

双循环格局对卫生用品企业的影响

吴 跃

(杭州千芝雅卫生用品有限公司,浙江 杭州 311512)

摘 要:在全国政协十三届三次会议中,习近平总书记提出了以满足国内需求为经济发展出发点和落脚点,加快构建以国内大循环为主体的双循环发展格局的发展举措。本文将简要阐述双循环格局的概念及价值,分析其对我国卫生用品企业发展的影响,并基于对双循环格局核心思想的理解,提出创新产业结构、优化营商环境、明确消费导向、顺应消费趋势、创新营销模式等卫生用品企业的发展路径,以期提升双循环格局下我国卫生用品企业的市场竞争力,促进行业的健康、持续发展。

关键词:双循环格局;卫生用品;企业发展

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2021.23.011

构建双循环发展格局,是我国政府应对日益严峻的外部发展环境、确保我国经济高质量发展、主动增进人民福祉的重要举措。深入了解双循环格局的概念和价值,分析其对我国卫生用品企业带来的影响,寻求行之有效的发展路径,对于提高新时期背景下,我国卫生用品企业风险抵御能力和市场竞争力,推动行业的稳定发展具有至关重要的实践意义。

1 双循环格局概念及其重要价值

1.1 双循环格局

双循环格局指的是:以国内大循环为主体,国内循环和国际循环相互作用、相互促进的全新发展格局。可以从以下三个层面理解双循环格局:(1)中国始终高举经济全球化发展旗帜,积极参与国际经济大循环的构建(2)深刻意识到未来国家经济发展不能过度依赖和利用国际市场,而是要充分激发和利用自身的内需优势,积极构建独立的国内经济大循环体系(3)在社会经济高速度、高质量发展背景下,应以国内大循环为主体,积极参与和带动国际经济循环,将国内、国际经济循环体系统筹起来,形成相互促进、相互影响的双循环经济发展格局^[1]。

1.2 双循环格局重要价值

双循环格局主要有以下三点价值体现:

首先,双循环格局中强调以国内大循环为主体,可见构建双循环格局是增进人民福祉的主动性选择。目前我国人均 GDP 已超 1 万美元,根据大国经济发展客观规律,国家经济发展到现阶段就必须逐渐进行外向型经济发展格局向以内循环为主的经济格局的转变。国家经济的发展重心应向满足国内消费和发展需求,提高国民生活水平偏移。以国内大循环为主体,使得我国在双循环格局中享有充分的主动权,能够利用国内超大规模工业体系和消费市场的优势,构建完整的内需体系,从而弥补消费市场的短板,进而实现增进人民福祉的发展目标^[2]。

最后,双循环格局是新时期我国经济高质量发展的重要路径。基于双循环格局,各行业在提升技术和产业水平的同时,能够准确发现发展瓶颈,并通过国际大循环找到相应的解决策略。同时,以国内大循环为主体,能够显著提升国内各行业对国际循环极端现象的抵御能力,在有效维护国内供应链、产业链安全、稳定的同时,进一步提升国外产业对国内供应链和产业链依赖度,从而推动我国经济高质量发展^[3]。

2 双循环格局视域下卫生用品企业的发展

2.1 动态比较优势为指导

基于双循环格局的影响,我国卫生用品企业逐渐形成以动态比较优势为指导的发展理念。新时期背景下,静态比较理论并不能指

导我国卫生用品企业实现技术、市场双重追赶的新时期赶超战略目标。而动态比较优势理论则强调国内市场对行业内生创新的引导作用,因此,以动态比较优势理论为企业发展的指导理念,意味着卫生用品企业能够充分利用国内市场优势,获得范围经济、规模经济、专业化分工等创新前提,从而达到“扬长避短”的发展效果,切实提升行业的国际市场竞争力^[4]。

