

欧洲经济的新“热点”

——伊比利亚半岛

陈福星

伊比利亚半岛位于欧洲南部，是大西洋到地中海的交通要道，主要为西班牙和葡萄牙，其中西班牙占半岛总面积的4/5。这两个国家长期以来闭关锁国，

由于封建势力根深蒂固，另一方面由于地形复杂，横亘在北面的比利牛斯山脉阻隔了工业化的西欧对伊比利亚半岛腹地的传导作用。工业集中在沿海大港巴塞罗那、毕尔巴鄂、里斯本等。尽管两国都有丰富的自然资源：西班牙有着丰富的汞矿，黄铁矿占资本主义世界首位，煤的蕴藏量极为丰富，达90亿吨；葡萄牙的钨总储藏量达2.4万吨，占欧洲第二位，铀矿储藏量为8万吨，占欧洲第三位，而软木则是葡萄牙的特产。但是，两国的经济发展非常缓慢，长时期基本上是传统的农业国，生产方式、耕作技术也很落后。由于农业落后，工业又

一方面不发达，加上对外贸易结构的不合理，造成外贸的巨大逆差和国际收支的不平衡。更为严重的是，1984年西班牙失业率高达20.6%，至今仍保持这一纪录，而葡萄牙同期的消费品物价年上涨率为28.1%。这令人望而生畏的两位数字一直折磨着这两个国家。伊比利亚半岛在漫长的岁月里，几乎一直偏居欧洲的一角，步履艰难地缓慢发展。然而，谁也没有料到，在不长的时间里，两国发生了巨大的变化，成为举世瞩目的欧洲经济新“热点”。本文对此作些探讨，供读者参考。

(一)

西、葡两国于七十年代中期开始先后在政治和经济方面进行调整和改革，在改革过程中虽遇到不少困难和挫折，但是，由于实行全面的开放政策，大力引进外资及外技，对国民经济结构进行调整，积极发展第三产业，加上成功地参加了欧洲共同体，因此，在不长的时间内取得了重大的成就，为发展中国家的经济发展提供了一个很好的参考模式，其中特别取得成功的是西班牙。具体有以下几方面：

第一，在最近十多年中，两国实行了全面的开放政策，扩大贸易自由化，大量引进外国技术和资金 葡萄牙把二次大战中积累的黄金和外汇储备投资工业，使工业迅速发展。在调整经济结构中，特别提高服务业和工业的比重，农林渔业的比重明显地呈下降趋势；工业

部门保持相对的稳定，而服务业则大幅度地上升，这种结构是符合工业现代化国家发展进程模式的。西班牙先后制定了五个社会经济发展计划。1983年实施的第五个计划（1983～1986年），国家投资的重点是扶植民族工业和开发边远地区，目的是使民族经济具有“不可融性”，也就是说要避免受外国企业的控制，并使全国经济布局不限于集中沿海地区的“平衡协调性”。西班牙是以制造业为经济发展先导的，约占工业总产值的1/3强。具体表现为制造业中的汽车制造业具有重要地位。1981年汽车生产曾突破百万辆大关，居世界第七位。而葡萄牙以发展轻工业为导向，但葡萄牙工业企业的规模较小，多为中小型，雇工不到10人的企业占50%，而超过400个工人的企业

仅1%。在轻工业中，以纺织和服装工业最发达，其次是食品、软木及软木制成品。目前，葡萄牙正在大力发展石化及冶金工业。此外，这两个国家还有一个共同的特点，即造船业非常发达。西班牙是出口船只主要的国家之一，而葡萄牙可建造35万吨级的油轮，甚至70万吨级的船只，并拥有供修船用的欧洲最大的干船坞。

第二，实行吸引外资与对外投资双管齐下的对外经济政策，积极参加国际经济大循环 特别是由于两国加入欧洲经济共同体后，两国经济以共同体为依托，在国际循环中得到了发展。

西班牙在利用外资上采取多元化、多渠道政策，加强同西欧、美国和发展中国家的国际经济合作。自1986年1月1日西班牙加入欧洲经济共同体后，1987年，仅共同体的国家用于购买西班牙股份公司或整个公司的款额已超过100亿马克。从目前的情况来看，美国对西班牙投资仍占主要地位，但共同体的投资，特别是联邦德国，正在进一步扩大，将和美平分秋色。近年来，日本正在掀起向西班牙投资的热潮。日本利用西班牙廉价的劳动力，同时以西班牙作为跳板和桥头堡直接打进欧洲市场，这在客观上也为西班牙提供了大量的就业机会，而且，这些日本企业在西班牙当地制造产品，还可以避开日元坚挺带来的消极影响。以日产和铃木汽车工业公司为例，为了绕开每年进入联邦德国市场的汽车不得超过1千辆的限制，这两家公司在西班牙投资生产汽车销往联邦德国，并向严格限制汽车进口的意大利和法国出口。日本三洋公司也不甘落后，在巴塞罗那耗资10亿比塞塔建立研究中心，扩大生产激光唱片的微波炉。日本富士通公司1986年掌握了马拉加附近的电子仪器厂60%的控制权，向该厂投资28亿比塞塔，使该厂转亏为盈。目前，日本在西班牙总投资额为3亿美元，主要投资地区为东北工业区——加泰罗尼亚。由于西班牙成功地引进外国先进技术和外资，世界上许多跨国公司：美国的福特汽车公

