

中国的制造业真的没有出路了吗？

■ 周其仁

我们现在有一个倾向，就是大家喜欢把一个问题讲到它不可能解决，最后就真的不能解决。我觉得中国企业家的世界观不应该这样。

市场环境变化下的企业之路

要保证自己的产品能够在市场当中站稳脚跟，需要有一套体制、一套企业制度、一套治理结构来为企业服务，而我们的市场环境相比于之前已经有了很大的变化。

第一，成本结构的变化。之前我们很穷，穷是不好的，但是穷有一个优点，穷就代表着成本很低，人工成本低，土地成本也低。所以刚开始的时候，企业可以享受到低成本的优势。现如今虽然经济高度增长，但人工、土地、税收、社保方方面面的成本增加，对企业的压力是非常大的。在这个成本高速成长的时代当中，企业还能不能为社会提供有利的产品，这对于企业的管理与治理都是一项极大的考验。

第二，内容之变带动框架之变。即使做同样的产品，如果企业的框架不对，也会功亏一篑。在处理历史形成因素的同时留下面向未来发展的空间。我认为中国本土企业家有一个很重要的特征，就是极其善于跟方方面面合作，善于协调。要有一个长远目标，有一个信念，步步推进，最后取得成功。改革当中的企业家不只要判断市场，还要懂社会、懂人情、懂政治、懂政策。还要有极大的耐心，不能要求所有事情一步就做到位。

中国是一个辽阔的国家，地方与地方之间竞争非常激烈，都在招商引资，提供各种优



惠条件。这对于形成中国大批量制造能力，把中国能跟国际接轨的力量从沿海往内地推进是有积极作用的。但是同时也带来一个副作用，每个地方只能协调自己当地的资源，无法从整个行业、整个市场角度来配置资源，从而很大程度上导致了产能过剩。

例如一家企业在全国各地都建立了基地，那么公司的战线就会拉长，精锐部队就会稀释，继续研发新技术从而向上突破的力量就变弱了。所以在形势看上去很好的时候，能够看到深层次的问题，主动放弃，把资金拿回来做研发，这个是非常正确的一个选择。

减量说起来容易，实际上就是跟过去的发展轨迹告别。因为形势变了，你不告别，新的形势就会把你淹没。主动告别必然伴随着痛苦和矛盾，但是事后证明这是很值得借鉴的经验。

中国制造业在转型升级中最重要的是什么

中小企业也要创新。现在大企业有两条路走，一是自己做研发，第二是关注收购小企业的研发。所以现在叫连续创业，成功一项之后可以卖掉，再继续创业。中小企业到底走哪

一条路，可以从这个过程中选择。我不认为中小企业马上可以变成科研企业、科技企业，这也不符合实际。

目前的情况下，要思考如何把我们的制造能力跟全球新研发的东西进行组合。外国一些很有意思的点子，可以跟我们中小企业结合。有一些中国的投资者很厉害，投钱给美国的一些早期研发当中，向上游投资，专利刚拿下来，再研发一段时间就可以批量生产这些产品。然后再引回到制造业配套能力非常强的珠江三角洲地区，形成新时代的国际集合的模板。

不一定做高尖端的东西，把品质做好就可以。中国产品不是没有市场，要把低价竞争策略变成提升品质策略。同仁堂有一条成功的经验就是真材实料。我们不要低估中国的消费者，如果你的产品质量好的话，消费者还是愿意出钱买的。

怎么想将来怎么干现在的事

经济学家曾预言，未来总是会有不确定性。那你怎么能判断一定是越来越不好呢？就像这三十年来珠三角地区的发展是一天比一天好，当然也可能有些人就喜欢看负面信息。一般积极、正面的东西难以广泛传播，不太好的事情反而被人们传来传去，可能大家都有看负面消息的偏好，当然我不否认我们存在很多问题。我们现在有一个倾向，就是大家喜欢把一个问题讲到它不可能解决，最后就真的不能解决。我觉得中国企业家的世界观不应该这样。

