

搞创新怎能只盯政府不盯市场

——上海本土企业创新活力不足的短板在哪里

本报记者 马亚宁

当今世界，科技进步速度前所未有，战略新兴产业更迭迅猛。上海均具备建设全球创新中心的优势和机遇，也面临本土企业技术创新能力不足的短板——电子信息行业

看华为，互联网领域有“二马”，电子电器销售巨头线上有京东，线下找苏宁……每个行业里的创新强者最终勇夺产业“风向标”，影响力巨大带动整个产业集群几何级增长。

细细数来，新一轮产业发展的“领头羊”里，很是难觅“上海味道”。如何破除本地企业创新发展误区，补上企业创新活力不足的短板，刻不容缓。

跨国公司堪称创新“永动机”，其全球经营网络和空间转移，往往昭示了世界科技创新中心的兴衰更迭。目前，上海已成为跨国公司全球研发网络的关键节点和重要枢纽。截至2013年底，在沪外资研发中心已达366家，其中世界500强企业研发机构120多家，分别占了全国的1/4和1/3。其中，有70多家跨国公司在沪设立全球性和区域性研发中心。

1 企业研发投入不少 创新成效不如人意

同在一城，上海本地企业与跨国公司相比，创新活力知多少？华东师范大学科技创新与发展战略研究中心主任杜德斌教授，拿出一份最新的内外资企业“上海PK榜”：本土企业创新不再“囊中羞涩”，企业研发机构数量、研发人员、研发投入、技术改造支出等均超过在沪跨国企业；创新成果累累：有效发明专利数、创新成果的发表论文数、注册商标等创新成果指标，较跨国企业更胜一筹。不过，最能体现创新活力的创新成效却不如人意：创新产品产值和新产品销售额，仅为外企研发产值和产品销售额的一半。

“国内企业创新研发投入已经高于外企，创新创造的市场价值却明显落后。”杜德斌指出，外资企业

特别是跨国企业的创新活力，明显优于上海企业。究其原因，跨国企业研发创新是以市场为引导的先进技术开拓。为保证创新活力源源不断，还寻求更先进的创新管理理念，以及企业创新模式，保证来自市场需求的创新思路，巨额投入的创新过程，回到市场时能赚钱。最终，在企业内部形成一个充满生命力的“创新闭环”：科技创新创造利润，利润再反哺下一步创新，创新活力生生不息。

4 考核国企运营成效 创新应是重要指标

企业到底为何要创新？不同企业的回答或许不同。走进位于张江的陶氏化学（上海）研发中心，偌大公司的任何展板上都看不见创新二字，亚太首席技术官姚维广博士明确作答，“创新，不仅是陶氏的发展需要，更是我们117年历史的生命DNA！”；GE中国认为“创新能力及其差异化是利润的唯一源泉，也是投入的唯一理由”，并以此作为一切研发活动和创新管理的宗旨。引领新兴行业发展的民营企业家们，回答同样响亮，为了生存、为了赚钱；而对于一些本土国有企业，答案则可能模棱两可。

复旦大学长三角研究院副院长、复旦大学企业研究所所长张晖明教授剖析阿里巴巴的三个发展阶段指出，马云的创新依次走过三种类型：先是“山寨”模仿ebay在中国设立C2C购物平台“淘宝”，再集成创新发展“支付宝”，后来原创性创新开创新宝等，并将深挖阿里大数据，创造出各种大数据应用。“无论哪一种类型的创新，都是为了在白热化的互联网行业竞争中活下去，而不是为了创新去创新。”

相反，有些老牌大企业，墙上创新标语，口中常言创新，实际运营却“条条框框”颇多。“与外企和民企相比，无论是央企还是地方国企，都是最有能力、有条件创新，特别是自主创新。”在市科技党委日前举行的“科学家月度座谈会”上，中国船舶重工集团公司711研究所所长金东寒院士建议，加大对国有企业的创新能力考核。国家给了国有企业诸多创新资源和政策，发挥企业创新主体作用中，国有企业有责任“挑大梁”。创新本身不是目的，创新是为了开拓市场，创造利润，创新的实际效益和市场产出，应成为考核国企创新成效的重要指标。

“例如，在技术创新立项评审、高新技术企业认定、企业优惠政策设计等环节，逐步改变用研发投入、专利、论文等传统指标衡量企业创新能力的做法，更多地将新产品产值、新产品销售收入、市场利润等指标作为评价企业创新能力的重要参考依据，让企业无法为了创新而创新，主动为了市场去创新。”杜德斌也建议，上海应加快建设健全以市场为主导的企业创新驱动和评价机制。

创新活动不少，成效不足，到底为什么？内外资企业“上海PK榜”中，一个有趣的数字“道破玄机”：上海规模以上企业发表的科研论文中，80%来自本地企业研发机构，外资企业只占20%，科研实力强劲的跨国公司在沪研发中心更是凤毛麟角。科学论文，是大专院校、科研院所教授研究员们的分内事。企业搞科技创新，也要多多发论文吗？

