

利弊之争：“山寨企业”的未来

■ 本报记者 陈青松

历时多年的真假“伊莱克斯”案终于落槌,近日法院判定,来自欧洲的伊莱克斯有限公司(Electrolux)胜诉青岛伊莱克斯电器有限公司(Elukes)及其授权生产商和经销商。青岛伊莱克斯电器有限公司被判改名,并赔偿人民币28万元。

真假“伊莱克斯”案虽然尘埃落定,然而该案并非国内第一起“山寨企业”案,也绝非最后一一起,山寨伊莱克斯其实是中国众多企业的一个缩影,有关“山寨企业”的争议还未结束。

山寨现象起因

伊莱克斯品牌来自瑞典,是家庭设备和专业设备的全球领导厂商之一,每年向150个国家(地区)的客户销售超过4千万台产品。产品包括电冰箱、洗碗机、洗衣机、真空吸尘器和炉灶等。

就此前媒体报道的“伊莱克斯”的产品有质量问题,后经核查,该产品其实是青岛伊莱克斯电器有限公司及其授权生产商、销售商所生产、销售的,标识为“Elekes”或者“Elucks”,与正宗伊莱克斯的商标Electrolux不同。

除中文名称一样,青岛伊莱克斯电器有限公司在产品上、产品外包装上、产品手册中及产品功能上均完全模仿“伊莱克斯”产品,而且在实际销售、宣传和推广过程中也“搭便车”似的宣称是“伊莱克斯”品牌,致使消费者被误导。

“山寨”一词始于2003年开始的快速仿造名牌产品热。最早的“山寨”广泛流传于广东一些没有牌照的电子厂、小作坊,涉及手机、数码产品、游戏机等不同产品领域。这种产品外观酷似名牌产品,功能强大,但是价格低廉,被称为山寨机。当地人称这些靠抄袭起家,生产劣质、假冒、伪劣电子产品的厂为“山寨厂”。

随着“山寨”之风劲吹,“山寨企业”在中国像雨后春笋般的出现,“山寨产品”无所不包越来越多,“山寨服装”、“山寨地板”,甚至“山寨汽车”等等。以至于“你山寨了吗”成了时髦的见面问候语。

品牌管理专家张健表示,“山寨企业”的“山寨产品”在中国的产生大行其道原因是多方面的。

“从本质上讲,是由于经济上的原因。我国部分小企业、加工厂受发展资金不足和科研条件的限制,只能走模仿和改良的‘短平快’式发展道路。鉴于此,作为我国改革开放的前沿东南沿海一带,有着许多得天独厚的制造业优势。一些‘山寨王’有着精明的思维和经营头脑,也了解山寨商品背后的丰厚利润及广阔市场。针对大品牌价格高、普通消费者尤其是年轻人购买困难却有爱名牌的心理特点,有的模仿名牌企业的旗号‘另立山头’,模仿和改良自己低价位的产品投放市场。”张健介绍说。

“具体来说,一款销售火热的正版品牌商品需要企业投入大量费用,比



王利博制图

如前期开发费用,销售过程中大规模推广、广告费用以及税金费用、售后保障费用,使得商品售价居高不下,尤其是电子产品动辄二三千甚至更贵,许多消费者很难承受。”张健分析说,相反,山寨商品完全或大部分模仿正版商品的创意,省去了开发、渠道销售以及售后服务费用,换之以私人摊位销售等非主流销售渠道,价格自然低廉。而在正规和山寨两种产品质量功能都没有明显差别的情况下,消费者尤其是中低端消费者更青睐后者,“山寨产业”规模不断扩大。

除上述原因外,张健认为,由于我国目前不像欧美国家那样有着先进的管理经验和健全的法律制度。部分企业对知识产权保护不够重视,比如很多产品未申请专利保护,一旦山寨产品出来后,维权成了大问题。此外,相关部门对市场监管力度不够。因此,诸多方面的因素,让“山寨企业”、“山寨产品”像石缝里拼命生长出来的野草,大有漫山遍野之势。

