

我国汽车制造业投入服务化现状、趋势及对策分析

张永庆, 杨悦, 潘玲颖

(上海理工大学 管理学院, 上海 200093)

摘要:服务化是当今世界制造业发展趋势之一,也是制造企业获得竞争力的重要手段之一。作为我国经济发展的支柱产业之一,汽车制造业在近年来也开始踏上服务化的征程。在分析汽车制造业服务化成因的基础上,采用投入产出法,选择国家统计局发布的投入产出表数据,从投入服务化的角度,计算了汽车制造业零部件、物流和研发三方面的服务化投入,分析了我国汽车制造业服务化的现状和发展趋势,并与国外汽车制造业服务化现状进行了对比。在此基础上,针对我国汽车制造业与国际先进汽车制造业之间服务化水平的差距,分析了原因并提出了相应的发展策略建议。

关键词:汽车制造业;投入服务化;发展策略

中图分类号:F062.9 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2017)02-0044-07

随着全球经济的快速发展和信息技术的迅猛推进,制造业向服务业转移渗透已成为世界各国经济结构发展的显著趋势,制造业服务化成为制造业与服务融合的一种新型发展模式。全球主要发达国家和跨国企业巨头,大多已完成了从制造到服务的转变,如IBM公司、飞利浦公司、GE公司等纷纷通过服务化转型提升竞争力,通用电气、宝马汽车、施乐等著名公司的服务收入占总收入的比例分别达到46%、30%、53%,服务化为制造企业的发展提供了新的利润增长点。国内的一些大型制造企业,如上海宝钢、一汽大众等也开始成立专业的服务公司,并在金融、物流等领域开展社会化服务,形成了宝钢宝信、一汽启明等一批典型制造服务企业。

汽车工业作为我国重点投资和发展的产业,近年来无论产量还是销量都保持了较快增长。根据福布斯官方网站报道,2015年我国汽车产销分别完成2 450.33万辆和2 459.76万辆,创全球历史新高,连续七年蝉联全球第一。然而,随着汽车市场的逐渐饱和,国内汽车企业面临的竞争愈来愈激烈,制造环节的利润不断被压缩,日益增大的环保压力也对汽车企业制造提出了更高的要求。而服务化为汽车企业提升竞争优势、增大利润空间、优化利用资源、减少环境污染提供了一条切实可行的路径,这使得我国汽车制造企业逐渐开始重视服务的投入,走上服务化转型的

道路。

1 汽车制造业服务化

制造业服务化是制造业和服务业融合发展的结果,这一提法是由Vandermerwe和Rada首次提出。他们对服务化的理解是制造业企业由仅提供物品或物品与附加服务向物品—服务包转变。紧接着很多学者对这一概念展开研究。根据国外学者对制造业服务化的内涵的研究,可以将其归纳为三类:一是指制造企业不再仅提供产品,而是提供包括产品、服务、支持、自我服务和知识的完整的“包”,代表学者是Vandermerwe和Rada^[1];二是指企业从以生产产品为中心向以提供服务为中心转变,代表学者是White和Reiskin,强调服务化是一种动态的变化过程^[2];第三种理解是以Szalavetz为代表,他从内部和外部两个方面来解释服务化的现象:一是内部服务的效率对制造企业竞争力来说日益重要,已超过了传统的决定因素,二是对顾客来说,与物品相关的外部服务越来越复杂,重要性也日益提高^[3]。

国内关于制造业服务化的研究最早始于20世纪90年代末,李江帆、刘继国、孙林岩等学者对我国制造业服务化进行了深入的研究^[4]。刘继国等从投入产出的角度把制造业服务化分为两个部分,一是投入服务化,指企业的中间投入以实物要素为主向以服务要素为主的转变;二是产出服务化,指企业的产出以

收稿日期:2016-10-10

作者简介:张永庆(1962—),男,黑龙江海伦人,上海理工大学管理学院,副院长,上海理工大学沪江产业经济研究所,所长,教授,博导,研究方向:企业战略发展规划;杨悦(1992—),女,河南信阳人,上海理工大学管理学院,硕士研究生,研究方向:产业经济;潘玲颖(1987—),女,福建龙岩人,上海理工大学管理学院国际经济与贸易系,讲师,博士,研究方向:能源产业经济。

