



■ 本版撰文 本报记者 栾鹤

编者按:越南文艺片《恋恋三季》中,烈焰般的木棉花染红天际,短发的年轻越南女子,身穿白色长裙站在街心,抬头痴望着满树繁花,清新唯美。战争、贫穷、伤痛这些影像已经与之远隔,如今,越南除了有烈日炎炎的旱季和阴雨绵绵的雨季,还有充满希望的生长之季,向世人昭示着越南的崛起。

越南:正值经济生长季

上世纪60年代初,踌躇满志的新加坡前任总理李光耀来到西贡(今胡志明市)——那个被誉为“东方巴黎”的城市,不禁称羨:“但愿新加坡有一天能像西贡这样繁华!”

然而,越南旋即陷入美越战争的泥沼,经济发展被拦腰斩断。1975年,越战结束时,新加坡作为“亚洲四小龙”之一傲视世界,西贡却已是一片废墟。

1986年,越共“六大”召开,宣布进行“革新开放”,全力恢复经济。随后,越南国会通过了第一部《外商投资法》,1988年1月1日正式实施。

不是战场,而是市场

上世纪90年代初,首都河内和胡志明市的街头挂满了招商引资的横幅,越南政府和百姓急切盼望国外投资者的到来。

如今,越南房地产业迅速发展,河内虽不光鲜亮丽,楼群也已是层层叠叠。夜间的胡志明市重拾旧日繁华,巨大的灯箱广告林立,西贡河边灯火通明。

越南是世界第一大咖啡出口国,咖啡在越南不是奢侈品,而是生活必需品。泡咖啡馆也不是小资的表现,河内街边咖啡馆里的常客,多是当地大叔,他们三五成群聚在这里闲聊。

美国《国家地理》杂志将越南评为“一生必须要去一次的地方”。顺化河边的棚屋,大叻的山色,会安的古朴,河内的米粉,微风中叮当作响的三轮车,颤悠悠的扁担里木瓜的清香。年轻女学生身着白色长裙的倩影,绚丽如云霞……如今的越南,战争惨烈的痕迹一丝不存,清丽温婉的越南风情吸引着世界各地的游客。

胡志明市的地方官员阮光明告诉《中国贸易报》记者,得益于中国的改革开放,中越两国人员交往越来越频繁,越来越多的越南商人走进中国,寻找商机。

阮光明说,越南经过20多年的发展,经济领域成绩斐然。越南在革新开放之初,人均国民生产总值还不到100美元,目前已突破1000美元大关。革新开放以来,越南经济增长率大约保持在7%左右,居东盟各国之首,在亚洲亦仅次于中国。如今,越南全境分布着近200个工业区,吸引了6200多个投资项目。越南经济政策基本上依照中国的做法,吸引外资,三来一补,两减两免。特别是随着中国人力成本增加,产业淘汰提速,越南正用更优惠的经济政策吸引投资。

阮光明表示,越南在2007年正式加入WTO,与国际接轨。目前,美国、东盟、欧盟、日本和中国是越南的五大贸易伙伴。但是,越南经济与中国经济一样,近年来也遭受国际金融危机的困扰。国际原料和能源价格上涨,食品、住房、交通、教育等民生产品的价格持续上涨,对越南经济构成严重挑战。

越南统计局统计数据显示,今年5月,越南贸易逆差约12亿美元。这是越南今年3月份以来,连续第3个月出现贸易逆差,累计贸易逆差达到19亿美元。

中国首席东盟商务专家许宁宁认为,越南解决贸易逆差的关键在于大力实施产业结构调整,促进产业升级。国际货币基金组织驻越办事处首席代表Sanjay Kalra表示:“2012年越南在稳定宏观经济方面取得许多成就,如通胀率快速下降,从2011年底通胀率高达两位数,至今已降至个位数。2012年外汇率相当稳定。许多人认为,越南外汇储备有所上升,贷款利率下降,为企业顺利得到银行贷款创造了便利条件。”

据越通社消息,2013年,越南经济社会发展计划的总体目标是:“维持宏观经济稳定、抑制通胀、经济增速高于2012年的水平,推动实现三个战略突破口与经济结构重组和增长模式转型相结合,保障和改善民生,大力提高外交工作成效和推动融入国际社会进程,加强国防安全、维护政治社会稳定,为后续几年越南经济社会发展奠定牢固基础。”

