



# 中国软件外包兴起 竞争力有待提高



■ 本报记者 胡心媛

“服务外包”早已不是新鲜词,随着大数据时代的来临,软件行业正在加入到服务外包的行列中,无论是在不久前召开的第二届京交会还是同期举办的第十七届软博会上,软件服务外包都是热门议题。

据近期的IT外包服务信息数据显示,全球软件外包市场规模已达1500亿美元,发包地主要集中在西欧、北美和日本,接包地主要是印度和爱尔兰。而目前,菲律宾、巴西、中国等国也已经加入外包业竞争的行列。

## 外包优于自己研发

一直以来,服务外包几乎成了印度的代

名词,无论是传统的软件外包业务还是如今的软件服务外包业务,印度都独占鳌头。记者了解到,尽管当前印度企业依旧引领着外包产业的发展,但这并未阻碍中国软件服务外包市场发展的脚步。

业内人士表示,据印度全国软件及服务公司协会(NASSCOM)预计,其2013年的“新兴”市场之一是英国,而中国服务商却在英国市场看不到太多商机,反而认为美国和北欧市场倒是淘金的好地方。中印两国软件服务业出现这种认识上的差异主要是因为二者外包能力水平及所处的阶段不同。

据悉,国内外外包企业有两种,分别从从事国内外包和离岸外包。微软中国市场部负责人刘轩对《中国贸易报》记者表示,现在,国内服

务外包企业都在做平衡,权衡国内、国外市场之间的投入,包括资金和业务的投入。

“现代企业运行离不开软件,这些软件是企业自己研发还是外包给独立的软件公司开发,是很多企业都在考虑的问题。”刘轩说,“目前,很多企业都组建了自己的信息中心、技术部等IT开发保障部门。从企业角度来看,传统的企业软件开发和保障部门像一池死水,技术人员难免产生惰性,而专业的软件外包公司由于身处激烈的市场环境中,人员流动性大但工作积极性高,团队活力较强,这是软件外包公司的优势。微软的产品升级以及全世界的版本测试也都交给外包团队来做,软件外包是公司的战略。”

## 知识产权和行业转型仍是重点

在中国,北京、上海、广州、深圳、成都、无锡等地的外包市场渐渐有了起色。随着中国软件外包市场的不断壮大,IT外包服务结构正在向高端化、成熟化发展。

“虽然中国软件业的规模不大,但我们必须肯定的是,中国将成为继印度后新的外包产业中心,软件外包大型企业将在中国不断出现。”刘轩认为,“中国的市场很大,能做的事情非常多,仅软件服务外包就可以再细分出很多市场。目前,一些外包公司已经借由以往的外包经验积累了一定的实力和规模,未来,这些企业会发展得越来越好。”

但值得注意的是,对于现阶段发展迅速的服务外包产业来说,知识产权的保护可谓硬伤。知识产权保护和信息化安全保证问题正成为影响中国服务外包产业核心竞争力的关键因素。这一点,在软件业的外包过程中显得更为重要。

服务外包产业是集劳动密集型、技术密集型和知识密集型于一体的现代服务业的新兴业态。在服务外包产业的发展中,知识产权保护和信息安全保护更成为国家竞争与合作的主要领域之一。国际金融危机爆发后,欧美日加紧实施知识产权战略以及信息安全战略,以便巩固其在高新技术领域的垄断地位,获取超额利润,维系其在全球政治、军事、经济领域的霸权地位,并遏制新兴市场国家的崛起。这些在服务外包产业中表现尤为明显。

刘轩表示,随着行业的变动,作为一个外包的企业,应注意两点:“第一就是知识产权的保护。如果没有像印度那样比较完善的保护客户知识产权的措施,客户不会放心把订单交给你。第二是外包企业要注意自身战略的转型。随着行业的转型,传统企业将会成为外包企业的大客户。如果外包企业在战略上一成不变的话,将很难在市场上立足。”

