

中巴经贸关系与中国新移民华商

高伟浓

(暨南大学国际关系学院/华侨华人研究院,广东 广州 510632)

摘要:巴西和中国分别属于南北半球最大的发展中国家。20世纪70年代以来,中国与巴西的经贸关系不断发展,21世纪时两国经贸往来持续迅速攀升。来自中国大陆的新移民(新华侨华人)来到巴西,成为巴中经贸往来的主力军。他们将中国的小商品进口到巴西,满足巴西民众的需求。随着中国小商品质量的提高,华侨华人的形象和中国国家形象也随之进一步提升;与此同时,新移民还利用自己熟悉当地政情国情民情的优势,先后将其他很多中国商品和高技术产品进口到巴西。到今天,华侨华人华商则尽力帮助有实力的中国企业进入巴西,在巴西开展投资合作,他们为发展祖国与巴西的经济文化往来做出新的贡献。近年来,中巴关系朝高水平、多层次和宽领域发展,为发展中国家合作树立了良好典范。

关键词:命运共同体;中巴;经贸关系;新移民华商;发展中国家

中图分类号:K 1

文献标识码:A

文章编号:1000-260X(2019)04-0134-11

巴西和中国分别属于南北半球最大的发展中国家,两国的发展目标和战略以及所面临的机遇和挑战相似。1993年两国建立战略伙伴关系。2013年,两国关系提升为全面战略伙伴关系。两国政治互信逐步加深,合作领域不断拓展,高层交往和对话日益频繁,彼此在国际事务中多保持沟通和协调。近年来,中巴关系朝高水平、多层次和宽领域发展,为发展中国家合作树立了典范。中国还十分重视巴西在拉美一体化和中国企业走进南美方面的影响力。巴西也对深化南南合作、参与全球经济治理方面有自己的使命感。2014年7月,习近平主席在出席中拉领导人集体会晤时,又进一步提议构建“中拉命运共同体”的设想^[1],将包括中巴关系在内的中拉关系提升到一个全新的历史高度,巴西在中国整体外交布局中的地位日益提升。

一、“中国制造”走进巴西过程中的新移民华商

当代中巴经贸关系的发展与巴西自身的发展历程息息相关。众所周知,工业化是现代化的核心。以工业为核心的实体经济是国民经济的基石,也是后发国家迈向现代化的必经阶段。巴西早在19世纪80年代就开始了工业化的进程。到20世纪70年代末,巴西已经建立起较为完善的工业体系,拥有门类齐全的基础工业部门,其中,1968~1973年期间,巴西经济更取得了10%以上的高速增长,被称为“巴西奇迹”。在1970年代末,巴西人均GDP也跨入了中等收入行列^[2]。但在1970年代后,巴西就过早地开始了“去工业化”(也称“去制造业化”),工业在整体经济结构中的占比就逐渐下降。特别是进入1980年代后,降幅更为明显,逐渐掉

收稿日期:2019-04-20

基金项目:国家社会科学基金重大招标项目“世界华商通史”(17ZDA228)

作者简介:高伟浓,暨南大学教授,博士生导师,主要从事华侨华人问题、国际关系和中外关系史研究。

入了“发展陷阱”。到2017年,巴西工业总产值在GDP中比重已下降到21%^[2]。

过早“去工业化”的后果,不仅仅表现为一个或几个行业的衰败,而是在于,在尚未完全实现现代化的情况下“去工业化”,其一,导致工业衰落,直接后果就是把就业人口“赶到”了第三产业,1981~2011年的30年里,巴西第二产业就业人口不增反降,第三产业就业人数大幅上升,且第三产业比重“虚高”。20世纪80年代以来,在高通货膨胀的情况下,巴西制造业的投入产出和金融业不成正比,产业投入长期不足,制造业萎缩,大量价格高昂的工业制品依赖进口。满街跑的车都不是国产品牌,电子电器产品大多是三星、索尼、惠普、苹果等,好一点的服装、箱包甚至文具用品都是外国品牌。与此同时,在没有高端制造业支撑的情况下,巴西的服务业也被困在较低水平;其二,在没有工业充分提供就业岗位的情况下,巴西贫困人口过高。尤其是在经济落后的东北部,竟有超过40%乃至近一半的人生活在贫困线下;其三,因为“去工业化”,巴西工业包括大工业企业生产仍集中在资源密集型领域,出口初级产品和中低端制成品,大量进口高技术制成品。也就是说,巴西被“钉在”全球产业链的低端。最终结果是,失去了工业这个经济增长“发动机”,巴西经济增长明显失速。同时,民众日常生活必需品多依赖进口。巴西需要进口大量中国小商品,也给华侨华人带来了商机。

除了过早“去工业化”造成的后果,巴西政府也没有蓄储的习惯(拉丁美洲各国当地人口皆如此),要筹措资金发展经济,政府只好向外国政府、财团、国际机构借款,因此巴西需要从每年出口所赚的外汇中拿出很大一部分来偿还外债,雪球越滚越大。面对债务负担,巴西被迫进行改革,放开市场。但放开市场后,巴西企业已无多少竞争优势。在这种情况下,巴西选择了一条发展消费型经济、推动第三产业扩张的道路。但在消费型经济中,各种福利政策开支消耗了巴西GDP的20%,其中政府养老金约占GDP7%,而基础设施支出却只占1.5%^[2],随之而来的是巴西经济在泥潭里越陷越深。

由于巴西经济严重依赖进出口,过去40多年间,巴西与中国的进出口贸易额不断攀升。1974年

中巴建交时,两国贸易额仅有1742万美元。1993年两国建立战略伙伴关系以来,中巴贸易总额不断扩大,贸易结构持续优化。但2008年世界经济危机以来,虽然巴西经济的基本面没有太大变动,但经济发展明显减速。巴西经济也与世界经济一样,进入了调整自己发展步伐的盘整期。2010年后双方相互投资呈现出良好的发展态势,开始实现大幅增长,非金融类直接投资比例上升。2012年全球经济“二次探底”,世界经济复苏乏力,巴西也大受打击,失去了刚刚获得的全球第六大经济体的地位,对外贸易严重下滑,但2012年中巴贸易仍然保持4.45%的小幅度增长^[3],可见两国贸易有厚实的底气。2013年,巴西是中国在拉美的第一大贸易伙伴,中国则是巴西的第一大贸易伙伴、第一大进口来源国和第一大出口目的地。这里不拟详细描绘两国贸易的增长曲线,但可以肯定两国贸易增长的主要时段是在中国改革开放以后,特别是21世纪以后。到2017年,中巴贸易额达到875亿美元,增长了近5000倍^[4]。

