

# 如何走好“工业型”人民币国际化之路<sup>\*</sup>

## ——来自德国隐形冠军和美国高科技企业发展的启示

刘舫舸 胡通 何青

**摘要:** 随着人民币国际使用规模的不断提升, 如何完成从量变到质变的飞跃、提升人民币国际化的水平, 是决定人民币国际化成败的关键。回到货币国际化的最初起点去探寻货币国际使用的原动力, 不难理解一国产品的独特性以及产业在全球价值链中的地位对货币国际化的重要意义。本文从德国隐形冠军、美国高科技公司对两国货币国际化的历史经验出发, 结合日本货币国际化失败的教训, 为人民币国际化道路指明了方向。本文最后给出了政府制度建设、完善资本市场结构、促进产业升级以及弘扬工匠精神等方面的建议。

**关键词:** 人民币国际化; 高科技企业; 隐形冠军; 全球价值链

**中图分类号:** F831      **文献标识码:** A

### 一、引言

2009年, 随着中国人民银行与中国香港、马

来西亚、印度尼西亚、韩国等地区和国家签署一系列双边货币互换协议, 以及当年7月人民币跨境收付信息管理系统(RCPMIS)在上海正式运行等事件的发生, 人民币国际化进程开始加速。目前, 人民币在主要国际支付货币中排名第5, 市场份额仅为1.76%, 人民币国际化水平还需要进一步提升。

货币的国际化需要跨国资本的流动作为载体, 因此, 解除资本管制、推进金融自由化, 是促进货币跨国使用的必要条件。近年来, 中国金融市场对外开放的进程也在稳步推进。截至2019年, 中国债券市场、股票市场的境外主体持有量分别同比增加26.7%、82%, 未来还将进一步推动国内金融市场开放和基础设施的互联互通。

但是回到货币国际化现象产生的最初起点, 去探寻打破“一个国家, 一种货币”这一初始阶段的原动力, 不难发现更需要探讨并解决的问题在于究竟要靠什么支撑起人民币的国际竞争力。对于货币为什么需要国际使用, 亚当·斯密《国富论》第一

**作者简介:** 刘舫舸, 《经济理论与经济管理》杂志副编审, 中国人民大学财政金融学院; 胡通, 中国人民大学财政金融学院; 何青, 教授, 中国人民大学财政金融学院, 中国财政金融政策研究中心。

<sup>\*</sup> 基金项目: 本文获国家自然科学基金重大项目“推动建立国际宏观经济政策协调机制研究”(20ZDA053)、国家自然科学基金重点项目“中国资本市场汇率风险研究”(19AJY028)资助。

表1 不同学者对隐形冠军概念的定义

研究者	概念定义
Simon (1996)	全球市场份额前两名或者欧洲市场第一名；收入低于 10 亿美元；公众知名度较低
Simon (2009)	全球市场份额前三名或者欧洲市场第一名；收入低于 40 亿美元；公众知名度较低
Simon (2013)	全球市场份额前三名或者欧洲市场第一名；收入低于 50 亿美元；公众知名度较低
Voudouris 等 (2000)	希腊民族企业；公司人数为 20 ~ 250 人；从希腊境外获得一定收入，或者和境外公司合资或合作；过去五年财务指标优异，高于行业平均水平
德国创新调查 (2007)	公司人数少于 1 万人，出口额占营业额超过 50%；在全球市场份额较高；过去 5 年增长率高于行业平均水平
Yu & Chen (2009)	在中国甚至世界市场上市场份额第一名，中小型规模，公众知名度低；销售收入不超过 1 亿欧元
Lee (2009)	韩国国内市场份额第一名，或者世界份额排名前三名，营业收入低于 1 万亿韩元
Kim (2010)	规模小，成为全球市场的领导者
Woojin (2016)	全球市场份额第一名；相比外部融资，更依赖自有资金；对债权依赖度低；高度关注研发活动；专注于某一商业领域
Petraite & Dlugoborskyte (2017)	具有重要知识产权的知识密集型中小企业；80% 收入来自国际市场，全球市场排名前三名，或者国内市场第一名；收入规模保持中小企业水平；公众知名度较低
韩国证券交易所	具有世界级技术和竞争力；世界市场份额排名前三名
韩国中小企业管理局	中小企业，收入不低于 400 亿美元，利润不低于 50 亿美元

