

浙江中小企业“走进”拉美市场的现状与原因

■ 唐 俊 浙江外国语学院 拉丁美洲研究所

长期以来,浙江省外贸出口的主要目的地集中在亚洲、欧洲和北美。2007年全年浙江省向亚洲、欧洲和北美的出口金额分别为424.5亿美元、404.3亿美元和272亿美元,占比分别为33.09%、31.51%和21.20%,占到整个浙江省对外出口的85.8%。而到了全球金融危机爆发之后的2009年,浙江省出口到亚洲、欧洲和北美洲的实绩出现了大幅度的下滑,幅度高达14%,在20个主要出口市场中,有19个出现不同程度的下降。浙江省对传统市场的出口遇到了前所未有的困难,迫使浙江企业不得不开拓拉美等新兴市场,以寻求生存之机。目前,浙江中小企业“走进”拉美市场已成为一道新的风景线。

一、浙江中小企业“走进”拉美市场的现状

(一)以贸易形式走进拉美市场

对于浙江来说,传统上拉美市场不是浙江对外出口的重点地区,但是自金融危机以来,随着浙江传统市场的凋敝,拉美市场异军突起,浙江省对拉美市场的出口额连年增加。2007年,浙江省对拉美市场出口额达到83.1亿美元,占浙江总出口的6.48%,从拉美进口额超过23.3亿美元,占浙江总进口的4.82%。尽管受到金融危机的影响,

2009年相比2008年,浙江省对拉美的出口额出现了一定的下滑(见表1),但是2010年则迅速恢复过来,并且超过了2008年的成绩,此后几年,浙江省对拉美的出口一直保持着较快的增长。到2012年底,对拉美的出口已经占浙江省总出口的9.84%左右,从拉美的进口占到浙江省总进口量的7.66%,拉美地区成为浙江出口的新兴市场之一。目前,浙江已与拉美几乎所有的国家和地区保持着贸易往来,出口商

品结构也日趋多样化。

(二)以投资形式走进拉美市场

浙江对拉美地区的直接投资也进入一个稳步发展时期。尽管由于金融危机的影响,2009年相比2008年,浙江对拉美地区的境外直接投资出现了一定程度的下跌。但从2010年开始,随着拉美地区经济的恢复,其投资价值逐渐显现出来,吸引了浙江企业投资的热情。2010年,浙江对拉美地区的境外投资企业(项目)达到21个,投资金额接近

表1 2007-2012年浙江与拉美的进出口概况

年份	对拉美出口量(亿美元)	占比(%)	从拉美进口量(亿美元)	占比(%)
2007	83.1	6.48	23.3	4.82
2008	117.8	7.64	329.4	5.79
2009	101.1	7.6	47.1	8.61
2010	157.2	8.71	58.7	8.04
2011	205.1	7.72	75.4	8.1
2012	220.9	9.84	67.1	7.66

资料来源:浙江省商务厅, <http://www.zcom.gov.cn/col/col3066/index.html>。

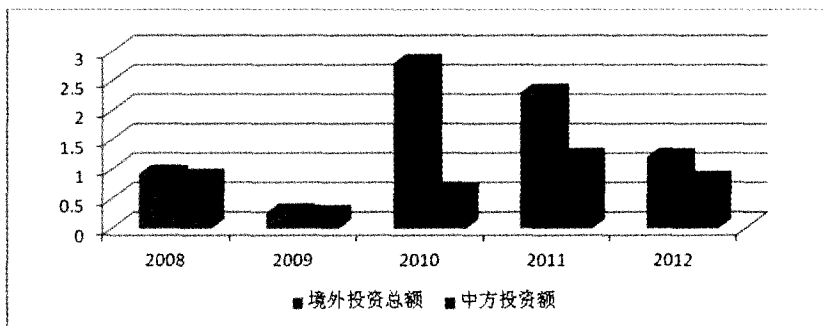


图1 2008年以来浙江地区对拉美境外投资情况

资料来源:浙江商务年鉴。

本文是2012年度浙江省科技软科学重点项目(2012C25059)、2013年度浙江省哲学社会科学重点研究基地课题(浙江省区域经济开放与发展研究中心)课题(编号13JDQY02YB)阶段成果

2.8 亿美元,其中中方投资额为 6073 亿美元,在金融危机中表现十分抢眼。2011 年后出现稳步回调趋势。2012 年,全年浙江对拉美地区的境外投资企业(项目)为 25 个,投资额达到 1.2 亿美元,其中中方投资额为 8132 万美元。

