读博客

以创意创新为梦想旗帜

行走在价值链高端

本报记者 江雪

2012年1月8日，由北京大学光华管理学院主办的“第十三届北大光华新年论坛”在北京大学百周年纪念讲堂举行,经济学家和企业家坐到一起谈创新、谈创意、谈改革是幸事。大家的共识必须统一在一个起点上，中国企业走出去的全球化梦想才有可能实现。

企业唯有立足于价值链的高端,才不至于成为一个单纯的加工者

在高端产品上突破

厉以宁,没有创意就没有创新。创意总是先于创新。任何发明和创新都以创意为突破口。

企业家都认识到，当今国际化的中国企业,销售的不仅仅是商品本身,还有销售者创意、技术和文化。这个综合的品质才可以打造出响亮的品牌。

各种困局面前,需要突破什么?

经济学家厉以宁一直强调他的观点:“发明是科学家的事，创新是企业家的事,创意则来自天才”。

能够给予认同的企业家对自己的分析更加明确:“在技术方面我们如果没有创意,没有全新产品和生产工艺,没有在制度方面的改革新思路，那就不要怨恨任何环境和任何政策。”

创新是企业家的事情。这是一个不争的结论。

企业家既然要在资本存量可变地情况下让资本增值，就要学会合理地运用、配置各种资源,要明白资本是可以创造的,财富是不断增加的。这个基础上,创业的思路必然是紧跟创新。

厉以宁的最新体会在博客上转载:没有创新就不可能立足于价值链的高端。过去谈管理学的时候经常谈西蒙的次优利润,次优是可行的,但是在今天谈到创意和创新的时候，我们必须讲最优。现代市场的竞争态势是:最优才有前途,才有出路,次优同样会被排斥,会被淘汰。形势逼人,未来市场是最优者的市场，最优者就是本产业的领跑者。

经济学家是知道企业家内心有很多纠结的:对于一个企业内部来说,如果你处处求最优可能是不现实的,只能退而求其次,让可行性更大一点;但是在国际竞争中企业必须要最优。这就牵扯到价值链的高端和低端话题。企业唯有立足于价值链的高端，才不至于成为一个单纯的加工者。

从事实看，市场的绝大部分利润都归于有创意和创新能力的企业。如果企业处于价值链的低端，只能收到加工费,盈利率的空间很少。

创意和创新绝对不是有的企业家理解的“噱头”,而是根本。谈到切身感受,有企业家表示:盈利率不管怎么说都是重要的，否则会引起投资者的不满，经理人也不能再得到投资者们的信任。但是想让企业的产值增加,利润增多,企业就必须走自主创新之路,全员的创意意识要加强。

希望开拓国际市场的很多民营企业为什么遭到某些国有企业的抵制?直接原因是他们在与其合作中感到“民营企业势单力薄，没有自己的优势,必受排挤。如果不抱团闯世界几乎没可能成功。而且,要做到本行业中最优或者前三名,才有理由和资格做好。

最优,是立在价值链高端的最优;是拥有自主知识产权的最优；是产业整体质量上升后的最优。

厉以宁

没有创意就没有创新

柳传志

我对新突破抱有很大期望

田溯宁

企业家要用更多、更坚定的创新、创业来纪念乔布斯,追随乔布斯

正因为大多企业和企业家都对未来的市场环境带来的发展瓶颈堪忧,厉以宁才给予企业家们一个坚定的指导:没有合适的制度条件,既不能有突破性的创意,也不可能有重大的创新,所以制度条件是不可缺少的。要有一个由市场主体、投资次等的体制;要有一个公平竞争的市场环境；要有一套政府在税收、信贷、奖励方面帮助创新者的优惠政策,帮助企业创新;要有一套严格的知识产权保护制度保证大创新不是小创新；要有一套激励创新者的机制，包括企业内部的产权分享制度。

新产业更要讲创意

柳传志说,“我对新突破抱有很大期望。”

企业家的信心在2012年2月渐渐恢复起来。他们更愿意议论“乔布斯为什么可以是天才？除了组织能力和创新能力之外，企业家要为制度改革作出什么贡献？”这样的话题。

是的,没人愿意承认“中国就一定不能诞生乔布斯”。

对北大有着特殊感情的企业家柳传志,对于创意和创新话题很敏感。亲身经历多年的国际化之路探索后,激情满怀的柳传志甚至被北大数学系毕业的、如今成为国家科技部部长的张来武的讲话深深触动。他说:我们做企业的没有认真研究过科技创新的文字定义，但是研究了怎样使企业发展得更快、更好。研究后发现,确实是个系统科学大工程。你的品牌能力够不够?资金能力够不够?认为创新了,可是是否卖得出去?卖多少量?都决定了你是否高端、是否能够赚钱。就算是科技含量很高,创意不新,最后还是会从经济结果来衡量的。

