



联合国采购系列报道之二



■ 本版撰文 本报记者 徐森 杨颖

编者按:联合国作为全球最大的政府间国际组织,每年消耗数额巨大的商品与服务,这对全球企业来说都是一个巨大的市场。然而,遗憾的是,在联合国每年超过百亿美元的采购订单中,只有1%是从中国企业直接采购的,但是20%左右的商品却是“中国制造”。在“中国制造”畅销全球的形势下,中国供应商却在联合国采购的门外踟躇不前。是联合国采购的门槛难以跨越,还是中国供应商患上了普遍的“中国供应”伤?”

事实上,成为联合国的供应商可以得到很多辐射效益,而联合国及其众多的附属机构越来越意识到,向中国企业直接采购可以降低购买成本。随着日益频繁的联合国采购活动在全球范围内展开,中国企业将从中获得更为广阔的国际市场和发展空间。

联合国采购在中国 难以跨越的门槛?

联合国及其众多的附属机构采购的货物和服务包罗万象,形成了一个新的国际市场。作为全球商业活动的重要组成部分,联合国采购正越来越多地得到世界各国,尤其是发展中国家的青睐和积极参与。

近几年,联合国在发展中国家的采购量逐年增长,中国物美价廉的商品也越来越得到联合国采购部门的认可。不论是维和行动中的采购,还是为东南亚等自然灾害频发地区灾后重建所进行的采购,以及针对一些国家和地区战后重建援助的采购,都有“中国制造”的身影。然而,与大量的“中国制造”现身联合国采购形成鲜明对比的是,中国企业的直接参与度仍然较低。

如今,联合国各机构和中国企业都意识到了这个问题。双方都在积极地探索和努力增加中国企业的参与度,同时,为联合国各机构节省更多的钱。

采购榜落后印度

据最新的统计数据,2009年,联合国在中国的直接采购总额约为1.32亿美元,占其采购总额的1%,比2008年减少了4700万美元。而从近几年公布的数据综合来看,联合国在中国的采购发展也一直不太稳定。统计显示,中国在参与联合国采购的所有国家中只排在第23位,在发展中国家(含转型国家)中,也仅列第14位。显然,在联合国采购这个市场里,中国企业的表现并不尽如人意。

反观与中国同为发展中国家的制造大国印度,其表现却是可圈可点。印度在2009年联合国直接采购的份额中占比达到4.9%,仅次于美国和瑞士,位列2009年联合国采购十大供应国季军宝座。联合国儿童基金会驻华代表处采购处负责人此前也曾表示,在联合国儿童基金会的采购中,中国所占份额比是亚洲发展中国家的印度少数十倍。

为了解联合国采购在中国的具体情况,记者走访了中国联合国采购促进会,该会副会长董洪告诉记者,中国是从上世纪90年代开始参与联合国采购的,起步较晚。

总体来说,参与联合国采购以来的发展速度还是比较快的,但是,与欧美等发

达国家相比,中国在整个联合国采购中的占有率偏低,与很多发展中国家相比,表现也不是很好。这样的结果与中国企业不能很好地“看清”自己 and 了解联合国采购是分不开的。

事实上,很多中国企业对自身优势和劣势的认识并不清楚,认为中国的劳动力便宜,是自己很大的竞争优势。但实际上,越南、泰国等地劳动力价格更低,在这方面比中国的竞争优势更明显。而中国商品全面的质量优势却没有引起足够的重视。

同时,中国企业对联合国采购也不够了解。且不说,不少中国企业对联合国各机构采购的内容不甚了解,就是在如何与联合国做生意的问题上也认识不清。需要指出的是,联合国各机构在进行招标的过程中往往会选择性价比相对较高的产品,既不会采购奢侈品,但也不会把低廉的价格作为中标的决定性条件;国内企业在报价的时候必须注意,既不要抬高价格,也不要为了中标而把价格压得很低;因为联合国各价格在采购的时候不会同企业讨价还价。另外,如果报价过低,就会导致恶性竞争,甚至会造成整个市场的混乱。企业在报价的时候一定要从自己的实际情况出发,获取应有的利润。而实际中,联合国采购部门只要与企业建立起联系,做成第一单交易,建立起对企业的信任后,一般不会改变采购对象,对上报的产品价格也很少提出异议。与联合国做生意不能只图一时之利,要把眼光放长远一些,提供质优价廉的商品和服务,才能获得丰厚的回报。

