

时代众议:新时期中国企业发展之路

■ 本报记者 于浩

“2013中国企业500强发布暨中国大企业高峰论坛”于8月31日—9月1日在云南省昆明市举行。峰会还举行了“产业中国:绿色创新推动经济升级”、“做强现代服务业”、“互联网时代的商业模式变革”、“创新成就大企业”、“中国公司的全球之路”、“打造质量竞争力”6场平行论坛,从多个角度对中国企业未来的发展道路进行了探讨。

产业中国: 绿色创新 推动经济升级

环境与发展是当今世界的两大主题,国际金融危机揭示的深刻教训,使世界各国进一步认识到传统的发展模式局限性。

中国石油化工集团公司副总经理张耀仓认为,要发展节能环保相关的新技术,中石化利用地沟油生产生物柴油和生物柴油,现已应用到飞机上试飞。

但面对这种大趋势,昆明钢铁控股有限公司副总经理张振伟表达了自己对绿色发展的担忧,他认为,绿色发展对于企业来说更多的是挑战,而不是机遇。企业不会无缘无故的去追求单纯绿色发展,除非这种绿色发展给他带来直接的、间接的、有形或者无形的利用,在作经济对比的时候得出一个更好的结果,否则这个企业让他直接抛开当前的水平去追求绿色发展,是一种口号性的东西。现在的问题是生存问题,次而是发展的问题。

做强现代服务业

中国目前正处于服务机遇时代,服务行业将成为未来中国经济增长的引擎。

企业家普遍认为,做强现代服务业行业须突破两大瓶颈:体制上的意识和人才上的意识。这就需要政府部门为真正现代服务业的发展提供良好的制度环境。现在是信息、知识、品牌融合为一体的现代企业组织体,如何在这个行业里面加大对人才的投入,人才如何在这个行业里面优先发展,是中国企业做强一个核心问题。

云南物流产业集团有限公司董事长、党委书记周少方表示,做强现代服务业,优先需要解决几个关键的



中国大企业高峰论坛6场平行论坛同期举行

要素,一是政策环境配套。二是服务行业的企业要创新商业模式。三是要进行企业的融合。

互联网时代的 商业模式变革

从传统的制造企业变成一个全产业的服务企业,尤其通过互联网把各种资源整合,这样的传统行业在互联网时代找到了新的模式。华侨城副总裁吴斯远认为,眼球经济如今变成了真正的体验型经济。互联网是非常好的平台,现在随着互联网把高难度技术变成可以每个人简单使用的技术,企业利用好的互联网的技术应用到自身,这是第一位关键的。第二关键是充分利用互联网的营销,特别是互联网加社交网络,创造出非常多的新的商业模式。

对“如何实现商业模式转型”的探讨,几位企业家和专家给出了自己的意见。华彩咨询总裁白万纲认为,商业模式的转型并不是简单的互联网化,而是真正能用互联网解决实际的社会问题。目前互联网的应用并没有全面打开,需要不断将网络优势与企业自身实际相结合,打破壁垒和时空限制,使企业运营管理更加高效,服务更具个性化,用户体验更加便利。

创新成就大企业

中央明确要求要把科技创新作为提高综合国力和国家竞争力的战略支撑,摆在现代化建设全局的突出位置,以全球视野谋划和推动创新。

徐工集团董事长王民表示:“不创新,就等死”。王民以自身所处行业出发认为,对于工程机械行业,创新要抓住两个重点,第一是行业激烈的竞争使得企业不得不坚持创新;第二是虽然全国制造业面临较大压力,但是在国际市场上我国的制造业仍然具有广泛市场。

相比国企稳固的根基,创新对于民营企业来说更像是生命线。四川宏达集团董事局副主席杨骞认为,我国民企更加需要对人才的吸引和分配上发挥到极致。在宏达集团经历了33年以来,杨骞认为,民企推动创新更加需要注重创新成果的转换,以此增加在国际市场上的竞争力。

