

## 中国制造:融合求新

■ 本报记者 李志豹

随着原材料、劳动力等各种成本的上升,中国制造业的低成本优势正在逐渐消失。然而,国家并没有坐等这种制造优势的减弱,而是努力将中国制造带向一个更高层次。

“要适应制造业转型升级的迫切要求,大力发展金融、物流、商贸、广告会展、科技服务、信息服务等生产性服务业,促进生产性服务业与先进制造业深度融合,提高制造业的附加值和竞争力。”国务院总理温家宝在今年首届中国(北京)国际服务贸易交易会上的讲话再次强调了国家推动制造业与服务融合的决心与力度。

“生产性服务业确实能带给制造企业更多的附加值与利润增长点,并且两者相互结合共同发展也是必然趋势。”温州服装商会会长郑晨爱告诉《中国企业报》记者。

由于较早的将工厂转向了开发定制服装业务,郑晨爱的企业经营形势越来越好。相比之下,同期的很多同行却因为成本增加、订单减少或者勉强维持或者倒闭关门。

在从传统制造业向服务制造业转型的过程中,郑晨爱尝到了一丝甜头。然而,像他这样的幸运者毕竟不多。郑晨爱的感受是,受生产性服务业发展滞后、有关政策还不完善等因素制约,生产性服务业与制造业融合这条道路走起来并不轻松。

### 现代制造业与生产性服务业融合成为趋势

按照波士顿咨询公司的测算,中国的单位劳动力成本占美国单位劳动力成本的比重将由2000年的3%上升到2015年的17%。这一不断增长的数据显示,我国制造业成本与美国的差距正在明显缩小。

与之相伴的是,一些跨国公司开始将制造工厂从中国迁往更具成本优势的越南等东南亚地区。

很明显,在不可能重新夺回低成本制造优势的情况下,当务之急是做出改变。如何改变? 国家提出我国的制造业要实现转型升级。

而制造业的转型升级需要很多条件的配套,其中生产性服务业的支撑必不可少。

发达国家的经验表明,贯穿于生产全过程的产前、产中和产后三个阶段的制造服务所创造的价值,已经超越物质生产所创造的价值。

事实上,生产性服务业与制造业一直形影不离。生产性服务业来自于制造业生产体系中间投入服务的外部化,制造业生产过程中对服务的中间需求是生产性服务业发展的主要因素,制造业的发展带动着生产性服务业的发展,生产性服务业反过来促进制造业的转型升级。

随着对生产提供服务的增加,出现了服务业与制造业融合生长、组成一个服务业与制造业一体化的生产体系的发展趋势。现代制造业已包含许多服务内容,例如研究开发、原材料和零部件采购、产品设计、物流管理、售后服务、金融服务等等,甚至以服务作为主要内容。

IBM的研究报告表明,服务可以为企业带来两大好处:一是可以创造新的收入;二是在保持客户满意度的同时,降低服务运营成本。“制造服务业能够创造竞争优势,提高企业的竞争力,增强企业的赢利能力。制造业



本报记者 林瑞泉摄

业把服务整合到其核心产品提供物中,将促进企业相当多的收益来自于产品整个生命周期的顾客群。”

实现现代制造业与生产性服务业的融合已经成为上至中央下至地方的共识,有些地方开始取得积极效果。以湖北为例,“一是企业内部的融合发展,从生产加工环节向自主研发、品牌营销等服务环节延伸;二是产业链的融合发展;三是区域间的融合发展。”湖北省发改委有关人士表示,“十一五”期间,湖北先进制造业与现代服务业初显融合态势。

### 生产性服务业供给短缺

其实,国家在很早以前就已经注意到了服务所能给制造带来的价值增长。

2002年,原国家外经贸部开展的相关课题研究表明:在国际分工比较发达的制造业中,产品在生产过程中停留的时间只占其全部循环过程的5%不到,而在流通领域的时间要占95%以上。

研究报告指出,加快发展制造服务业,特别是加快发展与第二产业关联度大的服务业,不仅可以提高制造业的生产效率,降低生产费用,增强企业的核心竞争力,而且可以为经济增长开辟新的增长源。

然而,要做到这样的融合并产生好的效果绝非易事。

一个不容忽视的客观事实是,“十一五”期间,我国服务业得到了较大的发展,在国内生产总值中的比重有所增加,但发展仍不完善和成熟,甚至未能完成“十一五”规划设定的指标。

其中,生产性服务业的发展更是存在着产业总体供给不足,比重低、结构不合理,对经济的推动力不强,集聚效应不明显、区域发展不平衡、面向企业的生产性服务业供给短缺等问题。

