

不断深化经济发展规律性认识

□ 卫兴华

新中国70年经济建设取得的伟大成就,是在实践探索中深化对经济规律的认识、遵循经济规律推动发展的结果。鸦片战争以后,由于西方列强入侵,中国逐渐沦为半殖民地半封建社会。许多仁人志士寻求救国救民的良方,尝试过多种主义和思想,但都没有成功。在中国共产党领导下,在马克思主义指导下,建立了新中国,使中国人民摆脱屈辱命运站了起来,成为国家、社会和自己命运的主人。新中国成立以来,我国用短短几十年时间走完了发达国家几百年走过的工业化历程,不断富起来、强起来,正走在中华民族伟大复兴的新征程上。

回顾新中国70年的发展史可以看出,从新中国成立到1956年,我国经济发展是卓有成效的。1950年—1952年,我国经济实现了恢复性高

速增长。1952年开始第一个五年计划,工业生产能力大幅度提高,工业布局不合理的局面得到初步改变。1956年实行全面工资改革,职工收入普遍得到提高。我国逐步建立起独立的、比较完整的工业体系和国民经济体系。后来由于左倾错误,我国经济建设出现了一些失误。正是在总结正反两方面经验的基础上,我们党深化了对社会主义经济建设规律的认识,带领人民实行改革开放,开启了建设中国特色社会主义新征程。

改革开放后,我国之所以能取得持续快速发展的巨大成就,与遵循马克思主义基本原理和按经济规律办事密切相关。党的十一届三中全会实现了新中国成立以来党的历史上具有深远意义的伟大转折,我们党以马克思主义为指

导,作出了把党和国家工作中心转移到经济建设上来、实行改革开放的历史性决策。40多年来,我们党始终坚持改革开放的正确方向,既不走封闭僵化的老路,也不走改旗易帜的邪路,始终坚持和发展中国特色社会主义;正确认识当代中国最大的客观实际,明确我国仍处于并将长期处于社会主义初级阶段,确立社会主义初级阶段基本路线;确立建立社会主义市场经济体制的改革目标,成功实现了从高度集中的计划经济体制到充满活力的社会主义市场经济体制、从封闭半封闭到全方位开放的伟大历史转折,促进了经济社会快速发展。党的十八大以来,在习近平新时代中国特色社会主义思想指引下,在以习近平总书记为核心的党中央坚强领导下,中国特色社会主义进入新时代,党和国家

事业取得历史性成就、发生历史性变革,开创了中国特色社会主义伟大事业新局面。

应当明确,改革开放前和改革开放后的两个历史时期是既相互联系又有重大区别的,但本质上都是我们党领导人民进行社会主义建设的实践探索。改革开放前的社会主义实践探索为改革开放后的社会主义实践探索积累了条件,改革开放后的社会主义实践探索是对前一个时期实践探索的坚持、改革、发展。在中国特色社会主义新时代,我们应继续深化对经济发展的规律性认识,紧紧抓住和用好重要战略机遇期,保持经济持续健康发展和社会大局稳定,为全面建成小康社会收官打下决定性基础,顺利实现党的十九大确立的宏伟目标。



精力,原本可以拿来赚更多的钱的。

可以说“代经济”在为美好生活加分。于个人,能用钱解决烦心事,就像有了代驾,开车去吃饭也可以放开喝而不必担心酒驾判罚。于社会,专业的事由专业的人来干,分工精细化有助于增加就业机会、提高生产效率,从而促进经济增长。时下几个外卖平台创造了数以百万个就业岗位,就是托了“代经济”的福。而且借助便捷

的移动互联网技术,“代经济”正以更加专业和本土的姿态渗透到人们生活的每一个细节中。

当然,鼓励“代经济”并不是说事请人代劳,能懒则懒。人们不能过度依赖代经济,切勿任何事情都找人代办而使得自己的能力逐日退化。但大部分人还是理性的,不能因为有个别的奇葩“代经济”就否定一大片。新消费下产生的新经济形式,应该交给社会去检验。

“代经济”,要为美好生活加分

□ 项向荣

据中新社报道,从前只知代购、代跑腿,但现在的年轻人,已经连吃火锅、去健身都不用“事必躬亲”了。据了解,以“代服务”为主的各类跑腿平台已步入大众视野。

对于日益流行的“代经济”,舆论非议较多,认为会催生懒人经济,是做投机分子的投机取巧生意,总而言之,这是一种不正常的现象。的确,如今一些“代经济”的花样是不大正常的。比如前段时间风靡一时的“代吃代喝”、“代撸猫撸狗”等另类体验消费,在社交媒体和诸多媒体上频频刷屏。

