

■ 本版撰文 本报记者 高洪艳

编者按:太平洋两岸有着两个伟大的民族,太平洋足够宽,足够容纳下中美两国。今天的中美经济关系,不仅仅是每年5200亿美元的贸易量,不仅仅是中美双方超过1000亿美元的双边直接投资,也不仅仅是中国持有的超过10000亿美元的美国国债。2015年,中美经贸往来能否理性地滤掉“杂音”,两国企业能否有更顺畅直接的交流方式?随着两国人民利益的交融,经过两国政府间多年的谈判磨合,中美企业期盼两国之间存在的摩擦与分歧逐渐得到解决,中美经贸关系尽早打开新局面。

定调中美经贸2015
商贸联委会过滤“杂音”

临近年底,热络了一年的中美关系迎来了收官之作——美国时间12月16日至18日,第25届中美商贸联委会在芝加哥举行,中国国务院副总理汪洋与美国商务部部长普里茨克、贸易代表弗罗曼共同主持会议。

始于1983年的中美商贸联委会号称中美贸易摩擦的“灭火器”,是中美最早建立的高级别经贸磋商机制之一。今年的联委会上,中方将与美方一起落实两国元首11月北京会晤期间达成的共识,中美未来一年的双边经济关系,也将就此定调。

按照商务部新闻发言人沈丹阳16日在新闻发布会上的介绍,中美双方将就各自关注的重要经贸议题深入交换意见,探讨扩大互利合作的途径。中方希望美方在放宽对华高技术产品出口管制政策、公平对待中国企业赴美投资、市场经济地位、农产品检验检疫、中国人员赴美签证、中美运输类飞机双边适航拓展及其他一些与贸易投资相关的问题采取切实措施,并取得积极进展。

布瑞克农业咨询公司创始人、总裁、首席咨询顾问,国际食品安全协会副会长兼秘书长孙彤在接受《中国贸易报》记者采访时表示,期待双方在促进两国企业家交流上有所突破,建立常态化交流机制,同时,简化贸易投资审批程序,互派服务机构,多创造沟通交流的机会,加强在农业和食品安全领域的合作。

中小外贸企业调查实录:
跨越重洋望美国 谁帮我打开那扇窗

中国海关总署统计数据显示,2013年,中国和美国双边贸易总额为5210亿美元,同比增长7.5%,其中,中国对美国出口3684.3亿美元,同比增长4.7%;自美国进口1525.8亿美元,同比增长14.8%。

2014年前11个月,中国对美国进出口总值已达到5025亿美元,同比增长6.4%。其中,中国对美国出口3594.5亿美元,同比增长7.3%,自美国进口1430.5亿美元,同比增长4.4%。

在这样宏观而抽象的数据面前,有多少是中小贸易商甚至是外贸SOHO一族做的贡献,我们不得而知。

在国家政府层面的中美商贸联委会召开之际,《中国贸易报》联合环球易贸电子商务有限公司对国内数家小微外贸企业进行了调查,在所有反馈了信息的企业或者外贸人士眼中,美国市场是充满机会的,但机会似乎是遥不可及的。虽然其中一些企业已经和美国建立了联系并在尝试开展业务,但是,对于大多数小微企业来说,带着他们的产品服务迈出国门、跨越重洋、走进美国,却还要历尽艰难曲折。正如环球易贸电子商务有限公司总经理董振国所说的那样:“美国市场就好像圣诞节时装饰华丽的商场橱窗,我们这些孩子从外向里望去,满是艳羡的眼神,但是在没有经济实力和准确目标的情况下,却不敢轻易推门进去。我们需要自己的实力,也需要有人引导指路,带我们在橱窗里找到心仪的礼物。”

探索

这个“礼物”,确实太难找了。

据商务部公布的《国别贸易投资环境报告2014》显示,2013年,中国对美国的出口产品主要是便携自动数据处理设备及其部件、无绳电话机及其部件、鞋靴、硬盘驱动器、微型机的处理部件和服装等。中国从美国进口的产品主要是大豆、飞机等航空器、集成电路、铜废碎料、处理器及控制器、未梳棉花、存储器等。