表现在微观层面,尽管目前我国已有一些企业开始逐步向制造服务业转型,但总体上看仍处于起步阶段。

一方面,在价值链延伸、提供集成服务和整体解决方案、零部件定制服务等方面仍不足,为行业提供集成解决方案和系统服务的企业仍不多。另一方面,大型企业向新兴产业领域拓展和转型的力度不够,尤其是对真正具有可持续发展前景的医疗

健康、消费、金融服务等新兴领域,开拓的力度则明显不足。

“这就是问题所在。由于我国生产性服务业仅仅处于起步阶段,期望短时间内能给制造业的转型升级带来多大推动不现实。”一位分析人士这样告诉《中国企业报》记者。

同时,对于企业来讲,有转型升级的愿望,却没有足够的资金投入。而有资金的企业,也要考虑未来会不会有经营风险,由此导致企业转型升级和发展服务制造业的动力不足。

### 先进制造业与现代服务业融合新机遇

为此,中国政府在“十二五”规划中明确提出,要把推动服务业大发展作为产业结构优化升级的战略重点,服务业增加值占GDP总量的比重要从43%提升至47%。

国务院总理温家宝在中国(北京)国际服务贸易交易会上也指出,现代服务业是制造业的“心脏”和“大脑”,是实体经济发展的主要支撑和强大动力,“中国处于工业化的关键阶段,现代制造业和现代服务业相互促进、协调发展,是必须长期坚持的战略方针。”

值得一提的是,一些企业积极响应国家的政策要求甚至有一些企业

### 链接

中国企联在对制造业企业的多年跟踪调查发现,不少进入中国制造业500强的企业都存在不同程度“大企业病”。表现为:一是“高烧”,企业的高速增长让管理者头脑发热,缺乏冷静;二是“肥胖”,企业组织结构膨胀,管理层级增多,决策执行的有效性大打折扣。曾是中国乡镇企业一面旗帜的科龙集团,近年来在经营中也出现亏损。科龙总裁徐铁峰曾毫不避讳地表示,“科龙近年来虽然产销销量还在持续增长,但已出现危机征兆:增长速度放缓,赢利能力下降。企业规模大了以后,都会碰到一个‘大企业病’的问题,即所谓内耗太多等。”

我国制造业高速发展的背后,绝大多数企业“大而不强”,对能源的消耗浪费、超量污染排放已经达到一个前所未有的程度。2010年一季度,由于高耗能行业快速增长,一些落后产

早就开始了从传统制造领域向制造服务业的转型。

跟郑晨爱的企业比起来,一些大企业的反应同样迅速。2010年10月,海尔集团就明确提出,海尔将放弃大部分生产业务,采用外包的形式,并向服务业转型,把精力用在研发和渠道服务上。

而起初是装备制造业代表的陕西鼓风机集团,现在已经发展成为为冶金、石化、煤化工、电力、环保等行业提供大型动力装备系统问题解决的集成商和系统服务商,是我国装备制造服务业发展的一个标杆。

创维、TCL、康佳等家电企业加快由制造领域向服务领域延伸,进一步加强了设计、制造、服务的融合互动,建立内容服务和网络服务平台,将经营重心由出售硬件产品向出售软件、服务及解决方案转移。

来自政策层面的鼓励和支持给了更多的企业转型的动力。中央明确要求把加快发展服务业作为扩大内需、培育新的经济增长点的重要领域,作为转变发展方式、调整经济结构的战略举措,鼓励和支持服务业加快发展的政策导向更加鲜明,宏观环境更加有利。

“先进制造业与现代服务业的融合发展迎来了新的机遇。”郑晨爱表示,这条路一定坚持走下去。

能死而复燃,全国单位GDP能耗不但没有下降,反而有所上升。

进入2010年以来,工资水平上升对成本的推动作用愈发明显。在我国产业升级比较缓慢、制造业附加值不高的情况下,提高工资又实实在在地增加了企业的成本压力,一定程度上侵蚀了企业的利润。一项美国咨询公司的研究报告显示,中国的劳动力成本已经高于亚洲其它七个国家。中国沿海地区的平均劳动力成本是每小时1.08美元,内陆省份则为0.55—0.8美元。排名第七的印度是每小时0.51美元,劳动力成本最低的是孟加拉国,价格为上海和苏州的1/5。因此,工资水平的上升客观上要求企业“告别”过去发展所依赖的劳动力低成本因素,加快转型升级的步伐,转换发展模式,才能够化压力为动力,变坏事为好事。

## 专访中国社科院人口与劳动经济研究所研究员吴要武

# 中国制造业如何打造新优势?

■ 本报记者 王敏

“以劳动力、土地等为代表的生产要素价格迅速上升,提高了企业的成本;资金价格虽然被政府人为压低,但由于金融体系为垄断低效的国有银行把持,那些真正有活力并渴望技术升级的民营企业,恰恰很难获得银行的资金支持;更要命的是,由于价格信号扭曲,很多民营企业失去了长期经营产业的积极性。”8月26日,在接受《中国企业报》记者专访时,中国社科院人口与劳动经济研究所研究员吴要武如此表示。

### 低附加值产业很有竞争力

《中国企业报》:中国制造的产品已深入世界各地,您认为中国制造的优势有哪些?

