

中国制造为什么要升级

本报记者 黄 鑫

透 视

- 在长期粗放发展之后,中国制造业发展进入了“爬坡过坎”的关键时期
- 中国制造业面临着低成本优势递减和新竞争优势尚未形成的两难局面
- 创新驱动发展战略的实施将极大地激发中国制造业创新的内生动力

“要实现我国经济发展换挡但不失速,推动产业结构向中高端迈进,重点、难点和出路都在制造业。”工信部部长苗圩表示,中国从现在开始,要从制造业大国向制造业强国转变,这正是制定《中国制造2025》的时代背景。

摆脱“大而不强”的困境

芯片是手机、电脑等电子产品中的重要组成部分。尽管中国已成为全球电子产品制造大国,但去年中国进口芯片的金额达到2100亿美元,超过了石油。“缺核少芯”正是中国制造业的痛点之一。

“中国制造业约占整个世界制造业20%的份额,已经成为制造大国。”苗圩介绍说。工信部数据显示,在500余种主要工业产品中,我国有220多种产量位居世界第一。2014年,我国共有100家企业入选“财富世界500强”,其中制造业企业占56家。

但如果用一个词来概括中国制造当前存在的主要问题,工信部副部长毛伟明认为是“大而不强”。主要表现为,一是自主创新能力还不足,关键核心技术受制于人,中国制造仍处于价值链中低端;二是品牌质量水平还不够高,缺乏国际上有影响力、大型的跨国公司和品牌企业,质量事件也时有发生;三是产业结构还不尽合

理,各地在产业布局上存在同质化竞争,产业层次和核心竞争力亟待提高;四是科技成果转化渠道还不够畅通,没有真正形成以企业为主体、市场为导向、产学研用相结合的技术创新体系。

在长期粗放发展之后,中国制造业发展面临着稳增长和调结构的双重困境,进入了“爬坡过坎”的关键时期。“现在,世界各国都提出了发展制造业的计划,包括重返制造业、振兴装备制造业、实行新的工业化发展计划等。”苗圩表示,中国则提出了《中国制造2025》,正是要推动制造业向中高端迈进。

在“双重挤压”下找出路

雷柏科技是国内“3C”(计算机、消费电子和通讯)行业首家规模实施“机器换人”的企业。雷柏科技副总经理邓邱伟介绍说,键盘、鼠标等产品需要大量使用劳动力,重复进行拧螺丝、焊接、装配、检测等工艺,随着劳动力成本上升和由人带来的质量不可控因素,企业要找到新的优势和动力,要高质量的一致性和标准化,就必须实施自动化升级改造。

“中国制造业面临着低成本优势快速递减和新竞争优势尚未形成的两难局面。”工信部规划司副司长李北光坦言。

随着人口红利消失和要素成本的全面上升,我国制造业原有的比较优势正

在逐渐消失。数据显示,2014年我国劳动年龄人口比2011年下降了560万,直接导致用工成本上升。目前我国制造业工资普遍达到3000元至4000元,远高于东南亚等国。据波士顿报告,中国制造业对美国的成本优势已经由2004年的14%下降到2014年的4%,表明在美国生产只比在中国生产贵4%。

值得关注的是,我国制造业还面临着发达国家“高端回流”和发展中国家“中低端分流”的双向挤压。一方面,制造业向发达国家的回流已经开始,苹果电脑已在美国本土设厂生产,松下公司将把立式洗衣机和微波炉生产从中国转移到日本国内。另一方面,越南、印度等一些东南亚国家,正以更低的成本承接劳动密集型制造业的转移,耐克、优衣库、三星、富士康等知名企业纷纷在东南亚和印度开设新厂。

