

关于浙江外贸开拓拉美市场的思考

唐俊

(浙江外国语学院 拉丁美洲研究所, 杭州 310012)

摘要:随着浙江与拉美之间的外贸总量的连年上升,拉美地区日益成为浙江重要的新兴市场。在开拓拉美市场方面,浙江企业具有一定的优势,也存在相当大的困难与阻碍,需要政府的政策倾斜和大力支持。

关键词:浙江省;外贸;拉美;走出去

中图分类号:F752.8 **文献标志码:**A **文章编号:**1673-291X(2015)16-0277-03

一、浙江与拉美地区的外贸现状

由于浙江与拉美之间的地理空间遥远,传统上拉美市场不是浙江对外出口的重点地区,2001年,浙江对拉美的贸易总量仅为15.31亿美元,其中出口额为13.1亿美元。但是2008年金融危机给了浙江认识拉美市场的重要性,随着浙江传统的市场的凋敝,拉美市场异军突起,在浙江省对外出口的市场份额连年增加。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,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,截至2013年底,浙江与拉美的外贸总额达到302亿美元,其中浙江对拉美的出口达到241亿美元,较上一年增长9.3%,占浙江省对外出口总额的比重达到9.7%,浙江从拉美的进口达到61亿美元,同比增长-9.6%,占浙江对外进口总额的比重为7.0%,显示出了拉美好外贸增长势头。

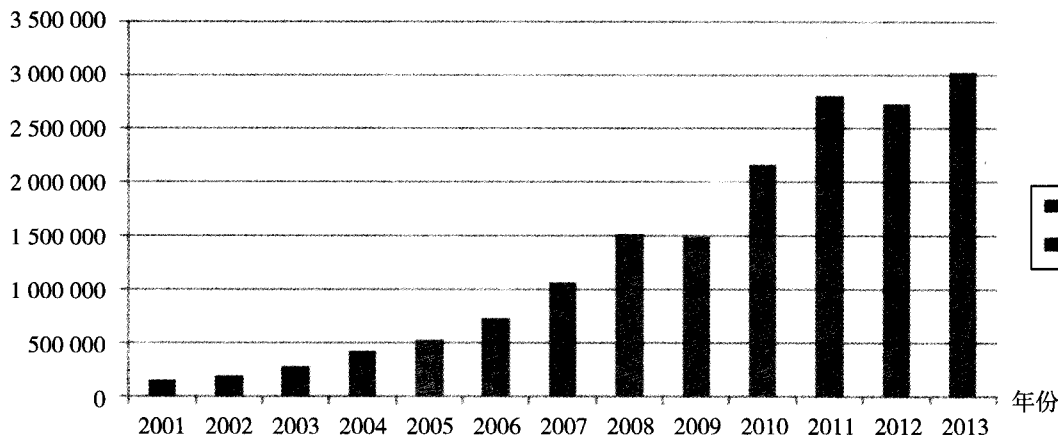


图1 2001—2013年间浙江对拉美进出口情况(单位:万美元)

资料来源:根据浙江省商务统计年鉴历年数据绘制。

浙江对拉美的出口基本已覆盖到拉美地区的全部国家和地区,其中巴西、墨西哥、巴拿马、智利等经济实力较强的国家是主要的出口地区。浙江对巴西的进出口额占了中国与巴西贸易额的10%。2013年底,浙江对巴西的出口额达到了69.4亿美元,占中国对巴西出口总额的比重达到18.6%,在浙江对外出口市场中紧跟美国、日本、德国、俄罗斯、英国和

印度之后,长期保持第七的位置。墨西哥是浙江出口拉美市场的另一个重要地区,2013年,浙江对墨西哥的出口达到39.8亿美元,占中国对墨西哥出口总额的比重为6%,名列浙江对外出口30个主要市场之列。

2012年来,在国际市场萧条、要素成本上升、生态环境压力等多重因素“倒逼”下,浙江外贸增速大幅度回调。2012年、

收稿日期:2015-03-09

基金项目: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)(13JDQY02YB);2014年度教育部国别和区域研究指向性课题“21世纪海上丝绸之路战略框架下的中拉经贸跨越式发展研究”的阶段性成果

