

外贸业转型 全产业链升级战略

■ 本报记者 万斯琴

近一段时间以来,长三角和珠三角中小企业坏消息频出,继此前温州中小企业资金链断裂,企业主外逃之后,珠三角中小企业遭生存“困局”加剧。

出口导向型经济曾经让中国抓住了国际产业大转移的平台,依托丰富的劳动力资源,发展出口加工业,带来了入世10年来的高速增长。

然而,过于依赖海外市场和低端制造业,也制约了经济进一步发展的脚步。珠三角、长三角作为中国制造的窗口,如何摆脱束缚,加快经济转型成为十分紧迫和艰巨的任务。

中小企业告急

中国人入世后,为适应全球经济一体化和区域集团化的趋势,迎接新一轮的世界经济结构调整,两大三角洲分别制定了符合自身情况的战略政策。

媒体曾这样评价长三角和珠三角,犹如一对兄弟,在入世的10年里,肩并肩领舞中国经济。然而,在2008年开始至今的全球金融危机夹击下,两地区的出口型企业都不得不面临转型难题,成为了“难兄难弟”。

有调查显示,今年中小企业利润严重下滑,与2010年相比平均利润减少约30%—40%,经营困难加大。

事实上,利润下滑已然成为今年中小企业最难过的一道坎,2011年中小企业利润的严重下滑,与2010年相比平均利润减少30%—40%,经营困难加大。而面对生产成本的上涨,小企业缺少通过品牌建设、核心技术等手段提升利润的能力。

目前,珠三角、长三角中小企业发展主要面临四大困境,生产要素价格全面上升,中小企业利润空间遭到压缩;“用工荒”和“用电荒”影响企业经营;中小企业融资难,造成企业资金链紧张;人民币升值吞噬中小企业利润。据统计,有72.48%接受调研的中小企业表示,原材料成本上涨是当前经营中面临的最大困难。目前,大部分行业原材料成本较去年同期上涨约20%—50%。