我也不认为美国是“不明确的乐观主义”，我最近去美国，看到美国人并没有总是把金融危机或者把赚钱项目挂在嘴边，而是

心无旁骛地讲他在做的事情，我觉得这个东西决定未来。将来中国的走势会如何发展？取决于中国人怎么想将来，怎么干现在的事。经济学家并不能预测未来，我从来不预测未来。

未来取决于现在的行动，不同的行动会导致不同的未来。经济不是天体活动，可以预测轨道的走向；经济是人的活动，人的思想决定了经济的未来。所以我认为，如果我们对未来完全丧失信心，那么我们的经济很难杀出重围，总要有一个希望。

我们的制造业不是不行

我最近还了解了一个项目，关于盲人的。人之所以能看到东西，归根结底是大脑接收到了信号的刺激，所以很多盲人不是大脑无法接受讯息，而是眼睛受损以后讯息不能传入，通过其他渠道将讯息传入，还是可以成像的。有了这个思想之后，他们就埋头研究了十来年，现在产品已经做出来了，专利也已经申请完毕了。在人的舌头下面放一个小的接收器，连接外部的摄像头，就可以在脑内成影，可以模模糊糊看见外面。现在有些盲人学校已经在使用这个产品，很多盲人第一次看到了节目和演出。现在这家公司准备量产这款产品，产地就选在珠三角。珠江三角洲有数量最多最优秀的技术工人，有可以在工艺和部件这个层次上进行创新的人。

所以，我们的制造业不是不行，不要那么悲观。其实企业界的朋友不需要“过于明确的乐观”，哪怕是“明确的乐观”，就可以推动实现一些事情。这样一起推动着社会的进步，未来的图景就会不同。
(作者为北京大学国家发展研究院经济学教授，著名经济学家)

如何发挥劳动竞赛在国有企业生产经营中的作用

■ 杨学文

随着市场竞争日趋激烈，国有企业中劳动竞赛作为调动劳动者积极性、提高劳动生产率、促进企业加速发展的一种有效途径，越来越显示出强大的生命力。运用劳动竞赛这企业精神文明和物质文明建设相结合的有效载体，充分调动企业各方面的力量和积极因素，更好地发挥工会组织的独特优势，以更好地抵御市场风险，显得更富实效性。在此，笔者就如何发挥劳动竞赛在激活企业潜力促进企业发展中的积极作用进行探讨。

一、建立健全运行机制是开展好劳动竞赛活动的基础

开展劳动竞赛，企业党政领导的重视与支持是根本，工会全面协调推进是前提，职工广泛参与是关键。工会在开展劳动竞赛时，要本着符合科学发展观的要求，不断探索现代企业开展劳动竞赛的新途径，找准定位，发挥优势，为企业又好又快发展奠定坚实基础。一是建立健全劳动竞赛的运行机制。企业要将劳动竞赛作为重点工作来抓，确保劳动竞赛活动有方案、有措施、有保障、有激励、有考核。工会作为劳动竞赛牵头部门，每季对竞赛主题、实施方案、实施情况进行检查和考评，提出指导性意见，形成主动承担、各负其责、形成合力、共同推进的工作格局。通过过程把关、绩效考评和完善激励等措施，做到劳动竞赛活动时经常、责任明确、考核严格、奖励兑现才行。二是广泛宣传，教育引导职工增强危机意识。充分发挥劳动竞赛的激励、凝聚作用，通过各种宣传媒体，向职工宣传劳动竞赛的重要意义，积极引导职工转变观念，坚决破除部分职工心中等、靠、要的国有企业“大锅饭”思想，把个人利益和企业安全生产、降本增

