

# 论金融危机下中小企业自主创新

杨德才

(南京大学商学院,南京 210093)

**摘要:**金融危机背景下,中小企业因市场需求减弱而面临重新调整、重新洗牌的严峻挑战,中小企业应对金融危机的重要方法之一就是增强自主创新能力。自主创新的模式有多种,各中小企业可以结合自身的特点有目的地选择适合自己的创新模式。结合理论分析,该文就中小企业自主创新问题提出了相关对策思考。

**关键词:**中小企业;自主创新;对策思考

**中图分类号:**F276.3 **文献标识码:**A **文章编号:**1671-2404(2009)34-0033-08

2008年9月以来,随着国际金融危机对世界经济的负面影响进一步扩大,对中国经济造成的冲击越来越明显,中小企业陷入成本升高、融资困难加剧、外贸出口受阻的困境。以东莞为代表的地区掀起了“企业集体倒闭潮”,长三角中小企业也深陷严冬。据初步统计,仅2008年上半年全国就有近10万家规模以上的中小企业因为此次金融危机而倒闭。但也有部分企业却在这次金融危机中表现强劲,逆势上扬业绩不降反升,而那些就是勇于创新,敢于创新并最终成功创新的企业。可以说创新是中小企业的生命力,也是中小企业战胜金融海啸、实现成长的关键所在。创新是企业的生命,在欧洲很多中小企业具有上百年甚至更长的历史。他们都是一直干一个行业,把产品做得最好,靠的就是技术不断创新。但如何创新,不同行业的企业创新又会遇到不同的瓶颈,本文试图在面对不同的创新困境,结合中国不同行业成功的实际状况,提出相应的对策。

## 1 中小企业自主创新的优劣势分析

俗话说:大有大的难处,小有小的优势。英国著名经济学家E. F. 舒马赫在《小的是美好的》一书中指出,企业发展总是存在规模边际的,从竞争力而言并非越大越好。这次金融危机对中国实体经济的冲击,正好给我们提供了一个反思的机会。作为企业中最大多数的中小企业,要想在险恶的市场环境

中生存发展,究竟该如何进行自主创新?而相对于拥有更多资源优势的大企业而言,中小企业又有哪些优劣势呢?

### 1.1 中小企业自主创新的优劣势分析

1) 高效率。中小企业的人员不多,组织结构简单、管理层次少,迅速决策,技术创新的效率往往高于大企业。尽管中小企业的技术、资金力量比较薄弱,但是却能够根据市场的具体需要,将人力、物力和财力快速地集中起来,最大限度地提高技术创新过程中的资源利用率和转化率,从而在短时间取得技术创新的成功,最大程度降低风险。

2) 高成功率。中小企业生产的专业化、产品的单一化程度往往高于大企业,实施技术创新的成功率相比大企业也较高。中小企业的这一特点主要表现在:首先,中小企业的设备基本上小型居多,而小型设备的技术改装、技术升级相对容易。其次,中小企业的技术人员通常熟悉多种机器设备和生产工艺,这对于开发新产品、改进传统工艺、改制新设备,采用新材料等创新行为非常有利,可以群策群力,充分展示技术人员的潜力。再次,产品的单一化程度高,有利于改进产品设计和进行产品的更新换代。此外,中小企业资金积累较少、设备有限,技术创新的实力相对薄弱,这就决定了在技术创新方向的选择上比较重视应用型技术创新,而对投资多、规模大、周期长的基础性技术创新很少问津。因此,中小企业在开展技术创新活动时更为注重以客户需求为导向,创新周期相对较短,成果向市场转化的速度较快。

3) 灵活性。随着中国人民生活水平的提高,消费的个性化、差异化正在成为一种时尚,并且市场的

收稿日期:2009-09

作者简介:杨德才(1965-),经济学教授、博士生导师,南京大学民营经济研究所所长,南京大学长江三角洲经济社会发展研究中心研究员,中国致公党江苏省委副主委。

E-mail:ydc@nju.edu.cn

需求千变万化,需要生产者密切关注消费者的偏好的变化。市场的多变性要求企业在面对如此不确定的消费者需求时,不能大规模的生产,而是根据市场的需求多品种、小批量的生产,市场这种变化为中小企业的技术创新提供了广阔的市场空间,也充分发挥中小企业船小好调头的特点。

