

中国成全球第二大服务外包承接国

■ 本报记者 范丽敏

“凭借优惠的政策支持、稳定的社会环境,以及丰富的人力资源等优势,中国已经成为全球重要的发包目的地之一。”近日,商务部国际贸易经济合作研究院党委书记兼副院长任鸿斌在第五届全球外包大会新闻发布会上表示。

商务部最新数据显示,今年前6个月,中国共签订服务外包合同60293份,合同金额为273.6亿美元,同比增长52.9%。这是继2011年服务外包大幅增长之后的又一次快速增长,中国已成为全球第二大服务外包承接国。

服务外包逆市增长

服务外包被称为拉动21世纪经济增长的“绿色引擎”。2011年,中国企业承接服务外包合同执行金额323.9亿美元,同比增长63.6%。今年上半年,在复杂严峻的国内外经济环境中,中国国民经济整体放缓,各行业呈现出疲态,尤其是钢铁、水泥等行业现状令人担忧,但中国服务外包行业却逆市增长,呈现出较强的活力。

任鸿斌告诉记者,由于面临成本上升、人才紧缺、产业高端升级和转型等挑战,“十二五”期间,中国服务外包产业将呈现以下四大发展趋势:一是以成本为主导要素的服务外包产业二次转移,包括全球服务外包产

业向中国的转移,以及中国服务外包产业由东部沿海开放城市向中西部地区的转移;二是人才的重要性将进一步提升,成为中国服务外包城市、园区,以及企业实现可持续发展的核心要素;三是金融外包市场将全面开放;四是随着中国服务外包的蓬勃发展,业务领域将从传统的信息技术外包(ITO)逐步扩展到技术含量更高、附加值更大、层次更高的工艺流程外包(BPO)和知识流程外包(KPO)业务,并将成为未来发展主流,推动产业向纵深发展。

与印度相比仍有差距

谈起中国的服务外包,必然绕不开另一个接包大国——印度。进入21世纪以来,印度逐渐成为头号全球服务外包承接国,享有“世界办公室”的美誉。

“之所以把印度作为中国的主要参考对象,关键在于印度在发展服务外包方面确实有值得学习借鉴的地方。”中国工程院院士倪光南表示。

据美国市场研究公司IDC分析研究,2011年,中国服务外包交付能力已经超过印度,然而规模与核心竞争力和印度相比还有差距。

就总体规模来说,印度仅计算机和信息服务一项就占了整个服务贸易出口的50%左右,服务外包业务撑起了其服务贸易出口的半壁江山。

“中国的服务贸易出口以旅游服务、运输服务等为主,计算机和信息服务占服务贸易出口总额的比重仅为2.4%,虽然年增速高达72.7%,但要想赶上印度的水平,还需要很长时间。”任鸿斌说。

在任鸿斌看来,中国服务外包的发展是以政策为引导的,产业集中度还须进一步提升。

目前,中国服务外包企业数量虽然达到16939家,但小企业数量占90%以上。2011年,中国离岸外包合同执行金额超过1亿美元的企业共22家,而印度,早在2009年,就有9家企业的产值超过10亿美元,产值在1亿美元至10亿美元之间的企业达77家。

“在国际认可度方面,印度多年来在服务外包方面已经得到了国际广泛的认可,这种认可不仅仅是在技术方面,还有国际质量认证,像美国对CMM(能力成熟度模型)3级以下的企业根本不发包。”任鸿斌说,目前,印度获得CMM4或CMM5国际认证的企业已经超过100家,而中国还不到20家。

任鸿斌表示,总的来说,除品质保证方面外,中国在设计管理、支持、封装软件实施、语音和非语音业务流程外包等方面与印度相比仍有较大差距。

中国机会

“与印度承接离岸研发设计等高端外包业务相比,中国市场体现出不同的特点,中国自身就是巨大的消费市场。”任鸿斌说,虽然中国在航天和金融领域的软件与信息服务外包方面的发展并不十分强大,但基于互联网、移动终端和汽车等巨大消费电子市场领域的外包已经朝着专业化方向发展。

