

“超级推销员”鼎力相助 中国装备业发展加速

■ 本组稿件采写 李彦国 陈博宜 杨芳

策划词

4 月 10 日上午，在国资委主任张毅等的陪同下，李克强总理来到中国北车长春轨道客车股份有限公司考察。在长客，工人们打出“感谢超级推销员”的字幅，热烈欢迎总理的到来。

盘点 2014 年中国外交，李克强总理多次被人称作“中国最强推销员”。每到一地，拥有经济学博士学位的李克强都尽职尽责地推销“中国货”。而相较于过去领导人推销服装、电视机，李克强总理已然进入制造业和大项目走出去的 2.0 时代。总理亲自为中国装备“站台”，装备业同仁欢欣鼓舞，对未来更是充满期待与信心。



中国制造的海外“清风”从哪里来

国办近日发布了《2015 年全国打击侵犯知识产权和制售假冒伪劣商品工作要点》，其中专门提到将开展中国制造海外形象维护的“清风”行动，它主要包括制定三年行动计划，对出口非洲、阿拉伯、拉美和“一带一路”沿线国家和地区的重点商品开展专项整治等。此举引发学界业界的广泛解读。

毋庸置疑，这是继中国政府在加强对出境游本国公民道德和行为规范教育，及建立海外游“黑名单”等措施后，采取的旨在提升中国海外形象的又一重点工程。只是侧重点从中国人，转移到同样会“说话”的中国制造形象上。

“仓廪足而知礼节”，随着中国经济发展和海外合作交流深入、广泛发展，一个崭新而正面的海外形象，对中国政府也好，对普通中国公众也罢，都是种软实力彰显。在其助推下，中国制造也能在全球范围内变得更加“高大上”，更具吸引力，也更符合一个“崛起中世界大国”的公民、产品、产业形象定位。其重要性也决定了，开展针对中国制造形象维护的行动需要不小投入和决心。至于“清风”应从哪里来又是怎么个刮法，势必会引发讨论。

值得注意的是，其实早在 2009 年，商务部就牵头制作了一则 30 秒长、主题为“中国制造，世界合作”的广告，在全球主流媒体上播出。在国际贸易保护主义深度延展的氛围中，它着力凸显“中国制造”的产业链地位与价值。这种形象塑造，既以中国培育的实利型品牌为媒介，也需要“世界工厂”在企业运作模式上跟其形象诉求配套的改观，以作为软性传播的支点。要知道，企业用工制度、福利配套、环保投入等也是“中国制造”形象的微观成分之一。本质上，中国制造是对外传播的形象载体，而维护中国制造的海外形象，则需要将企业作为呈现的窗口。

此次三年行动计划的整治，就主要是针对非洲、阿拉伯、拉美和“一带一路”沿线国家和地区重点产品。而将浙西出口目的地列入“清风”行动的重点，主要是因这些市场存在较多中国产品、中国经营行为方式。熟悉中国外贸史者都知道，中国和这些国家间的贸易发展经过许多起伏，且存在“国家队”、个体商户、中国在海外注册私人公司及其中间人多头并举的情况。自上而下、政府牵头的“清风”能否遍及这些并不都直接受政府管辖的经营者？这固然存疑，但可以肯定，这些企业及其产品在生产环节质量控制、用工环保层面，必须接受有序的制度规则管束。

还得到，“清风”行动的目的，在于提升中国制造的海外形象地位，这其中包括档次、品质、营销手段，但又不仅限于此，市场是复杂多样的，消费者也有不同的需求、品位、选择、取向和层次，他们有的追求“高大上”，有的却追求性价比，有的觉得优质优价是理所当然的，有的却钟情价廉物美。此次政策引导所指出的亚非拉市场，本就是多元化特色最明显的市场。