企业家是要算账的。这个特别的时代更需要企业家开阔思路，合理创新,抓住历史的机遇。

2010年1月,胡锦涛总书记在上海视察8号桥创意产业园区后，对上海领导同志说:“创意产业蕴藏着巨大的发展潜力,要进一步做好园区规划,不断完善服务体系，努力营造创新氛围，真正把创意产业培育成上海经济发展的新亮点。”

这个新闻被很多敏锐的大型企业领导者当做“政策消息”认真分析。他们或者去投资养殖业、或者去投资影视业文化业。因为事实开启了他们的新智慧、生意的新方向。不仅仅只是向左或者只是向右。

创意产业是上世纪90年代由英国首先提出的概念，在全球已经取得了蓬勃的发展，每天都有几百亿美元的产出。创意产业不仅仅开发人类创造力、解放文化生产力、提升产业竞争力，更是增强一个国家软实力的有效手段。

有着更多体会的企业家交流的经验是：如果把创意和创新与文化、技术、产品功能、市场有机结合,不仅能够为人们提供文化含量较高的产品和服务,人们的精神需求得以满足,消费自然得到有效刺激，很快形成新的消费市场。更重要的是,文化创意产业如今和很多产业实现可融合发展，不但促进了产业创新和结构的优化，更加有效地推动了中国企业的经济转型。

专家认为，在新形势下企业必须积极发展创意设计、策划营销、打造品牌,才能更好、更快地发展。可以说,传统产业可以通过创意产业的融入,附加更多的文化内涵，开辟蓝海战略实现差异化竞争,塑造有特色的品牌,来提升竞争力。

中国有庞大的制造业基础，也就是创意产业庞大的发展基础。正如中国铝业公司总经理熊维的观点：中国铝业公司作为世界500强排名33位的企业三年前产业结构还是单一的铝公司。2008年金融危机来了,将单一的铝专业化公司向综合类的矿业公司战略转型。创意点是“用十年左右的时间打造成中国的必和必拓”。我们要大胆进行科技创新,体制和机制创新,激发科技人员的创新精神和创意才华意识。

事实上,我们必须承认,如今的商业社会,产品创意无处不在。绍兴孔乙己品牌、重庆张飞牛肉、国窖泸州老窖都在产品设计中融入了深刻的文化创意，以不同的形式给予了人们丰富的想象,实现了产品的价值创新;安徽借用茶文化节，通过造型把茶叶用丝线编织起来,编成“绿牡丹”茶送给消费者,打通了新的销售渠道和销售方式,带活了一个公司。

创意需要氛围建设

田溯宁说,我们企业家要用更多、更坚定的创新、创业来纪念乔布斯,追随乔布斯。

创新的天空无比广大，行业融合的发展空间无比广大。

作为优秀的企业家，柳传志没有理由羁绊住自己的脚步，因此他在2012年初就决定了联想投资农业,显示了他的思维创新和文化创新。专家们肯定他是“全面利用好企业制度带来的有利条件,抓住更大的市场机遇,发挥了个人的品牌优势”。

一个企业家需要不断地创新工作模式。

一个企业更要在企业家精神指导下,涌现出更多的创意人才。

2009年的3月13日，国务院批复要求在中关村科技园区建设国家自主创新示范区,同时要求到2020年把中关村建设成为具有全球影响力的科技创新中心。

那么,什么是科技创新中心?要下一个定义，其实不是一件挺容易的事情。但是,专家提示企业家们要从另外一个角度看待：大家公认的全球科技创新中心是谁?