面对此类“花钱请人替自己消费的行为”,艾媒咨询分析师刘杰豪表示:“社交场景在催生这种个性化消费中发挥着重要作用,年轻消费者需求趋势变化较快,这种小众且新兴的消费行为更像是一场社交游戏。”所以,这种另类的“社交游戏”想在市场上持续风靡,想必不大现实,准保它一阵风来一阵风去。

实际上,跑腿之类的“代经济”古已有之,如代写书信、代人诉讼、花钱请妈妈给孩子等等。这些其实也是“代经济”的一种。至于如今更是蓬勃发展,吃饭不用上饭店,点外卖;取件不用上邮

局,有快递;家里脏了不用自己动手,雇钟点工;朋友聚会喝酒后,通过e代驾找一位代驾司机,帮助自己和汽车安全到家等等。诸如此类“代经济”已经渗透到各行各业、各个领域。“代经济”说白了就是花钱雇人办事,各尽所能,各得其所。

而且“代经济”创业项目正在受到资本的青睐。一超市代购项目刚开业就获得了1500万元的天使投资。某陪诊业务创始人岳建雄更是豪言:中国每年有33亿人次就诊,单是北京每年就有2.3亿人次外地来京者就诊,每天有70万外地来京就医的病人,67.5%的人看病有人陪诊。对于e陪诊来说,只要解放1%的人就是60亿元的市场,代人陪诊“钱景”不可限量。

“代经济”为什么蓬勃?是有时代背景的。一则是生活节奏在变快,同时大家钱包也更加鼓起来了,有实力让自己从繁琐的日常生活中解脱出来。更重要的是,如今的社会更加专业化,花钱让人跑腿,其实是更符合经济原理的。比如海外代购、急送物品,排队挂号,公司业务代办(如公司注册、变更、报税、商标注册等),车辆上牌、过户、年审等。这些如果让当事人自己去解决,可能要花上很多时间和精力,而这些时间和

《融创论——自主创新驱动企业转型升级》摘录(连载十五)

□ 梁勤

管理创新为支撑

一、“互联网+”时代企业管理的新特征

互联网是人类最伟大的发明之一。移动互联网正在改变、颠覆、创新人类社会方方面面,没有成功的企业,只有时代的企业,所谓成功只不过是踏准了时代的节拍。企业如果不能与时俱进,就是退步,就会被市场淘汰,被时代抛弃。简单归纳,移动互联网时代企业管理出现了八大新特征。

特征一:移动互联网推动企业管理与组织创新

19世纪60年代第二次工业革命初期,资本主义社会面临的是以机器取代人力,以大规模工厂化生产取代个体工场手工业生产的一场生产与科技革命。随着机器生产的大规模应用,手工业劳动者面临如何在短时间内成为熟练产业工人的难题。福特汽车“流水线”诞生了,1911年泰勒的科学管理理论诞生了,西方古典管理理论随着这场生产与科技革命发展起来了,生产要素和生产资料按照古典管理理论和商业规则得到了有效分配和利用。

第三次工业革命是以计算机、原子能、航空航天、生物工程等的发明应用为主要标志的科学技术革命,极大地改善了人类的生产生活质量,极大地推动了人类社会经济、政治、文化领域的变革,人类生活方式和思维方式也产生了重大的变化。

第四次工业革命是以新一代互联网、物联网、大数据、云计算、新能源与再生能源、人工智能、生命科学等开始的全革新革命,将超过以往任何一次技术革命对人类社会的变化。数据显示,2017年全球互联网用户数已达到36亿,约占全球人口数的47%,其中移动互联网用户已达到23亿。中国拥有全球数量最多的移动互联网用户。根据2017年《中国移动互联网发展报告》,中国移动互联网用户达到10.93亿人。

