

第113届广交会昨天闭幕,作为我国外贸的晴雨表和风向标,此次广交会又传递出怎样的信号——

中国制造期待更多“中国智造”

本报记者 王轶辰



“外贸回暖”是113届广交会释放出的积极信号。在欧美经济复苏尚不明朗的背景下,这种回暖更多是依靠南美、俄罗斯等新兴市场需求的持续增长。对外贸形势的判断,更多企业给出的态度是“谨慎乐观”,毕竟欧美才是中国的最大贸易伙伴,而新兴市场本土企业的崛起也给中国企业带来了竞争压力。

过去的数十年中,中国外贸企业尝尽了代工的甜头。随着近年来成本上升、贸易摩擦加剧、产品利润从制造向创造转移,中国外贸企业一时间从“衣食无忧”的美梦中惊醒,不得不开动脑筋着力转型。

从长远来看,传统出口企业受到资源和环境的约

束加大,依靠低成本和规模效应等传统竞争优势的外贸方式将难以为继,产品转型升级越来越迫切,企业必须依靠创新来提升附加值。一方面,在新兴市场上,欧美企业尚未形成全面垄断,“物美价廉”的中国制造更受欢迎,这给中国企业培育品牌提供了难得的机遇;另一方面,应对外贸危机的一大措施是扩大内需,中国的内需市场空间巨大,与“洋货”抗衡需要优质的品牌。

根据“微笑曲线”理论,产品的附加值更多体现在两端,即设计和销售,处于中间环节的制造的附加值最低。严峻的外贸形势倒逼企业去提高产品的设计水平,从而获得更多的内涵和更高的售价。与欧美发达国家相比,在同档次产品售价方面,中国制造只要加入小小的创意设计,就会有很大的提升空间。

当前,全球制造链都在往亚洲转移,工业设计作为整个产业链中的重要环节也渐渐转移到亚洲,中国的工业设计产业将迎来高速发展。政府在鼓励企业自主设计的同时,更要注重中国元素的使用。五千年文明的中国有独特的符号系统和文化底蕴,为中国设计走上国际舞台提供了强力支撑。设计是文化和艺术的结合,带有中国元素的设计不仅将提升产品的附加值,更是向全世界展示中国软实力的重要载体,中国文化将随着中国设计一道传播到世界各地。

当前全球复杂的经贸形势为中国企业带来的既是挑战,更是机遇。设计创新不仅是中国企业规避风险、做大做强的必由之路,也是中国对于大国崛起充满自信的真实写照。



国家能源委专家咨询委员会主任张国宝——

高效利用清洁能源

新华社记者 王敏



弃风、弃水凸显出我国在新能源发展方面的困境,清洁能源大量弃用,实在不应该

就我国能源发展的热点问题,国家能源局原局长、国家能源委专家咨询委员会主任张国宝日前接受了新华社记者专访。

张国宝说,2012年我国非化石能源发电量达1.07万亿千瓦时,占全国发电量的比重达21.4%。这其中主要贡献还是水力发电。风电发展虽然迅速,去年发电量达到1004亿千瓦时,超过了核电,但所占比例仅是发电总量的2%。同时,2012年我国弃风约200亿千瓦时左右。

不光是弃风,预计今年弃水问题也会严重。金沙江溪洛渡、向家坝水电站自6月起将陆续有十台世界最大的80万千瓦机组投产,而该电站的电力外送通道建设远远没跟上,预计今年将有约200亿千瓦时弃用。

今年以来,一场持续多日、遍及多个省市的雾霾震惊了国人,再次引发了我国经济发展和环境保护、发展模式和产业结构调整的大讨论。一方面中东部地区雾霾肆虐饱受诟病,另一方面弃风、弃水又凸显出我国在新能源发展方面的困境,清洁能源大量弃用,实在不应该。

