



制造业能级提升的金融服务研究·

宁波制造业发展新探索

姚奇富 熊惠平 著



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

制 造 业

能级提升的金融服务研究

——宁波制造业发展新探索

姚奇富 熊惠平 著

 ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS
浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

制造业能级提升的金融服务研究：宁波制造业发展新探索/姚奇富,熊惠平著. —杭州：浙江大学出版社，2011.6

ISBN 978-7-308-08724-7

I .①制… II .①姚… ②熊… III .①金融—商业服务—制造业—研究—宁波市 IV .①F426 .4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 097696 号

制造业能级提升的金融服务研究：

宁波制造业发展新探索

姚奇富 熊惠平 著

责任编辑 吴伟伟 weiweiwu@zju.edu.cn

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址：<http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州大漠照排印刷有限公司

印 刷 杭州日报报业集团盛元印务有限公司

开 本 710mm×1000mm 1/16

印 张 15.75

字 数 300 千

版 印 次 2011 年 6 月第 1 版 2011 年 6 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-08724-7

定 价 38.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571) 88925591

目 录

CONTENTS

第一章 基于制造业能级提升的金融服务	1
第一节 能级和能级原理 / 1	
第二节 制造业的能级提升 / 3	
第三节 制造业能级提升的金融服务需求 / 19	
第二章 研发提升制造业能级的金融服务	27
第一节 研发提升制造业能级的机理与模式 / 27	
第二节 基于制造业能级提升的研发对金融服务的需求 / 32	
第三节 研发提升宁波制造业能级的金融服务现状 / 35	
第四节 研发提升制造业能级的金融服务的典型案例——“张江新药”孵化的 VIC 模式 / 44	
第五节 对策与建议 / 47	
第三章 设计提升制造业能级的金融服务	54
第一节 金融服务对设计(工业设计)提升制造业能级的重要意义 / 54	
第二节 工业设计提升制造业能级的机理与模式 / 59	
第三节 设计提升宁波制造业能级的金融服务现状 / 62	
第四节 设计提升宁波制造业能级的金融服务的实证研究 / 67	
第五节 对策与建议 / 75	
第四章 基于研发、设计成果到小批量生产转化过程的金融服务	81
第一节 基本概念及其相关关系的界定 / 81	

第二节	从研发、设计成果到小批量生产转化的金融服务作用机理	/ 86
第三节	宁波制造业从研发、设计成果到小批量生产转化过程的金融服务现状	/ 91
第四节	从研发、设计成果到小批量生产转化的金融服务的典型案例——以宁波快速成型模具业为例	/ 95
第五节	对策与建议	/ 101
第五章	服务型制造模式的金融服务研究	109
第一节	服务型制造模式研究	/ 109
第二节	服务型制造对金融服务的需求	/ 119
第三节	宁波制造业制造模式的现状及存在的问题	/ 120
第四节	金融支持宁波服务型制造模式的路径	/ 123
第五节	对策与建议	/ 128
第六章	基于制造业能级提升的物流金融研究	135
第一节	物流金融资本服务提升制造业能级的重要意义	/ 136
第二节	物流金融提升制造业能级的机理和模式	/ 141
第三节	物流金融提升宁波制造业能级的现状及问题	/ 144
第四节	物流金融提升宁波制造业能级的模式研究	/ 151
第五节	对策与建议	/ 154
第七章	品牌竞争提升宁波制造业能级的金融服务	164
第一节	品牌竞争的含义界定	/ 164
第二节	品牌竞争提升制造业能级的机理分析	/ 168
第三节	基于品牌竞争的宁波制造业能级提升的金融服务需求	/ 174
第四节	品牌竞争提升宁波制造业能级的金融服务的实证研究	/ 181
第五节	对策与建议	/ 189
第八章	营销竞争提升宁波制造业能级的金融服务	193
第一节	市场营销的内涵及理论基础	/ 193
第二节	基于制造业能级提升的营销的金融服务需求	/ 198
第三节	基于宁波制造业能级提升的营销的金融服务现状	/ 203
第四节	对策与建议	/ 208

