



# 廣東製造業轉型系列之一

「前有圍堵，後有追兵，這句話是對我國製造業當前面臨困境的最真實闡述。」  
——中國機械工業聯合會專家委員會名譽主任朱森第

利潤不足一成 缺少核心技術 品牌競爭乏力

# 老路日窄 背水轉型



佛山利迅達機器人系統有限公司應用技術工程中心。 鍾俊峰攝

改革開放以來，廣東製造業一路高歌近30年，而今轉型升級成為背水一戰的攻堅任務。產業盈利能力不足、核心技術不強、品牌競爭力不高是廣東製造業轉型升級必須克服的三大困境，製造業老路越走越窄。過去30年裡，儘管廣東GDP年均增長率達到13%以上，但製造業在全球產業分工價值鏈中仍處劣勢，競爭優勢不強，先進製造業發展質量不高，沒有塑造出富有競爭力的品牌集群，隨着人力、物料等成本攀升吞噬了利潤，製造業整體利潤率下滑到不足一成。

香港文匯報記者 趙鵬飛、鍾俊峰、古寧、董新凱 廣州報道

「賣得再多也不掙錢，感覺在瞎忙。利潤率現在不到前幾年的三成，10%都沒有。」劉先生從事玩具行業已經四五年，他跟父親一起在東莞經營一家玩具廠，主要向歐美出口兒童玩具、聖誕節禮物。

### 訂單要求提高 始覺研發不易

劉先生覺得現在訂單多，看起來是好事，但由於成本上升，利潤空間下滑太嚴重，稍微有點閃失，就可能竹籃打水一場空。

劉先生掰着手指一樣算起賬，價格起不來，有訂單也辛苦。生產玩具、禮品的材料成本比去年上漲了近三成，工人工資也在漲，每個工人每年要增加至少2,000多元（人民幣，下同）。公司主要做出口，一般用美元和港幣來結算，但是對於成本，比如工資、材料和廠租等，卻是人民幣支付，以前100港幣可以換人民幣90元，現在一路下滑到只能換80元左右，光是匯率的變化就讓



東莞松山湖國際機器人產業基地。 鍾俊峰攝

利潤損失10多元。「我們今年嘗試自己找設計師，研發自己的品牌和產品。」劉先生說，以前一般都是客戶怎麼要求，就怎麼做，現在想自己研發，才發現其實挺難，現在歐美那邊對玩具的材料、環保和設計的要求越來越高，如果不注意，不僅產品賣不出去，還可能被客戶起訴。

### 處產業鏈底端 核心技術依賴進口

五月中旬，在廣東順德召開的「機器換人和智能製造論壇——提升珠三角製造業」上，中國機械工業聯合會專家委員會名譽主任朱森第指出中國的製造業要從強調規模的大，向強調效率的強轉變，需要克服在自主創新、產業結構、經濟效率、質量基礎等方面存在的弊端。

首先是盈利不足。中國工程院院士、華南理工大學教授羅金平指出，富士康生產蘋果手機的工廠在深圳的廠區就跟一座小縣城一樣，工人達到二三十萬，生產能力強，製造規模大，但是他們這種加工生產環節獲得的利潤連4%都不到，而美國、日本和韓國分別憑借設計、技術和關鍵部件獲得了49.4%、34%和13%的產業鏈利潤分成。在廣東，這種例子還有很多。

對於廣東製造處於全球產業鏈底端的尷尬，廣東省貿促會副會長白明紹總結稱「廣東是我國的第一經濟大省，產品遍佈世界，但廣東企業大多處於產業鏈底端，利潤微薄，品牌國際影響力有

限，核心競爭力依然缺乏。」

產業底端的低利潤，與產業核心技術競爭力不強緊密相關。記者在東莞松山湖知名IT企業聯勝公司採訪時獲悉，這家台資公司專注為全球諸多知名品牌手機和平板電腦提供世界領先的顯示屏產品，在東莞已經落戶近20年了，但最核心的研發和設計部門卻還在台灣、香港等地，廣東本地並未把最具有核心技術競爭力的這一環節承接過來，對於聯勝而言，這裡最重要的功能是負責生產和組裝。

沒有掌握產業鏈高端的設計、研發和關鍵部件等環節的核心技術，就沒有對產業鏈利潤的話語權。廣東省裝備製造業長期依靠外資流入所帶來的先進技術設備，並以生產線和最終設備為主，核心製造技術對進口的依賴性很強，由於核心技術長期依賴進口，造成廣東省裝備製造業與關鍵基礎零部件製造能力偏弱，無法擁有核心技術形成完整的專業化分工、社會化配套的先進製造體系。

再者，廣東自主知名品牌的數量，與龐大的企業數量不成比例，這是缺乏核心技術競爭力，製造業長期以代工為主所造成的結果。2014年全球最具價值品牌排名TOP100，僅有廣東深圳的華為成為中國首個進入該榜Top100的品牌，但也是排在第94名。在此之前，2008年至2013年，中國品牌一直榜上無名，沒有一家中國製造業品牌躋身世界品牌500強中前100位排行榜。