在过去的20年,中小企业充分发挥了中国原材料和劳动力等价格优势,尽管中小企业单位产品利润率非常低,但国际市场需求规模的规模优势掩盖了中小企业面临的各种问题。

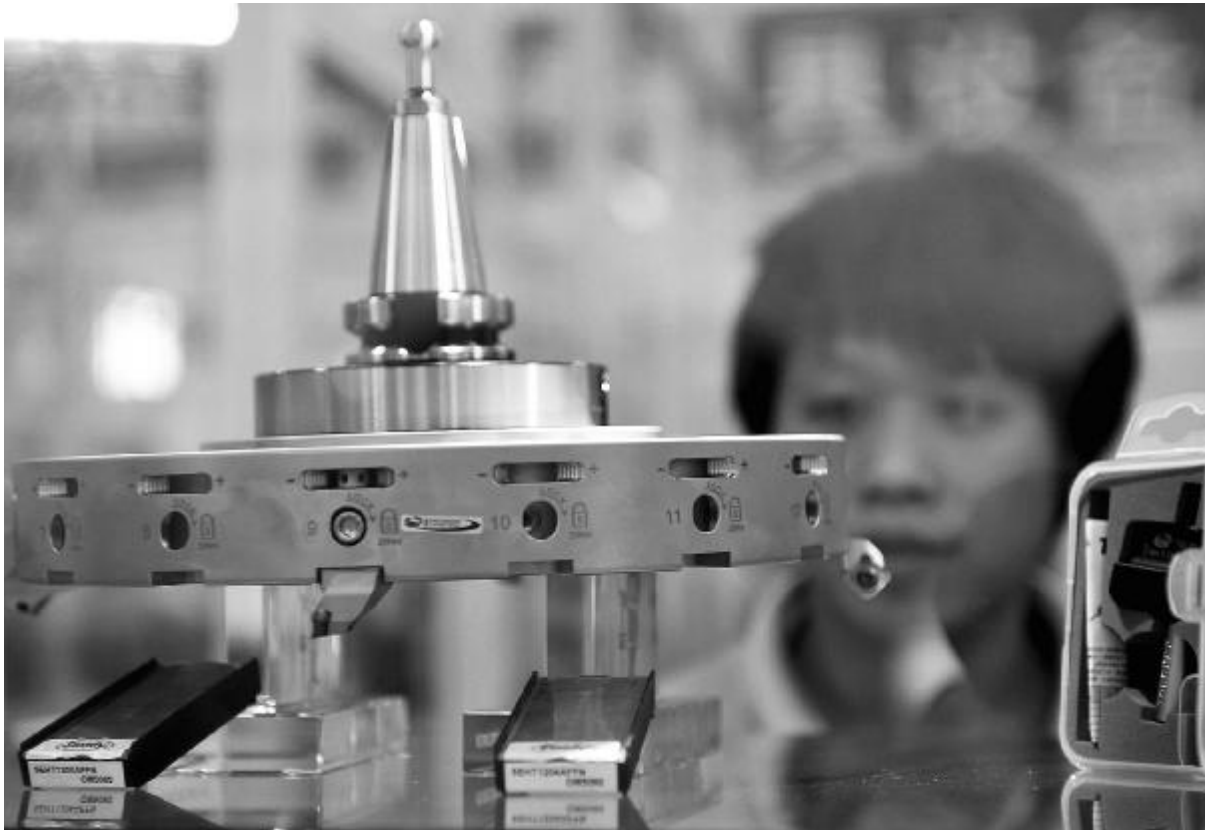
2008年国际金融危机以后,中小企业经营的外部需求环境萎缩恶化,企业出口规模增幅下降。同时,国内中小企业那种不计环境成本、人为压低原材料和能源成本来获得低成本投资和国内分工比较优势的经济增长模式已经彻底漏出。

从根本上来讲,中小企业面临的问题在于其处于产业链的低端,产品技术含量不高、产品或服务的附加值低,不具有产品的定价能力和议价能力,无法应对和转嫁上游各类投入成本的增加,无法获得竞争优势,并保持市场占有率。

因此,要从根本上解决中小企业难题,就要从全球产业链的低端向中高端过渡。

投机浪潮来袭

今年中小企业面临历史未有的多重压力,这其中最令人“无奈”的还是“缺钱”。



专家认为,外贸业转型,要提升沿海开放水平,优化价值链和产业链体系,提高沿海地区参与国际合作和竞争的层次。 CNS 供图

从根本上来讲,中小企业面临的问题在于其处于产业链的低端,产品技术含量不高、产品或服务的附加值低,不具有产品的定价能力和议价能力,无法应对和转嫁上游各类投入成本的增加,无法获得竞争优势,并保持市场占有率。

因此,要从根本上解决中小企业难题,就要从全球产业链的低端向中高端过渡。

有专家认为,原材料成本上涨是当前经营中面临的最大困难。原材料成本的上涨导致珠三角小企业利润出现大幅下滑,用工成本上升。另外,国内外订单萎缩以及汇率等因素也在挤压企业利润,小企业只能消耗2009年、2010年良好经济形势下的积累艰难维持。

当前小企业“吃老本”现象严重,多在消耗前两年的积累艰难维持。72.45%的小企业预计未来6个月没有利润或小幅亏损,3.29%的小企业预计未来6个月可能大幅亏损或歇业。

面对困境,绝大多数开工率较低的小企业都以瘦身为主,而非关厂。一些小企业已经调整了原材料备货、接单策略。为预防人民币升值及国内原材料价格波动,部分小企业会将大订单拆分成小订单,以缩短生产周期,并将主要精力集中在结算周期较短的订单上,以把控利润。

值得关注的是,这些都无疑是给企业的发展加大了阻力。是真的资金短缺不足,还是资金市场存在问题,这些问题如不能及时解决,这将是2008年金融危机后的又一次危机。

转型升级之路

事实上,拉美国家曾为了改变粗放型、外资依赖型的发展模式,尝试过改革,遗憾的是转型未能顺利完成,主要是因为企业竞争能力的缺乏,由此带来了一系列经济、社会问题,这种现象被称为“拉美化”。

如今的珠三角、长三角,也面临着同样的难题:面对不确定的转型效果,是否需要放手一搏呢?这是转型时期最大的困惑,又该如何应对呢?

