

产品和服务升级研究

陈志强

郑州西亚斯学院, 中国·河南 郑州 451150

【摘要】我国某些领域已领先世界水平,但诸多产品和服务的中、低端水平仍然是制约宏观经济快速发展的瓶颈。通过“淘汰制升级”,淘汰掉不被市场看好的产品和服务;“技术性升级”,使产品和服务步入高、中端水平;“个性化升级”,确保产品和服务的个性化需求等,是推进我国宏观经济快速发展的根本途径。

【关键词】产品和服务;宏观经济;升级

Product and Service Upgrade Studies

Chen Zhiqiang

Zhengzhou Sias College, Zhengzhou, Henan, China 451150

[Abstract] my country has been leading the world level in some fields, but the middle and low-end level of many products and services is still the bottleneck restricting the rapid development of macro economy. Through the "elimination system upgrade", the products and services that are not favored by the market are eliminated; , is the fundamental way to promote the rapid development of my country's macro-economy.

[Key words] products and services; macroeconomics; upgrading

【课题】国民经济学校级重点培育学科阶段成果。

“我国在基因技术、杂交水稻、航空航天技术等领域的科技水平已经在世界上占有一席之地,但我国科学技术发展的总体水平还相对落后,原始创新和系统集成创新能力还不够强,核心关键技术的自主知识产权占有率低,拥有自主知识产权核心技术的企业不多,大量的核心技术亦要靠进口”^[1],宏观经济涉及的诸多产品和服务仍处于世界中、低端水平。这是造成“资本外流、股市震荡、出口负增长、投资乏力、产能过剩”^[2]等现象的根源。

“苹果 iPhone 每年都会升级产品,每一年都吸引大量果粉关注,在发布新一代 iPhone 之前,即使已有的旧手机不好使也不会马上换掉,用户的态度会是:等明年出了新一代时候再买,因为明年新款肯定比今年的好。”^[3]因此,实现产品和服务升级既是经济发展的需要,又是供给侧改革的需要,也是公众的期盼。

1 实现产品和服务的淘汰制升级

1.1 是要在观念上嵌入淘汰制升级。不解决“观念问题”,大力推行“升级版”的产品和服务淘汰制就会遭遇意想不到的困境。我们要进行新的社会主要矛盾——“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”的广泛、

深入地调研,并通过大量案例、数据等来佐证中、低端产品和服务对人民追求美好生活,对宏观经济增长的负面影响。要通过权威媒体、行政文件、群众反馈等让从事中、低端产品和服务的集体或个人充分认识到:淘汰中、低端产品和服务,使之转型升级为高、中端产品和服务是我国全面深化改革进程中“更大的民生”,是中国特色社会主义进入新时代的必然要求。达成中、低端产品和服务升级的共识是观念上嵌入“淘汰制”升级的首要目标。

1.2 是要在制度上创新淘汰制升级。要实现对中、低端产品和服务的淘汰制升级,就要选取由相关方面代表组成的中、低端产品和服务淘汰制调研写作班子,并在“顶层设计”思想支配下,在充分调研的基础上,在遵循市场规则、规律前提下,科学核算各类工作内容与需用人数的框架结构,科学设计“人职匹配”的最佳结构,科学衡量中、低端产品和服务界定,及其与同类高、中端产品和服务的界限,并本着“人尽其才,物尽其用”原则,将“人”与“物”的淘汰因素细致、客观、全面地纳入制度,使“升级版”的中、低端产品和服务淘汰制更加完善、可行。

1.3 是要在执行上确保淘汰制升级。我们可以借鉴新加坡的相关模式:第一,将制度和“制度的执行制度”(如:对于制度执行者不执行制度或执行程度上歪曲执行制度的惩罚制度等)公布于众,达到“深入人心”的地步;第二,全方位、全过程监控生产和服务流程(避开隐私监控),使各层级管理者,甚至全体职工都能看到监控画面,知晓监控内容。这就起到了制度执行者和各层级管理者相互制约的作用(说情者难以利用“人情世故”),职工群众也会监督监控结果的执行情况;第三,将制度执行过程纳入监控范围。如:哪些产品和服务归属于中、低端?哪些产品和服务涉及到的“人”和“物”需要淘汰?要将这些信息通过网络、媒体等工具至于“光天化日”之下,尤其要设计好对“说情者”的曝光措施。需要注意的是:上述“三板斧”要以国家的意志行使。时间长了,社会就会自然形成“淘汰制文化”。

2 实现产品和服务的技术性升级

2.1 是实现新材料技术升级。“新材料技术被称为‘发明之母’和‘产业粮食’”。^[1]新材料技术的发展,不仅促进了信息技术和生物技术的革命,而且对生产和服务方式产生着

重大影响。“芯片、纳米、超导等材料技术的升级使得‘芯片上的实验室’成为可能,使得任何领域都有可能因纳米技术引发一场颠覆性革命。”[3]缘此,我们应从中、低端产品和服务的源头(中、低端产品和服务产生的根源首先是原材料问题)抓起,深入研究中、低端产品和服务的原材料技术升级问题,客观设定中、低端产品和服务的原材料技术升级为高、中端产品和服务的“新材料技术”的过程性标准,深层次探索中、低端产品和服务的原材料技术升级规律,建立各类产品和服务的“新材料技术”准入制度,以国际高、中端水平衡量我国各类产品和服务的“新材料技术”质量,并将此纳入企业检验、考核、奖惩内容。依照相关技术标准,监控、奖惩产品和服务的原材料技术向“新材料技术”的转型升级过程,是实现中、低端产品和服务的技术性升级的必须手段。