“借用国际资源,让创新工程化、产业化,是加强企业创新能力的一个捷径。”昆明船舶设备集团有限公司总工程师李涛说。

中国公司的 全球之路

根据WTO的统计,全球的货物贸易大概18万亿美元,其中中国达到38700亿,出口是2.05万亿,进口是1.8万亿,出口是世界第一,进口是世界第二的水平。服务领域现在也是不断地增加,所以服务贸易全球大概是4.42万亿,中国是4730亿美元,其中出口是1709亿美元,进口是2820亿美元。因此,现在更应该鼓励中国企业走出去。

中国北方工业公司总裁赵刚认为,中国的企业特别是央企,到海外经营这个过程当中,更加注重企业的社会形象。

埃森哲大中华区董事总经理杨威认为,中国的全球化还处于非常初级的阶段,而且未来面临的挑战和风险也非常大。很多企业空有一腔热情,只是为全球化而全球化,而并没有很清晰的战略,去引导企业真正走向海外,大部分是非常盲目的。

中国进出口商会原党委书记姚文萍认为企业走出去有三条路,第一个是绿色创新之路,第二是要把知识和技术带到国际市场,第三是转让技术,与竞争对手成为合作伙伴,一起走到国际上,一起打造国际品牌。

打造质量竞争力

高品质的产品和服务是企业走向强大的基石,“抓质量,树品牌”是企业成长的必由之路。

新华联集团总裁傅军认为,要在理念上从速度、规模向质量效益转变,从基础性的源头抓起,流程上每个环节把关及绩效上质量和工资效益挂钩。好产品,是市场的呼唤,好质量,是人们的呼唤,质量是企业的生命,质量是企业的质量,打造质量竞争力,才能实现中国梦。

人民电器集团董事长郑元豹表达了质量的重要性,得到了企业家们的认同。郑元豹认为,质量就是生命。质量是一个全方位的,思想环境跟企业管理环境结合起来。没有结合起来是达不到质量要求的,是精细化生产、精细化管理,三标合一。真正的中国的质量提升,一是提高质量标准,二是加大质量投入,三是检查监督要做强。

对策

建立中速增长长期的企业发展战略

■ 本报记者 王敏

2013中国企业500强与公众见面了,相比以往,2013中国企业500强的人围门槛提高到了198.67亿元,较上年增长了13.48%。2013中国制造业企业500强的人围门槛由上年的64.01亿元提高到70.63亿元,提高了10.31%。2013中国服务业企业500强入围门槛为24.54亿元,较上年增长了8.09%。

中国大企业的差距

但与世界500强、美国500强相比,中国大企业还存在很大的差距,需要继续加快追赶的步伐。

经营绩效有待改善。近年来中国企业500强的亏损面有所加大,经济效益增长落后于资产增长;不少行业产能过剩,设备利用率和盈利能力下滑;中国企业500强中进入世界500强企业的平均雇员人数近19万人,远远高于世界500强企业平均雇员13万人的规模。世界500强公司中中国内地企业之外的415家企业平均雇员人数为11.7万人,中国内地企业平均雇员人数是其他企业的1.62倍。我

们一方面应该肯定中国大企业为解决就业问题作出了巨大贡献,另一方面也应该看到与世界500强公司相比中国大企业人均创造价值的能力还有不小的差距。

银行与制造业部门之间的效益“鸿沟”继续扩大。从2013中国企业500强数据可以看出,商业银行部门与制造业部门之间的效益“鸿沟”没有缩小,相反在继续扩大。2012年,中国最大的5家商业银行(工农中建交)的营业收入占500强企业营业收入总额的比例是6.2%,利润却占到35.6%;268家制造业企业的营业收入总额占500强企业营业收入总额的比例是41.1%,利润却仅占20.2%。这是连续第2年五大国有商业银行占500强企业的利润比例超过制造业部门。

缺乏具有国际竞争力的技术和品牌。目前,中国仍然少有原创产品、发明产品,绝大多数是追随型产品。我国的产业技术水平与发达国家之间也存在很大差距,大量的制造能力集中在产业价值链的中低端,核心技术和零部件大量依赖于进口。我国是全球第一的制造业大国和出口大国,2011年出口金额占

