

策划词 | CEHUACI

如今，越来越多的中国企业不仅开始学习美国政治，更开始运用美国的游戏规则抢夺美国市场。

眼下，中国企业赴美投资的第一个小高潮正在涌现。如果说中国企业投资非洲、澳洲或是南美，很多是奔着资源而去，然而去美国，市场永远是中国企业最好的兴奋剂。随着中国经济崛起，中国企业需要重新定义自己的版图。

□ 本组稿件采写 舒眉 陈楠 孙永刚



中国企业家美国“攻城略地”

Made in USA 的中国制造 势不可挡

南卡罗来纳州的亚洲首席代表林新伟和中国赴美企业已经打了14年的交道。

在很长的一段时间里，他感到分外孤单，因为从事对中国企业招商引资，几乎是一项没有成果的工作。

然而近两年，林新伟变得越来越忙碌：“数量和规模都在呈三位数增长。”他兴奋而又疲倦地说。在同行眼里，林已算是幸运，早在1999年，他就做成了一单“大手笔”——吸引中国海尔落户南卡罗来纳。

“海尔一期是3000万美金，我们当时觉得非常了不起了，但我手头在跟的几个项目都在1亿美金之上，其中的一个是4亿美金。”林说。

根据美国亚洲协会(Asia Society)美中关系中心等机构发起完成的研究报告《敞开美国大门——挖掘中国海外直接投资红利》，从2003年到2010年，共发生244起中国对美国直接投资，总金额达到116亿美元。

迄今为止，中国企业已在美国50个州中的37个有投资，创造了超过1万个就业机会。2010年，中国对美投资超过50亿美元。

“这个数字非常非常保守。”林新伟感到中国企业赴美投资的金额和数量都被低估了。

持相同判断的还有邵宁，他是宾夕法尼亚州和马里兰州中国首席代表，他来中国的时间已经18年了。他还强调，中国企业赴美投资日益成熟，“不是早期的探亲访友、观光访问，如今的中国企业投资的针对性非常强，思维也更清晰。”

“同样的产品，Made in China和Made in USA的价格不一样。”

如果说中国企业投资非洲、澳洲或是南美，很多是奔着资源而去，然而去美国，市场永远是中国企业最好的兴奋剂。随着中国经济崛起，中国企业需要重新定义自己的版图。

商务部研究院跨国公司中心主任王志乐认为，投资像美国这样的市场，一则是为了绕开贸易壁垒，二是为了购买技术、收揽人才。

而这些似乎仅仅是开始，美国亚洲协会的报告中还有一项预测，到2020年，中国在世界范围直接投资会超过1万亿美元(折合人民币6.3万亿元)，这相当于将1/3的外汇储备投资海外，或者是13亿中国人每人在海外投资4850元。

两个民营企业的美国商机

2011年6月，号称现代中药第一股的民营上市公司天士力宣布在美国马里兰州投资4000万美金，建立一处集中医药生产、展示、培训于一体的产业基地，面积达43万平方米。

这项投资几乎在董事长闫希军的脑海里酝酿了15年。尽管相比一般制造业投资，让美国人真正接受中药，这个过程显然要复杂和繁琐很多。然而，一旦成功，回报将“无法估量”，远在马里兰的天士力集团副总裁孙鹤在电话里激动地说。

这是因为，一旦通过美国主管医药的食品和药物监督管理局(FDA)的三期临床试验认证后，天士力的拳头产品、治疗心血管疾病的药物“复方



天士力集团董事长闫希军

丹参滴丸”将在美国进行制剂、包装、检验，这一切都是为了成为名副其实的made in USA。

“同样的产品，Made in China和Made in USA的价格不一样。除

拿美国武器，占美国市场

“今年华为与摩托罗拉的一场知识产权诉讼以摩托罗拉向华为支付使用费结案，更是华为在客场打的一场漂亮反击战。”

“我们通常认为，如果你是一家民营企业，赚不赚钱就看你投了以后还有没有追加投资，我们很欣慰地看到几乎所有的中国企业在南卡投资的现在都做了第二轮或者是第三轮的追加投资，我们认为如果他有这个意愿继续在当地追加投资，第一他对当地投资环境是认同的，第二他至少没有亏钱。”南卡罗来纳州的亚洲首席代表林新伟说。

