战略视角

西方国家急施重振战略

□韩保江

进入21世纪以来，随着全球工业化重心从西方向东方转移，世界经济格局发生了许多新的变化。美国受到2008年爆发的金融危机的重创，欧盟长期陷入债务危机，日本失去了世界第二经济大国的“交椅”。为了重振经济，西方国家积极寻求对策。

实施“再工业化”战略 重振制造业

对美国来说，“再工业化”一词并不陌生。早在上世纪70年代，美国就曾针对其东北部重工业基地改造，提出通过“再工业化”重振相关地区的经济和发展。奥巴马政府第一任上台不久，就把“再工业化”作为美国整体经济复苏的重大战略推出。20世纪后期，随着信息时代的到来，加上劳动力成本高企等因素，促成了全球经济的再分工。“去工业化”中的美国，金融业突飞猛进和制造业蜂拥外迁，成了这一时期的两大突出现象。也恰恰由于金融衍生品的泛滥和第二产业的空洞化，导致美国陷入了自大萧条后的最大经济危机，失业率飙升到10%上下、房地产大面积崩溃，即使是上百年来让美国人骄傲的汽车制造业，也面临着破产的现实威胁。

面对严重金融危机的冲击，奥巴马政府痛定思痛，竭力寻找引领美国经济走出困境的突破口，最终把目光聚焦到“再工业化”。“再工业化”战略的实质，是要推动美国制造业的脱胎换骨，催生一种新的生产方式，造就类似于信息革命那样的大趋势，掀起一场新的工业革命。奥巴马政府实施的“再工业化”战略，中期目标是要重振美国制造业，创造就业，推动美国经济走出低谷，远期目标则是要在世界经济领域掀起一场“战略大反攻”，以“再工业化”作为抢占世界高端制造业的战略跳板，促使主导“新型制造业”的先进技术和设备在环保、能源、交通，乃至所有经济领域遍地开花，以达到巩固并长期维持其世界第一经济超级大国地位的战略目标。奥巴马政府期望“再工业化”战略能延续美国经济霸主地位。由此看来，其思考不可谓不深刻，部署不可谓不长远。

振兴制造业和发展新能源，特别是数字化制造，扩大新型能源生产规模和能源互联（智能电网）分配，是“再工业化”的重点。2009年2月，奥巴马签署《2009年美国复苏和再投资法案》，推出了总额为7870亿美元的经济刺激方案，其中基建和科研、教育、可再生能源及节能项目、智能电网、医疗信息化、环境保护等成为投资的重点。美国白宫在2011年12月13日宣布，创设白宫制造业政策办公室，以协调各政府部门之间的制造业产业政策制定和执行，并推动美国制造业复苏和出口。奥巴马政府设立了1万亿美元的5年招商引资计划，重点从再造美国汽车业入手，推动制造业重组。

欧洲也非常重视“再工业化”。2010年的《欧盟2020战略》明确提出恢复工业的应有地位，使工业与服务业共同成为欧盟经济发展的支柱。作为该战略的重要组成部分，欧盟在同年还出台了工业发展新战略，以巩固和发展欧盟工业竞争力。萨科奇上任后提出法国工业新政，明确将工业置于国家发展的核心位置，并提出法国制造业产量的增长目标及具体措施。德国政府主要是通过政府扶持和补贴等手段，尽量维持制造业的就业稳定。

日本为避免传统制造业大量向海外转移造成国内“产业空心化”的问题，主要推动四大产业领域的提振：环保能源，信息家电、宽带网、IT等，医疗、健康、生物技术，新材料。还包括近年提出的面向海洋经济的产业发展战略。

实施创新战略 维持领先地位

美国在2011年发布《美国创新战略》，其要点是：第一，竞争的核心是教育，培养掌握21世纪技能的下一代，创造世界一流素质的劳动力；改善提高美国的科学、技术、工程和数学教育；改革初等和中等教育；创建一流的早期教育体系。第二，基础研究的领先地位，公布美国历史上增幅最大的研发投资；研发投资要占到GDP的3%。第三，建造先进的基础设施，发展高速铁路，构建新的运输体系；开发下一代空中交通控制系统。第四，信息技术系统，发展覆盖全国的、高水准的通信网络；扩大宽带接入；电网现代化；支持下一代信息和通信技术研究。

