

典型生产力促进机构发展研究及其对我国的启示

赵 静¹, 薛 强²

(1. 科学技术部 火炬高技术产业开发中心 北京 100045; 2. 科学技术部 高新技术发展及产业化司, 北京 100862)

摘 要:在介绍国外及中国台湾和香港地区典型生产力促进机构发展概况、模式与经验的基础上,对我国的生产力促进工作进行了一些思考,并从志、质、智、制和秩5个方面提出了生产力促进中心的发展建议。

关键词:生产力促进中心;科技服务;技术转移中心

DOI:10.6049/kjbydc.2012040133

中图分类号:G311

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2012)13-0015-04

19世纪末,英国建筑家约翰·斯梅顿曾组织“土木工程协会”,为企业提供工程技术咨询;同期,美国管理学家弗雷德里克·泰勒曾为企业提供管理咨询,这标志着企业咨询服务乃至生产力促进服务的开始。20世纪中叶,随着“二战”后主要国家经济的复苏和发展,生产力促进事业逐渐兴起,一批以从事企业服务为代表的生产力促进机构应运而生,逐渐成为推动企业成长和产业发展的重要力量,一些机构经过几十年的发展,其中一些好的做法和经验对我国生产力促进中心具有很好的借鉴。

1 欧美典型生产力促进机构

1.1 德国史太白转移中心(Steinbeis Transfer Center, STC)

在欧洲众多的生产力促进机构中,德国的史太白转移中心最具盛名。1971年,史太白基金会恢复成立(原有基金会曾在1923年德国通胀危机中解散),依据德国民法注册为非盈利组织,其宗旨是依托州立大学的技术咨询服务,帮助巴登-符腾堡州的中小企业提高利润。1983年,史太白基金会实现快速扩张,依托整个巴登州应用科学领域的大学,成立了一批转移中心。这些转移中心主要为用户提供具体项目的咨询和支持。1998年,隶属于基金会的史太白技术转移有限公司正式成立,专注于快速发展的商业领域的技术转移;同年,史太白基金会还创办了史太白大学。目前,史太白基金会共建有711个史太白企业(Steinbeis Enterprise)^[4]。

截至2010年10月,史太白中心共有员工5397人,其中教授级员工(professor)755人,长期员工(permanent staff)1383人,项目制员工(project-based staff)

3384人;服务企业8800多家,遍布50多个国家,其中70%为中小企业。

史太白中心的业务主要包括5个方面:咨询服务、研发服务、训练与培训服务、评估与专业报告服务和国际技术转移服务,2010年共实现服务收入1.24亿欧元。其中,国际技术转移业务收入占总收入的20%—30%,主要集中在中、日、韩为代表的亚洲国家。

1.2 欧洲企业网络(Enterprise Europe Net, EEN)

2008年,欧盟委员会决定建立欧洲企业网络,旨在支持欧洲中小企业参与研发,提升其创新能力和竞争力。EEN属于企业服务平台,重点在于提升企业的技术创新能力,而非单纯的贸易服务,主要面向27个欧盟成员国提供服务。同时,在遵守共同准则的前提下,积极邀请欧盟以外的其它国家和机构加入。

EEN的日常运行并非由欧盟委员会直接负责,而是由其确定一个独立机构从事日常管理工作。目前,EEN共有47个分支机构,从业人员3000多人,其经费有60%来自欧盟委员会的投入,其余经费来自其它途径。在成立之初,EEN确定最初7年的经费预算达到3.2亿欧元,主要用于支持企业创新,但这不包括EEN工作人员的支出。

EEN提供的服务主要有6个方面:①信息服务,提供欧盟法律、标准及政策方面的信息和建议;②通过互联网平台,帮助中小企业寻找合作伙伴;③帮助企业招投标;④支持企业参与欧盟融资项目;⑤提升中小企业的技术创新能力;⑥帮助中小企业获取研发成果,参与承担欧盟相关研发计划。