2.2 是实现新制造技术升级。近年来中国制造名声在外,但诸多出口的高质量商品则主要是为了迎合贸易顺差的需要,且存在不少国民前往国外消费本国生产的高端产品这种令人“啼笑皆非”的“境外高消费”现象。要改变这种局面,就需要国内市场的中、低端产品升级为国际水准的高、中端产品,以满足国民追求美好生活的向往。为此,我们要使产品的生产过程融入新技术,使之接近或达到世界高、中端水平。第一,要在研究国内消费趋势的基础上广纳或创新世界新技术标准,将此作为中、低端产品和服务转型升级的技术攻关方向;第二,要大力开展(包括研究生层次的)高等职业技术教育,培养能够胜任生产、建设一线技术性升级工作的各类高端技能型、应用型人才;第三,要快速推广使用智能技术,彻底改变那些“人为因素”形成的中、低端产品;第四是要监控新制造技术的应用情况。

2.3 是实现新服务技术升级。现代服务涉及的经济范围很宽,由此产生的经济效益也非常乐观。前些年,为了吸引我国消费者,欧洲一些国家甚至成立了专门研究中国消费者消费倾向的研究机构。如果我们能够让国民在国内享受到与国外一样或更高水准的现代服务,则诸多的境外高消费就会“回流”。这就需要研究新服务的技术性升级问题。第一,要成立行业总会,并在“顶层设计”基础上组织研究现代服务产业趋势及其质量标准;第二,要全民开展现代服务教育,使国民的现代服务质量鉴别力大幅提升。对现代服务产业员工的教育尤其要“专业”;第三,要建立现代服务产业管理文化,包括:现代服务产业管理思想、管理制度、管理模式、管理绩效等。

3 实现产品和服务的个性化升级

3.1 是实现个性化需求的品种升级。品种“足够且多样化”,一方面能从供给角度引领个性化市场需求;另一方面能从需求角度给予客户更宽、更个性的选择。只要我们实现品种的足够且多样化,就一定能够引领和满足大多数客户的相当程度的个性化需要(这就为个性需求的规模化生产找到了切入点)。第一,企业要广泛深入地进行现有中、低端产品和服务不能满足个性化需求方面的调研,为品种升级为“足够且多样化”提供基础信息;第二,企业要对预升级的品种进行个性化衡量,以使新产品和服务切实吻合个性化需求;第三,企业要把握品种升级的高、中端标准,不仅是“量”的满足,而且是“质”的衡量。通过品种升级,能够在相当程度上满足“浅层次”个性化需求的客户。

那些“纯个性化需求”的客户要由企业内相应的人员、设备等给予对应性的满足。

3.2 是实现个性化需求的整合升级。目前,大、中、小企业各自都存在投入产出比是否划算的问题,也都难以“量产”并满足客户的个性化需求。大企业有技术、有质量,但它的优势主要体现在规模生产,单个客户的个性化需求会影响企业整体效益;中小企业具备“船小好掉头”的特征,但个性化需求对性能、质量等方面的要求往往比较高,“东拼西凑”式的满足个性化需求肯定不会久远。要解决上述问题,就要充分利用规模经济、质量经济、效率经济的基本特征,把相对独立的同类企业整合起来,在统一管理和“量产”中满足产品和服务的个性化需求。第一,由国家牵头整合行业企业,建立行业内合作制度,将行业内的生产纳入统一管理范畴;第二,以区域为单位建立行业内个性化需求甄别系统,对同期出现的个性化需求进行分类,科学划分甄别后的同类产品和服务需求;第三,将上述个性化需求按照区域内相关企业的市场细分特征(“联合企业”要分别投资市场细分所需的生产线)分别下订单,以实现个性化需求的“量产”。

3.3 是实现个性化需求的平台升级。个性化定制就是要将生产商和用户置于同一个平台,由客户提出个性化需求,驱动工厂根据需求进行相应的生产。如果由国家主导建立产品和服务个性化定制信息平台,该平台能够展示我国各类产品和服务种类和信息,任何组织和个人也能够通过该平台上传个性化需求信息,这些信息又能够使相关设计、生产、服务组织或个人同步获知,“自动化管理平台”又能够实现科学分工,则满足产品和服务个性化需求的快速相应系统就能形成。这样,个性化需求客户就可以很容易发现所需的产品和服务类型,并与相关技术人员交流自己所需产品和服务的规格、型号、形状,甚至是愿望和设想,在专业人员引领下进行产品和服务设计互动等。

结语:近年来,我国一些领域的科技水平已经处于世界领先地位,但我国科学技术发展的总体水平还相对落后,涉及宏观经济发展的诸多产品和服务仍处于世界中、低端水平,这是制约我国宏观经济快速发展的瓶颈。解决这些问题的出路在于实现中、低端产品和服务升级。本文提出了实现中、低端产品和服务升级的举措,相信在党和国家正确领导下,我国的宏观经济一定能实现快速发展。

参考文献:

- [1] 张小兰. 对不平衡不充分发展的理解和认识[EB/OL]. 长江产经智库[2017-10-23: 59: 00]<http://www.jsthinktank.com>.
- [2] 360搜索: 马云研判2016经济形势[EB/OL]. [2016-02-29 14: 01]http://www.sohu.com/a/61036112_320894.
- [3] 百度: 持续升级服务与产品, 是满足大众的“享乐适应症”[EB/OL]. [2020-10-06 19: 54].
- [4] 360百科: 新材料技术[EB/OL]. <https://baike.so.com/doc/270132-285947.html>.

作者简介:

陈志强(1957-)男,山西灵丘人,郑州大学商学院毕业,经济学教授,从事经济类教学及研究。