

## “中國製造”折射中美互利共贏經貿格局

2011 一月 10 23:37:45 PST 来源:新華社

“除了這棵松樹產自美國，其餘這些東西差不多都是‘中國製造’吧”，兩個孩子的母親達娜·薩普多魯指著家裡聖誕樹周圍的禮物對新華社記者說，“你瞧，樹上的所有裝飾品、女兒的培樂多（橡皮泥）、兒子的電動汽車玩具、我先生的羊毛圍巾，以及這些禮物的包裝紙和絲帶……”

薩普多魯家的聖誕禮物是“中國製造”在美國普及的一個縮影。在很多美國家庭看來，沒有“中國製造”的耶誕節是不可想像的。可以說，美國千萬家庭享有“中國製造”帶來的實實在在的好處。

大約在10年前，記者第一次踏訪美國時對商場裡常見的低價中國產品還感到有些驚訝。當時，中國剛剛加入世界貿易組織。而今，如果在哪家美國商場裡看不到中國貨，會更讓人感到不可思議。

隨便走進一家美國商場，無論是百貨類的，如梅西百貨、塔吉特、沃爾瑪，還是專賣店，如玩具反鬥城、聚會城，中國貨比比皆是。在弗吉尼亞州一家樂器專賣店“吉他中心”，新年店內最醒目的促銷品——一款79·99美元的雅馬哈牌電子琴產地為中國天津。在華盛頓市中心一家旅遊紀念品專賣店，記者看到幾十個美國小學生正在興致勃勃地選購幾乎是清一色的中國製造的商品。

事實上，十年來，已滲透到美國人衣、食、住、行各個層面的中國貨不再只是低價的代名詞。在佛吉尼亞阿靈頓縣一家精緻的廚房用具專賣店，銷售員格蘭特用中文對記者說：“我們這裡銷售來自世界各地的產品，中國產品價格很有優勢，但品質卻一點兒也不遜色。”在世界銀行工作的詹妮家裡有不少東西產自中國，她對記者說，她買東西首先看品質和安全性，其次才是價格。

中國現在不僅僅以小商品生產基地為美國人所認知，也逐漸在大型耐用品與前沿產業製造領域引起關注。在2010年的拉斯維加斯國際消費電子展上，中國家電企業高管首次與微軟公司首席執行官鮑爾默等世界名企掌門人同台發表主旨演講。在2011年該展會期間發佈的《消費電子》雜誌評選出的2010年全球50大消費電子品牌中，海爾、TCL、海信、華碩、聯想等中國企業榜上有名。

國際貨幣基金組織亞太部中國專案負責人奈傑爾·喬克對記者說：“這些年來，中國在全球供應鏈中成功融入世界，各種產業都取得高速發展。可以說，中國的商業模式是非常成功的。”他說，隨著中國產品在國際價值鏈中的上升，“中國製造”對世界經濟將產生積極影響。

對於某些人指責“中國製造”搶佔美國就業崗位的論調，美國卡托研究所貿易政策研究中心主任格裡斯沃爾德認為，美國製造業就業崗位流失是經濟全球化下國際分工的產物，要讓低端製造業崗位回流美國幾乎是不可能的。此外，儘管在製造業上的工作崗位有所減少，但美國這些年在服務行業創造的就業遠遠超過了製造業。

他認為，“中國製造”不僅改善了美國消費者生活，也使美國製造業受益良多。美國公司利用中國進口的低價產品生產其他商品，降低了生產成本，國際競爭力增強。這也是美國出口近年來大幅增加的一個原因。

美國喬治梅森大學經濟學教授約翰·厄爾對記者說，這些年來，“中國製造”一方面使中國人積累了財富，樹立了新興市場經濟體發展的一個成功模式。另一方面，“中國製造”不僅僅為美國消費者提供了質優價廉的產品，保持了穩定的低物價環境，實際上，中國企業升級的過程也會產生對美國產品和服務的巨大需求，因為中國是美國增長最快的出口市場。可以預見，未來“中國製造”的發展依然會在互利共贏的中美經貿合作關係中發揮重要作用。

作者: 劉麗娜