

Research on Military Electronics Industrial Enterprises Strategic Execution of “One Belt, One Road”

Yudi Wu, Jianwen Xu

The 38th Research Institute of China Electronics Technology Group Corporation, Hefei Anhui
Email: wuyudi524@163.com

Received: Oct. 9th, 2017; accepted: Oct. 22nd, 2017; published: Oct. 30th, 2017

Abstract

The paper takes China Electronics Technology Group Corporation (CETC) for example, analyses profound influence of “One Belt, One Road” national strategy, and improves ideas, objectives and paths of implementing international strategy for military electronics industrial enterprises in China. The research offers a new idea on internationalization strategy by building “word-class innovative enterprises”, and indicates four directions of products and services, international brands, business management, geopolitics on internationalized business operation. Moreover, it proves inspirations for military electronics industrial enterprises strategic execution of “One Belt, One Road” national strategy.

Keywords

One Belt, One Road, Military Electronics Industrial Enterprises, Electronic Information Industry, International Strategy

军工电子企业践行“一带一路”战略的思考

吴宇迪, 许建文

中国电子科技集团公司第三十八研究所, 安徽 合肥
Email: wuyudi524@163.com

收稿日期: 2017年10月9日; 录用日期: 2017年10月22日; 发布日期: 2017年10月30日

摘要

以中国电子科技集团公司为例, 分析“一带一路”国家战略对军工电子行业的深远影响, 研究军工电子

企业实施国际化战略的思考、目标和路径, 提出以建设“世界一流创新型企业”助推军工电子企业国际化经营的新思路, 并提出从产品和服务、国际品牌、企业管理、地缘政治等四个方面开展国际化经营的新方法, 为我国军工电子企业更好践行“一带一路”战略提出启示。

关键词

一带一路, 军工电子, 电子信息行业, 国际化战略

Copyright © 2017 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

“一带一路”战略是以习近平同志为核心的党中央主动应对当今全球形势深刻变化, 深度参与世界经济格局变动, 赢得发展战略机遇, 统筹国际国内两个大局做出的重大战略决策。“一带一路”发展战略源自于 2013 年 9-10 月, 中共中央总书记、国家军委主席习近平在访问中亚、东南亚诸国时先后提出的多个发展中国家共同建设和发展“丝绸之路经济带”与“21 世纪海上丝绸之路”的创举, 立刻得到国际上的普遍认同, 简称“一带一路”[1]。2015 年 3 月 28 日, 国家发改委、外交部、商务部联合发布《推动共建丝绸之路经济带和 21 世纪海上丝绸之路的愿景与行动》, 明确提出了我国推动“一带一路”的实施路线图和时间表[2], 正式标志着“一带一路”上升为国家战略。“一带一路”战略的内涵是在我国宏观经济运行呈现出结构性减速, 进入经济发展新常态的背景下, 通过对外直接投资, 向“一带一路”沿线国家提供基础设施所需要的投资[3], 推动我国对外贸易实现从商品输出到资本输出的升级[4], 并将有力带动国内过剩产能的消化与产业结构的优化, 进而构建全方位对外开放的新格局。

2. “一带一路”发展战略对电子信息行业的深远影响

(一) 宏观形势

以创新驱动为代表的新型增长模式正在加速电子信息行业的转型升级, 电子信息领域作为全球高科技资源与人才聚集、最具变革性、技术更新产品升级速度快的典型代表, 行业竞争态势已日趋多元化[5]。全球电子信息企业向未来市场空间巨大的云计算、大数据、人工智能等技术方向抛出“橄榄枝”, 投入大量资源, 布局新兴产业和技术[6]。“一带一路”、“走出去”等国家战略对国内电子信息企业国际化战略提出了新的要求, 将促使国际化战略成为企业发展的新动能和新经济增长极。“十三五”乃至更长一段时间, 我国将致力于构建全方位对外开放的新格局, “一带一路”战略布局的有序开展, 将推进实现亚、欧、非地区多达 65 个国家的共同发展[7]。从全球电子信息产业的发展形势来看, 软硬件服务一体化、完整解决方案供应、全球资源整合、军民融合发展正逐步演变为未来发展的大趋势[8], 同质化产品和低端技术将被挤出市场, 国际政治、经济、社会秩序将助推企业资源的“重新洗牌”。

(二) 机遇与挑战

1) 发展的机遇

一方面, 政治格局趋于多极化发展, 我国的影响力正在逐步增强。随着全球经济复苏放缓, 美国、欧元区、日本的影响力在相对下降, 传统经济体制和发展模式的潜能已消退, 世界经济发展需要新的、多元动力支撑, 大国间的合作趋势已日渐明朗。“一带一路”战略将促使亚太、非洲、拉美等发展中国

