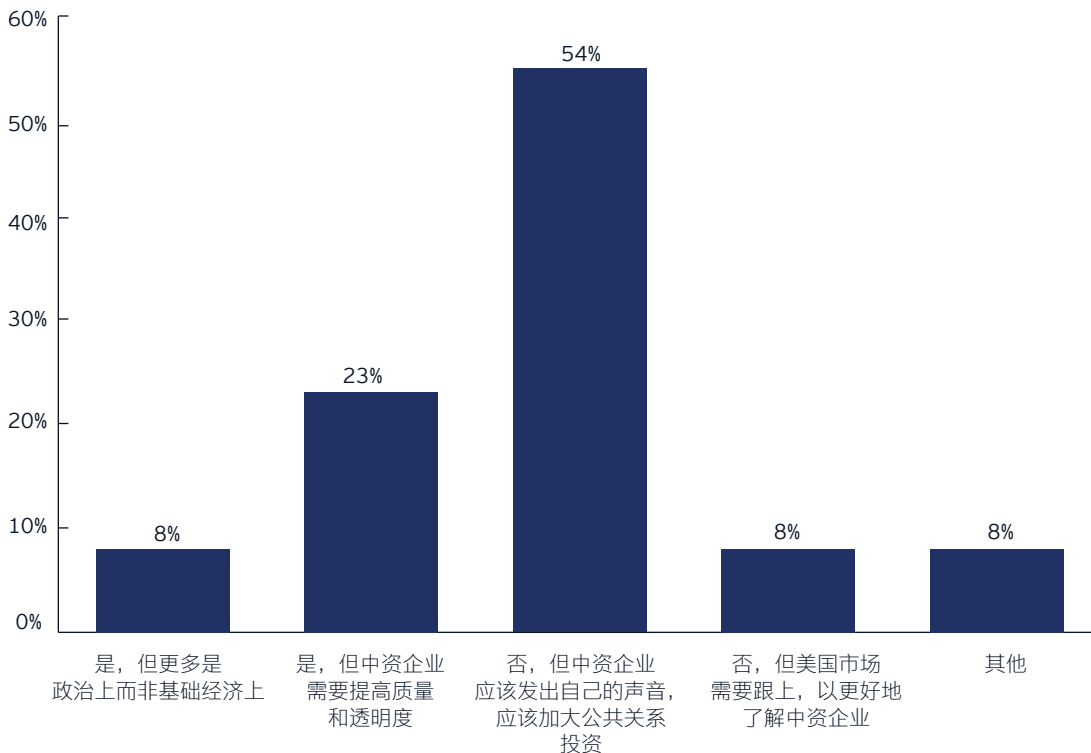
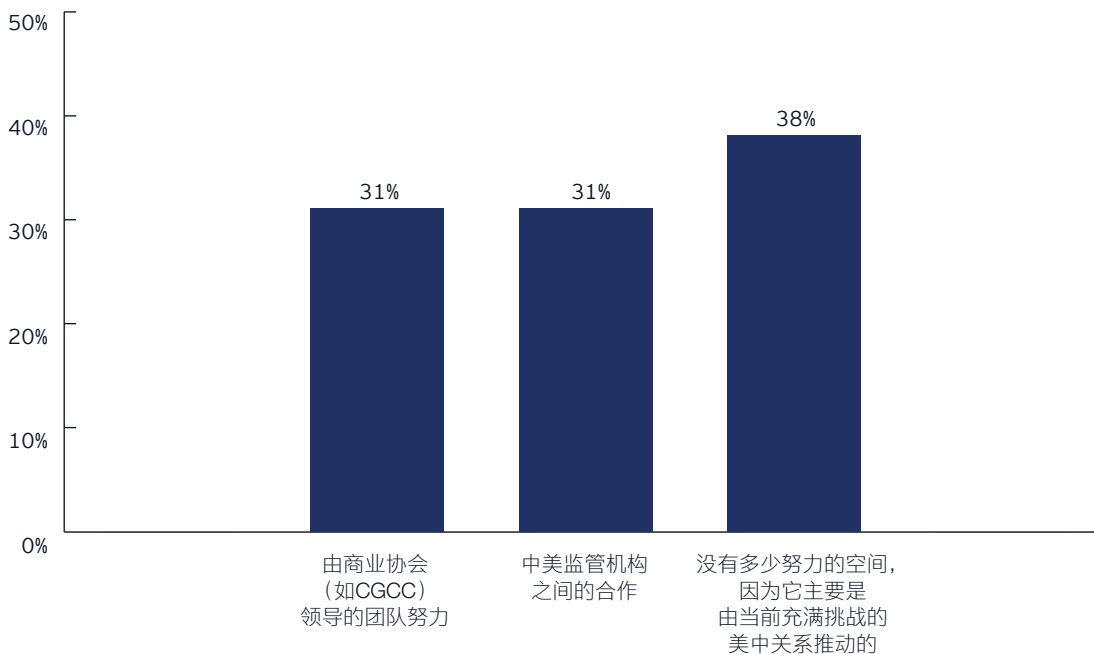


图114: 为在美国更有效地推广中国上市公司, 您有何建议?



