



开栏语:中国人习惯将非洲想象为一个整体,实际上非洲大陆50余个国家有着不同的文化习俗、自然条件、法律法规等。这意味着,走进非洲,没有统一的攻略;走进非洲,需要非凡的拓荒与冒险精神。

国务院新闻办公室近期发布的《中国与非洲的经贸合作(2013)》指出,2012年,中非贸易额达1985亿美元,同比增长19%,再创历史新高。截至2012年底,中国对非直接投资存量已超过200亿美元,在非投资的中国企业超过2000家。

“行走非洲”系列报道关注的是,庞大经贸数据背后,在非洲投资的中国商人。他们用亲身经历告诉读者一个个鲜活的非洲故事。

■ 本报记者 栾 鹤

“中国没有后悔药,到非洲是有的,因为时间倒流了”,在非洲投资网总裁王文明的眼中,非洲不仅有着和中国30年前相似的经济环境,而且还被世界现代化进程深刻影响着。市场需求旺盛,政府招商频繁,就像上世纪80年代的中国,让许多中国企业家有种似曾相识的感觉。

近10年间,非洲经济飞速发展,连曾经热衷唱衰非洲的英国杂志《经济学人》也不得不低下高傲的头,称赞“当代非洲国家迎来自殖民时代以来社会 and 经济发展最繁荣的时期”。

王文明相信,在未来的几十年内,非洲旺盛的经济需求将给中国企业家带来更多的商业机会。

穿梭中非25载

1988年,王文明从上海外贸学院毕业,被分配到外经贸部西亚非洲司工作,开始与非洲事务打交道。

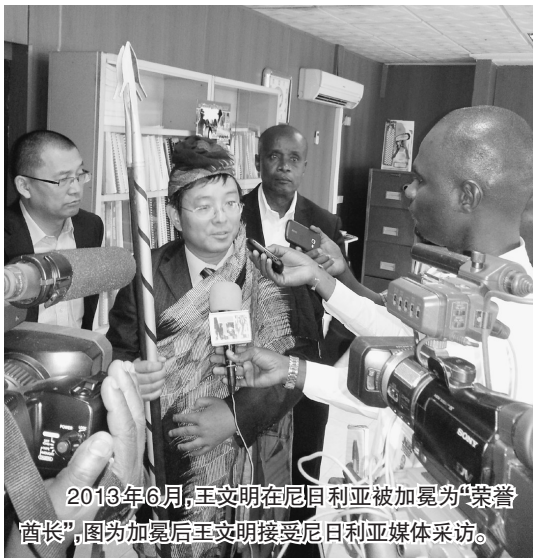
对于当时中国企业在非洲的状况,用王文明的老领导、商务部原副部长魏建国的话说,就是:“正规军(中央外贸企业)不如地方部队(省级外贸企业),地方部队不如游击队(地方县市外贸公司),游击队不如散兵游勇(私营企业和个体户)。”

王文明常驻非洲四年,其中在埃及经参处工作三年半,在南非半年。其间频繁穿梭于中非之间。在博茨瓦纳、莫桑比克和南非等国,他惊觉非洲经济发展得太快,简直遍地商机。

1995年至1996年,王文明赴英国读书,主攻工业化和技术转让专业,结合自己的工作经历,他意识到投资非洲的巨大潜力。回国后,他向部领导建议

“行走非洲”系列报道之一

错过了中国机会,就来非洲吧!



2013年6月,王文明在尼日利亚被加冕为“荣誉酋长”,图为加冕后王文明接受尼日利亚媒体采访。

专设个非洲热线。他在英国读书期间已经接触到互联网,因此提出,做针对中非经贸的网站,这在1997年的中国是很超前的设想。

1999年,王文明已被提为副处长,仕途看好之时,他作出了“下海”的决定。部里领导坚决不同意,王文明跟领导解释,自己真的就是想做点实事,建一个专业的非洲信息平台。王文明在部里的人缘好,几位领导怕他辞职后无着落,都帮他张罗。当时华为给他开出的薪资条件是年薪70万元,但他没有去,一门心思做自己。

“为什么要做一个网站呢?”“最重要的原因是没钱”,王文明很坦诚,因为之前一直是公职人员,囊中羞涩。“既省钱又易操作,还能迅速传递信息的平台就是网站。”