作者简介:唐俊(1980-),男,湖北黄梅人,副所长,讲师,博士,从事拉美经济研究。

2013年、2014年年增速分别为0.92%、7.5%、4.7%，连续三年的增速均低于10%，已然进入到增长速度换挡期。浙江出口的欧洲、日本、北美等传统的发达国家市场的比重逐渐下降，拉丁美洲、非洲等新兴市场的比重逐渐上升的趋势也将保持长期性和经常性。这就要求浙江外贸必须大力开拓拉美市场，寻找新的增长点。

二、浙江开拓拉美市场的有利因素

（一）浙江的地理环境先天具备与拉美地区的亲近感

浙江省地处东海之滨，濒临太平洋，拥有宁波、舟山等天然良港，海洋资源丰富，交通便利，在与拉美国家的交往中具备先天的地理优势。尤其近年来，拉美许多国家对太平洋越发重视和亲近，一些国家甚至以“太平洋国家”自居。例如，2011年，墨西哥、哥伦比亚、智利、秘鲁四国成立了“太平洋联盟”，已经在国际上形成一定的影响力。浙江与这些可望回归太平洋的拉美国家可谓隔洋相望，在对海洋的亲近方面，易与拉美地区的居民拉近心理上的距离。

（二）发展模式上的对接性强

进入21世纪以后，拉美国家重新回归“初级产品出口”发展模式，主要靠出口优质的自然资源、初级加工制成品和农产品来推动经济发展。而浙江省素有“七山二水一份田”之说，自然资源较为缺乏，主要依靠出口轻工业制成品。这样，浙江与拉美地区的发展模式上具有很强的互补性，即拉美能为浙江提供优质的资源从中获得经济发展的原动力，而浙江省能为拉美提供价廉物美的制成品。因此，在浙江和拉美之间的发展模式上具有很强的对接性。

（三）双方在贸易上的互补性高

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。而这些产品在中国的主要生产地之一就是浙江省。传统上，浙江出口这些商品的主要目的地集中于欧美、日本等地。随着欧美、日本等地的经济衰落，浙江省完全可以和拉美市场形成对接，转向拉美市场进行出口，这也是近年来浙江省对拉美地区出口增幅较大的一个重要原因。

（四）浙江企业家精神与拉美作风的契合

企业家精神是浙江经济腾飞的主要动力之一。浙江企业家精神的特征可以概括为创业精神、创新精神、冒险精神和务实协作的精神。目前，已有一批温州商人早已登陆智利等国，建立了规模不小的“智利温州城”。在拉美地区，浙江籍的侨民已经初具规模，许多地方还组织了由浙江侨民、商人参加商会组织，这些组织可以为浙江中小企业进军拉美市场提供各种情报和服务。

相比之下，拉美人民乐观向上，安于现状，正好与浙江企业家的精神与性格可以做到互补契合。一方面，拉美人民对于浙江企业家开拓本国市场会报以友善、欢迎的态度，不会加以排斥，这会为浙江企业家创造一个友好和谐的创业环

境，另一方面，拉美人民略显散漫的生活作风也会给勤劳的浙江企业家留出更多的机会和发挥空间，减少创业的难度和竞争。

（五）浙江雄厚的民间资本

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大到难以估计。长期由于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”。这不但让这些游资承担了难以估计的风险，同时也严重影响到我国的金融体系乃至国民经济的稳定。温州金融改革的试点方案为个人海外投资打开了一扇窗户。

目前，拉美地区正兴起新一轮的基础设施建设热潮。如巴西举办2014年世界杯和即将举办2016年奥运会，急需改善场馆、交通等基础设施。墨西哥、阿根廷、委内瑞拉等国也加紧对国内落后的基础设施进行改造，这将会创造一个巨大的资金需求缺口。如果这些资金能够合理地投资到拉美地区，不但可以获得比较丰厚的回报，也可以加强中国与拉美之间的经济联系。

（六）第六届中拉企业家高峰会议的促进作用

2012年10月16—19日在杭州胜利召开的第六届中拉企业家高峰会议将浙江与拉美间的交往推上了一个高峰。来自26个省、市、自治区的500余家中国企业参加此次峰会。通过此次峰会，浙江企业能够以低成本、近距离地直观感受、考察和了解拉美企业，搭建交流合作的平台，成效显著。