附录二： 2021年商业调查（独家访谈）

2021年商业调查（独家访谈）

芮嗣文（Peter Reisman）

中国银行美国分行
公司企业传播与对外拓展总监

能否请您进一步介绍中国银行美国分行及其2020年的业绩？

自1981年进入美国市场，成为首家在美国开展业务的中资银行以来，中国银行现已发展成为美国规模最大、业务最全面的中资商业银行。中国银行美国分行目前通过四家联邦特许分行（纽约、皇后区、芝加哥和洛杉矶）开展业务，拥有700多名全职员工。如今，中国银行美国分行的资产总额约为500亿美元，其中美国客户贷款约占36%。另一方面，全球资产超过3万亿美元。

去年影响我行业绩的主要因素包括新冠肺炎疫情、中美贸易及投资格局的波动以及低利率环境。2020年，中国银行美国分行的收入主要由净利息收入构成，占我行总收入的60%以上。尽管净利息收入和净佣金收入呈同比下降，但贸易投资收入却实现了同比增长。中国银行美国分行在应对错综复杂的中美关系和疫情经济衰退时保持韧性，同时继续满足利益相关者的需求，改善我行数字银行体验，加强我行合规体系建设，开发新产品并探索跨境业务的新机遇。

中国银行在2021年的重点将是什么？2021年和2022年的优先事项为何？

随着经济开始恢复正常，我行的当务之急是确保员工、客户和社区的健康、安全和福祉。此外，随着我行持续提升可持续发展能力，并适应伴随诸多新要求的不不断演变的外部环境（包括低利率以及不断增长的地缘政治风险和不确定性因素），环境、社会及治理（ESG）考虑因素成为我行短期及长期战略的一大重点。在此环境下，有效把握这些因素并提高运营效率，仍将是我行本年度的工作重点。

面对当前复杂多变的中美关系，中国银行目前或打算在法律、合规及其他监管挑战方面采取哪些措施？

作为国际银行的领头羊，我行始终观察在中美两国开展业务的复杂环境。当前政治和监管环境的不可预测性意味着，我行必须积极主动地修改自身的战略、产品和服务，以符合所有监管要求。我行致力于保持一致和创新，开发最高效的合规体系和基础设施，从而满足上述要求以及我行客户的业务需求。

我行计划通过进一步提供资金给相关组织，以解决各类社区需求（包括金融知识、医疗保健、环境和其他社会问题），积极加大企业社会责任投资。在应对日趋复杂而又十分重要的全球贸易环境时，中国银行美国分行是中美企业稳定可靠的金融合作伙伴。我行的全球网点和服务使客户在进入新市场时充满信心，并占据优势。在人民币结算、清算和交易方面的专业知识及领先地位，也使我行成为各类商业融资的首选银行，帮助他们了解并进入世界第二大经济体。我行的一切工作以客户为核心。我们通过量身定制解决方案，结合最前沿的技术，可确保高效、有效地满足客户需求。

您对寻求来美扩展业务的中资企业有何建议？

对于任何寻求进入美国的中资企业而言，合规性应是重中之重。与监管机构建立并保持牢固有效的关系，同时适应不断变化的监管环境，这一点至关重要。

在处理消费者数据、客户数据和应对网络安全挑战时尤其如此。监管机构的预期高于以往水平，因此企业务必投入适当的资源，包括系统、顾问和其他人力资源，充分了解和调整其流程及战略，以符合监管要求，并为客户提供舒适且安全的服务。

作为深化和拓展重要关系的一环，中资企业还须密切关注中美间的政治及经济关系，以及美国当地的政策。最后，无论是企业内部沟通，还是与公众、媒体、政府官员和监管机构进行外部沟通，各个层面的沟通都不容忽视。如果企业具备一个艰辛而积极的企业故事，马上推广它，确保所有利益相关者均充分了解您的业务。如若危机时刻来临，此举的重要性也将凸显。

请举例说明中国银行如何与当地社区建立联系？

我行积极为保障性住房和公共交通项目提供贷款便利。这不仅创造和支持了当地的就业机会，还有助于改善当地社区的生活条件。我行还积极从事与可持续能源、公共财政和基础设施建设融资相关的业务，以帮助维持和扩大美国经济和就业增长。

