本版编辑：张丹丹
E-mail：t2@studytimes.cn
Tel：010—62807315

以色列如何成为创新驱动型国家

□ 樊继达

以色列国土面积约2.5万公里，人口800万左右，年降雨量不足200毫米，自然资源贫乏。1948年建国后在强敌环伺的中东地区迅速崛起，在电子通讯、生物技术、现代农业、军事、化工等领域居于世界领先地位，堪称是“袖珍超级大国”，赢得世界各国的赞誉。以色列能取得如此辉煌的成就，与其高度重视创新密不可分。

别具一格的教育模式

创新发展本质上是创新驱动的发展，是人才驱动的发展，而教育为创新发展提供了不竭的源泉。建国伊始，以色列制定了《义务教育法》，规定所有5—14岁的儿童都必须接受免费的义务教育；到2001年，进一步将义务教育范围扩大至3—18岁。在以色列的教育理念中，孩子提出问题的能力比解决问题的能力更重要，越是一般人认为不可能做的事情，就越有创新的机会和可能。以色列中小学教育关注孩子的天性，注重寓教于乐，在游戏中培养孩子的参与感、规则意识与竞争意识，从而提升其表现自我的能力。以色列的课程设计多以“解决问题方案”为主，教师引导学生提出目标，组成团队，共同寻找解决问题的方法和技巧。以色列的大学教育注重对学生创新创业能力的培养，支持每个大学成立孵化器并进行资金资助。在教学中采取灵活的学分制，学生可以根据自己的需求，缩短或延长学习时间，因而大学生创业热情很高。还需指出，以色列政府对教育的投入在世界上也是首屈一指的。自20世纪70年代中期以来，其教育经费占GDP的比例基本维持在8%以上，远高于美国、英国等发达国家。

以色列独特的教育模式培养出大批高素质的创新型人才。按人口比例计算，以色列的科学家和工程师数量，以及在校大学生人数等指标，目前均位列世界第一位。其中，每万名雇员中拥有140名科技人员或工程师。

适于创新的社会生态

以色列之所以成为成功的创新驱动型国家，在沙漠上创造出现代经济发展的奇迹，适于创新创业的社会生态是一个重要因素。

以色列建立了以创新企业为主体，政府部门、研究性大学、研究机构协同支持的多层次研发体系。政府通过建立技术孵化机制，分担创新型高科技企业前期的高风险，引导风险资本的投入，增强企业融资的能力。孵化器为初创企业提供全方位的支持，包括融资、研发设备、管理咨询、潜在市场的开发等，政府承担所有成本的85%。政府的要求是企业研发成功的产品必须在以色列境内生产，按照销售收入的一定比例偿还政府的资助。在2010年以前，以色列每年为孵化器企业提供超过3500万美元的资金支持，2010年以后进一步升级为“共担风险，但不共享收益”的方式支持企业家创业。挑战约定俗成的东西，摆脱条条框框的束缚已成为以色列人的习惯。无论是在科技界，还是在政府及教育部门，创新者们都能够表达自己的“异见”，并通过创办属于自己的公司将其付诸实践。这在很多国家是很难达到的。

巧妙设计的风险投资

风险投资的广泛参与是以色列创新的一大特色。以色列是世界上风险投资最发达的国家之一。一方面，风险投资解决了中小企业发展初期的资金匮乏难题，另一方面，引入规范的市场运作方式和经验，弥补企业管理经验的不足，激发了科技企业的潜能和创造力，成为新兴企业发展的重要扶持力量。

以色列政府通过亲自参与示范引领，增强了风险投资家的信心，并建立了完善的退出机制，使风险投资市场获得发展空间，反过来又进一步推动了科技企业的创新活动，形成良性互动的循环。早在1993年，以色列就启动了首创计划，将发展风险投资作为国家的重要战略方向之一。该计划内容如下：政府出资1亿美元创建10个风险资本基金，每个基金均由接受培训的以色列风险资本家、一家国外的风险资本公司与一家以色列投资公司或者银行组成。其运行思路是：政府借钱给企业投资，如果失败了，企业一分钱也不用还给政府；但是，如果赚钱了，只需要把最初的投资再加上每年的利息还给政府。首创计划实施以来，为数百家以色列新成立的公司提供资金支持和创业辅导，其引领的“风投”热潮也让以色列成为最受世界风险投资青睐的国家，持续不断的风险投资为以色列初创科技公司的茁壮成长提供了充足养分。目前，以色列人均风险投资世界第一，高科技创新企业达4000多家，密度全球最高。

