

助推“中国制造”转型发展

□ 周海彤 郭彦冰

改革开放以来,由于我国良好的投资环境,许多世界知名企业纷纷来华投资设厂,我国制造业迅速崛起和成长,越来越多“中国制造”的产品走向世界。工业规模不断扩大,产品出口竞争力增强,高新技术产业发展迅速,装备制造日益强大,主导地位显著加强。我国制造业中已有近200类产品的产量居世界第一。

与此同时,也应看到,原材料定价权和销售定价权由国外产业资本掌控,很大程度上制约了我国制造业的发展,而“中国制造”利润低、质量差的原产地形象(指由于进口商品原产地的不同而使消费者对其产生不同评估,从而对进口商品形成的一种进入当地市场的无形壁垒)也使得“中国制造”大而不强的问题仍然存在。一是代加工企业利润低。低廉的劳动力成本虽为我国带来了大量生产订单,但执行这些订单的生产厂家实际获利较少。我国制造业尤其是出口代工企业,尚处于低水平制造能力的阶段,即通过代工的方式融入全球价值链,面临越来越大的生存压力。不仅如此,近年来,不少厂商为保住国外市场,大都采取了先付货、后交钱的方式。有的国外零售商和中间商在交货半年后甚至是货品售出后才付款,把库存费用转移给了生产者承担。二是

代加工产品质量有待提升。近年来,“中国制造”在国外连续发生市场危机,“中国制造”产品频频被曝存在质量问题,在国际市场引发了“信任危机”,严重影响到出口贸易和产品的国际形象。国内企业存在着在产品质量上“凑合”的观念,特别是一些中小型加工企业,这种观念严重制约了企业的产品升级。许多专家指出,产品质量问题已成为影响我国制造业竞争力的重要原因。制造业效率低、缺乏创新严重制约了质量的提升,而质量不高附加值就少,很难增加利润,也就没有更多的钱投入研发提升质量。不少企业就这样陷入了恶性循环的怪圈之中。

虽然我国制造业的出口量位居世界前列,但在质上还远远落后。主要是因为制造业的发展过于依赖物质资源的投入,使其在快速发展的同时,也带来了资源消耗过多、环境污染严重等沉重代价,背后折射出的是一些深层次的问题。

一是“中国制造”在产业价值链中处于劣势环节。制造业产业链条主要可分为产品设计、原料采购、仓储运输、订单处理、批发经营、终端零售、生产制造7大环节。而我国大多数企业只占据了7大环节中的生产制造,其他6个环节都控制在欧美国家

企业手中。由于“中国制造”企业缺乏自主的生产技术,很多关键零部件的生产和关键工序无法依靠自身实力完成,从而必须借助于国外品牌,导致“中国制造”只能为其做外包或“OEM”(代工生产)定牌生产。这使我国制造业产业面临总量很高、增加值很高、增加值率却很低的现状。在完整的产业价值链中,尤其是在设计开发、品牌和国际营销等几个增值空间较大的环节中,“中国制造”的大多数企业处于竞争劣势,处于全球产业链的最低端。因此,我国要想成为真正的“发达的工业国家”,就必须向高附加值环节扩张,一个是向自主知识产权扩张,另一个是向拥有自己的品牌、自己的营销渠道、自主营销手段扩张,要逐渐摆脱两头在外、自己在中间干苦力的局面。

二是涨薪潮、用工荒使得“中国制造”的比较优势在逐渐流失。从东部地区企业加薪和中西部地区政府上调最低工资标准等涨薪潮和东南沿海地区大规模的用工荒现象可以看出,劳动力成本上升给企业带来了较大成本挑战,这将对我国经济和制造业产生深刻影响。有专家分析提出我国的劳动力价格优势将在5至8年后消失。但从某些角度来看,劳动力成本上升是一把双刃剑。一方面,它

会增加企业成本负担,挤压企业的生产经营利润;另一方面,它会迫使企业提高劳动效率,转向用工更少、附加值更高的技术和资本密集型行业,进而推动整个产业升级与进步。虽然短期内企业将面临困境,但从中长期来看,加薪对我国制造业发展有益,利于提升整个产业的竞争力。企业要把过去的低成本竞争优势转化为高效率竞争优势,以化解劳动力等要素成本的上升。