在这些或大宗或资源技术密集型的贸易产品面前,中国的小微外贸企业能够“染指”的还多是一些基础产品或低端设备。“要想进出口能源矿产、飞机坦克、机械设备也不现实,中小企业多数还是做跟衣食住行相关产品的贸易。即使这样,也已经深入到各行各业方方面面了。”董振国的环球易贸电子商务公司专注于服务外贸SOHO和中小外贸企业,上万家客户资源都是国内外的中小企业。“建材卫浴、产品包装、服装鞋帽、电子配件、食品玩具……这是很多做外贸的人容易上手起家的产品。”

但是,想把这些产品适销对路地卖到美国去,并不是一件容易的事。

有一家外贸企业的主管告诉记者,他们正在通过网络平台销售电子烟等电子消费产品,非常想和美国做生意,希望找到美国的中小型消费电子网站或者实体店批发商。

有一家做纸袋包装的企业跟记者反映,他们通过很多途径找到一家美国需求方,虽然需求量不大,但是也仍要磨合和详细接洽,目前还在业务洽谈中。

常州新区金利宝塑料制品有限公司已经有了会持续返单的美国老客户,但是仍有开拓新客户的需求。“有一家新客户,我们付出人力物力跟踪了2年了,12月份还派人来工厂实地考察,但还在犹豫中,没答应和我们签合同,不知道问题出在哪里。”

碰壁

问题并不仅仅在于难以找到客户。

桐乡市申昊进出口有限公司的外贸经理告诉记者,有美国公司采购过真皮手套和室内拖鞋,合作还算顺利,就是价格被压得很低。

北京麦格天宝科技发展集团有限公司提供测绘设备和解决方案,从2003年起蝉联美国Trimble公司全球最大的分销商,尽管这样,也遇到了港口清关速度太慢,影响交货期的问题。

上海缤果印刷有限公司主营印刷包装和酒店用品,已经建立了美国客户专员团队。公司外贸经理Daisy反映说,他们已与美国客户有3年的业务往来,合作还算顺利,有的客户订单比较稳定,有的客户偶尔下订单。“中国工厂的制造工艺达不到美国的标准,不过,我会通过查阅中外资料,来解决技术难题的关键。”她说。

瑞安市维信卫浴配套有限公司的外贸业务员就没有这么好运了。“产品质量和认证方面的门槛把我们挡在门外,目前暂时没有和美国客人合作过。”

而已经向美国出口建材的青岛东方依斯特国际贸易有限公司也反映,美国对建材以及其他产品的技术性要求高,相关认证麻烦,而且费用高昂,为产品进入美国市场设立了比较高的门槛,增加了企业开发美国市场的成本,让小微企业望而却步。

“我曾经与100多家美国中小贸易商有过直接联系,从中感觉到,我们同美国做生意最大的问题还是信任和文化差异,所以,对方对我们供应商的资质审查是非常严格的。”董振国表示,“同样的,我们对美国企业或贸易商的不信任也导致丧失了很多合作机遇。我曾经帮美国的一些生产生活用品的企业在中国做宣传,寻找中国的代理商、经销商,国内有很多感兴趣的企业,但真正建立合作的却比较少,这其中中国市场的原因,也有美国企业文化的原因。”

希望

尽管仍有隔阂,但跨过浩瀚的太平洋,美国所展示给中国中小外贸企业的,始终是一个美丽的橱窗。

常州新区金利宝塑料制品有限公司的负责人告诉记者:“我觉得美国市场蛮好的,所以有好产品、有优势的产品尽管输出。但是,即使是做代工,我们也得多向美国学习创新和设计。”

上海缤果印刷有限公司的Daisy也有同感:“我最希望与美国企业开展家居产品方面的合作,美国在家居设计方面有优势,很多不错的家居产品虽然是在中国生产,却在国内买不到。如果出口到美国后,又进口回来,无疑多了税收和运费,提高了产品单价,对中国消费者来说很不利。有些适合中国的家居产品,难道不能在美国和中国同步发行吗?”

