本版撰文 本报记者 徐淼 霍玉菡 杨颖 魏小央

编者按：日前，中国贸促会驻韩国代表处组织金融、矿产、科技以及医药等行业的15家中资企业代表召开座谈会，就各行业面临的问题进行交流。从这些公司反映的情况看，在韩中资企业目前正面临韩国贸易保护问题。

有企业代表指出，近年来，韩国掀起了吸引外资的热潮，外国投资企业已经成为韩国经济重要的支撑力量。但令人遗憾的是，韩国政府并未为外资企业创造良好的投资环境，韩国舆论也一边倒地倾向“韩国产”，这让外资企业在韩国举步维艰。中资企业又该如何在这种形式下打响韩国市场的攻坚战？

反观中国市场，韩国企业是否也面临了中国企业同样的问题？扩大至其他外资，是否也像在韩中企一样发展困难？中国的投资环境为它们带来了什么？

老祖宗教给我们“落后就要挨打”，但更要看到，落后缘于保护。藏愚、守拙只会让人抱残守缺，不知进取。而只有在公平、公开的竞争之下，落后才能被淘汰。海纳百川，有容乃大。人即如此，何况市场？

投资韩国 中国公司遭遇跨国“尴尬”

近年来，韩国掀起了吸引外资的热潮，在这股潮流中，中国企业开始崭露头角。但是从总体上来看，中国企业对韩投资的整体规模不大，个体规模也较小，服务类企业仍占多数。中国国际经济交流中心研究员徐伟认为，中国企业对韩投资虽已起步，但是发展并不顺利。

近日，在中国贸促会组织的座谈会上，在韩中资机构聚首，讨论企业目前面临的困境。金融业、海运业、医药业代表都以在韩切身经历发表了意见。以这些公司的状况来看，在韩中资企业正面临韩国贸易保护问题。

投资韩国政策限制多

对于韩国的贸易保护问题，徐伟表示可从韩国经济的成长史来分析，由于其自身经济发展比较快，导致政府和相关机构对招商的重视程度不够，所以韩国的招商政策并不具备特别的优势。而在企业进入韩国市场后，政策无法跟上企业需求，导致外资在韩国运营效率降低，这也是很多欧美企业从韩国市场撤资的原因之一。

而对于想要进入韩国市场的外资，韩国政府设置的门槛又较高，尤其是服务行业，如金融、航空、海运、医药等，其目的就是减少对本土企业的冲击。同时，韩国市场“密闭”程度很高，外资企业很难打进。这不光是中资遇到的问题，很多发达地区的企业都面临过这样的问题。

例如，韩国规定工程承包商必须在当地有业绩方可进入韩国市场，这实际上堵住了没有在韩工作经历的外国企业进入韩国市场的道路。中国企业在海外承包工程具有一定的实力，但正因为韩国的这一规定，目前在韩国工程承包市场上尚没有一家中国企业。再比如，中国的中医师要进入韩国，中国颁发的医师资格证是不被韩国承认的。若想考取韩国医师资格证，医师被要求必须精通韩语。许多中医师就是受这一规定所限，而难以进入韩国工作。

但是，有一点需要注意，虽然其他国家的外资企业在韩国也受到政策影响，但是韩国对美国企业设置的标准却相对较低。在韩国市场，部分中国企业想要与美国企业站在同一起跑线上，是有些困难的。在座谈会上，与会的金融业代表也谈到这一现象。目前，韩国金融监管当局对非经济合作与发展组织国家的外资银行实行区别对待，这些政策都对中资银行在韩国开展业务产生很大影响。

韩国民众保护意识强

除了进入门槛高，韩国独有的地域文化，导致其对本土企业和产品的保护意识极强。徐伟在向记者解释时，举出了这样一个例子，饮料业的巨头可口可乐和百事可乐虽然在其他国家都大受欢迎，但是在韩国的销售却遭遇滑铁卢，而这正是由韩国民众保护本土饮料产业造成的。这样看来，想要打入或是深扎韩国市场，的确存在一定的困难。可以说，外资企业即使能够过得了政府这关，但也未必能过韩国民众关。因为，即便是政府放开的行业，民众对外资企业也并不买账。