第九章 金融服务宁波制造业能级提升的目标定位和战略路径	217
第一节 良好的金融生态奠定制造业能级提升基础 /	217
第二节 金融服务宁波制造业能级提升的目标定位 /	222
第三节 金融服务宁波制造业能级提升的战略路径 /	229
附件 “设计提升制造业能级的金融资本服务”的调查问卷.....	239
参考文献	243
后记	248

第一章

基于制造业能级提升的金融服务

在“十二五”时期,围绕经济发展方式转变这一中心任务和紧迫任务,必须着力解决其中的“双引擎”——先进制造业与现代服务业——的互动融合问题。为此,本书以先进制造业与现代服务业的互动融合为切入点,以这两者的互动融合的综合体现问题——生产性服务业发展问题——为基本命题,以“生产性服务业发展问题”这个基本命题中的“制造业能级提升的金融服务”为核心命题,以制造业的产业链为基本解剖对象,结合宁波的优势、特色以及亟待解决的难题,沿着“产业链各环节的金融服务→制造业能级提升→先进制造业与现代服务业融合发展→经济发展方式转变”的路线,通过研发中的金融服务、设计中的金融服务、从研发设计成果到小批量生产转化过程中的金融服务、服务型制造模式建设中的金融服务、物流金融服务、营销建设中的金融服务、品牌建设中的金融服务,以及金融服务的目标构想和实施路径的分析,环环相扣,层层深入,由点到线再到面,在经济成长内在的紧密联系和研究的严密逻辑中,来探寻解决问题的思路、路径和方案。

为此,本章的逻辑思路以及由此的内容安排是:首先,从能级和能级原理出发,阐述制造业的能级问题;其次,从制造业的能级出发,阐述制造业的能级提升的机理;第三,从制造业的能级提升出发,阐述制造业的能级提升中的金融服务机理,并基于制造业产业链各环节的特点,分析应该和能够提供的金融服务的具体业务和具体产品。基于此,本章为后面各章的展开和具体分析,作了先导性、总括性的理论奠基和叙述铺垫。

第一节 能级和能级原理

对于制造业的“能级提升”的界定是本著作研究的立足点,这就要从“能级”的介绍开始。

一、能级是借用的概念

“能级”一词是从物理学中借用过来的概念,原意是说原子由原子核和核外绕核运转的电子构成,电子由于具有不同的能量,就按照各自不同的轨道围绕原子核运转。简言之,能级就是表示电子跃迁的能量值,通俗来讲就是能量不同的电子处于不同的相应等级。

将这一概念在物理意义上扩展一下,扩展到微观粒子系统,包括原子、离子、分子等,那么能级的定义是:能级是微观粒子系统所具有的确定的内部能量值或状态。

还可以将上述的概念解释作进一步的物理性扩展:“能”,在物理学中是做功的量;“级”,在物理学中表示物质内部或系统内部的结构、次序、层次等。

二、能级原理有着丰富的内涵

这种能级现象所蕴含的能级原理,在管理领域得到了广泛的应用,从而形成了能级原理。

管理的能级,从静态上看,就是管理的现有状态和水平;现代管理的任务,就是要基于一定的秩序、规范或标准,建立一个动态的、有层次的、有结构的因而合理有效的能级。

(一) 能级原理的基本含义

能级原理中的“能级”,是指组织成员在一定条件下,能对实现组织目标起作用的各种能力之和的差别。在现代管理活动中,所谓的“能”,是指人们从事组织活动和管理活动的能力,所谓的“级”则表示管理机构的不同环节和不同层次。管理机构中,不同的层次、不同的环节上的管理人员所处的地位是有差别的,而不同管理级别和层次的管理者对组织目标的完成所起的作用是不相同的,但这些由各管理人员及其相应管理职能形成的各个管理环节和管理层次,对整个管理系统来说都是不可缺少的,都是完成组织目标所必需的管理组织结构要素。

在管理实际中,这种差别是必然存在的,这就要求管理活动必须根据这些差别设置不同的管理层次,确定不同的工作职责、标准和任务,设置不同的管理权力和报酬,使不同的人能在与自己能力相称的不同岗位上发挥才能和作用。这就是说,无论是机构还是人都有能量问题,要根据能量的大小建立一定的秩序、一定的规范或一定的标准,从而达到相互的适应和协调,提高管理效率,实现组织目标。这就是管理能级原理的基本含义。

