

后危机时代中国企业对俄贸易战略研究

李春波

【内容提要】 经过国际金融危机的洗礼,俄罗斯经济出现了稳步回升的良好势头。尤其在俄罗斯成功加入 WTO 和普京成功再任总统后,经济发展问题将是普京执政的核心问题之一^①,已经开始的一系列的产业调整和经济复苏政策将会给中国企业带来新的机会和挑战。本文通过分析俄罗斯最近几年的经济表现和经济政策走向,提出中国企业对俄贸易应选择的可行战略,从而为中国企业在后危机时代进入俄罗斯市场提供参考。

【关键词】 后危机时代 俄罗斯 中国企业 贸易战略

【作者简介】 李春波,黑龙江大学东北亚经济研究中心副教授、系主任。

2007 年年底发生的美国次贷危机席卷全球,引发了全球性的金融危机。俄罗斯在这次危机中也未能幸免,俄罗斯经济可以用跌宕起伏来形容。经过一系列的战略调整,2010 年俄罗斯经济开始出现缓慢的回升,经济形势逐渐向好的方向发展。有些人认为国际金融危机的影响已经开始减弱,后危机时代开始到来,乐观思想逐渐显现。实际上,即使是后危机时代,危机的影响和危害还有可能进一步加剧,这主要是由于一些潜在的影响和危害会逐渐表面化,进一步影响经济的发展。

一 后危机时代俄罗斯经济发展态势分析

后危机时代俄罗斯的经济特征还是比较明显的:经济发展稳步加快

^① 李春波:《普京再任总统面临的三大经济挑战》,《俄罗斯中亚东欧研究》2012 年第 4 期。

以及外贸增速平稳等,均标志着俄罗斯即将走出危机的困扰。尤其是成功加入了世贸组织,为俄罗斯经济增添了新的活力。

(一) 整体经济态势逐渐好转

国际金融危机对俄罗斯经济发展的影响巨大。2008年危机的影响开始显现,2009年影响达到高峰,在这一年,俄罗斯经济增长为-7.8%,2010年和2011年俄罗斯经济持续走强,经济增长均为4.3%,而且主要经济指标明显向好,不仅实现了经济较快增长,还积累了继续增长的潜力(见表1)。以2011年俄经济发展为例,2011年经济增长4.3%,GDP为54.37万亿卢布,约合1.85万亿美元(汇率为29.4:1),人均收入为1.3万美元。2008年俄罗斯GDP为42.76万亿卢布,约合1.72万亿美元(汇率为24.8:1)。所以,以总量指标衡量,2011年俄罗斯GDP已经超过2008年即危机前的最好水平。从横向比较看,2011年俄罗斯GDP增长速度虽低于中国和印度,但高于巴西,也高于“八国集团”中的其他7个发达工业国家^①。

表1 2008~2011年俄罗斯GDP、人口和人均GDP情况

时间	GDP(万亿卢布,当年价格)	增长率(%)	GDP(万亿卢布,2008年价格)	增长率(%)	人口(亿)	人均GDP(万卢布)	增长率(%)
2008	42.76	24.2	41.28	5.2	1.419 56	29.077 1	24.29
2009	38.81	-6.0	38.05	-7.8	1.419 09	27.347 6	-5.90
2010	45.17	16.4	39.67	4.3	1.423 90	31.720 1	15.99
2011	54.37	20.4	41.38	4.3	1.429 48	38.034 2	19.91

资料来源:郭晓琼:《俄罗斯产业结构与经济成长的互动关系研究》,《俄罗斯研究》2011年第3期。

从表1不难看出,俄罗斯人均GDP增长迅速,尤其在2010年和2011年两年,表明俄罗斯的经济增长是一个良性的增长,为以后的经济快速发展积累了能量。

在消费支出上,2011年零售贸易额增长7.2%。支持消费增长的主要是居民积极使用个人储蓄和个人消费信贷。2011年居民存款同比减少11.5%,个人消费信贷余额则增长2倍。此外,2011年居民收入的74.1%用于消费(2010年为69.9%)。居民消费增长既反映出俄罗斯个人消费信贷便利化措施有效,也表明居民增强了对未来经济和生活的信心。2011年,俄罗斯职工

^① 李福川:《2011年俄罗斯经济特点及未来走势》,http://blog.sina.com.cn

月均工资为 3.085 6 万卢布,同比增长 11.3%。平均养老金为 8 203 卢布,增长 9.7%。收入连续增长,显然是俄罗斯居民消费热情的直接来源。俄罗斯经济发展部对 2012 年消费物价增长预测保持在 5%~6% 的水平上。俄经济发展部部长指出,未来几年零售贸易额增长的主要因素仍将是消费支出,在预测期内,其增长率将接近 6%^①。