中国是越南的第一大贸易伙伴,对于越南而言,抓住并充分利用中国、美国、日本、欧盟等重点出口市场,巩固俄罗斯及东欧等传统市场是重中之重。

纺织服装业占越南GDP的8%,越南的纺织服装出口在全球排名前五,主要出口区域为欧美地区。越南不产棉花,还需要从中国大量进口坯布、染色布、拉链、花边等。

据悉,越南计划于2020年实现服装出口额310亿至320亿美元,到2030年实现600亿至650亿美元。根据新的战略部署,越南将于2011年至2015年为服装业投入39亿美元,在2016年至2020年再投入64亿美元。

许宁宁谈道,越南正跟美国进行TPP谈判,加入TPP的门槛很高,要求纺织服装100%在越南境内生产。对此,越南应积极吸引中国纺织企业在越南投资建厂。

天堂很远,中国很近

越南前国防部长曾说:“天堂很远,但中国却很近。”越南和中国山水相连,有太多相近之处:相似的文化传统;同为社会主义国家,有相近的意识形态;同实行改革开放,有着相似的发展经济历程。当然,中越两国也有复杂的地缘政治关系。

在南海主权争议频繁显现的背景下,中越两国外交部同时发布了中越国家元首将会晤的消息。

中国外交部发言人华春莹在例行记者会上宣布,应国家主席习近平邀请,越南国家主席张晋创于6月19日至21日对中国进行国事访问。越南外交部发言人梁青毅则指出,这是张晋创担任越南国家主席后首次访问中国,也是中国政府换届后,越南国家领导人首次访华。

梁青毅还表示,到访期间,张晋创将与习近平及其他中方高级领导人进行会谈。随后,他将访问广东省,签署多项合作协议与重要文件。

许宁宁提示中国企业,要留意越南政府日前通过的《推动经济结构调整总体方案》。该方案旨在提高2013年至2020年经济发展和竞争力。从总体规划来看,越南的经济结构调整仍主要集中在投资、金融系统和企业三大领域。

作为新的“世界工厂”,越南正在进行工业生产结构调整,提高工业产品的科技含量和国产化率,实现工业生产由安装、加工型向制造

制作型转变,推动一些具有竞争优势的产品和产业,如粮食、食品、水产加工、纺织品、鞋类产品及皮具等加快融入全球价值链和供应链,致力于石化、电子、信息技术、冶炼、机械制造、绿色工业、再生能源等重点产业和辅助产业的开发。

许宁宁提示赴越投资的中国企业,投资者可按照具体规定租赁土地,但对使用目的不符或囤积居奇、不及时将土地投入使用等行为,越南政府将采取彻底处理措施;对于因违背土地法而被收回土地者,不赔偿其对该块土地所投资的价值财产。

打造中越边境经济高地

中越边境的红河州河口位于我国云南省东南部,与越南老街省老街市隔河相望。

清晨,关口一开,越南边民便带着货物冲刺般涌了过来,为的是抢个好摊位,还有一说是,谁第一个到市场,谁那天的生意就会最好。这里的贸易十分繁荣,一辆满载中国产瓷砖的货车刚停下,便被等候在旁的越南商人抢购一空。

河口夜市密密匝匝的店铺,有许多是越南人租的。

中国云南省与越南的老街省正积极推动构建跨境经济合作区。河口县委县政府重视中国—东盟自贸区建立带来的商机,2010年2月26日,曾邀请许宁宁做了一场中国—东盟自由贸易区培训报告会。那是实现零关税后,中国第一个县级主办自贸区报告会。

拥有533公里边境线和著名关隘友谊关的广西崇左市成立于2003年8月,是伴随中国—东盟自由贸易区成长起来的边境贸易口岸。崇左市一头连着珠三角,一头连着越南,号称“推开门就是越南,走两步就进东盟”。

广西浦寨位于凭祥市西南端,与越南凉山省的新清开发区相望,是中国—东盟自由贸易区指定水果口岸,每年,中国从东盟国家进口的水果有70%要通过这一口岸。

按照中越两国《联合声明》要求,为加快建设跨境经济合作区,推动跨境经济合作全面升级,目前,中国政府已批准在广西东兴市设立国家重点开发开放试验区,在凭祥设综合保税区。