(二) 能级原理的有效机制

有效地应用能级原理,有赖于建立一套有效机制。能级原理的有效机制是:

第一,管理能级必须按层次具有稳定的组织形态,即组织能级机构。稳定的管理结构应是三角形。三角形的上部具有尖锐的锋芒,下部又有宽厚的基础。这种稳定的管理结构正是建立在合理分级的基础上。管理三角形分为四个层次,即经营层、管理层、执行层和操作层。

第二,不同能级应该表现出不同的权力、物质利益和精神荣誉。这不仅是能量的一种外在体现,而且只有与能级相对应,才是符合封闭的原理的。有效的原理不是拉平或者消灭权力、物质利益和精神荣誉的差别,而是对应合理的能级给予适当的均衡。

第三,各类能级必须动态地对应。各种管理岗位有不同能级,人也有各种不同的才能。现代管理必须使相应才能的人处于相应能级的岗位。

(三) 能级原理的基本内容

管理的能级一般包括组织各层次的岗位能级和各类型的专业能级两个方面。

1. 岗位能级

管理系统中能级的划分不是随意的,它们的组合也不是随意的。管理层次与管理职位的高低取决于该层次、该职位客观的工作状况与工作要求。一般来讲,职权越大,对下的监督力度越广,所作决策和决定的影响力就越大,其管理层次与职位就越高;周围环境对其工作的限定性因素越少,所受监督越小,工作的自由裁量越大,要求独当一面的能力就越强,承担的责任就越大,其管理层次与职位就越高;工作越具有模糊性,处理的非常规性问题越多,该业务要求的创生力、变革力就越强,其管理层次与职位就越高;工作方法越复杂化、知识层面越多样化、影响力越辐射化,其管理层次与职位就越高。

2. 专业能级

从总体上来看,管理层大致可以分为三级:高层实施宏观管理,解决战略上的问题;中层实施中观管理,解决战役上的问题;基层实施微观管理,解决战术上的问题。对于这三层管理者的气质、才识、特长等方面有着不同要求:适于配置高层担任宏观管理人才,要求是精通“领导管理艺术”的“管理大师”;适于配置中层担任中观管理人才,要求是掌握“领导管理科学”的“管理专家”;适于配置基层担任微观领导人才,要求是偏重于掌握“行为管理科学”的“管理者”。

第二节 制造业的能级提升

能级现象所蕴含的能级原理,不仅在管理领域,而且在城市发展领域、产业发

展领域等得到了广泛的应用。现在像“提高城市的能级”这样的提法会经常见诸媒体。城市能级的提高是城市综合实力整体提高的重要标志;而产业能级的提升是城市综合经济实力整体提高的重要标志,其中制造业的能级提升又构成了产业能级提升的重要内容,因而这里我们就重点探讨制造业的能级提升问题。

一、产业的能级及其提升的内涵

在讨论产业的能级的时候,产业升级是一个绕不开的话题。

(一) 产业升级研究奠定了产业能级提升研究的基础

在讨论产业升级的时候,我们又绕不开产业转型升级这个话题。人们习惯于将转型升级“捆”在一起使用,实际上,转型与升级是有区别的,因而产业转型升级实际上内含了“产业转型”和“产业升级”两方面内容或要求。

“转型”作为一个基本概念,最初应用在数学、医学和语言学领域,后来才延伸到社会学和经济学领域——将转型用于经济领域,就有了经济转型。布哈林在研究市场经济向计划经济的转型过程中,曾首先使用了“经济转型”的概念。经济转型(transition)亦称经济转轨(transformation),是指一种经济运行状态转向另一种经济运行状态。这里,有两个问题需要作出交代:第一,产业转型是经济转型的重要内容,这也就是说,经济转型的过程,也是产业转型的过程。第二,产业转型与产业升级并不能简单地画等号——如果产业是从低附加值产业转向高附加值产业、从高能耗高污染产业转向低能耗低污染产业、从粗放型产业转向集约型产业,那么,从这个意义上可以说,产业转型的过程同时也是产业升级的过程。

