

张国云
经济散文系列

PRODUCTION SERVICE

中国制造正在遭遇“寒流”，技术短板对制造竞争力的提升已经构成巨大约束。现实要求我们，中国制造业应在国际分工的“微笑曲线”的两端——产品设计和品牌经营这两个环节寻求突破，实现由“中国制造”向“中国创造”的飞跃。

FROM CHINA-MADE
TO CHINA-INVENTED

生产服务

从中国制造走向中国创造

张国云 | 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

张国云经济散文系列

**PRODUCTION
SERVICE**
FROM CHINA-MADE TO CHINA-INVENTED

生产服务

从中国制造走向中国创造



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

生产服务：从中国制造走向中国创造/张国云著. - 北京：中国经济出版社，2009. 1

ISBN 978 - 7 - 5017 - 8769 - 2

I. 生… II. 张… III. 服务业—经济发展—研究—中国 IV. F719

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 139418 号

出版发行：中国经济出版社 (100037 · 北京市西城区百万庄北街 3 号)

网 址：www.economyph.com

责任编辑：吴航斌 (编辑邮箱：hangbinwu@126.com)

责任印制：石星岳

封面设计：华子图文设计公司

经 销：各地新华书店

承 印：三河市佳星印装有限公司

开 本：710 × 1000 B5

印张：22.75 字数：360 千字

版 次：2009 年 1 月第 1 版

印次：2009 年 1 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978 - 7 - 5017 - 8769 - 2/F · 7738

定价：46.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题，由我社发行部门负责调换，电话：68330607

版权所有 盗版必究

举报电话：68359418 68319282 国家版权局反盗版举报中心电话：12390

服务热线：68344225 68341878

谨以此书献给改革开放30年！

梁小民的序

一个中国生产的芭比娃娃在美国的超市里卖到 9.99 美元，但它在美国的海关时到岸价仅 2 美元。这 2 美元中，有 1 美元是用于运费、管理费用和税收，0.65 美元用于从美国购买原材料，留给中国的加工费只有 0.35 美元。就靠这 0.35 美元，中国走上了制造业之路。但这条路还能走下去吗？

党的十七大上，提出了中国经济发展要走新型工业化之路，“工业化”仍然是要以制造业为中心带动整个经济的发展。但前面加了“新型”两个字就不是仍然生产芭比娃娃，赚那 0.35 美元了。

那么，“新型工业化”应该“新”在哪里呢？

“新型工业化”就在于我们要建立一个完整的制造业产业链。这个产业链包括作为基础的重工业化和设备制造业，也包括制成品业，以及为制造业服务的服务业。只有这四个环节都做好了，才能有强大的制造业，真正成为制造业大国，成为“世界工厂”。

我们现在的制造业仍停留在赚芭比娃娃的 0.35 美元，一个重要的原因就是缺乏为制造业服务的服务业。我们都知道制造业的微笑曲线，微笑曲线高的两端附加值高，中间附加值低。高的一端是产品的设计和技术专利，高的另一端是销售和品牌，中间是加工制造。我们制造业的问题正在于只能做中间那一段，而没有附加值高的两端。而且，随着时代的发展，高的两端与中间附加值的差距越来越大。微笑曲线高的两端都属于为制造业服务的服务业。可见制造业真正赚钱的部分还在服务业，而不在于制造业本身。

为制造业服务的服务业，除了设计、品牌、销售之外，还有物流、人才培养等等。它不同于包括金融、保险、商业等在内的大服务业。广义上将制造业服务的服务业也属于大服务业，但有不同，它是直接为制造业服务，依附于制造业的。然而，这个依附的部分却是制造业上最关键、增值最多的部分。我们长期受计划经济的影响，重生产、轻服务，甚至认为服务不创造价值，仅仅是价值的再配合。因此，在整个国民经济中服务业最落后，在制造业中只关心产品生产、而不关心为这些产品提供增值服务。

