

某些产业与其外移不如精准升级

■ 刘国民

近几年来,中国一部分劳动密集型产业向外转移的情况时常被提及也很容易找到案例,其中纺织服装业、家具业部分产能向越南等国家转移较为常见。2020年突如其来且一时半会还不会消失的疫情因素,让中国口罩、自行车和家具等商品出口火爆,而这部分行业的配套产能反而显得不足。这引起了业界和学界对劳动密集型行业和部分制造业外移利弊的反思。如商务部研究院国际市场研究所副所长白明强调,“自行车国内产能不足,说明该行业外贸发展的产业基础不牢固。以往确有部分产业转移到东南亚国家,但现在要更加重视产业链的安全性,兼顾经济性和安全性。”

笔者认为,劳动密集型行业和中低端制造业的转型升级和产业外移是这些行业在市场经济规律下的理性选择。在利润微薄、技术水平

一般、行业竞争激烈的情況下向更有利可图的国家和地区转移无可厚非。而且有一个事实容易被一些经贸学者忽略:在没有产业外移这个选项时,利润微薄或没有利润的情况下,企业要么间歇性开工要么干脆停工,部分企业甚至选择退出;而有了产业外移选项,这部分企业其实获得了起死回生的机会。也就是说,如果单纯地只是限制、延缓产业外移,未必能保住相关行业的国内产能总量,甚至不能阻止国内相关行业的产能总量下降。

这也就是说,与其在今年疫情下国内局部产能不足现象出现后反思产业外移的利弊,不如将更多时间精力资源投入到改善其产能配套能力、转型升级上。这方面的工作其实远比想象中要更细化。

从应急方面来讲,为了顺利完成已经排到明年的订单,自行车企

业首先要做的事是扩大产能,转型升级符合长远利益但一时半会似乎顾不上。但同时要看到,正如一些家具出口企业所说,即便订单火爆、非常忙碌但利润率依然不高,而且订单越多带给上游原材料、零部件供应商的压力就越大。全球疫情带来的这一波部分劳动密集型行业火爆行情,当然只是暂时的,不仅没有缓解这些行业转型升级压力,反而让转型升级的必要性和迫切性更加明显地暴露出来。

所以,这些行业为完成订单而产能扩大和加速运转,终究不是长远之计。要从根本上缓解这种局部产能不足压力,还是要从提高产品附加值、转型升级上下功夫。只有不再过多依靠“量”,才能根本缓解上游原材料、零部件供应商和国际货运、海外仓的压力。

好在订单火爆、产能跟不上将

一些高附加值的零部件环节瓶颈更加明显地暴露出来。以自行车业为例,变速器和传动装置附加值高且主要供应商是日本、欧美企业。国内一些自行车企业纵然前期订单接到手软,但当进口传动装置越来越慢、越来越困难之后只能放弃一些外贸订单。这给国内一些有志于进入这一高端零部件制造领域的企业带来发展机会,而且确实有部分自行车企业在迟迟等不到日本传动装置到货的情况下,抱着试试看和变通的心态向他们下订单。

所以说,对有志于在自行车、家具等局部产能不足行业抓住热门机遇的企业来说,与其扎堆投入火爆薄利的传统竞争领域,还不如找准行业暴露出的“卡脖子”瓶颈、高附加值领域进行进口替代研发和生产。毕竟当疫情过去后,这种高附加值领域的市场空间和利润空间依然可观。

三交易所就扩大沪深港通股票范围达成共识

■ 李滨彬

香港交易所日前公告,为进一步完善内地和香港互联互通机制,沪深港交易所已就同步扩大沪深港通股票范围的措施安排达成共识,包括科创板股票纳入沪深港通标的范围的安排;在港上市的生物科技科技公司纳入港股通标的的范围的安排。

港交所介绍,此前,沪深港三所就科创板A+H股上市公司股票纳入沪深港通股票范围安排达成共识。近日,沪深港交易所进一步协商决定,科创板公司股票属于上证180、上证380指数成分股或A+H股公司A股的,该股票将根据沪港通现有规定调入沪股通股票范围,其对应的H股将根据沪深港通现有规定调入港股通股票范围。

