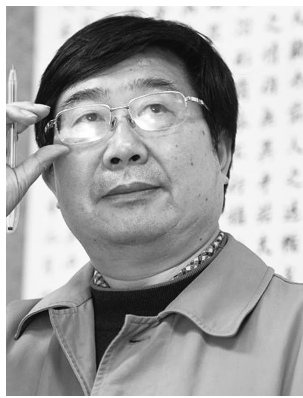


国资论道厅

# “高铁外交”能否助推中国装备制造业增长

近日,李克强总理出访德国时,与德方签订了181亿美元的合作大单,并希望德国允许资质好的中国企业竞标德国的高铁项目。眼下,“中国高铁”正成为国家领导人出访访问提及的高频词汇。在中国的这一波外交攻势中,“高铁外交”产生的连锁效应正在凸显,甚至可以和“乒乓外交”、“熊猫外交”等相媲美。

## “高铁外交”给中国高铁带来了更为广阔的发展前景。那么,中国高铁真的做好走出去的准备了吗?这能否助推中国装备制造业的增长?掣肘的因素有哪些?对此,《中国企业报》记者采访了中国企业改革与发展研究会副会长李锦、国资委专家组成员张春晓。



中国企业改革与发展研究会  
副会长李锦



国资委专家组  
成员张春晓

本报记者 赵玲玲 任腾飞

《中国企业报》:目前,“高铁外交”已经成为中国领导人对外交往的一张国家级名片,成为中国制造业转型升级的重要标志,在提升央企形象和海外竞争力等方面也扮演了关键角色。那么,“高铁外交”能否引领装备制造业的新一轮增长,您是怎么看的?

**中国企业改革与发展研究会副会长李锦:**自2013年以来,国务院总理李克强在出访英国、罗马尼亚、泰国、埃塞俄比亚等国家时多次提及高铁项目。今年夏天,中国承建的土耳其安卡拉至伊斯坦布尔高速铁路二期工程顺利通车,这是中国高铁在海外“零”的突破。通过高铁外交,我们感受到的是中国日益提升的综合国力和中央企业不断提高的自主研发制造能力。长期以来,在很多高科技领域我国一直处于追赶状态,这就像一块未被开垦的荒地,没有过硬的实力使我们难以有所作为。如今,中国高铁完全可以用“奇迹”两个字来评价,在创造了无数个世界第一之后,中国已经成为当今世界高速铁路发展最快、运营里程最长、运营时速最高、在建规模最大、拥有系统技术最全的国家,这点毋庸置疑。这是中国铁路创造的奇迹,也是围绕高铁的中国装备制造业所创造的一个奇迹。

经济转型一直是国家追求的一个新方向,而高铁作为一种资金、技术密集型的出口产品,能够树立中国在高科技领域的品牌,这是“中国制造”由粗加工升级为精加工最好的佐证,成为中国由劳动力密集型出口向技术密集型出口转型的一个标志,这靠的同样是实力。目前,连接新加坡和马来西亚的高铁项目预计在明年招标。如果包括印度和泰国等正在规划中的高铁计划,东南亚国家的高铁总里程将达到1万公里。这对于从事高铁建设的中央企业来说,特别是中国南车、中国北车、中铁、中铁建以及中国交建、相关水泥及水泥辅助剂企业,比如新筑股份、奥克股份、时代新材等公司将直接受益。由于高铁产业链蕴含巨大市场价值,若能顺利拿下印度市场,中国的装备制造将迎来新一轮的爆发式增长。

实现中国经济转型,稳中求进,一个重要撬动点是推动提质增效升级,要使发展动力从主要依靠要素投入向更多依靠创新驱动转变,从主要依靠传统比较优势向更多发挥综合竞争优势转换,从国际产业分工中低端向中高端提升。正是从这个意义而言,推动高铁、核电等高端装备“走出去”,在世界市场上接受竞争的检验,从而提质增效,其实是倒逼国内深层次经济改革和结构调整,促转型、谋发展。