未来会怎么样?未来不可想象。组织一直在变化,没有标准的组织,只有高效的组织。

传统的金字塔科层模式组织架构,等级分明,结构稳定,决策指挥从上到下,流程严谨,作业标准化。其缺点是管理成本高、协同性差、决策效率低。

过渡阶段既有金字塔科层模式组织架构,又有网状组织,有中心有次级组织,次级组织之间彼此连接,层级有上下,属于开放式组织。

发展到后来是完全的网状组织,纯粹以项目、任务为导向,自组织模式,节点负责协调组织、非控制指挥,容错度高,可快速迭代,沟通执行更高效。其缺点是缺乏固定的从属关系,结构比较自由,不稳定。

然而,企业管理与组织创新往往落后于技术创新的步伐,移动互联网的广泛应用,大规模定制颠覆了泰勒的“科学管理理论”及大规模制造,“混沌理论”颠覆了法约尔的“一般管理理论”追求企业内部再平衡,互联网的“去中心、去中介、自组织化”的组织形态颠覆了韦伯的“组织理论科层制”,西方古典管理理论不再适用于移动互联网时代。这给赶上互联网大潮并进入第一梯队的中国企业尤其是企业管理理论的创新提供了从来没有过的生态

环境和平起平坐的机会。

特征二:移动互联网时代企业的边界在消失

在海尔的管理实践中,张瑞敏走出其自身创造的“日事日毕、日清日高”的OEC管理模式,走向了人人面向市场的“市场链”管理模式、人单合一的共赢模式,备受企业界和管理学术界推崇。

2013—2014年5月,海尔在不到两年的时间里,在册员工总数由86000人减至64995人。2014年6月张瑞敏在某次论坛上说:“去年裁掉1.6万员工,海尔今年还要大刀阔斧,裁掉1万名以中层管理者为主的员工。”

海尔为何大幅裁员?原因是海尔在塑造互联网时代的新商业模式,实施了“企业平台化、员工创客化、用户个性化”的三化战略。

海尔现在有2000多个小微平台,已有200家团队在工商局注册成立独立的公司。很多员工激情被点燃起来,纷纷创业实现自己的价值。

张瑞敏介绍,现在的海尔只有三类人:“一类人叫作平台主,平台主不是领导,是看平台上有多少创业公司,创业公司成功与否,能冒出多少新的跨界创业公司。一类人是小微主,也就是小型创业公司,看能不能够自主找寻机会创业。最后就是创客,所有的员工都应该成为创客。企业不再开工资,让员工自己创造价值,企业就从原来制造产品的加速器,变成孵化创客的加速器。”

张瑞敏介绍,员工创客化颠覆了雇佣制,员工从被雇佣者、执行者转化为创业者、动态合伙人。张瑞敏还表示:“企业探索创客平台确实很难,我认为领导必须放弃决策权、用人权、分配权。每个小微都有决策,让团队自己决定用什么人、利益怎么分配。”

在移动互联网时代,淡化中层的层级数量是未来组织转型升级的趋势之一。听得见炮火的一线人员已经具备从节点到节点的沟通协同能力,并能形成自组织工作。每个员工都可能成为自组织的核心,负责自组织的经营决策和日常管理,每个员工都能同时成为他组织的一员,承担他组织赋予的职能,员工评价可以是来自不同圈子的评价汇总,多维组织生态充分体现互联网去中心化、去中介化的管理特征。

企业、员工、用户、合作方的关系链、价值链、生态链都将改变,移动互联网时代的企业将呈现无中心、无边界和竞争无孔不入、颠覆无处不在的形态。

在移动互联网时代,企业的边界在消失,跨界竞争越来越多,生产者和消费者的边界不再明显。员工、产品、社群越来越无边界化,C2M大规模定制崛起,科层制组织逐步失去活力,动态多维的网状组织正在崛起。

特征三:以用户为核心的企业价值链变革

过去有句谚语,“从南京到北京,买的不如卖的精”,说的是传统的生意利用信息不对称赚取利润的商业本质。在互联网时代,以企业为中心的传统价值链将改变为以个人为中心的新价值链。

小米手机的粉丝营销做到了极致。小米论坛上米粉们提建议吐吐槽,版本会根据“米粉”们的建议来改进,为此小米特别设立了“爆米花奖”,用

户体验与员工绩效考核直接挂钩,数千万个“为发烧而生”的激情的“米粉”们倾心参与。“米粉”们还积极参与了市场调研、手机设计、功能测试、MIUI迭代、营销推广、品牌公关,组织线下的“米粉”同城会,甚至还开办了“米粉节”。

