

# 中拉共绘产能合作新愿景

■ 本报记者 范丽敏

在近日举办的第十届中国—拉美企业家高峰会上,产业对接、产能合作、互利共赢是与会嘉宾、企业代表讨论中出现的高频词。与会人士一致认为,中国装备制造业发达、优势产能设备先进,而拉美需要升级基础设施,亟待摆脱“拉美陷阱”(即过度城市化没有帮助拉美国家实现经济繁荣)。中国与拉美在产能合作方面先天优势明显,双方应加大合作力度,共谋合作新局面。

## 合作发展新能源

“目前,我们面临着如何传输新能源电力的问题,希望依靠中国企业来解决。”乌拉圭工业能源与矿产部部长卡罗来纳·科塞克说。

据卡罗来纳·科塞克介绍,近几年,乌拉圭大部分人开始使用清洁能源,2015年乌拉圭提出了能源综合混合计划。他相信接下来5年乌拉圭可以达到百分之百使用可再生能源的目标。此外,乌拉圭还要开展新一轮碳氢能源寻找计划。中国在这方面有多年发展经验,他希望

中国帮助他们改变能源使用和消耗体制。

近年来,不少拉美国家开始重视发展新能源。而中国在这方面有不少技术领跑全球。比如在光伏方面,截至2015年底,中国光伏累计装机容量4318万千瓦,超越德国,跃居全球第一。短短10多年,世界光伏产业发展的中心已经逐渐从欧洲向中国转移。

在世界银行经济学家卡洛斯基看来,拉美急需大力发展太阳能、风能、生物质能,中国拥有先进的清洁能源技术,成本管控方面也很有经验,拉美非常需要与中国扩大合作。

与会人士认为,目前,拉美正在加大基础设施建设、加快发展经济,他们希望在清洁能源、制造业、工业园区特别是基础设施建设等方面与中国合作。而中国产能优势明显,制造业基础较好,双方合作互补性强前景广阔。

## 提高产品附加值

10月13日,厄瓜多尔驻华使馆

商务参赞罗斯南一到河北唐山,就投入到了紧张的招商工作中。他这次带来了多家从事可可、果汁等食品生产的厄瓜多尔企业。这些企业最初是想把产品销售到中国,但经过深入考察,转而希望与中国企业合作办厂,进行产品深加工,联手拓展世界市场。

产能合作是加强中国与拉美经贸合作的新途径,从长远来看,拉美不能止步于做初级产品的“全球供应商”,中国也不能总是充当廉价产品的“世界工厂”。拉美发展资源加工业有助于改变单一经济结构,中国壮大装备制造业并参与国际市场平等竞争是产业升级的方向。中方购买巴西优质农产品,巴西从中国进口发电设备、地铁列车等投资品,可生产并出口更多高附加值的优质产品。

目前,中国与拉美国家在产能合作方面已经达成了共识,但无论是在深度上还是广度上,仍有巨大的提升空间。

“中国贸促会与河北省政府共

同打造的乐亭中拉产业园,是一个深化双方合作的良好平台、一个推进产能合作的强有力抓手。”中国贸促会副会长王锦珍相信,未来在中拉经贸合作领域,唐山一定有自己的席之地。

对于今后如何打好产能合作牌,王锦珍建议,中企应加大与各种基金、银行的合作,包括中拉产能合作投资基金、中国—巴西产能合作共同基金、中国—委内瑞拉联合融资基金、国家开发银行、中国进出口银行和中国银行等,并积极争取基金机构以股权投资、项目融资等方式支持企业与拉美国家开展项目合作。

中拉产能合作投资基金近日与巴西正式签署中巴产能基金谅解备忘录,规模为200亿美元。“中巴基金预计将于明年开始投资运作,会涵盖基础设施、农业、技术创新等各领域的合作,希望能够提升巴西的产业水平,并提升中巴的经贸水平。”巴西规划预算和管理部副部长豪尔赫·阿巴契表示。

## 中拉经贸合作面临转型升级

■ 本报记者 陈璐

结构转型的中国对拉美经济将有何影响?中拉经贸如何从以能源资源为主向更加多元化转型,从而实现每年5000亿美元的贸易目标?为了更深入地了解中拉经贸合作动向,《中国贸易报》记者近日采访了中国现代国际关系研究院拉美研究所副所长杨首国。