(二) 传统产业仍是经济增长的重要支柱

2008~2011 年,俄罗斯的产业结构总体上来说是合理的,三大产业在 GDP 所占的比重说明俄罗斯已达到发达国家水平。但俄罗斯的经济增长仍主要依靠传统产业。以 2011 年为例,俄罗斯经济增长主要是由于加工业、建筑业和农业的较快增长。2011 年,工业生产增长 4.7%,其中加工业增长 6.5%,机器制造业较快增长是加工业增长的主要动力。在机器制造业中,交通运输工具和机器设备的生产增长达 24.6%。从加工业增长的情况看,外资和合资汽车制造及组装企业发挥了重要作用^②。此外,增长较快的工业生产部门还有橡胶和塑料制品、非金属类矿产品以及制革、皮革制品和制鞋业。但出口过分依赖能源产业,经济增长中高新技术产业影响小,缺乏核心竞争力。因此,正如俄罗斯专家所言:“落后的结构是俄罗斯经济的特点,在这一结构中占优势的是原料部门和开采部门。我们是靠扩大石油、天然气、黑色和有色金属及木材的出口活着。实际上,俄罗斯出现的是落后部门的数量增长。”^③

表 2 2008~2011 年俄罗斯产业结构分布

年份	GDP(万亿卢布)	第一产业占比(%)	第二产业占比(%)	第三产业占比(%)
2008	42.76	4.08	34.23	49.34
2009	38.81	4.34	32.27	51.35
2010	45.17	3.68	32.87	49.20
2011	54.37	3.65	33.42	51.36

资料来源:同表 1。

(三) 外贸增长强劲

2008 年俄罗斯外贸增长 0.3%,2009 年外贸增长 -10.1%,2010 年增长 11.1%,2011 年增长 30.1%,2012 年第一季度增长超过 20%。从这一组数据不

① 李福川:《2011 年俄罗斯经济特点及未来走势》,http://blog.sina.com.cn

② 同①。

③ 郭连成:《俄罗斯经济增长与发展问题辨析》,《世界经济与政治》2004 年第 12 期。

难看出,俄罗斯对外贸易正处于快速复苏的增长阶段。2011年俄贸易总额中,出口额为5214亿美元,增长30.2%;进口额为3233亿美元,增长30%;顺差1981亿美元,增长30.6%。对外贸易已经成为俄罗斯经济复苏的主要引擎,而贸易顺差的快速增加又为俄罗斯经济积蓄了强大的发展力量。但是,从俄罗斯的外贸出口结构来看,还是以能源产品和资源型原料产品为主,占出口量的40%左右,尤其是对石油产品的出口依赖性较强,受国际市场价格因素影响较大。进口以机电设备、运输工具、食品和农业原料为主,占进口量的60%以上^①。上述情况说明,俄罗斯对外贸易中产品结构单一的局面没有太大的改变。

(四) 关税壁垒降低,市场更加开放

2011年11月10日,俄罗斯签署了“入世”条约最终文本,12月16日世界贸易组织第八届部长级会议正式批准俄罗斯加入世贸组织,俄罗斯成为第154个世贸组织成员。普京认为:“俄罗斯需要一个开放的市场,‘入世’后的俄罗斯将更加积极地参加国际经济体系。”^②

俄罗斯加入世贸组织后,将进一步降低进出口关税。根据世贸组织和俄罗斯经济发展部公布的文件,“入世”之后,俄罗斯总体关税水平将从之前的10%降至7.8%,其中农产品关税水平从13.2%降至10.8%,工业产品关税水平从9.5%降至7.3%。俄罗斯超过1/3的商品从“入世”之日起下调出口关税,1/4的税目将在3年内调整到位。在俄罗斯“入世”议定书中,共签署57个商品市场和30个双边服务市场的准入协议。俄罗斯不符合世贸组织规定的进口限制、禁令、许可证和授权等做法将被废除,且不得再制定新的类似规定。俄罗斯还要对152个发展中国家和最不发达国家提供普惠制,与此同时,俄罗斯的服务市场也将进一步开放。加入世贸组织后,俄罗斯的外贸和投资法规将更加透明,既要保证本国法律的必要透明度,又要保证对外贸易管理的透明度。外贸法规须予以公布,且在未正式公布前不得生效。