资料来源：李森等（2020）

章就做了描述和分析，那就是“国际分工”。从国际分工的角度看，他国对本国特有商品的需求，是引致对本国货币需求的根本原因。本国商品的独特性越高，他国的依赖程度就越高，本国的货币在国际市场上就越受欢迎。在经济全球化的背景下，不同国家生产不同商品的分工，进一步演变成了生产复杂商品组成部件的分工。在这种分工中，本国的科技实力越强，生产的组成部件越具有技术含量，本国的产业就能够在全球价值链中占据制高点，从而掌握商品生产销售过程中计价、结算货币的选择权，为提升货币的国际竞争力打下扎实的基础。

从历史经验看，德国马克和美元之所以能成功实现国际化，就是建立在两国商品的国际竞争力较强以及能够占据全球价值链制高点的基础上。这其中，德国隐形冠军公司和美国高科技公司发挥了重要作用。

## 二、从德国隐形冠军的崛起，看马克“工业型”货币国际化之路

### （一）隐形冠军概念的提出和相关定义

隐形冠军概念的提出，源于对德国出口迅速增长、德国马克在全球官方储备中的份额迅速上升的思考。赫尔曼·西蒙认识到德国出口贸易的成

功，“真正的引擎并不是西门子或者奔驰这样的巨头，而是一些名不见经传，却在某一个狭小的行业里面可以做到顶峰的 1000 多家中小企业”，这些中小企业即“隐形冠军”。

西蒙通过对这些德国中小企业的进一步细分，提出了隐形冠军的三项标准（后进行了调整）：一是市场占有率位居全球前两名或者欧洲第一；二是年销售收入不超过 10 亿美元；三是社会知名度低。同时符合这三项标准的企业被称为隐形冠军。在隐形冠军的概念提出之后，不断有学者根据本国国情提出隐形冠军的界定标准（见表 1），但其核心仍然是基于市场份额、公司业绩规模、公众知名度这三点。

### （二）德国马克国际支付清算地位的基石——隐形冠军

#### 1. 隐形冠军产品的国际竞争力和巨大成功

以隐形冠军为代表的德国中小企业，取得巨大成功的原因并不是价格优势，而是其产品的高度专业化、高质量和技术创新。独一无二的国际竞争力使得其在国际市场上缺少替代品。

例如，德国伍尔特公司，只生产螺丝螺母等连接配件产品，却能够凭借产品质量在全球 80 多个国家拥有超过 400 家分公司及逾 7.85 万员工，公司 12.5 万种产品的用途上至太空卫星、下至儿

① 1973 年马克在可统计的官方储备货币中占比不到 2%，而 1984 年，马克的份额就上升到了 12% 左右，并且在欧元诞生前保持在 13% ~ 14% 左右。

表2 1980—1996年主要工业国出口产品计价货币选择

	美元 (%)	马克 (%)	日元 (%)	英镑 (%)	法郎 (%)	意大利里拉 (%)	其他 (%)
1980年							
美国	97.0	1.0	-	1.0	1.0	-	-
德国	7.2	82.3	-	1.4	2.8	1.3	4.8
日本	65.7	1.9	29.4	1.1	0.6	0.1	1.2
英国	17.0	3.0	0.1	76.0	2.0	0.5	2.4
法国	13.2	9.4	-	3.2	62.5	-	11.7
意大利	30.0	14.0	-	-	8.0	36.0	12.0
1992—1996年							
美国	98.0	0.4	0.4	0.3	-	-	9.0
德国	9.8	76.4	0.6	2.4	2.8	-	8.0
日本	52.7	-	65.7	-	-	-	1.6
英国	22.0	5.0	0.7	62.0	3.5	1.7	5.1
法国	18.6	10.6	1.0	4.2	51.7	3.1	10.8
意大利	23.0	18.0	-	-	7.0	40.0	3.0

