

中国制造新观察

理性看待富士康的出与进

近日,关于“富士康‘回来了’”的新闻受到关注。先是富士康母公司鸿海科技集团宣布,富士康将在郑州投资约10亿元建设新事业总部大楼。紧接着,国际数据公司发布的数据显示,今年第二季度,苹果手机在中国智能手机市场出货量已跌出前五名。有分析认为,苹果手机在华销量下降的主要原因之一,是在印度组装的手机质量合格率仅有约50%。

事实上,产业链有进有出是正常现象。国际产业转移本质上是各国比较优势动态变化的市场选择。从此前几轮全球分工和产业转移来看,调整的动力是效率,也就是哪里成本低、效率高,产业就转移去哪里。在经济全球化背景下,资本为降低生产成本、扩大市场份额,会对全球生产能力布局主动进行调整。因此,无论是中国多年来成功吸引大量外资,承接大规模全球制造业转移,从而成为“世界工厂”;还是当前存在的一些在华跨国公司部分产业链外迁,以及一些中国企业向国外布局产业链,都是企业推进多元化布局的合理行为,也是符合产业规律的正常现象。

重要的是,要从产业转移中分析背后的原因。当前,我国产业链外迁除了地缘

国际产业转移本质上是各国比较优势动态变化的市场选择。当一些在华跨国公司部分产业链外迁时,我们不必夸大解读,要坚信中国制造仍具有不可替代的优势;当一些跨国公司继续扩大在华投资时,我们也不能沾沾自喜。中国制造还须提升核心竞争力,向价值链高端攀升。

政治等因素外,关键在于,随着中国经济发展水平提升,劳动力、土地等成本逐渐增高,与东南亚等地相比,中国失去了在劳动力密集型行业的比较优势,导致部分制造业中低端环节外迁。但对于低端产业转移,我们不必过于担心,这不仅从侧面反映了中国制造产业结构调整、高质量发展的趋势,也会倒逼产业链升级。这一点,从近年来越来越多外资主动投向中国先进制造、高新技术、节能环保等领域也可看出。

中国制造业已不止于成本优势。中国超大规模市场和最完整的产业体系能大幅摊薄制造业成本。同时,产业链集群、物流供应链、生产技术、产业工人和产

配套环境等打造出了中国制造的新优势,即生产效率高和生产成本低的双重优势。此前有研究机构分析,苹果即使想从中国转出10%的产能也需大约8年时间,原因就在于中国有完善的产业链生态、更高的生产效率和更专业的工人等。也是因为高效协作的本地配套供应链,不少产业集群把提升生产效率、压低生产成本做到极致,能迅速响应市场变化,变成了搬不走的产业。

应该理性看待富士康“走了”或是“回来了”。当一些在华跨国公司部分产业链外迁时,我们不必夸大解读,认为“谁谁又要跑了”,要坚信中国制造仍具有不可替代的优势。当下,除了已有的规模、效率、完整性、

市场潜力、劳动资源等优势,中国制造正以发展新质生产力为目标,不断寻求创新突破、转型升级,向高端化、智能化、绿色化迈进,不仅提升了核心竞争力,也推动了全球产业链优化。

反之,当一些跨国公司继续扩大在华投资时,我们也不能沾沾自喜。诚然,这代表了对中国制造优势的认可和肯定,也会给中国制造带来一定积极影响,但也不能因此就对其短板弱项和风险因素视而不见。想要在这场全球产业链供应链重构中掌握主动权,中国制造还须提升核心竞争力,向价值链高端攀升。这需要我们切实为企业减税降费,持续优化营商环境,积极发展先进制造业,着力补链强链,掌握全球产业链话语权。同时,加快产业在国内梯度有序转移,改造提升传统产业,聚力推动中国制造业强化可控制、提升竞争力。



□ 本报记者 冯其予

产业聚焦

服务消费扩容升级迎利好

国务院近日印发《关于促进服务消费高质量发展的意见》(以下简称《意见》),着眼优化和扩大服务供给,释放服务消费潜力,更好满足人民群众个性化、多样化、品质化服务消费需求。

《意见》统筹扩大内需和深化供给侧结构性改革,扩大服务业开放,着力提升服务品质、丰富消费场景、优化消费环境,以创新激发服务消费内生动能,提出了一系列具有针对性、前瞻性和可操作性的政策措施。商务部部长助理唐文弘表示,这为服务消费高质量发展提供指引和支撑。

消费结构进一步优化

当前,我国正处在服务消费较快增长阶段,服务消费已成为居民消费的重要增量来源。2023年8月,国家统计局首次发布了服务零售额的相关数据,服务消费在我国消费市场中扮演的角色越来越重要。

此次出台的《意见》,是我国首次专门就服务消费发展作出系统全面部署的政策文件,也是今后一个时期我国服务消费高质量发展的重要指导性、纲领性文件。

《意见》围绕挖掘基础型消费潜力、激发改善型消费活力、培育壮大新型消费、增强服务消费动能、优化服务消费环境、强化政策保障6个方面,提出了20项重点任务,支持餐饮住宿、家政服务、养老托育等服务消费重点领域高质量发展。

