

与其困守“比较优势”，不如锻造“竞争优势”

中国制造：艰难时刻要卧薪尝胆

中国制造从未像今天这样陷入进退维谷的困局。

阿迪达斯宣布将关闭苏州的直营工厂，理由是无法承受当地平均月薪3000元的工资。之前，同样的跨国体育品牌耐克，早就把位于江苏太仓唯一的在华鞋厂“转移”了。

面临经济下行危险的中国制造，在2012年似乎祸不单行。先是欧美发达国家大呼启动“再工业化”，要用机器人与中国制造“抢”饭碗；紧接着，东南亚、印度等国家以其更廉价的工资，要把中国制造最拿手的产业“吸”走。有人形容这是“前后夹击式的围堵”。

★外部环境的“生态剧变”

伦敦奥运会上，不论是烟花表演、运动员服装、纪念品，都少不了“中国制造”的贡献。在900项奥运官方纪念品中，“中国制造”占到65%。

为了只支付三分之一的工资成本，跨国公司可以把鞋子、衣服这些中低端制造业移走。而对于光伏产品这类新兴高端产品，发达国家同样下决心要给中国制造吃个闭门羹。美国和欧盟一先一后，都要对中国光伏产品征收巨额反倾销税，这对本已产能过剩的本土光伏企业可谓雪上加霜。

更严峻的是，“中国制造”本身危机四伏。中国宏观经济减速，跌破8%，被认为是“软着陆”。在微观层面，制造业企业却面临着生与死的抉择。在钢铁、工程机械、造船等基础行业，许多“巨无霸”都步入前所未有的调整期。央企这种“大象”企业正力求“挺过寒冬”；许多中小型的“虾米”企业，恐怕连秋天都难度过了。

“必须认识到，这一次是中国以30年为周期的大调整，经济学家李才元认为，“经济转型、结构调整”从10年前就开始谈，可是直到今天，才成为“不得不直面、非解决不可的问题”。

当许多人都认为“中国制造”的危机主要是“人口红利”、“资源红利”即将耗尽时，李才元却认为这都没抓住要害。“从根本上说，是技术红利已经到头了。”李才元说，“科技是第一生产力，中国过去30年主要靠引进，现在换不来了，因为全球都面临着‘产业真空期’，所有人都面临技术升级的难题。”

以自主造车而知名的奇瑞公司，面对今年以来自主品牌轿车市场份额“雪崩式”的下跌，正开始艰难的“突围”。他们反思说，市场爆发性增长时，汽车企业只顾“村村点火、户户冒烟”，忽视了基本功，而到了经济下滑的时刻，才懂得要“先蹲马步，再上擂台”。

位于浙江的汽车零部件企业万向集团最近花了4.5亿美元，并购了一家美国新能源公司。对于众说纷纭的“产业结构调整”，万向集团董事长鲁冠球并不看好。“应该在状况好的时候去布局，到现在困难了，调不过来！本身效益不好，它有什么能力调？”

“有能力时没动力；有动力时没能力”。这可能是煎熬之中的“中国制造”面临的转型悖论。

★比谁更便宜，有意思吗

全球经济低迷，即便像阿迪达斯这样的跨国品牌也在四处寻找“最低的成本”。

将唯一的直属工厂迁离苏州，也许意味着这家“候鸟式”的公司开始寻找下一个廉价栖息地。据称，他们在苏州的工厂给工人的底薪是每月1500元，加上奖金、保险、津贴、食宿等，综合薪酬达到3000元。而在柬埔寨的工厂，服装厂工人的月薪平均为130美元，约合人民币800多元，相当于苏州工人的三分之一。

据调查，2010年泰国熟练工人平均月工资是258美元，印度尼西亚是每月148美元，越南大约是每月136美元。而目前，我国深圳的最低月工资约折合190美元，企业实际需要支付的综合人工成本会超过350美元。显然，“东南亚制造”相比中国制造，人工上更便宜。

不过，阿迪达斯并没有全部撤离。单从鞋类产品看，阿迪公司有97%的生产来自亚洲，中国占比最大，为35%，只是比重正逐年减少。越南占29%，印尼占26%，柬埔寨的份额虽小，但在2011年翻了一番。

