

CARTA BRASIL CHINA

EDIÇÃO 1 _ MARÇO 2011

 CONSELHO
EMPRESARIAL
BRASIL-CHINA
中国-巴西企业家委员会



ARTIGO CONVIDADO

Arthur Kroeber

DIRETOR DA DRAGONOMICS

ENTREVISTA COM

Li Xiaotao

VICE-PRESIDENTE DA HUAWEI

Por Antonio Barros de Castro

ANÁLISE CEBC

Prévia da Pesquisa dos Investimentos Chineses no Brasil, em curso no CEBC

ALERTA

12º Plano Quinquenal: A China em Transformação, pela Embaixada do Brasil na China

CHINA EM FOCO

Inovação Nativa, Inovação Autônoma por Adriano Proença, professor de Engenharia de Produção da COPPE-UFRJ

PATROCÍNIO:



Bradesco

CARTA BRASIL CHINA

é uma publicação trimestral da secretaria executiva do Conselho Empresarial Brasil-China, que reúne análises e reflexões acerca dos principais tópicos da agenda bilateral.

OUTRAS PUBLICAÇÕES DO CEBC

O **China-Brasil Update** é uma publicação trimestral, trilingue, que tem por objetivo divulgar iniciativas desenvolvidas por diversas instituições no Brasil e na China reunindo, sob a ótica empresarial, os principais dados e fatos da agenda econômica bilateral.

O **Notícias do CEBC** é uma publicação trimestral que tem o objetivo de informar sobre as principais atividades e projetos desenvolvidos pela secretaria executiva do CEBC.

SECRETARIA EXECUTIVA

SEÇÃO BRASILEIRA

JULIA DIAS LEITE Secretária Executiva
CARLA DUARTE Coordenadora Institucional
EDISON RENATO DA SILVA Coordenador de Análise
ANDRE SOARES Analista Internacional
GISELLE VASCONCELLOS Analista Institucional

CONSULTOR EDITORIAL
Antonio Barros de Castro

PROJETO GRÁFICO
Presto Design

COLABORADORES

Adriano Proença
Arthur Kroeber
Li Xiaotao
Marco Tulio S. Cabral.

Para fazer alguma crítica ou sugestão, entre em contato com a Secretaria Executiva do CEBC:
cebc@cebc.org.br / +55 21 3212-4350 / www.cebc.org.br

APOIO:



SOBRE O BRADESCO

O Banco Bradesco, com presença em todos os municípios do Brasil, apresenta produtos e serviços para diferentes perfis de clientes e também atua com a proposta de suprir as demandas de empresas interessadas em estabelecer e estreitar relações comerciais nos mercados brasileiro e chinês. Para isso, o segmento *Corporate* mantém uma gestão de relacionamento centralizada, oferecendo soluções estruturadas – *Tailor Made* e de Mercado de Capitais – e gerentes especializados em visões de risco, mercado e setores econômicos. Os atendimentos são exclusivos para que as empresas recebam soluções customizadas de acordo com os negócios realizados. Ao mesmo tempo, as Agências e Subsidiárias no Exterior (Nova York, Londres, Grand Cayman, Luxemburgo, Hong Kong, Buenos Aires e México) têm como objetivo a obtenção de recursos no mercado internacional para repasses a clientes, principalmente por meio de financiamento a operações de comércio exterior brasileiro. Para mais informações acesse o site bradesco.com.br



ENTRAMOS EM UMA NOVA FASE

O intercâmbio econômico Brasil-China mudou em quantidade e em qualidade. Em 2004, quando o Conselho Empresarial Brasil-China foi fundado, o fluxo de comércio atingia US\$ 9 bilhões. Sete anos depois, este número disparou para US\$ 56 bilhões. Os investimentos chineses, no ano passado, também explodiram. Entramos em uma nova fase deste relacionamento bilateral que cresce de maneira extraordinária.

O CEBC vem acompanhando de perto estas mudanças e percebe a importância de entender a natureza e a expansão deste relacionamento de modo a contribuir para que as empresas brasileiras, e também chinesas, possam aproveitar as importantes oportunidades que estão sendo criadas. Colaborar para que sejam antecipadas eventuais dificuldades de modo a poderem ser evitadas ou superadas e por fim, para corrigir o déficit de conhecimento ainda existente entre os dois países. Com estes objetivos, o Conselho está desenvolvendo novos canais de comunicação bilaterais para ajudar aos seus associados no seu processo de decisão, assim como os meios acadêmicos, empresariais e a mídia a compreender melhor este importante parceiro e as oportunidades e desafios que ele oferece para o Brasil. A nova publicação do Conselho, Carta Brasil-China, reúne informações e análises acerca dos principais tópicos da agenda bilateral, dentro de uma perspectiva dos negócios privados, ao endereçar temas que merecem especial atenção e tomada de posição por parte dos líderes empresariais, assim como das autoridades envolvidas com o intercâmbio sino-brasileiro.

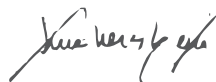
Nesta edição, apresentamos uma entrevista com o Vice-Presidente da Huawei, Li Xiaotao, sobre a experiência da empresa chinesa no Brasil, desde 1999, e uma prévia da pesquisa sobre os investimentos chineses no Brasil, em curso no Conselho, e que será lançada em abril. O convidado especial é o respeitado especialista em China e Diretor da Dragonomics, Arthur Kroeber, que escreve um artigo sobre a sua visão do relacionamento bilateral, após o debate de que participou no Brasil em fevereiro, em um importante seminário patrocinado pelo CEBC e um dos seus associados, o Bradesco. A Embaixada do Brasil em Pequim contribui com uma avaliação sobre o 12º Plano Quinquenal, lançado em março, bem como com uma matéria especial sobre a importância da inovação autônoma na China, de autoria de Adriano Proença, professor de Engenharia de Produção da COPPE-UFRJ.

A Carta Brasil-China buscará manter, em todas as edições, uma estrutura de cinco seções – Entrevista, Análise CEBC, Artigo Convidado, Alerta e China em Foco. Com mais esta publicação, o CEBC buscará estreitar os canais de intercâmbio com instituições empresariais, de pesquisa e outros parceiros, no Brasil e na China, em benefício de seus associados, da comunidade empresarial no Brasil e de todos os que se interessam por esta relação econômica cada vez mais relevante. Agradecemos, por fim, ao Banco Bradesco pelo patrocínio a esta publicação e esperamos que a Carta Brasil-China seja útil a todos os que se interessam pela diversidade crescente da agenda sino-brasileira.

Cordialmente,



SERGIO AMARAL
PRESIDENTE



JULIA DIAS LEITE
SECRETÁRIA EXECUTIVA

ENTREVISTA COM

Li Xiaotao

**VICE-PRESIDENTE
DA HUAWEI**

Por Antonio Barros de Castro

QUEM É A HUAWEI

A Huawei atua no Brasil, desde 1999, através de parcerias estabelecidas com as principais operadoras de telefonia móvel e fixa no país e é líder no mercado de banda larga fixa e móvel. Detém 50% do mercado nacional de modems USB de acesso 3G, com mais de um milhão de terminais vendidos desde a implantação do sistema no país.

Conta com uma estrutura corporativa com mais de 4 mil funcionários e três escritórios instalados em São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília,

além de um centro de treinamento, logística e assistência técnica em Campinas, SP.

Em 2008, o faturamento divulgado pela Huawei no Brasil chegou a US\$ 1 bilhão, havendo expansão de contratos e ampliação do trabalho de Pesquisa e Desenvolvimento, como se verá abaixo. O esforço de pesquisa é uma das características mais fortes da empresa.

Conheça a trajetória da empresa no Brasil através desta entrevista com o Vice-Presidente, Li Xiaotao.

Com mais de dez anos no Brasil, gostaríamos que descrevesse quais foram as etapas da evolução da Huawei.

A primeira etapa poderia ser considerada de divulgação de informações sobre a tecnologia chinesa e a experiência da nossa empresa. A maioria das pessoas possuía alguma noção básica sobre a empresa, associada na China à produção em massa, mas, de forma geral, não possuía muito conhecimento. Foi uma época difícil.

Quando a Huawei entrou, em 1999, não existiam instituições como o Conselho Empresarial Brasil-China. Seria muito interessante, no momento da entrada da Huawei, a presença de uma instituição como o CEBC.

Ingressando em 1999, vocês pegaram a desvalorização do Real exatamente na entrada, como foi isto?

O que afetou negativamente foi, sobretudo, a falta de conhecimento por parte dos clientes. Geograficamente falando, a China é um país distante, o que dificultava ainda mais o conhecimento por parte dos clientes brasileiros.

A primeira estratégia que definimos foi expandir o conhecimento sobre a Huawei e sobre a China, o que levou o nome de A Nova Rota da Seda. Convidamos uma quantidade de clientes para conhecer Beijing, Shanghai e Shenzhen, núcleos da economia chinesa. Nosso objetivo era, como há dois mil anos acontecia com o caminho da seda, promover o início de relações de intercâmbio, conhecimento e amizade.

Principalmente nos primeiros dois anos, a empresa focava na di-

vilgação da imagem da Huawei e do perfil de uma empresa chinesa de alta tecnologia, que poderia trazer grande benefício tecnológico para o mercado brasileiro.

O grande segredo embutido no sucesso é ter foco nas necessidades dos clientes e ouvir a grande demanda que vem do lado deles. A Huawei leva esta filosofia muito a sério.

Depois de tanto esforço investindo nesta estratégia, finalmente em 2001, conseguimos o primeiro contrato com a CTBC, com sede em Uberlândia, no Triângulo Mineiro.

Neste primeiro contrato, já conseguiram fazer alguma adaptação às necessidades do cliente, que é a grande qualidade e marca da Huawei?

Foi um contrato padrão. Naquele época, nosso poder de adaptação e customização era pouco. No entanto, em 2006, cinco anos depois, com a VIVO GSM, a Huawei fez um projeto 100% customizado.

Quer dizer, em uma primeira fase, vocês ainda não tinham capacidade de fazer customização, que era o grande trunfo da empresa. Mas, em cinco anos, vocês conseguiram colocar em prática as habilidades necessárias para adaptar produtos a contextos?

Em um primeiro estágio, ainda não tínhamos a capacidade de fazer estas customizações. Depois de anos de esforço, a Huawei conseguiu virar este cenário e nossa filosofia de customização entrou em todos os aspectos da operação local.

Especialmente no momento de grande construção de banda larga fixa e móvel no Brasil, nem todos possuíam experiência de construção de rede em escala. Aproveitando esta oportunidade, a Huawei ofertou soluções conforme as necessidades dos clientes.

Nosso sucesso acompanhou a grande demanda pela construção de banda larga no Brasil. Por isto, a Huawei também foi a primeira empresa de Telecom que trouxe, em 2004, a tecnologia de banda larga fixa para o Brasil.



“QUANDO A HUAWEI ENTROU, EM 1999, NÃO EXISTIAM INSTITUIÇÕES COMO O CONSELHO EMPRESARIAL BRASIL-CHINA. SERIA MUITO INTERESSANTE, NO MOMENTO DA ENTRADA DA HUAWEI, A PRESENÇA DE UMA INSTITUIÇÃO COMO O CEBC.”

Neste caso, a Huawei introduziu alguma adaptação? Fizeram no Brasil algum trabalho de P&D relacionado à implantação da banda larga?

A Huawei estava ciente, desde o início, da necessidade de ter um P&D local, o que faz parte da estratégia global da empresa. Tudo isto se alinhou à nossa estratégia fundamental de atendimento às necessidades dos clientes.

No início, como não tínhamos muita experiência, a maioria dos trabalhos de adaptação era feita por vários centros de P&D na China. Também estamos cientes que, através deste P&D remoto na China, conseguíamos uma baixa eficiência, por isto estabelecemos um centro de P&D no Brasil.

Fale um pouco sobre P&D no Brasil.

Nossa equipe local possui grande conhecimento sobre a demanda local e sabe que o Brasil é muito rico em recursos humanos, com grandes talentos em engenharia. Não forma um grande volume de engenheiros por ano, mas os que forma são muito bons. Por isto, essa equipe possui toda capacidade para realizar as funções fundamentais no trabalho de P&D.

Qual é a estratégia da Huawei para se tornar mais competitiva no que se refere à implantação do 4G no Brasil?

Não temos o conceito de 4G, não chamamos de 4G, chamamos de LTE (Long Term Evolution). O grande diferencial desta tecnologia é que oferece uma banda mais larga, muito mais veloz que o 3G de hoje em dia. A Huawei está apostando fortemente em LTE porque a demanda de banda larga móvel está crescendo muito rapidamente.

Toda tecnologia tem a sua limitação para o consumidor final, como é o caso do 3G, então, a longo prazo, a LTE tem bastante futuro. Com esta visão, Huawei está investindo muito na LTE, sendo o primeiro fornecedor da tecnologia no mundo. E aqui no Brasil estamos dispostos a investir mais nesta tecnologia.

Então, no Brasil, o desenvolvimento desta tecnologia não será pelo P&D remoto na China?

A Huawei possui uma estrutura global, presença universal em todos os países e cada unidade contribui em tecnologia. Possuímos globalmente cinquenta e um mil engenheiros dedicados à P&D, espalhados em diferentes países. É a maior equipe de pesquisadores do mundo em Telecom.

Está havendo uma corrida de várias empresas de fronteira tecnológica para fazer P&D no Brasil. No entorno da UFRJ, no Rio de Janeiro, estão surgindo novos grandes laboratórios de P&D. É como se o Brasil estivesse entrando em um novo estágio. A Huawei também tem um projeto deste estilo para o Brasil?

Neste momento, ainda não temos uma parceria com instituições educacionais no Rio. Possuímos, em São Paulo, com a USP, e em Brasília também, grandes laboratórios com equipamentos doados pela Huawei. Se houver a possibilidade de um projeto em conjunto no Rio, seria um grande prazer participarmos.

A Huawei possui um relacionamento especial com seus funcionários: é uma cultura muito particular, mesmo dentro da China. Como esta cultura tão especial, consegue se adaptar no Brasil? Que dificuldades ela enfrenta?

Hoje em dia, a Huawei tem uma presença universal, é natural que encontremos obstáculos e um cenário trabalhista diferente do que temos na China.

