



中国创新的原因

谢祖墀

2016年2月

本文版权由高风管理咨询(上海)有限公司所有

中国是否具有创新的能力？这是一个相当具争议性的议题。不少人特别是西方人士对中国创新能力相当怀疑，不少中国人亦抱负面的态度，他们甚至经常对中国的创新能力进行嘲讽。当然，中国是著名的“山寨大国”。长时间而来，中国企业是以抄袭闻名于世。几乎到了什么都可以抄的地步，知识产权意识非常薄弱。

2014年5月，美国副总统乔·拜登（Joe Biden）向一批空军学员演讲时这样说道：“我要提一个问题来挑战一下你们，请告诉我，真正源自中国的一项新计划、一次创造性的变革，或者是一件创新性的产品”。早在这次演讲的两个月之前，《哈佛商业评论》还先发表过一篇文章，标题为“为什么中国无缘创新”（Why China Can't Innovate）。文章的作者是沃顿商学院教授雷影娜（Regina M. Abrami），以及哈佛商学院教授柯伟林（William C. Kirby）和麦克法兰（F. Warren McFarlan），三位作者在文中大胆断言：“如今，... 很多人更加坚信西方国家才是商业创新思想，创新者的沃土，而中国在很大程度上仍是墨守成规，生搬硬套的邯郸学步者，虽然中国人在研发方面一直不懈努力，却鲜有突破性发展”。

前美国惠普公司 CEO 卡莉·菲奥莉娜（Carly Fiorina）在她去年的新书里提到：“虽然中国人有些天才，但创新和创业并不是他们的长处。他们的社会和教育系统是太过单一化和具有太大的控制而并不鼓励想像能力和冒险精神”。

于2014年春季时，我在欧洲一份刊物《欧洲的世界》（Europe's World）发表了一篇名为《不要看低中国创新的潜力》（Don't Belittle the Potential of China's Innovation）的文章，阐述了我对中国创新潜力的看法。于2015年10月的《经济学人》熊彼得专栏里，该专栏作者承认了中国在“某些方面”的确有创新的能力，而这“某些方面”是指在快速变

化环境中作出敏捷反应的业务模式创新。于专栏中，作者亦引了敝作 China's Disruptors（中译本《创业家精神》）的论据。这次的肯定是破天荒的，可以说是西方主流媒体里首次正面肯定中国的创新能力。

到最近，接二连三的西方报导把中国创新的能力更推上更高的台阶。去年 12 月份美国的《连线》杂志（Wired）发表了一篇名为《一个抄袭技术的国家如何成为创新的枢纽》

（How a Nation of Tech Copycats Transfer into a Hub for Innovation）。在文章里，《连线》的记者提出了中国在科技，特别是互联网技术方面应用的创新和年青的创业者的涌现。今年 1 月份，Uber（优步）的 CEO 卡兰尼克（Travis Kalanick）在北京的一场演讲里预测，未来五年，在中国出现的创新、发明和创业将较美国硅谷更多，这将令中国企业开始走向国际，认为硅谷同业要留神，方可保持最高水平。

《连线》、优步 CEO 等都不是等闲之辈，他们对于美国以及全球科技的发展有着敏锐的触觉。他们对于中国创新的看法，值得大家注意。为什么在此时此刻，中国在创新方面好像向前踏出了一大步，受到起码一部分有识之士的认可？我认为有以下几个原因：

1. 追赶心理。中国人在 70 年代末开始改革开放时发现他们在经济方面比全球较发达国家都要落后，而且差距非常庞大。这对于一个长时间自认为自己是一个理想国度中而且背靠数千年历史文化的国民来说形成了无比的自卑和莫名感。但这种感觉却做成了巨大的追赶意识，“我要超越你”，“假如李嘉诚、比尔盖茨可以致富，为什么不可以是我？”虽然改革开放已经近 40 年，这种心理仍然不断在神州大地上弥漫着。
2. 国有经济给予的空间。长时间以来，中国的经济是以国