巴中进出口贸易的发展与巴西政府的对华经贸政策密切相关。按照拉美经济学家的普遍看法,拉美经济的增长并非来自内部,而是主要依赖原材料价格增长情况下的出口,依赖中国、美国和欧洲的需求。目前,这三大市场都在变化,表现在:欧洲和美国的经济重振乏力,中国在经过30年高速发展后开始转型。面对这一形势,巴西政府提出了在稳定出口市场的同时,寻求一条产业结构合理化和产能转型升级的发展道路。在这一过程中,巴西政府表示要优先发展对华关系,争取更多的市场红利。这一政策显然对提升巴中贸易有利,自然也水涨船高地对在巴西营商的华侨华人的生存和发展有利。当然,两国的贸易结构差别很大、互补性高也对提升两国贸易有利。

在巴西民间,活跃于巴中经贸中的几乎是清一色的华侨华人,准确地说,主要是这个时期前往巴西定居的新移民(也称新华侨华人)^①。他们主要从事从中国进口小商品^②,后来扩大到其他多种多样的“中国制造”产品。故下面所述,主要集中在新移民华裔从中国的原产地进口中国的产品上。这里所以提到“原产地”,是因为一些中国产品是经

过第三国出口巴西的,经过第三国的中国产品有时夹杂在别国生产的产品中一道出口巴西。对这两类型原产地都是中国的产品各自所占的比例,目前尚无法估算。

众所周知,自20世纪70年代末中国开始改革开放后,大量中国大陆新移民来到巴西。他们一方面壮大了巴西华侨华人社会的规模,另一方面也改变了华侨华人群体的结构。一说今天来自中国大陆的华侨华人约占巴西华侨华人总人口的60%。过去的中国新移民主要来自中国台湾地区(台港地区一般从20世纪60年代中期前后算起),也有少数来自中国香港,改革开放后则大量来自中国大陆,大大地超过了此前来自中国台湾等地的新移民。中国大陆新移民主要来自广东、江苏、浙江、山东、湖北、上海、安徽、江西、广西和北京等地。但由于1949年前到巴西去的广东籍华侨华人原先所占的比例就高,故改革开放后通过家庭团聚等渠道前往巴西的广东籍新移民人数也就相对较多,今天广东籍新老华侨华人数仍在巴西所有华侨华人中独占鳌头;江浙、山东籍新移民在所有新移民中所占比例排在前列,不少人为携资者。中国大陆新移民文化程度高低不等,资金拥有量多少皆有,各有知识专长。在巴西这样土地辽阔、人口众多、市场广阔、商机充足的发展中国家,可以广泛吸引各种各样的人才。

中国新移民来到巴西后,很快就成了巴西与中国(主要是与中国大陆)贸易的主力军。对比老一辈中国大陆来的华侨华人,这时候来的新移民眼光更开阔,既懂巴西国情商情,又通中国国情商情,在中国与巴西、中国与拉丁美洲之间的经济交往中发挥黏合剂作用。他们既坚守老一辈华侨华人的经营传统,又愿意尝试现代的商业经营模式。很大一部分新移民从到达目的地伊始,就把经营方向定位在巴西的进口贸易上。

到了20世纪90年代,中国新移民人数继续增长,成为中国开拓巴西市场的先锋。中国新移民中约60%~70%的人从事批发业,10%~15%从事进出口贸易。他们的货源都来自广东和浙江,这时候主要是进口日用生活消费品(俗称小商品);其经营者多来自福建省的福州、连江和莆田。若对小商

品进一步划分,非广东籍的新移民喜欢做当地需求量比较大而价廉的物品,如服装、运动鞋(多冒牌)、低档玩具等等。他们相互之间喜欢“跟风”,往往集中做同一种买卖^[9]。发展到今天,新移民在巴西的进口贸易中发挥着越来越大的作用,为巴中两国间经贸往来的扩展做出了不可替代的贡献。

巴西属于一个传统华人与新移民人数相对均衡的国家。究其原因,是因为这个国家华侨华人移民的历史比较早,经过长期的人口繁衍,在中国新移民大量到来之前,就已经形成了一个人数可观的传统华人群体。由于巴西自然条件好,很少社会动乱,没有发生过战乱,一般来说,早年的华人一旦居住下来就不会轻易再移民他国了。因此,巴西传统华人的数量一直在稳定增长。应该注意的是,巴西虽然是南美洲第一大国,土地面积几乎为南美洲的一半,但整个国家的大部分内陆地区长期没有得到开发,基本上处于原始状态。历史上的华侨华人居住地基本上是在巴西东部沿海地带,特别是沿海城镇,以经商为生。另外,巴西的环境对吸引中国新移民十分有利。由于巴西是一个基础工业发展薄弱的国家,需要进口大量日常生活消费品,作为南美洲大国,其对日常消费品的需求量明显大于其他拉美国家。改革开放后的中国是日常生活消费品的重要生产国,产品价格低廉,在巴西适销对路。于是,大量新移民来到巴西后,便开始从事以日常生活消费品进口为主的巴中贸易及其相关的延伸性行业(例如以中国小商品为主的百货经营)。所以,很多人的移民目的非常明确,到了巴西后就经营这些行业,从而直接成为巴西的新一代华商,尽管他们在家乡时还是面朝黄土背朝天的农民。显然,由于巴西日常生活消费品进口量大,直接导致中国新移民数量的增多。

从事进口贸易的华商,一般都直接从中国进货,在巴西批发和零售。这里且以浙江两个地方的华商为例:一是青田华商。2001年,巴西全面开放,从中国直接进口的贸易勃兴。以价廉物美著称的中国小商品深受巴西民众的欢迎和喜爱。这时候,在巴西“潜伏”已久的浙江青田人开始吃第一个螃蟹。他们马上涉足进出口业务,大量进口中国商品,迅速形成贸易、批发、零售、仓储、租赁等分支

