

DA OFEIZHOUCHUANGYE

世界最后一块待开发的“处女地”

A 到非洲 创业

一个不容忽视的新兴市场

熊思浩 / 著



经济日报出版社

到非洲创业

——一个不容忽视的新兴市场

熊思浩 著

经济日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

到非洲创业/熊思浩著. -北京:经济日报出版社,
2001.3

ISBN 7-80127-771-6

I. 到… II. ①熊… III. 经济-概况-非洲- IV. F14
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 06134 号

到非洲创业——一个不容忽视的新兴市场

著 者	熊思浩
责任编辑	孙 展
责任校对	刘 宏
出版发行	经济日报出版社
社 址	北京市宣武区白纸坊东街 2 号 邮编 100054
经 销	全国新华书店
印 刷	北京金特印刷厂
规 格	850×1168 毫米 32 开
字 数	292 千字
版 次	2001 年 3 月 第一版
印 次	2001 年 3 月 第一次印刷
印 张	13.75 印张
印 数	1-6000 册

ISBN 7-80127-771-6/F·225

定价: 24.80 元

版权所有·盗版必究

编者前言

在与一位朋友的闲聊中，这位朋友很神秘地问我：

“你想发财吗？”

我说：“想啊，可是，现在产品积压，竞争激烈，上哪儿发财呢？”

“去非洲发财，那儿做什么都赚钱。”朋友一五一十地说起了他在非洲的所见所闻……

这位朋友就是本书的作者熊思浩先生。熊先生将这本关于非洲题材的书稿交给编者后不久，就匆忙启程第二次前往非洲了。在此，我先祝熊先生的书稿顺利出版，再祝熊先生在阿非利加心想事成。

有关非洲的话题，以往在我们中国人的日常聊天中较少涉及，我认为，原因之一是非洲经济目前还比较落后，它远不如发达的欧洲、美洲能引起人们谈话的兴致；原因之二，长期以来，人们对非洲的了解只是一鳞半爪，由于知之不多，了解不深，自然谈不出什么话题来。如果用一句话来形容我们中国人对非洲的总体印象，这句话应该是：遥远而不陌生。说其遥远，北非的埃及，虽地跨亚非两洲，但与中国仍然相隔了七八个国家；而南非更是与中国远隔印度洋遥遥

到非洲创业

非洲话

相对，从空间距离来看，中非确实相距甚远。说其不陌生，是因为非洲毕竟是面积仅次于亚洲的世界第二大洲，虽然它落后，但我们不可能漠视她的存在。早在六七十年代，以解放全人类为己任的中国第一代领导人毛泽东、周恩来等，就为中国与非洲架起了友谊的桥梁：1964年，周总理访问非洲多国，包括冒险访问刚刚发生政变的加纳，成为世界外交界的美谈；中国在非洲援建的坦赞铁路，被非洲人民交口称誉；70年代，毛泽东曾说，中国进入联合国，可以说是非洲兄弟抬进去的……那时，“中非友谊万岁”的标语口号深深印在了“胸怀祖国，放眼世界”的中国人的脑海里。因此，六七十年代，中国人对非洲主要是政治意义上的了解。80年代，中国全面进入改革开放，中国人的目光渐渐较多地转向了欧美等发达地区，有关非洲的消息也随之减少，且更多的是发生在那里的战争与政变；当然，这个年代的中国人还读过关于非洲的两个故事：一个是美国作家海明威60年代去世以前写的《乞力马扎罗的雪》，另一个是中国作家三毛写的《撒哈拉的故事》，作家笔下的非洲是既浪漫又刺激。可以说，整个80年代，中国人是偶尔才听到从非洲传来“远方的故事”。转眼进入了90年代，报刊上关于非洲的消息逐渐增多，除了战争、动乱、饥荒外，又多了艾滋病，这更增加了中国人对非洲的恐惧……直到如今，许多中国人对非洲的认识仍停留在战争、饥荒和疾病上，即便产生了一些浪漫幻想随即又会被恐怖感冲得烟消云散。其实，80年代以来，非洲大部分国家的政局是稳定的，虽然还有一些国家时有动乱，但总的趋势是往稳定方向发展，尤其是非洲人民具有稳定和发展的强烈愿望，这是推动非洲前进的巨大

