

焦点透视

制造业面临三大矛盾 “制造强国”少不了创新和匠心

■ 沈慧 报道

创新能力不强；核心技术薄弱、共性技术缺乏；资源浪费、污染严重……面对我国制造业的重重矛盾，必须更加坚定地推动实施“中国制造2025”。而在这个过程中，必须脚踏实地、稳打稳扎、精益求精——

3.6%——这是我国组装一部苹果手机获取的价值。2010年亚洲开发银行调查发现，生产一部苹果手机所需的178.96美元成本中，超过60美元流向了日本，30美元流向了德国，23美元流向了韩国，中国所得仅6.5美元。

80%——这是我国一些高端元器件进口的比重。统计显示，我国所需的高端芯片80%以上依赖进口；高铁装备所需的核心零部件和元器件80%以上依赖进口；我国80%的机器人依赖进口；目前80%的高端数控机床仍依赖进口……

两组冷冰冰的数字背后是我国制造业大而不强的现状。今年政府工作报告提出实施“中国制造2025”，加快从制造业大国转向制造强国。中国制造到底缺什么？“药方”又是什么？

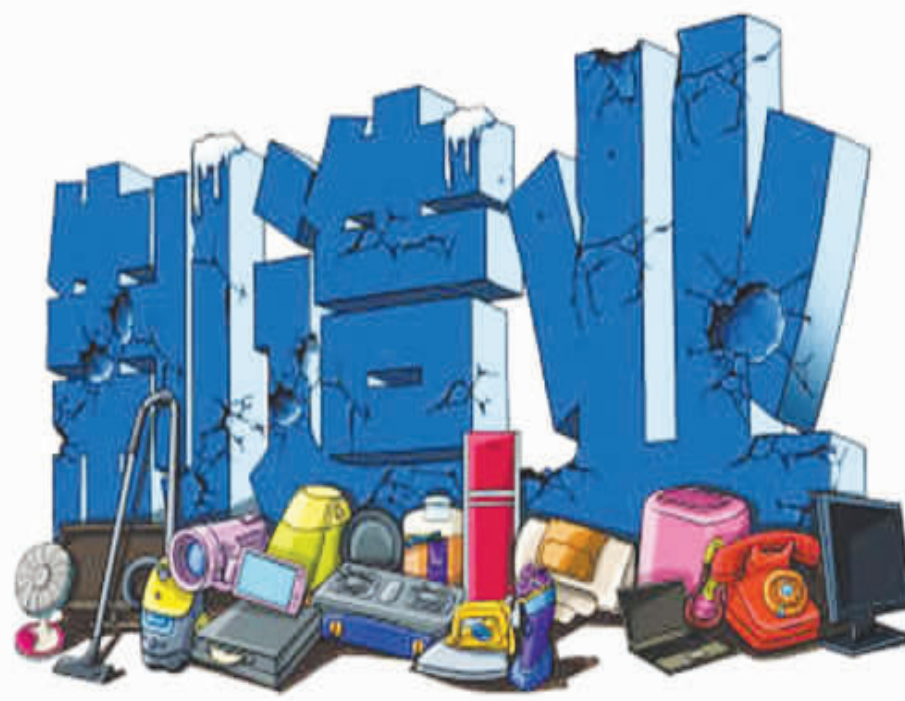
制造业面临三大矛盾

创新能力不强，核心技术薄弱、共性技术缺乏，资源浪费、污染严重，是我国制造业面临的突出问题

大而不强是我国制造业的真实写照。根据世界银行统计，早在2012年，我国制造业增加值为2330.6亿美元，已超过美国位居世界第一。但我国制造业增加值率仅为21.5%，而发达国家均大于35%，美国、德国等甚至超过40%；制造业增加值约占我国GDP的32.6%，但其能源消费却占全国能耗的58%。

“我国制造业还面临诸多矛盾，较为突出的有三大问题：创新能力不强；核心技术薄弱、共性技术缺乏；资源浪费、污染严重。”中国科学院院士柳百成指出。以创新能力为例，据统计，我国的创新能力指数及全球竞争力指数在世界上仅位于25名到30名左右。

近年来，随着新一轮科技革命和产业变革的兴起，制造业再次成为各国竞争的焦点。



发达国家纷纷实施“再工业化”和“制造业回归”战略，比如美国制定“先进制造业伙伴计划”，英国抛出“高价值制造”战略。与此同时，新兴经济体的崛起也对我中国制造业提出挑战。