效、质量提升紧密挂钩，直接参与劳动竞赛活动，实现创新创效。

二、结合企业生产经营实际是开展好劳动竞赛的有效前提

劳动竞赛只有围绕中心任务、结合企业生产经营才能真正促进职工和企业实现双赢，促使竞赛活动具有强大的“正能量”。要重点围绕生产解决实际问题，通过课题立项、技能培训、导师带徒、成果申报等形式，带动职工提升技术技能水平，促进科技、生产、管理人才队伍的培养和成长。通过大力开展“金点子”评选、“合理化建议”征集、优秀操作法命名和技术革新效果评审等活动，全面推动劳动竞赛扎实有效开展。一是要把开展劳动竞赛与年度生产经营目标紧密结合起来。完成企业生产经营目标是劳动竞赛创造力和生命力的关键所在，必须做到与企业发展在目标上同向、决策上同步，与企业生产经营活动融为一体。二是要把开展劳动竞赛与弘扬劳模精神紧密结合起来。劳动竞赛是调动职工群众积极性的有效方式，也是培养人才和发现人才的有效途径。从这个意义上说，劳动竞赛造就先模人物，先模人物促进劳动竞赛。要注重发现和培养劳模典型，注重弘扬劳模的时代精神，发挥劳模的示范导向作用。三是要把开展劳动竞赛与提高职工整体素质紧密结合。要注重提高广大职工的思想道德素质、科学文化素质、技术技能素质，使之真正成为各行各业的行家里手，争当适应现代化建设的知识型、技能型、复合型人才。四是要把开展劳动竞赛与推动工会各项工作紧密结合起来。广大职工通过劳动竞赛为企业创造的价值和成果，做到共创共享共赢；要把劳动竞赛培养成企业工会的“品牌工程”，推动工会各项工作的开展，切实维护好职工的合法权益。

三、搭建和创新活动载体是开展好劳动竞赛的关键所在

要创新竞赛载体，提升劳动竞赛的实际创效能力，为生产经营蓄能、充电、发力，努力当好劳动竞赛的“加力器”。一是建立竞赛目标责任体系，确保提升经营任务目标。结合企业年度预算和月度滚动预算，及时组织各项费用指标的分解和落实。并把分解的指标与劳动竞赛指标完成、职工收入挂钩，通过建立严格的目标责任管理体系，有效促进生产任务的完成。二是创新竞赛载体，为市场化运行提供保障。工会应把劳动竞赛的触角积极向市场延伸，深化、完善生产经营对接机制，加快企业转型升级步伐。完善绩效目标评价机制，开展“产量、成本、新产品开发”等绩效评价，形成以劳动竞赛为重要参考指标的考核机制，增强职工的危机感、责任感。三是大力推动技术创新，为企业发展注入不竭动力。解决企业改革和发展过程中的深层次问题，只有把新技术注入传统产业，推进技术创新，提升传统产业，才能实现企业改革和发展的目标。把劳动竞赛从“保证型”向“创新型”转变，立足创新，激励职工认清清肩负的责任，以创新的意识、创新的精神、创新的姿态、创新的举措、创新的工作，促进企业生产出高质量的新产品，产出高效益，增强竞争力和抗风险能力。

四、建立健全长效机制是开展好劳动竞赛的重要保证

劳动竞赛中，工会应紧密结合生产经营实际，不断调整和完善劳动竞赛的内容和形式，不断提升整体工作能力和水平，努力当好劳动竞赛的“助推器”。一是优化竞赛项目，完

善激励奖惩。针对生产经营面临的不同形势，工会应建立健全劳动竞赛长效机制，不断完善竞赛功能，及时增减劳动竞赛的项目数量，把有限的奖励资金投入相对关键岗位，在考核方式上，全面实行以生产线“四大班”为考核单元，与质量、效益、成本挂钩考核，由大班主分配奖励资金，进一步激发职工的主观能动性。二是加强对标挖潜，推进市场运营。按照“持续对标，狠抓降本”的工作思路，牵头劳动竞赛委员会征集并研究确定企业内部各个环节的降本增效项目，统计好来自各单位和各班组的降本措施。三是创新丰富载体，开创劳动竞赛新局面。长期以来，受计划经济的影响，劳动竞赛的内容往往局限于赛速度、赛产量、赛指标，而并不十分重视企业的整体效益。应从促进国企改革和发展的高度，以市场为导向，积极探索新形势下劳动竞赛的新途径、新办法，研究新内容，提高竞赛运行机制和竞赛质量，努力实现竞赛质量的提高和飞跃。为保持群众性社会主义劳动竞赛鲜活的生命力和持久性，必须打破过去那种“会战型”、“大一统”与“拉锯式”的劳动竞赛形式，结合单位实际，在“短、平、快”上下功夫，积极探索新的竞赛思路，运用新颖别致的形式，使竞赛充满生机与活力。

