

ABB 集团:竞争力至上

■ 本报记者 陈玮英

2012年9月27日,全球领先的电力和自动化技术集团ABB在华首家合资公司——厦门ABB开关有限公司成立20周年庆典现场,ABB集团宣布,“将通过聚焦创新、服务和人才培养,进一步强化ABB在中国市场的竞争力,实现可持续发展的长远发展目标。”

ABB集团CEO吴坤在接受《中国企业报》记者采访时表示,“在未来5年内,我们将继续推行‘在中国,为中国和世界’的发展战略。为了在更深更广的范围内推动从‘中国制造’到‘中国设计’,我们需要更好地地了解市场需求,更快、更灵活地满足当地客户。我们将进一步优化研发布局,在更多城市建立产品研发和工程中心,更加贴近重点人才市场,贴近业务和客户。”

“在中国,服务中国”

“在某国为某国”。在中国,就是“在中国,为中国”。

吴坤介绍说,中国市场,一度是ABB集团全球最大的市场之一,2011年实现销售收入达51亿美元,年增长率超过20%。在中国,ABB已经实现全线产品的80%到90%完全本地化生产。ABB厦门公司就是ABB在中国成长的最好例子。

在中国20年来的成长历程,ABB中国公司从一个生产制造型企业发展到拥有采购、研发、制造等全面的、服务本地市场的企业。ABB集团实现在这里生产从低压、中压到高压电力全线产品。

然而,随着国际市场和国内本地市场不断变化以及ABB全球新兴市场迅猛发展,中国市场的地位引来各方关注。

ABB北亚区及中国总裁方秦在接受《中国企业报》记者采访时首先肯定了中国的市场地位,“的确,ABB中国在过去几年中曾经成为全球第一大市场,也是最近才变成第二大市场,仅次于美国。”

“事实上,过去20年ABB在美国



ABB在“2011工博会”展示机器人领先实力

没有像在中国这样如此积极地投入发展各种各样的销售资源、建新厂、搞研发。”方秦称,“而近几年,ABB正在美国加强这方面的投入。他们现在逐步赶上中国的步伐。”

“虽然新兴市场增长的非常快,但是比起中国他们依然有很大的差距。”方秦透露,未来,ABB中国的增长速度可能会回落到7%,“但无论从绝对量还是从增量看,仍会远远高于新兴市场的增长。”

对于ABB将在中国建立20多个服务中心的消息,ABB北亚区及中国副总裁、企业传播部北亚区及中国负责人余臻解释说,“未来ABB服务业务的发展会更加注重贴近客户。根据产品和设备的集中度,选择最合适的服务网点,以更好地服务客户、贴近客户。”

“高生产效率就是竞争优势”

在中国取得巨大成就的同时,挑战随之加大,ABB处变不惊。

“不惧怕竞争,欢迎竞争。”是方秦的答案。

“面对在中国遇到的一些新成长起来的竞争对手,我们也是保持开放的态度。更多的竞争也使得我们自己为未来做更多的规划和更多的事情。”方秦告诉记者,ABB加强了在研发方面的投入。“我们认为,自身的高生产效率就是我们的竞争优势,并且不是那么容易就被追赶上的。”

而ABB在华持续投资也在巩固这一竞争优势。今年8月末,ABB与江苏精科智能电气股份有限公司签约,成立了ABB在华的第36家本地企业,专注于生产110千伏以上电压等级的高压互感器,拓展新市场。

对此,ABB电力产品业务部北亚区及中国负责人穆赫告诉记者,中国是唯一一个应用了ABB集团最高端的800千伏特高压直流输电线路的国家,这不仅仅是智能方向的产品,同时也是节能、增效的技术。“因为整个输电线路中的损耗降低了7%,如果不用这个技术,花费会相当大”。

值得一提的是,这样最高端的800千伏特高压直流输电技术,很多重要的产品都是在中国生产的。

“我们知道产品如何做是一种最佳的方式,是一种最高效率的方式,我们通过精益制造,通过公司卓越运营的项目持续改进我们的工作流程和劳动生产效率。”方秦表示。

携手中国走向世界

“回顾20年来我们走过的历程,未来我们会继续增长和成功的道路,致力于用ABB最高技术的产品来服务中国市场,铁路轨道交通和工商业建筑等等。”方秦表示。

20年前,厦门厂从制造装备开始。在20年内,ABB逐步发展工程技术、采购、扩大本地的销售力量直到现在的产品研发,经历了所有的阶段。目前ABB厦门厂处在第四阶段。到了第四阶段之后,厦门厂不光支持ABB中国业务的成长,还会大量出口产品,支持ABB集团在全球的业务增长。

