

加工贸易企业转型需破“三缺”困局

■ 吕光一 刘羽佳

加工贸易作为中国制造最早的“代言人”，曾经为中国经济的发展立下过汗马功劳。在经营成本上升、环境资源压力加大、国际竞争日趋激烈等多重压力的推动下，传统加工贸易行业已是“逆流”之舟，如何适应新形势、找到新的增长动力成为这些企业不得不面对的“生存命题”。记者近期在“世界工厂”东莞采访发现，加工贸易企业转型升级面临缺市场、缺经验、缺人才的“三缺”困局。

国内外消费者都不“买单”

曾几何时，凭借中国巨大的人口红利，加工贸易行业有过自己的“黄金时代”，大量的国际品牌涌入珠三角寻找合适的代工厂。时移世易，2008年经济危机之后，国际市场复苏乏力，严重依赖出口的加工贸易行业境况也大不如前。

变“天”了，“年景”不好直接体现在贸易数字上。以中国加工贸易的“龙头”广东省为例，广州海关公开数据显示，2006年广东省加工贸易出口值同比增长13.9%，10年之后，2016年加工贸易进出口总值同比减少4.6%。2016年加工贸易的惨淡形势并非孤例，2015年这一数值为-3.4%，2014年则是-2.9%。

“以前挣钱太轻松了。”东莞龙昌数码科技有限公司总经理梁钟铭说，“现在形势变了，跟以前没法比。”梁钟铭是香港人，1979年改革开放之初就来东莞投资办厂，他见证了中国加工贸易的发展历程。

东莞市箱包皮具行业协会会长曾凌迪介绍，以箱包皮具加工行业为例，2016年行业低迷，市场萎缩厉害，大量的订单分流到东南亚。订单毛利率从15%降到3%，市场上盈利的企业不到20%，保本的50%，亏本的30%。

在外销不景气的情况下，加贸企业选择回归国内市场。相关数据显示，东莞加工贸易企业内销额已从8年前的1541亿元提至去年的3547亿元。

广东云浮市新兴县不锈钢商会秘书长彭艺年说，新兴县不锈钢企业最近两年在保持欧美市场的基础上，也加大了国内市场的拓展，现在有30%的产品销往国内。新兴县的不锈钢产业始于1982年，目前已经形成56家企



业的产业集群。

然而内销之路并不顺利。一直以来，传统加工贸易行业严重依赖出口，缺乏对国内市场的重视与国内消费者的培养。

“以前国内的购买力有限，很多加工贸易企业生产的产品内销和外销相比质量档次都要低一大截。”东莞市得利钟表厂常务总经理刘仁说。

长期以来的“内外不一”造成加工贸易企业陷入“墙内开花只香墙外”的怪圈。加工贸易企业的销售方向虽然发生了变化，但是随着国内市场购买力大大提高，国内消费者对其产品的信心依旧没有建立起来。缺乏愿意“买单”的国内消费者也成了加工贸易企业持续创新发展的障碍。

“现在大家都热衷于海淘，比如很多人都去日本买马桶盖，其实很多都是东莞生产的，但在国内买就是不放心。”龙昌科技张利民经理说。

记者在采访中发，现在加工贸易企业面临“内外交困”“进退两难”的困境。内外销市场双双不景气，使得加工贸易企业转型升级不仅缺少必要的资金支持也缺乏承接市场。

上海连锁经营研究所所长顾国建说，加工贸易企业想要在国内打开销路需要做到国

内国外“一视同仁”。

为此，今年年初东莞市开始进行“三同”工程试点。所谓“三同”即同线、同标、同质，要求企业在同一条生产线上，按照相同的标准生产出口和内销产品，使供应国内市场和国际市场的产品达到相同的质量水准。

“‘三同’工程试点刚刚起步，至于效果，并不是几年内能够看出来的。赢得一个市场需要更长时间。”梁钟铭说。

“先天不足”拖累“两自”道路

“企业要有自己的技术和品牌，要有自己的DNA。”梁钟铭说。梁钟铭的观念也是珠三角很多加工贸易企业转型升级的具体实践。

在巨大的成本压力面前，曾经单纯依靠代加工的盈利模式已经不能支撑加工贸易企业长远发展，越来越多的企业选择从生产车间走出，直接面对市场。而依托自主技术，打造自主品牌，走智能制造之路已经成为很多传统加工贸易企业转型升级的“必经之路”。

