提升“中国制造”，还须“服务”给力

中国是全球第一制造业大国，且中国制造业的发展已到了向制造服务业延伸发展的阶段。目前，对中国的制造业巨头来说，要缩小与国际竞争对手的差距，就要有意识地从制造业向现代制造服务业转型，实现中国制造业转型升级。

随着经济的不断发展，现代制造业已不再是传统的制造业，现代服务业也不再是传统的服务业。制造业和服务业间正在越来越多地互动，两者正变得越来越呈现出相互依存、相互影响、相互支持的关系。服务逐渐渗透到生产环节的各个领域，制造业日益变得“服务密集”，任何制造产品的生产都会融入越来越多的服务作为中间投入要素，制造已向服务化发展。

服务型制造摆脱了传统制造的低技术含量、低附加值的形象，使其具有和以往各类制造方式显著不同的特点：在价值实现上，强调由传统的产品制造为核心，向提供具有丰富服务内涵的产品和依托产品的服务转变，直至为顾客提供整体解决方案；在作业方式上，由以产品为核心转向以人为中心，强调客户、作业者的认知和知识融合，通过有效挖掘服务制造链上的需求，实现个性化生产和服务；在组织模式上，主动参与到服务型制造网络的协作活动中；在运作模式上，强调主动性服务，主动将顾客引入产品制造、应用服务过程，主动发现顾客需求，展开针对性服务。

制造服务业不是制造业的简单延伸，而是制造业的发展，其发展趋势是制造服务业的产业化。从制造业向制造服务业发展是产业规律，制造业的高价值部分在产业链条的两头：前端是研发、设计和创新，后端是制造服务，中间的制造部分增值越来越低。数百年来，以产品为中心的制造业正在向服务增值延伸，制造业的结构也从以产品为中心迈向以提供产品和增值服务为中心，这是制造业的历史性发展和进步。

近年来，定制化生产日益成为服务制造业的典型方式之一。美国一些大型跨国公司能以小批量进行生产，满足客户对产品定制的要求。要实施这样的生产制造方式，就需要采用服务型制造业模式，建立海外制造基地或业务流程外包，以降低成本、提升价值链、增强产业竞争力。因此，制造服务业的一个重要模式是业务流程外包。

对中国的制造业巨头来说，要缩小与国际竞争对手的差距，从制造业向现代制造服务业转型是根本途径。要实现这种转型，涉及产业链延伸、业务结构调整、人员队伍调整、资源配置调整、技术重心调整、管理模式调整、强化标准管理等多个方面的复杂系统转型。中国制造业企业需要有意识地参与到这个进程中来，主动完成转型和升级。