### 1.2 中小企业自主创新的劣势分析

1) 创新资金不足。中小企业来说,资金不足是阻碍其开展技术创新的首要问题。一方面中小企业融资难,在市场中面临的融资环境很不理想。中小企业无论采取直接融资方式还是间接融资方式都会遇到种种障碍,由于自身实力及信用水平较低,很多银行或金融机构在处理中小企业的融资要求时都会更为苛刻,甚至制定歧视性政策来提高融资的门槛。另一方面,国家对于中小企业在资金上的扶持力度不够。尽管中国政府近年来相继出台了多项针对中小企业技术创新活动的扶持政策,但是中小企业能够从政府获得的资金极为有限。因此,中小企业在筹集用于技术创新的资金时,创业者本人及其亲友仍然是主要来源。资金上的缺陷决定了大部分中小企业必须经过很“漫长”的积累过程才能拥有开展技术创新的能力。按现代金融理论的解释,中小企业融资的最大特点是“信息不对称”,由此带来信贷市场的“逆向选择”和“道德风险”,商业银行为降低“道德风险”,必须加大审查监督的力度,而中小企业贷款“小、急、频”的特点使商业银行的审查监督成本和潜在收益不对称,降低了它们在中小企业贷款方面的积极性。同时,中小企业也很少能从政府部门得到研究开发支持。当前,政府科技投入体制还倾向于将大部分资金投入高等院校和政府所属的科研院所,投入到企业的很少,而投入到中小企业的更少。因为中小企业资信差、寻保难、抵押难,从银行获取贷款相当困难。商业银行为了避免承担风险责任,宁愿贷款给有政府保护的大型国有企业,也不愿意贷款给那些有一定市场潜力和盈利能力的中小企业。因此,许多中小企业创新只能依赖内源融资,这无疑会加大技术创新的风险性。而效益差的企业则根本无从谈起。致使许多中小企业自主创新“有心无力”,技术研发能力差和技术成果产业化乏力。

2) 创新动力不足。据统计,中国拥有自主知识产权核心技术的企业仅为万分之三,99%的企业没

有申请专利,60%的企业没有自己的商标。中国规模以上工业企业研发投入占销售额的比重仅为0.78%,而国外企业一般都在4%左右甚至更高。企业创新动力明显不足,其原因是多方面的:第一,在政策上或政策执行中还存在着所有制差别,削弱了政策应有的引导力;第二,在投资取向上,许多中小企业更愿意向投资回报率高、回收周期短的行业投资。企业投机心理较强,对自主创新的必要性认识不够;第三,在产业定位上,大多数中小企业的优势仍停留在劳动力和资源使用的低成本上。资本实力、技术实力雄厚且创新能力很强的中小企业很少,创新所需要的技术、资金等方面的瓶颈也压制了企业创新的动力。

3) 承担创新失败的能力较弱。与大企业相比,中小企业在进行技术创新时因其自身的实力而使其承担创新失败的能力较弱。主要表现在两个方面:在技术方面,中小企业势单力薄,往往只能进行单一的技术开发活动,很难同时从事多种途径的替代研究以便相互补充,降低风险,因而一旦一种技术开发失败,则几乎意味着整个创新活动的失败。另一方面,由于中小企业将技术成果商业化的能力有限,即使中小企业在研发方面已经获得成功,在商业化过程中也会遇到资金短缺和缺乏开发市场的经验等困难,难以将技术成果大规模推向市场,实现技术开发的投资回报。

## 2 中小企业自主创新的传统模式

创新是企业永恒的主题。根据企业发展所处的阶段不同,一般将创新分为三种模式。而企业(尤其是中小企业)应根据自身所处阶段的具体特征来选择适宜的创新模式。

### 2.1 新生期技术创新模式

一般而言,传统产业中小企业刚刚成立时,由于资金严重不足,人员、设备的普遍匮乏,技术水平低下,产品尚未得到市场的认可,因而它们几乎不具备独立创新的能力。对它们而言,模仿创新模式无疑是最为合适的选择。模仿创新优势在于可节约大量研发及市场培育方面的费用,降低投资风险,也回避了市场成长初期的不稳定性,降低了市场开发的风险。其缺点是:难免在技术上受制于人,而且新技术也并不总是能够轻易被模仿的。随着知识产权保护意识的不断增强,专利制度的不断完善,要获得效益

