

复旦大学青年创业家教育与研究发展中心主任孙金云认为: 创业成功需要一个良性“生态圈”

专家纵论

“沙堆效应”极为常见

孙金云介绍,丹麦物理学家帕·巴克(Per Bak)曾在《自然机理》一书中提出一个关于“聚沙成塔”的有趣问题:一颗颗的沙粒为什么无需任何黏合剂,就形成一座庞大而稳定的沙堆?物理学家如此回答:如果我们把沙粒在显微镜下放大,每一颗都是形状不一的不规则立方体。他们彼此之间产生的摩擦力与重力互相牵引,让一颗颗看似毫不起眼的小小沙粒,最终形成了巍峨可观的自然奇景。

在创业活动中,“沙堆效应”也极为常见。比如美国硅谷,目前已经拥有超过一万四千余家创业企业,仅苹果、谷歌和脸书这三家企业的市值合计就超过1.5万亿美元;又比如美国的大波士顿地区,已经孵化出了四千余家高科技企业;还有以色列首都特拉维夫,这个被誉为“创业新圣地”的城市如今初创公司融资金额已达到35.8亿美元。

孙金云指出,一个成熟的创业区域,其发展是由多种力量共同参与的,创业者、高校研发团队、资本力量与当地独有的文化和政府提供的基础设施一起,形成了一种互动互联的网络组织体系。这种以企业家创业活动为中心,围绕创业企业的孕育、设立、发展和成长过程,提供相互支持的人群、组织、机构等构成的以价值共创为目的的有机共同体,我

们称之为“创业生态圈”。

其次,生态圈内的各个组织——从创业者、研发团队到资本、市场——能够构成一个完整的商业生产闭环。生态圈内部各组织互利共生,它们的交易成本比与外部组织进行交易更低。每个创业生态圈都有很强的独立性,其中每个要素都是必要而且不重复的。如果太过依赖外部要素的介入,生态圈会变得



图 视觉中国

不够稳定。进化,则是成熟的创业生态圈另一个重要标志。创业生态圈的发展是一个有机成长的过程,绝不可能是爆发式的快速增长过程。通常是某些技术或政策的领导者首先发起变革,继而引导资本、人才、应用等方面的追随,最终实现生态圈的整体升级和强化。

当然,一个创业生态圈的价值不可能仅局限于内部。健康的创业生态圈可以不断孕育出新的创业企业,促进科技向商业的转化,塑造地区的创业文化。知识和人才的“溢出”,是创业生态圈的终极价值所在。

政府应成为黏合剂

孙金云认为,当下我国的创新创业热潮,出现了许多优惠政策,这些优惠政策往往通过一定的渠道以补贴或减免税收的方式呈现。这样的政策导致能够获得帮助的企业是有限的,更有可能带来寻租的空间导致事与愿违。事实上,对于广大创业企业,更加应该给予的是政策的松绑,从开办过程、税收政策等方面大幅度精简流程,通过普惠式的行政松绑为企业经营减少阻力。

他建言,对于政府而言,鼓励创业生态圈的各种力量平衡发展,鼓励加强各种力量之间的互动,提供各类数据、信息、基础设施等公共服务,扮演好“服务员”的角色而不是成为一线的“指挥员”。政府的力量应该是一款隐性的黏合剂,任微小的沙粒慢慢聚集,积淀成一座高塔。 本报记者 张炯强

们称之为“创业生态圈”。

相互依存关系紧密

首先,一个完善、成熟的创业生态圈,内部各种组织都是“共生互存”,缺一不可的。在技术日益复杂的今天,生态圈内各个组织的相互依存关系更加紧密。

“上海·品牌沙龙”举行,蒋青云教授建议——

要再创辉煌 传统品牌须动态定位

近日,上海文创企业品牌文化建设服务平台、上海企业文化与品牌研究所等单位共同主办了第二期“上海·品牌沙龙——品牌定位:价值与局限”主题沙龙。沙龙上,复旦大学管理学院市场营销系主任蒋青云教授发言指出,消费升级之后,传统品牌应能与时俱进。

兔等老品牌,如果有更好的选择,更有竞争力的品牌出现,年轻人一定是选择那些新的产品和品牌,所以很多老品牌都应该面临这样的挑战;三是“拥抱新的顾客连接方式”。我们今天“互联网+”也好,“多渠道、全渠道覆盖”也好,“O2O”也好,目的只有一个,那就是连接到你可能的消费者人群。比如,现在80%的网上消费是移动端的,所以要根据目标消费者的生活规律,或者他们的媒体使用方法去连接他们。