目前，中国公司开始悄悄地渗透美国方方面面。

在大学宿舍和饭店房间里，海尔美国生产的迷你冰箱是标准配置，他们也同时生产超豪华冰箱，适合美国人的“美式豪宅”；在各州和市政府财

源紧张的当下，擅长价格战的中国公司提出了更有吸引力的报价，中国建筑工程总公司正在为纽约市第二大道的地铁施工。

中建公司的一个项目负责人告诉林新伟，2003年，他们开始在美国拿项目时经常会有各种媒体质疑，四五年过去了，这些质疑没有了，原因是，中国经济的发展很醒目，很多美国人正在改变自己的看法，现在他们一去承包项目，听说是中国公司，都会说中国人太厉害了；其次，通过这几年的项目，他们已经不断地证明了自己的实力。

眼下，越来越多的企业在美国开始获得利润与发展，例如，2010年，中兴通讯的美国和欧洲市场收入比去年同期增长了50%，占公司总收入的21%。今年，运城制版也迎来了美国市场的收获期。这

了贸易问题，还有形象问题。”孙鹤告诉记者。

要想叩开美国市场，天士力必须接受FDA的三期临床试验认证，目前，已经通过了前两期。FDA对医药产品有一整套完整的认证程序，以确保新药的安全与有效。

无独有偶，同样觊觎美国市场的企业还包括运城制版，这是世界上最大的凹版印刷滚筒制造商，在南卡罗来纳州的斯帕坦堡投资400万美金兴建了3万平方英尺厂房。

由于所处行业的特点，运城制版需要尽可能地靠近客户。

2007年9月，林新伟陪同运城制版的老总去美国考察，州政府为运城制版项目做了一份建议书，结论是这个行业在美国已经走下坡路，产值在减少，从业人数也在减少。

正当林新伟犹豫着将这个结论告知对方，运城制版的老总却对他说，这是他到美国后听到的最好消息。

当时，运城在美国之外已经有将近30家工厂。经验告诉他们，在海外市场，运城总能够提供物美价廉的商品，甚至重新带动当地印刷行业。他们发现，在中国卖1000元人民币的产品，在美国的报价是1000美金，将近7倍的差距，这更让他们暗喜不已。

尽管种种不确定性让人担忧，但还是有越来越多的中国公司前往美国。其中，民营企业甚至走在了国有企业前面。

数据表明，2003年到2010年间，230项中国投资中，有170项源于民营企业，占到74%，但在投资额上，国有企业占总额的65%。



直接对冲了国内成本上升，效益下滑带来的冲击。

受益的方面更包括，中国企业开始在美国运用他们的游戏规则进行市场的争夺。

大邦律师事务所的知识产权律师熊磊告诉记者，这几年，华为和中兴通讯为首的中国企业在美国知识产权战略让人侧目。

作为“中国专利战略实施最成功”的电信行业中的代表，华为在美国和摩托罗拉、英特尔等建立了联合实验室，中兴通讯主要进行绿地投资，这些投资对华为和中兴通信的专利战略起到了很大的作用。

“由于自身拥有的专利、特别是核心专利数量的增多，华为、中兴通

讯已经从以前单方面支付给其他电信巨头巨额专利许可费转为互相许可，支出大为减少。特别是今年华为与摩托罗拉的一场知识产权诉讼以摩托罗拉向华为支付使用费结案，更是华为在客场打的一场漂亮反击战。”他说。

优秀企业家袁宁：如何与美国人打交道

□ 席来旺

随着中国企业越来越多地走出国门来到美国，企业家如何与美国人打交道，如何使中国的企业如何尽快适应美国国情，在当地站稳脚跟并实现发展，一直以来是人们十分关注的话题。日前，人民网记者带着这些问题，对中建美国公司总裁、美国中国总商会会长袁宁先生进行了专访。

记者：在你美国工作多年之后，与当初进行比较的话，你在与美国人打交道方面有何体会？

袁宁：我2000年1月来美国，与现在相比，与美国人交往和打交道在总体感觉上没有太大的不同，也就是说，你要遵循的基本原则并没有变，但是11年来，其中细微的变化还是有的。从个人的交往经历来看，对方对你接受的程度发生了很大的变化。这虽得益于自己在美国工作与生活多年，对这个国家方方面面的情况有了更深入的了解，但主要还是我们所处的大背景发生了变化，即这些年来国家与公司实力的强大。随着公司业务的扩展，现在公司在美国的角色发生了转换，作为上市公司我们以投资者



△中建美国公司总裁、美国中国总商会会长袁宁先生(右)在美工作多年，有着与美国各界人士打交道的丰富经验。

的身份出现，能切实给美国带来巨额资金。有了强大的后盾，我与美国人打起交道来感觉是不一样的。

记者：通过你与美国人打交道的经历，最想告诉中国企业家的经验或建议是什么？

袁宁：与美国人打交道、沟通起来，除了要注重了解当地人在文化背景、宗教上的差异外，就是要特别注意美国社会的基本特点。从总体上来讲，这是一个法治社会与信用社会，它体现在社会生活的诸多方面，做任何事情离不开法律，个人交往与沟通也同样离不开信用，对法律与信用把