Daisy说:“我觉得美国市场一直是一个充满活力、鼓励创新的市场,人们对新事物的接受程度高,同时,政府的财税制度也支持创新企业及项目,这样无疑会不断促进美国市场保持活力。另外,美国在知识产权方面的法律制度健全,充分保障了创新者的权利,保护了他们的创新成果,不伤害创新者的创新热情。”

孙彤认为,美国最需要改善的是商务交流中的签证管理制度,如今去美国商务考察还不是很方便。

武汉大学国际问题研究院副教授苗迎春则分析指出,此次会议将进一步落实中美两国首脑达成的不冲突不对抗、相互尊重、合作共赢的中美新型大国关系原则,就增进双边贸易、加快投资协定谈判、拓展合作空间、提升合作层次等一系列问题进行对话与沟通,解决摩擦与分歧,从而更好地推动双边经贸合作与发展。

他认为,加快双边投资协定谈判进度是不久前中美两国首脑达成的重要共识,也是将中美新型大国关系落到实处的的重要举措。在此次联委会上,中美双方将继续把双边投资协定谈判作为双边经贸关系的最重要事项加以磋商和协调,推动尽早谈成一个高水平、双向平衡的双边投资协定,为2015年启动负面清单谈判扫清障碍。

除此之外,随着两国经贸关系的不断深化,中美贸易额屡创新高,虽然中美贸易结构仍然体现出互补性特征,但是机电产品同为中美双边进出口的最主要产品,说明两国间的产业内竞争开始形成。苗迎春认为,如何推动产业升级、提升各自产业的竞争力,加强中美制造业的创新合作会是此次中美商贸联委会讨论和交流的重要内容。

不过,针对中美贸易不平衡,美国国内一直存有非议。据悉,美中经济与安全审议联合副主席威廉姆·瑞茨曾赶在中美商贸联委会之前吹风说,中国为争取出口优势,再次降低人民币汇价,导致美国对中国的贸易赤字可能再创新的纪录。华盛顿保守智库“经济政策研究所”11日发布的报告则称,2001年到2013年间,美国与中国之间的贸易赤字扩大使美国丧失了320万个工作岗位,将就业岗位流失的“脏水”泼向中国。

对于这些“不靠谱”言论,沈丹阳在16日的新闻发布会上进行了驳斥——中方无意也没有必要采取操纵汇率来争取对外贸易的优势和贸易顺差。

沈丹阳表示,近十年来,中方一直在积极扩大对美国的进口,中国是美国出口增长最快的国家,现在有关贸易不平衡问题,双方相互指责没有意义,重要的是多做一些促进中美贸易平衡的事。他说:“美方应务实推动贸易平衡工作。比如美国对华出口管制政策,限制了美国最具国际竞争优势产品的对华出口,使得美国高科技产品对华出口在中国同类产品进口中的占比不断下降。根据统计,这一比重从2001年的18.3%已经降到2013年的8.6%,这显然不利于发挥美国产业的比较优势和平衡中美贸易。因此,美方能否真正采取一些措施,减少对高科技产品出口的限制?此外,美方能否学学中方的做法,多鼓励一些美国企业到中国来开展贸易促进活动?”

截至记者发稿时,中美商贸联委会并未结束和发布公告,但是记者从接近谈判的消息人士处获悉,谈判的进展和结果都比较乐观,丝毫没有受到会议开始前美国国内的“杂音”干扰。

坚持

“带着这些美好的愿望,这些外贸企业才一直忙碌在开拓美国市场的道路上,练习英语口语、打电话、发邮件、询盘、报价,不断地奔波于全国各地甚至花重金去海外参加展会和贸易交流活动,以此获得更多市场信息。”董振国告诉记者,“虽然在他们眼中,中国和美国之间在能源、金融、生物医药、创意科技等‘高大上’的领域更有合作前景,更能创造‘外贸奇迹’,但是,这并不妨碍他们在自己所擅长的初级产品或服务领域继续努力。他们同样期待着能得到商协会团体的服务与关注、同样需要得到国家政策的倾斜与支持。”

记者在采访中也了解到,不管是否已经与美国有过业务联系,也不管合作是否顺利,这些中小外贸企业都对美国市场充满了向往。而在向往的同时,他们也在期待能多得到一些帮助、一些信息——

“政府能提供免费辅导吗,各种投资美国的辅导,最好是一条龙服务。”

“这次美中商贸联委会,我希望双方能够深入沟通彼此企业的常见诉求,使以后中美双方的合作更为顺利。至于实际的帮助,中美是否可以共建一个网络平台,可以让中美双方的企业实时地看到彼此的需求,促成更多的合作。”

“新闻中看到很多国外的贸易大臣带着中小企业访华寻找商机,我们什么时候可以在国家或政府的组织下去国外探探路子学习?”

“希望能建立一个中美创业企业的沟通渠道,能和美国服务类创业企业有沟通。”

目前来看,这样的呼声还有很多。