

事件回放

继2009年耐克关闭在中国唯一一家鞋类生产工厂——太仓工厂后,另一体育用品巨头阿迪达斯也准备在今年10月关闭在华唯一自有工厂。中国各类成本的急速攀升,已经让“中国制造”的红利优势不再,越来越多的生产企业开始将生产线外迁,预计未来还会有更多企业向东南亚等地迁移。



阿迪达斯关厂折射中国经济的转型

A 转型:重塑魅力

□ 周俊生

阿迪达斯在中国大陆的这家唯一的工厂,位于苏锡常地区的苏州工业园区,这是中国大陆吸收外资直接投资的一块“黄金宝地”,多年来吸引了全球各地众多的跨国企业在这里安家落户,成为中国吸收外资企业的一块“高地”。但是,最近几年,这块“高地”却开始承受外资工厂外迁所带来的资源流失。早在2008年,阿迪达斯全球CEO赫伯特·海纳在接受德国媒体采访时就曾表示,由于中国政府制定的工资标准逐渐变得过高,阿迪达斯公司希望部分地撤出中国,转移至劳动力更便宜的地区。

这是一个很直白的理由,但是,它正好说明了我国多年来吸收外资企业所存在的一个不可忽视的软肋。中国曾经存在的大量廉价劳动力成为外资企业在中国赚取

高利润的一个重要来源。为了吸引外资,一些地方政府还将政策倾斜于外资企业,赋予外资企业“超国民待遇”。这种发展路径甚至被一些学者总结为“中国模式”,视为中国的一大发展成就而加以褒扬。

这种以牺牲劳动者基本权益,甚至以制造市场不公平格局换来的外资企业进入中国的高潮,注定了是不可持续的。

外资企业开始离开中国,这说明中国的投资环境出现了变化,这种变化从总体上来说是值得肯定的。中国的未来发展需要一个公平的市场环境,不管是国企、民企还是外企,在中国经营都必须遵守国家的法律,在同一起跑线上进行市场竞争,谁也不应该吃偏饭。阿迪达斯的离开给我们上了一课,我们应该致力于建立公平的市场环境,以规范而高效的市场建立起对外企的吸引力。

B 方向:创新和服务

□ 韩哲

目前阿迪达斯在中国市场的销售额超过10亿欧元,中国市场已经是阿迪达斯在全球的第二大市场,并且继续保持着大幅增长,可见并不是中国市场失去了吸引力,而是中国的劳动力成本失去了吸引力。

阿迪达斯是个典型的逐低成本而居的跨国企业,生产基地从最初的欧洲,继而迁向日本,迁向韩国和中国台湾,再迁向中国内地,然后又将眼光投向东南亚的越南、缅甸。所以,迟早会有更多的大型外企离开,将生产线迁至成本更低的地方,这是中国经济发展必须面对的问题。中国生产成本的上涨,要求中国企业进行转型。

转型的方向已有共识,那就是创新,包括技术创新、管理创新和制度创新,使得中国经济的增长不再是依靠要素资源的粗放投入,而是依靠更

高的生产效率,以创新为驱动。而企业,也不能幻想可以将过去三十多年的低成本经营模式进行到底,依靠于低价而获得的竞争优势总是不稳定和受制于人的。至于还有一些企业,致力于将自己打造成所谓的“关系密集型”企业,跟政府官员跑得过于亲近,既让自己的企业充满了风险,也无法真正推动市场环境的成熟和完善。

因此,中国经济未来的发展,就全在中国目前的转型能力了,我们不仅要突破劳动力密集型的单一增长模式,同时也要摆脱关系密集型这样走歪了的企业发展模式,更多地转向创新和服务。而如果实现这样的转型,必须是政府和企业共同的转型,前者需要将资源更多地向民生倾斜,需要变成服务型政府;后者则需要努力减少身上的江湖习气,将眼光放得更长远,摒弃赚快钱的思维。这实则是一个互动,是一个良性的互动,共同推动着经济和社会的结构性变化和转型。