资料来源：Tavlas（1997）

童玩具，覆盖各行各业。

这些隐形冠军的竞争优势来自对研发投入、技术创新的不断追求。就研发投入而言，隐形冠军研发投入平均每年增长 8.8%，是大型企业的两倍；每千名员工拥有的专利数量是大型企业的 5 倍，但其花费在每项专利上的成本仅为大型企业的 20%。例如，在 2007 年，符合西蒙标准的 1127 家隐形冠军的总收入高达 36740 亿美元。

### 2. 围绕产品生产销售网络占据全球价值链高位取得的马克支付清算定价权

刘志彪（2018）的研究认为，培育更多的隐形冠军才能突破发展的瓶颈，迈向全球价值链（GVC）的中高端。以隐形冠军为代表的德国中小企业，在制造业领域具有很强的国际竞争力，产品大多走出国门进行跨国贸易。此外，这些隐形冠军利用竞争优势在全球范围整合生产资源，在全球价值链中占据了主导地位。

这些中小企业所生产的各种“德国制造”，以及围绕这些产品的原材料采购所衍生的全球价值链，构成了一个巨大的商品交易网络。在这个网络里，这些中小企业的议价能力是很高的，德国马克是占主导地位的支付清算货币。这就为马克巨大的国际需求奠定了基础。

从表 2 可以看出，1980—1996 年间，在主要工业出口国中，德国的出口商品以本国货币定价的比重仅次于美国。这背后离不开德国在全球价值链占据高位所带来的优势。全球对德国制造的依赖，

使得德国在商品的支付清算中掌握了主动权，马克顺理成章地成为了德国出口商品的主要支付清算货币。

### （三）“水到渠成”的工业型货币国际化之路

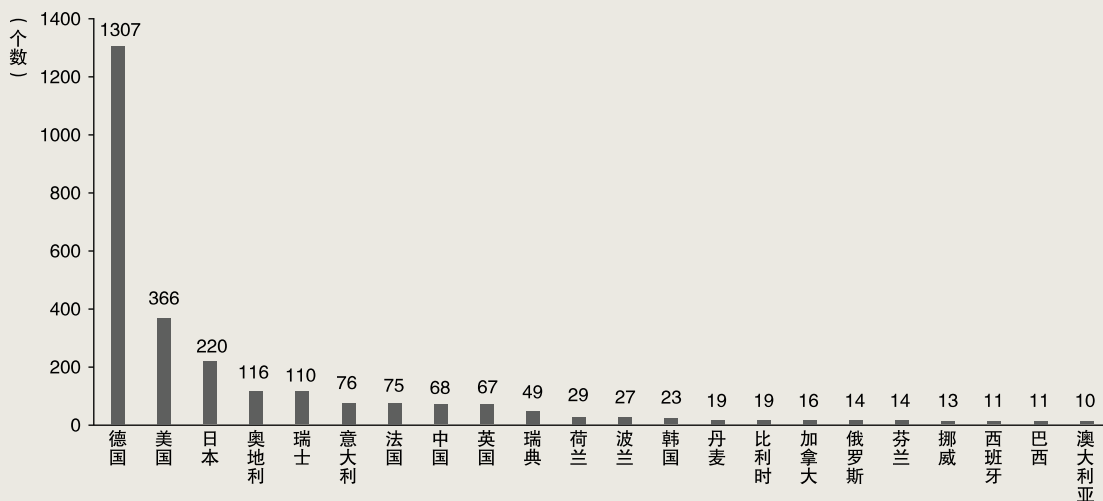
#### 1. 德国众多隐形冠军诞生的“土壤”特质——对工匠精神的追求

从图 1 可以看出，在 2015 年全球各国隐形冠军数量排名中，德国的隐形冠军数量排名第一，且遥遥领先于第二名美国。德国拥有如此众多的隐形冠军，与其工匠精神是分不开的。以下从个人、社会和国家三个层面，探讨工匠精神在德国的深刻表现。

在个人层面，德国民众对产品和服务质量有着近乎苛刻的要求，也更愿意为高质量的产品和服务支付更高价格。这使得厂家有提升产品和服务质量的动力。例如，虽然德国市场上也不乏售价在 100 欧元以内的电锯，但是“斯蒂尔 STIHL”电锯因其优越性能，仍然有相当一部分消费者愿意为其支付 1000 欧元的价格。

