

人世后的中国工程塑料行业

郑 恺

(中国工程塑料工业协会, 北京 100029)

摘要 针对中国加入世贸组织后关税壁垒的保护将不复存在的现实,根据我国工程塑料行业内大部分生产企业都是从中小企业、科研院所发展起来的实际状况,提出了中国工程塑料企业要与实力强劲的跨国公司竞争,必须建立企业发展的战略管理、创新机制、新的营销理念、人才机制等一系列措施。同时针对中国工程塑料行业面临的问题,提出了强化行业信誉机制、联合打造行业“航母”等发展战略。

关键词 WTO 工程塑料 行业 发展 战略

工程塑料以其特有的力学性能、电性能、热性能和化学性能,成为现代工业,特别是高新技术产业必不可少的新材料之一,在世界工业发达国家被竞相发展,并成为衡量一个国家工业发展水平的重要标志。

近年来,随着我国支柱产业和尖端技术的发展,工程塑料的应用领域和市场需求不断增加,工程塑料行业进入了一个高速发展的阶段。同时国家也加大了扶持力度并制定了相应的鼓励政策,1997年、1999年,中共中央、国务院及其国家经贸委、国家计委、石化局下发文件中,确定了“工程塑料生产技术及其装备和通用塑料高性能化”是我国今后几年高新技术发展的重点之一。对符合文件要求的产业化项目,享受国家在项目资本金、进口设备减免税、贷款贴息、风险补助、开发资金投入等给予建设高新技术产业的优惠待遇。

中国加入世贸组织后,关税壁垒的保护将不复存在,无代价的抄袭也将成为历史,我们面对的将是国际化的竞争,而对手大都是实力强劲的跨国公司。在这种新的环境中,企业如何应对,如何拓展市场,如何建立创新机制,如何保持核心竞争能力,将是关系企业的发展,乃至生死存亡的大事,也是每一个企业家必须认真考虑的问题。

1 企业面临的问题

我国工程塑料企业大都是从中小企业、科研院所逐步发展起来的,因此带有浓厚的地域色彩,经验型管理比较多,制度建设滞后,产品技术含量不高,发展后劲不足,这与跨国公司相比差距甚远。加之经营观念陈旧,“提篮叫卖”式的传统营销方式仍居主流,对市场、客户、产品缺乏充分的了解和研究,对国际游戏规则和国际市场文化不熟悉,在品牌运作和资本运作上经验不足,许多技术绝窍不具有知识产权而保留在员工大脑里,一旦员工发生跳槽,企业会蒙受巨大损失,这些都是阻碍企业发展的弊端。

1.1 建立企业发展的战略管理

制定一个适合自身实力和环境要求的战略并有效地加以实施是企业保持竞争优势的关键。以往的经验告诉我们,在企业没有明确的战略目标的情况下,最容易使多数企业将目标集中在一个狭小市场,形成一哄而上的局面,使生产能力大量过剩和缺少差异化,从而导致恶性竞争和价格战,严

重削弱了行业的获利能力,造成人、财、物的大量浪费,与此同时,消费者的需求却得不到满足。如我国的尼龙和PBT就有这种现象,国产PBT被挤到了应用于节能灯、电脑风扇等很小的一块市场,而在其它应用领域进口料每年都在大幅度增加。如果我们能够根据环境的变化、本身的资源和实力选择差异化来满足不同的目标市场上的需求,则不仅可以避免某些产品市场的过度竞争,而且有利于发展自己的核心能力。企业制定好的战略,不仅是自身生存和发展的需要,也是改善行业结构、提高行业竞争力的客观要求。

1.2 建立创新机制

按照奥地利经济学家熊彼德的理论,创新就是企业家对生产要素的重新组合,是根据客观需要把已有的条件、技术组合起来产生一个飞跃。创新不是发明,而是整合之后产生的一个新的东西,关键是提高效率。它主要是由三方面组成:技术创新、管理创新、制度创新。而这三个方面的完美组合就构成了企业的核心竞争能力。