全球贸易总额的10.6%,但其中80%以上的出口商品是贴牌生产。在国际知名品牌研究机构(Interbrand)每年颁发的全球品牌100强的榜单中,至今没有1家来自中国的品牌。在培育和发展自主品牌已上升至国家战略的背景下,饱受外界批评的大集团也开始纷纷发力自主。尽管如此,目前自主品牌在大集团销量中的占比仍非常有限。

国际化水平低。我国的大企业国际化经营仍处在初级阶段。2013中国100大跨国公司的平均跨国指数只有13.98%,不仅远低于2013世界100大跨国公司的平均跨国指数61.06%,而且远低于2013发展中国家100大跨国公司的平均跨国指数37.91%。

重化工特征依然突出。2013中国企业500强中,制造业企业有268家,比上年减少4家;服务业企业148家,比上年增加3家,服务业地位有所加强;金属加工类企业数量有所减少,接近消费端的企业数量有所增加。但总体上看,中国企业500强的重化工特征依然十分突出,现代服务业、高端制造业、信息产业的发展严重滞后。

经济降速期的 大企业逻辑

在新形势下,推动中国企业持续健康发展,既需要政府改革的支持,也离不开大企业自身的努力。因为中国经济目前已经进入增长阶段转换的关键时期,中长期潜在增长率正在逐步下降,经济将从过去年均10%左右的高速增长阶段,转入平均7%左右的中速增长阶段。大企业应深刻认识到增长速度放缓的客观性和必然性,改变长期以来在高速增长条件下形成的企业发展理念和经营方式,积极应对增速放缓、跨越“中等收入陷阱”和“转型阵痛”带来的压力和挑战。

由此,就需要大企业从以下方面做出努力:站在中国经济升级版的高度来谋划进一步做强做优;建立适应经济中低速增长的企业战略定位及经营模式;大力提升技术创新能力、商业模式创新能力和管理创新能力;大力提高全球资源整合能力;强化集团管控和风险管理;积极培育优良的企业文化,向社会提供卓越的产品和服务,不断提升品牌影响力。

1—5版图片均由本报记者林瑞泉摄

大企业在转速期要换好档

(上接第四版)2013中国企业500强中,国有及国有控股企业共有310家,占总数的62.00%;实现营业收入40.9万亿元,较上年增长了12.09%,占500强企业营业收入总额的81.94%;资产总额为137.76万亿元,较上年增长了14.14%,占500强资产总额的91.26%;实现利润总额为1.87万亿元,较上年增长了5.59%,占500强企业利润总额的85.91%。在2013中国企业500强中,民营企业共有190家,占总数的38.00%。

技术创新依旧活跃

表明大企业在转型升级中的引领作用

中国企业500强平均研发强度为1.27%,研发强度已经连续两年下滑。这并非说明技术创新的活跃度降低了,技术创新的活跃度仍然很高。专利是企业技术创新活动的重要指标,企业转型升级最终都要靠企业的技术创新活动和产出来决定。2013中国企业500强有430家企业填报了研发数据,共投入研发资金5424.95亿元,较上年增长了11.37%,增幅较上年有明显回落,增速也略低于营业收入增速;平均研发费用为12.62亿元,较上年增长了11.39%;之所以说大企业技术创新持续活跃,是因为专利成果显著增长。具体表现为:整体研发投入持续增长,平均研发强度有所下降;专利数和发明专利数量都大幅提高。专利33万项,比上年增长28%,我们看到,这个幅度是很大的。

重工业化特征依然突出,转型任务艰巨

总体上看,中国企业500强的重工业化特征依然十分突出。今年中国上榜世界500强企业最多的前六个行业依次是采矿、银行、金属产品、汽车、贸易、工程与建筑,上榜企业占了中国全部上榜企业的一半多。相反,现代服务业、高端制造业、信息产业的发展严重滞后。这说明了转型的痛苦与艰难。我国产业结构严重失衡。从产业结构看,入围企业集中在传统产业,创新产业和服务业发展不足。上榜公司集中在钢铁、汽车、资源、化工、金融等领域,而来自第三产业服务业的则较少。这份榜单无疑打上了近年政府投资主导模式的印记。

