

多种所有制供给端竞争现象引起学者关注

# 供给侧改革主体是企业 专家建议发掘企业自身“新动能”

■ 本报记者 王海亮

11月28日,供给侧改革一周年回顾与展望暨“立白样本”高层论坛在北京召开,以日化行业为样本的讨论引起了学者的关注。学者与专家们就各种所有制企业在供给侧竞争中的表现进行了探讨。专家认为,目前,中国经济正处于新旧动能转换、经济转型升级的关键时期。民企在供给侧改革中提供新动能,更为主动和积极,效果更为明显。

论坛发布三项基层研究成果。选取日化行业这一个点,以讲“供给侧改革故事”的方法,以三十年间中国日化市场国企、外企与民企竞争白热化情况,解剖供给端的创新竞争规律。

中企之声研究院院长李锦表示,供给侧改革决定于外在压力与内在动力强弱程度。市场是天然的供给侧改革调节器,外企、民企、国企抢占市场,最终结果决定于供给端自身的创新能力。

## 谁提供“新动能” 市场就拥护谁

改革开放30多年来取得的巨大成就,靠的是各类企业不断创新发展的动能驱动。而今天要让经济继续发展,就要有澎湃活力的“新动能”的不断释放和推动。

国有企业在日化市场命运引起学者广泛关注。80年代,日化市场基本上被国有企业占领。在那个物资紧缺的时代,没有产能过剩,洗衣粉中“活力28,沙市日化”响彻大江南北,“南有白猫,北有熊猫”家喻户晓。当时的中国日化行业创造了一个又一个耳熟能详的品牌。

随着上世纪80年代末至90年代初宝洁、联合利华、汉高等跨国日化巨头的进入,国有企业未能及时适应国人日化产品需要,日化行业一下子被市场经济洪流淹没。到2000年左右,中国市场上约80%的日化产品都是外资品牌。

而到2016年,曾经的多家“全球日化巨”都开始走入丢城弃池、员工出走的境地。加之宝洁、丝宝、联合利华等行业巨头的争相降价使得日化企业的生存环境愈发恶劣。而立白、纳爱斯等民企就是在这个时候异军突起的。现在,立白、纳爱斯等民企在中国日化市场已经超越英、法、德、日等外资,分居第二、三位。

去年国内40多万人到日本旅游,纷纷买马桶盖。“马桶盖事件”成为供给侧改革的反面样本。我们看到一个供给侧改革的另一样本。占据中国日化市场30年的美国公司宝洁、英荷联合利华,错过中国中产阶级消费新的趋势,迟迟没有推出洗衣液,从而将市场的领先地位拱手相让给立白、蓝月亮等本土品牌。

美国智库找到的教训是,中国的中产消费群体更注重参与感与自我认同,不再是设计师将产品推向市场——试探反应——不行推翻重来的路径,而是与消费者进行多频、多层次的互动和沟通。很多跨国公司由此错过新的市场据点。立白等本土品牌的中国业务是作为供给端来运营的,他们认准中国中产的消费群体“不伤皮肤,不伤衣服”的要求,大规模提供洗衣液,把中国由洗衣粉时代带进洗衣液时代。

“马桶盖事件”“洗衣液事件”反映的都是企业转型升级不力导致产品有效供给不足。不过日本的“马桶盖”是说中国企业的差距,中国的“洗衣液”是说美国企业的差距。这次,中国的立白、蓝月亮等企业摸准了市场需求,从供给侧创造满足市场需求的产品,进而引领消费潮流。

经济学家管益忻分析,在不同时期,多种所有制企业都提供了新动能。现在外资品牌在日化市场出现了产品同质化严重、品牌缺乏个性、营销手段单一等局面,使得日化行业生产能力严重过剩。现在立白等企业提供了洗衣液等新产能。民营企业为什么没有产能过剩,就是政府不会为他们担保,市场压力逼得他们必须去产能、去库存、去杠杆,否则他们就活不下去。