现代企业生存的根本在于它的独特性,即企业无可替代的核心竞争力,当今世界上资源的可获得性是公开的、平等的,企业之间的根本差距就在于资源的整合能力,也就是核心竞争力,这属于企业文化范畴,是偷不去、买不来、拆不开、带不走的企业独有的东西。就目前看,我国的工程塑料生产加工企业与国外企业相比还有一点后发优势,而保持这种优势的关键就是建立一套合理的提高效率的创新体制。在今后相当长的一段时间里,将是我们安身立命,得以发展,得以获得竞争力的现实因素。

1.3 建立新的营销理念

当市场从卖方市场转为买方市场后,企业的经营就应该从生产导向转为市场导向。生产导向寻求满足已有的需要,增加现有产品的销售;而市场导向则着眼于顾客的潜在需要,加以刺激与引导,它的着眼点就是为解决客户所遇到的种种问题而存在。并通过最低的价格,最合需要的形态和最便利的方式提供产品与服务来赚取利润,也就是说,企业只有不断满足消费者的需求才能持续发展。

消费者的需求绝不仅仅是一般意义上的产品,而是能够填充需求所缺少的价值,企业要做做的就是围绕销售的产品,为顾客创造更多的价值。而企业的利益正是在客户享用这些价值的同时得以回馈。这就是现代理念中最根本的东西。以往的营销中,企业只注重了物质产品的输出,而忽略了营造自身的生存环境,只销不营,因此说只能算完成了营销工作的一部分。特别是对工程塑料,市场的成败,产品影响因素不是占主导地位,关键是服务质量与稳定程度。企业要想成功,想发展,就要把为客户服务作为战略问题来抓,围绕为客户解决问题、替客户节约成本,提高效率去做工作,以此来锁定用户,从而使企业发展。这与自然生态规律一样,最先稳定下来并得以不断繁衍的,往往是那些其它生物最需要的生物,这是一条千古不变的法则。

1.4 建立人才机制

合理地开发人才,管理人才,利用人才,是企业成功的关键,特别是随着知识经济时代的到来,创造物质财富需要的传统要素——自然资源和资本的作用会下降,而人力资源的开发是谋求国际发展的基本战略。在我国的企业中,大部分的老板只重“物”的开发而不重“人”的研究,对人才只重“拥有”而不会重用。在西方,是把培养和吸引高层人才做为战略重点,这种人力资源开发观念值得我们学习。人力资源的开发主要依靠激励机制,大致有三项内容:经济利益激励、权力与地位激励、企业文化激励。也就是说,人力资源是作为资本而存在,而资本的报酬应该是产权的收益,这一点我国许多企业目前还很难理解,但这正是大部分国企搞不好的一个很重要的原因。他们很难承认人力资本这个概念的存在,致使大量的优秀人才流失,这一点应引起现在企业的领导人高度的重视,免得重蹈覆辙。如果能够使人才资本拥有相应的产权,就能更有效地从个人财产角度极大地调动人的积极性,激发人的创造性。同时还应注意,人力资源只有通过使用才得到增进与提高,而闲置将使其逐步丧失资本含量。另外,人力资源的开发是一个渐进的过程,需要有长期性、计划性与系统性,还要在开发的过程中引入竞争机制,宜人善用,避免埋没人才,扼杀人的能动性才能的增长。

2 行业面临的问题

中国工程塑料行业虽然经过了几年的快速发展,取得了一定的成绩,但从整体实力来看,还处于刚刚起步的发展阶段,不具备雄厚的经济实力。行业缺乏大型企业做为行业支撑,市场占有率仍然非常低,80%的原材料是依靠进口,大部分企业都面临生产效率较低,产品大都在中低档水平,缺乏竞争能力,资金的短缺又限制了行业的发展。随着国外企业在中国办厂,廉价的劳动力成了国家的优势,而不再是行业的优势。过去外国企业来中国,必须按照我们的游戏规则运作,今后是按 WTO 规定的游戏规则运作,规则方面我们不再有优势可言。这个改变可能比关税改变带来的冲击还要大。

