

当 OEM 遇上“互联网+”

■ 本报记者 范丽敏 实习记者 姜业宏

近40年来,中国曾凭借“中国制造”成为世界工厂,在世界制造业声名鹊起。随着生产技术日臻成熟,中国企业为知名品牌代工已经成为制造业公开的秘密。根据统计数据,早在2009年,已经有60%的国际奢侈品品牌在中国进行代工生产。

然而,在全球经济陷入“低增长陷阱”时,OEM工厂的订单大幅减少,多数中国代工企业陷入困境。

当OEM遇上“互联网+”,代工厂有了新的发展契机,小熊电器、SKG家电等多个从OEM工厂转型过来的自主品牌正在崛起。

OEM遭遇瓶颈 眼光转向“互联网+”

传统意义上的“代工”有两种方式,分别是OEM(来料加工制造)和ODM(自有设计制造),国外品牌委托中国代

工工厂生产的形式一般是OEM。

在经贸环境整体面临较大下行压力的形势下,OEM工厂的订单数量大幅减少,加上国内人力、原材料等生产成本提高,代工行业早已不复往日风光。有调研显示,原材料价格、劳动力成本、人民币汇率三项因素对中国代工企业经营的压力系数分别从2010年的55.56%、52.10%、32.95%猛增到目前的81.43%、81.67%、48.11%。

浙江一家OEM工厂的管理者告诉本报记者,十几年前刚入行的时候,代工行业利润不菲,本利比达1:1。如今,OEM工厂都在作调整,谋转型,有的搬迁到东南亚地区,有的则瞄上了互联网营销。

近年来,世界知名品牌的“原单”“高仿”产品一度在网购平台上呈泛滥之势。“但在日渐严格的管控制度

下,很多销售商转做微商。”该管理者透露,朋友圈作为私人社交网络,没有严格的约束,而且交易大都发生在熟人之间,营销精准,发生纠纷的可能性也比较小。该管理者说,不少OEM工厂已经具备了媲美品牌原厂的加工能力,但生产的自主品牌商品价格只有国际大牌的1/10。

但这种打擦边球的销售方式终难长久,没有自主、有影响力的品牌,OEM工厂即使具备领先的生产能力,在全球产销链上也只能处于附属地位。加上商标、专利等一系列法律争议摆在眼前,如何通过“互联网+”彻底变革商业模式,成为多数代工厂在困境中积极探索的方向。

从中国制造到中国质造 发展自主品牌是关键

OEM企业在传统模式下做自主

品牌,成功的寥寥无几。据报道,国内知名OEM企业广东溢达纺织有限公司,长期为CK、Hugo Boss等国际顶级服装品牌代工。早在2000年,溢达推出自主品牌“派(PYE)”,和国际品牌共用同一条生产线,材质、工艺完全一样,价格定位在52至107美元之间。但至今,“派”品牌也并未被大众熟知。

2016年6月,国家质检总局携手阿里巴巴集团推出的“中国质造”落户广东。消息称,从OEM到ODM,再到OBM(自有品牌制造营销),代工厂的互联网转型之路才刚刚起步。

调查数据显示,中国OEM工厂的优势非常明显,大部分OEM工厂已经具备设计、研发、生产、品控的体系。工厂已经不是传统意义上的简单OEM,已经上升到ODM的角色。国外品牌商只是提供品牌授权,跟中国企业的合作也

是基于其设计和产品。淘宝网“中国质造”项目总监青目曾表示,“OEM厂商的突破其实只差一小步,却难以跨越。因为OEM的本质就是没有品牌,没有品牌就没有渠道,也没有市场优势。”

中国社科院世界经济与政治研究所研究员李远芳认为,互联网恰巧为传统OEM企业转型提供了机会。“转型需要对最终需求有洞察能力。谁对市场有最敏锐的洞察能力,谁就能占得先机。这种洞察能力,可以从互联网大数据中取得。”李远芳说。

凭借互联网优势,企业通过与客户、粉丝高效互动和口碑传播,能快速便捷地达到广告宣传效果。同时,通过电商自营、网络分销等方式,企业能迅速建立起成熟的销售渠道。这些都为中小企业和中国OEM企业转型升级开辟了新的空间。

业界呼声

董明珠:创新是企业的灵魂

本报讯“创新是企业的灵魂,是企业发展的唯一推动力。”在近日召开的第二届中国制造高峰论坛上,珠海格力电器股份有限公司董事长兼总裁董明珠做出上述表示。

董明珠一如既往地呼吁,“创造才能改变世界,不能只去模仿。去嫁接、去依赖别人的技术,创造才能带来真正改变。”

“要把制造变为创造,速度变为质量,产品变为品牌。”董明珠说,“只有不断创新,企业才能生存;产品走向世界,才有可能‘让世界爱上中国造’。”

