

1 创新创业的机遇与挑战

本章导读

本章共分三节，分别为：由“中国制造”到“中国创造”、“大众创新、万众创业”的机遇和思考、创新与创业的挑战。

本章首先阐述“中国制造”的优势、“中国创造”的必然和途径，然后是对“大众创业，万众创业”的思考，最后提出如何面对“大众创业、万众创业”的机遇和挑战！

学习目标

- ◆ 了解“中国制造”与“中国创造”。
- ◆ 了解由“中国制造”到“中国创造”的必然性。
- ◆ 了解由“中国制造”到“中国创造”的实现途径。
- ◆ 了解“大众创业、万众创新”的内涵、相互关系。

- ◆ 了解“大众创业、万众创新”的实施重点及实现方法。
- ◆ 了解“大众创业、万众创新”的机遇和挑战。

1.1 由“中国制造”到“中国创造”

制造业就是将已有资源（包括天然资源及人工资源）通过相应制造过程，加工成为能满足人类生产生活需要的相关产品的行业。人类进入工业文明时代后，制造业在国民经济发展中的作用日益凸显，可谓是立国之本、兴国之器、强国之基。作为一个后发现代化国家，制造业在中国的国家发展规划当中具有战略性的意义。中国制造业在经历了近代以来的曲折历程，实现了从无到有、由少到多的发展，特别是改革开放之后，中国积极利用经济全球化的机遇，抓住全球产业结构调整契机，发挥自身人力资源优势，打造出风靡全球的“中国制造”。

1.1.1 誉满全球：“中国制造”的优势

“中国制造”指在中国制造或者加工的工业产品，既包括重工业，也包括轻工业；既涵盖了传统行业，也涉及各类新兴产业；既有中国自主研发制造，亦有对外来部件的组装和加工。

通过国人的不懈努力，我国的工业制造、加工能力得到迅速提升。

钢铁、有色金属、电力、煤炭、石油加工、化工、机械、建材、轻纺、食品、医药等工业部门逐步发展壮大，航空航天工业、汽车工业、电子工业等也从无到有，迅速发展起来。目前，我国已拥有 39 个工业大类、191 个中类、525 个小类。其中，工业产品产量居世界第一位的已有 220 种，粗钢、煤、水泥产量已连续多年稳居世界第一。2009 年，水泥产量占世界总产量的 60%。2010 年，粗钢产量占世界钢产量的 44.3%，煤炭产量占世界总产量的 45%。

随着工业制造、加工能力的不断提升，“中国制造”的出口竞争力也得到相应增长。与改革开放初期初级产品在出口当中占优势比重的情形相比，2010 年，工业制成品在出口中占比为 94.8%，机电、高新技术产品在出口贸易中的主导地位日益明显（机电产品占出口总额的比重超过一半；高新技术产品的比重占近三分之一）。其中，家电、皮革、家具、自行车、五金制品、电池、羽绒等行业成长为具有一定国际竞争力的行业，这些产品已出口到 200 多个国家和地区，在世界贸易当中占有相当大的比重。2015 年 11 月 11 日，阿里巴巴集团旗下的天猫“双 11”购物节，其打造的“全球卖”以俄罗斯、西班牙、英国、法国、

以色列等国家和地区为主，包含“一带一路”沿线 64 个国家和地区，“全球卖”主打的折扣商品数量达到 5000 万，有近 5000 家国内商家参与，目标瞄准的是海外消费者。“MADE IN CHINA”随处可见，中国，已然成为“世界工厂”。

“中国制造”不仅为全球消费者提供了大量优质廉价的产品，还吸引了国内大量人口就业，带动了国内的经济的发展。“中国制造”在国际社会已然成为一种符号，这个符号不仅代表了中国的工业生产能力，还包括了丰富的文化内涵。随着“中国制造”在全球的风行，中国文化也为越来越多的人所知晓。

中国之所以能迅速成长为一个名副其实的制造大国，除了自身生产制造能力的提升之外，还得益于“中国制造”之低廉的成本优势，低廉的成本主要源于以下几点：

第一，人力资源优势。中国人口基数大，具有丰富的人力资源，加之改革开放后，大量农村富余劳动力转移到城市，成为支撑中国制造业迅猛发展、走向世界的坚强动力。

第二，政策支持。制造业是国家发展的根基所在，新中国成立以来，

制造业一直是我国经济发展战略布局当中的重点。与此同时，国家还制定相关政策鼓励“中国制造”“走出去”，为出口贸易提供关税补贴。

第三，原材料优势。曾经一度，为解决就业问题，带动国内经济发展，我国立足于廉价的土地、能源及原材料，从中国台湾、中国香港及马来西亚等地区吸引了大批资金到中国大陆。加之中国目前还处于经济社会发展的大变革时期，关于协调经济效益与环境保护二者关系的相关法律及规章制度尚不明晰，“中国制造”在环境保护上面暂时不用付出较高的经济成本。

