

借鉴国际经验 推动我国制造业加快服务化转型

□赛迪智库世界工业研究所 陈永广

制造业服务化发展已成为全球制造业发展的重要趋势。近期,我国发布的《中国制造2025》提出,要坚持把结构调整作为建设制造强国的关键环节,推动生产型制造向服务型制造转变。长期以来,发达国家依靠在研发设计、商务服务、市场营销等服务领域的领先优势,主导着全球生产网络和产品价值链。我国制造业强国建设不仅需要关注制造业技术水平的提升,更要通过发展服务型制造来提升制造业的附加价值。认真研究发达国家的推动制造业服务化的相关政策和做法,对推动我国生产性服务业的发展,提升制造业产品的附加价值和国际竞争力具有重要的意义。

一、发达国家推动制造业服务化发展

(一)建立以“客户为中心”的制造服务业

目前,发达国家服务业增加值占GDP比重的70%,而制造服务业占整个服务业比重的70%。发达国家正是依靠在研发设计、商务服务、市场营销等服务领域的领先优势,主导着全球生产网络和产品价值链。自20世纪60-70年代,发达国家就大力推动制造业企业向服务价值链延伸。如美国从上世纪70年代开始制定系列法规,如1980年提出“铁路和汽车运输的条款”、1984年制定“航空条款”、1991年颁布《多式联运法》、1999年通过《金融服务现代化法》等系列法律法规,促进服务业的发展。芬兰将“服务业和服务创新”作为重点推进工作之一,提出“建立以顾客为中心的服务业是芬兰竞争力的来源”,先后部署创新制造、创新服务、创新、创新运营模式等3项工作计划,对制造业服务化发展给予引导和资金支持。

(二)加快以智能制造为代表的新型制造模式推广

随着新一代信息技术的发展和个性化需求的日益增多,工业互联网、工业云、移动O2O等新型生产组织方式极大地提高了工业设备、生产过程、产品和用户数据的感知、传输、交互和智能分析的能力,为制造企业实现产品全生命周期的实时动态控制与管理提供了技术支撑,极大地提升了制造效率和服务能力。为在新一轮产业和技术革命中抢占先机,近年来,发达国家

纷纷制定先进制造发展战略。如美国的先进制造业伙伴计划、德国的工业4.0战略以及日本的I-Japan战略都凸显了发达国家通过加强制造业的顶层设计来适应制造业服务化的发展趋势。以德国为例,德国的制造业服务化相对比较弱,其制造产品没有充分挖掘服务的价值。德国工业4.0的提出意味着德国试图利用其变革德国制造业的方向,即通过向智能制造的转型,大力推进制造业服务化。

(三)加强制造业服务化发展的标准和规范建设

发达国家一般不通过经济或行政手段直接干预产业发展,而是加强对标准和规范建设来支持来引导制造服务化发展。如美国建立了营运模式共创与知识交流的平台,用以向企业推广制造业服务化运作模式。欧洲国家除了高度重视基础设施建设,政府还积极推动本国的服务贸易自由化、开放化,为本国服务业开拓国际市场创造条件。日本政府制定了25种与企业相关的认证体系,通过组建行业协会来加强和完善制造服务业市场的管理。此外,为促进服务贸易的发展,发达国家在WTO谈判和其他区域经济一体化谈判进程中都把服务贸易标准作为重要的谈判条件。

(四)大力推动制造业服务外包业务的发展

由于劳动力成本比较高,为专注于核心业务的发展,发达国家都将服务外包视为发展实体经济的战略支点,纷纷出台相关政策措施支持制造业服务外包,服务贸易和服务投资成为国际经贸合作新热点。一些国家通过积极发展服务贸易,带动生产性服务业发展。如美国为了促进和扩大生产性服务贸易出口,专门制定了“服务先行”的出口促进策略,重点促进其具有强大竞争优势的旅游、商务与专业技术服务(包括环保、能源等工业服务)、交通运输、金融保险、教育服务、影视娱乐、电信服务等行业的发展。

二、我国制造业服务化发展面临的挑战

长期以来,我国对制造业服务化的认识尚不到位,“重工业、轻服务”的思维惯性普遍存在,发展生产性服务业的思路和举措较为落后。虽然近年来我国制造业企业开展重视制造业的服务化转型,在装备制造和电子信息等领域涌现了一大批制造业服务化的企业,如陕鼓、海尔等。但是由于我国制造业服务化的起步较晚,政

府部门对制造业服务化还缺乏完善的政策支持,许多生产性服务企业的财税优惠较少。另外,企业的专业化分工与合作的意识较为淡薄,对生产性服务的需求还是以传统服务为主,缺乏专业的现代服务。