实物产品为主向服务产品为主的转变;并在此基础上分别研究了投入服务化战略和产出服务化战略的影响因素及绩效^[5-6]。孙林岩等^[7]从企业经营的微观视角提出了“服务化制造模式”的概念,指企业在产品生命周期的各个阶段(包括研发设计、制造装配、销售、物流、运行维护、回收等),通过产品与服务的融合实现资源整合,以提高效率和实现创新的制造模式。

归纳总结上述学者对制造业服务化的概念界定,本文把汽车制造业服务化理解为汽车制造企业逐渐增加服务要素的投入和服务产品的产出这样一种过程。从投入的角度看,汽车制造企业的服务化意味着一方面加大研发等高附加值要素的自主投入,另一方面外包低附加值的零部件生产、物流等环节,购买零部件专业制造企业提供的产品和服务、第三方物流公司提供的物流服务等生产性服务来增加中间服务要素投入;从产出的角度看,传统汽车制造企业与客户进行一次性的交易模式,随着汽车产品的销售完成,与客户的关系也即结束,而服务化的汽车企业逐渐向汽车金融、汽车租赁、售后服务、二手车交易等增值服务环节渗透,与客户建立长期、多次的交易关系。

概括而言,汽车制造业的服务化表现为以下两方面:

1)传统的汽车制造价值链不断拓展和延长,汽车制造的价值链覆盖范围从传统的生产制造,拓展到与汽车产品相关的服务领域。

2)在非核心业务外包的情况下,单个企业的价值链在缩短,汽车制造企业更专注于研发、组装、销售等核心模块,提高产品的质量与服务,从而塑造自身的核心竞争优势。

2 汽车制造业服务化的成因

2.1 汽车制造业外部环境的变化

1)服务经济的兴起。近几年来,全球范围内服务业迅速发展,全球服务业的产出占全球经济总量的比例不断增加,部分发达国家服务产业的产值占国民经济的比重接近80%,发达国家的经济逐渐完成从“产品经济”到“服务经济”的转变。在我国,以服务业为主的第三产业占国民经济的比重也逐年上升,在2015年首次达到50.5%,成为带动国民经济的主要力量。

2)汽车服务环节的高收益性。汽车服务所创造的价值要大大高于汽车制造创造的价值。据美国《新闻周刊》和英国《经济学家》对世界排名前10位的汽车公司近10年的利润情况分析,在一个完全成熟的国际化汽车市场,汽车的销售利润约占整个汽车利润

的20%,零部件供应利润约占20%,而剩下60%的利润是在汽车服务领域产生的。在美国,有1美元的汽车在路上行驶,就伴随着8美元的相关服务^[8]。

3)客户需求的多样性。随着市场环境的变化,消费者关注的除了产品本身的使用价值外,还有产品的附加服务,如汽车的零配件维修、汽车美容保养、汽车金融保险、二手车交易等,服务已成为产品的重要组成部分。

4)激烈的同质化竞争。汽车制造商通过把服务作为实施差异化战略的工具,增加服务内容,区别其他生产商提供的有形产品,增加产品的核心价值,在市场上与其他产品形成差别性竞争,可以提升企业的竞争优势,为企业摆脱同质化竞争提供一条切实可行的路径。

5)强烈的环保呼声。汽车企业通过要素投入的服务化,将非核心业务外包给专业化生产企业,如外包零配件的生产及物流,提高各种资源的利用效率,提高产品开发、设计、制造、装配、包装、运输、销售、售后服务等环节的效率,可以最大限度地优化利用资源和减少环境污染。

2.2 汽车制造业内在形势的要求

1)专业化分工的推进。汽车制造产业的专业化分工是汽车制造业服务化的前提和基础。随着产业内分工的日益细化,汽车零部件、汽车物流等逐渐独立于整车制造业。汽车制造业通过把汽车零部件、物流等环节进行分离,更能专注于核心优势的积累;同时,零部件生产、物流企业等通过为汽车制造企业提供专业化的生产性服务获得规模经济效应,这种高度分工、强调协作的生产模式为整个汽车产业链而不仅仅是为单个汽车企业取得竞争优势。