在此背景下，2013年1月中国工程院即组织50名院士和100多名制造领域的专家启动“制造强国战略研究”重大咨询项目。同年底，作为阶段性成果，中国工程院提交制定“中国制造2025”建议。“现在我们有条件也有能力将制造业再推上一个新台阶。”中国工程院院士朱高峰说。

并非德国“工业4.0”

中国制造的任务要比德国实现“工业4.0”更加复杂、艰巨，发展方式将是“并联式”的发展过程。

作为中国迈向制造业强国的第一个十年规划，“中国制造2025”被很多人视为德国的“工业4.0”。对于这一看法，院士们并不赞同。“德国是工业强国，‘中国制造2025’确实借鉴了‘工业4.0’的部分内容，但不是它的翻

版，而是符合中国国情、有中国特色的一项关于中国制造业的总体战略规划。”院士们反复强调。

“工业4.0”，是德国2013年4月在汉诺威通信和信息技术博览会上正式推出的新工业战略计划，其目的是充分利用信息通信技术和网络虚拟系统，使制造业向智能化转型。

在柳百成看来，它并不适合中国国情。朱高峰亦持相同看法，“两国的制造业基础不同。”德国是制造业强国，普遍处于从工业3.0向4.0过渡的阶段；中国是制造业大国，但大而不强，制造业发展水平参差不齐，有的处在工业2.0阶段，有的已达3.0阶段，仅有极少数接近4.0水平，因此“中国制造2025”不能简单地理解为“工业4.0”。

与此同时，我国制造企业的类型更加多样化，“这就决定了，我们的发展方式必然是‘并联式’的发展过程，也就是工业2.0、3.0、4.0齐头并进。”朱高峰说。

此外，朱高峰认为，对德国制造业而言，技术和产品质量已不成问题，但这正是我国制造业现阶段面临的一大问题，需下功夫着

力解决。有关数据显示，我国制造业每年直接质量损失超过2000亿元，损害了国家信誉和形象。

简而言之，“‘中国制造2025’的任务比德国实现‘工业4.0’更加复杂、更加艰巨。”中国机械科学研究所原副院长屈贤明说。“‘中国制造2025’面向整个制造行业，它不是具体规划，而是面向全行业的行动纲领，智能化、绿色化、服务化是它的三个发展方向。”朱高峰强调。

工业设计须高度重视

中国制造业在工业设计方面的投入几乎不到1%。打造中国制造升级版，这一环要补上。

由大变强，如何破题？中国工程院“制造强国战略研究”项目开出“药方”，我国制造业强国进程可分“三步走”：2025年，迈入制造强国行列；2035年，整体达到世界制造强国的中等水平；2045年，综合实力迈入世界制造强国前列。

其中，“第一步”即“中国制造2025”要达到的目标。屈贤明向记者透露，“中国制造2025”主要有4大亮点：一是以加快新一代信息技术与制造业融合为主线；二是大力推进智能制造；三是强化工业基础；四是在十大重点领域突破。

值得注意的是，智能制造是“中国制造2025”的突破口和主攻方向。在屈贤明看来，智能制造有3层含义——产品的智能化，生产过程的智能化，以及管理、服务的智能化。

除了智能制造，在中国工程院院士李伯虎看来，实现“中国制造2025”的目标，还要学习德国工业制造的匠人精神。匠人精神，工匠精神对自己的产品精雕细琢，精益求精的精神理念。他说，近年来，很多制造业企业和工人缺乏对细节的追求和把控，产品功能、质量、可靠性、工艺水平等与发达国家差距明显。

李伯虎还强调，要高度重视工业设计。“工业设计很早就已成为发达国家制造业竞争的核心动力之一。在欧美发达国家，工业设计的资金投入一般可占到总产值的5%到15%，高的甚至可占到30%，而中国制造业在工业设计方面的投入几乎不到1%。打造中国制造升级版，这一环要补上。”李伯虎说。

外卖 O2O 吆喝声大赚钱少 盈利模式不清晰 成主因

■ 朱蓉 报道

在长沙，为了招揽更多的生意，已有不少大小饭店都开始陆续推出网上订餐、电话订餐等外卖业务，水果、凉菜、甜品、夜宵等等都能送货上门。这其中，百度外卖、美团外卖和大众点评等外卖订餐APP也顺势火了一把。