也只有通过有意识的形象维护，中国制造才能在全球范围内变得更加“高大上”，也更符合一个“崛起中世界大国”的公民、产品、产业形象定位。

“超级推销员”视察长客 寄语中国制造获赞如潮

4 月 10 日上午，国务院总理李克强在国资委主任张毅等人的陪同下来到中国北车长客股份有限公司(以下称长客)考察，现场工人打出“感谢超级推销员”欢迎总理，并感谢总理推销高铁装备给他们带来的收益。

长客股份公司是中国北车的核心企业，中国地铁和动车组的摇篮，拥有最丰富的轨道车辆产品开发平台，是我国最早、最大的轨道客车出口企业，也是国内唯一一家拥有动车组“大脑”网络控制系统自主开发能力并实现批量装车的主机厂。仅 2014 年，公司海外市场签约额就达到近 10 亿美元，并成功取得美国 284 辆波士顿地铁项目的订单，成为中国唯一登陆美国轨道交通装备行业的企业。

“感谢超级推销员”暖人心

大概是去年开始，李克强总理获得了一个“超级推销员”的雅号，每逢出访，他都不遗余力地推销以高铁等装备为代表的“中国制造”。5 次出访，1400 亿美元，这是去年李克强的傲人业绩。

据了解，因为总理在国际市场大力推销以高铁为代表的中国装备，北车去年海外订单同比增长了 73%，为北车员工带来了不少红利。

在北车，李克强一直被大家亲切地称呼为“超级推销员”，并且把他看成是北车的一员。北车集团公司党委书记奚国华把李克强的这次视察称为“欢迎总理回家指导工作。”工人们打出了“感谢超级推销员”的字幅，当总理走过来的时候，工人们齐声喊道“总理好！总理好！”现场气氛十分热烈，不少工人因为与总理的亲密接触感到十分兴奋。

关于打出“感谢超级推销员”字幅的主意，长客客车制造中心书记高书记告诉记者，这来自客车制造中心装配车间的工人们。

“因为我们的职工分享到了发展的红利，但是这些红利都源自于总理对外大力推介中国装备和国家政策的支持，大家都很感谢总理为推销中国高铁装备所做的工作。”

所以大家提前一天听说了总理要来，就想着要给总理说点啥。因为时间紧急，大家就

李克强被媒体称为“高铁侠” 高铁外交连接世界

在过去的几年中，无论是去非洲还是其他新兴市场国家，国务院总理李克强总是不遗余力地推介中国高铁。如今，根据美国彭博新闻社的报道，李克强的努力开始“结果”：2014 年，中国四大铁路装备和建设公司都获得高利润。

对此，有财经网站甚至以《“高铁侠”李克强》为题来报道这一新闻。日本媒体《朝日新闻》则将这位中国总理称为“顶层推销员”。

“顶层推销员”助力中国铁路海外发展

事实上，中国已修建了全世界距离最长的高速列车网，截至 2014 年底覆盖线路超过了 1.5 万公里。据香港《南华早报》网站报道称，为了把相关技术和列车出口到其他国家，中国政府已在全球范围内展开了销售攻势。美国媒体分析称，中国铁路技术在海外市场有着巨大需求，领导人希望借这些海外铁路订单提升中国的软实力。

去年 11 月 20 日，中国铁建同尼日利亚签署了高达 119.7 亿美元的铁路建设合同，这是中国企业签署的最大金额的单笔合同。对此，美国媒体《彭博商业周刊》称，北京正期待更多类似合同的签署。

这种“期待”也表现在了中国领导人出访时对中国铁路的宣传。彭博社 3 月 30 日撰文



决定写几个字块，并一起想了几句话。由于总理“推销员”的称呼已为大众熟悉，所以最终敲定了“感谢超级推销员”这句话。之后车间的几个小伙子自己动手准备了材料写好字块组成了字幅。

