

责编 杨惠妹 美编 焦剑 责校 朱楠 电话:84285566-3258 bbtzbs@163.com

京城商场现东南亚生产商品挤占“中国制造” 大品牌订单为何频频“出逃”？

商报记者 李铎 实习记者 孙舒扬/文 焦剑/漫画

知名“快时尚”品牌H&M近日发布的上半年业绩报告显示,其近十年来首次面临连续3个月利润下降。业内人士将原因归结于“中国制造”的成本在近期大幅上涨。无独有偶,从去年开始,越南也取代中国成为了耐克全球最大的鞋类生产商。与之相对应的是,记者走访京城多家商场调查发现,众多在售的知名品牌商品都并非“中国制造”。以往因价廉备受青睐的“中国制造”,正面临着越南等国家更廉价制造的挑战。



悉,耐克1981年开始在中国生产运动鞋。在之后的30年中,中国成为了耐克运动鞋的最大生产国,直到去年,越南生产了耐克37%的运动鞋,份额跃居世界第一,结束了中国多年生产老大的位置。

用工成本上涨惹的“祸”

来自知名机构欧睿国际的一项统计数据表示,从2005年至去年,中国制造业的工薪成本上涨了89%。

其实,知名品牌纷纷将原本放在中国市场的订单转移至国外生产,是为了规避中国近年来大幅上涨的用工成本,从而将生产成本控制在其认为合理的范围内。

以耐克为例,其运动鞋全部为外包生产。由于运动鞋对用工成本是比较敏感的,耐克需要把用工成本控制在24%以内,才能有价格竞争力。正是在这一成本控制原则的驱使下,耐克的生产基地在过去的30多年里一直在顺应各地成本变化,不断进行迁移。

无独有偶,H&M刚刚公布的上半年业绩报告宣布,其近十年来首次连续3个月利润下降。H&M称,今年二季度,H&M的净利润下降18%,超出了此前分析师预测的16%。该分析师还指出,今年三季度,H&M很可能仍将亏损一成。

与耐克等品牌选择越南取代中国,成为其全球最大鞋类生产国相对应的是,据伦敦兴业银行的一位分析师介绍,中国工人每年的薪酬增长幅度在一成左右,东莞一家大型生产企业的老总也表示,用工成本上升是国外订单“出逃”的重要原因。在持续的用工荒下,一般制造企业今年仍有10%-15%的提薪。即便这样,不少工人的心态还是不稳定,想离开就离开,增

加了企业生产的不确定性。

与中国工人的薪资相比,在越南等地生产则显得“物美价廉”。越南近年来以各种免税、廉价土地、劳动力等优势条件吸引鞋、服装以及计算机芯片制造商。越南工人的平均月工资仅为50-60美元,只有中国珠三角地区制造企业工人的一半左右甚至更低。

不过,经济学家指出,廉价劳动力并不是订单外流的唯一因素。包括用工价格、土地租金、当地政策等因素,共同催生了劳动密集型企业将生产场所易地。

昨日,人民币兑美元汇率突破6.45,再创历史新高。除了用工成本大幅上涨外,人民币近一段时间以来大幅升值也是促使国外知名品牌订单外流的一大原因。

东莞市政府曾做过一项调研,人民币每升值一个百分点,东莞地区靠加工贸易生存的企业利润就会下降0.6个百分点。人民币最近一年升值的幅度很大,已经将一部分低端制造企业的利润全部吞噬。

一位商业专家表示,其实不少来自珠三角等地区的生产企业曾希望将生产基地迁至用工成本相对较低的重庆等西部地区,以将订单留在国内。不过,由于人民币兑美元持续升值,这意味着人民币兑越南盾等货币也同样升值。在综合了运输等各种成本后,这些企业还是觉得在越南等地生产商品的利润更高。

产业转型迫在眉睫

在业内人士看来,就现阶段而言,尽管国外订单流失会让国内制造业“重镇”珠三角地区的生产企业感到生存压力,甚至面临倒闭,而且还会给这些地区的经济增长造成负面效应,但从长远看,中国经济增长方式的转型

迫在眉睫。

事实上,在不少学者看来,以劳动者的低薪和低廉环境成本为代价,换来的代工贸易、GDP繁荣,并不代表中国真正迎来了经济繁荣。相反,这只是一项“贫困化增长”,“血汗工厂”的模式不具备可持续性。

商务部国际贸易经济合作研究院研究员梅新育也认为,目前国内流行的不少产品都承载着西方世界的生活风尚和价值。国内制造商只是给这些品牌做代工、贴牌,各个制造业大国在制造环节拼得“头破血流”的同时,品牌、设计和流通等高附加值的环节却仍旧掌握在这些欧美品牌商手中。