在社会层面，德国推广“双轨制”职业教育，“初升高”阶段有超过一半学生选择接受职业教育。官方承认的职业资格证书多达 350 种。技术工人在社会上能够享有较高的地位和职业收入。社会对工人的高度认可，使得工匠精神得以传承，工人对产品质量精益求精。

图1 2015年全球各国隐形冠军数量



资料来源：赫尔曼·西蒙（2019）

表3 欧洲七国通货膨胀率和通胀率标准差

时间	法国 (%)	德国 (%)	意大利 (%)	日本 (%)	瑞士 (%)	英国 (%)	美国 (%)
1970—1974 年	8.1 (3.4)	6.2 (0.9)	10.1 (6.0)	11.5 (7.4)	7.9 (1.6)	10.4 (3.5)	6.2 (3.1)
1975—1979 年	10.2 (1.2)	4.2 (1.2)	15.9 (3.5)	7.5 (3.3)	2.9 (2.4)	15.7 (5.8)	8.1 (2.2)
1980—1984 年	11.2 (2.4)	4.5 (1.5)	16.6 (3.8)	3.9 (2.2)	4.4 (1.6)	9.6 (5.2)	7.5 (3.9)
1985—1988 年	4.4 (2.1)	1.2 (1.1)	7.1 (2.5)	1.1 (1.0)	2.1 (1.0)	4.7 (1.2)	3.5 (1.0)

资料来源：IMF

注：通胀率基于 CPI 指数，括号内为基于季度数据计算的通胀率标准差。

在国家层面，德国坚持制造业为立国之本。在 2008 年金融危机前，脱实向虚在欧美发达国家呈普遍趋势，表现为制造业向外转移，工业占 GDP 比重下降；而德国的制造业占 GDP 比重比其他发达国家要高得多，其失业率不到英国、西班牙等国家的一半，这也使得德国经济可以在危机后迅速恢复。

2. 追求经济的稳定发展，铸就国际市场对马克的坚定信心

资本开放只是货币国际化的必要条件，国际市场对一种货币作为国际货币的认可才是货币国际化的充分条件。德国马克的国际化历程便是最好的一个例证。

赵柯（2013）的研究发现，德国马克国际化的进程并非来自政府的大力推动，政府的公开文件中也很少包含“马克国际化战略”等相关表述，

学术界也鲜有关于德国马克国际化的讨论和研究。德国央行将币值稳定视为市场经济的根本先决条件，将宏观经济稳定置于刺激经济增长之上，对于金融开放曾长期保持谨慎态度，甚至一度限制马克国际化的进程和速度。

20 世纪 60 年代末到 80 年代初，德国马克的国际化进程虽然受资本开放程度较低的限制，但德国国内物价保持长期稳定，货币汇率也保持稳定（见表 3）。马克币值对内对外的长期稳定以及德国经济的稳定发展，使各国对持有德国马克和德国资产有了稳定的预期和坚定的信心。这是德国马克最终成为欧洲中心货币的重要原因。

国际市场对德国马克的坚定信心，使得马克在欧洲货币一体化的相关制度设计中处于优势地位，成为欧元出现前的锚货币，而欧洲各国政府储备大量马克也是一种必然选择。

表4 美国R&D 经费来源比例分析

	1960	1980	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991
联邦政府 (%)	64.6	47.1	15.8	45.4	46.2	46.0	44.6	44.0	43.5
企业 (%)	33.4	49.4	50.9	51.1	50.0	50.1	51.1	51.3	51.5
其他 (%)	2.0	3.5	3.3	3.5	3.8	3.9	4.3	4.0	5.0

资料来源：Science & Engineering Indicators

### 三、从美国经验看政府和资本市场对高科技产业发展的重要作用

#### (一) 美国政府——高科技产业的制度建设者

##### 1. 政府资金支持者角色的弱化

徐向艺(1999)的研究认为,整个20世纪,美国能够在高技术产业方面一直处于世界领先地位,在化学、电气等产业方面迅速崛起,和企业界广泛的创新活动有很大关系。美国联邦政府、企业是整个国家R&D资金的两大主要渠道。但从表4可以看出,美国联邦政府在R&D投资中所占比例在二战后逐年下降,即在资金方面,政府资金支持者的角色在弱化。