显著的技术显然更不容易了。

模仿创新即通过模仿而进行的创新活动,具体包括两种方式:

第一种是完全模仿创新。即对市场上现有产品的仿制。一项新技术从诞生到完全使市场饱和和需要一定时间,所以创新产品投放市场后还存在一定的市场空间,使技术模仿成为可能。但完全模仿本质上也带动了企业的技术创新活动,很多企业发展都从模仿其他企业技术开始。

第二种是模仿后再创新。这是对率先进入市场的产品进行再创造,也即在引入他人技术后,经过消化吸收,不仅达到被模仿产品技术的水平,而且通过创新,超过原来的技术水平。要求企业首先掌握被模仿产品的技术诀窍,在进行产品功能、外观和性能等方面的改进,使产品更具市场竞争力。

## 2.2 成长期技术创新模式

进入成长期后,中小企业迅速成长起来,拥有了一定的市场份额,设备、人才逐步积累起来,技术水平与初生期相比有显著提高。资金逐渐变得充裕。对于步入成长期不久的中小企业来说,应该以产学研合作、技术转让等非实体式技术创新合作为主。合作创新是指双方或多方以技术创新为共同目标,以经济技术合作为基本手段,以资源共享和优势互补为核心,以互惠互利、风险共担为原则的技术创新活动。

合作创新在全球科技迅猛发展,市场竞争愈演愈烈的形势下显得尤为重要。科技创新步伐的加快以及技术竞争的日趋激烈,单个企业所面临的技术问题的复杂性与技术开发的高风险性日益突出,因此许多企业都普遍采用了合作创新的模式。在合作的具体形式上,既有企业与政府、高校科研院所以及同行业竞争对手之间的横向联合,也有供应商与制造商、企业与客户之间的纵向联合。合作创新具有多种多样的模式,各有其适用的条件,没有绝对意义上的最佳模式,合作创新的模式主要有以下几种:

第一种模式:合同创新模式。指以合同形式确定的合作创新模式。通常由企业委托大专院校或科研机构从事技术或产品研究开发,企业提供资金并规定创新目标,大专院校或科研机构提供技术专家、必要的技术设备并具体实施创新过程,实现创新目标。

合同创新模式一般要以大专院校或科研机构为

主成立临时性研发机构,以大专院校或科研机构技术人员为主,必要时也可以由大专院校或科研机构聘请其他单位的技术专家参加。临时性研发机构的研发能力是影响合同创新成败的关键,企业通常派专人参加研发机构,主要负责与大专院校或科研机构的联系和协调,代表企业监督合同的执行。创新的整个过程完全由大专院校或科研机构负责,企业一般不参与,也不分享创新过程的信息和经验,但在必要时也可以要求大专院校或科研机构提供项目进展情况。合同创新的意义在于能够利用创新的外部分工弥补企业内部技术资源不足或者技术资源的结构性缺陷。这一模式使企业不必参与创新的过程而能够得到创新成果,利用资金优势加快新产品、新技术、新工艺的开发,加速企业的技术创新;缺点是:企业不能够分享创新过程的信息,不利于培养自己的研发人员。这种模式比较适合于非核心技术或通用技术的开发,以及非关键产品的开发。

第二种模式:项目合伙创新模式。指企业为了完成某一特定技术项目的研究开发,通过合伙投入形成合作组织,共同从事研究开发活动,共享研发成果的一种合作创新模式。

合伙创新模式具有很多优势:首先是能实现创新资源的优势互补,如若干企业和大专院校、科研机构之间的合伙能够根据合伙各方的优势进行合理分工,这种需求和资源结构的互补性能够产生比单一资源单独使用更大的效率,在项目进展的不同阶段资源的配置也更加合理;其次是对资源的集中使用能够有效扩大资源的投入规模,减少由于单个单位由于资源不足或资源结构不合理而引起的创新时滞,因而能够比在不合伙的状态下缩短创新时间;最后是由于有多个优势不同的单位共同参与创新过程,能够有效分担创新风险。这种模式适用于那些单个单位无力完成的技术项目的创新,便于开展一些尖端的创新活动。但这一模式也有先天缺陷,主要是在合伙单位的选择、合作体的管理和创新成果的分享等方面由合伙各方通过协商进行,交易成本较高,而且往往会产生无法通过协商解决的矛盾和利益纠纷。

