

T
—
Z
—
C
—
J

投资促进 操作实务与案例集萃

商务部投资促进事务局◎编 TOUZI CUJIN CAOZUO SHIWU YU ANLI JI

投资促进

操作实务与案例集萃

商务部投资促进事务局◎编



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

投资促进: 操作实务与案例集萃/商务部投资促进事务局编

北京: 中国经济出版社, 2010. 3

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9724 - 0

I. 投… II. 商… III. 企业—投资—中国 IV. F279. 23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 007013 号

责任编辑 余静宜

责任印制 张江虹

封面设计 华子图文

出版发行 中国经济出版社

印刷者 北京市昌平新兴胶印厂

经销者 各地新华书店

开 本 710mm × 1000mm 1/16

印 张 22. 75

字 数 346 千字

版 次 2010 年 3 月第 1 版

印 次 2010 年 3 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5017 - 9724 - 0/F · 8217

定 价 38.00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

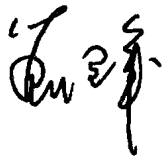
序 言

投资促进是中国吸收外资和对外投资工作的有机组成部分,也是“引进来”、“走出去”相结合的重要纽带。改革开放以来,中国的投资促进从无到有,逐步发展起来,目前已初步形成一个多层次、多渠道、高效、便捷、具有中国特色的投资促进体系,为投资促进事业的持续稳定健康发展提供了保障。

但同时,我们也应该看到,这个体系尚不完善,与新形势下商务工作的要求相比还有很大差距。当前全球经济遭遇金融危机阴霾,中国吸收外资严峻的形势对投资促进工作提出了新的挑战,同时也提出了更高的要求。进一步改革投资促进机制,健全投资促进体系,是中国投资促进事业要长期面对的艰巨任务。

为系统总结投资促进工作实践的经验,使其理论化、科学化,规范和指导当前及今后一段时期内的投资促进工作,商务部投资促进事务局组织编写了《投资促进——操作实务与案例集萃》,全书对投资促进起源、现状与发展趋势作了较全面的描述,对投资促进操作流程进行了较深入的解析,对中外投资促进机构、经济较发达地区与欠发达地区投资促进机构的业务进行了比较研究,对有关投资促进业务的专题进行了前瞻性探讨,按照招商引资方式分类收集整理相关经典案例。本书为投资促进业务的学习与交流提供了很好的参考资料,同时也填补了国内有关投资促进业务类著书的空白。

“长风破浪会有时,直挂云帆济沧海。”投资促进是一项开拓性的事业,也是一项发展空间无限、前景十分看好的事业,让我们团结协作,不断创新,努力把中国的投资促进事业发展壮大。作为全国性的投资促进机构,我们也将继续利用我们的优势为国内外投资者、各级政府、各级投资促进机构竭诚服务。



商务部投资促进事务局局长

2009年10月

投资促进概述篇

一、全球投资促进的发展概况	3
(一) 全球投资促进的发展历程 / 3	
(二) 国外投资促进机构的发展状况 / 4	
(三) 国外投资促进机构的设置状况 / 10	
(四) 国外投资促进机构的组织模式 / 12	
二、中国投资促进的发展概况	19
(一) 中国多层次投资促进体系的建立 / 19	
(二) 中国投资促进机构的设置现状 / 22	
(三) 中国投资促进机构的组织模式 / 27	
(四) 中国投资促进机构的业务运作 / 28	
(五) 中国投资促进的环境因素 / 38	
(六) 中国投资促进的主要问题 / 42	
(七) 中国投资促进的发展方向 / 44	

投资促进实务篇

一、投资促进的基本内涵、方式与途径	51
(一)关于投资促进 / 51	
(二)投资促进机构与职能 / 54	
(三)投资促进的方式与途径 / 55	
二、投资促进的基本流程	61
(一)策划、筛选、包装、推出项目 / 61	
(二)借助某种投资促进模式寻找合作伙伴 / 63	
(三)洽谈签订合作协议 / 65	
(四)向政府相关部门报送项目材料,申请批准或备案 / 65	
(五)获得审批立项后组织落实项目并对落实情况进行监督 / 65	
(六)项目投产运营后的服务与管理 / 66	
三、树立投资营销理念	68
(一)投资营销理念的提出 / 68	
(二)如何树立投资营销理念 / 69	
四、区域主导产业与投资促进战略	76
(一)区域主导产业的选择 / 76	
(二)基于主导产业的投资促进战略 / 80	
五、优势产业的选择与投资促进	85
(一)优势产业概念与界定 / 85	
(二)优势产业选择的误区 / 87	
(三)优势产业选择的方法 / 88	
六、重点项目的遴选与包装	91
(一)重点项目的内涵与现状 / 91	