企业家们毫无疑问地给出答案：美国硅谷。

这再一次引起经济学家和企业家的讨论：硅谷成为科技创新中心的两个标志:一是大量创新产品,包括新技术和新商业模式；二是拥有微软、谷歌、AMD、甲骨文等一批大型高科技企业。这些企业通过国际化发展,以全新的商业模式把这些技术和产品带到了世界各地。

说到硅谷,离不开创新、创意、人才、模式。北京的中关村一直努力成为中国硅谷，他们也一直希望尽快出现微软、苹果。

中国宽带产业基金董事长田溯宁在博客上写道：我在想为什么很多中国人爱苹果，爱这个从未来过中国的乔布斯。因为,他代表着我们这片土地数千年来最缺乏的元素。而在“中国制造”向“中国创造”转变之时,他代表的精神,正是我们所需要的。乔布斯名字将如同孔子、伽利略、哥伦布、爱迪生一样,被人们记住、传颂。正是他们不断开拓地理知识与心灵的新边疆,世界因此变得更好。我们企业家要用更多、更坚定的创新、创业来纪念他,追随他。

@热微博

建筑启示

王石:拜访MIT建筑设计学院,隔窗眺望10号楼。 美国许多校区和公共建筑都有一座原型于罗马万神殿的大穹顶建筑。史学家杜兰特总结美国文化的一个特点:因缺乏历史与传统,而不惜动用一切资源,营造古典传统之美,狂热程度甚至超过古老文化源起之地。

恒产恒心

王永:很赞成蒋方舟“无恒产者无恒心”的说法！国家是否可以学习新加坡的做法,在某一个时刻下一个决心,在某年某月某日之前的财产一律予以承认和保护,对其所谓的原罪一概既往不咎,在某年某月某日之后的非法所得一律严惩不贷。

创业练剑

雷军:①人若无名便可专心练剑,不必要的会尽量不参加,认认真真做事;②商业成功最重要是:朋友多多的,敌人少少的;③用户满意度是根本。 把精力放在改善产品和服务上,让用户满意; ④行业霸主总有衰老的一天，但它们会因什么、在何时衰落,这就是创业的机会。

商业价值

周鸿祎:没有用户价值就没有,有人说用户至上是幌子，一个企业到底还是追求商业利益的。但商业模式会不断变化,用户对公司和产品的认可才是持久资产。没有用户价值就没有商业价值。所谓“地在人失,人地皆失;地失人在,人地皆得。”人就是用户价值,地就是商业价值。

随遇而安

韩志国:放不下的,都往往失去;舍不得的,都常常疏离;忘不掉的,大都不属于你;想不开的,都经常失之毫厘。眷恋,往往牵手不易;痴迷,常常遭人鄙弃;张扬,往往带来沉寂;高调,常常被人看低。得不到的不一定最美,留得住的要格外珍惜。人生是得与失的循环,生活是利与弊的更替。

营销演变

叶茂中:第一阶段“胆”,有没有营销知识不重要,懂点皮毛胆大就成。 第二阶段“识”,懂营销知识很重要，各种理论盛行，企业家人手一摞。 当下第三阶段,你看的书对手也看过,导致营销思维雷同,所以建议企业家多接触艺术,不为脱俗,只为刺激“创造力、想象力”与众不同。

渴望尊敬

宁高宁: 创新与创造是企业家所有责任中的第一责任。没有真正的创新创造,没有提升行业、影响社会的创新能力、创造能力,企业规模做得再大、赚钱再多也没理由受到太大的尊敬。

远离错误

严旭:1.战略上贪婪: 想用自己有限的资源做太多的事。2.客户不做轻重梳理:以至冷淡了最该珍惜的核心客户。3.模式上同质: 竞争对手做什么自己也做什么。4.组织上混乱:不能让员工清楚地知道自己该做什么。5.奖惩上模糊: 没有明确奖惩制度,凭喜好而行或时有时无。

新的心得

马云:1.光脚的永远不怕穿鞋的;2.有时候死扛下去总是会有机会的;3. 能用钱解决的问题就都不是问题;4.短暂的激情是不值钱的,只有持久的激情才是赚钱的;5.今天很残酷,明天更残酷,后天会很美好,但绝大多数人都死在明天晚上;6.心中无敌者,无敌于天下;7.世界上最不可靠的就是关系。

【江雪编辑整理】

中国人保财险总裁王银成

中国保险业产品多元化不够

王银成

中国人民财产保险股份有限公司，简称中国人保财险,前身是1949年成立的中国人民保险公司。2003年,中国人保财险在香港联交所主板挂牌上市，是中国内地第一家在海外上市的金融企业，也是亚洲最大的财产保险公司。2012年2月,网易《财经会客厅》专访中国人民财产保险股份有限公司总裁王银成。

