



## “动漫湘军回来了”

一批新生力量正在崛起 重放光彩还需过几道坎

02-03



7月15日上午,湖南国际会展中心,工作人员装扮成美猴王与观众互动。当天,2016第七届长沙(国际)动漫游戏展开展,拉开了“2016湖湘动漫月”的序幕。

记者 田超 摄



## 德国制造为什么强

■文/吴晓波



吴晓波

1968年出生,著名财经作家,“蓝狮子”财经图书出版人。2009年被《南方人物周刊》评为年度“中国青年领袖”。著有《大败局》《激荡三十年》《激荡一百年》《浩荡两千年》等畅销书。

提到德国的工业,单拎出某一个板块并不是顶尖的,他们骄傲的两项——机床和精密仪器,一个比不过荷兰、一个比不过瑞士。但为什么国内总觉得德国的工业实力是最强的?因为他们综合体系完整,而所擅长的正是我们最缺的。

与中国考不上高中的“差生”会被逼着去上职业院校不同,德国的教育分两条线:一条是小学—文理中

学—大学,主要培养从事科学和基础理论研究的人员;另一条是小学—普通中学或实科中学—职业学校,主要培养工匠。小学四年级就会进行分流,60%的德国青少年主动选择职业教育。德国的职业教育,一半时间在职业学校学习,一半时间在企业实习。对于专业领域的人员,越早开始实践,越能更好地掌握专业技巧。

一位德国公司的总裁曾说:“中国制造想要崛起,设备、技术是一方面,更重要的是蓝领工人的培训。”因为他在中国工厂的设备遥遥领先于德国工厂的设备,但是次品率却是德国工厂的8到10倍。原因就是工人技术水平低,且从事时间太短而导致经验不足。

需要改变的也不仅仅是教育体系,更紧要也更初级的步骤可能是转变大家对蓝领的偏见。

德国人的严谨享誉全球,德语中最常见的口头禅是“以防万一”。为了以防万一,他们极热衷于制定标准像是处女座的强迫症一般无

可混灭,甚至引以为豪。我们所熟悉的A4纸尺寸是国际标准,这一标准是德国人1922年就制定的(偏执狂还真是一种祖传)。

德国有一个专门的单位,叫标准局——他们已经制定了25000多个标准,达到了全球标准总量的一半,且以每年1500个的速度在增加。这些标准涵盖了方方面面,从公共字体的运用到螺母的六角形,从无外窗的厕所如何通风到修整的窨井盖旁应该放几个警示牌,事无巨细。

反观中国的企业,虽然具备了大规模的容量和技术。但无论是生产过程还是质量监督,都缺少标准化度量衡,这是亟待改进的。

除了世界500强企业,德国企业更多的是一些闷声发大财的行业冠军。德国1307家隐形冠军,数量几乎是中国的19倍。它们基本为家族传承企业,做法多与现管理教条格格不入,往往只进行单一的产品生产,着眼于高端的缝隙市场。它们的研发投入高于德国其他公司2

倍,人均专利数量是跨国公司的5倍。它们塑造起了德国制造结实、耐用和精美的品质,是匠人组织里最不可或缺

的细胞。而国内愿意单一化经营并成功的企业越来越少。产品刚有起色,就只身冲入房地产市场和资本市场已成常态。当企业真正理解隐形冠军与工匠精神之间的等号,中国制造业的出路才会敞亮。

德国一家百年甜点公司是全球最大的糖果制造商,产品出口100多个国家。它曾召回1.4万袋糖果,只是因为清洗生产机器时发现生产线上的一根金属钢轨被扭曲,也许导致了金属粉末污染了部分糖果。

以产品吸引人购买只是成功的一半,剩余部分就要归功于良好的服务意识。这种主动解决问题的出击法,不仅不会影响品牌声誉,反而因为信任感回流了更多忠实用户。除了大事件中的召回制度,常态下的售后服务也进一步帮助企业立于不败之地。

(注:编者对本文略作删改)

### “匠心”搬上餐桌 心理标签取代菜系 未来餐饮市场或呈哑铃型

04

### 将产品变成IP 把店铺变成网红 社交网络成消费关注热点, 做生意也要“拼颜值”

05

### 暑期培训火爆 大批创业者跟风拼抢 机器人、VR等渐成创业热土

06



执行主编/彭治国 副主编/苏军华 美编/胡万元 校对/黄蓉