事实的确如此。以耐克为例,其被业内所称道的“轻资产运营”的模式,是将商品制造和零售分销业务外包出去。品牌只集中于产品设计开发和品牌推广等业务。这种“轻资产运营”的模式大大降低了公司资本投入,特别是生产环节购置设备、聘用人员生产等大量固定资产投资,从而提高了资本回报率。

不过,这种“轻资产运营”的模式仅仅是对品牌商有利,中国代工企业的生产利润并不高。

据记者了解,在美国,一双零售价为100美元的耐克鞋的材料费约16美元,中国工厂的出厂价约25美元,其中包括约3美元的用工成本、约4美元的管理费和2美元左右的工厂利润。即便是生产企业再苛刻,其每双鞋获得的利润也不可能超过9美元,不到商品零售价的10%。

但当这双出厂价约25美元的耐克鞋出口美国时,这双鞋的批发价会超过50美元。经过层层流通渠道后,这双鞋的零售价将超过100美元。不用花费任何生产成本的经销商,却赚到了利润的大头,而承载商品生产的中国工厂却成了“血汗工厂”。事实上,这已经成为国

际知名品牌在中国投产的普遍模式。

除此之外,在代工贸易中,中国生产企业的成本付出更加难以度量。由于工厂在制造过程中会产生和排放废水、废气、固体废物,即“工业三废”,这些因生产引发的污染物,被购买商品的进口国转移到了生产商品的出口国,成为了国内代工贸易背后一种不可忽视的隐形成本。

商业咨询师刘晖认为,目前中国的整体经济实力越来越强,只有大力发展自主品牌,才能让中国企业占据生产流通领域收益率最高的环节。

不少国内企业似乎也看到了这一点。北京本土知名男装品牌顺美的总经理薛宝金表示,从今年开始,顺美将把内销的比例增加到七成以上。曾为DKNY等国际大牌代工的顺美的转型,也是国内服装品牌在国外订单骤减的情况下,纷纷改变经营模式的一个缩影。

据中国纺织工业协会透露,目前,中国服装行业内超过八成的外销企业都已经开始“出口转内销”。

不仅服装企业意识到了问题的严重性,多数现在已经知名的中国体育品牌在20年前,还只是耐克等“轻资产运营”模式的重要代工伙伴,目前也在着手内销。一项数据曾显示,在福建省晋江市,曾有近3000家鞋类生产企业,员工超过30万人,年产量6.5亿双。

但目前,来自该地区的安踏、361°、喜得龙、德尔惠、乔丹和匹克等品牌,依靠初期对耐克等品牌的模仿,已经在国内市场树立了自己的品牌形象,并发展成为国内体育用品市场的重要力量。

2009年中国地区体育品牌销量排行榜显示,耐克位居第一,中国本土品牌李宁超越阿迪达斯位列第二。同样是国内品牌的安踏,则屈居阿迪达斯之后,位列国内销量第四位。

在商业专家看来,对于国内生产企业而言,尽管代工的利润相对较低,但只是介入上游,运营模式简单。生产企业发展自有品牌进入内销渠道,则意味着生产商品只是第一步,企业不仅要投入巨资进行产品研发和品牌宣传,还要应付颇为复杂的国内零售卖场。尽管国内市场潜力巨大,但却是对企业适应能力的考验。

焦剑/制表

部分品牌生产地调查

品牌	款式数量	国产	外产	外产占比
ZARA				
女装短裤	8款	1款	6款	75%
女装长裤	5款	4款	1款	20%
女装	8款	1款	6款	75%
H&M				
男装	3款	0款	3款	100%
女装	8款	4款	4款	50%
男装	3款	0款	3款	100%
优衣库				
女装	4款	1款	3款	75%
男装	4款	0款	4款	100%
男装	6款	1款	5款	83%
阿迪达斯				
STELLA系列				
所有产品	所有	0款	全部	100%
Havaianas				
人字拖鞋	所有	0款	全部	100%

“洋文凭”造假者自曝行业利益链

注册个“教育培训公司”,声称花钱培训就可获得世界名校文凭,还制作“山寨版”教育部学历认证中心网站自我认证,骗取信任。北京市警方近期破获一系列“山寨洋文凭”案,查获200多名企业高管“上钩”,被骗金额上千万元。

众多企业高管何以被美丽谎言蛊惑?“洋文凭”骗局屡屡发生,背后隐藏着什么行业内幕?“新华视点”记者近日追踪调查,并走进北京市海淀区公安分局看守所,与造假者余某“狱中对话”,听他揭开“山寨洋文凭”地下产业链。

“洋文凭”速成:国内开班、美国考察、新加坡答辩

看守所一间审讯室里,记者见到因非法经营被逮捕的余某。他说,2008年经业内人士介绍,他得到“哥伦比亚国际学院”授权,可在国内以这所“世界名校”名义招生办学。

随后,余某租用北大资源大厦的几间办公室,挂牌“哥伦比亚国际学院中国管理中心”,并对外招收MBA(工商管理硕士)、DBA(工商管理博士)课程的学员,聘请老师并租用场地给学员授课,组织答辩。