第三种模式:基地合作创新模式。指企业与高等院校或科研院所共同建立技术创新基地的一种合作创新模式,一般由企业提供资金和场地,大学或研究机构提供研发条件(设备)和研发人员。



基地合作创新模式有利于企业在技术创新水平上接近大学或研究机构正在进行探索的技术前沿,掌握最新发展动态,捕捉最新技术信息。基地合作创新存在的问题是:企业一般不参与具体创新过程,因而不能分享创新过程的直接经验;基地向企业的技术转让受多方面因素的影响,如基地的技术能力和企业对新技术的吸收能力等;基地合作往往不以项目为主导,企业参与合作的效益一般也难以准确估价,尤其是短期效益更难估价。

### 2.3 成熟期技术创新模式

成熟期阶段的中小企业已经具有比较雄厚的实力,拥有完善的组织机构和健全的规章制度。中小企业完全可以自由选择包括核心技术创新在内的各类技术创新模式。此时中小企业的主要工作是通过持续的技术创新活动,强化自身的核心竞争力,巩固在市场中的地位和竞争优势。因此,发展态势较好的中小企业应主动将自主创新作为企业的发展方向。这个阶段的自主创新又分为:企业引导型自主创新模式和市场引导型自主创新模式。

就企业引导型自主创新模式而言,若实施这种创新模式,则要做到两点:第一,不断开发新产品和升级老产品。这种创新以全新的技术研发为依托,发挥科技人员的想象力和挖掘新的市场需求,对研发人员的素质也有较高的要求。在电子产品领域广泛存在,例如数码产品、手机、电脑等往往一个月就需要推出一种甚至多种新产品,以面对不同消费人群而满足他们差异化、个性化的需求。第二,企业营销部门的功能突出。在这种创新模式下,企业的营销部门需要较好前期的市场调研、策划、组织、协调和赋予创意的宣传。营销的好坏直接影响新产品的销量,营销部门将成为新产品一个推广和普及部门,有其存在的重要意义。例如苹果数码产品,每当有新产品都会举行新产品展览会,向消费者充分介绍他们的新产品的功能,同时富有创意的广告在消费者心中建立深刻印象。

而选择市场引导型自主创新模式的企业,一般具有一定的资金实力和人才储备。而要将这些内在的基础优势转化为现实竞争力,关键就在于在技术创新过程中培育与运用核心能力。具体要做到:首先,通过加大企业 R&D 资金的投入,提高研发能力。R&D 投入能力反映企业或行业在研究开发经费方面占技术创新活动支出总额的比重。实施市场引导

型自主创新模式的企业应充分利用自己的资金、人才优势,加大 R&D 投入的比例(中国平均不到 1.5%,中等发达国家在 5% 左右,发达国家 8% 左右,美国和日本 10% 左右),建立、健全开发机构,以及建立高水平的技术开发中心,为企业构筑新的技术平台铺设基石。其次,加大企业内部的技术学习。通过“干中学”以及“研究和开发中学”等方式,使企业的技术水平得以提高,并在企业内得以扩散。再次,利用市场信息优势,建立“快速反应部队”。以新取胜是市场竞争的主要法宝之一。企业为及时把握行情,及早动手,保持常创常新,就需要建立一支“全球通”式的技术创新队伍,以及时应付市场变化。最后,加强企业组织管理体系的建设。组织管理体系是指由各种规章制度和组织系统体现的对生产经营和研究开发活动进行组织、激励和控制的系统。管理体系起着将各种分散的人力和技术资源集中组织起来,协同工作,形成整体优势的重要作用。在面临市场竞争的条件下,管理体系是否合适,取决于它是否有利于企业有效地利用各种资源参与竞争,也包括是否有利于企业的技术创新。实践证明,企业活动的效益与竞争优势不仅取决于对资源的占有多少,更关键的是如何有效地获取和利用资源,也就是善用资源。