2)产业价值链的延伸。我国大部分汽车制造业依然依赖制造环节获得利润,而汽车制造企业要想获得长久发展,必须不断向产业链的上下游延伸:一方面,汽车企业加大研发等自主投入,抢占高附加值的价值链上游;另一方面,向汽车维修、汽车金融、二手车交易等下游产出服务延伸。这种从价值链低端不断向价值链上下游移动的趋势也就导致了汽车制造业服务化现象的出现。

3 汽车制造业投入服务化的趋势分析

如前所述,汽车行业外部环境的变化以及内在形势的要求引发了汽车制造业的服务化转型。而我国汽车制造业服务化的现状及发展趋势是本文关心的主要问题。目前,国内外学者对制造业服务化的研究主要集中于制造企业由提供物品向提供服务转变即

产出服务化上,而对制造业中间投入的服务化趋势研究较少。随着分工深化和生产专业化,越来越多的制造企业在生产经营过程中,不断增加研发等高附加值服务要素的投入,将用于生产最终产品的中间服务(如零部件的生产、物流、仓储)外包,利用外部专业化社会化服务投入优化生产结构和提升效率,并且随着生产性服务业的迅猛发展,这种趋势更加明显。

就服务投入而言,它在制造业的发展过程中发挥着日益重要的作用,不仅影响着制造业的生产率,还决定着制造业的竞争力^[9]。因此,研究我国制造业的投入服务化趋势既能弥补以往学者研究的空缺,也具有重要的理论和现实意义。基于此,本文着重从投入服务化的角度研究我国汽车制造业的服务化趋势。

3.1 理论依据

制造业的投入服务化意味着中间投入从以实物要素为主转向以服务要素为主。汽车制造企业生产经营活动所需要的服务要素分布于整条价值链的各个环节,既包括生产过程中的采购、零件供应、质量控制等服务,也包括生产过程开始之前的研发、产品设计、市场研究等上游服务和生产过程结束之后的物流、广告、市场营销等下游服务(如图 1)。

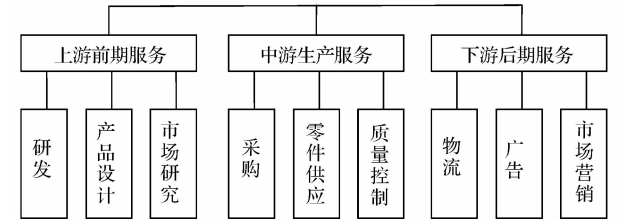


图 1 汽车制造业投入服务要素

在这些服务中,上游产前服务的增值能力较强,尤其是研发活动,在很大程度上决定着企业的竞争力,故汽车企业需要加大研发服务要素的投入。而汽车制造业价值链条上的中游和下游投入服务化实际上是将一系列以前由汽车企业内部提供的生产性服务活动进行垂直分解,将内部采购、零件供应、运输等活动外包给生产性服务企业,使用这些外部企业更加专业化的生产所提供的服务来满足需求,提高生产效率^[10]。在后文的分析中,本文主要选取上游的研发投入、中游的零部件供应投入和下游的汽车物流投入进行研究。

3.2 分析方法和数据选择

通过相关文献的分析整理,发现国内外学者在研究服务投入与制造业的关系时主要采用两种方法:一是生产函数法,即对道格拉斯生产函数进行改进,把

自变量由资本、劳动扩大到能源、原材料和服务等,通过估计生产函数来考察服务投入对制造业产出和生产率的影响;二是投入产出法,即运用投入产出表揭示制造业和服务业之间的关联关系。Park 以太平洋地区 8 个国家的投入产出表为基本数据计算依赖度来研究制造业与服务业之间的依存关系^[11]。刘继国、赵一婷运用 OECD9 个国家在 20 世纪 70 年代、80 年代和 90 年代的投入产出表计算依赖度,分析了制造业对服务投入依赖程度的演变规律^[12]。