1.3 美国相关机构

(1)美国国家技术转移中心(National Technology

收稿日期:2012-04-15

作者简介:赵静(1981—),女,陕西宝鸡人,硕士,科学技术部火炬高技术产业开发中心助理研究员,研究方向为产业集群、区域经济和科技管理;薛强(1979—),男,辽宁沈阳人,科学技术部高新技术发展及产业化司副处长,研究方向为科技管理。

Transfer Center, NTTC)是依托 Wheeling Jesuit University 成立的一家技术转移机构,面向联邦政府和州政府的有关部门提供技术分析和解决方案,主要开展技术评估、市场分析和信息服务,服务收入大部分来自政府。

(2)YET2 公司成立于 1999 年,主要服务对象为拜耳、杜邦、飞利浦和宝洁等大型企业,属于私人公司。建有 yet2.com 网站,注册用户 14 万个,中小企业 1.7 万家。核心业务包括两项:①技术授权,帮助客户寻找技术提供方;②技术获得,购买技术。其主要盈利模式是信息服务和技术转让的佣金,2010 年有 2/3 的收入来自前者,1/3 来自后者。其中,65%来自国际技术转移,35%来自国内。

(3)此外,美国早在 1970 年就成立了国家生产力委员会,支持国内各地区生产力中心的工作。1977 年,美国生产力中心成立,并于 1988 年更名为美国生产力与质量中心,为会员提供非营利性服务,具有代表性的是标杆管理和质量管理等服务^[2]。

1.4 欧洲其它国家机构

(1)法国建立了技术推广网,覆盖 22 个大区,为中小企业提供技术信息服务。法国科研中心、国家创新署及其它 7 家全国性的研究机构共同出资,创建了股份制技术转让公司,共同推广具有市场前景的科研成果^[3]。

(2)瑞典依托政府科技计划,建立了技术创新和成果转化服务网络,吸纳风险投资和咨询等中介机构,为中小企业的技术创新和科技计划成果的产业化提供服务^[3]。

(3)西班牙成立的中小企业信息部,旨在帮助中小企业加速国际化进程。它采取信息服务、企业诊断和合作对接等方式,帮助中小企业寻找和评估国外的合作伙伴,开拓国际市场^[3]。

2 亚洲典型生产力促进机构

2.1 台湾“中国生产力中心”(China Productivity Center, CPC)

“中国生产力中心”成立于 1955 年,是台湾成立最早和规模最大的经营管理顾问机构。该中心在台湾企业界、经济界和金融界有着极为广泛的影响,为台湾经济与产业的发展转型作出了重要贡献。上至世界一流的集成电路生产企业,如台积电和台联电,下至 5~10 人的初创企业,都是其服务的对象,均与其保持着持久、深入而广泛的合作关系。

在台湾经济与产业发展和转型的过程中,CPC 是思维模式及经营管理的拓荒者与先驱者,是政府与民间企业的桥梁,引领产业与企业创造价值,提升竞争力,其理念是创新求胜和追求卓越。

CPC 的业务范畴有 6 个:①经营管理辅导。引进

创新管理工具,包括企业文化、组织再造、人力资源、绩效评估、战略规划、财务管理、创新研发、质量管理、市场调研和物流运筹等;②政府专案。配合政府产经政学,通过政府采购投标争取专项支持;③教育训练。组织自己的专家、学者和专业顾问,通过公开课程和企业内部训练,为企业培养人才,CPC 有数 10 年的培训经验;④媒体出版。出版各类杂志、主机、视听产品和教育训练教材;⑤海外服务。CPC 是亚洲生产力组织 APO 的创始会员,针对大陆和海外组织国际交流与合作,办理参访团与企业诊断和辅导;⑥专业服务。企业诊断、商业设计、产品设计、平面设计、CIS 设计、网页与多媒体应用设计、展览与会议和 CAD 设计。CPC 现有员工 600 多人,其中台北总部 250 人,在台中、台南和高雄等地设有 5 个服务处。

CPC 是市场运作和完全企业化管理的财团法人,自负盈亏,年服务收入达 13 亿~15 亿新台币(约合人民币 2.9 亿~3.3 亿元),CPC 设有董事会及监理等机构。

