

一个年贸易额达到3000多亿美元的市场是不容忽视的市场。非洲正是这样一个地方，它不单有9亿人口和3000多万平方公里的土地，最重要的是它的资源是如此的丰富，而它的工业生产能力又是如此的落后。非洲大陆出口的产品主要是资源类的产品，而机械设备、日用品及药品等主要依赖进口。21世纪初仿佛启动了一个“非洲世纪”，这个曾被世界边缘化的大陆一夜之间成了世界关注的地方。近年来，非洲经济进入了快速发展时期。值得庆幸的，中国与非洲几十年来奠定的友好与合作的基础，使中国与非洲的贸易和投资合作具有无限潜力。

开拓非洲市场： 金融危机中的难得机遇

□ 王文明

CHINA - TODAY FORUM
101

正当世界的目光逐步朝非洲转移的时候，金融海啸发生了。当今的世界，似乎谁也无法在全球性的经济危机中独善其身，非洲也不例外。这场发生在美国由次贷危机引发的金融风暴虽然没有重创非洲，但也给非洲造成了很多的困难。同时我们也已注意到，在这场罕见的危机中，中国与非洲的经贸合作受影响的程度可能最小。“天时”、“地利”、“人和”都对中国有利。中国企业最有可能在非洲市场胜出。历史又一次将非洲的机会呈现在中国企业家面前。

目前，金融危机对西方国家经济的影响已经很大，自顾不暇的西方正在减少对非洲的援助，其开拓非洲市场的决心和手段被大大削弱。金融危机对中国经济影响虽然也不小，但中国抗击危机的能力比较强，其巨大的国内市场和可观的外汇储备是经济复原的资本。正因为有经济实力的支撑，中国对非经济援助和投资才不会因为经济危机而放慢脚步。鉴此，金融危机中的非洲，更希望加大与中国的合作，这对中国企业来说，



王文明先生非洲商机讲座

无疑是一次十分难得的机会。我们相信，非洲将进一步为中国敞开大门，会把更多的项目交给中国企业，也愿意从中国扩大进口。

调整产品结构 实现双方共赢

近年来，中国与非洲各国政府都采取了一系列措施，以促进双方的经贸合作。中国政府鼓励有实力的中国企业到非洲投资经商，通过中非发展基金、援外资金、进出口银行的信贷资金、中小企业发展基金等支持企业开展与非洲的经贸合作。企业可以申请获得这些资金，也可以申请获得赴非考察和参加展销会所需资金的补助款。为鼓励和支持中国企业到非洲投资而设立的中非发展基金将由10亿美元逐步扩大到50亿美元，投资所带动的贸易促进作用给中非合作带来无限商机。同时，中国对来自非洲的400多种产品实行零关税，这为中国企业进口更多的非洲产品创造了条件。

另外，从非洲市场的结构来看，中国企业胜出的可能性也比较大。非洲虽然落后，但各国情况千差万别，它有33个世界上最不发达国家，也有10多个国家人均国民生产总值超过3000美元。同时，具体到某个国家，其市场通常也是多层次的：低端小商品市场；印巴人的商店；高端客户市场，或品牌专卖店。

中国不仅是轻纺五金日用百货产品的生产中心，同时，这些产品的价格有着不可比拟的优势。目前，从事对非相关产品出口的中国企业及个人越来越多，销售渠道逐渐成熟。到目前为止，有约40万中国人在南非，20万人在安哥拉，10万人在尼日利亚，5万人在苏丹。这些人除了一大半是劳务人员外，其他人主要是从事普通产品的贸易。在阿联酋的中国人有15万，那里有中国产品销售中心，有很多中国的商店和批发点，非洲人往往直接在那里进货。另外，现在很多非洲人直接涌向中国。在广州、义乌等地就有约5万非洲人，他们来到这里自己访问工厂，直接采购，然后把满意的产品运回非洲。目前，非洲国家每年来中国参加广交会的商人越来越多；中国企业也积极参加在非洲的各种博览会、展览会。中非合作论坛北京峰会和2008年北京奥运会，一个友好和强大的中国吸引了更多的非洲人与中国人做生意。

中国企业可能面临的最大挑战来自于高端客户市场或者称高附加值产品市场，包括高科技产品、机械设备、运输工具、电子电器、药品等。首先，非洲传统上是欧美产品的天下，非洲人喜欢欧美的品牌产品，也使用欧美的技术标准；另外，日本韩国的产品也已在非洲获得高度认同。

