

# 把握成功的要诀

## ——开拓肯尼亚、南非机电产品市场的思考

张 骥

多年来,我国对非洲机电产品出口虽有较快增长,但仍停留在低水平上。我国对非洲机电产品年出口额仅为14亿美元,占其机电产品进口量和我机电产品出口总额的比例均为2%左右。但实际上,中国机电产品在肯尼亚、南非乃至整个非洲受到欢迎的程度远远超过人们的预料,我国机电产品在非洲占有明显的比较优势,大多适销对路,市场潜力巨大。只要抓住有利时机,深入研究其市场特点,调整市场营销策略,国家因地制宜地加以扶持,完全有可能使我国对肯尼亚、南非乃至整个非洲的机电产品出口取得突破性进展。

### 正确认识

南非、肯尼亚市场是一个正在发展中的市场,机电产品进口需求旺盛,其突出特点是:

(一)机电产品进口需求持续上升 南非拥有4060万人口,人均国民收入约3000美元,是非洲大陆经济最发达的国家。尽管其国土面积只占整个非洲的4%,人口只占5.8%,其工业产值占全部非洲的40%,GDP占25%,发电量占45%。南非先进的交通、电力、通讯

等工业基础设施和富有的矿产资源以及制造业的雄厚基础,是其经济可持续发展的动力。南非是非洲进口机电产品最多的国家,而且呈逐年上升趋势,1998年已达140亿美元,约占其进口总额的50%。近年来我国对南非机电产品出口虽然发展较快,但规模不大,1998年只有2.76亿美元,占南非进口机电产品总额的2%。

肯尼亚是东非经济实力最强的国家,拥有约3000万人口,人均收入340美元,年进出口额达50多亿美元(以工业制成品和工业原料为主)。1998年我国对肯出口机电产品5290万元,扣除6架飞机出口额,只有3000万元,仅占其机电产品进口额的3.5%。肯机电产品基本依赖进口,经济和贸易不断发展,随着肯政府与国际货币基金组织和世界银行合作研究提出的,到2020年争取实现新兴工业化国家发展战略的实施,今后肯对机电产品的进口需求将逐年增加,为我国机电出口企业提供了空间。

(二)南非机电产品市场消费层次较多,肯尼亚则以低档机电产品需求为主 南非经济既有发达国家的特征,也有发展中国家的特征。

占全国总人口13%的白人,其收入占全国的54%,购买力占全国的60%,而广大黑人的收入只占全国的36%,只拥有20%的购买力。因此,南非一方面存在与发达国家一样的白人消费市场,另一方面也存在与非洲其他国家消费水平相似的黑人市场。南非有一定的机电工业基础(如汽车工业),但门类不全,水平参差不齐,电子类商品、运输工具及配件、成套机电设备、家用电器、通讯设备、农业机械、仪器仪表等主要依靠进口。我国的机电产品档次和品种较多,不仅适合白人市场的需要,而且也适合广大黑人市场的需求。

肯尼亚工业基础十分薄弱,机电产品绝大多数不能自产,主要依赖进口。我国机电产品比较适合肯尼亚的经济发展需要和消费水平,而且价格具有明显的优势。目前,我国出口的运输设备、自动数据处理设备、五金工具、家用电器、自行车及零件、灯具、电池、电线电缆、自行车、建筑机械设备、农业生产所需的小型水电设备、柴油机、电动机、拖拉机等机电产品,在肯尼亚受到普遍欢迎。

(二)南非、肯尼亚都具有较强

的辐射功能 南非是南部非洲经济共同体(SADC)和南部非洲关税同盟(SACU)等非洲地区性经济组织的成员国,可在区域内实现商品、货物以及货币的自由流通。南非有发达、完备的商业连锁销售系统,其分支机构不仅遍布南非各个城市,而且也广泛分布于周边各国。此外,南非还拥有发达、完善的海、陆、空交通运输体系和保险体系,其现代化的交通网与这些地区相连,发达的港口设施及高效率的运输系统可为整个地区市场服务。因此,南非具有很强的转口功能,对周边国家市场的影响较大,是我国进入南部非洲市场最便捷的通道和桥梁。此外,南非还是 WTO 等国际经济组织的成员国,欧美等发达国家对南非商品实行市场开放,低关税,无配额,因而通过在南非投资还可把我产品转销欧美等发达国家市场。

