

06

主編
厉以宁 艾丰 石军
Editor \ Li Yining Ai Feng Shi Jun

2015 夏輯



时论中国

为中国留下深度思想印记

COMMENTS ON CHINA

A Deep Ideological Impression and Memory for China

互联网+, 加什么, 怎么加

雷 军 李彦宏等

中产阶层的成长与彷徨

厉以宁等

社会不公吞噬民众希望

朱 力等

06 时论
COMMENTS
ON CHINA 中国

为中国留下深度思想印记

A Deep Ideological Impression and Memory for China

图书在版编目 (CIP) 数据

时论中国06/ 厉以宁, 艾丰, 石军主编. —北京: 中国工人出版社, 2015.5
ISBN 978-7-5008-6176-8

I. ①时… II. ①厉… ②艾… ③石… III. ①时事评论—中国—文集 IV.
①D609.9-53

中国版本图书馆CIP数据核字 (2015) 第120142号

时论中国06

- 出 版 人 李庆堂
责任编辑 石钰艳
责任校对 赵贵芬
责任印制 栾征宇
出版发行 中国工人出版社
地 址 北京市东城区鼓楼外大街45号 邮编: 100120
网 址 <http://www.wp-china.com>
电 话 (010) 62350006 (总编室) (010) 62005039 (出版物流部)
(010) 62382916 (职工教育分社)
发行热线 (010) 62005996 (010) 82075964 (传真)
经 销 各地书店
印 刷 北京睿特印刷厂
开 本 710毫米×1000毫米 1/16
印 张 16
字 数 220千字
版 次 2015年6月第1版 2015年6月第1次印刷
定 价 32.00元
-

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社出版物流部联系更换
版权所有 侵权必究

谨以此书献给我们的大时代

A deep ideological impression and memory for China

发现中国

读懂中国

记录中国

时论中国
Comments on China

大时代
书系编委会

时论
中国

COMMENTS ON CHINA

主编	厉以宁	艾 丰	石 军
执行主编	詹国枢	冉永平	
编委	吴新民	董 宽	刘 丰
	韩晓峰	姚 远	徐 辉
	许勤华	梁子剑	郭海燕

荣誉出品	艾丰经济发展研究院
出版人	李庆堂

序

为中国留下深度思想印记

艾 丰

摆在各位面前的，是一本名为《时论中国》的书。

这是一套丛书中的一本。

也就是说，这样的书，我们将持续不断地出版下去。

为什么要编辑出版这套名为《时论中国》的理论丛书呢？

我们的初衷有三。

其一，观察。

当今中国，是一个充满生机、活力、机遇，同时也难免产生陈腐、僵化、陷阱的发展中国家。观察和认识这个社会，适应和改造这个社会，是摆在每个公民面前无可回避的一道人生选择题。这套丛书所选取的话题和评论对象，是每个公民经常关心的、随时发生在我们身边的林林总总的新鲜事物。定期出版《时论中国》丛书，就是要为广大读者提供一扇观察当今中国的窗口——在这里，发现中国。

其二，剖析。

观察和分析事物，有若干视角，亦有不同态度。对于形形色色的各种现象和事物，我们到底应该怎么看？这些现象的本质是什么？它们为什么

会发生？今后走势如何？我们应该如何应对？诸多问题，总是或隐或现地在人们脑海中轻轻掠过。或许，你未曾认真想过，但有人认真想过，并且潜心研究过，他们以专家学者的学识与素养，梳理来龙去脉，剖析背景原因，指点趋势走向，提供应对策略。定期出版《时论中国》丛书，就是要为广大读者提供一种解剖事物、辨析事理的方法——在这里，读懂中国。

其三，记录。

在时间的纵坐标和空间的横坐标上，新中国已经昂首走过虽然曲曲折折但亦不乏辉煌的六十余年。我们每一个公民，也与共和国一道，走过自己或长或短的难忘岁月。时光如梭，岁月留痕。国家为我们留下了什么？我们为子孙留下了什么？这些，都需要用各种方式记录下来，留在记忆中，留给下一代。定期出版《时论中国》丛书，就是要为广大读者留下这样一份与此时中国共同成长和思考的文字印记——在这里，记录中国。

既如此，担负如此不凡使命的这套丛书，以及策划编辑这套丛书的艾丰经济发展研究院，从制定选题、筛选作者、沟通意图、编辑出版的各个环节，都精心组织，精心设计，精心编辑，以不负我们这个不凡的时代和同样不凡的广大读者。

我们选材的标准是，新鲜，独到，深刻。

为此，我们就稿件取舍定下了“三最”标准：由当今中国思想界最活跃的一批专家学者，评析当今中国最新发生的各种事物，为当今中国留下最独特的思想印记。

我们编辑的目标是，清新，朴实，简洁。

为此，我们在每一本书的每一个专题中，分别辑录了主题、延伸、名家观点三个板块，以长短相间、相辅相成的形式，尽可能地为读者奉献既有深度、又有广度，既有长论、又有短评的鲜活的时代思想记录。