C 警钟:必须尽快转型

□ 江德斌

眼看四年一度的奥运盛典即将拉开帷幕,运动品牌巨头阿迪达斯却陷入了“血汗工厂”的舆论压力中,媒体指责其设在柬埔寨的服装加工厂工资低、工作时间过长,有压榨工人劳动的嫌疑。而就在阿迪达斯回应指责不实之后没几天,又宣布要关闭在华唯一自有工厂,引起舆论对其加大产业转移力度的关注。很显然,中国制造业成本上升带来的压力,已经波及更多的行业领域,就连我们最具竞争优势的服装业、制鞋业,也已风光不再。

种种迹象显示,我们曾经最引以为傲的成本竞争优势,则正在快速消失,至于“世界工厂”的名号还能戴多久?阿迪达斯的经济理性选择却具有非常典型的意义,生产成本优势的丧失,已将中国制造的长板变为短板,亦敲响了经济转型的警钟。

计划生育政策长期实施所造成的

人口增长率下降,意味着未来劳动力将随之减少,不再可能是无限量供应,“人口红利”所带来的竞争优势已步入拐点。当下不仅是工资成本,土地、水电、原材料、运输等成本均在上升,而环境污染、税收优惠取消、行政效率过低、生产率、生产质量差等因素,也都对制造业形成压力。据商务部发布的数据显示,我国吸收外资已经连续6个月出现同比下降。

外资制造企业相继撤离中国,提醒我们不能再走依靠低廉成本的老路,必须要尽快实现经济转型,以技术创新、产品创新为重点,促进产业升级。改革教育制度,鼓励发展职业技术教育,培养适合现代化制造业的人才,以提高生产效率和产品质量。同时,也要加快制度化改革,提高政府行政效率,坚持依法治理,减少对市场的过度干预,给企业减轻不必要的负担。只有这样,我国制造业在国际竞争中才能占据有利位置。

保时捷怎能里外“两层皮”

□ 高德起

保时捷,高端的品牌NB的车,当然,价格也很是“豪华”地在云端。

有人说,保时捷一直努力将种种可能性与看似不太可能的东西相组合,对此,似乎很少有人否认。但保时捷在中国玩“组合”时,好像并没有把高端品牌应有的高尚质感也打包进来,许久以来发生在保时捷上的一些尴尬事,或许能够说明这一点。

7月16日,山西太原。一辆车头损毁的保时捷跑车,两位身上彩绘了“维权”、“保卫捷”字样以及骷髅头图案的模特,让保时捷4S店充满了“行

为艺术”的氛围,场面相当引人注目。按车主的意思,另类维权目的就是为求关注,“因为实在是没有办法维护自己的合法权益,才想到用行为艺术的方式表达自己的不满”。

触发车主行为艺术“灵感”的,是一年前抛金270万元买的一辆保时捷4.8TURBO轿车,前些天下地库停车时,“突然刹车失灵。连踩三次刹车一点儿作用也没有,车一头撞到了墙上。”当时车头损毁,气囊全部弹出,“坐在副驾驶位置上的一位朋友右腿受伤。”而这并不是这辆车第一次发生刹车失灵现象,并且据车主介绍,今年1月,深圳的一辆保时捷也因类似情

况先后“住院”三次,但刹车失灵的病根还是没去。

让车主郁闷的是,事发后,售后检测结果是“刹车系统没有问题”,保时捷上海总部也没有给出满意的答复。无奈之下,车主决定行为艺术一把保时捷,同时表示要维权到底,像秋菊一样打官司“讨个说法”。

客观地说,作为一台复杂的行驶机器,出现质量问题在所难免,如果正视并积极解决,仍不失高端的本色。然而,事关性命的刹车失灵,厂商都没有给出令人满意和信服的回,直至把车主挤兑出“艺术”细胞来。

但这只是全豹之一斑。就在山西

这场行为艺术秀之前,一位重庆车主,花125万元买了一辆保时捷卡宴3.0T,谁知新车入手还没满月,就把车主气得无话可说。

原来,车主在洗车时,发现这部车上有几处重新做过漆的痕迹。起初的交涉过程中,经销商拒不承认存在翻新可能,并拒绝提供该问题的解决方案,而“谁知道这个保险杠问题是谁搞出来的”奚落,更是搞得车主原本对保时捷犹如滔滔江水连绵不绝的景仰之情,像黄河泛滥一发不可收拾地彻底流失。