### 3 一种全新的模式:破坏性创新模式

破坏性创新理论是由美国哈佛大学著名管理学者克莱顿·克里斯坦森提出的,它突破了传统的创新理论,为暂且处于弱势的新企业、小企业提供了一条以弱胜强的新思路。1997 年,克里斯坦森根据他对磁盘驱动工业的研究,以创新的环境为基础,将创新划分为两种类型:沿现有主导厂商技术进步展开,对其竞争优势起维持性作用的维持性创新,以及沿不同技术进步的轨迹展开、发源于低端或新市场,相对来说破坏了主导厂商竞争优势的破坏性创新。克里斯坦森进而构建并通过对各行业的研究验证了破坏性创新的基本框架——破坏性创新的二维模型,如图 1 所示。

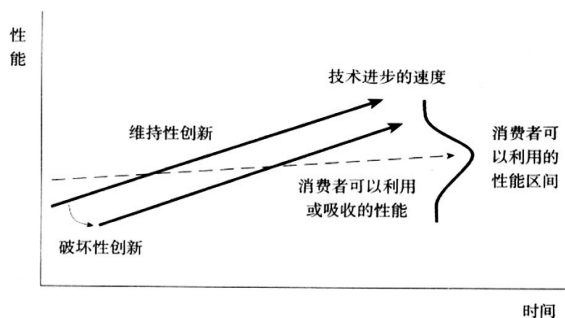


图1 破坏性创新的二维模型

事实上,图1表达了如下几个层次的含义:

第一,每个市场上都存在一个顾客可以利用或吸收的改进率,在图1中,以略微向上倾斜的虚线来描述,同时它也作为一个消费者分布的中位线。围绕着这一中位线存在一个消费者分布:市场中存在许多这样的线或层级——这一范围可以通过图1右侧的分布曲线来表示。位于最高或最挑剔层级上的消费者可能从来不会对市场上可以得到的最好产品感到满意,位于最低层或不特别挑剔层级的消费者可能对较低性能的产品就感到相当满意了。但是一般而言,这一虚线代表了“足够好”的技术,它能够满足现有主流消费者的需要。

第二,每一个市场上都存在完全不同的改进轨迹,这些改进是在创新者引入新型和改进型产品时提供的。图1中倾斜得更加陡峭的实线表明,技术进步的速度几乎总是超过位于该技术的应用市场上任何给定层级上的消费者的能力。因此,刚好将产品定位在满足主流消费者的现有需求的公司可能超过了相同的消费者未来可以利用的性能的范围。出现这种情况是因为公司不断努力生产更好的产品,同时将这些产品销售给市场上最挑剔层级的、需求尚未得到满足的消费者可以获得更高的利润。

第三,破坏性创新的起点低于维持性创新,它没有沿着在现有技术继续创新的轨迹前进,而是通过提供尚次于现有产品却能迎合基本需求的简单、便捷、廉价的产品和服务来吸引新的和不太挑剔的消费者。它破坏并重新定义了原有的轨迹,显然,这是在企业的起步阶段和资源量不足的情况下应当选择的战略方式。它从新的或低端市场落脚,逐步形成了一个改进循环,继而依次满足各层级消费者的需求。

第四,一旦破坏性产品在新的或低端市场上确

立了自己的地位,改进循环就开始了。同时由于技术进步的速度超过了消费者使用技术的能力,因此以前尚不够好的技术最终得到充分改进,并与更挑剔的消费者的需求相符。当这种情况出现后,破坏者就能最终征服市场在位者。对于寻求创建新增长型企业的创新者而言,这一差异非常重要。虽然行业目前的领导者几乎总能取得维持性创新战役的胜利,但是破坏性创新成功的概率更多地青睐新成立的公司。总体来看,破坏对行业的领导企业具有毁灭性影响。由于资源分配程序的设计和完善是为了支持持续性创新,因此从本质上讲,它们无法做出回应。这些领导企业一直致力于进入高端产品市场,几乎从没有动力在破坏者认为有吸引力的新的或低端市场上进行防卫。

后来,克莱顿·克里斯坦森对破坏性创新的二维模型进行了进一步的改进,通过对二维模型增加第三个代表新用户和新消费环境的坐标轴,把创新性破坏扩展为三维模型,并利用两种不同类型的创新对该模型进行了阐释。如图2所示。