2010年欧盟27个成员国首脑通过了未来10年的经济发展战略，即“2020战略”。这份纲领性文件提出了欧盟关于未来经济增长方式的三个核心概念：第一，“聪慧增长”，意即实现以知识和创新为基础的经济增长；第二，可持续性增长，意即实现资源效率型、更加绿色和更具竞争力的经济增长；第三，包容性增长，意即实现经济、社会和地区聚合的高就业增长，使所有地区和人群都能分享到经济增长成果。

根据该项计划，欧盟在未来10年内将重点关注科技创新、研发、教育、清洁能源及劳动力市场自由化。为此，欧委会在欧盟发展战略中设定了一系列具体目标：到2020年，20—64岁适龄人群就业率由目前的69%提升至75%；研发投入占欧盟总体GDP比重由1.9%增加至3%；二氧化碳排放量在1990年基础上削减20%，可再生能源占最终能耗来源的比重达到20%，能耗下降20%；削减贫困人口2000万左右。该计划并未设定2020年欧盟GDP增长目标，但欧委会主席巴罗佐认为，“2020战略”的实施将可能使欧盟潜在增长率达到2%。

适应第三次工业革命 促进中小企业的发展

第三次工业革命在生产方式方面的变革为小型化、分散化和互联化。特别是为了促进就业，在产业组织结构上，欧美改变过去“做大做强”，转向重视国内中小企业的发展。

美国财政部2012年2月22日发布改革方案，内容包括：消除妨碍小企业发展的几十项税收漏洞和补贴方式；简化小型企业报税程序；降低企业所得税税率，使其最高税率从现有的35%下调至28%；降低制造业企业的税率使其不超过25%；针对美国公司的海外经营收入设定最低企业所得税率，以鼓励在美国国内投资，等等。美国政府2013年的预算计划中，有8000亿美元用于扩大就业的产业和企业方面的措施，其中3000亿美元是给能增加就业的中小企业的减税退税。

欧盟委员会于2008年12月出台“小企业法案”，期待通过为中小企业提供融资便利、简化行政审批程序、改善市场环境、促进中小企业国际化等措施，改善中小企业经营业绩，鼓励中小企业发展并促进就业。在欧盟国家申请创立新企业的平均审批时间由2007年的12天缩减到2008年的7天，申请手续费用则由485欧元下降到了399欧元。

日本在2008年危机后，更是重视中小企业的生存和发展，首先，扩大资金供给。引入“紧急担保制度”，扩充为中小企业融资的安全网贷款；成立为中小企业融资的日本政策金融公库；修改金融机能强化法；放宽金融机构自有资本限制。其次，稳定中小企业的经营。改善和支持中小企业与大企业的交易条件；扩大面向中小企业的政府采购；防止中小企业连锁破产。再次，提升中小企业的经营能力。组建中小企业再生基金，在咨询、培训、信息等各方面，对中小企业的发展提供帮助。

主导制定国际贸易新规则 强化国际贸易控制权

美国不仅加快实施以发展高端制造业为核心的“再工业化”战略，同时提出以扩大出口为重点的“一轴两翼”的全球贸易战略。即以北美自由贸易区协议（NAFTA）为主轴，以主导“跨太平洋伙伴关系协议”（TPP）和“跨大西洋贸易与投资伙伴协定”（TTIP）为“两翼”的贸易发展战略。同时，美国与欧盟、日本等20多个世界贸易组织成员国开展“服务业贸易协议”（TISA），着力打造一套由TPP、TTIP和TISA构成的由美国主导的新型高标准国际贸易规则，意在知识产权保护、政府采购、竞争中立、环境保护、劳工标准等方面限制中国。对此，美国《时代》周刊刊文称：“这两个协议有着不可告人的秘密：‘它们把世界最大和发展最快的经济体中国排除在外’。”并援引美中经济与安全委员会委员戴维·韦塞尔的话说：“虽然我认为人们从未听到总统公开称这是一项遏制中国的政策，但关起门来说，显然就是这么回事。其目标就是加强美国的经济联系强化对美国市场而不是中国的市场的依赖，以及提高限制，进一步让中国成为局外人。”

他山之石

日本核心价值体系的构建

□李志明 杨思涛

日本人素以善于模仿和学习著称于世。在其历史发展过程中，日本人能够不断吸收外来先进文化中适合自身民族性的各种因素，培养和形成自己国家独具特色的核心价值体系。这种做法值得我们借鉴。