经济学家、新供给理论研究院首席专家贾康认为,中国所强调的供给侧改革的核心内涵就是有效制度供给,即以改革为统领,结构优化为侧重,在解放生产力中守正出奇,引领新常态而继往开来。所谓“守正”,就是认识、顺应、尊重和敬畏市场规律,充分发挥其总体而言在资源配置中的决定性作用;所谓“出奇”,就是充分认识到并不能简单搬用发达市场经济体的已有经验和我们自己过去的经验,必须以特定国情下特定阶段上的成功创新来支持中国完成从追赶起超的现代化全过程。处理经济社会转型升级的问题,实现升级版新常态的“常”必须落到的境界上,而打造这个升级版最关键的就是创新驱动,即在供给侧以有效制度供给支持结构优化,激活全要素生产率的所有潜力。立白等民营企业的成功就在于守正出奇,认识、顺应、尊



贾康与李锦(右)就供给侧改革问题交换意见



经济学家管益忻发言



立白集团董事长陈凯旋

重和敬畏市场规律,同时以特定国情下特定阶段上的成功创新来完成从追赶起超。

## 供给侧改革主体是企业 政府调控要落脚在市场上

80年代政府调控、短缺经济以及市场的不成熟,奠定了当时国有企业的成功。但由于缺少市场竞争,国有企业繁荣的背后存在着价格低廉、利润较低;渠道简单、产品单一;推广有限、管理贫乏等缺点。也正因为对市场的认识不足,未能对国内市场的变化做出及时反应,国企在与外企的市场竞争中“全军覆没”。

反观目前成功的本土企业,则充分市场化,以顾客和品牌为中心进行市场营销。

以中国日化行业为例,立白、蓝月亮等民企的科研人员经常飞赴各地,走进消费者的家中,观察消费者的日常生活习惯,洞察不同地域的消费者在不同时期的差异化洗涤需求。因此,他们了解中国的“中产阶级需要什么”。

今年7月20日,日化国企重镇云南白药发布公告称,公司实际控制人云南省国资委正在筹划与公司控股股东白药控股相关的重大事项,推进白药控股开展混合所有制改革。国家希望能够将民企灵活的市场应对机制和创新的管理体制引入国企内。

清华大学新兴产业研究中心主任吴金希认为,国企根本问题不在缺乏资金。民营进入国企,如果不在公司治理上实现突破,岂能有活力?日化产业是完全市场竞争的,大家是平等的供给方,要抛弃所有制的束缚,谁能为老百姓提供合适的消费品,就鼓励谁,包括外企也一样,这是自由竞争的时代。国企不一定非要在完全市场竞争领域去做大做强。

吴金希也表示,在日化领域,民企的资产回报率一直高于国企。在全竞争领域不应过于强调所有制,谁的供给产品好,就让谁干。他强调,发挥市场优化配置资源的决定作用,更好发挥政府的积极配合与引导作用形成新动能。

## 供给侧改革不能走投资刺激老路,要走科技创新的路

有专家认为,2016年供给侧改革成绩显著。但是有几个问题应当注意,供给侧改革是政府为主,还是企业为主?是政府调控为主,还是以市场调控为主?供给端发展道路是投资刺激为主,还是科技创新为主。从日化市场看,供给侧要走科技创新为主的发展道路。

目前,本土品牌都开始启用强大的研发团队、世界一流的生产检测设备以及严密成熟的管理规程,产品品质有坚实保证。尤其是我国现在的本土品牌可以吸引到一些世界优秀企业的研发人员,上海家化目前的研发总监就是拥有20多年跨国公司经验的高管。

立白集团董事长陈凯旋认为,实施创新驱动发展战略,已经成为企业发展的生命线。立白人对全球日化领域的最新科技创新趋势,始终保持了一种高度的敏感。立白集团每年投入占总收入3%的科研经费和大量的人力、物力,不断拓宽企业技术进步的空间,始终保持了对前沿技术的掌控。

