

NON-ECONOMIC ENVIRONMENT
OF AMERICAN BUSINESS

美国企业

的 **非** 经济环境

■ 吴 荻 编著

华南理工大学出版社

Non-Economic Environment of American Business

美国企业的非经济环境

吴 荻 编著

华南理工大学出版社

· 广州 ·

内 容 简 介

本书首先介绍了企业非经济环境的基本概念,接着就商业的政治环境、政治策略和法律环境进行了论述,详细介绍了美国背景下企业运作的非经济环境。这些内容为我国的企业管理者提供了有益的参考,适合于企业经理、经济管理相关人员和相关的大中专学生阅读。

图书在版编目 (CIP) 数据

美国企业的非经济环境/吴荻编著. —广州:华南理工大学出版社, 2008. 7
ISBN 978-7-5623-2823-0

I. 美… II. 吴… III. 企业管理 - 研究 - 美国 IV. F279.712.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 2008 第 077202 号

总 发 行: 华南理工大学出版社 (广州五山华南理工大学 17 号楼, 邮编 510640)

营销部电话: 020 - 87113487 87110964 87111048 (传真)

E-mail: z2cb@scut.edu.cn <http://www.scutpress.com.cn>

责任编辑: 庄 严

印 刷 者: 广东省农垦总局印刷厂

开 本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 11.25 字数: 208 千

版 次: 2008 年 7 月第 1 版 2008 年 7 月第 1 次印刷

印 数: 1 ~ 1 000 册

定 价: 20.00 元

版权所有 盗版必究

前 言

在经济飞速发展的今天，经济学，这门和人们生产生活息息相关的学科毫无疑问地成为一门“显学”。各高校忙不迭开设经济管理类课程，众多学者也纷纷把自己的研究方向转到经济学方向。然而，当我浏览书报刊物或是学术类杂志时，发现当今学界在经济研究上的关注过度集中于货币、投资、管理等分支，对于政治经济学的关注仍然不充分。我的意思并不是学者们的眼光狭窄，而是经济与政治的相互作用的研究理应得到社会各界的关注。各高校给经济学管理专业本科生开设的课程中，鲜见政治经济学的身影；即使是在管理学研究中，企业的政治策略也没有得到太多的关心。

编写这本书的目的，主要是把一些关于企业外部政治环境的基础知识，用浅显的语言做一个简单的素描。

商业环境，简而言之，是一个企业运作的外部条件。其中非经济商业环境包括了法律、政治、社会道德与伦理等一系列课题。为了商业运作的畅顺，达到盈利的目的，解决非经济问题的方案是必不可少的。

本书介绍了企业运作的非经济环境，其论述主要集中在非经济环境的学术原理、商业的政治环境、企业的政治策略以及商业的法律环境，最后介绍了对美国商业界产生巨大影响的几个法律分支。

本书的一大特点在于它的视角。编者从当代美国商业的非经济环境出发，在写作过程中浏览了大量的美国学术资料，着力于介绍美国政治经济学界具有相当分量的理论以及较有代表性的案例。虽然书中大部分的概念都是经济学、政治学和法学界的基本理论，但把它们结合在一起讨论，仍然可以产生一些新的效果。例如，中国企业在政治策略的运用上仍然显得空洞，老总们的经营活动也有打法律的擦边球之嫌，含有“跑关系”、“疏通”等习见模式。相比之下，美国企业的政治关注度和策略更加具有系统性，美国利益集团的活动以及企业成熟的政治策略对于中国社会有一定的借鉴作用。