不过，外卖O2O是否真的能够扛起拯救餐饮颓势的这面大旗，还有待观察。

外卖订单倍增，商家忙不赢

自从开始在自家微信上推出外卖业务，四方坪第一湾附近的一家披萨店订单量直线上升，每到正餐时段便出现“拨打不进订餐电话”的现象。这家外卖店的配送员说，天气不太好的时候，外卖生意会尤其好，送都送不过来，配送时长也从平时的40分钟延长至1个小时，甚至更长。

总是以店外排长龙、等位服务好为噱头的火锅店海底捞也在其官网上推出了“Hi捞送”业务，长沙在其提供外卖服务的名单之列。

外卖订餐市场的繁荣有数据为证。根据网络点餐工具百度外卖数据显示，目前长沙地区约有838家餐厅提供外卖服务。5月11日，记者在美团外卖上以“五一广场”进行检索，结果显示，每个系统提示地址附近均有40家至80家不等的商家提供外卖，如平和堂百货附近有79家商家提供外卖。

就在上周，艾瑞咨询发布《2015年中国外卖O2O行业发展报告》。报告显示，2014年，我国餐饮外卖市场规模超过1600亿，占整体餐饮消费比例5.8%，外卖O2O交易总额达95.1亿元，同比增长125%。稍早前，易观智库发布的《中国互联网餐饮外卖市场专题研究报告2015》中也提到，我国去年网络餐饮外卖市场规模持续攀升，已突破150亿元，订单规模达到3.7亿元。

配送难，单价低宁愿不做生意

除了借助互联网订餐工具，不少店家自己也推出了微信点单、微博点单的服务。除正餐外，目前长沙包括夜宵、卤味、甜品、水果等等在内的诸多品类均有商家提供外卖服务。

据调查，一般商家推出的外卖服务均有一定的消费门槛或需支付配送费。在月湖公园附近的一家甜品店就推出了订单满68元起送的业务。“如果客人只点一块蛋糕，单价在15元至20元左右，收他10元配送费他会嫌贵，如果不收，对我们来说配送成本又达不到，宁可少做几单生意。”这家甜品店店主解释。

记者了解到，为了节约店内的人力成本，同时确保配送的速度，不少商家选择与专业的跑腿公司合作，将店内的外卖订单配送业务进行转包。“跑腿公司市内一单大约成本收费在10元左右。”一位业内人士称，目前长沙存在数十家跑腿公司，不过质量参差不齐，在如何挑选合作公司上，餐饮商家也是伤透了脑筋。

而在“Hi捞送”的官网页面上，标注着“最低起送标准258元”、“每公里15元外送费”、“按菜品费10%收取服务费”等诸多条款，让人不禁“望而生畏”。

外卖 O2O 盈利模式不清晰

随着人们生活节奏逐渐加快，80后甚至更年轻的市民群体烹饪水平普遍较低的现状愈发明显，2014年至今，消费者倾向于外出就餐以及外卖订餐的人群正在逐渐增长并且颇具规模，这也是外卖O2O服务在近年纷纷涌现的原因之一。

不过，现阶段不少商家的外卖仍停留在增加市场占有率、增加饭店营业额层面，并未形成独立、清晰的盈利模式。有业内人士坦言，“专做外卖的商家需要花更多的心思在如何提高客单价偏低、送餐能力有限等问题上。”

当然，也有餐饮商家至今未碰外卖这块蛋糕。在福元西路经营一家面包店的老杨就认为，“当然要趁热吃，刚出炉时最好吃，外卖的口感会打折扣。而一旦菜品口味问题无法得到解决，消费者的流失也就成为了商家不得不面对的问题。”他认为，做餐饮的核心竞争力始终在出品上，这是外卖商家们急需解决的另一核心问题。

■ 孙琦子 常博 报道

民间资本“尝鲜”海外古建

华彬集团董事长严彬只用了5分钟，即决定买下伦敦泰晤士河边的三一广场10号。不过，对这栋古建的修复翻新截至目前已过去5年。这栋始建于1922年的大楼，在经历了近一个世纪的风雨后，正在中国民间资本的帮助下，慢工细活地一点点恢复原貌，并被赋予新的时代意义。

这是中国民间资本在海外的又一次新鲜尝试。

收购古建之后

2010年，这栋大楼的所有者美国托马斯基金(Thomas Enterprises Inc.)在全球金融危机之中破产，资产全部拍卖。在四五家竞争者中，华彬集团以1.06亿英镑的出价拍下了这栋大楼。

