

代理立陶宛啤酒品牌 拉脫維亞置業

港商中東歐大展拳腳

相較人們耳熟能詳的歐美等國，中東歐16國對很多中國人而言比較陌生。日前在寧波舉行的首屆中國-中東歐國家投資貿易博覽會，中東歐16個國家全部參展，200多家企業、400多展商帶來了3,000餘種商品，吸引1,200多國內專業採購商到會洽談。有中東歐商人告訴記者，中國商品已不再是廉價小商品的代名詞，深受當地民眾歡迎，希望採購更多的中國電器和新能源產品等優質商品。事實上，香港遠東化工集團總裁楊良棟早先先機到中東歐投資，如今逐漸進入收成期。

■香港文匯報記者 俞晝 高施倩

在第一批投資中東歐的港人中，就有港商的身影。香港遠東化工集團總裁楊良棟從2008年開始，逐漸把立陶宛、拉脫維亞的啤酒、乾果、護膚品引入中國市場。他說，當時香港的市場已經飽和，政府也大力支持企業家走出去投資。因為和芬蘭貿易往來多年，所以當時想去立陶宛投資。這些中東歐的國家從蘇聯解體後，經過幾十年的發展，當地的經濟已經開始復甦，對外經濟合作開始建立。「這就像是買股票，低價買進。」楊良棟說。而且立陶宛當地的物價只有巴黎的十分之一左右，產品價廉物美，綠色優質的產品非常適合中國市場。

經過幾次考察，楊良棟成為立陶宛最大啤酒廠的產品代理商，把Svyturys Ekstra這個品牌引進中國中高端啤酒市場。他說，Svyturys的產品競爭力很強，佔本國70%的市場份額，該啤酒品牌也是立陶宛籃球隊的贊助商。

國家面積小消息傳得快

代理啤酒廠的消息迅速傳播開，楊良棟收到不少其他生產廠的電子郵件，希望他可以把中國的情況介紹給立陶宛當地，甚至希望尋找合作空間。楊良棟說，中東歐國家的國土面積小，消息傳得快，這也是這些國家的優點。除了啤酒，他先後又將當地的乾果、護手霜等產品引進國內市場。

楊良棟介紹，和西歐國家相比，目前中東歐



■香港遠東化工集團總裁楊良棟

國家的知名度偏低，這不易帶動產品的銷售。集團每年的營業額約3,000萬美元，中東歐地區每年的總銷售額不到10萬歐元，佔比不多，但集團的中東歐產品代理業務已經盈利，而且形勢漸好。

楊良棟在中東歐的業務之後拓展至在拉脫維亞進行房地產投資。2013年，他在拉脫維亞首都里加以200萬歐元的價格買了一幢五層的物業對外出租。里加是波羅的海三國中最大的樞紐城市和避暑療養勝地，也是拉脫維亞的政治、經濟、文化中心，設有很多跨國公司的代表處。楊良棟認為，這裡的區位優勢可以媲美中國的上海，所以成為他投資波羅的海地區的第一站。現在這個寫字樓的市價約350萬歐元。

楊良棟現在還在尋找合適的寫字樓，打算做長期投資。作為較早在中東歐地區跨國投資者，他提醒，中東歐一些國家間實際上存在競爭關係，當地人有強烈的民族性，中國人在當地做貿易要注意自己的言辭。「比如在立陶宛，你不能明確表示其他國家比立陶宛好。」在中東歐貿易的這些年，至今他還沒有在立陶宛進行投資。立陶宛的朋友一直無法理解他為什麼選擇拉脫維亞投資，而不在立陶宛投資。

把中東歐作為入歐盟平台

目前中東歐國家的外資來源地主要是德國、中國和俄羅斯。烏克蘭危機令中東歐國家也受到一定的衝擊。楊良棟說，相較於俄羅斯，中東歐地區的國家更喜歡中國商人在當地投資，因為中國人喜歡開事，安靜賺錢。

楊良棟自己也認為，中東歐國家現在十分適合中國中小企業投資貿易，因為歐盟對於中國而言是一個很大的市場，但現在處於低潮期，所以對於中國企業家是一個機會，把投資中東歐小國家的企業作為自己進入歐盟的平台。