综合对比上述两种方法的简便性、实用性以及数据的可获得性,本文选取投入产出法,通过计算依赖度来考察我国汽车制造业要素投入服务化的程度及其变化趋势。投入产出法是美国著名经济学家瓦里西·里昂惕夫在 20 世纪 30 年代所提出的一类经济数量分析方法。它以棋盘式平衡表的方式反映、研究一个经济系统各个部分之间投入与产出的相互依存关系,被普遍用于经济研究领域。完整的投入产出表主要由中间使用、最终使用、中间投入和增加值四个部分组成。一方面,表的横向反映了国民经济各部门的产出是如何分配给其他部门用于生产和如何分配给居民和政府用于最终消费;另一方面,表的纵向则揭示了各部门进行生产过程中消耗了多少其他部门的产品量以及收入的分配状况。在投入产出表的具体分析中,产业依赖度是最能体现产业间依赖程度的分析工具。

产业依赖度指在某个行业的生产中,某项中间产品的投入系数占全部中间产品投入系数的比重。用公式表示为:

$$d_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_i a_{ij}}$$

(1)

其中, a_{ij} 是 j 行业关于 i 行业的中间投入系数, $\sum_i a_{ij}$ 是第 j 行业的全部中间产品投入系数之和。 d_{ij} 值越大,说明 j 行业对 i 行业的生产依赖程度越高,来自 i 行业的投入对于 j 行业的生产重要性越大;反之, j 行业对 i 行业的生产依赖程度越低,来自 i 行业的投入对 j 行业的生产重要性越小。

所谓中间投入系数(又称直接消耗系数),是指在某个行业的生产过程中,其他行业的产出作为中间投入占总投入的比重。用公式表示为:

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{X_j}$$

(2)

也就是用 j 产业生产经营中所消耗的 i 产业部门价值量 x_{ij} 除以 j 产业部门的总投入 X_j 。

我国的投入产出表从 1987 年首次开始编制，每逢 0, 2, 5, 7 编制一次。本文以我国 2000 年、2002 年、2005 年、2007 年、2010 年、2012 年的 42 部门投入产出表为依据，计算依赖度数据，对汽车制造业零部件供应、物流和研发的投入服务化进行实证分析。

3.3 分析结果

表 1 汽车制造业投入服务化趋势表

年份	2000	2002	2005	2007	2010	2012
交通运输设备制造业占中间投入比	33.37%	38.74%	37.09%	46.76%	47.71%	44.25%
交通运输及仓储业占中间投入比	1.82%	3.07%	3.12%	2.10%	2.50%	3.96%
科学研究事业占中间投入比	1.92%	0.10%	0.17%	0.90%	0.98%	0.63%
投入服务占中间投入比合计	37.11%	41.91%	40.37%	49.76%	51.19%	48.84%

数据来源：国家统计局投入产出表整理。

1) 零部件供应投入服务化趋势明显。近年来，随着汽车工业的发展，汽车零部件产业也获得了较快的发展，规模不断扩大。汽车制造业外购零部件比例也不断上升，由表 1 可以看出，我国汽车制造业零部件外购比例从 2000 年到 2012 年上升了 10.88 个百分点，在 2010 年达到 47.71%，说明我国汽车制造业零部件产业与整车制造业呈现明显的分离趋势，零部件要素服务化趋势明显。随着全球经济专业化分工的推进，原有的整车装配与较多零件生产一体化的分工模式必然要改变。一方面，汽车企业通过外包零部件生产，能逐渐把重心转移到加强产品研发、提高产品质量与服务上；另一方面，这也促进了零部件生产企业的快速发展以及零部件生产的进一步专业化，最终形成一个强大的零部件生产体系。

2) 汽车物流服务化程度加深。汽车物流是指按客户的需求，将汽车零部件、备件、整车从供给地向需求地转移的过程^[13]。国内汽车市场的繁荣带来了汽车物流需求量的巨大增长，总体来说，我国汽车制造业物流要素占中间投入的比例呈现上升的趋势，从 2000 年到 2012 年，其占比从 1.82% 猛增到 3.96%，标志着汽车制造业物流服务要素越来越受到企业的关注，汽车制造业物流要素的服务化程度也日益加深。实际上，一些汽车制造企业已经开始关注第三方物流理念，汽车物流的外包趋势在悄然形成。比如上海通用将其汽车物流外包给了中远；一汽大众将进口零部件入厂物流外包给了第三方；上海大众也已正式进入了“零部件入厂物流”的外包阶段，减少了在物流上所占用的资本，大大降低了物流运作的成本和风险。