“决定买下这栋楼，第一是看中了它优越的地理位置，毗邻伦敦金融城；第二是看中了它深厚的历史、文化价值。”华彬集团执行董事、华彬投资(英国)有限公司总裁倪松华表示。

伦敦三一广场10号的收购是近几年伦敦地产界引人注目的一个项目，一方面是因为中国资本在2010年欧洲经济最困难的时候豪掷1.06亿英镑，另一方面在于这栋大楼本身颇有来头。

18-19世纪，这里曾经是东印度公司的仓库，用来存放来自东方的香料、茶叶、丝绸和瓷器。1912年，刚成立三年的伦敦港务局决定修建一座气派的办公楼，最好能体现出英国在全球贸易中的统治地位。港务局看中了三一广场10号，并花费了当年全部收入的一半即80万英镑，来修建这栋办公楼。直到1922年，这座新古典主义风格的办公大楼落成，时任英国首相大卫·劳合·乔治(David Lloyd George)亲自剪彩。由于大楼的奢华和象征意义，1946年联合国第一期会议的招待酒会就在此举办。

二战期间，大楼遭到轰炸，损毁严重，但伦敦港务局一直有足够的预算来修复。随着英国海上霸主地位的衰落，伦敦港务局也日渐式微。上世纪70年代，伦敦港务局搬到了泰晤士河出海口附近，并把这栋办公楼卖给了美国保险经纪公司(Willis Faber Limited)。2006年，大楼转手卖给美国托马斯基金。托马斯基金本来打算把大楼改建成酒店公寓的综合开发项目，但项目还没开始，2008年金融危机就爆发了，托马斯基金破产，大楼被

华彬集团收入囊中。尽管严彬决定买下这栋大楼只用了5分钟，但对大楼的修复和再开发，却需要好几年时间。

华彬集团计划把这栋大楼改建成酒店和高级公寓的综合开发项目，投资4.5亿至5亿英镑，但改建一座二级历史保护建筑，困难重重。

由于伦敦市政府对东区住宅控制严格，三一广场10号的建筑面积是40万平方英尺，政府只批准了10万平方英尺的住宅面积，41套公寓，仅仅申请公寓许可就花了两年时间。除了缴纳应有的税费之外，还与华彬集团达成一致，由后者一次性捐出700万英镑以救济当地中低收入者。

此外，历史建筑的修复也需要非常小心，因为当地政府对这类建筑有严苛的规定。作为二级文物保护单位，建筑的外观必须维持原样，联合国大厅(宴会大厅)不允许改动，整个建筑的结构也不能变动。那么，要想改建成酒店和公寓，对管道、电线的重组就是一件很麻烦的事。仅仅是新联合国大厅，就由4个人花了6个月的时间完成修复。二战时被炸毁的中庭，也是在这期间完成修复的。在加固地基时，挖到许多古罗马时期的古董，甚至包括一万年前的石器时代的石箭头。根据英国的法律规定，施工一旦发现古董必须停工申报，如果不申报则涉及刑事犯罪。英国政府已经派文物保护单位来三一广场10号挖掘古董，华彬集团不得不停工等待，而停工一天就损失5万英镑。工地已经为此累计停工了4个月。“这也是为什么2010年我们完成收购至今已经有五年时间，看上去做的事情并不多，其实运营已经花了很多钱进去。”倪松华说。

“我们对华彬这个项目提供了一部分资金支持，现在我最关心的就是，这个项目什么时候能完工。”中国农业银行(英国)有限公司公司业务部副主管祝建海表示。

不过，华彬集团购买三一广场10号，并没有打算把它作为一个单纯的地产项目来做。“这是一个创品牌的纯项目，回报周期会相对比较长。”倪松华说。据介绍，2014年华彬集团已经在附近买了一栋写字楼，这类核心资产回报率很高。

东伦敦地产的引力

2006年至2007年那一波中国资本“走出去”热潮中，中国企业在海外收购了大量的资源，包括矿山、油气田。那时轰轰烈烈的“走出

去”，多为国有企业响应国家的战略号召。金融危机爆发之后，中国资本在全球的投资变得更为审慎，投资者考虑更多的是，投资的海外项目到底能不能赚到钱。

2010年之后，海外的地产项目掀起了另一波投资热潮。不论是在欧洲、美洲、大洋洲，无处不见中国资本的大手笔。据仲量联行2015年1月发布的报告，2014年中国房地产投资在海外市场的投资额超过165亿美元，同比增长46%。其中商业地产投资增长近50%，超过112亿美元。中国在海外商业地产的投资首次超过国内，海外投资额在商业地产交易总额中的占比达到了52%，办公楼和住宅土地购置占中国投资者购买总额的85%。