此事见诸媒体后,在社会上引起强烈反响,多家网络媒体的转载,更使

此事发酵成保时捷的一场形象危机,最终,经销商方面承诺出资1.8万元修复划痕。不知道这个结果有没有让车主消了气,但保时捷类似喜剧般华丽的转身,似乎可以套用一句著名的流行语式:哥怕的不是车主,是监督。

与保时捷有关的这类车坛典故还有很多,这里不再一一晒出。事实上,这两个例子尽管不能尽述保时捷的全部风采,却也“经典”地折射出某种傲然的姿态。

也许,保时捷会说这都是经销商惹的祸,自己是躺着也中枪,但是,有一点是保时捷难以回避的,那就是经销商作为保时捷的同志加兄弟,其所作为以及引发的后果,保时捷是逃不了干系的。

政府包办下的民企长不大

□ 周俊生

浙江杭州的民营企业再一次发生借贷危机,当地600家知名民营企业近日联名上书浙江省政府紧急求助,恳请政府帮助它们渡过因银行催贷、抽贷面临的难关。

政府会不会对民营企业的这种吁求给予正面回应?在目前以“稳增长”为目标的宏观经济调控中,当地政府迫于现实的压力,完全有可能动用行政资源要求银行放松对这些民营企业的催贷要求。但这样一来,银行的合理要求便很可能沦为一张空文,从而开始承受信贷风险。

民企遇到银行的贷款催收,想到了寻求政府的帮助,对于这些民企来说,似乎是一种可取的选择。政府也完全有可能动用财政资金来抹平其中的窟窿。但是,这种动用政府财政资金来为一个企业解决债务问题的做法,却越过了政府应该恪守的边界。

事实上,这种做法也养成了民企对政府的过度依赖,企业一遇到困难,首先想到的不是市场,而是利用政府的力量来为自己市场经营中的失误买单,或者利用政府的力量来向与自己发生利益摩擦的一方施压。而一旦离开了政府的庇护,企业马上就寸步难行,被市场击垮。

支持民营企业,并不是把以前对国有企业的倾斜改为向民营企业倾斜,如果是这样,那么这个市场依然是不公正的,而在政府的一手包办之下,民营企业则犹如温室里的花朵,体会不到市场竞争的残酷,也很难长大。

在一个成熟的市场经济环境里,企业的“生老病死”是经常发生的,事实上政府对民企动用财政资金来支持的力度也是有限的,政府没有财力把所有的企业都包下来。因此,政府需要做的是为企业做好服务工作,将有效的市场信息充分地传递到企业。如果动用财政资金帮助企业兜底,企业非但不会从中吸取到教训,反而尝到了甜头,更会在经营中无视市场风险,从而让政府背上更沉重的包袱。

雷士事件 给民营企业家的四点警示

□ 王义伟

近一个月来,雷士事件成为媒体关注的焦点。该事件对中国的民营企业家有非常重要的警示意义。试分析如下:

第一,中国的民营企业家要懂政治。

有一大堆官员朋友,和官员权钱交易,参加私密俱乐部,能接触到普通人接触不到的所谓秘密,将高级官员的子女亲属安排在自己的公司里,用高薪养起来……诸如此类,不但不是懂政治,而且,某种程度上,是在玩火。

一个懂政治的企业家,需要对经济政治的发展方向,有正确的、总体的把握,和政治精英成为知己,然后顺天天下大势而为,既保证自己和自己企业的安全、生存和发展,又对国家、民族、社会有所贡献。这才叫懂政治。

吴长江是不是懂政治,暂且不论。但在此次事件中,他确实一度处于尴尬境地。发生这种状况,政治是原因之一。这一点,吴长江似应深刻检讨。

第二,民营企业家在关键时刻应该有担当。

出事之后,吴长江躲到了境外(香港)。吴长江的行为,基本上可以被理解为“跑路”了。

站在吴长江的立场,考虑到当时的现实处境,也许他别无选择。但是,一个优秀的企业家,应该是有担当的。退一步讲,吴应该清楚“是福不是祸,是祸躲不过”的道理。赖昌星躲到加拿大那么多年,最后不还是回来了吗?