O Brasil tem características bem distintas, todo mundo está ciente disso. Por isto, estes onze anos de convivência no mercado serviram como caminho de aprendizagem e adaptação contínua.

Sempre valorizamos esta estratégia de usar o máximo de talentos do Brasil - possuímos funcionários brasileiros com mais de dez anos de Huawei. Este grupo de talentos transmite um conhecimento rico sobre o lado trabalhista e tributário para nosso grupo chinês.

Estamos cientes de que, dado que estamos no Brasil, temos de respeitar as leis e regulamentos brasileiros, sem discussão. E, para efetuar nossa operação

“

NO INÍCIO, COMO NÃO TÍNHAMOS MUITA EXPERIÊNCIA, A MAIORIA DOS TRABALHOS DE ADAPTAÇÃO ERA FEITA POR VÁRIOS CENTROS DE P&D NA CHINA. TAMBÉM ESTAMOS CIENTES DE QUE, ATRAVÉS DESTE P&D REMOTO NA CHINA, CONSEGUÍAMOS UMA BAIXA EFICIÊNCIA, POR ISTO ESTABELECEMOS UM CENTRO DE P&D NO BRASIL.”

“

UMA COISA DE QUE TEMOS CERTEZA, QUE TAMBÉM SENTI PESSOALMENTE, É QUE OS DOIS PAÍSES ESTÃO EM SINCRONIA AO FOCAREM EM ÁREAS COMO NOVAS INDÚSTRIAS E ENERGIAS ALTERNATIVAS. AMBOS ENFRENTAM, PORTANTO, DESAFIOS SEMELHANTES PARA CRESCER.”



e prezar pelo longo prazo, temos de conhecer o ambiente e o cenário do país.

Também para os colegas brasileiros, o contato com o grupo de colegas chineses serve como janela com o exterior para conhecer uma cultura corporativa diferente. Por isto, temos um programa para levar funcionários brasileiros à China, efetuar treinamentos e abrir oportunidades de trabalho.

Desde o início, a Huawei do Brasil tem o grande objetivo de se tornar uma empresa brasileira, não uma empresa chinesa investindo no Brasil. Tudo faz parte da nossa estratégia de localização, como ter uma cultura e um time mais brasileiros.

A China, através do seu 12º Plano Quinquenal e de uma série de medidas anunciadas e recentemente discutidas na Assembleia do Povo, demonstra

que está entrando em uma nova etapa. Sobre o Brasil, se pode dizer que também está entrando em uma nova fase. Dadas estas duas transições, que sugestões e propostas vocês fariam para melhorar as relações Brasil-China no novo contexto?

Você está muito atualizado, mais do que eu. Por enquanto, nosso grande foco ainda continua a ser a demanda dos clientes.

Concordo com esta visão sobre os dois grandes países, que estão em fundamental transição e têm grandes esperanças no futuro. No relacionamento bilateral, de cultura e comércio, enxergo uma tendência ao estreitamento dos laços. Toda hora ouvimos comentários sobre o crescente interesse do governo brasileiro em estreitar o relacionamento com a China, mas esta é uma questão muito abrangente, muito macroeconômica.

Uma coisa de que temos certeza, que também senti pessoalmente, é que os dois países estão em sincronia ao focarem em áreas como novas indústrias e energias alternativas. Ambos enfrentam, portanto, desafios semelhantes para crescer. ▽

INVESTIMENTOS CHINESES NO BRASIL

Por Antonio Barros de Castro, Édison Renato e André Soares

O Conselho Empresarial Brasil-China vem conduzindo, nos últimos meses, estudo para compreender os condicionantes e as implicações do expressivo aumento do volume de investimentos chineses no Brasil noticiado pela imprensa em 2010. O cerne da discussão promovida pelo CEBC busca definir as características que distinguem o investimento externo chinês, esforço a partir do qual será possível avançar com a discussão das perspectivas e políticas a serem adotadas.

Os resultados do estudo serão apresentados com mais detalhes em publicação específica, no próximo mês de abril. Nesse artigo, entretanto, será exposto o conceito geral desta nova fase do relacionamento bilateral, algumas dificuldades e advertências ao leitor em relação ao assunto e, em seguida, serão apresentadas algumas características dos investimentos chineses, levando em conta seu modo de entrada no Brasil, os setores econômicos e a distribuição geográfica dos mesmos.

1. CARACTERIZANDO OS INVESTIMENTOS CHINESES NO BRASIL

O salto verificado no volume de investimentos chineses no Brasil, noticiado pela imprensa em 2010, é um importante indicador do surgimento de uma nova fase no relacionamento bilateral. Além de um aumento de 52% na corrente de comércio entre os países, no período 2009-2010, esta mudança compreende um novo e importante componente: a chegada de um expressivo volume de investimentos estrangeiros diretos. Como é sabido, a China é, desde 2009, o maior parceiro comercial do Brasil mas, agora, começa a se tornar também um grande investidor no país, caracterizando um momento histórico para as relações entre as duas economias.

Como não dispõe internamente da diversidade e do volume necessário de recursos naturais para manter suas taxas de desenvolvimento, a China vem consolidando, há alguns anos, uma base internacional de fornecimento de matérias-primas, sobretudo, a partir da Indonésia, Austrália e países da África. A nova fase do relacionamento bilateral se caracteriza justamente pela inclusão do Brasil nesta base internacional

de fornecimento de recursos naturais para a China.

É evidente que os sintomas deste movimento já estavam sendo evidenciados com o explosivo aumento do volume de exportações para a China, desde 2004. A grande mudança consiste em um aprofundamento desta tendência: os novos e expressivos investimentos chineses. Como será apresentado, eles se concentram nos setores de mineração, petróleo e gás e infraestrutura (ferroviária e portuária), que resultam no aumento dos ganhos e redução dos custos.

Além disto, com a recente dinamização do mercado brasileiro de consumo, estão se multiplicando as aplicações chinesas de pequeno e médio porte na esfera das manufaturas.

1.1. Dificuldades inerentes ao trato com investimentos chineses

Ainda que não seja o objetivo deste estudo quantificar os investimentos chineses em 2010, mas sim explorar as características desta nova etapa, é prudente que, em alguma medida, se leve em consideração as estatísticas oficiais sobre o assunto. A este propósito, é importante advertir o leitor de algumas dificuldades metodológicas inerentes aos dados oficiais.

A fonte de dados primária e sistemática para avaliação dos investimentos chineses no mundo é o Ministério do Comércio da China (MOFCOM). Entretanto, os dados do MOFCOM não permitem a quantificação dos investimentos destinados a um determinado país¹, pois incluem o fenômeno conhecido como *roundtripping*². As estatísticas de fontes de dados alternativas – como a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento (Unctad) – também enfrentam o mesmo problema, pois se baseiam no próprio MOFCOM³.

Diante destes fatos, a pesquisa em desenvolvimento pelo CEBC lançou mão de três recursos. O primeiro foi a consulta ao noticiário brasileiro, que geralmente anuncia os investimentos principais e de maior vulto, ainda que esta fonte possa não cobrir alguns investimentos de pequeno valor que, se tomados em conjunto, podem tornar-se significativos. O segundo foi entrevistar diretamente as empresas e o governo brasileiro em busca de informações sobre os investimentos. Já o terceiro foi o exame de relatórios financeiros de empresas chinesas e brasileiras e outros tipos de documentos que comprovam ou, ao menos, apontam investimentos diretos no país.

Com relação ao primeiro recurso, é importante ressaltar que os números presentes neste estudo se referem a anúncios de investimentos. Naturalmente, é de se esperar que, após o anúncio, siga-se um cronograma de aplicações. Consequentemente, uma redução dos anúncios de um ano para o outro poderá ser observada, sem que isto signifique redução do fluxo de investimentos: trata-se apenas de uma fase de transição de meros anúncios para a progressiva execução dos investimentos.

Por fim, cabe lembrar que alguns investimentos nada mais são que transferência de propriedade, o que implica dizer que, em um primeiro momento, pelo menos, não têm impactos sobre a economia como um todo.

2. ALGUNS RESULTADOS PRELIMINARES DO ESTUDO SOBRE INVESTIMENTOS

Convém, desde já, chamar a atenção para o fato de que há graus diferentes de efetivação entre o conjunto de investimentos estrangeiros reportados na mídia em 2010. Num primeiro conjunto, existem alguns que foram apenas anunciados sem detalhamento. A Dongfeng Motors, uma das maiores montadoras chinesas, por exemplo, noticiou que deve construir uma fábrica no estado de São Paulo, sem divulgar o valor do investimento, nem o cronograma de desembolso. Outros investimentos foram referidos como em negociação – como o da Sinopec/Cnooc com a OGX, empresa de petróleo do grupo EBX. Por contraste, há investimentos que já estão decididos e alguns até mesmo sendo realizados. A State Grid, por exemplo, investiu US\$ 998 milhões na compra de sete concessionárias de transmissão de energia e já iniciou sua operação no início de 2011. O **gráfico 1** apresenta o volume de investimentos chineses no Brasil noticiados pela mídia em 2010, de acordo com o grau de efetivação.

¹ De acordo com informações procedentes da Embaixada do Brasil em Pequim, conversas com técnicos do MOFCOM confirmaram que os próprios chineses enfrentam as mesmas dificuldades para o acompanhamento desses números.

² Simplificadamente o *roundtripping* consiste na ida e volta para Hong Kong de recursos. Para uma explicação detalhada dos mecanismos de *roundtripping*, consulte People Republic of China's Round Tripping FDI: Scale, causes and Implications – Geng Xiao, 2004.

³ Problemas relacionados à medição do IED chinês para o mundo, assim como alternativas de contorno, podem ser encontrados em: OECD, *Investment Policy Reviews: China, Annex 1, International Comparability of China's FDI statistic*, 2003. Morck, R; Yeung, B; Zhao; M. *Perspectives on China's outward foreign direct investment*, 2008.

⁴ NICOLAS, F. (2010). *Chinese Direct Investments in France: No French Exception, No Chinese Challenge*.

⁵ PIETROBELI et al. (2009). *Chinese FDI in Italy*.

⁶ No caso destes dois países, um fator facilitador das aquisições foi a recente crise econômica.

⁷ Os percentuais se referem aos montantes dos investimentos e não à quantidade de investimentos realizados em cada modo de entrada.

2.1. O ingresso dos investimentos chineses no Brasil

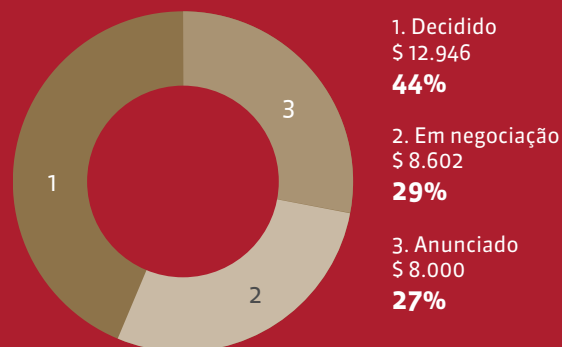
Tradicionalmente, distinguem-se três diferentes modos de entrada de investimentos em um país: Fusões & Aquisições – compra total ou parcial de empresas situadas no país por um investidor estrangeiro, *Joint-Ventures* – parcerias estratégicas entre empresas, que envolvem participação acionária das mesmas na criação de uma nova empresa com uma finalidade específica e *Greenfield* – construção de instalações totalmente novas no país de destino por um investidor estrangeiro, que tem o controle total da construção e operação dos ativos.

A maior parte dos investimentos chineses entraram no Brasil, como assinala o **gráfico 2**, por meio de Fusões & Aquisições parciais. Uma hipótese que poderia explicar esta preferência pelas aquisições parciais, geralmente minoritárias, são as dificuldades derivadas dos contrastes culturais entre os dois países. Esta hipótese ajudaria ainda a entender porque os investimentos em *Greenfield* são tão menores. Um estudo francês⁴ e outro italiano⁵ reforçam que, nestes dois países, os investimentos chineses também se dão prioritariamente por meio de Fusões & Aquisições⁶.

Na modalidade Fusões & Aquisições, vale destacar a compra de 40% das ações da Repsol Brasil pela Sinopec, no valor de US\$ 7,1 bilhões, que resultaram na criação da Repsol Sinopec Brasil. Já a Wuhan Iron Steel Group firmou uma *Joint-Venture* com o grupo EBX para a instalação de uma siderúrgica no Norte Fluminense no valor de US\$ 3,5 bilhões. Os investimentos em *Greenfield* aparecem em menor volume. Por exemplo, a Chery investiu US\$ 400 milhões para a construção de uma fábrica no interior de São Paulo.

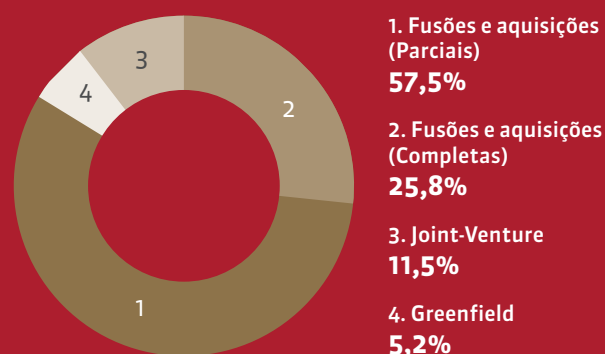
INVESTIMENTOS CHINESES NO BRASIL POR ETAPA DA NEGOCIAÇÃO (US\$ MILHÃO)

GRÁFICO 1



INVESTIMENTOS CHINESES NO BRASIL POR MODO DE ENTRADA⁷

GRÁFICO 2



Fonte: Noticiário de Imprensa. Elaboração: CEBC

2.2. Investimentos chineses por setores da economia brasileira

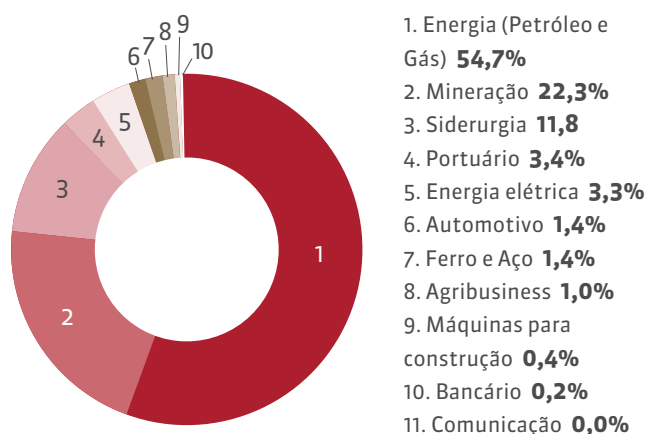
No debate sobre o impacto dos investimentos chineses na economia brasileira, é importante distinguir entre os investimentos que refletem direta e imediatamente a excepcional demanda chinesa por produtos primários - que caracterizam o quadro atual - e aqueles que entram para competir com o cerne do sistema industrial brasileiro.