任鸿斌表示,随着中国市场重要性的不断加强,跨国公司在我国市场上的业务和投入逐渐扩大,对IT和后台服务的需求也将日益增加,并促使各跨国公司在我国加速设立自己的IT、数据运营中心以及客户服务中心,这些都将成为我国的服务外包市场带来巨大的需求。

全球外包委员会主席罗布奇(Iopuch)预测,从国际范围来看,新兴市场国家需求增长,发达国家买家也比较稳定,今明两年,服务外包业将持续发展。

据亚太总裁协会全球执行主席兼中国会长郑雄伟介绍,全球离岸服务外包的发包市场主要集中在北美、西欧和日本,主要接包市场是印度、爱尔兰。全球500强企业平均每月有5家至10家在可能的离岸目的地考察。目前,中国、菲律宾、马来西亚、新加坡、巴西、俄罗斯、澳大利亚、越南接包上升很快。

在强大的市场需求带动下,中国企业试图抓住机遇,重塑全球离岸外包版图。



海外传真

最近的数据表明,随着地方政府放松某些购房限制和中央银行削减利率,中国房屋销售量和价格均已出现反弹。彭博新闻社称,中国的购房者认为,虽然政府发誓要控制房地产市场,但市场还将会复苏。

文章称,现年32岁的高阳(音)在一家生产卫浴产品的公司工作。他就是最近的购房者之一。5月份,高阳花120万元在北京的四环外购买了一套52平方米的房子。

高阳说:“像北京和上海这样的大城市的房价永远不会降下来。我已经错过了几次黄金交易期,而且我担心房价还会上涨。”

瑞士信贷银行集团分析师陈昌华说:“历史重演的可能性仍然存在。”他指的是过去销售量上涨后房地产价格猛涨的现象。陈昌华在一份报告中写道,与过去的模式类似,如果政府“稍微放松目前的调控政策”,房价反弹20%至30%是可能的。

据瑞士信贷银行集团的数据显示,自2009年中国放松对房地产市场调控的两年内,北京、上海、广州和深圳的房价分别激增了42%、58%、79%和69%。

开发商万科集团称,其上个月的销售额为133亿元,比5月份增加了24%。龙湖地产公司7月5日的公报显示,其6月份的销售量比5月份增加了36%。

国信证券有限公司的分析师在此前的一份报告中写道:“削减利率会动摇人们对继续控制房地产市场的预期。再加上利率降低带来的实际好处,房地产价格脱离正轨的风险再度上升。”

文章指出,经济增长放缓考验着中国政府的承诺,官员保证要一方面促进增长,一方面继续对房地产市场进行调控。《上海证券报》此前援引匿名人士的话说,中国国务院正在组织几个研究小组调查房价反弹的原因,并就阻止进一步上升可能采取的政策措施提供建议。

中国住房和城乡建设部政策研究中心副主任王珏林说,考虑到中央政府对房地产调控的“坚决”决心,房价不太可能大幅反弹。他说,销售量的反弹主要是因为随着通货膨胀压力缓解银行放松贷款的结果。

而搜房网进行的一项截至7月18日的调查则显示,2/3的受访者认为房价已经到了一个拐点,15%的人认为“房价将会上涨”,大约45%的人表示,他们计划在今年下半年买房。

(馨 华)

供求信息

乌克兰公司寻求中方合作伙伴

公司名称: Ras Logistic

合作内容: 该公司是一家从事海运、铁路、公路运输服务的公司,在乌克兰西部和南部设有代表处,现希望寻求中方合作伙伴,可提供货物仓储、货物包装、货物统一集结海运发至欧盟及独联体地区等服务。

联系人: Василенко Ю.В.