目前,中国制造业还处于全球价值链的中低端,制造业还普遍以加工、装备为主,商业竞争模式主要是依靠低成本的价格竞争为主,通过品牌、研发、金融等环节的盈利能力还明显不足,缺乏服务理念的商业模式创新。与跨国公司加快服务化转型相比,我国一些制造企业从制造环节向集成服务的延伸力度仍然不足,特别是在提供集成服务和整体解决方案、零部件定制服务等方面存在着明显的差距。我国90%以上的标准规范仍集中于制造业领域,服务业标准十分缺乏。在设备检修、合同能源管理、制造业物流、车载信息服务等制造业服务化的重要领域,还存在许多标准规范的空白。此外,推动制造业服务化发展需要复合型的专业人才,但是目前我国的教育体系还普遍缺乏对工业设计、现代物流、电子商务等生产性服务业领域专业人才的培养,人才培养模式和课程设计无法满足制造业服务化转型的需求。相比发达国家,我国的职业教育和在职教育明显不足,还需要增强企业员工的创新意识和服务意识。

三、四举措推进制造业服务化转型

(一)加强顶层设计,推动制造业与服务业融合发展

一是加快制定推动我国制造业服务化发展的指导意见,明确我国制造业服务化发展的路线图,在先进制造的发展过程中要大力推动制造业服务化发展。二是搭建制造业服务化的支撑平台。要鼓励制造企业与生产性服务业的分工协作和共同发展。三是加快建设多层次的人才培训体系和科学的人力资源开发利用体系。改革职业教育体系和在职培训,优化课程设计,为生产性服务业发展提供大量的专业人才。

(二)推广智能制造生产模式,加快两化深度融合发展

一是推动重点行业开展智能制造试点示范,以流程制造、电子信息、装备制造等产业为突破口不断提升中国制造的服务化水平。二是加快推动两化融合管理体系的推广和试点,继续选取企

业开展典型经验的推广和应用,通过信息技术改造和优化制造业全流程,提高企业生产效率和经济效益。三是大力发展工业互联网。利用现代信息技术改造提升传统产业,促进制造业数字化、智能化、网络化发展,发展产品定制、零部件定制、柔性制造、个性化制造等,在规模化、批量化生产的同时,注重满足不同层面、不同客户和消费者的市场需求。四是进一步创新商业模式,更好服务于制造业。积极利用云计算、大数据等新一代信息技术开展商业模式创新,推动云服务、互联网金融等新型服务业态的发展。

(三)培育技术和品牌优势,提升中国制造的附加价值

一是实施创新驱动战略,大力提升中国制造的自主创新能力。围绕当前国际产业竞争的热点领域,继续加大研发投入,在集成电路、航空航天、新材料等领域突破关键核心技术,大力提升中国制造的技术含量,提升制造业产品的附加价值。二是着力优化产品结构和改善品种质量,大力发展先进制造业,生产更多具有自主知识产权的产品。三是加大对自主品牌培育和推广。加大对企业品牌培育的政策扶持,引导企业增强以质量和信誉为核心的品质意识。研究和发布品牌培育管理体系实施指南和评价指南。四是要充分利用行业中介组织的专业作用。发挥其专业优势,广泛开展信息、咨询、交流、培训等各类促进活动,为企业开展品牌建设活动服务。

(四)加快实施“走出去”战略,增强中国制造的国际服务能力

一是加强对制造业企业走出去的政策扶持。推动制造业企业加大对发达国家的研发中心的投资并购活动,鼓励企业设立更多的海外销售服务中心。二是加强与跨国企业的合作。借助跨国企业的营销和服务网络进一步扩大中国制造业产品的市场空间。三是加强对生产性服务业标准的制定和规范化管理。借鉴国际经验,依托行业协会和中介组织加强对制造业服务化标准的制定,加快推进生产性服务业的国家标准化进程。积极开展国际认证工作,推动服务标准的国际化。四是扩大制造业服务外包业务。细化出口产品市场,深入挖掘中国产品和服务的市场潜力,推动我国制造业服务外包向工业设计、检验检测、生物医药研发等高端领域拓展,推动中国制造的国际服务能力的提升。