2.2.1. Investimentos que expandem o complexo exportador brasileiro

No **gráfico 3** podem ser vistas evidências de que os investimentos chineses estão, predominantemente, voltados para a integração em curso das duas economias – agora também via investimentos. Este gráfico apresenta a distribuição do total de investimentos chineses anunciados em 2010 por setores da economia. Observa-se que um único setor manufatureiro de peso, o siderúrgico, representa simultaneamente a indústria e o processamento de recursos naturais.

INVESTIMENTOS CHINESES POR SETOR

GRÁFICO 3



Fonte: Noticiário de Imprensa. Elaboração: CEBC

Percebe-se pelo gráfico que os setores de energia e mineração são absolutamente prioritários para os investimentos chineses. O aumento de 70% e 202% das exportações de minério de ferro e de petróleo e gás para a China, respectivamente, no último ano, também contribuem para demonstrar que os chineses inseriram, definitivamente, o Brasil em sua base internacional de fornecimento de recursos naturais.

Esta estrutura gera alguma inquietação entre empresários e governo e pode-se esperar algum rebalanceamento em favor da indústria em um futuro próximo. A propósito, em março de 2011, foi anunciada em Minas Gerais a abertura de uma linha de crédito de US\$ 3 bilhões, por parte da Hanzhou Cogeneration. A empresa definirá ainda os investimentos a serem concretizados, que podem supostamente incluir a produção de turbinas a vapor, máquinas e terminais rodoferroviários, entre outras aplicações - o que aumentaria o peso relativo do processamento industrial de matéria-prima por parte de empresas chinesas no país.

No padrão até o presente preponderante de investimentos chineses, o interesse maior é, sem dúvida, expandir e dinamizar o complexo exportador primário brasileiro. Há dois tipos de investimentos que contribuem para este objetivo.

Por um lado, a entrada dos chineses no controle, total ou parcial, de empresas brasileiras de exploração de

recursos naturais aponta para uma estratégia de aumento do volume de produção, com vistas à ampliação do fornecimento destas matérias-primas para o país. Este é o caso da Sinopec, que adquiriu a Repsol Brasil, e da WISCO, que adquiriu a Passagem Mineração, obtendo o direito de exploração sobre a Jazida do Morro de Santana.

Outros investimentos indicam o fortalecimento do complexo exportador brasileiro, através de melhorias da infraestrutura, resultando em maior eficiência. Por exemplo, há os casos do financiamento de parte dos equipamentos do Superporto Sudeste, no valor de US\$ 1 bilhão, promovido pelo China Development Bank para a LLX e da compra do “Projeto Salinas” pela Honbridge Holdings junto à Votorantim Novos Negócios, que inclui a exploração de minério, a construção de um mineroduto de 500 quilômetros e de um porto em Ilhéus (BA).

PRINCIPAIS INVESTIMENTOS DA ESTATAL CHINESA WISCO NO BRASIL, NOTICIADOS EM 2010

- Anúncio da aquisição da Passagem Mineração, obtendo o direito de exploração sobre a Jazida do Morro de Santana, por US\$ 5 bilhões;
- Compra de 21,5% da MMX, por US\$ 400 milhões, que prevê fornecimento de 50% da produção de minério da Unidade de Serra Azul para a Wisco;
- Instalação de siderúrgica no Superporto de Açu, com 70% de participação da Wisco na joint-venture com a EBX, por US\$ 3,5 bilhões. As empresas se comprometeram, em acordo, a buscar financiamento no China Development Bank e no BNDES para a realização do projeto.

2.2.2. Investimentos que afetam a política industrial brasileira

Além dos já apresentados investimentos no complexo exportador brasileiro, há um segundo padrão de investimentos chineses anunciados, em 2010, que merece destaque. Estes investimentos, embora menos significativos em termos de volume aportado, quando comparados com o primeiro grupo, podem ter forte impacto na evolução da indústria brasileira.

Destaca-se, neste conjunto, o ingresso de montadoras chinesas no país. Pelo menos US\$ 420 milhões já foram anunciados por três das maiores montadoras chinesas: JAC, Chery e Dongfeng. O setor automobilístico no Brasil, enquanto cerne da estrutura industrial brasileira, será provavelmente afetado por estas entradas.

Estas montadoras ingressam no Brasil para competir no segmento carros populares, modalidade que caracteriza a indústria montadora do Brasil. Aliás, genericamente, os concorrentes chineses possuem características extremamente desafiadoras, como recursos tecnológicos avançados, típicos de modelos de luxo, não obstante, preços mais baixos do que os concorrentes da indústria brasileira na

mesma categoria. Caso a entrada das montadoras chinesas realmente se confirme nos moldes que estão se delineando em 2010, os impactos para as automobilísticas brasileiras e, por consequência, para toda a cadeia automobilística podem ser bastante severos.

2.3. Distribuição geográfica dos investimentos

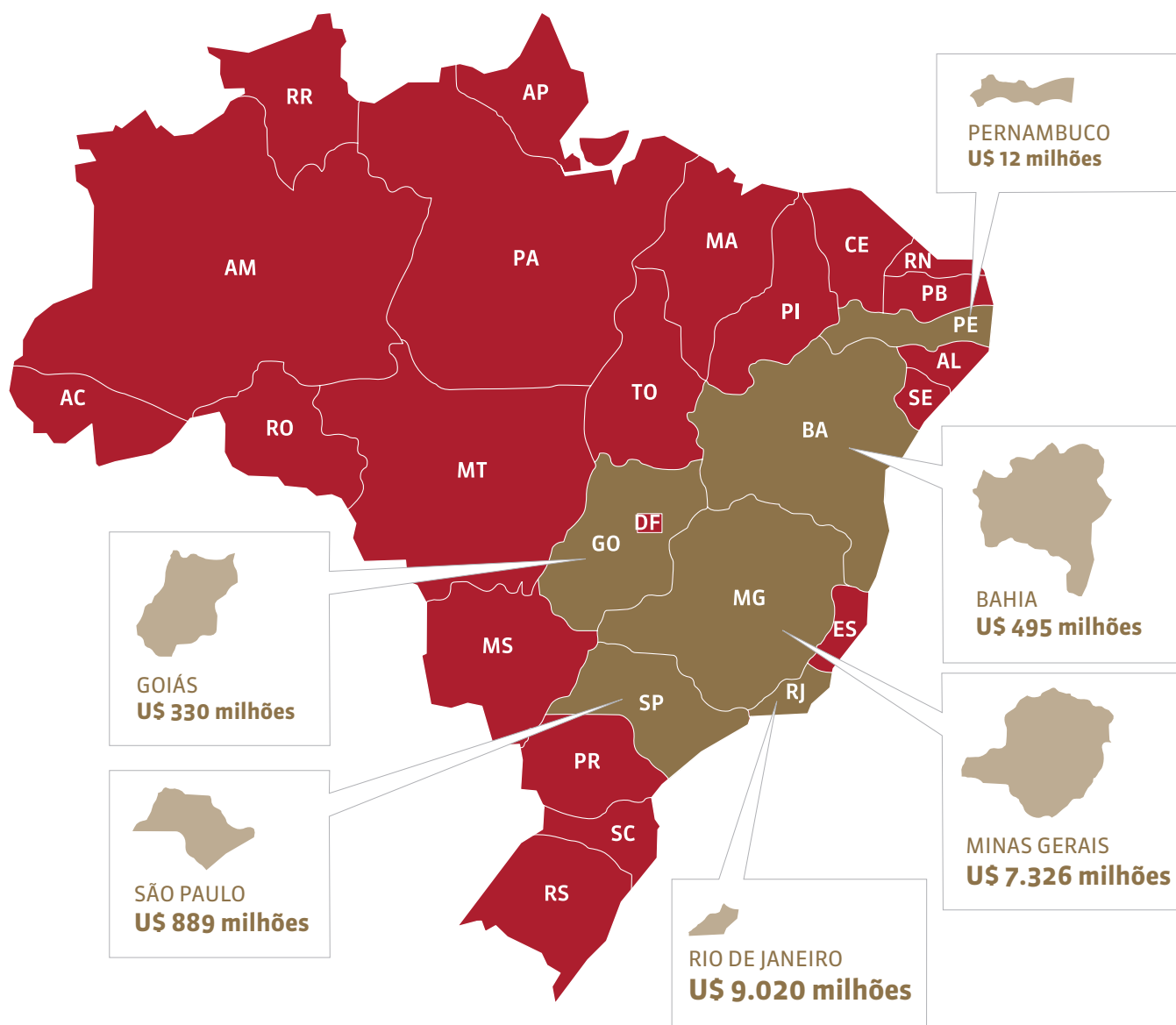
Os estados do Rio de Janeiro e de Minas Gerais figuram como os principais destinos de investimentos das empresas chinesas, como pode ser visto no **gráfico 4**. Este fato está associado à concentração nestes estados dos grandes investimentos em extração de petróleo e minério de ferro. Já os investimentos chineses de menor porte, nos setores automobilístico, eletroeletrônico e outros de transformação

manufatureira, encontram-se e deverão manter-se mais dispersos pelo país.

Por sua vez, a compra direta ou indireta de terras brasileiras para agricultura por empresas estrangeiras, ao que parece, concentrada predominantemente nos Estados da Bahia e de Goiás, é um tema de alta sensibilidade política. O assunto foi trazido à discussão pela revelação de grandes aquisições de terra, tais como a compra pela Chongqing Grain Group de 100 mil hectares por US\$ 300 milhões, na Bahia. A questão, tanto no Brasil quanto em outras nações (Canadá e Austrália, principalmente), desperta polêmicas e motiva decisões de governo. Parece haver a este respeito, um consenso em formação: os países precisam de uma legislação e de instituições fortes capazes de distinguir e caracterizar com clareza oportunidades e ameaças derivadas da venda de terras para grupos estrangeiros. ▼

INVESTIMENTOS CHINESES POR ESTADO (US\$ MILHÃO)

GRÁFICO 4



Fonte: Noticiário de Imprensa. Elaboração: CEBC



Arthur Kroeber

DIRETOR DA
DRAGONOMICS

Over the past decade, China's economy has enjoyed extraordinary growth, and Brazil has benefited greatly from that growth. In the coming decade, China will continue to grow rapidly, expanding its international presence several-fold. The next stage of China's economic development will present Brazil with severe challenges, as competition from Chinese manufacturers will grow more intense. Yet on balance, China's continued growth offers more opportunities than threats.

WHY CHINA'S GROWTH WILL CONTINUE

Some critics suggest that China's economic success has been built on foundations of underpriced credit and an undervalued exchange rate. According to this theory China is a bubble, and when the bubble inevitably pops in a few years' time, economic growth will slow dramatically. It's important to understand why this view is wrong, and why China's economy will likely keep growing at an average rate of 8% or so for the next decade. There are three main reasons.

First, China's urbanization process is only about half complete. An important source of growth in developing countries is the process of moving people from subsistence agriculture into more productive jobs in the urban economy. So long as large numbers of people can be moved from the countryside into the city, productivity will rise rapidly, underpinning economic growth. Since 1980, the urban share of China's population has risen from 20% to 47%. This latter number is somewhat overstated, since many "urban" residents live in slums on the edges of cities, or in factory dormitories, and do not fully participate in urban life.

Based on current trends it is reasonable to expect that over the next 20 years, the urban share of China's population will rise to 70%, creating a total urban population of nearly 1 billion in 2030. This implies the creation of 115 million new urban households, which in turn will require the construction of nearly 6 million new housing units each year. Add in the need for new housing to replace existing substandard dwellings, and China probably needs to build 8 million units a year, plus all the related urban infrastructure: roads, sewers, power plants and so on. China's investment needs remain immense, and there is no shortage of capital to finance those investments.

Second, China's consumption boom has only just begun. The population of urban residents with enough income to make significant discretionary purchases has risen quickly: from perhaps 140 million people with average annual consumption expenditure of US\$1800 in 2005, to 300 million people with average expenditures of US\$2600 a year. In volume terms, China is already the world's biggest market for automobiles, personal computers and mobile phones, although the preference for cheap models means that in value terms China's market still lags the United States by a wide margin.

But household incomes continue to grow at around 8-9% a year in real terms. This means that the number of households with discretionary spending power will continue to increase by 5-6 million every year, and the average spending power of these households will also rise. After a decade of being the weak link in China's growth story, household spending is about to become an important driver of growth.

Third, China's exports continue to gain competitiveness at a rapid rate. From 2000 to 2010, China's share of global exports rose from 4% to 10%, as China-based firms gained dominant shares of global textile, garment and consumer electronics markets. The technology content of exports rose faster in China than in any other country. The share of medium- and high-tech products in China's export basket rose 17 percentage points from 2000 to 2009, to 55%; no other major country registered a gain of more than 9 points. (Brazil, not surprisingly, saw its medium and high-tech share fall by 11 points, thanks to the surge in primary commodity exports).

Over the next decade, we should expect China to become a major exporter of capital goods, such as construction machinery, power generation equipment and telecoms network gear. The major customers for these products will be developing countries with big infrastructure needs, including India, Indonesia and Brazil. China's share of global exports will continue to rise, reaching at least 15% by 2020.

IMPLICATIONS FOR BRAZIL

China's growth, then, will continue. The implications for Brazil are mixed. On the positive side, the long urbanization boom means that China will need to import increasing quantities of Brazilian ores and fuels for many years to come. And the ever more affluent urban population will improve its diet, boosting demand for imports of foods, particularly soybeans, cereals and meat. As big a market as it is now, China stands to become a far bigger market for Brazilian primary products in future.