2.2 国内价值链为依托

基于双循环格局的影响,卫生用品企业形成以国内价值链为依托的企业发展模式。在此种发展模式下,企业更注重“隐形冠军”企业和本土“链主”企业的培养。在国内价值链中,基于地理临近效应,本土企业更容易获得细分市场、领先用户等需求信息,因此,以国内价值链为依托的发展模式,能够使卫生用品企业逐渐完成由行业规则制约者向规则制定者、由价值链俘获者向价值链控制者的转变,从根本上提升企业的市场主动性和竞争力。

2.3 现代化产业集群为载体

基于双循环格局的影响,卫生用品企业呈现出以现代化产业集群为载体的发展趋势,从而有效实现产业链与创新链的有效融合。在内向化演变趋势的作用下,国内市场需求与产业集群间的产业联系将得到一定程度上的改善。在双循环格局下,为推动国内大循环的健康发展,国家会有意加强对产业集群的培养,为产业链与创新链的融合发展营造良好的载体。因此,在上述发展背景的推动下,卫生用品企业逐渐呈现出以现代化产业集群为载体的发展趋势^[5]。

3 双循环格局视域下卫生用品企业发展路径

3.1 创新产业结构,加快产业升级

改革开放 40 年来,我国制造业产能始终名列世界前茅,然而,即便拥有如此巨大的产业规模,中国仍难以称为世界制造强国。这是因为,巨大产业规模并没有带来相应的经济利润,以卫生用品为例,其出口产品的附加值始终处于中低位,且产品品质、生产技术、品种结构、品牌打造等方面与发达国家仍有一些差距,因此,在双循环视域下,创新产业结构、加快产业升级,是我国卫生用品企业发展的重要路径。想要实现上述发展路径,需要企业做好以下两个方面工作:一个是积极打造自主核心技术。在企业升级过程中,将技术创新置于发展首位,对企业研发方向和投资结构进行优化,加大对核心技术研发的资源投入力度,推动企业完成核心技术的突破,打造出先进的自主生产技术,抢占行业技术制高点,获取技术话语权,从而提升企业的市场影响力与竞争力。另一个是积极开展“品质革命”。卫生用品企业应深刻意识到,只有提高产品品质,才能彻底摆脱“中国制造”在国际市场中的固有形象,有效提升市场竞争力。因此,在真抓技术创新的同时,卫生用品企业还应做好品牌打造、产品

标准提升、产品结构优化等工作⁷。

3.2 优化营商环境,发挥政府效用

经济全球化发展背景下,我国卫生用品制造业低产成本的优势逐渐削弱。面对此外部环境的变化,优化营商环境、发挥政府效用成为推动我国卫生用品企业发展的重要途径。在双循环格局视域下,政府应以推动国内大循环为出发点,对企业税费进行科学调整,通过大幅度降低税费,减轻卫生用品企业的资金和运营压力,使企业能够轻装上阵,更主动地参与到国际市场竞争中。于此同时,还应应对相关的公共政策和制度法规进行科学优化和调整。

3.3 明确消费导向,提升服务品质

以国内大循环为主体的双循环格局,强调以消费市场为出发点和着力点,更加关注人民的消费需求的满足度。因此,明确以消费者需求为导向,注重服务品质的提升是双循环格局下,我国卫生用品企业发展的有效路径。消费者需求主要体现在两个方面:一个是商品品质需求,另一个是消费服务需求。从商品品质需求层面来看,提升企业生产率是提高产品品质,使其满足消费者需求的基本前提。卫生用品企业一方面应积极通过生产技术升级来提升企业生产率,在智能化、数字化生产技术的支持下,生产出高品质的商品;另一方面应重视企业结构的优化,通过减少和转移供给过剩部门的生产能力和资产规模,实现生产资源的合理化分配,确保企业能够持续、高效地进行高品质产品的生产。从消费服务需求层面来看,卫生用品企业应明确“一次性卫生用品=商品+服务”的本质特征,并基于对互联网经济、双循环格局等因素深入思考,树立“以消费者需求和价值观为导向”的发展思路,从需求侧和供给侧双向发力,通过提升品牌建设能力、供应链能力、全渠道能力和业态布局能力,推动企业市场定位由“产品营销者”向“品质生活提供者”转变,从而使企业发展路径与双循环格局相契合,实现市场竞争力和影响力的提升⁸。

