

德国与维谢格拉德国家的经贸、 投资关系探究

——对中国与中东欧合作的启示

马骏驰

【内容提要】 德国与维谢格拉德集团各国有着深远且复杂的利益关系。对德国来说,维谢格拉德国家是其中东欧地区最主要的贸易伙伴;对维谢格拉德国家来说,德国是其经济发展所需资金(直接投资)的主要来源国。与德国相比,中国对这些国家的战略布局和经贸投资均处于劣势,但中国可通过多层次并进的经贸投资方式来进一步加强在这一地区的影响力。

【关键词】 德国 维谢格拉德国家 经贸投资

【基金项目】 国家社科基金一般项目《中东欧国家在“丝绸之路经济带”战略构想中的地位与风险评估研究》(项目编号:14BGJ013)。

【作者简介】 马骏驰,中国社会科学院欧洲研究所中东欧研究室研究实习员。

中东欧作为通往欧洲腹地的门户,自古以来就是东西方的必争之地。德国人、俄国人、土耳其人、斯拉夫人和马扎尔人都曾占领过此地。从成立之日起,维谢格拉德集团四国(以下简称 V4 国家),即波兰、捷克、匈牙利和斯洛伐克在政治、经贸和文化等领域都扮演了重要的角色。由于这些国家都已加入欧盟和北约,欧洲东部的防务得到进一步加强,但俄罗斯与欧盟的对峙也在加剧。由于大量西欧投资的涌入,V4 国家同欧盟的联系更加紧密。而中国提出中国与中东欧“16+1”合作框架和“丝绸之路经济带”战略构想,V4 国家也是中国重要的合作对象。可以说,V4 国家的战略地位日益凸显。无论从历史,还是从当代政治、经济的角度来看,V4 国家的重要性不断得到提升。而在所有利益攸关者中,德国同 V4 国家的关系是最深刻和最复杂的。

政治上,德国在欧盟内部拥有强大的话语权。V4 国家作为欧盟成员国,客观上必须同德国保持紧密联系以获得德国支持。经济上,德国是 V4 国家最重要的贸易伙伴。正如匈牙利人力资源部副部长巴罗格·佐尔坦(Balog Zoltán)所说,德国和中欧有着长达数世纪的、千丝万缕的联系^①。本文拟分析德国对 V4 国家的历史定位和经贸投资往来并指出德国产业链给 V4 国家带来的影响及其背后的因素。同时,以此对比中国同 V4 国家的务实合作,提出中国在该地区经贸投资的应对之策。

一 德国对 V4 国家的历史定位

V4 国家地处中欧,而中欧这一概念最早出现在 19 世纪。当时,奥匈帝国的外交大臣克莱门斯·梅特涅(Klemens Wenzel von Metternich)首次提出了中欧的概念。他从国别的角度将中欧地区定义为西起莱茵河和法兰西帝国边境,东至沙俄帝国西部边境的区域,奥匈帝国是中欧的核心。19 世纪中叶,弗里德里希·李斯特(Friedrich List)首次从经济层面完善了这一概念。他指出,欧洲的未来将会是各大经济体间的激烈斗争。德意志帝国的未来在欧洲大陆,所以德意志帝国应致力于建立一个位于欧洲西部与东部之间的政治、经济联合体^②。他还特别提到以日耳曼人和匈牙利人为中心的经济体的重要性。除了经济、政治层面的划分外,德国最伟大的东方学家之一保罗·拉加德(Paul de Lagarde)从军事安全的角度对中欧进行了划分。他提出,由于德国的邻国较多且地处欧洲中心地带,所以容易受到来自东方势力的进攻。基于此,他将中欧划分为两个部分,第一部分是以东普鲁士、波兰为首的北部区域,第二部分是以奥地利以及其他非日耳曼国家为主的东南部区域^③。

^① Balog Zoltán, Németország “Közép – Európa szószólója”, http://www.nepszava.hu/articles/article.php?id=681749&referer_id=friss (中欧是指维谢格拉德国家及周边国家。虽然德国和奥地利地处中欧,但在中东欧国家看来,德国和奥地利属于西方发达国家,而不是中欧国家。在德国看来,它和奥地利也不属于中欧。中国将 V4 国家称为中东欧国家)。

^② Hans Rothfels, Das Werden des Mitteleuropa – Gedankens. In: Ostraum, Preußentum und Reichsgedanke. Leipzig 1935, p. 238.