当时,许多非洲国家抱怨与中国之间贸易不平衡,中国贸易顺差太大,大家都不知道该从非洲进口点什么。王文明意识到,加大在非洲投资是共赢之举,既可以促进贸易平衡又可以增加当地就业,前景看好。

非洲投资网成立后的第一单生意就是,组织海南省省长和企业家代表团一行19人赴非考察。2005年,王文明成立了“非洲投资网俱乐部”;2008年,他又创办《投资非洲》杂志。

许久不见的朋友遇到他,都十分惊讶:“你还在做非洲投资啊?!”回想起初创网站的那些年,王文明感慨创业之艰难。当时最大的难点是,大家不认可非洲。国内

媒体对非洲的报道基本都是负面的,贫穷、饥饿、战乱。一想到非洲脑海里就会出现两个图景:一个是终日炮火连天,骨瘦如柴的饥民匍匐在停满秃鹫的沙漠里;另一个就是部落里的男男女女,腰间缠块布,脸上涂满油彩,围着篝火跳舞。

王文明曾给他的安徽老乡介绍了一单津巴布韦的开矿生意,他与津巴布韦总统顾问、矿产部部长和联邦储备银行行长联系得很到位,价位很低,但最终因为老乡觉得投资非洲不靠谱,作罢。最早在非洲开矿的,很多都是歪打正着。王文明说,北京大宝化妆品有限公司的一个员工当年到非洲准备开发农业搞养鸡场,结果发现附近地下有金矿;青岛一个老板到坦桑尼亚投资塑料制品厂,最后也做起了金矿生意。

这种不温不火的情况一直持续到2006年,中非论坛召开,投资非洲才真正火爆起来。

引导中国资本进非洲

“这个手机是中国制造的?怪不得我们不能很好地通话”,一些肯尼亚人经常在通话中开这样的玩笑,即便他们手里并没有拿着中国制造的手机。

王文明说,商贩走卒兜售廉价劣质中国产品的时代已经过去。个体户与贸易贩子已不是投资主流,具有相当投资实力的企业家才是主力军。曾经,非洲用红木做燃料是寻常事,现在,如果你不是专业人士,你在非洲做黄花梨木材生意都可能赚不到钱。

在和各国政府机关打交道的过程中,王文明发现,最大的变化就是:大多数非洲国家有关招商引资的资料都已有中文版本,不少非洲国家的投资促进局还要设立CHINADESK,专门负责中国的投资事务。事实上,非洲是目前全球公认的投资回报率最高的地区,相当于发达国家的4倍多。

一开始王文明认为自己的责任是“唤醒”中国企业开发非洲的意识,帮助中国企业了解非洲。为此,王文明组织了一大批中国企业家去非洲考察,还经常在国内外举办非洲投资论坛。但随着中非经贸交往越来越频繁,做考察、论坛价值已不大,王文明果断转型,专注于中非之间的项目对接,对网站不再投入过多的人力财力。

现在,王文明几乎每月去一次非洲,一群不怕风险、富有拓荒精神的企业家随王文明挺进非洲。在这些企业家眼里,哪里市场空白多,哪里就是他们创业的热土。

■ 本报记者 徐 森

中国德国商会日前发布的《2013德国在华企业薪资调查报告》显示,近年来,劳动力成本的提升、员工的雇佣以及如何留住员工始终是受访德国在华企业人事部门所关注的主要问题。

据调查报告显示,德国在华企业预计平均工资增幅在8.2%,较2012年实际工资增长幅度降低了0.7个百分点。中国德国商会对《中国贸易报》记者表示,预计在经济放缓的大环境下,工资的涨幅也将处于温和水平,参与调查的36个部门职位普遍都反映了工资增幅放缓这一现象。

德国企业“招人难”

有关专家曾研究指出,跨国公司进入中国后,其人力资源结构变化经历了3个阶段:第一个阶段是上世纪80年代至90年代初,跨国公司在华招募劳动力,开

展初级培训,高级管理人才和高级专业技术人才以外籍雇员为主体;第二个阶段从上世纪90年代中期开始,跨国公司大多聘请具有亚裔背景的外籍管理人员,或者有海外留学背景的华人做高管;第三个阶段是中国人世后,跨国公司高级人才本地化的趋势愈加明显。

显然,人力资源一直是跨国企业在华经营的重要支点。但人才的竞争恰恰是跨国公司最担心的问题之一,也是跨国公司高管们最不满意的方面。不少跨国企业高管都曾表示,公司急需培养强有力的当地领导团队,建立本土化的业务模式。有分析指出,在这些方面,跨国企业存在的能力缺口均达20%以上。

