

大咖 记者 领读时代

热烈
庆祝
第16届
记者节

景柱 全国人大代表、海马集团董事长



今年，“互联网+”被写入政府工作报告之后便火了起来。作为国人，目前不言“互联网+”者好像已经OUT了。诚然，互联网已是时代的新宠儿，肯定要“+”的，但关键是如何“+”，“+”在前还是“+”在后。弄清这个问题，首先要明白三个辩证。

“互联网+”之辩证

人与物的辩证

人类文明的变迁升级一直在用加法。人是高级动物，“人+火”后，人类不再茹毛饮血；“人+石器”后，萌芽了农业文明；“人+青铜器”后，开始了冷兵器时代；“人+四大文明”后，出现了产业分类；“人+文化宗教”后，诞生了高级社会……随着时代发展，又出现了“人+石油”“人+蒸汽机”“人+电”等，由此产生了工业文明。回望人类文明史，就是一路“人+物”

的过程。所以，今天“人+互联网”了，我们不要被吓着。

人类在一路用“+”的过程，逐渐从初级社会过渡到高级社会，建立了国家机器，形成了权力、财富、文化三个垂直分层的管理体系。在各种文化大冲突、大碰撞、大融合之后，已经形成了共“+”意识，民主、法治、自由、平等、博爱等成为了人类高级社会共“+”的文明

要素。

“人+物”后，人的智慧发达了、生活质量提高了，社会更文明了、效率更高了、竞争更激烈了。物被人“+”后，物升级了、换代了、好用了、便宜了、便民了、分化了、琳琅满目了。由此可见，“人+物”的过程中，人和物一直在互相放大、互相补充、互相支持、互相牵制、互相前行，但人一直是主体，物一直是客体。

车与路的辩证

鲁迅说过，天下本无路，走的人多了，便有了路。可见路是人用脚踩出来的，人脚当车方有路。有路之后，才有了独轮车，而后有了双轮马车、四轮战车。瓦特发明了蒸汽机后，路被拓宽了、硬化了、铺轨了。高速机动车发明后，又出现了高速

公路、高铁专线等。

所以，车用路在先，路被扩在后。这是典型的市场配置资源的经济学属性。车出现之后，如果人不为车扩路，就是食古不化，就是抱残守缺，就会被淘汰。这也是清朝闭关锁国200年，丢掉中华3000

年老大龙椅的根本原因。路宽了之后，车变得更多了、更快了、更安全了。在车和路互相放大、补充、支持、牵制、前行的过程中，车一直是主体，路一直充当“互联网”。有什么样的车就为它修什么样的路，车才能跑得更多、更快、更远、更安全。

本与魂的辩证

木业有专攻，分工有不同，产业的问题只能由产业解决。重庆小面人人长期垂涎欲滴，靠的是特色食材、经典调料和特别工艺。这是互联网不能解决的。因此，产业是本。

没有夕阳的产业，只有夕阳的企业。中国的产业结构调整实际是一个“七新”辩证过程：即面对新市场、新用户必须推出新产品，而新产品必须建立在新技术、新材料、新工艺、新装备“四新”基础上，才具有时代的生命力。互联网就是当前一种重要的新技术。

这体现的正是市场经济学的基本原

理。英国经济学家凯恩斯认为，市场需求不是无限的，要靠换代消费才能有效拉动；而美国管理学大师赫伯特·西蒙认为，人类的市场消费是有限理性的，越新鲜、越时髦、越个性、越昂贵，越被看好，尤其是被资本界看好。

可见，新产品的时代生命力就是要及时注入时代的“七新”灵魂，对于今天而言，这个灵魂就是互联网。因此，互联网是这个时代产业新生的重要灵魂。

由以上三个辩证可知：产业需要“+”，互联网需要被“+”。产业需要互联网，而

互联网离开产业也就英雄无用武之地了。因此，产业是本，互联网是魂。君子务本，本立而道生。道在哪里？《大学》曰：“物有本末，事有终始，知所先后，则近道矣。”产业的生命力在于不断为市场而创新，就是不停给自己注入竞争性灵魂，从而形成自己的核心竞争力。

生命被上帝注入牛的灵魂会拉车，注入猪的灵魂任人宰割，注入虎的灵魂则为百兽之王。当前，每一位企业家都有上帝之责，要为自己的产业注入互联网之魂，塑造自己的虎气生生，从而纵横于世界经济的市场丛林。

