

技术创新做强企业

■ 林 木

中兴被美国禁售7年,股票停牌,引起全民关注,于是稍有风吹草动,无论是官媒还是自媒体,都以自己的见解进行评论。也难怪舆情涌动,中兴“缺芯少魂”,从电信设备、手机终端,到软硬件供应都极其依赖美国供应商,美国商务部的裁决,使这个全球第四大电信全业务设备商陷入灭顶之灾。

中兴被美国禁售背后摆在国人面前的一个惨痛事实是,中国虽然已经是世界第二大经济体,但仍然处于“缺芯”的尴尬境地,在一些高科技领域仍然受制于人,美国政府可以很轻易地卡住我们的脖子。因此,我们有必要对这些年来的创新,尤其是对企业的创新策略进行反思。

我们看到,目前中国的资本市场热衷于所谓的商业模式创新,譬如,2017年物流业里专注大包裹的优速获得A轮融资和银行授信20亿元,每日优鲜获C轮一亿美元融资,共享汽车滴滴获交通银行、招商银行、软银、银湖资本等55亿美元融资。笔笔都是大手笔,而且都是投向商业模式创新的企业。当然,我们并不指责向这些商业模式创新的企业融资,资本的本质就是逐利嘛,能够尽快赚到钱才是硬道理。若是追求长远利益,看到收获还不知道要等到何年何月,哪个资本都不愿意冒这个风险。说到底中国的资本市场需要的是“利润”,像芯片行业产生的是平均利润,不产生垄断利润,投资其他行业远比芯片更容易产生高额回报。所以,真正的技术创新很难受到资本的全力支持,搞研发芯片,光一条封装线就得花上几百亿元,有哪家资本愿意投进钱后再等待十年八年来收获?于是急功近利便成为大家的普遍心态,对于企业来说,做大总比做强来钱快。

再看看我们的高科技企业吧,前些日子看到一则消息说,联想集团沦为全球最差科技股,面临被踢出香港恒生指数的风险。在过去的5年中,联想集团股价下滑了56%,市值损失58亿美元。彭博社数据显示,在过去10年间被踢出恒生指数的股票,在被取消资格之前,股价平均下滑48%。

这些年来联想其实是靠“买买买”做大企业的。联

想靠PC业务起家的,收购IBM的PC,着实火了一把,一跃成为全球第三大PC企业,加上有政府采购的大力扶持,联想由此成为PC业务的全球老大。2014年1月,联想又以29亿美元收购了摩托罗拉的手机业务。然而,买买买并没有买来联想的强大。所以,一直有人戏称联想的“贸工技”实际就是“贸工买”的买办路线。进入移动互联网时代后,随着智能手机和平板电脑开始兴起,没有形成自己技术壁垒的联想,不仅固有的江山PC业务不断被蚕食,而且手机业务很难占有一席之地。

进入移动互联网时代,PC业务萎缩是必然的趋势,而毫无创新意识的联想,收购的摩托罗拉手机业务恰恰又是过时的技术。其实,即使买到了新技术,联想也会因为自己没有科研团队,而无法更新技术。而在移动互联网时代,更强调技术的研发,技术更新更是日新月异的,跟不上技术进步的步伐,那就要惨遭出局,这也是曾经众多国际著名品牌手机从此销声匿迹的原因。联想作为科技公司,虽然出身中科院,有技术靠山,但是在买买买的策略主导下,在技术方面毫无进取之心,很少有自己的“黑科技”,从而导致失去移动互联网风口的机会,逐渐走向下坡路。

而像华为这样的公司,走了一条与联想完全不同的路线,强调技术研发做强企业,每年都会拿出利润的10%用于研发。而联想2015财年在技术研发上的投入占总营收比达到2.6%,为近年来之最。过去10年间,联想在技术研发上的投入约40亿美元,这个数字仅仅相当于华为在2014全年技术研发投入的一半。试想一下,中兴、联想,为什么比不上华为?原因很简单的,华为是靠技术创新来强壮企业。

追求技术创新是企业的生命力,一家科技公司没有技术的创新,那么生命力也会消亡。现在,因为美国的一个封杀令,更多的国人对核心技术有了更深层次的认知:没有掌握核心技术,那永远都是为别人打工。因此,做强企业必须要坚持走技术创新之路,决不能徒有“大”的虚名。

(中国储运,2018.6)