肯尼亚与乌干达和坦桑尼亚组成“东非共同体”组织,实行三国间货币可自由兑换。取消了双重征税制,三国间放宽人员、货物和服务跨国界流动的限制,统一使用东非护照,通过向肯尼亚出口,可辐射东非三国,对加强我国与东非三国的经贸合作具有重要作用。

(四)南非、肯尼亚机电市场容量较大,且偏好西方国家产品的观念和意识根深蒂固 近年来,南非的贸易伙伴主要是欧洲国家,进口的前十位国家和地区是:德国、美国、英国、日本、伊朗、意大利、法国、台湾省、荷兰和瑞士。从这些国家和地区的进口额占南非进口总额的65%以上(我国列第14位)。肯尼亚机电产品市场份额的绝大部分被英国、日本、法国、意大利、荷兰所占

有。开拓南非、肯尼亚以及其他非洲国家机电产品市场,就是与西方发达国家的机电出口企业竞争,从西方“列强”手中抢夺市场,同样面临着激烈的竞争。

### 开拓要诀

(一)一定要设点有人 我机电出口企业开拓肯尼亚、南非市场面临两大挑战,一是面临西方国家以及亚洲一些国家强有力的竞争;二是必须改变他们认为只有西方国家产品质量才过关的保守观念,让其认识和信任我国的机电产品比我国了解他们市场更为重要。适应这个特点,开拓这样的市场一定要设点有人,一是指我出口企业在当地设立贸易公司、合资企业、代表处或派人常驻;二是我出口企业在当地物色和选定比较好的经销代理。设点有人,就能及时了解市场,捕捉信息,作出快速反应,以合适的方式推销产品,反馈和解决产品咨询和售后服务问题。据了解,近几年来我国到肯尼亚、南非以及其他非洲国家的贸易团组不少,赴肯的每年在50个以上,到南非的近500个。来去匆匆,做成买卖的极少,大多没有成交或成交有限,有些甚至轻率许诺,回国后便石沉大海,造成负面影响。

目前,我出口企业在肯、南设有一些点,派人不多,但成效明显,有些已打开局面。深圳中兴通讯股份有限公司在肯尼亚的代表处就是其中一个。这个点只有一个人,学技术出身,外语很好,开拓进取精神强,采取在肯国家电信公司 KPTC 办班介绍本企业的通讯设备技术先进性,邀请肯方参观公司等多种方

式,取得了信任,终于打开了肯尼亚电信市场。中兴公司以自己雄厚的技术实力,先进的产品,明显的价格优势,击败了已经进入肯市场的爱立信、NEC、阿尔卡特和摩托罗拉等公司,获得并成功完成了肯尼亚第一个会议电视项目,之后又承接了 CDMA 无线接入系统的试验局合同,合同金额超过 200 万美元。这是肯尼亚政府引进的第一套会议电视和 CDMA 系统,会议电视设备的4个终端分别通向 KPTC 总裁办公室、肯尼亚邮电大学会议室等4个重要场所,KPTC 专家组对成功运行非常满意,并破例将中兴公司的 CDMA 无线接入试验局安排在首都内罗毕,按照惯例,即使是发达国家的设备都将试验局安排在首都以外的城市。目前肯全国交换机总容量仅为 30 万线,电话普及率不及 1%,肯政府已决定将会议电视和 CDMA 无线接入系统作为肯电信业引进和重点发展的对象。北京晨光公司派专人到肯开拓市场,经过几个月的努力,已销售电脑 200 台,利润率高于国内 20%,与西方国家的电脑相比仍有较强的竞争优势,现已开始与肯方商人着手办合资厂,组装电脑和彩电。

看来,开发非洲市场一定要有人常驻,要善于采取多种方式宣传,推销产品。为做到这一点,必须选派既懂当地语言又懂技术和贸易,具有开拓能力的人才。

(二)在金融支持上加大力度,并敢于放帐 肯尼亚与其他非洲国家一样,进口商或客户在贸易支付方式上往往不是采取信用证方式或全额现款,而是看货议价,先交一部分定金,货售出后往往要过 3—6 个

月才能付清余款;南非商人大多数也不愿开信用证。我国公司则以收汇安全为由只接受信用证付款方式,或现款一次付清,结果丧失许多贸易机会。因此,为开拓非洲市场必须要有现货销售,采用灵活的付款方式。

