

胶鞋行业市场预测及投资建议(二)

杨云良

(中国橡胶工业协会胶鞋分会, 山东 青岛 266002)

(续上期)

2 存在问题及优劣势分析

2.1 存在的主要问题

1. 自主研发和技术创新能力不足, 产品自有核心技术国际竞争力较低。全球产业结构调整与国际分工收益大小主要取决于国际竞争力, 并始终以创新能力为竞争的焦点。由于我国制鞋企业产品开发和科技创新经费投入大都低于 3% 的销售额, 与国外同类企业相差十几倍, 对以企业为主体的创新体系的建设和培育自主创新能力影响较大。国家级技术中心和实验室屈指可数, 高素质创新型的人才匮乏, 真正拥有自主设计开发能力的企业为数不多, 导致新产品开发设计和“四新”研发应用水平不高。在“引进、消化、模仿、创新”的发展进程中, 产品开发还处在借鉴模仿为主的阶段, 全面转入创新阶段还有差距, 甚至不少中小企业采取“拿来主义”互相抄袭仿制, 产品水平相近, 同质化竞争白炽化, 使新产品投放市场不久就卷入微利的价格大战; “四新”的应用滞后于国外, 加上知识产权制度不健全, 创新成果难以得到有效保护, 造成自有核心技术薄弱, 不仅影响档次、附加值的提高, 还影响整体产业水平的提升, 形成了产品结构不合理。行业调查显示, 各类产品综合平均, 高档产品比例只占 5.9%, 中档占 31.9%, 低档占 61.2%, 基本上反映了我国胶鞋产品以低档为主和产业发展处于低价位、数量型增长现状, 影响了国际竞争力中效益的提高。

2. 品牌创建能力不强, 缺乏世界级的中国名牌。随着经济全球化和市场一体化的推进, 将面临全球出现加工能力过剩, 利润空间缩小和品牌竞争激烈而带来的新一轮国际竞争。据有关资料报导, 发达国家品牌数量占世界品牌总量的 90%, 而名牌占品牌总量比例虽然不到 3%, 但却拥有 40% 以上的市场, 其销售额竟占了全球销售

额的 50%; 名牌是市场经济中的原子弹, 而名牌是企业产品过硬的质量和先进企业文化、经营理念等综合素质的体现与长期积累的结晶。我国胶鞋行业除了部分龙头、骨干企业创建出一些中国名牌外, 大多数中小企业创建品牌的能力薄弱, 企业采用国际标准和国外先进标准的采标率较低, 企业民族自有品牌的影响力还不够大, 占据的只是国内外中低档市场。如我国胶鞋产品总量的 70% 出口, 但企业出口产品(包括“三资”企业百分之百做 OEM) 90% 为外商来样贴牌生产, 同类产品平均单价进口国外品牌金额是我国出口金额的 2.5~5 倍。从总的胶鞋产业来看, 由于民族品牌培育不足, 至今缺乏世界级的中国名牌, 还没有形成与世界名牌相抗衡的实力。

3. 市场开拓能力不够, 走出去的经营战略有待升级。舍得投巨资开拓市场(包括品牌运作移地生产、销售)和建立现代营销网络, 是国外跨国大公司获取产业价值链中巨大利润的成功之举。由于我国胶鞋企业大多规模小, 生产管理水平和经营水平较低, 除国内少数大型骨干企业重视用信息化技术建立现代营销网络外, 大多数中小企业开拓市场仍囿于传统营销手段, 行业整体对国际市场的快速应变能力较差。如产品开发的定位、出口国际多元化市场的开拓, 尤其是面对入世后遇到的国外新筑起的技术、安全环保和社会责任标准等非关税壁垒, 认识不足且行动滞后, 应对国外新的贸易摩擦与反倾销预警机制尚未建立完善起来; 少数走出去的企业到国外开拓市场也是以推销产品为主, 与世界知名跨国公司实行全球化采购和经营不可同日而语, 距真正能够利用国内外两个市场、两种资源和进入国际高端市场还有很长的路要走。