行业,一兴百兴。二是义乌华商。众所周知,义乌是改革开放后中国小商品著名的集中批发地。从这里流出的小商品,不仅运往中国各地销售,还销往世界各地。巴西市场上就有很多来自义乌的小商品。随着义乌小商品销往巴西,一批又一批的义乌商人也来到巴西。他们在不通当地语言、民俗和法律的情况下,开始了筚路蓝缕的艰辛创业历程。他们把义乌市场与巴西市场有效地连为一体,扩大了义乌小商品在巴西的知名度,也扩大了中国的影响力。目前在巴西的义乌籍华侨华人不少。据估计,仅在圣保罗市的义乌籍同乡人数已超过200人,是义乌人在国外较为集中的地区之一,其祖籍地为义乌的稠城、江东、廿三里、义亭、佛堂等镇和街道。他们在圣保罗主要从事超市经营、小商品国际贸易。

客观地说,在巴中贸易中,中国小商品在当地的品牌形象经历了一个由差到好的过程。特别是在20世纪80年代到90年代末乃至延续到21世纪初,中国小商品的品牌形象的确不佳。品牌形象不佳会影响商品的销售量,但这段时期中国商品尚能维持不错的销售量,主要是依赖低价优势,此外还有巴西巨大的消费需求。巴西是拉美最大的经济体,人口众多,市场需求广阔。但中国小商品的销售量不能仅靠低价优势维持而罔顾质量保障。如果长期这样,势必在其他各国同类商品面前失去竞争力。21世纪开始以来,中国商品逐步改变既往的品牌不良形象,进入巴西的优质小商品越来越多。如果说在21世纪初以前的“中国制造”在巴西是劣质产品的代名词的话,那么到后来,“中国制造”便一步一步地赢得巴西消费者的信任。当然,“中国制造”声誉的建立,自然不只发生在巴西,同时也发生在世界上其他国家和地区。这主要归功于中国国内生产厂家坚持不懈地提高产品质量的努力,也归因于中国商品在出口国日益增强的适应能力和新移民的销售技巧,包括质量保障和售后服务等。对新移民来说,这方面的服务还刚刚开始,今后还需进一步努力,以期“中国制造”在巴西的销售过程(包括质量、价格和售后服务等各个环节)都得到改善和保障,并且深入人心。

中国商品品牌形象是否改变,与巴西华侨华

人的形象成正相关关系,因为华侨华人(确切地说应为中国新移民中的华商群体)是中国品牌的代理人。显然,中国商品品牌形象的改变,在巴西华侨华人社会中具有极为重要的意义。如果中国商品品牌形象差,华侨华人的形象就差,他们在当地的生存发展和融入当地的努力就会受到严重影响。但是,一旦中国商品品牌形象得到改善,就意味着从事这个行业的华侨华人形象变好,从而连锁性地使整体的华侨华人形象向好的方向转变。

虽然在一段不短的时期内华商从中国进口的货物主要是日常消费品,但到了今天,“中国制造”的范围在日益扩大,已经从过去的日用消费品扩大到许多门类的产品,包括高技术产品。毕马威国际咨询机构的中国项目合伙人丹尼尔·劳(Daniel Lau)指出,中国一直在巴西乃至全世界的市场扩展,希望能够将中国的品牌推广到全球。他还说,“所有的东方品牌在巴西进行推广时都遭遇了消费者的信任挑战,但中国的品牌比其他国家的品牌更快地适应了巴西市场”^[6]。例如,中国汽车、科技和电子行业的品牌已经在巴西市场中占据了一席之地。据丹尼尔·劳说,日本的车辆品牌用了25年的时间才在巴西市场占有一席之地,韩国用了15年,而中国只用了10年时间就让中国品牌在巴西汽车市场中占据了一部分的市场份额。再如,中国智能手机等电子产品非常受巴西消费者欢迎。在2018年4月到6月间,华为手机成为全球仅次于三星的最畅销手机品牌,甚至比苹果手机的销量还高。2018年华为已经在巴西运营企业网络和电信设备^[6]。

巴西圣保罗的自由区(葡文为Bairro da Liberdade),当地人习惯称之为“东方街”,原是日本移民最集中的区(号称是日本本土外最大的日裔居住区)。有人推算,巴西有25万左右(一说已达30万)的华侨华人,有60%就居住在圣保罗州各地。自20世纪中期以来,自由区的华侨华人越来越多地将之作为主要居住区。但从20世纪80年代开始,中国大陆来的新移民开始进驻东方街,从而改变了东方街社区的人口构成及空间分布。到今天,由于华人商家增多,这里变成了名副其实的“中国区”,在某种意义上,也可以叫作“中国小商品区”^③。东方

街附近有一条“3月25日街”(简称“25街”),形成于20世纪60年代至80年代中晚期,当时就是传统华人开拓和发展起来的,但传统华人在这里经营的时间比较短。到20世纪80年代以后,这里就渐渐为新移民华商所取代,而今,其已经成为新移民华商的一统天下,成了中国小商品的批发与零售中心,堪称为现代“唐人街”。“25街”只有2公里左右长,据说共有商铺3000多家,其中华人商铺即达数百家(一说700余家)。这里也是圣保罗乃至全国华侨华人数量最密集的街区,也是巴西乃至南美洲最大的小商品交易和集散中心。“25街”居住的华商中,浙江青田人占了半壁江山。华商经销的商品种类和数量涵盖了日用消费品几乎所有方面,并从这里流向巴西全国各地。在这里,可以说葡语、广东话、闽南话、青田话、温州话等。“25街”堪称是巴西华侨华人社会的缩影。

据巴西外贸秘书处统计,2017年,中国与巴西双边货物进出口额达748.1亿美元,其中,巴西自中国进口273.2亿美元。从商品类别来看,自中国进口的主要商品为机电产品、化工产品和纺织品及原料。2017年,这三类产品合计进口额为195.9亿美元,占巴西自中国进口总额的71.7%。此外,贱金属及制品、塑料橡胶等也为巴西自中国进口的主要大类产品,在进口中的比重超过或接近5%,纺织品、家具、玩具、箱包等轻工产品所占比重也有不同程度的增长(详见表1)。