中国制造在越南

1999年,越南驻华大使馆商务参赞胡国飞联系许宁宁,说越南想大量进口中国产的HONGDA牌摩托车,但只知道牌子不知道厂商在哪里,请许宁宁帮忙联系一下。

经四处了解,许宁宁终于找到了摩托车的生产厂商——重庆力帆集团。力帆董事长尹明善得知这个消息,非常高兴,特地来京,在重庆饭店宴请许宁宁。

原来,尹明善早就有意让力帆打入东南亚市场。上世纪90年代末,国内摩托生产商不断冒出,各大厂商近身肉搏,血拼价格,摩托业利润率不断下降,同时,由于环境污染等问题,全国上百个城市禁止或限制摩托车上路行驶,摩托车行业发展遇到了瓶颈。

1998年,通过全面考察,尹明善发现,越南人格外喜爱骑摩托车,摩托车是城镇居民的主要交通工具。当地人称,没有摩托车甚至连老婆都找不到。走在胡志明、曼谷等东南亚国家城市,轰鸣的摩托车川流不息,成为街头一景。

虽然尹明善将目标锁定越南,但在当时,力帆摩托主要通过边贸口岸进入越南,批量不大。

为什么将出口越南的中国产摩托车命名为“HONGDA”?尹明善向许宁宁解释,这是无奈之举。越南人十分崇拜日货,日本摩托在越南有着绝对的垄断地位——越南语里有个词叫HONDA(本田),就是摩托车之意。许多越南百姓喜欢日本车,却买不起。于是,力帆打了个擦边球,在商标名称里加了一个英文字母“G”。于是,性价比高的力帆摩托车在越受到欢迎。也正因此,越方想大量进口,才找到越驻华商务参赞。

许宁宁随后便安排尹明善与越南驻华使馆商务参赞胡国飞直接商谈,在各方努力下,力帆集团与越南汽车摩托车公司建立了合作关系。

1999年底,越南对摩托车组装线未放开限制以前,全国的摩托车年销量是40万辆。2000年,这道关卡一打开,越南仅从中国进口的摩托车就达140万辆。力帆抢到了市场机遇,在越南发掘出一个销售额翻倍增长的新市场。

河内、胡志明市等越南各大城市的商家争先恐后打出横幅:“销

售中国摩托车!”“新款中国摩托,价格便宜!”在普通的小批发商那里,700辆摩托车可以在10分钟内就被抢购一空。中国摩托车在越南占据了大部分市场份额。

于是,风闻越南市场可以“捡钱”的数家中国摩托车企业开始鱼贯而入,以低价互相拼抢,将1996年开始在中国内地开演的“价格战”转移到越南,批发商们也趁势压价。

由于恶性价格竞争,越南市场上的中国摩托车平均利润锐减,利润的下降也带来了质量的下降。

许宁宁用“两年打垮日本摩托,三年打垮自己”来概括中国摩托车产业的“越南之旅”。

作为近邻,中国向越南输送商品从未断绝。在越战刚刚结束的饥饿年代里,通过边境注入越南的中国商品大到机械,小到日用百货,源源不断。那时,中国货是奢侈品、好东西的代名词。

经历了产品良莠不齐的价格战后,越南消费者对中国的摩托车形成了刻板的印象——便宜、易坏、修理站少,且零件和日本车不同,修理麻烦。价格战让中国摩托车企业付出了沉重的代价,力帆摩托也被拖累,难以独善其身。

反观老对手日本摩托车,由于注重质量,虽然价格是中国品牌的几倍甚至十几倍,但仍然深受越南消费者喜爱。

许宁宁告诫中国企业:“中国—东盟自贸区市场不是随便就能分一杯羹的,要参与竞争,企业就要懂得游戏规则,不能饮鸩止渴。”许宁宁指出,中国企业要克服对国际化的理解误区,“走出去”不代表要占领市场;要杜绝没有长远规划、没有开拓精神,互相压价、赚一笔是一笔的短视行为。

越南政策多变,透明度不够,如在对摩托车散装进口和国产化的管理方面,就曾在3年多的时间里,多次变更主管部门;再如就组装摩托车的国产化政策问题,两年间,政府有关部门共颁布了19个公告、决定等,致使这些规定相互交叉、矛盾、变化性大。

许宁宁提示中国企业,越南市场商机与风险并存,既要抢占商机,又要防范风险;质量就是生命,应从长计议地开发市场,打造好“中国品牌”。