目前,中国中小企业的现状决定了不是每一家企业都有能力完成“华丽转身”。要想让加工贸易企业从“生产车间”变身“企业总部”,内销市场的开拓、技术创新的提高,这是他们需要面对的共同难题。

眼下,中小企业除了提高企业品牌意识、提升产品竞争力外,还有一些企业尝试着“走出去”,在越南等国家建立生产基地。

有关人士认为,这不仅能消除、规避国际贸易壁垒给企业带来

的不利影响,还可以享受国外的优惠政策和人力资源成本优势。

以绍兴为例,该市越美集团、达亨集团、海亮集团分别在海外兴建了尼日利亚纺织工业园区、博茨瓦纳纺织工业园区、越南龙江工业园区。据了解,其中的越南龙江工业园区目前已有9家中国企业入驻,其中不乏正元林业、双达木业等劳动密集型产业。

目前,珠三角、长三角越来越多的地方政府在进行“自上而下”的经济结构转型升级,然而,事实上,以目前该地区中小企业的财力和人力,对产业升级、创新做“加法”,不少中小企业仍显得“心有余而力不足”。

专家建议,减免税费负担,对中小企业转型加强支持和引导。一是将中小企业长期发展纳入地方产业发展规划中综合考虑,加强对中小企业转型升级的业务指导和政策引导,为中小企业健康发展提供良好环境。二是切实降低中小企业税费负担,尤其是对国家支持发展产业的中小企业,落实扶持政策,严禁对企业摊派税费。三是加强对中小企业经营管理人员的培训,提高其经营能力 & 发展规划能力。

与此同时,增加配套政策的透明度和公平性,为中小企业突围扫除障碍。有关部门要着力破解中小企业转型升级的要素制约,在资源、市场准入、人才引进、知识产权、地电水气、社会保障、劳动用工等方面给予中小企业更加透明和公平的政策保障,为中小企业转型升级扫除障碍。

中国商务部国际贸易谈判副代表表示,“要提升沿海开放水平,发挥长三角、珠三角、环渤海地区对外开放的重要作用,优化价值链和产业链体系,提高沿海地区参与国际合作和竞争的层次。”

业内人士普遍认为,新的世纪、新的潮流,必然呼唤新的思维模式、新的战略构想。面对国际、国内及自身的各种不利因素和矛盾筑成的挑战“鸿沟”,珠三角、长三角应把入世10年取得的成绩和面临的问题做一个反思,当另辟蹊径,内功与外进同练,全面实施创新型发展战略,力求在区域竞争与合作进程中实现双赢,胜利完成现代化建设新长征。

欧美市场低迷

中国外贸出口 转向新兴市场

在艰难的形势下,很多出口型企业正通过贸易对象多元化,努力开发中低端的新兴市场,以弥补欧美市场的缺口,其中“金砖五国”为重点对象。

■ 本报记者 陈青松

“自今年上半年开始公司外贸销量就直线下滑,尤其是欧美的订单更逐月减少。”在接受《中国企业报》记者采访时,广东圣格服装公司销售部的张经理表示,目前服装外贸形势很是低迷。

