

体育用品企业如何应对人民币升值的冲击

叶佳春¹, 赵反修²

(1. 广东嘉应学院 体育系, 广东 梅州 514015; 2. 濮阳职业技术学院 体育部, 河南 濮阳 457001)

摘 要:在分析我国体育用品市场现状的基础上,研究了人民币汇率变动的趋势以及汇率的变动对体育用品企业的影响,探讨了面临人民币升值的压力,如何趋利避害,合理利用国外生产要素,降低生产成本,及时归还和调整外汇债务,借鉴外国经验,大力推进对外直接投资。

关 键 词:体育用品企业; 汇率变动; 人民币升值

中图分类号:G80-05 **文献标识码:**A **文章编号:**1006-7116(2005)03-0042-02

A study on how sports goods enterprises should respond to the impact of appreciation of Chinese currency

YE Jia-cun¹, ZHAO Fan-xiu²

(1. Department of Physical Education, Jiaying College, Meizhou 514015, China;

2. Department of Physical Education, Puyang Polytechnic College, Puyang 457001, China)

Abstract: The authors studied the trend of variation of RMB exchange rate as well as the effect of rate variation on sports goods enterprises, analyzed the current situation of sports goods enterprises in China, and discussed how sports goods enterprises should, under the pressure of variation of RMB exchange rate, go after profits and avoid losses, utilize foreign production essentials rationally, reduce product costs, payback and adjust foreign exchange debts in a timely fashion, draw lessons from foreign experiences, and promote direct outgoing investment vigorously.

Key words: sports goods enterprises; variation of exchange rate; RMB appreciation

目前,中国最主要的贸易伙伴,如美国、日本和欧洲等国,纷纷对人民币施加压力。中国面临着亚洲金融危机以来最大的国际压力,人民币汇率变化已不再是遥远的事情。一个极有可能出现的情况:出口企业的退税率下调3~5个百分点。如果相关部门出台这样的政策,就意味着人民币变相升值。而以出口为主的体育用品企业,如何应对货币汇率的变化,保持强劲的出口势头,应是及早要加以考虑的问题。

1 我国体育用品市场的现状

20世纪90年代我国体育社会化、产业化进程不断加快,体育用品市场的发展也经历了一个快速发展期,目前我国已成为世界上运动鞋、运动服装的主要生产基地,已能生产上千种体育器材和设备,质量和工艺水平不断提高,不少产品已达到或接近世界先进水平^[1]。据世界体育联合会称:在世界体育用品市场上,有65%的产品是中国制造,在运动鞋市场上有70%是“中国加工”,中国依靠自己廉价的劳动力资源和高质量的加工信誉,正在世界体育用品舞台上发挥越来越大的作用。随着2005年1月1日纺织品贸易壁垒的取消,

体育用品出口量将有一个质的飞跃。然而这些外向型企业的产业结构还不尽合理,在出口产品总量中大约50%属于来料加工,40%属于一般贸易,而真正以国产品牌打出去的可谓凤毛麟角,在广东、福建的一些体育用品企业绝大多数都是家庭作坊式的,来料加工型企业居多,有自主技术、工艺、品牌,按现代企业制度规范组建和运作的龙头企业少。

2 人民币升值压力陡增的背景

引发全世界对“人民币问题”关注的是2003年初的西方七国特别会议,当时日本财务大臣盐川正十郎抛出了人民币应该升值的论调。他还提议把人民币汇率问题作为一项议题正式讨论,并要求其他国家通过类似于1985年针对日元的“广场协议”,逼迫人民币升值。2004年10月1日在华盛顿召开的西方七国特别会议,中国的两位财政高官——财政部长金人庆和人民银行行长周小川,首次受邀出席。美国财政部副部长泰勒称,西方七国财长希望与中国官员会谈,因为人民币汇率的灵活性对世界经济和美国很重要。

事实上,引发人民币币值压力的不仅是美国、日本西方

等国的“恶意”,更多的还是来自中国经济的内生力量。近年中国出口持续增长,外资不断增加,外汇储备大幅攀升以及民间“热钱”源源涌入。1994年中国外汇储备不过516亿美元,但到2001年就超过2000亿美元,2003年年底达到4033亿美元,2004年6月末,创下4706亿美元的最高记录。相比之下,截至2003年年底,我国的外债余额不过1936亿美元,因此,今后相当长的一段时间内,人民币将面临越来越大的升值压力。

3 人民币升值对我国经济会产生的影响

(1) 人民币升值有助于抑制通货膨胀。

人民币升值不仅在心理上支撑着对人民币的信心,汇率杠杆的作用必然导致进口的增长和出口的抑制。进口的增加将增加有效的物资供给,起到平抑物价的作用,同时也可抑制国内外贸公司抬价收购致使出口换汇成本不断上涨的局面,减轻国内物价上涨的压力。同时又可因物资供应的增加回笼货币,抑制通胀。