至于什么是“产业升级”,这是一个被广泛应用但其内涵并不十分清晰的流行概念。国内学者通常把它理解为产业结构升级,如郭克莎从产值结构、资产结构、技术结构和劳动力结构四个方面进行了概括;王岳平认为,它主要反映在技术水平和生产率的提高上。国外学者则有不同表述,Porter(1990)认为,产业升级就是当资本(人力和物力)相对于劳动力和其他资源禀赋更加充裕时,国家在资本和技术密集型产业中发展比较优势;Gereffi(1999)认为,产业升级是一个企业或经济体提高迈向更具获利能力的资本和技术密集型经济领域的能力的过程;Poon(2004)认为,产业升级是制造商成功地从生产劳动密集型低价值产品,向生产更高价值的资本或技术密集型产品这样一个经济角色转移的过程。

(二) 产业能级提升研究是对产业升级研究的深化和拓展

以上情况表明,现有的关于产业发展的研究,尽管角度各有不同,但有一点是共同的,即集中在产业如何转型和升级上,而对产业发展的另一个重大问题——现有产业所代表的产业、经济的综合实力与产业之间的内在关联以及某产业内部的

各环节的内在关联之间的内在关系——研究不足；而产业能级提升的研究正可以补足：它关注产业的升级，更关注现有产业所代表的产业和经济的综合实力、产业之间的内在关联和某产业内部的各环节的内在关联及其内在关系。

上述分析可见，随着产业升级理论研究和实践的发展，产业升级的内涵也在“升级”——产业能级提升研究就是其集中的、更高层级的代表。在此，我们就有必要对产业能级提升的内涵再做一个展开。

从“能”是做功的量，而“级”表示物质内部或系统内部的结构、联序、层次等的物理性扩展的内涵出发，产业的能级有这样两个基本的内涵：第一，产业的能级是指产业整体或某具体的产业（或其集群）在某时点（时期）上所蕴含的“能量”，这一“能量”就是产业对经济发展的影响力或控制力、对经济发展的贡献度以及产业的竞争力。第二，产业的能级还指产业之间、某类产业内部各产业之间或某个产业内部各环节之间的内在联系。

因此，要提升产业的能级，就既要在“能”上花力气——提高产业的影响力、控制力、竞争力，又要在“级”上下工夫——形成并强化产业之间以及产业内部各环节之间的联系。

关于产业的能级提升，各地正在通过相关政策的制定与实施，大力推进。如2009年9月3日，上海市人民政府批转了《关于推进信息与工业化融合促进产业能级提升实施意见》（沪府发〔2009〕46号），实质性地推动这项工作。作为全国首批“两化融合”^①试验区，上海充分发挥信息化提升产业能级的催化剂作用，实施“1010工程”^②，探索工业产品研发信息化、工业生产自动化、企业管理和行业服务信息化、产品流通信息化的新路径。而“两化融合”与上海国际金融中心和上海国际航运中心“两个中心”的建设也是相互结合、相互促进，从而相得益彰，这也是上海加快先进制造业与现代服务业融合的生动体现。

二、制造产业的能级及其提升的内涵

上面关于产业能级提升与产业升级的关系分析告诉我们，产业的能级提升既是现有产业综合实力（由产业的影响力、控制力、竞争力形成的合力）的实质性的跃升，又预示着产业未来的发展潜力——产业现有的经济效益、竞争能力、产业关联程度、创新程度和环境友好程度等及其发展潜力。特别指出，在此的“产业关联程度”就充分体现了产业间以及产业内部各环节间的相互关联。这当然离不开与制造产业的关联以及制造产业内部的关联问题。

^① 党的十六大提出走新型工业化道路，十七大进一步强调推进信息化与工业化的融合。

^② 即推进10大重点产业两化融合，实施10个两化融合专项工程。

在产业能级的提升中,制造业的能级提升无疑占有重要的位置,对于我们这样一个正在从世界制造大国走向制造强国的国家,制造业的能级提升尤其重要又紧迫。

同样,对于制造业的能级,我们有这样的界定:一是指制造产业整体或某具体的制造业(或其集群)在某时点(时期)上所蕴含的“能量”,这一“能量”就是制造产业对产业发展从而对经济发展的影响力或控制力、贡献度以及制造产业的竞争力;二是既指制造产业与其他产业之间的内在联系,又指制造产业内部各具体产业(或其集群)之间的内在联系以及某具体产业内部各环节之间的内在联系。这“三大内在联系”中,“既”的内容即制造产业与其他产业之间的内在联系,主要是制造业与服务业之间的关系问题,亦即主要是现在常提及的以高技术制造业为代表的先进制造业与现代服务业,特别是与生产性服务业的互动融合问题;而“又”的内容则是制造产业内部的整合问题,其中的具体产业内部各环节之间的内在联系,是某具体的制造产业链“上游—中游—下游”各环节之间的“分”与“合”问题。简言之,制造产业的能级就是“‘能’——‘三力一度’+‘级’——‘三大内在联系’”。