“也就是说,ABB早期就进入中国市场,把技术本地化,在本地进行进一步产品研发。目前比较受欢迎的IRB120机器人就是在本地研发的。这就是在中国设计,在中国生产,然后不仅在中国销售,还会走出中国,走向世界。”方秦表示。

同时,ABB还携手中国企业走出国门。ABB已牵手中国石化,为中国石化在新加坡的润滑油生产基地提供一站式电气成套设备全面解决方案。该项目是中国石化炼化板块的第一个海外建厂项目。

20年,只是时间长河短暂的一页。方秦表示,未来ABB在技术发展和收购兼并的道路上,除了依靠自身的力量开发新的技术和产品之外,会更加关注本地成长起来的技术和企业。

9月中旬,ABB公布了2011—2015年发展战略的进展情况,集团将专注于技术创新、成本节约和提高生产效率,以全面提升竞争力。旨在确立其全球工业自动化领域领导地位的发展战略以及到2015年将其服务业务在集团总销售额的占比提升至20%—25%。

访谈



中国人民大学经济学院教授关权:

中日关系如何影响中日企业转型

■ 本报记者 王敏

“中日对立,整体上对中国经济负面影响不大,而对于日本经济影响深远。他们找不到像中国这么大的市场,但日本的汽车业不会因此衰落。”10月20日,在接受《中国企业报》专访时,中国人民大学经济学院教授关权表示。

日本汽车行业短期不会衰落

《中国企业报》:中日钓鱼岛局势已紧张好一段时间,大批日资企业收缩在华战线,伴随着日本电器的衰落,会不会有日本汽车的衰落?

关权:日本企业不会大批撤离,原因是他们来的目的是赚钱,如果赚不到钱就会撤离。那么撤离的企业主要是由于中国的劳动力成本增加,他们无法支撑。这种企业本来就不是中国所需要的“高科技企业”,撤离不仅不会影响中国经济,反而给中国企业机会。难道“7-11”这种24小时零售店中国人都做不了吗?

日本企业经营战略的传统是“长期战略”,他们轻易不会投资,一旦投资会坚持下去,这也是日本人的“性格”。

日本汽车行业自从1936年几乎同时建立了“丰田”和“日产”两大企业,加上“五十铃”等生产卡车的企业,已经经过了70—80年的历史,而且是在激烈的竞争当中逐步形成的,20世纪60年代之后开始了国际竞争的“洗礼”,这当中经历过无数次来自于美国的“打压”(如里根政府时期的“自主出口限制”、“301条款”等),才有了今天的。

汽车行业,除了组装技术之外,更重要的是零部件生产技术,这方面日本有强大的中小企业的支撑。这一点,我国还存在很大不足,在很大程度上依然属于“大而全,小而全”的局面,汽车工业必须发展零部件工业。我常说,“高铁”的模式是成功的,但是汽车工业是失败的,原因就是零部件方面。因为高铁的技术相对单一,由几家大企业做就可以了,通过引进几条生产线,很快就学到了手,更上了一层楼。汽车工业做不到这一点,因为它的技术比较复杂,零散,而且也不可能只有几家进行生产。当然,通过整合淘汰的过程之后,大多数国家都只有少数几家“整车生产厂家”,而背后存在大量的零部件生产企业。正是这些零部件企业支撑着这个行业。所以我认为日本汽车行业不会因此衰落。不过,面临着来自于韩国和中国的挑战也是事实,就看中国企业如何做了。

中日关系对日本经济影响深远

《中国企业报》:中日这种形势对中日经济各会有什么影响?

关权:这要看这种局面持续多久了。经济活动本身就是彼此密切相关的,尤其在全球化的今天,经济活动是“你中有我,我中有你”的局面,不论是抵制日货还是上述某些限制措施,在某种程度上都会伤到自己,问题是对谁伤害更大。我们对日贸易一直是逆差,说明在某种意义上中国有求于日本。这可能有两个含义。第一,某些西方大国不愿意卖给中国的“敏感产品”(未必是军事技术,而是可以进行精密加工的技术),日本会卖给我们。第二,日本的产品具有竞争力,这一点应该是事实。虽然美欧日三个经济体都是发达国家,各自也都有很高的技术,但是日本在几乎所有领域都显示出强大的竞争力,包括军工在内。第三,作为“邻居”,具有得天独厚的地理优势,虽然这种优势有时会变成“劣势”。

如果持续时间较长,对日本经济的打击是沉重的。原因是,在目前全球经济停滞不前的局面之下,其他国家的需求有限(没有经济增长,也就没有需求),中国的市场是不可多得的,失去中国市场就等于失去全部(边际或增量意义上的)。日本自身经济低迷,国内市场饱和,物价下跌,购买力不会有大的增加。根据经济规律,没有需求,生产技术也会停滞,没有创新就会被淘汰。