2.2 香港生产力促进局

香港生产力促进局成立于 1967 年,为非营利性机构。它拥有 25 个卓越中心和 10 个实验室,主要面向企业提供生产、管理、信息和环境等服务。下属的卓越中心根据各自的技术及资源优势 and 特色,为相关行业企业提供技术开发和设计、产品分析和检测以及人员、技术培训、技术咨询、项目申报、执行等综合服务。

香港生产力促进局针对玩具、机械、模具、电子、电器、汽车零部件、钟表、珠宝、物流、供应链管理、创意工业、医疗及保健器材等行业,推广其开发的产品及相关服务,提升行业生产力。其为企业提供的生产科技开发服务,大多以项目的形式运作,一般由企业委托促进局进行,由于大部分项目都是有针对性的应用性开发技术,因此项目执行情况较好。对于高风险的技术开发项目,一般都由政府出资开发,开发结果由行业共享,即便出现研发失败的情况,企业承担的风险也相对较小。

香港生产力促进局有 1/3 的收入来自政府,其余来自企业服务。

2.3 日本生产力促进机构

(1)中小企业基盘整备机构。该机构是执行政府关于中小企业政策的机关,作为独立行政法人于 2004 年 7 月 1 日成立,主要由中小企业综合事业团、地域振兴整备机构和产业基盘整备基金合并而成。目前,中小企业基盘整备机构共有 10 家地方分支机构,工作人员总数 850 多人,注册专家 3 000 多人,基本建立了覆盖日本全国的支援系统,主要从事支持创业及新业务的开展,强化中小企业的经营基础,提供与其相关的政策信息,在经营环境出现突变时协助中小企业作出灵活反应等工作。

(2) 中小企业大学校。该学校是中小企业基盘整备机构的下设机构, 创始于 1962 年, 主要从事人才培养, 目前共有 9 所学校。培训对象主要是都道府县(日本行政体制为三级政府, 都道府县为第二级政府)中小企业支援部门的工作人员、中小企业支援协作机关的工作人员、中小企业的经营者和管理人员以及准备创业人员等, 并开设中小企业诊断师的培训课程, 为促进中小企业的发展培养了一大批人才。以东京校为例, 每年实施的培训约有 140 个课程, 全年培养的学员有 4 000 多人(不含网上培训), 自建校以来累计培训 15.6 万人。

(3) 信用保证协会。该协会是依据信用保证协会法成立的官方机构。目前, 以各都道府县为单位共有 47 个协会, 以市为单位共有 5 个协会, 全国共有 52 个协会。信用保证协会以扶持和支援中小企业健全发展为目的, 当中小企业向金融机关借款用于企业发展时, 由信用保证协会承担借款的债务保证。如果中小企业由于各种原因不能按期偿还全部或部分贷款时, 信用保证协会根据金融机关的请求代为偿还贷款, 并获得对中小企业的求偿权。同时, 信用保证协会将努力扶持中小企业的健康成长, 以期回收债务。2005 年, 全国信用保证协会的担保件数为 114 万件, 担保总额为 12.98 万亿日元(约合 7 800 亿元人民币)。

此外, 日本各级政府和民间机构还建立了中小企业金融公库、创业综合支援中心、商工会、商工会议所、大学科技园区和民营科技园区等机构, 有力地促进了中小企业的发展。

3 比较分析与借鉴

通过前面的案例不难看出, 经过几十年甚至上百年的建设和发展, 欧美发达国家及亚洲新兴工业化国家和地区已经建立起各具特色的中小企业技术创新服务体系, 基本满足了企业发展的需求, 对区域科技创新和经济振兴作出了积极贡献。同时, 也对我国生产力促进中心的建设发展提供了有益的借鉴。

3.1 机构自身的性质并非决定性因素

如前所述, 从法人性质上讲, 上述国家和地区的生产力促进机构大体可分为营利性和非营利性机构两类, 类似于我国的企业机构和事业机构。从实际运行来看, 无论哪一类生产力促进机构都可以获得发展机会, 并能够实现快速发展。