然而,今年外贸不景气的不仅仅存在于服装行业。近来,欧债危机及国际金融市场动荡,世界经济复苏进程缓慢,对我国出口贸易整体带来了非常严峻的挑战。

近日,《中国企业报》记者调查采访广东、浙江一带出口型企业了解到,不少企业为了寻求出路,已努力开发印度等新兴市场。

外贸低迷

媒体报道称,10月15日开幕的广交会上,多数出口企业负责人表示,现在外贸生意越来越难做,“欧美客户难觅踪影,下单犹豫观望、意向订单大幅缩水。”

海关总署10月13日发布的数据显示,9月我国进出口总值3248.3亿美元,同比增长18.9%,环比下降1.2%;贸易顺差145.1亿美元,同比收窄12.4%。今年以来连续两个月收窄。前3季度我国进出口贸易增速呈现高位回落态势。月度增长速度由3月份的31.5%回落到6月份的18.5%,8月份反弹至27.1%,9月份又回落到18.9%。

10月20日,《中国企业报》记者联系广州服装批发市场多家工厂的“档口”,一位姓马的管理人员告诉记者,目前服装外贸持续低迷,很多商户都以国内为主,出口到香港和台湾的也有一些。

中投顾问高级研究员薛胜文在接受《中国企业报》记者采访时表示,从我国今年1—8月份的外贸进出口总量来看,我国的外贸出口订单正在逐渐减少。

据深圳市外商投资企业协会对其200家会员企业的调查显示,受调查的企业中90%的利润下滑10%至15%。

“现在对外贸企业来说,控制成本非常重要。”广东帝豪润达电气股份有限公司海外销售部的一位工作人员对《中国企业报》记者表示。

《中国企业报》记者在调查中,多家企业相关负责人表示,由于原材料、劳动力等成本上升,利润空间受到挤压。而今年钢铁、铜等震荡攀升,成本的增长导致企业利润下滑,竞争力下降。

据了解,在我国外贸出口主要对象中,欧盟是我国的第一大贸易伙伴,在出口产品中,五金机电产品已连续16年保持第一大类出口商品地位,占外贸出口总量60%,增量70%以上。去年下半年,欧元兑人民币持续贬值超过15%,连日来欧债危机的加剧使机电出口出现了低位徘徊。

薛胜文对《中国企业报》记者表示,外贸低迷体现在部分行业的出口利润率方面,外贸出口行业由于国内经济通胀影响,部分外贸加工企业综合成本大幅上升,而与此同时,由于议价能力较弱,导致整体外贸出口势头逐渐恶化。

据记者了解,人民币兑美元汇率快速升值,导致企业的出口无利润甚至亏损,因此存在单子越大、亏得越多、不如不接单的现象。

一方面原材料、劳动力、汇率等原因造成成本上升,另一方面又遇上欧美经济低迷,再加上国内银根紧缩,外贸低迷不可避免。

出口转向

10月19日,商务部新闻发言人沈丹阳接受媒体采访时称,近几个月以来中国外贸发展不稳定,不确定性因素增加,今年全年进出口增幅将呈现“前高后低”的走势。沈丹阳同时预计,中国外贸在今年第四季度以及明年第一季度将面临更严峻挑战。

公开数据显示,今年以来人民币汇率多次创新高,累计升值幅度已经超过4%。这一比例超过了出口型企业的预期。而近期中美汇率法案之争,更加剧了企业对未来的忧虑。

中国外贸出路在何方,如何应对欧美市场疲软?《中国企业报》记者通过采访数家分布于纺织服装、机电等不同企业发现,有企业大致采取两种方式应对:一种常见的方式是涨价,企业订单价格普涨5%—10%。生产成本不变,人民币升值幅度比预期大,接单就会亏本。为了冲抵汇率风险,很多企业不超过3个月周期的订单。

在目前艰难形势下,很多企业开始积极转型,通过创新提高产品的附加值,在买方市场提高话语权,其中主打“节能环保”牌成为一种趋势。以太阳能收音机和手电筒为例,有的企业仅此一项每个月能收获来自欧美的上百万元订单。