On the downside, competition for Brazilian manufacturers from Chinese firms, already a serious challenge, will become ever more intense. Meanwhile, Brazilian manufacturing companies will find it hard to gain access to the China market, because of the difficulty in competing with low-cost Chinese producers, and subtle and not-so-subtle protectionist measures by the Chinese government.

It would be easy to draw the conclusion that the right way for Brazil to approach the China challenge is to protect domestic manufacturers, diversify away from relatively low value added primary products, and aggressively lobby

China to adjust its exchange rate upward and drop its own protectionist barriers to investment by Brazilian firms. But this would be a mistake, because such an approach is based on a misunderstanding of the sources of competitiveness both in Brazil and in China.

The simple fact is that many traditional Brazilian manufacturers can never hope to be competitive against Chinese firms, because China's cost structure – based on abundant labor and superb government-financed infrastructure – is simply too low. But this does not mean that Brazil must be locked forever into the position of a simple commodity producer. There are at least three ways in which Brazil can take advantage of its economic relationship with China to diversify and strengthen its own economy.

First, the availability of low-cost Chinese capital goods will be a huge boon for Brazilian firms that want to upgrade their plant and equipment, and become more technologically advanced. As manufacturers in Europe, the United States and Japan have already done, Brazilian firms will need to do some hard thinking about the market segments where they retain competitiveness against Chinese companies, focus on those, and abandon the lower-value segments to Chinese producers. By taking advantage of cheap Chinese equipment to upgrade their plant at low cost, and focusing on higher-value production segments where Chinese competition is not yet strong, Brazilian firms can boost their profit margins and – with good management – improve their innovation capacity. Staying innovative is the crucial way to stay ahead of Chinese competition.

Second, Brazil's comparative advantage in primary commodities should not be seen as a humiliation or a liability, but as an opportunity for the creation of new industries. Instead of running away from its principal comparative advantage, Brazil should seek to extend it in as many ways as possible. Its strength in food production, for instance, can be exploited by developing new sectors such as biotechnology, genetically engineered crops, and distribution and logistics services. The application of technology can, in the long run, increase the value added of primary production. And developing sophisticated service industries not only creates employment-intensive sectors that are intrinsically immune to competition from China, but also generates export opportunities. China does a great job on building hardware of a modern society – roads, railways, power plants and so on – but it is quite poor at the software, including services such as distribution and logistics. Nimble Brazilian firms that can master these soft skills will have plenty of scope to sell those services in China, and will ultimately face less protectionism than producers of manufactured goods.

Finally, the clear lesson of China's stellar growth record is that a principal job of government in developing countries is to sponsor large-scale investments in infrastructure, including "soft" infrastructure such as education and basic research. Again, the availability of cheap Chinese capital goods and project management capabilities (for things like high-speed railways) means that Brazil now has the chance to build its infrastructure much more quickly, and at far lower cost, than ever before. Better infrastructure is one of the critical ways that government can improve the investment climate for private business, and spur the creation of new industries.

China's rapid rise has created both opportunities and challenges on a large scale. It's important to face the challenges squarely, and to take prompt and firm action when the Chinese government or Chinese firms take excessive advantage of their market power, or violate international trade and investment rules. But it's even more important to recognize that the opportunities are bigger than the problems, and that creative responses by government and business will enable Brazil to become a more competitive economy, and a more prosperous society, as a result of its engagement with China. ▽

12º PLANO QUINQUENAL A CHINA EM TRANSFORMAÇÃO

Pela Embaixada do Brasil na China

A Assembleia Popular Nacional da China aprovou, em 14 de março deste ano, o 12º Plano Quinquenal, que deverá ser um divisor de águas na história recente do país. A principal novidade não são os objetivos traçados, mas sim o reconhecimento do esgotamento do modelo de crescimento atual, baseado em investimentos e exportações de baixo valor agregado, combinado à vontade política das principais lideranças de transformar em profundidade o padrão de desenvolvimento nacional. O Plano contempla três dimensões básicas: políticas sociais, distribuição de renda e aumento do consumo doméstico; modernização econômica, desenvolvimento dos serviços, reaparelhamento de indústrias tradicionais e desenvolvimento de indústrias emergentes estratégicas; e, por último, otimização do uso de recursos naturais e proteção ambiental.

POLÍTICAS SOCIAIS, DISTRIBUIÇÃO DE RENDA E AUMENTO DO CONSUMO DOMÉSTICO

O Plano prevê crescimento da renda dos cidadãos urbanos e rurais de mais de 7%, acima da taxa de 7% prevista para o PIB. Para 2015, projeta-se um PIB de RMB 55 trilhões (US\$ 8,4 trilhões e PIB atual de US\$ 6 trilhões). A previsão de um aumento da renda das famílias superior ao crescimento do PIB decorre das políticas distributivas previstas. Entre estas, destacam-se aumentos salariais, destinação de parcela crescente dos lucros das empresas estatais a fundos de previdência e reforma tributária. Prevê-se, ainda, a universalização da seguridade social, garantindo-se o direito a uma pensão mínima e à assistência médica básica a toda a população.

Até 2015, a China se tornará um país majoritariamente urbano, com 51,5% da população vivendo nas cidades (são 47,5% atualmente). O Plano prevê a criação de 45 milhões de empregos urbanos e a construção de 36 milhões de habitações de baixo custo. Em 2015, 20% da população urbana deverá ocupar habitações sociais financiadas pelo governo. A elevação da renda, o reforço da seguridade social e a urbanização deverão acarretar grande aumento do consumo, que atualmente responde por apenas 36% do PIB, fazendo da demanda doméstica um dos principais motores do crescimento chinês.

“

ATÉ 2015, A CHINA SE TORNARÁ UM PAÍS MAJORITARIAMENTE URBANO, COM 51,5% DA POPULAÇÃO VIVENDO NAS CIDADES.”

MODERNIZAÇÃO DA ECONOMIA CHINESA

Foram estabelecidas metas ambiciosas nas áreas de educação, ciência, tecnologia e inovação. Prevê-se incremento importante dos gastos com educação, que deverão chegar a 4% do PIB até 2012. Também aumentarão significativamente os investimentos em Pesquisa & Desenvolvimento, que deverão corresponder a 2,2% do PIB em 2015. Como parte deste esforço de desenvolvimento tecnológico e de inovação, pretende-se praticamente dobrar o número de patentes em proporção à população, passando dos atuais 1,7 para 3,3 patentes registradas para cada dez mil habitantes.

Outra prioridade é o desenvolvimento do setor de serviços, que até 2015, deverão responder por mais de 47% do PIB com crescimento de 4% da participação deste setor na economia. Ademais de sua importância intrínseca, a prioridade dada a esse setor decorre de seu potencial de geração de postos de trabalho com emprego relativamente baixo de investimentos e de recursos naturais.

O componente mais visível das políticas de transformação do modelo econômico é o desenvolvimento das “Indústrias Emergentes Estratégicas”, vistas como cruciais para que a China se torne um dos países tecnicamente mais avançados do mundo no médio prazo. O Plano prevê a criação de ambiciosas políticas de incentivo a sete setores industriais: eficiência energética e proteção ambiental; tecnologias de informação e comunicação; biotecnologia; manufaturas de alta tecnologia; novas tecnologias energéticas; materiais avançados; e novas energias para o setor automotivo.

O processo de modernização da economia chinesa envolve, ainda, o reaparelhamento das indústrias tradicionais. Programa-se, sobretudo, a renovação tecnológica de indústrias, fusões e aquisições visando à consolidação de grandes grupos empresariais competitivos internacionalmente, e a desativação de indústrias ultrapassadas.

SUSTENTABILIDADE, PROTEÇÃO AMBIENTAL E ECONOMIA DE RECURSOS

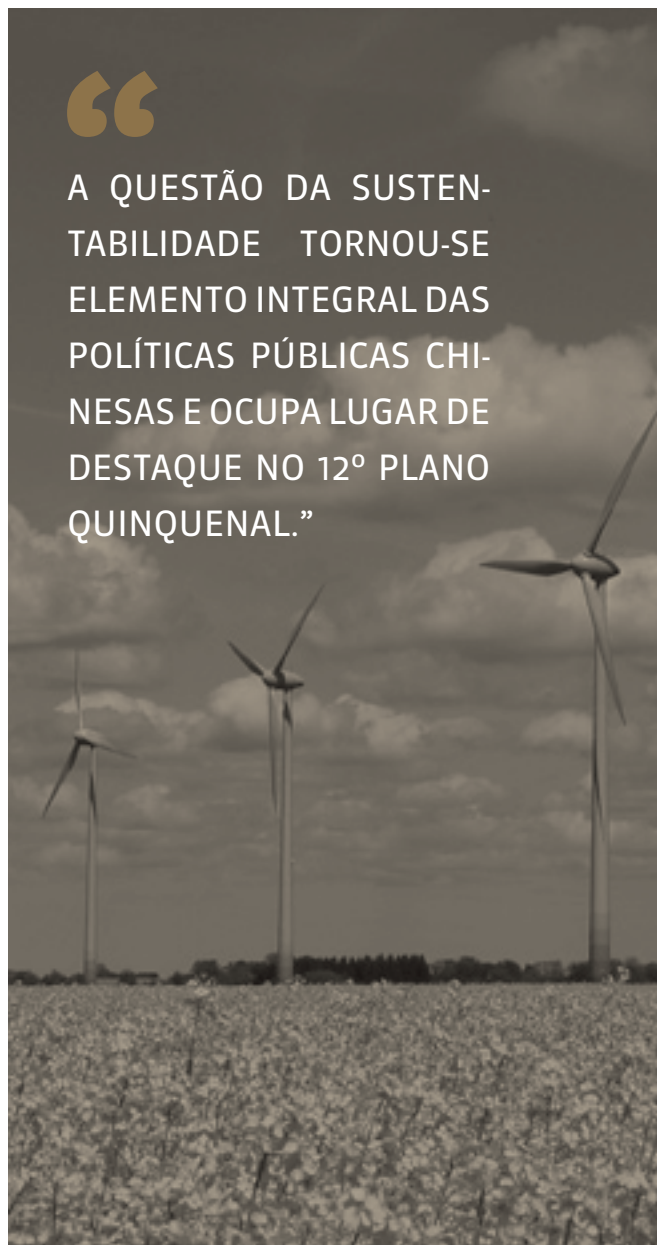
A questão da sustentabilidade tornou-se elemento integral das políticas públicas chinesas e ocupa lugar de destaque no 12º Plano Quinquenal. A preocupação com a sustentabilidade está diretamente relacionada às políticas sociais, dados os crescentes impactos da poluição e da mudança do clima sobre a população, bem como ao processo de modernização da economia, visto o interesse chinês em se adequar aos paradigmas tecnológicos da economia verde, aumentando sua competitividade e diminuindo a dependência de recursos naturais importados, sobretudo energéticos.

O Plano estabelece meta de 16% de redução da intensidade energética (energia/PIB) e determina que a participação de fontes não fósseis na matriz energética deverá crescer 3,1% neste período, chegando a 11,4%. A intensidade de carbono (CO₂/PIB) da economia deverá ser reduzida em 17%. Ainda em 2011, deverão ser finalizadas diretrizes para projetos-piloto de comércio de direitos de emissão. O Plano estabelece, ademais, meta de crescimento de 1,3% da cobertura florestal, que deverá corresponder a 21,66% do território nacional em 2015.

Com estas metas, pode-se ter uma redução da intensidade de carbono de 37% em 2015 relativamente a 2005 (20% de redução em 2006-10 e 17% em 2011-15). A se confirmarem informações circuladas na imprensa de que a meta do 13º Plano será de 18%, a China atingirá uma redução de 55% da intensidade de carbono, entre 2005 e 2020, muito superior ao compromisso voluntário anunciado pelo país na Conferência de Copenhague, em 2009, que era de 40 a 45%.

“

A QUESTÃO DA SUSTENTABILIDADE TORNOU-SE ELEMENTO INTEGRAL DAS POLÍTICAS PÚBLICAS CHINESAS E OCUPA LUGAR DE DESTAQUE NO 12º PLANO QUINQUENAL.”



RESULTADOS, DESDOBRAMENTOS E GANHOS PARA O BRASIL

A mudança do padrão de desenvolvimento da China terá efeitos benéficos para sua população e para todo o mundo, sob os aspectos social, ambiental e econômico. O crescimento do consumo doméstico deve reforçar as tendências atuais de equilíbrio da balança comercial, evidenciadas pela queda do superávit chinês nos dois últimos anos. O país se tornou o segundo maior importador mundial, em 2010, com compras de US\$ 1,4 trilhão, e deverá assumir a primeira posição até o final da década.

O Brasil tem muito a ganhar com as transformações em curso em nosso tradicional parceiro asiático. O comércio bilateral cresceu 244% nos últimos cinco anos, com superávit brasileiro na maior parte deste período (superávit de US\$ 5,2 bilhões em 2010), e tem grande potencial para continuar crescendo e para se diversificar. A China foi também o maior investidor estrangeiro no Brasil, em 2010, com investimentos anunciados de mais de US\$ 15 bilhões. Não menos importante é o potencial de ampliação da nossa cooperação bilateral nas áreas científica, tecnológica e ambiental. Cabe a nós todos, governo, sociedade civil e empresariado, aproveitar da melhor forma as oportunidades abertas pelas grandes transformações em curso na China. ▀

INOVAÇÃO NATIVA, INOVAÇÃO AUTÔNOMA

Por Adriano Proença, professor de Engenharia de Produção da COPPE-UFRJ

Em outubro de 2005, o Comitê Central do Partido Comunista Chinês, após uma longa trajetória de reconhecimento do papel crítico da Ciência, Tecnologia e Inovação para o desenvolvimento do país, elevou o princípio do **zizhu chuangxin** – na tradução típica para o Inglês, da “**indigenous innovation**” – a um nível estratégico semelhante à política de Deng Xiaoping de Reforma e Abertura. Esta decisão sinalizava uma inflexão na estratégia de crescimento da economia chinesa.

