

新形势下做好招商引资工作的七种方式

王世维

(江苏省滨海县人民办公室 江苏 盐城 224500)

新形势下，高质量发展要求由粗放型向集约型转变，粗放型主要是扩规模、铺摊子、拼资源，集约型则更加注重系统运筹发展过程的投入产出，实现发展效益最大化，而招商引资是实现效益最大化的有效途径。就滨海而言，招商引资对培育增长动力、优化产业结构、加快转型升级等具有重要的促进作用，是经济发展的“一号工程”。在工作实践中，主要有七种方式：

一是敲门招商。最早期的招商引资是铺天盖地、全员上阵，政府每个单位几乎有一半的工作人员不停的奔赴在大江南北，区域基本上集中在江浙沪一带，项目是什么都要，捡到篮里的都是菜。常见的方法是到一个地方把当地的黄页一翻，挨个的对着上面的企业打电话，有意向的就上门拜访；或者是到一个企业集中的区域，那时候条件不够，就是三轮车、自行车甚至走路，挨个上门递名片，经常会出现一个地方三番五次的碰到同是一个县的其他单位招商人员。比如江苏省滨海县早期的工业园、沿海工业园就是通过这种全民参与的方式初步形成了产业集聚，那时候低廉的土地成本和人力成本就是最大的招商优势。后来就是通过网上或第三方大数据分类寻找适合本地产业的项目，逐一进行电话联系；成立驻点招商分局，对一个区域进行地毯式走访，落实到具体人头，按图索骥，逐一登门拜访。这也是敲门招商的一种方式。典型的比如滨海沿海工业园的新化化工、蓝晶微生物就是通过网上大范围的电话招商一个一个打出来的。

二是活动招商。活动招商也是非常必要的招商手段。通过招商活动的组织，大范围的邀请客商进行一次集中推广，让更多的客商了解我县的投资环境、产业政策，让地方政府招商人员和更多的客商能有交流的机会。也是打破信息的不对称的一个有效手段，虽说现在是信息大爆炸的时代，但是中国这么大、企业这么多，不可能就一定知道我在招商或者你要投资。这也是滨海县每年固定举办“5.18”“11.18”两次大型招商推介活动以及在不同地区召开“十城十主题”专场招商活动和让各镇区尽可能多的在不同地区组织小型招商推

介会的目的，就是要让尽可能多的客商知道，滨海在招商，尽可能多的增加双方的交流机会。比如通过举办苏盐三十周年庆典、云一机开业和其他专场招商会活动，吸引企业主动找过来表达投资的意愿。并且招商活动的组织也会在一定程度上，通过领导的拍板、同行的比较从而促进犹豫期的项目和政府之间合作的推进。

三是产业链招商。产业链招商就是按上中下游产业链，利用已有的上游企业招引中游、下游企业，利用中游、下游企业招引上游企业，或利用中游企业招引上游、下游企业，形成上中下游产业链的优化配置。企业有利可图，愿意集聚在一起，招商就能事半功倍。比如昆山产业链招商最有名的一个例子，就是把一台笔记本电脑拆开，里面 1000 多个主要零部件，按照“缺什么补什么”的原则，一个环节一个环节地进行招商，持之以恒，招来的企业个数越来越多、规模越来越大、档次越来越高，产业链越拉越长……目前，昆山市已经形成了一条完整的从电子基础材料、覆铜基板、印刷电路板、电子元器件、液晶面板到整机生产的完整的笔记本电脑产业链，每个环节都有 1 到 2 家领军企业。比如滨海工业园引进总投资 15 亿元的坤歌项目，是浙江小家电行业会长企业，主要生产终端产品，坤歌整体搬迁，以其终端产品生产商的引入，集成电子信息产业链。围绕坤歌小家电，有 11 家配套企业来落户，通过小家电产业集群深挖小家电配套产业项目，就可以打造小家电全产业链，推动品牌商和产业链相互配合，中心零部件企业和供应链纽带无缝对接，形成产业集群。可以说，产业链招商至关重要，招得好，可以达到“引来一个、招来一片”的效果。

四是瞄准企业需求招商。一个企业或产品的发展需要多方面的要素支撑。帮助企业解决它们特别想解决的问题，对于招商引资有事半功倍的效果。比如重庆为打造电子信息产业集群，虽然地处内陆，但通过建设“渝新欧”国际运输通道，满足了内陆几千万台产品市场对北美、亚洲和欧洲的分销。如果产品在重庆生产后运到上海、广东等地，再通过船

舶运到欧洲，一方面耗时需两个月，另一方面物流成本也很高，至少增加了 2000 多千米内陆到沿海的距离。通过“渝新欧”国际联运大通道，重庆帮助企业直接通过铁路运输将产品运送至欧洲，极大的集约了成本和时间，吸引了很多电子产业厂商。由此可见，只要帮助企业解决那些关键的命脉问题，只要这些问题是客观的、经济的、对企业发展有利的，都要帮助企业解决，能大大提升招商实效。从这个角度讲，要转变招商观念，招商引资既不是居高临下的恩赐，也不是磕头跪拜乞求，而是平等的战略伙伴关系，而帮助招商对象解决问题是撬动招商引资成功最容易的一个支点。

五是**以商引商**。招商人员说千句好不如客商说一句好，从滨海经济开发区工业园近几年的招商实践看，引进一个龙头项目，就可带动一批产业链项目，以商引商是推进产业集聚的捷径。比如通过呈泰智慧，园区招引投资 15 亿元的亿达家电，吸引 5 亿元的天音电子、5 亿元的康源半导体、5 亿元的安可信通信终端等项目来滨投资；通过吕巷后视镜招引 3 亿元的萨斯福来滨投资；通过冠恒实业招引 70 亿元的高纤聚酯纤维项目来滨投资。可以说，在以商引商这方面大有文章可做，需要持续提升服务现有企业质量和水平，围绕现有产业链“以商引商”，瞄准项目、精准出击，让落户滨海的现有企业当“红娘”，借助企业的“朋友圈”、平台以及资源，发挥招商引资企业源头活水作用，扩大产业集聚效应，努力形成“引来一个，带来一串”的招商引资效应。

六是**中介招商**。新发展阶段，“资源招商”“政策招商”

等模式已经不能适应经济新常态，发挥投资咨询机构等中介机构资源信息广、专业性强的优势，开展中介招商将会成为未来招商引资的重要手段。比如滨海经济开发区工业园借助深圳华企云谷招引创盈利、立皓丰等 5 个亿元以上项目，提供有价值信息 20 多条；借助台州中迈招引浙江正丰、台州绿艺、云南一机等 4 个亿元以上项目，提供有价值信息 10 多条。借助安徽秉宪科技招引总投资 200 亿元的铜基材料项目。这其中，要提升中介质量，转变思维，重视行业协会，多接触实用性强、在行业内有影响力的协会，比如中国石油和化学工业联合会、电子信息产业协会等等，通过加强与行业协会的沟通对接，助力招商引资实现突破。

七是**产业引导基金招商**。采用市场化方式建立的股权投资基金，已经成为全国各地撬动“双招双引”工作的新方法、新举措。通过大力推进资本介入招商引资，积极引进风投创投、天使基金，联合政府平台公司，通过政企联手、招投联动，以市场化手段撬动更多社会资本、金融资本投向实体经济，乃至增加实体企业投资落户的信心。比如滨海经济开发区工业园区的富轩公司在政策资金的扶持、供应链资金的保障这些方面对招商引资工作起到了巨大的促进作用，比较典型的是园区的亿达和德利新材料都是通过产业引导基金的方式将项目最终敲定下来。