有经济为主的，国有企业有它们的作用，但亦有它们的短板。在面对快速市场变化、充分竞争，以创新为手段的情况里，国企是没有特别优势可言的。这恰恰给予了一批民营企业的一个巨大的发展空间。不少创新型的民企掌握了这个机会，而迅速崛起。

3. 转型的高度竞争。中国从计划经济逐渐走向市场经济是一循序渐进的过程。转型中产生了不少市场区隔的开放，同时亦带来新的市场参与者。因中国市场规模的巨大吸引力，往往带来大数目的竞争者和高度的竞争程度。竞争促使企业进步和增强竞争力，而创新往往就是建立优势的最佳手段。
4. 社会中存在许多痛点。中国在进行经济转型过程里，社会上许多“痛点”被暴露出来了。这些痛点固然为国民带来不少痛苦和无助，但同时它们却为创新者、创业家提供了无尽的创新的机会。不少创新其实就是为解决或改善社会中的痛苦而所驱动的。
5. 移动互联网的崛起。当然这是一个重大的驱动因素。当移动互联网、智能终端和社交媒介已经成为大部分国民生活核心的一部分的时候，互联网的应用提供了无限的创新和颠覆的机会。
6. 中国市场的庞大规模。中国市场的规模和快速演变容许许多创业公司快速的扩张。同时亦给予不少空间让创业者可以试错，调整学习，再调整。同时创新公司的估值主要是看未来的，中国市场的潜力让不少初创公司得到较大的估值，因之而来的融资额度让它们可以较有弹药维持高速增长。
7. 资本的能力。经过近 20 年的发展，不少风投公司和天

使投资者已经嚐到在中国投资的盛宴。无论是国外来到中国投资或在国内自我发展的投资者为创业者提供了大量的资金。

中国已经进入一个新的时代。创新者的年青化、普及化和指数级的发展为中国社会注入了无比的新力量。在创新和创业过程中，不少人会失败或不会第一次尝试就会成功。也许在某些情况里，政府亦会干预，但只要不是违法，装空作假的，当下中国社会是容许试错的。创新者和创业者的前仆后继，这种现象在中国的几千年的历史中是划时代的

关于作者

谢祖墀博士是高风管理咨询公司（Gao Feng Advisory Company）的创始人兼首席执行官。中国管理咨询业的先行者。过去的 20 年里，他创立并领导了两大国际管理咨询公司在大中华区的业务。外界评价他为“中国的全球领先商业战略家”和“谢博士之于中国企业界就如大前研一之于日本企业界”。他曾为数以百计的公司（总部设在中国及其它地区）咨询过所有关键战略和管理方面的业务，涉及中国的各个方面和中国在全球的地位。他还为中国政府在战略、国有企业改革和中国企业走出国门等方面做过咨询。他已发表 200 多篇文章并出版了 4 本书，其中包括于国际获奖的《中国战略》和《创业家精神》。谢博士获得了加州大学伯克利分校工程学博士、MBA 以及麻省理工学院的工程学学士、硕士。

Email: edward.tse@gaofengadv.com

高风简介

高风咨询公司(www.gaofengadv.com) 是一家全球顶尖的战略和管理咨询公司，植根于中国，同时拥有全球视野、能力、以及广泛的资源网络。我们为客户解决他们最棘手的问题，亦即在当前快速变化、复杂且不确定性的经营环境之中所出现的战略、组织和管理的的问题。我们将客户的利益放在最根本和最重要的位置。我们是客观的，我们致力于与客户建立长期的合作关系，而不是单独的项目。我们不仅为我们的客户"构建"问题解决方案，同时亦是协助方案的执行与落地，与客户携手合作。我们，从最基层到最高级的顾问，都以帮助客户解决难题和并肩合作提升价值为信条。

高风的高级团队成员由具备丰富的国际领先管理咨询公司或跨国企业高层管理经验的人员组成。我们相信我们所具备的坚实管理理论和企业管理实践经验能够为客户提供最大的利益。

我们的公司名称"高风"取自中国宋代成语"高风亮节"。高风代表着崇高的品格，亮节代表着坚贞诚信。我们相信这样的信念是管理咨询工作的核心，一个值得信赖的合作伙伴，为客户解决他们最棘手的问题。