在过去数年中，我行通过参与社区再投资计划，扭转城市衰败，支持当地慈善机构、医院和其他非盈利组织（包括美国中国总商会），累计共为当地社区捐款超过20亿美元。除此类财政支持外，我行还鼓励员工担任各类基金会的董事会成员，并成为志愿者。针对去年发生的公共健康危机，我们采购并向当地医院、养老院、邮局和警察局捐赠了120,000多枚口罩、12,000副外科手套，还发放了4,150份免费餐食。此外，我行还与中小型企业客户密切合作，通过PPP项目提供解决方案，满足其融资和流动性需求。

所有上述示例均体现出我行整体、全面的企业社会责任战略，将我行与美国各个当地社区相联系。

请您先简单介绍一下比亚迪美国的主营业务构成，以及过去一年的业务发展情况。

比亚迪美国最早的办公室1999年就在这边建立了，但是我们后来做交通产品的时候，其实是2011年，我们把办公室从芝加哥搬到洛杉矶来。所以是从那时候开始大力推广新能源产品以及汽车类的产品。我们现在在美国的主营业务其实可以分为三大块。第一大块就是清洁交通、能源的这些产品，主要就是交通类的电动大巴、电动卡车、电动叉车，还有云轨、云巴，实际上是公共交通、轨道交通的领域。我们现在唯一没有在美国推广，但是在全球其他地方都在推广的就是乘用车，就是 consumer car。其他的这些项目全都在美国开始已经做起来了。第二块的话就是新能源类的其他产品，这里面就包括电池储能、太阳能、LED灯，还有动力电池。像这样的产品我们都分在能源类里面。第三类就是PPE这一类，因为2020年疫情的原因，跨层到这个领域里。所以我们在去年也是花了很多精力去推广安防产品，主要是口罩和洗手液这方面的产品。

2020年从业绩上来说，传统行业，特别是我们公共交通行业，其实受到影响还是挺大的。所以我们也花了很多时间在PPE行业里面，做得成绩还是挺不错的。另外两类其实也还算是度过难关了，因为在这个行业里边特别是交通类的产品其实是有一个后置性的。就是说这个项目出来了之后，特别是公共交通、电动大巴还有卡车这样的项目，基本上项目的周期从拿到订单到交付也需要一两年的时间，疫情的影响可能会在未来的一两年看到一些空档等等。但是2020年我觉得我们除了电动大巴在加州的工厂因为疫情的原因关闭了两个月，我们从去年的七月份开始逐步复工至今其现在基本上已经恢复正常，需要给客户交付的订单项目也都按时交付了。

刚才你提到2020年除了疫情以外，中美两国关系各个方面都面临很多挑战。那比亚迪2020年的经营，包括决策的过程中有没有受到中美关系或者经贸局势的影响？

任何一个行业或者说类型的客户其实都受到影响，但受到影响最大的还是我刚才说的公共交通，就是公共客户这一类，主要是因为涉及到有些联邦政府的补助，受到中美经贸摩擦的影响，其实在很多方面都受到一些限制。

另外一方面主要是关税，其实不仅是2020年，之前就开始有很大的影响了，这对我们的竞争力还有包括成本等各方面的影响还是非常大的。所以主要是这两方面，政治上的公共资金的使用，还有另外一方面更加直接的进口关税的增加。

我们了解到很多中企在美国都会遇到适应美国市场这方面的挑战。您觉得比亚迪中国有哪些经验在美国市场是可以迁移过来，或者说很有借鉴意义的？哪些是在美国本地市场独有的一些特点和比较有特色的美国市场存在的一些问题？

我的整体的感觉是大部分管理其实还是要本地化的。绝大部分管理的理念甚至是流程是可以借鉴精髓和实质的技术层面、理念层面的概念。但是在操作层面，很多时候要加以本地化。从产品技术上来说，我们可以直接拿过来然后符合当地的法规其实很多时候就可以了，但是从客户的期望值以及客户的沟通的方式，到本地的员工，其实到最后整体的感觉就是还是在运营一个美国本地的企业。我们集团是有很多经验可以借鉴的，但是在这个过程当中，我们还是希望能够把它做成一个本地化的经验，能够执行下去。其实到不同的市场还是要重新地审视，在其他地方可以做得非常成功的管理方式和理念不一定适合于美国本地的这个市场。我觉得很多情况下还是需要做一些重新的审视和调整，不能够直接拿过来，需要具体问题具体分析。全球化实际上是一个本地化的过程，就是 globalization is localization。