Para além de um emparelhamento industrial com base na importação e emulação de tecnologias dos países desenvolvidos, apontava-se para uma dinâmica de desenvolvimento calcada em abordagens e soluções chinesas. Um discurso do Presidente Hu Jintao, em janeiro de 2006, enuncia a nova lógica e, em fevereiro, o Conselho de Estado publica as linhas gerais do Plano Nacional de Médio e Longo Prazo para o Desenvolvimento da Ciência e da Tecnologia (2006-2020). Desde então, políticas nacionais e locais, normas e leis, são formuladas, apresentadas, testadas e revistas, conformando um verdadeiro “ecossistema” de políticas públicas, orientado pelo sentido mais geral de promover a “indigenous innovation”. Estas políticas, que envolvem aspectos de diferentes ordens – de questões relativas à prioridade nas compras governamentais à legislação e práticas de proteção à propriedade intelectual – estão hoje no centro de acalorados debates entre o governo Chinês e governos como os dos EUA e da Alemanha, entre outros.

Mas como entender corretamente “Indigenous Innovation”? Interlocutores acadêmicos chineses com quem tive a oportunidade de conversar achavam que a tradução para “indigenous innovation” não contemplava o significado do **zizhu chuangxin**. Alternativas como “inovação independente” também não lhes satisfaziam. Na verdade, considerada a sugestão das linhas gerais do Plano, as observações destes professores e referências bibliográficas, a tradução precisaria compreender três dimensões simultaneamente:

(1) a inovação genuinamente original;

(2) a integração de tecnologias existentes – entendida como um processo no qual diversas soluções tecnológicas inovadoras existentes são integradas, culminando em uma solução tecnologicamente inédita; e

(3) a re-inovação, baseada na melhoria (e não apenas na absorção) da tecnologia importada.

O ponto central do conceito teria que se deslocar, portanto, do fato da natureza da tecnologia ser intrinsecamente “nativa”, pois o conceito original supõe que ela permanece aberta à interação, colaboração, associação, composição e incorporação de tecnologia estrangeira. Seu centro parece estar no sentido de se alcançar a inovação “**autonomamente definida**”, é dizer, uma **inovação autônoma**, a partir de diferentes fontes, na forma de tecnologias, produtos e processos sobre os quais a sociedade chinesa – indústria, governo e academia – tenha governança e gestão e possa alcançar domínio e propriedade. Este sentido surge mais claro em uma das traduções para o Inglês que tive a oportunidade de uma vez ouvir: como princípio de “self-innovation”.

Diante da agenda de questões colocadas pela presente dinâmica sinocêntrica da economia mundial (na feliz expressão do prof. Barros de Castro), pode-se dizer, portanto, que as políticas da República Popular da China, voltadas para acelerar o desenvolvimento de sua capacidade de “inovação autônoma”, e seus desdobramentos no tecido produtivo chinês parecem ser o núcleo do desafio estratégico colocado diante da indústria do mundo. Não se pode desconhecer, considerado o histórico dos últimos trinta anos, quão capaz pode se mostrar a China de materializar tal ambição.

As discussões relativas ao câmbio, aos custos e aos preços chineses são obviamente centrais e têm ocupado a atenção da mídia e dos principais debatedores sobre a “Questão Chinesa” colocada para a indústria no Brasil. Mas, subjacente a este drama contemporâneo, está a ganhar forma uma renovada indústria chinesa, ainda mais desafiadora. ▀

QUEM SOMOS

O Conselho Empresarial Brasil-China é formado por duas seções independentes, uma no Brasil, outra na China. Dedicar-se à promoção do intercâmbio econômico Brasil-China e, sobretudo, a fomentar o diálogo entre empresas dos dois países. O CEBC propõe-se a contribuir para um bom ambiente de comércio e investimentos para as empresas dos dois países, assim como entender e divulgar as novas tendências observadas no dinâmico relacionamento Brasil-China. Para tanto, pretende estreitar seu relacionamento com as empresas e instituições que o integram, contando com elas como fontes de informações e sugestões para o entendimento do novo quadro de relações Brasil-China. Atualmente, o CEBC é composto por cerca de setenta das mais importantes empresas e instituições brasileiras e chinesas com investimentos e negócios nos dois países.



DIRETORIA

SEÇÃO BRASILEIRA

DIRETOR PRESIDENTE

EMBAIXADOR SERGIO AMARAL

Ex-Ministro do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior e Sócio do Felsberg & Associados

VICE-PRESIDENTE

FÁBIO SPINA

Consultor Geral e Relações Institucionais da Vale

DIRETORES

ALEXANDRE YAMBANIS

Diretor Executivo da Unidade de Negócios Celulose da Suzano

ALFREDO DE GOEYE

Presidente da Sertrading

ANTONIO AUGUSTO DE TONI

Diretor Geral da Área Internacional da BRF - Brasilfoods

FERNANDO ALVES

Presidente da PwC

HORACIO ARAGONÉS FORJAZ

Vice-Presidente Executivo de Assuntos Corporativos da Embraer

MAURI SEIJI ONO

Diretor Corporativo de Estratégia da Algar

PEDRO FREITAS

Sócio do Veirano Advogados

ROBERTO MILANI

Vice-Presidente da Comexport

SEÇÃO CHINESA

PRESIDENTE HONORÁRIO

MIAO GENGSHU

Presidente do Grupo Sinotrans-CSC

PRESIDENTE

LIU MINGZHONG

Presidente do Grupo Xinxing Pipes

DIRETORES

ZHOU ZHONGSHU

Presidente da China Minmetals

ZHANG YAOCANG

Gerente Geral da SINOPEC

LI GUORUI

Presidente da China Railway Construction

HE RU

Presidente da Guosen Securities

ZHANG GUOQING

Presidente da China North Industries

DAI ZHIHAO

Gerente Geral do Grupo Baosteel

LIN ZUOMING

Gerente Geral da China Aviation Industry

ZHANG YOUSHENG

Presidente da Shanxi Foreign Investment & Trade

LU WEIGUANG

Presidente da A&W Woods

ZHANG ZHANGDE

Gerente Geral do Grupo China Forestry

XIONG WEIPING

Presidente da Aluminium Corporation of China

KONG DAN

Presidente do Grupo CITIC

ASSOCIADOS

SEÇÃO BRASILEIRA

Agência de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil)
Algar
Associação Brasileira da Infra-Estrutura e Indústrias de Base (ABDIB)
Associação Brasileira das Indústrias de Óleos Vegetais (ABIOVE)
Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carne (ABIEC)
Banco do Brasil
BNDES
Bradesco
BRF Brasil Foods
Centro Brasileiro de Relações Internacionais (CEBRI)
Columbia Trading
Comexport
Embraer
Ernst & Young
Federação das Indústrias do Estado de Mato Grosso (FIEMT)
Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG)
Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina (FIESC)
Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP)
Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN)
Felsberg e Associados
Grupo Multi
Huawei
Instituto Aço Brasil-IABr
Itaú BBA
KPMG
Machado Meyer Sendacz Opice
Odebrecht
PwC
Sertrading
Standard Bank
Steinweg Brasil
Suzano Papel e Celulose
TozziniFreire Advogados
Usiminas
Vale
Veirano Advogados

PATROCÍNIO:



APOIO:



SEÇÃO CHINESA

Aluminum Corporation of China Limited
A&W (Shanghai) Woods Co. Ltd
Baosteel Group Corporation
China Aviation Industry Corp. (AVIC II)
China Forestry Group Corporation
China Civil Engineering Construction Corporation
China Railway Construction Corporation Limited
China International Forestry Group
China Metallurgical Group Corporation
China Minmetals Corporation
China National Cereals, Oils & Foodstuffs Corporation
China Nonferrous Metal Industry's Foreign Eng. & Construction Co.
China North Industries Corp.
China International Trust and Investment Corporation (CITIC)
Dongguan Nine Dragons Paper Industries
Fujian Electronics & Information Group
GREE Electric Appliances
Guosen Securities
Huawei Technologies
Jiangyin Chengxing Industrial Group
Nine Dragons Paper (Holdings) Ltd
Nuctech Company Limited
Qingdao Rulong International Trading Co. Ltd
Shanghai Anxin Flooring Co.
Shanghai Baosteel Group Corporation
Shanxi Dajin International
ShanXi Foreign Investment & Trade Group
Sinopec
Xinxing Ductile Iron Pipes Group
Yankuang Group
Yongcheng Coal & Electricity Group Co.

CARTA BRASIL CHINA

巴中章程

第一份 - 2011年03月



特邀嘉宾

Arthur Kroeber

DRAGONOMICS董事

访问

李晓涛

华为副总裁

安东尼奥·巴罗斯·德·卡斯特罗 编辑

巴中企业委员会分析

中国在巴西投资的初步调查

巴中企业委员通告

“十二五”规划 -

驻中国的巴西大使馆对中国转变的看法

中国焦点

本土创新，自主创新

阿德里亚诺·普罗恩萨，

COPPE- UFRJ工程学教授

赞助:



Bradesco

CARTA BRASIL CHINA

巴中章程

中巴信函是一本汇集双边议程主要话题的分析和思考的季刊。

中国-巴西企业家委员会的其他刊物

中巴动态 是一本以传播中国和巴西境内各种机构的开发促进活动信息为目的、三种语言版本的季刊，汇集了业务部门中双边经济议程的主要资料和记事。

CEBC新闻 是一本执行秘书处用来通知重大活动和发展新项目的季刊。

执行秘书处

巴西方

朱莉娅迪亚斯雷特 (Julia Dias Leite)
执行秘书

卡拉·杜阿尔特 (Carla Duarte)
机构协调员

爱迪生·雷纳托 (Edison Renato)
分析协调员

安德烈·索阿雷斯 (Andre Soares)
国际分析师

吉赛尔·瓦斯康塞洛丝 (Giselle Vasconcellos)
机构分析师

安东尼奥·巴罗斯·德·卡斯特罗 (Antonio Barros de Castro)
编辑顾问

普雷斯托设计 (Presto Design)
平面设计

感谢在这一版合作的朋友

Adriano Proença
Arthur Kroeber
Li Xiaotao
Marco Tulio S. Cabral.

若要发送文献，提供意见或建议，
请与中国-巴西企业家委员会 (CEBC) 执行秘书处联系：
cebc@cebc.org.br / +55 21 3212-4350 / www.cebc.org.br

协助:



布拉德斯科银行 (BRADESCO)

布拉德斯科银行 (Bradesco) 的业务覆盖整个巴西。银行为各种不同的客户呈现不同的产品和服务，并且，对巴西和中国贸易关系感兴趣和计划加强合作的企业，也能够满足多方面的需求。企业客户管理集中，能够提供资本市场的解决方案。同时，客户还有风险专家、市场专家和行业专家的管理人员指导。根据公司的交易情况，银行编制独一无二个性化解决方案。与此同时，海外分行及附属公司的目的是提高在国际市场上的资金，并通过巴西外贸融资业务，转给客户。




我们已然进入了新阶段

近年来，中巴两国的经贸合作在质量和数量上都实现了新的突破。2004年中国-巴西企业家协会成立之初，其贸易流量为90亿美元，而在七年之后的今天，其已增长到560亿美元。过去的一年，中国投资增长迅速。如今，这一双边贸易合作关系已然进入了一个迅猛增长的新阶段。

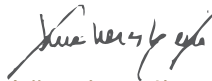
中国-巴西企业家委员会一直密切关注这一变化并深知了解这一关系的性质以及对其进行宣传的重要性，以利用这一契机更多地为巴西及中国企业服务。提早预见相关困难，加以以避免或克服。弥补两国之间仍然存在的认知缺失。在这一目的指引下，本协会正努力开发双边交流的新渠道，以帮助其成员在决策过程中能够从学术、商业以及媒体角度更好的了解这一重要合作伙伴以及其给巴西所带来的机遇与挑战。本协会的新刊物，中巴信函汇总了双边关系的主要热点问题及其分析，并从民间贸易的角度提出了诸多值得众多商界领袖以及中巴合作交流问题中相关政府官员特别注意的问题。

本刊将于四月份出版，其中，我们刊载了本协会对华为副总裁李晓涛的专访，讲述该企业自1999年进驻巴西以来的相关经验以及其对中国在巴投资的前景展望，本刊特约评论员为中国著名评论专家，龙洲经讯董事总经理葛艺豪（Arthur Kroeber）先生，其在参加完二月份在巴西举行的由中国-巴西企业家委员会及其会员单位Bradesco银行主办的研讨会后，撰写“有关中国在巴投资问题的展望”一文。同时，巴西驻北京大使馆也在此发表了有关中国三月发布的十二五规划相关内容的分析以及由里约热内罗联邦大学COPPE学院，生产工程教授阿德里阿诺·卜润萨所写的有关中国自主创新的重要性的特约文章。

中巴信函杂志力求在其所有刊发的杂志中保持采访，中国-巴西企业家委员会评论员文章，特约文章，提醒以及中国焦点五个板块内容。随着本刊物的不断出版，中国-巴西企业家委员将不断努力与其他商业机构建立合作关系，寻找巴西及中国方面新的合作伙伴，以实现其成员，巴西商界以及所有相关部门间的互惠互利。最后，感谢Bradesco银行对本刊的赞助并希望中巴信函一刊可为所有有志于中巴关系多元化发展的朋友提供便利。



塞尔吉奥·阿马拉尔
主席



朱莉亚·迪亚·雷特
执行秘书

访问

李晓涛

华为副总裁

安东尼奥·巴罗斯·德·卡斯特罗 编辑

华为简介

自1999年起，华为通过与国内主要移动与固定运营商的合作，已逐渐成为巴西移动及固定宽带领域的主流供应商。而自其在巴西建立分公司以来，其3G接入USB调制解调器销量已占巴西整个市场份额的50%，并累计售出100多万通信端口。

该企业员工总计四千多人，在圣保罗，里约热内卢以及巴西利亚均设有办事处，并在圣保罗州堪培纳斯市设有培训中心。

2008年，华为公司在巴西的销售总额已达10亿美元，并进一步扩大协作领域深化产品研究及开发过程。在下面的采访中您将发现，超强的研发能力是该企业的显著特点之一。

在此，让我们通过对该公司副总裁李晓涛先生的专访来进一步了解该企业在巴西的成长轨迹。

贵公司进驻巴西已达十多年之久，请问华为公司在巴西的发展经历了怎样的阶段？

第一阶段可以说成是中国技术和企业经验的宣传阶段。大多数人对中国相关企业，以及大宗产品有一定了解，但总体来讲了解很少，所以，这一阶段对我们来说是十分艰难的。

1999年华为进入巴西市场时，还没有加入中国-巴西企业家委员会之类的组织，但有趣的是，我们企业刚进驻巴西时，中国-巴西企业家委员会就成立了。

我们了解到，在1999年公司产品首度进入巴西市场时就遭遇了巴西货币贬值危机，那么这对贵公司产生了怎样的影响呢？

对我们来说最主要的负面影响就是缺乏客户认可度。从地理上讲，中国与巴西相距较远，这使得巴西客户很难了解中国。

所以，我们采取的的第一个策略就是扩大华为以及中国的知名度，我们将其称之为“丝绸之路的新航线”，我们邀请了许多客户到北京、上海以及深圳等中国经济的核心地区进行考察、了解。目的是要像两千多年前的丝绸之路一样，开辟发展对外关系，促进双方了解，增进双方友谊的新道路。