此外,考虑到科创板实施投资者适当性管理,通过沪股通买卖科创板股票的投资者拟限于依据香港相关规则界定的专业机构投资者。相关规则待两地监管机构批准。

港交所表示,下一步,沪深港交易所将积极推进相关业务技术准备工作。预计于2021年初完成市场准备工作后将上述科创板股票纳入沪深港通股票范围。

港交所介绍,沪深港三所经协商一致同意,对于根据香港联合交易所有限公司《主板上市规则》第18A章节上市的生物科技公司的股票,如果其属于相关恒生综合指数成分股或沪深港交易所上市的A+H股上市公司H股的,该股票将根据沪深港通现有规定调入港股通股票范围(属于科创板A+H股公司H股的生物科技公司股票将按照前述科创板股票纳入安排调入港股通股票范围)。

港交所表示,下一步沪深港交易所将积极推进完成相关市场准备工作。预计自本公告发布之日起一个月后将上述生物科技公司股票纳入港股通股票范围。股份名称结尾不含B字标识且在本公告发布之时已是港股通股票的生物科技公司则不受影响。

国际商情

南非服装零售商拟减少对进口依赖

据外媒消息,南非零售商 Foschini Group 和 Woolworths 正在增加对当地服装制造商的投资,以减少对中国进口服装的依赖,并保障因新冠肺炎疫情限制措施而陷入混乱的供应链。这两家公司签署了一项行业计划,其中包括在未来十年内从本地制造商采购

65%所需商品的目标。分析师认为,现在已经是大势所趋,零售商开始越来越多地在本地购买商品。但是南非无法完全重振该行业,因为当地零售商“无法替代所有的产品系列”。该行业还面临技工和原材料短缺问题,如要振兴该行业意味着需要大量的前期投资。

FDI企业成越胡志明市进出口增长主力军

越南《海关在线》报道,胡志明市统计局公布,2020年11月,胡志明市企业在全国各口岸的出口总额达39.07亿美元,环比增长1.5%。有专家分析,欧洲、美洲和非洲因第二波新冠肺炎疫情快速蔓延,国际贸易被迫中断,但这种情况下胡志明市出口

仍保持正增长。2020年前11个月,全市进出口总额同比增长1.1%。其中,出口增长5.2%,进口下降2.3%。值得注意的是,FDI企业是该市进出口增长的主要动力,出口增长10.7%,进口增长7.6%。

(本报编辑部综合整理)



近日,山东省青岛市即墨区各纺织服装生产企业加紧赶制订单,满足国内外市场需求。即墨区是中国纺织工业联合会授予的“中国针织名城”和“中国童装名城”,拥有纺织服装企业3000余家,是集研发、设计、生产、出口于一体的区域性纺织服装产业基地。图为当地一家针织企业的工人在工作。

新华社发 梁孝鹏 摄

中国与葡语国家农业合作大有潜力可挖

■ 本报记者 刘国民

农产品产量居世界首位的有咖啡、甘蔗、柑橘;农产品出口量位居世界前列的有大豆、可可、玉米等。巴西目前是中国农产品第一大进口来源地。葡语国家在农业上都具有各自的资源优势,与中国农业合作的互补性强,符合中国的农业市场需求,但部分葡语国家农业生产条件落后,并不能实现粮食自给。中国虽然面临日益增长的农产品消费需求压力,却拥有充裕的劳动力资源、日积月累的农业生产经验和逐渐成熟的农业生产技术。因此,中国与葡语国家之间有望形成合理的农业国际分工格

局。中国参与开发利用葡语国家农业资源主要通过两种途径:一是在生产环节上,直接参与葡语国家农业资源开发;二是在流通过程上,为中葡农产品贸易合作提供合适的技术支持或援助。

据此,李春顶等学者在《葡语国家发展报告(2020)》中建议联手葡语国家共同培养农业科技人才,合作开发农业资源。首先,在开展中葡农业国际合作过程中,要加强中国与各葡语国家的农业技术交流与沟通。中国在农业技术方面具备明显优势的是良种培育技术、种植技术及动物疫病防