经济分析人士马光远不认为阿迪达斯会“放弃”中国制造。今年一季度的财报显示，阿迪达斯在大中华区的销售增长了26%。从快速消费品必须贴近市场前段这个角度看，关闭一个直属工厂，绝不意味着丢掉中国这个市场，阿迪达斯在华的“代工厂”不会一夜“逃走”。

作为生产基地，劳动力成本低只是要素之一。从基础设施、管理、税收、劳动力市场灵活性、上下游产业链的完整性等方面，都需统筹考虑。

台湾一家玩具公司对于到东南亚设厂缺乏信心，因为玩具的用料复杂，如果当地配套材料跟不上，考虑到运输条件以及供货能力问题，综合成本反而可能比节省的工资成本更高。

马光远表示，应该看到中国制造业的优势并不仅仅在人力成本，中国已形成了产业链配套优势，“我们在一些领域的竞争优势，不是越南、缅甸等国家靠压低人力成本可以比较的”。现在向东南亚一带进行转移的品牌，主要是一些简单加工、规模较小的企业，一些比较高端的，如时装、高级制衣等，中国制造还不可替代。

★“技术红利”到期了

最近几年的实践证明，仅仅依靠廉价劳动力的增长是“无发展的增长”，此类“比较优势”不是真正的优势，更不能持久的优势。

国家信息中心研究员张莱楠认为，随着中国要素价格体系的重估，以往“以资源促发展”、“以市场换技术”、“以利润换资本”的发展方式必须变革。

数据显示，1998年到2008年，我国工业企业利润平均增长30.5%，劳动力报酬年均仅增

长9.9%，劳动力成本的上升远远低于资本回报率增长。

经济分析人士袁剑曾形容，那种靠牺牲劳工利益、损害自然环境而追求片面“比较利益”的经济发展，压根儿不能叫做“竞争”，而只能称为“竞赛”，只是比“看谁便宜”、“看谁敢于逼近底线”，这最终并不能促进经济社会的发展，反而带来诸多弊端。

过去4年之间，全国人大代表、经济学家辜胜阻对全国20多个省自治区市1000多家实体经济企业进行了调查，发现中国实体经济“空心化”已非常严重，大量资本游离实体经济，典型例子就是温州9000亿民间资本变成炒资产的“游资”和“热钱”，类似的大量做实体经济的企业现在流行炒农副产品、艺术品。

相比外部压力而言，实业的“空心化”才是中国制造肌体内生的“病灶”。这些“病灶”恰是多年来片面追求廉价“竞赛”的必然结果。

张莱楠

称，中国制造必须

从“竞赛”的路径转为

“竞优”的路径。“向下竞争”

已在不断恶化我国经济环境，而

包括工人工资在内的要素价格“变

贵”，将对那些资源浪费型、环境污染型、劳

动力成本低廉型企业形成“挤出效应”或“倒

逼效应”，让那些居于产业链低端、没有技术含量的

企业，不得不通过增加技术和管理的投入，靠提高

劳动生产率来消化成本上升压力。

“制造业的困境，并非中国独有，这是个全球难题。”经济学家李才元认为，在各种生产要素中，“技术红利”消耗殆尽才是金融危机后全球经济持续低迷的根本原因。

具体而言，在传统产业，西方还拥有少数技术专利，虽不多，但都是维持企业高利润的“看家本事”，不可能让中国拿去。除此之外就是军工、航天等，关系到国家安全的战略产业和高科技，更不可能让中国拿去。在新兴产业布局上，比如新能源领域，事关未来产业

竞

争的制

高点掌握

在谁手里的问题，西

方国家更不愿与中国分享。

中国恪守的传统“比较优势”