总之，时代的发展、形势的变化，已使劳动竞赛存在的条件及其形式、内容等都发生了一定的改变。要营造一个尊重知识、尊重人才的氛围，充分发挥知识分子和工程技术人员在知识和技术上的优势，在提高产品质量和劳动生产率上不断下功夫，实现企业技术进步、产品升级，提高企业整体生产经营水平。只有不断地加强学习和探索，创造性地开展竞赛活动，把劳动竞赛与企业的转型发展紧密结合起来，企业劳动竞赛才会焕发出新的生机和活力。

(作者单位：张家港联合铜业有限公司)

“两票制”将提升终端价值 强化基层配送和主动拥抱客户

随着我国“推行两票制”的高层定调，以及政府工作报告中部署的5月1日起“营改增全面实施”，医药行业新一轮“洗牌”大戏即将上演。在新医改分级诊疗工作逐渐推进的背景下，县域基层市场的用药量不断增加，而“两票制”执行之后，在县城乃至更为基层的核心医院和终端市场实现高效的商业配送，无疑是放大产品市场潜力的重要抓手。

基层商业将加速洗牌以适应“两票制”

“在此前推行307版基药目录时，很多省会城市大型商业公司考虑到开始加强和县级基层商业公司的合作，那一轮的并购重组还没有提‘两票制’。”武汉健民医药集团股份有限公司营销中心总经理裴学军认为，若真正实施“两票制”，基层商业市场格局的调整会进一步加速。

“两票制”对基层商业的影响无疑是巨大的，正常的“两票制”是企业开票给商业公司，商业公司开票给医疗机构。显然，大型商业公司可以覆盖到省会城市和地级市，但目前情况下，更为基层的县域和乡镇医疗机构，基本上只能是由市级或县级商业公司覆盖。

结合服务链条来看，如果商业公司无法下沉基层，工业企业就会放弃合作，转而谋求与具备基层网络覆盖能力的商业公司合作。正因如此，实施“两票制”将会进一步促使大型商业配送巨头，如国药、华润、九州通等，以及省级商业公司积极进行县域基层网络的下沉，在此趋势下，基层市场未来也将慢慢向具有基层全面商业网络和配送能力的企业集中。

对于大型商业公司而言，“两票制”是其快速实现基层网络下沉的重要机遇。山西振东制药股份有限公司营销总经理马士锋认为，长期看，“两票制”利好国内医药商业环境，加速商业流通行业的资源整合效率，提升市场集中度，促使商业系统更加合规。“对于一些快批公司、市场竞争力弱的小型商业公司，或纯粹的药票公司，均会产生极大的影响，很快就会面临重新洗牌甚至退出市场。”

在较早执行“两票制”的福建省，要求全省药品集中采购划分为10个片区，配送企业必须承担片区内所有实行药品招标采购的医疗机构的配送业务，且不得跨片区配送。正是通过这种方式，省内各地商业公司逐渐收编、转型或淘汰，促使全省上百家商业公司逐渐整合为十余家具有合法药品配送资质的商业公司。

营销将强化基层渗透转向拥抱客户

以往药品商业流通至少需要三票：第一票开给一级商业公司，再分销给县级商业，县级商业配送给医疗机构。强制把三票变成两票，必然需要考量商业配送企业的覆盖程度以及资金安全。“全国近300个地级市，一个省大概有100个县，如果工业企业每个县都去找当地的商业公司覆盖，直接开票给县级商业公司，工业企业的商业配送管理压力非常大。”某基层医药商业公司人士对记者说。

“医药企业当然不需要每个县级经销商都直接对接，可以根据不同的地区制定差异化的策略。”广州良方药业董事长柯华松表示，地市级市场仍将是重点，但对于部分东部省份、沿海的经济较发达地区，可能一个县的人民医院每年就能有几个亿的采购量，远比内陆地区几个地级市医院加起来的采购量还大，对于特殊的基层市场的确是一种可以操作的路径。

在资本合作的基础上，大型商业流通公司为应对“两票制”可能在县域成立办事处，从市一级发货到县一级，然后通过一些具备终端资源的推广公司或合伙人直接发货到基层医院。此外，还可以在县域当地收购公司，将零散的县域配送打包整合；如果是一些比较大的县域市场，当地有终端资源的基层商业公司也可直接与工业企业合作，产品出厂直接到县域乡镇。

