

文章编号:1002-980X(2006)09-0075-04

中小企业:如何实现“代工生产”到 “自主创新”的战略转变

王永年

(安徽财经大学 经济与金融学院,安徽 蚌埠 233041)

摘要:从“代工”和“代工生产”概念出发,认为我国中小企业合理选择“代工生产”战略只是获得自身发展的初始阶段,现实的经济背景使企业向“自主创新”战略转变具有必要性和紧迫性;然而,现今我国中小企业推进战略转变仍面临来自国际和国内、以及企业自身存在的困难和障碍,企业需精心打造实现战略转变的条件,并采取正确的步骤,政府机构也应予以全力支持和保障。

关键词:代工生产;自主创新;战略转变;对策

中图分类号:F27 **文献标志码:**A

一、“代工生产”造就了中小 企业的最初发展

“代工”一词原为替别人打工,这里是指为著名企业加工零部件或产品的企业。所谓“代工生产”(OEM,又称贴牌生产),是指企业利用本地区低成本的劳动力优势,运用自身的生产能力,为世界著名企业加工零部件或产品,以赚取差价利润。

根据迈克尔·波特的价值链理论,制造业的工序是一条环环相扣的价值链,从研究、设计、采购、生产、库存、营销到运输等环节,缺一不可。随着国际分工的日益细密,许多世界著名企业纷纷将生产附加值较低的环节外包,自己则掌握研发和销售等核心环节,具体表现为品牌所有者不直接生产产品,而是利用自己掌握的“关键核心技术”,负责设计和开发新产品,控制销售渠道,而把产品加工任务交给别的企业去做,然后将产品贴上自己的品牌进入市场。为世界著名企业生产产品的企业被称为“代工”。从“代工”的角度来讲,“代工生产”的实质是把自己从著名企业的竞争者变成合作者,把自己的成本优势与著名企业的品牌优势相结合,从而能以相对优势参与竞争。

长期以来,我国的众多中小企业正是由于采用了“代工生产”的战略,得以沿着这条道路迅速成长起来。具体地说,中小企业的最初发展,是由于“代工生产”本身具有的一些特征所使然。其一,企业实

行“代工生产”,起点低,中小企业容易获得生存和发展的机会。因为企业只要具有起码的加工能力,能生产出合格的产品,加上劳动力的低成本优势,企业就能得到发展。其二,“代工”企业无需自主开发新技术,它只需采用外国著名企业提供的技术即可,这适合中小企业发展的条件。由于中小企业一般缺乏自主研发新技术的条件和能力,采用国外制造技术是其发展的一定阶段的现实选择。其三,“代工”企业只是替国外著名企业加工制造产品,无须为产品寻找市场。由于该产品是贴上著名企业的品牌走向市场,因而不愁销路。其四,有利于“代工”企业在实力较弱的阶段规避技术风险和市场风险。当前,技术和产品更新和换代速度非常快,中小企业并不具备能力承担新技术快速淘汰的风险。实施“代工生产”,企业不用承担技术淘汰风险。其五,一般而言,“代工生产”是企业处于创建阶段以及成长时期的必经道路。中小企业通过“代工”或为著名企业制造产品而得到锻炼,规模增大,产品制造技术得到提高,管理水平得以提升,劳动者的技能和熟练程度也得到提高,这为企业进一步的发展壮大准备了条件。例如,韩国的三星公司在20世纪70年代时,主要生产没有品牌的产品。台湾企业明基电子公司就是通过给著名企业(如美国的电脑制造商戴尔和芬兰的手机制造商诺基亚)生产零部件或产品而逐步形成了自己的制造专长。中国大陆的微波炉制造商格兰仕,亦是“代工”做起,形成专长后开始销售其品牌