而中国小商品中极少部分产品存在质量问题，中国企业在非洲经营的品牌意识差，售后服务和零配件供应不到位，仿名牌时有发生，从而使中国产品形象受到影响。但尽管有这样那样的困难，我相信，危机会迫使中国企业重新思考自己在非洲的行为，并逐步调整自己，适应非洲。中国企业有这样的能力，得益于在国内市场的千锤百炼以及逐步形成的售后服务和品牌意识。金融危机发生以来，每天来我们办公室咨询非洲业务的企业越来越多，且来访企业的实力越来越强，他们的产品质量很好，也有心在非洲打响自己的牌子。

1999年，中非年贸易额还不到100亿美元。2008年接近1100亿美元。年均增长都达到30%-40%，受金融危机影响，中国对非出口可能有一定回落，但从中非贸易近年发展情况看，中国产品出口非洲的强劲态势不可能在金融风暴中完全消失。

从中国对非出口产品结构来看。过去，中国产品主要还是一些中低端的产品。在地摊上，中国小商品不少。以前非洲人不会摆地摊，后来是跟着中国人学的，也会摆地摊了。前些年，我去非洲考察，我非洲的朋友总是指着地摊上的产品说，“look, everything Chinese”（看，都是中国货）。他说话的口气似乎赞许多于指责，但那时我还是感到难堪。我每年去非洲三到四趟，目前在非洲的大超市和专卖店，我注意到，中国产品还是比较少。电器主要是松下、SONY、东芝和三星的天下；汽车也主要是日本和韩国及欧洲的；街头的广告牌大多是当地的产品和日本、韩国和欧美的产品；柜台也是他们的天下。但令人高兴的是，我们已经能越来越多地看到中国海信、海尔、新科的家电，在埃及能看到中国汽车的专卖店，大街上也能看到中国的奇瑞、长安汽车，金城、力帆摩托等。甚至中国的飞机也已出口到非洲，而尼日利亚的卫星发射也使用了中国的运载火箭。

开发新产品 拓展新市场

近年来，非洲经济进入了快速发展时期。非洲很多国家开始了国家重建，特别是加大了基础设施建设。同时，非洲国家纷纷采取“向东看”的政策，重视与中国的合作。中国在非洲投资开发呈现全面发展的态势。中国在非洲的投资总额已接近100亿美元，项目达到800个。由各种工

程建筑、电信等项目带动的出口越来越多。尤其是在建筑工程、通讯及矿产开发方面。比如，中铁集团在安哥拉的铁路维修项目中，一次性从国内采购的钢轨就达到4亿美元；一次性进口的汽车就达到600多辆。此外，中非论坛北京峰会以来，中国加大了援助非洲的力度，援外项目在带动对非出口方面发挥了更大的作用。同时，中国在非洲尼日利亚、赞比亚、埃及和埃塞俄比亚建立经贸合作区，这也有利于带动对非的产品出口。

近年来，我们在工作中发现，虽然我们的普通小商品出口到非洲越来越难，但非洲所需要的有一定技术含量的高附加值的产品其实很多是中国可以供应的。经过30多年的改革开放，中国已经成为世界第三大经济体，不少中国产品，其质量过关，价格只有欧洲类似产品的一半或三分之二，完全可以在非洲市场立足。但是，问题在于，非洲商人缺的就恰恰是这方面的产品信息。甚至根本不知道或不相信中国可以生产。另外，很多中国企业对非洲市场也缺乏正确的认识 and 了解。对于这些产品，中国企业应抓住金融危机的机会，加大在非洲市场的宣传与开发力度。

下面就我们最近工作中接触到的几个具体产品的实例来说明：

电脑：非洲客户的要求很简单，电脑要有售

后服务，要有零配件供应，在刚开始阶段，一定要在非洲当地有一个展示的店，里面有零配件和技术人员可以维修，这样可以给当地消费者信心。

机顶盒和影视设备：非洲国家的电视系统正从模拟向数字过渡。他们最近不停地向我们了解中国机顶盒的生产情况。而非洲的影视公司和机构，也在向我们了解中国的相关产品，希望从中国进口大量的影视设备。

建材：我们最近与科特迪瓦有关机构签约，帮助建设一批住宅。算下来到科国装修一套120平方米的房子，成本加运费只有10万人民币，可以预见的是，中国这样的材料今后在非洲将有十分广阔的市场。

发电设备及输变电设备：去年我们在与南非政府的联系中了解到，他们希望引进大量的小水力发电设备，以便改善南非的电力供应和环境。其实在南非通过煤发电，其电力供应是算比较好的。非洲缺电的国家很多，很多国家希望引进各种发电设备以及与其配套的输变电设备。

垃圾处理，废钢铁和废塑料回收设备：非洲城市和乡村垃圾处理一直是个问题。非洲国家对此十分重视。他们特别喜欢那种变废为宝的技术和设备。比如，非洲国家表示，希望采购大批的秸秆炉，用于利用废弃的秸秆生火做饭，同时保