持续稳定的研发支出

研发支出占GDP比重是衡量一国重视创新与否的重要参考指标。从20世纪60年代开始，以色列就加大了对研发的支持力度，投入大量资金进行科技创新与技术研发。据联合国教科文卫组织统计，以色列研发支出占GDP比重维持在5%左右，大大超过经合组织的平均值，曾多年位居全球首位。

以色列政府的研发投入主要来自教育部、科技部和工贸部。教育部主要投入基础性、前沿性、具有“公共产品”属性的研发项目。科技部重点支持国际科技的交流与合作。工贸部则侧重于促进以色列经济发展的技术产品研发以及支撑以色列高技术产业的知识研究。当然，企业自身的研发和投资也非常重要，以色列企业在研发方面的投资也是全球排名第一。正是得益于高强度的研发支出，以色列才能厚积薄发，在通信技术、生命科学、计算机软件、医疗机械等高新技术领域创造出世界一流的科技成果，其高科技产品占全国出口额的70%以上，引领世界创新潮流，是典型的“小国大创新”。

健全有效的法律法规

制度建设对创新不可或缺，以色列先后制定和实施一系列促进创业及高科技产业发展的法律法规保障创新。如《投资鼓励法》(1959)、《工业研究与发展促进法》(1984)、《国家民用研究与发展理事会法》(2002)等。这些法律法规包含大量的鼓励创新的措施，有效地促进了创业活动的开展，为高技术产业提升技术创新水平给予了有效支撑。以色列在2011年颁布了《天使法》，鼓励符合资格的行为主体投资以色列高科技私营企业，可以从所有渠道的应纳税所得中减去他们的投资数额。同时，以色列实行严格的知识产权保护制度，通过《产权法》《版权法》等对创新者的成果给予有力保护。有效的制度保障对提高以色列经济竞争力，迈向创新型国家发挥了十分重要的作用。

包容失败的创新文化

创新创业是艰难的历程，最终脱颖而出获得成功的终究是少数。虽然以色列的创业者比例在全球位列前茅，但并不意味着其能完全规避失败的风险。在以色列投资者看来，如果不能包容相当数量的失败，真正的创新也就不可能实现。由于以色列实行普遍义务兵役制，培养了以色列人敢于质疑、挑战权威、不怕犯错误的精神，大家对失败采取一种宽容的态度，注重强调检讨创新过程中的不足，而非追究失败者的责任。因而以色列社会各界对创新非常包容，没有人会因为创业者的失败对其冷嘲热讽，反而对这一群体非常尊重。从某种程度上说，正是因为对创新失败的包容，以色列年轻的创业者们不存在任何后顾之忧，敢于求新求异，不断提出新观点、新创意，一大批创新型产品得以问世，进而改变了整个世界。

他山之石

印度电影为何广为传播

新世纪以来，印度新概念电影迅速崛起，不仅为印度文化注入了活力，也为世界认识印度提供了重要载体。像中国人一样，印度人很早就找到了和而不同的处世方式，这些智慧影响着他们的电影创作和传播策略。

□ 曹颖新

电影作为强势媒体，便于塑造某种文化的自我形象，并向他者传导自我形象，这一点已成为有影响力诉求的大国的共识。因此各国都追求电影走出去，通过电影把自己的价值观带到世界每个角落。这在近20年的印度电影中有突出体现。新世纪以来，印度新概念电影迅速崛起，不仅为印度文化注入了活力，也使印度电影成为世界认识印度的重要载体。

注重艺术性与商业性结合

印度一直是电影大国。目前，其电影年产量上千部，印度拥有近100家电影制片厂、1.3万家电影院，电影业维持着7%~10%的年增长率。印度电影不仅拥有国内市场，也大量进入了南亚和西亚市场。在印度移民所到之处，印度电影的影响力也很大。拥有如此数量众多的受众，首先归结于电影具有明显的印度特质。印度电影中反映其本土生活的题材、印度人才能理解的复杂宗教文化、载歌载舞的表现形式等，都是吸引印度本土观众和大量印度裔移民的重要因素。但是，印度特性是一把双刃剑，它既保证了高度稳定的受众数量，也阻隔了更多的其他文化受众。对于其他文化受众来说，印度特质是一种异域风情，但也构成了文化异质性。淡化这种异质性，既是克服电影制作惯性和惰性的需要，也是文化高效传播的需要。

近些年，印度电影人在淡化异质性上做了一些努力。比如，印度观众非常喜欢影片中有大段歌舞，他们对歌舞的欣赏需求甚至超过了对电影故事的好奇。因为歌舞就是他们的生活方式。歌舞还是印度传统戏剧的重要因素，这一因素也被继承到电影中。但是世界其他地区的观众往往不适应这种叙述模式，歌舞毕竟会打断故事节奏，多数观众会感到载歌载舞的印度电影过于舞台戏剧化，过于冗长。对此，印度电影人做了很多改进工作。比如，把某段歌舞时间缩短，提高歌舞的丰富性，把歌舞作为重要叙事手段等。