比亚迪美国从最简单的雇员构成来说，我们现在美国当地的雇员和中国外派雇员的比例大概是什么样的？

绝大部分应该是本地雇员。我们现在在美国的话大概有好几百人，大部分是加州大巴工厂的生产员工和管理人员，少于百分之十是外派的员工。生产型的企业还是有很多当地化、本地化的工作要做的。所以这也决定了我们现在整个在美国的员工从比例上来说，肯定是本地的比外派的要多很多。

肖玉强

中国工商银行美国区域
管理委员会主席

请介绍一下公司情况，包括在美主营业务、业务收入构成等？

中国工商银行通过在美国的四家分支机构为目标客户提供公司金融、金融机构业务、零售银行、私人银行、美元清算、证券清算、证券和商品交易等综合化金融服务。业务收入中以公司金融业务、金融机构业务、资金交易业务收入为主。

我们紧密围绕集团发展战略，坚持本地化、专业化、多元化发展思路，借助美国中国总商会平台等社会各界支持，积极推动服务中美经贸交流，在向美国主流外资银行迈进的过程中取得了较好效果。

在接下来的12个月内，公司的首要经营任务及整体规划是什么？

新冠疫情在不少方面改变了美国银行业整体的发展趋势。2021年，美国区域机构将延续去年为应对新冠疫情冲击做出的改革实践：

首先，持续加强公司治理、强化风险合规文化建设、完善企业风险综合管理框架、坚持合规运营、提高信息安全风险防范仍是我们工作的重中之重。

其次，美国区域进一步加强企业的ESG战略实践。2021年，我们将积极保持与监管的沟通，实践新的ESG理念，综合运用各种金融产品和资源促进绿色金融、普惠金融，践行社会责任。

最后，在银行业面临的宏观运营环境趋于改善的背景下，美国区域将持续优化资产负债结构，有效平衡业务发展和风险管控，扭转2020年营收下降的局面。

请问贵公司在美经营面临最主要的挑战是什么？面对这些挑战，贵公司采取了什么样的措施去更好地管理日常经营？

2020年，我行一些客户的业务经营都受到疫情不同程度的影响，导致信贷风险增加，资产质量下滑；中美关系摩擦也为我行拓展企业客户关系带来一定挑战。

面对诸多挑战，我们坚持做好疫情防控工作，加强防范各类运营管理风险，保持业务运营连续稳定。另一方面我行密切关注疫情风险、流动性变化可能对资产质量带来的冲击，根据疫情变化情况，积极做好风险监控处置；面对高度不确定的中美关系，我们加强了对中美关系、美国经济等领域的市场监测和研究分析力度，为我行美国区域的工作开展提供了有益的宏观参考。

贵公司是否有其他关于更好融入当地社区、提升在美雇员归属感的案例与我们分享？

我们一直高度重视社会责任。近年来，我行参与了美国多地公共融资项目，其中包括华盛顿特区、纽约市自来水公司、南加州自来水公司、加州大学等项目。2020年疫情期间，我行成功参与纽约市政府下属地面客运公司-大都会运输局（MTA）的银团贷款，大力支持了纽约市政府的复工计划和本地经济发展，提升了工行在当地的声誉，彰显了大行的责任担当。

工行积极参与社区活动，融入美国本地社区。2020年美国疫情爆发后，我行向位于纽约市皇后区的牙买加医院医疗中心和布鲁克林区的玛摩利医疗中心捐赠了共10万只医用N95口罩，还给新泽西、旧金山、西雅图等地社区进行了大量防疫用品捐赠。自2020年初新冠疫情在中国爆发之后，美国多地陆续出现了针对亚裔和華人的歧视现象，我行通过对本地华人社区的支持，展示积极、团结的形象，履行社会责任，促进社区繁荣和各族裔的和谐发展。

在促进中美经济文化交流方面，我行与纽约卡耐基音乐厅建立了多年的合作关系，支持中美文化艺术的交流。同时，作为美国亚洲协会（Asia Society）商业理事会的会员，我们通过合作举办形式多样的活动，增进中美在各领域的相互理解与合作；并与非营利组织International House保持多年合作，支持其推动中美交流的项目。