欧佩克为何不愿意减产

□厦门大学能源经济协同创新中心主任 林伯强

今年3月下旬以来,国际油价出现一波有力反弹,布兰特原油4月上涨了21%,同期美国原油涨了25%。原因很多,包括美元走软、供应过剩的局面缓和、地缘局势等。6月欧佩克会议决定维持当前产量,因此对今后国际油价走势有了许多不同的猜测。多家研究机构表示,布伦特原油价格在未来10年的大部分时间里有可能徘徊在每桶60美元。也有人警告,如果对石油新产能的投资过低,未来油价可能涨至每桶200美元。而其他一些机构则认为长期布伦特原油价格需达到至少每桶80美元,以满足维持石油需求所需的投资源。笔者比较倾向油价不会长时间维持在每桶60美元以下,至少有如下几个理由。

首先,石油供需情况是影响油价最基本的因素。这轮油价大幅度下降,有观点认为是由于美国页岩油发展导致石油供大于求,油价大幅度下挫。从最简单的经济学来说,石油价格下跌会导致石油需求增加,而供给减少,最终使石油供需再达到一个新的平衡点。美国能源情报署最近下调了今明两年的美国原油产量增长,而国际能源署认为全球石油需求明年将加速增长。虽然短期没有看到石油供应大幅度削减,但目前全球石油公司的大幅度投资削减和美国页岩油钻井数持续减少,都将使未来石油生产减缓,这确实是不争的事实。库存增加对油价是负面消息,近期常常有原油库存上涨的消息,比如说美国原油库存达到了85年来的最高水平。库存增加可以理解为油卖不出去,也可以理解为厂家对后期石油价格看高而多买。

其次,地缘政治问题。在当前油价水平上,没有哪个欧佩克成员国可以在不动用储备资产的情况下满足本国的预算要求(卡塔尔和科威特的情况可能好些)。沙特虽然有7000亿美元的储备资产,但这可以维持多久?海湾很多国家特别是欧佩克国家的社会稳定是靠财政来维持的,他们的财政支出平衡一般都需要石油价格在每桶80-100美元。如果油价长期低于每桶80美元,除非他们改变生活方式,否则其社会稳定将会受到影响,而地缘政治对国际油价的影响从来都是立竿见影,一旦这些国家出现社会稳定问题,马上可以改变石油供需平衡和油价预期。

再次,石油是不可再生能源,其稀缺性决定了价格会脱离成本,不可再生资源价格上涨终结于替代产品的成本。石油价格过高会使厂家寻找替代,因此石油价格不能长期高于替代产品的价格。页岩油是石油最直接的替代,摩根士丹利曾估计开采美国页岩油的平均盈亏保本价格是每桶76-77美元。低价使得美国页岩油公司不仅大幅削减开支,而且现存开工钻机数量已降至2011年6月以来最低,一些页岩油公司已经开始破产重组。因此除非页岩油成本进一步降低,否则油价不可能维持在每桶60美元以下。

今年4月国际油价有一段很强劲的持续反弹,使得市场气氛大为改变,由悲观转变为更加乐观,如果这个时候沙特能通过减产再加把火,油价或将很快上行。但是,欧佩克的月度报告指出,沙特4月的石油日产量增至1031万桶,比3月的1029万桶略有增长,是近三十多年来产油的最高纪录,此外,沙特还打算将正在运行的钻井机数量从212座提高到220-250座。

现在看上去,好像是美国希望高油价,而沙特则希望维持低油价。奇怪的是,美国作为全球第二大石油进口国,也是低油价的最大受益者之一。低油价显然不是沙特想要的,这轮油价大幅度下跌,使沙特付出数以千亿美元的代价。那么,如何解释沙特目前顽固的增产行为?

沙特的低价增产虽然付出巨大代价,但也直接教育了新来的非常规石油投资者。非常规石油是资本密集型产业,如果没有把握将成本做到足够低,对非常规油气的投资需要更加谨慎,过快的投入和过高的融资杠杆会使其血本无归。目前沙特在石油产能上步步紧逼,是不是可以这么理解:沙特认为美国页岩油厂家已经在数日之内,再逼一把可能就垮了,用这些投资者血的教训使今后页岩油投资者更为谨慎。因此虽然沙特不足以把非常规油气赶出去,但却能有效打击非常规油气的投资积极性,也可能由此延缓非常规油气的技术进步。

另一方面,电动汽车和储能技术也是石油强有力的替代品,长期而言,油价的最大威胁可能是电动汽车和储能技术。电动汽车、储能技术和风能太阳能的结合,可以形成对石油的有效替代。虽然电动汽车和储能技术的发展目前还没有对石油替代产生实质性影响,但近年来电动汽车和储能技术进步迅速,作为石油替代的威胁越来越明显,维持比较低的油价可以降低电动汽车和储能技术的投资积极性,从而延缓电动汽车和储能的技术进步。