力量。90年代，一些非洲国家经过自身的建设与发展，已进入了中等发达国家行列，如南非、加蓬、利比亚、埃及等，这些国家的交通、通讯、卫生等基础设施已较完善，市场规则也已建立，它们都适合并欢迎外国企业前来投资。另一方面，非洲8亿人口的庞大市场和无数的资源宝藏，像一块巨大的磁石，吸引着四面八方。正当中国人还在对非洲进行观望和议论时，许多欧美游客早已远涉重洋去领略非洲的迷人风光，大批的欧美企业也捷足先登，开始抢占那里的市场……我们中国人已经慢了一步。

可喜的是，20世纪90年代后期，随着中国经济的发展和“入世”的迫近，中国人已认识到了非洲市场的重要，以石油、建筑、纺织、轻工等为先鋒的中国企业也开始进军非洲，而且都取得了不菲的业绩。现在，中国也开辟了前往非洲的旅游路线，随着越来越多的中国人踏上非洲这块神秘土地，我们生活中关于非洲的话题和信息也在日益增多，不是吗，现在不仅有《我从非洲归来》，还有我们的《到非洲创业》；不仅有中国人留在非洲娶黑人姑娘为妻，而且还有《我嫁到了黑非洲》……

我们相信，随着经济全球化的到来，21世纪的非洲将更美好。她不仅将成为我们旅游的乐园，还将成为我们创业的基地。

在本书中，作者、编者力求为社会提供更多商机，促进中国人去非洲投资创业，增进中非的交流与经贸合作，书中如有涉及文化、历史等概念表述还不够贴切，或有疏漏的地方，敬请读者和有关方面见谅。

孙展

作 者 前 言

近几年，我国国内市场大有饱和的状态，一些行业的生产能力出现过剩，尤其是与居民日常生活密切相关的轻工、纺织产品大都生产过剩，家电行业是最突出的典型。冰箱、彩电、电脑、洗衣机、照相机、收录机无一不出现生产过剩的局面。

造成这一现象的重要原因之一固然在于以往经济建设中出现的结构性问题，诸如盲目铺摊子、上项目等；但我们又必须看到：国内市场需求毕竟有限，欧美、日本、东南亚等传统市场又面临出口乏力以及发达国家的优势竞争。

在这种形势下，我们必须创造“东方不亮西方亮”的对外贸易格局，不能把眼睛只盯准在传统市场上，要把眼光看远一点，走出去寻找海外新兴市场。

非洲人，消费观念在变革

非洲虽然一向被人们认为是一个贫穷落后的大陆，但近年来也出现了一些令人刮目相看的变化。那里不仅有豪华和商品齐全的商场，而且人们的消费观念也可称得上紧跟世界潮流。



在非洲国家，包括饱受内战蹂躏的利比里亚、塞拉利昂、刚果（金）、索马里等国都有大型的超级市场和店铺集中的商业区，尼日利亚最大的商业城市拉各斯就有 10 多家大型商场，这些商场的装修并不亚于中国的超市和大型百货商店。在这里你可以买到各种各样的高级进口商品，如英国的食品，法国的化妆品和时装，中国的轻纺产品，德国、日本、意大利、韩国等国的家电等。但这些商品的价格都很高，在拉各斯超市，一台苏州产的长城牌电扇售价近 100 美元，一件从美国进口的牛仔服售价达 45 美元，有的甚至更高。但即使是这样，商场的生意还十分红火。

在拉各斯经商 20 多年的华侨胡介国先生说，他到过许多非洲国家，非洲各国大城市的商业情况都大概如此。他说，外国侨民自然是大商场的主要顾客，但这并不意味着非洲人就不光顾大商场。近年来，在各种商业广告的影响下，非洲人的消费观念和消费水平已发生了很大变化。在拉各斯，尼日利亚人家庭汽车普及率大大超过中国的北京和上海。在拉各斯街头，你可以看到一辆辆从德国、法国、日本、韩国等国进口的名牌汽车，如“奔驰”、“标致”、“本田”、“皇冠”、“大字”等等。如果不是亲眼所见，一般人是很难相信这种情况的。在拉各斯，中等以上的家庭基本普及了电视机，由于拉各斯供电不正常，有钱的家庭还配上了发电机。在加纳较富裕的乡村，每当农民举行集会，你就会看到几百辆日产的摩托车停在附近。在几内亚，近年来实行的经济改革已造就了一批商人、企业家、富人。他们聚敛财富的能力颇强，常到国外去谈生意。用几十万美元为自己建造豪华住宅已不是什么稀罕事，甚至有的人一下子建

造几套别墅式住房；有时科纳克里到岸一条运载万吨大米的船，4位大米商就把大米统统包下（约值300万~400万美元）。在非洲国家的报纸上经常大篇幅介绍时装，刊登时装广告，电视镜头也经常出现非洲黑人模特的倩影。

