

构筑交流平台 是幻想还是理想？

□ 张志华 柳 莎 许有玲 徐伟宣 (本刊编辑部 北京 100080)

众所周知,互联网挖掘了全世界、全人类的潜力,它开辟了人类活动的新疆域。人们几乎毫不怀疑,主导互联网发展方向的是那些赫赫有名的微软(Microsoft)、网景(Netscape)、太阳(Sun)、国际商用机器(IBM)等等大企业,以为是他们维护和引领了这个没有法律、没有国界、没有领袖的“赛博空间”(Cyberspace)。很少有人知道,始终保持自由、开放、共享、杂而不乱、容而有度的互联网,从一开始依靠的就是众多不求闻达的非营利组织(Non-Profit Organization),正是它们构筑的技术交流平台:统一技术标准,协调运行管理,以及维护安全秩序,甚至释出专利权,普及知识的功用,才使得互联网的前身,早期的阿帕网(ARPANET, 1966年问世)走出了国防与学术的封闭,也正是他们确保了网络在不断发生革命性转变中始终能够高效稳定地向前发展,最终实现网络自治。近10余年来,信息产业富豪迭出,互联网拥有如此骄人的成就,都是得益于这种以非营利组织为载体的自发行动,构筑交流平台^[1]。

借鉴互联网的发展经验,我们能够做些什么来推

动现代中药产业?

我们认为,在网络知识经济时代开发传统中医药知识资本,当务之急是建立一个可供技术发布、选择、评估、采购和协作的交流平台,来满足投资、生产、经营、销售者的需要。这个交流平台是一个以技术发现、技术需要与技术服务为核心的技术服务超市。法国作家雨果说过,人生最大的推动力莫过于这样一个想法,即一个新时代就在前边不远处。今天,现代生命科学技术及其与之交叉的边缘学科已经催熟了中药经济,“回归自然”的潮流正稳步地拉动着巨大的消费市场,我们看到的是,等待投入医药的巨额资金亟需指引,急于现代化的我国中药企业和准备进入中药领域的其它众多企业正处在产业技术调整的选择时期,可以说,我国的中药产业正在发生革命性的转变,构筑技术交流平台正逢时宜,它与水电、交通一样是一项公共基础设施建设,它是创造财富的新支点。它将支撑那些在电子商务与网络技术新的竞争环境中成长的我国企业,使它们能够迅速地将中医药知识资本以最快的速度转化为新的创业能力。这就是交流平台的第一个作用:服务。

许多科学上的重大发现和技术创新往往超出了理性思维的范畴,那就是灵感。在科学技术蓬勃发展的今天,传统中医药已经进入了一个应认真向其它前沿学科学习并与之交流的时代,每一位知道如何积极适应新趋向学习新知识的人都可能创造成就,都可能成为推动技术进步的领导人物,虚心地去学习将使我们收益匪浅。我们深知,传统中医药知识资本是一座尚未完全探明和彻底开发的世界上体系最庞大完整的医学宝藏,制约它开采的是系统的基础研究和理论研究。对于在相对封闭环境中发展的传统中医药,一个明显的“代沟”摆在那里:即已有相当深度的中医药研究与其它前沿学科在基础理论和研究方法上还不能完全相融,深入的直接沟通还有相当的困难。尽管近些年来,许多前沿学科已经从各自发展的角度不同程度地深入到中医药领域,但这些研究仅仅是到埋宝藏的地方去看一看,真正的系统研究才刚刚起步。可是,新的国际竞争环境已经迫使我国中药产业急需有人对于中医药理论问题进行系统地梳理分析,清晰地将它们进行总体归纳,并分解为可与多学科共同探讨的工作内容。为此,我们需要有更多的灵感去激发创新,以一种全新的进取精神去创造财富。交流平台不仅为技术需求者提供了更多选择,更是一个在多学科、跨领域环境中学习、借鉴、协作和研究的好场所。这是交流平台的第二个作用:学习。

我们正处新的营销环境中,品牌和广告的含义已发生变化。因为新类型的消费者正在成长,他们更喜好适应现代生活节奏的产品,他们除了关心药品的临床疗效外更关心产品的内在质量,看它是否包含了各种先进的生产技术,是否出产于可诚信的企业等等;作为产品推介者医生来说,他们也将越来越从专业角度关心产品的品质。然而,我们许多商家的思维常常被旧的模式蒙蔽而身处变革的时代却浑然不知,他们仍然顽固地相信,只要有足够的时间、金钱和好的产品去铺市场,就不愁树立不起自己的品牌形象。但在知识经济时代,这一套将很快行不通了,时间、金钱已不再是建立品牌的必要条件。品牌可以非常迅速地建立起来,也可以很快地被人们唾弃。今天的品牌更多地包含了你在生产过程中使用了多少先进的装备,采用

了什么新的工艺技术,你是否拥有现代企业的管理体系来确保你产品的品质等等,忽视这些,即使你拥有一个疗效极好的产品,要想赢得人们的广泛认知,并占有一定的市场份额是不可能的。技术交流平台将成为品牌展示和典范借鉴最权威的橱窗,产品的疗效与品质都可以转化为各种产业技术问题和企业管理问题,在这里方便地比较和讨论,这也是国际成功企业早已广泛采用的品牌广告战略。这是交流平台的第三个作用:展示。

上述的前景并不是天方夜谭,它是本刊的工作目标。我们愿意与新一代更有自主性的劳动者一起,创造一种完全与知识经济时代的科技文化、企业文化相适应的新文化。借鉴国外的成功经验,我们倡导以“官产学研经、交流新世纪”为主题,虚拟一个新的、扩展范围非常广的合作团体,来加强交流。这个虚拟组织不是通过围墙或合同来束缚在一起的,也不是依靠行政隶属关系捆绑在一起的,更不是凭借支票或股票维系在一起的,而是以交流、协作、竞争和信任以及长期的“事业”契约联系在一起。我们需要为它的发展做长期的努力。

参考文献

- 1 陈林,徐伟宣,诸家佳. 非营利组织与互联网自治: 科学对社会的影响. 2001, (2): 55 - 56.

作者简介:

张志华: 本刊杂志社总编辑, 中国高技术产业发展促进会副秘书长。

柳莎: 本刊副主编, 科技部生命科学技术发展中心副研究员。

许有玲: 本刊主编, 国家自然科学基金委员会中医中药部原主任。

徐伟宣: 本刊杂志社社长, 中国科学院科技政策与管理科学研究所原所长, 管理科学博士生导师。