据记者了解,如今,超过六成的德国在华企业有意扩大用工规模,但如何找到合格的员工将进一步成为难题。同时,随着劳动力成本的提升,越来越多的德国公司正通过提高生产率来维持利润的增长,优化内部流程以及更好地培训

现有员工被视为解决劳动力问题的主要途径。

然而,劳动力市场上专业工人的稀缺以及劳动力技能的不匹配,持续困扰着企业。分析认为,这是德国在华企业长期以来面临的难题,并且这种现象将持续到2014年。

北京、上海薪酬最高 汽车“工”收入最好

薪酬水平是业内外共同关注的焦点。在德国在华企业中,蓝领员工的工资增长幅度最大,白领员工的工资增幅则低于平均水平。尽管总体的工资增幅在放缓,仍有近13家参与调查的企业认为工资涨幅高于生产力的增长幅度。中国德国商会认为,这将是德国企业未来在华面临的首要难题。

而从区域来看,报告显示,较全国平均水平,北京、上海两地企业的薪资水平



最高。相比之下,华南地区企业的薪资水平持续保持在低位。很多外企高管此前都曾建议,高端人才应“放过”一线城市,发展迅猛的二线城市人才缺口巨大。但不能否认的是,大城市能给人才提供了更为优渥的“生存”条件。

报告显示,一线城市的企业薪资水平比二三线城市高出40%。分析认为,企业的规模,特别是其所从事的行业是造成地区差异的主要原因。

此外,在五大类受访的德国在华企业中(机械装备制造、汽车、电子、咨询与塑料及金属加工),汽车行业的员工收入水平最高。机械制造行业员工的薪资接近中等水平,而塑料及金属加工和电子行业员工的薪资则低于平均水平。制造型企业比非制造型企业的薪资水平要低16.7%。

跨国经营

保时捷将新增15个国家市场 在华经销商数量翻倍

据外电报道,保时捷准备进行市场重心调整,将在更多国家销售车辆;而在中国市场,保时捷经销商数量将倍增。保时捷全球董事会负责销售与市场的成员梅博纳(Bernhard Maier)表示:“我们的目标是,到2020年末,再进入15个新的国家市场。”保时捷中国CEO潘德旭(Deesch Papke)表示,中国现在已成为继美国后保时捷第二大市场,为了进一步挖掘中国市场潜力,到2016年保时捷在华经销商数量将达到100家,比现在的57家几乎增长近一倍。

迅销集团销售额破万亿日元 中国区业绩贡献大

旗下平价品牌GU和中国区的销售业绩成为优衣库母公司日本迅销集团(FAST RETAILING)销售额提升的两大动力。日前,迅销集团发布的2013年度8月期(2012年9月1日-2013年8月31日)合并结算报告显示,其销售额比上年增长23%,达到1.143万亿日元(约合人民币718.91亿元),突破万亿日元大关。其营业利润比上年增长5%,达到1329亿日元(约合人民币83.59亿元),创历史新高。迅销集团认为,其在中国的同店销售增长推高了盈利。

宝马年内第五次在华召回 销量增速仍超20%

日前,国家质检总局发布公告称,华晨宝马汽车有限公司、宝马(中国)汽车贸易有限公司决定自2014年2月起,主动召回部分缺陷汽车,数量超过2.5万辆。根据国家质检总局缺陷产品管理中心公布的数据显示,从今年2月开始,宝马在华召回事件频频发生。值得注意的是,虽然宝马今年在华召回事件频发,但是其在华的销量并没有因此而受到影响。数据显示,2013年9月,宝马集团在中国大陆市场共销售汽车3.5804万辆,相对于去年同期的2.9631万辆,增长20.8%。

默沙东裁员8500人 中国市场只缩减预算

自默沙东宣布改变运营模式、削减成本并裁员8500人以来,这家医药公司备受业界关注。默沙东一位内部人士在接受记者采访时表示,此次裁员并未涉及中国市场,但公司也会对中国市场进行预算缩减。北大纵横管理咨询集团高级医药合伙人史立臣告诉记者,因中国医药市场的巨大体量,大多数跨国药企会在这一市场增加投资。估计由于中国反商业贿赂的行动导致默沙东开始转变在华销售策略,降低了学术推广费用。长期来看,预计其在中国投入预算不会减少。

(本报综合报道)