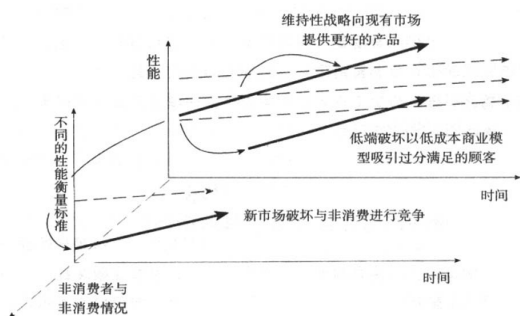


图2 破坏性创新的三维模型

图2中“性能”和“时间”轴是原有模型的两个维度,这里延伸出来的第三个维度代表了新的消费和竞争环境,它们是新的价值网络。这些或者代表着过去缺少资金或技术来购买和使用产品的新消费者,或者代表着产品的不同使用情况——通过在简便性、可携带性以及生产成本方面进行改进使之成为可能。因此,可以从该模型中归纳出两种类型的破坏性创新:

1) 新市场破坏。克里斯坦森指出:“新市场破坏是与‘非消费’进行竞争。这是因为新市场破坏产品的价格更适宜,使用更简单,使得一个新群体能开始更方便地拥有并使用这些产品。”新市场破坏者面临的挑战正是创建一个新的价值网络,争取“非

消费者”的加入。比如在经济上匮乏而无法购买到恰好符合自身需求的产品或服务的需求者,有些产品在性能上和价格上超出了他们的需求范围和接受范围,这就是一种类型的“非消费者”,这样的新市场正是新价值网络建立的基础,而开辟这样的新市场,也正是新市场破坏面临的巨大挑战。

2) 低端破坏。低端破坏不要求企业创建新的价值网络,而是对原有的主流价值网络进行破坏,它们无需创造新的市场,而是利用低成本的商业模式,使顾客从市场现存大企业中分流出来,而这部分被分流的顾客正是不被大企业所重视的,然而这样的顾客最终却逐渐壮大从而使市场现存企业的顾客大量被转移。

表1 维持性创新与破坏性创新的区别

维度	维持性创新	低端破坏	新市场破坏
目标产品或服务性能	导致该行业的主流客户最重视的产品特征的性能改进。这些改进的性质可能是渐进或破坏式的。	根据主流市场低端产品的传统性能衡量标准,使用该技术制造出的产品足够好。	导致“传统的”性能降低,但新性能得到改进——通常是简单和方便。
目标顾客或市场应用	主流市场上最具吸引力(例如最能获利)的顾客,他们愿意为改进的性能支付更高的价格。	以要求低于主流市场低端产品的性能的顾客为目标。	以非消费为目标;过去因缺乏资金和技术而无法购买和使用该产品的顾客。
对要求的商业模式的影响(程序和成本结构)	利用现有的程序和成本结构并且更充分地利用现有的竞争优势,提高或维持利润率。	使用新的经营方法或财务方法,或者二者兼用——较低的毛利润率和较高的资产周转率的不同组合,这个组合可以通过赢得低端市场业务所必需的折扣价格赚取诱人利润。	以较低的单位价格、以最初较小的单位产量销售产品的商业模式必须能够赚钱。单位产品销售毛利润率将会非常之低。

资料来源:克莱顿·克里斯坦森等:《困境与出路》,中信出版社2004年版,第48页。

## 4 中小企业自主创新的对策思考

综合中小企业自身的优劣势及各种创新模式的特征,结合当前金融危机冲击下国内外经济形势,就中国中小企业自主创新问题,特提以下三点对策建议:

第一,破坏性创新模式应成为中国中小企业当前进行自主创新的重要模式。

“新市场破坏导致市场现存者忽略进攻者的攻击,低端破坏鼓励市场现存者逃避攻击”。这为经济危机下的中小企业选择破坏性创新模式奠定了良好的基础。同时,低端破坏迎合了企业暂时的资金不足状况,使企业在保持长远战略利益的前提下,进行有利的生产与销售。另外,在经济危机的大环境之下,国内消费者具有谨慎消费和仅保持基本需求满足的观念,使得新市场破坏有了较大的立足空间。