收稿日期:2006-05-08

作者简介:王永年(1947-),男,安徽蚌埠人,安徽财经大学经济与金融学院教授,研究方向:经济理论与经济发展战略。

产品的。

二、实现“代工生产”到“自主创新” 战略转变的背景和必要性

我国的中小企业实现从“代工生产”到“自主创新”的战略转变,是由于宏观经济环境和背景所使然。其一,我国的民族工业已经成长起来,它们已经聚集了实力、铸造了条件,需要在生产经营上向更高层次发展。经过20多年的发展,“世界工厂”式发展模式使中国的民族加工工业在为世界生产商品中得到了锤炼,实力得到增强。然而这一模式由于是靠廉价劳动力、资源消耗、土地占用和优惠政策而赢得竞争优势,生产的主要是低端产品,这不利于中国经济的进一步发展。中国经济的发展迫切需要取得质的飞跃,依靠自主创新和创立自主品牌来提升在“国际经济链”中的地位,这成为我国政府乃至广大企业的共识,构成了推进战略转变的宏大经济背景。其二,长期以来中国经济偏向粗放的增长方式,在经济规模迅速成长的同时,使资源和环境负担过重而难以承受。低水平的经济增长方式已经走到了尽头。中国要建设为经济和科技强国的发展目标,中央政府提出的“科学发展观”和建设科技创新型国家的新战略,迫切要求实现经济增长方式转变,实现可持续发展。这些宏观因素作为强大的背景条件作用于我国的民族企业,要求那些具备条件得以脱颖而出的中小企业必须随之转变战略,求得新的发展。

就我国的中小企业自身来说,其实现战略转变的意义和必要性有以下几个方面。

其一,当中小企业的经济实力得到增强后,需要进一步拓展生存空间。通过为世界著名企业从事“代工生产”,中小企业获得了来自国外的先进生产技术,改善了经营管理水平,职工队伍也变得训练有素;当企业成长起来,基本具备了实现“起飞”的条件时,中小企业就会及时转变战略,以进一步拓展自己的生存空间。其二,劳动成本上升,迫使中小企业需要在更高层次上发展自己。对于中小企业来说,从事“代工生产”实际上是依靠低劳动成本和产品低价格的优势。然而,自2004年底以来,特别是在我国的东部地区开始面临劳动力缺乏和工资成本的大幅增长,而工资在低端产品中所占比例一般是很高的。面对工资增长以及产品价格优势的逐渐消失,这使中小企业不得不升级自己的整个生产基础,转变发展战略,通过加大自主研发以生产利润更高的产品,在更高层次上发展自己。其三,中小企业追求

更大利润的需要。据科技部官员公布,中国的科技竞争力在可比较的49个国家中排名仅28,中国对外引进技术的依存度高达60%,一些产业由于核心技术掌握在外国公司手中,中国制造的许多产品的高额利润被外国公司赚走。中小企业在产品生产的低技术层次上拼劳动力、资源、土地和投入时间,他们赚得的只是固定资产折旧及劳工的薪金。中小企业要想提高利润率,必须转换战略,由“代工”转变为自主技术创新者。其四,我国长期的粗放型发展导致对资源和环境的损耗已近极限,政府提出“可持续发展”,各级职能部门的环保执法力度不断加大。这一宏观环境使中小企业认识到,继续充当产生严重污染的低端产品加工者角色已难以为继,走注重自身技术自主品牌打造之路方是坦途。其五,中小企业转换战略亦是规避与许多发展中国家在同一档次上激烈竞争的需要。中国近年出口强劲,但其出口商品中90%是贴牌产品。中国的出品产品,尤其是制造业,与东南亚国家的重叠度很高,大家仍在同一档次上拼资源和劳动,这正是近期中国和其他发展中国家发生经济利益冲突的重要原因。这要求我国的企业,特别是中小企业,必须走自主创新和自主品牌的道路,提升自己在“国际产业分工链”中的地位,才能在对外生产中摆脱恶性国际竞争,扩大出口。

三、实现“代工生产”到“自主创新” 的困难和障碍

我国中小企业在长期的代工生产中得到锤炼,使“中国制造”的声誉得以蜚声全世界,这意味着中国的民族企业推进战略转换的时机已经来临。但是另一方面,我们也必须正视和充分估量到,中国企业在推进战略转变过程中还存在着种种困难和障碍。

首先,存在着来自国外的障碍:来自发达国家的著名企业垄断着行业生产的关键核心技术,这是绝不可能向我国的企业转让的,这使得我国企业不可能通过借鉴或购买国外核心技术来实现战略转换。发达国家的著名企业正是通过将最具经济价值的核心技术牢牢地控制在自己手里,使他们不仅赚走了中国“代工”生产的利润,更是进一步企图控制中国的经济命脉。实践的结果是,我国企业在对外合作中既将自己原有的民族技术丢了,新的核心技术又掌握不到,更为要害的是自主创新的能力缺乏,照此下去可能会发展成“依附型”工业。