浙江对拉美的境外投资的重点主要集中在农业、矿业、零售、批发等领域。如浙江福地农业集团 2010 年在巴西投资 6632 万美元购买 100 万亩土地,从事种植大豆等农产品种植项目,引起各方的关注。还有杭州海兴集团通过与巴西、秘鲁等国的当地公司设立合资公司,中方投资金额分别为 800 万美元和 500 万美元。另外,2012 年浙大网新联合工程公司在巴西投资 3650 万美元设立巴西南方输电能源有限公司,该公司与巴西当地两家公司合作,顺利通过巴西国家电网招标,以 BOT 的方式取得巴西南大河洲输变电项目建设经营权,项目总金额达到 1.44 亿美元。2012 年,在浙江省国外经济合作前十位的国家(地区)中,拉美地区三个国家阿根廷、秘鲁和巴西也名列其中。

(三)以民间方式走进拉美市场

在“走进”拉美市场过程中,“单枪匹马”的个体户的力量不容小视。他们充分发扬敢于冒险、务实协作的浙江精神,依靠个人自身力量登录拉美市场,一旦扎下根之后,他们会动员亲戚、朋友前往,用抱团的方式不断扩大经营范围和规模,从而在当地形成一定的影响力。如温州商人抱团在智利经营多年,于 2006 年在智利首都圣地亚哥开办了“中国(温州)商品贸易中心”,占地面积约 4000 平方米,经营的商品包括服装、鞋帽、文具、饰品、皮革制品、美

容美发用品等各类轻工产品。这种“温州城”在拉美多个国家已经出现,成为浙江商人以民间方式“走进”拉美市场的主要载体。

二、浙江中小企业“走进”拉美市场的原因

(一)中拉关系的迅猛发展,为浙企业“走进”拉美创造了良好的国际环境

进入 21 世纪以来,中拉高层交往更加频繁,政治互信日益加深,经贸、科技、文教等领域合作不断深入,在国际事务中相互支持,密切配合。截止 2012 年 6 月,中国与智利、秘鲁和哥斯达黎加签署了自由贸易协定,就双边投资保护还专门签署了补充协定的;中国与玻利维亚、阿根廷、乌拉圭、智利、秘鲁、牙买加、古巴、巴巴多斯、特立尼达和多巴哥、圭亚那、哥伦比亚、巴哈马、厄瓜多尔、墨西哥 14 国签订了双边投资保护协定;还与巴西、牙买加、巴巴多斯、古巴、委内瑞拉、特立尼达和多巴哥、墨西哥 7 国签署了避免双重征税协定。中国企业在以上这些国家中投资可以得到相对完善的保护,给浙江中小企业“走进”拉美市场创造了良好的外部环境。

(二)拉美地区经济平衡增长,为浙江企业提供了广泛的潜在市场

近年来,拉美地区经济平稳增长,政局相对稳定,对外资来拉动经济增长的需求也很强烈。2010-2012 年之间,拉美地区的经济增长表现突出,地区平均年增长率达到 5.9%、4.3% 和 3.1%,拉美地区的 GDP 总量也从 2002 年的 2.54 万亿美元增至 2012 年的 5.44 万亿美元,从占世界的 7.9% 增至占世

界的 8.7%。2012 年拉美人均 GDP 达到 8999 美元左右。拉美地区致力于区域一体化建设,参与国际多边贸易组织,已经形成了如中美洲共同市场、南方共同市场、美洲玻利瓦尔联盟、太平洋联盟等次区域性组织。一个统一的充满商机的市场正在形成。

(三)欧美在拉美市场影响力的削弱,留给浙江企业广阔的发展空间

特别是欧美国家因受金融危机的打击而经济衰退,使得他们在拉美的影响下降,一些欧美企业撤出拉美市场所留下的生存空间,也给浙江中小企业可乘之机。特别 2008 年的金融危机,使得拉美国家更加清醒地认识了欧美模式的种种缺陷,对中国模式有了更为亲近的好感,同时他们也急切需要加强与中国的合作,尤其是希望用中国的投资来维持本地区经济的稳定和增长。因此,拉美地区对于中国企业走进拉美市场普遍报以欢迎的态度,许多国家甚至开出许多优惠措施吸引中国企业。可以说,浙江中小企业进军拉美市场已经是机不可失,时不再来。

(四)浙江企业雄厚的民间资本,为“走进”拉美市场提供了资本驱动力

浙江的民间资本非常雄厚。据估计,仅温州一地,民间游资就有 8000 亿元人民币,整个浙江地区的民间资本的存量有数万亿之多,由于长期没有比较合理的投资渠道,一时间被迫转为地下游资,催生了民间高利贷和“炒作大军”。