**国资委专家组成员张春晓:**经济增长的核心是实体经济,实体经济增长的核心是工业经济,工业经济增长的核心是装备制造业。我国的装备制造业一直落后于西方发达国家,经过多年的不懈努力,逐步缩小了与发达国家的差距,在这方面,大型国有企业特别是中央企业做出了很大的贡献。在装备制造业中,铁路建设特别是高铁建设是重要内容。中国铁路建设经过多年努力,取得了显著的成绩,近几年,高铁建设在世界市场崭露头角。在经营规模上,目前,中国铁路总里程已超过1万公里,在建高铁里程超过1.2万公里,现有高铁网远远超过其他任何国家;在运行成本上,中国高铁基础设施约为每公里1700万到2100万美元,欧洲为每公里2500万到3900万美元,美国加利福尼亚州为每公里5200万美元左右,中国高铁建造成本是其他国家高铁成本的2/3左右。

今天的世界市场上,国与国之间的竞争,主要体现在企业与企业间的竞争,中国高铁经过多年的潜心努力,已经具备了在世界市场上与欧美等发达国家同台竞争的实力。高铁建设是世界各国基础设施建设的重点,更是各国政府支持的重点。中央企业应把握住这一难得的历史机遇期,各企业以自身的产业节点为比较优势,产业链各环节联手合作,形成完整的高铁产业链条,以航母级的运行方式,组团走出去,降低交易成本,提高运行效率,提升价值链,成为中国在世界市场竞争中的一面旗帜。

《中国企业报》:从体制上看,关于中国高铁发展曾经有种种争论,现在高铁的强势表现,再次提供了直观、有力的新论据,其中也蕴含着中国经济奇迹的重要奥秘。对此您是怎么看的?

**中国企业改革与发展研究会副会长李锦:**近来,原本饱受非议的中国高铁利好频频,在中国高铁种种强势表现面前,当初铺天盖地的批评之声悄然消退。中国高铁之争的背后,隐藏着对中国现行体制与发展模式的两种截然不同的认知和判断:反高派大多基于西方主流自由市场理论对政府直接介入经济、配置资源的高度警惕与敏感,由此看到的是中国现行体制和发展模式的缺点和风险。而多数挺高派则是基于中国模式下的经济成就,及高铁对中国的社会经济价值,看到的是中国现行体制和发展模式的优势。这种政府广泛、深度干预乃至参与经济的方式,显然违背了多数学者所推崇的西方主流学说和西方主要国家宪政民主自由市场的基本制度模式。

中国高铁迅速从落后到迎头赶超的过程,说明靠政府的大力介入与

中央企业的强大力量,的确能使原本处于劣势的产业可以在短期内转弱为强,形成比较优势。可以说,这种政府调控模式再配合以市场有效性的发挥,是共同构成中国高铁经济奇迹的主要原因。

**国资委专家组成员张春晓:**市场是人类伟大的发明,它提供了一个有效的交易平台和运行载体。越来越多的经济研究者和企业经营者认为,资源分配应该尽可能交给反映个人自由意志的市场,国家应该尽可能回避介入市场。也就是说,为了最大限度尊重个人自由,政府的作用越小越好。毋庸置疑,他们是对的。可是要有一个前提,要想市场运行最有效率,必须假定市场参与者都拥有完全信息。但是,现实世界的美妙之处就是信息不对称。正是由于信息不对称,才可以操纵信息,也就出现了逆向选择和败德行为,市场随之失去了理想的效率。

因此,我们不能被市场完全左右。即便市场真的有效,也并不是所有产业、所有产品在市场上运行都是有效。对于基础设施等投资大、投资回收期长、风险点多、利润点低等等,私人往往不愿意投资,或者投资效率不高,这就需要政府主导。中国高铁发展是政府主导型的成功案例,因此,要正确处理政府和市场的关系,并不是所有行业、所有产品都要市场主导提供。要根据行业、市场发展及国际竞争的特点选择不同的市场和政府的关系。需要政府主导,政府要适时主导;需要政府引导,政府要择机引导;需要政府只是监管,政府要快速跟进。在此过程中,政府需要做到不缺位、不越位且能快速补位。

《中国企业报》:在您看来,中国高铁在自主知识产权等方面具有哪些优势?为了获得更多的海外市场,下一步在这方面应该怎么去做?