^③ Vitári Zsolt, A Hitlerjüngend szerepe a keleti “életér” megszerzésében, Világtörténet, 2012 (1–2): pp. 93–120.

总体来说,在第一次世界大战前后,中欧的地域划分主要集中在莱茵河、维斯瓦河、多瑙河和德涅斯特河之间的区域,即当今波兰、捷克、匈牙利和斯洛伐克所在的区域。中欧的中心是奥匈帝国。需要指出的是,这一时期对中欧的划分方法符合当时德意志帝国的外交政策,即要建立一个泛日耳曼区域以及一个欧洲关税联盟,并以此为基础形成以柏林—巴格达为轴的经济带。其划分的依据从国别上升到政治、经济和军事安全层面,而且这些概念都将中欧纳入德意志帝国的“辐射”之中。时任德国总理冯·贝特曼·霍尔维格(Von Bethmann-Hollweg)将此定义为“一个由德国领导的中欧经济带以保证德国在中欧的经济统治力”。

第二次世界大战期间,德国对于中欧的划分基本没有改变,只将德国和奥地利这两个发达国家与中欧国家分开了。另外,德国明确了它对该地区的政策和责任,并提升了其战略重要性,即将其定义为德国的原材料供给地。

20 世纪 90 年代转型后,V4 国家的经济结构发生了深刻转变,对外贸易的结构和方向自然也相应改变。各国都加快与西欧国家在政治制度、经济等领域接轨的步伐。由于 V4 国家财力有限,其私有化进程在很大程度上要靠外资来推动。与此同时,德国统一后东部各州(原民主德国)的工业结构和市场转型并不充分,也没有为劳动分工和国际合作战略留下空间。这些因素导致德国东部各州的经济,特别是工业生产的衰退,出口受阻。而德国与 V4 国家之间的劳动力工资水平和人口规模的差异更使西德企业开始对波兰、捷克、斯洛伐克和匈牙利的市场产生兴趣。德国企业开始重新将目光投向中欧,逐渐增加对 V4 国家的出口,同时增加从 V4 国家的进口以降低自己的生产支出,提高竞争力。

总之,德国十分重视 V4 国家,不断从地理、政治、经济和文化的角度来阐述其重要意义,将其视为德国发展中不可缺少的一部分。

二 德国和 V4 国家贸易往来

2004 年加入欧盟后,V4 国家经济快速增长。2003 年,V4 国家的经济总量只占欧盟 28 国的 3.7%。10 年之后,即 2013 年,V4 国家的名义国内生产总值占欧盟 28 国的 5.4%。根据世界银行的定义,V4 国家中波兰、捷克和斯洛伐克均为高收入国家,匈牙利为中上等收入国家。V4 国家经济的良好走势与“入盟”是分不开的,尤其德国同这些国家的经贸往来起到了较大的促进作用。

表 1 2013 年德国对部分国家的进出口额

出口				进口			
出口额排名	国别	出口额(亿欧元)	在德国出口额中所占比重(%)	进口额排名	国别	进口额(亿欧元)	在德国进口额中所占比重(%)
1	法国	1 000	9.2	1	荷兰	900	10.0
9	波兰	420	3.9	11	波兰	360	4.0
13	捷克	310	2.8	12	捷克	330	3.7
16	匈牙利	170	1.6	15	匈牙利	200	2.2
21	斯洛伐克	110	1.0	18	斯洛伐克	120	1.4
23	罗马尼亚	100	0.9	21	罗马尼亚	90	1.0
41	斯洛文尼亚	40	0.4	34	斯洛文尼亚	50	0.5
47	保加利亚	30	0.2	43	保加利亚	30	0.3
48	立陶宛	30	0.2	49	立陶宛	20	0.2

资料来源: <http://www.bmw.de/English/Redaktion/Pdf/facts-about-german-foreign-trade-in-2013,property=pdf,bereich=bmw2012,sprache=en,rwb=true.pdf>

由表 1 可见,2013 年德国对 V4 国家的进口和出口总额在德国的对外贸易中均居前 20 位,在德国与其他中东欧国家的贸易中占据前 4 位。德国对其他中东欧国家的进出口额与 V4 国家相比差距较大。同时,德国对 V4 国家的进口总额与居第 1 位的荷兰基本持平,对 V4 国家的出口总额与居第 1 位的法国基本持平。这说明德国在中东欧地区的经贸活动主要集中在 V4 国家,V4 国家是德国重要的贸易伙伴。