正是基于上述优势，中国成为许多国外公司产品加工生产地的不二选择，“中国制造”亦成为大量外国消费者青睐的高性价比产品。然而，随着我国人口结构的变迁，加之我国产业结构的调整和升级，“中国制造”的低成本优势正在逐渐丧失，“中国制造”面临困境。

【延伸阅读 1-1】美国奥运制服“中国造” 议员声称应烧掉

2012年7月13日 来源：中国新闻网

中新社华盛顿7月12日(记者吴庆才) 美国奥运代表团充满经典

美国风格的官方制服近日一亮相就广受好评，然而因其“中国制造”而意外引发了一场风波，一些美国国会议员 12 日也加入批评行列，美国参议院多数党领袖里德甚至扬言应全部将其焚烧。

7 月 10 日亮相的美国奥运代表团官方制服，由美国著名服装品牌创始人拉尔夫·劳伦（Ralph Lauren）亲自操刀设计，其色调秉承一贯的“国旗范儿”，红白蓝相间的搭配清新亮丽，充满复古海军风格，无论从哪个方面看都充满十足“美国味”。

然而，有媒体发现这批制服的标签上均写着“中国制造”的字样，该报道立即引起美国国内一片哗然。福克斯新闻网的一篇报道称：“奥运会甚至还没有开始，中国就已经从美国手中夺得金牌——通过制造美国队将在开幕式期间穿的制服。”

12 日，一些国会议员也对此加以批评，其中以参议院多数党领袖里德最为激烈。他在一场记者会上说：“我认为美国奥委会应该为他们自己感到羞愧！……我认为他们应该收回所有的制服，将它们堆成一大堆并烧毁它们，然后从头再来。”

“我希望他们穿着只有手绘的‘美国’标签的制服，在美国我们也有渴

望得到这些工作的在纺织工业工作的人。”里德说。

众议院民主党领袖南希·佩洛西也表示：“我们为我们的奥运健儿深感自豪……他们应该穿美国制造的制服。”

纽约州民主党议员吉利布兰德和众议员史蒂夫·以色列当日联名致信美国奥委会，要求今后所有的美国队奥运制服均应由美国工人生产，并称在美国制造奥运服装可为美国经济带来 10 亿美元的收入。

吉利布兰德说：“当美国最优秀的运动员代表我们的国家站在世界舞台上时……从头到脚，美国队必须是‘美国制造’。”

史蒂夫·以色列说：“我们美国的运动员在奥运期间穿着中国制造的制服将是可耻的，我们应该推动美国制造的产品并支持我们国内的厂商和劳动者。我敦促美国奥委会重启考虑其决定。”

美国奥委会发言人帕特里克·桑达斯基在一份声明中回应说：“不像世界其他奥运代表团，美国奥运代表团是私人赞助的，我们感谢支持我们的赞助商。我们也与拉尔夫·劳伦的伙伴关系感到自豪，这是一家标志性的美国公司。”

桑达斯基在其个人推特上回应网友质问时称：“所有关于奥运制服在

中国制造的讨论都毫无意义，拉尔夫·劳伦是一家支持美国运动员的美国公司。”他还反问说：“我只是好奇，你都穿着什么地方制造的衣服呢？”

在拉尔夫·劳伦的官方脸上，许多网友留言表达不满，甚至有人扬言抵制该服装品牌。对于此次风波，该公司只是简单地回应称：这些制服体现了“美国人的运动和体育精神”。

在一片反对声中，也有人批评此举与“自由市场”以及体育无国界的精神背道而驰，将奥运服装“政治化”相当可笑。

《洛杉矶时报》社评家保罗·怀特菲尔德当天发表文章称，里德等人的言论不过是“装腔作势”，并暗示这与最近两党总统候选人有关“工作外包”的争论有关。怀特菲尔德最后写道：“无论他们穿什么衣服，我都将全力支持美国奥运代表队，我将通过我的‘中国制造’的电视观看他们的表现。”

