

# Innovation i Kina

rapport fra maj 2007

**VIDENCENTER VEST**

INTERNATIONAL INNOVATION

Sp.Kirkevej 103, 6700 Esbjerg

## Innovated in China?

Kina er stadig det land med størst vækst og har for længst slået sin position som "verdens fabrik" fast. En stadigt stigende del af Vestens produkter fremstilles her, og den udvikling ser ikke ud til at vende. Men vil vi i den nærmeste fremtid opleve et nyt fænomen fra "Made in China" til "Innovated in China"?

Den nyeste viden er, at der i Kina nu satses benhårdt på uddannelse og innovation. Målet for de største byer som Shanghai er at rykke op på niveau med de førende vestlige uddannelsessteder.

Videncenter Vest arbejder dagligt med international innovation, og i vores arbejde vil vi gerne have den nyeste viden og nyeste erfaringer hjem til Danmark, således at vi både i uddannelsesverdenen samt erhvervslivet kan drage nytte af disse erfaringer.

Videncenter Vest drog derfor den 17. maj 2007 mod øst og kiggede nærmere på udviklingen i storbyerne Shanghai og Suzhou.

# INNOVATION i Kina

Innovation i Kina - hvor langt fremme er kineserne? Vil landet blive en ny verdenskonkurrent på produktudvikling og design? - Områder, som vi som danskere hidtil har haft som en konkurrencefordel på det globale marked!

Verdens største økonomi har et mål om, at den skal op på internationalt niveau, hvad angår udviklingen af nye og innovative produkter, så derfor masseproduceres der i disse år designere inden for industri, design og kommunikation. Disse skal være med til at sætte den globale dagsorden for udviklingen af nye produkter og serviceydelser.

**Shanghai** og **Suzhou** er begge byer, der i høj grad afspejler denne nye tendens i Kina, hvor højteknologi, innovation og entrepreneurship mødes i et kreativt samspil.

Da Videntcenter Vest beskæftiger sig med innovation og entrepreneurship i et internationalt perspektiv og har Kina som særligt fokusområde, arrangerede vi en studietur til dette spændende område af Kina med formålet at afdække Kinas innovationsevne. Viden som erhverves ved besøg på uddannelsesinstitutioner, der er langt fremme med innovation og entrepreneurship samt spændende innovative virksomheder.

## Kina i vækst

Syv dages poweroplevelser i Shanghai og Suzhou kan tage pusten fra enhver. Der er nok at blive imponeret over i verdens største land - også på innovationssiden.

Kinas økonomiske fremgang siden 1978, da planøkonomien ophørte, og frem til i dag, har været voldsom. Hver dag, hvert minut vokser Kinas økonomi.

Kinas industri er en af verdens mest produktive, og den producerer varer til det meste af verden. Kina bliver således ofte nævnt som en væsentlig faktor i den globale økonomi, og som en trussel mod de vestlige, heriblandt det danske, industrivaremarked. Desuden viser Kina tydelige tegn på en ændring af produktionsstrategien, fra lavteknologi til højteknologi, som bliver fulgt op af et gradvist højere uddannelsesniveau.

Således er Kina, på mindre end tredive år, blevet verdens sjette største økonomi, kun overgået af USA, Japan, Tyskland, England og Frankrig.

Mao og kommunismen spøger stadig i kulissen i verdens største land, men reklamer, mærkevarer og kapitalisme præger bybilledet i Asiens New York, der har flere skyskrabere end Manhattan. Hver anden af verdens kraner står i Shanghai. Et højhus med en kran på toppen og svejsegnister sprøjtende ud fra elementerne er et meget typisk syn i byen - selv på en søndag aften.

Ingen tvivl om at byer som Shanghai og Suzhou er i en rivende udvikling, men kan et land, hvor kun få er rige og millioner fattige, fortsætte denne eksplosion?

Professor Frank Peng fra Tongji University, som er et af de mest velrenommerede universiteter i Shanghai, mener, at vi slet ikke har set toppen endnu, men fremhæver samtidig, at emner som social udvikling, miljø og uddannelse halter alvorligt bagefter.

## Uddannelse & innovation

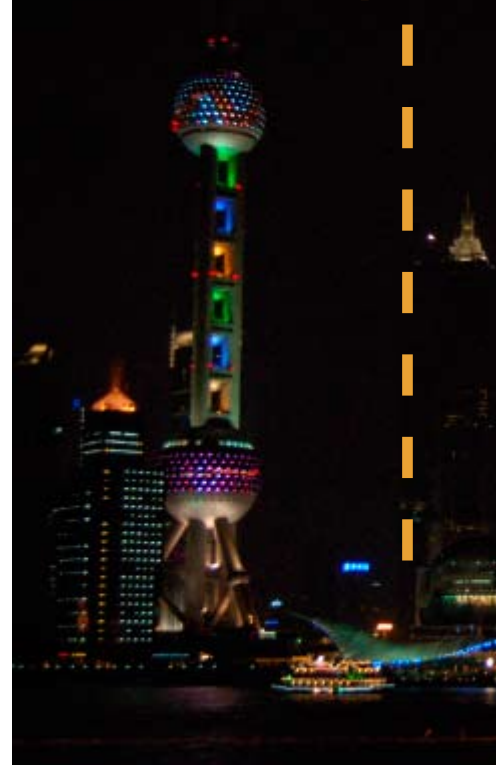
Kinas ønske er at indtage en position blandt de førende vestlige og amerikanske universiteter, og flere er begyndt at sætte innovation og entrepreneurship på skemaet.