中國機械工業聯合會專家委員會名譽主任朱森第指出，中國的製造業要從強調規模的大，向強調效率的強轉變。 鍾俊峰攝

## 前有圍堵 後有追兵

「前有圍堵，後有追兵，這句話是對我國製造業當前面臨困境的最真實闡述。」朱森第如此總結《中國製造2025》戰略規劃當前所處的國際環境，這同樣是廣東製造面臨的挑戰。

朱森第指出，前有圍堵是指歐美發達國家紛紛推行「再工業化」戰略，比如美國推出了先進製造業國家戰略計劃、歐盟有《歐洲2020年戰略》、德國有「工業4.0」等，後有追兵是指，印度、越南、印尼、馬來西亞等發展中國家以更低的勞動力成本，搶佔製造業的中低端，把勞動密集型產業吸引過去。

對於中國製造而言，即使原地不動，所處的全球製造業微笑曲線位置也是越垂越低，突圍刻不容緩。微笑曲線指的是以製造過程中的前端、中端和後端為橫軸，以各階段佔有的附加價值為縱軸描繪出的曲線。

朱森第認為，改革開放以來賴以發展的代加工製造業模式越來越難以為繼，30年積累下來的只有「規模大」，但在質量效益、結構優化和持續發展等指標上卻成為短板，目前，迫切要把中國製造業突圍微笑曲線的窪地，進入一個新的發展階段。

## 別「代工一世」免「一世打工」

在適應生產力發展和市場競爭的過程中，沒有任何一種產業模式能永遠持續不變，延續近30年的廣東製造業第一春，遲早要迎來一次告別，如今，這場告別正在進行。如果從全球產業發展的歷史大視野看，歐美和日本、香港和台灣，上世紀也分別經歷過這種告別。

「1980年，當時香港的工資是東莞的二十倍，我們覺得完全可以採用這邊勞動力生產，產品運回香港賣的模式做玩具產業。」東莞常平鎮知名玩具商梁錦銘表示，東莞之所以成為玩具之都都是因為與香港結成了前店後廠的良好分工。梁氏龍昌國際集團的前身其實是當年港商在東莞開辦的第一家玩具廠，這種代加工廠的模式引領了後來一大批港台玩具廠轉移到廣東。

### 「前店後廠」走入歷史

如果讓時光倒流到30年前，現在耳

熟能詳的東莞製造名鎮，諸如長安、常平、大朗、虎門……其實都不過是珠江口上一個個再普通不過的農村，就是這裡，從1978年首創「三來一補」模式開始承接香港產業轉移，走上製造業的萌芽之路，可是30年後的今天，卻正在經歷一次告別，同時踏上一條新征程。

「就算你做了200億產品，你還是打工仔。」對於先後見證過兩波產業轉移的梁錦銘來說，當年他朋友的這句忠告一直警醒着他。他總結稱，只有技術含量越高，才越不容易被模仿和抄襲，必須要在價值鏈上分到更多的「蛋糕」，簡單的代工永遠都難有長遠的發展，不能只貪圖與加工貿易賺快錢。

作為轉型先行者，龍昌從2001年就開始走上打造自主品牌和核心競爭力的升級之路，與勞動密集和低端代工製造模式告別，如今，這家世界玩具產業龍

頭，早已實現了產業升級道路，迎來機械智能化、控制電動化、自主產品多樣化的巨大發展前景和利潤空間。

龍昌的樣本意義在於證明了製造業本地轉型升級成功路徑的可行性，以及將要克服的難題。廣東整體製造業正在這種告別儀式中前行，全面進入轉型攻堅戰。



廣東美芝製冷設備有限公司 鍾俊峰攝

## 研發設計下苦功 產品加價仍有市



佛山順德東方麥田公司總監許國棟在廣交會。 鍾俊峰攝

每年的廣交會都是製造業的晴雨表，近年來成交量的持續下滑已經在倒逼中國企業正視競爭力短板，記者在今年的春季廣交會採訪時發現，越來越多的參展企業通過增加產品的個性化設計和提升核心技術來吸引客源和訂單，逐漸形成自己的品牌風格。

「你現在可以發現，廣交會裡很多企業的產品都呈現個性化，形成品牌差異，不再是以前貼牌代加工時

代看起來同行產品全都很像的情況，那是因為企業都有了自已品牌風格的呈現意識。」來自佛山順德的東方麥田公司總監許國棟如此評價。記者在東方麥田的展台上看到了一款市面上不多見的倒錐形抽油煙機，許國棟介紹說，與舊款版本而言，新款獲得了很多新客戶的喜歡，雖然價格更高，但訂單卻要多出三到四成，外形設計的出新是競爭力加強的重要因素之一。

參加廣交會已經三四年的完美生活公司產品代表葉旭東常年從事產品出口貿易，對世界各地採購商的喜好有不少心得。他認為，必須要在設計和功能上多下苦功，做出自己的特點，才能形成更具有高附加值的競爭力，「現在中國製造的產品不能繼續以前拼成本來獲得競爭力的局面，別說要跟東南亞等地的人力成本窪地產品拼，就是國內同行之間也夠拚得辛苦不討好了。」記者在電子設備展區的音響企業採訪時發現，凡是產品架上那些外觀有特點、材料有個性或功能更有新意的，總是吸引來一群採購商圍住品評，而款式稍舊老一些、功能陳舊一些的產品，往往無人問津。