“市场因素倒逼企业进行调整、转型。新一轮的调整、洗牌开始。应变能力强、能够获得发展壮大的机会,反之就只能退出市场竞争。”罗坤明对《中国企业报》记者表示,“当前经营环境没有大的好转,而出口型企业主要做的就是积极调整、转型,加快产业结构优化升级。由附加值低的低档产品转向附加值高的高档产品。”

另外,很多出口型企业正通过贸易对象多元化,努力开发中低端的新兴市场,以弥补欧美市场的缺口,其中“金砖五国”为重点对象。

广东圣格服装公司张经理告诉《中国企业报》记者,“通过和印度等新兴市场的客商接洽,我们发现这些国家的产品档次虽然不高,但其实蕴含着更多机遇。”张经理说,“比起成熟的欧美市场,这个新兴的市场同样不可小看。”

“从目前国内宏观经济走势来看,整体经营情况好转需要等到明年第一季度,只有政策转向才能促进外贸产业好转。”薛胜文对《中国企业报》记者表示。

(上接第六版)

外资发力 自主品牌危机四伏

随着越来越多的跨国车企进入中国,本土车企的寒冬已经提前显现。“为什么入世之初,中国车企没有明显感受到冲击?是因为国家政策规定,合资企业外资公司不能控股,以各占50%的比例运作。所以说,‘狼’在养着‘羊’,随着竞争的加剧,如果国家放开政策,‘狼’会马上把‘羊’吃掉。”贾新光说,市场就是这么残酷。

今年1月,大众汽车集团(中国)宣布5年内将在中国投资106亿欧元,同时,通用汽车也发布了两年内在华20款新车上市计划。此外,福

特、日产及标致雪铁龙等车企对中国市场的投入均进一步加大。

而相比之下,几家本土车企却纷纷在其他领域发力,引发业内颇多猜测。今年10月,北汽集团爆出消息称,将与北京航空航天大学联手涉足飞机制造业;不久前曾有消息爆出,奇瑞汽车和华泰汽车均已投入巨资进驻煤炭行业。

是多元化投资战略,还是承受不了车市的寒冷另谋出路,目前尚不得而知。但是一个清晰的事实是,随着跨国车企的长驱直入,中国本土车企的生存空间正一点点被蚕食。

从2010年开始,外资品牌也开始推出“本地化”汽车产品,挺进低端路线。这让曾长期被本土车企把持的低端市场“危在旦夕”。2010年

初,上海通用雪佛兰新赛欧上市,最低售价5.68万元。此后,上汽通用五菱、东风日产等公司纷纷推出合资自主品牌,产品主攻方向均为10万元以下市场区间,与自主品牌开始了短兵相接。

今年年初,有汽车专家预计,随着道路交通设施的逐步完善,未来中国汽车市场将呈现两极分化的倾向,即向低端和高端两个方向发展。而高端车市从来都是外资巨头把持的领域,随着中国市场的进一步开放,进口高端车将越来越多地涌入国内。

“技术是人家的,零部件也是人家的,现在再加上本地化生产,可以卖得更便宜。”贾新光称,“如果中国进口汽车关税下调,高端市场也会成为外资品牌独霸的天下,上下合围,

中国本土汽车企业的日子越来越不好过”。

中国企业的出路何在?业界专家的答案是必须强大起来。“中国汽车企业要发展,必须从传统汽车开始,自己研发核心技术,逐步向高端技术迈进,除此之外,没有第二条路可走。”商务部指出。

不过,这并不容易。“入世10年,也没拿来技术,现在所有优势都不在你手上,从头再来,太难了。”贾新光称,但是,没有技术、没有战略,绝对是死路一条。

中国汽车工业协会秘书长董杨认为,除了技术之外,中国车企还要培养全球性品牌,但这需要先进的文化和管理,需要一流的人才和薪酬制度,否则20年后,还是打不过人家。