

“中国智造”要“走出去” 更要“走上去”

► 赵东辉 叶前



新者胜。每一次科技革命浪潮,总会伴随着跨国企业的沉浮。苹果之于诺基亚,华为之于爱立信,皆是如此。

“走出去”代表了硬实力,当企业有了资本、技术和资源,为了进一步发展壮大就需要同时利用国内国外两种资源,布局国内国外两个市场。在充分竞争市场条件下,对任何一个有志于国际化的中国企业而言,往往每一个区域市场都是其目标市

场。经济学家和商学院研究发现,同业的两个或多个品牌同时进军一个新兴市场,彼此之间能形成“引流效应”,实现成本分担和客户共享。越来越多的成功案例表明,中国市场就是一个巨大的“试验场”,能够在这个足够大且竞争激烈的市场成长起来,其很多产品策略和市场逻辑是可以“异地搬迁”的。“走出去”的中国企业显然要利用这种“引流效应”,主动适应国际

用好绿色发展的辩证法

► 向鹏 唐珍名

为,人类发展活动必须学会尊重自然、顺应自然、保护自然,否则就会遭到大自然的报复。这同样也是无法抗拒的发展规律。因此,只有把经济建设与生态文明建设有机统一起来,着力推进人与自然和谐共生的绿色发展,才是合乎唯物辩证法的持续健康发展。换言之,只有做到绿水青山就是金山银山,才能真正获得永续动力,步入形态更高级、分工更复杂、结构更合理的发展阶段。

用好绿色发展的辩证法,还要积极运用辩证的“方法论”,解决好发展转型升级的实际问题。当前,我国经济发展正处在结构优化和转型发展的关键时期。优化结构,就要以壮士断腕的决心和勇气,坚定不移地淘汰落后产能,主动适应新的市场需求,扭转供需结构错配的被动局面;转型发展,就要以创新为根本驱动力,以开放倒逼结构调整,以协调发展和绿色发展为导向,着

力打造经济增长模式的升级版,而不是继续以盲目依靠要素扩张、过度消耗资源和恶化生态环境的传统方式维持增长。从新常态下我国经济发展的阶段性特征看,面对环境承载能力已经达到或接近上限,以及要素规模驱动力减弱等现实挑战,各地区各部门必须把经济增长更多地转移到依靠人力资本质量和技术进步上来。要通过创新供给激活需求,大力发展新兴产业、服务业,催生新技术、新产品、新业态、新模式大量涌现,更加注重发挥质量型、差异化为主的小微企业作用,推动形成绿色低碳循环发展新方式。

不可否认,当前不同区域之间发展水平与质量存在差异,是不容回避的客观现实;产业内部不同企业之间生产力与科技进步水平存在差距,也是亟需破解的矛盾。以绿色发展的理念,消解发展中存在的现实矛盾与问题,至关重要的一条,就是要以

市场消费者对品牌选择的多样性需求,赢得认可。

不少人可能会问,到底什么才是真正意义上的国际级企业?是不是海外收入高甚至远远超过国内收入就是了?企业“走出去”一般分三步:走出去、走进去、走上去。把产品卖出去只能算是第一步;而建立研发、生产等海外业务部门并融入当地社会、文化从而得到所在国企业与消费者的认可,才能算是迈出了第二步,也就是“走进去”;如果再上一个台阶,在科技创新上引领全球,并赢得全球关注和尊重,那就到了第三步,实现了“走上去”,也就达到了创新和富裕驱动的阶段。

当然,世界各国企业的发展与国际化,从来与国家在世界格局的位置变化息息相关。中国也需要在宏观层面引导中国企业整体的国际化可持续发展。企业在海外发展要有战略性和长远性目标,把自己的国际化发展目标与国家的发展和产业政策结合,形成自身的“硬实力+软实力”品牌。在微观层面,相关部门为个体企业的海外市场开拓提供精准的本地化服务,助力其缩短试错和适应路径。当中国的全球品牌越来越多,中国在全球的国家声誉也会越来越高,中国企业通过国际化之路逐步升级为世界级企业,在全球市场的大海中乘风破浪。

