

产业集群培育的“孙子兵法”

■ 余胜海

近日,笔者有幸拜读了由河南集聚产业咨询有限公司首席执行官、中国产业集聚区网创始人、河南产业集聚区网首席顾问杨建国先生主编,国家行政学院出版社出版的《产业隆起 领跑中原:河南产业集聚区探访》一书,让人深受启发。可以说这是全国迄今为止唯一的一部产业集群培育的“孙子兵法”。

《产业隆起领跑中原:河南产业集聚区探访》一书选取了河南 23 个具有代表性的产业集聚区作为切入点,通过对产业集聚区系统化地解读,聚焦产业新优势,绘就发展新蓝图,着重呈现近几年来河南产业集聚区的成长历程和取得的不俗业绩,丈量出了河南产业发展的新高度。

笔者认为这本书有四大亮点:一是聚焦产业新优势,绘就发展新蓝图,破解河南产业腾飞密码,探索持续发展动力。河南产业集聚区是中部产业发展的缩影,这本书首次对河南产业集聚区进行全面回顾总结、剖析和提升,具有阶段性的意义和价值。

二是文章点评精辟到位,分析透彻,启人心智。杨建国先生对书中的 23 个具有代表性的产业集聚区进行了精彩的点评,深入钱出,发人深省,既总结了经验,又提出了自己独到的思索,具有很强的概括性、理论性和指导性。

三是实事求是,全面深刻,高屋建瓴,正视听在矛盾和问题,记录了河南首批 180 个



产业集聚区发展的点点滴滴,层层剥开问题的“外衣”,从深层次回答了一系列的问题,为产业集聚区今后的发展提供了参照和借鉴。

四是该书图文并茂,特色鲜明,生动鲜活。《产业隆起领跑中原》以记者的视角,采用纪实的手法,用文字记录变迁,用镜头定格发展瞬间,形象地展示了产业集聚区发展的生动图景,不枯燥不空洞,具有很强的可读性。

杨建国先生是“中国产业集聚研究第一人”、“河南产业集聚招商王牌红娘”,他潜心

研究产业理论与发展规律近 20 年,发表专业论文数十篇。在杨建国看来,随着产业竞争日益激烈、生产成本逐步高涨,产业集群发展之路就成了地方经济发展的必然选择,产业集群建设不仅要讲究集群化和规模化,最根本的还是要适应市场的需求和产业的发展特点。产业集群单单将相关企业、行业聚集到一起还完全不够,更重要的是延伸产业链条,提升品牌附加值,通过生产方式的转变来将发展的成果让利于民,进而使经济发展实现包容性增长。产业集群建设过程中要通过招商引资来补充燃料、提供动力,既要有“花架子”还要有“真功夫”。

杨建国指出,招商引资一定要接地气。在产业集聚区快速发展、区域经济发展日益加快的阶段,招商引资也有了新的变化,在现阶段,招商引资正在由“政策招商”转变为“产业招商”、由“多元招商”转变到“精确招商”、由“政府招商”到“企业或中介招商”、由“招商引资”到“招商选资”、由“推介招商”到“招商营销”、由“关注项目、资金”到“注重企业家”。只有把握好招商引资的发展趋势,才能更好的面对“狼多肉少”的招商环境。

著名传媒人、《东方风来满眼春——邓小平在深圳纪实》作者、《香港商报》总编陈锡添在书序中写道:“从发展规律来看,中部崛起、河南振兴的背后必然需要一个强大的引擎来支撑和引领才行,而河南的产业集聚区建设则让人信心倍增,仿若依稀已经能看到中原梦被照进现实的曙光。”

2008 年底,河南省为了摆脱国际金融

危机对传统农业大省的影响,开始谋划产业集聚区建设,这是一个未雨绸缪的举措,更是一次极富果敢与创新的实践,随后 180 个产业集聚区应运而生,这对河南既是一个机遇,也是一个挑战。经过四年哺育,河南的产业集聚区建设从无到有,从小到大,从摸着石头过河到各有特色、各有绝招,呈现出了强劲的发展态势。产业的隆起,不仅为中原崛起,河南振兴探索出了新的引擎,更为河南梦的实现铺筑了一条光明大道。