峰会也给拉美官员和企业家提供了深入了解浙江的机会。会议吸引了来自30个国家和地区的260余家拉美企业参会，其中不乏像巴西食品业巨头、世界领先的风力涡轮机公司，阿根廷风电公司、秘鲁最大的石油天然气生产商和阿根廷最重要的天然气生产商等一大批行业巨头。中拉企业间举行了对口洽谈1500余场，成交额逾1000万美元，意向成交额数亿美元。参会人数、对口洽谈场次、成交金额均创历届之最。拉美企业家通过走进杭州、走进浙江企业考察，对浙江的自然风光、人文环境和营商环境都留下了深刻的印象，增进了对浙江企业的了解。

三、浙江开拓拉美市场的困难与阻碍

（一）企业规模小，风险承受能力有限，开拓新市场的决心不够坚定

中小企业走出去最大的问题就是企业规模小，资金有限，难以承受较大的风险。浙江中小企业都是民营企业，自有资金占比较高，许多甚至是辛辛苦苦打拼多年的成果，这样对风险表现出本身的规避性，不愿意冒“走出去”的风险。

（二）融资困难，“走出去”能力不足

融资困难一直是困扰中小企业生存和发展的难题之一。由于在海外拓展市场和投资往往需要大量的资金，而中小企业融资途径有限，既不可能如国有大中型企业那样享受到国家开发银行的扶助，也不容易从商业银行那里获得贷款。要想获得借款，比较可行的途径就是通过民间借贷，这种借贷一般期限很短，利息相当高，稍有不慎就有“赔了夫人又折兵”的风险，给企业经营埋下不稳定的因素。

(三)对拉美市场缺乏足够的了解,“走出去”准备不足

对于大多数浙江中小企业而言,拉美还是一个相当陌生的地域,对当地的基本情况都欠缺足够的了解。更何况深入了解政治、经济、法律、税收等与经营息息相关的政策信息。不少企业家仅凭自己的一腔热情和直观感觉,盲目地“进入到”拉美市场后发现困难重重,举步维艰。

(四)缺乏面向拉美的专门人才,加大了企业走进拉美市场的难度

由于长期以来拉美地区没有引起足够的重视,因此,浙江企业也缺乏西班牙语、葡萄牙语、熟悉拉美地区法律和税法等情况的综合性人才的储备。企业“走得出去”派不出人才到拉美当地工作,这些无疑会为浙江企业开拓拉美市场加大难度。

四、促进浙江开拓拉美市场的对策建议

浙江作为中国改革开放的前沿阵地,理应高瞻远瞩作为全国开拓拉美市场的“先行者”和“排头兵”。要使得浙江中小企业能够开拓拉美市场,既能够扎下根,又能够获得长足的发展,需要政府的政策倾斜和大力支持。

(一)开拓思路,在顶层设计中要重视拉美市场

由于传统上浙江省对外经济贸易的主战场是亚洲和欧美市场,对拉美市场缺乏足够的重视。在后金融危机时代,浙江省政府首先要做的是转变思路,重新认识世界经济格局中拉美市场的重要地位,力求体现在政府的各项工作中。

要提高对拉美市场的战略地位的认识。中共浙江省第十三次党代会报告已经明确提出:“抓住世界经济格局调整的新机遇,加快构建主动有为、层次多样、内外联动、布局合理的开放型经济新体系。”在这个开放性经济新体系中,拉美必然是重要的一环。在保持对亚洲和欧美市场等传统市场的稳定的基础上,将对拉美市场的开放提高到新的战略高度。《浙江省国民经济和社会发展第十二个五年规划纲要》提出:“出口市场多元化。在深耕和巩固欧美日等传统出口市场的同时,努力扩大东盟、中东、东欧、南美等新兴市场出口。”其中已经提及到南美新兴市场,但也体现出对拉美整个市场认识的不足。事实上,除南美之外的墨西哥和中美洲及加勒比地区,也是浙江省对外开放中不可忽视的重要区域。换句话说,对整个拉美市场的全面开放,应该上升到一个新的高度。