非洲这种消费现象的出现得益于近年来非洲国家，特别是西非国家经济的发展。随着经济的发展，一些非洲人已明显感到原有的生活方式落后，他们开始向传统挑战。尽管他们只占非洲人口的一小部分，但他们正在积极融入世界，领导非洲时代的潮流。正因为如此，那些对非洲持乐观态度的经济学家经常这样说，非洲是一个拥有巨大潜力和有待开发的新兴市场，也是当今世界上能够让投资者获得巨额经济回报的潜在市场。

中国人，转变认识莫等待

现在国内仍有许多人对非洲的认识不够。在他们的眼里，非洲总是与天灾、战争、贫困、疾病联系在一起；另一些人，也许看多了“东芝动物乐园”或者海明威的《乞力马扎罗的雪》，只是对非洲大陆壮美的自然景观充满了浪漫的幻想。其实，非洲给予我们的远远不是这些。对于我们国内的商人来说，非洲更是一块创业的新大陆。

听一听在非洲生活了数十年的香港、台湾同胞所谈的感受，你一定会为自己没有早些年来非洲创业而懊悔不已。我有幸接触过许多在非洲做生意的香港、台湾同胞，有一位朋友还娶了一位黑人姑娘为妻，生了一个活泼漂亮的女儿，取名姗姗，意为“自己对非洲是姗姗来迟了”，一家人生活幸福，其乐融融。这些同胞谈起在非洲生活的经历和感受时，

无不流露出视非洲为第二故乡的热恋。

非洲是一个消费层次多元化的地区，目前年进出口贸易额在 2500 亿美元上下，而中国与非洲国家的贸易额仅占其总额的 4%，可见非洲是我国加强经贸合作的一个巨大潜在市场。几十年来，我国十分重视与非洲国家发展经济和贸易关系，为今天中国人在非洲创业奠定了坚实的基础。目前非洲国家的经济发展正在进入一个新的时期，各国纷纷制定吸引外资、发展合作的政策和措施，以求尽快恢复和振兴民族经济，这为我们拓展非洲市场提供了一个良好的机遇。

非洲大陆自然资源丰富，而且非洲国家的经济发展又使这块大陆蕴藏着丰富的市场资源。在 53 个非洲国家中，“以资源换资金，靠资源求发展”和不同程度上的单一经济是它们的主要经济特征，但不同国家又各具特色。例如，尼日利亚主要以石油为经济支柱；加蓬以锰矿、木材为国民收入的主要来源；赞比亚则以铜矿为本国创汇。在市场结构方面，发达国家的企业基本垄断了一国市场的主要资源，印度人、巴基斯坦人和阿拉伯人在中小型的制造业和商品贸易方面具有很大影响，本地黑人则是摊点商贩的主力军，并形成了一个较为普及的市场层面。

从我国的情况看，对外贸易要进一步发展，就必须采取多元化战略和“走出去”的战略，而非洲当然应该成为我们实施两大战略的一个重点。尤其是近些年中国与非洲国家政治关系进一步巩固，经贸合作迅速发展，政府对于到非洲发展经贸合作的企业十分支持。

为了推动和帮助中国企业到非洲投资，中国有关部门已经在埃及、喀麦隆、马里、几内亚、科特迪瓦、加蓬、坦桑

尼亚、赞比亚、莫桑比克、尼日利亚、肯尼亚等 11 个非洲国家设立了“中国投资开发贸易促进中心”，为中国企业到非洲开展具体的经济贸易业务提供信息和技术服务。为了支持中国企业到非洲兴办企业，中国已经同苏丹、肯尼亚、赤道几内亚、博茨瓦纳、科特迪瓦、赞比亚、坦桑尼亚、加蓬、津巴布韦、塞舌尔、纳米比亚、马里、喀麦隆、加纳、毛里求斯、突尼斯、刚果（布）、尼日尔、莫桑比克等 19 个非洲国家签订了政府贴息优惠贷款框架协议，中国企业只要在非洲找到了合适项目，便可以申请这种贷款。为了促进中国与非洲国家的金融合作和为中国企业在非洲开展业务提供金融服务，1997 年 7 月中国银行在非洲建立了第一家营业性金融机构——赞比亚中国银行。此后，中国建设银行也在南非的约翰内斯堡开设了分行。2000 年 10 月，在“中非合作论坛——北京 2000 年部长级会议”上，我国政府还承诺提供专项资金，支持和鼓励有实力、有信誉的中国企业到非洲投资。