Midt i Shanghai er tre af landets største og mest velrenommerede universiteter placeret - Fudan, Tongji og Jiatong. Alle tre er stærke på business/entrepreneurshipområdet og som også har innovation på dagsordenen. Erfaringer herfra er, at de stadig er søgende og kæmper mod Kinas uddannelsessystem, hvor disciplin og autoritet opleves som en barriere for succes. Kineserne skoles stadig til udenadlære, hård disciplin og autoritet overfor hieraki.



## Shanghai

Kinas førende metropol





Innovation i undervisningen er mere teoretisk baseret end resultatorienteret. Universiteter har typisk investeret i en medarbejder, der følger et kursus i ex. USA, og herefter kopieres denne viden til deres eget universitet. Herudover er den drivende kraft for at gøre en indsats - enten som iværksætter eller innovatør - altid penge. Lykketal, ritualer, overtro m.m. refererer oftest til velstand. Det gør det derfor svært at udvikle fremtidens innovative talenter blandt kineserne.

### Lidt om the "Human Factor"

Det kinesiske uddannelsessystem har traditionelt gjort meget lidt ud af, at fremelske det man kan kalde for "The Human Factor". Brugerdreven innovation handler i høj grad om mennesker - både det at tænke innovativt, og det at observere. Her halter kineserne meget bagefter, da de næsten udelukkende har fokus på entrepreneurship og det at tjene penge. Decideret undervisning i at tænke kreativt og udfordre traditionelle forretningsmåder ligger stadig nogle år ude i fremtiden for de kinesiske universiteter. Men de er ved at få øjnene op for de muligheder som ligger i at koble innovation med entrepreneurship. De var i hvert fald meget interesserede i at høre om vores erfaringer og etablere et samarbejde om videndeling.

## Business & innovation

Shanghai er samlingsted for mange. Byen tiltrækker internationale virksomheder og højt uddannede. Byen emmer af neonlys, skyskrabere og internationale brands og billige kopivarer. Det perfekte sted at suge det første pust af Shanghai til sig er på havnepromenaden på gaden The Bund med udsigt over Huangpu-floden og til byens varetegn Oriental Pearl TV-Tower, og på den modsatte bred, hvor det moderne finanscentrum Pudong har hjemme. Og hvor Kina tidligere havde problemer med at differentiere deres produkter, er situationen nu ved at blive en helt anden. Mange store kinesiske virksomheder har nemlig lært betydningen af design på produktniveau, men når det gælder design som en integreret del af hele innovationsprocessen, er der dog stadig lang vej endnu. Derfor er Kina heller ikke en væsentlig innovationskonkurrent på kort sigt. Det er vores helt klare opfattelse, at innovation i Kina stadig er meget tekno-logidrevet.

### Brugerdreven innovation som konkurrencefordel

I Danmark er prisdreven og teknologisk innovation som primære kilder til innovation meget svære at konkurrere på alene. Derfor ser innovationspolitikken særligt på brugerdreven innovation. Danske virksomheder har tradition for at være gode til at inddrage kundernes behov i udviklingen af nye produkter og services og meget tyder på, at Danmark kan få en ledende position inden for brugerdreven innovation. Blandt andet vores stærke designtradition og vores gode evner til arbejde tværfagligt gør, at vi også står godt rustet til at tage en mere systematisk brugerdreven innovationsproces i anvendelse.

For at opleve brugerdreven innovation i Kina måtte vi vejen forbi et internationalt konsulentfirma IDEO. IDEO er verdens førende firma inden for brugerdreven innovation og ligger placeret på en 15. plads på Business Week's seneste liste over verdens 25 mest innovative virksomheder. IDEO's metoder til brugerdreven innovation er hverken unikke eller hemmelige, men de er uden sammenligning de bedste til at kortlægge brugerbehov og transformere den viden om til nye produkter og services for deres kunder. De har kontorer over hele verden, men har først det seneste år etableret sig i Kina. I øjeblikket arbejder de mest for vestlige virksomheder, der ønsker at komme ind på det kinesiske marked, men på længere sigt forventer de at få kinesiske virksomheder som kunder også. Problemet for IDEO er, at mange kinesiske virksomheder endnu ikke kan se nogen gevinst ved at udvikle nyt, når det går så godt med at kopiere det vesten gør. Dette vil dog ændre sig i den kommende tid, og så er IDEO klar til udfordringen.