日本核心价值体系的主要内容

日本核心价值体系是日本人在长期的历史演进中锻炼、凝结而成的独具特色的民族精神，主要包括集团结构、群体意识、竞争风格和拼搏进取精神。这些民族精神主宰着日本文化的演变和传承。在日本人的核心价值体系中，“忠诚意识”和“集团意识”是核心要素。

“忠诚”是日本最高伦理道德，是日本精神的价值核心。而“集团意识”是在日本人相互协作、共同劳动中形成的，是日本现代企业精神的核心，也是“忠诚意识”在个人与集体关系方面的体现和升华。在这种集团意识的背后，是日本人根深蒂固的依存心理：个人依存于集体，与其他人协调起来，个人才能感到安全、找到归宿并在其中实现自身的价值。

事实上，樱花可以典型地象征日本人的民族特征、民族精神和核心价值体系：樱花非常素雅，但是，单个的樱花并不是很美，它的美在于整体，依靠集体的力量。因此，像日本这种注重集团意识、追求整体价值的民族，就必然会非常喜欢樱花。同时，与樱花密切相关的集体活动——花见，也能够集中体现日本人的核心价值观。在每年春季樱花盛开时节，日本就到处充满着节日的气氛，家家户户扶老携幼外出，到公园或郊区观赏樱花；许多团体、公司也纷纷组织自己的成员或员工开展赏樱活动。赏樱时，人们可以放下平时在严格等级制度中的拘谨，开怀畅饮，不分上下地一起唱歌、跳舞。这种集体赏樱活动，也是日本社会忠诚意识和集团意识的表现。

日本核心价值体系的表现和作用

在日本，以忠诚意识和集团意识为核心要素的价值体系之间紧密相连，存在于个体、社会和国家等三个层面，并在日本的社会、经济、思想文化发展方面发挥着重要作用。

在个体层面，日本人虽然也受儒家文化影响，但是和日本的社会政治结构相结合后，“忠”“勇”“信”摆在特别重要的位置。其中，摆在第一位的是“忠”——忠诚。“忠”在个体层面体现在下级对上级的无条件服从，而上级则不必对下级仁爱。忠诚意识孕育了日本国民无私的奉献精神、强烈的使命感和爱业、敬业精神，创造了日本人独特的民族精神气质，并有着举世无双的物质化能量，对于成就二战后日本的经济奇迹发挥了重要作用。

在社会层面，忠诚意识便上升或转化为集团意识，就是以无比强烈的归属感为基础，个人对所属集团竭尽忠诚，无私奉献，并作为该集团成员与他人保持行动上的一致。集团意识是日本经过长期的历史积淀和文化熏陶而形成的一种个体心理素质和普遍的社会现象，它是日本民族至今仍保持民族凝聚力的源泉。日本人强烈的集团意识能够将个体力量凝聚起来，用以促进民族振兴和经济繁荣。二战后，日本企业广泛实行的“终身雇佣制度”和“年功序列制”也为集团意识提供了从业制度上的保障，两者相互促进。

在国家层面，忠诚意识和集团意识就体现得更为明显了。由于日本人在文化、语言和人种上的统一性都相比其他国家来得更高，再加上民族自身生存的地理环境独特，导致日本人的民族认同和国家意识极强，并带有强烈的民族自尊心。历史上极少记载有日本人背叛民族与外国势力勾结起来对付自己国家的实例。忠诚意识和集团意识在国家层面发挥作用，能够使全体日本国民统一思想和意志，形成上下一心、同心协力的局面，同心同德地建设和发展日本。

日本构建核心价值体系的主要途径和经验

在日本构建核心价值体系的过程中，以下三种做法和途径发挥了重要作用。

第一，立足传统文化、吸收现代文明。任何国家构建核心价值体系都离不开本国的传统文化，同时又要吸收现代文明中的有利成分，实现两者结合。外来的优秀文化只有深深植根本国传统文化的传统中才能被广泛接受并保有持续的生命力。日本在构建社会核心价值观时就注重传统道德文化传承，挖掘传统价值理念在现代社会中的积极内涵，以开放的姿态吸收现代文明成果。例如，忠诚意识和集团意识的涵义经历了由传统的“武士道”中忠于天皇演变为现代的忠于上级、忠于集团的现代企业精神。二战后，日本在尊重和继承儒家传统文化中“忠”“孝”“礼”等思想的基础上，吸收现代文明的民主、宪政、自由等价值观，同时融合本民族特有的国家崇拜、等级崇拜、神道教文化，形成了重义、重秩序、知礼、爱国以及追求自由、民主的社会核心价值观。当然，这种融合了传统文化和现代文明后的核心价值观带有很明显的日本文化的特点。以民主为例，不同于美国突出个人为本的绝对个人主义式的民主，日本人眼中的民主在强调个人独立、自尊以及肯定个人自我存在价值的同时，还强调发挥团体共同思想情感的制约作用。说到底，还是带有明显的集团意识的印记。