本套丛书的文章，来源于我们所能看到的所有公开出版物，包括各种报纸、杂志，网络发布的各种博客、微博，以及作者在论坛、会议中公开发表过的各种讲话。这是一个大海捞针、不断发现和不断筛选的过程，也是一个梳理时代脉络、萃取思想精华的过程。无疑，这更是一个繁复而又需要恒心、耐心和责任心的工作。作为主编之一，我向负责具体筛选和编辑工作的各位同仁，表示深深的敬意和衷心的感谢。

《时论中国》——观察中国，剖析中国，记录中国。

与中国一起成长——这，就是我们的定位，也是我们的使命。

我们将竭尽全力。

是为序。

执行主编手记

“互联网+”本质是什么

詹国枢

每一辑《时论中国》，都会有一篇分量较重的“封面专题”。

本辑“封面专题”是“互联网+”。

为何选择“互联网+”？不仅因为今年《政府工作报告》首次提到“互联网+”，并把它上升为国家发展战略，还因为，滚滚而来的互联网大潮，已显示出远远超乎人们想象的威力，以摧枯拉朽、吞噬一切之气势，在人类发展史上树起了又一块里程碑！

是的，大家都在议论“互联网+”。那么请问，“互联网+”的本质是什么？传统产业一旦“加”上互联网，为什么会发生如此巨大的变化？这些变化的本质又是什么呢？

作为执行主编，我想就此谈点体会，与各位分享。

先说说什么是“互联网+”吧。

所谓“互联网+”，简单点说就是，互联网与其他产业的深度融合。明白点说就是，但凡可以连上互联网的，都连上互联网，但凡互联网能够做的，就让互联网去做。

这个道理，不难明白。所以，互联网大潮涌来，谁也不甘落后，谁都

没有落下，不管哪个单位，哪家企业，都风风火火地在很短时间内“互联网+”了。

然而，效果如何呢？

好像不见得好。

为什么？原因比较复杂。但据我观察，一个普遍原因是，只注意做加法，没认真做减法。

举个例子：“互联网+”推进了，企业办起了网站，开始了网上销售。这就意味着，企业的信息传播和产品推广销售那一套体系，已经开始用互联网替代了。

既然如此，过去那么多的公关、传播和推广、销售人员，以及为此而支付的那么一笔不菲的费用，是不是应该逐步减少直至取消呢？

理论上应该如此，实际操作往往并非如此。结果是，为了实现“互联网+”，企业又是招兵买马，又是加大投资，花了不少血本，但是，老一套体系因为种种原因而触动不大，甚至根本就没有触动。

也就是说，增量虽然扩大了，存量并没有减少。

一算总账，“互联网+”怎么可能给企业带来良好效益！

有人或许会说，互联网是个新事物嘛，等新一套慢慢成熟了，再将老一套砍去不迟。否则，接不上气怎么办？销售滑坡怎么办？企业垮台怎么办？

减，还是不减，这确实是个问题。

为什么必须以壮士断腕的决心尽快做减法呢？笔者以为，原因有三。

其一，倘若老一套继续运行，企业必然产生路径依赖，大大延缓企业“互联网+”进程。

其二，只有老一套果断停摆，新一套才会不得不硬着头皮顶上去。运行过程中肯定会发生脱节、无序乃至混乱，但是，出现问题，不正好为解决提供契机吗？况且，这是必须付出的代价。

其三，互联网时代是极速时代，成败就在一瞬间。当下，竞争如此激烈，到处都是对手，行动稍一迟缓，很可能就会被行动迅速者和后来者淘汰。

再看看我们周围，因为做减法做得不迅速、不彻底而陷于被动的例子，举不胜举。就说笔者所在的传统媒体吧，近些年，家家都办了网站，开了微博，设了公众号，好像都“互联网+”了，但有几家对于原有采编体系动了大手术呢？几乎没有。

一份只十几个、几十个版面的报纸，哪要得了那么多人？若不是特殊国情下的特殊体制，可以肯定，大部分传统媒体是熬不到今天的！

有没有正面例子呢？当然有，传统企业海尔就是一个。早在两年前，海尔首席执行官张瑞敏就敏锐觉察到传统产业与互联网融合这个大趋势，深思熟虑后痛下决心，大刀阔斧调结构做减法，将企业中层和销售人员大幅裁减。2013年，员工总数8.6万人的海尔裁员1.6万人！2014年又裁员1万人！虽然阻力很大，反对者甚多，但张首席不为所动，照裁不误！

再举个新兴企业的例子，小米手机，一家刚入行的手机商。2014年，销售手机已达6112万台，营业额743亿元，同比增长135%！今年，预计销售将达到8000万至1亿台！这个速度，在全球堪称奇迹！

奇迹从何而来？老总雷军有句名言，“站在台风口，猪也能飞起来！”这个台风口，就是互联网。小米从一开始走的就是品牌商路子，除了品牌，别的都做减法，交由互联网和其他人去做。比如，销售，搞得是网上销售。推广，搞得是口碑营销，既不打广告，也不搞渠道，把这两笔不小的费用省下来，请得是全球顶尖研发团队，找得是全球一流制造厂家。结果必然是，生产出一流手机，却可以卖出比一流手机低得多的价格。