管益忻认为,供给方自身的变革将是决定因素,谁走上创新发展的大路,谁的创新活力越强,谁将走得越远,这是供给侧改革的基本规律。

清华大学全球4.5研究院副院长李东红认为,这些自主品牌进入日化市场的是一个十分热门的细分市场,这些销售势头较猛的品牌,首先必须具备优秀供给品的特点。因此,精品化路线似乎已成为自主品牌发展的共识,而这也将成为自主品牌与合资品牌正面竞争的砝码。

有学者认为为什么国企品牌少?就是因为他们靠的是资源,是资源害了他们,是投资刺激的思路害了他们。现在,搞新动能建设,还是走投资刺激的思路,什么风险基金,什么投资平台,还是投资刺激的路。

李锦认为,不能简单将国企与立白这样的民企对比,立白这样的民企属于轻工业,在80年代已经走向市场,而国企集中在重化工业。他们在供给侧改革所处阶段不同,任务不同,国企也有很多供给侧改革的好经验。他在本报发表的中冶集团改革经验,就是这样的典型。

## 专家提出供给侧改革重心转向“新动能”建议

2016年7月26日,习近平总书记在视

察中国科技大学时明确指出:“我国经济发展进入新常态,必须用新动能推动新发展。要依靠创新,不断增加创新含量,把我国产业提升到中高端”。表示供给侧改革主体应是企业,改革主体由政府为中心向企业为中心转移。

李锦认为,要高度重视供给端自身竞争力的提升。在2017年供给侧改革要实现几个转变。

这些样本,告诉我们企业供给侧改革要实现10个转变:

供给侧改革主体由政府为中心向企业为中心转移;供给侧改革重心让“去产能”向新动能转移;供给产业发展战略应当由追赶型向跨越型转变;供给侧改革手段应由政府调控向市场调控转移;供给要素由向全要素向制度优先供给转移;供给侧改革着力点由去企业向建新结构转移;供给品由规模资源竞争向品牌竞争转移;供给改革道路应当由投资刺激向科技创新转移;供给侧的决策由虚拟经济向百年产业转移;供给文化由企业自身文化由向客户文化转移。

李东红提出,供给端创新能力的竞争,不仅是技术层面的事情,还包括市场体制、所有制改造、管理制度、品牌经营、运行机制、科学技术、商业模式与供给文化的全面创新。

北京师范大学中国企业文化研究院院长徐文中教授表示,中国企业的成功,最终决定于文化创新。像立白提出的“不伤手”的绿色发展战略,就是一种新供给文化,做到消费平衡的“幸福一家亲”,也是一种文化。本土企业要想在激烈的市场竞争中抢得“大块”蛋糕,就需要从供给手段、供给产品、供给人、供给制度和供给关系方面入手,用新的供给观全面改造企业,进而形成新供给时代的企业文化。

民企在企业文化上的创新,是一种全新的供给观。他们在供给方、供给手段、供给产品、供给人、供给制度和供给关系方面,用新供给观全面改造企业,形成新供给时代的企业文化。

而要做到企业内部一家亲,工厂、经销商、消费者和供应商等各个利益相关体一家亲,最后做到消费平衡的“幸福一家亲”,也是立白人的追求,面对中国这个需求庞大的市场,面对西方列强仍然控制中国日化市场的博弈,立白的新供给观给人以负责任的民族文化展示。也是中国供给侧改革的深度展示。

而谈到如何培养新动能,新供给研究院首席专家贾康认为,改革是经济社会发展原动力的支撑之本,创新是经济社会发展的重要推动力。惟有坚持改革才能持续不断产生新动能。对于民企的发展需要有一个良好的外部环境和基本条件。首先,需要有个公平法治的营商环境和利于资源流动的发展环境。其次,要有新的发展理念来指导工作,不断营造大众创业、万众创新的市场发展环境。再次,减少行政审批,提高企业的创新意识和紧迫感,激发基层活力和创造力,这样才能不断产生新动能、释放新动能。