美国区域机构高度重视文化融合，提升在美雇员归属感，在疫情期间关爱员工心理健康，保障员工安全。



本出版中所列的第三方意见不代表安永美国（Ernst & Young LLP）或安永全球机构或其成员机构的观点。此外，这些意见应与其发表时的语境一并考虑。

2020年的疫情对企业运营上面有哪些影响？针对这些影响，企业采取了哪些措施？

最直观的影响就是去年四月中到五月初，我们曾经停产三周，复工后受员工缺勤的影响，无法实现全产能运营，2020年全年的实际产量约是正常产能的90%。为满足销售需求，我们从母公司调了产品，所以销售数量并没有影响。因为产量整体下降，各项开支照常，所以单位产品的制造成本就增加了，再加上我们主要是季度报价，尽管特殊时期合同可按不可抗力因素调整，但我们没有这样做，承担了大量附加的成本，所以对我们的利润确产生了比较大的影响。总体来讲，全年的产量下降了10%，销售量与往年持平，利润受到影响同比下降了约50%，但总体还是盈利的。

疫情期间的生产工作当然挑战是非常非常的大。我们是一个物流量非常大的企业，满负荷生产的情况下一个月的吞吐量是12,000吨。我们主要从海外进口，永远有一个月的原料在航运途中，仓储、资金以及原材料的调运都面临持续的挑战。除此之外，工厂是每周七天二十四小时不间断生产，设备一开机就不能停下来。一旦某员工缺勤，人员调度以及现场管理的压力就非常大。因此原材料、人员调度以及防疫等各方面都面临很大的挑战，但不管怎么样算是应付过来了，从2020年第四季度开始就慢慢走向正轨了。

江南化纤的业务牵涉到资源回收利用、纤维类产品加工等方面。能源材料行业这几年讨论热度很高的新能源及再生能源转型的趋势，对企业目前的生产以及对行业的未来发展有什么影响吗？

无论是积极的还是消极的两方面都有非常大的影响。

积极的一面，我们的产品100%使用回收利用的PET，是一个真正地回收循环再利用的低碳行业。从产品质量方面考量，可以替代原生纤维，所以进入美国市场之后，过去的五年我们一直在努力循序渐进地对客户做再生替代原生的推广工作，而且也蛮成功的。我们的产品是对公司有效益，对客户有效益，对社会也有效益，是多方效益的一个共赢，这也是我一直坚信我们在美国有很好的发展前景的原因。

对我公司负面的影响也很明显，随着环保理念的不断加强，越来越多的大企业都在做PET的回收再利用，像行业中重量级的公司，不单是美国，全球再生材料的使用比例都在增加，欧洲也特别明显。和直接生产包装材料相比，回收对于降低成本更加有力，直接影响公司的原料采购成本，进而影响到公司产品的价格竞争力和利润。

总的来讲，这个趋势肯定是好的，无论是从技术还是成本的角度，低碳可再生能源肯定是一个有发展前景的行业。以我们在这个行业二十多年来的经验证明，并不是低碳就非得是成本高的，不是这个概念，我们能够做到经济和效益上的双赢。目前我们的纤维工厂专注在回收材料的应用领域，而在美国的回收工厂则真正上溯到上游的回收领域，因此对于社会效益也更大。

江南化纤在南卡的运营，特别是融入当地社区方面，做了哪些努力？在处理跟当地社区还有当地政府的关系方面，有哪些可以借鉴的经验？

作为一家工厂，首先的任务就是做好自己的本职，成为一家好工厂。从融入社区的角度，首先我们是当地经济发展委员会最高级别的会员，参与到当地的经济活动；其次我们会到社区的高中进行一些职业推荐，引导年轻人如何就业，如何看待和处理问题；另外我们资助了南卡罗莱纳州双语学校的图书馆建设，以及赞助当地学校的一些体育项目、球队等等。

其实我们没有特别刻意地去做社区运营，只是随着公司的稳定和进一步的发展，我们作为社区的一份子，慢慢地去融入。我认为我们跟当地建立最良好关系，或者建立信任的最佳手段就是公司有一个好的、稳定的运营。有稳定的运营，就会为当地的员工提供稳定的就业、合理的薪酬、好的福利、好的工作环境以及成长的机会，能给当地税收和配套发展做出了贡献。另外我们项目的公用工程量比较大，如水、电、气、天然气等等，日常运营中同当地社区的各类公用工程供应商都建立了很好的配合关系，这些无形中都会帮助我们树立一个比较好的融入当地的形象。再有就是我们的客户几乎遍布全美国，还包括很多配件供应商、服务供应商，我们一直比较注意在跟他们的合作当中建立良好的商业信用关系。

所以我觉得随着公司自身良性、稳健的运营，任何能够为社区、为社会的正常运行带去正能量的、负责任的行为都是最好的传播公司正面形象的方式。我觉得最重要的就是做好自己，其他方面量力而行。也不要不做，但是也没有必要特别去凸显什么，就是做一个好的公司吧。