3) 研发投入发展迅速。从投入产出表的数据来

本文选取交通运输设备制造业(主要为零部件供应)、交通运输及仓储业(物流)、科学研究事业(研发) 3 大主要服务要素进行研究，分别计算零部件供应、物流和研发服务要素占汽车制造业的中间投入的比例， $d_i(i = 1, 2, 3)$ 分别表示 3 大服务投入要素，数据结果见表 1。

看，我国汽车制造业科研占中间投入的比例在 2002—2010 年稳步上升。同时，由《汽车工业年鉴 2014》上的相关数据整理成图 2，从图中可以看出，2006—2013 年间，我国汽车研发经费支出逐年增长，2006—2008 年汽车销售额提升幅度相对较小导致研发投入占比较高，2008—2010 年受金融危机的影响，占比有部分下降，随后研发经费占营业收入比稳定提升，说明我国汽车制造业逐步认识到研发投入要素对企业的发展起着不可替代的作用。近年来，我国主要汽车集团纷纷加大研发投入，建立汽车研究院，研发新车型，并相继推出自主品牌，如长安、长城、奇瑞、吉利、比亚迪等。其中，长安汽车是我国自主品牌的领军者，连续五年自主品牌汽车产销居全国首位，这与其逐年增长的研发投入是分不开的，“十二五”期间，长安汽车累计研发投入 378 亿元，2015 年其研发投入占营业收入比例高达 3.84%。长安汽车不仅在国内坚持自主研发，还创建了“五国九地、各有侧重”的全球 24 小时协同研发体系，不断增加的研发投入使其产品取得良好的市场反响，稳坐我国汽车自主品牌头把交椅。

4 我国汽车制造业服务化现状与国外对比

尽管我国汽车制造业投入服务化趋势明显，但与国外先进水平相比，服务化水平仍然较低。

1) 在零部件供应要素方面，我国汽车制造业零部件外购比例在 2010 年达到 47.71%，与发达国家相比仍存在很大差距，据估计，美国通用汽车公司的零部件外购率高达 60%，而丰田公司甚至有 70%~80%^[14]。在国外成熟汽车工业的发展过程中，整车制造商逐步由传统的纵向经营、追求大而全的生产模式向精简机构、以整车开发、整车组装为主的专业化

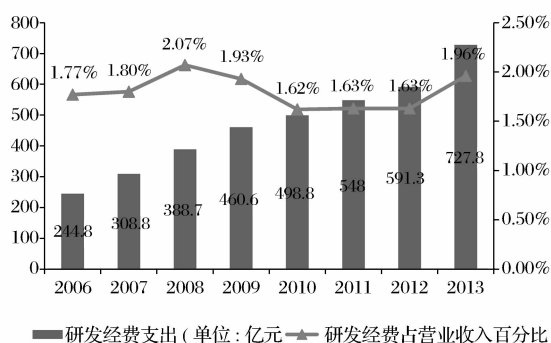


图2 我国汽车制造业研发投入占营业收入比

数据来源:汽车工业统计年鉴 2014。

生产模式转变。整车制造商对汽车零部件的需求越来越多地依赖于外部独立的零部件供应商,随着汽车制造业零部件产业与整车制造业的分离,零部件的生产逐渐作为汽车生产过程中的一个服务投入要素而存在。与国际趋势相比,我国原有的汽车企业组织结构总体来说是落后的,多数汽车企业集团均下设零配件配套企业,形成全资子公司或控股公司为本集团整车厂配套生产零件,以满足本集团内部整车生产需要为目的,造成了资源的分散,效率的低下,企业规模也难以做大。

