

海外观察

金砖热的冷思考

□金皎皎

第五届金砖峰会本周在南非闭幕。短短五年间，金砖国家从一个抽象概念，逐步“实心化”为一个卓有成效的长效机制，的确值得称赞。但笔者认为，面对金砖国家这么一个炙手可热的概念，我们需要一些冷思考。简单来说，金砖国家机制的确有助于提高中国的国际话语权，但这一机制仅仅是中国从地区大国向全球大国迈进过程中的一个维度，不能替代其他维度，不应被过分高估。

对本届金砖峰会，外界最关注的是金砖银行和外汇储备库这两项实质性措施。这两项措施甚至被认为未来有望挑战甚至取代世界银行和国际货币基金组织（IMF）。但显然，这样的期望是高估了金砖国家合作前景。

最终谈判结果也未能达到预期。在金砖银行方面，《德班宣言》仅就可行性达成了一致，在出资比例、投票权分配、机构地点等一系列问题上，仍无法统一意见。在职能方面，根据《德班宣言》构想，金砖银行将是一个主要服务于基础设施建设的专项银行，这和提供包括教育、医疗、环保、金融等全方位发展援助的世界银行难以相提并论。

造成这种差异的原因在于，金砖国家目前所能提供的发展经验仍较为有限，尚不具备建立一个全方位发展援助机构的实力，尤其是在知识、人才、发展援助经验等方面较为匮乏。也正是出于这一考虑，《德班宣言》将金砖银行定位为“作为对全球增长和发展领域的现有多边和区域金融机构的补充”。因此，金砖银行的目的并不是挑战甚至取代世行等既有国际组织，而是一种有益补充。

在外汇储备库问题上，本次峰会宣布建立的1000亿美元应急储备库也较最初预测更小。所谓外汇储备库是一个互助基金，在成员发生金融危机时提供紧急援助。这一概念并非金砖独创，在欧洲和亚洲，类似的应急储备库已经建立。

东盟10国和中日韩在2009年就设立了一个亚洲区域外汇储备库，规模当时为1200亿美元，并很可能在近期扩容到2400亿美元。在欧洲，欧债危机之后，7000亿欧元的欧洲稳定机制（ESM）也已正式启动。

和上述两大区域应急储备库相比，金砖储备库的规模并不算大。究其原因，区域国家由于唇亡齿寒的经济联系因此有更大的动力建立共同的储备防火墙，而金砖五国分散在全球四个大洲，相互的经济关联不强，金融风险横向传染的概率不大，因此建立共同应急储备库的迫切性便不如同一地区的国家。

要对金砖国家合作前景有一个理性判断，有必要梳理一下金砖概念的来龙去脉。2001年高盛公司提出金砖国家这个概念，主要是描述一种经济现象：当时金砖四国均出现经济高速增长。因此，金砖国家更多是一个现象共同体，而非一个利益共同体。而国家之间如果要组成联盟，其基础应当是利益共同体。

2008年的全球金融危机给金砖国家带来组成利益共同体的机会，即共同呼吁在国际治理中提高发展中国家地位，呼吁在国际政策协调过程中更加照顾发展中国家利益。在这一背景下，金砖国家实现了快速的“实心化”。

但这一特殊时期的利益共同体能否长远走下去，面临两大考验。一是能否持续共享共同体的利益基础。目前的现实是，除了中国和其余四国均有较为密切的经济联系之外，俄罗斯、印度、巴西和南非之间的经济联系并不紧密。甚至，同为资源出口国的俄罗斯和巴西是竞争对手，而印度和中国也同样是潜在经济对手而非伙伴。

金砖五国在政治制度、价值观念、地区安全等领域的利益诉求也并不一致，互相之间的信赖基础较为薄弱。例如俄罗斯希望联合中国抗衡美国，而印度希望联合美国抗衡中国。

二是金砖国家作为一个现象共同体能否一直延续下去？目前，金砖国家之间的经济实力差距巨大，且经济增长已出现分化苗头。中国经济规模是南非的21倍，是俄罗斯和印度的4倍多，比另外四国总和还高出两成多。2008年以来，除中国仍能保持8%左右的高增长之外，巴西增速从4.5%回落至2%，俄罗斯增速从7%降至3.5%，印度也从9%降至6%，而南非的经济状况则更糟糕，经济势头已被邻国尼日利亚盖过。

从历史经验来看，多数新兴经济体不能长期保持高速增长并最终跻身发达国家。摩根士丹利新兴市场 and 全球宏观经济研究部门主管 Ruchir Sharma 的研究显示，1950年以来的6个十年间，仅有1/3的新兴经济体可以在一个十年间保持5%或更快的经济增速，只有1/4的新兴经济体可以在两个十年内保持这一增速，只有1/10的新兴经济体可以在三个十年内保持这一速度。大多数新兴经济体的高增长现象均会被打断。