手机: +380676701454

电子邮箱: y.vasylenko@raslogistic.com(个人)

office_lviv@raslgistic.com(公司)

公司网址: www.raslogistic.com

(信息来源: 中国驻乌克兰使馆经商参处)

尼日利亚公司寻找中国企业合作

公司名称: Welis Integrated Services LTD

(该公司为塑料袋生产企业,现准备升级改造工厂,寻求生产压出机的中国厂家合作)

联系人: Engr. Mike Onunwor

电话: 00234-8037109129

电子信箱: mike_welis@yahoo.com

通信地址: 5A Fleming Avenue, Rumuomasi, Port Harcourt, Nigeria

(信息来源: 中国驻尼日利亚使馆经商处)

(以上信息仅供参考)

风向标

伊朗鸡肉价格暴涨70%

伊朗鸡肉价格日前突然暴涨,价格从原来每公斤3.8万里亚尔涨到6.5万里亚尔(约合人民币22元),涨幅高达71%。市场人士预计,短期内,伊朗鸡肉价格还将涨到每公斤8万里亚尔。

越南市场严重疲软

据《越南经济时报》报道,越南市场商品销售困难,库存严重。大小商场,各种商品普遍滞销。有店主称,今年销售量仅有去年同期的一半。许多经营房地产、证券、电信、电子等行业的企业停产或破产。

北苏门答腊咖啡、茶叶和香料出口呈上升趋势

北苏门答腊统计局数据显示,今年1月至5月,该地咖啡、茶叶和香料出口达2.11亿美元,较去年同期的1.96亿美元上涨7.92%。在棕榈油和橡胶出口价格走低的情况下,上述3种商品已成为苏北省主要出口创汇产品。

IT厂商为避免风险转赴马来西亚设厂

泰国一直是全球大型电脑零配件生产基地。据泰国《世界日报》报道,由于在去年泰国爆发特大水灾及日本爆发海啸中受到严重冲击,多家全球知名的IT公司计划扩大生产基地至马来西亚的槟城,以减少对泰国及日本电子零配件工厂的依赖。

尼日利亚航运业收入90%由国外公司获得

据尼日利亚当地媒体报道,尼每年航运货物大约1.52亿吨,航运费用收入超过50亿美元,但其中90%为国外公司获得。尼航运法案规定,尼本地航运经营者的货船必须在尼生产注册并完全属于尼本地人,这极大限制了尼本地航运经营者的发展。

干旱台风暴雨轮番袭击 韩国农产品价格高涨

据韩联社报道,由于连日出现高温干旱、梅雨和台风等对蔬菜生产不利的天气,7月,韩国农产品价格居高不下,部分地区农产品价格比一个月前还翻了一番。此外,随着韩国暑假旅游旺季的到来,肉类价格也开始呈上升趋势。鸡肉每公斤价格环比上涨15.9%,韩国国产牛肉里脊100克(1级)价格上升了14.6%。

中东纸张自足能力目前仅为50%

据国外媒体报道,尽管生产能力比2008年增加了12%,产值达到100亿美元,但中东地区纸张生产能力仅能满足消费的50%。另据一家全球生产商信息公司RISI的报告,沙特人均纸张和纸板消费量为每年39.6公斤,海合会年消费量为350万吨。预计到2020年,中东地区纸张消费量将达到2900万吨。

沙特成为全球化妆品使用率最高的国家

据《沙特公报》报道,据研究数据,海湾国家,尤其是沙特,是全球化妆品消费率最高的国家。沙特和阿联酋也是全球化妆品市场增长最快的国家之一。据化妆品市场投资者分析,沙特每个女性每年在化妆品上平均消费3733美元。根据最新数据,沙特市场护肤品销售额在2010年为3.8亿美元,估计到2015年将增长26%,达到5亿美元。

（本报综合报道）

麦肯锡：中国央企盈利能力略逊一筹



■ 本报记者 傅立钢

近日,2012年《财富》世界500强排行榜公布,中国大陆上榜公司数量达到73家,首次超过日本,成为除美国以外上榜公司数量最多的国家,其中不少是中央企业。央企“做大”已经是事实,但是自去年下半年以来,受市场需求增速放缓、能源和原材料价格波动等因素影响,多数行业的央企不同程度地出现了成本上升、资金紧张、风险增大、效益下滑的现象。国务院国资委多位负责人在不同场合强调,今年,中央企业实现保增长、保稳定的目标任务十分艰巨,必须将工作重点放在基础管理上。