据企业反映,肯尼亚、南非进口商大多不愿以信用证支付或现款一次付清的原因,一是银行利率过高,一般为20%—25%,使进口商感到银行贷款利率负担太重;二是非洲国家大的贸易公司极少,订货批量小,财力有限。1998年肯尼亚直接从我国进口的商品只有1.5亿美元,而实际进入肯尼亚的超过4亿美元的商品,大多是从香港和东南亚国家转口所致,就是因为那里能灵活地接受进口商所要求的支付方式。事实上,肯尼亚、南非的进口商绝大部分人尤其是南非的大型商业连锁店是比较守信誉的,遭到恶意拒付的不多。我国机电产品要在非洲占有一席之地,也要敢于放帐。中国重型汽车集团和四川国际贸易工程公司在肯的合资公司积累了一些经验。他们搞现货寄售,20吨斯太尔重型卡车,可分期付款,第一次交30%的现款,其余在2年内付清,另加25%的利息,产权在款项付清后才能转移给客户。两年中如果逾期两月未能按时付款,立即按协议收回。由于客户大多买车去跑运输,而肯没有铁路,全是靠公路运输,所以运输赚钱有保证。即使出现不付款,因我掌握货物所有权,仍可就地处理,风险相对较小。据了解,肯每年需进口这种重型车2000辆,斯太尔卡车经过改进,质量和售后服务基本能满足需求,目前供不

应求。但由于是寄售,不是一次由外商订货,且金额不能一次达到有关银行的要求,国内母公司资金筹措十分困难,现在已几个月未发货。一些在肯的中资企业希望我国有关银行在肯建立分行,或者针对这种寄售方式放宽贷款条件(可为企业上出口保险),大力支持企业开展业务。

**开拓非洲市场  
要诀:一定要设点  
有人;敢于放帐;设  
厂发展带料加工出  
口;注意产品质量;  
加强援外工程承包  
与贸易相结合。**

(三)鼓励机电出口企业建CKD、SKD装配厂,发展境外带料加工出口 我机电出口企业在肯尼亚、南非开展的加工贸易项目已开始起步。在肯尼亚的电脑、电池、电视、重型卡机组装等项目即将实施;在南非的电视机、电冰箱、搪瓷不锈钢、汽车等组装项目已经投产,带动了我零部件、原材料出口,增加所在国的就业和税收,取得较好的经济效益。

我国机电产品的绝大部分适合在非洲销售,在当地设CKD、SKD散件装配厂,有利于开拓市场:一是可以合理避税,便于搞好售后服务,提高竞争能力,南非、肯尼亚以及其他非洲整机进口与部件进口征税差别较大。例如,南非电视整机进口

关税在35%左右,而散件只有5%—7%;二是可选择灵活的促销方式开拓市场,比如上海广电股份有限公司于1993年在南非成立的SVA南非公司70%的产品以当地名牌商标进入超市,30%以自己的品牌销售,而且可视情况灵活调整;三是可以适应市场需求,及时调整产品结构和业务范围,提高抗风险的能力;四是可以享受一定的优惠政策,上海在南非的9家机电企业去年享受南非政府补贴就达430万美元。

为推动我机电产品出口企业发展境外加工贸易,有关部门和金融机构应当切实加大支持力度。一是简化境外投资项目的审批手续,缩短审批周期。目前审批时间短则3个月,长则1年,企业实在难以等待,要真正体现审批从宽,管理从严的原则;二是正确处理竞争与保护的关系。国外市场不同于国内市场,面对国际同行的竞争,应当允许一定数量的企业在同一市场适度竞争,优胜劣汰,有利于扩大我机电产品出口。如果对市场情况并不十分了解,审批过于严格,往往保护了落后,而未能真正保护最先进入市场的企业,甚至使其他企业丧失机遇。海信南非公司就是一例(未经批准)。三是尽可能在非洲国家开设分行。由于在肯南当地融资困难,而且利率过高,企业迫切需要我金融机构在流动资金方面给予支持,并在外汇核销方面适当放宽,应与出口欧美市场有所不同。

(四)更要注意产品质量 对于肯尼亚等非洲国家(南非有所不同),我国机电产品大部分可以做到适销对路,虽然也有提高产品档次、

改进设计等问题,但更主要的是质量问题。一些机电企业对非洲国家缺乏了解,认识不够全面,认为非洲国家经济发展水平不高,消费水平较低,属于“三等市场”,甚至把南非当成推销积压滞销产品的场所,对产品质量重视不够。据有关调查表明,我对非机电贸易企业主要是中小企业或是个体户,而国有大中型机电企业不感兴趣,来者寥寥。当地客户经常对我机电产品质量提出抱怨和索赔,特别是近年来少数个体户和私营企业把假冒伪劣商品推入肯尼亚、南非市场,造成很坏影响。肯、南以及其他非洲国家对我机电出口实力和水平本来就不甚了解,多数客户一无所知,加上西方机电产品质量才有保证的观念根深蒂固,我机电出口企业如果不切实采取措施加以改进,确保质量,开拓非洲市场就是一句空话。