广东省商务厅数据显示，2016年1-11月，加工贸易进出口额降幅达到10.9%，下行趋势越来越明显；然而在持续降低的加工贸易比例中，广东以“委托设计+自主品牌”方式出口比重却高达70.9%；截至2016年10月底，广东加工贸易企业累计拥有品牌2.45万

个，比2015年底增长7.6%。过去简单的贴牌生产、代工生产等老路子正在被自主生产所取代。

自主品牌的发展离不开自主技术的支撑。以龙昌为例，其2009年获评国家高新技术企业，2011年在东莞市科技局的支持下，成立了龙昌智能技术研究院，与东莞理工学院等高等院校进行产学研合作。2016年他们又成立了一个全新的部门——“智造部”，专攻工业和服务型机器人的研发与生产。“自己研发的工业机器人除了面向市场还自产自销，目前已经有70台投入到自己工厂使用。”龙昌项目经理张利民说。以东莞市为例，截至目前，累计有1596家加工贸易企业设立了研发中心或内设研发机构，占加工贸易企业总数的28.8%。

在传统加工贸易行业转型升级过程中，走自主研发加自主技术的“两自”道路早已是很多企业的共识与实践。然而纵观东莞的“两自”企业，依旧没有出现具有代表性、有市场号召力的品牌。“两自”道路并不好走，东莞市箱包皮具行业协会会长曾凌迪说，100家做品牌，20家能够成功就不错了。实际上，很多企业做自主品牌依旧深陷尝试、失败、再尝试、再失败的怪圈。

东莞顺琦手袋厂从2003年开始尝试做自主品牌，经历两次失败后，去年再次创立新品牌，目前虽小有起色，但未来仍不明朗。

东莞得利钟表早在1987年就收购了美国SAGA商标，发展其零售业，并于1992年将SAGA世家表带入内地市场。然而，经过20余年的沉淀，SAGA品牌虽说在国内成功落脚并获得了一定的市场认可度，但在国际市场上的表现差强人意。对此，该公司常务总经理刘仁说，得利最早是以生产表壳和表带为主的代工厂，只承担生产任务。而发展自主品牌，需要进行市场调研、品牌宣传、技术革新等一系列必要环节，对于企业来讲，这一切都要从“零”开始。

得利的困惑道出了摆在加工贸易企业面前的共性难题。梁钟铭说，和一般的制造业工厂不一样，加工贸易企业最初出现，其“使命”就是为其他品牌做代工，所以本质上来讲它是一个生产车间而已，只需要考虑如何更好更快地生产就好。如今转型升级走“两自”道路，需要它们从研发到渠道再到市场等各方

面出发，成为“全能型”选手，这对多年来只专注于生产环节的加贸企业来说是陌生领域。

这种“先天不足”使加工贸易企业走“两自”道路频频受阻，摸索多时依旧未找到“治病良方”。

转型升级遭遇人才“天花板”

东莞得利钟表厂为国外中高端钟表代工几十年，在业内小有名气，近些年来自主手表品牌经营得也是风生水起。“2012年起，我们厂效益每年都保持两位数增长。”刘仁说，“但是就是吸引不来人才，很奇怪。”

2016年，得利钟表从东莞理工学院等几所高校招聘16个应届大学毕业生，“没几个月都走了，一个都没留下。有的嫌弃我们一个月四、五千元的工资低，有的说我们的工作环

境不够高大上，总之现在的年轻人才看不上工厂这份工作。”刘仁说。缺技术人才不仅是得利钟表面临的难题，龙昌也有相同的遭遇。梁钟铭告诉记者，工厂吸引不来高校人才是加工贸易企业的普遍困难。这跟几十年来我国制造业低端、低价、低质的“三低”形象有关。另外整个社会没有形成对产业工人、行业工匠的尊重和认可，现在的高校人才因此不愿意到工厂去。

“除了人才不愿意来，还有一个问题就是来的人才没有用。这跟现在的高校教育同市场需求脱节有关，优质高等职业技术教育比较缺乏。”刘仁说。

此外，加工贸易行业创新发展的过程中还缺少有眼光、有理念的企业家。转型升级需要投入巨大的人力、物力并且短期内效果难见，所以很多企业主也不愿意过多投入。“东莞的外资加工贸易企业中，很多老板都只看重挣钱，捞上一笔就跑。”梁钟铭说，“加贸企业转型升级的舵手是各工厂老板，但是这个行业的企业家很多都缺少企业家精神。老板不想做，企业的转型升级自然免谈。中国加贸企业转型升级急需有眼光和领导力的榜样。”