同样,要提升制造产业的能级,就既要通过形成和巩固影响力、控制力、竞争力和贡献度来增“能”,又要通过形成并强化“三大内在联系”来上“级”。

结合上面的分析,对于制造产业的能级及其提升的关系作出进一步的分析表明,制造产业之“能”,即其体现的产业发展、经济发展的综合实力,与制造产业之“级”之间相互作用、共同受益:前者静态地呈现了受后者推动、影响后的成果,并为后者的强化提供“能量”环境;后者则通过“技术+服务”的“精妙”组合、通过“三链”优化这两条基本路径来动态地展现“能量”提供后的成果;而这“两个成果”的综合的、更进一步的展现就使得制造产业的能级提升或进一步提升。

以下我们就从产业能级的两个基本内涵出发,沿着“产业综合实力——技术+服务——‘三链’的优化”的思路,来阐明制造产业的能级提升问题。

三、制造产业的能级提升是产业综合实力的全面增强

关于制造产业对国民经济的影响力、控制力、竞争力和贡献度,我们不妨先从国际视野进行考察。

据世界银行《2009 世界发展指数》报告数据,2007 年的世界工业增加值占总 GDP 的比重为 28%,其中制造业增加值占总 GDP 的比重为 18%。在世界银行统计的各个不同发展水平的国家中,中等收入国家的经济由于处于工业化阶段,其工业增加值和制造业增加值占 GDP 的比例最高,2007 年两者分别为 37% 和 19%。虽然高收入国家制造业增加值在 GDP 中的比重只有 17%,但其制造业规模仍占据世界制造业主导地位,2007 年高收入国家制造业增加值约为 68526 亿美元,占

世界制造业总增加值(98251 亿美元)的比重高达 69.7%,其中,美国制造业增加值占世界制造业总增加值的比例最高,约为 19.6%。不仅如此,西方国家特别是装备制造业传统强国,均提出了“再工业化”的战略需求。

在中国这样一个工业化过程尚未完成的发展中大国,制造业是社会物质财富的主要来源。制造企业的数量在中国所有企业当中占 91%,收入占 86%,利润占 73%。这表明,制造产业已成为我国最大产业,是支撑性产业,是经济增长的发动机。制造业的发达是实现工业化的必备条件,是衡量国家国际竞争力的重要标志。我国正处于工业化中后期,制造业的持续、健康发展非常重要;而持续又健康发展的制造业又是产业转型升级以至经济转型升级的基石——制造业的一定发展使我国已确立了“制造大国”的地位,并正在向“制造强国”转变;而制造产业的能级提升将为“制造强国”的确立奠定实质性的基础。

四、制造产业的能级提升是“技术+服务”的动态调适

能级提升的制造业,其代表的产业、经济的综合实力的背后,是制造业由低技术水平向高技术水平的演化以及由此形成的高技术制造业;不过,这一演化过程是愈来愈紧密地与服务融合在一起,即服务一定是有技术含量的服务,而技术又一定是有服务内涵的技术——制造业的服务化已势不可挡地朝我们“冲”来。在新的世纪,随着经济全球化程度的日益加深,人类面临的资源与环境压力也越来越大,顾客的需求也进一步复杂化、动态化;与此同时,以信息技术和现代运输技术为代表的科学技术快速发展,企业竞争模式不断进化,新的制造模式也不断涌现,出现了基于性能的柔性制造、精益生产、敏捷制造模式,基于单元的分形制造、全息制造、智能制造等分散化制造模式,基于集成的计算机集成制造、现代集成制造模式。如此,制造业新的发展处在其外部环境发生了显著的大变化的新时代:在这样的全球经济发展的新时代,服务日益成为重要的经济形态并嵌入到社会活动的各个方面,世界正在步入服务经济时代;在服务经济时代,全球范围内的制造业正在进行着相应的自我变革和更新,具体表现为,制造与服务日趋融合,制造业日益变得“服务密集”,任何制造产品的生产都会融入越来越多的服务作为中间投入要素,制造已向服务化发展,由此形成一种新的制造模式即服务型制造;服务业已逐渐摆脱小生产方式而融入更多的工业化生产方式,服务已逐渐向工业化发展,从此,生产性服务业崛起。如此,以高技术制造业为代表的先进制造业与以生产性服务业为代表的现代服务业的互动融合问题成为制造业能级提升的基本问题之一。这就为中国制造产业的能级提升,提出了必须解答的新课题。

