

全球化背景下的中国走向

□赵青新

英国剑桥大学政治学与国际问题系高级研究员马丁·雅克,同时还是清华大学访问学者,并长期为《泰晤士报》以及《财经》、《南方周末》等撰写专栏,凭借他的深厚学识以及对中国的深入了解,他有关中国的重要著作《大国雄心》引起各方关注。

全球化正在改变世界秩序。中国的国际地位和国际影响力都在日益增强。作者认为,在未来的国际政治经济格局中,中国有能力成为先行者和领导人。那么,中国为什么具有这种能力?中国怎样成为领导者?中国未来的走向会在多大程度上影响世界?中国会不会用自己的意愿影响国际体系?中国会不会向其他国家和地区输出自己的发展模式?这些都是本书重点探讨的问题。

首先,要破除“西方中心论”的思想。“中国威胁论”不足取,因为中国与世界的利益休戚相关,这一点在经济领域尤其突出。本书搜集了大量的数据和资料,呈现了中国近年来的经济成就。中国经济发展,世界经济也会跟进;当中国经济放缓,世界经济也会萎靡。2008年金融危机动摇了世界对美国 and 西方经济能力的认同,作者说,“这是中国主导的世界秩序的开始”。作者提出了一个有意思的大胆假设:由中国构



书名:《大国雄心》
作者:马丁·雅克
出版社:中信出版社

建的、全新的全球金融体系,人民币将取代美元成为主要的外汇储备货币,前提是放

松资本管制和发展中国资本市场。其实不仅是资本市场,中国这些年所取得的成就,都显示了市场经济这只“看不见的手”的作用,以及中国政府的调控能力。

笔者认为,2008年的确是一个契机,让世界看到了中国模式的潜力。不过,我们不应盲目乐观。中国之所以能保持强劲的发展势头,在很大程度上靠的是高投入、高产出的经济策略,但很难实现可持续发展,如匈牙利经济学家雅诺什·科尔奈所指出的,中国应当破除“对增长率的迷信”。经济放缓没有关系,稳中有升才是最好。中国的改革必定是一个渐进方式。在本书结束语“界定中国的八大特性”中,作者强调了中国政府运作的独特方式,“中国模式”能否长期持续下去,很重要的一点,还要看中国政府能否更好地用市场规则办事。中国需要的是经济更自由和一个更有自信心的、更开放的政府。

作者从国际关系视角分析中国地位的研究方法很有成效。尤其重视东亚秩序中几个主要国家的关系。本书有一章专讲日本,其实是提醒中国在现代化发展中需要向日本学习借鉴。本书不仅讲现状、讲未来,还不断从历史上挖掘根源。比如朝贡制度给中国地缘关系带来的影响,比这更重要的,是儒家价值观在亚洲秩序中所奠定的文化认同感。这是中国的历史包袱,也是宝贵资源。从长期来看,

传统文化并不妨碍引进西方技术和思想,而儒家文化让中国一向更关注家事务以及地缘关系,中国在今后会更更多地以建设性的方式参与到国际事务中去。

根据国际政治现实主义理论,任何大国都有修改国际现状、扩张自己权力的意图。中国当然也有这样的政治诉求,但这并不意味着中国要成为“龙头老大”。作者说中国将会代替美国成为新的世界领导人,笔者对此持保留意见。笔者更赞同波兰前总理、著名经济学家科勒德克所预想的“十五大集团”。北美自由贸易区和中国都是其中的组成部分。这种多元化结构以达成共识、实现多赢为目标,不但不会与全球化发生冲突,还会促进全球化的发展。未来的世界更可能是一种各方相互依存,保持微妙平衡的多元化格局。

本书副标题名为“一个永不褪色的大国梦”。作者对中国充满信心,笔触激昂热情。中国读者阅读本书可能深受鼓舞。但激动过后、冷静之余,笔者想给其他读者提个醒儿,不要别人夸我们有多好就真的觉得自己有那么好,切忌头脑发热。作者将中国摆在国际关系的中心地位,这固然提升了中国的重要性,但我们在反对西方中心论的同时,也要避免“中国中心论”的阴影。中国要用事实和行动力更好地走自己的道路。