服务消费是民生福祉改善提升的重要支撑,是消费结构优化升级的重要方向。近年来,我国为促进重点领域服务消费发展,进行了很多积极探索。

提升“一老一小”服务水平。综合利用中央预算内投资、地方政府专项债券、普惠养老专项再贷款等资金渠道,支持养老托育服务体系设施建设。

支持文旅体育设施设备提质升级。组织实施文化保护传承利用工程,安排中央预算内投资支持符合条件的文化旅游项目,补齐通景道路、旅游厕所、停车场、充电设施等重点基础设施短板。加强体育公园和社会足球场建设,改善全民健身场地设施条件。

提高家政服务供给质量。开展家政服务质量提升“十大行动”,围绕降低成本、规范化、高质量等重点,加快家政服务业从中介制向员工制转型,推动家政职业化发展。

也要看到,服务消费领域还存在高质量供给不足造成的消费需求被抑制等问题。为此,《意见》提出,指导制定家政服务协议,推行电子版“居家上门服务证”;加快健全居家社区机构相协调、医养康养相结合的养老服务体系;增开银发旅游专列,对车厢进行适老化、舒适化改造,丰富旅游线路和服务供给;鼓励有条件的物业服务企业与养老、托育、餐饮、家政等企业开展合作,发展“物业服务+生活服务”模式;逐步完善“互联网+”医疗服务医保支付政策等。

重点领域迎来新机遇

随着我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段,消费对经济发展的基础性作用逐步增强,消费结构不断转型升级,消费形态逐渐由以商品消费为主向商品和服务

消费并重转变。其中,文旅、养老、家政等重点产业领域迎来重要发展机遇。

文旅消费热度持续攀升。正值暑期,沉浸式体验、亲子研学、避暑消夏、博物馆游等持续升温,跟着演出去旅行、跟着赛事去旅行也已成为大众出游的重要选择之一。

文化和旅游部产业发展司负责人马力表示,为发挥好文旅消费促增长、惠民生的作用,将继续扩大文化演出市场供给,推出更多精品演艺项目。加强非物质文化遗产保护传承,开发具有地域和民族特色的文化创意项目。实施美好生活度假休闲工程和乡村旅游提质增效行动。丰富数字文化产品供给,加快发展沉浸式、线上直播、房车露营、低空飞行等新业态。推动文化产业赋能乡村振兴和城市发展。

数据显示,2023年底,我国60周岁及以上老年人口达到2.97亿人,占总人口比重达到21.1%。随着我国人口老龄化程度不断加深,必将带来服务消费方面的深刻变化。民政部养老服务司负责人李永新表示,优化和扩大养老服务供给,释放养老服务消费潜力,对于更好满足老年人多层次的养老服务需求,切实提升老年人生活品质,让老年人安享幸福晚年具有重要意义。

据了解,落实《意见》关于养老服务消费的部署要求,我国将围绕促进养老服务供需适配,进一步优化居家、社区、机构养老服务供给,推动助餐、助浴、助医、助洁和助行等服务发展,开展居家适老化改造,建设家庭养老床位;加强乡镇(街道)区域养老服务中心、社区嵌入式养老服务机构建设,畅通区域内养老服务供需渠道,构建“一刻钟”养老服务消费圈。

家政服务业是重要的民生行业,与老百姓的生活紧密相关,可以说不仅是老百姓家的事,也是关系到持续增进民生福祉的大事。

商务部服务贸易和商贸服务业司司长王东堂表示,针对社会上对家政服务质量期待越来越高的情况,将持续开展家政服务员技能升级行动,为家政服务员提供免费的线上培训,进而提升家政从业人员的职业技能和家政服务质量。同时,进一步健全家政服务的标准体系,推动制定若干关于家政服务领域高质量发展的国家标准。

消费扩容升级再提速

服务消费是经济高质量发展和人民高品质生活的重要交汇点。近年来,服务供给持续优化,服务消费需求进一步释放,消费新增长点不断培育壮大。

国家发展改革委就业收入分配和消费司负责人常铁威表示,随着我国收入水平提高和中等收入群体规模扩大,服务消费的扩容升级有望进一步提速。

从国内发展情况看,今年上半年我国服务性消费支出占人均消费支出的比重达

45.6%,同比提高1.1个百分点。居民消费从实物消费向服务消费转变,是消费升级的重要表现。从国际经验看,当人均国内生产总值超过1万美元大关,消费升级进程一般会显著加快,目前我国人均国内生产总值已经超过1.2万美元。

人口结构变化蕴含服务消费的创新动能。去年我国常住人口城镇化率达66.2%,仍处于城镇化快速发展时期,农业转移人口的市民化,将带来教育培训、养老托育、居住服务等消费需求。“Z世代”等年轻消费者逐渐成为消费主力。老年助餐、居家养老、养老服务照料等服务业态也逐渐丰富,孕育着服务消费新机遇。