同时，业内人士认为，韩国媒体的舆论导向也有问题。据刚刚卸任的北京同仁堂保宁株式会社中方经理刘冬梅介绍，同仁堂在这方面吃了很大的苦头。2004年至2006年间，同仁堂产的牛黄清心丸在韩国的口碑很好。同仁堂的药品不仅通过了中国的检验，也通过了韩国的药品检验，其结果均合格。但是经过韩国媒体的恶意报道后，其结果变成，所有中国产的牛黄清心丸都存在重金属超标的问题，同仁堂的产品销量也因此“一泻千里”。刘冬梅感叹道：“目前，韩国民众对中国的产品还抱有不信任的态度，这对于在韩中企，也是一个要突破的障碍。”

除此之外，专家介绍，韩国对技术外流保持高度警惕，尤其是对待中国这样的新兴国家。在座谈会上，华为代表就提出了同样的问题——在韩国的高科技企业招标方面，华为也遇到过贸易保护和技术壁垒的情况。据了解，韩国的一些研究机构不断发表中韩技术差距的对照表，他们认为中国与韩国在技术方面的差距正越来越小。因此，韩国在技术转移方面保持高度警惕，尤其是在高新技术方面，韩国尽量避免中国企业涉足，以防止中国企业缩短差距。例如在有中国、美国和比利时公司参与的一次韩国电信系统工程招标中，韩国方面提出参与招标的外国公司必须提供本公司的核心技术，实际上是把外国公司排除在外。这种貌似公正，实际偏袒本国企业的现象比较普遍。

中国企业打进韩国市场需灵动而为

韩国极具地域特点的市场情况，的确为中国企业进入韩国市场带来了很大的难度，更不要说是“占领”当地市场了。但是，只要了解和掌握了当地投资政策的走向和市场变动，中国企业在韩国市场“大展拳脚”也并不是难以实现。

据韩国知识经济部报道，2010年，韩国吸引外国直接投资已达131亿美元，创下亚洲金融风暴以后的历史最高纪录。外资投资企业作为韩国经济重要的支撑部分，不仅是韩国经济增长的伙伴，还起到推动韩国产业发展的重要作用。而近年来，受金融危机影响，新兴国家对韩国的直接投资持续增长，而发达国家对韩国的直接投资却在放缓。中国去年对韩投资达4.14亿美元，增长了158%。主要是在电子电器、商业服务等领域。特别是在2010年5月启动了“China Desk”之后，中国对韩投资达到3.72亿美元，占全年总投资的90%。由此可见，韩国接受大量新兴市场投资，为中国企业开辟韩国市场打下了很好的外部环境基础。值得注意的是，乘着这股潮流，中国企业还须把握韩国市场特点，找准市场定位，才能有所作为。

如上文所述，自我保护意识强是韩国市场的一大特色，也是对中国企业在韩发展影响比较大的一方面，这就不光要求中国企业要融合到韩国的本土文化当中去，还要求中国企业用高质量、低价格去吸引当地民众。徐伟指出，产品和服务只有具有极高的性价比，才会对本土民众具有吸引力。

华侨姚大庆在韩国经营一家机电公司。他认为，中国企业到韩国投资要树立“开拓和占领市场的意识”，要找准项目，找好合作伙伴，做好市场定位，切忌“盲动”。一定要了解韩国的国情，不能抱着“试一把”和“行就留，不行就溜”的心理。

姚大庆对记者表示：“市场定位很重要，到韩国投资必须发挥国际市场、韩国市场和中国市场3个市场的作用，投资企业要有长远发展战略，必须找准能够发挥中国比较优势的项目。韩国资源相对匮乏，是出口主导型国家。所以资源密集型企业、单纯的加工企业到韩国投资的成功机率就比较小。同时，韩国市场狭小，容量有限，到韩国投资不能只盯住韩国市场，生产性的企业既要立足韩国国内市场，也要面对国际市场，这样才有发展前途。此外，中资企业的经营机制应灵活，并且重视人才的培养，着重培养既懂经营，又懂当地语言，了解韩国国情的复合型人才。这对中资企业在韩国的发展至关重要。”

中国市场“坐庄” 外企投资“飘红”