在整个科技创新过程中，企业是主体成为共识。近年来，国家诸多重大科技项目落地，越来越看重企业，希望企业左手握有科研“绝活”，右手牵着市场风向，“手拉手”成果转化更便当。一时间，企业做课题，企业搞科研，蔚然成风。在此过程中，一些原本只能从市场获取资源的企业，开始动起了“政府脑筋”，敏锐嗅觉不瞄准市场，而是盯紧政府“钱袋子”。杜德斌指出，有以逐利为本性的企业竟将此看成“新商机”——政府科研项目资金“不拿白不拿”，坐在工厂里绞尽脑汁“搞创新”，申请项目。最终，企业论文一厚摞，专利申请一大堆，项目验收通过后，文章束之高阁，专利在市场上无人问津。

“数千万元的科研项目给了企业，不是为了产生几个创新产品或

2 盯着政府项目经费 忽略市场销售终端

专利了事，而是希望以企业为主导带动整个产业创新升级。对于企业来说，创新能力的高低，既不看成果论文，也不是专利数量越多越好，而是创新带来的市场和产业效益如何。许多赚钱的跨国企业，专利数量不是最多的，因为专利有成本，比例合适才能保证企业利润最大化。”

而且，并不是政府将科技项目的人财物分给企业，企业就摇身一变成主体了。企业应该充分具有市场主导意识，寻遍市场的各个角落里找资源，为我创新所用；而不是，整天盘算着搞定政府，等待“天落雨”。杜德斌多次深入在沪跨国企业发现，外企内部每个部门都紧紧盯着市场，即使是离开终端销售很

远的研发部门也不例外。

以GE全球五大研发中心之一，位于上海的中国研发中心为例，研发部门被视为一类特殊的生产工厂“知识生产工厂”，其产品就是各类知识，是否被其他业务部门所接受，是否能够推向市场，则是检验知识产品的唯一标准。公司内部的研究链从市场需求调研（市场部）、技术研发（研发部）、生产（工厂）到最后销售，都以市场为中心。



■GE科技展示新一代激浪式生物反应器，其传统的细胞培养模式进行了革新，未来将可能运用在干细胞治疗的细胞培养上
本报记者 孙中钦 摄

创新过程中，企业是主体；企业创新过程中，企业家是主体。“在企业创新制度还不够完善时，具有企业家精神的领军人物，在某种程度上可以弥补漏洞，对企业和产业的创新发展至关重要。”张晖明告诉记者，阿里巴巴的马云、腾讯的马化腾、华为的任正非等极具企业家精神的行业领袖，虽然创造的经济价值可能比不上一个大型国企，但其个人主观对创新孜孜以求，带动了整个企业乃至产业的飞跃式发展，创新影响力巨大。

3 让勇于创新者得利 鼓励企业家成主体

“激发本土国有企业创新活力，应启用更多具有企业家精神的老总。”金东寒院士指出，只有企业带头人具有极强的改革创新意识，才能制定针对创新效益的奖惩制度，让创新效益成为“指挥棒”，让勇于创新者得利。例如，中船重工集团正在对旗下的几十家科研院所进行产业化改革，将创新研发产品的销售收入、销售利润直接与各种考核挂

钩，大大激发了集团的创新活力。不过，有不少国企老总“吐槽”，目前的国企体制不利于创新。“身为现任国企老总，前任让公司的年利润达到10亿元；我搞创新，由于投入研发成本，年利润降到5亿元；等到任期期满后，研发投入起成效，20亿创新利润被后任取得，这不证明我不行吗？”因此，国有企业改革中，盼能对具有企业家精神的国企老总

“网开一面”：如果任内把科技成果转化为产业，就证明他是企业家，应该适当留任或延迟退休。

同时，从企业制度上要给予创新以充分的包容。例如在GE中国公司，“试错”被纳入企业项目管理环节，允许每年有20%左右的项目失败率。他们认为，创新研发项目出错是“必须”的，若失败率太低，说明创新过于保守，前沿性不够；若失败率太高，则是过于冒进。即使创新失败，也可以避免公司后续的投入浪费。

记者手记

深入企业、走访专家，参加创新研讨会，系列深入走访中，记者发现上海本地企业说创新、搞创新，离创新的本意有点远。企业创新的本意是什么？马克·道奇森和大卫·甘恩合著的《创新简读》中提到，世界最伟大创新者，英国人约舒亚·威治伍德的第一次创新冲动：当时大量中国进口陶瓷精美但昂

贵，英国平民渴望却买不起，他通过创新制造出更有吸引力、价廉物美的陶瓷制品，满足英国平民对陶瓷的巨大渴求。以市场需求为引导的技术创新，最终取得空前成功，并持之以恒。反观上海，激发本地企业创新活力，需要让企业更多回归市场，不盯政府只盯市场，政府有时得多多“隐身”；企业为了创新而创新，缺乏

为生存发展而创新的动力，可能是活得还挺滋润，不创新，也无大碍。有时，单靠苦口婆心地劝说和鼓励，难以转化成真行动。不如回归创新本真，让企业的问题回到市场中解决。在一场场激烈的市场竞争中，真正创新的企业才能活下去活得好，不够创新的企业慢慢难以继，创新被证明是最佳的生存和发展之道，创新才能逐步成为企业的自觉。

张晖明教授呼吁，政府转变思想，多补需求，少补供给。以正在大力推广的新能源车为例，当技术创新进入到应用阶段后，政府应该尝试加大政府新能源用车的采购力度，解决市场使用配套问题，补贴并刺激个人新能源用车需求，遵循以市场需求驱动企业创新。