在头两年，公司将发展重点放在华为以及中国式高科技企业的宣传上面，以使

其了解这将为巴西市场带来巨大的技术效益。

我们成功的最大秘诀在于关注客户需求，积极听取客户意见，华为公司对这一理念十分重视。

经过公司上下的不断努力，2001年，我们同总部设于米纳斯基拉斯州三角区乌贝兰迪亚地区的CTBC公司签订第一份合作协议。

那么在第一份协议签订时，面对客户的多重需求，贵公司当时是否已经可以针对客户的需求做出适当调整？

那份协议的技术要求特别高，在那时，我们的适应和调整能力并不是很强。而时隔五年之后的2006年，当我们同VIVO和GSM签订协议时，我们百分之百的完成了项目定制。

那么就是说，最初阶段贵公司并没有能力完成相关定制要求，这曾一度成为贵公司的发展瓶颈。但五年之后，贵公司已完全有能力满足客户需求？

在最初阶段我们还没有能力满足相关需求，但经过几年来的不懈努力，我们已然扭转了这一局面，目前，我们的定制理念可满足当地运营商的各方面需求。

尤其是在巴西建立固定及移动宽带这一项目，并不是所有企业都有经验和能力进行如此大规模的网络建设，而华为正是利用了这一契机，依据客户需求提出了行之有效的解决方案。

2004年，华为公司第一个将固定宽带技术引入巴西，而伴随着巴西宽带建设规模的不断壮大，我们的企业也正不断走向成功。

“

1999年华为进入巴西市场时，还没有加入中国-巴西企业家委员会之类的组织，但有趣的是，我们企业刚进驻巴西时，中国-巴西企业家委员会就成立了。”

那么在这种情况下，华为公司是否引入过一些调整机制，并在巴西进行有关宽带部署的研发工作？

一直以来，华为都深知建立研发中心的必要性，而这也是我公司全球战略的组成部分，符合我公司满足客户要求的基本宗旨。

项目初期，由于缺乏经验，大部分的调试工作都由我公司在我国的各大研发中心进行，但我们也认识到，通过中国研发中心进行研发并不十分便利，而且效率很低，因此，我们在巴西建立了自己的研发中心。

那么您可以具体的谈一下贵公司驻巴西的研发中心吗？

我们在当地的研发团队熟悉当地的相关需求，并且巴西人力资源丰富，工程方面资历雄厚。虽说团队规模并不十分庞大，但团队各成员能力很强。因此，这一团队完全可以担负起所有的研发工作。

面对4G技术进入巴西市场这一问题，贵公司将采取怎样的战略提高竞争力？

事实上我们不用4G这个说法，我们把它称为LTE技术（Long Term Evolution）。这一技术同现在的3G技术相比最大的特点在于更加快速，宽带更宽。由于如今移动宽带需求量正迅猛增长，我们华为对LTE技术寄予厚望。

同3G一样，所有的技术都有其最终消费限制，因此，长远来看LTE技术前景十分远大。所以，华为公司在LTE技术上投资巨大，并将成为全球首个技术供应商。而在巴西，我们愿意在这一技术领域进行更多投资。

那么这一技术在巴西的发展是否要依靠远在中国的研发中心进行呢？

华为公司拥有全球化的结构网络，对所有国家和地区普遍存在技术贡献。我公司在全球范围内致力于研发新产品的工程师多达51000人，遍布世界各国，是全球最大的电信研发团队。

如今，外籍技术企业来巴西建立研发中心已成为一种潮流，比如在里约热内卢联邦大学已出现了新的研发基地。似乎巴西已然进入了新的阶段，那么华为公司在巴西也将建立这一类型的项目吗？

目前，我们还没有同里约的教育机构进行合作。但在圣保罗，我们已同圣保罗大学（USP）进行合作，同样，在巴西利亚，华为公司也投资设备建立了大型试验基地。如果有幸可在里约进行项目合作，我们将非常高兴，并积极参加。

即使在中国，华为公司与员工间的特殊关系也形成了特殊的企业文化。那么贵公司特殊的企业文化是否适应巴西的实际情况，其中遇到了怎样的困难？

如今，华为公司已实现全球化，自然会遇到一些障碍以及有别于中国的工作环境。

大家都知道巴西的特点十分突出，因此，11年来的市场生存正是我们不断学习和适应的过程。

我们一直十分重视最大限度的利用巴西人才，有一批巴西员工已在华为工作长达十年。这些人才将丰富的劳工和税收政策方面知识传授给中国团队。

我们深知，身在巴西就应无条件的遵守巴西相关法律法规，而为了公司在巴西的长足发展，就应了解其国家环境及背景。

对于巴西同事而言，同中国同事的交流



“

项目初期，由于缺乏经验，大部分的调试工作都由我公司在我国的各大研发中心进行，但我们也认识到，通过中国研发中心进行研发并不十分便利，而且效率很低，因此，我们在巴西建立了自己的研发中心。”

“

但有一点我个人认为是可以肯定的，那就是两国在关注新工业和替代能源方面始终保持同步，同时在经济增长方面，也都面临着相似的挑战。”

也为其打开了了解另一种文化的窗口。因此，我们也设立了将把巴西员工带到中国进行培训，提供就业机会的项目。

一直以来，华为驻巴西分公司一直有志于将其转变为巴西式公司，并非作为巴西的一家中资企业，这也是我公司地区战略的组成部分，已形成更为巴西化的企业文化和团队。

十二五规划以及最近召开的人民代表大会上讨论和公布的一系列措施表明，中

国已进入了一个新时代。而巴西方面也可以说是进入了一个新的阶段。面对这两种转变，在新的形势下，请问您对改善中巴关系有何意见？

这是一个很大的话题，我在巴西已有多多年，相比之下，您倒是比我更加了解。但现阶段，我们所关注的焦点问题还是客户的需求。

我同意有关两国都已进入新阶段的看法，并对未来寄予厚望。在双边关系、文化和贸易方面，双方关系日趋紧密。如今，巴西政府对加强中巴关系兴趣加

大的报道频频见诸报端，但这是一个很大，很宏观经济的问题。

但有一点我个人认为是可以肯定的，那就是两国在关注新工业和替代能源方面始终保持同步，同时在经济增长方面，也都面临着相似的挑战。 ▽

中国在巴投资

安东尼奥·巴罗斯·卡斯特罗·埃迪森·雷纳托及安德勒·素阿勒

近几个月来，中国-巴西企业家委员会一直在研究促成2010年中国在巴投资大幅增长的原因及其所代表的趋势。在此，中国-巴西企业家委员会的目的在于对中国海外资本投资的特点进行分析，并依据分析得出的有利于前景发展的条件并依据即将推行的政策进行努力。

研究结论将在四月出版的特刊中详细为您介绍，而在本文中，将为您介绍这一双边关系新阶段的基本理念，相关注意事项。随后将是有关中国投资的特点，包括其进入巴西市场的方式，主要经济部门及其地理分布。

1 中国在巴投资的特点

依据相关报道，2010年中国在巴投资的迅猛增长，这预示着双边关系的新时期已然到来。两国间贸易流量增长52%，而这在2009至2010年间有着新的更为重要的内涵，外籍资本直接投资阶段到来。众所周知，自2009年起，中国已成为巴西最大的贸易伙伴，但如今，他开始成为巴西最大的投资国，这代表着两大经济集团的关系进入了历史性的新阶段。

由于中国国内自然资源种类缺乏且数量有限难于满足其经济发展的需要，多年来，中国一直巩固以印尼、澳大利亚和非洲国家为代表的国际原料供应地的基础，而此双边关系的新阶段的到来则以巴西成为其国际原料供应基地为特点。

显而易见，这一趋势从2004年以来巴西对华出口不断增长中便可看出，在这一趋势中隐藏着深刻的变化：新兴的重要中国投资。正如我们将要在后文中提到的，如今，他们更加关注矿业、石油、天然气和基础设施部门（铁路、港口），以增加收入，降低成本。

除此之外，近年来中国中小型手工艺品出口的增加，也为巴西消费市场增添了活力。

1.1 中国投资的固有困难

我们做这个研究的目的并不是量化2010年中国投资，但是探索新阶段其投资特点，但为谨慎起见，在有些调查中将引用统

计数字作为参考。此外，为读者提供一些重要的官方数据也可帮助其更好的理解这一问题。

这些有关中国在世界投资的原始和系统数据由中华人民共和国商务部提供。同时，商务部提供的相关数据并不包括由国家控制的投资，因为其中包含信贷套利项目。而联合国贸易发展大会的相关数据也包含这一问题，因为其以中国商务部相关为基础。

鉴于以上问题，中国-巴西企业家委员会的研究主要从三方面入手。第一是从巴西相关报纸上经常报道的大型重要投资，但这其中并不包括金额较小的小型投资，事实上，大量小型投资的存在也可对其产生历史性影响。第二则是直接采访巴西政府和企业以寻求相关投资信息。而第三则是中国及巴西公司的财务报告测试和其他包括或至少提到过在巴直接投资的文件。

对于第一种资源渠道来讲，在此应说明本研究中提到的相关数字全部引自相关投资报道。通常来说，报道之后将附有相关施行时间表。通常来说，不同年份间的投资数额变化，并不代表着资金量的减少，而是单纯投资过渡程序的报道。

最后值得注意的是，有些投资不过是项目所有人的转变，这至少在初期对总体经济并不产生任何影响。

2 有关投资研究的初步结果

然而，值得注意的是，在2010年，各国媒体在报道外国投资成效问题上差异很大。其中有的报道只有最终数字而无细节分析。比如，中国最大的装配企业，东风汽车公司报道称其应在圣保罗州建立汽车工厂，却未提及投资金额和投资项目进程安排。其他正在洽谈中的投资项目，例如中石化/中海油同巴西EBX团队油气公司OGX的投资，已有一部分确定，并进入投资阶段。中国国家电网公司投资9.98亿美元购买7条线路的输电特许权，并将于2011年初投入建设。表一展示的是2010年媒体公布的中国在巴投资量，其依据洽谈阶段排序。

2.1 中国资本流入巴西

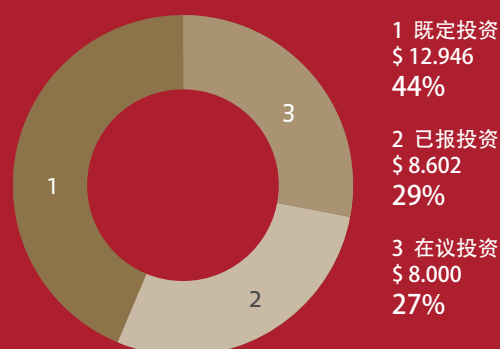
传统来讲，对一国进行投资的方式有三种：兼并与收购—外国投资商购买当地企业或该企业的一部分，合资企业—公司间形成战略伙伴关系，其以合股的方式，并以相同的目的来成立新的公司，和新建应用系统—外国投资商掌控所有的资产和投资行为，并由其在目标国建立全新的设备和相关架构。

从图二可以看出，大多数的中国投资是通过兼并与收购实现的。通常来说，两国间因文化不同而产生的差异只占少数，这一前提很好的解释了部分收购倾向问题。同时也帮助理解为什么新建应用系统类型的投资如此有限。法国4和意大利5分别有一项研究表明，以上两国与中国的投资也主要是通过兼并与收购6实现的。

而就兼并与收购这一方式来说，中化石油化工集团收购巴西雷普索尔40%股份便是其中很好的例子，这次收购资产总额为71亿美元，而武汉钢铁集团也与巴西EBX公司签署合作协议，在北弗鲁米嫩塞地区投资35亿美元建立钢厂。但新建应用系统部分投资量较少，但奇瑞汽车公司投资4亿美元在圣保罗兴建工厂也是其中很好的例子。

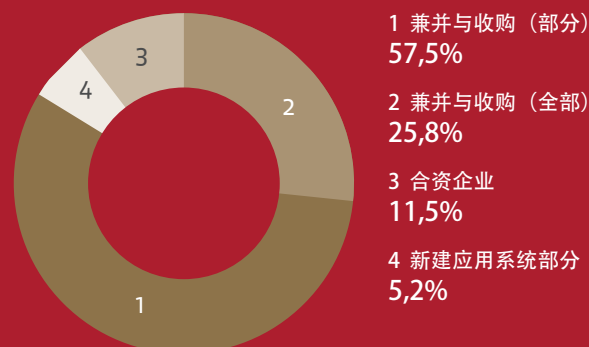
2010年中国在巴西投资量（百万美元）

表一



中国在巴投资扇形图（按进入方式分类）

图 2



来源：新闻消息。编审：中国-巴西企业家委员会。

¹ 依据巴西驻北京大使馆的相关信息，商务部相关技术讨论证实，中国本身在数据方便，也存在同样问题。

² 简单来说，信贷定义主要产生于香港地区的资源往来中。关于信贷定义的解释，可参见《中华人民共和国外商直接投资资本信贷定义：规模、成因及启示》一书，作者：耿笑，2004

³ 有关华人对外直接投资的测算和相关边界问题，可参见：经济合作组织投资政策概览：中国卷 附录一：中国外国直接投资统计的世界竞争力，2003年，作者Morck, R; Yeung, B; Zhao; M. 透视中国2008年对外直接投资。

⁴ 尼库拉斯, F. (2010). 中国在法直接投资: No French Exception, No Chinese Challenge.

⁵ PIETROBELI et al. (2009). 中国在意大利直接投资.