中国小商品所以在巴西有很好的销售,质量提升固然是最重要的因素,但也与2008年发生世界性经济危机以来巴西民众的“价格欲求”密切相关。巴西普通民众的收入水平下降,加上巴西经济复苏迟缓,百姓购物时比以往更看重商品的价格高低。中国小商品历来比较适合收入不高的大多数民众的消费倾向,这一特点现在更为巴西普通民众所看重。据巴西媒体报道,由Zoom咨询公司主导的一项市场调查显示,经过4年之后,2018年,巴西的消费大众重新以价格作为购物的第一考虑因素。调查显示,49%的受访者表示最关注价格,相较之下,2017年该比率为32%^[7]。

表1 2017年巴西自中国进口主要商品构成类别

(单位:百万美元)

商品类别	进口额度	上年同期	同比%	占比%
总值	27,321	23,364	16.9	100.0
机电产品	13,070	10,967	19.2	47.8
化工产品	3,876	3,301	17.4	14.2
纺织品及原料	2,641	2,121	24.5	9.7
贱金属及制品	1,829	1,417	29.1	6.7
塑料、橡胶	1,305	1,068	22.2	4.8
家具、玩具、杂项制品	971	770	26.1	3.6
运输设备	912	1,331	-31.5	3.3
光学、钟表、医疗设备	792	656	20.8	2.9
陶瓷、玻璃	371	321	15.3	1.4
皮革制品;箱包	320	246	30.3	1.2
矿产品	266	145	83.3	1.0
活动物;动物产品	244	201	21.4	0.9
植物产品	206	345	-40.3	0.8
纤维素浆;纸张	171	156	9.3	0.6
鞋靴、伞等轻工产品	162	139	16.1	0.6
其他	188	181	3.7	0.7

资料来源:中华人民共和国商务部综合司:《2018年巴西货物贸易及中巴双边贸易情况》.https://countryreport.mofcom.gov.cn/record/view110209.asp?news_id=62396.2019-02-20.

华人创业和守业都是很艰难的。首先,中国新移民刚到巴西时,由于资金不足,往往只能靠摆地摊先积攒实力。很多“25街”的新移民是开“夫妻店”的,明白地说,“夫妻店”就是“全员无休店”,全店老板和员工加起来就是夫妻两人,不分彼此,一天几乎24小时都在上班,就是节日也不例外,没有休息可言。他们把自己圈在店里,长期与味道极重的小商品打交道,有些商贩还患上了呼吸道疾病。有人把“25街”称为创业者的“天堂和地狱”,不无道理。其次,华商在巴西竞争越来越激烈,来自管理部门的限制也越来越多,还有令人担忧的社会治安问题。在这里经营的华商都不同程度地经历过包括被哄抢在内的各种窘境。有人认为在“25街”经营的福建新移民就只有两种类型,一种是一无所有来这里拼命的人;一种是有一定经济基础想来巴西创业的人。但不管是哪一类型的人,他们都发扬中华民族艰苦奋斗的优良传统,克服了一个又一个困难,在创造了自己财富的同时,也为当地的经济发展做出了贡献。

中国新移民所从事的巴中进出口贸易主要是靠华人个体企业,但家族企业也发挥着积极的作

用。一个例子是以尹霄敏、尹相丛为集团负责人的尹氏集团。尹霄敏 1969 年出生于浙江青田县。18 岁远渡重洋,怀揣 60 美金闯荡巴西。他开始在里约热内卢做小贩,提着篮子走街串巷。后来辗转来到西班牙,在一家餐馆做刷盘洗碗的打工活。奋斗 4 年之后,于 1992 年凭借个人积蓄和筹措的资金自主创业,开起了中餐馆。不久,西班牙经济陷入萧条,他的中餐馆经两年努力仍不见起色。1994 年,26 岁的他毅然放弃在西班牙的中餐馆生意,重返巴西从事进出口贸易,终获成功,成为事业有成的青年华人企业家。经过艰苦历练,尹霄敏逐渐培养起敏锐的市场洞察力,他在巴西擦亮了中国商品的牌子,同时也把中国商品的销售网络撒向南美洲大陆。2010 年 1 月 12 日,尹霄敏荣获“本年度十大风云浙商之一”的荣誉称号。

尹霄敏回到巴西创业后不久,20 世纪 90 年代初,他的家族就创立了“尹氏集团”。“尹氏集团”主要从事小家电、日用百货和箱包等产品的进出口贸易,目前雇用的巴西当地员工达数百人,实力雄厚。尹氏集团奉行诚实守法的经营理念,不仅成为华侨华人的表率,也赢得了巴西民众的尊重。公司创立的电器等品牌在巴西家喻户晓,市场占有率跻身前列。每年有数千个集装箱货柜跨越重洋进入巴西,每一个货柜都来自中国的大后方,每一个商品都打上属于他自己的贸易品牌。

不过,从总体上说,巴西华商经营的进出口行业规模尚小,富而不强,还没有形成有力的华商网络。巴西多次发生针对华商的突击检查事件,查封、查封华人店铺的事件屡有发生。稽查部门经常在行动中搬走部分“非法商品”,包括账簿和钱柜。这些事件的发生有复杂的经济利益等因素,当然也与华商的经营方式、管理方式、生活习惯等有关。重要的是,华侨华人要善于总结经验,吸取教训,合法经营,完善管理,塑造自主品牌,将华人企业做大做强;华商既要维权,同时也要遵守当地法律,加强与相关部门沟通,才能减少乃至杜绝类似事件的发生,逐渐树立良好的华侨华人和中国人形象。总之,今天巴西华侨华人的经济地位虽然不断提高,但华人企业整体上做大做强,还需要时间。

