

医/工（融合）领域，以“日中间的技术/产品/市场互补”为宗旨，协会的理念用孵化器/产业整合研究院/整合龙头公司等商业性实体去实现为目标！在日常的业务中把同一业务领域的相关的人都“串”起来的交流/活动/产业化等的平台。



欢迎加入（微信号 [HongtoMen](#) 邮箱 admin@med-ind-assoc.net）！

“访日医疗”在全国各地招集代理商。“医工协-中国”在全国各地招集代理商！

- ◆“访日医疗”的同时，组团参观日本同细分行业里的展会，参观日本同行企业/医院/诊所等
- ◆口腔/整形/美容/放射/病理等各细分行业里的“代理商”
- ◆原则上以地级市为单位招集针对本地居民有体制提供服务的代理商

有这么多匠人，为何日本这些大企业还是要崩盘了？



日本工匠精神了得，在工作上精益求精，对产品质量追求极致，可为什么亏损频发？越来越多的企业被收购？

最近几年，尽管各类媒体上多有对日本百年老店和工匠精神的颂扬和渲染，但也有一些例外事件发生：“百年老店”夏普资不抵债，最后被富士康收购；“百年老店”东芝巨亏，并财务造假，已经沦落到倒闭的悬崖边；“百年老店”尼康巨亏、松下不行了、索尼也在风雨中飘摇……

1、日本百年老店为什么这么多？

据日本有关专家考证，日本百年以上的老店有26000多家，占全世界百年老店的80%。超过200年的有近4000家，300年以上的有1900多家，超过千年的企业有20多家。在世界范围内历史最长的企业中，前三名均出自日本：金刚组（公元578年成立，木结构建筑企业）、池坊花道会（公元587年成立，传授插花艺术）、庆云馆（公元705年成立，温泉旅馆）。

另一方面，东京商工调查公司曾经发布了《日本创业超过100年企业实态调查》。调查显示，在这些百年企业中，批发零售业和制造业占比最高，分别是47.3%和27.2%，其余如旅馆、餐饮及娱乐等服务业和地产业（含地产租赁）各占7.5%、3.5%。从制造业的具体行业看，最多的是食品制造，其次为化纤工业，再次为家具、日用陶瓷制造等，总之是以与日常生活密切相关的传统行业为主。



这一连串的数字都说明，日本人在传承和坚守方面是如何了得。人们不禁会问，日本人是如何做到的？

根据笔者的分析，日本的“百年老店”多，主要有以下两个原因：

首先，日本是一个喜好世袭的国度。这种世袭传统对国民的影响是极其深远的，可谓深入骨髓。

因此，日本人在家族和家族企业传承方面，也有着强烈的世袭意识和愿望。子承父业，长子接班，在各行各业普遍存在，天皇如此，政治如此，企业如此，就连寺庙（主持可以结婚生子）也是如此。可见，这种世袭的传统是“百年老店”得以维系的重要精神力量。

其次，日本人拥有严谨和精益求精的工匠精神。好工匠首先必须学会专注于某个方向，专心干好当下工作，不受外部的诱惑和影响。然后，乐于不断雕琢自己的产品，持续改善自己的技能，享受产品和工艺在研磨中不断升华

的过程。

日本的社会氛围和国民教育也在不断强化规则意识和执行意识，人的反叛意识得以有效抑制，因此能够更容易地培养出“干一行爱一辈子”的工匠。由于工匠精神和世袭制度的相互作用，使得许多家庭小作坊、手工业者、小店得以代代相传。

当然，随着经济全球化和互联网技术的高速发展，不同国家之间的人员和文化交流日益频繁，国与国之间的产业和企业竞争模式正在改变，关于工匠精神和“百年老店”未来发展的话题也许需要重新被审视。