表 2 2013 年 V4 国家对德国的进出口额占 V4 国家进出口额的比重

国别	V4 国家对德国出口额占其出口总额的比重(%)	比重排名	V4 国家自德国进口额占其进口总额的比重(%)	比重排名
匈牙利	24.9	1	25.8	1
波兰	21.5	1	24.9	1
捷克	25.6	1	28.6	1
斯洛伐克	16.0	1	22.0	1

资料来源:笔者根据 V4 国家商会网公布的数据整理而成。

在 V4 国家的对外贸易中,无论是在进口还是在出口方面,德国都居 V4 国家进出口额的首位,且远远领先于居第 2 位的国家。例如,自匈牙利进口

额居第 2 位的俄罗斯所占比重不到 10% , 向匈牙利出口额居第 2 位的罗马尼亚所占比重仅为 6.5% ; 自波兰进口额居第 2 位的俄罗斯所占比重为 11% , 向波兰出口额居第 2 位的法国所占比重仅为 6% ; 自捷克进口额居第 2 位的法国所占比重为 11% , 向捷克出口额居第 2 位的斯洛伐克所占比重仅为 7.4% 。这说明德国对 V4 国家的经济起着至关重要的作用, V4 国家的对外贸易出现了“一边倒”的局面。

表 3 2013 年匈牙利与德国的前 4 位贸易产品

对德国出口			自德国进口		
产品	出口额 (万欧元)	占出口总 额比重(%)	产品	进口额 (万欧元)	占进口总 额比重(%)
机械类	5 500	26.2	机械类	4 700	25.6
电子类	4 300	20.5	电子类	3 600	19.2
汽车类	3 500	14.6	汽车类	2 600	14.3
医疗器械、 光学仪器等	1 300	6.2	塑料制品	1 100	6.1

资料来源: http://www.ahkungarn.hu/fileadmin/ahk_ungarn/Dokumente/Wirtschaftsinfos/HU/Statistik/INFO_HU_Aussenhandel_Ranking.pdf

表 4 2013 年波兰与德国的前 4 位贸易产品

对德国出口			自德国进口		
产品	出口额 (万欧元)	占出口总 额比重(%)	产品	进口额 (万欧元)	占进口总 额比重(%)
汽车类	4 800	13.0	机械类	4 800	15.0
机械类	4 200	11.1	汽车类	4 000	12.5
电子类	3 500	9.4	塑料制品	3 300	10.1
家具、照明、 标志等	2 800	7.8	电子类	2 100	6.7

资料来源: <http://www.mg.gov.pl/files/upload/8437/Ocena%20HZ%20za%202013.pdf>

表 5 2013 年捷克与德国的前 4 位贸易产品

对德国出口			自德国进口		
产品	出口额 (万欧元)	占出口总 额比重(%)	产品	进口额 (万欧元)	占进口总 额比重(%)
机械类	4 850	17.3	机械类	7 400	19.6

电子类	3 700	13.3	电子类	7 300	19.2
汽车类	3 500	12.6	汽车类	6 700	17.6
塑料制品	2 300	8.4	钢铁制品	1 900	5.1

资料来源: <http://www.mpo.cz/dokument153825.html>

表 6 2013 年斯洛伐克与德国的前 4 位贸易产品

对德国出口			自德国进口		
产品	出口额 (万欧元)	占出口总 额比重(%)	产品	进口额 (万欧元)	占进口总 额比重(%)
汽车类	4 300	32.0	汽车类	2 100	21.8
电子类	2 800	21.0	机械类	1 800	18.7
机械类	1 800	13.3	电子类	1 200	12.8
橡胶类制品	600	4.8	塑料制品	600	6.4