(2) 人民币升值影响了出口创汇企业的积极性。

由于国内物价上涨,出口企业换汇成本不断增高,而人民币又升值,平均换汇成本接近美元汇率,部分产品换汇成本高过美元汇率,使出口利润甚至无利可图^[2],这极大地影响了出口创汇企业的积极性^[1]。

(3) 人民币升值将抑制资本的流入。

从理论上讲,人民币升值将对资本的流入起到抑制作用,资本的流入既包括直接的外资投入又包括向国外借用外汇债务。经验表明,汇率对资本流向的作用有一定的滞后期。对于国内企业而言,人民币升值对归还外债和兴办三资企业是一个良好的机遇。

4 我国体育用品企业应对人民币升值的策略

4.1 合理利用国外生产要素,降低生产成本

依据经济学原理,国内货币升值后,出口商品用外币表示的成本和价格都会上升,从而恶化国内出口商品的国际竞争力,如出口商品的整个生产过程都是在国内进行的,那么,由于国内企业使用的是国内的劳动力和其它生产要素,这些生产要素的价格用国内货币表示,当国内货币升值后,出口商品用国内货币表示的成本不变,用国外货币表示的成本则会上升,国内货币升值将会使国内企业面临成本上升的巨大压力,如国内企业在生产过程中既使用一些国内的生产要素,又使用一些国外的生产要素,或全部使用国外的生产要素,那么国内货币升值后,使用国内生产要素的成本则不变,从而降低商品的生产成本。因此,对于来料加工为主的体育用品企业可加大利用国外低廉的生产要素,减轻国内货币升值对企业出口的冲击。

4.2 大力推进对外直接投资

从日本和亚洲“四小龙”的经验看,当国内货币升值后,企业都大力削减生产成本,采用新技术,开发新产品,但由于

日元、新台币等货币升值的幅度太大,国内生产成本降低的幅度不足以抵消货币升值的幅度,为了从根本上解决国内货币升值后产品的国际竞争力问题,企业都调整了经营策略,大力推进对外直接投资,在国外就地设厂,就地生产,就地销售,从而维持了其出口商品在国际市场上的份额^[3]。因此,国内货币升值后,对外直接投资是国内企业维持其产品国际竞争力的必然选择,这样一方面绕过了贸易伙伴的贸易壁垒,缓和了贸易摩擦,另一方面也抢占了国外市场。有专家分析,如果人民币升值,一些外向型体育用品企业,就可以将资金移到像中亚、越南等比我国更不发达的地区,就地设厂、生产和销售,维持其出口商品在国际市场上的份额。

4.3 组建企业集团,走品牌经营之路

我国体育用品企业绝大多数是小企业,中型企业很少,算得上大型企业的几乎没有,当今世界年产值超10亿美元的体育用品公司排行榜上还没有中国企业,没能形成规模经营,不能产生规模效益,因而产品成本高,竞争能力弱^[4]。

国内体育用品企业面临的困难极为艰巨,大企业、知名企业应通过资本市场进行兼并、收购、联合、重组,以资本为纽带,组建企业集团。集团的企业成员以资金、技术、商标、品牌等产权关系为纽带,形成有严密的组织形式和高度集中的管理指挥中心的经济联合体。这样,不仅能够提高企业的抗冲击能力,而且能够加大企业的科研投入经费,以利于开发出高科技含量的体育用品,树立我国体育用品在世界体育用品市场上的形象,提高竞争能力。

4.4 提高体育用品的科技含量

提高体育用品的科技含量,是树立我国体育用品在世界体育用品市场上的形象和提高竞争力的主要途径^[3]。体育用品的设计和制造要更加符合人体运动生物力学的基本规律,要将先进的电子、机电技术和最新的复合材料应用到体育用品产业上来。就目前情况看,我国体育用品的开发和研制能力还比较差,不能适应我国体育用品的发展。我们可以采用“请进来,走出去”的办法。如我国体育用品龙头企业李宁公司投资1500万元建立亚洲一流的研发中心,引进韩国、法国的设计师和设计理念,与全球最大的化工企业美国杜邦公司,以及管理软件开发商德国的SAP合作,建设ERP企业资源管理系统,这一做法正是我国体育用品企业在21世纪的发展方向。

参考文献:

- [1] 胡继红. 人民币升值及其影响评析[J]. 黑龙江财经学报, 2003(6): 20-22.
- [2] 鲍明晓. 体育产业新的经济增长点[M]. 北京: 人民体育出版社, 2002.
- [3] 傅建设. 经济发展、货币升值与对外直接投资[J]. 金融与经济, 2004(6): 43-44.
- [4] 张青. 我国体育用品产业的组织结构战略创新[J]. 西安体育学院学报, 2003, 20(3): 27-29.

[编辑: 李寿荣]