控技术。在进行农业技术交流合作时可以从这些方面着手,共同提升双方的农业技术水平。其次,中国可以与葡语国家联合培养国际化农业人才,并高度重视人才之间的交流合作,在中国和葡语国家举办多边或双边人才研修班、技术培训班。

同时建立中葡农业国际合作推进机制。可以考虑在中葡论坛中建立相关农产品贸易展销会或洽谈会机制,可在中国国际进口博览会上搭建中葡农产品贸易对接平台。中国与葡语国家之间的农业国际合作具有很大的潜力和

空间,应该更加重视和推动中葡农业国际合作机制建设。中国政府还可以在葡语国家创办农产品展览会。

李春顶还建议改善中葡农业贸易状态,健全中葡农业贸易投资保障体系。根据不同葡语国家的发展情况和发展需求,采取适用于不同国家的农业国际合作方式。适度扩大自葡语国家进口的农产品种类和规模,增加中葡农产品贸易的互补性,减少竞争性。不断改进中国对葡语国家农产品出口结构,促进中葡农产品贸易良性发展。

柬埔寨大米出口增长强劲

■ 欧阳开宇

尽管今年经受新冠肺炎疫情冲击和洪涝灾害袭扰,柬埔寨大米出口仍保持强劲增长势头,中国市场需求成为重要因素。

柬埔寨农林渔业部近日发布的报告称,在今年前11个月,总共有60.1万吨柬埔寨大米出口到国外市场,比去年同期增加了8.6万吨,增幅16.9%。

目前,柬埔寨大米已出口到世界60个国家,包括中国,以及欧盟的24个国家、东盟的6个国家等。柬埔寨目前从事大米出口的相关公司达到72家。

对于出口大幅增长,柬埔寨有行业专家分析称,新冠肺炎疫情背景下,柬埔寨大米进口国的粮食需求增加,此外,柬埔寨对相关国家和地区的进口税下降,获得进口配额增加等均是今年柬埔寨大米出口量增长原因。

与此同时,中国市场也是一个至关重要的因素。据柬埔寨农林渔业部报告,与2019年同期相比,柬埔寨大米前11个月出口中国的份额加大,目前已经占到39.09%。目前中国已跃升为柬埔寨第一大出口目的国,柬埔寨占中国进口米的市场份额从零增至目前10%左右。

据介绍,针对柬方大米出口今年受疫情和异常天气影响遇到的困难,中国有关方面采取了一系列举措促进柬大米对华出口。在柬新粮上市期间主动入市,克服进口成本上涨所带来的不利影响,多渠道寻找货源,积极进口柬埔寨大米,帮助柬出口商寻找销路,促进柬稻米产业良性发展。

河北出口退税快审快退

■ 张玲

记者近日从河北省税务局获悉,河北省税务部门积极推出出口退税快审快退,大幅压缩审核退库时限。今年1月至10月,全省共审核报关单87.5万票,为12853户出口企业办理退税134.8亿元,平均办理时长为4.3个工作日。

据了解,为贯彻落实国家税务总局出口退税业务平均办理时间提速20%的要求,河北省税务局明确全省出口退税平均办理时限不超过6个工作日;开通出口退税“绿色通道”,为受疫情影响较大的出口企业和生产疫情急需物资、积极捐款捐物且管理类别较高的企业提供快速退税服务。今年以来,借助“绿色通道”,全省有285户出口企业当日申报当日收到退税款共计53.92亿元。

近年来,河北省税务局积极推进无纸化退税工作,依托“互联网+便捷退税”服务平台,逐步实现了出口退税业务全流程无纸化操作。其中,一类、二类出口企业从申报退税到办理退库已经实现全流程无纸化操作。据统计,目前全省一类、二类出口企业达10410户,占全省有实际出口退税业务企业总户数的81%,办理退税额占比提高到86.7%。

记者观察

挖掘机给黄圣依涂口红,钱枫首次驾驶挖掘机,宁桓宇献唱歌曲,汪涵、张馨予线上发来祝福,三一集团近期举办的“全球购机狂欢夜”活动热闹非凡。三一集团公布的数据显示,活动当晚两小时,交易额突破234.89亿元,仅挖掘机就卖了17919台。