##### 2. 政府制度建设者角色的重要作用

张锦高(2000)对促进高科技产业发展的制度和政策方面进行了研究,发现在立法方面,美国政府在高科技产业的产权、投资、生产、交换等方面采取了多种立法保护,为保护其技术垄断和市场垄断地位,先后制定了《技术转移法》《专利法》《计算机软件法》《商标法》。这对高科技企业的技术创新产生了激励作用,提升了技术研发的积极性。

在政策方面,美国鼓励中小企业投资公司的成立,中小企业投资公司的发起人若对中小企业的投资超过其创办资本的65%,可以从政府领到4倍于投资额的贷款,并且可以享受特定的税收优惠。这些政策鼓励了中小企业投资公司的设立,在2000年美国便有超过3000家创业投资公司,这些公司对信息产业、生物和医学等高科技产业的投资,对产业发展起了重要作用。

市场建设方面,美国在1971年成立二板市场,即纳斯达克市场,将高新技术企业的股票纳入其中,不仅拓宽了企业的融资渠道,而且为风险资本

的退出提供了有效途径,又激励了对高科技企业更多的风险投资行为。

#### (二) 资本市场对高科技产业的推动作用

##### 1. 促进企业家、风险投资决策者和资金供给方三者的有机融合

对于高科技企业而言,初创期对研发资金的巨大需求和资产严重不足导致难以获得贷款的矛盾,是在其发展过程中很可能遭遇的严重阻碍;而发达的资本市场则使美国的风险投资机构、企业家以及资金供给方能够有机结合,对美国高科技产业的发展起到了巨大的推动作用。

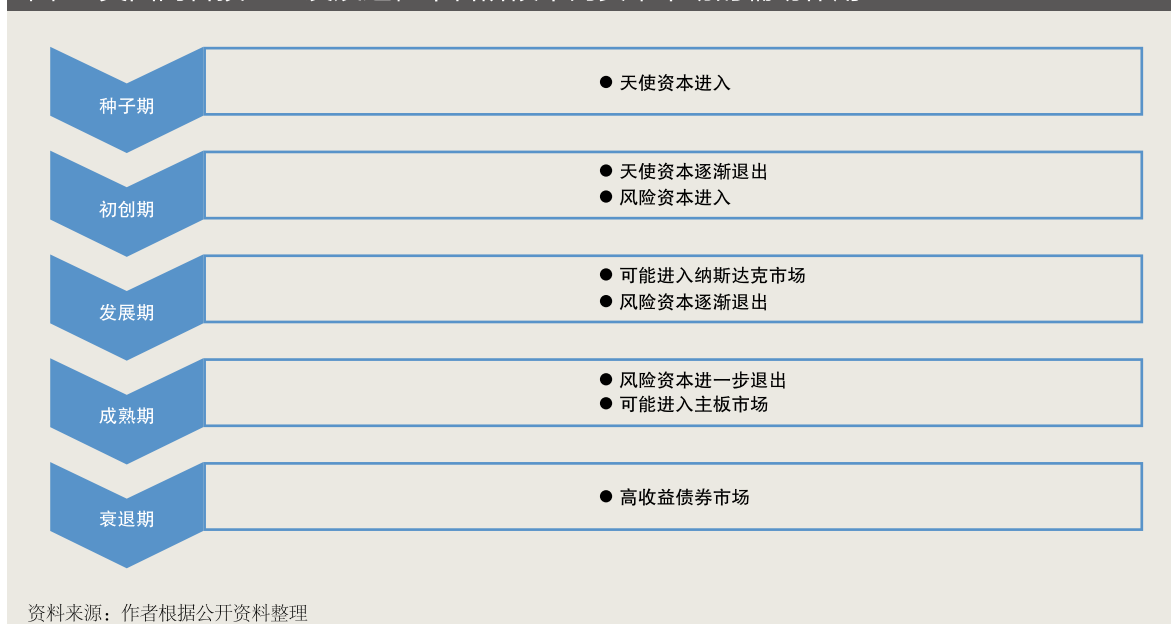
风险投资基金管理者是筛选投资项目的重要决策者,以及对企业发展提供辅助支持的重要中介,基金每年可获得2%~3%的管理费以及可以参与投资收益分配的激励机制,使得管理者对企业的监督管理高度重视。对于企业而言,企业控制权只有在企业成长后,随着风险投资资金的撤出才能转移至企业家手中,因此企业家为了早日获取控制权,对于公司的技术创新往往不遗余力。而基于基金管理者和企业家的共同努力,投资者的收益也较高,根据1991—1995年对美国539家风险投资公司的调查,年度平均收益率为24.3%、12.4%、19.1%、16.7%和53.3%,远高于同期其他投资收益。