同时,“我国制造业依然没有摆脱高投入、高消耗、高排放这种粗放的发展模式,对资源环境产生了很大的影响,必须向绿色发展转型。”工信部节能与综合利用司司长高云虎指出。

传统方式必须转型

在全球个人电脑销量下滑的背景下,联想集团却能逆势而上,这是一家在全球都得到高度认可的中国制造企业。

将最适合的产品技术带到国外

本报记者 祝君壁

推进国际产能和装备制造合作

在“一带一路”战略推动下,各行业、企业成功走出国门的案例越来越多,建材、有色等行业也加快了“走出去”步伐。然而目前,建材行业中尚有不少企业在海外投资品牌处于起步阶段,面临诸多挑战。对有色行业来说,只有将最适合的产品技术带到国外,适应国际市场变化,促进当地经济发展,才是企业“走出去”的立足之本。

创新模式拉动当地经济

据《澳华财经在线》报道,澳大利亚格陵兰矿物与能源公司近日发布公告称,继2014年3月签订首份谅解备忘录后,公司已与中国有色金属建设股份有限公司(下称“中色股份”)签署第二份谅解备忘录,并计划于今年正式签署战略合作协议。

作为有色行业“一带一路”的先锋,中色股份2014年承包工程业务大幅增长。据公司2014年年报显示,截至2014年12月31日,在建工程项目余额尚有约14.4亿元,且2014年公司承包工程毛利率大幅增长,达到17.09%,该数据在2012年、2013年仅有6.02%和10.78%。

“‘一带一路’战略构想的逐步落实,为提升中国企业的跨国指数带来了历史性商机,作为集团公司‘走出去’的排头兵,中色股份在广阔的海外市场将大有可为。”中国有色集团副总经理孙加林近日在中色股份承建的伊朗南方铝厂二期项目和伊朗阿拉克铝厂项目现场调研时说,“与此同时,备受关注的国企改革将进入‘落实年’,改革红利将得到释放。中色股份将面向国际国内两个市场,努力实现中色股份在海外和国内有色金属领域新的突破。”

正是由于中色股份积累了丰富的海外项目开发经验,由中色股份投资的赞比亚中国经济贸易合作区,作为中国在企业走出去的新模式。合作区现已经吸引投资14亿美元,拥有入区企业48家,区内企业累计实现销售收入80亿美元。目前,中国有色矿业集团在赞比亚累计投资超过26亿美元,拥有14家出资企业,为当地提供了14000个就业岗位,提供各种捐助2000万美元。

创新技术引领产业发展

中色股份之所以在“走出去”的路上能够走得得当,技术优势是其制胜法宝。据中色股份相关人士透露,与澳大利亚格陵兰矿物与能源公司签署的谅解备忘录主要是利用中色股份的稀土分离经验和能力,对科瓦内湾项目稀土精矿进行开采,并建立一个垂直集成的稀土供应链。建立一个垂直集成的稀土供应链。

作为我国传统产业之一的玻璃行业,在自身面临产能过剩的前提下,想实现“走出去”目标,融入国际竞争,没有优势技术显然是不行的。

目前,国内对超薄玻璃的需求量以每年20%的速度递增。由于科技含量高、产品质量高、投资成本高、生产工艺复杂,环境要求苛刻等原因,长期以来,国内0.5毫米以下的玻璃基板产品全部依赖进口。正是看中这一市场缺口,国内多家玻璃企业纷纷加大在电子玻璃产品上的投资和研发力度。3月中旬,南玻集团宣布成功量产0.33毫米超薄电子玻璃后,中国建材洛玻集团紧接着发布了0.28毫米、0.25毫米超薄电子玻璃实现稳定生产的消息。3月28日,中国建材蚌埠玻璃工业设计研究院宣布,其电子信息显示超薄玻璃生产线已稳定生产出0.2毫米超薄玻璃基板。随后,南玻集团0.2毫米玻璃也顺利实现量产。