山寨利弊之争

数据表明,“山寨企业”生产的“山寨商品”,在我国消费品市场上占据越来越重要的地位,尤其在一些二三线城市和乡村市场上更是如此。

在乔丹体育的发源地——中国运动休闲鞋和服装重镇福建晋江,还有“科比体育”、“姚明”、“易建联”等品牌,而这些品牌同样与这些明星无关。这种“搭便车”式的品牌策略在晋江大行其道,而晋江也只是中国庞大的“山寨”企业群体的一个突出代表。

对于“山寨企业”生产的产品,不管是业内专家还是普通消费者,并没有一致的看法。“山寨”到底是草根精神的体现还是创新的“杀手”也没有最终的定论。

支持“山寨”者认为,国外资本通过垄断品牌和技术,对许多电子和技术产品漫天要价,价格远在价值之上。正是如此才为“山寨机”提供了空间,才生产“山寨”现象。如果品牌机和“山

寨机”是一样的价格,谁愿意用“山寨机”?实际上,山寨产品的出现是对行业暴利的反抗。山寨产品迅速占领了大量的市场并与主流品牌展开有利竞争。长期下去,必然导致市场价格的下降,对改善垄断暴利现象不无裨益。

从山寨产品的角度,也有积极的意义。实际上,山寨行为是许多国家经济转型的必由之路。许多创新大国都是从模仿起步。日本是当今世界顶尖的创新大国,但日本也曾有和我国当下相近的“山寨”转型期。从上个世纪50年代开始,日本对美国电脑等产品的机械装置进行大量的拆解,并进行反向工程,从而迅速学习和追赶美国先进技术。

而反对“山寨”现象者认为,山寨产品的弊端实在多多,一方面,在山寨企业产品的强力冲击下,主流品牌生产商为了应对激烈的市场竞争,不得不压缩成本、缩短研发周期、减少研发基金,势必使得科研的自主创新深受损害,这对正规军团来说,是不公平的。另一方面,虽然说“山寨”产品并不是假货,只不过是—种仿制品,所谓的“创新”不过是外观的设计和功能的堆砌,从技术上来说它根本没有创新,本质上还是造假,窃取的是他人的知识产权,是一种违法与侵权行为。

有评论称,“山寨企业”信奉拿来主义,一味地投机取巧,长期打着别人的招牌、借着别人的渠道招摇撞骗,无心做自己的品牌,实际上是目光短浅的表现,给企业未来的发展埋下了巨大隐患,导致企业今后扩张中面临很大风险。如果任凭“山寨”肆意横行,“山寨”产品将泛滥成灾,这对我国急需做强做大做精的制造业来说,没有任何好处。企业有模仿的成本投入,不如去自主开发—个新的品牌。

家电专家刘步尘表示,对侵权不能太仁慈,太仁慈不利于企业长远发展。

山寨的未来

翰威特咨询(上海)有限公司深

圳分公司相关负责人表示,山寨产品的快速发展与市场化的山寨需求有关,越是不成熟的市场,对山寨产品的需求就越多。

然而,在“山寨企业”快速发展的同时,一些“先天问题”接踵而至,首先“山寨企业”的软肋,也是产品最重要的技术问题制约了山寨企业发展。以手机为例,目前智能手机和3G手机已是流行趋势,然而智能手机操作系统的专利和3G手机芯片的专利都掌握在少数厂商手中。山寨企业不仅无力支付高额的授权使用费用,使得“山寨企业”只得在普通手机等领域“安营扎寨”。

