

周其仁在宁波调研 表扬了2家企业，驳斥了一种做法

记者 乐骁立

核心提示

上周，北大国发院原院长、著名经济学家周其仁应宁波大学科技学院(宁波市湾区经济研究基地)和慈溪市政府邀请来到宁波，马不停蹄地连续调研了3天。

8月14日，他在慈溪给中小企业代表上了一堂课，演讲主题为《疫情背景下的企业发展》。大道至简，一言以概之就两个字：突围！

周其仁不止一次来宁波考察调研，每次都会带来许多发人深思的“金玉良言”。这次来甬调研，他又有哪些新的发现和思考呢？疫情下，宁波中小企业又有哪些突围的路径和方法呢？



近几年，周其仁在全国各地的演讲都将其“突围说”作为开场。为什么要突围？因为中国经济被“围”住了。

简而言之，他认为，中国改革开放后的快速发展归根结底得益于成本优势和全国要素资源的重新配置。但如今，廉价的要素成本不复存在，印度、越南等新兴市场国家依靠更低廉的成本在后追赶，而以G7为首的西方国家牢牢掌握着独特性的技术、产品优势，在前面堵截。

“我第一次来慈溪是上世纪90年代，令我印象最深的是当地主管外贸的干部。当时，他问民营企业，愿不愿意跟他去欧洲考察。企业家们说不愿意，没有闲钱。干部说，我们掏机票钱，你们愿不愿意去，企业家们说可以考虑。于是，慈溪企业便随政府一起去欧洲各大贸易展会参展。去了发现，原来一个插座可以卖到几美元到几十美元，于是拿着蛇皮袋，背着一袋袋插座回来拆开、研究、仿制，完成了最初的产业化，最终依靠成本优势主导了市场……”周其仁回忆道。

他举这个例子来说明西方和中国市场逻辑的差异。

他说，西方是先有科技革命，再有工业革命，再逐步过渡到市场。牛顿、莱布尼茨等科学家先发现规律和原理，然后逐步形成工艺技术，再由工程师将其变为产品，最后由企业家推广到市场，实现盈利。

而中国恰恰相反，像慈溪的乡镇企业，从市场出发，看到有消费者潜在需要的东西，去开发产品，产品开发不出来找技术，技术攻不下来最后找科学院，找院士，看通过什么原理解决它。

“这也是我们到目前为止主打的路线，这种模式尽管带来了快速的发展，但不可持续。”周其仁说，当我们成为世界工厂，当我们的产品与别人并驾齐驱，进入“无人区”，或者成本优势不存在后，我们拿什么继续竞争呢？

“因此，还是要回到从原理出发，从摸索自然规律出发，看看这个原理有没有新的技术支撑，技术能不能整合成产品，产品能不能跟消费者的需求结合。”他说。

B

为什么当前要特别强调科技创新的重要性？

在现场，周其仁一针见血地指出：被“围住”的国际环境，加上贸易战、疫情的连环冲击，中国企业今年的处境一定很差，唯有创新，唯有独特性的产品，才是出路，才是破除“成本诅咒”的关键，才能为中国制造“提气”。

周其仁接着又举了一个亲身经历的例子：“我2006年到耶鲁大学做访问学者，研究土地问题，路过底特律去看福特博物馆。讲解员是一位退休工人，70岁，从高中毕业就在福特，一辈子在福特工作，受人尊敬，收入也很好，活得很开心。我问他现在年轻人还进福特吗？他说现在进不了，因为福特都去中国投资了。他的孩子现在在亚洲教英文。

这段经历当时让周其仁受到很大的触动。当时，美国开始出现了一个新的经济地理名词叫“锈带”——大量的企业破产停产。

在宾夕法尼亚，当年美国第一个航空母舰甲板的钢板是由当地的大型钢铁公司供货的，现在这家企业已经彻底停产，几十米的巨无霸高炉就锈在那里，连拆除的费用都没有。

为什么会这样？原因很简单，日本钢铁工业、韩国钢铁工业、中国钢铁工业起来了，成本导致美国的那些企业失去了竞争优势。

“美国所经历的事情，是今天在座的企业家需要考虑的。当成本曲线到达最优解时，必然掉头向上，扩大规模需要更多的土地、工人和要素资源，成本优势逐渐瓦解，必须生产创新性的产品，才能重塑向下的成本曲线。”周其仁忠告说。“慈溪当地的方太、公牛都做得很好。方太一开始就瞄准高端市场，不断研发推出新产品。他们的董事长茅忠群说，今天方太的产品卖得比西门子贵，销量也远超他们，这话听着就提气。公牛也设计了许多新产品，今年推出了防过充的插座，手机充满了就自动断电，保护电池。这种新产品的推出，就能够不断重塑新的成本曲线，让边际成本始终保持在下行区间。”

C

在3天的调研和现场分享中，周其仁还给宁波企业家送上了许多“金点子”。

在公牛调研时，他建议，公牛开一个插线板博物馆，展示插线板的发展历程，展示产品质量的进步过程，让消费者更有直观的体会。并建议公牛尝试高端市场，产品艺术化、装饰化，因为，未来5-10年可能会出现高端的消费领域市场。

在慈星调研时，他建议宁波企业要将最苛刻的客户“奉为上宾”，欢迎他们来找茬，邀请他们来找茬。永远记住“褒贬是买主，喝彩是闲人。”

同时，他建议宁波企业，不要将内销外销分得太清楚，要将国内和国外两个市场作为一个整体去分析，去调研。

在现场，有年轻企业家咨询周其仁资产配置，如何升值保值的问题。周其仁毫不客气地说，年轻人不要去关心这些事，要埋头苦干，踏踏实实做产品。如果年轻人都在想怎么挣快钱、热钱，制造业的发展从何谈起。

“以色列有句谚语，‘难做的事情容易成功’。因为如果人人都看到机会，竞争一定很激烈，而往往在那些“无人区”，只要专注，只要敢于尝试，就很容易“一举成名”。中国制造，特别是宁波这样的制造业发达地区，要想办法打点硬仗，做点别人不能做的。”周其仁说。

在调研和演讲中，周其仁反复强调，对中国经济如何突围，其实，经济学家是没有资格说三道四的。

“突围的方法和路径，永远在那些正在突围的企业手中。我只是去了这些企业观察，总结他们的办法，分享给大家，也希望这些先行企业带着大家一同突围。”周其仁最后说。