如今，转型升级对传统加工贸易企业来说已是“华山一条路”，不得不走。针对遇到的困难，相关各级政府也积极出台一系列政策举措为其助力，然而是否能达到预期效果，完成“华丽转身”还有待时间的考验。

(来源:经济参考报)

阿里云总裁胡晓明：保护客户数据隐私是第一原则

6月10日，阿里云总裁胡晓明在云栖大会·上海峰会上介绍了阿里云的数据安全体系，并再次重申保护客户数据隐私是阿里云的第一原则。“阿里云承载的是客户的信任，对我们来说，客户数据安全和隐私保护是最重要的事情。”

胡晓明介绍，阿里云内部有非常严格的内部审计制度。阿里云工程师进行任何运维管理操作时，都会有内部审计和实时违规预警。所有工程师都需要双因素认证来完成操作人的身份验证。此外，还通过定期的安全扫描和模拟渗透，来确保数据安全的内部控制有效、完整性。

目前，阿里云从客户、云平台和内部数据审计三个维度建立起了一整套完善的数据安全体系，并通过国际上非常严苛的第三方SOC2 Type 2审计。该审计由美国安永公司完成，该审计期间会做大规模随机抽样，可验证阿里云遵循严格的安全控制措施。

作为面向公众提供云计算服务的公司，阿里云也不断完善信息安全管理，优化行业最佳实践，并参与国内国际标准工作。目前，阿里云已经成为资质最全的亚洲云服务商，云计算客户数据隐私的行业领导者。据了解，早在2013年，阿里云就通过ISO27000和CSASTAR标准认证，在通用的安全管理体系上加入云安全特点，确保云平台安全，并为客户提供安全支持。

此外，阿里云还密切关注各行业增强级的安全要求，以及海外不同国家隐私要求。在政务领域，阿里云电子政务云首批通过中央网信办云安全审查，而且是其中唯一通过增强级别审查的社区云服务商。阿里云还作为公安部试点，全国首个通过了云等级保护的四级测评。在金融领域，阿里云通过了PCIDSS认证，这是支付行业国际统一的数据安全认证。在海外，阿里云在新加坡通过了云服务商安全最高等级认证

MTCST3级别，意味着阿里云可以参与新加坡政府项目；在隐私保护方面，阿里云符合HIPAA、MAPP、PDPA等国际隐私保护法律。

从2009年成立第一天起，阿里云就将安全和数据隐私视为生命。2015年，阿里云率先发起“数据保护倡议”，“数据是客户资产，云计算平台不得移作它用，并有责任和义务帮助客户保障其数据的私密性、完整性和可用性。”据悉，这是中国云计算服务商首次定义行业标准，针对用户普遍关注的数据安全，进行清晰地界定。

阿里云在客户数据隐私方面的工作也得到了诸多认可。2016年，阿里云成为国内首个入选香港政府采购名单的云计算服务商。阿里云也一直致力于世界各国的标准工作，积极参与并配合诸多国家完善标准。

(赵小燕)

钢铁行业扭转亏损局面 业内呼吁民营钢企推进兼并重组

8日，全联冶金商会第三次会员大会第一次全体会议在山西运城举行。其间，与会专家表示，当前，钢铁供需已逐渐趋于合理，民营钢铁企业兼并重组正当时。

当天，全联冶金商会会长张志祥表示，随着一季度钢材价格指数的上升，钢铁企业今年开局情况不错，但仍存在着一些需要改善的问题。

2011年至2014年，钢铁行业连续4年销售利润在1%左右徘徊，经济效益每况愈下。2015年，中国钢铁产量与消费量双双从峰值弧顶下降，钢材价格指数降到56.4点，行业整体亏损，负779亿元。张志祥表示，“包括2011年在内的五年‘寒冬’，钢铁企业艰难度日。”

在张志祥看来，2016年，得益于城市基础设施建设和房地产增长、汽车工业稳定增长，加之政策红利释放，行业去产能发力，全行业盈利304亿元，但销售利润率仍然只有1.8%，属于恢复性增长。

中国钢铁工业协会提供的数据显示，今年第一季度钢材价格指数略有上升，达到105.3点，重点大中型企业实现利润



● 全联冶金商会第三次会员大会第一次全体会议在山西运城举行。郭飞颖 摄

232.8亿元，销售利润率上升到2.77%。

张志祥表示，随着国家去产能工作的推进，“钢铁供需已逐渐趋于合理，钢铁行业利润也逐步在往合理化的方向迈进”，但经济企稳的基础还不牢固，经济下行压力仍然存在，实体经济根基不牢等困难不容忽视，金融等风险也不容忽视。业内必须趁现在形势平稳，抓住机遇，谋长远，促转型，创新发展。