欺诈了我们，没有按合同向供货商付款。供货商连带我们一起告发。我们认真研究案情，首先自我检讨使用这家分包商的程序是否有误？是否恪守了一个基本原则，即以法律准则按市场规则办事？负责风险管理的副总裁问我，你敢不敢保证公司招标过程中真正体现了廉洁从业，我说我敢，因为我一直注重对员工进行这方面的严格教育。这位美国人副总裁说，那好，就放心打官司。最后我们胜了，相关的损失也得到赔偿。在美国，一旦没按规则办事，拿了回扣，必输无疑，并会对企业声誉造成极大影响。我们做的100多个项目中都遇到过不同的官司，但是我们没有输过一起，才能在本行业中立于不败之地。

与美国人打交道，在美国经商，一定要树立信用观念，信用好了，业主会找过来，项目接不完，形成良性循环。近年来，哈佛商学院将我们公司在美国的成功经营和总投资额36亿美元的Baha Mar大型海岛度假村项目做成两个案例，我也应邀到哈佛商学院和设计学院等地进行讲学，与主流社会进行交往沟通。这种沟通往往事半功倍，中国好的企业就应该加强国际交往与宣传力度。



中国富豪 热衷海外买房 当地主

中国富豪到底有多富？若干年前人们形容他们“在北京、上海等大城市买房就像买白菜。”可是很快，这个形容就过时了，富豪们开始漂洋过海，大胆“走出去”，到美国、加拿大、澳洲、欧洲一掷千金去抄底，掀起一轮轮海外置业旋风。如今，这也成老黄历了，眼下，富豪们兴的是到海外买地当地主。

7月份以来，搜房网海外事业部负责人庄诺没日没夜地忙开了。他为之操劳的是一个新的项目，即帮助美国开发商在中国卖地。庄诺告诉记者，由于中国与美国有12小时的时差，所以庄诺往往每天要忙到后半夜。

庄诺透露，6月初，美国佛罗里达州USOFA(United Solutions of American LLC)公司董事总经理Ray Piel找到庄诺，请他帮忙物色中国开发商，前往美国开发一批约60万平方米土地。庄诺最初也尝试找了几家开发商，但没人愿意接手，他们主要有两个顾虑：一是资金上有困难；二是异国开发没有多少经验。

看着本身就一块块划开的土地，庄诺想到如果把地块划分后零售，是否可行？于是，“去美国当地主”的想法出来了，对方公司商议后，对方同意了。于是有了第一块“实验田”，先拿一块出来，“1元起拍，8800美元封顶。”

不久前，“1元起竞拍美国土地”的网络竞得人终于诞生了。上海叶姓购房者以8800美元的“白菜价”赢得了市价5万美金的美国佛罗里达州格林布尔大型别墅社区内一块1000平方米的地块。折合成人民币计算，该地块的楼板价仅为572元/平方米。

“花几万元就能做‘洋地主’，太划算了。”参与网拍的一名网友表示，8800美元折合成人民币约57000元，在上海某些高端楼盘可能连1平方米都买不到，现在却可能买到1000平方米的土地，算下来单价不到60元/平方米，而且有永久居住权。

庄诺对记者表示，又经过几轮竞拍证实，8800美元的价格根本无法封顶，最终把团购价格定在19988美元/平方米。

美国土地如此受到国人青睐是庄诺事前意想不到的，究其原因，他经过分析认为，美国土地与中国土地的最大不同在于中国的土地只有使用权，而美国土地是属于私有财产，包括地上和地下的资源都属于拥有者，并且可以自由买卖。近年来中国人的海外置业人群在扩大，之前大都集中在留学移民，现在纯投资行为开始出现，这部分投资者更理性，也更关心升值潜力与交易安全。

中国富豪到底有多富？若干年前人们形容他们“在北京、上海等大城市买房就像买白菜。”可是很快，这个形容就过时了，富豪们开始漂洋过海，大胆“走出去”，到美国、加拿大、澳洲、欧洲一掷千金去抄底，掀起一轮轮海外置业旋风。如今，这也成老黄历了，眼下，富豪们兴的是到海外买地当地主。

据悉，中国投资者兵马未动，其投资热情已经“震惊”了美国市场。在强大的购买力面前，美国项目也抛出多种优惠措施吸引中国投资者在美国置业。美国当地政府对于中国富人团也热情有加。团员所到之处，当地地区政府、协会和房地产经纪公司都将为他们提供从房源信息、购房程序、法律援助等全程服务。