总之,中日对立,整体上对中国经济负面影响不大,而对于日本经济影响深远。他们找不到像中国这么大的市场。最有希望的所谓金砖国家当中,印度远远没有消费能力;俄罗斯人口较少,也没有能够消化发达国家加上中国的产品的能力;巴西也如此。其他国家虽然总体上人口不少,如东南亚的印度尼西亚(超过2亿人口)经济发展水平有限,菲律宾、泰国、越南都有一定规模(大约在8000万人以上),但是没有达到“大众消费阶段”。

中国企业早应该有替补的机会

《中国企业报》:如果日本企业收缩,会不会给中国企业以替补的机会?

关权:问题就在这里,其实我们早就应该对外资“发起猛攻”。我说过,“9-18”是国耻,满大街跑这外国车也是国耻。哪个发达国家会有这种外资占据工业1/3的状况?日本和韩国也没有。美国是外资的最大投资国,但是不存在制造业被外资占据“主导地位”的局面,因为在技术上美国不比其他国家差,只是贸易壁垒造成了所谓“关税工厂”而已。而且很多外资都是第三产业,并不威胁到美国经济的整体,尤其是技术。

替补的机会本来就有,即使日本企业不撤出去,你如果有竞争力不是照样可以驱逐的吗?而且,的确外资为我们提供了很多好处,但是这种局面早晚要改变,一个在技术上依赖外资的国家能对人家进行“制裁”吗?说不出口。国际经济学里说的“制裁”通常是一个大国对于小国,一个强国对于弱国,一个强势的集团对于一个小集团的集团,才能做到,即使这样也不一定见效。何况我们呢?所以说制裁底气不足。一个“富士康”在中国可以雇佣120万人,出了那么多事依然很强大,为什么?一个三星可以大手笔在西安一次性投资70亿美元建一个工厂,我们的企业呢?

机会永远都有,看你有没有准备,有没有能力。

美国封杀华为三一的本质

(上接第一版)这一年,中国大陆以73家上榜公司(含香港在内,不包括台湾)的数量首次超过了日本,成为世界500强企业数量位居世界第一的国家。更值得关注的是,这是中国大陆上榜公司数量连续第9年增加,而美国上榜公司数量则是连续第10年减少。

这一趋势表明,迅速崛起的中国公司,正在成为美国跨国公司全球扩张的主要障碍。为保证其跨国公司的利益,美国不惜动用国家力量,对中国公司进行限制和打击。正如复旦大学美国研究中心副教授宋国友所说,妖魔化中国公司的背后原因是议员们希望通过这种强硬的方式来维护美国的国家利益。

在大企业数量不断增加的同时,中国企业对外投资涉及的领域不再限于以往的传统行业,而是开始在众多高科技领域建立优势并不断扩大自己的优势,其营销和投资行为,也由主要面向发展中国家扩展为面向包括发达国家在内的全球市场。

华为公司是中式跨国公司的典型代表。据伯恩斯坦研究公司统计,华为公司已经占据了全球市场20%的份额,成为了紧随爱立信之后的全球第二大通讯设备公司。华为进入美国显然会威胁到思科在美国的龙头地位,思科曾于2011年对其客户发布了一份长达7页、名为“华为和国家安全”的报告,呼吁其客户远离华为。

和思科一样,美国政府更是不能容忍中国公司在自己最强大、最具全球竞争性优势的高科技领域取得竞争优势。正如中欧国际工商学院的教务长约翰·奎尔奇所言:“华为和中兴代表了新的时代:一个第三世界的国家生产着第一世界的高科技。美国的公司从内心觉得很难适应这一点。”

扼住中国企业的喉咙

封杀华为、中兴和三一实际上只

是美国对中国企业发动的阻击战的一个缩影。

出于维护其全球经济霸权的需要,阻止中国出现大企业是美国的一贯原则。由于国有企业是中国大企业的主体,在进入世界500强的79家中国企业中,有超过60家的企业为国有企业。所以美国首先动用各种经济、文化的力量试图削弱中国国有企业的力量。

2011年5月,中国美国商会主席狄安华在接受路透社采访时称,中国国有企业才是美国的“最大威胁”,中国国企向全球扩张,现在不仅在中国国内、甚至在海外商业竞争中,都可以击败美国企业。美国政府应该将注意力从人民币升值问题上移开,转向中国国内那些阻碍美国企业同中国国有企业平等竞争的市场准入壁垒。