1.1.2 遭遇困境：由“中国制造”到“中国创造”的必然

如上所述，“中国制造”尽管获得了较大发展，在国际市场上也占据了相当地位，但其发展也呈现出了大而不强、多而不精的尴尬局面，“中

国制造”所依赖的优势，多数不具备可持续性，不利于其长效而健康的发展。

首先，中国逐渐步入老龄化社会，这将改变我国一直以来所拥有的劳动力资源优势。全国老龄办 2014 年发布的《中国人口老龄化发展趋势预测研究报告》指出，人口老龄化，将贯穿于 21 世纪中国发展的始终，该报告将 21 世纪中国人口老龄化分为快速老龄化、加速老龄化及重度老龄化三个阶段，到 2051 年，中国老年人口规模将达到峰值 4.37 亿，约为少儿人口数量的 2 倍。据报告预测，由于老龄人口比例不断增加，到 2008 年以后，劳动年龄人口的比例将开始下降，2020 年为 63.87%，2050 年进一步下降到 53.3%，21 世纪后半叶保持在 53%~54%。“十一五”期间，中国劳动年龄人口平均规模为 8.18 亿，2011 年达到峰值 8.28 亿。^①“未富先老”“未备先老”已成为中国经济发展不得不面临的一个现实，由此将会引发消费结构、产业结构、社会管理等一系列变革，中国制造业也会因为劳动力状况的变化而不得不做出相应的调整与升级。

其次，中国的社会发展将一定程度改变制造业长期使用廉价劳动力

^① 中国老龄工作委员会办公室：《中国人口老龄化发展趋势预测研究报告》，2014 年 2 月 23 日。

的局面。“中国制造”长期依赖的低成本劳动力优势，同时也是一直为人诟病的问题。中国的劳动力有多廉价？统计显示，目前在京沪穗等内地大城市中，最低工资标准普遍仅为当地月平均工资的 25%~40%，明显低于国际通行标准 40%~60%。另一组关于中外制造业工人“平均工资”的对比也十分让人震惊：印度制造业工人平均工资是中国制造业工人平均工资的 1.5 倍，津巴布韦是我们的 2.2 倍，韩国是我们的 12 倍，日本是 29 倍，美国是 47 倍。据此，有学者无不忧心地指出：“中国的发展沾了劳动力低成本的光，一个意想不到的低成本，导致中国今天在世界上具有这样大的国际竞争力，但中国的劳动力低成本今天面临着危机。”^①

中国劳动力的低成本，不仅成就了中国制造业的成长与全球扩展，还使得中国工人成了欧美企业家眼中“最可爱的人”。然而，此种低成本劳动力支撑的制造业发展模式，不仅违背了社会公平，同时也不是能够保障中国经济社会发展的长久之计。

党的十八大提出明确目标：要在 2020 年，全面建成小康社会，实现国内生产总值和城乡居民平均收入比 2010 年翻一番。在经济发展当中兼

^① 仲大军：《中国经济：侈谈劳动力低成本是犯罪》，《重庆晚报》，2004 年 11 月 9 日。

顾效益与公平，创造条件让民众共享改革红利。由此，中国工人总体工资水平将有近 10% 的增长预期。这必然会在短期内给一直依赖于廉价劳动力的中国制造业造成一定的打击。

再次，政府对生态文明的逐步重视，会给中国制造业带来不小的压力。党的十八大报告首次专章论述生态文明，十八大报告提出“推进绿色发展、循环发展、低碳发展”和“建设美丽中国”。指出：建设生态文明，是关系人民福祉、关乎民族未来的长远大计。面对资源约束趋紧、环境污染严重、生态系统退化的严峻形势，必须树立尊重自然、顺应自然、保护自然的生态文明理念，把生态文明建设放在突出地位，融入经济建设、政治建设、文化建设、社会建设各方面和全过程，努力建设美丽中国，实现中华民族永续发展。^① 报告还明确提出“坚持节约资源和保护环境的基本国策”，提出“优化国土空间开发格局，全面促进资源节约，加大自然生态系统和环境保护力度，加强生态文明制度建设”四项要求，这对一直以来生产方式相对粗放的中国制造业来说，毫无疑问是一次巨大的挑战。

最后，“中国制造”短板日益凸显。改革开放以来，中国坚持“引进来”

^① 《十八大报告（全文）》，新华网，2012年11月19日。

和“走出去”战略，无论是外贸出口能力，还是吸引外资能力，都得到了质的飞跃，创造了一个又一个令人惊叹的奇迹。但是，畅销海外的“中国制造”和深受外资青睐的本土加工企业，无疑大多数为劳动力密集型产业，中国企业事实上处于世界制造业的末端，长期从事低层次加工，是低附加值的“世界工厂”。例如，美国市场上销售的一种儿童玩具，商场的零售标价是 100 美元。“中国制造”的生产成本是 12 美元。中国生产企业的毛利润是每件 3 美元，中国外贸公司的毛利润是每件 7 美元，香港贸易公司的毛利 28 美元，美国公司的毛利 32 美元，商场的毛利是 18 美元。^① 随着国际市场劳动力密集型企业间竞争的日益白热化，中国企业不得不一再压低原本就很低的利润空间，与此同时，中国企业还得应对来自欧盟、美国等国家和地区的“反倾销”阻击，“中国制造”处境困难。