(1) 营利性机构。如史太白技术转移中心和台湾中国生产力中心, 其目标就是面向市场寻找服务对象, 确定具有市场前景的服务内容, 相应地设立自身的组织机构和运行机制。其中, 在服务对象的选择上并没有一味地紧盯中小企业, 政府、高校和研究机构都可以成为服务收入的来源。同时, 由于在分配机制上相对灵活, 因此有利于建立相对稳定和高水平的从业人员

队伍, 更好地储备智力资源。

(2) 非营利性机构。如欧洲企业网络和香港生产力促进局有政府的资金注入, 或者是承担政府经费的运作, 其工作重点是更好地提供公益性服务和发挥财政经费使用的社会效益。由于政府对其考核更加侧重公益性和服务成效而非短期效应, 因此这类机构能够更为注重长期和持续的服务, 有利于初创期中小企业的成长。

3.2 服务一体化和专业化是竞争力的核心

随着外部发展环境的不断变化, 企业对科技服务的需求呈现多元化的特点, 不再满足于一般性的常规服务, 而是更倾向于个性化和差异化的服务^[1]。本文所列的典型生产力促进机构, 正是能够准确捕捉这一关键信息, 不断提升服务的专业化水平, 在单项服务和特定领域服务的深度上做文章, 为企业的技术创新提供更具专业水平的服务。

同时, 这些生产力促进机构不只是提供服务产业链上某一环节的服务, 还努力为企业提供整体解决方案, 通过整合多种服务资源和高水平人才来拓宽服务领域, 延长服务链条, 从成长路径上为企业提供定制化服务。比如, 可以从产品设计阶段的研发外包服务, 拓展到样品试制、检测和市场开拓等后续环节的整体构建, 从而形成新产品进入市场的全程化服务。

3.3 信息化和网络化手段是重要保障

随着信息技术和网络技术的快速发展及广泛应用, 科技服务的形态也发生了深刻变化^[1]。以 EEN 和 YET2 等为代表的服务机构, 充分运用了信息网络技术传输便捷的特点, 基于互联网模式探索并建立了新的服务网络。通过在线资源共享、信息互动、离线现场指导和直接服务相结合的方式, 进一步提高了服务效率, 扩大了服务的地理空间范围。同时, 采取设置分支机构和合作伙伴等方式, 缩短了现场服务距离, 降低了远程服务成本。特别是随着移动互联网产业的兴起, 通过移动终端提供可视和即时服务, 进一步提升了服务需求的传输速度, 减少了服务的响应时间, 对企业遇到的突发困难能够迅速提供更加准确解决方案。

3.4 国际化视野是大势所趋

无论学界对经济全球化的利弊如何争论, 产业和科技的竞争格局早已突破了地域的束缚。从上述机构来看, 一个显著特点就是坚持开放式和国际化的思路。一方面, 在更大范围内构建跨区域的服务平台, 吸引世界各国的优秀机构整合服务资源, 参与企业服务; 另一方面, 通过分支机构体系的不断完善, 吸纳大批高水平的人才进入机构, 既保证了服务质量, 又强化了服务的专业性, 以此形成强大的专业化服务能力。

同时, 生产力促进机构的竞争也面临着来自国际同类机构的压力, 只有用开放的视野才能在竞争中寻找合作的机会。事实上, 科技服务业的市场可以形成

很大规模,也具有很大潜力,欧美和亚洲机构的实践表明,只要能够把握全球化趋势,科技服务机构之间的竞争完全可以从零和博弈变成整合博弈,并能不断开拓新的服务市场,获得自身发展的重要机遇。

4 思考与建议

4.1 强生产力促进中心之志

日本企业有一种经营理念:“不是为了赚钱才做生意,因为有了社会需求,才有生意可做;若不能明确把握这种使命感,是无法做生意的。”因此,在这种定位下,日本企业虽然也很看重赚取利润,但更为注重自身与社会的和谐发展。对我国的生产力促进中心来讲,不应仅仅定位于提供服务和获得利润,更要站在经济和社会发展的全局角度,以构建和完善科技中介服务体系,推动我国中小企业发展和促进经济又好又快发展为自身的重要使命,强化责任意识,强调回报精神,志存高远,把世界眼光、科学决策、创新精神和历史机缘结合起来,顺势而为,乘势而上,以只争朝夕的精神抢占发展先机,赢得发展优势,扩大发展成果和实现发展目标,真正把生产力促进中心的健康发展与中小企业的成长和创新型国家建设的伟大事业融合在一起,而且要让其中的每一个从业者都具有这种责任感和使命感。