以上这些主要差距和问题互相关联互为因果, 是当前新形势下我国传统加工行业中胶鞋产

业可持续发展的软肋,直接影响着行业参与经济全球化国际分工中的实力和效益。

2.2 优劣势分析

1. 我国胶鞋产业发展的比较优势和有利条件:一是具有承接国际制鞋业大转移的比较优势。由于我国拥有人力资源充裕、劳务费用低、综合素质高和制鞋原材料丰富等比较大的优势,从而产品具有性价比高的较强的市场竞争力,不仅国内市场占有率高达90%以上,而且中低档产品在国际上也有很强的竞争力;如前所述,经过近几年来胶鞋生产的基本要素的配套发展和制造水平、生产效率的进一步提升,已经形成一批大型骨干企业为龙头的胶鞋产业聚集区和产业链,行业整体规模大、产能高,并造就了一支高素质的百万产业大军,涌现出了成千上万的适应市场经济的企业厂长、经理,与改革开放初期和其他发展中国家相比,更具有承接国际胶鞋产业新一轮大转移的比较优势和条件。二是发展胶鞋产业符合我国国情,改革开放的进一步扩大将为其提供良好的发展环境和条件。传统产业仍是现阶段我国工业化经济发展的重要力量之一,胶鞋产业属于相对资源消耗低和环保易控制的产业,并且可以容纳较多的富余劳动力,对于发展地方经济、构建和谐社会具有重大意义。我国主要的胶鞋产业分布地区把其作为发展地方经济的支柱产业之一,各地为引进外资、外企和支持民营企业的发展,重视招商引资环境条件的建设,并推出了一系列优惠政策;今后随着“后过渡期”的到来和改革开放的进一步扩大,外资的市场准入限制将全面放开,同时国内胶鞋产业正在由东南沿海向比较优势大的中、西部进行梯度转移,将为胶鞋发展提供更好的环境和条件。三是国际胶鞋产业转移的深度化和广泛化,有利于提升后发竞争力。我国巨大的市场潜力和制鞋比较优势与条件,吸引着国际胶鞋产业向我国转移日趋深度化和广泛化。首先是作为转移主体的世界知名品牌制造商和跨国大公司,为了巩固其在我国的外资、合资、合作企业的出口优势,适应在国际市场竞争中产品变化快和质量稳定的要求,开始重视建立技术产品开发和检测机构,其次是转移出现集群发展趋势,由单个企业、单个产业向产业链式发展,形成国外各自的产业群。尽管有其内部的封闭性并对国内企业构成竞

争的压力,但其外溢效应和示范作用,还是会继续为我国胶鞋产业升级和提高出口产品档次起到促进作用,有利于提高我国胶鞋产品后发市场竞争力。

2. 参与国际高端市场竞争力不足,影响胶鞋产业在国际分工体系中的地位 and 收益。在当今知识经济时代,赚大钱的卖标准、卖专利、卖品牌,赚小钱的卖产品,国际高端市场的平台是前者,而不是后者,并且谁占据了前者,谁就具有左右国际市场举足轻重的地位和话语权。如前所述,由于我国胶鞋产业目前与发达国家和地区众多知名品牌跨国大公司相比存在的诸多差距与问题,突出的表现在技术、产品研发和品牌创造方面的劣势,造成产品档次、技术含量和附加值不高且雷同、同质化竞争白炽化,缺乏拥有自有核心技术和文化特色的世界级中国名牌,再加上企业多而小、盲目发展、无序竞争严重,使产业增长方式仍处于数量型、低价竞争的状态,导致企业自有品牌产品还没有形成与世界知名品牌相抗衡的国际竞争实力。从而产品进不了国际高端市场,还增大了国外反倾销的风险,不仅直接影响到我国胶鞋产业在国际产业链分工体系中的地位 and 效益,而且会削弱我国胶鞋产业比较优势的发挥,成为今后可持续发展的主要制约因素。

3 投资建议及主要措施

3.1 投资政策的建议

我国胶鞋产业要实现技术跨越和品牌创建提升整体国际竞争力,需要巨大的投资。目前行业的主体是中小型民营、个体企业经济实力不足,且大部分国内企业利润空间不大,单靠市场经济的作用企业自身努力不是短时间可以奏效的。因此为了振兴民族工业,建议国家允许各地方政府根据胶鞋产业在本地区经济发展中的地位 and 作用,制定具体灵活的扶植政策,政府和社会加大这方面的投入并给予一定的补贴和优惠政策,解决中小企业融资信贷难的问题;同时提高外资企业和合资、合作的层次;通过国家税收改革创造国内外资企业公平竞争的环境。