前两年我们都在谈“与狼共舞”,现在狼真的来了。GE 公司在广东番禺的工厂 3 年内从 2.5 万 t 扩大到了 6.3 万 t,

2001 年在上海又新建了 2.5 万 t/a 的共混工厂,而且全部高负荷开车,产品供不应求。2002 年仅 GE 公司塑料部大陆销售人员就增加到 400 人。帝人公司在上海浦东建 2 万 t/a 的共混工厂;南亚公司在惠州建 3.6 万 t/a 共混工厂;杜邦公司在中国的工厂实现自 2002 年 2 月起全员本土化,不再有外籍人员担任经理;拜耳公司在上海 10 万 t/a PC 工厂正在建设;帝人公司的 10 万 t/a PC 工厂正在筹划中;宝理公司的 6 万 t/a POM 工厂将于 2004 年上马;杜邦、旭化成公司的 POM 工厂的建设可能比宝理公司的还快。在石化行业,壳牌公司出资 4.3 亿美元购买了中石化的股票,并联手购买了国内 500 个加油站,又与中海油公司签订协议,投资 20 亿美元建立大亚湾石化公司,同时购买了 4 亿美元的中海油的股票。美孚公司在中石化海外上市时,认购了 10 亿美元,成为中石化海外第一大股东。这些举措都是跨国公司以强化市场地位、降低生产成本、提高效率、优化资源配置为目的的国际化运营。显而易见,这将使本来已经十分激烈的国内市场竞争进一步白热化。面对如此状况,作为行业来讲有几个问题应该引起我们的足够认识。

2.1 强化信誉机制

在市场经济时代,特别是入世以后,建立信誉机制是维护市场正常运转的基本条件。

过去我们以国有企业为主体,是法定的垄断者,靠垄断利润生存,企业的无形资产不被重视,变化无常的政策很难形成稳定的预期,错综复杂的关系网和地方保护,使优胜劣汰的竞争机制难以发挥作用。因此在中国的市场上信誉机制不被重视,而追求短期利益就成了最优选择。企业没有必要为获得信誉带来的长远利益而放弃垂手可得的眼前利益。通常跨国公司都有良好的公司声誉,积累了大量的信誉资本。入世后我国的市场将进一步开放,国外的产品大量进入,并利用他们的信誉优势同国内企业争夺客户,这是致命的竞争。因此,强化行业信誉机制,建立品牌意识,避免恶性价格竞争是今后一段时间全行业的大事。为了生存、为了发展,必须提高信誉与品牌意识。行业协会今后将致力于强化行业信誉机制,努力在业内营造浓厚的“诚信”气氛,配合国家行政管理部门建立规范的市场诚信制度,逐步积累信誉资本、树立国内品牌、提高国际化竞争水平。

2.2 联合打造“航母”

就目前国内工程塑料行业看,树脂生产力量薄弱,改性企业的情况稍好。但对于整个中国市场来说,真正有实力、有竞争力的企业毕竟还是太少了。随着经济全球化和科学技术的迅猛发展,越来越多的企业开始预感到,单凭企业自身的力量很难在激烈竞争的市场环境中求得生存和发展。20 世纪末,西方企业迫于强大的竞争压力,开始对企业关系进行战略性调整,纷纷从对立竞争走向大规模的合作竞争。合作竞争的最主要模式之一就是建立企业联盟。战略联盟作为企业组织关系中的制度创新,已成为现代化企业强化竞争优势的主要手段,被誉为 20 世纪以来最主要的组织管理

创新”。协会将发挥自身的优势,积极支持有规模、有信誉的企业拓展业务,快速发展,在技术方面,在争取国家政策方面,在国际合作方面提供帮助,使之做大做强,有能力参与国际市场竞争。并寻求适当的时机促成并组建工程塑料企业联盟,努力取得战略联盟的规模经济效应、范围经济效应、速度经济效应和共生经济效应,共同打造自己的行业“航母”。只有建立合作竞争的意识,才有可能避免被各个击破,一死一大片的局面。希望行业内的企业家能够有危机感,尽早谋求行业的盟友,形成合作,提高企业抵御风险的能力和市场竞争能力。

2.3 依靠国家政策支持

据统计,近年来进口的工程塑料 70% 以上是以加工贸易方式入关的,原因是前些年国家实行对加工贸易退税和减免税等一系列优惠政策后,加工贸易逐渐取代一般贸易,成为一种主要进口方式。来料加工企业用进口料可享受各种优惠,而买国产料要先征增值税,出口再退税(进料加工企业