再比如，印度电影中有一个特殊概念叫“马沙拉”电影，是指各种元素大杂烩的商业电影。在一部电影中，力求杂糅爱情、喜剧、悬疑、惊悚等各种类型片的特点。这样做的好处是能在一部影片中满足大众的各种欣赏口味，坏处是元素太多，难免造成混乱、低俗的效果。这与印度电影长时间以来纯商业性的定位有关，观影行为在印度非常普遍，过多的艺术性追求显然不适应大众的娱乐需要。但是随着印度在世界地位的显著提高，印度电影大大改变了这种单纯诉求，把“马沙拉”电影提高到了新的层次。现在“马沙拉”电影不再是粗糙的杂烩，而是善于把握世界主流电影培养出的受众心理，把各种类型进行巧妙切换。可以说，宝莱坞既以好莱坞为师，又试图创造另一个好莱坞奇迹，追求多数量和高质量的统一。

传达印度声音

印度是历史悠久、文化资源丰富的国家，这些资源为印度电影提供了丰富的题材。在这些资源涵养下，印度电影天然地认同多元和包容的价值。神话史诗、宗教故事传说、印度这块土地上王朝兴亡的故事，都是好的电影题材。在这样一个国度，各阶段文明断裂后又有所延续。在漫长的征服与被征服中，印度人已经形成了尊重不同价值的心理。

近些年的印度电影，也热衷于探讨民族、种族、教派之间互相谅解等话题。最具代表性的一部电影是《我的名字叫可汗》。这部电影呈现了在美国的印度移民，处理自我民族、宗教身份时遇到的困境，也探讨了在这些困境中怎样与他者相处。这种努力中包含了印度人的智慧和勇气，主人公瑞兹万与阿甘的形象和经历有相似之处，但是又与阿甘的乐观和质朴不一样，瑞兹万更突出的性格是隐忍和坚毅，他的形象是印度人的名片。在文明冲突异常突显的今天，印度电影没有缺席，这样一部电影，就足以让世界上很多地方的人听到印度的声音。

表达理解和宽容

印度有众多的宗教信仰。在日常生活中，各个宗教的信众也许可以和谐共处，但是把它作为一个话题放到公共空间去表现和探讨，是需要慎之又慎的。大家都知道，在美国，电影中的宗教话题比人种肤色等话题更需慎重对待。即使这样，由此带来的冲突还是很多。出乎我们意料的是，印度电影中表现这些主题的内容很多。

2015年有一部喜剧电影《我的个神啊》，电影通过一个外星人的视角，让我们思考了宗教中深刻的问题，寻求信仰到底是为了什么，是要利他，还是要取悦自己。这部电影虽然全部都在以宗教话题展开，其实巧妙地回避了对某个宗教的褒贬，它的核心是探讨理解和包容的主题。

以上这些努力，在《印度往事》《风筝》《宝莱坞生死恋》《我的名字叫可汗》《三傻大闹宝莱坞》《我的个神啊》等优秀电影中都可以得到体现。印度裔作家奈保尔在一次演讲中说：当我少年时在特立尼达第一次用英语进行写作时，我发现与那个遥远的英国发生了联系，并且与更遥远的印度也发生了联系，这种联系是文明的基础。这种联系让他看到了人们和谐共处的可能。印度人像我们中国人一样，很早就找到了和而不同的处世方式，这些智慧影响着他们的电影创作和传播策略。

环球瞭望

热点透析

美国的网约车运营

□ 刘东

自2009年Uber（优步）公司在美国加州成立以来，美国已相继成立了Lyft、Sidecar等十几家网络约车公司。网约车出现伊始，由于准入门槛、定价标准等方面的宽松条件，各地频频出现安全问题，一度被某些监管机构裁定为“黑车”。

网约车如何运营

网约车的兴起确实降低了人们的出行成本。这在出租车的牌照价格上得到了生动的反映。在纽约，拥有出租车执照勋章才有运营黄色出租车的权利。自1937年起，纽约市政府建立官方出租车执照和勋章体系，以控制全市出租车执照数量保持在约1.3万个。2016年10月6日，在nycitycab.com网站上，出租车执照勋章公开价格为25万美元。而在2014年，一个执照勋章价格高达130万美元。