因此,制造产业的能级升级过程,就是制造业的“技术武装”和“服务武装”的过程,即是“技术+服务”的动态调适过程。

那么,基于制造产业能级提升的“技术武装”和“服务武装”的关系又是怎样的呢?以高技术武装的制造业所形成的高技术制造业构成生产性服务业的需求方,而生产性服务业又是高技术制造业的重要中间投入。这就是制造业与服务业、进而先进制造业与现代服务业特别是生产性服务业基本关系的基本命题。

(一) 高技术制造业形成生产性服务业发展的需求

生产性服务业的发展,是以高技术制造业为依托的,并依赖于高技术制造业的发展而发展。

一方面,高技术制造业为生产性服务业的发展提供基础。制造企业的技术革新等发展和其业务领域向服务的扩张和升级,导致服务外包数量增加、种类增多和服务质量的提高,促进了生产性服务业的升级,带动了生产性服务业的发展。另一方面,高技术制造业又是生产性服务业的需求方。高技术制造业企业需要服务要素的投入,需要服务作为中间投入要素;并且高技术制造业企业具有技术的扩散效应。这些带动了生产性服务业的发展。这种“基础”和“需求”的关系,可以通过生产性服务业“萌芽期—成长期—成熟期”的演化轨迹得到明确印证。

生产性服务业是经由制造业分工细化以后的产物,是制造业由自我服务逐渐转向外部化的结果。在生产性服务业的萌芽期,制造业企业所需要的各种生产性服务基本由企业内部提供,还没有形成一个外部的生产性服务市场,但是知识密集和创新型的制造业企业已经对生产性服务产生了极大的需求。到了成长期,外部的生产性服务市场逐步形成,制造业企业的内部活动逐步开始外部化,同时外部的生产性服务供应者之间的竞争也开始表现出来。在该阶段对生产性服务业的需求不仅有那些知识密集和创新型的制造业企业,还有那些知识密集和创新程度相对较低的一般性制造业企业。进入成熟期后,生产性服务业的市场细分程度更高,服务的专业化水平也更高,既有标准化的服务,也有定制化和创新型的服务。同时,在该阶段对生产性服务业的需求将来自于各类企业。因此,可以认为制造业的需求是生产性服务业发展的前提和基础,生产性服务业的发展水平和规模取决于制造业的发展规模和分工水平。只有工业化和城市化都达到了一定水平,才能形成对服务业的需求和市场,服务业才有可能获得高的要素投入回报。

(二) 生产性服务业是高技术制造业的重要中间投入

生产性服务业的发展,会促成制造业的“技术武装”,并对高技术制造业的效率提升产生催化作用。因为制造业生产率的提高,需要增加作为中间投入的生产性服务的规模 and 专业化水平,而生产性服务业在提高专业化水平和降低成本方面又具有显著的规模优势和专业优势。这里,我们重点讨论由制造业的服务化所催生的生产性服务业及其金融性生产性服务业的问题。

1. 从工业经济向服务经济的全球性转型

经济服务化的世界趋势,不仅体现在服务业增加值占 GDP 比重、服务业吸纳的就业占全部就业的比重日益上升并最终占据主导地位上,也反映在各产业中间投入当中服务投入所占比重的上升趋势上。从 20 世纪 60 年代开始,以美国为代表的发达国家,产业结构相继发生革命性变化,陆续进入以服务经济为主导的产业结构时代。继美国之后,英国在 80 年代中期、德国在 80 年代末、日本在 90 年代初相继实现向服务型经济的转型,服务业增加值占 GDP 的比重超过 60%。这表明,发达国家已完全确立了基于服务经济的产业结构,如 OECD 的 30 个成员国中,服务业增加值占 GDP 的比重均达到 70% 以上。