沙特阿拉伯石油部长阿里·纳伊米最近提出,沙特到本世纪中叶可能逐渐淘汰化石燃料。如果他不只是说而已,而是沙特真的就相信这个,这也就解释了为什么沙特在低油价下的还持续增产。因为目前世界石油至少还够挖40年,如果真的预见在那个时候能源已经由非化石燃料替代,那么现在石油卖多少算多少,也在情理之中。

中国目前是全球最大的石油进口国,无论何人愿意以何种方式维持低油价,对中国是利大于弊。比较直观的说,如果可以将油价维持在每桶60美元以下,按照2014年的进口量,中国每年可以节省近千亿美元。

公积金改革应首推信息披露

□深圳市房地产研究中心 李宇嘉

信息不透明比问题更可怕,因为信息不透明会让问题没完没了。公积金就是如此,自上世纪90年代创立住房公积金以来,公积金的问题始终没有断过。随着城镇化推进、住房保障发展、普惠性住房金融需求增加,公积金其他问题不断显现,比如天价公积金、“穷帮富”、公积金利息跑不赢CPI、提取困难、地方“小金库”和接近50%的闲置率等。

作为我国内地职工基本福利“五险一金”的住房公积金,采取个人和单位等额缴纳,汇入个人账户,在住房需求上贯彻“人人帮我、我帮人人”的原则。本质上,公积金是互助合作的公共基金。因此,作为所有者的缴存职工,对于公积金的使用率、使用方向、增值收益的分配和使用、普惠程度(首次住房需求满足率)等方面的信息,具有天然的知情权,而作为基金的管理机构——公积金中心,也有天然的义务公布上述信息。

今年2月住建部、财政部和人总行联合发布了《关于健全住房公积金信息披露制度的通知》(以下简称“通知”),要求地市、省、全国分别要在每年3月底、4月底和5月底之前,披露本级年度公积金报告或汇总信息。此前除少数城市(如北京、深圳、上海等)之外,并无常态化的地方及全国公积金信息披露。作为中央管理机构的住建部,自2009年披露2008年全国住房公积金信息

之后,至今已连续6年未向全国通报,很多地方甚至从无披露过。

可以说,上级管理层对于不同层级地方政府在公积金信息披露上的制度化要求,此次通知的发布应该是第一次。按照通知要求,今年4月以来,我国内地31个省区市中,30个已向社会公开其公积金信息的年度报告,这也是我国省级层面首次集体通过年报方式,将所掌握有关公积金的运行情况向社会公开。

尽管各省此次公布的数据仅限于总量数据,比如缴存职工数、缴存总额、缴存余额和增值收益等,而贴近公积金普惠住房金融、互助合作、缴存职工拥有所有权等特质,以及公积金运行效率高低与否等本质方面,结构化的信息,如首次及二套贷款满足率、增值收益使用方向(建保障房、管理费、风险准备、缴存利息分配等)、最高和最低缴存比例、缴存行业及企业类型等等,并没有披露。但是,不管怎样,从公共基金信息披露要求上看,已经迈出了实属不易的第一步。

福利住房制度“遗患”和管理真空是公积金“问题缠身”的主要原因,但信息披露不到位,则让这些问题长期得不到暴露,也就无法形成解决问题的倒逼机制,最终造成公积金改革迟迟无法推进。计划经济时期,住房具有生产功能而非消费功能,“房改”的任务就是剥离住房生产功能,将住房消费资金纳入职工工资,才能让居民去市场购房,也才能降低住房市场化的

之后,从住建部近期政策导向看,“两条腿走路”

是公积金未来改革的思路。首先是要提高公积金使用效率,支持老百姓合理住房需求,实现楼市“去库存”和经济“稳增长”,比如降低贷款门槛、租房可提取、异地流转等。目前,利率仅相当于商业贷款6.8折、缴存余额相当于一家中等股份制银行存款规模的公积金,无疑是支持合理住房需求的首选。但是,各地在首次购房、改善性购房、保障性住房贷款、租房提取等方面,公积金有多大比例支持,并无详细数据。因此,即便100多个城市出台了相关政策,但政策效率不高,关键是要进一步细化信息披露,让问题充分暴露,以此作为制定公积金政策的依据。

另外,在城镇户均拥有住房达到1.1套/户和新型城镇化的背景下,未来住房需求的主力是“三个一亿人”,普惠性住房金融制度亟待建立。因此,这就需要将目前非户籍人口和民营私营企业员工缴存比例、贷款比例、贷款满足率、贷款成本等等信息充分披露。目前,公积金在扩大覆盖面上“蜻蜓点水”,并无具体数据披露,这需要公积金中心来披露,这也是暴露问题和建立普惠性住房金融制度的基础。