本出版中所列的第三方意见不代表安永美国（Ernst & Young LLP）或安永全球机构或其成员机构的观点。此外，这些意见应与其发表时的语境一并考虑。

请简单介绍一下您的公司情况。

Karma Automotive成立于2014年，是一家位于南加州的豪华电动汽车生产商。Karma的总部位于加利福尼亚州欧文市，在莫雷诺山谷设有装配工厂。我们通过北美、欧洲、南美和中东的36家经销商网点销售汽车。

电动汽车与各行各业交融后提供了前所未有的机遇。您在何处看到最具吸引力的机遇？

除了生产和销售自有品牌的电动汽车外，我们还为其他寻求进入电动汽车领域的公司提供合同制造选择权和平台开发服务。我们从中看到与商业伙伴的的巨大合作商机，潜力无限。

在美国市场中，贵公司面临的最大的挑战是什么？

首先，我们始终密切关注监管问题。其次，从成本和效率的角度而言，我们的供应链在不断发展，我们会审查物料成本，确保以最优的方式和成本效益运营。

当前中美关系对您在美国开展业务有何具体影响？

我们认为，在美国设立全球总部，在中国设立母公司使我们具备有利优势。由此，我们能够驾驭各个国家/地区快速变化的市场条件，同时获得母公司稳固的关系及丰富的经验支持。

对即将或有计划在美开展电动汽车业务的中资企业，您有什么建议吗？

美国买家因居住地不同，购买偏好也风格迥异，因此，了解美国各州的市场和美国客户至关重要。由于全美范围内买家非常多样化，明智之举是聘请经验丰富的专家，他们拥有在美国各地工作的知识和经验，比任何人都更了解市场。

吴高峰

中国石油化工集团有限公司
北美代表处

请介绍一下中石化在美的主营业务,包括2020年发展的情况?

我们在美有八家机构,从事的业务包括油气开采、油气贸易、研究开发,还有工程服务。总体上来说,去年受疫情影响,贸易量还是受了一些影响。但从原油和天然气进口贸易来说,应该说去年中石化还是加大了力度。从美国进口的原油和液化天然气的贸易量跟往年比增幅较大。贸易公司在2020年的效益还是比较好。

中石化作为传统能源企业,在新能源领域的发展规划以及能源转型方面有什么战略上的考虑?

中石化这几年一直在积极地做能源的转型发展,“绿色低碳”是公司的六大战略之一。我们也在从传统油气行业向绿色低碳和新能源领域拓展,比如电动汽车行业以及很多其他的行业,我们都在积极地探索。

现在有很多能源领域的中资企业还是有计划赴美开拓能源市场。对这些中资企业,您有些什么建议跟经验分享吗?

我们觉得美国是国际能源行业的领先发展区域。无论是油气生产,还是在其他的能源发展方面,美国一直处于领先地位。美国的油气资源也非常丰富,从储量上到开发量上,特别是开发方面,这几年提升得很快,已经在自给自足的基础上能够实现出口。特别是美国的油气开发成本很低,比如天然气开发成本非常之低,伴生气的成本可以说低到忽略不计。它的几大油气主要生产区开发得很成熟,且具有规模的效益,加上储量非常丰富。可以说它需要大量的出口,而中国是很需要这个能源进口。所以中美在能源互补性方面是可以相得益彰的。开展合作,扩大贸易可以说对两国是互惠互利的。国内的能源企业如果到美来发展,应该是非常有意义,有前景的。

再一点我认为就是要注重合规。因为美国的法律法规体系、市场监管体系可能在很多方面跟国内不同,因此要在合规方面要高度重视,特别是在某些高科技领域。传统的能源企业,也可能在某些方面涉及到一些高科技领域。高科技领域在美国是比较敏感的一个领域,因此还是要注意规避风险。可以探讨合作,但是要开展实质性的合作可能会有一些限制。我们要避免不合规的这种风险。

最后,在新能源领域,我觉得还是有比较好的合作前景。因为中美都是碳排放大国,两国在二氧化碳减排,改善全球环境,建设更好的人类发展空间方面,有很多值得探讨和合作的领域。

就合规而言,中石化有哪些可以借鉴的经验,或者您觉得哪些具体领域是要特别注意的?