2)在物流投入要素方面,我国现行的主体汽车物流模式仍是供产销一体化的自营模式,只有极少数大公司实行物流外包模式。汽车制造企业下设附属的整车物流服务单位,这些附属单位只为母公司提供相应的服务,无法服务于外部客户,资源利用率低下;同时,由于自营物流往往只从整车生产企业的利益出发,过多地强调生产企业生产的连续性,要求零配件生产企业提供远大于实际需要的库存;并且,为了保证自身的物流需求,重复性地建设运输与仓储网络,不但加重了制造商的资金负担,而且降低了汽车产品的总体物流效率,造成汽车制造的物流成本较高。据统计,我国汽车制造企业的物流成本在汽车销售额的比例均在15%以上,而美国汽车制造业的物流成本仅占销售额的8%左右,日本的这个比例更低,只有5%^[15]。80%以上的国外汽车制造业均将汽车物流外包给第三方物流企业,以降低物流的成本。第三方汽车物流具有专业化、规模化和社会化的特点,是物流资源整合的主要承担者。根据2010年美国物流协会统计结果,通用汽车使用了37家第三方物流企业,福特汽车使用了27家第三方物流企业。可以看出,我国汽车制造业的物流服务发展严重滞后于发达国家。

3)在研发投入要素方面,我国汽车制造业研发投入占营业收入比均值低于2%,即使是汽车上市公司,近年来研发费用占营业收入的比例平均也只有3.5%左右,同发达国家的研发投入普遍占比5%相比,研发投入明显不足。近些年来,世界著名的汽车跨国公司纷纷加大投资,与我国企业合资建厂,促使我国一跃成为汽车大国,然而却不是汽车强国。这种投资多定位于组装和加工制造,极少有技术和研发方面的投资项目,通常都是由外方进行整车和关键零部件的技术开发和换代升级,在我国进行生产制造,很少有在我国完成产品研发再生产的情形。这种特殊的“二元研发结构”严重阻碍了我国汽车产业研发能力的提升,使我国一直处于价值链的最低端,成为规模巨大的装配车间^[16]。虽然近些年来我国出现一批像长安、奇瑞、吉利等自主品牌,但是与国际知名品牌相比,这些自主品牌生产的产品缺乏竞争力,远远落后于国际先进水平。

5 我国汽车制造业服务化水平较低的原因

1)企业的服务化发展观念不足,意识不强。我国汽车企业发展理念仍停留在“大而全”,企业组织结构相对落后,多数汽车企业集团下设零配件配套企业和附属的整车物流服务单位,形成全资子公司或控股公司为本集团整车厂配套生产零件,提供相应的物流服务。这不仅加重了制造商的资金负担,造成了资源的分散,而且资源利用率低下,使企业无法集中精力于核心优势的积累。况且,很多汽车企业仍依靠低端的生产制造环节赚取利润,不注重研发、服务等高附加值环节,研发投入严重不足,无法实现进一步的服务化发展。

2)相关配套产业发展落后。汽车制造业的服务化不仅需要企业自身具备服务化发展意识,还需要外部相关产业的配合,如零配件产业、物流产业等。而我国的零配件产业薄弱,研发能力不强,产品更新换代速度慢,制造水平低下,产品精度不高,且企业规模较小,成本较高。我国的物流等生产性服务业同样发展水平低、服务能力不强,国内汽车物流企业提供的服务多限于简单的仓储、运输等整车物流传统业务,对于零部件物流等更深层次的汽车物流服务仍较为缺乏。这些都阻碍了整个汽车工业的服务化发展。

6 我国汽车制造业服务化的发展策略分析

在整体经济服务化的大趋势下,汽车产业走向服务化是必然的,随着市场的发展和细分,服务要素在汽车制造业的地位将日益明显。而如何面对服务化进程中所遇到的挑战则是汽车制造企业普遍将面临