这就是小米“飞起来”的奥秘。

试想，传统企业倘若不做减法，如何同这样的企业竞争！

走笔至此，言归正传。“互联网+”的本质是什么呢？我认为，本质就是三个字，“做减法”。

道理明摆着的，作为一种新型传播工具，互联网极大地提高了劳动生产率和工作效率，进而大大节省了人力、物力和财力，岂不是为人类发展做了一道大大的减法？

既然互联网是用来做减法的，你却不主动去做减法甚至反其道而行去做加法，如此思路，不打败仗往哪里逃！

您认为互联网的实质就是“做减法”？有人一听，嘿嘿一笑，这不太简单了吗？这个道理，还需要你在这里专门“论述”一番吗？

是的，这个道理，确实简单。然而，生活中的一些道理，正因为非常简单而常常被人们所忽略，没当回事去认真对待。那些失败的企业、跌跟头的人，不往往正是在很简单的问题面前马失前蹄的吗？

互联网时代，最吃香的是两种人，一是吃苦耐劳的体力劳动者，二是聪明能干的脑力劳动者。前者，在底端做基础工作；后者，在顶端做开发工作。中间呢，由互联网来做。

那种既吃不了体力劳动的苦、脑子又说不上多么好使的所谓“两不沾”人物，终将成为互联网社会的冗余者，收入一定不会多，日子也一定不会好过。

说句极端点的话，搞不了设计，就得当快递。

“互联网+”的实质就是做减法。虽然，对某些人来说，这很残酷，但是，你别无选择。

· 目 录 ·

—
经
济
—
001

“互联网+”，加什么

- 003 雷 军
小米：与“互联网+”一起飞
- 010 赵廷超
“互联网+”：为什么加，加什么，怎么加
- 015 于佳宁
“互联网+”的三个重要发展方向
- 020 刘 英
“互联网+”将成为经济增长新引擎
新常态，新机遇，新亮点
- 026 胡鞍钢
新常态：中国经济发展阶段的“升级版”
- 029 王保安
新常态的四个特征和四个制约因素
- 036 巴曙松
新常态下金融改革的新趋势
中国制造：从大国走向强国
- 042 李毅中
肩扛“两个百年”，制造业挺直脊梁

- 047 柳百成
五管齐下，实现制造强国之梦
- 051 吴晓波
“马桶盖”踩到“中国制造”痛点
- 055 常少观
积极应对发达国家“再工业化”
一带一路：让中国梦连通世界梦
- 061 张燕生
“一带一路”：打造新的全球影响力
- 070 高虎城
构建全方位开放新格局
- 076 任天佑
“一带一路”：连通中国梦与世界梦的大战略
- 中产阶层的成长与彷徨**
- 085 厉以宁
蓝领亦可跻身中产阶级
- 088 石 勇
市场乳汁哺育了中产阶层
- 092 梁晓声
中产阶层：先天不足 后天失调
- 096 孙骁驥
从“中式旅游”看中产阶层
社会不公吞噬民众希望
- 104 朱 力 朱志玲
为什么产生普遍的不公平感

- 109 李 实
解决社会不公，政府责无旁贷
- 113 李 强
收入分配与社会不公
- 116 吴忠民
应当区分两种类型的贫富差距
且说“人人腐败”
- 123 柯珠军 岳 磊
人情与腐败仅一步之遥
- 128 廖保平
从“圈子文化”着手反腐败
- 132 赵云喜
贪官无法出演独角戏
- 刘 丰 张兆增
我们为什么回忆 1980 年代？
- 何处安放“乡愁”
- 155 韩福国
“乡愁”未解脱，“城愁”已凸显
- 159 张天潘 刘 婧
“乡愁”背后隐藏着农村发展难题
- 165 耿 波 张士闪
村落民俗搭桥守望“乡愁”
- 169 维 舟
“故乡”，不可触碰的心灵圣地

草根诗人摇晃中国诗坛

- 175 吴思敬
草根诗人的悄然崛起
- 179 霍俊明
余秀华是靠“标签”走红的吗?
- 183 张 莉
微信时代,余秀华和她的诗句恰逢其时
- 189 曾于里
“打工诗人”,在流水线旁绝望倒下

亚投行背后的博弈

- 197 陶景洲
亚投行将重塑国际金融秩序
- 200 邓聿文
亚投行背后的中美博弈大棋
- 203 赵 磊
要避免亚投行被过度政治化
- 208 关 哲
不想“政治化”亚投行已不可能
- 李光耀的政治遗产
- 214 马国川
李光耀:一个政治强人的背影
- 222 严 苍
新加坡模式的形成与持续
- 230 李光耀的七大政治遗产
- 235 李光耀论中国

Economy

经济

主题主编

韩晓峰 杨兆敏

“互联网+”，加什么

新常态，新机遇，新亮点

中国制造：从大国走向强国

一带一路：让中国梦连通世界梦