架构“互联网+”时代商业新秩序

□刘英团

大佬们谈论“互联网+”时,重点已从论“术”转为论“道”。论“术”就是谈论“互联网+”的具体操作方法;而论“道”则是探讨理念、规则与制度。“我们要做的,就是破解规律,参与到全新的社会和商业生态体系的构建过程中。”相较于大多数的互联网著作,喻晓马、陈宇宁、喻卫东联袂主创的《互联网生态:重构商业规则》一书,不但内容量大、干货多,还更加实战。在书中,他们不但展示了互联网生态时代可能呈现的各种商业变革与新商业模式,还以大量鲜活的案例,全面诠释了构建或参与互联网生态系统,以及实现战略转型和升级的思路和方法。

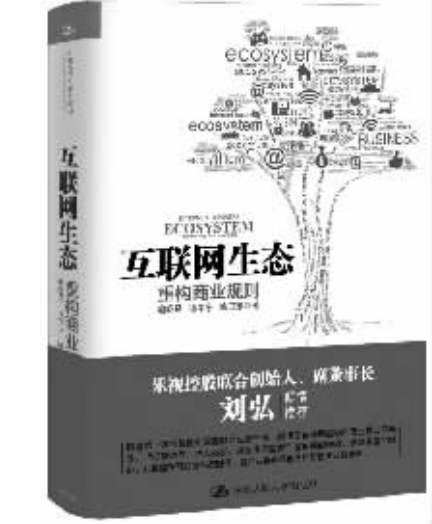
“在当今时代,互联网是颠覆一切的力量。”周鸿祎的这一论断,就像为互联网时代拟就的一道宣言书。重构“互联网+”时代的商业关系、商业规则,必然要改变传统的价值创造模式。而重构之后的新型商业关系形态,重新定义了企业、产品和用户的市场角色,也代表着具有市场竞争优势的全新价值创造模式。一如三位著名策划大师在《互联网生态》中所言,“在生态战略的布局之下,未来考验的不是企业单打独斗的能力,而是与整个生态的协同能力。将来的市场竞争更像是不同商业生态系统之间的竞争。”正如乐视、360与酷派、美的与小米的合纵连横一样,未来纯互联网生态与纯制造生态将相互跨界与融合。这种跨界与融合一旦成功,不但给经济注入了活力,还轻松地打破政策限制和贸易壁垒。

正如铁路、电线对发展的颠覆性改变一样,一根网线的广泛应用,也让经济发展规则

或商业游戏规则再次改写。“科技给了世界一个扁平化的机会,科技能消除基于地域产生的消费歧视,包括价格歧视、产品歧视等。”如美赞臣CEO贾克布森所言,互联网将逐步消灭或者边缘化一切基于信息不对称的商业模式,这就是互联网生态进化的规律。其中,产品不仅需要连接人与信息、人与商品、人与人,还需要基于用户的场景和现实需求提供后续的服务,以彻底改变传统企业跨地域、跨时间、跨行业而无法连接、沟通彼此的隔绝状态。“那些拒绝参与重构的企业将可能面临被市场淘汰的命运;而那些积极参与重构的企业,所面临的问题则是如何去构建一个‘新生态’。”

其实,现在的“+互联网”和“互联网+”都是简单的相加,不是深度融合,它们遵循的仍是工业时代和传统互联网时代所采用的技术创新和模式创新。“这种创新已经满足不了时代的需要,我们必须释放跨界创新的潜力,才能产生全新价值。”乐视联合创始人刘弘认为,互联网生态时代已经到来,也“只有生态创新才能够真正打破工业化时代下的产业边界和创新平台边界,真正释放创新的能量,引领全球经济进入互联网生态时代”。站在“互联网+”的风口,“找到用户的刚需和痛点……实现用户连接和黏性”,“分取生态链的利益”。在《互联网生态》中,作者以独特的视角论述了构建互联网生态的三大规律。即,从边缘跨界入手,选择高频交互、强需求的产品或服务把互联网的连接价值发挥得淋漓尽致,从而实现从产品、平台到生态的进化。

