

中国创造从何而来：一个响亮的回答

谈《光变》给中国制造业和企业的启示

《光变》用实例解释了中国奇迹从何而来。京东方所代表的后发国家高科技产业,是靠开放学习的自主创新而不是靠技术依赖的引进,它离不开政府支持,市场筛选,而关键在于以工业精神激励着的企业自身能力和企业家推动的独特发展战略。

张静

去年五月习近平总书记在省部级领导干部学习班上,赞扬液晶面板企业京东方是中国供给侧改革的成功案例。新书《光变》就是剖析京东方创新转型、走向世界的传奇历程。当前,加快供给侧结构性改革,打造“中国制造”升级版,创新转型是突破的关键,本书的出版恰逢其时,必将获得有识之士青睐。读完本书,读者无不叹赏:“中国创造”从何而来,创新转型如何去做,《光变》给出了一个响亮的回答。

与一般家传型的企业史不同,这本书是政府和企业决策层,关注国企改革和工业经济管理的理论界,还有财经媒体乃至一切关心中国工业转型的人都应该认真读一读的。它既是故事书,又是理论书,更是励志之书,它让许多长期困扰决策层、理论界和媒体的集体迷思一扫而空。

本书的作者,北京大学政府管理学院路风教授是中国极少既有在中国经济决策核心部门工作背景,又曾在西方一流政治经济专业潜心研修,对政府和企业理论有精深造诣的专家。《光变》这本书就是路教授在多年研究,特别是在2009年《中国液晶工业报告》的基础上,以京东方为例,用七年时间,系统总结中国70多年工业政策、国企改革、自主创新路径等问题的精心之作。

《光变》所记录的京东方传奇是“中国制造”新时代的缩影。路教授据史作论,为中国国有企业、中国制造业、中国创造发出了雄辩的声音。对于当前面临产能过剩、创新转型问题的许多行业,《光变》一书提出了许多很有价值的观点,虽然环境、路径和发展过程有所不同,但其创新转型的内核却是高度一致的,具有普遍性。因此,探析这本书对企业创新的启示极具意义。

中国企业突破创新,首先在于进取型战略。路教授指出“中国企业的战略行动是中国半导体显示工业崛起的决定性因素。”面对行业高成本、大亏损形势,京东方以三大战略决胜:一是自主建线坚决扩张;二是最早抓住移动终端需求变化,选择不同领先者的方式路径;三是走向新技术。京东方(BOE)这个缩写涵义的变化,从北京东方电子集团,到全球最

好的光电企业,再到“地球上最好的企业”,直观地表明,企业的成功首先是战略理念的突破。京东方的创新发展源于它的工业抱负和工业能力基础。无独有偶,作为建材央企,中国建材集团也是战略驱动、路径创新的结果。中国建材集团宋志平董事长以其对“产业规律”的深入认识,基于同样的工业抱负,确定了“做到行业前列”的目标。通过回归主流建材,拥抱资本市场,依靠联合重组迅速扩张,在短短数年间中国建材集团脱困转型成长为世界五百强企业,同时培育介入新技术,发展新型建材、新型房屋、新能源材料,布局新兴产业,占领未来制高点。中国建材集团和京东方的共同经验表明创新型企业必须采取进取型战略。

中国企业突破创新,离不开独特的企业能力。后发国家从无到有进入并领导高技术工业奇迹是有条件的。后来居上,必须要克服技术能力基础为零、高投资和领先者反击的三重挑战。依靠“政府投资+市场化运作”的京东方商业模式,从市场、投资、技术能力三个方面,解决了跨越式创新的问题。当政府支持不起决定作用、市场存在不确定,跨越式创新的关键在于“发展的意识形态”。《光变》证明,创新的内涵和形式千差万别,在发展中国家有国家背景的企业仍然是工业创新特别是传统工业升级的核心力量。《光变》也证明无论大小和所有制如何,只有直面发展问题的进取型企业,才能够成功创新。在发展核心能力,成功推动创新转型方面,中国建材集团与京东方异曲同工。中国建材集团整合资源、重组企业,获取支持同样是靠企业的核心能力和战略成功一步步争取来的。中国建材集团在高度分散、完全竞争的水泥行业较早进行了“央企市营”和“混合所有制”的探索,其利用资本市场开展大规模联合重组,发展了强大的规模优势和组织能力,拥有行业顶级的院所和精英。面对战略跨越所无法回避的技术、市场和组织重组风险,以及融资、政策等的不确定性,中国建材集团运用强大的组织能力,采取集成创新的方式,将战略和理念的创新、技术上的自主创新、引进吸收再创新以及管理、制度和文化上的创新整合起来,不但使传统产业转型升级,而且在石膏板、电子玻璃、光伏玻

璃、玻璃纤维、碳纤维、风机叶片等许多新兴产业迅速迈入前列,形成规模效益。在推进供给侧改革的过程中,中国建材集团结合企业发展战略,进一步提出“三条曲线”。第一曲线是做好水泥、玻璃等基础原材料产业的结构调整,第二曲线是大力发展新型建材、新型房屋、新能源材料“三新”产业,第三曲线是积极推进高端技术服务。“三条曲线”的确立使中国建材集团坚定地走在创新转型前列。