除了在国内学习,还会组织学员去美国一次,费用由学员自己承担。余某说,“一般也就4天时间,说去美国学习,实际就是考察,到处看看玩玩。”

“论文答辩一般安排在新加坡,其实也就是走个形式,不可能不通过。”他说。

速成“洋文凭”费用高昂。“硕士5万多元,博士9万多元,这是我们一般的收费标准。”余某说,不管是MBA还是

DBA,只需一年时间,学员就能拿到“哥伦比亚国际学院”学位。

据海淀区检察院办案人员介绍,2008年到2010年,余某伙同另外两家企业负责人,以招收“哥伦比亚国际学院”MBA、DBA课程学员为名,共收取学员费用207万元。

那么,企业高管们花钱买来的“洋文凭”是真的吗?记者通过查询教育部涉外监管信息网发现,所谓的“哥伦比亚国际学院”并不在教育部公布的美国大学名单之列,这所学校颁发的文凭没有得到教育部承认。

“山寨洋文凭”运作:招生、培训、发文凭

余某此前在北京中关村从事技术工作,看到不少人开公司倒卖“洋文凭”发财后,他也选择了这条“生财之道”。“这个地下行业已存在10多年,形成了一个完整的产业链。”

办理过多起“山寨洋文凭”案的海淀区检察院检察官饶明尧说,犯罪嫌疑人设立教育咨询公司,以公司名义招聘员工,公司之间通常会分段负责招生、培训、论文答辩、颁发学位、学历认证各个环节,“一条龙”的运作模式明显。

余某与另外两家公司签订合作协议,分工负责,收入分成。学员通过答辩后,由他颁发“哥伦比亚国际学院”的学位证书。

他算了一笔账:“在学员收费中,负责招生的拿40%,交给国外学校20%左右,请老师上课占20%多,我们公司能拿

20%。”

“招生是利润最丰厚的环节”,他说,在北京,许多公司办公地点选在北大、清华等名牌大学校内或附近,或者租赁教室、聘请校内老师,就是为了骗学员报名。

除了“榜名校”,还在“洋文凭”校名上花尽心思。有的编造一些“极具吸引力”的国外大学名称,如美国内申大学、美国理工大学等;有的用亚伯拉罕·林肯大学等与美国一些名校相似的名称误导学员。

制作“山寨版”教育部门网站是迷惑人的另一个惯用手段。“洋文凭”造假公司先在互联网上模仿高校网站制作一个“山寨”网站,然后到处发布学校简章及招生宣传信息,之后再仿制教育部学历认证中心网站,进而对自己颁发的学历证书进行“认证”。

余某透露,在北京,从事“山寨洋文凭”业务的公司有100多家。在国内,负责产业链中培训内容的公司主要集中在北京、上海、深圳等大城市,而负责招生的公司则遍及全国各地。他预计,这个产业的从业人员至少有几万人。

“我的公司从注册开始,一直没有相关部门上门过问业务。”余某说。监管的缺失,导致各种“教育咨询公司”批量生产“山寨洋文凭”。

企业高管为何趋之若鹜?

近年来,国内不断曝出知名企业家“洋文凭”造假事件,引发公众关注。

海淀区检察院的办案人员告诉记者,仅今年1-5月,该院就受理7起利用国外假学历实施的犯罪案件。涉案的339名受害人中,八成是企业副总经理以上级别的高管人员,甚至还包括杜邦中国集团公司等知名企业的高管。

稍有常识的人都明白,正规国外大学文凭不可能只花钱买。为何众多企业高管仍对“山寨洋文凭”趋之若鹜?

“说实话,大部分学员是冲着‘洋学历’的光环来的。”余某说。

科普作家方舟子10多年前就关注“洋文凭热”。他对记者说,许多人就是为自己脸上贴金,觉得“洋文凭”在手很有面子,而造假公司正是利用这种崇洋媚外的心理才行骗成功。

“民营企业老板一般学历较低,文化层次不高,也希望学点东西”,余某说。但不少企业高管没有时间或者不想长期学习,这样就为宣称“短期内能迅速获得学历”的“山寨洋文凭”诈骗提供了广阔市场。

学历造假是诚信缺失的突出表现。有关人士说,国内一些花钱买假文凭者即使被曝光,也经常不会受到严厉惩罚,“这在社会诚信体系健全的国家是不可想象的”。

饶明尧等人表示,目前国内教育培训市场亟待规范。特别是“洋文凭”市场乱象丛生,急需加大打击力度。教育、公安、工商等部门应对各地教育培训市场专项调查,对违规与境外合作的机构专项整治。姑息造假者,等于丧失政府监管的公信力。

据新华社电