商业规则的重构不是凭空发生,而是有着实实在在的驱动力量,这力量来自于科技的进步和发展,也来自于社会经济的发展。细



书名:《互联网生态:重构商业规则》
作者:喻晓马 程宇宁 喻卫东
出版社:中国人民大学出版社

致地观察一个产品,就可以窥见所属企业的结构,进而大致推断企业的文化、管理等一整套模式。一如德国社会学家滕尼斯在《共同体与社会》一书中所言,19世纪是帝国的世纪,20世纪是跨国企业的世纪,而21世纪则是一个共同体的世纪。“共同体不仅是社会各个部分加起来的总和,而是有机地浑然生长在一起的整体。”进入互联网特别是移动互联网时代,我们会因某个共同的话题、某个共同兴趣聚集起来,“这种人与人之间的社交关系的构建,也在创造着意想不到的商业价值——分享(个人价值)和共享(交换价值)”,这也是

移动互联网时代的社交本质。

分享经济、粉丝经济以及社群经济已成为驱动经济发展的强大动力。未来的商业竞争将是生态系统之间的竞争。一场激动人心的商业大剧正在上演,“生态”也已渐成为共同的追求。环视阿里巴巴、乐视、腾讯、小米等怪兽级企业,无不争先恐后构筑互联网生态体系。作者认为,在移动、开放、社交连接成为行业主流语境的当下,社群已进入“连接一切”的时代,“使得人们有了一个更加广阔的交流平台”。比如,每个持有智能终端设备的人都可以通过“摇一摇”或者查找“附近的人”获得周围陌生人的信息,并发出“交友”请求。“这使得原来局限于熟人和地域的社交,扩展到所有人和全世界”,而“这种开放性社交更容易形成基于兴趣、需求的社群”。借助于这一社交平台,不但个体的能量得到最大限度的释放,群体的智慧也变得更具竞争力。

我们错过了前两次的工业革命,不能再失去了信息革命。“谁不参与进来,谁就会被淘汰出局!”马云在布局移动互联网入口时撂下的狠话言犹在耳。因为这是每个人或每个个体可以做的事,这不是战略,而是“在无线时代争取生存权力的努力”。正如马云所警告的:“再不动,就要死了!”借助于互联网平台,制造业、服务业、传媒业、金融业、农业融合了新的模式和业态,重构了企业与用户的关系。在国内首部互联网生态专著《互联网生态:重构商业规则》中,作者喻晓马、程宇宁、喻卫东以详实的案例,全面、精辟地剖析了马云、雷军、贾跃亭在构建互联网生态方面的成功之道,不但堪称“传统企业转型和升级的战略指导手册”,还是“企业构建互联网时代商业生态的高级指南”。

社交和商业的多维融合

□李光斗

我们正处在一个不断发生剧变的时代,在风口和十字路口面前徘徊。

一向以创新和奇思妙想而闻名的互联网老大哥谷歌,在“互联网+”时代不断喷发出的创新型企面前,也不得不做出重组的决定,将原有的互联网业务下沉,重组成一家涵盖互联网、物联网、投资等众多领域的集团。中国商业地产一哥、商业航母万达,面对电商的猛烈冲击,也开始对自己赖以生存的房地产业务痛下杀手,果断砍掉多家万达百货和KTV,去地产化的轻资产转型成为王健林的工作重心。阿里巴巴、腾讯、百度、京东等行业大佬也纷纷寻求转变,线上格局初定,线下战火纷飞,互联网+传统行业正在不断裂变、融合和重生。

“往古今来谓之宙,四方上下谓之宇”。生产者、消费者、销售者是传统经济时代的三体,品牌、产品和服务是其中的三维,如今在移动互联网变局的激发之下,社交的导入改变了传统世界的商业环境和商业逻辑,生产者、消费者、销售者三体合一,新商业形态诞生,世界从三维变成了四维,最终在社交的维度里无限展开,成为一个具有无限想象力的多维世界。