资本市场对三者的收益安排,使得三者都能出于自身利益的考虑而积极作为,最终使得高科技企业能够得到充足的资金支持和有效管理,促进了高科技产业的发展。

##### 2. 多层次金融市场满足企业各成长阶段的资金需求和不同投资者的风险偏好

高科技产业具有高投入、高风险和高回报的特点。肖汉平(1998)的研究将企业的发展分为种子期、创业期、扩展期和成熟期。而在企业发展

图2 美国高科技企业发展过程中各阶段不同资本市场的辅助作用



的不同阶段，企业对资金的需求以及面对的风险是不一样的。例如，在企业的种子期，投资高科技企业的风险巨大，企业所需资金较少；而在企业发展期，投资企业的风险较低，但是对资金的需求巨大。建设与企业成长阶段相配套的资本市场，使得不同风险、收益偏好的资金能够顺利进入和退出，不仅满足了不同投资者的需求，也促进了高科技企业的发展。

从图2可以看出，在美国，从企业发展的种子期、初创期、发展期、成熟期到衰退期，天使资本、风险资本、纳斯达克市场、主板市场和债券市场为企业的发展提供了与其需求相配套的资金，使得各种资金的进入和退出变得顺畅。多层次的金融市场不仅满足了企业在不同发展阶段的资金需求，也使得不同风险偏好的投资者能够找到合适的投资目标，满足了资金供需双方的需求。

#### 四、从日元金融型国际化道路的失败，看占据全球价值链（GVC）高位的必要性

相比于德国政府在马克国际化进程中对金融开放的谨慎态度，日本政府在日元国际化进程中则选择了金融自由化的道路。1984年日本和美国共

同设立了“日元美元委员会”，旨在推动日本金融自由化和日元国际化，并且废除了1949年制定的《外汇及外贸管理法》中对资本管制的一系列措施。在20世纪80年代金融自由化的浪潮中，日本企业纷纷走出国门，投入到对美国金融资产和房地产的交易中；但是相比之下，日本企业对全球生产要素网络的控制力并没有实质性的提升。

在国际市场上，对商品生产链条的把握决定着资源配置和利润分配的权力。这种对商品生产链条把握能力的关键就是核心技术。

赵柯（2013）的研究就以日本的电脑代工为例，阐述了对商品生产链条的把握能力对支付清算定价权的重要性。在20世纪80年代的日美贸易中，美国企业掌握销售品牌、销售渠道和核心技术，日本的企业只负责加工生产，IBM公司售价2000美元的个人电脑，日本代工企业只能获得625美元的代工费。在对美出口产品中，以日元定价的比例不超过20%。

王厚双（2020）对德国制造业的研究发现，相比日本，德国制造业在参与全球价值链分工中，制造业总体及大多数行业能够保持高竞争力，产业的综合竞争实力不断提升。这和德国的高端制造模式、不断优化的产业结构密切相关。德国的经验表明，加工制造同样可以成为高端环节，创造高附加