据不完全统计,“米粉”们帮助小米翻译了25个国家的语言版本,60万“米粉”参与了手机操作系统的开发,小米公司为MIUI适配了36款机型,“米粉”为MIUI适配了143款机型,“米粉”帮助做了10000种主题,100000种问答方案,“米粉”们在这些活动中体验到了参与感、成就感、荣誉感,真正有企业“主人翁”与“自我实现”的感觉。

互联网预言家凯文·凯利谈到:“在未来的20—30年,去中心化是未来的不二法门,传统企业是线性增长,创新企业是指数增长,传统企业是自己完善产品,创新企业由客户来完善产品。”

“米粉”们的行为正好印证了生产者和消费者不再明显的特征。用户、组织、网络和实体渠道紧密连接在一起,小米不仅仅是其全体股东的,同时也属于全体“米粉”。

特征四:云计算与社交化成为企业运营变革新方向

云计算能降低企业IT建设的TCO(总体拥有成本),提升企业综合效率,随着传统企业+互联网化,云计算逐渐成为企业级用户通过IT建设来实现管理创新的有效途径。

SaaS服务是未来云计算发展的主要方向之一,目前SaaS服务主要是聚焦企业管理软件领域,部署快、费用低,安全级别高,功能快速迭代,业务永续,能将各项业务在云端有机整合,信息成本、交易成本、管理成本都会降低。随着云计算技术的提升,更多领域的SaaS服务将得到丰富,移动化场景下的互联应用将更加便捷,云计算在增加企业竞争力的同时成为传统企业转型升级的引擎。

随着互联网的不断发展,社交平台快速崛起,人们花在互联网上的时间更多了,线下的社交时间大大减少。企业级的社交将以员工为中心,通过人际互联来实现业务流程的驱动,所有业务都围绕着重人来进行整合,使人真正成为管理的核心和终极目标。借助社交化的工具,人力资源管理也可以整合组织内外部资源,打破组织和企业壁垒。

特征五:大数据成为企业的“标配”

Vanson Bourne对3000家美国、英国企业的调研数据表明,目前有60%的IT公司在全公司范围内使用大数据。

在移动互联网时代,快消品企业或者服务业企业可以利用大数据进行精准营销,获得更多的用户和收益;利用长尾理论做小而美细分市场的企业可以利用大数据来设计更有竞争力的产品和服务;互联网的传统企业更加需要利用大数据保障转型升级的成功。

大数据企业级市场得到了广泛应用,尤其是商业机构,设定商业和管理目标并排序,通过建立大数据模型进行动态监控和管理,实现管理的数量化和精准化,及时给出管理建议,建立反馈体系,分析数据并迭代指标的合理性,通过数据分析进行

管理诊断和未来趋势预测。例如利用大数据“样本就是全数据”的优势,产品研发部门可以设计用户喜爱的产品服务,人力资源部门设计员工喜欢的考勤、假期、福利、团队建设、激励方案等。

特征六:CEO是“网红”

2016年4月16日,72岁的任正非独自拉着拉杆箱,在上海虹桥机场排队等候出租车,没有助理和专车,照片在朋友圈被刷爆,引发无数感慨,百度指数暴增559%,一向低调的任正非瞬间成为“网红”,华为公司甚至华为手机产品的美誉度大幅提升。

2016年上半年Papi酱的爆红以及游戏、秀场等各大类型主播们的强势崛起,“网红”已成为2016年整个互联网出镜率最高的词汇之一。

网红化本质就是社交网络化。越来越多的企业意识到高大全的传统媒体已经不适合消费者心理需求,网络直播作为新的市场营销方式,与用户和粉丝的直接、真切互动更接地气,内容的传播更有影响力,用户和粉丝可以直接感受到企业的品牌和企业领导人的个人魅力。因此,美国东海岸时间2018年2月6日16时,在逾十万现场粉丝的注视下,人类最强推力最强的火箭——“重型猎鹰”成功完成了首飞,并将特斯拉跑车成功送入太空。这堪称科幻电影一样的划时代表演使马斯克再次被数十亿大众刷屏,其“网红”效应无法估量。在全球范围内,企业家在社交网络上的存在和体现将越来越强,企业家的“网红化”已经成为大势所趋。