资料来源: <http://atlas.media.mit.edu/profile/country/svk/>

从 V4 国家与德国的贸易商品结构可以看出,一方面,机械类、汽车类和电子类产品均位于进出口额的前 3 位。除波兰外,其他三国此类产品进出口额所占比重均在 20% 左右。这说明此三类产品是 V4 国家与德国贸易中的主要产品。另一方面,除了整车贸易外,在机械类中也有相当一部分是汽车零部件。例如,在斯洛伐克自德国的进口产品中,机械类产品里汽车零部件约占 22%;在匈牙利的相关领域中,汽车零部件约占 24.7%。在波兰对德出口产品中,汽车零部件约占 10%。所以,德国与 V4 国家汽车零部件和整车贸易额远比数据显示的还要多。总之,对德国来说,V4 国家是其在中东欧地区最主要的贸易伙伴。德国与单个国家的贸易额虽小,但与 V4 国家的贸易总额居德 2013 年贸易额排名之首。对 V4 国家来说,德国是这些国家不可或缺的经贸伙伴。V4 国家与德国的经贸往来不仅在占总额的比重上居首位,且贸易领域相对集中。更重要的是,德国在 V4 国家的主要对外贸易领域中已经取得了优势地位。可以说,德国在 V4 国家对外经贸中占有很大份额,在四国经济结构中扮演着极其重要的角色。

三 德国对 V4 国家投资情况

自德国统一以来,其对外投资翻了近 10 倍,从 1990 年约 116 亿欧元增至 2012 年的 1 197 亿欧元。这也带动了德国对 V4 国家投资的增长。此外,

投资领域的相对集中和投资形式的多样化进一步促进了双方的贸易往来。其中,德国的直接投资是促进其与 V4 国家贸易往来的重要手段之一。

表 7 1995 ~ 2012 年德国对中东欧国家投资 (单位:亿欧元)

年份	1995	2000	2005	2010	2012	排名*
捷克	21.40	72.93	153.32	235.03	263.14	13
波兰	10.43	78.44	126.29	236.40	253.64	14
匈牙利	17.71	71.87	140.60	169.85	156.90	19
斯洛伐克	3.44	16.68	44.71	90.02	88.61	27
爱沙尼亚	—	0.47	2.82	4.46	5.08	64
立陶宛	0.15	0.73	5.12	9.13	10.22	55
拉脱维亚	0.18	2.11	2.44	4.56	5.02	65
克罗地亚	0.83	8.45	15.98	23.91	25.34	42
塞尔维亚	0.26	0.66	4.16	11.48	11.99	52
斯洛文尼亚	1.61	3.94	6.34	11.66	12.88	51
保加利亚	0.31	3.45	7.68	25.72	29.11	39
罗马尼亚	0.81	4.94	22.81	57.45	71.24	30
波黑	—	0.37	1.51	1.57	1.85	81

* 按德国对该国的投资额占德国总投资额比重排名。

资料来源: http://www.ahkungarn.hu/fileadmin/ahk_ungarn/Dokumente/Wirtschaftsinfos/DE/Statistik/INFO_DE_FDI_Ranking.pdf

表 8 德国对 V4 国家的投资额占 V4 国家外来投资总额的比重及排名(截至 2012 年)

	排名	所占比重(%)
捷克	1	18.0
波兰	1	19.6
匈牙利	1	24.8
斯洛伐克	1	17.0

资料来源: <http://www.investslovenia.org/business-environment/fdi-in-slovenia/major-investors/>; <http://www.paiz.gov.pl/index/?id=a55472983efa2e239b315de91576d1d3>; http://www.ahkungarn.hu/fileadmin/ahk_ungarn/Dokumente/Wirtschaftsinfos/HU/Statistik/INFO_HU_FDI_Ranking.pdf, last accessed on: 27th February, 2015; <http://www.sario.sk/en/invest/fdi-and-success-stories>

德国对中东欧的投资主要集中在 V4 国家,且近年来一直呈增长趋势。

由表 7 可以看出,2012 年德国对捷克的投资占德国对中东欧国家投资总额的 28.1%,波兰为 27.1%,匈牙利为 16.8%,斯洛伐克为 9.5%。从增长率的角度来看,在 V4 国家 2004 年“入盟”之后,德国充分利用了这一机会,进一步扩大了对 V4 国家的投资。由表 8 可看出,德国投资额的占比在 V4 国家均居首位且均占比较大。这也说明了德国对这四国经济的巨大影响力。例如,在欧债危机中,匈牙利受到严重冲击,就与德国资金的流出有很大关系。

表 9 在匈牙利经贸领域投资较多的德国企业及代表企业

经贸领域	企业数量(家)	代表企业
批发零售业	143	西门子公司(Siemens AG)
商业服务业	56	思爱普公司(SAP AG)
电子类	43	罗伯特·博世公司(Robert Bosch GmbH)
机械类	37	大陆集团(Continental AG)
金属业	33	沃尔夫集团(Regensburger Druckgußwerk Wolf GmbH)
汽车类	32	大众汽车(Volkswagen)
交通运输、仓储和邮政业	28	德国电信(Deutsche Telekom AG)