第二，政府与执政党主导和社会参与相结合。核心价值体系属于意识形态范畴，关系到国家利益与社会稳定，因此，日本政府和执政党非常重视发挥构建核心价值体系的主导作用，以实现社会稳定发展、国家团结。在国家主导方面，古代日本为学习中国文化派出了十几次遣唐使；近代明治政府不仅号召全国学习吸收西方文化，而且还由政府直接派出欧美考察使节团，制定一系列有利于学习吸收西方文化的法规法令和措施。到了现代，长期执政的日本自民党奉行民主的基本方针，立足于和平、自由与正义，以期实现国家的自主与独立。现执政的民主党也以民主与自由为执政理念，在1998年成立大会上，就提出开创政治“民主中庸”的新道路。同时，日本政府还颁布中小学《学习指导要领》，实行注重培养学生团结、友爱、谦虚、礼貌、见义勇为等品德的教育方针，制定构建核心价值体系的政策方针。

随着社会力量的壮大，社会团体、企业等凭借其自身形式灵活多样、与社会联系紧密等优势，成为构建核心价值体系的重要参与者。日本的企业吸收儒家文化中的“仁”“义”“诚”“信”“和”等思想，在追求经济利益的同时，也强调承担社会责任。这种特有的企业文化不仅对企业管理层提出很高的道德要求，而且企业普通员工也深受影响，有助于诚信、仁义等核心价值观的推行。

第三，综合运用教育、媒体、法律制度等多种手段构建本国核心价值体系。日本非常重视以教育来塑造国民的核心价值观。不管是学校教育、家庭教育，还是社会教育，都将传统道德、遵规重道、爱国爱家以及培养国民的社会正义感作为其中的重点。日本还重视通过媒体宣传对民众进行包括道德文化在内的教育。一个比较典型的途径就是通过动漫，在受众最能适应的轻松并且毫无说教意味的故事叙述中，潜移默化地传播和强化着日本文化的核心价值观。此外，日本非常重视法律制度在本国核心价值体系构建中的作用。例如：1947年颁布实施的《日本国宪法》，使得尊重基本人权、国民主权与和平主义等三大宪法原则成为国家运行的基调；日本还颁行《基本教育法》《社会教育》等，以法律制度为传统文化道德与民主、自由思想教育提供了法律的支持和保障。

印度式“隐形创新”

□周及真

20多年前，印度打开国门拥抱世界，信息产业迅速崛起。如今，印度已成为全球软件开发和离岸后台服务中心。未来印度是否会成为全球创新源泉和创新中心？印度的创新模式有什么是值得中国借鉴的？

印度到底有没有创新力

一些支持西方创新理论模型的拥护者提出这样的疑问，如果印度人真有那么聪明的话，那么印度为什么缺少像谷歌、苹果那样的著名跨国企业？印度塔塔集团执行委员会成员、伦敦商学院的行销学教授尼尔马力亚·库马尔博士就此采访了印度众多企业高管，高管们给出的回答大体有这么几条：印度人根本不会创新；印度人具有当程序员和会计的出色天赋，但没有创造力；不是印度人本身的问题，而是僵化的教育体系和条条框框扼杀了创意。因此他们建议，要了解创新就必须去硅谷调研谷歌、微软、英特尔等公司。尼尔马力亚·库马尔团队通过调研竟然有了惊人的发现：硅谷的那些研发中心和创新研究室的主任大都是印度人，且都是印度教育的产物。此后，他们通过探寻班加罗尔、孟买、古尔加翁、德里、海德拉巴等重点创新城市的商业创新规律，最终得出结论，提出“印度为什么缺少谷歌、苹果”这一问题的人都是从终端创新即“有形创新”（visible innovation）的视角出发的，而未曾关注到过程创新即“隐形创新”（invisible innovation），而印度的创新模式更多体现为后者。