**中国企业改革与发展研究会副会长李锦:**中国高铁的卖点在于“技术先进、安全可靠,成本具有竞争优势”,特别是在引进技术,经过消化改造吸收基础上,走出了一条自主创新之路,其开发的核心技术突破了外方壁垒,在世界高铁技术领域拥有了一席之地。我国高铁建设成本与欧美国家相比也有显著优势。据资料显示,我国高铁每公里建设成本只有0.33亿美元,相较于国外每公里0.5亿美元,相差1/3,对经济欠发达的发展中国家具有强大的吸引力。目前,老挝、泰国、俄罗斯、巴西等国都与我国签署了高铁领域合作意向书或协议,超高的性价比和先进、安全的技术,强化了中国“高铁外交”的话语权。

日本作为世界上最早研究和投入运营高铁的国家,具有先发优势。中国拥有的高铁技术是全套成熟的自有版权技术,有完备的世界通行的中国标准。中国高铁获得订单的概率更大,但是若想获得海外市场,中国高铁还需要掌握更多具有自主知识产权的核心技术。特别是高速动车组技术。

**国资委专家组成员张春晓:**自主知识产权是所有企业在所在行业的终极追求,中国高铁也是如此。中央企业在高铁发展中,要注重系统集成能力的提升,要下大力气完善企业功能和业务链,推动商业模式创新,增强工程化能力,实现高铁从单项技术创新向系统化、集成化创新的转变。

一是要加强高铁发展战略与规划管理。高铁企业要将科技创新作为企业发展的核心战略,做好顶层设计和总体谋划,坚持完善产业链的方针,确立高铁创新的发展路线,制定发展规划,加强重点节点技术领域研究。二是要进一步建立健全高铁产业节点研发体系。建立适合本企业高铁产业链节点发展所需要的研发体系,明确创新链条节点的职责定位,形成工艺及技术开发、应用研究、基础研究相配套的梯次研发结构。积极探索高效顺畅的研发运行机制,推动研发、设计、工程及生产的有机结合,促进科研成果向现实生产力的转化。高铁企业要横向联合,打造行业共性技术平台。三是要优化配置企业科技资源。进一步加强企业科技资源的优化配置、高效利用和开放共享,实现内外部资源有机结合。加大内部科技资源整合力度,着力解决企业科技资源分散、专业交叉重叠和技术重复开发等问题,完善创新链条,实现科技力量的有效协同。积极利用外部科技资源,通过合作研发、委托研发、并购等方式获取创新资源。积极吸收利用海外优质科技资源,探索建立海外研发机构,开展国际化研发。四是要重点突破高铁产业链关键节点的核心技术。选择高铁走出去急需突破的核心环节,集中力量,加大投入,组织联合攻关,掌握一批具有自主知识产权的核心技术。同时,增强原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新的能力。

## 中国高铁以创造为核心 引领央企国际化进程

(上接 G01 版)

中国高铁的发展日新月异,已经成为中国具有很强竞争力的产业之一。而在国家“走出去”战略的大力支持下,我国高铁的国际化进程将进一步加快。

目前,中国南车拥有20家一级子公司和9万名员工,并在全球设立多家境外公司、合资企业和办事机构,主要产品已经出口欧洲、美洲、澳洲、非洲、东南亚、南亚、中亚、中东等84个国家和地区,经营规模跻身全球行业前三强。中国交建在120个国家和地区都有业务,在93个国家设立了135个子公司,已经形成了一个具有全球化规模的公司架构。

自2004年铁路大发展以来,经过10年的高速铁路新线建设和对既有铁路的高速化改造,中国目前已经建成了世界上最大规模以及最高运营速度的高速铁路网。而自经历2011年动车事故使得国内高铁发展遇冷减速之后,也倒逼中国高铁走出国门,在海外逐渐摸索出一条跨越式发展之路。

### “高铁外交”引领央企国际化进程

谈到央企的国际化,一个不得不提到的词汇就是“高铁外交”。自2013年以来,国家领导人在出访英国、罗马尼亚、泰国、德国、俄罗斯等国家时多次提及高铁项目。6月24日,中国南车获得马其顿6列动车组订单。这是中国城际动车组整车产品首次进入欧洲市场,标志着中国的高端轨道交通装备产品赢得了欧洲市场的认可。