我们这几年看到无论美国的制裁也好,或是各种实体名单也好,它实际上涉及到的政府部门非常多。比如,美国财政部的OFAC(外国资产控制办公室)对与伊朗、苏丹、委内瑞拉这样的敏感国家和地区的合作或贸易,会进行严格的审查,若发现不合规会进行制裁。商务部的实体名单大家就更熟悉了,会限制高科技领域的合作及进出口。还有国防部、司法部的名单等等。涉及到的部门、领域非常多。此外,CFIUS(美国外资投资委员会)审查也是越来越收紧。原来我们理解CFIUS对控股的公司才进行审查,但现在可能从中方企业跟美国公司谈合作,参股就要开始审查。可以说监管的范围在扩大,力度上也在逐步收紧。

针对这些新的变化,首先我们中石化会积极关注财政部、司法部、商务部等多个美国政府部门的相关法律法规和要求,同时也积极跟踪一些新的案例。此外,从内部制度、内控流程上,还有公司内部的业务授权方面,我们也认真做好合规管理,确保业务不发生违规的风险。

在中资企业履行社会责任方面，您有什么经验和意见分享吗？

我觉得履行社会责任不单单是捐赠、赞助等，更重要的是如何通过围绕主营业务的发展，来带动当地社区的发展。通过发挥企业在生产经营方面的优势和当地共同成长，企业发展的红利应当惠及所有的利益相关方，包括公司管理层、员工、当地社区，还有其他在公司业务链价值链上的各方，大家都受益，这才是最好的发展方式。



本出版中所列的第三方意见不代表安永美国 (Ernst & Young LLP) 或安永全球机构或其成员机构的观点。此外，这些意见应与其发表时的语境一并考虑。

请介绍一下Surge Energy 2015年成立到现在，尤其是2020年在美的业务概况？

Surge Energy公司成立于2015年。从当初的资产购买到后来的油气田开发，目前Surge已经在美国投入了大约五十亿美元。美国中国总商会2020年年报提到了中资企业在美大概有1,300亿美元的投资，Surge做出了自己的贡献。另外，从公司成立到现在的短短几年里，公司在矿权、联邦、州及地方税上为美国贡献了十亿美元以上的税收，对美国经济的发展及当地就业也都做出了积极的贡献。

2018年的时候，我加入Surge，当时所有的管理人员全是美国籍的员工。到目前为止我们有一百多名员工，其中只有几位会说中文。

接下来一到五年Surge在美国的经营发展战略是什么样的？

可归纳为：降本增效，安全经营，稳中谋利，伺机扩展。

1. 降本增效。中国母公司对Surge是非常支持的，一直想使Surge成为一个可持续发展的美国石油公司。在我2019年初任CEO工作时，发现公司运营成本较高，经营方式不可持续。我就号召员工开始降本增效。结果Surge在生产成本方面，目前已经远低于同行业的对标公司。

我们在油田建造了循环用水系统、电力系统、和管线运油系统，大幅度降低了油田生产运营成本。同时，循环用水系统在过去几年里累计节约油田所用淡水约6,000万桶，保护了当地的淡水资源。

在2020年疫情非常严重、油价很低情况下，公司制定出很多降本增效的应急措施，大大减小了对油田生产的影响。

2. 安全经营。在安全运行方面，我们一直重视公司员工和生产设施的安全和对环境的保护，2020年还创造了公司历史上最好的安全经营记录。

3. 稳中谋利。2019年在二叠盆地（Permian Basin），天然气实现价格（realized price）都是负的。很多天然气都是用来发电的，而公司油田用电量又很大。所以我们决定利用2019年的天然气低价锁定油田用电的价格。这是长期发展的稳妥之计。今年德克萨斯州冬季的暴风雪是无人可预见的，对很多石油公司造成了非常大的负面影响。我们的油田也提前关停了。我们得以将用不完的电，以市场价卖回电网，达到了稳中谋利的目的。我们公司提前关闭油田，节省了电力，使德州当地超过2万家居民在百年一遇的严寒里免受停电之苦。

4. 伺机扩展。2020年疫情为我们创造了伺机扩展的机会。2020年下半年我们就开始做并购的准备，今年初我们完成了4.2亿美元资产的现金收购。在疫情期间，尤其是在行业低迷的时候，我们能够完成这项现金收购，而且是2021年美国境内石油工业并购收购主战场二叠盆地的第一个超过一亿美金的收购，令工业界的同仁刮目相看。

Surge能够逆势上扬说明我们的计划和战略都是非常有前瞻性的，否则难以达到这样的效果。

对我们来说，各种危机不仅仅意味着只是危机二字的“危”，而且在很多时候，“危机”也蕴藏着发展的“机”遇。

关于传统能源过渡到新能源的话题和趋势， Surge有哪些战略层面的考虑？

可再生能源的开发和利用是未来的发展趋势，其目的是减少传统能源对环境的污染。我们在这方面也做了很多工作，不过目前还没有转型到新能源上。主要原因是（1）可再生能源回报是很低的，（2）Surge对可再生能源的开发和利用不擅长。公司在2020年在天然气产量增加13%的情况下，放燃天然气量减少了60%以上。