用国产料只能退一部分),从而使国产料的价格很难与以加工贸易方式进口的原料竞争。

加入 WTO 后,我国正逐步降低进口关税,这将使进口的名义关税和实际关税间的差距大幅下降,国产工程塑料的价格竞争力将随之上升,而且国家也正拟将政策鼓励进口原料改为鼓励在国内采购,对在国内采购的原料给予优惠待遇。如果一旦实施,将更有利于国产料进入来(进)料加工市场与合资企业、独资企业市场。加之近年来海关加大对加工贸易的监管力度和打击走私的力度,国税局也配套出台了一系列税收监管政策,国家计委还发布了 10 号文,这些都是对于国内生产企业的一种政策性支持。作为我国工程塑料行业来说,一要把握住机遇,二要了解国家政策,利用政策优势发展自己,努力提高本行业在国内市场上的占有率。

总之,今后中国最成功的企业将会是那些在最适当的时候,充分利用企业的核心竞争能力,合理利用知识资源,及时抓住机遇,成功地实施正确战略的企业。

THE ENGINEERING PLASTICS INDUSTRY OF CHINA AFTER JOINING WTO

Zheng Kai

(China Engineering Plastics Industry Association, Beijing 100029, China)

ABSTRACT To counter the fact of existing no tariff barrier protection in China after joining WTO, according to the practical situation that most productive enterprises in China engineering plastics industry have grown up from the medium and small enterprises and research institutes, a series of measures is put forward that the strategical management, mechanism of blazing new trails, new marketing theory, talent mechanism, etc. for the enterprise development should be set up. At the same time, countering the problems being faced in China engineering plastics industry, the developing strategy of strengthening the industry prestige mechanism and building the industrial “aircraft carrier” jointly is put forward.

KEYWORDS WTO, engineering plastics, industry, developing, strategy

松下电器推出塑料回收利用设备

日本松下电器产业公司近日宣布开发出塑料回收利用设备,可回收利用报废的电视机壳等含有溴类阻燃剂的塑料。

添加溴类阻燃剂的塑料因为可以降低家电产品及纤维制品的易燃性,被广泛使用,但以往的回收技术会降低材料的冲击强度及物理特性,因此不易回收再利用。松下电器的回收设备由于先使用溶剂除去阻燃剂,然后进行回收,对材料冲击强度等基本没有影响。另外,通过重新加入其它的阻燃剂和增强材料,可达到比新材料更高的强度。因此,对于不同的零部件,即使使用 100% 的回收材料,也能够进行产品的成型加工,而且还有助于提高电视机等家电产品的再利用率。回收后的塑料还可以再次利用该设备回收,总计可以反复回收 10 次左右。

该公司今后将致力于设计大型回收设备,使处理能力提高到每天 1 t 左右,力争在 2003 年下半年达到实用水平。

(胡波)

导电高聚物纳米管研究取得重要成果

最近,中国科学院化学所在导电高聚物纳米管的研究方

面取得了一系列创新性进展,首次在无外模板存在条件下,成功地制备出一系列自组装的导电聚苯胺和聚吡咯及其衍生物的微米/纳米管,成为拥有自主知识产权的研究成果。

导电高聚物纳米管和分子导线的合成与制备是制约实现纳米器件和分子器件的关键。模板合成方法是国际上制备导电高聚物纳米管和分子导线的常用和有效的方法。但是,该方法制备步骤复杂、条件苛刻。无外模板法与模板合成方法相比,具有简单、廉价等优点。

研究小组在验证发明方法的可靠性和实用性,控制纳米结构的形貌和尺寸,发现微米/纳米管兼具电磁双功能的微波吸收特性,实现纳米管的光、电、磁多功能化及研究纳米管自组装机理等方面,都已取得重要的研究成果,发表论文 30 篇,申请专利 3 项(其中授权 1 项)。论文发表后国际同行给予了高度的评价。

化学所科研人员成功地制备出一系列无机酸掺杂的自组装聚苯胺纳米管,实现了自组装纳米管的尺寸可控性。同时,他们还成功地制备出手性自组装聚苯胺纳米管。另外,采用磺化的偶氮苯作掺杂剂,用自组装的方法也成功地获得具有光异构化功能的聚苯胺纳米管。

(陈信)