最初的互联网,还只是以基础设施的形态存在,随后逐渐变成了一个行业,再进一步演化成一种思维,现在的移动互联网已然成了人类生活不可或缺的一部分。作为一个虚拟的零度空间,互联网不创造任何实体经济,但是通过迅速碰撞和融合,互联网却创造了一个全新的世界,不仅各行业的边界消失了,中介也在不断被干掉,信息变得透明,全民创业时代到来。



书名:《社交众筹》
作者:李光斗
出版社:机械工业出版社

2015年全国高校的毕业生人数高达749万,但是我们发现很多大学生毕业之后不找工作了,创业去了。在传统经济时代,一谈到创业那都是高大上的词汇,没多少人敢碰;但是现在的商业环境发生了变化,创业门槛几乎不存在了,办公设备、工作场地、启动资金、创业团队、销售渠道等,一根网线统统搞定。

但是当下的环境又是创业最难的阶段,因为各行业的格局已经初步稳定,新加入者很难在短时间内分一杯羹,跨界、收购、合作等手段的频繁使用,让不少初创者被扼杀在摇篮当中。京东投资永辉超市、阿里牵手苏宁、腾百万的联合,行业区隔在不断消失;制造业倒闭潮的声浪从未间断,前段

时间还正处于风口的企业,转眼间有可能就直接破产了。

在行业大佬和初创者之间,差了100个资本市场。在拼速度的今天,最终都是拼财力。美国硅谷为什么会是创业者的乐园?除了有源源不断的创新原动力、完善的创业生态圈之外,成熟的资本市场是其中的关键所在:从谷歌、Facebook、苹果等老牌大哥的成长,到现在的Uber、Airbnb、ZipCar等新兴势力的崛起,背后都有着大量资本的推动。

这是最好的年代,大众创业、万众创新正当时,互联网+风口风力强劲,人人都在创业;这也是最差的年代,跨界、收购、合作等手段的频繁使用,让不少初创者被扼杀在摇篮当中。社交和商业的结合,催生了新的商业形态,社交的应用有如达摩利斯剑,是横亘在天堂和地狱之间的一道屏障,用好了将带来无限风光,用错了容易坠入无底深渊。

移动互联网的本质是社交,三体合一之后的多维社交世界,打开的是潘多拉之盒,还是阿拉丁神灯?有赖于持剑人的一念选择。

众筹,因其具有低门槛、多样性、依靠大众力量和注重创意等特点,一出现就在互联网上被炒得沸沸扬扬,并被誉为互联网+时代的下一个风口。众筹是一种向大众筹资以支持发起的个人或组织行为,众筹一家咖啡厅、众筹一家餐馆、众筹一家公司……众筹让很多传统经济时代不敢想象的事情成为可能。

社交和众筹的融合,改变了传统的商业形态,成为一种新的生产方式、销售方式、生活方式和思维方式。社交众筹,既消除了传统众筹中第三方平台的中介角色,也大大拓宽了众筹的内容和范围,还能进一步加深朋友之间的沟通,在充分利用闲置资源的同时,收获友情。

互联网产品的核心是社交,社交的背后

则是情感依托;社交众筹就是借助人际关系情感的力量,将商业和生活进行融合,恰恰暗合了互联网+融合的思想。作为社交工具的代表,微信的估值已达836亿美元,超过了百度、京东等多家上市公司的市值;《大圣归来》通过朋友圈获得了780万资金,使得这部国产动画得以面世,最终成为中国动漫电影里程碑式的代表,社交众筹功不可没。

工作软件可以直接在云上解决、办公场地可以共享使用、营销传播有自媒体平台、团队建设可以在线众筹……从自媒体到自组织到自商业,消费者不仅成为生产者,也是销售者的合体。人人都可以经商,大众皆可创业。但是如何站在新时代风口、让猪飞起来却是商业闭环中的创业者痛点。

“互联网+”时代,速度决定一切,而资本就是速度的催化剂,尤其是初创企业,在新进入一个行业的时候,如果不能迅速跑马圈地,只有死路一条,剩者为王就是这个道理。

“互联网+”的不断发展、大数据云计算等技术的日渐兴起、中国资本市场的逐步成熟、新商业模式的层出不穷,彻底改变了中国的创业环境,中关村也逐渐成为中国版的“硅谷”。新生代的创业圣地,社交众筹时代的到来,有如临门一脚,将中国的创业浪潮推向新高度。