家, 以及沿途的中亚、东南亚、欧洲等地区的发达国家不断加强对外合作。重点国家需求突出。受世界金融体系压制, “一带一路”沿线的发展中国家经济增长乏力, 深陷“流动性陷阱”。例如, 中国与巴基斯坦全天候战略伙伴关系需要进一步强化; 缅甸民选政权上台不久, 国内局势不稳; 伊朗防范美国、以色列的经济、军事双重威胁; 沙特阿拉伯反恐维稳; 阿尔及利亚、苏丹、津巴布韦、巴西、阿根廷、委内瑞拉和古巴等国家也都有强烈的电子信息产品和技术采购需求。

另一方面, 我国为主导的国际金融经济新秩序正在建立, 新兴市场主体在资本市场的话语权正逐步加大。上合组织开发银行、金砖国家开发银行的建立, 将重构国际金融安全网; 亚洲基础设施投资银行 57 个创始成员国的加入、丝路基金 400 亿美元的推进, 人民币国际化的稳步开展, 都将改善我国在亚太地区乃至全球的金融环境, 并有力保障发展中国家和地区的基础设施建设快速发展。上海经合组织、欧亚经济联盟、中国 - 东盟(10 + 1)、中日韩自贸区等为电子信息企业的国际化战略提出了新的要求。目前, 我国电子信息企业, 如华为、中兴、航天科工、中国电子等均重点从加快基础设施、支持技术业务创新、推动跨国融合发展、加强开放共享合作等四个方面, 成体系推动“网络强国、中国制造 2025、互联网+”等战略规划“走出去”, 推动信息技术与当地经济社会发展的深度融合, 积极拓展国内品牌在电子信息领域的国际影响力和话语权。

2) 面临的挑战

复杂多变的国际经济形势与政治环境使我国国家安全和经济发展面临一系列挑战。局部地区动荡持续, 世界各大经济体复苏进度分化明显, 朝韩、印巴、中日等地区热点与敏感问题频发, 美国将东盟多个国家拉入 TPP 谈判, 妄图瓦解亚太和平发展与“一带一路”战略格局。发达国家重点发展先进制造业, 加速进入“工业 4.0”、“新硬件”、“人工智能”时代, 新兴经济体和发展中国家加速发展具有比较优势的产业, 分别在电子信息产业链高端和价值链关键环节对我国企业形成“挤压”效应。全球电子信息技术领域的产业结构调整和转型升级要求不断加大, 我国企业在技术研发上的投入和转型方向上把控有所不足。此外, 各种原材料、能源、配套产品及人工等成本持续上涨, 国际业务利润趋薄已成为新的发展难题。部分核心关键技术和关键元器件仍然依赖于国外进口, 国际技术垄断问题成为制约我国电子信息行业发展的瓶颈, 品牌国际形象和影响力不足也是限制国外企业国际化竞争力的关键。

3. “一带一路”下的军工电子企业国际化经营战略

(一) 中国电科发展概况

中国电子科技集团公司(以下简称“中国电科”)成立于 2002 年, 是中央直接管理的国有重要骨干企业、国务院授权的重要投资机构、十大军工集团之一, 2016 年《财富》杂志世界 500 强企业排名第 400 位。作为深耕于国防现代化和国民经济信息化建设的军工电子“国家队”和电子信息技术领域“主力军”, 中国电科现有下属二级单位 66 家, 三级及以下单位 543 家, 上市公司 8 家, 分布在全国 26 个省、市、区。拥有国家级重点实验室 18 个, 国家级研究中心和创新中心 10 个, 省部级和集团公司重点实验室 14 个, 博士后科研工作站 20 个。现有中国工程院院士 11 人, 有突出贡献中青年技术专家 36 人, 享受国务院特殊津贴 574 人。

中国电科一直将国际化战略作为主营业务之一, 历来重视“预警机”等军工电子装备出口和民品出口。截至 2016 年底, 中国电科已在境外设立了 38 个分公司、40 个办事处, 国际化经营专职人员 2300 余人, 其中外籍雇员 701 人。

(二) “十三五”国际化经营战略

“一带一路”战略的规划期约为 35 年, 将分三步走, 是一项长期的国家战略。在未来的具体实施中, 代表国家军工电子企业的中国电科势必扮演至关重要的角色, 发挥积极的作用。

1) 发展思路

以服务国家外交战略实施的建设“世界一流创新型领军企业”为目标,以“安全、智慧”事业为后盾,坚持“业务统筹、互利共赢、安全有序、品牌塑造”发展原则,充分发挥军民深度融合优势,打造具有国际竞争力的拳头产品,确保到2020年实现国际化业务600亿元以上收入目标。塑造覆盖全球市场的“电科系”品牌形象,以国际合作提升产品、产业、服务全面升级,切实提升国际化战略能力和国际市场竞争力。

2) 战略目标

到2020年,传统优势市场不断巩固扩大,中东、前苏联地区、南美、非洲、中欧等重点新兴市场开拓取得明显成效,全面深耕巴基斯坦、埃及、伊朗、东南亚等主导市场,不断提高中国电科产品的市场占有率和市场话语权;全力打造以预警机、光伏产业等为代表的重点项目,形成国际市场全面布局、体系化产品带动、国际业务规模效益不断提升的良性发展态势;以海外代表处为中心,联合下属成员单位建设覆盖全球重要区域的国际经营网络;国际合作不断取得新突破;具备较强的境外人才、科技等资源利用能力及境外资本和资产运作能力;品牌体系知名度和国际影响力显著提升。