10 日当天，看到工人们打出的字符后，李克强总理笑容灿烂地快步走进职工队伍中，与一线工人亲切握手，被困在中央的总理在现场和一线工人进行了很长时间的交流。

寄语“中国制造”信心足

“总理交代我们要做好自己的本职工作，大家一起努力把我们的城铁车和动车推向世界。”28 岁的公司车电工孙立贵告诉记者。考察长客过程中，总理对现场的一线工人们说：“中国装备去国际市场上竞争，你们一定确保装备质量，让关键技术入脑入心，把每个步骤和程序精确到位。”李克强强强调，你们质量、品质要有绝对的保证，这样才更有竞争力。

在这个车间里，工人们正在加紧赶制出口巴西里约热内卢的地铁列车和电动车组，这批列车将用于 2016 年里约热内卢奥运会。2014



称，在访问非洲或其他发展中地区时，李克强总理经常“推销”中国铁路企业的技术和产品。汇丰银行亚太地区基础设施研究负责人 Anderson Chow 在接受采访时也表示，中国在国内高铁建设、装备制造和运营方面的经验，对中国高铁企业获得国外订单是有帮助的。

“高铁外交”连接中国与世界

彭博社称，中国的高铁项目投资除扩展非洲、中东欧、拉美和南亚等新兴市场外，也在积极争取发达国家的高回报订单。中国南车、北车新签的海外合同总金额超过 60 亿美元，同比增长 60% 以上。其中，中国北车获得的出口波士顿地铁项目，是中国轨道交通装备首次登

年，从这一车间走出的电动车组和地铁列车已经成功服务于 2014 年巴西世界杯，且表现出色。

“总理在参观时鼓励我们以后多制造像这样的出口车，让世界都知道我们的‘中国制造’。”装配车间团支部书记李斌介绍说。

刘永武告诉记者，李克强在与工人们交流时还主动提到了中国北车和中国南车的合并。“总理对我们说，你们这支‘联合舰队’不仅可以抱团出海，更要有序竞争，带动大量的配套企业，带动大量的劳动力就业。”刘永武回忆说。

数据显示，截至 2014 年，中国北车的产品已出口到世界 84 个国家和地区，2014 年出口成交额完成 29.94 亿美元，同比增长 73%。据刘永武介绍，总理对在经济面临下行压力的情况下，企业取得这样的成绩非常满意。

“总理还对我们提出了更加严格的要求。”据在长客工作了 20 年的装配车间车电一班班长郭巍介绍，总理说，南北车合并后，原来的两家现在成了一家人，内部还是有竞争，但比的是技术和专业，不能在比拼的过程中损害国家利益。

陆美国。

去年底，两大铁路设备制造公司北车集团与南车集团宣布合并，德国《柏林晨邮报》最近对此报道称，这是北京雄心勃勃的高铁出口攻势的一部分，该报同时表示，北京的政治家正将高铁作为中国的“新名片”进行推广。

德国媒体还认为，积极构建以本国为起点的高速铁路网，把东南亚和中亚国家等邻国作为推销高速铁路的对象，这已成为中国“高铁外交”的一个重要课题。

不少外媒还发现，刚刚落幕的博鳌亚洲论坛上，“一带一路”和“亚投行”成为了焦点话题。二者不仅能为构建亚洲命运共同体提供助力，而且对中国高铁“走出去”也有不容忽视的影响。

据彭博社文章，早在 2014 年，中国铁路“出海”的决心就在加大。李克强总理在去年访问英国时就积极向英方推销中国的铁路技术。同时，中国企业也在有意参与竞标美国加利福尼亚州一个高铁项目。分析人士认为，中国“一带一路”倡议将带来很大收益。