从国内情况来看,中国拥有一个跨越低端到高端的巨大国内市场,于是,破坏性创新可仅针对中国国内市场中的“非消费者”群体展开,理论上来说,中国的市场环境也是破坏性创新产生和发展的理想最初市场。从宏观上来看,破坏性创新的作用不在于能否对主流市场产生破坏,而是它作为创造新市场的有效工具所发挥的作用,因此,它可以成为推动中国经济增长和增加就业岗位的重要途径之一;在微观上,破坏性创新间接地改变了市场竞争的现有规则,为处于技术落后状态的中国中小企业创造了一个替代并赶超市场领先者的机会,使它们和市场现存的大企业及其它国家企业尽可能并列于同一起跑线上,从而加快自主创新步伐的推进。此外,中小企业在实行破坏性创新战略上具有不可比拟的优势。首先,战略转型的惯性相对较小,各项规划和决策都可以进行机动灵活的变化;其次,中小企业适应性的组织形式调整更加容易,它们不会受到如大公司那般刻板生硬的层级关系限制,有更多的机会进行大胆的尝试;再次,中小企业拥有文化氛围上的优势,员工的束缚相对较小,新的理论和思想易于被接受。更重要的是,在当今之局势下,中国的出口外向型经济面临转型,企业需要为孕育创新提供良好的外界条件,而中小企业所处的劣势地位在技术创新上根本无法与大企业抗衡。破坏性创新给中小企业提供了一条良好的发展战略。

第二,由于创意是创新的基础,所以中小企业应



注重培育企业的创新文化。

自主创新分两类,一类就叫做原始性创新,一类叫做引进消化后的再创新。两类都是创新,但两类相比更重要的是原始性的创新。引进吸收、消化以后,再创新也很重要,同样有用。但如果是缺乏原始性的创新,这样自主能力创新建设还是不完整的,或者是重要的一环没有放进去。原始性创新这里面很重要的一点,必须要先有创意,没有创意谈不上创新。

最近,有一部国产原创系列电视动画片《喜羊羊与灰太狼》,由广东原创动力文化传播有限公司出品。自2005年6月推出后,陆续在全国近50家电视台热播,几年来长盛不衰。在北京、上海、杭州、南京、广州、福州等城市,《喜羊羊与灰太狼》最高收视率达17.3%,大大超过了同时段播出的境外动画片。此外,该片在香港、台湾、东南亚等国家和地区也风靡一时。为什么这部动画片会“火爆”这么多年,其根本原因就在于其创意新。有了一个好的创意,才会有一个好的创新。

金融危机发生后,许多中小企业一下子陷入了危机,根本不知道怎么创新,那是因为企业根本就没有创新文化的氛围,没有新创意。所以,我们现在真正缺少的是有创意,包括有创意的能力的人才缺乏。杭州娃哈哈集团公司董事长兼总经理宗庆后有一次说:“看我们发展19年的历史,只有坚持不断创新才能使企业不断进步,才能使企业持续、健康地发展。我们开始的创新是分三个阶段,第一个阶段是概念创新,因为那个时候没有实力。当时我们做概念的时候,大家都在做概念,我们加了一点维生素A跟D,做了一点点创新,小孩子吃起来更健康,就超越了对手。有点实力的时候我们是引进创新。把国外的先进设备、技术引进,国内没有,我又领先于人家。现在的话,全球一体化经济,国内的开发是越来越开放,国外有的,国内马上有了,所以不自主创新也不能有优势。现在我们实力比较强,所以这几年我们引进了大量的仪器设备和人才,这些年是自主创新,开发出人家没有的产品。”这里的所谓“概念创新”,实际上就是创意。因此,没有创意,焉谈创新?