4. 建设“世界一流创新型领军企业”的发展路径

2016年7月,习近平总书记在全国科技创新大会上,明确提出要建设“世界一流创新型强国”目标,电子信息技术领域企业必须充当“排头兵”,借“一带一路”发展战略的契机,率先建设成为“世界一流创新型领军企业”。经过案例研究和综合分析,国内电子信息行业企业国际化战略必须从以下四个方面着手。

1) 产品和服务

军工企业受到体制制约、缺乏市场意识等制约,习惯于军队采购单一模式,在产品和服务供给方面存在“短板”,一方面要对用户和市场进行充分调研,根据具体需求细分市场,提供灵活、定制化的差异化产品,在满足国际标准基础上形成真正有国际竞争力的产品,并提供后续售后和升级服务;另一方面,缺少经营实体和足够的服务人员是制约国内企业国际化战略的短板,服务水平是很多国家和地区衡量产品性价比的重要指标。

2) 国际品牌

品牌价值代表客户对产品和服务的认可度和忠诚度。所以,能否形成高识别度和高形象质量的品牌是军工企业国际化业务最大的价值体现。首先,要研究和利用国际商标、专利保护制度,研发和申请具有自主知识产权的核心技术,并形成较为完备的产品体系。其次,通过有国际影响力的事件活动来提升品牌价值是最有效的途径。

3) 企业管理

现代管理学的整个理论体系基本上都来自于国外,很少有成体系的中国企业现代管理的理论与文化。很多国外学者对中国管理学的认识和理解都是对古代管理思想的“只言片语”。我国的还有军工企业要走向世界,除了要学习、理解国外的企业管理知识,还要形成既符合自身发展规律又被西方认可的管理模式和方法,进而形成特色管理理论。

4) 地缘政治

各国由于地域文化的不同,导致外交、经济、历史、法律、生活习俗等方面存在差异和约束,国际法以及一些国际公约也是不能忽略的因素。例如,中国电科参与的平方公里阵列(SKA),是由十多个国家共同参与的国际化大科学工程,要在澳大利亚、南非建设天文望远镜时,遇到当地税收、环保、劳动法等政策限制,不仅增加了项目成本,还为项目执行增加诸多不便。因此,在多国努力下,SKA由一家

英国注册公司转换为国际政府组织, 享受优先于任何一国当地法律的政策优惠, 解决了政策瓶颈问题。

5. 结论

以上分析, 为我国军工电子企业在“一带一路”国家战略背景下发展国际化业务提供了参考和战略思考。总体来说, “一带一路”已上升为国家战略, 为我国军工电子企业提出了新的要求和挑战, 能否抓住发展机遇, 谋划和实施共同将决定企业未来发展的成败。在新的历史时期, “一带一路”为电子信息行业打开了一扇重要窗户, 为中国电科为代表的军工电子企业提供了前所未有的发展机会和宽广的国际舞台, 军工电子企业应牢记使命与责任, 努力成为电子信息领域具有全球影响力的“世界一流创新型企业”。

基金项目

国家自然科学基金项目(51378160)。

参考文献 (References)

- [1] 习近平. 关于《中共中央关于全面深化改革若干重大问题的决定》的说明[N/OL]. 新华网, 2013-11-15.
- [2] 蒋希衢, 程国强. 国内外专家关于“一路一带”建设的看法和建议综述[J]. 中国外资, 2014(10): 30-33.
- [3] 孔庆峰, 董虹蔚. “一带一路”国家的贸易便利化水平测算与贸易潜力研究[J]. 国际贸易问题, 2015(12): 158-168.
- [4] 王义桅. “一带一路”机遇与挑战[M]. 北京: 人民出版社, 2015.
- [5] 詹君恒, 吕庆华. 影响中国创意产品出口“一带一路”国家的主要因素研究[J]. 华侨大学学报哲学社会科学版, 2016, 116(5): 101-110.
- [6] 王要武, 吴宇迪, 薛维锐. 基于新兴信息技术的智慧施工理论体系构建[J]. 科技进步与对策, 2013, 30(23): 39-43.
- [7] 杨韶艳. “一带一路”建设背景下对民族文化影响国际贸易的理论探讨[J]. 西南民族大学学报(人文社科版), 2015(6): 38-42.
- [8] 吴建南, 郑长旭, 姬晴晴. “一带一路”战略实施与国际科技合作创新[J]. 情报杂志, 2016, 35(4): 32-36.

知网检索的两种方式:

1. 打开知网页面 <http://kns.cnki.net/kns/brief/result.aspx?dbPrefix=WWJD>
下拉列表框选择: [ISSN], 输入期刊 ISSN: 2160-7311, 即可查询
2. 打开知网首页 <http://cnki.net/>
左侧“国际文献总库”进入, 输入文章标题, 即可查询

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: mm@hanspub.org