近日,李克强总理在出访德国时表示,希望德国允许资质好的中国企业竞标德国的高铁项目。在两国政府的见证下,中国南车与德国两所大学共同签署“中德轨道交通技术联合研发中心”的合作协议。这也标志着中国南车在欧洲建立起了以高端技术为核心的“桥头堡”。

国家领导人为了经济发展,甘心为企业在海外做“推销员”,这应该算是一件罕有的事。对此,徐宗祥表示,“国家领导人把高铁放在这么高的高度,令人振奋。高铁能够成为一个国家的名片,它也确实能代表一个国家装备制造业的水平。”

长期以来,中国的装备制造业落后于西方发达国家,其主要原因之一就是由于掌握的核心技术不足。中国企业要想进入国际市场并站稳脚跟,产品的质量无疑是第一位的,而这取决于一个国家在技术创新方面所做的努力。

“创新是发展的灵魂,必须走自主创新的路。”孙子宇在谈到影响中国高铁发展的关键因素和发展战略时表示。

近年来,中央企业在技术方面取得了长足的进步,做出了很大的贡献,逐渐缩短了与西方发达国家在技术领域方面的距离甚至有赶超之势。

比如,中国南车目前不仅拥有强大的装备制造能力,在研发的投入上也不遗余力。它拥有变频技术国家工程中心、国家高速动车组总成工程技术研究中心、高速列车系统集成国家重点实验室、动车组和机车牵引与控制国家重点实验室以及9家国家认定技术中心、8个博士后工作站、5个院士工作站,并且在英国、美国等国家已经建立了技术研究中心。

目前,中国高铁正在以“中国创造”为核心,引领中国制造业水平再上一个台阶,它在“走出去”的同时,也带动了相关产业链的国际化。

据徐宗祥介绍,中国南车目前绝大部分是整车出口。一台机车上有一万个零件,大一些的部件也有上百个,实际上这些零件也好,部件也好,很多是与国内的配套企业共同完成的。在南车走出去的过程中,实际上把国内的这些中小企业都在往外带,这是拉动国内中小企业一块走向海外的一个模式。

### 央企强强合作避免“零和博弈”

央企的国际化的进程中并不是一帆风顺的,也交了很多学费。而中国铁路装备的海外之路,也大致经历了从低端到高端、从周边国家向其它国家辐射、从发展中国家到发达国家的过程。

比如,中国南车就是以东南亚、南亚等传统市场作为突破口,辐射至中亚、中东和非洲、南美洲、澳洲,再拓展到北美、欧洲等高端市场,从输出零部件和单一产品到高端整车和成套设备出口,中国南车的“走出去”路径可称“中国制造”出海的典型。

中国交建在海外的发展历程也比较有代表性,单单劳务承包,就做了十几年。据孙子宇介绍,第一个发展阶段基本上是比较低端的,以劳动密集型为主,包括一些装备也不是最先进的。进入到第二个阶段就有一定的技术含量了,叫施工总承包。这时候除了劳动力本身,对施工的技术水平的要求也上了一个层次。第三个阶段对技术含量的要求进一步提高,含有咨询和设计,对企业的要求也更高,竞争也更加激烈。

孙子宇表示,中国交建目前已经超越了这三个阶段,已经进入了一个能够提供交通基础设施相关领域的一体化解决方案。是从项目的策划、勘察、设计、规划,到协助对方的融资、建设、提供装备、培训及最后的运营,实现全生命周期的一体化。

中国的高铁经过这几年的建设,已经有一万多公里的运营里程。在国家推进高铁外交的背景下,企业受益非常大。但同时也应该看到,中国的高铁走出去才刚刚起步,不仅面临着外国企业的强势竞争,在走出去过程中也难免会遇到别的国家在准入、法律等方面设置的种种障碍,这些都是掣肘高铁发展的不利因素。

“从发展战略上看,中国高铁走出去面临的一个重要的问题就是存在着‘零和博弈’。”对于高铁企业如何增强在海外的竞争力,中国企业改革与发展研究会副会长李锦给出了自己的见解。

“实现合作共赢是中国高铁‘走出去’面临的重要问题。中国高铁要想在海外提升竞争力,不仅要尽快掌握具有自主知识产权的核心技术,更重要的是要学会强强合作,然后实现共赢。”李锦告诉记者。