近年来我国能源消费总量不断增长,不仅能源的供应难以维系,排放的压力也是不堪承受之重。因此必须大力调整我国的能源结构,大力发展可再生能源,增加非化石能源的比重。

解决这些问题要多措并举。首先,加快发展风电、太阳能,销纳这些电力根本不是问题,当务之急应尽快审批蒙西锡林浩特至南京、甘肃酒泉外送特高压线路,加紧建设溪洛渡左右岸的外送通道;要大力发展核电,目前核电只占总发电量的1.97%,2030年争取将核电占总发电量的比例提高到8%;更加大胆进口天然气资源,把天然气占一次能源的比重从现在的5.4%提高到10%以上;今后要把煤炭总消费控制在40亿吨以内,并且争取还要减少。(据新华社北京5月5日电)

海关试点税款联网改革

企业足不出户办通关

本报记者 顾阳

“海关的税单从六联减为两联,并以电子数据联网的方式在海关、银行、国库和税务部门之间流转,以前要两到三个工作日完成的工作,现在当天就能完成。这样的‘瘦身’,我们做企业的当然欢迎!”提起苏州海关今年4月份开始试点的税款联网管理改革,苏州华昌机电有限公司关务经理刘燕啧啧称赞。

自税款“电子支付+税款联网”改革实施以来,企业只要签订相关协议,直接通过海关税费电子支付平台,足不出户、不受工作时间限制就能完成所有的关税、代征税、滞纳金、滞纳金等税费的“全天候”支付,企业再也无需多次往返各部门之间办理手续了。

作为深入推进通关无纸化改革、提升税收征管工作效率的一项重要举措,在海关总署的指导下,苏州海关率先在部分通关现场实施了税款联网管理改革试点。

对于海关、银行、税务等部门而言,通过推行电子支付缴纳税款,将原先人工流转的纸质税单全部取消,改由负责进出口税收审核的各监管部门通过数据联网审核来完成。通过电子数据进行税收信息交换,各部门税收数据实时批量下载、电子比对,银行无需进行纸质税单签收,人民银行国库无需纸质税单审核,大大减少了各监管部门的单证流转环节和税单流转时间,税收核销准确率不断提高,同时还降低了监管机构的行政成本,提升了进出口税款入库效率。