新发展理念统揽全局,把绿色发展融入创新、协调、开放、共享发展之中,并努力使创新、协调、开放、共享发展成为绿色发展的强大驱动力和可靠保障。发达地区要积极运用绿色发展的辩证法,带动其他地区补齐发展短板,尽快走上绿色发展轨道,在更大范围增强发展的协调性,扩大发展成果共享范围。落后地区要解放思想、实事求是,摒弃传统思维,立足新发展理念,努力挖掘差异化发展新优势。要紧扣绿水青山就是金山银山的理念,积极探索绿色发展新模式,打造绿色发展新高地。与此同时,还要以更加开放的新姿态,积极推进区域内外绿色发展战略的无缝对接,争取更多发展机会。各级政府部门则应为促进区域间协调发展与共享发展,有的放矢地做好相应政策安排。唯此,绿色发展的辩证法才能更加深入人心,绿色发展本身也才更有实效。

支持创新创业不只是为了就业

► 曹伟遐

小规模化、分散化、渐进性特征,众创、众包、众扶、众筹等一系列新模式应运而生。人们熟悉的共享单车、知识经济、外卖团购等得到了长足发展,便利了人们的工作和生活。此外,“双创”还引领产业朝着多元化、特色化、专业化发展,推动产业迈向中高端,与实体经济相结合,实现一二三产业相互渗透,使得“互联网+”“中国制造2025”等战略的落地脚步加快。

在这一过程中,政府推动政策、技术、资本等各类要素向“双创”集聚,以市场化机制充分促进多元化供给与多样化需求更好对接。过去,商店通常根据商品需求量来进货并分配货架。为了实现利益最大化,往往只会考虑受众面广的产品,导致一些小众需求无法满足。如今,互联网发展使得物理局限大大降低,传统生产型企业打破以渠道为核心、生产单一化产品的模式,全力聚焦于生产“极致”产品。个性化定制服务与产品开始出现,服务业的产业升级已现端倪,传统制造业转型升级的新路得以开辟。

尽管如此,仍有人质疑相关政策对“双创”的支持尺度,认为投入过多,过犹不及;在激励创新的同时,有可能助长扎堆创业。确实,在一些地方,各式创业空间蜂拥而起,大学生创业项目千奇百怪,模仿型、生存型创业现象有所增加,跟风者众、创新者少,缺少盈利模式且同质化竞争加剧。

创业非儿戏,既不能仅依靠眼前得失判断正误,也不能简单凭感性喜恶决定方向。只有将个人想法和社会刚需有机融合,才能开发出真正有益于社会、顺应时代潮流的项目。目前最火的莫过于“共享经济”,共享单车、共享雨伞、共享床位、共享充电宝纷纷出炉,每个共享项目竞争者众多,但同质化严重。最终,共享单车因为与城市短时出行的刚需结合,受到市场优待,其他项目则大多“昙花一现”。即使如此,经历各色“单车大战”,共享单车市场其实也正面临新一轮洗牌。

在经济转型的大背景下,不论创新还是创业都存在很大风险,会有许多失败者。

这属于正常现象,应该以包容的态度来对待。创业创新精神的核心是试错,在“错”中试出“对”,进而寻求生机。从这个意义上说,试错是社会经验积累的有效途径。真正沉淀下来的就会是经受住市场考验的创新产品、创新企业。

人类社会的发展史,实际上就是一部“大众创业、万众创新”的历史。科技进步不会停止,社会进步需要新点子和新商业。从这个角度看,“双创”永远不会过热。推进“双创”是一个中长期战略规划,政府要扮好“后台服务员”的角色。要主动转变自身职能,因时、因势地适应变化;要强调创新为本、高端引领,由创新驱动创业并最终促进创新发展,最终落脚在促进实体经济转型升级,同时注重知识产权保护和战略性新兴产业支撑。通过共同努力,让集“众智”的创新创业真正成为推动社会改革进步的源泉动力和经济发展的新引擎。

(作者系上海社会科学院应用经济研究所副研究员)

热点评说

服务业企业创新与投入须并重

► 高蕊

在近日发布的中国企业500强榜单中,服务业企业占全部500强企业净利润的68.77%,占资产总额的80.83%。同期发布的中国服务业企业500强榜单也显示,去年我国服务业增加值为38.4万亿元,占GDP的比重为51.6%。

在传统服务业企业的成长中,无论是餐饮旅游、批发零售还是交通运输企业,提供的更多是服务便利性,追求的是服务性价比,服务创新内容主要是供需之间连接渠道的优化,但对客户需求的挖掘、服务规则和服务内容的创造却很少涉及,技术投入与服务业企业很难有交集,成为两条平行线。

随着互联网全面渗透至经济生活各领域,服务“站在了最容易找到的地方”,各种商业模式层出不穷,消费互联全面开花、产业互联茁壮成长,模式创新一度成为企业快速成长的路径和资本投资的着眼点。