(二)重点项目的遴选 / 92	
(三)重点项目的包装 / 95	
七、重视投资促进服务	99
(一)服务全方位 / 99	
(二)跟踪全过程 / 100	
八、提高投资促进人员素质	102
(一)投资促进人员应具备的意识 / 102	
(二)投资促进人员应具备的素质 / 104	
(三)投资促进人员的培训 / 106	
九、建立与投资来源及合作伙伴的联系	107
(一)投资来源及合作伙伴的界定 / 107	
(二)管理、评价与投资来源及合作伙伴的关系 / 111	
十、投资促进欺诈识别与应对	113
(一)投资欺诈的识别 / 113	
(二)投资方的资信调查 / 115	

投资促进专题篇

一、国际直接投资现状、趋势与影响	121
(一)FDI 的发展现状 / 121	
(二)FDI 的发展趋势 / 124	
(三)FDI 现状与趋势对投资促进的影响 / 125	
二、中国吸收外资的现状、趋势与政策趋向	129
(一)中国吸收外资的现状 / 129	
(二)中国吸收外资的趋势 / 134	

(三)中国吸收外资的政策趋向 / 136	
三、服务外包与投资促进	139
(一)服务外包的出现与发展 / 139	
(二)服务外包的内涵与分类 / 140	
(三)中国服务外包的主要问题 / 142	
(四)中国服务外包的投资促进 / 144	
四、投资促进中的政府职能	151
(一)投资促进中政府职能的内涵 / 151	
(二)投资促进工作的特点及对政府的要求 / 152	
(三)金融危机影响下政府投资促进职能调整 / 155	
五、投资促进后续服务职能	157
(一)投资促进后续服务的重要性 / 157	
(二)投资促进后续服务的概念 / 158	
(三)投资促进后续服务基本类型与工作流程 / 159	
(四)投资促进后续服务的影响 / 163	
(五)投资促进后续服务的挑战 / 165	
(六)对中国投资促进机构的启示 / 167	
六、投资促进政策倡导职能	169
(一)投资促进政策倡导的概念 / 170	
(二)投资促进政策倡导的工作流程 / 175	
(三)投资促进政策倡导的主要方法 / 179	
七、投资促进绩效评估	181
(一)投资促进绩效评估的基本理论 / 183	
(二)中国投资促进绩效评估的现状 / 185	
(三)投资促进绩效评估体系的改善 / 186	