其二,国内经济环境的障碍:是经济环境因素严重制约着企业自主性的发挥。现今国内经济环境的

一个最大特点是生产过剩,竞争过于激烈。这一状况的形成主要是由两个因素所导致:一是由于各个地区盲目进行的重复建设而导致国内同行业厂家过多;二是由于对外开放市场导致外资企业大量涌入。面对严酷的国内竞争环境,我国的企业为了生存,只能以技术模仿和商品低价格去参与市场竞争,除此之外别无他法。这就对中小企业造成了两个方面的困难和障碍:一是既然技术可以通过模仿而获得,企业也就没有那么大热情投入人力财力去进行研发;二是由于企业利润低,也就没有余力抽出资金进行开发研究。

其三,企业自身的障碍:中小企业由于自身种种局限的存在,障碍着研发能力的形成和提高。局限之一,是先天不足导致研发能力低下。我国的中小企业在形成之初,政府的“满足供给、增加就业”就成为它们的努力方向,近十余年来,通过发挥低成本优势以追求“扩大出口”又成为中小企业经营的方向。中小企业在它的发展之初就没有更深地考虑过如何培植自身的自主研发能力。局限之二,是贪图省事省力不关注自主技术的开发。对于中小企业来说,模仿外资的现成技术,只需在应用方面进行改进以使其更加针对中国市场即可,这种做法省事省力又来得快,企业也就不会去过多考虑自主开发独立技术了。局限之三是,利润稀薄,缺乏自主创新的基础。中小企业充当外国著名公司的“代工”,挣得的只是微薄的加工费,利润绝大部分被外国公司拿走。在这样的情形下,即使企业想培育自身研发能力,也是心有余而力不足。局限之四是,普遍存在的急功近利的浮躁心态,不利于中小企业自主能力的培育。长期以来,经济领域弥漫着追求短期利益的浮躁之气,一些企业只是满足于靠贴牌甚至盗版以获取收益,而难以沉下心来踏踏实实地从事艰苦的研发工作。这样的氛围构成了中小企业实现战略转变的心态障碍。

最后,来自政府的支持缺乏。其一,中国对外开放的市场经济环境,客观上不利于对中小企业实施保护。中国企业是在中国经济逐步融于全球化的大背景下来建立自主发展的产业基础的,中国政府是着力推进改革开放和中国经济与世界市场接轨的工作,而不是将保护国内企业放在首位。这样的环境背景客观上为中小企业推进战略转变带来了困难。其二,迄今为止,政府机构对培育企业、特别是中小企业自主研发能力的资金支持不足。据国家统计局公布的资料,我国在2004年的研究开发费用仅占国

内生产总值的1.23%,远低于发达国家的研发费用占国内生产总值的3%的水平。我国2004年度的研发费用为1966亿元,其中企业支出的部分为1314亿元,政府支出的部分仅为652亿元,政府机构用于支持中小企业研发的资金就更为微小了。

四、推进“代工生产”向“自主创新”转变的对策和措施

(一) 中小企业需精心打造实现战略转变的前提条件

其一,克服浮躁心理,立足长远,转换观念。中小企业首先应当端正观念,克服急功近利的浮躁心态,不应满足于从事“代工”所得到的眼前利益,而应立足长远,树立自主创新、科学发展的新观念。其二,中小企业的自主创新意愿明显,企业在技术创新方面的主体性地位已经确立。这即是说,企业在从事“代工”的依附地位中生出了强烈的危机感,从国内和国际激烈竞争的市场环境中产生了提升自己在产业分工中的位置的强烈愿望,由此而产生出依靠自身的能力来打造自主技术和自主品牌的意愿。其三,中小企业在长期的“代工生产”中形成了自己的制造专长,拥有了一支制造技术熟练的职工队伍。其四,中小企业在从事“代工生产”中所获利润增加。随着中小企业制造专长形成,所获收益得到了持续增长和积累。

(二) 中小企业实行“自主创新”战略的一般步骤

当中小企业基本具备了上述的前提条件,便可不失时机地立即向“自主创新”战略转变。企业实行新战略主要可采取以下的步骤。

第一,创造自己的品牌,开始销售自己的品牌产品,并增加对市场的营销开支。对于“代工”来说,创造自己的品牌是其实行新战略的首要步骤。韩国的三星公司在20世纪70年代时主要生产没有牌子的产品,它向世界著名电子企业的转变是从创造自己的品牌开始的。中国的微波炉制造商格兰仕,也是利用其“代工”专长从生产和销售自己品牌的产品开始的,然而,企业的“自主品牌”策略要想取得成功,需要向市场进行大力宣传和推广,为此需要制定出一套销售品牌产品的营销策略,增加营销开支。根据国外一些企业的经验,“代工”要在品牌产品领域取得成功,需要将收入的10%-20%用来做广告和推广。第二,企业在打造“自主品牌”的同时,应着力培养自己的设计和开发能力,不断设计出有竞争力的新产品。这是企业实行新战略的核心环节。为