然而,伴随着消费的升级和新一代通信等更多信息技术的广泛应用,服务业企业的成长正由“互联网+”,走向“科技+”“金融+”“物流仓储+”“大数据+”。如果说“互联网+”体现为连接能力和服务广度的扩张,那么更广泛的资源要素联合则体现为企业整合能力和服务深度的拓展。目前,互联网企业本身正在从粗放流量竞争向以技术研发为核心导向转变,单纯的“连接”红利会慢慢消失,下一阶段服务业企业竞争的制高点将是核心技术和基础研究。

企业成长的基础在于满足客户现有需求,并挖掘其潜在的需求给予满足。现有的服务需求已然纷繁复杂,充满了差异性和个性化。在消费升级的风口中,集合高标准、便捷性、专业性、一体化为内容的服务并非单靠模式创新就可以实现,必须依靠大量技术投入的积累。潜在需求的挖掘如果没有大数据的手段、云计算的抓手,仅靠轻资产和华丽的商业模式无异于天方夜谭。另一个层面,随着服务深度和广度的扩展,更多的服务商已经从运输环节、信息服务提供环节深入到交易甚至重资产环节,随着供应链服务、价值链服务、产业链服务等全流程、全过程服务发展,用户痛点必须通过大数据的挖掘和技术的支撑才能真正解决,服务业企业方能构建难以模仿、不易超越的核心竞争力。

笔者认为,未来在服务业企业的成长中,科技含量、技术的投入不能因为商业模式的创新而偏废,它决定了商业模式创新能否持续成功。技术投入必须与商业模式创新并重,才能让服务业企业在这个时代真正体现其功能和完成使命。

IPO企业现场检查应常态化

► 莫开伟

近日,中国证监会例行新闻发布会通报了首次公开募股(IPO)企业现场检查情况。2017年上半年,中国证监会共对35家IPO企业开展了现场检查。通过检查,发现部分企业存在未严格执行会计政策、部分业务会计处理不符合权责发生制、招股说明书部分信息披露口径前后不一致、关联方和关联交易披露不完整、内部控制执行不到位、现金使用不规范、会计凭证编制不规范、在建工程转固不及时等问题。证监会已通过反馈意见函形式告知并督促发行人及中介机构予以整改、落实。

开展IPO企业现场检查体现了中国证监会对IPO企业高度负责的态度,从源头上扎紧“口袋”,防止IPO企业蒙混过关,从根本上实现了监管关口前移,提高了IPO企业质量。开展IPO企业现场检查既是监管创新之举,更是有效遴选上市公司,确保资本市场健康发展的客观需要。

从中国证监会对IPO企业现场检查发现的问题来看,既涉及企业经营业绩的真假,也关系到企业IPO关联信息可靠程度,更关系到企业内部控制机制是否完善及企业经营抗风险能力的强弱,所有问题都直接涉及企业能否符合上市融资条件。如果这一关口把不好,就是对广大投资者利益的极端不负责,将对资本市场带来极大伤害。在IPO企业现场检查中,有2家涉嫌违法违规的线索已移送给中国证监会稽查部门;13家企业主动提交了撤回IPO申请;另对部分企业和相关中介机构作出专项处理。这从侧面说明了我国IPO企业总体质量并不像申报材料和保荐人推荐材料中描述得那样美好。要把住上市公司质量,对IPO企业现场检查必不可少,且应作为一种常态化的监管方式一以贯之。

从当前情况看,将IPO企业现场检查常态化具有重大现实意义。首先,有利于贯彻落实中央全面从严监管工作要求,促进资本市场健康发展,更好服务于国家创新驱动战略和供给侧结构性改革,防范资本市场风险,促进经济金融稳定。通过IPO现场检查将一些品德不端、业绩造假、企图蒙混过关的企业排除在资本市场大门外,等于提前拆除一些资本市场上的“定时炸弹”,避免广大投资者“踩雷”。

其次,可为我国资本市场输入高质量、有发展潜力、能为广大投资者带来“真金白银”的“新鲜血液”,为优化整个资本市场生态环境奠定坚实基础。通过对IPO企业现场检查,既可督促企业按上市要求规范完善相关财务制度、信息披露制度和建立严密的风险内控机制,确保其能够可持续发展,让广大投资者更好地分享上市公司成长红利;同时,又让更多资源优化配置到实体经济最需要的领域,提升直接融资效率。

第三,持续不断地开展IPO企业现场检查工作,可督促发行人提高信息披露质量,督促中介机构勤勉尽责,审慎执业,不断提高自身的经营服务质量,同时为规范IPO企业各种经营行为起到有效督促作用。