

帮“巴铁”涨 GDP 教非洲人征税

发改委专家支招“一带一路”，鲁企要把“鞋子卖给光脚走路的人”

本报记者 蔡宇丹

如意“西部棋局”：
不是转移过剩产能，而是产业升级

在中国宁夏、新疆、重庆、印度、巴基斯坦等“一带一路”沿线，如意集团已布局了10个工业园，总投资超过300亿元。

作为国内最大纺织龙头企业，如意在下一盘什么棋？

先看看国家发改委学术委员会研究员、中国国际经济交流研究中心首席研究员张燕生对“一带一路”这盘国家大棋局的解读。

张燕生说，“一带一路”使中国对外开放的主战场由东部沿海转向西部地区。在这场战略转移中，新疆成为丝绸之路经济带核心区，云南成为面对东南亚的桥头堡。

以时间维度看，过去30年，中国对外开放主要针对西方，未来30年将主要针对“一带一路”沿线新兴市场和发展中国家。

在这场战略大转移中，那些懂得“抓趋势，盯政策”的山东企业正在抢占政策红利，为自己赢得转型良机。

宁夏如意科技时尚产业公司是如意集团在“一带一路”沿线布局的首个产业项目，这家工厂是国内首个数字化智能科技纺纱示范基地，肩负着如意转型升级的强烈诉求。

为什么是宁夏？看看宁夏现在的身份，它是中国一阿拉伯国家博览会永久举办地，也是国家级内陆开放型经济试验区，成为通往阿拉伯市场的桥头堡。

从产业成本来讲，这个产业园地处内蒙古鄂尔多斯、乌海及陕西榆林“能源金三角”核心位置，电力可直接交易，每度电费不到山东一半，蒸汽价格是山东的2/3，光这两项费用一年可节约成本近3亿元。

2014年，如意集团投资45亿在喀什建工业园，在如意集团董事长邱亚夫看来，新疆是如意在“一带一路”布局的“棋眼”，这个新棋局，“从北疆石河子，南疆喀什，到印度、巴基斯坦，甚至通过瓜达尔港到欧洲，这是一个非常广的市场。”邱亚夫说。

如意通过这样大跨度转移，不仅可以打开中亚、南亚十几亿人的市场，还可以直通欧盟。

跟着国家大棋局走西部的还有临沂商城。如今，这家北方最大商贸物流中心在瓜达尔港投资2.5亿建设海外商城，意图在这个印度洋出海口下先手棋，打通到北非、欧洲的新商路。

中国项目为旁遮普贡献GDP

“中国搞‘一带一路’，用沿线老百姓话说，中国人送钱，送机会来了。”张燕生对齐鲁晚报记者说，现在全球流动性过剩，美欧日搞量化宽松，拼命印钞票，但钱没有办法变成需求，“一带一路”沿线没有钱，但有需求有消费。

去年英国脱欧和特朗普胜选，被看做是反全球化风潮兴



▲如意集团董事长邱亚夫在巴基斯坦项目签约仪式上。(资料片)



65个国家、44亿人口，23万亿美元经济规模。在“一带一路”国家战略面前，山东企业如何抓住机会？在日前举行的齐鲁大讲坛上，国家发改委学术委员会研究员、中国国际经济交流研究中心首席研究员张燕生予以解读。



国家发改委学术委员会研究员 张燕生
本报记者 王鸿光摄

起。张燕生说，这说明一些国家和地区没有从全球开放中得到机会，没有共享成果。中国企业走“一带一路”，一定要让沿线企业参与，让沿线老百姓获取利益。

2015年4月，如意集团联合华能投资18亿美元，在巴基斯坦旁遮普省建设当地最大火力发电厂。

旁遮普省极度缺电，这个项目不仅给如意在当地投资项目提供电力，也会极大改善旁遮普的电力供应，得到巴基斯坦政府高度支持，他们在工地现场派驻了最强安保力量。

这个项目又为旁遮普贡献了多少GDP呢？

就业方面，现场参建人员5272人，其中雇用巴基斯坦工人2186人。

商贸方面，自项目开工后，当地建材、水泥市场交易活跃，财政税收也增加了。

在最苦的地方培养狼性

张燕生到非洲、南亚、东南亚去考察，到世界最穷的地方调研，他发现，只要开中资企业调研会，一定有华为。

难道华为不知道“一带一路”最苦、“一带一路”最难、“一带一路”上风险最高吗？

“架设设备时，要找村民弄几个大牲口，才能把设备搞上山；某国政变时，听着枪炮声讨论技术方案；非洲某地上站，爬了几十米高铁塔，下来后就吐了一地……”

上面这段文字出自华为一位中层的讲述。这些故事的主人公都是在海外死磕N年的老员工，现在作为中层充斥于华为各个要害部门。

浪潮集团也有一条规定，必须有派驻海外经历的，才能被提拔。浪潮海外事业本部东南非大区高级客户经理王佳特被派驻到埃塞俄比亚，在这个GDP排名全球第178位的国家，他学会了吃生牛肉和“英吉拉”这种带馊味的主食。刚开始，王佳特为尊重习俗硬着头皮吃，吃了后去洗手间吐掉，出来后接着吃，时间久了才慢慢适应。

2015年，埃塞俄比亚一个信息化项目招标，这是埃塞俄比亚10年来规模最大信息化项目，吸引了体量比浪潮大数倍的多家跨国公司来投标，这让王佳特的团队直接切换到通宵达旦的“攻击模式”。