第三,民营企业家在关键时刻应

该有定力。

根据阎焱的说法,在吴长江到香港给他打电话后,阎焱咨询了律师,律师给出了两个意见:第一,雷士是上市公司,事关重大,必须向联交所知会并公告;第二,吴暂时回不了内地,失去履职能力,应该辞职。吴同意并在辞职书上签字画押。

笔者认为,这是吴长江的一个重大失误。因为没有任何信息显示他不能回内地,即使不能回内地,也不意味着他失去履职能力。黄光裕在狱中,还可以行使自己的权利,何况吴长江到头到尾是自由身(至少公开信息是如此)。没有定力,关键时刻慌了手脚,对别人言听计从。这个教训,非常深刻。

第四,民营企业家应该与时俱进。

2011年7月,施耐德作为战略投资方入股雷士照明。公开信息显示,施耐德是吴长江亲自推荐的战略投资人。时间刚过去一年,双方反目成仇,不但雷士工人罢工打出赶跑施耐德的横幅,最近的三大股东商谈,吴长江也态度强硬,称施耐德必须走人。尽管这中间或有许多不为外人所



知的情,但表面上看,在如何对待施耐德的问题上,外界看到的是一个情绪化的吴长江,和一大群情绪化的雷士员工。

这绝不是现代企业的正规做法。有评论认为,雷士风波又一次向人们展示了国内企业根深蒂固的“人治”特征与现代公司治理之间的强烈反差与冲突。笔者认为,吴长江应该非常清楚现代公司治理是怎么一回事,但是,他或者不愿意、或者不屑于这么做,他采用的是传统的、“江湖”的手段,有效率,却弱化了程序正义。

这大可不必。他应该与时俱进,循正常的、合规的途径维护自己和企业的权益。

懂政治、有担当、有定力、与时俱进,这是笔者从雷士事件中总结出来的几点启示。



撬动民间投资需用赚钱效应

前稳增长压力很大的背景下,确实够吸引眼球。

在此轮稳增长中,从中央到地方,对撬动民间投资可以说是高度共识、用心良苦。今年以来,中央各部委密集出台了一系列放宽民间资本市场准入的政策措施,力度之大、期望之切,前所未有。

很显然,在外需不足、内需不振的严峻形势下,决策部门希望通过撬动民间投资,在推升经济增长的同时,又可以避免国家投资的低效率、重复建设等“4万亿”后遗症。

但从广东省公布的首批44个项

目来看,会不会受到民间投资的青睐,还真难以太过乐观。原因很简单,民间投资是纯市场行为,我们不应该也不能够要求民间资本去承担本应由政府承担的公益责任。民间资本只有一个属性,就是赚钱。

用“能不能赚钱”这个最简单又最准确的标准来衡量这44个项目,就会发现需要解决的问题真不少。

在所有项目中,赚钱模式最成熟的是3个高速公路项目和两个旧村改造项目。前者可以合法收费,后者可以通过提高容积率(前提还要政府能满足开发商的容积率要求)获利。

有的项目是指出了赚钱的办法,比如珠三角城际轨道建设项目。鼓励民间资本采取独资、控股、参股或者以BT、BOT、PPP等方式参与投资建设运营。项目投资额可能比较大,企业可以组成联合体来统一开发。

很明显,这里面的问题非常复杂。还有些项目看似可以经营赚钱,比如8项休闲旅游项目,但这些项目的可行性研究并不是投资方做出的,体现的是当地政府的判断,建成运营后能否赚钱还有非常多不确定因素,实际上又需要政府财政为这笔投资的安全性和收益担保,但这样做似

乎又不符合法律规定。

再有许多本该由政府投资并不求经济回报的公益项目也被拿出来招标,就有些不好理解。比如纪念馆图书馆项目、学校建设等。

这些年关于国进民退的议论很多,虽不乏情绪化的因素,但其合理之处在于,很多真正赚钱的领域民间资本进不去,或者进去了活不了。世界500强中有那么多国有企业总是不正常的。如果真想撬动民间投资,最好的办法,自然是效率更高的民间资本去经营真正能赚钱的行业,政府则腾出财力物力建图书馆、学校等民生项目去。