杨首国表示:“中国与拉美国家均进入深化改革、加快转型和调整的关键期,中国进入经济新常态,拉美面临振兴经济的严峻考验。尽管在此阶段中拉经贸关系遭遇贸易增速放缓的困难,但双方合作的意愿不减反增。习近平主席两次访问拉美,就中拉关系发展提出了具体的战略目标、框架与路径,展示了中国深化与拉美关系的意愿与信心。”杨首国认为,对拉美而言,不管是左翼执政还是右翼当权,均将中国视为重要战略伙伴,致力于拓展双边合作。在新的形势下,中拉关系向着量与质并重发展的新阶段迈进,双方合作面临转型升级的重要机遇。

近年来,中拉经贸合作向纵深发展,尤其是基建、能源、农业、电信等领域的合作展现出巨大潜力。“这是由双方的优势互补、需求契合所决定的。”杨首国说,中

国有资金和技术优势,拉美有资源优势。一大批中国企业在拉美承建大型项目,甚至深耕经营,不仅完成了许多高质量的项目,而且带动了当地就业和经济发展,获得了当地民众的好评。最显著的例子是中国承建的工程项目在今年厄瓜多尔大地震中岿然不动,充分显示了中国是值得信赖的合作伙伴。

对于如何把握战略行业发展趋势,拓展中拉产能合作,杨首国表示,中拉国际产能合作是双方经贸合作的一个新增长点。通过产能合作,不仅可以助力更多中国优质企业和成套工业设备等产品走进拉美,还能推动拉美基础设施建设,帮助拉美提升工业化水平,促使中拉经贸关系向多元纵深发展,进而实现更高层次的互补性合作。

杨首国特别提到,金融合作是中拉经贸合作的三大引擎之一,对促进中拉产能合作发挥着越来越重要的作用。不少中国国有大型银行在拉美设立开展金融业务,中拉产能合作基金、农业合作基金、基础设施合作基金等专项基金开始运作,石油换贷款、货币互换等金融合作创新机制不断拓展,为中拉经贸关系长期、可持续发展提供了全方位支持和保障。

## 投资拉美能源市场要“软硬兼施”

■ 本报记者 张伟伦

“拉美地区特殊的地理环境特征十分适合可再生能源发展,希望能与越来越多的中国企业合作。”圭亚那商业部部长在回答《中国贸易报》记者提问时表示,近些年,拉美地区的快速发展对能源供给提出了更高要求,拉美国家希望通过发展太阳能、风能等清洁能源来实现能源供给。

## 可再生能源受热捧

“拉美国家生产的能源是全世界最清洁的。”来自哥斯达黎加Aguilar Castillo Love律师事务所的伊斯特班·阿奎罗介绍,2013年,拉美国家54%的能源是可再生的,比如太阳能、风能、生物质能等。到2030年,拉美地区国家将投资约1.5万亿美元用于能源基础设施建设。

记者从美洲开发银行的一份清洁能源发展报告中了解到,世界清洁能源发展指数最高的10个国家中,有4个来自拉美,分别是巴西、智利、墨西哥和乌拉圭。2015年,拉美地区在风能、太阳能、生物质能、地热能及其他可再生能源领域的投资达230亿美元。

“一些拉美国家的可再生能源技术相当领先,比如巴西在生物燃料方面。”长期致力于拉美国家研究的中国社科院拉美研究所研究员岳云霞介绍,除了技术方面,拉美国家清洁能源立法普遍相对完善,政府也有很多鼓励措施与手段。

岳云霞说,拉美地区能源分布多样,一些地区石油资源丰富,但也有很多地区石油等传统能源稀缺,发展适合当地地理环境特点的太阳能、风能等可再生能源十分关键。

记者也了解到,一些传统能源大国也在试图升级能源生产模式。“阿根廷的能源结构中72%属于传统能源,是污染型能源生产模式。因此我们也希望提高可再生能源使用比率。阿根廷太阳能资源世界一



资料图片

流,阿政府层面也正致力于促进本国可再生能源发展。”阿根廷能源与矿产部可再生能源发展部主任马克西米利亚诺·莫罗内说。

## 中企投身拉美市场

对于整个拉美地区的市场状况,中国能源建设股份有限公司国际公司总裁助理沈忱介绍:“一方面,拉美地区总体政治局势平稳,基础设施建设需求旺盛,中国企业也越来越重视与拉美国家的合作。另一方面,由于拉美地区各国债务水平普遍过高,政府比较倾向于基础设施领域的私有化以及通过公私合营的模式减轻政府财政压力。”他表示,就电力能源这个行业来说,拉美国家诸如秘鲁、哥伦比亚、智利等国电力项目的市场化程度非常高。