中国政府政策研究网总编辑王丹誉认为,在技术创新的驱动下,移动互联网与传统行业的快速渗透,不断催生新的服务模式。信息化、智能化的工业系统再造也让个性化、定制化服务走向大众。技术创新和服务优化可以产生新动能。

## 双汇荣获第十四届中国 食品安全年会多项殊荣

■ 本报记者 李代广

近日,在北京人民大会堂举办的第十四届中国食品安全年会闭幕。双汇在本届大会上分别荣获2016年度中国食品安全年会“安全管理十强企业”“管理创新十佳案例”“百家诚信示范单位”称号。双汇发展总裁游牧被评为2016年度中国食品安全年会“普法先进工作者”。

据悉,本届年会由海关总署、国家工商总局、国家质量监督检验检疫总局、国家粮食局和中国食品工业协会联合主办,以“实施食品安全战略,推进健康中国建设”为主题,力求站在“十三五”规划新起点,紧扣时代,与时俱进,推动食品安全社会共治,具有很强的现实意义。

此次双汇在第十四届中国食品安全年会上斩获多项殊荣,是对企业30多年来深耕实业,致力于食品安全的一大肯定。也是企业30多年来,不忘初心,砥砺前行的发展成果。

双汇牢固树立“产品质量无小事、食品安全大如天”的质量安全管理理念,通过执行严格的质量标准,采取细致入微的质量控制措施,提升产品品质和服务质量,始终把消费者的安全与健康放在首位。

## 建湖县市场监管局近湖分局优化举措服务企业

今年以来,江苏省建湖县市场监督管理局近湖分局充分履行工作职能,深化“两学一做”学习教育,全力服务企业和个体经济发展,不断优化辖区内市场监督管理水平。

**推动创业创新,优化“窗口”服务。**该分局采取有效措施,大力支持辖区内各类市场主体健康发展,登记注册窗口全面简化办理手续,提供便捷高效服务,为“大众创业、万众创新”营造良好的市场准入环境,今年以来,发展个体工商户2439户,个人独资企业393户,其中8-10月份628户,“先照后证”32户。该分局还积极配合税务等部门,开辟“营改增”纳税人“三证合一”绿色通道,今年以来已换发“三证合一”执照600余份。

**推进商标战略,拓展“品牌”服务。**该分局大力开展辖区内商标存量调查,摸清家底,形成台账,做到情况清、状态明,夯实品牌培育基础,加大商标知识宣传和注册力度,提高企业品牌意识,引导企业争创各类品牌。“一对一”“手把手”助企规范申报,推进企业商标品牌培育规范化。今年已帮助企业注册商标47件,帮助建湖县永维阀门厂申报知名商标,指导服务1家服务业企业获得“江苏名牌产品”称号。

**推进帮扶指导,精准“年报”服务。**该分局核准市场主体年报基数,制定工作计划,把握工作进度。通过电话通知、上门告知、张贴公告等形式,强化宣传,提高年报工作知晓率。加强窗口服务,指定专人耐心指导,咨询年报相关工作做到了“一口清”,及时指导帮助市场主体在年报过程中遇到的各种困难和问题。今年该分局市场主体年报率达100%。

**推崇诚信经营,深化“重守”服务。**该分局在辖区内广泛宣传“重守”企业的申报原则和认定标准,深入企业开展调查研究,帮助“重守”企业复查申报,增强企业法律意识和诚信意识,提高信用管理水平。今年以来,指导3家新申报县级“重守”企业,指导51户县级“重守”企业完成复查工作。

(李翔 周政 毛长军)



龙门峡南煤矿:安全承诺落实到现场

年末将至,川煤集团广能龙门峡南煤矿大力开展“安全自我承诺”“向子女承诺践诺”“向老婆承诺践诺”等安全承诺活动,提高职工的安全意识,筑牢企业安全发展基石,确保今年最后一个月不出现安全事故。

图为11月28日,该矿综掘队职工在入井前安全自我承诺“我保证不‘三违’”。

贺全明 李兴兵 摄影报道