另外,随着人们收入水平的不断提高,原本山寨产品的消费主力低端消费群体开始注重品牌效应。这使得没有自主品牌的“山寨企业”的“性价比”武器威力大减。

专家建议,“山寨产品”并不是完全的盗版和剽窃,只要没有明显侵权,应该对“山寨企业”实行分类监管,鼓励有实力的“山寨企业”加入“正规军”。知识产权制度的设置理念就是保护原创和鼓励创造,“山寨企业”应尊重他人知识产权,努力弘扬创新精神,走自主研发之路,创立自己的品牌,发展壮大自己。管理者并非应对山寨行为予以打击,适当地引导、扶持我国的“山寨企业”运用知识产权法律制度,成功地促进山寨产业的发展与转型。

近年来越来越多的“山寨企业”走上转型之路。在手机领域,天语代表了一种成功的国产手机发展历程。正是因为重视和坚持研发设计,为自己赢得了转型所需的硬实力,曾经背着“手机山寨王”名声的天语手机走在转型队伍的前列,不仅建立了研发中心,进军3G高端手机领域,还得到华为、高通和微软等业界顶级企业认可。

在经历了模仿的初级阶段后,“山寨企业”要实现长远发展,必须要勇于突破,朝着全面、自主的创新之路前进,实现华丽转身,否则难逃被市场淘汰的命运。

央地合作有没有输家?

■ 本报记者 江丞华

在刚刚结束的两会期间,京城掀起了央企与地方的签约热潮。

最新的例子是,2012年3月14日,国务院国资委与河南省政府在北京签署合作备忘录,国务院国资委主任王勇、河南省长郭庚茂出席签约仪式并分别致辞。

由于央企在资金、技术等方面毋庸置疑的绝对优势,“缺钱、缺技术”的地方政府被其深深吸引自然在意料之中。

从理想角度出发,自然希望央地合作可以取得预期的双赢局面,然而,仍未脱离“实践期”的央地合作是否可以顺风顺水尚属未知之数,在这场声势浩大的“央地联姻”背后,到底有没有真正的输家?

“央地”合作热潮继续

刚刚走进2012年,就早已有河南省、湖南省、新疆维吾尔自治区、浙江省、广西壮族自治区、福建省、贵州省、陕西省、海南省等多省加入了央地合作的大潮,已经披露总额高达3.5万亿元。

2012年3月4日,北京钓鱼台国宾馆,山西省长治县2012年招商引资签约仪式在这里举行,涉及文化旅游、机械制造等方面的10个项目得以签约,最终引资总额约125亿元。

就在同一天,同一家宾馆,广东省中山市与中央企业合作恳谈会也在举行,最终该地方与8家央企签下8个重点项目,金额超过200亿元。

2012年3月4日,湖北宜昌与央企签约,签约额度超过200亿元。

2012年3月6日,甘肃天水与央企签约,形成14项签约项目,涉及金额超过240亿元。吉林四平、山东聊城、甘肃兰州等地同样选择在两会期间与央企签约,形成的签约额度均在百亿元之上。

据了解,此次两会期间,活跃的央企身影有中冶集团、中色集团、中盐集团、国电集团、国能集团等。

事实上,自2008年全球金融危机爆发之后,曾经热衷于“走出去”的央企开始大力“走下去”,截止至2011年底,央企在地方投资增长了42倍。另有数据显示,2009年、2010年和2011年,央企在地方投资披露总额分别为:2.81万亿元、5.12万亿元和11.38万亿元。

仅2011年,国资委就推动了央企与山东、浙江、福建、湖南、河北等10多个省份开展战略合作,签约的投资项目超过10万亿元,个别省份超过2万亿。“央地”合作已经形成了一波声势浩大的投资浪潮。

中投顾问高级研究员薛胜文表示,在地方政绩上,地方企业迫切需要像央企这样有实力、有资金优势的大企业进驻地方,以拉动地方财政收入的增长;地方融资较难,地方企业可以通过共赢的模式,与央企合作促使地方企业得到良性的发展。显然,与要政策、要财政转移支付的层层审批与复杂关卡,拉巨型企业入伙是地方政府发展经济的重要途径。