吴要武:中国的优势体现在劳动力素质相对较高,工资成本则相对较低;三十多年的市场发育不仅训练了数亿掌握一定知识技能的产业工人,也造就了数千万民营企业;市场发育伴随着产业集聚,分工链条延长,人们之间的信任度提高,交易成本降低;当然,各级政府多年的基础设施建设形成的运输网络、信息网络,也促进了全国大市场形成。

中国的民营企业,既聪明又顽强,是他们把中国的比较优势成功转化为竞争优势,虽然国际环境会变化,宏观经济形势会波动,但一些企业家队伍和劳动者大军却是稳定的,因此,“中国制造”的优势难以替代。一些发展中国家也想承接中国的劳动密集型产业,他们还有很长的路要走。

《中国企业报》:您认为“中国制造”在海外的发展现状如何?

吴要武:“中国制造”主要集中在与生活紧密相关的领域,到发达国家的超市一看,很多产品都是中国制造的。在低附加值产业,中国的产品确实有竞争力,而且会在未来一段时间内保持下去。

我们经常看到一些煽情的观点:美国卖给我们一架飞机,需要我们生产多少件衬衣、多少双鞋子去交换。这些人可能从来没有参观过东部沿海民营工厂里的衬衣、鞋子的现代化生产线:虽然生产和销售鞋子的利润没有飞机大,只要我们坚持发挥出自己的比较优势,在对发达国家的贸易中,却能一直保持着顺差,我们在国际贸易中并没有吃亏。

我们当然可以提高技术水平和产业层次,提高产品的附加值。进步是个过程,急不得。

### 民营企业是中国制造的希望

《中国企业报》:在未来一段时期内,中国制造业有哪些优势会逐步丧失?

吴要武:中国的制造业确实面临着困难:以劳动力、土地等为代表的生产要素价格迅速上升,提高了企业的成本;资金价格虽然被政府人为压低,但由于金融体系为垄断低效的国有银行把持,那些真正有活力并渴望技术升级的民营企业,恰恰很难获得银行的资金支持;更要命的是,由于价格信号扭曲,很多民营企业失去了长期经营产业的积极性。一旦国际市场有个风吹草动,民营企业便会遭遇严重的困难。

由于印度、越南等邻国所处发展阶段落后于中国,劳动密集型产业总有一天会向这些国家转移,这谈不上“优势丧失”,就像当年发达国家向我们转移劳动密集型产业一样。真正的问题是,我们能否尽快地实现产业升级,动态发挥自己的比较优势,保持增长的可持续性,也使民众的生活水平持续不断地提高。

《中国企业报》:劳动力成本上升、国际需求持续低迷、贸易保护主义抬头……在“中国制造”优势不再的形势下,调结构、促转型、大力发展服务业成为北京等地的重要举措。它能否接替“中国制造”?

吴要武:下一个阶段,因为缺少劳动力投入增长这个要素,经济增长速度下降是必然的。越是这种时候,越要重视增长的质量,要重视市场在配置资源时“发挥基础性作用”。

中国下一阶段要发展的中高端制造业,应该在浙江、江苏和广东等沿海省份。他们当前正面临痛苦的转型,增长速度下来了,但产业升级的进程又不太顺利。一方面,企业家都不愿意经营实体产业,利润太低,转而炒房地产;另一方面,国际环境也不太好,很多发达国家在转移产业时,有意识地避开了中国。

无论是成本上升也好,国际需求低迷也好,都不可怕。只要充分相信并依赖中国三千万民营企业,创造宽松的环境,理顺价格信号,允许他们充分发挥聪明才智,无论国际市场如何变化,这些企业家都会找到巧妙应对的办法。企业家的天职就是从风险中发现机会,而他们的表现,一向很好。

### 利用知识技能的溢出效应打造新优势

《中国企业报》:日前,美国政府宣布,将在俄亥俄州建立一所由政府部门和私营部门共同出资的制造业创新研究所,以扶持美国制造业和鼓励企业在本土投资。在美国意欲重新占领全球制造业创新高地时,中国制造企业如何利用现有优势,打造新优势?