究竟是专业化还是多元化更胜一筹?董明珠表示,“专业化和多元化取决于企业的实力,我们要做有实力的企业,就要脚踏实地地积蓄技术能力和人才资源。”面对外界瞩目的格力多元化道路,董明珠解释说,格力专业化的思路并没有变,只是加强了产品品类的多元化。格力将保持专业化的战略,加紧创新技术研发,保证无风险进入多元化。

“发展制造业需要转变思维,依赖模仿别人,甚至仅仅以盈利为目的,根本不行。”董明珠认为,只有拥有工匠精神和挑战自我的精神,中国制造才能真正走向世界。

“诚信是制造业的根。”董明珠说,要打造拥有雄厚实力的企业,就要脚踏实地积蓄技术能力和培养人才,进而才可能谈跨界。

从空调转型到做智能装备,仅仅3年时间,产品已经覆盖到装备制造业多个领域。董明珠说:“一定要走自主研发道路,格力电器这3年来最大的转变,是从过去的模仿型设计、追随型设计,到现在的原创性设计,这是根本颠覆性的一次转变。”

“不断探索,不断创新,不断向消费者提供严谨、优质的产品,要用工匠精神引领中国制造升级。”董明珠说。

(陶一萍)

企业动态

伊利挺进全球乳企8强

7月25日,荷兰合作银行发布2016年度“全球乳业20强”榜单。除了超过百年历史的国际巨头雀巢、达能、拉克塔利斯、恒天然、爱氏晨曦等企业外,作为亚洲唯一一家挺进10强的乳企——伊利,排名上升2位,跃居全球乳业8强,成为有史以来排名最高的亚洲乳企,打破了全球乳企前8强西方“独霸”的历史格局。

“全球乳业8强不仅是全球乳业的第一阵营,更是全球乳业最有影响力的规则制定者。”乳业分析师宋亮表示,是否进入全球乳业8强,不仅仅是规模位次的区别,更是全球乳业影响力和话语权的标识。

荷兰合作银行分析师Tim Hunt认为,在世界乳业处于近年来第三个下行周期的时候,来自中国的乳业领军企业却一枝独秀,业绩和排名持续上升。这显示出,未来的市场将由新兴市场主导,中国乳企在政府“一带一路”等政策的引导下,对全球发挥着越来越大的影响力和话语权,具备足够的资本和动力,参与、影响甚至改善全球产业链结构。

万达前7月狂掷160亿美元并购

7月25日,万达旗下美国AMC娱乐控股公司(以下简称中投)第八份年报出炉。2015年境外组合投资收益率为负2.96%,较2014年度的5.74%收益下滑。

去年,中投公司境外投资收益率下降并不意外。“2015年,无论对于全球经济还是中投公司来说,都是极具挑战的一年。面对持续疲弱的经济复苏和发展态势、大幅震荡的国际金融市场状况、日渐激烈的投资行业竞争环境,中投公司审慎应对,积极探索业务拓展与治理革新,稳健推进境内外投资与管理活动。”中投公司董事长兼首席执行官丁学东表示。

(本报综合报道)

中国贸促会驻海湾地区代表处：

中企在迪拜经商有“三忧”

■ 本报记者 陶海青

近日,中国贸促会驻海湾代表处总代表张喜敬会见了迪拜经济理事会公共关系部主任伊尔凡·阿勒·哈萨尼一行。

张喜敬表示,自2014年起,中国已经取代印度,成为迪拜第一大贸易合作伙伴。中国政府积极发展与“一带一路”沿线国家和地区的经济合作关系,迪拜是中东北非地区的经济贸易中心,中国政府支持中迪间多双边经贸往来与合作。

房地产咨询机构仲量联行发布的《城市发展趋势报告》称,迪拜是仅次于旧金山和伦敦的全球第三大“最

具商业活力”的国际性都市。

张喜敬表示,中国贸促会发起的多项调研及走访显示,中国企业认为迪拜营商环境相对良好,拥有完善的基础设施、高效的物流体系、便捷的生活服务。

广州市虎头电池集团有限公司迪拜分公司副总经理孔庆旭被派驻迪拜已经10年,他在接受《中国贸易报》记者采访时说:“迪拜以前有许多免税政策,现在免税政策虽然越来越少,但外企的利润因可以随时转出迪拜,相对安全。作为中东最大的贸易港口,迪拜港口的基础设施和物流建

设非常先进,产品运到迪拜后,大部分可以再转销到非洲、南亚和其他中东地区。这对企业来说,意味着更大的市场和销售额。”

虽然迪拜营商环境良好,但中国企业在迪拜长期的实际经营过程中,仍然遇到一些障碍和问题。

张喜敬坦言,中国企业在迪拜发展有三大诉求。第一,签证问题。大型基建等项目工期普遍较长,中国公民再次申请签证时遇到过被拒签的情况。第二,公民生活成本上升过快。近年来,迪拜政府大幅提升了房屋租金、注册申请、交通罚款等支出,