网易财经: *我们知道近两年财险业的发展势头是发展良好的,您能否介绍一下中国人保财险公司,目前整体的发展情况呢?*

王银成:正如你了解的,其实最近三四年吧,整个中国的财产保险业发展的势头也非常好，不论是业务发展的速度，还是业务发展的质量，都有了非常大的一个改变。人保财险本身在行业,我们占有40%左右的份额,应该说也是和行业同步在发展。过去这四年差不多我们的总资产翻了一番,现金资产翻了一番多,盈利也是在大幅度地提升,同时未决赔款准备金也是大幅度在提升。我们的未决赔款准备金大概要比2007年底增加接近两倍,两倍的未决赔款准备金,所以实力有一个显著的增强。

网易财经: *我们知道现在财险的新渠道这块发展比较快,人保财险是如何在新渠道这块挖掘增长点的呢?*

王银成:新渠道这块,我们现在的电话销售和网络销售增长速度确实也非常快。今天(你们来的)很巧,昨天晚上他们给我报告好消息，我们的电话销售单日已经突破了一个亿，这也是这几年持续抓我们新渠道建设的一个结果。

网易财经: *今年是“十二五”规划的开端之年,人保财险在“十二五”期间,在市场占有率和资金规模上有什么样的发展目标呢?*

王银成:“十二五”期间的目标现在可能还没有正式对外公告,我们自己研究了一个,还是比较具有挑战性的一个目标,发展速度我觉得应该要大大高于GDP的增长速度。

未来车险市场份额将下降

2010年,中国人保财险的保费收入已突破1500亿,跃居亚洲产险业榜首,在全球可比财产险公司排名第七。至此,中国人保财险已踏入世界级财产险公司行列。中国人保财险的主要业务涵盖机动车辆险、财产险、船舶货运险、责任信用险、意外健康险、能源及航空航天险、农业保险等财产险各个业务领域。据未经审计的中国人保财险2011年中期业绩显示，意外与健康险增长最快,2011年上半年营业额同比增长36%，车险业务与企财险业务基数较大,分别取得9.3%和10.0%的同比增长速度。

网易财经: *我们知道车险在中国财险业占比是非常高的,但随着老百姓资产配置的多元化,人保财险在保费多元化这方面有什么样的考虑和规划呢?*

王银成:嗯,现在谈不上叫考虑和规划,这个可以这样看,我相信经济社会发展是有它的规律性的,从成熟的发达市场来看，未来中国市场上的车险将会由现在的70%,甚至70%以上的一个比例,逐步应该会下降到50%左右,甚至于50%以下。随着经济越发达,那么各个方面的保险需求越来越多。而相对来讲,车达到一定程度,它就会保持在一个状态。所以最终你像责任险、家财险等等其他的一些,下一步我们包括一些新产品,类似于生活方式保险可能都会有。那么这些推出去,这些你看得见是有形的,有的保的可能是一些无形的东西,都会有,那么这个空间也会非常大。我相信可能15年、20年之后,中国的市场就会达到那个状态。但是现阶段,我认为三五年之内这个格局很难发生一个根本性的变化。

中国保险市场存多重增长极

2011年，中国保险行业共实现保费收入1.43万亿元,同比增长10.4%。其中,财产险保费收入4617.9亿元,同比增长18.5%。人身险保费收入9699.8亿元,同比增长6.8%。保险公司总资产达到5.9万亿元。同时,在打击保险市场违法违规行为方面，全年共有926家次机构和1056人次受到了行政处罚。

网易财经: *展望一下,您认为未来几年,中国保险市场存在哪些重要的增长极?*

王银成:这些增长极,我相信一个方面就是责任保险,我认为这个市场空间将会是比较大的。第二个方面就是农业保险，因为农村市场随着内需的不断扩大,农民非常需要保险保障。我回我们老家看我们的一些同学,他们有的种苹果,也有种其它的一些农产品的,其实很脆弱,辛辛苦苦一年,一次冰雹,就有可能把他一年的辛苦全部都泡汤了。所以现在看这些方面非常需要保险的支持。当然除此之外,我觉得意外险现在发展速度也还比较快。

网易财经: *您认为与欧美国家相比,中国保险业还存在哪些差距?*

王银成: 经济社会发展的阶段不同，这是一个大前提。因为欧美国家,特别你像在欧洲以英国为代表,保险业有300多年的历史,所以对他们来讲,他们的经济社会发展的阶段和我们不同,他们是一个发达国家,充分竞争的非常发达的一个市场经济环境，我们现在还是属于一个转型期，当然还有我们整个的消费能力的一个阶段性的限制。所以在这种情况下,我们在发展方面,我们产品的多元化可能还不够。我觉得要更好地服务经济社会发展,可能还需要开发更多的适销对路的产品。现在很多的公司产品量不少,但都是传统的那几样。**(摘自网易财经)**