⁶ 对于以上两国而言，近年来的经济危机是促成这一情况的重要因素。

⁷ 其百分比所指的是投资金额而非每一输入方式的投资数量。

2.2 中国在巴投资的主要经济部门

在讨论中国在巴投资主要经济部门这一问题时，将直接或间接反映中国市场需求的初级产品投资同那些为同巴西工业核心系统竞争而涌入的投资区分开来是极其重要的。

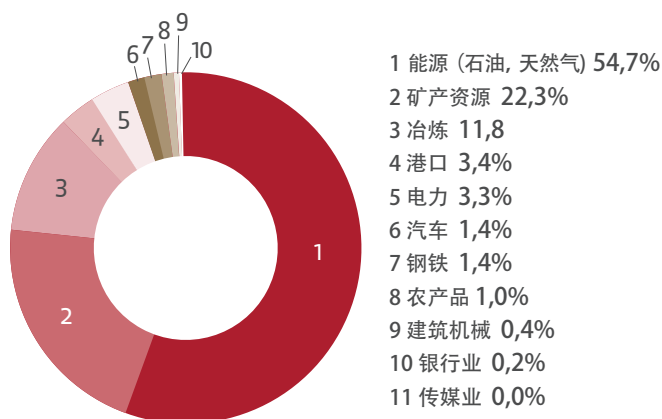
2.2.1 增加巴西出口种类的投资

从表3中我们可以清楚的看到，如今两国经济的整合在很大程度上得益于中国投资。该图表展示了2010年中国各项投资在其各经济部门中的分配情况，在此我们可以看到制造业，钢铁业以及相关工业和自然资源加工业在其中所占的比重。

从图表中我们可以看出，能源和矿产工业在中国投资中占有相当大的比重。其中，铁矿对华出口量增长70%，石油和天然气对华出口量增长202%，而且，近年来，中国已将巴西作为其自然资源的国际供应基地。

中国在各部门的投资

图 3



来源: 新闻消息, 编审: 中国-巴西企业家委员会.

这一结构使政府和企业家之间存在一定争义，但不久的将来，我们期待其可重新达到平衡。此外，2011年3月，杭州热联进出口股份有限公司宣布在米纳斯吉拉斯投资30亿美元，该公司还将规定其投资的具体领域，其中包括蒸汽涡轮机，发动机，公路和铁路终端等设备的生产以及其他应用，这将提高中国资本在巴投资中制造业的相对比重。

直到目前为止，在中国对巴投资中，人们的最大兴趣就在于增加初级产品出口种类提高出口活力，而就这一目的而言，这两种类型投资贡献最大。

一方面，中国人完全或部分控制巴西自然资源出口企业，采取措施提高生产量，着眼于向中国供应更多的初级产品。比如，中国石油化工集团收购雷普索尔公司，以及武汉钢铁集团取得采矿权，得到了开采桑塔那山区矿产资源的权利。

另外一种类型的投资则通过改善基础设施提高了巴西出口产品的多样性，且提高了效率。比如说，由中国发展银行向LLX提供10亿美元用于为东南部超级口岸提供机械设备，以及洪桥集团与维托蓝沁新贸易公司联合购买“萨利纳斯项目”，其中包括500公里的管道建设和Ilhéus地区的港口建设 (BA).

2010年报道过的中国武钢集团在巴西的主要投资

- 取得采矿权，得到了开采桑塔那山区矿产资源的权利。项目金额50亿美元。
- 投资4亿美元，购买了MMX公司21,5% 的股份，其预计将为武钢集团提供蓝山 (SERRA AZUL) 地区50%的矿产品;
- 在阿苏超级港口地区同EBX公司合资开办炼钢厂，其中武钢集团投资25亿美元，占其资金总额的70%，同时双方签订合同，向中国发展银行和BNDES 融资以保证项目完成。

2.2.2 影响巴西工业政策的投资

据报道，在2010年，除了我们以上提到的影响巴西出口种类的投资以外，另一种中方投资格局也在巴西也引起了较大反响。这一投资尽管在供应量上同第一类相比并没有很大影响力，却对巴西工业的发展有着深远的影响。

其中，中国汽车装配企业进入巴西对其影响最大，据报道，江淮，奇瑞和东风三大装配企业共计投资4.2亿美元，而巴西的汽车部门，乃至巴西工业结构也因这些资本的涌入发生了变化。

这些企业进入巴西通过与巴西大众型轿车竞争构成了巴西汽车工业的特点。而且，一般而言，同巴西同等工业相比，中国同行的产品有工艺先进，价格低廉，款式高贵，完美无瑕等显著优点，若2010年相关报道所说的中国装配企业进入巴西市场的情况属实，那么其对巴西汽车行业甚至对于整个汽车链都将产生极其深远的影响。

2.3 投资的地理分布情况

如表4所示，由于里约热内卢州和米纳斯基拉斯州石油和矿产资源丰富，中国投资主要集中在以上两大地区。而相对投资额

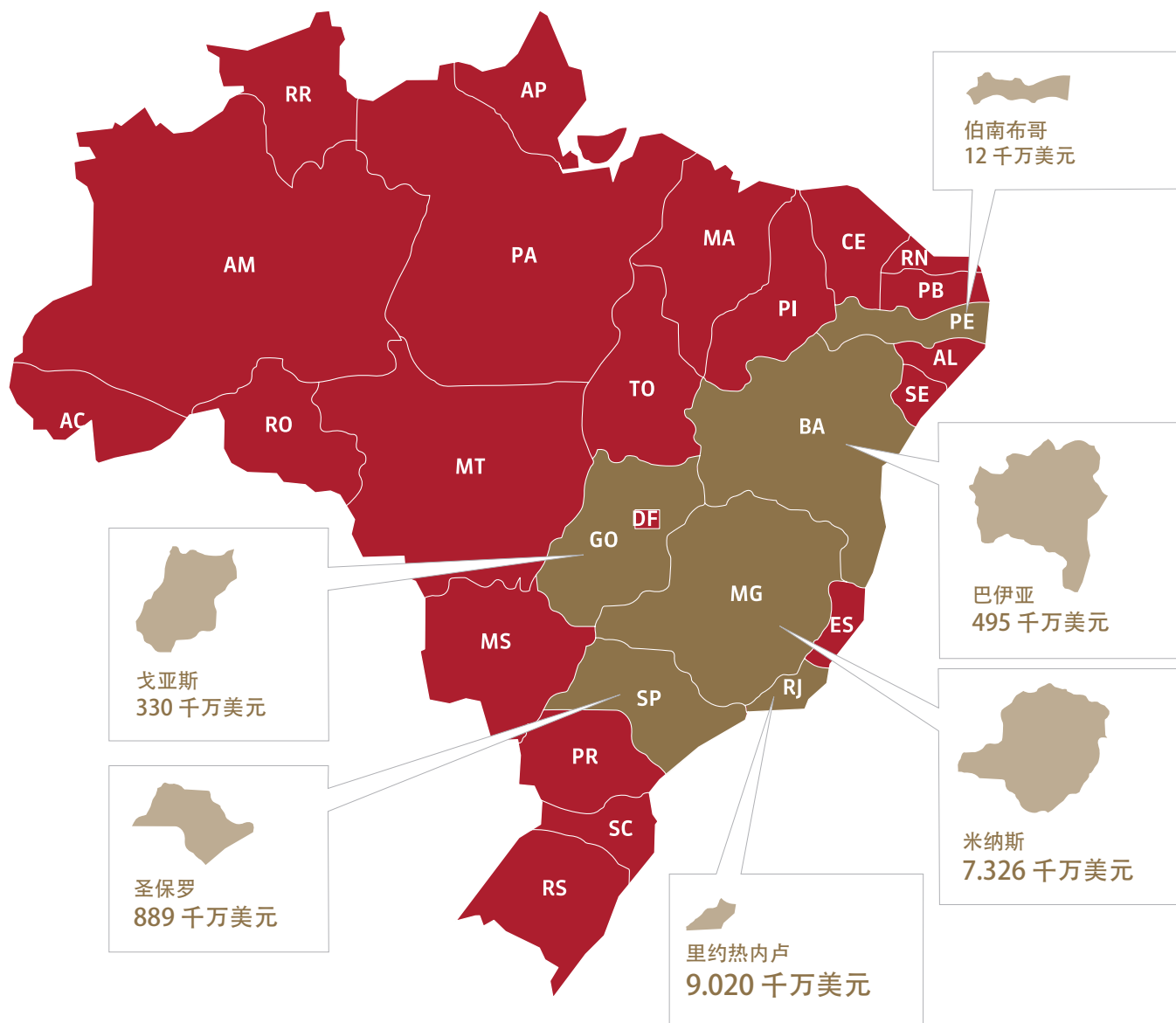
度较小的部门，例如汽车、电力和其他加工制造部门则应逐渐在全国各地遍布开来。

外资企业在巴西巴伊亚州和戈亚斯地区直接或间接购买农业用地问题是一个在政治上极其敏感的话题，此事引起了人们关

于大量购买土地的争论，例如重庆粮食集团出资3亿美元在巴伊亚州购买10万公顷土地一事。其实，这类问题在其他国家（尤其是加拿大和澳大利亚）也曾引起过大众的争议和政府的关注。在这一方面，应达成以下共识：政府应实行立法并建立强有力的组织来区分和辨别将土地出售给外国投资者一事对其所带来的机遇和威胁。 ▽

中国投资在各州的分布情况

表 4



来源: 新闻消息, 编审: 中国-巴西企业家委员会.



Arthur Kroeber

DRAGONOMICS董事

Over the past decade, China's economy has enjoyed extraordinary growth, and Brazil has benefited greatly from that growth. In the coming decade, China will continue to grow rapidly, expanding its international presence several-fold. The next stage of China's economic development will present Brazil with severe challenges, as competition from Chinese manufacturers will grow more intense. Yet on balance, China's continued growth offers more opportunities than threats.

WHY CHINA'S GROWTH WILL CONTINUE

Some critics suggest that China's economic success has been built on foundations of underpriced credit and an undervalued exchange rate. According to this theory China is a bubble, and when the bubble inevitably pops in a few years' time, economic growth will slow dramatically. It's important to understand why this view is wrong, and why China's economy will likely keep growing at an average rate of 8% or so for the next decade. There are three main reasons.

First, China's urbanization process is only about half complete. An important source of growth in developing countries is the process of moving people from subsistence agriculture into more productive jobs in the urban economy. So long as large numbers of people can be moved from the countryside into the city, productivity will rise rapidly, underpinning economic growth. Since 1980, the urban share of China's population has risen from 20% to 47%. This latter number is somewhat overstated, since many "urban" residents live in slums on the edges of cities, or in factory dormitories, and do not fully participate in urban life.

Based on current trends it is reasonable to expect that over the next 20 years, the urban share of China's population will rise to 70%, creating a total urban population of nearly 1 billion in 2030. This implies the creation of 115 million new urban households, which in turn will require the construction of nearly 6 million new housing units each year. Add in the need for new housing to replace existing substandard dwellings, and China probably needs to build 8 million units a year, plus all the related urban infrastructure: roads, sewers, power plants and so on. China's investment needs remain immense, and there is no shortage of capital to finance those investments.

Second, China's consumption boom has only just begun. The population of urban residents with enough income to make significant discretionary purchases has risen quickly: from perhaps 140 million people with average annual consumption expenditure of US\$1800 in 2005, to 300 million people with average expenditures of US\$2600 a year. In volume terms, China is already the world's biggest market for automobiles, personal computers and mobile phones, although the preference for cheap models means that in value terms China's market still lags the United States by a wide margin.

But household incomes continue to grow at around 8-9% a year in real terms. This means that the number of households with discretionary spending power will continue to increase by 5-6 million every year, and the average spending power of these households will also rise. After a decade of being the weak link in China's growth story, household spending is about to become an important driver of growth.

Third, China's exports continue to gain competitiveness at a rapid rate. From 2000 to 2010, China's share of global exports rose from 4% to 10%, as China-based firms gained dominant shares of global textile, garment and consumer electronics markets. The technology content of exports rose faster in China than in any other country. The share of medium- and high-tech products in China's export basket rose 17 percentage points from 2000 to 2009, to 55%; no other major country registered a gain of more than 9 points. (Brazil, not surprisingly, saw its medium and high-tech share fall by 11 points, thanks to the surge in primary commodity exports).

Over the next decade, we should expect China to become a major exporter of capital goods, such as construction machinery, power generation equipment and telecoms network gear. The major customers for these products will be developing countries with big infrastructure needs, including India, Indonesia and Brazil. China's share of global exports will continue to rise, reaching at least 15% by 2020.

IMPLICATIONS FOR BRAZIL

China's growth, then, will continue. The implications for Brazil are mixed. On the positive side, the long urbanization boom means that China will need to import increasing quantities of Brazilian ores and fuels for many years to come. And the ever more affluent urban population will improve its diet, boosting demand for imports of foods, particularly soybeans, cereals and meat. As big a market as it is now, China stands to become a far bigger market for Brazilian primary products in future.

On the downside, competition for Brazilian manufacturers from Chinese firms, already a serious challenge, will become ever more intense. Meanwhile, Brazilian manufacturing companies will find it hard to gain access to the China market, because of the difficulty in competing with low-cost Chinese producers, and subtle and not-so-subtle protectionist measures by the Chinese government.

It would be easy to draw the conclusion that the right way for Brazil to approach the China challenge is to protect domestic manufacturers, diversify away from relatively low value added primary products, and aggressively lobby

China to adjust its exchange rate upward and drop its own protectionist barriers to investment by Brazilian firms. But this would be a mistake, because such an approach is based on a misunderstanding of the sources of competitiveness both in Brazil and in China.

The simple fact is that many traditional Brazilian manufacturers can never hope to be competitive against Chinese firms, because China's cost structure – based on abundant labor and superb government-financed infrastructure – is simply too low. But this does not mean that Brazil must be locked forever into the position of a simple commodity producer. There are at least three ways in which Brazil can take advantage of its economic relationship with China to diversify and strengthen its own economy.

First, the availability of low-cost Chinese capital goods will be a huge boon for Brazilian firms that want to upgrade their plant and equipment, and become more technologically advanced. As manufacturers in Europe, the United States and Japan have already done, Brazilian firms will need to do some hard thinking about the market segments where they retain competitiveness against Chinese companies, focus on those, and abandon the lower-value segments to Chinese producers. By taking advantage of cheap Chinese equipment to upgrade their plant at low cost, and focusing on higher-value production segments where Chinese competition is not yet strong, Brazilian firms can boost their profit margins and – with good management – improve their innovation capacity. Staying innovative is the crucial way to stay ahead of Chinese competition.