据不完全统计，中国国有及民营公司已在非洲 47 个国家投资建立了 480 多家企业，协议投资额达 9.7 亿美元，其中中方投资额达 6.64 亿美元。

做生意，非洲机会实在多

从地理位置上看，我们距非洲国家是远了些，但中非之间较强的经济互补性又使得双方关系很近。虽然非洲拥有丰富的自然资源和潜力巨大的消费市场，但是由于其民族工业十分落后，自然资源大多未能开发，绝大多数轻纺、家电等产品都需要进口，而且需求量与差价都很大，其价格一般要

比国内市场高几倍乃至十几倍。近年来，非洲人对中国商品很欢迎，普遍认为中国商品质量可靠，价格合理，适合他们的消费水平和消费兴趣，批发商和零售商都很乐意经销。

为此，扩大对非洲国家的出口贸易显然大有可为。

非洲是我们输出商品的好地方，也是我们投资办厂，输出技术、资金和劳务的好地方。据考察，非洲森林资源极其丰富，在当地从事原木采伐、家具制作等，或者进入当地关税很低的胶合板材出口，都是获利丰厚的好项目。非洲人喜食鱼类食品，当地渔业资源丰富，搞近海捕鱼、渔产品加工或者发展修船业，也是见效快的项目。当地疾病多，医疗条件差，药品价格一般高出我国 10 倍到 20 倍，在那里开办医院、药铺都可以赚取很高的利润。

此外，我国的家电产品生产水平和技术水平都比较高，在非洲的售价又比西方国家低得多。如果我们有能力的企业到那里搞一些装配线，组装电视机、洗衣机、冰箱、空调等，既不愁销路，又能获取丰厚盈利；既解决了当地政府官员头疼的就业问题，又帮助他们培训了技术人员，可谓一举数得。

在充满机遇的非洲大陆，中国人应如何去拓展呢？最重要的一点是我们应尽早树立起完整的开发非洲市场的理念，并从非洲的实际出发，本着互惠互利、促进发展、共同繁荣的原则有条不紊地去开拓。一是深入考察，了解非洲市场的需求。二是开展合作，确定项目。三是优化组合，互通有无。四是培育市场，从小做大。五是着眼长远，扎根非洲。只有这样，才能达到今天播种耕耘、明天鲜花盛开、后天结果收获的效果。当然，开拓非洲市场离不开国有及民营企业

的积极性，也需要政府的支持。概括地说就是，政府建园，营造环境；建立网站，沟通信息；政策扶持，降低门槛；金融辅佐，设立基金。形象地说，设项开发就好比是炒了几盘菜，政策支持犹如摆出一张桌子。只要政府与国有及民营企业齐心协力、共同努力，就一定能在非洲大陆上摆起一桌丰盛味美的宴席。

令人欣喜的是，目前国内已经开始形成一股“非洲热”，近年来有不少中国人跨出国门，闯荡非洲，几乎在每一个非洲国家的集贸市场上都能见到中国商人和中国商品。但令人担忧的是，不少国内同胞和企业为了获取眼前的利益，在非洲市场上竞相压价，有的甚至用质量低劣的商品蒙骗非洲消费者。例如，国内某汽车厂向贝宁出口 150 辆汽车，由于质量原因，这些汽车一辆接一辆长期抛锚在贝宁公路沿线，组成了一道“中国制造”的活广告。这种做法既损害了中国的形象，也破坏了中国商品的信誉，还会留下许多后遗症。不客气地说，这不是在开发非洲，而是在冲击非洲市场，其结果是中国商品不但不能在非洲市场上形成份额，反而会使中国人失去非洲市场。

熊思浩

目 录

编者前言	孙 展(1)
作者前言	熊思浩(1)
第一章 富饶而贫穷的“阿非利加”	(1)

广袤无垠的非洲大陆人口众多，气候条件多样，盛产多种经济作物，蕴藏丰富的自然资源。这里的大多数国家早在 50 年代末和 60 年代初就已经取得政治上的独立。论自然和政治条件，非洲本应取得经济上较快的发展，逐步富裕起来。

可是，非洲至今仍是一块贫穷落后的大陆，是一块与人们憧憬的、熟悉的世界脱钩的大陆。世界银行的一份报告说，现在整个非洲的总收入与欧洲小国比利时差不多，这个地区一个中等国家的国内生产总值只相当于一个富国 6 万人口城市的生产总值。目前，非洲的难民人数已达 600 万人。在全球 8 亿多食不果腹的穷人中，近一半人生活在非洲。在联合国公布的 48 个最不发达国家中，有 33 个在非洲。