## 特别报道

# 中国演艺产业对外贸易亮点频现

■ 本报记者 袁远

第七届国际服务贸易论坛的消息显示,2012年,中国演出产业贸易处于稳中求进的态势,其中不乏亮点,既有旅游演出业的持续升温 and 演出机构运营模式的加速转变,也有演出产业多元化格局的初步形成。随着文化体制改革的不断深入,新增注册的民营艺术院团呈现井喷式增长,北京新增注册总数仅半年就超过2011年全年。同时,海外经典音乐剧中文版的引进和北京京剧院的“唱响之旅”海外巡演可以算是2012年度中国演艺对外贸易的典范,为中国演出业的前进道路指明了方向。

然而,在国际竞争日益激烈的今天,世界各国对文化产业的重视程度越来越高,中国演艺院团在进入国际演出市场的同时,也遇到不少以往不被重视或未被发现的问题。中国演出业要化茧成蝶,还须克服许多困难。

## 自由化是难题

国家文化发展国际战略研究院常务副院长李嘉珊对记者表示,中国的演艺对外贸易要实现真正意义上的市场化,首先面临的是自由化的难题,而演艺创作要完全实现自由化,在中国特色语境中很难达到。据其分析,在追求演艺产品生产环节的自由化过程中会有很多纠结之处,会遇到种种困境和困惑。因此,文化服务贸易在中国实现自由化需要漫长的过程。

伦敦剧院协会数据显示,即使在英国的经济下滑期,音乐剧市场也收获了5.12亿英镑的票房;在日本东京,剧场演出收入占到全部文化娱乐产品60%的份额;在韩国,音乐剧市场占整个剧场演出52%的份额。可见,演艺市场在海外已经发展得相当成熟。

李嘉珊提醒,在演艺市场漫长的培育期

内,不要一味追求对外贸易的利润,而是要求符合产品的特性,有计划、有步骤地实现顶层设计。即便演艺市场未来的发

展空间巨大,但演出对外贸易的发展还是应切合演艺产品本身的特性。

据李嘉珊介绍,2008年北京奥运会开幕式成功,给演艺市场带来了深远的影响,同时也带来了误区,即中国的演艺事业陷入了对大制作的迷恋,产生了追求规模的倾向。通过对演艺市场新技术的深入地了解,李嘉珊发现,商业需求和公众及政府需求有所不同。商业需求追求的不是尽善尽美,规制庞大,很多大制作还是从小制作一步步做起的。还有的演出投入时是大制作,而最后呈现出来却只有几个人表演。

根据李嘉珊的经验,商业化演出演员的数量最好不要超过40人。有的演出,道具仅装满一个道具箱,演员也是40人以内,却仍能打动观众,其奥妙就在于一开始的精巧策划和制作。中国目前的演出团体,如天创、北京小剧场、梨园剧场等已经开拓出一片繁荣的市场,并拥有成熟的商业模式。

## 处于微笑曲线的低端

据国家文化部对外文化联络局文化贸易处处长郑文观察,中国的演艺产品出口方式多年未变,主要是派团,即以政府投入为主,文化贸易和文化交流并重。而通过商业的方式“走出去”的演出,则呈现出3种模式:一为人才出口(劳务输出)的基本模式,如杂技等。二是产品输出模式,买卖双方就一个节目或者一整台节目谈产品费,这是现今绝大多数演艺产品出口模式。第三种模式是通过资本运营和品牌运营进行演艺产品出口。

郑文认为,中国的大批杂技演员应该可以满足国外大部分企业对于杂技的需求。只不过,杂技演员的收入较低。而中国演艺方面的高端复合型人才,相比之下则比较匮乏。

在郑文看来,演艺产品的第一种出口模式实际上就是一种劳务输出,创意和产品都由别人掌控得。而第二种模式,营销环节则全部由别人掌控,中国商家只能处于附加值微笑曲线的低端。在第三种模式下,天创(美国白宫剧院)盈利较低是一个成功的范例,它通过资本运营在国外打品牌,获取了资本运营和品牌运营带来的高附加值利润,值得推广。