为什么要选择收购伦敦东区的这栋楼，倪松华认为就地理位置来说非常划算。“东伦敦的地产价值一直被低估。相对而言，西伦敦的地产已经被中东人和俄罗斯人炒得非常高，亚洲资本是不愿意过去接盘的。东边则不一样，升值空间非常大。”倪松华说。

伦敦历史上有过污染严重的时期，泰晤士河从西流向东，位于泰晤士河下游以及下风口的东伦敦，空气和水的质量曾不如西区。传统上，伦敦把西边作为居住区，东边作为办公区。居住区的餐厅、酒店和配套设施发展得比较齐全，而中东和俄罗斯人的资本进入伦敦之后将西伦敦的地产价格越捧越高，东伦敦的房产价格一直被低估。随着东伦敦环境的改善，趋势已经发生了变化。2008年到现在，西伦敦的房产价格平均增长了68%，东伦敦的房产价格增长了112%。“到现在为止，我们认为东伦敦的房产价值还是被低估的，有儿方面原因：一方面是传统历史因素，另一方面，随着亚洲经济、中国经济崛起，亚洲资本向伦敦的流入速度相当快。亚洲资本(包括中国资本)近期收购的主要资产都在东伦敦，中国银行和一些保险公司的办公室也都在附近。”倪松华说。

据介绍，在西伦敦，办公楼月租120英镑/平方英尺，在东伦敦，月租是40英镑/平方英尺。西伦敦以小规模的小办公室为主，大规模的跨国企业来到伦敦，首选只能是东伦敦。

随着英国经济发展和英国国际化程度的提高，在东伦敦地区出现了“两个短缺”，酒店短缺和办公室短缺。对伦敦市政府来说，要保证东伦敦有足够的办公室，这样才能吸引更多的跨国企业来，“我们对伦敦的办公楼、商业楼很看好。随着跨国企业进驻，周围对住宅的需求很大。随着国际资本涌入、跨国企业

入驻，未来的发展和升值空间相当大。”倪松华说。

伦敦在近几年成了中国资本追逐最热的区域之一。据仲量联行2015年1月发布的报告，2014年，欧洲共吸引了来自中国的超过55亿美元的地产投资，其中40亿美元流向伦敦。

比如，2014年3月，李嘉诚旗下的长实和黄获批在伦敦展开涉及10亿英镑的综合房地产项目，在伦敦金丝雀码头以东3.2公里的英国海军船坞旧地特福德，建设包括3500个住宅单位的多层大厦，涉及写字楼、商店、餐厅和酒店。再向前追溯到2013年，万达集团用9000万英镑从爱尔兰房地产商格林房产公司(Green Property)手中购得伦敦九榆(Nine Elms)地区改造项目的一个地块，计划用10亿英镑将其改造成包括酒店和公寓在内的综合开发项目。

除了地产商外，中国的保险公司也频频出手。2015年1月，泰康人寿以1.98亿英镑收购了伦敦金融城办公楼Milton Gate；2014年6月，中国人寿和主权财富基金卡塔尔控股以7.95亿英镑收购伦敦金丝雀码头10 Upper Bank Street办公楼。在2013年豪掷2.6亿英镑买下英国伦敦地标性建筑劳合社(全球著名的保险交易市场)大楼之后，2015年1月22日，中国平安又以4.19亿欧元从德意志银行资产及财富管理公司旗下的一支共同基金手中，成功收购了伦敦市中心一幢地标性建筑Tower Place。

从2000年到现在的15年间，人民币对英镑升值了近60%。不论从货币还是战略角度，私营资本都在资产布局的再平衡中寻找出口。目前全球范围内有两个热点地区，一个在美国，一个在欧洲。中国的资本战略性地选择了纽约和伦敦。

“第一轮投资英国地产的是大企业，未来会形成一种趋势，尤其是私人财富都有一种平衡再平衡的要求，这种趋势才刚刚开始，会越来越明显。伦敦不仅可以提供事业发展的平台，也可以为子女教育提供平台。”倪松华说，“未来伦敦地产会吸引越来越多的中国资本。”

两个世纪前，中国被迫成为西方国家的资本输出地，如今，中国资本以雄厚的实力捕捉着西方世界的投资机会。历史步入了一个有趣的轮回。不变的是，资本始终忠实地流向最有利可图的地方，而这次，扮演征服者的，是中国的民间资本。