俗话说,内行看门道,外行看热闹。在挖掘机都能成为直播新宠的当下,三一集团举办的这次活动,无疑是给正在拥抱数字化的制造业企业上了一堂生动的实践课,相关企业应该深入思考,看看从中能得到哪些启示。

与消费者在“双11”中清空购物车能获得消费快感所不同的是,以挖掘机为代表的工程机械,属于技术密集型产品,造价较高,并非是客户冲动消费型产品。因此,这场直播的重点并非活动组织方邀请了明星大腕,晚会节目有多么精

彩,而是企业从营销策略中所表现出的国际竞争力。从记者观察的情况来看,这主要体现在以下三个方面:

一是危中寻机,抓住窗口。得益于中国率先控制住疫情,国内经济迅速恢复的同时,外贸和对外投资也展现出强劲韧性。尤其是与工程机械息息相关的基础设施建设领域表现突出。数据显示,今年前10个月,一般建筑、电力工程、水利建设类项目新签合同额增长较快。其中,一般建筑类新签合同额404.8亿美元,同比增长36.8%;电力工程类新签合同额392.4亿美元,同比增长10.8%。这意味着抛去国内市场不论,仅中国企业在海外市场就存在较大需求。而当下,只有中国等少数国家的企业可以做到工厂满负荷运转,为用户提供充足的产品和服务。在这样的行业形势之下,抓住这个时间窗口,

当挖掘机成为直播新宠

■ 本报记者 张凡

启动相关活动,才能起到事半功倍的效果。

二是绵绵用力,久久为功。其实,三一集团早在2010年时就开始触网了。最初,三一集团是以网络询单的方式试水电商营销,2014年开始建设电商平台,在2016年的德国宝马展上,三一集团通过官网与全球客户实现了实时互动。此外,三一集团还善于利用Facebook、YouTube、Twitter等社交网络工具作为品牌营销和传播的重要平台。

从产品种类来说,电商平台覆盖了整机、配件、二手机;从功能上来说,电商平台实现了引流、集客、获得客户需求;从服务项目来说,电商平台可以完成客户下单、交付、物流、配件供应和售后服务。

正因为多年的积累,在数字化方面持续发力,三一集团才为在疫情下实现业务增长奠定了基础。

三是自主创新,主动升级。全球工程机械制造行业可谓巨头云集,美国的卡特彼勒、日本的小松,这些公司的挖掘机驰骋在世界各地的工地上,市场竞争十分激烈。随着我国改革开放不断深入,以三一集团、中联重科、徐工集团为代表的企业逐渐步入世界舞台,加入竞争。三一集团意识到,只有不断提升产品和服务的竞争力,才能在市场中占有一席之地。在中国劳动力、土地成本日益提升,发达国家鼓励制造业回流的形势下,中国企业只有迈向价值链高端,才能赢得国际竞争。

因此,三一集团不断加大研发力度,不仅在智能制造上下功夫,还要让关键零部件不受制于人。据媒体报道,近年来,三一重工先后成立了10多家零部件公司,累计投入超过70亿元,对关键零部件进行研发及产业化。在每年的

销售收入中,三一重工拿出5%左右用于技术研发。一份名为《中国龙头向全球龙头迈进,海外再造一个三一》的研究报告显示,2019年,三一研发费用占收入的比重达到6.2%,是卡特彼勒和小松的2倍。截至2020年上半年,三一集团累计申请专利9439项,授权专利7486项,申请及授权数居国内行业第一。

由此可见,取得线上成绩,还需苦练线下功夫。

在当下及未来一段时间,制造业企业若不拥抱数字化,势必会走向衰亡,但拥抱了数字化,也不一定会走向辉煌。企业只有学习三一集团这样的案例,在提升产品和服务竞争力上下功夫,对标国际巨头,并将这种竞争力通过数字化的方式放大,延伸到企业全球战略布局中去,才能提高企业国际市场竞争能力,实现可持续发展。