三是原产地的价格比远涉重洋更昂贵。近年来,因为存在价差吸引力,越来越多的国内消费者选择在国外购买包括“中国制造”的国际品牌商品。这个现象的产生主要和税收体制、流通体制两个因素有关。其中,税收体制因素源于我国的鼓励出口政策。纳税人出口商品的增值税税率为零,对于出口商品,不但在出口环节不征税,而且对出口企业采取退税。流通体制因素则源于我国商业流通环节中纷繁复杂的交易成本,包括物流成本和进入销售网络进行分销的成本。一件商品进入销售终端,除了运输费用以外,还需向卖场缴纳高额的进场费、摊位费、上架费等。正是凭借价格优势,“中国制造”行销全世界,但尴尬的是,同样的产品,原产地的价格反而比远涉重洋之后更为昂贵。

综上所述,我国制造业目前的状况仍停留在基础加工上,远没有形成研发、设计等完善的产业发展链,面对“中国制造”的原产地形象所带来的障碍,我国应从加大投入,出台财税扶持政策等多方面入手,寻求解决措施。

一是加大研发力度,创造核心技术。面对激烈的市场竞争,我国企业面临的竞争压力主要是来自于自身

研发投入的不足。因此,要将技术引进与技术创新相结合,并在此基础上形成我国具有自主知识产权的技术体系,逐步实现由“生产基地”向“研发基地”转变迫在眉睫。一方面,应切实加大财政科技投入力度,完善财政科技投入稳定增长的机制。另一方面,应充分发挥财政投入和财税政策的引导作用,促进全社会尤其是企业增加科技投入,建立多元化、多渠道的科技投入体系。积极落实促进科技创新的税收扶持政策,包括鼓励高新技术企业发展、研发费投入、技术转让等方面的税收政策以及对购买相关科技开发用品、重大技术装备和产品涉及的关键零部件及原材料等的进口税收优惠政策。综合运用无偿资助、贷款贴息、风险投资等多种投入方式,积极推动企业技术创新和产学研有机结合。加大对科技型中小企业技术创新基金的支持力度,不断丰富政策内容,支持中小企业技术创新活动。

二是保持原有优势,创造新的价值。正确认识和定位“中国制造”,目前的“中国制造”技术还处于较低的水平,通过“国际代工”的方式可以学习西方优秀的发展模式和先进的技术,等技术成熟以后就可以独立门户,在此基础上发展自己的品牌,实现从“代工生产”到真正“中国创造”的关键转变。在传统销售渠道已经难以打开局面的情况下,网络渠道无疑打开了另一扇门,得益于“宅需求”和“网经济”的发展,从“中国制造”转型为自主品牌的例子已不在少数。“网宅”经济模式驱动下的“中国创造”自主品牌已经在“网络化”的生活中成为一种生活方式和经济模式。对此,财政部门应适时而应,加大政策扶持和资金投入力度,利用“网络化”

经济模式推进类似凡客这样“中国创造”的企业不断发展壮大。

三是加强承接服务外包能力。“中国制造”产业升级的重点是服务业,“制造服务业”是我国从制造大国向制造强国迈进的关键一步。在发达国家生产性服务业占国家GDP的50%左右,而在我国这一比例还不到40%,制造服务业仍有很大升级空间。随着科技不断进步和经济全球化进程的加快,继制造业之后,近年来出现了发达国家向具有低成本、人才优势的发展中国家转移知识型服务业的新趋势。服务外包成为其中的重要特征。承接服务外包业务具有扩大就业、吸收消化国外先进技术、提升企业技术服务水平、优化外商投资结构等多个优点,相关企业承接服务外包业务是适应全球经济由“制造经济”向“服务经济”转变的需要,也是适应我国进一步优化出口结构的政策性需要。由于我国已初步积累了大规模承接国际服务外包、打造“中国服务”的基础和能力,以承接国际服务外包为突破口,带动我国服务业全面发展,对实现“中国制造”向“中国服务”的转变,具有十分重要的意义。目前,我国已经加大了对服务外包产业的财税支持力度,如给予服务外包示范城市公共平台建设的资金支持,对相关服务外包企业加大资金支持力度等。在此基础上,应进一步放宽服务外包企业享受政策的条件,扩大政策受众范围。同时,财政部门应继续给予服务外包企业新录用人员定额培训补助等政策和资金的支持,推动从事服务外包业务的企业和人才培养机构加快发展,提高我国承接国际服务外包、打造“中国服务”的人才基础和能力。

(作者单位:山东大学)

责任编辑 周多多