《朝日新闻》认为，中国正自信地推动出口战略，高铁“已达到国际先进水平”，而中国主导设立的亚投行，将为中国高铁的出口提供后盾。

无怪乎彭博社做出这样的预测，随着中国政府寻求出口支撑全球最大高铁网络的技术专长，2015 年中国的高铁收益将创新高。

盘点 2014 中国高铁出海记

高铁已经成为一张新的中国外交名片。2014 年，中国高铁的走出去之路一路高歌。

有着“超级高铁推销员”和“最强营销总监”等美称的李克强总理，向远方推荐中国高铁几乎成了其出访的必做功课，这同时也体现了中国政府对高铁走向国际市场的决心和信心。

据《中国经济周刊》不完全统计，2014 年李克强总理已向 12 个国家(埃塞俄比亚、尼日利亚、安哥拉、肯尼亚、英国、美国、津巴布韦、俄罗斯、缅甸、哈萨克斯坦、塞尔维亚、泰国)表达了合作建设高铁的意愿。

中英高铁合作被高度期待

2014 年 6 月 17 日，国务院总理李克强在伦敦唐宁街 10 号首相府同英国首相卡梅伦举行中英总理年度会晤。2003 年英国开通第一条跨国线路的高铁(HS1)，从伦敦穿越英吉利海峡至法国巴黎，著名的欧洲之星就取道 HS1 轨道。近 10 年后的 2012 年，英国首相卡梅伦宣布启动英国的第二条高铁(HS2)项目。2014 年 6 月，李克强在英国访问期间，中英两国政府发表的联合声明表示，双方同意在彼此市场促进关于轨道交通(包括高铁)设计咨询、工程建设、装备供应和设施维护等领域的实质性合作。中英有关部门已签署《中英政府间关于加强民用核能合作谅解备忘录》和《铁路交通领域合作谅解备忘录》，确定了合作的政策框架。尽管没有更具体的合作文件，但外界普遍预期中国方面可能投标申请 HS2 的运营权，或投资于沿线外围项目如车站周围开发。

总理在俄罗斯签署高铁合作备忘录

2014 年 10 月 14 日，国务院总理李克强应邀与俄罗斯总理梅德韦杰夫共同参观“开放式创新”莫斯科国际创新发展论坛展览。李克强总理访俄期间，中俄两国签署高铁合作备忘录。中方将通过吸引商业资金、建立联合企业在俄罗斯境内制造机车车辆，以便推广中国技术。

中国高铁亮相美国

2014 年 2 月 3 日，农历大年初四，美国纽约时报广场纳斯达克大屏上，一列中国造 CRH380A 高铁列车精彩亮相，中国在这个有“世界十字路口”之称的地方展示高端装备的最新形象。

中国制造惊艳巴西世界杯

2014 年 7 月 2 日，“北车制造”E-MU 电动车组起运巴西，中国高端装备首次服务世界杯。这批电动车组将于“世界杯”开赛前投入运营，以缓解即将到来的密集客流。这批电动车组也堪称世界上最结实的城轨车辆，能在 56 度高温下运行。世界杯期间中国制造奔驰在里约热内卢 5 条城市轨道交通的“主动脉”上，并直达世界杯举办场地——马拉卡纳球场。

中国高铁“飞”到土耳其

2014 年 7 月 25 日，由中国建设的土耳其“安伊高铁”正式通车，总理埃尔多安偕众要员试乘首趟高铁。这条走出国门的中国高铁，在“一带一路”战略构想下，将成为未来亚欧大陆桥的重要路段和中土两国经贸关系进一步发展的新标志，也为两国人民间的友谊搭建了一条“新丝路”。

“中国中车”横空出世

2014 年 5 月 5 日，国务院总理李克强考察亚的斯亚贝巴轻轨项目，埃塞俄比亚总理海尔马利亚姆陪同。看到中埃双方员工正在辅助作业，李克强同海尔马利亚姆一起拿起扳手，拧紧螺丝。

2014 年 12 月 30 日晚间，南北车双双公布合并预案。合并双方初步拟定中文名称：中国中车股份有限公司。此次合并也被外界看为是避免两家公司海外恶性竞争、相互压价，一个拳头出海的有力举措。