其实一些质量问题并非难以解决,如拖拉机机油加油口过低,拖拉机在坡地上作业时容易溅油;座位与制动器踏板距离过长不便操作,机后提升臂过短,经常与拖带的农具相碰等,只要在设计上稍加改进即能避免。至于螺丝松动,滚针轴承漏装,只要严格工艺纪律,加强出厂前的检查,也是完全可以防止的。

事实上,肯尼亚和南非对进口商品,尤其是机电产品采取了一些措施,有明确的规定,有些还很苛刻,应当引起我机电企业的高度重视。如进入南非的电子产品、运输设备、家用电器等许多产品都必须经过南非商检局 SABS 的检验,检验合格后才能在市场上销售。例如,一汽南非公司出口的 2.5 吨柴油小解放和 7 吨柴油解放牌卡车,

就是通过当地代理花了近半年的时间,对样车进行多次改进,通过 SABS 检验后才获准销售,三年来已销售近 300 辆。肯尼亚与一些非洲国家一样,自己没有技术能力进行检验,则按出口国别所属的不同区域,分别由与肯政府签署有协议的三家国际商检公司进行检验,在装运之前未经检验不允许进关。我国机电产品向肯出口的装运前检验机构是 SGS 中国办事处,其目的—是为检验商品的质量、数量,二是确定商品的实际货值,为肯海关征收关税提供依据,三是向肯政府提供可靠、及时的资料和统计数字。据企业反映,在中国的 SGS 更多考虑的是价格而非质量。由于参照的是发达国家的标准和价格,对我出口商品高估的现象比较普遍,企业强烈要求我商检部门与 SGS 进行交涉,以利于出口,或利用两国召开混委会的机会,改由我国商检机构进行检验,确保产品质量。

(五)进一步加强援外、承包工程与贸易相结合,带动机电产品出口 由于非洲经济和政治形势正在向好的方向转变,加之中东和拉美市场已基本瓜分完毕,对非洲市场的争夺将是下个世纪国际竞争的新焦点。西方国家近来十分重视非洲市场,美国、法国、德国、日本等国纷纷调整其外贸发展战略,增加援助,加强援助与贸易和投资的结合,以促进本国企业在非洲投资和开拓市场。在这种形势下,要迅速拓展非洲市场,取得大的进展,不能仅靠机电企业自身努力,要充分利用一切有利因素和条件,坚持各种经济合作形式一起上的原则,发挥援助、工程承包、贸易、投资等多种方式的综

合效应,全面加强与非洲国家的经贸关系,带动机电产品出口。首先,要发挥我驻外经商处的作用。加强高层次接触,调动政府与企业、官方与民间多层次、多方面的积极性,使非洲国家新一代领导人加深对中国的感情,增进对中国机电工业的了解和信任。我驻外经商处要鼓励和协助机电出口企业从大处着眼,小处着手,不局限于商业活动本身,广交得力朋友,定可事半功倍。第二,积极探讨多种形式的援外方式。一是将无偿援助与开拓市场、建立信誉结合起来,可针对受援国的需要,赠送我质量过硬的机电产品(如农机产品),每个市场同类商品,生产厂家要相对集中,品牌不宜过多,要有良好的售后服务。二是要本着公开、公平、公正的原则,通过竞争选择真正有实力的大中型机电生产企业直接承担援外项目,要逐步改变长期以来开拓非洲主要以外经公司为主的格局,确保项目的顺利进行和质量。第三,要鼓励我企业在对外承包工程中使用国产机电设备。非洲是我国对外承包工程业务开展较早的地区,业务遍及非洲所有国家,对外承包工程总额中设备支出往往占 30%,有些甚至高达 60%。在确保工程进度和质量的前提下,鼓励利用国产机械设备,一方面可以带动机电产品出口,另一方面可以宣传我国的机电产品,对同类机电产品大批进入市场起到很好的广告宣传作用。我国的压路机、装载机、挖掘机等机电产品,只要维修服务跟上,完全可以替代德国、日本等国的同类产品。

(作者单位:外经贸部机电司;  
责任编辑:杨德樵)