集聚兴,则中原兴。中原兴,则中部兴。《产业隆起领跑中原:河南产业集聚区探访》一书于今年 8 月出版以后,在社会上引起了强烈的反响。截至目前,第三次加印的书已全部售罄。这本书得到全国各地地方政府和河南产业集聚区的热捧的原因是,这本书不仅全面系统地回答了如何发展产业集聚区、如何转型升级、如何招商引资等问题,而且告诉政府和投资者如何实现“引进一个项目,带来一个产业链,繁荣一座城”的招商引资目标。

小富靠勤奋,中富靠机遇,大富靠智慧。建设中原经济区对全国具有重要意义,现在河南抓住机遇,正在建设中原经济区,倾力打造产业集聚区,未来十年将是河南经济社会快速发展的黄金机遇期,产业集聚区必将成为河南省经济社会发展的核心增长极。这是大智慧、大文章、大手笔。

(作者系资深传媒人、著名财经作家、北京大学研究员)

恒信钻石:打造人才管理“情商化”模式

据《中国奢侈品行业人力资源报告》,现阶段中国奢侈品行业管理岗位约有 3000 人缺口,优秀店长有 4500 人缺口,职业买手有 2000 人缺口,优秀店员缺口不低于 3 万人。奢侈品行业人才缺失一直是个困扰行业管理者的大问题,如何在这场持久的人才争夺战中获得更多优秀人才,众多企业早已将人才管理上升到了战略的高度。

作为中国珠宝行业领军企业之一的恒信钻石机构,一直对人才战略相当重视。李厚霖曾表示,“人才竞争力决定企业核心竞争力,经营企业主要就是经营人。”如何打造具有竞争力的优秀团队,恒信有个核心理念,即把人当核心资本和首要资源。在这理念的指导下,恒信以充满“情商”的方式来打造优秀人才队伍。

一位在恒信工作了五年的员工说,在恒信,感觉很踏实,有许多学习机会和成长空间,大家工作起来有热情。



据记者了解,恒信很重视内部培养人才,到目前为止,已经启动了“四个梯队”培养计划,针对性地培养管理人才、业务骨干,源源不断地为公司各个岗位提供“血液”补充。在这四个计划里,有打造超级店长的 I Do“鹰计划”、培养国际高标准奢侈品销售

精英的 HDP“大客户服务员”计划,强化公司经理层以上的核心业务团队抗压能力的培养计划,以及面向所有员工的“忠诚卫士”计划。为保证这些计划的顺利实施,恒信不仅设立了公司内部“成长学院”,定期开展系统的有价值的培训课程,还开发了一套网络教学,能时时对全国各地的精英人才进行线上培训。同时,一些已经被认可的优秀人才,还将获得到专业机构或高校再深造的机会。通过综合人才梯队建设,一方面保障了企业的持续运转;另一方面,明确的个人职业发展规划和有针对性的培训,激励了员工的工作热情和感恩心,有利于员工忠诚度的提升。

恒信董事长李厚霖说:“我们做人的原则是:上不封顶,人有多大的才德,我们提供多大的舞台。专才有专才的空间,全才有全才的位置。”因此,恒信的培训是多元化的,内部外部培训课程有几十种,从管理到个人

知识面的拓展,五花八门。有些非常实用,比如说奢侈品管理,中坚力量 6 堂课,竞品等等课程,对员工工作有非常实际的指导意义。有些虽然跟专业能力提高没有直接联系,但与员工工作紧密相关,比如思维导图,情绪管理等。

这种全方位培训体系同时推动了恒信的“内部跳槽”机制运转,在需求部门提出岗位需求后,发布内部招聘信息,员工可以毛遂自荐。这种机制,给很多员工提供了新的职业机遇,同时,为员工发现新的自我提供了机会。恒信钻石机构董事长李厚霖认为,人的潜力无限,给鱼一个上树的机会,也可看做是种公平与挑战。相信若有意愿并且全力以赴去做就一定达成目标。

在人才竞争激烈的今天,人才管理“情商化”模式意味着更多换位思考和人性化。当管理者经常站在员工的立场想问题,许多问题自然会迎刃而解。(恒信)