或将影响中国投资者的决策意愿。第三,外国中小企业在迪拜缺少政策扶持。

张喜敬强调,贸促会驻海湾代表处在调研中发现,自迪拜龙城二期开业以来,入驻的中国企业经营状况不佳,但无法解约,这使他们面临较大的经济压力和挑战。

一位入驻龙城的中国企业负责人吐槽说:“龙城二期看起来很高大上,但开业比较仓促,周围的基础设施还不完善,并且龙城二期宣传不到位,店铺租金不断上涨,中国企业盈利困难。当然,这与全球经济低迷有

关系。”

哈萨尼表示,作为迪拜政府的智囊机构,迪拜经济理事会致力于向迪拜政府提供有关经济发展的战略性建议。迪拜希望与中国建立稳固的经贸战略合作伙伴关系。此次拜会中国贸促会驻海湾代表处的主要目的,是了解中国对迪拜的方针政策、中资企业在迪拜经营过程中遇到的障碍和困难。在听取中国贸促会及对以上议题的建议和意见后,他们将积极转达中国企业的诉求。迪拜政府希望与中国政府加强双方互信及双边经济合作机制。

中投去年海外投资收益下滑

■ 欧阳晓红 李楠

谜底如期揭开。7月22日,中国投资有限责任公司(以下简称中投)第八份年报出炉。

2015年境外组合投资收益率为负2.96%,较2014年度的5.74%收益下滑。

去年,中投公司境外投资收益率下降并不意外。“2015年,无论对于全球经济还是中投公司来说,都是极具挑战的一年。面对持续疲弱的经济复苏和发展态势、大幅震荡的国际金融市场状况、日渐激烈的投资行业竞争环境,中投公司审慎应对,积极探索业务拓展与治理革新,稳健推进境内外投资与管理活动。”中投公司董事长兼首席执行官丁学东表示。

丁学东判断,2016年将延续低增长、低通胀、低劳动生产率、低贸易增速、主要经济政策分化等特征,这种宏观经济环境给投资机构实现长期收益目标带来巨大挑战。

数据背后

不言而喻,负2.96%的年度境外组合投资收益率是除2011年、2008年之外的第三低。尽管自2011年起,中投董事会决定将投资考核周期延长至10年,但8.43个百分点的收

益率下滑亦不容小觑。

中投解释原因有三:大宗商品价格深度下跌,负利率政策造成债券、股票类投资收益低于预期,以及美元大幅升值,导致总组合出现较大汇兑损失。

那么,又是怎样一种境外投资组合导致了亏损?2015年报显示,其境外投资组合分布中,公开市场股票、固定收益、绝对收益、长期资产和现金产品分别占比47.47%、14.44%、12.67%、22.16%和3.26%。

而2014年境外投资组合结构如:公开市场股票44.1%、固定收益14.6%、绝对收益11.5%、长期资产26.2%和现金产品3.6%。

中投2015年的策略可谓“两增三减”,如增加股票与绝对收益的配置,减少固定收益、长期资产和现金的配置。投资策略更为积极主动。

再细观中投境外投资组合公开市场股票类型分布,其结构为:美国股票、非发达国家股票、新兴市场股票的占比分别为:46.32%、42%、11.68%。

不过,在中投的总组合中,2015年还是有不少可圈可点的投资。目前,中投公司在北美、欧洲、亚洲及

大洋洲等全球主要地区的房地产领域投资超过40项,并一直保持较好的业绩纪录。同时,中投公司强化直投项目的投后管理,稳妥开展项目减持和推出工作,全年回收资金约106亿美元。此外,中投公司还深度挖掘具有中国元素的投资项目,尝试进入增长前景良好的新兴行业并充分利用私募基金网络开展相关投资。

境外“一分二”

去年走过七年之痒的中投,甫一进入2015年,就投立了直投公司——中投海外直接投资有限责任公司。中投成为“一拖三”的组织架构,即下设三个子公司,分别是中投国际、中投海外和中央汇金。他们各司其职,践行中投作为一家主权财富基金大型财务投资者的使命。

而中投海外的成立昭示“直投”也是中投的重头戏。中投坦言,长期资产投资方面,2015年加大了对房地产、基础设施等稳定收益类资产的投资力度。

至于下一步的发展,丁学东表示,当前世界经济仍处于金融危机后漫长的调整期,判断2016年将延



续低增长、低通胀、低劳动生产率、低贸易增速、主要经济政策分化等特征,这种宏观经济环境对投资机构实现长期受益目标带来巨大挑战。同时,近年来,世界主要发达国家保持了温和增长或复苏,包括中国在内的少数新兴市场国家前景看好;全球对外直接投资大幅增加,跨境并购业务积极踊跃;基础设施、创新行业、健康医疗、现金制

造业等几大投资领域正在全球范围酝酿形成;国际产能合作有望成为全球经济增长新动能和国际产业体系重构新动力,可能对世界经济与跨境投资产生巨大拉动作用。“在此背景下,中投公司愿携手有实力的中外企业共同挖掘、捕捉全球优质投资机会,积极探索形成优势互补、合作共赢的跨境投资商业模式。”丁学东称。