中国企业突破创新,企业家的重要性不可估量。企业家是企业能力的核心也是企业战略的源泉。《光变》的研究表明,企业领袖是企业核心能力的关键承载者。在大企业中,管理者贡献的是资源配置效率。而好的企业家更能够发现机会,重塑资源条件,引导企业在工业领域、产品结构、公司治理和组织能力方面产生巨大的变化,引发体制机制甚至国家政策变革,带领企业渡尽劫波,修成正果,留下巨大的物质和精神财富。与京东方的故事相似,中国建材集团的成功离不开宋志平董事长和他率领的中国建材集团的一批“五加二、白加黑”忘我工作的领导集体。更为关键的是,中国建材集团在宋志平董事长的带领下,发展成为一家战略清晰的企业,建立起一整套适应市场的企业生存和发展理论,因为战略清晰,因为有理论,所以就有对自己行动逻辑的信念和坚持以及对问题的解决方法。当这种理念成为从管理层到一线员工的行动方针甚至习惯时,就锻造出一艘稳步驶向远方的产业航母。

当前席卷全球的2008年国际金融危机余波未平,全球性调整尚在深入。《光变》用实例解释了中国奇迹从何而来。说它是市场的奇迹也好,是政府的奇迹也好,但不能不说它是人的奇迹和梦想的奇迹。《光变》雄辩地指出,京东方所代表的后发国家高科技产业,是靠开放学习的自主创新而不是靠技术依赖的引进,它离不开政府支持,市场筛选,而关键在于以工业精神激励着的企业自身能力和企业家推动的独特发展战略。与进口—合资—仿制三段式缺乏自生能力的技术依赖路线带来的短暂繁荣相比,自主创新带来的效果是全局性、根本性和战略性的。这与中国建材集团的集成创新一样,是一条实践检验证实是正确的中国工业道路。

警惕“假环保”

(上接第一版)如果更严苛一些,还应当比较产品从生产到使用,再到报废回收全过程中产生的污染。比如,电动汽车的电池在制造环节就会产生大量的污染,回收处理至今还是一个棘手的问题。

由于人类过去的狭隘和贪婪,在算环境账的时候,往往不是算总账,而是打自己的小算盘。发达国家会想方设法把自己的污染转移到欠发达国家;大城市总是想把污染转移到郊区和农村,比如,电动汽车就是把原本城市里的尾气污染,变成了周边发电厂的污染。这个过程中,总污染并没有减少,只是污染地域发生了转移。其最后的结果是,当聚集在郊区的污染累积到一定程度时,又反过来向城市转移和扩散。

只看现象、不分析本质的浅层环保现在生活中广泛存在,并把人们引向一个又一个环保误区。民众平常所认为的某些环保行为,往往是“伪环保”或“假环保”,甚至很有可能是破坏环保的。比如,尽管发达国家都在大量使用木家具、木建筑,许多中国民众却固执地认为,使用木材不环保。和水泥、钢铁、塑料等主要建材相比,木材是唯一的可再生资源,并且木制品在废弃后也可以完全分解掉,可以算是“最完美”的建材。据统计,中国每年因新建、拆除、装修等产生的建筑垃圾约为15.5亿—24亿吨,堆放这些垃圾每年要消耗大约20万亩土地。如果中国也大量使用木材,建筑垃圾问题就不会这么严重。

只看表象不重实质的环保观念一旦扩散到监管领域中,所产生的危害就会更大。比如,衡量一个锅炉是否环保,唯一的标准应当是检测其污染气体排放量是否达标。但一些地区在实际操作中,却把用什么燃料当做整改标准,要求所有锅炉都必须烧油、烧气。一些木材加工企业原本用剩余的边角料和木屑做燃料,不但污染气体排放指标比燃气锅炉更好,而且是废物利用,节约成本,同时减少了固体污染物的排放。只管过程不问结果的“懒政式”环保监管,不但给企业制造了麻烦,同时也会造成更严重的污染,其最大坏处是让企业对环保产生了对立和排斥情绪。

环保监管既要讲原则,也要讲道理。明明排放达标,却还非得让企业进行改造,就是不讲道理。朝令夕改,随意修改提高环保标准则是另外一种不讲道理。在环保治理中,普遍存在着时间表和线路图不清晰的问题。往往是先制定一个比较低的标准,但一看污染治理没有达到预期目标,就马上提高标准。结果造成一些企业刚刚完成环保升级改造,甚至是还没有完工,新的标准就又来了,又不达标了,还得按新标准重新改造。折腾不说,还让企业元气大伤,一些本来家底就不厚的企业,也许就会“死”在环保升级的路上。

环保升级是为了民众的利益,为了国家的利益,当然也是为了企业的利益。这个过程中,不能置企业利益于不顾,简单采取一刀切或随意加码的粗暴作法。而是要在标准制定中采取更加科学、透明的方法,明确规定新标准在多长时间不变,下一次会升级什么标准,让企业心里有底,并能够制定相应预案和对策。

环境问题关系到人类的共同命运。在环保方面不能算一个企业、一个区域的小账,而是必须算整个产业链条、整个民族,甚至是全人类的大账。只有透过表面现象深挖本质,才能抓到问题的关键,才是真环保。否则,很可能是以环保的名义和心愿,实质却做了破坏环保的事情。那就是伪环保或假环保。