从世界500强看,今年美国、日本、韩国的入围企业基本都在零售、电子、互联网、现代制造业等高科技领域,而中国的上榜企业,大多都是石油、电力、电信、钢铁、铁路等垄断或者半垄断的企业,科技型、服务型企业只有10家。日本的500强企业多集中在高附加值的制造业行业中,如汽车(8家)、电子(7家)、保险(6家),这三个行业的企业加起来约占日本企业总体上榜数量(62家)的一半。

对比来看,上榜最多的六个行业的企业多属于资源性垄断和政府管制行业,企业的巨额收入和盈利大多依赖资源垄断和政府补贴,存在着创新能力不足、管理基础薄弱、粗放式和外延式经营等问题。我们要警惕,这种以透支资源和资本为代价的发展是不可持续的。

亏损面增大,平均利润率下滑

2013中国企业500强中,亏损企业有43家,比上年增加了30家,亏损面大幅增加,经济效益增长落后于资产增长;不少行业产能过剩,设备利用率和盈利能力下滑。

出现亏损的企业则相对集中在钢铁、有色、煤炭、化工、船舶等行业。亏损最为严重的是中国人寿保险亏损110亿元,还有鞍钢集团公司,亏损额为100亿元。此外,中国冶金科工集团有限公司、河南煤化工集团有限责任公司、中国远洋运输(集团)总公司、中国化工集团公司、中国铝业公司也分别出现了严重亏损。这种亏损的原因是大规模刺激政策的退出,使得经济出现长达两年的下行趋势,这是金融危机的结果。

银行业利润过剩,隐含金融风险的可能

从数据可以看出,商业银行部门与制造业部门之间的效益“鸿沟”没有缩小,相反在继续扩大,一家银行的利润顶80家制造业企业。实体经济“空心化”趋势越来越严重,将引发严重后果。

不久前“钱荒”的中国银行业也被证实是中国最赚钱的行业。“保险公司躺着挣钱,证券公司坐着挣钱,银行躺着挣钱”。这是中国三大金融行业盈利模式的生动写照。

金融改革滞后严重影响制造业等实体企业发展。中国整个经济利润蛋糕被银行业攫取过多。前一段时间“钱荒”的发生就已证明,银行业不把资金用于服务实体经济,而是在同业资金“空转”,或用于房地产、融资平台领域,这都将引发更大的金融风险。

高杠杆率导致中国企业负债风险很高

今年企业500强的总杠杆率(以总资产除以总股东权益为7.94倍,美国企业总体为5.91倍),剔除掉金融企业,中国的非金融上市企业的杠杆率为4.37倍,而美国同行则仅2.79倍。

这意味着,这些晋身500强的中国企业负债风险很高。一旦中国经济开始放缓,面对市场和需求萎缩,过高的杠杆率可能会从银行传递到实体经济,进而拖累整个国民经济,并形成恶性循环。金融危机的一个重要原因就是金融企业的杠杆率过高。也就是说,它们的借款总额和贷款总额相对于股本金过高。前者随经济形势而波动,本来它的起伏应由后者吸收,但前者大大,以致后者无力,故由政府介入,给金融企业兜底。中国金融危机隐患值得警惕。

大企业要适应经济转速期,要换好档

在新形势下,推动中国企业持续健康发展,既要在做强方面发挥作用,也要发挥引领作用。需要认真审视经济中低速增长条件下企业的战略定位和生存模式。具体来说,需要从以下方面努力:必须站在中国经济升级版的高度来谋划进一步做强做优战略;建立适应经济中低速增长的企业战略定位及经营模式;大力提升技术创新能力、商业模式创新能力和管理创新能力;大力提高全球资源整合能力;强化集团管控和风险管理;积极培育大企业的软实力,向社会提供卓越的产品和服务,同时要提高公众的沟通能力,不断提升品牌影响力。