他說，當年在中國東歐可謂是「自樂更生，艱苦創業」，已積累經驗的他很樂意來幫助中國企業家走進中東歐投資，也盡量幫助當地的企業家可以進入中國市場。除了繼續在拉脫維亞尋找合適的房地產投資機會，他透露，自己已打算在立陶宛併購當地企業，波蘭也將成為自己中東歐國家開放貿易的第三站。



■首屆中東歐博覽會在寧波舉行

中東歐16國基本情況

| 國家(地區) | 人口(萬) | 面積(萬平方公里) | 人均GDP(2014年) | 官方語言 | 2014年對華貿易情況(億美元) | | |
|--------|--------------|-----------|--------------|-------------------|------------------|-----|-----|
| | | | | | 進出口額 | 出口額 | 進口額 |
| 斯洛伐克 | 542(2013年) | 4.9 | 18,529美元 | 斯洛伐克語 | 62 | 28 | 34 |
| 斯洛文尼亞 | 206(2012年) | 2.0 | 23,476美元 | 斯洛文尼亞語 | 23 | 20 | 3 |
| 拉脫維亞 | 204(2013年) | 6.5 | 12,051歐元 | 拉脫維亞語，通用俄語 | 14 | 13 | 1 |
| 立陶宛 | 約294(2014年) | 6.5 | 12,400歐元 | 立陶宛語 | 19 | 17 | 2 |
| 愛沙尼亞 | 132(2014年) | 4.5 | 19,258美元 | 愛沙尼亞語 | 13 | 11 | 2 |
| 波蘭 | 3,849(2014年) | 31.3 | 14,208美元 | 波蘭語 | 172 | 143 | 29 |
| 匈牙利 | 988(2014年) | 9.3 | 13,624美元 | 匈牙利語 | 91 | 58 | 33 |
| 羅馬尼亞 | 1,994(2014年) | 23.8 | 9,113美元 | 羅馬尼亞語 | 48 | 32 | 15 |
| 保加利亞 | 724(2013年) | 11.1 | 7,500美元 | 保加利亞語 | 22 | 12 | 10 |
| 克羅地亞 | 440(2011年) | 5.7 | 13,549美元 | 克羅地亞語 | 11 | 10 | 1 |
| 塞爾維亞 | 930(2013年) | 8.8 | 4,746美元 | 塞爾維亞語 | 5 | 4 | 1 |
| 阿爾巴尼亞 | 283(2011年) | 2.9 | 4,590美元 | 阿爾巴尼亞語 | 5 | 3 | 2 |
| 波黑 | 384(2011年) | 5.1 | 5,027美元 | 波斯尼亞語、塞爾維亞語和克羅地亞語 | 5 | 3 | 2 |
| 黑山 | 62(2011年) | 1.4 | 7,519美元 | 黑山語 | 3 | 2 | 1 |
| 馬其頓 | 211(2013年) | 2.6 | 5,396美元 | 馬其頓語 | 1.6 | 0.7 | 0.9 |
| 捷克 | 1,051(2012年) | 7.9 | 19,362美元 | 捷克語 | 110 | 80 | 30 |

製表：高施倩

匈牙利：中國電器很流行

匈牙利國家貿易中心國際關係經理李菽，對中國與匈牙利之間的合作充滿期待。李菽告訴記者，中國的電器以物價廉美而聞名，在匈牙利十分流行，幾乎每個年輕人都有一台來自中國的智能手機，家裡的電視和電冰箱也多來自中國。

「華為」是匈牙利最熟知的中國品牌，華為匈牙利公司自2004年成立以來，在當地投資累計已達2億歐元，沃達豐匈牙利公司提供的4G網絡技術和匈牙利電訊公司提供的IP電視技術等，都由華為公司給予支持。

「匈牙利雖然國家很小，但地處整個歐洲的中心位置，把商品向歐洲其他地區運輸費用很低，適合做中國打開歐洲市場的橋頭堡。去年華為匈牙利公司業績增長18%，給員工的福利也很好，是很多匈牙利人嚮往工作的中國企業。」李菽說。

向東開放 鼓勵企業走出去

在李菽看來，匈牙利的工資水平大大低於西歐地區，但勞動者的技術水平卻很高，超過98%的匈

利人受過基礎教育，因此如果中國來匈牙利建廠，是一件十分划算的事。「而且匈牙利人最早務農為生，所以非常勤勞，即使因為工作需要早起晚睡也毫無怨言。」

2015年6月6日，中國外交部部長王毅在訪問匈牙利期間，與匈牙利簽署了《中華人民共和國政府和匈牙利政府關於共同推進絲綢之路經濟帶和21世紀海上絲綢之路建設的諒解備忘錄》。匈牙利是第一同中國簽署此類合作文件的歐洲國家，在共建「一帶一路」方面發揮了引領和先行作用。