第三,发挥政府作用,建立健全促进中小企业自主创新的支持服务体系。

一是建立公共技术支持平台。采取政府引导、

市场化运作、开放服务方式,在中小企业比较集中和具有产业集聚优势的地区,重点支持建立一批公共技术支持平台,为中小企业技术创新提供设计、信息、研发、试验、检测、新技术推广、技术培训等全方位服务,为中小企业自主创新提供场地、仪器设备、技术人才等技术支持,帮助中小企业提高技术水平,降低资源消耗,实施环境友好型生产;支持有条件的大企业和企业集团的技术开发中心向中小企业开放,为中小企业提供技术支持服务。

二是建立健全中小企业技术支持服务体系。促进各类技术服务机构发展,建立健全以满足中小企业技术创新需求为目标、以推动中小企业技术进步为主要任务,以中小企业技术创新服务机构为主体,各类社会服务机构广泛参与、协同配合的中小企业技术创新支持服务体系。以服务企业为宗旨,不断创新服务方式,提高服务质量,增强服务能力;引导创新服务机构帮助中小企业解决技术难题,完善知识产权保护和专利申报服务,积极推动采用先进技术改造提升传统产业,促进科技成果产业化。

三是推动产学研合作。鼓励中小企业与大学、科研机构建立长期合作关系,通过共建研发机构、联合或委托开发、技术成果转移、专业技术人才培养等多种形式,加快企业与科技资源的有机结合,加速科研成果产业化进程。

四是加强人力资源服务。落实人才强国战略,把培养、输送专业人才作为提升中小企业技术水平、增强自主创新能力的服务内容,组织、引导各类中介培训机构,针对中小企业的人才需求,开发培训教材,提供灵活的培训服务;鼓励中小企业技术服务机构建立技术服务专家库,组织大学、科研机构、企业的离退休技术人员采用灵活多样的形式为中小企业提供技术咨询、技术指导和诊断服务。

五是营造有利于中小企业技术创新的公平政策环境。落实国家激励企业自主创新的各项政策,制定促进中小企业技术创新的政策措施,鼓励企业加大科研开发的资金投入;完善人才流动政策,鼓励企业自主创新及与大学、科研机构联合创新;加强知识产权保护,维护企业的合法权益。

六是完善投融资政策。建立健全创业投资机制,促进风险投资机构发展,解决制约中小企业自主创新的资金瓶颈问题;继续做好符合条件的中小企业到境外上市,建立中小企业上市融资的新体系,拓

宽直接融资渠道;完善技术交易市场、产权交易市场,促进技术与资本的有机结合;加强与各金融机构合作,开展对中小企业的金融产品创新,完善金融服务,对符合条件的企业可开展知识产权和非专利技术等无形资产的质押贷款试点,加大对中小企业技术创新的金融支持;积极推进多层次的信用担保体系建设,鼓励开展针对中小企业技术创新的多层次信用担保。

七是发挥公共财政资金的导向作用。引导中小企业向“专、精、特、新”方向发展,推动形成以特色产业或优势企业的产品品牌为龙头,以中小企业专业化合作和协同创新为特色的产业、产品配套链;鼓励中小企业运用新技术、新工艺、新产品、新科技成果,提高技术水平、降低消耗、减少对环境的影响、提高

资源利用率;鼓励企业自主创新、合作创新和引进消化吸收再创新;鼓励发明创造和专利技术申报,支持中小企业培育品牌,为特色产业或优势企业的产品提供配套。

#### 参考文献

- [1] 曹芳等. 产业演进中企业技术创新的路径选择[J]. 工业技术经济, 2007(1).
- [2] 黄溪. 金融危机背景下中国中小企业的战略困境与出路[J]. 企业导报, 2007(3).
- [3] 克莱顿·克里斯坦森, 等. 困境与出路[M]. 中信出版社 2004.
- [4] E·F·舒马赫. 小的是美好的[M]. 商务印书馆 1984.
- [5] 杨德才. 新制度经济学[M]. 南京大学出版社, 2007.

## Independent Innovation of Small and Medium-sized Enterprises under the Financial Crisis

Yang Decai

(Commerce School of Nanjing University, Nanjing Jiangsu Province 210093, China)

**Abstract:** Under the background of financial crisis, small and medium-sized enterprises (SMEs) are facing critical challenges of readjustment and reshuffle due to the weakening of market demand. To tackle the financial crisis, enhancing the ability of independent innovation is one of the most important measures for SMEs. In addition to theoretical analysis, this article has raised relevant countermeasures for SMEs with respect to independent innovation.

**Key words:** small and medium-sized enterprises; independent innovation; countermeasures