客观地说,随着 20 世纪 90 年代以来两国贸

易的飞速发展,贸易摩擦也在同步增长。不少巴西华商似乎没有感受到巴中贸易新机遇所带来的好处,反而感到生意好像越来越难做。通关、结汇等方面越来越麻烦,还不时遇到反倾销等非关税贸易壁垒的困扰。巴西是世界贸易组织中对中国提出反倾销调查较多的国家,产品涉及机电、五金、化工、轻工、纺织、食品等。原因不在于巴西政府而在于巴西的同类企业,根据巴西全国工业联合会数据统计,25%以上的巴西企业生产的产品面临中国产品的竞争。例如,FIESP(圣保罗工业联合会)多年来一直带头要求政府采取反对中国产品的保护措施。巴西方面解释说,很多反倾销措施不是巴西政府的意思。巴西的商业组织方式是会员制,这些年巴西经常出现的反倾销案,是按会员联署数量多少提出的,往往起因于已在巴西设厂的国际厂商保护自己的地盘和利益的需要。当提出反倾销案的商户数达到一定数量时,政府就必须响应了。实际上,政府是在“背锅”。中国方面的会员虽然有(例如“三一”、“徐工”等),但显然太少,对中国企业不利。所以,从这个角度来看,需要更多的中国企业在巴西立足并参加相关类型组织。

二、新移民华商在巴西的投资起步

巴西华商在巴中进出口贸易中发挥主力军作用的同时,也在寻找机会进行投资。他们主要是一些在巴西已经积蓄了相当数量创业资本的华商。例如,目前巴西最时尚的男装品牌有“BLACK WEST”,正引领着巴西一轮新时尚。创造这一潮流的是华商周海军。树立品牌一直是周海军的梦想。他看到棉花是巴西最有代表性的农产品之一,也是巴西第二大出口品。但过去很长一段时间里,巴西人对棉花的利用仅限于原料出售和织布。周海军看到市场商机后,就进入了该领域,做起了制衣行业,成立了 BLACK WEST 服装制造公司。巴西过去从中国进口服装需要 4 到 5 个月时间,但周海军就地取材,就地加工,从开发到销售仅需 20 天。现在,圣保罗的 BLACK WEST 服装企业有 7 家直营店和 30 个代理商;在全巴西,BLACK WEST 除了有代理商,还有 2000 多个散客^[4]。再如,

为中国新能源照明开拓巴西市场的巴西华商李锦辉。他使圣保罗各大街成为展示“中国 LED 灯饰的盛会”的场所^[8]。2013 年 12 月 16 日,首家由华商投资的力帆汽车 4S 店在圣保罗开张,为力帆汽车进军巴西战略再添新筹码^[9]。

巴西是目前世界上第九大电商零售市场,也是拉丁美洲唯一位列全球前十大零售电商市场的国家。根据巴西在线消费行为研究公司 E-Bit 发布的报告,巴西在 2016 年的电商收益为 165.79 亿美元(约合 1 117.19 亿人民币);而到了 2021 年,巴西电商收益的年增长率将达 11.9%,并促使市场交易额达到 290.6 亿美元(约合 1 958.49 亿人民币);此外,巴西电商最热销产品为时尚类,其在 2016 年的市场交易额达 56.18 亿美元(约合 378.6 亿人民币);而巴西在 2016 年的电商用户渗透率在 38.2% 左右,预计在 2021 年将猛增为 55.7%。巴西的手机和平板普及率非常高,100% 的巴西人接入了蜂窝网络,3G 网络的覆盖率达 94%,1/7 的电商是通过手机和平板购物^[10]。

虽然网络购物目前已经成为巴西民众的宠,但巴西网购的最大问题是全国物流速度太慢。巴西交通主要靠汽车。数据显示,截至 2017 年,巴西公路网总里程总共 143.58 万公里,其中有 86.3% 的道路是未铺砌的高速公路。这使得一件 20 元的物品至少要花 7 天的时间才能送到消费者手里,运费通常高达 30 元左右。这对于在巴西投资的华商和中国企业来说无疑是烦恼的事情。有人算过,圣保罗到里约大概有 480 公里,货物送到消费者手上需要 3 天,如在中国,可能一天就完成了。现在巴西一个电商平台的占有率还不到 10%,还有 90% 的发展空间。尽管物流速度缓慢,但巴西人对迎接网购新时代还是非常乐观,华商对投资巴西的网购还是有一定的信心。巴西最新的举措是计划在距圣保罗 60 多公里的桑托斯港扩建一个 30 公顷的集装箱码头,同时再建一个 45 公顷的集装箱码头。应指出,随着进出口量的不断攀升,今天,桑托斯港已超过阿根廷的布宜诺斯艾利斯港,成为南美洲的最大港口。同时,桑托斯港连接圣保罗市的环港高速公路和铁路也正计划动工修建^[4]。

2013 年,中国提出了“一带一路”倡议,大力推

进与“一带一路”沿线国家的经济合作。后来,包括巴西在内的拉美国家也明确被列为“一带一路”的延伸。从“一带一路”倡议的原意来看,主要立足点是基础设施建设。现在中巴双方都很看重在巴西基础设施方面的合作。今天到过巴西的中国人都很清楚,巴西的基础设施的确很落后。不只巴西,整个拉美地区的基础设施都不好。巴西政府和很多有识之士认识到,巴西在 20 世纪中期建设起来的、当时还可以引以为傲的基础设施,到今天已显得陈旧不堪,难以继续承担国家经济升级的历史使命。按照拉丁美洲开发银行的说法,在拉美地区,物流成本占最终产品成本的比重高达 18%—35%,中小企业的这一比重甚至超过 40%,而经济合作与发展组织(OECD)成员国的这一比重仅为 8%^[11]。这当然是基础设施落后“惹的祸”。有人说,如果决定拉美地区交通物流的基础设施建设能达到中等收入国家的平均水平,那么拉美地区的 GDP 年均增长率可提高约 2 个百分点。因此,巴西首当其冲的任务是对基础设施进行改造。此外,巴西政府决定进行更多投资的领域是在农产品加工、能源、港口、铁路、机场和保税区、开发区等方面。巴西对电力等方面的投资需求也很大。据说在一大批设想的投资项目中,仅电力一项,从 2015 到 2019 的 5 年内就需要吸引投资 1 250 亿美元。所以,巴西要全面发展,非常希望吸引外资进入各行各业。中巴经济合作既是中国企业的机遇,也是巴西华商的机遇。