在现代经济中，服务业是最重要的部门，发达国家的 GDP 中，服务业占了 75% 左右。在制造业中，服务业也是增值最大的。芭比娃娃中，制造这一部分只占了 0.35 美元，其他的基本都属于服务业了。美国的 IBM 公司，原来是制造电脑的，但却面临破产的命运，在郭士纳带领下转向为电脑提供服务时，才有了第二次振兴。生产一件产品没有多少钱，卖一件产品才赚钱。中国生产的“BOSS”T 恤衫，在美国卖 120 美元品牌商得到了 30%（36 美元），销售商得到了 60%（72 美元），中国的制造商才得到 10%（12 美元）。如果我们不从单纯制造转向服务业，我们就永远只能靠芭比娃娃的 0.35 美元活。而且，有很多劳动力比我们还便宜的国家也想赚这 0.35 美元，恐怕以后连这 0.35 美元都难赚了。

中国要发展制造业，实现“新型工业化”有许多事要做，但重要的一条还是从单纯制造转向服务业。如果我们这种转型成功了，就会从中国制造转变为中国创造。在这种转型中，发展为制造业服务的服务业是关键的一步。

张国云博士长期研究服务业，而且从事这方面的实际工作。他的《生产服务》一书对这个问题作了全面而深入的论述，其中不乏独到的见解。张先生请我为他的书作序，我就把自己关于为制造业服务的服务业的一些思考，写出来与他 and 广大读者交流。

梁小民^①

2008 年 9 月 6 日

^① 我国著名经济学家。现任国务院特邀监察员，国家价格指导委员会委员，清华大学等九所院校 EMBA 特聘教授，享受国务院特殊津贴，国家有突出贡献中青年专家。

作者的话

29个足印的礼花，把我们引进“鸟巢”，带进29届北京奥运会开幕式：展现在我们眼前的是一幅幅壮丽的画卷，特别是开篇“夸父追日”，真的匠心独运，令人难忘。

中国神话很多，为什么没有选择“女娲补天”，为什么没有选择“后羿射日”，难道“夸父追日”就那么神奇？

夸父和太阳赛跑，本是人类最古老、也是最富于神奇和悲壮色彩的跑步比赛。这样的壮观，最能激发人们迎风怀想，也最能引发老外充满想象。

美国一家经济咨询公司就预测到，由于美国经济下滑，中国2009年有望超过美国，占有全球制造业11.783万亿美元增加值的17%，超过美国所占的16%，成为全球最大的制造业国家。有经济学家说，这一变化将终结美国在制造业领域长达100多年的主导地位；也将使得中国回归1840年之前占据了1800年的地位。

不久前，美国一位叫萨拉·邦焦尔尼的记者写了《离开中国制造的一年》的书中记述到：“39件圣诞礼物中，‘中国制造’的有25件。与此同时，家里的DVD、鞋、袜子、玩具、台灯……也统统来自中国。面对此情此景，我不禁想到：如果没有中国产品，美国人还能否生存下去？全球化时代真的已经悄悄地进入我们的生活了吗？”

于是萨拉突发奇想，决定从2005年1月1日起，带领全家开始尝试一

年不买中国产品的日子，结果她发现：“还是跟中国进口产品共存的好。发誓一辈子不用中国产品，似乎不太现实，……我情愿不去知道，未来10年不靠中国产品过活，日子会有多难。”

自然“Made in China”已无处不在，几乎成了全球百姓生活中的不可或缺，并为中国赢得了“世界工厂”的美誉，也让我们在世界制造业排行榜上的名次不断刷新和超越。