司、英国石油公司、日本的日产和索尼公司都在西班牙建立了桥头堡。联邦德国的拜尔公司已在西班牙占据了牢固的市场。葡萄牙吸取了1974年实行国有化政策而使外资锐减的教训，1978年又重新鼓励吸收外资，至1982年，外国在葡萄牙直接投资总额已达3.3亿美元，其中美国占22%。现在国外向葡萄牙投资日旺，其中不可忽视的是台湾省现把葡萄牙作为工业和资本投资的重要市场。

这两个国家，特别是西班牙，在积极吸引外资的同时，还加强了对外国的投资，其目的是“促进西班牙企业的国际化”和“争取更多的原料和燃料来源”。其主要投资导向是原来和西班牙有历史联系的拉美国家：墨西哥、智利、阿根廷等。西班牙通过出口劳务、贷款和经济合作加强对拉美的渗透，最大的合作项目是厄瓜多尔的水库建设和圭亚那的铁路建筑，两项共投资3亿美元。西班牙是参加安第斯集团外长理事会和联合国拉美经委会的唯一在拉美无一寸领土的正式成员国。而葡萄牙在八十年代初提出“尽快重返非洲”的口号，投资的对象主要为原殖民地国家，如安哥拉、莫桑比克等。此外，西班牙还向葡萄牙投资，其金额占葡萄牙吸收外资总额的17~20%。

在对外贸易方面，西班牙和葡萄牙两国分别采取“北进东出”和“北进南下”的政策。两国对外贸易的地区结构，自加入欧洲经济共同体后，就以共同体和美国为轴心，分别向拉美（西）和非洲（葡）扩展。目前，对共同体的进出口贸易占两国进出口总额的1/2。西班牙最近几年从联邦德国大量进口机器和其他资本贷款，这些可迅速转化为生产力的机械设备，已大大加强了西班牙出口的能力，预计1988年，西班牙的国际贸易可望获得顺差。

第三，大力发展旅游业 旅游业已成为两国经济的重要支柱。世界许多经济学家和欧洲经济共同体组织估计，到本世纪末，旅游业将成为世界“第一产业”，而石油和汽车将退居到第二、三位。因为旅游业投资少、见效快、影响大，在国际经济大循环中能起“多功能”的作

用,这种无形贸易由于“人流”的引进会带动“资金流”、“物流”和“技术流”的引进,为进一步扩大国际经济合作和吸引国际市场上数以千亿美元计的游资起着推动作用。西、葡两国对发展旅游业相当重视。西班牙是世界上旅游收入最大的国家之一,游客每年平均达4,000万人次,收入达100亿美元,相当于该国出口总额

的20%。所以人们称“阳光和空气是西班牙最丰富的出口商品”。日本企业家对西班牙投资除经济利益外,西班牙明媚的阳光,新鲜的空气,可口的菜肴以及人民友好的举止,也是促使他们投资的引力场。葡萄牙也利用发展旅游业来弥补外贸逆差。旅游业收入最佳时约占葡出口总额的10%弱。

(二)

最近几年来,西班牙和葡萄牙都取得了巨大的成就,已成为欧洲经济发展的“热点”,人们甚至称西班牙为“未来欧洲的日本”,称葡萄牙为“未来欧洲的小加利福尼亚”。具体表现在:

1987年,西班牙的经济增长率为5.2%,成为欧洲经济共同体中增长最高的国家;通货膨胀率从8%下降到4.7%,预计到1988年底可下降到3%;1988年第一季度工资增长幅度为4.5~6%(计划目标为4%),4月份,生活费用降低3%,水果、蔬菜和一些食品都跌价。西班牙的私人消费增长了5.2%,是自1973年以来增长最高的一年。轿车的购买力比1986年增长35%,拥有3,900万人的西班牙,1987年个人购买了100万辆新轿车;住宅的销售量比1986年增长了14%,为西班牙经济大幅度增长作出了积极的贡献。85~95%的西班牙人在民意测验中表明他们的生活在改善。现在,西班牙的进出口分别增长38%和35%,比塞塔也成为世界上最通用的货币之一,与美元和西德马克的兑换率在上升。尽管西班牙的资本收益税高达56%,但世界各国投资者仍纷纷涌向马