Second, Brazil's comparative advantage in primary commodities should not be seen as a humiliation or a liability, but as an opportunity for the creation of new industries. Instead of running away from its principal comparative advantage, Brazil should seek to extend it in as many ways as possible. Its strength in food production, for instance, can be exploited by developing new sectors such as biotechnology, genetically engineered crops, and distribution and logistics services. The application of technology can, in the long run, increase the value added of primary production. And developing sophisticated service industries not only creates employment-intensive sectors that are intrinsically immune to competition from China, but also generates export opportunities. China does a great job on building hardware of a modern society – roads, railways, power plants and so on – but it is quite poor at the software, including services such as distribution and logistics. Nimble Brazilian firms that can master these soft skills will have plenty of scope to sell those services in China, and will ultimately face less protectionism than producers of manufactured goods.

Finally, the clear lesson of China's stellar growth record is that a principal job of government in developing countries is to sponsor large-scale investments in infrastructure, including "soft" infrastructure such as education and basic research. Again, the availability of cheap Chinese capital goods and project management capabilities (for things like high-speed railways) means that Brazil now has the chance to build its infrastructure much more quickly, and at far lower cost, than ever before. Better infrastructure is one of the critical ways that government can improve the investment climate for private business, and spur the creation of new industries.

China's rapid rise has created both opportunities and challenges on a large scale. It's important to face the challenges squarely, and to take prompt and firm action when the Chinese government or Chinese firms take excessive advantage of their market power, or violate international trade and investment rules. But it's even more important to recognize that the opportunities are bigger than the problems, and that creative responses by government and business will enable Brazil to become a more competitive economy, and a more prosperous society, as a result of its engagement with China. ▽

“十二五” 规划

转变中的中国

来自巴西驻中国大使馆

全国人民代表大会于今年3月14日声明，“十二五”规划将成为中国近代史上的一个分水岭。其亮点不在于设定的目标，而是意识到目前模式经济增长的枯竭，以低附加值的投资和出口为基础，凭借彻底转化为国家发展需要的标准，很好地总结了主要领导人的政治意愿。该计划着眼于三项基本领域：社会政策、收入分配和国内消费的增长；实现经济现代化，发展服务行业，大修传统工业和战略发展的新兴产业；以及最后一点，合理利用自然资源，保护环境。

社会政策、收入分配和国内消费的增长

该计划预计城乡居民收入至少会增长7%，比国内生产总值（PIB）高出7%。到了2015年，国内生产总值预计为55万亿人民币（即8.4万亿美元，目前国内生产总值为6万亿美元）。通过事先的分配政策，预测出国内收入的增长会超过国民生产总值的增长。其中，较为突出的是涨薪，目的是使国有企业利润的份额不断增长，以此来资助养老基金和税费改革。还能够作出预测的是社会保险，因此保证了全国人民最低养老金和初级医疗保健的权利。

到2015年，中国将成为一个以城市为主，约51.5%的人口居住在城市（目前是47.5%）的国家。该规划将产生4500万个城市工作岗位并新建3600万套低成本住房。2015年，20%的城市人口将可以享受政府资助的住房。目前，消费只占国内生产总值的36%，而增加收入，加强社会保险以及城市化普及将使其大幅度增加，使国内需求成为中国经济增长的主要动力之一。

“

到2015年，中国将成为一个以城市为主，约51.5%的人口居住在城市（目前是47.5%）的国家。”

中国现代化经济

中国在教育、科学、科技和创新领域制定了宏伟目标。预计在教育方面将投入更多经费，争取到2012年，使其达到国内生产总值的4%。同时也会增加研究发展领域的投资，使其在2015年达到国内生产总值的2.2%。作为这项科技开发和创新工作的一部分，根据人口比例，拟增加将近一倍的专利数，使目前平均每一百万居民中有1.7项专利升至3.3项。

另一优势是服务行业的发展，到2015年，服务行业在经济领域的比重将增长4%，至少占国内生产总值的47%。而且其内在的重要性还给这个领域创造了低投资、利用自然资源的源源不断的潜在工作岗位。

经济模式最显而易见的转变政策就是发展“战略新兴企业”，它们对中国在中期能否成为世界领先技术国起着决定性的作用。该规划预计可以有效刺激以下七个工业领域的发展：能源效率和环境保护；信息通信技术；生物工程；高科技生产；新能源技术；先进材料以及汽车产业新能源。

中国现代化经济进程还包括大修传统工业。尤其是规划创新技术工业，进行吞并和收购，旨在巩固大型企业集团的国际竞争力以及停用过时的工业。

可持续发展，保护环境和节约资源

可持续发展问题已成为中国公共政策的一个组成部分，在“十二五”规划中占有重要地位。关注可持续发展直接关系到社会政策，鉴于日益增多的污染的影响，气候变化对人口的影响以及现代化经济进程的影响，且中国的利益以适应绿色经济为技术样本，因此提高了竞争力，还减少了对进口自然资源，尤其是能源类资源的依赖。

该规划制定了降低16%的能源强度（能源/国内生产总值）的目标，并决定在目前阶段的能量矩形图中，非化石资源的比例应增加3.1%，达到11.4%。二氧化碳的排放强度（二氧化碳/国内生产总值）应减少17%。2011年，应确立排放权贸易计划的指导方针。此外，该规划还制定了森林覆盖率增长1.3%的目标，那么到2015年，将占全国领土总面积的21.66%。

根据以上所有发展目标，相对于2005年来说，2015年的二氧化碳排放强度应减少37%（2006-2010年，减少了20%；2011-2015年将减少17%）。如果通过新闻媒体发布消息，称“十三五”计划的目标是减排18%，那么在2005至2020年期间，中国将达到二氧化碳排放强度减少55%的目标，远远高出2009年哥本哈根大会中发布的、中国自定的40-45%的目标。

成果，发展和巴西的收益

中国发展模式的改变对其百姓乃至全世界，在社会、环境和经济方面都将产生有益的影响。国内消费的增长应加强目前贸易平衡的趋势，且在近两年内已经通过中国顺差的下降凸现出来。2010年，中国共进口14000亿美元，已成为世界第二大进口国，并且在本年代末，有望登上第一的宝座。



“

可持续发展问题已成为中国公共政策的一个组成部分，在“十二五”规划中占有重要地位。”

巴西从我们亚洲老朋友的改变中收益颇多。近五年内，双边贸易增长了244%，在此期间，巴西的顺差达到顶峰（2010年顺差为520万美元），且具有很大的潜力继续增长并变得多样化。2010年，中国也是巴西最大的外国投资商，共投资1500多万美元。同样至关重要是在科学技术领域和环境方面，我们双边合作的发展潜力。我们大家以及政府、社会和企业，应好好利用中国巨变所带来的众多机会。 ▽

本土创新，自主创新

来自里约联邦大学COPPE学院生产工程系-阿德里亚诺·普罗恩萨教授

在经历了很长一段时间才认识到科学技术和创新对于国家发展的重要作用后，2005年10月，中共中央委员会提出了**自主创新原则**——根据原意译成英语为“**indigenous innovation**”——在战略层面与邓小平得改革开放政策相似。这一决定标志着中国经济战略的转变。

除了要根据引进和效仿发达国家的技术进行工业整顿外，还指出了一项中国发展道路上解决问题的新动力。2006年1月，胡锦涛主席在一次演讲中阐述了一种新的逻辑方式，2月，国务委员会发表了《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006-2020）》。从那时起，就制定、提出、测试并审查了国家与地方政策及各项法律法规，真正符合了促进“indigenous innovation(即自主创新)”总指导方针下的“生态系统”的公共政策。这些政策涵盖了不同方面的指令：政府优先购买权相关问题的立法和知识产权保护的实施；且目前是中国政府与美国、德国等其他国家政府激烈辩论的核心话题。

但是如何正确理解“Indigenous Innovation”呢？我有幸能与一些中国学者讨论这个问题，他们认为“indigenous innovation”这种翻译方法没有将自主创新的含义完全表达出来。类似的“*inovação independente*”也未令其满意。事实上，规划纲要的内容，这些教授的意见以及参考文献都暗示出，正确的翻译方法应同时包括以下三方面：

- (1) 真正原始性的创新；
- (2) 汇集现有技术，好比在某个进程当中，有多种创新技术的解决方法结合在一起，但只有某一种才是最佳的解决方案；
- (3) 在改良引进技术的基础上（并非一味地吸收），进行再创新。

这一概念的核心在于转变，然而事实上，该技术的本质是内在的“本土”，因为本意是假设仍然进行互动、合作、联盟、组合及兼并外国技术。其核心似乎在于从各种不同的技术、产品和工艺形成的源头，达到“**独立定义**”的创新，也就是说，**自主创新**，对于以上这些，中国社会的工业、政府和学校都可对其进行治理和管理，并控制其所有权。这层含义更加清晰地指出了一种英文翻译方法，且我有幸听过一次，即“**self-innovation**”原则。

鉴于目前世界经济中国动力中存在的议程问题（按照巴罗斯·德·卡斯特罗教授恰当的解说），因此，我们可以说中华人民共和国为加快“自主创新”能力发展而提出的政策，和中国纺织产业的发展似乎已成为在世界工业面前的核心战略挑战。根据近三十年的历史，我们不能忘记中国是如何证明自己有能够实现这一野心的。

有关汇率、成本和中国物价的讨论显然是中心话题，并且一直吸引媒体和在巴西工业中存在“中国问题”的主要辩论者的关注。然而，在这部当代戏剧的背景下，潜伏着一个正在形成的、更具挑战性的中国创新工业。 ▀

简介

中国-巴西企业家委员会是由独立的两方所组成，一方在巴西，另一方在中国。致力于促进中巴经济交流，特别是促进两国企业间的对话。中巴企业家委员会提议为有助于为两国企业之间贸易和投资的良好环境而作出贡献，并寻求了解和推广巴西和中国之间的动态关系的新趋势。为此，致力于加强与成员企业和机构的关系，并以各成员企业和机构作为中国和巴西关系了解的新框架的信息和建议的来源。目前，中巴企业家委员会是由约七十家中巴两国在投资和贸易方面最重要的企业和机构所组成。



理事会成员

巴方

总裁

塞尔吉奥·阿马拉尔大使

发展工商外贸部前任部长兼 Felsberg & Associados
律师事务所合伙人

执行副总裁

法比奥·斯皮纳

淡水河谷制度关系总顾问

董事

阿尔弗莱多·德·谷艾

SERTRADING 公司总裁

亚历山大·言巴尼斯

SUZANO 纸浆贸易部执行经理

安东尼·奥奥古斯托·德·托尼

黑皮米-巴西食品公司副总裁

费尔南多·阿尔维斯

普华永道主席

奥拉西奥·阿拉贡内斯·富加斯

巴西航空企业事务执行副总裁

莫里小野诚治

ALGAR 战略总监

罗伯特·米拉尼

COMEXPORT 公司副总裁

佩德罗·弗雷塔斯

VEIRANO 律师事务所合伙人

中方

荣誉主席

中国外运集团董事长苗根书

主席

新兴铸管集团有限公司刘明忠

理事

中国五矿集团公司

中国石化集团总经理张耀仓

中国铁路建设董事长李国瑞

国信证券董事长何如

中国北方工业公司董事长张国清

宝钢集团总经理戴志浩

中国航空工业集团公司总经理林左鸣

山西对外投资贸易集团有限公司董事长张有升

安信地板董事长卢伟光

中国林业集团公司总经理张樟德

中国铝业公司董事长熊伟平

中国中信集团公司董事长孔丹

会员企业

巴西部

巴西投资外贸局 (Apex-Brasil)
阿尔加公司 (ALGAR)
巴西基础设施和基础产业协会 (ABDIIB)
巴西植物油产业协会 (ABIOVE)
巴西牛肉出口工业协会 (ABIEC)
巴西银行 (BANCO DO BRASIL)
BNDES
布拉德斯科银行 (BRADESCO)
巴西食品股份有限公司 (BRF BRASIL FOODS S.A.)
巴西国际关系中心 (CEBRI)
哥伦比亚贸易公司 (COLUMBIA TRADING)
COMEXPORT 贸易公司
EMBRAER 巴西航空工业公司
安永 (ERSNT & YOUNG)
马托格罗索州工业联合会 (FIEMT)
米纳斯吉拉斯州工业联合会 (FIEMG)
圣卡塔琳娜州工业联合会 (FIESC)
圣保罗州工业联合会 (FIESP)
里约热内卢州工业联合会 (FIRJAN)
费尔伯格联合律师事务所 (FELSBERG E ASSOCIADOS)
MULTI 集团
巴西华为公司
巴西钢铁协会 - IABR
ITAÚ BBA 银行
毕马威 (KPMG)
马查多迈耶 (MACHADO MEYER) 律师事务所
奥迪布里切特 (ODEBRECHT)
普华永道 (PwC)
SERTRADING
标准银行 (STANDARD BANK)
巴西世天威公司 (STEINWEG)
苏萨诺浆纸公司 (SUZANO PAPEL E CELULOSE)
托齐尼·弗莱雷律师事务所 (TOZZINI FREIRE ADVOGADOS)
米纳斯吉拉斯钢铁公司 (USIMINAS)
淡水河谷公司 (VALE)
维拉诺律师事务所 (VEIRANO ADVOGADOS)

赞助:



协助:



中国部

中国外运集团公司
新兴铸管集团有限公司
中国五矿集团公司
中国石油化工
中国铁路建设有限公司
国信证券
中国北方工业公司
宝钢集团公司
中国航空工业总公司
山西外商投资贸易 (集团) 有限公司
安信伟光 (上海) 木材有限公司
中国林业集团公司
中国铝业有限公司
中信集团
中粮集团有限公司
中国有色金属工业对外工程建筑集团有限公司
中国冶炼集团有限公司
兖矿集团有限公司
华为技术有限公司
山西大金国际 (集团) 有限公司
永城煤电集团有限公司
玖龙纸业 (控股) 有限公司
福建电子有限公司
江阴澄星实业集团有限公司
中国土木工程建设公司
威视有限公司
青岛如隆国际贸易股份有限公司