你看“中国制造”已是世界英雄了！如果不能与“夸父追日”比，但塑一尊塑像，想必总能与古希腊有名的掷铁饼者的雕像并驾齐驱吧！

对一个30年前还百废待举的中国，此时正是时势造英雄。反之，英雄的另一面，亦如硬币的另一面，你还会发现什么——

因为今日中国制造炫目成就，已难掩盖与世界一流制造强国的差距。现阶段中国制造主要是劳动密集型产品，处于国际垂直分工体系的中低端。在劳动力成本和原材料价格不断上升、人民币不断升值等因素的作用下，中国制造正在遭遇“寒流”，凸显了技术短板对制造竞争力提升的巨大约束。有数据表明，中国制造业的劳动生产率仅为美国和日本的5%、德国的5.5%。到目前为止还没有出现可与GE、西门子、丰田等世界顶级企业抗衡的中国企业。已经入选世界500强的少数制造企业主要是从规模上达到了世界级企业的标准，若以品牌、技术、管理、盈利水平等综合指标来衡量则与世界级跨国公司尚有巨大差距。

而缺乏自主创新的核心技术，更是中国制造最大软肋。在产业领域的核心专利上，中国基本上受制于人；在一些关键技术，尤其是具有战略意义的重大装备制造业，如航空设备、精密仪器、医疗设备、工程机械等高技术含量和高附加值产品，中国大多依赖进口，如作为制造业“发动机”部分的装备制造业，国内固定资产投资设备的2/3依赖进口，其中光纤制造设备和60万千瓦发电机的控制设备几乎百分之百靠进口。从经济体投入产出效益看，美国、日本的增加值率在0.55左右，而中国不足0.4；此外，从中间投入贡献系数来看，发达国家1个单位价值的中间投入大致可以得到1个单位或更多的创造价值，而中国只能得到0.56个单位的新创造价值。

有人更为直观地说：在美国的沃尔玛超市，一个“芭比娃娃”的零售



价是9.9美元，而它的出厂价仅1美元，这就意味着在这条价值链上，制造它的中国工厂付出了很多，却只得到了十分之一的价值。

你看多少中国制造的血汗付之东流！在这里，受制资本积累能力和技术创新能力，中国制造业在参与国际分工时，总是配角：来料加工型的“配角”，作为跨国公司的生产加工基地，通过大进大出，赚取点人工费用；原材料的采购和零部件的“配角”，跨国公司控制着研发和市场销售网络，做跨国公司的生产车间。

如我们一向引以自豪的中国制造的核心板块——长三角和珠三角，长期以来凭借高度专业化和价格竞争为利器的产业集群，2008年已进入低谷和调整期。其中制造业专业化分工相当发达的温州，已有20%的企业停产或半停产，而在珠三角的8万余家港台企业中，近四成企业计划将投资转向印度、越南、菲律宾等新的劳动力成本洼地。

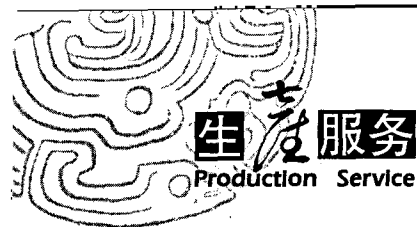
谁都知道，高高飘扬的奥运大旗，那紧密相连的五环，追求的就是一种和谐、可持续。

大敌当前，我们如何摆脱粗放型发展，如何向集约型转变？如果还靠“国际代工”，不仅无法实现产业升级，还会被后起的国家和地区超越，从而在国际分工中边缘化。只有遵循制造业内部结构演变的一般规律，清醒认识到中国制造业在国际分工中的地位及比较优势，通过生产性服务，制定切实可行的发展对策，才能重塑中国制造雄风。

这让我又想起另一个美国人，耶鲁大学彼得·肖特教授在一次讲座上对我们说：“工业国家已经通过制造更好和更高质量的产品应对来自中国等国的竞争。而中国制造业却总体上处于世界制造业产业链的中下游，打拼低成本、缺乏核心技术、鲜有大品牌、缺乏话语权，这也更容易受到能源价格上涨、劳动力成本上升等因素的伤害。”