1%与20%的尴尬

记者在采访中了解到,近年来,在联合国每年的采购中,中国制造的商品占到了20%,这表明,在联合国采购中,中国商品的认可程度还是比较高的。不过,遗憾的是,只有1%的商品是从中国企业直接采购的。既然中国制造的产品在联合国采购中被认可的程度很高,那么,中国商品被直接采购的几率为何这么低呢?这与中国生产企业难以在联合国采购与体系中形成合力密不可分。

据介绍,很多中国企业通过国外分销商与联合国采购合作,是造成1%与20%之

间巨大利润差距的“罪魁祸首”。从已经得到很多联合国订单的宁波地区供应商的成功经验中不难看出,集成商更合联合国采购的胃口。以文具的采购为例,联合国采购一般不会只采购单一的笔或者是文具盒,它采购的目的往往是为满足一个学校需求,希望一次采购书里所有的用品。

显然,国外企业对联合国的需求更加了解,它们常常根据联合国采购部门事前发布的招标内容集中采购,如此一来,更多的商品利润被国外的二级销售商拿走了,而作为商品原产地的中国所得利润微薄。其实,与联合国直接做生意并没有那么难,而且会为中国企业带来很多辐射效益,应该引起企业的充分重视。中国有很多小商品集散地,如果把联合国采购的商品集中起来与联合国做生意,机会就将加大。中国企业如果可以发展成有能力将商品集中销售的大型分销商,并成为联合国注册的直接采购供应商,就可直接参与到国际高端的经济合作中去,为企业赚取更多的利益。

丢不得的“蝇头小利”

据了解,联合国采购虽然总金额很大,但由于订单数量也很多,所以具体分到每张订单的金额不会太多。那么,联合国的“小订单”真的都是不值得中国企业关注的“蝇头小利”吗?

据中国联合国采购促进会企业发展部主管朱毅介绍,联合国是全球政府间的国际组织,从事的是公益事业,与一般的贸易行为不同,它包含更多的政治意义。而采购的受益国多是发展中国家,接受援助后,当地政府如需采购同类物品,一般会参照联合国的采购清单购买,辐射效应不容忽视。而对于中国企业来说,“拿下”联合国采购的订单,收获的将不仅仅是经济利益,更重要的是,在世界市场中创造了品牌效应。

匹克国际有限公司董事长兼首席执行官余弘力在接受记者采访时指出,成为联合国采购供应商将给企业发展带来品牌增值和市场拓展等方面的机遇。被联合国购买的商品一律享受免税待遇,不受“贸易壁垒”侵扰;供应商所提供的商品与服务能在联合国召开的各种会议上作为参考目录在相关文件上发布;被联合国列入供应商数

据库,获得联合国采购的最新消息,在采购时被优先考虑;各国驻联合国的代表都以供应商目录向自己本国介绍,作为采购进口优先选择,这为企业提供了更多的市场商机;联合国将在收到货物或发货单30天内保证付款;供应商容易获得银行贷款的支持,也容易被跨国采购集团列入供货商名单。

此外,有关专家也提示,这种金额不大的订单其实特别适合中小企业。由于订单数额较小,对大型企业的吸引力并不强,客观上为中小企业排除了有力的竞争对手;而除了已形成的固定渠道外,联合国的采购是面向全球的。中小企业走出国门较难,参与联合国采购可以为自己争取更多的机会;联合国采购的门槛是看得见、摸得着的,再加上不少联合国机构都有驻华办事处,企业与其交流十分方便。事实上,联合国采购为中小企业建立起了一个广阔的国际展示平台,对中小企业拓展国际市场有很大帮助。