资料来源: http://www.investmentmap.org/prioritySector_comp.aspx

表 10 在波兰经贸领域投资较多的德国企业及代表企业

经贸领域	企业数量(家)	代表企业
批发零售业	435	麦德龙公司(METRO AG)
商业服务业	113	戴姆勒集团(Daimler AG)
建筑类	75	豪赫蒂夫公司(HOCHTIEF AG)
交通运输、仓储和邮政业	69	德国电信(Deutsche Telekom AG)
机械类	68	大众汽车(Volkswagen)
电子类	58	罗纳尔公司(Ronal GmbH)
汽车类	58	大众汽车(Volkswagen)

资料来源:同表 9。

表 11 在捷克经贸领域投资较多的德国企业及代表企业

经贸领域	企业数量(家)	代表企业
批发零售业	219	莱茵集团(RWE AG)

商业服务业	77	格宝联合银行 (Bayerische Hypo – und Vereinsbank AG)
金属业	90	罗纳尔公司 (Ronal GmbH)
机械类	89	大众汽车 (Volkswagen)
电子类	62	罗伯特·博世公司 (Robert Bosch GmbH)
汽车类	70	大众汽车 (Volkswagen)

资料来源:同表 9。

表 12 在斯洛伐克经贸领域投资较多的德国企业及代表企业

经贸领域	企业数量(家)	代表企业
批发零售业	88	大众汽车 (Volkswagen)
机械类	33	大众汽车 (Volkswagen)
商业服务业	24	西门子公司 (Siemens AG)
电子类	23	索爱斯汽车系统公司 (SAS Autosystemtechnik Verwaltungs – GmbH)
汽车类	22	大众汽车 (Volkswagen)
金属业	17	德国威能公司 (Joh. Vaillant GmbH u. Co.)
交通运输、仓储和邮政业	14	德国电信 (Deutsche Telekom AG)

资料来源:同表 9。

由上述表格可见,德国企业在 V4 国家的投资领域分布较广,主要集中在批发零售业、机械类、商业服务类、电子类、汽车类、金属业、交通运输、仓储、邮政业和制造业。在 V4 国家大部分对外贸易领域中德国企业数量名列前茅^①,但按照单个企业的营业额和雇佣当地员工的数量来看,最大的往往不是德国企业而是美国、日本或荷兰企业。不过,德国企业数量较多且规模相近,基本都是大中型企业。例如,在汽车类和机械类企业中,德国企业均排在前 10 位。在电子类企业中,均排在前 20 位。而其他国家企业呈两极分布,即大型企业和小型企业数量居多。所以德国企业的总体规模要远远大于其他国家的企业规模。从代表的企业看,在 V4 国家中的德国企业以制造业企业为主。其中汽车类企业居多,如汽车制造商戴姆勒集团和大众公司等,汽车配套产品生产商大陆集团、罗纳尔公司和罗伯特·博世公司。

^① http://www.investmentmap.org/prioritySector_comp.aspx

从投资模式看,德国企业大部分是绿地投资。以匈牙利的戴姆勒集团投资为例,2008年,戴姆勒集团在凯什凯梅特市投资80亿欧元设立了奔驰A级和B级车生产线;2009年,戴姆勒集团投资29亿欧元购买了约400公顷的土地以建造一座可同时供2500名工人工作的厂房。戴姆勒集团除了关注本公司投资外,还大力推动当地社会经济的发展。首先,戴姆勒集团模仿德国国内的合作模式,同当地高校建立了合作办学机制。其次,戴姆勒集团在已有的高速公路基础上,建设新的公路和货运铁轨。现在来看,这些举措都是双赢的决定。合作办学使高校有了更多的资金,为本校学生提供了实习和就业的机会,也为未来戴姆勒集团储备了潜在的人才。修建公路和铁路一方面促进了当地的基础设施建设,改善了当地的投资环境,另一方面也使本厂的货物更容易流通,降低了流通成本。根据欧盟规定,匈牙利可通过欧盟向戴姆勒集团补贴1亿欧元。而匈牙利政府向戴姆勒集团补贴了两亿欧元,并在10年内减免其20%的税收。此外,当地政府还专门成立了一个由副市长牵头的、主要负责凯什凯梅特市政府同戴姆勒集团沟通的工作小组。