全联冶金商会原名誉会长赵喜子表示，从目前钢铁行业发展态势来看，民营钢

铁企业兼并重组、联合重组是重点。民营钢铁企业兼并重组正当时。

赵喜子强调，当前钢铁供需已逐渐趋于合理，钢铁行业利润也逐步在往合理化的方向迈进，“这正是我们未雨绸缪的时机。”

对于钢铁行业的未来，张志祥认为，能源综合利用及绿色发展、民营钢铁企业兼并重组、产品转型升级是今后钢铁企业的努力重点。

(杨静 李新敏)

需求放缓 家电市场苦觅新出路

在家电市场出现需求放缓之际，家电企业也在八仙过海，不断挖掘新的利润空间。在白电市场需求放缓的前景下，彩电市场正主攻大屏市场，而小家电业不断细分市场需求，从而挖掘更大的市场空间。

冰箱：市场面临下行压力

受国内宏观经济形势和产业环境因素影响，2016年国内冰箱市场再度以负增长收盘。这是记者日前从中国家电网与京东家电联合主办的2017中国冰箱行业高峰论坛上得到的最新数据。

进入2017年，国内冰箱市场仍然面临着下行压力。多数冰箱企业表示原材料价格上涨带来的成本上升幅度大概在18个百分点左右。新款电冰箱能效标准1级能效耗电量下降40%，相应的单台成本将增加400元左右。此外，随着房地产市场逐渐收紧，新婚、新居带来的市场增量也乏善可陈。国家信息中心信息资源开发部副主任蔡莹表示，多重利空因素与品牌集中度提升并存，预示着国内冰箱市场竞争水平提升，中小品牌生存压力加大，品牌结构调整与淘汰的可能性提高。

彩电：大屏市场迎井喷期

面对今年整个彩电市场的整体表现，大屏市场的增长可以说是相当强劲。来自中怡康对液晶电视的线下市场监测数据显示：今年7月，55英寸零售量、零售额分别增长78.73%、

34.89%。65英寸零售量、零售额分别同比增长82.88%、33.67%。

继乐视等发布大屏彩电外，看尚日前也发布了焕看系列55英寸曲面电视、65英寸液晶电视和98英寸超大屏液晶电视。超大屏液晶电视X98的亮相，更是宣告了客厅超大屏时代的到来。环球智达总裁付强表示，今年看尚提出并实践全矩阵产业链战略，即在智能终端产业的8个关键环节：牌照、硬件、操作系统、内容、软件、应用、服务、渠道上不断布局和开拓，全矩阵产业链战略的全面深化，也是整个2017年看尚发展的主旋律。

小家电：细分市场挖掘空间

婴幼儿小家电、美容小家电、健康小家电……小家电正不断横向细分，挖掘更大市场空间，同时在智能化的影响下，产品功能也在细分化，更有针对性和专业性，从而凸显个性和差异。近日，美的跨界携手专业月子护理机构巍阁月子会所推出行业首款母婴专属沐浴净水器——MSHE净洗仪。母婴沐浴净水器致力于解决所有女性与婴幼儿洗浴用水问题。

据了解，美的集团希望凭借着创新科技和大数据支撑下的洞察能力，以母婴沐浴净水器开拓净水细分市场。美的集团跨界与巍阁月子中心达成战略合作，MSHE净洗仪成为中国巍阁月子中心指定母婴沐浴产品，借助双方优势领域，传递普及健康沐浴标准，革新母婴人群的沐浴体验。

(金朝力)

新郑市安监局到荥阳考察专家查隐患工作

6月6日下午，新郑市安监局副局长黄代保组织辖区重点乡镇办主抓安全副职一行8人，到荥阳学习考察政府购买服务专家查隐患工作的先进经验和做法。

荥阳市安监局煤炭局副书记张宏伟向新郑市考察组介绍了荥阳市在政府购买服务专家查隐患工作的基本情况，并就如何建立

健全“政府购买服务，专家排查隐患，部门依法监管，企业整改隐患”的工作机制，聘请专家参与到隐患排查、复查、整改、治理等方面进行了详细交流。随后，新郑市考察组又到京城办事处考察了聘请专家查隐患活动开展情况。

(本报记者 任二敏)