4.2 强生产力促进中心之质

松下幸之助曾说过:“售出商品,就如同把自己的女儿嫁出去一样。那样的话,就会牵挂商品运转是不是正常?顾客是不是中意?所以,买下我们商品的人家,便与我们的商店成了亲家,做了亲戚,成了亲人。”对生产力促进中心来说,服务就是女儿,中小企业就是亲家。在为中小企业提供服务的时候,就要像对待自己女儿一样,把全部精力放在作好、作细和作精上;对待企业就要像自己的亲家一样,时刻关心和服务中小企业,特别是由于经营和政策环境等因素而暂时处于困境甚至濒临倒闭的中小企业。同时,要不断提升自身实力,打造品牌效应。日本有很多为中小企业服务的机构,相互之间的业务也有重叠交叉,但都在结合自身特色积极开展工作。生产力促进中心应当立足自身的科技特色和体系优势,树立品牌、优化服务,努力成为科技中介机构的优秀代表。

4.3 强生产力促进中心之智

一项事业的发展归根结底还是人的问题,如何才能推动生产力促进中心又快又好发展,人才队伍建设至关重要。要创造环境,吸引和凝聚优秀人才加入生产力促进中心队伍,改善从业人员结构,形成广纳人才和才尽

其用的用人机制以及尊重人才和凝聚人才的激励机制。认真做好从业人员的培训,特别是岗位培训和实践锻炼,并把培训和个人的职业生涯规划有机结合起来,提高培训的针对性和实际效果。充分借鉴日本中小企业诊断师制度的成功经验,在总结前期相关地方做法的基础上,积极探索有中国特色的生产力促进中心从业人员资质认定办法,逐步实现职业资格的规范化发展。

4.4 强生产力促进中心之制

在发展过程中,企业需要个性化和差异化的服务,但个性化服务与服务的低成本之间又存在必然的矛盾,而利用网络媒介推动生产力促进中心的专业化服务联盟建设,正是解决这一矛盾的有效方法。建立以生产力促进中心为核心,其它中介机构参与,产学研相结合的服务联盟,实现资源共享和优势互补,可以充分发挥联盟各成员的服务优势,提高企业的满意度,降低为企业“量体裁衣”式服务所需的成本。同时,还可以进一步扩大服务目标群体的规模,强化服务的专业化程度,更好地提供全方位和多层次的服务,推动形成科技中介服务集群。

4.5 强生产力促进中心之秩

按照科技部新近出台的《国家级示范生产力促进中心认定和管理办法》的规定,国家级示范生产力促进中心均须通过 ISO9001 国际质量体系认证并保持资格,一定程度上保证了示范中心为中小企业提供规范化服务的能力,但目前这种认证并未在整个生产力促进中心范围内开展。因此,要想提高生产力促进中心自身的发展水平,实现服务的规范化和标准化是一条重要途径。要积极探寻生产力促进中心的标准化建设之路,研究制订并不断完善服务的标准体系,进一步推动生产力促进中心的专业化和规范化发展。

参考文献:

- [1] 薛强,赵静,李楠林,等. 中国科技服务的探索与实践:生产力促进中心服务典型 50 例[M]. 沈阳:东北大学出版社, 2011.
- [2] 薛强,黄炳贺,李楠林. 生产力实务[M]. 广州:广东人民出版社, 2010.
- [3] 科学技术部生产力促进中心“十二五”发展规划战略研究课题组. 生产力促进中心“十二五”发展规划战略研究报告[R]. 2010.
- [4] THE STEINBEIS NETWORK. History of steinbeis[EB/OL]. <http://www.stw.de/en/about-steinbeis/history.html>, 2011-07-12.

(责任编辑:王敬敏)