八、“走出去”的投资促进 189

(一) 中国对外直接投资的发展现状 / 189

(二) 中国对外直接投资的主要问题 / 193

(三) 中国对外直接投资的有效促进 / 195

九、投资促进与外资非正常撤离 198

(一) 外资非正常撤离的原因 / 199

(二) 外资非正常撤离的规范 / 201

(三) 对投资促进政策的反思 / 202

投资促进案例篇

一、以人为本的招商:上海漕河泾高科技园的“人性化管理与服务” 207

(一) 上海漕河泾高科技园“人性化管理与服务”的特色措施 / 208

(二) 上海漕河泾高科技园“人性化管理与服务”的主要经验 / 209

二、“择商选资”理念招商:苏州工业园促进英飞凌落户 212

(一) 苏州工业园促进英飞凌落户的原因 / 213

(二) 苏州工业园促进英飞凌落户的经验 / 215

三、注重社会效益招商:烟台开发区建立企业社会责任制 216

(一) 烟台开发区企业社会责任制考核评价体系的主要内容 / 217

(二) 烟台开发区企业社会责任制考核评价体系的基本做法 / 217

(三) 烟台开发区企业社会责任制考核评价体系的成功经验 / 219

四、专业投资促进机构招商:广州开发区引进台湾烨联钢铁股份有限公司 220

(一) 广州联冠投资管理有限公司的服务过程 / 220

(二)广州联冠投资管理有限公司的服务经验 / 223	
五、社会中介组织招商:上海金桥出口加工区金桥企业协会	225
(一)牵线搭桥,加强信息沟通 / 226	
(二)改善投资环境,发挥社团功能 / 227	
(三)开展各类活动,促进园区精神文明和文化建设 / 228	
六、国际中介组织招商:苏州工业园区通过某著名国际中介 组织引资成功	229
(一)与中介组织建立起长期合作信任关系 / 229	
(二)高度重视、精心服务中介组织介绍的项目 / 230	
(三)发挥中介组织招商的扩大效应 / 232	
七、政府与园区合力招商:广东东莞松山湖工业园投资促进 联谊会	233
(一)特别重视投资环境 / 234	
(二)转变被动招商观念 / 234	
(三)把握引资对象的针对性 / 235	
(四)提高投资促进人员的投资意识 / 235	
(五)要营造投资信用环境 / 235	
八、政府与企业携手招商——大连工业团地项目的成功	237
(一)大连工业团地项目的建设背景 / 238	
(二)大连工业团地项目的成功要素 / 239	
(三)大连工业团地项目的积极效应 / 241	
(四)大连工业团地项目的主要经验 / 242	
九、打造海外平台招商:天津开发区发挥驻外办事机构的作用	244
(一)天津开发区驻外办事机构的鲜明特征 / 245	
(二)天津开发区驻外办事机构的显著成效 / 245	

十、产业链招商:广州引进日本丰田汽车公司项目	247
(一)战略分析广州定位,确定招商重点 /	248
(二)精心打造产业集群,强化以商引商 /	248
(三)提供贴心高效服务,解决后顾之忧 /	249
十一、产业梯度转移招商:合肥开发区大力引进高新技术企业	251
(一)合肥开发区引进高新技术企业的优势 /	251
(二)合肥开发区引进高新技术企业的服务 /	253
(三)合肥开发区引进高新技术企业的成效 /	255
(四)合肥开发区引进高新技术企业的启示 /	256
十二、产业集聚招商:上海张江高科技园区的经验	259
(一)高科技集聚与产业溢出 /	260
(二)人才集聚与产学研一体化 /	261
(三)聚焦战略与品牌共享 /	261
十三、产业规划招商:天津开发区通过产业规划引导汽车 产业发展	263
(一)天津开发区高度重视以产业规划为投资促进的基础 /	263
(二)天津开发区汽车产业规划成功投资促进的实例 /	264
十四、服务业聚集招商:广州开发区打造现代服务业聚集区	272
(一)广州开发区发展现代服务业是解放思想的产物 /	273
(二)2003—2005 年,广州开发区现代服务业小规模聚集 /	275
(三)2006 年至今,广州开发区初步形成现代服务业聚集区 /	277
(四)广州开发区发展现代服务业的经验总结 /	281
十五、特色园区招商:上海漕河泾开发区“科技绿洲”园区	285
(一)园区理念人性化 /	286
(二)园区选址系统化 /	286