造成这样的原因有很多，包括政治体制、经济危机、产业转移等。由于新兴经济体普遍缺乏稳固的政治体制和经济制度，因此比发达经济体更容易跌进发展陷阱。二战后的历史也显示，发展中经济体的经济表现存在代际更替现象，在金砖崛起之前，拉美、东南亚部分国家已经风光过一段时间，而在金砖之后，许多新的现象共同体已经出现，如金砖十一国、灵猫六国、雄鹰十国、未来七国等等。

对中国来说，金砖国家机制只是金融外交的一个维度，并不能偏废其他维度，包括继续寻求提升在世行和IMF的话语权、深化诸如东盟十加三等地地区性合作关系、参与中日韩自贸谈判、参加TPP谈判等等。因此，金砖国家机制也不应挑战甚至冲击既有的其他合作关系。

海外聚焦

□本报记者 杨博

美国著名财经杂志《巴伦周刊》日前公布了2013年全球30位最佳首席执行官(CEO)榜单，通常来讲，登上这份榜单的CEO们任职时间至少在三年以上，不过今年《巴伦周刊》为谷歌CEO拉里·佩奇破了例。佩奇2011年才出任谷歌掌门，但他是该公司联合创始人之一，且在他掌舵的过去两年里，谷歌股价累计上涨38%，目前市值高达2670亿美元，成为美国市值第三高公司。

十五年打造互联网神话

放在十年前，如果有人谈“互联网搜索引擎将改变世界”，你一定会认为他是疯子。但今天，当谷歌、百度已然成为网民们生活中不可或缺的一部分时，谁都不会再怀疑搜索引擎给生活带来的变化。

“先行者”谷歌的发展历程，正是过去十余年里互联网搜索引擎发展的缩影。1996年，在斯坦福大学攻读计算机理学博士学位的佩奇遇到了谢尔盖·布林，两个最初对彼此“毫无好感”的人因为一个共同的想法走到一起——他们都相信互联网上的很多重要内容都没有被发现。就这样，两人建立了最早的试验用搜索引擎“BackRub”。在此过程中，佩奇开发出一种独有的为互联网页面优先级排序的技术，即后来成为谷歌搜索核心技术“PageRank”（佩奇排名）。依靠这一技术，谷歌得以实现最为准确和公正的搜索结果排序，佩奇也成为谷歌的技术核心。

不过当佩奇和布林兴致勃勃地准备将这一新技术出售时，却遭遇了几乎所有门户网站的白眼。无奈两人只得选择单干。就这样，1998年，谷歌在一个车库中诞生，当时的



CFP图片

全部资产加起来也只有四台电脑和10万美元资金。1999年年中，在获得风投总计2500万美元的投资后，谷歌才正式步入新的阶段。这一年，谷歌网站正式启动。

2004年，谷歌股票在美国纳斯达克上市，一年内价格就由发行时的80美元涨至300美元以上。佩吉和布林从两个名不见经传的互联网小卒，一跃成为万人瞩目的亿万富翁，甚至被视为比尔·盖茨式传奇的续演者。

十五年后的今天，背靠巨大的互联网经济，谷歌已发展成拥有超过5万名员工和2700亿美元市值的美国第三大公司，年营收额超过500亿美元。除了搜索引擎外，谷歌还拥有安卓操作系统、街景地图、社交网络Google+以及无人驾驶汽车、智能眼镜等诸多产品的高科技“王国”。

爱冒险的梦想家

想看看从未去过的城市某条街

金融城传真

外交官转型推销员

□本报记者 王亚宏 伦敦报道

作为英国全球繁荣基金的新任总裁，干了20年职业外交官的安德鲁·米歇尔对这个经济岗位还多少有些不适应。“我不是经济学家”，米歇尔坦言，但是在英国经济不振、出口低迷的情况下，这位前驻瑞典大使、去年领导过英国外交部奥运项目的中年官员要转型了。

其实，自打三年前联合国联合政府上台以来，唐宁街边上的外交部就有向“对外经贸部”发展的趋势，外交部的官员们都成了打着米字旗的推销员，在向各国推介英伦三岛产品和服务的同时，顺带招商引资。

由于经济不景气，作为救命稻草之一的经济外交已经越来越成为英国外交部的一项重要使命，不但外交大臣黑格经常和商务大臣凯布尔以及贸易投资大臣葛林一块出席活动，上演推销英国的“三重唱”，在执行层面上也将不少驻外使领馆改造成英国“外向经济的桥头堡”。

华尔街夜话

大数据时代，你准备好了吗

□本报记者 樊宇 华盛顿报道

都说在竞争激烈的电视剧行业里，没有什么板上钉钉的事。即使有好莱坞的金牌编剧，炙手可热的明星和引人关注的题材，能否被观众垂青依然要靠运气。然而，对于最近一部在美国走红的热播剧来说，其成功从一开始或许就已经注定。