据悉,税款联网管理改革在苏州海关实施1个月来,已有12家商业银行、1000多家涉税企业纳入试点范围,共开出两联税单1.2万份,涉及税款达3.6亿元。

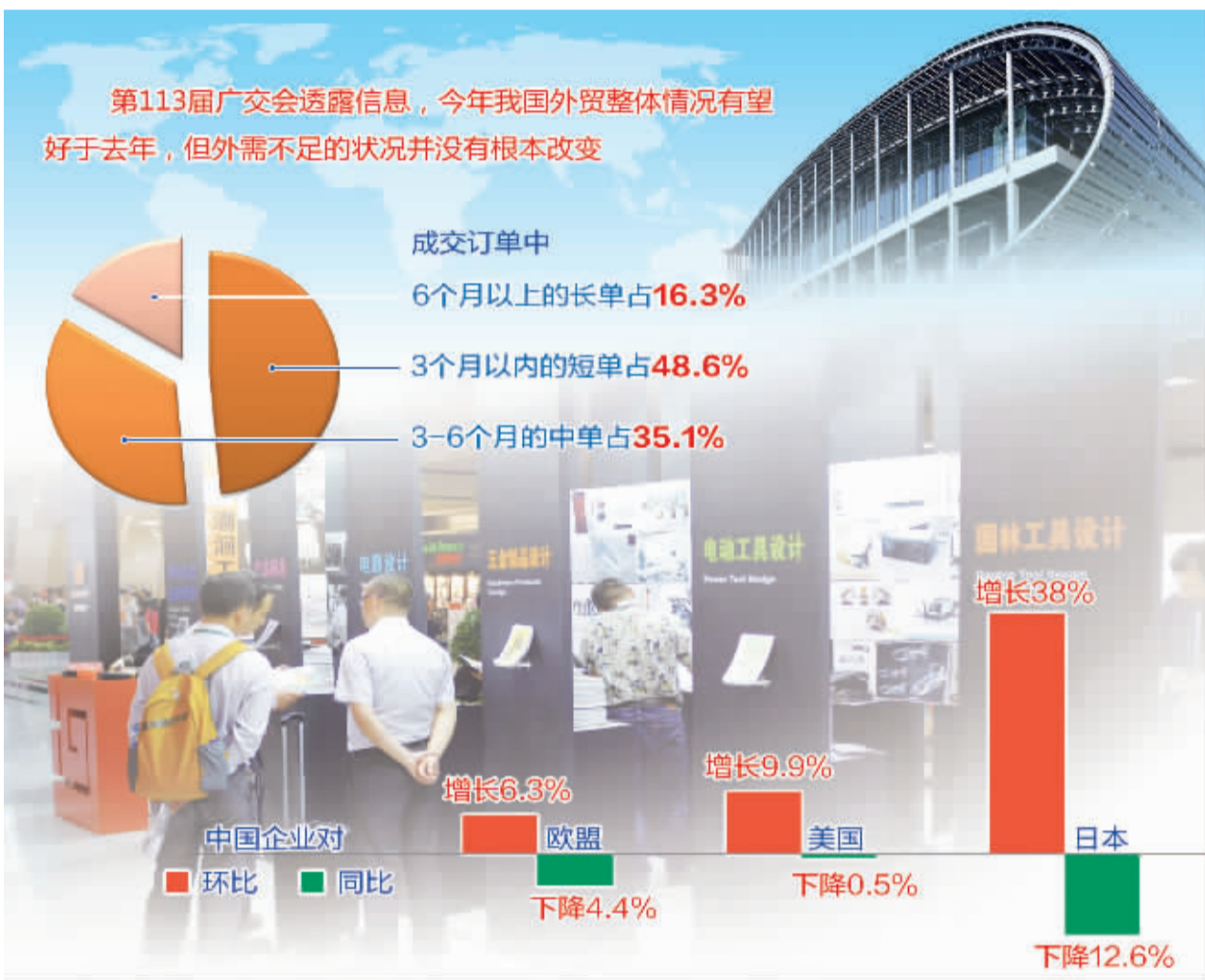


夏令商品销售旺



5月5日,在郑州市一条步行街上,市民们在挑选凉帽。随着立夏节气的到来,夏令时节的商品进入销售旺季。 新华社记者 王颂摄

本版编辑 王薇薇



企业必须迈过的门槛

虽然公司的新产品在广交会上获得了大丰收,朱武仍然表达了自己的担忧,虽然国内有更广阔的市场,但暂时不会考虑把产品在国内销售,原因是国内的仿制能力太强,而相关部门对专利产品的保护力度又不够。

对于企业来说,设计路上外部环境“坎”尚能想法子跨过,而企业自身的“结”必须自己来解。“中国的中小

企业目前对设计的需求量非常大,但是在设计上片面追求价格,不舍得多花钱,他们宁愿花20万美元买一辆豪车,也不愿花2万美元去做一个设计方案。”韩国Goth Design设计公司负责人朴京焕对此非常无奈。

香港设计师协会前主席叶智荣说,“对OEM(贴牌生产)外贸企业而言,设计与创新的路途很漫长,因为商业思

维模式完全不一样。飞利浦公司设计研发经费占企业利润的30%。而在国内,设计研发投入达到这个比重的企业并不多见。”

广州美术学院设计学院院长童慧明指出,中国的企业家普遍存在一种“赚快钱”心态,认识不到设计需要一个长期的积累。然而,工业设计如果仅仅是做一个产品,做一下外观,将远远达不到应有的效果。

记者还注意到,一些企业虽然在设计上花了大价钱,却由于缺少良好的管控体系,使得产品设计风格单一,难以满足甚至偏离复杂多变的市场需求。

从工作室到系统工程

由于仿制的风险低、成功率高,多数企业都会选择仿制。“目前国内山寨产品盛行,严重阻碍了创意设计产业的发展进步。”叶智荣表示,我国目前生产方面已经成熟,设计却还处在起步阶段。初期难免会有模仿,重要的是在模仿中学习和前进,逐步推进自主创新。

“设计是一个宽广的概念,在设计中品牌是最重要的,还需要考虑到营销

和社会问题。”韩国设计振兴院中国事务所所长洪民硕表示,工业设计是一个很复杂的过程,只重视产品设计的层面是不够的,如果想真正提升设计能力,必须全方位管控设计。

目前,大企业一般都设立了专门的设计研发部门或者与国际一流设计公司合作,但很多中小企业出于成本考虑,只能选择与国内设计公司合作。如此一

来,中国设计公司的成熟度在很大程度上影响着中国企业的设计能力。

六维空间设计顾问廖志文认为,一些中国设计公司的设计与生产完全脱节,往往忽视对成本和现有生产工艺的控制,即使能设计出优质的产品,也由于欠缺从概念到形成产品的能力,无法取得良好的设计效果。