# 前4个月乐器行业利润总额保持增长 出口难见“笑脸”



■ 本报记者 郝昱

据中国轻工业经济运行及预测预警系统显示,2013年1月至4月,全国乐器行业累计出口额达4.49亿美元,同比增长1.52%。其中,电子乐器累计出口额占32.34%,同比增长5.53%;其他乐器及乐器零配件累计出口额占30.52%,同比下降0.11%;弦乐器累计出口额占24.48%,同比增长3.92%;打击乐器出口额占7.58%,同比下降3.22%;钢琴出口额占5.09%,同比下降14.03%。

该系统还显示,2013年1月至4月,全国乐器行业完成累计利润总额同比增长9.35%。

数据可以看出,即便行业利润总额仍保持增长,但中国乐器出口形势并不乐观。据记者了解,中国乐器生产企业迫于无奈,已将更多的目光投向国内,但国内市场也存在不少乱象。

## 出口受阻瞄准国内市场

由于目前国际经济不景气,再加上欧美日趋苛刻的强制性认证要求,中国乐器出口遭受了不小打击。

在日前闭幕的2013第二十二届中国国际专业音响·灯光·乐器及技术展览会上,河北金音乐器集团有限公司副总经理陈鹏对《中国贸易报》记者坦言:“其实,欧美国家的变相市场贸易保护非常严重,具体表现为对别国强制性产品质量认证繁多且苛刻,这样就有合理的理由致使其他国家企业成本增加,削减我们价格上的优势。”

陈鹏还表示,目前,低档次乐器产品出口非常难,国际市场行情不好,竞争愈发激

## “贴牌琴”干扰钢琴市场

提到乐器市场,不得不说的是被称为“乐器之王”的钢琴。据北京珠江钢琴制造有限公司市场部部长刘春祯介绍,中国的钢琴产量已连续多年称霸全球。不过,虽然中国是世界钢琴产销大国,但中国产钢琴的质量在全球范围内只处于中等偏上档次,国产钢琴在音质音色、触感、外观漆质上与国外知名品牌相比还有差距。

据中国乐器协会与国家轻工业乐器信息中心今年联合发布的2012中国钢琴产量统计数据显示,2012年全国钢琴总产量为379746架,同比增长8.05%。

据悉,有22家钢琴生产企业被纳入2012年全国钢琴产量统计范围,其中,年产钢琴2万架以上的企业有5家,合计产量29.62万架,占全国钢琴总产量的78%;年产5000到2万架钢琴的企业有9家,合计产量为5.85架,占总产量的15.41%;年产5000架钢琴以下的企业有8家,合计产量25025架,占总产量的6.59%。

谈到目前中国钢琴市场存在的问题时,南京萨德威钢琴有限公司总经理兼董事刘吉东对记者表示:“别的乐器我不敢说,就国内钢琴市场而言,有太多‘贴牌琴’,即商家自己没有生产工厂,只能找个地方做架琴随便贴上自己的牌子,不管质量怎么样照样销售。如莫扎特钢琴、巴赫钢琴等,国外著名音乐家的名字被这些商家几乎用了个遍。现在,市场被这类商家搅得很乱,而且由于这些‘贴牌琴’在价格战中占有优势,给正规厂家的钢琴销售量也带来一定冲击。我们目前的工作重点是将质量做好、稳定老客户,同时逐步发展新客户,而不敢盲目扩大生产规模。”

## 商情聚焦

## 风向标

### 德国洪水已造成数亿欧元损失 农业受损最为严重

据德国工商业协会近日公布的数据显示,德国洪水已造成德国各行业约数亿欧元的损失,其中仅农业一项损失就已高达3亿欧元。在这次洪水中,约有15万公顷的农田和绿地被淹没,而且这一数字将在未来几天上升至25万。