二 后危机时代俄罗斯经济政策走势分析

(一) 保持经济政策的延续性

普京再任总统,“普梅组合”重新建立,其经济政策总体上将保持延续性,

^① 李福川:《2011年俄罗斯经济特点及未来走势》,http://blog.sina.com.cn

^② В. В. Путин, О наших экономических задачах//Ведомости, №15 (3029), 30 января 2012г., http://www.vedomosti.ru/newspaper/2012/01/30

但由于环境的变化也会进行一些调整。由于欧美经济低迷造成国际能源需求减少,俄政府必须提前进行战略规划:一方面采取有力措施保证俄经济持续增长;另一方面坚定地转变经济发展方式,推动创新发展,增强俄罗斯对外部经济环境变化的适应能力,避免经济再次出现 2009 年的剧烈波动。预计,俄将会进一步加大对中小企业的扶持力度,解决中小企业发展面临的行政壁垒、市场垄断和能源供应困难等瓶颈问题。目前,俄联邦政府要求银行业加强与中小企业的业务往来,并计划在未来 3 年内拨出 1 245 亿卢布用于支持中小企业发展。俄罗斯将会进一步加快推动税制改革,解决由于行业间税负不平等导致资本向低税负资源类行业集中的问题,以推动经济结构的优化。

(二) 经济转型进程将会加速

俄政府于 2011 年 12 月下旬批准了《2020 年前俄罗斯创新发展战略》,为推动俄罗斯从资源依赖型经济向创新型发展模式过渡提出了明确的发展目标、优先项目、国家创新政策和激励机制。2012 年 1 月,俄罗斯设立斯科尔科沃创新中心项目融资专门基金。普京强调,创新型发展是俄罗斯唯一的选择,创新发展的速度必须从根本上超过今天所有的速度。所以,创新经济是俄罗斯经济发展的优先方向,其未来的发展政策中将会包含更多的创新元素。

俄经济的创新型增长需要大规模投资。2011 年 12 月 23 日,俄央行宣布将再融资利率由 8.25% 降至 8%,以提高市场流动性。俄罗斯政府计划未来 5 年内向直接投资基金投入 100 亿美元,其投资方向包括节能、物流和农业等领域的重大项目。俄联邦预算对地方经济特区建设给予了特别扶持,投入 16 亿美元用于经济特区基础设施建设。通过对 2012 年 APEC 峰会和 2014 年索契冬奥会等重大活动以及俄罗斯高铁建设等重点项目的投资,推动基础设施建设,拉动经济增长。为增加地方经济活力和缩小地区发展差距,俄联邦政府拟在个别地区出台不同的法律、投资和税收政策,赋予地方政府足够的职权确保地方经济持续稳定发展。《俄罗斯联邦经济特区法》修正案于 2012 年 1 月 1 日正式生效,根据该法案,俄经济特区运营期限将由此前的 20 年延长至 49 年。

创新型发展需要高新技术,因为这是创新型发展的领航员和动力。普京认为,俄罗斯今后重点发展的高科技主要集中在航空航天、造船业和能源动力领域,还要发展信息、医疗和其他高新技术领域。上述政策的陆续执行,将会为相关行业带来广阔的发展空间,为外国企业带来更多的投资机会。

(三) 增加人力资本投入

人力资源是其他一切资源的基础和根本。普京强调,要过渡到创新型发

展的道路上去,首先就要大规模地对人力资本进行投资。俄罗斯的未来和成就都取决于对人的教育和提高公民的素质,取决于人对自我完善的追求,取决于人才能否发挥自己的才能。因此,发展国家教育体系就成了进行全球竞争的一个要素,也是最重要的生活价值之一。同时,普京还强调科研的重要性,要为科研活动创造良好的环境。人力资本投入是厚积薄发,人才是国家发展的根本和支柱,人力资本投入会为企业提供人才保障。

(四) 进一步优化贸易产品结构

“入世”后的形势正如普京所说:“俄罗斯加入 WTO 使各个领域都面临挑战。在高科技生产条件下,只有一个市场——全球性市场”^①,这就要求俄罗斯改变以往比较单一的贸易产品结构,打破对相关产业的依赖,采用多元化的方式来降低国际贸易风险。

俄罗斯经济目前存在的主要问题是原料出口型经济过分依赖。普京认为,当今的俄罗斯受到世界经济的深刻影响,对世界经济一体化的感触较其他大多数国家都更为深刻。俄罗斯经济对进口消费品及出口原料和能源产品的价格都存在过高的依赖。俄罗斯需要新的经济,包括具有竞争力的工业和基础设施、发达的服务业以及高效的农业等,所有一切都为中国企业进入俄罗斯市场提供了巨大的商机。