“例如在智利建设太阳能发电项目,可以选择与当地用电客户签订短期的购电协议,或者参与国家电力委员会周期性的电价招标,甚至可以到期货市场上参与电价交易,整体机制比较成熟完善,这与亚洲和非洲电力市场有较大差异。”沈忱说。

除了电力项目,在高科技领域,中国的光伏产品有很强的优势,非常适合拉美市场。“太阳能发电需要一定的基础设施以及政府的支持和金融配套,拉丁美洲国家,不管是大的国家阿根廷、智利、秘鲁,还是哥斯达黎加等这些小国,都有非常好的市场条件。智利不光有产品,今后我们还将计划与拉美国家开展共同生产电池板等方面的合作。”英利集团总经理王刚说。

中企深耕拉美市场难免会面临一些挑战。“与很多欧美承包商相比,

中国企业的知名度和美誉度还不是很高。同时,很多企业还面临提升本土化份额和满足较高工程标准的挑战。”沈忱说,一些项目的可行性常常受制于当地环境,比如在秘鲁,原住民群体非常庞大,很多大型的水电项目、高压输电线路项目,虽然在技术上可行,投资回报预期也很不错,但由于当地的原住民问题,有些项目迟迟拿不到许可,或者在执行过程中为了处理此类问题,成本严重超标,工期大大滞后,对工程顺利完工带来了不利影响。

对此,岳云霞也表示,中国企业与拉美国家在能源方面的合作具有一定的互补性,但与投资其他地区不同的是,中企不仅要十分注重自身技术、资金等硬性条件,更要顾及当地的生态、人文等软性要素。

“中国不仅是产品需求市场,同时也是一个可给予拉美科技帮助的国家。”墨西哥企业家埃内斯托·克鲁斯说。

互补性使中拉农业贸易合作成为可能。“拉美的资源优势非常明显,其耕地占世界的10%,人口占世界的8%;相比而言,中国的耕地也占世界10%,人口却占世界的20%。这样的资源配置和人口布局决定了中国和拉美国家合作潜力巨大。”隋鹏飞说。

伊利集团副总裁王宝全表示,拉美国家农业资源丰富,气候环境适宜,生产条件优越,不少农产品也极具特色,品质优良。中国是著名的农耕文明国家,是世界农业大国,有着13亿多的人口,正处在工业化、城镇化加快推进时期,农产品市场需求量大。这种互补性给双方农业企业合作带来更大空间和选择。

对于未来的合作前景,王宝全认为,中拉企业合作要充分各自优势,开展市场对接、资源对接、创新对接。当前市场面临很多挑战,农业创新有很多未知领域,但是中国与拉美农业企业如果能够开展合作,一定会产生新动力。

## 中国进口农产品1/4来自拉美

■ 本报记者 陈璐

哥伦比亚的咖啡、巴西的大豆、阿根廷的牛肉、智利的卡拉胶、墨西哥的胭脂红……随着中国消费者对高质量农产品需求的增长,拉美的众多农产品出现在中国人的餐桌上。

拉美是世界粮仓,也是农业合作的热土。2015年,中国和拉美农产品贸易总额达到了334亿美元,其中93.4%是拉美国家的农产品进入中国。拉美国家向中国输出农产品贸易额占到了中国农产品进口总额的27%,即中国农产品进口量的1/4以上来自于拉美。

农业部国际合作司隋鹏飞司长表示:“农业是中国与拉美和加勒比国家合作规划的六大领域之一。中国已与拉美的16个国家签署了双边合作备忘录,与其中13个国家在合作协议之下建立了联委会或工作组来推动合作项目的进一步落实。中国加勒比经贸合作论坛上专门设立了农渔业论坛,中拉论坛上设立了农业部长论坛,中拉论坛下设立了农业部长论坛。可见,中国和拉美的农业合作已经驶入了机制化、常规化轨道。”

据记者了解,中国和智利的示范农场、中国和巴西的科学联合实验室、中国和古巴的农业示范园、中国和特立尼达和多巴哥的农业创新园等的设立,为促进和深化中拉国家间农业合作提供了源源不断的支撑和动力。