1. 投资和信贷的对象和重点:一是主要应加强国内行业大型龙头骨干企业和产业聚集区规模企业的新产品开发和“四新”研发的技术中心、现

代营销网络、现代物流建设等,建立起以企业为主体的产、学、研相结合的创新体系,培育自有知识产权的核心技术(包括制定先进的技术标准和引进最新制鞋技术专利及关键设备消化吸收的二次开发投入)与自有知名品牌建设的投资和信贷;二是扶植根据产业结构调整东南沿海胶鞋产业向中、西部地区梯度转移所需的投资,形成我国产业布局合理有利于发挥比较优势的新格局;三是用好管好政府与社会上的投资和研发基金,首先要把好立项关。现行立项主要由国家和地方政府科技主管部门审批,为了保证项目的先进性和公正性,防止低水平重复立项和引进,建议在可行性论证评审中规定,应由行业协会推荐专家参加评审或委托行业协会技术经济委员会专业分会专家组进行论证提出评审意见,作为政府部门决策的依据;其次重大项目实施要采取招标方式,选择有实力的产、学、研合作组织承担并建立相关责任制,按项目的主次分配研发基金;另外为了支持企业为主体的立项,建议国内企业投资资本金自筹部分降至 10%左右。

2. 提高外资引进准入条件和合资合作层次:

一是继续引进外资实行合资合作,发挥“三资”企业的示范带动和外溢效应作用,但为了降低其负面作用造成对国内企业发展的压力,“十一五”期间应提高外资准入条件和合资、合作的层次,由广泛鼓励外商在华投资建厂,向鼓励在华建立研发机构转变,变加工基地为设计生产中心,由单一的产品扩大到配套产业链,并优先选择世界知名品牌以出口为主的外资企业;二是严格限制与现国内已有同类生产技术水平的外资企业来华建厂,同时防止利用外资项目产品内销的“三资”企业的建立;合资、合作企业应保留自有民族品牌。

3. 税收政策的建议:一是加快实施税收改革步伐,应尽快实行内外资企业所得税并轨,有利国内企业参与国际公平竞争;二是建议首先在鞋类、服装等市场消费产品中进行税收改革试点,增值税由生产型改为消费型;或将设备投资纳入增值税抵扣范围,缓解产业发展资金短缺的压力,以提升资源配置效率;三是为了扶植国内企业自有品牌扩大出口和支持新产品开发,建议经省级或行业专家评审的企业自有品牌鞋类产品出口实行所得税免二减三国内企业开发的新产品上市一年内

免征、二年内减半的优惠政策;四是为了解决橡胶工业发展主要原材料橡胶紧缺和价高的问题,建议降低进口关税至 10%;同时为了利用国外合成胶资源,平抑因石油涨价形成国内合成胶价格与天然胶价格倒挂的问题,应降低合成胶的进口关税,解决国内产业链上下游产品利润分配不均的状况。

3.2 主要措施

根据我国橡胶工业发展战略研究胶鞋篇所制定的胶鞋行业 2010 年发展方针和目标,坚持在全行业树立以人为本,全面协调可持续发展的科学发展观,走循环经济新型工业化之路,加快胶鞋产业增长方式的根本转变,提高国际竞争力,保持健康平稳、可持续发展为方针,按照产业哑铃状价值链抓两头带中间的思路,通过深化改革和全面创新,有效促进产业要素结构的升级,推进技术跨越和品牌创建赶超式的发展,打造拥有自主核心技术的民族自有中国名牌与世界级名牌,进军国际高端市场,改变在国际分工体系中的地位和收益,加速实现我国胶鞋行业由生产大国向制鞋强国转变的发展战略目标,为此提出如下主要措施。

1. 转变观念、调整思路,实现产业增长形式的根本转变。一是行业各级协会与政府部门紧密配合,利用会议、刊物和媒体的信息导向,更新企业负责人的观念,在全行业树立以人为本、全面协调可持续发展的科学发展观,按照循环经济资源节约、保护环境的要求,从产品结构调整、优化入手,落实到产业增长方式由数量型、低价竞争向质量和效益型的转变;二是制定行业、地方和企业的发展中长期规划,发挥龙头骨干企业的作用,加强胶鞋产业区域性经济产业链的建设,利用政府的产业政策和建立行规行约,限制盲目发展低水平的重复建设,压缩低档雷同产品,制止假冒伪劣产品的泛滥。

2. 加大科技创新、研发经费的投入,建立以企业为主体的创新体系。一是科技创新、产品开发和引进技术消化吸收经费应加大投入(占年销售额 3%以上),行业的龙头骨干企业和产业聚集区都应建立国家级或省、市级技术中心与实验室,围绕新产品开发,以采用新材料为突破口,推动新工艺、新设备和新技术的应用;通过积极开展行业国内、外的交流,重视引进“四新”消化后的二次开