值，并且为货币国际化提供稳定支撑。

日本金融自由化带来了股市和房地产的巨大泡沫。1989—1991年间，日本央行采取紧缩政策，资产泡沫迅速破灭，房地产和股票市场价格迅速大跌。虽然日本银行在1991年后重新实施扩张政策，但巨额资产贬值造成的经济衰退已经不可避免，日本进入经济萧条期。此后日本经济增长长期停滞，GDP增长率长期处于低迷状况，抑制了对日元的国际需求。

对比日元和马克的国际化路径不难发现，货币国际化的程度和国际市场对一国货币需求的原动力是密切相关的，金融市场的对外开放或者解除资本管制只是货币国际化的必要条件，并不能决定货币的最终国际地位。实体经济的国际竞争力，才是支撑货币国际需求的关键因素，没有商品的独特技术优势和对全球价值链的把控能力，即使金融自由化带来了短期的货币国际化效果，最终货币的国际化深度还是会受到限制。

## 五、总结与启示

（一）人民币国际化应当立足于走“工业型”的货币国际化之路，政府应当发挥好制度建设者的作用

从德国马克和日元国际化的历史经验可知，简单地解除资本管制和实施金融业的对外开放并不能构成对一国货币国际化可持续的支撑；货币国际化的大厦必须建立在商品国际竞争力与对全球价值链把控的基础之上。要实现人民币的国际化，必须发展出强大的工业实力，依靠具有国际竞争力的商品来获得在全球产业链上的话语权，才能在计价和清算货币的选择上占据主动地位，人民币国际化的深化发展才能顺利完成。

政府要发挥好制度建设者的功能，对于高新技术产业，不仅要提供资金支持，更要通过制度建设，激发市场参与者的积极性。在立法方面，要重视对知识产权的保护，提高企业对技术研发收入的预期，从而激励企业的自发创新意识；在政策方面，要引导信贷资金向高新技术企业倾斜，并且通过税收、贷款等政策，鼓励相关投资公司的成立。此外，

还要完善、健全现有资本市场的功能，拓宽企业的融资渠道和风险资金的退出机制。

（二）培育高科技企业、隐形冠军企业，在GVC上占据高位，是我国产业升级并成为制造业强国的关键

2021年4月14日，工信部《“十四五”智能制造发展规划（征求意见稿）》公开征求意见，提出到2025年，规模以上制造业企业基本普及数字化，重点行业骨干企业初步实现智能转型；到2035年，规模以上制造业企业全面普及数字化。工信部提出要加强关键核心技术攻关，加速系统集成技术突破，加快创新网络建设，同时开展智能制造示范工厂建设，到2025年，建设2000个以上新技术应用智能场景、1000个以上智能车间、100个以上引领行业发展的标杆智能工厂。

核心技术是国之重器，核心技术受制于人的现状亟待改变。在经济全球化的进程中，如果我们一直停留在全球价值链的中低端，缺乏对核心技术的掌控，必然会受制于人。中美经贸摩擦就是最好的例子。美方对中国高科技企业采取不公正的措施，很大程度上就是通过拥有核心技术、关键部件和特殊材料的隐形冠军和高科技企业实现的。

我国拥有全球最完整的产业链，在各产业链中如果能够培育出更多的隐形冠军和具有国际竞争力的高科技企业，必然能够变“中国制造”为“中国智造”，突破发展的瓶颈迈向GVC的中高端，从而加快人民币国际化的进程。

（三）加快发展具有直接融资功能的多层次金融资本市场体系，促进企业家、风险投资决策者和资金供给方的有机融合

通过分析美国资本市场对高科技企业的支持作用可以发现，资本市场的直接融资功能对于高科技企业的发展具有重大意义。一方面，高科技企业的技术研发需要长周期资金支持；另一方面，技术研发的风险加上缺乏抵押资产，又会限制银行贷款的可得性。这都意味着发达的资本市场，可以更好地满足高科技企业的发展需求。

我国需要加快发展具有直接融资功能的多层

次金融资本市场体系,促进企业家、风险投资决策者和资金供给方三者的有机融合。一方面,需要加大对天使投资、风险投资机构的规范,引导民间资本进入;另一方面,需要加快对股票市场的改革,不仅要建设创业板、科创板、新三板等不同板块以适应不同企业的上市融资需求,还要打通不同板块之间的阻隔,帮助资本顺利退出。只有资本的进入与退出机制得到完善,才能激发投资者的热情,促进企业家才能的发挥和投资机构对自身声誉的重视,激励行业的自律精神。