2012年初,由美国力量主导的世界银行出台了一份报告,在这份报告英文全文版第四章《企业部门》改革中,明确希望中国国企从当前27%的份额到2030年降低到10%的份额。也就是说,也就是要在未来18年内,将当前国企资产的63%要转让给以外资为主的私营企业。此外,作为中美战略与经济对话的焦点议题之一,美国方面还要求中国政府提高国有企业红利上缴比例,以降低国有企业的盈利能力。

表面上看,美国方面仅仅是出于价值观的不同,对国有企业存在偏见,但其前后的真实意图则是害怕中国有大企业取得对美国企业的竞争优势。在极力反对对中国政府支持企业的同时,美国自己却投入大量资金帮助企业取得其无法通过市场获得的能量和利益。

在试图削弱中国国企的同时,美国还通过对市场、资源、产业链以及关键技术和核心技术的控制,企图扼住中国企业的喉咙,阻止中国企业的成长。

“双反”大棒是美国限制中国企业进入美国市场的“常规武器”。统计显示,自2006年以来美国政府已经对中国

产品发起33起“双反”调查,包括对中国光伏企业的“双反”。

“美国要在有战略意义的关键领域保持30年的领先地位,一般依此决定对华出口。”这是20年前时任美国国防部战略管理司司长康法拉说的一番话。至今,这仍被美国看作是对华高科技出口限制的原则。自2001年到2010年,由于受限于美国出口管制政策,中国自美国进口的高技术产品比重从18.3%降至7.1%,导致美国对华出口减少近500亿美元。为了防止中国企业通过进口获得关键技术,美国不惜失去众多商机和就业岗位。

经济霸权主义的全球威胁

尽管美国一向标榜民主与自由,但一旦涉及美国利益的时候,美国就会撕下所有面具,不惜发动一切军事、文化和经济战争,来维护其在全球的经济霸权地位。

布雷顿森林体系的建立被认为是美国经济霸权形成的标志。也是美国按照自己的利益和意志塑造国际经济秩序的结果。而国际货币基金组织(IMF)、世界银行(WB)、关税和贸易总协定(GATT,现世界贸易组织)所确立的国际经济机制成为美国赖以控制和管理世界经济的得力工具。

美国贸易法301条款充分体现了美国在贸易领域的霸权主义。该条款授权美国总统可以对外国不公平和不合理地限制美国出口的国家采取报复措施。近年来,美国凭借其经济实力的绝对优势不断推行其属于霸权主义的301条款,先后迫使巴西、韩国、希腊、泰国等许多国家在提高知识产权保护、开放国内市场等领域就范,就连一贯被美国视为“难缠对手”的日本、欧共体也屡屡在美方单方面制裁的要挟下让步。

美国《海关与关税法》第337条款也是美国经济霸权主义的产物。根据该条款美国不经与输出国协商,单边采取措

施阻止外国产品进入其国内(其中很多产品并未侵犯美国知识产权),严重违背了WTO的自由贸易等原则和规定。此外,美国在国际投资法领域、国际环境法领域都通过其经济强权,让自己的国内法“具有”域外法律效力,严重侵害其他国家的利益。

通过资本输出渗透到别国经济的主要领域,是美国试图控制别国经济的另外一种重要手段。而高盛、摩根等投资银行则是美国资本扩张的急先锋。

国务院发展研究中心2008年发表的一份研究报告显示,在中国已开放的产业中,每个产业排名前五名的企业几乎都由外资控制。中国28个主要产业中有21个被外资控制。中国进出口总额的55%是由外资企业创造的,中国高科技出口额的87%是外资企业创造的。

特别是一些美国企业在中国市场的份额,已经达到了极为危险的比例。已经广泛进入中国的商业、教育、政府和家庭通信市场的思科通信设备,已经占据中国市场60%的份额,而英特尔占据CPU市场85%份额,微软IE在中国浏览器市场约有80%的占有率。

美国封杀华为、三一从本质上讲是其对中国大企业的阻击战。只要中国企业不放弃发展,这种战争就随时可能爆发。随着中国进入大企业时代,中国企业的全球竞争力会越来越强,而中国企业与美国跨国公司的直接竞争会越来越多。出于维护其经济霸权的需要,美国必然会对中国公司采取各种合法甚至非法的攻击行为,中国企业除了提高自主创新能力,增强在国际市场的竞争力外,还必须把产业链的建设作为战略设计的一部分,特别是要保证在核心技术和关键环节上不能受制于人。只有这样,中国企业才能真正有实力对抗美国所采取的经济霸权主义。任何希望美国能够放弃经济霸权进行平等贸易努力都只能是幻想,会严重贻误中国企业发展壮大机会。