分清未来定位层次

未来在品牌定位方面,我们如何做才能有成效呢?蒋青云指出,第一还是要分清定位的层次,我们在产品层面一般强调功能性、技术性;在品牌层面要强调感知价值;在企业层面主要强调市场机会、产业定位。比如方太,就是做高端厨电第一品牌,把其他的业务放弃了,方太也成功地做到了中国厨电领域的领导品牌。

第二,定位过程中需要重视顾客对定位的响应性。刚刚很多企业家提到的例子很好。比如定位正确的话,让我吃瓜子时第一就想

到“阿明瓜子”。但实际上不是所有的产品都有这样的效果。顾客在购买决策的时候有两种方式,一个是快思考、场景性的,比如冲动型购买。很多快速消费品是这样的。但是也有一些产品是经过慢思考、理性选择的,“第一联想”往往不起作用。你要看你的产品对顾客的价值是什么,顾客是如何作出决策的。

不断创造新的活力

蒋青云对上海的老品牌问题指出观点,当下,要分清三种境界,不断创造活力。第一种境界只是做一个品牌身份而已,就是有LOGO,有品牌内涵表达,有视觉传播系统。第二种境界就是在品牌身份之上,发力于品牌资产建设,就是强化对顾客的感知价值,强调品牌资产的运营。第三个境界是在前两者的基础上创造品牌优势并因此获得经济和社会绩效。如果品牌很有名望但是不赚钱没有太大价值,反过来赚钱的品牌没有良好的声誉也不行。上海的老品牌也好,现在面向互联网的新品牌也好,都要遵循这样原理,来逐步实现最终的品牌辉煌。

本报记者 张炯强



图 为比赛现场

中外本科生 比拼金融智慧

由上海交通大学上海高级金融学院主办的2017国际青年领袖金融峰会在沪落幕。来自19所海外院校和15所国内院校的本科学员在为期两天的比赛中,围绕“资本市场的未来”和“全球变革下的宏观经济展望”两大议题下的四个热点话题展开热烈讨论。最终,由来自普林斯顿大学、麻省理工大学、加州大学伯克利分校、北京大学、清华大学和上海交通大学等16所海内外知名院校等优秀参赛选手组成的四个代表队摘得四个话题的冠军。

国际青年领袖金融峰会由高金融硕士项目于2013年创办,是全国首个面向高校本科生开展金融学术和实务交流互动的平台,旨在培养学生的领导力、沟通能力和组织能力,同时通过演讲和竞赛及与金融业界领袖和学术泰斗的直接对话,提升青年学子们对金融学术和实务的理解。

今年峰会创新引入“Fintech”概念的热点话题讨论,同时还关注金融行业与环境、社会责任以及公司治理之间的联系。获胜参赛选手获得2000元人民币奖金,和CFA优秀奖学金。

本报记者 易蓉

学院消息

日前,复旦管理学奖励基金会发布公告,宣布2017年“复旦管理学杰出贡献奖”“复旦管理学终身成就奖”和“复旦企业管理杰出贡献奖”的评选工作正式启动。

2017年“复旦管理学杰出贡献奖”的评选将聚焦“公共管理”领域。公共管理指政府及相关公共部门为实现经济、政治、文化和社会发展目标,制定宏观政策和实施综合管理行为规律的学科群的总和。凡在宏观经济管理与战略、金融管理与政策、财税管理与政策、产业政策与管理、农林经济管理、公共管

聚焦“公共管理”

复旦启动管理学奖励基金会评奖

理与公共政策、科技管理与政策、卫生管理与政策、教育管理与政策、公共安全与危机管理、劳动就业与社会保障、资源环境政策与管理、区域发展管理、信息资源管理等方面有所成就的学者和实践者均可申报这一奖项。

基金会还将继续设置“复旦管理学终身成就奖”和“复旦企业管理杰出贡献奖”,分别表彰我国管理学学科领域的开拓者或者管理学研究的奠基人,以及在中国企业管理实践

领域作出杰出贡献的企业家或企业管理者。

十一年来,“复旦管理学杰出贡献奖”先后颁给30位优秀的中国管理学者。刘源张、傅家骥、成思危、汪应洛、夏书章先后获得“复旦管理学终身成就奖”。海尔集团董事局主席兼首席执行官张瑞敏、阿里巴巴集团董事局主席马云、联想控股股份有限公司董事长柳传志先后获得“复旦企业管理杰出贡献奖”。

本报记者 张炯强