麦肯锡全球资深董事徐浩洵在接受本报记者采访时指出,全球大量行业中的高端产品并未被中国企业掌握,但往往是20%的高端产品创造了80%的利润。中国央企平均净利润率仅为2.8%,对比其他500强5.8%的均数,央企的盈利能力还略逊一筹。

国际一流企业有6项指标

徐浩洵对记者说,与国际一流企业的对标,不仅是在业绩上进行对标,更重要的是在健康指数上对标。从业绩上对标,我们主张在6个不同维度上进行。第一是价值创造能力。中国企业发展得非常快,但是,通过投资拉动来做大的作用是非常强非常大的,在这里有没有很好的考虑价值体系?所以说,第一个维度是价值提升。第二是市场引导能力。我们的产品和服务

(上接第1版)

新申集团是中国亚麻10强企业之一,曾是一个100%的出口企业。因为出口难度增加,新申集团逐渐加大内销比重,外销比例今年将下降到60%。同时,新申集团正进一步在国内外市场上谋取定价权。

苏州青田企业发展有限公司是一家纺织成衣生产商,以出口为主,也兼做国内ODM(原始设计商)。该公司总经理周丽华表示,公司对生产设备进行了技术改造,员工减少约42%,降低了劳动成本。

从事纺织行业多年的俞正明为企业开出的药方是拉长产业链,以增加企业的利润

务,在市场上有没有引领的作用?或者说我们只是跟随?第三是全球影响力,包括技术、标准、引领的模式。第四是资源运筹力。我们知道,通过投资一定能够拉动收益,但是通过投资能不能提升投资资本的回报率,这也是值得我们深思和考虑的问题。中国有很多企业用一倍的设备和资金作出了规模,但是国外很多企业追求的是如何把资本的运营效率提高。第五是产品创造力。新产品在销售利润中所获得回报是多少是非常重要的指数。第六是环境可持续发展。我们知道,中国经济在过去10年取得飞速发展,但是付出了很大的代价,高能耗高污染创造出了国内生产总值,中国企业同时也在走这样的道路。

中国企业对标世界有3个误区

全球管理咨询公司麦肯锡发布的白皮书《完善系统对标,推动管理转型,打造世界一流企业》指出,中国企业要想真正实现做大做强、基业常青,不仅需要长期展现出卓尔不群的业绩,更重要的是始终保持组织的高度健康。“中国企业要实现‘做强做优,世界一流’,就要从全面、系统对标入手,以推动企业管理的提升。”

徐浩洵称,中国企业在与世界先进企业对标找差距和出路的过程中,往往存在3个误区:管中窥豹,即企业对标的广度不够,仅仅关注某一方面或某几方面指标,没有全面地考虑综合衡量企业业绩的重要方面;浅尝辄止,即企业的对标精细度不够,往往停留在较高层面的指标上,看到差距便急于照搬“最佳实践”以消除不满意的结果,没能进一步分解对标并深入寻找造成差距的深层次原因;逐末忘本,即企业的对标深度不足,只关注结果性的、硬性的业绩指标而忽略了过程性的、软性的改善。

商情聚焦

空间。

“这还远远不够。”谭安认为,汇改已经倒逼纺织产业升级,外向型企业应当把汇率波动视为一种常态,优化产品结构,提高产品的技术含量和附加值,加快转型,从而在应对汇率波动时掌握主动权。

“另外,在人民币汇率双向波动下,外向型企业应加快转变结算模式,跨境贸易人民币结算深受外贸企业青睐,通过人民币结算能有效地降低企业的汇兑损失。”上述中国人民银行负责人认为,纺织企业要利用金融衍生工具、多币种结算等途径,学会采用远期结汇、锁定汇率等手段来规避汇率风险。