反思“中国制造”的现实问题将是一个阵痛的过程。现实要求我们，中国制造业应在国际分工的“微笑曲线”的两端——产品设计和品牌经营这两个环节寻求突破，实现由“中国制造”向“中国创造”的飞跃。

哎哟，一谈起中国制造的话题，我就特别激动并又讲得如此沉重！你看人家陶渊明大诗人，活得多潇洒：“夸父诞宏志，乃与日竞走。俱至虞渊下，似若无胜负。”



在这里，能与太阳之神竞走或赛跑而不分胜负的英雄，都是我们崇敬的英雄。难怪奥运会开幕式要设计这样一个场景：当由人群组成的巨大的和平鸽展开翅膀，当 2800 名孩子的笑容绽放在鸟巢，当“我和你，心连心”那悠扬的歌声在夜空中回荡，奥运才把一个“和”字献给整个世界。

这个“和”字，包涵了中国传统文化的核心，体现了中国人民对和平的向往，表达了奥林匹克的追求，凝聚了全球对未来的寄托。其实，奥运会本身给生产性服务业就带来了极大的需求和商机。环渤海湾主要城市的房地产、广告、设计咨询、会展等一批产业的发展，促进了申办城市金融机构的聚集和金融保险、物流、商贸、航空、通讯、媒体等多方面生产性服务业水平的提高，奥运的品牌经营，会徽、会标和吉祥物的特许经营，道路等基础设施的建设与开发，也刺激了这些城市商务酒店、现代物流、会展、管理、咨询等商务服务的发展。国家统计局为此预测，2008 年北京奥运经济在近年内，平均每年能拉动全国 GDP 增长 0.3 - 0.4 个百分点，奥运经济对经济社会发展的后续影响会持续 10 - 15 年。

是啊，我们已经知道没有中国制造，世界是什么样子。如果没有中国创造，世界又将会怎样？

看来象征着奥林匹克精神的熊熊之火已经燃烧，象征着“奥林匹克”的中国制造向中国创造转型之火，何时点燃？

我们将拭目以待，全球也将拭目以待！

张国云



/ 目 录 /

梁小民的序

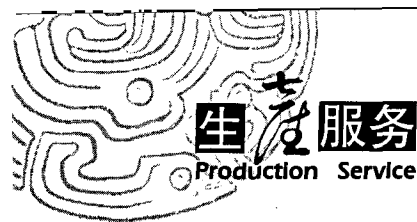
作者的话

第一章 制造业服务化的命题 1

工业倒逼三产	4
生产服务得唱主角	6
产业融合已是大趋势	8
发达国家做法	9
二产的三产化取向	11
链接：生产服务业发展趋势	14

第二章 生产性服务的魅力 23

明确生产服务方向	26
生产服务的战略意义	30
对浙江的剖析	32
发达国家的经验	35
抓住发展机遇期	37
开一贴处方	42
链接：制造企业如何卖服务	45



第三章 寻求生产服务力 51

服务的差异化	53
服务力就是工业竞争力	55
服务超越竞争	65
实证分析	76
链接：资源整合，服务制造	87

第四章 创意时代 91

创意正在崛起	95
掀起全球经济一场革命	98
你就是创意无限公司	101
创意商业模式	117
链接：北京文化创意愿景	122

第五章 服务集聚的力量 135

集聚什么样服务	137
走在前列的典范	139
跟着阳光寻找方向	143
链接：现代服务业大趋势	149

第六章 通胀时期金融服务 155

扭曲的融资现象	158
货币从紧的抉择	160
别让普通股民总流泪	165
链接：金融服务发展展望	172

第七章 服务模式 177

我们是否需要一种新的模式	180
众里寻她千百度	183
脑筋一转财富万贯	185
赚钱不只是模式这么简单	189
链接：发达国家制造业衰落的警示	195

第八章 敲响联动发展钟声 205

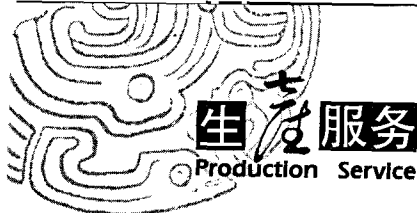
联动发展的脚步	207
为什么要齐步走	209
最清醒的认知	211
国内外联动模式	219
融合的大思路	226
链接：国际物流与我国物流发展趋势	231