人们不禁要问：大多数非洲国家取得政治独立已经 40 年左右，为什么仍然苦于贫困，为什么长期富不起来？

- 造化神工的自然地理 (1)
- 独一无二的资源宝库.....(10)
- 捧着金饭碗却在受穷.....(21)

第二章 非洲之崛起：21 世纪的“象”(28)

近年来，非洲经济开始出现好转。90 年代初期，撒哈拉以南地区 45 个国家中只有 18 个国家的经济增长率超过 3%，而今天这一数字已增加到 30 多个。非洲一部分国家还实现了经济持续增长，创造了“非洲楷模”。这些国家的主要代表是毛里求斯、博茨瓦纳、突尼斯、加纳、纳米比亚、乌干达、赤道几内亚和莫桑比克。

当然，由于起点比较低，非洲要赶上时代发展潮流仍然任重道远。这既需要非洲国家的不懈努力，也需要国际社会的帮助，如增加对非洲的援助、减免非洲国家的债务、帮助非洲国家开发人力资源、改变单一经济结构、支持非洲融入经济全球化进程并从中公平受益等。

毋庸置疑，21 世纪的非洲充满希望，有可能出现经济的飞跃发展，尤其是撒哈拉以南非洲在 21 世纪将成为经济强大的地区，可与今天亚洲“四小龙”相竞争，成为 21 世纪的“非洲象”。

正如非洲统一组织秘书长萨利姆所说，“非洲发展之梦不是空想，非洲能够而且一定要发展。”

- 经济呈现良好发展势头.....(28)
- 国际资本开始回流非洲.....(30)

- 资源和市场被广泛看好.....(34)
- 政治经济改革不断深化.....(37)
- 经济一体化大踏步向前.....(40)

第三章 非洲的创业机会 (46)

近年来，国内企业和私人赴非洲国家考察的一年比一年多，只要你细心观察，就能发现许多商机。例如，尼日利亚全国没有一家味精厂，现在市场被台湾省的一位商人控制，年进口 360 个集装箱，重达上万吨。目前，中西非市场几乎都被那个台湾商人垄断。事实上，台湾省产的味精并不比内地的好。又如，我国许多纺织企业因生产过剩而关门歇业，假如把工厂整体搬到南非和尼日利亚，利用那里的优质棉，从棉纺、印染到制衣、销售形成一条龙，赚取的利润肯定翻几番。再如，在一些赤道非洲国家，至今还没有一家冰棒厂，在赤日炎炎的天气下，如有冰棍、冰砖、冰糕、冰淇淋品尝，那将是莫大的享受。假如在那里办个冰棒厂，包管发大财。当然出口大宗制冰机，也是极好的创汇产品。还有，南非和尼日利亚气候炎热，雨量充足，土地肥沃，可是蔬菜很少，品种单调，价格昂贵，鸡蛋论个、青菜论株卖，假如组织一批四川或河南的民工前往这两个国家，搞个中国农业村落，为非洲树个榜样，同时也为自己赚钱，肯定比在中国富得快。

类似的情况在非洲还有很多，不妨再举几个例子。坦桑尼亚的食糖一直依靠进口，但该国盛产甘蔗而且价格便宜得惊人；莫桑比克虽然被联合国列为最不发达的

国家之一，但该国百姓喜爱的建房用的红砖却很昂贵，一块红砖的价格约合人民币 1.8 元，而国内的价格仅 0.15 元；在国内打一口井不超过 1 万元人民币，在非洲打一口井是 1 万美元以上；国内修高速公路每公里不足 2000 万元人民币，在非洲修二级公路每公里不低于 2000 万美元。有的国家还有不可思议的现象，如出口棉花却要进口棉布，出口纸浆却要进口纸张，大片土地荒芜却要进口粮食，大批水果烂掉却要进口果汁……

- 非洲市场的特点……………(47)
- 中非经贸 50 年……………(52)
- 非洲创业经验谈……………(56)

★ 创业点滴

- 个案一：在非洲开商店……………(66)
- 个案二：在非洲开餐馆……………(68)
- 个案三：在非洲开诊所……………(71)
- 个案四：在非洲开工厂……………(74)
- 个案五：在非洲开农场……………(80)
- 个案六：在非洲开矿产……………(84)
- 个案七：在非洲承包工程……………(86)
- 个案八：在非洲经营家电……………(89)
- 个案九：在非洲经营电信设备……………(94)
- 个案十：在非洲经营汽车及配件……………(97)

第四章 东部非洲市场……………(99)

东部非洲通常包括埃塞俄比亚、厄立特里亚、索马