本书参考了国内外的一些学术文献，并引用了一些文字、数据等，在此向有关作者致谢。

在本书的写作过程中，编者遇到了很多学术上和翻译上的问题，深感自己学识微薄，翻译技巧欠缺。由于编者水平所限，对于书中的缺点和不足之处，敬请读者批评指正。

吴 荻

2008年3月3日于北京

目 录

第一篇 商业的非经济环境原理

第一章 商业环境的基本概念	(3)
一、商业的历史环境	(3)
二、商业的当代环境	(4)
本章小结	(11)
第二章 非经济环境的基本研究方法	(12)
一、对非经济环境研究的四个关注点	(12)
二、非经济环境的变化	(14)
三、非经济环境事件的生命周期	(16)
本章小结	(18)
第三章 政府及其商业调控	(19)
一、政府监管的法律基础	(19)
二、政府和商业的关系	(20)
三、私营机构为什么需要政府的监管	(22)
四、私营机构有时寻求政府的监管	(24)
五、商业和政府关系演变的几个历史阶段	(24)
六、关于商业调控	(26)
本章小结	(38)
第四章 国际商业环境的政治因素	(39)
一、政治环境是如何形成的	(39)
二、影响政治环境的几个因素	(40)
本章小结	(48)

第二篇 美国商业的政治环境

第五章 利益集团和游说	(51)
一、导言	(51)
二、利益集团和社会运动	(52)

三、为什么美国人愿意加入利益集团	(52)
四、利益集团分类	(54)
五、是什么让利益集团变得如此强大	(58)
六、利益集团策略	(59)
七、利益集团和竞选经费	(62)
八、对游说者的管理	(63)
本章小结	(64)
第六章 企业的政治策略	(66)
一、政治策略介绍	(66)
二、政治策略的制定	(68)
三、典型的政治策略模式	(72)
四、公共团体、利益和战略选择	(75)
本章小结	(76)
第七章 政治策略的实施	(78)
一、导言	(78)
二、游说	(78)
三、草根和选民策略	(85)
四、建立政治联盟	(86)
五、选举战略	(87)
本章小结	(90)

第三篇 美国商业的法律环境

第八章 法律的起源及效力	(93)
一、导言	(93)
二、法的基本社会功能	(94)
三、美国法的来源	(95)
四、美国法律分类	(97)
五、道德和商业	(98)
本章小结	(99)
第九章 美国企业的司法环境	(100)
一、导言	(100)
二、普通法	(100)
三、美国法律的来源	(101)

四、成文法和判例法的关系	(102)
五、美国法院体系	(102)
本章小结	(116)
第十章 消费者保护	(117)
一、食品和药物管理局及食品药品监管	(117)
二、联邦贸易委员会的保护	(119)
本章小结	(123)
第十一章 反托拉斯法及其研究	(124)
一、反托拉斯成文法	(124)
二、水平贸易限制	(128)
三、合并	(129)
四、水平定价	(132)
五、垂直贸易限制	(134)
本章小结	(136)
第十二章 财产法和知识产权法	(137)
一、不动产	(137)
二、知识产权	(142)
本章小结	(145)
第十三章 合同法	(146)
一、合同的定义	(147)
二、合同的种类	(147)
三、合同的要素	(149)
四、合同的履行、解除和违背	(159)
五、补偿	(161)
本章小结	(163)
第十四章 企业社会责任	(165)
一、导言	(165)
二、“企业社会责任”定义的变化	(165)
三、企业社会中的利益相关者	(167)
本章小结	(170)
参考文献	(171)

第一篇

商业的非经济环境原理

第一章 商业环境的基本概念

商业环境，总的来说，是一个企业运作所需要的外部气候。对于商业环境的总概念，学术界一直存在不同的观点。

按时间划分，商业环境可分为历史环境和当代环境。当代环境是现存的，对社会起着直接影响的因素。而历史环境是一种长期形成的，对商业环境起到微妙作用的因素。

一、商业的历史环境

1. 统治的意识形态

每个国家的历史都有区别，学者把多数国家的政治和历史规划成若干个“主义”。在美国，大多数人相信自己的意识形态是资本主义、民主、基督教的，这些“主义”划分了社会的统治力量。一般来说，这些意识形态在世界上相安无事地共存着，但他们往往是影响经济、政治争端的源头。同时，意识形态决定了社会价值和社会观点。