作为玻璃行业“走出去”的领军企

业,福耀玻璃集团1995年便登陆美国抢占市场。正是通过不断创新技术、生产、销售理念,福耀玻璃在美业务不断扩大,如今每年销售额近4亿美元。2013年以来福耀玻璃在美国和俄罗斯分别设立了“福耀玻璃美国有限公司”和“福耀俄罗斯浮法玻璃有限公司”,总投资超过6.2亿美元,成为中国汽车零部件企业在海外最大投资项目。

据福耀玻璃集团提供的数据显示,目前福耀中国市场占有率达70%,全球市场占有率近20%,近一半的产品用于出口。福耀玻璃集团副总裁白照华告诉记者,目前福耀汽车玻璃配套销售网点遍布五大洲,并在全球主要汽车产销区建立了4个设计中心,与各汽车厂开展同步设计、实时互动。福耀汽车玻璃目前已是宾利、奔驰、宝马等近10家世界知名汽车主机厂的合作伙伴。

创新定位赢得市场先机

中国建筑玻璃与工业玻璃协会秘书长张佰恒认为,“在发展目标与战略定位上,玻璃行业要以本土化发展为主转向国际、国内两个市场并重,寻求新的经济增长点。充分利用国内外资源和市场,实现真正的国际化经营。”

不难看出,在经历了30多年的快速发展之后,玻璃行业转变发展方式已经成为必然的趋势和要求。“‘打铁还需自身硬’,玻璃企业走出去,首先需要‘健康的体魄’,才能适应激烈的国

际竞争。”福耀玻璃集团董事长曹德旺对此颇有体会。

日前,信义玻璃官方表示,信义玻璃斥资7700多万港元收购位于马六甲的土地兴建玻璃生产厂,预计总投资达15.6亿港元,希望通过在马来西亚投资,打入东盟市场。公司行政总裁董清世在记者会上表示,这是公司迈向国际化的重要一步。“考虑到马来西亚的外资策略,政治稳定,劳动力及原材料供应成本、技术及其总体经济的增长,相信新工厂将会为其大大降低生产成本。”董清世表示,新工厂的生产将不仅限于出口,也会部分投放当地市场,满足需求。

此外,沙河市壮大建材有限公司将在坦桑尼亚多多马市建设格法和压延玻璃生产线,可年产玻璃60万重量箱,有望于今年部分建成投产。资料显示,这条生产线采用的是比利时格法生产技术与我国探索研制的吸收浮法技术相融合的技术,具有投资少、见效快、效益高等特点,能够较好地适应和满足非洲国家对玻璃建材的巨大市场需求。由此可见,玻璃企业“出门”前,都做了明确的市场定位和产品结构划分,而不是盲目投产。

为了鼓励企业加快走出去步伐,中国建材联合会会长乔龙德建议,可以从政策支持企业走出去,建立和完善非经营型风险国家保障体系和境外投资应急援助机制建设;针对建材行业民营企业居多的特点,支持民营企业“走出去”。

新闻眼

今年底我国核电装机将达3000万千瓦

预计还有4至6台核电机组核准

据新华社北京5月21日专电(记者朱诸)中国核能行业协会副秘书长徐玉明21日表示,2015年是我国核电重启的关键之年,预计还会有4至6台核电机组得到核准,到年底运行机组的总装机容量将达到3000万千瓦。

徐玉明是在当天举办的“第十一届中国核能国际大会”上作出上述表述的。他说,“截至目前,我国在运、在建和拟建的核电机组共52台,其中已投入运行23台,总装机规模为2140万千瓦。我国核电机组分布在8个省区、13个核电基地。”

根据规划,到2020年,我国核电装机容量要达到5800万千瓦,在建容量达到3000万千瓦以上。

“这意味着,2020年之前,我国至少还要新建3500万千瓦的核电机组,平均每年开工5至6台,每年新增投资要1000亿元人民币。”徐玉明说,未来核电技术自主化将是我国核电产业做大做强的一环。以华龙一号、AP1000和CAP1400为代表的三代核电技术将成为我国未来核电规模化发展的主流。