战略几乎发挥到了极致，现在必须“下

决心靠自己”。一方面继续通过产业转移，

向中西部和县级乡镇的市场纵深普及工业化；

另一方面必须卧薪尝胆，力求在新兴战略产业上实现突破，进而在即将到来的“新技术革命”浪潮

中占有一席之地。获得真正的“竞争优势”，中国制造才有可能走出当下的

困境。

★后危机时代的生存之道

汽车业是中国制造的一个缩影。

中国已经跃升为全球第一大汽车生产国。今年以来，自主品牌的汽车却遭遇“寒流”，业内人士悲观预测，两三年内“一半自主汽车企业将不能存活”。

一旦经济形势下行，市场竞争加剧，低质低价的自主品牌立刻遭到消费者的厌弃。董事长尹同跃反思奇瑞“多品牌战略”的失败经验说：“入门级都没做好，怎么能做好高端产品？”走还没有完全学会，跑起来一定摔跤。

这家曾被称为“造车疯子”的企业，如今在汽车业的寒冬中开始“蹲马步”，严格按照汽车正向研发体系，一步步培育自主造车研发能力。

在三一重工，经历了工程机械行业狂飙突进的扩张之后，这家一向高调的企业也开始学习“休养生息”。他们谨慎地把年度销量增长预期从40%下调至10%，而过去五年平均增速68%，在2008年金融危机的時候增幅仍达50%。

“以速度论英雄”的时代过去了。一直在超车道上行驶的三一重工开始减速。他们着力调整组织结构，精兵简政、加强培训，试图通过对总部“瘦身、放权”，让公司从一艘“航空母舰”变成“联合舰队”，以便从容应对即将到来的风暴。

全球最大的集装箱生产企业中集集团所面临的调整风暴同样猛烈。中报显示，公司上半年净利润比去年同期下降55%~75%。

不过，集装箱行业早在三年前的风浪中就学会了“蹲马步”。中集集团下工夫搞

技术升级。他们花了超过行业平均成本一倍的价格建成了一条世界上最先进的生产线，力求改变集装箱传统生产模式，打造面向未来的“梦工厂”。

据称，该生产线投产年后产量将提高50%，单箱耗电下降20%，生产中排放的有害气体95%可回收利用。传统集装箱生产线上，多是重体力劳动，90%的岗位员工35岁就干不动了，而“梦工厂”采用高度自动化生产线，90%的岗位可以干到60岁退休。

这些典型的中国制造企业，都在后金融危机时代这个艰难时刻，学习着从未尝试过的生存策略。万向集团鲁冠球的法则可能是最实在的，他认为企业的法则是适者生存，“谁能生存下来，谁就是好的。”

从传统汽车零部件生产向新能源汽车突破，一直被业内认为是万向集团的“冒险”。但鲁冠球不这么想。他对媒体记者说：“功到自然成。要有实力、实力、实力，要有愚公移山的精神。”

著名经济学家林毅夫格外关注中国制造。“金融业的黄金时代已经结束，但发展中国家工业化的黄金时代才刚刚开始”，他表示，中国工资快速增长、产业升级，可能成为全球经济的“引领之龙”，点亮工业化的火炬，并通过对外直接投资，“把火种传播给世界各地那些低收入国家的勤劳人民”。

林毅夫强调，中国的劳动密集型产业要“走出去”，这会带动工资水平较低的国家快速发展，这本身也为中国制造提供了更大的发展空间。“如果中国仅10%的制

造业岗位流向撒哈拉以南的非洲地区，‘领头羊’就足以使该地区制造业就业总人数翻两番。”

经济评论人士任冲昊在其新书《大目标》中，给中国制造开出的“药方”，就是“输出工业化”——中国制造要面向亚非拉国家，不但输出制造品，还要输出制造工厂和工程师，这样才能为全球经济危机找到出路。作为“80后”，这位新锐作者与林毅夫的观点不谋而合。

对中国制造而言，不论是向上升级，还是向外转移，都不是简单的事情，“它就像学生的年龄和学历一样，年龄是一直慢慢地往上长，读书学习也要一年一年地往上进步，循序渐进。”

李才元则强调，希望危机能够促成中国制造“一次广泛的觉醒”，从“挣快钱”这种急功近利的盲动中觉醒，把资源和精力投入到技术积淀和创新创造中去。

(据《中国青年报》)

上海亚一金店
中国驰名商标 中华老字号
我的亚一 我的唯一
地址：淇滨区裕隆购物中心一楼
服务电话：13346803456