#### (四) 弘扬工匠精神,塑造“中国制造”的国际形象,推动人民币国际化

2015年,国务院部署全面推进实施制造强国战略,提出为实现制造业转型升级,我国要从低质量、低附加值的“中国制造”向高质量高附加值的“中国品牌”进行升级,实现“中国速度向中国质量转变,中国产品向中国品牌转变”。2017年,国务院提出要加快制造业转型升级,提高实体经济发展质量,打造国家核心竞争力,为实现制造强国目标奠定坚实基础。

要高质量完成相关要求,不仅要注重硬件设施的转型升级,还要在文化软实力方面下功夫。中国作为世界工厂,要赢得世界的认可就不能仅靠价格优势,要将对先进生产力的追求转化为文化软实力,才能重塑“中国制造”的品牌形象。

从历史经验看,19世纪的“德国制造”同样代表着“廉价低质”;然而经历了一百多年的时间,“德国制造”已经成功转变为“优质高端”的代名词。这其中离不开对研发的投入、对创新的追求、对隐形冠军的培育,其背后体现了工匠精神的文化涵养。

要提升文化软实力,一方面,既需要企业形成以质量谋发展、以技术谋出路意识,也需要培养消费者的质量意识,引导消费升级,形成供需相互促进的局面,不断刺激市场对高质量产品的内生需求;另一方面,则需要对社会人才培养机制进行改革创新,既要结合社会发展需求,通过职业教育途径高质量地完成对适应生产力发展的各种专业人才的培养,也要通过制度安排,保障专业人才的

就业待遇,让工人有地位、有追求,得到社会高度认可,工匠精神才能遍地开花。

#### 参考文献:

- [1] 赫尔曼·西蒙、杨一安. 隐形冠军: 未来全球化的先锋 (第2版) [J]. 中外管理, 2019 (12): 133
- [2] 刷锦文. 创业资本与美国新经济 [J]. 世界经济与政治, 2001 (4): 10-15
- [3] 李森、吴德龙、夏恩君、赵轩维. 国外隐形冠军研究综述与展望 [J]. 技术经济, 2020 (39): 10-18+42
- [4] 李新华. 从三个维度看“德国制造” [J]. 开放导报, 2017 (1): 84-87
- [5] 廖发达. 美国风险投资推动高科技产业发展的机制探析 [J]. 财金贸易, 1999 (11): 61-62
- [6] 刘连舸. 人民币国际化之路该怎么走 [J]. 国际金融, 2021 (3): 3-11
- [7] 刘志彪. 在全球价值链路径上建设制造强国 [J]. 学习与探索, 2018 (11): 94-101
- [8] 王厚双、盛新宇. 德国制造业参与全球价值链分工特征及对中国的启示 [J]. 经济体制改革, 2020 (3): 160-166
- [9] 肖汉平. 风险投资、创业基金与高科技产业发展 [J]. 经济科学, 1998 (4): 56-62
- [10] 徐向艺、孙卫敏、马强. 美国企业 R&D 与技术创新的特点及启示 [J]. 经济问题探索, 1999 (5): 60-62
- [11] 赵柯. 工业竞争力、资本账户开放与货币国际化——德国马克的国际化为什么比日元成功 [J]. 世界经济与政治, 2013(12): 140-155
- [12] 张锦高、邹谢华、刘心全. 论促进高科技产业发展的制度和政策 [J]. 科技进步与对策, 2000 (7): 47-49
- [13] 周诚君. 人民币国际化的历史进程与新机遇 [J]. 国际金融, 2021 (2): 6-10
- [14] He Q., Korhonen I., Guo J., Liu F. The Geographic Distribution of International Currencies and RMB Internationalization [J]. International Review of Economics and Finance, 2016(42): 442-458
- [15] George S. The International Use of the Dollar: An Optimum Currency Area Perspective [J]. The World Economy, 1997(20): 734-735

(责任编辑:赵廷辰)