身处危机四伏的黑暗森林,依托于社交平台的众筹将有力破解黑暗背后的不信任因素;社交众筹已经从一种商业模式逐渐向生活方式和思维方式过渡,成为新常态式的存在。从个人、企业的发展到产业链的规划,最终形成一个生态圈,《社交众筹》一书试图破解移动互联网时代商业进化的这一衔接点,帮助企业实现从点到面再到空间的创造,从而推动创业者站在大众创业、万众创新的风口之上,成为多维社交世界的王者。

■ 新书快递

肯尼迪传



作者:罗伯特·达莱克
出版社:中信出版集团

内容简介:

作为我们最感兴趣的公众人物之一,肯尼迪也是位高深莫测的人物,与所有的政治家一样,他竭力突出自己惹人喜爱的特点,尽量掩盖自己的弱点。他和他最亲密的那些人在树立正面形象方面尤其高明,而那些形象也继续左右着公众对他的印象。作者描绘出了一个美德与缺陷同在的肯尼迪,而正是那些美德和缺陷造就了一个既出色又平凡的人物。一方面机智超群、意志顽强、恪守原则、判断准确,另一方面终生承受病痛和情感问题的折磨。

与此同时,作者还试图公允地评估肯尼迪家族对他各个方面的消极和积极的影响,包括对他的性格、他在海军服役的记录、他在众议院和参议院的事业的影响,更加重要的是,对他作为总统做出的有关经济、人权、联邦政府对教育、老年人健康和贫困问题等方面的政策的影响。

作者简介:

罗伯特·达莱克,美国著名历史学家,美国艺术与科学学院院士,美国历史学家协会主席,曾先后在哥伦比亚大学、加州大学洛杉矶分校、牛津大学、波士顿大学和斯坦福大学任教。

归去来兮



作者:吴十洲
出版社:社会科学文献出版社

内容简介:

书中所记之三十人,在中国百年文化史上,分量可谓不轻。他们是吴稚晖、于右任、胡适、林语堂、梁实秋、王云五、朱家骅、吴国桢、蒋梦麟、梅贻琦、傅斯年、罗家伦、董作宾、李济、毛子水、王宠惠、顾维钧、雷震、殷海光、黄君璧、溥心畲、张大千、庄尚严、那志良、许寿裳、台静农、顾正秋、齐如山、钱穆、方东美。2010年至今,作者多次赴台,机缘巧合地寻访了他们其中三十人的故居。以故址切入,广参史料,展开了三十位名家在台湾的奋斗和悲喜,耐人追思。写人记事的同时,作者的落脚点又在于强调台湾地区的“小地方,大文化”,即中华文化与台湾地区之间的相互作用,视角独特而积极。

作者简介:

吴十洲,1953年生。南开大学历史学博士,中国社会科学院研究生院教授。著有《两周礼器制度研究》、《乾隆一日》、《紫禁城的黎明》、《假国人物绰号杂谭》、《百年斋号室名捃谈》、《伦敦诱惑——中国文化名人的西学情结》、《寻找鲁迅——从百草园到且介亭》等书。

道大无外



罗志田
社会科学文献出版社

内容简介:

作者罗志田是史学名家,有多本代表作面世,在历史学界影响力甚大,本书是作者第一本短文集。书中选辑百余篇短文,谈及史学的治学方法、学术创新、学术规范、人生感悟等,文字流畅、可读性颇高。

按其内容本书分为上下两篇,上篇讲“学问与学校”,以教育和学术为中心,多是针对当前学校教育,尤其是大学教育以及学术研究中存在的问题有感而发;下篇讲“历史与人生”,则从历史的角度剖析现实,既有对时弊的针砭,亦有对人生之感悟。

作者简介:

罗志田,普林斯顿大学博士,四川大学历史系、北京大学历史系教授。著有《翦适传》、《民族主义与近代中国思想》、《叙事转移:近代中国的思想、社会与学术》、《二十世纪的中国思想与学术踪影》、《裂变中的传承:20世纪前期的文化与学术》、《近代中国史学十论》等。