这部名为《纸牌屋》的政治剧，充满了各种政治暗战和八卦，是美国电影租赁及在线视频点播服务商Netflix的首部原创作品。除了写实的剧情，入木三分的刻画外，《纸牌屋》成功的元素中还有Netflix对受众群体的精准定位。而其使用的就是被称为“大数据”演算的数据处理方法，简言之，就是通过从海量数据中找出受众的偏好来为其量身定做的产品。

Netflix公司成立于1997年，目前在美国拥有2700万用户，在全球拥有3300万用户。注册用户每月只需支付7.99美元，就能在线观看或者下载电影、电视剧等视频。Netflix正是通过大量分析用户观看视频时的操作数据，找到观众偏好的题材和演员组合，然后投其所好创作出这部剧。

流媒体服务提供商跨界进行电视剧的原创，有人形容这不亚于一场赌博，更何况Netflix为此豪掷了上亿美金。

美国媒体评论说，这是第一部完全绕过了传统的广播电视网和有线电视网组成的电视生态系统的剧集，也是第一部在创作阶段使用了“大数据”算法的电视剧。基于冰冷数据的文艺创作迸发出如此强大的张力，这部剧从多个角度来说都具有开创性意义。

Netflix公司首席媒体联络员乔纳森·弗里德兰德说，因为他们与消费者有直接的联系，知道人们想看什么，这帮助他们理解一幕剧对人们的吸引力有多大，这成为他们的信心之源。

在创作之前，Netflix分析了3000万次用户体验，包括观众何时暂停、后退和快进，分析了400万条用户评价，300万次用户搜索操作，以及用户观看视频的时间和使用终端等。

通过分析，Netflix发现鬼才导演大卫·芬奇和演技派演员凯文·史派西在用户中受关注程度很高，而且英国的一部政治剧《纸牌屋》很受欢迎。于是，便有了现在这部根据观众口味制作的美版《纸牌屋》，创作者按照美国的政治生态对剧情进行了全新创作。

《纸牌屋》一炮打响之后，Netflix趁热打铁，已经把眼光投向了下一步原创剧。对于整个美国付费电视产业而言，如果Netflix这种新模式取得成功，其或许将成为颠覆传统的改变游戏规则者，而“大数据”无疑在其中扮演了重要角色。

事实上，在我们有明显感知前，“大数据”已经走进了我们的生活。很多社交网络都通过用户的评价来改善服务，不少制造商也根据消费者的消费行为来改进自己的产品，而医保公司则根据保户的医疗记录来确定保险套餐的内容。只不过，随着数据分析使用得越来越多，“数据驱动”在企业 and 机构的行为中发挥的作用越来越大。

《纽约时报》说，“大数据”时代已经降临，在商业、经济及其他领域中，决策将日益基于数据和分析，而非基于经验和直觉。

通过对大量数据进行系统研究以探求其背后规律，并利用找到的规律来创造价值。在这样一个信息爆炸的时代，有人感觉已被轰炸，有人则从中看到了无限商机。原来从数据中也能找到黄金。

的风景，或是想坐着无人驾驶汽车在高速路上狂奔，抑或想在茫茫人海中定位你希望找到的那个人，这些奇思妙想都可以通过谷歌的产品变为现实。而在推动谷歌创新的过程中，佩奇可谓功不可没。

“突破性的创意就在身边，只是我们大多数人不去冒险尝试。”佩奇这样说。在创新方面，佩奇积极推动和鼓励员工进行冒险的开发活动，结果带来了很多意想不到的收获，这些收获最终成为谷歌炙手可热的新产品。

正是在佩奇的支持下，谷歌开始在全球各个地方拍摄全景照片，用数字技术复制真实世界，扫描全世界各大图书馆的所有藏书，开发能够翻译任意两种语言的机器（目前已支持4200对语言）。

除此以外，谷歌和佩奇的疯狂创意项目单上，还罗列着一些投入巨大但还很难真正商业化的项目，这其中就包括无人驾驶汽车、大手笔建设离岸风力发电站以及太空采矿业务等。尽管有很多投资者对这些项目并不看好，但佩奇的坚持和特立独行已经为他赢得赞誉，一些人认为他将成为继乔布斯后新的科技业偶像级人物。

铁血改革重塑谷歌

创办之初，佩奇曾担任谷歌首任CEO，但2001年，美国知名网络系统公司Novell的前任CEO埃里克·施密特接过谷歌掌门的权杖，佩奇则转做产品总裁。施密特管理经验丰富，并具有计算机专业博士学位，很快赢得了谷歌两位创始人的信任。他在任的十年里，谷歌从一家小公司成长为全球最大的网络科技公司。