的问题,本文在结合前文分析的基础上,提出以下对策建议。

1)增强企业服务化转型意识。汽车制造企业应积极主动地向服务化转型,注重服务要素的投入,外包非核心的零配件、物流等业务,依靠外部更专业化公司提供的产品和服务满足生产需求。汽车企业可以剥离其附属的零部件生产企业,让其有更大的自主决策权,与其余零部件企业通过兼并重组等模式组成巨人集团,从而更好地为汽车制造企业提供服务。同时,汽车企业应外包效率低下的物流业务,采用第三方物流来提高企业运营效率,第三方物流经过不断的发展完善,能利用专业化的技术和规模经济实现低成本、高质量的物流服务。而随着精益生产的流行,供应链物流也将实现精益供应。汽车制造企业可以与物流供应商加强合作,实现生产模式的统一、研发技术的合作、战略伙伴关系的建立,通过信息共享、成本透明、增值过程再分配来消除供应过程中的浪费,降低成本,实现利益最大化。

2)大力发展相关配套产业。一方面,我国零部件产业的薄弱严重阻碍了汽车制造业的服务化进程,所以构建专业化分工、分层次、合理的汽车零部件生产体系尤为重要。零部件企业可以与上游整车企业组建联盟共同发展,通过参与整车的设计过程,及时了解整车厂的需求,同时,汽车整车厂可对零部件企业实行实时监督以协调生产。并且我国零部件企业大部分以低附加值的产品生产为主,创新能力薄弱,需加大研发资金投入,提高创新能力,实现与整车厂同步甚至超前发展。另一方面,要大力发展汽车物流服务业,尤其注重零部件物流等更深层次的汽车物流服务,提高汽车物流服务业的生产率,缩短流通时间和费用,降低库存量,促进第三方物流的发展,增强区域性物流合作,培养出能接手汽车制造商整个供应链的物流企业。

3)加大汽车产业研发投入。我国汽车企业要实现服务化转型必须加大研发投入,提高汽车产品质量及相关服务水平,逐渐由低附加值的生产制造环节向研发、销售、服务等高附加值环节延伸。我国汽车工业起步较低,政府作为宏观调控的主体,应制定各种优惠政策,加大对研发创新方面的投入,引导汽车企业建立技术中心来推动国内汽车行业的发展。企业自身作为服务化转型的主体,在现阶段更需积极参与国际合作,采取合资合作的方式,加大技术引进,在引进消化吸收再创新的基础上,不断学习国外先进的生产技术和管理经验,提升整车研发水平,形成整车设

计开发流程,尽早形成自己的品牌体系,打造国际知名品牌。同时,汽车企业可通过加大海外投资,有效利用全球科技成果和智力资源的大舞台,掌握和形成一批自主知识产权和技术。

7 结论

总而言之,服务经济的兴起、客户需求的多样化、激烈的同质化竞争以及强烈的环保呼声引发了我国汽车制造业的服务化转型。根据前文的实证分析结果,在零部件、物流及研发方面,我国汽车制造业投入服务化程度不断加深,进一步证实了我国汽车制造业正在逐步实现服务化的转型,但是与国外先进汽车制造业相比,服务化程度仍然有较大差距,有待进一步提升。一方面,我国汽车制造企业的服务化发展观念不足,意识不强;另一方面,相关配套产业发展落后也阻碍了汽车企业的服务化进程。故我国汽车制造企业应增强服务化发展理念,加大服务要素的投入,同时配合相关产业的发展,实现汽车价值链上企业之间的共赢,共同推动我国汽车工业的高速发展,实现我国从汽车制造大国到汽车发展强国的转变。

参考文献

- [1] VANDERMERWE S, RADA J. Servitization of business: adding value by adding services[J]. *European Management Journal*, 1988, 6(4): 314-324.
- [2] REISKIN E D, WHITE A L, KAUFFMAN JOHNSON J, VOTTA T J. Servicing the chemical supply chain[J]. *Journal of Industrial Ecology*, 2000(3): 19-31.
- [3] SZALAVETZ A. Tertiarization of manufacturing industry in the new economy: experiences in hungarian companies[D]. *Hungarian Academy of Sciences Working Papers*, 2003, March, 134.
- [4] 刘继国. 投入服务化战略: 维度、研究假设及其管理含义[J]. *现代管理科学*. 2007(4): 39-41.
- [5] 刘继国. 制造业企业投入服务化战略的影响因素及其绩效: 理论框架与实证研究[J]. *管理学报*, 2008(5): 237-242.
- [6] 刘继国, 赵一婷. 制造业企业产出服务化战略的影响因素及其绩效: 理论框架与实证研究[J]. *上海管理科学*, 2008(6): 42-46.
- [7] 孙林岩, 李刚, 江志斌. 21 世纪的先进制造模式——服务型制造[J]. *中国机械工程*, 2007, 18(19): 2307-2312.
- [8] 金宁运, 刘朝明. 汽车服务的价值增值链模式研究[J]. *改革与战略*. 2007, 11(23): 34-37.
- [9] 刘继国. 制造业服务化发展趋势研究[M]. 北京: 经济科学出版社, 2009: 41.
- [10] 陈宁. 基于服务要素投入的制造业结构演进规律研究[D]. 上海: 上海社会科学院, 2010.