特征七:共享经济模式重塑传统商业模式

“互联网精神”是平等、开放、协作、创新、分享。互联网让分享变得更简单,维基百科的知识分享、Linux系统源代码、云计算等都是分享经济的模式。共享经济是随着移动互联网、云计算、大数据、社交网络、智能设备等技术 and 平台的广泛应用而发展起来的,共享经济颠覆了传统产权观,将所有权与使用权分离,实现超越时空限制的信息交流与分享,将闲置的资源提供给有需求的用户,目的在于对使用权的最大利用,鼓励人们分享彼此闲置的资源,从而实现资源利用率的最大化。Uber和Airbnb是共享经济模式的典范。

2009年Uber在美国旧金山诞生,起初是一款打车App,Uber利用移动互联网技术和大数据算法,实现快速定位、精准派单、导航、结算支付、征信监管、保险保障、客户服务等,提供给乘客随叫随到的通行便利和高质量的服务体验,很多Uber司机都有自己正式的工作,一般利用工作之余通过开Uber赚取额外收入。Uber突破了出租车行业依法发放牌照的行业壁垒,迅速崛起,获得了资本的狂热追捧,其业务遍布全球72个国家460个城市。Uber改变了人们的出行方式,无一例外给当地的传统出租车行业带来巨大的冲击,颠覆了传统出租车企业的经营模式,改变了旧有的商业模式,影响着30亿人的工作生活观念和方式。

这些年中国共享经济也保持了高速增长。除耳熟能详的滴滴、摩拜外,实体经济尤其是制造业也迅速切换了风口,参与到共享经济的浪潮中。共享经济正成为企业管理创新的突破点、着力点与新领域,涉及平台共享、资源共享、市场共享、技术共享、知识共享等,采取企业上下游协同、产业链协同、生态圈协同等多种方式,优势互补,深度合作,协调一致,共同促进企业发展。

一是上下游协同。徐工随车起重机械有限公司作为吊装设备厂家,根据专用车行业特点,在行业与一汽、东风、重汽等底盘制造企业合作,以软文化和互联网信息平台为支撑,通过研发前置、柔性生产、品牌融合、渠道互建、一体服务等全价值链协同举措,开展研发协同、供应协同、生产协同、渠道协同、服务协同,实现“双品牌、双渠道”协同发力。目前公司产品远销100多个国家和地区,成为最具价值和最受用户信赖的臂架类专用车制造领军企业。

二是产业链协同。吉林化纤集团有限责任公司作为竹纤维产业链上的核心企业,充分发挥其在产业链中的领导、协调和引领作用,以拥有的竹纤维原创性核心技术为基础,以组建产业联盟为依托,纵向上向原料基地拓展,横向上集合纺纱、织造、染整、成衣制造、商贸企业,创建竹纤维产业联盟,共同研究开发竹纤维产业链各环节的技术、工艺和产品,共同培育和发展竹纤维产业。目前,吉林化纤集团有限责任公司拥有世界最大的竹纤维生产基地,产品畅销国内,远销海外。

三是生态圈协同。中金企链金融信息服务有限公司由中国中车联合中国铁建、国机集团、金蝶软件等国有和民营企业发起组建,依托工业制造、建筑、能源、现代服务等众多大企业资源,构建大企业、中小企业与银行之间发展的良性生态圈,建立以“免费、共享、安全”为基本特征的信用流转共享服务机制,创新推出“云信”产品,实现产业链企业资产与金融机构资金的有效对接,构建起跨产业、跨部门、跨地域的产业互联网供应链金融创新服务体系。

尽管目前还存在监管不足与安全缺陷,但共享经济的魔力在于对社会资源的重新分配与连接,必将成为移动互联网时代一个重要的发展趋势。

特征八:混沌动态不平衡

古典管理学家法约尔专门提出了企业内部管理的一些要素,基本观点就是,企业的职能部门要进行的工作就是内部部门之间的再平衡。

传统企业经营,追求的就是动态平衡。所谓企业动态平衡发展,是指因内外环境发生变化,企业原有的平衡运转机制被打破,企业为此要按新环境要求重塑过程,以此推动自身不断成长的周而复始的循环过程。

移动互联网智能化时代,企业不能再追求长久的平衡。外部的变化非常快,系统内部保持均衡,静止了,就意味着僵化了,那么最终会停滞走向死亡,被时代淘汰。因此,企业内部亦存在非确定性与非平衡态,即混沌。随着算力的提升,我们有足够的理由相信,利用混沌和混沌管理是大数据时代的必然。(待续)

(作者系四川省企业联合会、四川省企业家协会副会长兼秘书长)