2、号称“百年老店”的日本大企业怎么了？

夏普、东芝、松下、尼康和索尼等都是著名的百年老店，最近纷纷传出负面消息。媒体上又有一些专家开始了各种解读，如日本“百年老店”大面积亏损，是因为日本企业终生雇佣制出问题了，人变懒惰了，加班耗时间之类的，显然这是片面的。笔者在日本留学六年有余，又在理光深圳公司工作多年，对日本人和日本企业的问题了解很多，笔者看到的日本企业，归纳起来存在这样几方面的问题。

1、战略能力低下

日本人愚直敬业，只懂得埋头拉车，不懂得抬头看路。日本人关注细节是出了名的，在战术上可以做得炉火纯青，但在战略能力上实在缺失太多，这也许和岛国局限、工匠精神等有很大关系。

大到国家、小到企业都是如此，历史上有许多实际例子可以体现这一点。比如，80年代的日本制造业和经济发展如日中天，大有将美国取而代之的势头。但日本人开始迷恋其高超的模拟技术，而对美国的数码技术嗤之以鼻，以至于在技术路线（战略）选择上犯下了致命错误。又如，丰田汽车的做工要比大众汽车好得多，有句话叫“开不坏的丰田，修不好的大众”，但是由于战略布局上的差距，丰田在中国的销量还不及大众的一半。

2、担当精神缺失

在二战后崛起的日本大企业中，创业家如今已经离世，而且绝大多数企业由经理人接班。这些经理人基本没有创业家的激情，上位后不求有功但求无过。在面对世界范围内竞争对手无畏挑战的时候，往往显得魄力不足，患得患失，手足无措。

夏普经营层不仅经营上无所作为，而且在和富士康交涉中也是优柔寡断，患得患失。东芝等大企业高管为了掩盖经营亏损，不顾诚信原则，铤而走险，对财务进行造假，更是经营者缺乏担当精神的突出表现。最近有媒体报道，鸿海派驻夏普的总裁戴正吴先生每天早上上班的时候，在夏普创始人早川德次塑像前驻足凝视数分钟，重温创业家精神，夏普管理层和员工被深深触动。

3、信心出了问题

一方面日本国内市场规模有限，很难支撑日本大企业的持续发展。另一方面，日元对美元汇率受制于美国，多数时候自己说了不算，总是起起落落，对大企业产品出口造成负面的影响，极大地削弱了日本企业在全世界贸易中的市场表现。

再加上日本政府在海外的影响力有限，也在一定程度上影响了日本企业家的信心，令他们做起事来担惊受怕，畏首畏尾。在中国办厂的日本企业代表，绝大多数就如祥林嫂一般，数十年都在念叨中国的国家风险，这是何等的缺乏自信。

4、速度出了问题

日本人工匠精神了得，在工作上精益求精，对产品质量追求极致。这本来是好事，但当今的数码产品不同于过去的模拟产品，竞争的焦点已经不限于不断优化的工艺能力，更需要日新月异的颠覆式创新，所以速度往往是致胜的关键。

工匠精神的一个致命缺陷就是没有速度。今天的日本大企业之所以困难，而且以后还会越来越困难，原因在于世界变化太快，而日本企业却变得太慢。极端地说，工匠精神束缚了大企业在市场竞争中的快速反应能力，真可谓成也萧何，败也萧何。

除此之外，还有诸如日本已是高福利社会，社会阶层固化，劳动力成本居高不下，社会失去活力，国民缺乏斗志等。所有这一切都决定了日本企业特别是大企业，在未来全球化竞争中将遇到越来越多的困难。反之，中国企业背靠国内大市场，将积蓄越来越强的爆发力和竞争力，加上超强的创业家精神和快速反应能力，超越德美日企业，肯定只是时间问题。

医工协=（技术性or业务性）细分领域的交流/活动平台，和以逐步形成整合龙头公司等商业性实体为目标的业务/产业化平台。

下设分会：访日医疗、养老和看护、医疗影像、远程医疗/医疗IT、病理检验检测、口腔骨科整形、3D打印/精密制造、无人机/机器人、光/电/控制/核心部件、工业检测/测量等。

Email: admin@med-ind-assoc.net

【微信二维码扫一扫加入我们】