三、新移民华商引领中国企业走进巴西

巴西政府渴望吸引中国投资。据不完整的资料记载,20 世纪 70 年代以来,巴西就曾陆续出台过对中国企业开展投资合作的保护政策,例如,1994 年 4 月,中国与巴西政府签署了《关于鼓励和相互保护投资协定》工作文本,不过该协定和巴西政府对外签署的其他双边投资保护协定一样,尚未经过巴西议会批准。1991 年 8 月,中国和巴西政府签订了《中华人民共和国政府和巴西联邦共和国政府关于对所得避免双重征税和防止偷漏税的

协定》。此外,中国还与巴西签署了其他协定:包括中国政府和巴西政府于1978年1月签署了双边贸易协定;1984年5月两国政府签署了贸易协定补充议定书;2006年双边签署了《中华人民共和国政府与巴西联邦共和国政府关于加强基础设施领域工程建设合作的协议》;作为中国-葡语国家经贸合作论坛(澳门)的参加方,2003年巴西与中国、安哥拉、佛得角、几内亚比绍、莫桑比克、葡萄牙和东帝汶部长共同签署经贸合作行动纲领。此外,中巴双方还签署了《中华人民共和国政府和巴西联邦共和国政府关于动物检疫和动物卫生合作的协定》、科技合作协议、文化教育合作协议、海运协议等^[12]。这些协议都程度不一地为后来中巴两国在新的形势下继续合作打下了一定的基础。

这里应指出,巴西方面有不少希望加强巴中合作的热心人士,有的人还在巴西官方和商界有一定的影响力。而且,这些热心人士与巴西华侨华人及其企业也有直接的联系渠道。例如,巴中议员阵线在当地与华商的合作中发挥了特殊的作用。在巴西国会,由巴西国会众议员、巴中议员阵线主席皮纳多牵头组建了巴中议员阵线,超过众议院一半的议员参与了这个阵线,并且人数还在不断增加,在巴西政坛可谓举足轻重。

这里应指出,巴西华商联合中国“走出去”的企业在巴西建厂的前景被看好,况且中国企业在巴西建厂的条件比过去任何时候都成熟。一些巴西华商在自己还没有决定是否联合中国企业建厂之前,也乐意利用自身熟悉巴西国情特别是熟悉巴西法律的优势,为中国企业建厂提供各种形式的服务。

目前中国企业在巴西建厂的必要性也大为提高。过去10多年来,中巴贸易额虽然翻了百十倍之多,但中国在巴西落地设厂的情况并不多,这种情况对中国并不利。因为,如果中国企业把较为便宜的巴西原材料运回中国,加工成产品后再运回巴西销售,加上巴西很高的关税,还不如在巴西直接设厂就地销售更为有利可图,而且可避免反倾销的风险。所以,在巴西已有成熟市场的华商,就应该考虑在巴西设厂了。

按照国际贸易的一般规律,在海外市场还不

确定的情况下,可以选择出口;当有了一定的市场后,就要选择代理商;到了增长情况很好时,就要设门店;一旦打开市场,就要考虑设厂。现实情况是有实力的中国厂商已落地巴西,而且也取得了不错的成效,所以,中国企业在巴西设厂应该提上议事日程了。当然,事情并非如此简单。中国企业进入巴西仍然需要一个适应过程。这个过程可能是很困难的,就如“华为”刚进入巴西时,就曾引起巴西同行的围攻。因此,中国企业要把握新机遇,首先要跟上新形势,以变应变,不能守株待兔。

很多中国企业有到巴西投资的意向。不过,中国企业不可能在前景和目标不明的情况下“摸着石头过河”进入巴西。巴西有需要,中国有能力,看起来是两情相悦、一拍即合的事情,但在实行过程中,却是困难重重。实际上,敢于问鼎巴西基础设施项目的多是中国国内具有雄厚的技术能力和融资能力的实力型企业,且多是国企和央企。问题是,他们对进入巴西市场还缺少基本的信息。一些国内大型民企派到巴西的往往是销售经理。他们的业务能力无懈可击,但对巴西情况了解却近乎空白,因而在竞投标过程中无法游刃有余。例如,在洽谈中,听到对方需要的装机容量后,他们当场就可以开出工程报价,但实际上这只是按照国内的报价,如果就此签约,投资必赔无疑。再如,有的已经拿到项目的企业,在项目实施过程中也常对合作方或效益的期盼值大吐苦水,好像拿了个烫手山芋,搞得不好,项目还会中途搁浅。不能说中方企业负责人对此一无所知,一些参加过国际合作项目的人还是头脑清醒,但他们的投资毕竟是跨洋过海,人生地不熟。尽管企业已经找到了合作伙伴,也已经考虑到相关的法律和沟通工作,但这还是不够的。工程项目的竞标是一个综合工程,要考虑到方方面面的因素。首先,投标的标书可能需要当地的专业机构配合才可能做好。其次,企业需要组合当地可能的社会资源,寻求其支持。要真正摸清当地情况,不仅在于业务领域,还应该包括政情、社情和侨情。一份扎实可靠的市场调研和风险评估报告是项目成功的保证,不可掉以轻心。还有,与对方的对接不仅是业务上的对接,还包括心理和文化的对接。此外,适当和准确的广告投放和

项目宣传是不可或缺的,因为需要为项目建设争取人气。中国企业还应知道巴西的一个基本国情是,政府的钱是掌握在议会手中的。因此,有可能的话,与议会的沟通不是可有可无的。

为了加深巴中双方的相互了解,不少华商在这方面做了大量工作,但中国企业在巴西恐怕还有很长的路要走,其中包括与其他外资企业的竞争。例如,美国和日本在巴西有牢固的市场,除了两国企业进入巴西较早外,两国还很重视与各方面的交流。从中国在巴西和拉美投资相比更少的情况来看,对法律法规和商贸规矩了解不足,是一个很重要的原因。