第九章 外包服务的惊险一跳 243

灵魂深处的革命	246
迎合国际转移的浪潮	248
该清醒了	250
国际服务贸易大趋势	255
路在何方	261
链接：营造创新之境	264

第十章 产业集群服务 269

朦胧的思想	271
-------------	-----



一根藤上的两个瓜	278
来自东南沿海的呐喊	282
值得借鉴的发达国家做法	289
大战略大思路	291
链接：制造企业如何二、三产分离	298

第十一章 服务创新为自己赢得尊严 301

创新背后的故事	304
创新的起源	307
现实的估计	314
寻找创新新政	327
链接：国际服务创新大趋势	334
主要参考文献	338
陈功点评	341
邓聿文点评	344
后 记	349

制造业服务化的命题

目前,我国制造业有 172 类产品的产量居世界第一位,我国较完整的产业体系开始在东亚产业分工中起到重要作用,成为全球产业链条重要组成部分。但是,自 2008 年伊始,“中国制造”已经感觉到了越来越大的压力。能源原材料涨价、相关政策调整、人民币汇率升值以及产品质量、知识产权争端、新的劳动合同法的实施以及品牌缺失,所有矛头都集中到了我们曾经引以自豪的“世界工厂”。

为此,我们一方面经济在高速度高增长地发展,一方面老百姓并没有获得高就业高收入的快乐,这就对我们提出了二产的三产化的新问题,这是一个全新的命题。

- 工业倒逼三产
- 生产服务得唱主角
- 产业融合已是大趋势
- 发达国家做法
- 二产的三产化取向
- 链接:生产服务业发展趋势



没有制造业与服务业的融合/中国经济结构转型只会是一句空话!

——作者题记

美国作者萨拉·邦焦尔尼在其《离开中国制造的一年:一个美国家庭的生活历险》的书中,用生花的妙笔写下了一家人的动人趣事,也为中国给世界消费者带来的巨大收益、在全球经济中日益重要的地位留下了一幅清晰的图画。作者萨拉生动地向我们展示了她曾不得不让儿子穿68美元的“意大利”鞋;也曾为应该选择人道的“中国制造”的捕鼠器还是非人道的“美国制造”的捕鼠器而挣扎。显然,萨拉的经历了证明了这样一点:在日常消费品的选择上,价廉物美是所有人的选择。

目前,我国制造业有172类产品的产量居世界第一位,我国较完整的产业体系开始在东亚产业分工中起到重要作用,成为全球产业链条重要组成部分。但是,自2008年伊始,“中国制造”已经感觉到了越来越大的压力:能源原材料涨价、相关政策调整、人民币汇率升值以及产品质量、知识产权争端、新的劳动合同法的实施以及品牌缺失,所有矛头都集中到了我们曾经引以自豪的“世界工厂”。

为此,我们一方面经济在高速度高增长地发展,一方面老百姓并没有获得高就业高收入的快乐,这就对我们提出了二产的三产化的新问题,这是一个全新的命题。

其实,将二产的三产化,不是我的创新,是西方经济学中的一个著名论断。早在20世纪70年代以来,世界产业结构调整,发达国家纷纷将劳动密集型产业,特别是制造业向发展中国家转移,而自己迅速发展生产性服务业,从而获取经济控制力。许多国际性大城市,在经济全球化与区域经济一体化过程中,从高度集中的制造业模式向高度集中的生产性服务业模式转