总之，在中国经济发展所处内外环境发生深刻变革的时期，“中国制造”面临的形势异常严峻，“中国制造”亟须产业升级，由“中国制造”向“中国创造”转变，才能应对挑战，走出困境。

^① 张魁兴：《世界杯的“中国制造”是个悲怆符号》，《中华工商时报》，2006 年 6 月 21 日。

1.1.3 寻找出路：由“中国制造”到“中国创造”的实践

实现由“中国制造”到“中国创造”，并不是将二者进行切割，而是要实现二者的融合与升级，以制造为前提和基础，以创造为方向和目标，创造出有中国特色的，具有国际影响力的“中国智造”。

1. “中国制造”是基础

由“中国制造”到“中国创造”的转变，必须以传统制造业为基础。因此，传统制造业须快速做出升级调整，以发挥其基础性作用。

首先，立足全球经济格局，实现传统制造业转型升级，加强“中国制造”基础性地位。目前，国际经济增长乏力，许多国家开始进行战略性结构调整，将制造业作为新一轮产业结构调整的重点。近年来，美国一些公司认为“中国制造”成本优势将不复存在，大张旗鼓宣传制造业“再回归”，而德国也提出了工业 4.0 战略，一些发展中国家也积极谋划，力争在新的全球制造业格局当中有一席之地。在面临国际社会制造业激烈竞争以及国内经济下行双重压力之下，必须放眼全球，调整产业结构，加快建设制造强国的步伐。

其次，利用传统制造业既有优势，加强“中国制造”基础性地位。中

国制造业的迅猛发展，已经使中国具备了参与新一轮制造业激烈竞争的先天优势。一方面，中国劳动力的熟练程度和技术水平都在不断地提高。尽管中国制造业工人工资水平在逐渐提高，其成本优势将逐渐丧失，但其日益提升的劳动熟练程度和技术水平将成为其新的优势，这有助于缩短生产时间，节约能源资源。另一方面，中国日益完备的基础设施，亦成为其较之于其他发展中国家而具备的明显优势。中国的交通、电力、信息等基础设施逐渐完备，相关政策、法律法规等配套也相对完善，这为“中国制造”的转型升级奠定了良好的基础。

最后，提高资源配置效率，优化传统制造业生产环节，加强“中国制造”基础性地位。制造业的目的就是要不断探索用更低成本、更高的质量、更便捷多样的形式去满足消费者日益增长的需求，这种消费者主导的模式，要求制造商们不仅要在宏观上立足全球，在微观上还要不断优化生产制造的各个环节，才能不断降低成本，提高质量，从而在竞争中立于不败之地。

2. “中国创造”是目标

要解决“中国制造”的困境，“中国创造”是突破口。中国制造业的升级

和发展，及其基础性地位的巩固和加强，都需要创造性因素——科技的加入。“中国制造”要出品牌、出成果，仍需立足于创新和创造。

第一，“中国制造”转型升级，关键在于“中国创造”。无论是美国宣称的制造业“再回归”，还是德国工业 4.0 战略，归根结底还是依托技术，“根据德国联邦外贸与投资署的数据，德国在研发领域的投入始终保持领先，自 2009 年至今，德国在研发领域的投资保持了 48% 的增长。坚持不懈地进行研发投入成为德国制造业成功的秘诀”。^① 因此，在国务院印发的《中国制造 2025》的通知当中，“提高国家制造业创新能力”在“战略任务和重点”部分被列为首位。在生产制造的具体实践当中，加快科研成果转化，利用最新技术，优化生产中每一个具体环节，着力提升“中国制造”核心竞争力。例如，研究表明，仅 25% 的价值是靠原料成本的节省创造出来的，剩下 75% 的价值创造是落在产品研发上的，由此可见，只有将技术有效融入产品的研发及生产环节，才能扭转依赖廉价原材料而获得有限价值空间的颓势。

第二，打造“中国制造”品牌，关键在于“中国创造”。《中国制造 2025》

^① 王晓璐：《制造业回归：美国大张旗鼓要重返 德国提工业 4.0》，财经网，2015 年 5 月 5 日。

通知中明确提出要“加强质量品牌建设”，这一战略目标的实现，不仅要依赖于技术的提升，更要体现出中国产品的智慧及其独创性。正如德国制造具有精专、高端、知名品牌众多、总体水平领先世界等特征，“中国制造”也应该探索并形成自身的独特优势，例如“中国制造”的“活”，目前，中国已具备了为全球创新型公司生产制造其复制产品的能力。许多国际化的创新型公司，也正在将它们的一些最新产品的生产转向中国。如此一来，中外企业能形成一种升级版的合资模式，实现全球资源的最优利用方式。