马士锋坦言，未来基层商业配送将进一步走向集团化，按照“两票制”要求，集团内调拨是允许的，像国药、华润、九州通等，在市县级收购一些商业公司，这相当于是一“一票”。“不过福建有些特殊，过去在福建可能选择1-2个一级商业就可以了，但现在要求指定商业企业配送，且不同地市不允许跨区域调拨和销售，那么就只能在每一个区域选择一级商，对于工业企业来说就需要开更多的一级户。”

对于传统意义上“配送+推广”的基层营销模式，“两票制”背景下也将迎来变化。传统的基层个体代理人、小承包商或医药代表等从厂家买货，然后通过商业公司配送到医疗机构，并开展一些学术推广工作。然而，过去基层“枪手”到企业买货，再找商业公司配送给医疗机构，从医疗机构回款，最后到商业公司提现，其中的商务工作，诸如与商业公司的配合，以及同医疗机构之间的现金结算，在“两票制”严格执行后将将被削弱，但针对某些医疗机构的开发和学术推广、服务外包，终端价值在一段时间内仍然不可替代。(伊经超)

理性看待“不保护职业打假人”

■ 廖海金

国家工商总局近日发布《消费者权益保护法实施条例(征求意见稿)》，《条例》共70条规定，当中第二条的内容，引起了较多关注和讨论。其中提到“金融消费者以外的自然人、法人和其他组织以营利为目的而购买、使用商品或者接受服务的行为不适用本条例。”这项有关“适用对象”的界定，被认为是所谓的“职业打假人”将不再受新消法保护。

“不保护职业打假人”经媒体报道后，在舆论界可谓一石激起千层浪，争议声此起彼伏。这固然体现出了舆论的某种关注与焦虑，法中和其他组织以营利为目的而购买、使用商品或者接受服务的行为不适用本条例。”这项有关“适用对象”的界定，被认为是所谓的“职业打假人”将不再受新消法保护。

的解读，无形中扩大了征求意见稿的实施范围。这抑或是产生争议的关键所在。

追溯职业打假，最早起源于1994年消法中“退一赔一”的规定，“职业打假第一人”王海也就是在那个时候被催生。不必讳言，到新消法3倍赔偿、食品安全法10倍赔偿等规定出台，职业打假渐入高潮。

然而，职业打假，见仁见智，褒贬不一。目前社会对职业打假“褒”的共识是：职业打假人普遍精通相关法律，辨假识假能力强，对于假冒伪劣商品几乎一抓一个准，对制假售假行为形成了巨大威胁。而对职业打假“贬”的诟病，则主要在于：一方面，部分职业打假人披着合法外衣收取所谓“封口费”后，与黑心商人“妥协”，其有悖职业道德。另一方面，大量耗费司法资源。比如今年315期间，北京二中院通报称，2015年食品安全纠纷案件中，超8成为职业打假人打假；另据来自上海市工商局的一组数据显示，3年间，共接到职业索赔人投诉举报14375件，今年前5个月的数量已经是2014年全年的9.9倍。据说，职业索赔人只盯宣传瑕疵，不重质量安全，只求经济利益，无形中扩大了征求意见稿的实施范围。这抑或是产生争议的关键所在。

益、不重打假效果。在职业打假人投诉举报的案例中，绝大部分涉及的是标签标识、宣传用语中的一些瑕疵，因为这些成本最低、收益最大。笔者所在单位今年以来就接到多起相关职业打假人转来的此类投诉案件，可谓是应接不暇，花费了不少精力。显然，如此职业打假有违消法的初衷。

实际上，近年来，“职业打假”一直游走于法律的边界，甚至成为某些人敲诈勒索的手段。从这个意义上说，将“职业打假人”排除于消法的保护范畴，当属法治社会的应有之义。

退一步讲，即便《消费者权益保护法实施条例》明确不再保护职业打假人，这也不等同于职业打假人不能获得其他的法律支持。职业打假人该不该受法律保护，其实之前已有定论。在2014年年初，最高人民法院曾发布《关于审理食品药品纠纷案件适用法律若干问题的规定》，首次明确“知假买假”不影响消费者主张权利。当时舆论普遍认为，这是对职业打假人在法律层面的肯定。尽管最高法的司法解释仅仅限于食品药品领域，不过，这已经给打假者一个相当理直气壮的法律空间。