提高货物技术含量 拓展服务采购

据统计,2009年,联合国在中国采购的货物为9180万美元,占在华采购总额的67%,采购的服务为3980万美元,占比为33%。2009年,联合国在中国采购的主要货物为塑料制品、食品、医疗设备、医药、教学用品、冷链设备、水处理及卫生系统设备和防水布等庇护所设备;采购的主要服务为环境管理、减少臭氧层消耗服务、货运代理、保养及维修服务、印刷和其他技术服务。综合来看,联合国采购在中国的采购中,货物居多,服务偏少。货物里面技术含量低的东西多,以初级加工的产品为主,电视、电脑等高科技产品较少。

2011年2月16日,尚得电力控股有限公司与匹克国际贸易(天津)有限公司在京签署协议,双方将在未来3年内向联合国提供价值8000多万美元的太阳能发电系统。尚得电力集团公关部总监陈晓东告诉记者,此次订单的签订对企业意义重大,虽然联合国采购的订单通常不大,但是与联合国做生意可以增加企业的国际影响力,也是企业社会责任的体现。

有关人士表示,提供高技术含量的货

物可以为企业带来更多的利润,应该引起中国企业重视。近年来,中国制造的商品贴上外国品牌,加上外国的中间商利润,依然能获得联合国采购订单,这说明,中国制造的产品无论在质量还是价格上都具有很强的竞争优势。中国企业如果提高货物的技术含量,培育出自己的品牌,直接把联合国的订单争取过来,不仅可以使企业获得更多的利润,也为企业创造了一个扩大出口、提高知名度、规避贸易壁垒、顺利走向世界的捷径。

同时也要注意,服务采购也是联合国采购的重要组成部分。除了有形的食品、药品、医疗器械等,联合国还会采购无形的服务贸易和劳务输出,即运输、保险、医疗、旅游、租赁、软件设计、信息技术、法律服务、管理服务。以俄罗斯的包机服务为例,俄罗斯拥有全世界最大的运输机,包机服务带来的收益也非常可观。虽然国内物流企业很难与其竞争,但这也是一个很好的努力方向。

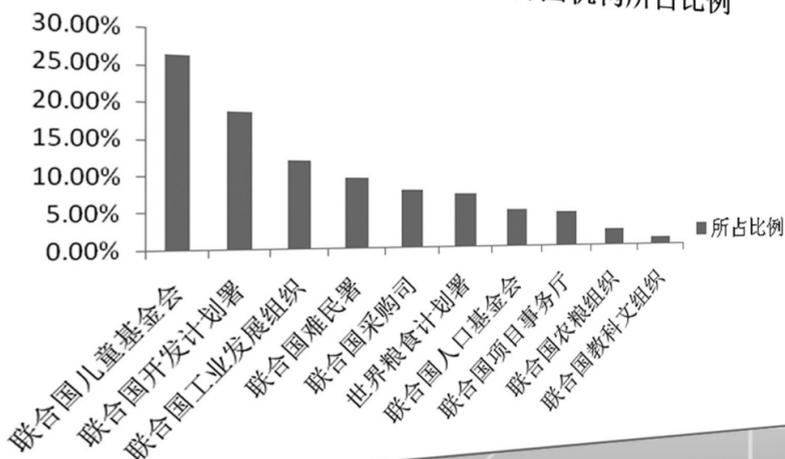
具有广阔的合作空间

统计显示,已经牵手联合国采购的中国企业中,贸易公司居多。同时,地域集中,主要聚集在长三角、珠三角地区。而向中国采购的联合国机构也集中在联合国儿童基金会、联合国开发计划署、联合国工业发展组织、联合国难民署等10大机构中,占到了联合国在中国采购的98.5%。据统计,2009年,在中国采购最多的联合国机构是联合国儿童基金会,采购金额达到3503万美元,其次是联合国开发计划署,为2512万美元。未来,中国企业参与联合国采购的空间仍然很大。

中国参与联合国采购虽然起步较晚,占有率偏低,但作为最大的发展中国家和世界第一贸易大国,中国生产能力强、产品品种齐全且质量高,具有较强的竞争优势。而联合国及众多的附属机构也意识到,向中国企业直接采购可以降低其购买成本。随着日益频繁的联合国采购活动在全球范围内展开,中国企业将从中获得更为广阔的国际市场和发展空间。

(注:本版数据来源于联合国官方网站www.un.org)

2009年在中国采购的十大联合国机构所占比例



2009年在中国采购的十大联合国机构采购额