企业管理中国化的重要性

提要:建立在西方哲学思维模式上和西方政治以及社会环境中的科学管理模式,对于不同时代、不同规模、不同文化背景的中国企业而言,出现了水土不服的现象。我们必须根据中国社会的特点和中国企业的具体情况,把中国优秀的几千年传承下来的哲学思维模式加入到企业管理中去,建立一套科学的中国化管理体系,使中国化的管理思想成为世界管理学的重要部分。

■ 段俊平

近代管理思想源于西方,随着西方工业革命的到来,出现了许多对管理的实践和理论思考的文章和论述。20 世纪初,科学管理之父泰勒主张:“只有透过强迫标准化的方法,强迫采用最佳设备和工作条件,以及强迫合作,工作才会更快。”唯“效率”是问,唯“效益”是问,企业追求的是更快、更有效益。在这样的管理思想的影响下,西方经过一百多年的理论和实践的不断探索,建立了一整套比较科学的管理流程学说,在企业制度方面可以说是比较完善和成熟了。

上世纪八十年代,西方的这套科学管理方法传入中国。当时中国一些企业过于盲目地崇拜西方管理学,对企业进行了全西化管理的改造。西方的管理学是建立在西方哲学思维模式上和西方政治以及社会环境中的管理体系,是否对于任何不同文化背景的企业群体都适应呢?答案肯定是否定的。尤其对于中国企业来说,由于中国文化的独特性和历史悠久性,完全照搬西方的这一套看似科学的管理模式肯定是不行的。很快,被引入中国的西方管理模式出现了水土不服的现象,结果使很多中国企业蒙受了巨大损失。早期的实达集团由于引进麦肯锡咨询公司的方案,进行西化管理,结果不仅浪费了大量钱财,最终也倒在了西化管理的路途上。

我们不能否认,泰勒等西方管理先驱提出的管理理论对当时的企业无疑是影响巨大的,其正确性和合理性毋庸置疑,但对不同时代、不同规模、不同文化背景的企业而言,却出现背道而驰的现象。就拿泰勒来说,当时美国公司的平均员工仅仅才 4 人,只有极少数企业拥有百人以上员工,在这种规模的企业里,泰勒的科学管理理论还是可行的。

的。但现代企业的组织变得更大、更复杂了,出现了上万人甚至几十万人的大企业,尤其是中国本土企业,面对的是中国几千年以来的道德化体系习惯性思维的员工,面对的是“情理法”三者并存的情感人文因素,依然沿用 20 世纪泰勒的理论来处理 21 世纪中国企业的管理问题,俨然是行不通的。

在给设在北京的彼得·德鲁克管理学院的开幕词中,西方管理之父德鲁克这样写道:“管理者不能依赖进口,即便是引进也只是权宜之计,而且也不能大批引进。中国的管理者应该是中国自己培养的,他们深深扎根于中国的文化,熟悉了解自己的国家和人民。只有中国的人才能建设中国,因此,快速培养并使卓有成效的管理者迅速成长起来是中国面临的巨大需求,也是中国最大的机遇。”

的确,不管是管理的制度还是管理者,都不能靠引进国外的。德鲁克认为,中国不能从国外引进管理者的原因就是,要想管理好中国企业,必须了解中国文化,只有了解了中国文化才能读懂中国和中国人的。由于中西方文化背景的差异很大,西方重视企业制度的规范和建设,但中国文化却是在情的基础上才谈纪律。“人情练达即文章”,在中国,单纯讲制度是行不通的,必须还要讲驾驭“人情”的能力,只有建立在感情基础上的制度,才能被不折不扣地执行下去。

谈到管理学,我们现在经常盲目崇拜 extrapolation,殊不知,即使是重视制度建设的西方管理理论,也深受中国传统哲学的影响。17 世纪末孔子思想就在欧洲各国知识分子中间流行开来。美国汉学家顾立雅曾讲:“孔子成了 18 世纪启蒙学者们的守护神。”而与儒家相比,《道德经》、《孙子兵法》因其实用性而更受欢迎。被誉为日本“经营之神”的松下幸之助在回答“你的经营秘诀是什么”时强调:

“我并没有什么秘诀,我经营的唯一方法是经常顺应自然的法则去做事。”松下幸之助的这种理念实际上是老子的“无为而治,道法自然”哲学思想。《孙子兵法》同样也受到军事界的厚爱。早在 20 世纪 70 年代末,《孙子兵法》被西点军校列为教学参考书。第一次海湾战争期间,《洛杉矶时报》记者采访时任美国总统老布什时,发现其办公桌上摆着两本书:一本是《恺撒传》,另一本就是《孙子兵法》。

中国的先哲、法家代表人物韩非子更是称得上是世界管理之父,他不仅比德鲁克早两千多年,也比西方的管理学对管理阐述的更全面。韩非子是先秦法家理论的集大成者,他总结前期法家的政治思想,将商鞅提倡的“法”,申不害强调的“术”以及慎到倡导的“势”结合起来。法家讲的“法”,指的是制度;术,指的是管理者的管理技巧和领导才能;势,指的是领导权威和与周围环境的和谐程度。法家提出的要健全法制、明确法律的作用,这与西方注重法制建设如出一辙。一个组织如果没有完善的规章制度,靠人治而不是靠法治,管理效率将十分低下,但光靠法制远不能达到管理的目的。一个管理者如果不树立自己的“势”,不懂得掌握权力就会缺乏威信;如果不懂得“术”,就不能很好地驾驭下属。合理的制度加上领导权威和管理技巧,其实就是一套很全面和很完善的管理科学体系。

韩非子的管理学将管理总结为“法、术、势”,既有西方制度上的管理学精髓,又有中国哲学理念下产生的领导力的“术”,还有中国“天人合一”理念的“势”,堪称管理学的集大成者。“法、术、势”治国理念的提出,是中国对世界管理学最杰出的贡献。韩非子对西方的管理学影响深远。

中国的传统哲学思想深深影响着世界

管理学,也为中国企业家提供了一套适合中国企业的管理科学,这其实就是德鲁克认为中国企业家不能引进的原因。因为西方的管理者只是制度的熟知者,他们并不懂中国化管理的哲学精髓。我们当代的中国企业家应该从传统哲学的管理思想中吸取经验和智慧,从中国企业的实际出发,不断完善组织制度建设,努力提高管理者的领导艺术,建立一套科学的中国化管理体系,使中国化的管理思想在世界管理学上发挥更大的影响力。

我们不得不承认,由于中国工业化革命的滞后,在管理科学方面,西方是走在了我们前面,但管理的哲学理念的源头还是来源于我们中国。早在 2500 多年前的中国儒家和道家及诸子百家的先哲们,就提出了完整的治国理政的管理哲学理念,19 世纪以来西方的管理学者从我们的哲学理念中吸取了很多启示。在当今世界上,中国传统文化的重要性在很多国家也都得到了承认。

当下中国企业,制度建设已不是最大问题,但制度建设以后如何用人性的道德力量去执行遵守它,是一个挑战。中国传统哲学思想模式可以解决这个问题。中国传统文化是教怎么做人的管理方法,只有懂得怎么做人,才能主动去遵守管理制度,否则制度永远都是写在纸面上的。只有中国化管理才能真正把“制度流程与中国人文管理相结合”,才能符合中国本土企业的人文环境,才能使中国企业家从简单学习西方的工匠蜕变成熟知管理哲学思想的艺术大师,才能让中国企业建立一个有能力进行持续性无惧革新的组织。中国化管理的理论和探索为中国管理理论能够在世界管理学中占有一席之地提供了可能性,我们应该在这条路上大胆实践下去,并总结出相关的理论体系,这恐怕是中国企业家和管理学者最崇高的使命和责任。(作者系著名国学专家)

专利拍卖招商公告

受专利权人委托,北京金槌宝成国际拍卖有限公司将对下述专利(申请)权进行拍卖,欢迎报名参与竞买。详情可查阅我公司网站:www.jcbepm.com,或致电 010-57110083 索取详细资料。

1.智能型牙刷(201210279934.4)