王文明先生考察津巴布韦农场

保护环境。另外，非洲客户希望进口一批设备，用于废钢铁和废塑料的回收与加工。加工出来的产品可以供应非洲当地的需要。到过非洲的人都不难发现，非洲遍地是废钢铁没有回收，废旧塑料回收也几乎为零。如果能回收的话，不仅可以改善环境，还可以提供大量当地建设所需要的材料。

汽车与船舶：最近几年，非洲希望从中国进口汽车的客户逐渐多了起来。主要希望采购大客车、卡车和轿车。我去年到埃及访问，当地的埃及朋友告诉我，你们的汽车确实很便宜，但我们非洲人不傻，我们其实是很关注产品质量和售后服务的，只要你们能在这方面做的好，我们很愿意买中国的产品。另外，非洲人还希望从中国进口用于轮渡的渡船。非洲很多地方交通不便，缺少桥梁，又没有船舶做轮渡，迫切希望进口大量的渡船，以有效解决交通问题，这对于中国有关企业是个很好的机会。

机械设备：非洲的工业落后，非洲人希望从中国进口各种机械设备，包括农业机械、印刷机械、造纸机械、注塑机、食品加工机械、包装机械等。中国的设备价格低廉，技术适中，很适合非洲的需要。

药品：在科特迪瓦有很多中国诊所，但少数人是在卖假药。我们在当地的非洲朋友说，我是专门做药品的，我知道你们中国有很好的药品，遗憾的是被引进到科特迪瓦的不多。中国企业完全可以在非洲建药厂，通过半成品的加工带动对非药品出口。

接受挑战 励精图治

危机给中国企业进一步拓展非洲市场创造了机会，但是，中国企业要抓住这次机会，尚有困难要克服。最突出的是要走出产品同质化的困境。我认识一个朋友，在尼日利亚做贸易，国内很多厂家去找他，给他很好的条件，先将货发给他，以后再结算，但因为这些都是鞋子服装之类的产品，这样的货发过去既没有用，也卖不掉。结果大量积压在当地，最后他自己只好一跑了之。从2005年以来，我三次考察尼日利亚中国商城，每次我都仔细地问那里的中国商户，生意怎样，碰到什么问题。通过调查，发现他们的日子越来越难过，他们也越来越悲观。那里大家卖的产品都差不多，没有太大的区别。这样的生意肯定没有办法一直做下去。

总体来说，中国企业在非洲是受欢迎的，为当地经济与文化发展做出了积极的贡献。但是，也存在少数假冒伪劣，部分产品缺乏零配件供应和售后服务，少数产品有环境问题；同时，竞争激烈，价格战和仿名牌经常发生；极少数中国商人对当地风俗习惯、风土民情、宗教信仰缺乏了解和尊重。这一定程度上影响了中国企业的声誉和形象；同时，对当地的纺织服装业造成了一定的冲击，引发了南非、津巴布韦、埃及、肯尼亚和尼日利亚等国的贸易保护措施，诸如大幅度地提高相关产品的关税。同时，也引起了当地人、甚至印巴和欧美商家的不满。

每个中国企业都应该认识到，中国在世界的形象与中国在非洲的形象是密切相关的；而中国在非洲的形象与每一个在非洲开展经营活动的中国企业及其产品是密不可分的。每一个走进非洲的中国企业都应该从自己做起，珍惜中非人民长期以来建立起来的深厚友谊；尊重非洲人民，认真对待非洲市场，加强售后服务，提高品牌与环境意识，树立与非洲双赢的理念，将适合当地市场、质量信得过的产品引进到非洲。只有这样，中非之间的贸易合作才可以真正实现可持续发展；也只有这样，金融危机带给中非贸易发展的机遇才有望从可能变为现实。■

王文明简介：

1988年毕业于上海外贸学院，1995—1996年在英国留学，获得工商经济硕士学位。1988—1999年在外经贸部工作，曾任副处长，并于1990—1993年派往中国驻埃及大使馆担任外交官。1999年创建非洲投资网。现任中国非洲问题研究会常务理事和中国非洲人民友好协会理事。

1988年至今，一直从事非洲工作。先后出访非洲28个国家，受到非洲多位国家领导人及部长的接见；王文明先生是《前沿讲座》电视节目特约嘉宾，其5集电视系列片《非洲的投资机遇》在中国地方100多家电视台播放。先后发表过30多篇对非投资经商的文章，并曾在哈佛商学院、布鲁塞尔欧非论坛、联合国论坛、商务部论坛、北大讲坛、社科院论坛、贸促会投资论坛发表演讲。组织策划了20多场中非贸易投资论坛，在中非商圈引起反响。

责编/王 昆