

《中国加工贸易转型升级战略与路径》课纲（课时：半天）

一、加工贸易的概念

1. 来料加工：

Processing with Customer's Materials

(Toll Manufacturing)

2. 进料加工

Processing with Imported Materials

(Contract Manufacturing)

3. 来料加工和进料加工的区别

二、加工贸易应注意的主要事项

1. 加工手册

2. 损耗率

3. 进料作价方式和退税

4. 加工手册核销

三、转型升级战略

1. 中国制造到中国智造

2. 中国智造到中国创造

3. 中国产品到中国品牌

四、转型升级战略路径

1. 中国目前主要以制造环节为主，赚取一些代工费（OEM）；

2. 商务和流通领域环节，产品的高附加值被国外赚取；

3.向微笑曲线两端发展：从商务方面来看，企业产品的高附加值要从两个方面延伸：第一个方面是往研发端去延伸，第二个方面是往渠道品牌销售方面延伸。

4. 介绍如何打造、运营品牌

引导和帮助企业向品牌建设方向思考，帮助企业创造品牌，赋能企业转型发展。

品牌应如何打造：要有“品类定位”、“品牌价值系统”、“视觉战略及有竞争力的产品与渠道”。

品牌应如何运营：“市场趋势”、“品牌战略路径”、“品牌营销点位系统”、“品牌文化系统”、“运营策略”、“推广策略”等。

从长计议，转型升级战略是做出自己的品牌(自有品牌)(OBM)。国内 OEM/ODM 厂商应该在对外贴牌生产中，注意不断吸收国外企业优秀的生产经营管理经验，注重提高自身的技术和管理水平，在接受贴牌生产的委托订单中，完成资本的原始积累，不断做大做强，同时加大研发投入，关键技术拥有自主知识产权，创出自己的品牌，实现从 OEM/ODM 向 OBM 的升华，惟其如此，不仅避免了商标侵权纠纷和为人作嫁，还可以自己的品牌逐步占领市场，日益增加自己的话语权，获取较高的利润，不断壮大企业实力，实现从中国制造到中国智造再到中国创造，从中国产品到中国品牌的华丽转身。

5. 在品牌打造的同时，注重品牌合规

品牌合规经营必不可少：法律化是品牌体系的核心要素，绝不

可缺；品牌法律化是一个系统工程，绝非注册一枚/几枚商标而已；
保护知识产权，注重风险防范。

6. 关键是加工贸易各种人才的培养和使用

7. 实现国内国外双循环

四、成功案例分享

1. 佛山 EE 汽车照明案例

1.1 代工和订单生产

1.2 进料加工复出口

1.3 创立自有品牌，自主生产，自主营销

1.4 加大研发力度，自主创新，关键技术拥有自主知识产权（专利）

2. 深圳 FL 水上用品案例

1.1 来料加工阶段

1.2 进料加工复出口

1.2 自主创新，创立自主品牌，先打开国内市场，后以自主品牌出口

3. 连云港电视案例

进料加工复出口

4. 上海浦东 JL 塑胶制品案例

4.1 自有品牌 OBM 内销，自有品牌 OBM 外销

4.2 大客户也是以自有品牌 OBM + 大客户品牌贴纸外销 (ODM)：价格优惠大

4.3 超大国外客户外销 OEM 但价格优惠小。

4.4 超大国内客户内销坚持自有品牌 OBM。

4.5 既内销又外销，实现国内国外双循环。