相对于中资在韩的尴尬，韩企在中国发展得顺风顺水。1992年两国建交后，中韩双边经贸关系取得了飞跃式的发展。目前，中国已经成为韩国最大贸易对象国，也是韩国最大的贸易顺差来源国。韩国对华出口额占其总出口额的比例已超过20%，中国经济增长对于韩国经济发展的重要性不言而喻。与此同时，两国经济的联动性也日益增强。

如今，在韩国股市上有关“中国机遇股”的说法已不鲜见。据韩国知识经济部人士透露，韩国瞄准中国内需市场的投资已经出现增长势头，韩国企业正在中国寻求发展的“第二春”。

“吸金王”引起韩国企业关注

据世界银行的数据显示，受中国投资机会及国内市场吸引，外资企业过去10年对中国的投资，约占流入发展中国家的外国直接投资总额的20%，中国已经连续17年位居发展中国家吸引外资之首，成为名副其实的“吸金王”。

如今，“中国机遇”引起了众多韩国企业的关注。记者在采访中遇到韩国ADNOTAM公司的社长韩承恩。据韩社长介绍，该公司原是一家完全立足韩国内需市场的中小企业，与中国的惟一联系是从中国进口大理石材料。但在近些年情况发生了变化。中国的扩大内需战略使韩承恩对于中国内需市场的前景有了新的认识，于是他决定投资中国，并在北京成立了公司，专门经营镜面电视业务。业务开展不到半年，公司已经找到了中国当地合作伙伴并获得了第一批订单。韩社长对公司今后的发展抱很大希望。

上述的例子是韩企在中国的一个缩影，除了中小型企业，三星、现代、LG等大型韩资公司在中国的发展也有目共睹。据三星公司行政专员苏静介绍，目前，得益于天津滨海新区的良好政策，三星在天津发展势头良好，三星电子、三星化工、三星电机都为三星集团带来了许多荣誉，并成为当地的纳税大户。而据中国国际经济交流中心研究员徐伟分析，韩企在中国，目前已从最初的零售批发业向金融、科技等行业转变，其中实业类企业并购、参股合资方式投资呈增势并趋于大型化。

中国市场广受外资青睐

除了韩企，在其他外资眼中，虽然中国的投资环境算不上完美，但不断完善的事实和中国市场巨大的潜力，让他们依然看好在中国的发展前景。ABB（中国）有限公司副总裁刘文汇认为，中国的投资环境，无论是在政策、法律、知识产权保护还是硬件设施方面，都在逐步改善。而英特尔中国公司某高管也表示：“特别是中国加入世贸组织以后，我们看到了中国政府在市场准入、税制改革、国民待遇、知识产权保护等各方面的努力，也切身感受到中国的投资环境在不断改善和提高。高效率的服务，想企业之所想，为我们解决了很多实际问题。”

据专家介绍，外资在中国的良好反映，主要得益于中国政府和各地区的招商政策很好，对这些企业的吸引力很大。并且，中国目前开始转变为新兴的消费市场，民众的消费能力在不断提升，这些有助于这些企业的业绩增长。中国还实行了稳健的财政和货币政策，保持了经济的持续稳定和增长。此外，中国的通胀率一直很低，即便在亚洲金融危机期间也是如此。中国宏观经济的稳定性在改善投资环境上发挥了重要作用。与不少其他国家相比，中国的表现是突出的，基础设施的提供也有很大优势。整体来讲，中国的投资环境是良好的，政府的政策和法律法规也相对公平公正。

此外，中国的民众在支持国货的同时，也比较能够接受外资产品。这与几千年来，中华民族兼容并蓄、有容乃大的传统美德不无关系。所以，对自有民族品牌的保护尚在理性范围内。

投资环境尚待完善

虽然外资青睐中国市场，但应该看到，中国的投资环境还需进一步改善。中国在过去30年间努力建设透明与法制化的商业环境，以全面融入国际社会。但需要理解的是，这一在工业化国家历经上百年方可实现的进程，不可能在中国一蹴而就。

在徐伟看来，中国目前仍有一些领域对外资企业参与竞标设置了不应有的门槛。此外，在保护知识产权，打击假冒伪劣产品方面，虽然中国已经拥有良好的法规，但在真正的执行上，力度还不够。对违法者的惩处力度必须大到让其无法翻身的地步，才能让后来者望而却步。可以预见，今后，创造良好环境，吸引外资，中国仍大有可为。