(下转第 137 页)

PAUL MACDUFFIE. Taiwan's bicycle industry a-team battles Chinese competition with innovation and cooperation [J]. *Strategy & Leadership*, 2008, 36(1): 14—19.

economics, 1999, 48(1): 37—70.

[55] Hamel G. Competition for competence and inter-partner learning within international alliance [J]. *Strategic Management Journal*, 1999(2): 83—103.

[54] GEREFFI G. International trade and industrial up-grading in the apparel commodity chain [J]. *Journal of International E-*

Review and Prospect of Research on Labor-intensive Enterprises

LI Fen

(Concord University College, Fujian Normal University, Fuzhou 350117, China)

Abstract: The contribution of labor-intensive enterprises to the world economy can not be ignored, but the advantages of labor-intensive enterprises were affected by the economic development, so the study of labor-intensive enterprises is of great significance. This paper reviewed the concept, the influence factors, certain specific industries, the development transformation of labor-intensive enterprises, but there is still a lack of in-depth, comprehensive and with the times study. Therefore, the future research should first have a system of research ideas, and then combined with the characteristics of the development of the times, multi industry and multi angle research, to provide reference for its development and transformation.

Key words: labor-intensive; intensive; development and transformation

(上接第 49 页)

[11] PARK S H. Intersectoral relationships between manufacturing and services: new evidence from selected Pacific Basin countries [J]. *ASEAN Economic Bulletin*, 1994(3): 245—263.

业研究, 2012(6): 9—13.

[14] 汪杏子, 解为华, 郑安文. 国外汽车零配件销售模式分析与思考 [J]. *汽车工业研究*, 2014(8): 20—24.

[15] 高彬彬, 张雯蕊. 我国汽车制造业物流外包模式的探索 [J]. *现代商贸工业*, 2014(8): 52—54.

[16] 邵慰, 李怀. 中国汽车产业自主创新机制研究 [J]. *财经问题研究*, 2013(4): 22—24.

[12] 刘继国, 赵一婷. 制造业中间投入服务化趋势分析——基于 OECD 中 9 个国家的宏观实证 [J]. *经济与管理*, 2006(20): 9—12.

[13] 周孙锋. 探析汽车物流业发展存在问题及对策 [J]. *汽车工*

Analysis on the Present Situation, Trend and Countermeasures of Servitization of China's Automobile Manufacturing Industry

ZHANG Yong-qing, YANG Yue, PAN Ling-ying

(School of Management, University of Shanghai for Science and Technology, Shanghai 200093, China)

Abstract: Servitization is one of the trends of manufacturing industry in the world, and it is also one of the important means for manufacturing enterprises to gain a competitive edge. As one of the pillar industries of China's economic development, automobile manufacturing industry has begun to embark on the journey of servitization in recent years. Based on the analysis of causes of servitization of automobile manufacturing industry, the input-output method is applied, and the input-output table data released by the National Bureau of Statistics are selected, from the view of the devotion servitization, the input of spare parts, logistics and R&D of automobile manufacturing industry are calculated, analyzing the status quo and development trend of servitization of automobile manufacturing industry in China, and compared with the foreign automobile manufacturing industry. On this basis, the reason of the gap between advanced levels in other countries and in China is analyzed, and the corresponding development strategy is put forward.

Key words: automobile manufacturing industry; the devotion servitization; the development strategy