埃塞俄比亚经常停电，没有电，就点蜡烛沟通方案；没有车，就顶着非洲特有的高温徒步拜访客户。投标前，反复模拟竞争对手可能拿出的方案找准弱点精准打击。最终，这个项目花落浪潮。

在埃塞俄比亚这三年，王佳特以奥斯卡获奖片《荒野猎人》为喻，“与狼搏斗，必须有胜似狼的野性，更要有猎人的智慧。到埃塞俄比亚开拓市场，必须像荒野猎人一样，利用有限

资源打击对手。”

“在最苦的地方培养狼性，活下来，发展壮大，明天你才有可能在美日欧，在全球跨国公司竞争最激烈的地方打胜仗。”

张燕生对齐鲁晚报记者说，“一带一路”沿线政治、市场风险都很高，但全球化竞争也最薄弱，跨国公司不愿去，中国企业机会就多，这也是山东企业在风险最高的地方完成由弱到强，由中国到世界的脱胎换骨式转型的机会。

为什么是脱胎换骨式转型？

张燕生以杯子盖作比，中国制造卖0.8元，其他国家卖2元钱。过去30年能买到中国杯子盖享受到1.2元经济剩余的，是欧美人。

“过去30年，中国杯子盖怎么生产，卖给谁不是中国人决定，是跨国公司决定的，中国企业只做代工。”张燕生说，跨国公司不愿去“一带一路”沿线，中国企业要把杯子盖卖到沿线国家，就要有自己的核心技术，建立自己的品牌和渠道。

“现在全球产能过剩，‘一带一路’沿线产能不足。在‘一带一路’沿线投资水泥厂、钢铁厂、纺织厂，得到的经济回报更高。”张燕生说，这对山东企业的过剩产能来讲，既是国际化机遇，也相当于增加了一块蛋糕。

中国制造往“一带一路”卖什么产品

在印尼，张燕生看到，当地人骑的都是日本产摩托车，很少见到中国摩托车。印尼经济不发达，为什么老百姓骑的是价格贵的日本摩托车？

原来，中国摩托车曾进入过印尼市场，但质量不稳定，售后服务也不好。当地人收入不高，花钱买一辆摩托车不容易，如果动不动就趴窝，他们宁可买贵的。

“对中国企业来说，如何生产出高品质产品，如何构建一个好的售后服务和全球维修体系，这是关键。”张燕生对齐鲁晚报记者说。

但“一带一路”沿线朋友也对张燕生讲了这么一句话，“中国传统优势在‘一带一路’就是最好的，如果中国企业升级得太快，产品太贵了，‘一带一路’沿线老百姓

也买不起。”

现在，浪潮正在泰国和越南推机顶盒。浪潮集团董事长兼CEO孙丕恕说，中国输出到“一带一路”沿线产品，不是低质低价，也不是高质高价，而是价位适中。“如果拿着卖给欧美同样品质的机顶盒卖给越南，他们会说，你怎么卖那么贵？发展中国家质量标准低于中国，他们想要便宜的我可以给，但质量不能比国内的差。”孙丕恕说，印度市场机顶盒十来美金一个，有大量的单子，但浪潮不接，这个价位的机顶盒根本无法保证质量。

目前，印度市场的机顶盒都是深圳一些小厂生产的，有些几天坏了，客户会反过来骂。非洲市场现在也是这样。一些企业大量低价接单，产品质量没法保证，对中国企业声誉危害很大。

孙丕恕透露，现在，浪潮在越南、泰国的机顶盒业务比在国内做得还好。“中国质量能在这些国家立住脚，中国企业的整体品牌形象才能起来。”他说。

把“吃饭开发票刮奖”的经验搬到非洲

张燕生到非洲调研，那里的孩子拿石头跟他交换。石头有什么用？但穷孩子手上又有什么可交换的呢？

张燕生说，习近平总书记提到，“一带一路”就是要把中国的技术、资金、管理，和“一带一路”沿线资源、市场需求、劳动力结合到一起。从这个角度看要进行模式创新。

现在，浪潮在埃塞俄比亚、突尼斯、尼日利亚推广税务系统，类似订单浪潮在“一带一路”沿线做了20多个国家，包括老挝、斯里兰卡、巴基斯坦。

如果没有模式创新，又如何“把梳子卖给和尚，把鞋卖给光脚走路的人”？

“我会跟客户讲三个故事。”浪潮东南亚区总经理刘峰说，首先讲政治故事。政府客户要在任期内搞公共建设，惠民工程，首先得有钱，政府没钱做了很多事。

第二，讲财富故事。非洲国家税负低，偷税漏税严重，这是政府痛点。通过这个税务系统让客户知道怎么能够增加税收，能增加多少税收。

第三，讲中国故事。讲30年前中国和现在的非洲一样，手写发票，还有好多不开发票的。“不光讲，还要把非洲客户拉到中国，让他们看中国怎么做的。他们到了北上广深一看，就信服了中国模式和中国产品。”孙丕恕说。

比如吃完饭开发票可以刮奖，浪潮把这个法子复制到非洲，效果很不错。非洲税务系统怎么收税，也参考了中国标准；在泰国推广机顶盒、数字电视，浪潮把中国标准改进后变成泰国标准，按照这个套路来推进。

在孙丕恕看来，这是一个更好的模式——把中国标准输出去，在当地设厂，再设计，本土化生产，拉动当地经济发展，可以减轻国家与国家间的贸易摩擦。