(二)加强宣传,增进浙拉企业之间的了解

鉴于拉美与浙江之间相隔遥远的“空间距离”和人文交流有限的“心理距离”,政府首先要承担起“指南针”和“宣传筒”的双重职能,为浙江企业和拉美之间牵线搭桥。一方面,加强对省内的企业在拉美方面的宣传,为企业开拓拉美市场提供有效的引导和知识准备。政府向浙江省企业提供与拉美

相关的书籍、研究报告、信息,组织浙江省企业进行拉美地区投资贸易相关的法律、税务、产业发展、历史文化等相关知识的培训,推进浙江省企业对拉美国家和企业的了解。另一方面,省政府可利用出访、考察等交流机会,主动“走出去”,向拉美国家的政府、企业介绍浙江省情和企业的基本情况。省政府领导出访拉美国家的代表团可加大企业家组成的比例,定期在拉美国家举办“浙江月”“企业周”等形式多样的活动,向当地企业介绍浙江企业。

(三)打造各种商务平台,为企业开拓拉美搭台

省政府目前拥有的许多商务平台可适当向拉美地区倾斜:如在浙江省举办的中国浙江投资贸易洽谈会、中国杭州西湖博览会、中国浙江商务周、中国中华老字号精品博览会、浙江省连锁加盟展览会、中国浙江国际餐饮产业博览会、浙江省百强外商投资企业峰会等商务平台,可以加大力度引入拉美国家的企业,帮助拉美企业了解浙江的文化和企业,实现两地企业与企业家之间的对接。

进一步发挥“中国—拉美企业家峰会”这一交流平台,动员浙江中小企业参会参展,加强与拉美企业的交流。对于浙江省已经参加的巴拿马国际贸易博览会、巴西圣保罗国际建材博览会、阿根廷国际汽车配件展览会等活动,应进一步夯实与主办方之间的合作,通过设立“展中展”“馆中馆”等形式多样的展览,向拉美国家宣传浙江省企业。在财政上给予资金扶持,鼓励企业赴拉美设立营销网络平台。

(四)出台财政、金融、税收等相关政策,进行重点扶植

财政政策方面,可在扶植企业“走出去”的专项资金中适当向开拓拉美的企业倾斜,探索浙江省中小企业开拓拉美市场支持基金,打造一批浙江优势产业在拉美聚集发展的基地,支持有条件、有实力的中小企业实施海外并购方式开拓拉美市场,快速获取核心生产要素,培育跨国公司,对海外投资项目考察、营销费用、项目贷款符合相关条件的企业,给与政策优惠、补助或者贴息,对在开拓拉美市场中成效良好的企业进行重点培育,对发展远景广阔但暂时遇到困难的企业予以扶植。

(五)加强外语专业建设和研究智库建设,大力培养面向拉美地区的外向型人才

中小企业走进拉美市场意味着对西班牙语、葡萄牙语等语种人才的巨大需求,同时也需要了解拉丁美洲政治、经济、文化、法律等全方位的知识,需要智力支持。这就对外语专业人才培养和研究机构建设提出了更高的要求。应尽快对原有的专业学科的培养内容进行适当的调整,如将国际贸易、国际经济、旅游管理、应用经济学等学科融入拉美方向,培养学生成为既掌握拉美领域的贸易、经济、旅游、税法等方面的知识,又具备西班牙语、葡萄牙语等基本语言能力的复合型人才。

参考文献:

- [1] 8 000 亿元民间资本很多路可以走[N].每日商报,2012-11-24.
- [2] 第六届中国—拉美企业家高峰会圆满落幕[N].杭州日报,2012-10-22.
- [3] 吕宏芬,郑亚莉,赵智展.浙江企业开拓拉美市场面临的机遇与挑战[J].浙江学刊,2013,(5).
- [4] 邵建春.我国对拉美新兴市场出口的影响因素研究[J].国际贸易问题,2012,(6).
- [5] 宋树理,赵银德,宋海英.浙江中小企业拓展拉美市场的调查与分析[J].对外经贸实务,2012,(1).
- [6] 唐俊.浙江中小企业“走进”拉美市场的现状与原因[J].对外经贸实务,2014,(4).
- [7] 吴晔,汤洪宇,陈雪芬.浙江省民营企业开拓国际市场研究[J].中小企业科技,2007,(5).

[责任编辑 王晓燕]