3.4 顺应消费趋势,发掘行业潜力

顺应消费趋势指的是,在年轻人逐渐成为消费主流的市场发展趋势下,卫生用品企业应敏锐捕捉年轻消费者的消费价值观、消费习惯以及消费需求,并以此为导向进行企业升级,从而最大程度激发企业的发展潜力,使企业在双循环格局下得以更好的生存与发展。在消费趋势的推动下,卫生用品企业应意识到,产品和服务只有向“品格”“品味”“品质”方向升级,才能真正满足新时期消费主体的消费需求,并以此为目的进行企业升级。另外,双循环格局下,卫生用品企业应遵循企业发展、转型的客观规律,不要盲目追求升级速度。例如,确保企业升级的平稳性,可以构建自营与联营相结合的运营模式,在此基础上,逐渐增加自营比重,直至达到科学占比。鉴于目前我国卫生用品零售行业仍存在明显的区域分割问题,市场集中度不高,难以产生规模相应,卫生用品企业可以通过发展电子商务、建立联合采购等措施,打破市场封闭,提高双循环格局下的市场竞争力和占有率。

3.5 创新营销模式,产品数字转型

双循环格局视域下,借助互联网技术、移动通信技术打造全渠道、多元化营销模式,促进产品数字化转型是我国卫生用品企业发展的必经之路。网络信息时代,许多行业巨头都以重组传统商业要素为核心,构建线上、线下综合营销模式为基础,以全业态融合及创新商业发展模式为目标,积极进行企业转型与创新工作。在上述宏观发展趋势的推动下,未来我国将会有更多卫生用品企业以前沿科技为依托,打造出智能化、网络化的创新型商业营销模式,推动卫生用品行业在双循环格局视域下的健康、持续发展。现阶段,人们对于互联网电商已经不再陌生,网络用户增长红利逐渐消失。在此时代

背景下,卫生用品企业更应主动进行技术创新和运用,让相关互联网数据活跃起来,从而顺利完成产品数字化转型。例如,运用大数据分析技术,挖掘消费者最新消费需求,从而推动消费升级;利用个性化推荐系统实现产品精准营销,快速抢占市场份额等⁹。

4 结束语

综上所述,国际经济形式不断变化的时代背景下,积极构建以国内大循环为主体的双循环发展格局,以满足国内消费需求、提升人民生活质量为出发点和着力点,借助企业升级、营商环境优化、营销模式创新、产品数字化转型等措施进行企业转型,是我国卫生用品企业在日益严峻的市场环境下生存发展的必要路径。

参考文献

- [1]钱学锋,裴婷.国内国际双循环新发展格局:理论逻辑与内生动力[J].社会科学文摘,2021(03):49-51.
- [2]孙蕾,邵士庆.双循环新发展格局中所蕴含的几对重要关系探析[J].大连干部学刊,2021,37(03):31-35.
- [3]林毅夫.双循环——国家发展新格局[J].债券,2021(03):7-9.
- [4]葛扬,尹紫翔.我国构建“双循环”新发展格局的理论分析[J].经济问题,2021(04):1-6.
- [5]王娟娟.以产业链促进“双循环”新发展格局的思考[J/OL].当代经济管理.
- [6]陈慧.“双循环”新发展格局:深刻内涵、时代背景与发展路径[J].天水行政学院学报,2021,22(01):80-84.
- [7]张林.双循环新发展格局下制造业企业开放式创新研究[J].企业经济,2021,40(01):32-38.
- [8]刘瑞.“双循环”新发展格局构想与企业应对之道[J].企业经济,2020,39(12):5-13+2.
- [9]盛秋平.畅通“双循环”构建商务发展新格局[J].政策瞭望,2020(10):15-16.

作者简介:吴跃(1976-),男,浙江东阳人,大专学历,高级经济师,研究方向:企业管理、经济管理、卫生用品研发。