德国各大企业通过绿地投资的模式将V4国家作为生产基地。例如,在匈牙利,德国奥迪公司和戴姆勒集团都设有制造和组装厂。2014年9月,奥迪公司在久尔市投资开设新厂,增加生产线以生产更多的发动机,并将美国设为主要目标市场。迄今为止,奥迪公司在匈累计投资额为67.35亿欧元,拥有3000多名员工,是匈牙利营业额最高的公司之一,也是最大的出口商之一。同时,奥迪公司还是奥迪和大众集团的发动机供应中心。在波兰,波兹南市是大众公司最大的小型客车制造基地,大众公司也于近期宣布投资10亿欧元在弗热希尼亚市建厂,该厂将成为大众公司第二大小型客车制造基地。在捷克,大陆集团扩建了奥特罗科维采(Otrokovice)工厂,并增加了其卡车和客车轮胎产能。该工厂成为大陆集团面向俄罗斯和美洲市场的生产基地。

由此可见,当代德国企业继承了历史上德国对中欧的定位,将V4国家作为制造和组装基地,为本国出口服务。这是一条德国—V4国家产业链,也是德国对V4国家,乃至整个中东欧投资主要集中在制造业的原因。德国将V4国家作为制造和组装基地,意义在于:首先,德国在中东欧国家设厂,必将在本地购买部分零部件或原材料。中东欧各国的物价普遍低于德国物价,这样价值链中的采购成本会降低。其次,相对西欧各国来说,中东欧技术性劳动力较稀缺,而非技术性劳动力则较多,且劳动力成本较低,在中东欧国家投资设厂,可以有效降低价值链中的生产成本。再次,将基地作为辐射中心,成品可以直接通过基地销往中东欧各国乃至世界各地,可有效降低发货成本,也

可进一步促进商品在该地区的流通。最后,这一措施还可防止中东欧国家“入盟”后大批非技术性劳动力涌入德国,与德国本土劳动力竞争,整体降低德国产品的价格,对本土市场产生不良影响。

虽然德国对 V4 国家产品的需求较小且对 V4 国家的贸易额和投资额也较小,但并不意味着这些国家在经济上对德国不重要。德国通过在 V4 国家投资设厂,直接促进与 V4 国家的经贸往来,进一步巩固自己的优势贸易领域。

四 中国与中东欧合作中潜在的问题及政策建议

从历史关系来看,如何在 V4 国家乃至整个中东欧获得产业升级所需的技术和基础资源是问题之一。由于地理距离较远,中国与中东欧国家历史上没有深入的交流,新中国成立后才逐步发展双边关系。20 世纪 90 年代,中东欧国家实行市场开放政策,鼓励发展私有经济,大批中国投资者赴 V4 国家投资,但与德国不同的是,中国当时并没有一个明确的投资战略。欧债危机后,中国针对中东欧地区提出“16 + 1”的整体合作框架,逐渐明确了在与这些国家务实合作中的角色定位,即充分发挥这些国家的地理位置优势,利用欧盟市场的条件,更好地促进中国产业升级转型和中国企业“走出去”战略。V4 国家因其投资环境较好而成为中国在中东欧地区的重点合作对象。同德国相比,中国对 V4 国家以及中东欧的战略布局较晚,务实合作的理念也不同。中国目前对这一地区普遍缺乏了解,同时也缺乏熟悉这些国家语言和文化的专业人才,这在一定程度上阻碍了双方的经贸投资往来。

更重要的是,从务实合作来讲,德国将 V4 国家定义为原材料供应地和生产基地以降低最终产品的成本,而中国则把这些国家当作进入欧盟大市场的跳板和试水区以熟悉欧盟市场规则,促进产业升级并开拓市场。德国是依托 V4 国家面向欧亚乃至全球市场,而中国则是依托 V4 国家面向欧洲市场。第一,虽然两国的最终目标市场只有部分存在交叉,但是两国都希望在 V4 国家和中东欧地区实现产品的生产和分销,实现目标的手段是相同的。找到良好的区位投资设厂和寻找有效的分销渠道将成为中国企业面临的主要竞争问题。第二,如要促进产业升级,在单一领域内一般有两种方式:一是掌握核心资源,拓展利润空间;二是掌握某个生产环节的核心技术,提高企业的竞争力。V4 国家整体规模较小,基础资源较少,而德国通过深远的战略布局,利用企业的生产活动转移和多领域的投资掌握了大部分上游资源,且德国企业的核心技术在全世界居领先地位。所以,在 V4 国家取得技术和资源是中国