德里和巴塞罗那,甚至流向中、小城市。目前,西班牙正在全力以赴地筹办1992年的巴塞罗那奥运会和塞维利亚世界博览会,估计届时可得数十亿美元的收入。总的说来,目前,西班牙经济变得生机盎然,经济增长率在欧洲独占鳌头,通货膨胀率在日益收缩,比塞塔币值稳定,外汇储备增多,去西班牙的旅游者已创纪录。

伊比利亚另一国葡萄牙的经济也开始繁荣,在过去两年中,经济持续增长,其速度虽比西班牙稍慢一些,但比其他共同体成员国增长都快,1988年仍保持持续增长的势头。通货膨胀率已下降8~9%,失业率已控制在6.6%左右,这点要比西班牙好。现在葡萄牙工业、贸易已实行全面开放,正在为完成其一体化计划而努力。它从西欧共同体可望获得大量的资金,至关重要的是如何支配、使用这些资金。今后葡萄牙的努力目标是半美国化的农业、服务业和轻工业,甚至会出现葡萄牙的“硅谷”。预测在今后三年葡萄牙经济的持续增长,将可同英国的金融、法国的农业、德国的工业和邻国西班牙的经济发展争一席之地。

(三)

西、葡两国在经济发展上有着共同的优势,但也面临着共同的困难:

第一,这两国都是历史上根深蒂固的老牌殖民国家,重大的政治、经济变革都会引起伊比利亚半岛板块的震荡。长期来执行的“锁国

政策”,在全方位开放的今天,使这两国陷于手足无措的境地。

第二,两国基础设施都较差,交通、通讯都成难题。以马德里为中心呈辐射状的铁路干

(下转第68页)

国际营销思考题(之二) 参考答案

章 汝 爽

(一) 为什么现代营销观念特别强调企业须发挥自己的相对优势?

战后几十年世界各国经济的发展突飞猛进。从五十年代到八十年代市场上出现的新品种超过已往两千年的总和。几乎没有任何一种商品在市场上是匮乏的。市场竞争空前激烈。这种种情况形成了世界性的买主市场。现代市场营销学之所以能得到空前普及和传播,其首要原因是由它的核心思想——“自始至终以满足消费者或最终用户的需求”所决定的。近几十年来的事实也证明谁能更好地适应消费者或最终用户的需求,谁就能生存,谁就能获致竞争的胜利,谁就能得到发展。

然而,怎样理解“满足或适应消费者的需求”这一核心问题呢?即使在同一国家、同一城市,人们的收入水平不一,职业不同,文化情趣爱好不同,从而对商品的要求也不同,这是一个方面;在企业来说,面对这种种需求上的参差不齐的情况,如何根据企业自身的资源和各方面的条件选择有利的细分市场,这是另一个方面。企业如何把这两个方面有机地结合起来,根据自己所具有的相对优势,在经营中充分利用这种优势并发挥其作用显然是非常重要的。这种相对优势还须与目标细分市场的具体需求结合起来考虑;脱离了这个具体需求,相对优势就丧失了基础。事实上,企业可能占有的市场份额,充其量也只不过是能充分发挥其相对优势的那一部分。这就是何以现代营销学特别强调企业须发挥自己的相对优势的原因。其中还有一个概念应予重视,即目标细分市场上的买主需求是不断变化着的,竞争者的情况也是在不断变化着。因此,企业的相对优势,从时间和空间来说都不是永恒不变的。企业应该时刻从相对的意义上去认识这个问题,在这种情况下,重视市场机会自属必然。

除此之外,正因为企业所具有的相对优势时刻处于动态之中,企业就有必要特别注意市场调研,注意搜集反馈,不断为适应市场需求甚至为主动创造新的需求而设法加强自己的优势地位。

(二) 企业在适应市场需求的问题上应如何对待需求上的共性和个性?

企业在适应市场需求的问题上是有深浅之分的。所谓深就是细致入微地迎合某些特定的需求,浅则是较少考虑这种特殊需要,这就是怎样对待需求上的共性和个性的问题。市场细分的理论就是从需求的个性区分上来划分消费者群的。这种需求个性区分得越细,则相应开发的产品在目标消费者群面前的吸引力或竞争力就越高。但与此同时,需求个性区分越细,目标消费者群的人数则可能趋向减少,而所开发的产品成本在很大程度上会趋向升高。因此如何根据本企业的具体条件,结合市场情况和经营目标适当掌握适应需求共性和个性的谐调,是很值得权衡利弊作出抉择的问题。国外个别营销学专著中曾提到“进行市场细分并非越细越好,有时会导致付出的费用过高而得不偿失”。大概就是指的情况。

企业究竟应如何对待需求上的共性和个性问题呢?大体上应遵循下列原则:

1. 在产品的个性适应上,在要求有较高的竞争力的同时,充分估计拓展销量的可能性,即掌握以销量增长率可能趋向下降之前的预计拓销量作为拓展销售的目标,并以此来权衡产品适应性的深浅程度。