美国网约车是如何运营的？最先承认网约车合法性的，是优步公司诞生地加利福尼亚州。2013年9月，该州交通监管机构制定了针对网络平台的监管规范。2014年6月，科罗拉多州通过州立法承认网约车合法。随后，华盛顿哥伦比亚特区立法机构于2014年11月也通过立法，实现了网约车的合法化。到目前为止，美国至少有23个州承认网约车合法。

加州公共事业委员会还为Uber、Lyft、Sidecar等提供网络约车服务的公司专门创设了“交通网络公司”，加州也成为网约车运营、监管相对较为成熟的州。

包括加州在内，在网约车司机和车辆准入方面，美国各地方立法机构有着相当严格的要求。虽然司机和车主无须向政府或监管机构提出申请，但是对加入平台公司的私家车及司机的安全核查却相当严格。立法还对车辆和司机的责任保险提出了具体要求。大部分州有下述规定。

第一，在司机准入方面，申请从事网约车服务的司机必须具备以下条件：年满21岁；接受过专门驾驶技术培训，拥有合格有效驾照并具有较为娴熟的驾驶技术；通过了全国刑事背景审查和驾驶记录核查；持有购买合格保险以及有效登记的当地车辆。有些州要求司机必须具有3年以上的驾龄。

第二，在车辆准入方面，法律规定私家车辆加入平台公司且在提供服务之前，必须依照规定完成包括19个车辆部件的全面安全检查。此后，平台公司有义务确保车辆每年接受同样的检查，并保留检查记录以供审查。禁止重度改装的车辆用于网约车运营。有些州的立法规定，运营车辆在开始服务前的90日内须通过权威认证机构的全面安全检验，以后每年都要接受检验；车辆应当是不超过8座的四门车辆。

第三，保护乘客利益。美国各地方立法机构对网约车司机及车辆的准入要求及监管，本身就是对乘客安全及利益的保障举措。各州的法律对车辆保险有着不同规定。加州立法规定，加入平台公司的车辆在提供服务时就每件与车辆和司机有关的事故享有保险金额不低于100万美元的商业责任保险，并要在平台公司的手机客户端和网站上公示。科罗拉多州的法案要求每名司机要为其车辆购买不低于法定限额的责任保险。在同意司机加入网络平台服务前，平台公司应对司机购买此项保险的证据加以审核。

网约车运营中存在的争议

网约车运营和监管在美国依然存在众多模糊地带，需要进一步明确。虽然加州公共事业委员会对网约车监管已经出台了专门法案，但对于司机与网络平台之间是否是雇佣关系一直存在争议。目前在加州的交通网络公司中，司机与网络平台的关系仍然是独立合同工。这种关系更像是合作关系，而不是雇佣关系。司机就像一个个独立的运营承包商，这种方式更加灵活自由，司机有更强的自主控制权。

随之而来的，就是税收的征缴问题。由于Uber在大部分州将司机视为独立承包商而不是员工，因此司机个人所承担的税负较重。一般而言，公司都需为司机支付一般的社保和医疗费用，但Uber无需缴纳。Uber采用了类似Apple等其他科技公司的避税策略，即形成一个有限合伙和控股公司的国际网络，同时向司机提供缴税指引。向网约车公司征税是一个已经提出但尚没有解决方案的问题。

但是，根据美国各州的法律，网约车不设数量和运价管制。首先，在欧美大多数地方，传统的电话预约租车都没有数量和运价管制。其次，在预约出租车服务市场上，乘客能够获取较充分的信息，能够对不同派车机构的车辆、服务和价位做出比较和鉴别。因此，信息不对称的问题小到可以忽略不计，对网约车就更加没有必要实施数量和运价管制。

在美国，网约车的运营同样面临争议。日前，美国伊利诺伊州打了一场网约车官司。案件原告是出租车行业协会，被告是芝加哥政府。出租车行业要求政府有所作为，让网约车接受和出租车一样的管制条件。10月7日，美国联邦第七巡回上诉法院判决，芝加哥市政府对优步等交通出行平台和出租车设置不同的监管标准并没有导致不公平竞争。因此芝加哥市政府并不需要为出租车收入下降和牌照价值贬损提供补偿。结果网约车无需接受类似出租车的价格监管，司机也无需出租车牌照，出租车协会遭遇了惨败。

本案主审法官是著名法学家理查德·波斯纳。他在判决书上写道：当新技术或新商业模式诞生时，通常结果是老一代技术或商业模式的式微甚至消失。如果老一代技术或商业模式获得宪法赋予的权利，将新生事物排除在自己的市场之外，那么经济发展将可能停滞。我们可能就不会有出租车，而只有马车；不会有电话，而只有电报；不会有计算机，而只有计算尺。