不过在经历十年扩张后，谷歌碰到了增长瓶颈期：曾经不可一世的创

新能力开始显露力不从心的迹象：机构内部官僚作风渐现；公司在全球多个国家面临隐私和垄断相关诉讼；脸谱、亚马逊等科技企业形成合围，强势冲击谷歌业务。

内忧外患之下，谷歌意外于2011年宣布佩奇重掌帅印。再次走上前台的佩奇很快重组了公司，给高管赋予更多职责和权限，要求他们重新将谷歌的重点专注于少数几个产品领域，形成一套更加自上而下、更有进取心的组织结构。尽管谷歌的一些老员工们抱怨曾经宽松随意的创新环境不再，但不得不承认，变得更严谨的谷歌运营效率也在提高。在佩奇掌舵的两年里，谷歌股价累计上涨38%，目前市值高达2670亿美元，成为美国市值第三高的公司，2012年的营收额首次突破500亿美元大关。

在去年9月英国卫报公布的2012年英国媒体领域最有影响力100人中，佩奇荣登榜首。卫报评价称：佩奇带领全球最大的媒体完成了一次华丽转型——从一个专业搜索引擎网站转变为一个既注重内容也不断拓展自己硬件业务的综合型企业。”

得益于谷歌的巨大成功，佩奇的个人财富也稳健增长。据福布斯杂志统计，截至2013年3月，佩奇的资产规模达到230亿美元，在全球亿万富翁排行榜上位居第20位。而在今年福布斯发布的40岁以下最具影响力CEO排行榜中，佩奇高居榜首，这已是 he 连续第二年斩获这一殊荣。

《巴伦周刊》在最新的全球最佳30位CEO评选中这样评价佩奇：“在他的任内，谷歌市值增加了1000亿美元。这个15年前与他人共同创建谷歌的书呆子，证明自己比任何人想象的都要精明。”

海外选粹

阿里巴巴现象

随着电子商务逐渐衍生

为全球最大经济形式，中国也因阿里巴巴等电商的纷纷崛起占据该领域的半壁江山。根据销售收入计算，阿里巴巴旗下的两个电商网站以1.1万亿人民币的高收入，将美国的电子港湾和亚马逊两大知名电商远远甩到身后，雄踞全球电商第一名位置。尽管如此，很多外国人仍对这个来自中国

的电商“巨兽”知之甚少。而阿里巴巴已开始悄然变革。该公司创始人马云日前宣布将在五月交权于陆兆禧，紧

接着阿里巴巴就将开始其众望所归的首次公开上市之旅。参照另一大互联网业巨头脸书的上市之路（市值一度超过1000亿美元），阿里巴巴的估值在550亿—1200亿美元之间。

阿里巴巴在美国首次公开上市显然会提升其全球知名度，而这一迅速蹿升的电商界庞然大物，又将以难以估量的巨大增长潜能吸引全球投资者关注的目光。人们在翘首企盼又一全球最具价值公司诞生的同时，也目睹着阿里巴巴通过一系列扩张与演化，改变着中国的商业生态。

阿里巴巴的成长故事可谓精明创新和厘清竞争优势的范本，其创始人马云曾将美国的同行电子港湾比喻为“大海中的鲨鱼”，并自拟为“长江中的扬子鳄”。若同处大海之中，扬子鳄肯定不是鲨鱼的对手，但若换到长江里，我们就非赢不可了！”

1999年，曾为英语教师的马云创办了阿里巴巴——

初始为一家企业对企业（B2B）模式的电商，很快他又创办了消费者对消费者（C2C）模式的淘宝网站，该网站不仅令阿里巴巴“接了地气儿”，更成为全球最受欢迎的20大网站之一，而新近创立的天猫网站则以企业对消费者（B2C）模式成功引入迪士尼、李维斯等国际品牌，并斩获了中国不断壮大的中产消费者的人心。

可以预见，未来十年阿里巴巴这条大船还将超速行驶。据预估，到2020年时，中国电商市场市值将超过美、

英、日、德、法等西方国家市场的总和。而阿里巴巴的海外拓展战略不至于威胁到亚马逊的生存空间，但其在海外华人消费市场及新兴经济体攫取重要席位。与此同时，阿里巴巴自有的第三方支付工具——支付宝也将在全球电商争霸战中发挥巨大功效。

不仅如此，阿里巴巴旗下的阿里金融更将利用多年来积累的丰富客户信用数据，突破性创新金融服务。比如向中小商户甚至个人消费者提供小额贷款等。这些举措势必极大改变中国的金融生态。

居安思危，尽管前程美好，阿里巴巴这条大船却仍有偏离航向的隐忧，比如跨行业扩张可能带来监管部门的弹劾，海外扩张或招致外国政府的打压等，不过阿里巴巴若仍沿着精明创新之路前行，不但大船无忧，还将为中国商业生态带来难以估量的巨变。（石璐）