(三) 园区规划前瞻化 / 286

(四) 园区开发分期化 / 287

(五) 园区建设流程化 / 287

(六) 园区管理合作化 / 288

(七) 园区引资灵活化 / 288

(八) 园区服务集成化 / 288

十六、龙头企业招商: 西宁开发区引进台湾旺旺食品有限公司 290

(一) 西宁开发区引进台湾旺旺食品有限公司的系列工作 / 291

(二) 西宁开发区引进台湾旺旺食品有限公司的主要经验 / 292

十七、大型项目招商: 广东省江门市引进信义特种玻璃项目 293

(一) 建立一个全方位的投资咨询服务平台, 打好“信息牌” / 294

(二) 建立一套科学的项目评估体系, 打好“选资牌” / 294

(三) 建立和健全一个重大项目引进的工作机制, 打好“机制牌” / 296

十八、大型会展招商: 粤台经济技术贸易交流会的成功 298

(一) 粤台交流会基本情况 / 299

(二) 粤台交流会成效显著 / 299

(三) 粤台交流会成功经验 / 300

(四) 粤台交流会意义重大 / 301

十九、以华侨资源优势招商: 福清融侨经济技术开发区“以侨引台” 303

(一) 福建省委、福州市委高度重视福清融侨开发区的建设 / 304

(二) 福清市委、市政府高度重视侨务工作 / 304

(三) 充分发挥福清华侨华人的群体特点 / 305

(四) 福清市委、市政府的“五带”、“七自”政策 / 305

二十、专业化队伍招商: 青岛开发区专业化队伍职能化服务 307

(一) 建立“三员”制度 / 308

(二)设立重大项目建设协调机构 / 308

(三)推行大企业直通车服务 / 309

(四)优化行政审批制度 / 309

二十一、优质服务招商:萧山开发区引进奥伯尼国际有限公司 311

(一)信息及时 / 312

(二)准备充分 / 312

(三)协调高效 / 313

二十二、合作创业投资招商:苏州工业园区成功组建中新创投 315

(一)苏州工业园区组建中新创投的主要内容 / 316

(二)苏州工业园区组建中新创投的基本经验 / 321

附 录 篇

附录1 各国(地区)投资促进机构 / 325

附录2 国家级经济技术开发区 / 337

附录3 国家级保税区 / 339

附录4 国家级边境经济合作区 / 339

附录5 国家级高新技术产业开发区 / 340

附录6 与商务部投资促进事务局签署 MOU 的机构及双方重点促进领域 / 341

投资促进 概述篇



一、全球投资促进的发展概况

（一）全球投资促进的发展历程

投资促进旨在推介当地的区位优势,将潜在优势随着投资者的认知转化为现实优势,引进投资,其核心包括形象塑造、投资开发和投资后服务。随着全球投资促进在深度和广度上的拓展,其重心和方法也在不断演变。目前,世界投资促进已历经三个发展阶段,正处于或即将处于第四阶段。

第一阶段:投资促进主要是对外开放,采取有利于市场发展的政策,减少 FDI 流入的壁垒和障碍,提高外国投资者的待遇标准,让市场在资源配置方面发挥更大作用,使 FDI 制度趋于自由化。实际上,几乎所有国家都在不同程度上采取了这方面的政策措施。

第二阶段:投资促进的重点是向外国投资者推介本地区的区位优势,为“所有权优势”和“区位优势”的结合创造机会。投资促进主要是将引资政策与本国产业政策相结合,根据本地区的产业政策和目标,有针对性地吸引跨国公司到本地区投资。各地方政府采取积极措施,向外国投资者自我“推销”,引入 FDI。这一阶段产生了大量的投资促进机构。1995 年,“世界投资促进协会”成立,目前,已有 160 多个国家和地区建立了投资促进机构。

第三阶段:投资促进的重心转向了“目标投资促进”。“目标投资促进”指东道国的投资促进不是针对所有行业、所有来源地和所有投资方式的 FDI,而是采取有目的、有针对性的措施,选择部分行业、部分来源地和部分投资方式的 FDI,吸引那些有利于其经济发展的关键领域的 FDI,并通过转移技术、增加就业、资本积累等带动东道国的经济发展。

“目标投资促进”对提高中国投资促进效率十分重要,现在的投资促进

工作,不同程度地存在着对象盲目、手段单一、浪费严重、恶性竞争等问题。要提高投资促进效率,首先需要分析本地区的区位特征与比较优劣势,然后寻求促进对象,也就是目标选择;在此基础上,制定投资促进战略,并进行实时控制和业绩评估;投资促进工具要针对不同的促进目标,综合运用塑造形象、投资开发、投资后服务等;投资促进方式要多样化,如电子网络招商就是极具价值的投资促进方式;高度重视投资促进自身的组织机构建设。如此,“目标投资促进”就能落到实处,取得效果。

正在或即将到来的第四阶段投资促进,是既关注投资促进成本、又关注投资促进效益、还注重投资促进有效性的时期。长期以来,世界各国特别是发展中国家投资促进工作多由政府规划并实施,大都搞粗放式投资促进,在确定投资促进方案和开展投资促进工作时往往不计成本,不讲效益,浪费严重。进入 21 世纪以后,许多国家在注重扩大引资规模的同时,日益关注提高吸收外资的质量和水平。这对投资促进工作提出更高的要求,其工作重心将从较低层面——片面强调量的扩张,转变为较高层面——量的扩张与质的提升并重。

联合国贸易发展组织国际投资、技术与企业发展司国际投资协定室主管官员在首届国际投资促进论坛中指出,应从更宏观的角度去讨论 FDI 政策的演变趋势,包括在国际层面和国家层面上的发展趋势。一些国家的开放措施,特别是针对 FDI 的开放措施,已大幅增加了 FDI。国际投资协议双边地区和地区内、地区间协议以及多边协议等使得国家和国际投资在规则上有一些互动。这方面既有成本也有效益,对投资促进工作提出了新的挑战 and 机遇,我们必须要从国际层面和国家层面上重新思考投资促进。

(二) 国外投资促进机构的发展状况

1. 国外投资促进机构经费来源及支出基本情况

为了解近年来各国投资促进机构经费来源及支出的最新情况,2008 年,商务部投资促进事务局对 40 个国家的投资促进机构进行了问卷调查。此次调查共发放 40 份调查问卷,回收了 34 份,回收率为 85%,其中有效问卷 30 份,有效率为 75%。此外,商务部投资促进事务局还搜集整理了 2000 年联合国贸易与发展会议对各国投资促进机构所作的调查资料。虽然该调查时