



博鳌亚洲青年论坛（香港）简报

（总第3期）

博鳌亚洲论坛研究院

2017年11月2日

分论坛 3

文化与人文交流：全球化 VS 逆全球化，全球化 4.0 的思考

时间：2017年11月2日下午4时15分至5时15分

地点：香港会议展览中心展览厅 1A

主持人：香港菁英会荣誉主席 梁宏正

讨论嘉宾：

香港著名创作歌手 张敬轩

德稻汽车及工业设计大师 贺迈

普拉爵文创创办人 薛良凯

特拉维夫大学管理学院 Coller Institute of Venture 行政总裁
习移山

ofo 小黄车联合创始人 于信

保利拍卖执行董事 赵旭

主要观点：

- 全球化与本土化并非完全对立，追求全球化的过程要保持自身特色。
- 挖掘文化特色，将其融入文化项目，创造出文化独特性。
- 全球化 4.0 时代，青年要有创新能力、克服英语障碍、要



开放思维，抓住机遇的能力。

- 在全球化浪潮的冲击下，我们必须花更多时间了解自己的文化。
- 全球智慧产业具有优势，需改变填鸭式教学，锻炼学生独立思考能力。
- 企业实现全球化要关注产品本身，非标准电商是未来互联网发展的一大挑战。

概 要：

与会代表指出，全球化与本土文化并非完全对立。在全球化浪潮的冲击下，我们必须花更多时间了解自己的文化。代表们建议，可以将传统文化融入现在的流行艺术、互联网科技和产品中，以激发更多年轻人对中国文化的兴趣。为此，教育应该锻炼学生独立思考能力，求同存异，帮助青年在全球化中实现自身价值。

全球化与本土化对立吗？

贺迈认为，全球化与本土化并非完全对立。他表示，他在中国与欧洲大陆的学生对全球化有截然不同的态度。中国学生勇于创新，抓住机遇，态度是积极正面的。而欧洲大陆的学生则相对消极，很多人认为全球化是负面的。作为设计大师的他表示，设计可以解决很多问题，打破很多条条框框与不合。

于信表示，共享单车已经成为中国“新四大发明”之一。ofo 创业经历了失败，最困难时公司账户上只有 400 块钱。



现在在已经覆盖了 17 个国家，2 亿用户，1000 万辆自行车，每天有超过 3200 万人使用。

薛良凯表示，全球化使得市场变大、受众变多、服务加快，但有些会逐渐缺乏辨识度从而丧失竞争力。例如，现在的制造业中的代工越来越没有竞争力，反而设计行业、文创工作者或者文化转型者凸显出来。他表示，无论是否在全球化时代，这些规则都是这样。

青年人如何应对全球化？

薛良凯表示，“你必须花更多时间去认识自己、了解自己的文化，知道自己的特长在哪，这样走向全球化的时候才能保持自己特色，才有差异性，这样才有卖点。否则就是一致性的商品，标准化商品”。

习移山表示，全球化 4.0 是一个全新时代，英国脱欧、美国优先等保护主义行不通。习移山建议，第一，要有创新能力。不要停留在某个产品表面，要了解其背后的科技。第二，要尝试克服英语的障碍。第三，要有开放思维、接受新事物的同时，要集中注意力，抓住新机遇。这也是 21 世纪是最重要的能力。

张敬轩建议，可以尝试用流行音乐承载传统文化。这一代年轻人需要对传统文化有一个非常好的理解，这点至关重要。日韩许多传统的文化，都是从华人文化衍生出来的。此外，还应用国际视野、国际标准做好流行音乐，做好自身相关的 MV 演唱会作品等，长此以往，消费者自然会把目光重新投放到我们传统文化当中。



中国文化走出去——从艺术品到共享单车

赵旭表示，由于中国的改革开放，文化的提高以及经济的发展，中国才有艺术品交易拍卖。而目前，全球藏家十分关注中国文化艺术品的交易。目前保利网络拍卖上将近有100万人交易。在香港，是珠宝、油画这个方面是全球化普及性很强的。而在内地是传统的书画、古董。两者不一样。但他同时表示，互联网上艺术品交易，和标准化的电商不一样，是非标准的艺术品电商，才刚刚起步。未来还将面临很大挑战。

于信表示，ofo最大的核心竞争力是我们几个人都非常喜欢骑自行车。这是非常关键的一点。到现在为止每年仍然会组织公司全体高管，无论公司有多忙，一起去青海湖，围青海湖骑行，上坡很困难，下坡很轻松。整个过程跟创业一样。我们也会把这样的文化、爱好传递给公司后面进来的其他的高管。于信还透露，短时间内大家可能不会看到ofo和摩拜合并这样的事情发生。