石油开发和生产是我们的强项，做公司不擅长的新能源，不但回报很低，而且会有很多风险，很多投资者对这个非常不看好。

从传统能源过渡到再生能源过程当中，您觉得主要的障碍或者说困难有哪些？

新能源尽管有很好的发展未来，但也有很多致命的弱点。像在德州这次的极端天气情况下风能、太阳能就无法供电。传统的石油、天然气的能源密度是远远高于再生能源。在上个世纪人们也曾对核能非常狂热，当时说核能的优点比现在说新能源的优点更多，并且认为一次性投资核能后就一劳永逸了。后来切尔诺贝利事件发生后，到现在提核能的也很少了，包括核能技术最好的国家法国和美国现在都停止开发新的核能项目了，主要还是个安全问题。参照现在的新能源，如何回收废弃电池，太阳能板及风车等也是非常大的问题。我觉得新能源要代替传统能源还有很漫长的路要走。



本出版中所列的第三方意见不代表安永美国（Ernst & Young LLP）或安永全球机构或其成员机构的观点。此外，这些意见应与其发表时的语境一并考虑。

关于美国中国总商会

美国中国总商会（以下简称“总商会”）成立于2005年，是代表中国在美投资企业的规模最大、最有影响力的非营利组织。总商会旨在为中美企业创造价值，推动经济发展，促进两国商业交流与合作。总商会服务范围覆盖全美，为1000余家跨国会员企业提供优质的服务与丰富的资源。

总商会为无党派的非政府组织，具有独立性，其日常工作与运营主要来自中美会员企业的慷慨赞助与支持。这些会员企业当中，49家位列2020《财富》世界500强。截至2020年6月，总商会中资会员企业对美投资额累计超过1,240亿美元，在美直接雇佣员工超过22万人，间接支持超过100万个工作岗位。

总商会与各大知名机构及各行业的杰出商业领导者建立了深厚的合作关系。这使其成为促进中美两大经济体间理解、信任和互动的重要平台。总商会还开展多项调研工作并发布相关研究报告，其中《在美中资企业年度商业调查报告》作为中资企业在美国投资最全面客观的参考之一，综合呈现了中资公司在美经营的总体情况及其对美国市场环境的评估与分析。

关于美国中国总商会基金会

美国中国总商会基金会成立于2014年，是符合美国税法第501(c)(3)条规定的免税组织。美国中国总商会基金会致力于通过研究、公共慈善和参与经济、文化和社会交流，加深中美两国的相互了解与合作。

致谢

美国中国总商会，美国中国总商会基金会和安永在此感谢所有参与企业对2021年度调查报告的支持。

特别感谢

美国中国总商会法律委员会成员、美国美富律师事务所合伙人**刘江先生**对本次调查中法律和合规问题的贡献。

美国中国总商会法律委员会总顾问、德恒（纽约）律师事务所主任合伙人**陈小敏先生**就形成此次合作提供的法律意见。

安永 | 建设更美好的商业世界

安永的宗旨是建设更美好的商业世界。我们致力帮助客户、员工及社会各界创造长期价值，同时在资本市场建立信任。

在数据及科技赋能下，安永的多元化团队通过鉴证服务，于150多个国家及地区构建信任，并协助企业成长、转型和运营。

在审计、咨询、法律、战略、税务与交易的专业服务领域，安永团队对当前最复杂迫切的挑战，提出更好的问题，从而发掘创新的解决方案。

安永是指 Ernst & Young Global Limited 的全球组织，加盟该全球组织的各成员机构均为独立的法律实体，各成员机构可单独简称为“安永”。Ernst & Young Global Limited 是注册于英国的一家保证（责任）有限公司，不对外提供任何服务，不拥有其成员机构的任何股权或控制权，亦不担任任何成员机构的总部。请登录 ey.com/privacy，了解安永如何收集及使用个人信息，以及在个人信息法规保护下个人所拥有权利的描述。安永成员机构不从事当地法律禁止的法律业务。如欲进一步了解安永，请浏览 ey.com。

安永美国（Ernst & Young LLP）是安永在美国提供客户服务的成员机构。

© 2021 Ernst & Young LLP
版权所有。

APAC no.03012756
ED None

本材料是为提供一般信息的用途编制，并非旨在成为可依赖的会计、税务、法律或其他专业意见。请向您的顾问获取具体意见。

ey.com/china

关注安永微信公众号
扫描二维码，获取最新资讯。



China General Chamber of Commerce – USA CGCC Foundation

19 E 48th Street, 3rd Floor
New York, NY 10017

www.cgccusa.org

Tel: (646)-928-5129

Email: contact@cgccusa.org