洛可可工业设计公司设计总监贾伟对记者说,中国需要上规模的、标准化的企业化设计公司。“从前期的设计创意、可行性验证,到后期的成本分析、包装设计,这个过程需要系统化地考量,不是一两个设计师的个人行为。”



PDC:为设计与制造牵线搭桥

本报记者 郑杨

5月2日,广交会展馆中正在召开的设计潮流趋势研讨会现场,来自全国各地的服装企业管理及设计人员,聆听业内专家廖志伟的主题演讲。廖志伟所在的Fashion Snoops是一家全球性的时尚潮流预测机构,其分析预测可快速应用于企业新产品的设计开发。

“服装业在亚洲的出口比较优势正在逐年下滑,我们不得不更加重视设计研发,参加这样的研讨会让我们受益匪浅。”一位服装企业负责人告诉记者。该研讨会是广交会产品设计与贸易

促进中心(简称PDC)举办的“设计促进贸易”系列活动之一。PDC是广交会根据我国外贸企业转型升级的需求于2011年创立的。PDC希望在企业与设计师之间搭建桥梁,为有产品设计需求的中国企业提供帮助。

广交会副主任、中国对外贸易中心副主任王润生介绍,两年来,PDC累计吸引了来自荷兰、法国、美国等13个国家和地区的96家设计机构参展,促成意向成交逾3000宗,其中相当部分已形成具体运行的生产项目。本届广交会,PDC的设计展示规模大

幅攀升,展示面积较上届增加66%,法国米罗、深圳洛可可等国内外知名设计公司踊跃参加,云集了日本设计大师喜多俊之、香港设计师叶智荣等国际知名设计师。

“PDC方便了我们与境外设计师对接,给我们的产品设计带来了不同程度的启发。”浙江新秀集团总经理助理陈学冰说。“通过参加广交会PDC活动,我们可以接触很多不同的客户,传递我们的设计理念给他们,让他们在生产行业里找到更好定位。”法国设计公司设计总监米歇尔·米罗说。

新闻背景

外贸形势倒逼企业转型

中国于2001年正式加入WTO后,对外贸易得到高速发展。自2002年出口首次突破3000亿美元,在世界贸易大国中排名上升至第5位后,连年保持两位数的增长,迅速成长为世界制造大国。

然而,经过2008年国际金融危机、2010年欧洲债务危机的侵袭后,美国、欧盟、日本等中国最主要的贸易伙伴经济持续陷入低迷,复苏乏力,中国外贸发展逐渐步入僵局,外贸企业举步维艰。2012年,外贸同比增长跌至8%,这相对于以往10%至30%的增长率来说,差距甚大。

商务部近日发布《中国对外贸易形势报告(2013年春季)》指出,2012年,中国外贸发展面临外需低迷、成本升高、摩擦增多等多重困难和压力,进出口增速下滑至个位数。2013年,中国外贸发展面临的国内外环境有望比上年有所改善,但制约因素错综复杂,挑战和压力仍然较大。如果外部环境不发生大的变化,2013年全年中国进出口大幅回升的可能性不大。

我国出口增长持续低位运行,表面上看是受到外部市场需求增速放缓因素的直接冲击,其背后折射的是传统外贸增长方式的局限性和不可持续性。劳动力、原材料成本上涨,人民币汇率高位震荡,贸易摩擦加剧都进一步降低了企业的出口竞争力。高度依赖自然资源和劳动力要素大量投入的贸易竞争力,越来越多地受到资源、人口红利消失的制约,同时也面临新兴经济体本土企业崛起的竞争压力。

在外需不振的情况下,中国出口要想继续保持高速增长非常困难,外贸形势的恶化倒逼企业转型升级,企业需要通过研发新产品、开拓新市场、提高产品附加值和产品科技含量等途径培育全新的外贸竞争优势。

文/本报记者 王轶辰