## ◆供求信息

### 阿根廷求购包装材料

**项目概述:**阿根廷 CARTOCOR S.A.公司是一家从事货物包装的企业,已有35年历史。现该公司希望从中国厂家直接进口相关包装原材料。

**联系人:**李靖楠 康雪芳  
**电话:**010-68019259  
**邮箱:**maotuizhongxin@ccpit.org  
(来源:中国贸促会)

### 巴西S2M公司寻合作伙伴

**项目概述:**巴西S2M公司长期从事手工工具销售,目前计划拓展业务到矿山机械和园艺工具等领域,欲寻求中国合作伙伴。

**联系人:**Gabriel Santos  
**邮箱:**gmsantos@comercials2m.com.br  
**Skype:**pratoferromentas2  
**手机:**5519 99464 7460  
**电话:**5519 4042 0925  
(来源:中国驻圣保罗总领馆经商室)

## 跨境电商岂能缺席拉美市场

■ 本报记者 叶灵燕

以说,促进中拉贸易发展,不能忽视跨境电商这一重要的增长引擎。

### 靠跨境电商丰富对拉贸易

当前,中国已成为拉美地区第二大贸易伙伴,也是巴西、智利等一些拉美国家的第一大贸易伙伴,中拉经贸合作前景可期。但是,中拉贸易目前呈现下滑态势,中拉合作动力有所减弱。在新形势下,探索通过跨境电商这一新途径来推动中拉经贸合作十分必要。

聚贸电子商务有限公司董事长陆宏翔在本届高峰会期间举行的“跨境电商推动贸易增长”平行会议上表示,电子商务的最大优势就是提高效率、降低成本,这是传统贸易方式所不具备的。

“对于中拉贸易来说,跨境电商除了促进贸易数量增长之外,还可以丰富贸易商品的品种、品类。”赵萍表示,跨境电商具有“小

规模、高频次”的特点,而一般贸易的特征是“大进大出”,彼此所满足的市场需求各不相同,两者可以形成互补。

中国电子信息产业发展研究院互联网研究所副所长陆峰说,过去8年,跨境电商对中国进出口贸易的拉动作用非常显著。到2015年年底,跨境电商在总的中拉贸易中所占比例达25%左右。

赵萍认为,通过跨境电商将中拉贸易做大,对一般贸易而言也是良好的市场探索。跨境电商为一般贸易提供了市场前期测试机会,通过跨境电商的前期测试,比如测出市场需求非常大的商品,进口商可以再通过一般贸易大规模进口,从而进一步促进中拉贸易发展。

### 靠拉美市场壮大跨境电商

拉美地区是全球互联网人口增长最快的地区,而中国是世界上最

大的电商市场。所以,中国跨境电商企业需要谋求更快速、更深入地进入拉美市场。赵萍指出,目前,拉美地区跨境电商正处于市场培育期,渗透力较弱、市场规模程度较低,信任程度和接受程度也较低。鉴于此,中国跨境电商企业进入拉美地区,首先要培育市场。

在赵萍看来,以B2C业务为主的跨境电商企业,可以通过打折促销等方式,让消费者在消费过程中养成跨境电商消费习惯。以B2B业务为主的跨境电商企业,应该定期对进口商进行培训,让其了解跨境电商知识,并运用跨境电商渠道采购商品。

陆宏翔知道,现在,不管是以B2C业务为主还是以B2B业务为主,大家都想做生态化跨境电商。“做好生态圈,打造一个完整、高效的供应链是跨境电商发展的必要前提。”赵萍指出,做到物流本地化、服

务本地化,跨境电商的反应速度自然快,客户满意度也会更高。

令赵萍担忧的是,中国跨境电商企业自身规模较小,再加上其中很多创业者并非出身对外贸易行业,经验匮乏,企业抗风险能力有限。拓展跨境电商发展程度不高的拉美市场,前期培育需要投入大量资金,这对多数中国跨境电商企业来说是个沉重的负担。一旦市场培育期过长,而市场打不开,成本又高,未来资金难以维系,中国跨境电商企业有可能遭遇灭顶之灾。

对于中国跨境电商企业进入拉美市场,赵萍的建议是,做好市场调研,了解当地市场需求特点,确定产品品种,并做好跨境电商产业链配套。“至于到底是通过在当地建海外仓还是以直邮方式建立物流体系,需要在了解当地需求的基础上作出科学决策,这非常重要。”赵萍强调。