中国当前大力鼓励中国企业走出去。巴西每个城市都有自己的特色,都有自己的发展项目,他们希望借助中国的发展东风,将中国有实力的企业、优秀技术和产品、发展资金引进到巴西。巴西一些州和市都表现出与中国合作的积极意向。华商在其中发挥重要的中介作用。例如,2018年7月14日,受时任总统米歇尔·特梅尔委托,由巴西国际发展商会组织和带队的巴西市长一行20人组成的代表团抵达北京考察访问。访问的目的是将巴西大豆、鸡肉、牛肉、猪肉、马黛茶等农产品推荐到中国,并学习中国先进的科技产业、食品深加工技术、智慧城市建设、基础设施建设、城市污水处理、LED、新能源汽车等行业经验,期盼将中国先进企业引荐到巴西^[13]。

凡有一定数量的华侨华人聚居的地方,不管他们在居住地从事什么职业,他们总会形成一个地缘/乡缘性的华人社团组织,同时,他们的业余活动就不仅仅是其所从事的职业,而是广及华侨华人在居住地的所有社会工作,有时也参与居住地民族的活动;同时继续为在当地发展的同胞服务,也可以成为中国企业进入其居住国的合适桥梁和纽带。以巴西圣保罗的义乌新移民为例,这里的义乌人有自己的联络站,虽然他们的业务是巴中进出口贸易,但这个联络站的工作范围已远超出进出口贸易,而是主要承担“加强在巴西圣保罗工作生活的义乌籍同胞的联系联络,收集巴西圣保罗归侨、侨眷和在巴西圣保罗侨商的意见和要求,整合巴西圣保罗义乌人的资源,帮助巴西圣保罗义

乌人解决工作生活中困难,协助义乌市侨联宣传推介家乡义乌发展变化”等职能,联系、沟通、关怀和帮助在巴西义乌同胞和其他乡籍的华侨华人。与此同时,华侨华人中的杰出人物也愿意为侨胞多做贡献。例如上文提到的尹霄敏,他在成功后积极参与海外侨社活动,参与创建巴西华人文化交流协会,2005年和2007年他连续两届当选协会主席,带头捐款集资创建该会会馆、图书馆、中文学校等。他领导的协会已经成为中巴两国经济文化交流的一座桥梁。同时,尹霄敏积极回国投资兴业,在上海、宁波、绍兴等地开设工厂,从事航运、房产、贸易等方面经营,企业不断做大做强。

总之,巴西拥有广阔的土地、丰富的物产资源,但是缺乏先进的生产技术,工业结构不完整,缺乏发展资金,而且巴西经济遇上瓶颈越来越明显。中国拥有先进的技术,金融储备雄厚,有庞大的市场和消费人群。当然中国的发展短板也很明显,其中包括矿产资源日渐匮乏等等,这便是中国企业和华商的难得机遇。所以,双方优势明显,互补性强。面对巨大的需求,巴西政府迫切希望开展国际合作,而中国在这方面的能力更被看好。巴西各州有许多基础设施项目欢迎中国的企业投资,其中包括机场、公路、高铁、城轨、桥梁、港口、市政、水力发电项目以及大农业、光伏、油厂等项目。巴西的基础设施项目不但有属于联邦的,还有很多是属于州、市的。

中国企业在巴西有自己的前哨站,有自己的平台。最好的前哨站和平台就是改革开放后先后进入巴西的华侨华人及他们在当地创办的企业。这些华侨华人和企业本身或许没有雄厚的资金,没有与之对接的技术,但由于他们来到巴西早,自身的企业在巴西已经有和当地官、商合作的经验,且比较熟悉当地法律(包括知道很容易误入其中的投资沼泽地),且不少华人企业愿意充当这样的前哨站和平台,已经为中国企业到巴西投资开始了意向性的合作探索,取得了一定的经验。就巴西地方政府和企业来说,也需要华侨华人及其企业在中巴之间牵线搭桥。于是,这些华侨华人及其企业便顺理成章地成为中巴两国企业投资合作的中介,他们在这方面发挥的作用将越来越大。

中国与巴西经贸关系的前景是美好的。这一判断主要基于以下两个事实:一是两国都有进一步提升经贸关系的美好愿望和政治基础;二是拉美已被中国方面确定为“21世纪海上丝绸之路”的自然延伸。按照习近平主席关于构建“中拉命运共同体”的设想,中拉要在各个领域尤其是在经济领域相互支持,不断加强合作。两国之间的贸易以各自的比较优势为基础,符合两国根本利益,是一种实实在在的“双赢”。在此过程中,华侨华人的贡献不应忽视。2000年美国是巴西最大的贸易伙伴,19年后的今天,中国超越美国成为巴西最大的贸易伙伴。巴西和美国的贸易额由原来的25%降至14%,中国和巴西的贸易额上升至20.3%^[14]。而且,随着双边贸易的发展,经贸合作开始向投资和其他领域拓展,中巴金融合作也取得突破,两国各自主要金融机构在对方已设有营业网点。由于这个问题不是本文所涉,这里就不展开了。

当前中巴两国各领域合作蓬勃发展。中国积极推动构建相互尊重、公平正义、合作共赢的新型国际关系,构建人类命运共同体。巴西是中国在拉丁美洲进行“两个构建”不可或缺的战略伙伴。要使中巴经贸关系百尺竿头更进一步,双方还应该关注以下几个问题:一是如何认识双方的比较优势及互补性;二是如何推动双向投资;三是如何在良好愿望与现实之间寻求最佳的平衡点。在这方面,构筑中国与拉美国民间经济交往的平台,助推中国和拉美国家经济交往十分重要;四是“国之交在于民相亲”,夯实中巴关系的民意基础,提升中国在巴西的“软实力”和国家形象,有利于整体上促进中巴合作的全面开展,这就需要加强中巴之间的人文交流。人文交流的基础在于民心相通。民心相通既包括中国民间与巴西当地民族的民心相通,也包括中国与居住国华侨华人的民心相通,以及中国通过居住国华侨华人作为桥梁和纽带,与当地民族的民心相通。这一切,都需要发挥当地新老华侨华人的作用。单打独斗是商之大忌,尤其是身处国外的华侨华人,在劳务问题、法律法规、投资环境、风土人情、政府沟通、人脉资源等诸多方面,都需要不断熟悉、刷新和相互关照,守望相助,特别是在巴西这样的法律条规比较细腻复杂