总而言之,不管是提高公积金使用效率,还是建立普惠性住房金融,都需要完善的公积金信息披露,这不仅是暴露问题的第一步,也是倒逼问题解决的第一步,更是公积金改革的第一步。目前的信息披露是远远不够的,但毕竟已经“破冰”,这是一个好的开端,未来要将公积金信息披露进行到底。

公募基金公司上市的四个理由

□鑫元基金 蒋光祥

诸多迹象表明,目前在银行、证券、基金、保险四大金融行业中,仅基金业未诞生上市公司。有关基金公司上市的必要性与意义已有太多著述,这里只对基金公司上市后的意义和影响做一个猜想。

第一是对传统基金业生态的冲击。类似多行业,相比未上市基金公司,已上市基金公司应当享有品牌溢价。作为第一批上市的基金公司,这个溢价之上又会有一个隐性附加值。在各家基金公司在互联网金融领域的角逐和发力已告一段落的今日,部分中小基金公司可能会视公司上市为弯道超车的又一机会。而一贯重视与基民接触与互动的基金公司,则多了一个被外界所了解的窗口。毕竟对于集聚在少数一线城市的大基金公司,各地能够有心上门考察的基民不多,能够被基金公司投研负责人接待的机会也许不存在。但是基民如果同时作为上市公司股东,即便持股只在少数,但这种机会一定会比前者多上不少,也会理直气壮许多。给予基民的心理感受不同,客户黏性自然也不同。基金公司直销也许就此从另外一个空间打开局面,有望拓展在银行“尾佣”等利益压榨下的狭窄生存空间。并且随着行业内上市公司数目的增加,一些因故本无上市打算

的企业产权流动和重组来实现资产结构的优化组合。众所周知,国内基金公司向来存在着双重的“委托—代理”关系。一方面是基金公司股东作为出资人与基金公司,另一方面则是基金持有人和基金公司。当前者压倒后者时,基金公司股东可能会置基金公司治理的特殊性于不顾,按照一般公司治理方式对基金公司的人事安排、重大决策和经营活动进行影响和干预,加剧人才流失和缺乏长远发展目标是其突出后果。这种影响和干预在股东发生变化时表现得最为突出。很显然,持有人利益高于一切的原则与一般企业的目标函数相悖。要从这种股东、基民利益不能两全的困境中破局,必然会牵涉到对其原有行业治理制度、公司治理结构的反思与创新。而基金公司上市则使得股东结构多元化,并通过股东的角度渗透影响公司的治理结构方案,一些在投资和业界颇有想法和实力的产业资本乃至个人介入,将为基金公司的治理带来新风向。其作为更为纯粹的财务投资者进入,往往和基金公司并无多少直接利益瓜葛,可使其内部交易的隐性成本显性化,主营业务也不存在利益输送之嫌,其和公司管理层的长期利益趋同,也可在一定程度上避免股东对短期利益的过分关注。

第四则是基金公司对于未来发展战略的再建构,尽管公募基金可谓中国证券市场乃至

整个金融市场中受法律法规约束最多、监管最严、管理最规范的行业,但基金公司在上市后面对二级市场的主体与客体、交易情况、衍生品的纷繁复杂,在成为具有长线投资收益能力的好公司路途之上,无论股东、管理层,还是基金经理,普通员工,都需要面临主动或者被动的水准提升。静态地看,注册资本较高、管理能力强、成立时间久,营业水平保持相对均衡稳定、牛市熊市都有良好表现、人才队伍相对稳定、没有太多利益诉讼的基金公司将有望成为基民与股民都认可的标的。动态地看,情况又似乎复杂许多,例如一名大牌基金经理的职业生涯变动,可能就会对公司股价造成重大影响。但有一点可以肯定,基金公司上市后,市场施加的压力是正向的压力,传导的是投资者利益,上市公司自身的战略构建若不能跟对方向,踏准节奏,则有可能会逐步被边缘化,上市的意义也将被淡化。

无论是国务院层面的“国九条”还是证监会层面的“创新十二条”,对于基金公司上市皆持鼓励态度。如同当初推动商业银行、证券公司上市一样,推动基金公司上市也是监管层促进行业发展,解决现有体制下行业沉疴的一个思路。银行改制上市后受到市场聚焦,券商借壳上市引来股权争夺战,基金管理公司上市受到热捧也并不会令人意外,一切只是时间问题。