### 墨西哥水泥巨头扩大在菲律宾投资

据菲律宾《商业世界报》报道,为了满足菲律宾因加大基础设施投入而不断增长的对水泥的需要,墨西哥西麦斯集团菲律宾分公司今年将投资25亿比索以扩大其在菲律宾宿务的水泥工厂的产能,这将使该厂的产能从每年250万公吨提升至400万公吨。

### 全球矿业企业遭遇信心缺失危机

普华永道最新的矿业趋势报告显示,人们对全球矿业公司能否节约开支、实现目标等缺乏信心。2012年,全球最大的40家矿业公司的净利润减少49%。2013年前4个月,这些公司的市值减少了17%。本年度,矿业很难实现复苏。为确保投资收益,各公司都在从加大生产提高产量的模式向提高效率扩大收益的模式转变。

### 菲律宾粗糖产量大幅提高

据菲律宾《马尼拉旗帜报》报道,菲律宾署日前宣布,截止到5月26日,菲律宾今年粗糖产量已达到244万吨,超过去年的224万吨,而本年度生产期尚有3个月时间。据机构分析,菲律宾今年的粗糖丰收得益于甘蔗提前种植及天气状况良好。

### 沙特私人飞机市场发展迅速

日前,第三届中东北非地区私人航空和商务航空论坛在吉达开幕,中东地区私人航空联合会主席阿里·纳贾比称,沙特和阿联酋的私人飞机服务市场发展迅速,2012年市场增长率达12%,且两国占有该地区市场份额的70%。他指出,沙特将发挥其市场优势,在未来应对市场发展挑战方面发挥重要作用。航空领域专家预测,得益于经济发展、外国投资增加以及国内对私人飞机服务需求增多,沙特私人飞机服务市场年增长率有望达到15%。

### 全球煤炭需求增速下降

与大部分其他能源市场一样,煤炭的前景在很大程度上取决于亚洲,尤其是中印两国。亚洲经济的崛起,特别是迄今最大的煤炭消费国中国的崛起,使过去10年的煤炭供需一直呈现快速扩张状态。但经济学人智库最新分析称,随着中国经济的减速,全球煤炭消费量也随之下降。同时,北美地区一直都是煤炭业的中流砥柱,如今该地区的页岩气热潮却让电力行业的煤炭需求受到极大冲击。从美国到澳大利亚,加强碳排放管制都是各国的中心议题,这进一步抑制了煤炭需求。

(本报综合报道)



## 中国公司求购双剪香菇柄

公司名称:湖北雅华丝绸制品有限公司

联系人:徐安平

电话:0086-713-7056511

手机:0086-13507125585

地址:湖北温泉路36号

电子邮箱:h69537622@qq.com

(信息来源:商务部世界买家网)

## 中国公司求购法兰螺栓

公司名称:合肥瑞卓商贸有限公司

联系人:李助理

电话:0086-0551-2592086

手机:0086-18356945881

地址:安徽省合肥市包河区

电子邮箱:hftzsm086@163.com

(信息来源:商务部中国商品网)

## 斯洛伐克公司

### 寻求中方合作伙伴

公司名称:AFC-ZTS

业务范围:生产汽车、建筑、农业机械零部件等,产品主要出口德国、法国、捷克、俄罗斯、土耳其和中国

联系人:Mr.Ing.Marian FRANK

电话:00421-41-4335901(可传真)

电子邮箱:wil.franek@stonline.sk

## 斯洛伐克工业园招商

工业园名称:Cadca

地址:位于斯北部,毗邻捷克和波兰

占地面积:32万平方米

电话:00421-430-2212

传真:00421-430-2218

(信息来源:中国驻斯洛伐克使馆经商参处)

(以上信息仅供参考)

## 《中国贸易报》休刊通知

尊敬的读者:

根据端午节休假安排,我社于2013年6月13日休刊一期,6月14日起恢复正常出版。

特此通知

中国贸易报社

二零一三年六月十一日