印度的“隐形创新”模式

熊彼特认为，创新既可以是“终端创新”即面对终端用户的新产品和新服务，也可以是“过程创新”即制造产品的新方法、新工艺，或者是新的营销模式，甚至还可以是企业和行业中崭新的组织形式、管理模式、商业模式等等。从广义的角度来看，印度处处皆有创新，但这种创新并不是人们所预期的，而是更多体现为生产过程中的各类隐形模式。如果终端产品是创新中“看得见的冰山一角”的话，那么印度的创新则是隐没在水下更为巨大的冰山实体。具体来看，这种印度式的“隐形创新”大致分为四个类别。

一是研发创新，即研发服务增值。长期以来，中国被称为“世界加工厂”，制造业形成了“在中国制造、在别国贴牌”的模式；与此相类似的是，印度被冠以“世界办公室”的头衔，形成了“在印度研发、在别国贴牌”的模式。从这个意义上来说，印度其实更应被赋予“世界研发中心”的称号。与传统的研发中心普遍设在公司总部或初始国不同，20年来跨国公司在印度共设立了750多个研发中心，聚集了超过40万名专业科研人员，从而在印度构建起一个庞大的研发体系和科研团队。微软、谷歌、通用电气、飞利浦等企业在班加罗尔和海尔拉巴的研发中心都足以担负起重任，独立地为全球市场开发产品和提供服务。但人们看到的往往只是跨国公司的名字，而忽略了其背后的产品和服务研发地——印度。

二是流程创新，即智力因素注入。相对于中国而言，印度最大的优势在于其人口红利。根据相关统计数据，印度人口的年龄结构十分年轻化，形成了一个庞大的高端人才库，这为印度研发体系和科研团队的构建奠定了坚实的基础。同时，印度年轻人的职业观念是脚踏实地的。在西方人的观念中，呼叫中心的工作是没有任何前景的；但在印度，却有大批智力超群、志向远大的年轻人以此为荣并全身心投入，用自己的智慧改进和创新工作流程——如为传统呼叫中心公司开发可进行模型预测的分析工具，由此带来的产品创新被推广到全世界。

三是外包创新，即商业模式变革。服务外包商业模式实质上是买卖双方共同创新的结果。通过服务外包的形式，跨国公司将其产品开发任务分解后发放给印度公司，印度公司的任务则是承接服务外包。通常来说，地方性研发中心的任务是使得全球性产品实现本地化从而适应本地市场；但印度研发中心所做的却是承接外包任务并将其研发的全球化产品和服务推向全世界，如XCL Technology承接美国波音公司的外包并为其开发了两个关键性航行系统。当然，旅客们登机时只会感受到波音客机的舒适和便捷，不可能注意到这些来自印度的“隐形创新”。

四是管理创新，即工作安排创新。印度的服务外包行业开创性地运用了“全球服务配送”物流管理模式，使得从前受地理位置局限的任务实现细化并分发到世界各地。如果缺少这一模式，其他任何一种“隐形创新”形式都将无法实现。

隐含的问题

印度式“隐形创新”在拥有多种优势的同时，也隐含着一些不可忽视的问题，有的是对发达国家及其跨国公司不利，也有的是印度本身存在弊端。

一是下降的技能阶梯无法满足员工升职的要求。发达国家将业务中最低端的部分外包到印度的研发中心，由于都是些最简单的工作，长此以往，就将面临一个问题：公司在印度的研发中心内有成千上万底层职位的人员等待升迁，那么上一层的员工从哪里来？目前来看只有两个选择：要么把印度的人才通过移民方式转移到发达国家进行提拔，要么把提升的职位转移到印度。由此带来了第二个问题。

二是高级管理团队亚洲化的隐忧。假设未来研发中心设在印度和中国这两个增长最快的市场，那么跨国公司就将面临高级管理人员都来自这两个国家的现实，因为这里才是产品领导力和市场领导力的来源，而这又是发达国家不愿接受的。

三是印度教育质量的欠缺。印度拥有全球最年轻的人口，带来了巨大的人口红利，但对劳动力的培养也是印度政府面临的一大困境。总体而言，印度的教育机构和教育体系根本无法培养足够数量的合格人才来满足持续创新的需求。虽然企业也在寻找破解这一难题的新路子，但教育创新终究是政府不可推卸的责任，企业能做的毕竟有限。