此,需要培养出自己的具有较高素质的设计和研发队伍,并要有研发资金予以保障。第三,当企业成长起来,具备条件之后,将可生产业务都剥离和分包出去,而企业自己则成为纯粹的营销公司,专门从事产品设计和研发。这应当是企业新战略发展的高级阶段了。例如,台湾的宏基公司成长为著名的品牌电脑制造商之后,已将所有的生产业务都剥离出去,自己转变为纯粹的营销公司。企业成为专门的营销公司之后,可以集中资源和力量专门从事产品设计和研究,起到通过创新引领市场的作用。

(三) 政府机构应着力构建能够推进中小企业实行战略转变的支持和保障系统

其一,应大力宣传“自主创新”新观念,倡导发展新模式。现在的当务之急是,政府在提出建设“创新型国家”的同时,应当动员和通过社会力量,来清除弥漫于全社会的浮躁之气,广泛宣传自主创新的必要性和作用,以在全社会形成一种鼓励自主创新的气氛。其二,国家的各级科研院所与中小企业应形成一体化联系,直接为企业技术创新服务。应当加

大政府部门安排和引导的力度,密切科研机构和小企业的联系,形成一种科研机构支持和服务企业技术创新的双赢机制,以加快中小企业自主技术的不断形成和发展。其三,政府应建立针对中小企业研发的资金支持机构。中小企业信用能力较低,国有商业银行对中小企业“惜贷”,现今还没有专门为中小企业技术创新服务的金融机构。鉴于此,当前应当从2006年专门用于科技投入的716亿元政府预算中,专门拨出一个部分用于对中小企业科技创新的支持,国家应制定专门为中小企业提供融资服务的优惠政策,银行系统也需进行金融服务的创新以适应中小企业发展的要求。立法部门应制定帮助中小企业有效融资的法律法规。

参考文献

- (1) 王娟. 从贴牌生产到自创品牌——中国企业跨国经营战略选择. 管理科学, 2005(4).
- (2) 贾淑军. 中小企业融资难的三维分析. 管理科学, 2005(1).
- (3) 陈乃醒. 中国中小企业发展与预测. 中国财政经济出版社, 2003.

How to Realize the Change from “OEM” to “Blaze new Trails by Own”

WANG Yong-nian

(Anhui University of Finance and Economics, Bengbu Anhui 233041, China)

Abstract : From “hole jobs” and “OEM” two concepts, I believe the small and medium enterprises enterprises in Chian must reasonable select “OEM” are only primary stage, “blaze new trails by own” must be nessecery and pressing in now economy background. However, the small and medium enterprises to change the strategy also many difficult and hinder from overseas and nation, even own. Enterprises need elaborately make conditions of realize to change the strategy, and adopt exact step. The Government also provides the support and ensure.

Key words : OEM; blaze new trails by own; change the strategy; countermove

(上接第71页)

The Small and Medium-sized Enterprises' Competitiveness from the View of Network Organization

——Based on analyzing the Information Efficiency of a Resource Selection Sub-system for an Enterprise

LIN Li-ping

(Management School, Guangxi University of Technology, Liuzhou Guangxi 545006, China)

Abstract : The small and medium-sized enterprises have been the most active and potential new sources of economic growth in our country. Based on the concepts of network organization and enterprise competitiveness, this paper expounds a enterprise 'resources allocation system, and constructs its structural model. At the same time, by the method of analyzing the reliability of a system, this paper studies the effects of a cross-boundary network organization, which relate to the information efficiency of a resource selection sub-system for a small and medium-sized enterprise, and draws a conclusion that taking part in a network organization can enhance the enterprise competitiveness. This viewpoints and the way of thinking would provide some suggestions for a small and medium-sized enterprise to focus its limited resources on core competence best.

Key words : enterprise competitiveness; enterprise 'resources allocation system; reliability; network organization; small and medium-sized enterprises