此外,科技创新带来服务消费新供给。送餐、教育、医疗等服务机器人不断迭代升级,上半年我国服务机器人产量同比增长22.8%。“互联网+”医疗服务、数字教育等新模式稳步发展,电子竞技、社交电商、直播电商等新业态快速增长,为消费者提供更加丰富、便利的消费选择。

“与高收入经济体相同发展阶段的平均水平相比,我国服务消费占居民消费比重仍然偏低,具有较大发展空间。”国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬说。

《意见》提出扩大服务业开放,正是着眼于通过扩大服务业开放,提升服务供给能力和水平,扩大服务消费规模。商务部等部门将以开放优化供给,以供给创造需求,推动服务消费高质量发展。

唐文弘表示,国际一流服务企业进入中国市场,不仅能为消费者提供更多优质服务,也能够有效激发经营主体活力,增强国内国际两个市场两种资源的联动效应,助力经济高质量发展。

下一步,商务部将会同相关部门,主动对接国际高标准经贸规则,选择市场需求大、有效供给不足的领域,分步、分类、分区扩大开放。一方面稳步扩大领域开放,另一方面提升开放平台效能,打造“投资中国”品牌,举办一系列精品活动,吸引更多服务消费新领域新赛道的外商投资。



江西省上饶市婺源县婺女洲度假区,游客乘坐游船观赏美景。朱海鹏摄(中经视觉)



《关于促进服务消费高质量发展的意见》

- 围绕6个方面: 挖掘基础型消费潜力, 激发改善型消费活力, 培育壮大新型消费, 增强服务消费动能, 优化服务消费环境, 强化政策保障



记者从中国民用航空局获悉,今年以来,我国航空货运量保持快速增长趋势,航空货运总体规模达到历史最好水平。上半年,航空业完成货邮运输量417.4万吨,同比增长27.4%。

航空货运国内市场持续增长。上半年,国内航线完成货邮运输量252.3万吨,同比增长23.2%。

中国民航科学技术研究院副院长占芬表示,我国航空货运国内市场增长主要受需求回升,政策利好及供给增加等因素驱动。

需求上,国内经济稳步回升,社会消费品零售总额同比增长3.7%,有力拉动了航空货运需求增长。

政策上,中国民航局《新时代新征程谱写交通强国建设民航新篇章行动纲要》《“十四五”航空物流发展专项规划中期评估报告》等,对加强民航安检、货运安保等领域改革创新和提质增效、加快推进航空物流重点工程等工作作出部署,为国内航空货运发展提供坚实保障。

供给上,国内多家航空公司引进货机,全行业货运机队规模持续扩大,航空货运运力显著提升。

航空货运国际市场同样表现亮眼,国际货运航班保持高位运行。上半年,国际航线完成货邮运输量165.1万吨,同比增长34.3%。国际航线货运量占比达39.6%,同比增长2个百分点。

我国航空公司、机场、货运代理以及电商平台等积极参与国际航空物流市场竞争,国内航空公司竞争力呈现增长态势。同时,我国国际航班腹舱载货能力进一步提升,通航71个国家和地区154个境外航点,航班量同比增长2.9倍。

在占芬看来,航空货运国际市场增长主要原因在于跨境电商需求的拉动,跨境电商成为航空物流发展的重要增长点。我国一些跨境电商平台在海外布局,业务增长迅猛,空运需求强劲。现阶段,跨境电商已成为我国重要的空运货源,为适应跨境电商等货物时效性、灵活性要求,国际货运不定期航班量保持增长趋势。

广东省交通运输协会智库专家韩涛认为,随着新能源汽车、锂电池、光伏产品“新三样”等货物出口大幅增长,航线网络不断织密,大幅提升了空运能力和覆盖范围;地缘政治局势加剧、部分港口拥堵等,导致海运价格上涨,时效性要求较高的产品会选择空运或者海空联运作为替代运输方案,推动国际航空货运增长。

“下半年,预计民航运输市场保持平稳增长趋势。航空货运需求总体平稳,行业效率效益指标继续小幅回升。”中国民航局运输司副司长徐青说。

中国民航局有关负责人表示,将继续优化相关政策措施,提升我国在全球航空物流领域的竞争力和影响力。在推进货运枢纽建设上,中国民航局将落实《国家综合立体交通网规划纲要》《国家物流枢纽布局和建设规划》等,巩固北京、上海、广州、成都、昆明、深圳、重庆、西安、乌鲁木齐、哈尔滨等国际航空枢纽地位,推进郑州、天津、合肥、鄂州等国际航空货运枢纽建设。

韩涛表示,推动我国航空货运进一步高质量发展,要加快人工智能、无人自动化仓库系统等航空物流技术创新,大力拓展相关应用;聚焦行业可持续发展,采取更多环保措施,比如优化航线以减少碳排放,通过回收和再利用包装材料减少对环境的影响;随着航空冷链物流服务需求不断上升,航空货运相关单位要在设施建设、流程规划和人才培养方面加强布局。

本版编辑 杨忠阳 陶琦 潘卓然 美编 倪梦婷

航空

本报记者

崔国强