发,并广泛开展技术创新和小改小革活动和产、学、研相结合的攻关,实现制鞋跨越式的升级,提高自主研发和创新能力,形成自有知识产权的核心技术,为企业提质创牌提供保证。二是学习和借鉴国外先进的产品设计开发理念与手段,重视应用人体工效和生物力学指导产品研发和鞋功能的测试、评估,首先在竞技体育专业运动鞋上有所突破,其品质和功能达到国际先进水平,形成运动鞋为主导产品进入高端市场,带动产品结构的优化和调整。三是用高新信息技术全面改造传统胶鞋产业,以优化资源利用方式为核心,广泛开展节能、降耗的技术攻关,提高资源利用效率,大力推广应用绿色环保和可再生利用的原材料,使用可降解或可再生的包装物,减少环境污染,形成节约资源、保护环境的生产和消费方式,为实现胶鞋产业走循环经济可持续发展之路提供技术支撑。

3. 实施名牌战略,大力推进民族企业自有知名品牌的创建。一是重视创建以人为本有特色的企业文化,建立先进的质量管理体系和有效的质量运行体系,推行现代科学质量管理理论与方法,提高 ISO 9001:2000 认证实施的有效性。用先进的企业文化和核心技术打造过硬的产品质量,提高品牌的含金量、市场认可度与顾客的信誉度。二是胶鞋行业和地方协会及企业都要制定相应的培育民族企业自有品牌、争创中国名牌和世界名牌的规划方案。通过政府部门和行业协会开展质量授信鉴证活动,创建一批民族知名品牌和世界级的中国名牌,形成可与世界知名品牌相抗衡、合理竞争的新局面。三是倡导企业的重组联合提高胶鞋产业的集中度,由过去的资产运作为主转向以中国名牌、世界名牌企业为依托的联合,向经营品牌的跨国大公司进军,不断提高自有品牌在出口中的占有率。

4. 建立现代营销网络,开拓出口国际多元化市场。一是骨干企业和产业聚集区都应建立现代营销网络,用信息技术改造传统的营销过程、物流过程及生产管理过程,增强对国外市场的快速应变能力 and 市场细分能力,做到准确把握商机和产品的市场定位,全面提高出口工作的效能和效率。二是各出口企业与外贸机构均应利用多种形式、多渠道、多口岸,大力开拓全球销售市场,改变目前胶鞋产品出口国家地区过度集中美、欧、日的现

状,积极扩大对俄罗斯、中东、非洲和我国周边亚洲国家和地区的出口,形成出口国际多元化市场的格局,有利于出口产品的调整和增大市场空间,化解对外出口依存度大的市场风险。三是倡导有条件的企业积极采取“走出去”的战略,通过品牌运作,全方位的利用国内外两种资源、两个市场,寻找资源的合理配置,在国外建立研发和生产基地和实行全球化采购,构建跨国经营网络,开创变“中国制造”销全球为“中国品牌”全球“地产销”之先河,加快我国胶鞋产业由生产销售大国向品牌经营大国转变的步伐。

5. 积极应对入世“后过渡期”新形式下的各种挑战。一是行业和标准化组织要加快胶鞋技术标准与国际标准接轨,提高国家、行业、企业标准采用国外先进标准的采标率,尤其要鼓励专业协会与企业利用自有核心技术与专利,制定具有世界领先水平的企业技术标准,占领国际竞争的制高点;同时倡导有条件的企业要率先开展 ISO 14000 环境标准、OHSAS 8001 社会责任标准及相关对人体健康安全标准欧盟的 CE 等的采标认证,一般企业都应认真开展 HBC 25—2004 鞋类环境标志产品认证技术要求的达标和贯彻国家劳动法,从而使我国胶鞋产业在国际化发展中,跨越技术、环保、社会责任标准等各种非关税壁垒。二是面对当前欧、美等发达国家在国际贸易中单方贸易保护主义抬头,对我国入世取消配额后出口增长实行新的反倾销限制,行业协会要加快建立产业安全预警机构与机制,组织企业认真学习 WTO 规则和国际贸易中相关法律、法规,提高自身意识和能力,倡导企业遵守 WTO 规则,树立贸易共赢的观念,做好本产业安全预警的基础工作,如制定产业最低价格警戒底线和出口主要国家、地区市场容量的警示数量等,配合国家商务部和相关出口商会,及时通报信息,合理运用 WTO 规则做好反倾销的预防和应诉工作,维护企业的合法权益。

(完)

▲2005 年度中国企业十大新闻暨最具影响力企业、最受关注企业家、最具成长性企业评选活动日前在京揭晓,风神轮胎股份有限公司被评为中国最具影响力企业,董事长曹朝阳被评为最受关注企业家。
韩法强