第三，升级“中国制造”模式，关键在于“中国创造”。要实现中国制造业的升级，必须充分调动企业的积极性，通过政策鼓励企业参与创新，“在中国制造的基础上培育和发展中国创造，关键在于推动企业增加研发投入，建立和完善以企业为主体的技术创新体系。……着力构建以企业为主体、市场为导向、产学研相结合的技术创新体系，鼓励企业不断加大研发投入……”^① 全球制造业的先锋德国，对于企业自主进行的研发项目，会有选择地进行不同程度的支持，德国联邦外贸与投资署亨勒称：“在一个研发项目中，来自国家层面的资助占到研发支出的 50%

^① 尹中卿：《如何实现从中国制造到中国创造》，《经济观察报》，2012年12月16日。

左右。如果是一些中小企业的話，这个比例可能还要更高。”^①

综上所述，“中国制造”依赖于其政策、能源、人力资源优势，风靡全球，成为名副其实的“世界工厂”；但因为中国人口老龄化的趋势加强，以及中国本土环境资源等约束力不断增强而逐渐丧失其优势，故“中国制造”需要调整升级，实现向“中国创造”的转型，才能在全球新一轮产业结构调整当中占据制高点。

1.2 “大众创业，万众创新”的机遇和思考

2014年9月10日举办的2014年夏季达沃斯论坛上，李克强总理第一次提出“大众创业，万众创新”，强调要借改革创新的“东风”，在960万平方公里土地上掀起“大众创业”“草根创业”的浪潮，形成“万众创新”“人人创新”的新态势。“大众创业，万众创新”的提出，既符合了我国经济发展转型升级的需要，同时也有利于充分发挥广大群众创业创新潜力，为民众共享改革发展成果，实现“中国梦”提供了途径。

1.2.1 “大众创业，万众创新”的机遇

^① 王晓璐：《制造业回归：美国大张旗鼓要重返德国提工业4.0》，财经网，2015年5月5日。

“大众创业，万众创新”的提出，是基于目前国内外经济发展形势，也是把握了中国制造业升级发展的大好契机，加之改革开放三十多年以来中国市场经济发展成熟度不断提升的大好机遇，可谓恰到好处，其提出背景具体分析如下。

1. 国内外背景

当前，国际经济格局正在发生剧烈变动，世界经济发展总体速度放缓，国际经济发展不稳定因素增多，国际市场需求相应减弱，以制造业为例，许多发达国家把重点放到了本国制造业复兴上面，把制造业的复兴作为经济复兴的重要基点，这在一定程度上增加了我国制造业在国际社会当中的竞争压力。由此，我们必须更加依赖于内需这一驾马车来拉动经济的发展，“大众创业，万众创新”便是拉动内需的一个绝佳选择。另外，随着经济及科技的不断发展，国际市场优胜劣汰表现愈加明显，对产品科技含量、创新因素等方面的要求也越来越多。因此，要想在国际市场保持稳定增加的市场份额，就必须不断提升产品质量和服务水平，“大众创业，万众创新”有助于这一目标的实现。

就国内而言，一方面，经济下行压力持续加大，环境、资源、人力

成本上升等约束性因素进一步凸显，集约发展、高科技含量发展、高附加值发展成了唯一出路，“大众创业，万众创新”能够助力经济转型发展。另一方面，当前，全面深化改革已进入关键时期，无论是社会改革还是经济发展，都需要民众融入和推动，“大众创业，万众创新”能够充分调动最大多数人的积极性和参与性，从而为社会的改革发展提供动力，增加活力。

2. “中国制造”到“中国创造”的必然途径

前文中已提出，“中国制造”转型升级，关键在技术，而技术的革新，需要一个开放、宽松、活跃的社会大环境，“大众创业，万众创新”就是要营造这样一个有利于技术进步和革新的社会大环境。

《中国制造 2025》提出的由制造业大国向制造业强国转变的基本方针明确指出：创新是制造业发展全局的核心，走创新驱动的发展道路；质量是建设制造强国的生命线，走以质取胜的发展道路；绿色发展是建设制造强国的重要着力点，走生态文明的发展道路；结构调整是建设制造强国的关键环节，走提质增效的发展道路；人才是建设制造强国的根本，走人才引领的发展道路。这些方针无一不体现了科技发展