「自西歐經濟危機以來，匈牙利這幾年都有『向東開放』的戰略方針，匈牙利非常鼓勵當地企業走出去，也派了更多的匈牙利學生到中國留學。」李菽坦言，在商業合作上，匈牙利與中國有着不同的文化背景。「例如中國人喜歡先交朋友再談生意，但匈牙利人喜歡先談生意再交朋友，但這都是能克服的。只要溝通順暢，匈牙利與中國之間的商貿往來只會越來越多。」



■匈牙利國家貿易中心國際關係經理李菽

英語不普及 需小語種翻譯

與西歐國家人們普遍會說英語相比，中東歐16國僅官方語言就有15種，且多數與英語相差較大，因此在兩地商貿往來劇增的情況下，小語種人才成為了外資企業爭相搶奪的香饈饈。

「今年9月份公司計劃赴波蘭參觀食品展，並將到部分廠家進行實地考察，估計會遇到語言方面的問題。」陳意是寧波一家外資企業的副總經理，所在公司今年年初把工作重點轉移到了波蘭，卻遭遇了語言溝通上的煩惱。他說：「我們很需要專

業的小語種人才。」

寧波保稅區斯洛伐克國家館的經營者張慧，所採取的解決方式，就是聘請斯洛伐克小伙子貝京明擔任公司的市場總監。貝京明從小喜歡中國文化，還娶了個中國媳婦，對兩邊的商業環境、文化習慣都十分了解。「中東歐不像西歐或者美國，有那麼多留學生相互交流，要聘請一位既會說兩邊語言，又在兩地有生活經驗的人一點也不容易，所以薪資上給的也比較高。」

中東歐

中東歐主要包括愛沙尼亞、拉脫維亞、立陶宛、波蘭、捷克、斯洛伐克、斯洛文尼亞、匈牙利、羅馬尼亞、保加利亞、克羅地亞、塞爾維亞、阿爾巴尼亞、波黑、黑山和馬其頓16個國家，它不僅是一個重要的新興市場，也是中國企業連接整個歐洲市場的重要舞台。是「一帶一路」的重要組成部分。

根據中方統計，2014年雙方貿易額首次突破六百億美元大關，中國與中東歐國家的雙邊貿易從2012年的521億美元增至2014年的602億美元，增長了15.6%。中方從中東歐國家進口快速增長，近三年增長24.6%，農產品進口取得積極進展，貿易不平衡狀況明顯改善，貿易結構更加優化。



斯洛文尼亞：亟需新能源汽車

斯洛文尼亞博發貿易公司的蘇米克從事國際商貿超過30年，並成功地將斯洛文尼亞的商品推入新加坡、香港和澳門市場，今年公司的重頭戲是把斯洛文尼亞的黑松露帶到中國大陸市場。

「中國大陸市場對斯洛文尼亞的貿易順差很大，因為我們很喜歡中國的小商品，比如衣服、鞋子、小首飾等等，比本地商品便宜一半不止。然而，受到歐洲近十年來嚴重金融危機的影響，現在普通老百姓覺得平時到附近轉轉還開車太浪費了，因此對中國的電動自行車產生了濃厚的興趣，覺得它

又快又便宜。」

蘇米克說，由於斯洛文尼亞資源匱乏，因此政府歡迎一切新能源產品，並給予一定的補助。「但是我們沒有生產電動自行車或者汽車的工廠，也沒有這種技術，全靠向他國購買。德國的寶馬和奔馳雖然也在造新能源汽車，但是太貴了，我們更傾向於購買中國的新能源汽車。」

建議中資企業 自貿區建廠

蘇米克建議要到斯洛文尼亞做生意的中國人，可以在港口自由貿易區建廠。「不要建整車廠，把零件從中國運過去，再在貿易區建組裝廠，成本要低很多。」不過，蘇米克也提醒說，斯洛文尼亞很多工業標準是與歐盟看齊的，如果要去那邊投資建廠，產品質量要求會比較高。」

■斯洛文尼亞博發貿易公司蘇米克