国家能源局规范风电开发

弃风限电超20%地区不安排新项目

本报北京5月21日讯 记者王軼辰报道:国家能源局近日印发《关于进一步完善风电年度开发方案管理工作的通知》明确,弃风限电比例超过20%的地区不得安排新的建设项目,年度开发方案完成率低于80%的省区市,下一年度不安排新建项目。

根据《通知》,对于不存在弃风限电情况的省区市每年由各省区市能源主管部门按照平稳有序的发展原则,自主提出本年度开发建设规模;出现弃风限电问题的省区市,须对本地区风电开发建设和并网运行情况进行深入分析评估,科学制定本年度风电开发建设的规模和布局,同时要编制相关分析评估报告,提出保障风电并网运行的措施和预计风电运行指标。

国家能源局负责人表示,电网企业要根据各省区市年度开发方案中项目核准和投产的时间,编制配套的风电接入电网工作方案,根据风电项目的建设进度协调落实好配套电网建设工作,确保风电项目建成后及时并网运行。

导航

中铁旗下企业中标以色列轻轨红线项目

本报北京5月21日讯 记者齐慧报道:中国中铁股份有限公司今天晚间发布公告,旗下全资子公司中铁隧道集团有限公司与以色列公司组成的联营体,成功中标以色列特拉维夫轻轨红线项目TBM段西标段。中国企业参与实施该项目将带动中国设计咨询、设备的出口,对于开拓海外市场具有重大意义。

该项目是以色列规划中的特拉维夫轻轨系统中全长23km红线项目的一部分,包括6座地下车站,2×5.5米TBM隧道及16条横通道等工程,项目总估算约31亿谢克尔(约折合49.9亿元人民币),资金来源为以色列政府拨款。根据联营体双方的约定,中铁隧道集团在联营体中占51%的份额。目前,联营体正在就内部分工进行磋商。

近年来,以色列政府高度重视解决特拉维夫交通问题,成立了负责交通建设运营的国有公司,提出了特拉维夫轻轨系统建设规划,包括红线、绿线、粉线、黄线、紫线、蓝线和棕线7条线路,全长176km,总投资约为1000亿谢克尔(约折合1609.7亿元人民币)。预计2030年客流量4.27亿人次,日均客流量142万人次。

宝钢欧冶获超1600亿元授信额度

本报上海5月21日电 记者李治国报道:宝钢旗下欧冶云商在实现打造钢铁服务共享生态圈的宏伟蓝图的道路上,迈出了坚实的第一步。作为欧冶云商的唯一金融平台,欧冶金融日前成功与中国工商银行、中国建设银行、中国银行、中国农业银行、交通银行等12家银行及中国信保和中合担保等金融机构签署战略合作协议,授信额度超过1600亿元,这次签约标志欧冶云商打造钢铁服务共享生态圈获得了强大的金融支持。

欧冶云商是由宝钢作为发起方,依托互联网、物联网、大数据、移动互联等全新技术手段,打造出钢铁流通领域的集资讯、交易结算、物流仓储、加工配送、投融资、金融中介、技术与产业特色服务等功能为一体,钢铁生产企业、钢铁贸易公司、物流加工服务商、钢材用户等多方主体共生共赢,服务范围覆盖全国的生态型钢铁服务平台,真正体现欧冶云商提供的不仅是一个服务平台,更是一个最具活力的钢铁服务共享生态圈,“共建、共享、值得信赖”是其最大特点。

欧冶金融是欧冶云商旗下金融服务板块,面向欧冶云商生态圈提供融资、理财、资产管理和支付等服务。欧冶金融定位于利用互联网金融手段,建立基于产业链的金融服务体系,携手各类金融机构,形成全方位的金融服务集群,为生产厂家、大宗商品交易平台、贸易企业、终端用户等提供在线支付、融资服务、投资理财、资产管理等互联网金融产品。