央企之间的“千丝万缕”

有专家认为,央地合作模式有利于实现政企结合,形成合力推动各地方经济的发展,央地合作能解决地方政府财政收入不足以支持发展新兴产业和项目的窘况。

据统计,2008年至2011年,河南省政府共与42家央企签订了55项战略合作协议。截至2011年年底,该省与央企合作项目317个,总投资8349亿元,累计完成投资1722亿元,累计到位央企资金1464亿元;其中2011年完成投资800亿元,到位央企资金700亿元。

王勇在国资委与河南省政府签署合作备忘录会议中表示,国资委将积极促进中央企业在豫发展与加快中原经济区建设的有机结合,更好地推动中央企业与河南省加强合作,互利共赢。

近两年,央企与地方“联姻”已不仅限于建筑、设施等基础性投资,而是以重组、兼并、产业园等多种方式进入地方,依靠各地政府给出政策支持,利用强大的资金优势为地方经济带来巨大的连锁效应。

眼下,区域经济发展战略的产业结构及布局调整,成为地方争夺央企的重大机遇。新的形势下,央地合作模式也在发生着潜移默化的变化。

国资委一位工作人员告诉记者,地方都希望央企继续加大对地方投资力度,增加合作范围区域及深度。因此,国资委很乐意为其牵线搭桥。

据了解,地方在“追求”与央企合作的原因,不仅注重资金的引进,其中央企的先进技术、人才队伍、发展理念、管理方法等方面,均可成为加快地方产业转型升级提供动力,这几乎是所有省份与央企对接所遵循的“中心思想”。

在专家看来,地方在资源配置、财税扶持、金融支持、城乡规划、人才引进、劳动用工、资源保障等方面给予的支持,也被央企看作“走下去”的良机。

或许正是这难得的“互补属性”,央企与地方之间的合作关系才有了“千丝万缕”的今天。

互补背后的“高危因素”

事实上,万事万物皆有利弊之分。

此前有媒体报道,国务院参事汤敏算了一笔账:“央企现在27万亿的总资产,净资产10.5万亿,去年的净利润不到1万亿,平均净资产收益率约8.4%,剔除息税后的总资产回报率约3.2%,还不及银行的1年期基准存款利率3.25%高”。

汤敏算的这笔账,恰好印证了去年两会期间全国政协委员高明华提出的“央企真实利润为负”的问题。这一结果引得众多业内专家质疑:如果刨去财政补贴、政策红利,仅仅3.2%的总资产回报率,央企还能剩下多少真实利润?

著名财经评论人倪金节认为,央企难看的成绩单的背后,彰显的是其内部低效率的运营体制。高管团队的浓重行政色彩,与地方官员的急功近利相结合,多数项目只能在重复建设和产能过剩的格局中打转。同时,在土地财政和“铁公基”模式之下,地方上马的工程、投资结构也不尽合理。随着时间的推移,“央地”合作模式的缺陷愈发明显。

尤其在“十二五”开局之年,地方政府“抢钱”以赢得发展先机,央企就更加炙手可热。

然而,关键在于,央企以“央地”合作模式扩张的过程中,央企不仅几乎包揽了一切环节,甚至有不少环节干脆被省略。

有专家认为,真正市场化的审计会计机构、完善的公司治理、透明的项目运作等保证资金使用效率和项目回报的诸多环节,形式化特征过于明显,如此一来,不少央企就成就了财大气粗的“大爷”,而不是合格的投资者,距离市场化的投资运营十分遥远,低回报也在情理之中了。

央地合作这个看似“双赢”的模式,其背后暗藏的隐忧也日渐凸显。薛胜文表示,地方政府“傍”央企大款的弊端在于央企行政手段较为刚性,与地方官员好大喜功相呼应,会导致出现盲目上马项目、重复生产建设导致产能过剩。同时,在土地财政和央企强力支配作用下,地方上马的工程,投资结构也不尽合理。