1999 年,浙江省就提出“两个推动”,把推动对外投资合作作为“跳出浙江,发展浙江”的重要途径。

2001年,国家实施“走出去”战略以后,浙江省政府根据浙江省民营经济发达,中小企业居多的实际情况,创造性地落实了中央的决策和战略部署,鼓励、支持民营企业利用民间资本“走出去”,这也是浙江企业走进拉美市场的重要动因。

三、浙江中小企业如何加快“走进”拉美市场

(一) 选择合适的对象国和目的地

一般说来,整个拉美地区的经济发展状况呈现出次区域性格局分布,浙江企业可根据自身发展水平、企业发展规划,选择合适的对象地区。结合贸易环境和投资环境两方面的因素综合考虑,目前对于浙江中小企业而言,适用于以贸易方式开拓拉美市场的国家主要是巴西、玻利维亚、哥斯达黎加、厄瓜多尔、洪都拉斯、危地马拉、苏里南、委内瑞拉等国,而以投资方式开拓市场的国家有安提瓜和巴布达、巴巴多斯、智利、多米尼克、墨西哥、尼加拉瓜、牙买加、巴拿马、巴拉圭、乌拉圭等国。此外,中美洲和加勒比地区旅游资源比较丰富,自身建设资金比较匮乏,对海外直接投资有比较优惠的吸引政策,省内有关企业可以前往这些地方投资旅游业和酒店服务业,但要注意这些拉美一些国家的政局比较动荡,存在一定的风险。

(二) 制定更有远见的投资策略

拉美地区对于外国直接投资普遍持欢迎态度,但有的国家管控比较严格,许多领域禁止或者严格限制外资进入。对此,浙江企业在

准确把握当地投资政策的基础上,可以因地制宜,采取灵活多变的投资方式,避开管制措施,实现投资目的。

一要选择主要的投资领域。拉美地区自然资源丰富,农业生产发达,当前,正在兴起基础设施建设的热潮,资金需求量较大,浙江企业可以选择这些领域作为主要的投资领域。

二要注意规避风险。尽量选择政局稳定、社会治安良好的国家,以减小政治风险;同时要防范金融风险,选择合适的投资合作伙伴。

(三) 有针对性地拓展适合拉美的产品市场

目前,拉美是丝、陶瓷器、针织或钩编服装、自动数据处理设备、箱包、照明设备及配件和鞋类等9种产品的全球最大市场,是普通棉织物,音箱接收与录制设备和贱金属制家用器具3类产品的全球第二大市场;在纺织物制服饰用品、普通人造纤维织物、童车和玩具、蒸汽锅炉、刀具、建筑材料等其他17类产品上,拉美还是仅次于美欧发达国家的第三大市场。根据拉美市场产品需求,浙江企业可以拥有利用义乌等国际商品市场的地域优势,制定有针对性的产品策略,以保证投其所好,供需两旺。

(四) 推动浙江中小企业集群式地“走进”拉美市场

企业集群式地发展,有利于产业扩张,有利于产业价值链连接和延伸,把更多相关的中小企业聚集在一起,浙江中小企业在这方面具有明显优势,更应该从多方面鼓励和推进。

一方面,充分利用在拉美地区已有的“温州城”“浙江商贸城”等

网络,将其打造成为浙江中小企业走进拉美市场的桥头堡,进而向周边地区辐射,打造集群式营销网络。另一方面,哥斯达黎加等国目前正积极建设新工业园区,中国企业是其招商引资的重点对象,浙江中小企业可以“抱团”入驻,通过在当地集群化发展,以加快推进产业转移和升级。

(五) 充分利用现有的国际平台和华商组织

首先要利用好政府搭建的平台,推广自己的产品。目前,浙江省政府通过在拉美国家举办“浙江月”、“企业周”等形式多样的活动,助力把浙江企业推介出去;还积极组织浙江企业参加与巴拿马国际贸易博览会、巴西圣保罗国际建材展览会、阿根廷国际汽车零配件展览会等活动,再就是要积极利用拉美当地的华商网络,带动营销网络的构建与扩展。在拉美许多国家,当地华商已经建立了形式多样的商会、协会,为中国企业走进拉美市场而努力奔走,其中不乏浙江籍的商人和组织。浙江企业可以利用这些商会、协会的网络,构建并扩展自己的营销网络。

同时,一定要充分利用日益兴起的国内外电子商务平台,迅速地和拉美企业对接,进行跨区域电子商务网络的拓展和布局。在电子商务业务方面,浙江企业具有一定的优势。“阿里巴巴”等浙江电子商务龙头企业可以发挥领头羊和开拓者,率先将其网络扩充到拉美市场,这也可以为其他企业开拓拉美市场做好铺垫,并由此可以促进浙江中小企业在“走进”拉美市场的过程中,实现国内外市场的同步发展。▲