2. 生产性服务业已经或正在成为经济结构中增长最快的部门

经济服务化的发展不仅在上述的表现,更表现在生产性服务业的崛起、成长和壮大。多年来,生产性服务业已经成为西方发达国家经济结构中增长最快的部门。如在 OECD 国家中,金融、保险、房地产以及经营服务等生产性服务业的增加值占国内生产总值的比重超过了 1/3。同时,近年来美、日、德等发达国家制造业中间投入部分的生产性服务所占比重不断升高,服务投入的增长速度明显快于实物投入的增长速度。

国外成功的实践证明:发展生产性服务业,健全的法律法规支持和保障是基础;行业协会建设是关键;完备的基础设施(包括金融市场体系在内的市场体系建设是重要内容)是重要支撑;人力资源开发是保证。现代生产性服务业的发展趋势表现在:发展规模日益壮大;与制造业的关系日趋紧密;服务方式呈现虚拟化、网络化、外包化的趋势;并逐渐形成完整的产业链。这条产业链能为企业提供从产品立项到产品营销与服务的全方位支持。生产性服务业作为货物生产或其他服务的投入而发挥着中间功能,提高了生产过程不同阶段的产出价值和运行效率,活跃于上游、中游和下游的整个活动,贯穿于生产、流通、分配、消费各环节之中。一个生产企业保持国际竞争地位的关键是保持上、中、下游三个阶段的服务优势,因为贯穿于生产三个阶段的服务的重要性在产品价值链中开始胜过物质生产阶段。生产性服务,无论是“内化”服务(企业内部提供的服务),还是“独立”服务(从企业外部购买的服务),都已经形成了生产者所生产的产品差异和增值的主要源泉。这条完整的产业链已成为发达的市场经济发展非常必要的软环境——生产性服务业成为市场资源强大的调配器。

3. 以金融为代表的生产性服务业正成为服务业的支柱性产业

生产性服务又称生产者服务。1975 年,美国经济学家布朗宁和辛格曼在对服务业进行功能性分类时,最早提出了生产性服务业的概念,并认为生产性服务业包括金融、保险、法律工商服务、经纪等具有知识密集和为客户提供专门性服务的行

业。香港贸发局认为生产者服务包括专业服务、信息和中介服务、金融保险服务以及与贸易相关的服务。我国《十一五规划纲要》中将生产性服务业分为交通运输业、现代物流业、金融服务业、信息服务业和商务服务业。总体上来说,国内外学者和机构对于生产性服务业是一种中间需求性(而非最终需求)服务业,并且具有专业性和知识性的特点,已经基本达成共识,而对于生产性服务业具体包括哪些方面还没有形成一致意见,但有一点则是高度一致的:金融业(含保险业)在其中占有一席之地并且地位越来越重要,以至于会逐步发展成为生产性服务业的支柱性产业。