(五) 进一步改善投资环境

2012年2月,普京发出强烈呼吁:“俄罗斯投资条件在世界排名第120位,我们提出在未来几年进入投资环境最有吸引力国家行列的任务,我们需要向前迈100步,把经商条件排名从第120位提高到第20位。”^②

然而,俄罗斯投资环境差已是公认的“老大难”,普京再任总统后能否解决这个问题,关乎经济与贸易增长,关乎产业结构改善和创新经济的发展,改善投资环境可以说是俄罗斯至关重要的问题。

三 后危机时期中国企业对俄贸易的战略选择

俄罗斯加入世贸组织后,关税将下降3.5%,且这种下降是逐步递减的。

^① В. В. Путин, О наших экономических задачах//Российская газета, 30 января 2012г., <http://www.rg.ru>

^② Председатель Правительства Российской Федерации В. В. Путин принял участие в инвестиционном форуме Россия – 2012.

现在的加权平均税率为 9.5%，2013 年将降至 7.6%，2014 年将降至 6.9%，而 2015 年将降至 6% 左右。对于中国企业来说，这样的改变可以降低其出口成本，增加优势产品的出口，如服装纺织品、鞋类及家电等^①。

俄罗斯在制造业领域竞争力较差，尤其是服装、鞋类、纺织品和电器等轻工行业，而这些行业正是中国的优势所在。莫斯科 TTC 贸易公司老板弗拉基米尔·卡尔波夫说：“俄罗斯‘入世’对中国和俄罗斯都是机会，双方的贸易活动会更加频繁，对俄罗斯的贸易商来说，从中国进口之后承担的关税有所降低，成本也会相对降低。”^②

据相关统计数据显示，2011 年中俄双边贸易额超过 830 亿美元，两国计划在未来 3 年内将双边贸易额再提高 170 亿美元，达到 1 000 亿美元，至 2020 年有望达到 2 000 亿美元。要实现上述目标，需要中俄贸易的跨越式大发展。为此，中国企业应选择如下市场战略。

（一）重建品牌战略

目前，中国企业向俄罗斯出口的产品大部分属于技术性能低的产品，缺乏品牌意识。所以，中国企业要改变这种现象就要先改变观念，生产高附加值产品，发挥品牌效应，提高市场竞争力。构建品牌战略要从以下几个方面入手。

第一，提高产品质量。产品质量是品牌的本质和基础，也是品牌的生命。企业要不断改进技术，提高质量意识，围绕公司的质量方针，制定质量计划，确立质量目标体系，建立全面质量管理体系，在产品形成的全过程中实行系统管理，从而有效地建立质量管理系统工程。提高企业领导和管理人员的质量管理水平，保证持续稳定的质量品质体系，企业必须坚持不懈地改善环境，事实证明，环境是影响客户和吸引客户的重要手段之一。同时，质量体系的维持不是一朝一夕的事情，要在企业日常工作中坚持不懈地按照 PDCA 管理循环来进行，并形成可行的管理体制，只有这样，才能使品质管理体系始终保持良性循环。最后，还要发挥企业团队的力量，良好的团队精神对确保企业质量保证系统的运行有着极其重要的作用，把团队演变成为公司新的组织成分，它们是权力与责任的核心。因此，作为一个实体，公司任一层级的团队都必须打造出色的绩效，不断交付优质的工作成果。

第二，建立有效的服务体系。服务是品牌的重要支撑，是商品不可分割

^① 杨萌：《俄罗斯入世 中国企业机遇 or 挑战？》，《证券日报》2012 年 7 月 26 日。

^② 同^①。

的一部分,是市场竞争的焦点。建立有效的服务体系,首先应该知道增强服务意识的重要性,要改善服务态度,提倡主动服务。应该认识到,只有加强服务,才能满足顾客的消费需求,才能赢得顾客的信赖,才能提高顾客的满意度,才能体现自身价值和满足自身需要,才能在激烈竞争的市场中立于不败之地。所以,真正要把顾客当做上帝来对待,做到细心、热情、周到。但由于社会的多元化,优良服务有时不一定能得到应有的反应或认可,我们应明白确保消费者权益不受侵犯是最根本的前提。其次,要严格加强内部管理,提高员工的服务技能,了解和掌握俄罗斯顾客的服务特质,保证服务质量,避免在执行过程中出现偏差。