与中东欧国家合作的重点之一。

从经贸关系来看,如何充分发挥优势产业的带头作用以产生联动效应是问题之二。在 V4 国家“入盟”前,匈牙利是中国在该地区最大的贸易伙伴。“入盟”后,波兰取代匈牙利成为中国在中东欧地区最大的贸易伙伴,其次是捷克、匈牙利和斯洛伐克。从贸易结构来看,2013 年中国对 V4 国家出口的产品主要有机电产品、贱金属及制品、纺织品及原料、家具、玩具及杂项制品和光学、钟表及医疗设备等。其中机电产品成为中国对 V4 国家出口的主要产品,占对波兰出口的 52.3%、对捷的 74.6%、对匈的 87%、对斯的 69.2%。自 V4 国家主要进口机电产品、运输产品、光学、钟表及医疗设备和贱金属及其制品等。其中机电产品再次成为主要产品,占自波进口的 20.7%、自捷的 51.5%、自匈的 70%、自斯的 15.3%。其他主要进口产品为贱金属及制品(占自波进口的 38.4%)和运输设备(占自斯进口的 79.4%)。由此可见,中国对 V4 国家进出口的产品比较单一,以机电产品为主,这与德国与 V4 国家之间的主要贸易领域相近。然而从贸易额看,中国同德国的差距较大。中国与 V4 国家的贸易往来全面落后于德国。不过,德国与 V4 国家的经贸额有一部分是靠中间产品来推动的,而中国与 V4 国家之间的贸易几乎没有中间产品。

根据欧盟最新制造业竞争力报告,中国机械类商品的比较优势指数为 0.74,而德国为 1.61;在计算机、电子产品以及电子设备产品方面,中国却比德国有着更强的竞争力,中国为 1.87 和 1.48,而德国为 0.56 和 1.16。不过,德国在 V4 国家生产的大量产品用的是德国的技术,而根据比较优势的计算方式,这些产品的出口归为 V4 国家,所以德国在计算机、电子产品以及电子设备产品方面的竞争力被低估。然而,机电产品属于中国各类产品中比较优势相对较强的产品,同时该类产品具备较大的升级空间。所以,选择比较优势较强又具备转型潜力的产品作为中国与 V4 国家的主要贸易产品是十分可行的,这为中国的产业升级提供了良好的契机。

不过,中国尚未同德国一样形成自己的特色产业,缺乏以点带面的联动效应。德国将汽车产业作为优势产业投资 V4 国家并通过这一领域的投资来带动其相关产业的投资,如汽车零部件、橡胶产品、电子产品等。这一方面是由于各个企业都认识到对 V4 国家投资的重要性,另一方面也是由于汽车产业在 V4 国家投资后,相关产业为了保持自身对汽车制造商的吸引力而采取降低成本的措施。同时,跟随下游企业一同投资可进一步降低风险。纵观中国对 V4 国家的投资会发现,各个企业之间并没有产业链上的直接联系,“各自为政”,只是单纯呈现投资领域广泛的特点。

从投资关系来看,如何找到一个契合双方需求的投资模式是问题之三。目前,中国对 V4 国家的投资具有三个特点:一是投资增速较快。中国对波兰投资从 2007 年的近 1 亿美元增至两亿多美元,整整翻了一倍;中国对捷克投资从 2007 年的近 0.2 亿美元增至 2012 年的两亿多美元,增长 10 倍;中国对斯洛伐克投资从 2007 年的 510 万美元增至 2012 年 0.86 亿美元,增长近 17 倍;中国对匈牙利投资从 2007 年 0.78 亿美元增至 2012 年的 5 亿多美元,增长 6 倍多。二是中国的直接投资额只占 V4 国家外资总额和中国对欧盟投资总额的很小一部分。2012 年中国对 V4 国家投资总计 10.039 8 亿美元,占中国对欧盟投资总额的 3.18%。这一数额不及德国 2012 年对匈牙利投资额的 1/10。三是中国对 V4 国家的投资领域广泛,如基础设施建设、机械制造、化工、金融业务、信息和服务业以及电子产品等,这与德国在 V4 国家的投资领域相近。