从 21 世纪开始,全球服务业发展出现新的转型,知识密集型服务经济发展迅猛。随着信息技术、网络技术、数字技术等新兴技术的超常规发展,整个服务业中知识化、专业化趋势不断加强,服务业在三次产业中的比例不断上升,服务业内部结构发生了重大变化,金融服务业、专业服务业、信息服务业、研发及科技服务业等知识密集型的生产性服务业迅速崛起为服务业的支柱产业,并且,这些产业越来越明显地传递这样一个信号:它们将代表服务业乃至世界经济的方向。如美国早在 2005 年其信息、金融、教育培训、专业服务业和商务支持产业等知识密集型服务业的总量已超过 4 万亿美元,接近服务业产值的一半,约占美国 GDP 的 32%。20 世纪 80 年代以来,世界服务贸易的结构也悄然发生变化,传统服务贸易比重不断下降,而以金融、保险、通信和信息服务、专有权使用费和特许费为代表的知识密集型服务贸易占全部服务贸易的比重不断上升;特别是金融服务业呈现出快速发展的态势,不仅市场规模越来越大,而且一些新技术也在金融服务业得到了广泛应用,不仅如此,金融服务业也表现出多元化、集群化、信息化、网络化和国际化的发展趋势。纽约、伦敦、东京等少数城市已经占据了全球主要的金融服务业务,成为世界金融中心。以航运金融服务的发展为例,足以证明这一判断。从全球航运金融服务发展的规模来看,当前全球船舶贷款规模约 3000 亿美元,船舶租赁交易规模约 700 亿美元,航运股权及债券融资规模约 150 亿美元,航运运费衍生品市场规模约 1500 亿美元,海上保险市场规模约 250 亿美元。这些市场份额多由伦敦、纽约、香港、东京、新加坡等这些国际航运中心城市所控制,其中,伦敦控制了全球船舶融资市场的 18%、海上保险市场的 23%、油轮租赁业务的 50%、散货租赁业务的 40% 和船舶保险业务的 23%。在海上保险方面,除伦敦之外,东京、汉堡、纽约等几个城市占据了全球海上保险市场超过 30% 的份额;在航运资金结算方面,香港地区、新加坡充分利用其自由港的便利条件,发展成为国际上著名的航运资金结算中心;在船舶融资方面,汉堡以私募股权方式筹集船舶资金在全球航运金融领域独树一帜,纽约则在以公开发行股票方式筹集船舶资金方面表现突出。

总之,以高技术制造业为代表的先进制造业与以生产性服务业为代表的现代

服务业之间的相互渗透、相互影响越来越明显,它们形成了一种互动发展的正反馈循环。

(三) 服务型制造的崛起是中国制造产业能级提升的机遇和挑战

要全面认识中国制造业的能级提升问题,必须拓宽视野,站在全球化的视角来进行审视,这就必然涉及对全球制造产业的三次大转移的分析。

对于产业转移的动因,弗农(1966)的产品生命周期理论认为,新产品的技术发展会经过新产品、成熟和标准化三个阶段,相应会经历在发达国家创新生产和出口,后转移到发展中国家,再向发达国家出口的过程。小岛清的边际产业理论(1987)认为,一国应该向国外投资转移的是在本国失去比较优势的产业,而该产业在东道国却具有或潜在具有比较优势。赤松要 from 日本产业发展的经验出发,将日本的产业发展路径归纳为“进口→国内生产(进口替代)→出口”的飞雁模式,该模式对新兴工业化国家和地区的产业发展有较好的解释力。

1. 世界制造业的生产加工能力从发达国家向发展中国家转移和扩散

二战以后,为有效利用全球资源,降低制造业成本,跨国公司约每隔 20 年就展开一次全球制造业布局的调整,重新在全球各个地方布局其生产、销售、服务和研发的各个环节,从而形成了全球制造业的大布局。

在中国成为制造中心之前,全球制造业中心已经发生了两轮位移。第一轮位移是欧美作为生产制造业中心向日本实施产业转移,起始点在 20 世纪 50 年代,到了 70 年代,日本继英国、美国之后,成为第三个“世界工厂”;第二轮位移是日本开始向亚洲四小龙地区实施产业转移,最终催生了“东亚奇迹”,到了 90 年代,亚洲四小龙成为全球制造中心。前两次的产业转移主要是在发达工业国家之间,旨在发达国家(地区)建立水平的分工关系以利用规模经济效应,而以长三角为代表的中国地区并没有享受到全球化的好处。

国际制造业的转移,是随着国际产业分工的不断细化而变化的,由最初的产业转移,到同一产业各不同产业部门的转移,再到同一产业部门不同产品生产的转移,再到同一产品不同生产阶段的转移,这就形成了 20 世纪 90 年代开始的第三次国际产业转移——以美国、日本和亚洲四小龙等为主体向发展中国家进行产业转移;中国作为这次产业转移的主要目的地,成为最大的受益者之一。从本质上来说,第三次产业转移主要是基于全球价值链的产业转移,这种以产品内分工为基础的产业转移,与以往两次产业转移的本质区别,表现为三个明显的特点:第一,产业转移的主体是全球价值链中的主导性企业,它们依据不同国家各自的比较优势配置相应的环节。第二,存在明显的集聚效应,形成了功能多样又互相协作的产业集群。第三,产业转移已从制造业扩展到服务业,特别是生产者服务业;而服务外