一种智能型牙刷,包括发音器,用于播放音频,音频储存器,根据亚洲口腔卫生状况设计储存的最合理刷牙时间。该牙刷的结构设计合理,实现方式简单实用。

2.双炉两用式锅炉(ZL201320036743.5)

一种双炉两用式锅炉,包括储水罐、大、小炉膛火炉,其结构合理,使用方便,采用双炉结构避免了供热过剩,浪费能源,无法适用的现象,可满足多种需求,灵活选择使用方式,节约资源,同时供暖供热。

3.智能百叶窗(ZL201220582532.7)

一种多功能智能化替代住房窗户的产品,智能化开闭窗户,既安全、美观又通风、方便、维护,本产品市场大众化,市场前景庞大,设计新颖,产品全套所需材料市场无法购买到,纯属本专利专用材料。

4.治疗高血脂症的中药组合物(ZL201110020503.1)

一种治疗高血脂症的中药组合物,由黄芪、山楂、桑寄生、泽泻、当归、川芎、红花、桃仁、莪术制成。能够使血中胆固醇和/或甘油三酯或高密度脂蛋白胆固醇在正常值范围内,从而使血脂代谢或运转正常。

5.新型空调外机(201310096106.1)

本发明公开了一种新型空调外机,通过该专利的设置,不仅易于散热,而且保护壳可以避免雨水和雪的破坏,大大提高了使用寿命。

6.一种康子保健饮料的制作方法(ZL200910137067.9)

该保健饮料具有很高的营养价值和一定的药用价值,临床验证该保健饮料有降血脂、改善睡眠、补血活血、降血糖等功效,其制作方法简单,饮料源料来源丰富,经济效益好。

7.手外科手术专用带引流装置的手固定架(ZL201220719089.3)

本装置可对麻醉下手术所需要的手姿势的任意设置固定,对手术中的血液、冲洗液进行引流,避免其浸湿手术巾单和手术台,污染伤口或切口。可快速组合和拆卸,清洗和消毒十分方便,且简单易用,无需培训。

8.双 X 射线管带校正的导向穿刺乳腺 X 射线机(ZL201110191575.2)

本专利采用双球管技术操作简便,导向穿刺正确性极高,生产成本低,具有独创性,定位精准,适用数字及模拟乳腺 X 线机,能无误差的获取乳房病变组织,实现了在穿刺取样前,核实穿刺位置是否正确。

9.汽车省油及动力提升装置(ZL201220252380.4)

本装置能根据汽车行驶状况控制气压机的运转速度及发动机的进气流量,在提升动力的同时达到省油的目的。还能在车载蓄电池的储电量达不到设定标准时,对汽车的点火及喷油电路进行电压提升,确保发动机处于最佳启动状态。

10.一种可冲调的电热水壶(ZL201220734578.6)

本专利通过在热水壶内设置冲调壶,冲调壶内放置待冲调的饮品,通过对三路分流阀的控制能够从接水口可同时或分别放出饮品及白开水,且出水量可任意调节,获得不同的饮品,水温可自动控制 在 80 度—100 度之间。

11.一种便携式简易人体测量装置(ZL201320034323.3)

一种测量装置包括拉杆箱体、脚踏板及可伸缩拉杆,脚踏板上有称重传感器。本专利由于充分利用了拉杆高度可调的特点,使其具有同时测量身高和体重的功能,外出携带方便,操作简单。

12.热灸灸贴膏(ZL201320093299.0)

本专利是一种新型热灸灸贴膏,其结构简单,可对药膏持续加热,药效挥发快,药效好,发热体更换方便,就目前市场上的同类产品对比具有广阔的市场前景。

13.机动车助力器(ZL201220221058.5)

本专利包括机械结构部分,多级液压油缸及液压控制部分。其只需要在机动车适合位置装上助力器,结构简单,两部分交替工作,相当于人力推车,靠自身力量越过障碍,且配合不同车型可使用多级油缸。

国药准字H46020636

快克[®]

复方氨酚烷胺胶囊

请在医生的指导下
购买和使用

海南亚洲制药股份有限公司生产

海南快克药业总经销