目前,中国对 V4 国家的投资呈整体性布局,从铁路、公路、工业园区、物流到支持实业发展的金融业全面布局以支持产业升级。但是,从投资模式来看,德国利用技术优势向 V4 国家进行顺向投资;而中国则是为了获取技术进行逆向投资。在不熟悉市场且没有比较优势的情况下,中国企业更多以并购为主。但是,并购这一形式并不受 V4 国家的欢迎。V4 国家的许多官员和学者均表示,中国目前缺少绿地投资。而绿地投资才能真正带动当地经济的发展。

笔者认为,中国在 V4 国家的投资可分为两部分;第一部分是获取技术等战略性资源。第二部分是输出中国优势产业,在转移产业的同时要抢占产业链高端的研发和设计以及市场营销。中国应采取多层次并进的投资方式。

首先,中国与德国在相关产业链中的位置不同,在 V4 国家的投资阶段不同。目前,中国企业参与全球价值链仍较多地集中于产业链低端和低附加值环节,即仍处于“微笑曲线”的中部和底部。中国在利用庞大的外汇储备将自己具有比较优势但也在逐渐失去比较优势的产业陆续转移到国外的同时,也希望吸收国外的资源和先进技术以升级本国产业链。而德国目前则处于产业链高端,生产的是高附加值产品并通过海外投资逐渐提高这些产品的比较优势。这就决定了德国在投资 V4 国家时是顺向投资,而中国更多的是逆向投资,风险相对较大。

其次,采取并购、合资或发包的方式以降低获取战略性资源时的风险。V4 国家的战略性资源较少,且德国企业经验丰富、与 V4 国家合作时间久远,而中国企业则是将资金投入并不熟悉或不具备优势的领域。并购的投资模式可以直接帮助企业迅速进入对象国市场并占有份额,获得可用的技术、销售渠道、管理、人才等战略性资源,有效降低了投资风险,从而在短期内形

成中国企业的竞争力。同 V4 国家企业合资的这一模式可以有效加强同对象国企业的联系以分散中国企业的投资风险,同时更有助于企业间接地吸收战略性资源。向当地企业发包,即可对那些自身缺乏比较优势的环节以合作制造、外包等形式,主动放弃劣势环节,利用知识溢出效应来改善中国企业的竞争力。从长期来看,中国企业在具备一定竞争力后可转为其他投资模式,如绿地投资。这样就可以在企业向产业链上游转移后,进一步密切与对象国的经贸投资关系以降低绿地投资带来的长期性风险。

最后,绿地投资和集群投资。这种投资模式可促进拥有一定竞争优势的中国产业链国际化。中国在投资那些自身已具备比较优势的产业时应充分发挥竞争力的优势,力争将产业本土化。由于 V4 国家一直在鼓励外资进行绿地投资,并为此颁布了大量的优惠措施,中国可借此机会加大投资力度,雇佣本地工人,采取向当地企业发包的形式,来带动当地经济发展,加强与对象国政府的联系与沟通,降低自身运营风险。此外,中国应鼓励集群投资,而非以往的点式的、分散的投资模式。鼓励在同一条或相近产业链的中国企业集体投资,在 V4 国家建立自己的完整的产业链,在 V4 国家乃至欧洲配置资源。这样才能更好地促进中国产业链的整体升级,同时也可以发挥中国优势产业的联动效应,构建以我为主的产业链。

主要参考文献:

1. 中华人民共和国商务部、中华人民共和国国家统计局、国家外汇管理局:《2013 年度中国对外直接投资统计公报》,中国统计出版社 2014 年版。
2. 朱绍中、王继平:《欧盟东扩对德国汽车产业的影响》,《德国研究》2005 年第 3 期。
3. Andrea Gawrich and Maxim Stepanov, German Foreign Policy toward the Visegrad Countries, a paper of research project “Central European Perspectives – Integration Achievements and Challenges of the V4 States after Ten Years in the EU”, supported by the strategic grant of the International Visegrad Fund, 2014.
4. Hans Rothfels, Das Werden des Mitteleuropa – Gedankens. In Ostraum, Preußentum und Reichsgedanke. Leipzig, 1935.
5. IMF, German – Central European Supply Chain—Cluster Report, July 1, 2013.
6. Vápár József, A német működotoke – befektetések Magyarországon, Tér és Társadalom, 27 évf. , 1. szám, 2013.
7. Vítúri Z. , A Hitlerjugend szerepe a keleti “élettér” megszervezésében, Világtörténet, 2012.

(责任编辑:李丹琳)