第三,树立良好的企业形象。形象是品牌在市场上和消费者心中所表现出的个性特征,体现消费者对品牌的评价与认知。企业形象是企业精神文化的一种外在表现形式,是企业的无形资产,所以,企业要建立并维护自身良好的形象,首先应该从企业内部提升企业形象。在企业内部形成科学的企业理念,显示企业的目标、使命、经营观念和行动准备,并通过企业的口号来鼓励全体员工树立良好的企业形象。企业形象还与企业环境有着密不可分的关系,企业环境是企业文化最基本的表现方式,而创造良好的工作氛围更是为企业的形象增光添彩。产品和服务形象也是企业形象的一个缩影,企业形象的外在表现就是它所提供的产品和服务的形象。所以,必须提升企业的产品和服务的形象,提供高质量的产品和服务不仅是经济问题,而且是关系到企业声誉和社会发展进步的社会问题,是企业形象最直接的反映。企业的领导和员工,代表着一个企业的形象。要提升整个企业的形象,企业领导在企业中的主导作用和自身示范能力是关键。同时,员工的整体形象是企业内在素质的具体表现,要塑造爱岗敬业和高素质的员工形象。其次是企业形象的外部建设,主要依赖企业宣传片、广告的投放和公益活动。以企业的名义参加公益活动,是提升企业形象的有效途径。在俄罗斯,中国企业可以通过广告和宣传片来传播企业的价值观和经营理念,通过对俄公益性事业的捐赠与扶持,显示中国企业在为俄罗斯创造社会财富的同时也在创造社会效益,显示中国企业对俄罗斯的社会责任心与承担力。

第四,建立优良的企业文化。文化价值是品牌的内涵,是社会物质形态和精神形态的统一,是现代社会的消费心理和文化价值取向的结合。企业文化的核心是价值观,表现为行为,即企业的凝聚力,员工对企业的忠诚度、责任感、自豪感、精神面貌和职业化行为规范,因此,文化的改变会带来行为方式的改变。良好、健康的企业文化能够提高效率,减少费用支出,提升品牌含

金量,增加产品的价值,从而增强企业竞争力。因为市场中影响竞争产品定价的因素除通常的生产成本等有形价值外,还包括品牌价值,而品牌价值的影响因素包括受企业文化影响的公司和员工形象。

(二) 调整结构战略

中国企业目前向俄罗斯出口的产品多以低端产品为主,并且结构单一。然而,中国低端市场劳动力价格优势正逐渐消失,致使中国企业对俄贸易低端市场竞争优势也正在消失。随着农村劳动力不断向非农业的转移,中国农村青壮年劳动力供求矛盾突出。中国依靠廉价劳动力大批量出口低端产品正受到越来越大的约束。此外,印度、越南等受制造业跨国转移影响的主要发展中国家相对于转型期的中国有更大的劳动力价格优势,中国传统的低端市场正受到这些国家的巨大挑战,导致中国对俄贸易可替代性加强。中国对俄出口在向高端市场挺进的过程中也将受到俄罗斯主要贸易伙伴欧洲各国和日本的激烈竞争。欧洲国家及日本等国对俄贸易集中于高端市场,中国对俄出口贸易结构也逐渐趋同于这些国家的对俄贸易,必然会引起这些国家的高度警觉与竞争,为此,中国对俄贸易将面临重大的“挤出效应”。虽然存在诸多困难,但高端产品是俄罗斯未来需求的主导,中国企业不能回避也无法回避。所以,中国企业要提前做好准备,调整出口产品结构,在不放弃低端产品市场的同时,逐渐向高端市场转移,借此机会打造国际品牌,提升竞争能力。

(三) 做精做强战略

中国企业如何站稳脚跟和获得更多的市场份额,是摆在所有企业面前的难题。随着俄罗斯经济政策的进一步完善和发展需要,中俄贸易将由资源向科技升级。所以,中国企业要不断提高技术革新和创造的能力,改变以往片面强调“大”而不“精”的局面,学会做“专”、做“精”、做“强”,培养企业的核心竞争力,在此基础上根据条件再做“大”,否则,企业会背上沉重的包袱而无法快速发展。

(四) “本土化”战略

俄罗斯市场就如同尚未开发的“处女地”,但是,在中国的多数公司中,尚未有人考虑在俄罗斯扎根,这是一个很危险的现象。国际化经营的根本出路就是“本土化”。“本土化”可以摆脱各种贸易壁垒,减少各种贸易冲突;“本土化”可以更好地融入当地文化,提供“本土化”的产品和服务,更好地为目标顾客服务;“本土化”可以更好地为目标国家服务,承担更多的社会责任。这样,中国企业才能更好地被俄罗斯认同,才能实现可持续发展。

(责任编辑:李丹琳)