的国家。如若任何时候都只是依靠个体的力量去熟悉和体悟,则无疑耗时费力、事倍功半。在巴西居住已久的老一辈华侨华人,应多起传、帮、带的作用。所谓“传”,是指老一辈华侨华人在商业经营项目、经商经验等方面的传授和传承;所谓“帮”,是指集众人之力,帮助个体的新移民华商解决经营中遇到的各种困难;所谓“带”,则是互通有无,带领众人共同致富。

中巴两国1974年建交以来,双边关系一直保持良好,虽是远亲,却胜似近邻。近年来,中巴关系朝高水平、多层次和宽领域发展,中巴关系驶入了“快车道”,为发展中国家的合作树立了一个良好典范。中巴关系的持续升温,共同推动了两国关系全方位的快速发展。随着中国新移民华商在巴西的立足和深入耕耘,随着中国企业“走出去”步伐的加快,巴西在中国对外交往中的地位特别是在中国与拉丁美洲关系整体交往布局中的地位将日益提升。

注:

- ① 与欧美国家新移民大部分加入当地国籍的情况不同,包括巴西在内的拉丁美洲新移民多持居留证在当地居留和发展,故他们仍保留“华侨”身份,选择加入当地国籍的新移民(即具有“华人”身份)的比例大大低于欧美国家。
- ② 小商品是中国人对那些生产点多面广、品种花样繁多、消费变化快、价值较低的小百货、小五金、某些日常生活用品以及部分文化用品的叫法,范围极广。随着科学技术的进步,小商品的品种在不断增多。
- ③ 圣保罗市自由区原先不叫自由区,而是叫“绞架湖”,因为那儿曾经有个湖,在湖畔有个刑场,直到1891年,那里都是对奴隶和罪犯实施绞刑的地方(至今人们在该地区建房时,仍然会挖掘到当年被绞死的奴隶和罪犯的遗骸)。1891年起,由于推翻了奴隶制和成立了共和国,这个区改名为自由区,也叫自由街。20世纪初,那里的居民以葡萄牙移民和意大利移民为主。他们在这块地价很便宜的地方,修建了很多房舍,用作便宜的旅馆。1908年开始,日本移民开始在这个街区租住旅馆或者买地建房,从而形成了圣保罗的“东方街”。在20世纪80年代以前,这里的主要人口都是日本移民。

参考文献:

- [1] 习近平.努力构建携手共进的命运共同体——在中国拉美和加勒比国家领导人会晤上的主旨讲话[N].人民日报,2014-07-19(02).
- [2] P2P 观察.掉进坑里的巴西:丢掉实体经济,到底有多可怕?[EB/OL].<http://finance.sina.com.cn/world/gjgj/2019-03-07/doc-ihsxncvh0682232.shtml>.2019-03-08.
- [3] 王飞,吴缙嘉.中国和巴西经贸关系的现状、机遇与挑战[J].国际论坛,2014,(4):52-58.
- [4] 重磅!巴西“财富地图”面世:沿着一带一路有这些“大生意”![EB/OL].<http://finance.sina.com.cn/world/gjgj/2019-03-07/doc-ihsxncvh0682232.shtml>.2019-06-08.
- [5] 林克风.巴西、秘鲁、智利华侨华人经济与中国企业“走出去”[A].吕伟雄.海外华人社会新观察[C].广州:岭南美术出版社,2004.65.
- [6] 张乔.“中国制造”赢得巴西消费者信任[EB/OL].南美侨报网 http://www.br-cn.com/news/qs_news/20180918/115913.html.2018-09-18.
- [7] 巴西消费者以价格作为购物的第一考虑因素[N].巴西华人新闻(华人号),2018-09-28.
- [8] 为中国新能源照明开拓市场——记巴西华商李锦辉[EB/OL].新华网 <http://news.163.com/13/1214/11/9G26361000014JB5.html>.2013-12-14.
- [9] 力帆汽车联手巴西华商打造 4S 店[EB/OL].新华网 <http://business.sohu.com/20131217/n391911307.shtml>.2013-12-17.
- [10] 巴西购物人群分析[R].福步外贸路论坛(FOB Business Forum),2018-10-08.
- [11] (阿根廷)马豪恩.“一带一路”倡议下的中拉合作:基于铁路基础设施的案例研究[J].当代世界,2018,(10):48-52.
- [12] 巴西对中国企业开展投资合作的保护政策[EB/OL].中华人民共和国驻巴西联邦共和国大使馆经济商务参赞处网站 <http://br.mofcom.gov.cn/article/ddfg/tzzhch/201107/20110707671615.shtml>.2015-07-23.
- [13] Andreia.祝贺巴西南大河州市长代表团的中国之行圆满成功[EB/OL].<http://finance.sina.com.cn/world/gjgj/doc-ihsxncvh0682232.shtml>.2018-07-31.
- [14] 李光明.广东省贸促会姚信敏副会长率代表团访问圣保罗[N].巴西焦点,2018-04-01.

【责任编辑:周琍】

Sino-Brazil Economic and Trade Relations and Newly Immigrated Chinese Businessmen

GAO Wei-nong

(School of International Relations/Academy of Overseas Chinese Studies, Jinan University,
Guangzhou, Guangdong, 510632)

Abstract: Brazil and China are the largest developing country respectively in the southern and northern hemisphere. Since the 1970s, the economic and trade relations between China and Brazil have witnessed continuous development. In the 21st century, the economic and trade exchanges between the two countries continue to grow rapidly. New immigrants from the Chinese mainland (new overseas Chinese) come to Brazil and become the main driving force for Sino-Brazil economic and trade exchanges. They import Chinese small commodities into Brazil to meet the needs of the Brazilian people. With the improvement of the quality of Chinese small commodities, the image of overseas Chinese and China's national image have also been further improved. At the same time, new immigrants also draw on their knowledge about local politics, conditions and people, and import many other Chinese commodities and high-tech products into Brazil. To this day, overseas Chinese people and Chinese businessmen try their best to help strong Chinese companies enter Brazil and invest in Brazil. They make new contribution to the economic and cultural exchanges between their home country and Brazil. In recent years, Sino-Brazil relations have developed at a high level, from various facets and in a wide range of fields, setting a good example for cooperation among developing countries.

Key words: a community of shared future for the mankind; China and Brazil; economic and trade relations; newly immigrated Chinese businessmen; developing country