吴要武:美国之所以把大量的制造业放到发展水平不如他们的国家,是市场决定的,绝不是某个政客或企业家发了善心。中国生产的那些产品,美国企业都能生产,没有任何技术障碍。但美国企业之所以不生产这些低技术产品,是因为经济上不划算。一个国家选择什么样的主导产业,是由他们的发展阶段和由此决定的比较优势决定的。

只要美国政府和企业,无法把工资成本降低到中国工人的水平(月工资2000元左右),我们的这些产业,白送给美国企业,他们也不会要的。

市场的奇妙作用在于,它将产业划分出很多层次,美国占最高端,日本和欧洲占高端,我们占中低端,那些发展阶段更低的国家则占最低端。市场经济不是零和博弈,恰恰相反,你利用市场能生活得好,我也能参与市场而生活得好。如果美国制造业真有新一轮创新并获得成功,我相信,中国一定会从中得益——知识技能有溢出效应。正如物理学家费曼所言:第一个傻瓜(美国)能做出来(新产品——原子弹),第二个傻瓜(苏联)也一定能。

### 声明

最近发现有社会人员(杨澜、李丹、崔海鹰、汪红梅,电话:010-68463166 兼传真,59458603, E-mail:cec-ce-da08@163.com)冒用本报名义向企业发放《2012中国500强特刊征稿函》。对此,我们郑重声明,本报及报社任何部门从未组织开展此项宣传活动及类似活动。

对于冒用本报名义欺骗企业的行为以及对本报造成的名誉损害,我们将保留追究当事人法律责任的权利。同时也提醒广大企业,今后在接到此类文件后,可致电本报查询,来电请拨打010-68701500,以辨真伪,谨防受骗。

《中国企业报》股份有限公司  
2012年8月28日

### 纵深

# 全国现代服务业综合试点有望扩大

■ 本报记者 马宁

继北京、上海试点后,近期辽宁也启动了全国现代服务业综合试点。近日,国家发改委、财政部、科技部、商务部等部委召开联席会议,消息称国家将在条件成熟时进一步扩大现代服务业试点,同时建立和完善科技及财税两大政策支持体系。

会议透露,下半年8省市新旧税制转换即将启动,税制转换的主要内容,在现行增值税17%和13%两档税率的基础上,新增11%和6%两档低税率,其中交通运输业适用11%税率,部分现代服务业中的研发和技术服务、信息技术服务、文化创意服务、物流辅助服务、鉴证咨询服务适用6%税率。财政部税政司有关负责人指出,接下来的改革直接利好现代服务业。

2011年7月,中关村现代服务业综合试点作为全国首个试点,到现在也有一年左右,取得了不错的成绩。

### 中关村现代服务业成果

在今年5月的第一届(北京)国际服务贸易交易会会上,通过设立

服务贸易展示洽谈专区、组织数字出版专题活动等形式,展示中关村现代服务业的发展态势及中关村现代服务业试点成果,促进服务贸易上下游企业的交流合作,探索加快高技术服务业发展的新模式。

歌华有线总经理卢东涛对《中国企业报》记者表示,去年11月,歌华电视获得中关村现代服务业试点项目支持。在中关村现代服务业试点项目的支持下,获得了三项国家技术专利,并荣获第20届北京国际广播影视展览会应用大奖。目前公司完成了北京市政府确定的3年普及260万高清交互数字电视工作目标,未来我们的资本开支会显著降低,今年是公司重要发展的拐点。

中投顾问高级研究员薛胜文对《中国企业报》记者表示,从中关村现代服务业综合试点看,我国现代服务业试点取得的成就主要体现在三个方面。第一是在关键技术方面取得重大发展,第二是现代服务业的创新力不断提高,第三是科技创新环境明显优化。

2012年7月初,联合国贸易和发展组织发布《2012年世界投资报告》指出,流入服务行业的外商直接投资在2011年首次超过流入制造业的外

商直接投资,中国吸引外商直接投资的结构已开始向服务业倾斜,主要特征是非金融类服务业引资增加,传统制造业引资放缓,报告预计内需市场将成为中国今后有效吸引外商直接投资的主要优势。

### 试点扩大或释放发展空间

中国目前正处于经济结构调整和转型的关键时期,对服务业的发展提出了新的要求。服务业是衡量一国经济发展水平的重要标志,更是中国转变发展方式和调整经济结构的主攻方向和城乡居民生活水平持续改善的内在要求。同时“十二五”规划也把推动服务业大发展作为一项重要工作,但目前,中国的服务业仍面临多方面问题。受多种因素影响,中国服务业总体供给不足,结构不合理,竞争力不强,对国民经济发展的贡献率不高,与经济社会加快发展、产业结构调整升级的要求不相适应。

根据相关部门统计数据,2011年中国进出口服务总额达4191亿美元,居世界第四位。然而从服务业占GDP比重上看,我国服务业仅占43%,远低于发达国家平均占比70%。在“十二五”期间,国家将把