2. 工业革命

工业革命——这场在 17 世纪开始进行的生产革命，扩大了市场，使大规模生产和资本、劳动力、自然资源结合在一起构成一个完整的商业活动链条。工业革命孕育了现代商业环境的各个分支，例如新的生产技术不断出现、大规模资本积累、管理技术提高、金融市场独立等。工业革命，使商业环境真正地成为一个较为完整的概念。

3. 科技发展

从 15 世纪的意大利开始，科技发展一直是商业活动变得日益繁荣的动力。从最初的水轮机到当今的克隆技术，无一不包含重大的商机。电子技术的日新月异是众多新科技中与普通人生活最息息相关的，因此，电脑和移动通信的高速发展给生产商带来了众多有利可图的机会，也使电子行业的商业环境日益复杂。

4. 历史统治

历史上的政权变迁一定程度上决定了地域文化特征的形成。中国在历史上是东亚各国中最发达的国家之一，汉文化也通过历史统治深入到各国的文化系统内，最终在东亚形成了一个相似的文化群落。而世界上的一个个文化群落的形成成为商业活动的参加者提供了典型的模型，这是不可忽略的因素。

5. 意外事件

在商业环境的研究上，有一些是使商业环境发生重大变化但又无法预测的因素，这就是所谓的“意外事件”。历史上第一件泰勒龙（Tylenol，羟苯基乙酰胺）谋杀案发生在1982年，7名受害者因吞进含有氰化物的胶囊而身亡。仅一年后，又有人因为吃了含有氰化物的胶囊死亡。这两件事情令人们对药品的态度发生了重大变化。药品制造商们开始考虑他们的药品制作工艺中存在的漏洞，而来自社会的舆论压力和生产技术的改进，直接对药品与保健品的商业环境产生了影响。

二、商业的当代环境

当今商业环境是大多数人关心的话题。它与历史环境的区别在于，历史环境作用于商业环境的过去，而当代环境时时刻刻都直接影响着商业活动。

当代商业环境的基本分类是经济环境和非经济环境。

（一）经济环境和非经济环境

按性质分，影响商业环境的因素可分为经济环境和非经济环境。而本书主要是遵循这个分类来对商业环境进行分析的。

经济环境主要涉及供给者和需求者的活动以及市场政策，经济环境实际上包括了整个市场活动的架构，它们的作用是相辅相成的。如果一个企业要在市场活动中获得利益，它的行为必须很好地适应当今的商业环境；一个出色的经理人必须对商业环境有宏观上的把握，通过对外部商业环境的评估设计战略。

另外，小到一个银行，大到一个国家的活动，都与非经济环境有密切的关系。对比起经济环境，非经济环境总是被大多数经理人所忽略。非经济环境主要有以下要素：法律、政治环境（包括政体、政策、国际关系等）、自然环境（包括气候、土壤、地理位置）、社会（包括道德、人权等）、文化（传统观念和文化心理偏好等）和技术等。这些都是和经济环境并列但又与其相互影响的。如果说，影响经济环境的主体是市场参与者，那么，影响非经济环境的主体就是政府和自然界。政府和商业组织的区别在于，政府是政策的制定者，它的活动在宏观

上影响了商业活动的外部环境；而商业组织则是商业活动的基本组成分子。当一个政府出台一套强有力的市场政策时，非市场环境对经济活动的影响就会骤然增大，此时，非经济环境成为一个不可忽略的因素。例如，当某个地方突然爆发洪灾或流感时，当地与之相关的商品（如药品、食品）需求就会相应地变化。

我们可以把非经济环境的各个要素看成影响商业组织的不同方向、不同大小的力。从公司管理的角度分析，处理非经济环境的目的就是有效地评估与公司活动有关的各个要素，改变它自身的构造，使各个力达到平衡。

非经济环境的发展大大影响了传统上单一的管理思维。在这里，我们不妨以汽车工业作为例子。在汽车工业领域内，排放标准是一个很多人关心的话题。一款新车的排放标准与全球气候和国家环保政策的变化有很大关系，而它的安全系统（气囊、安全带）的设置又涉及法律、道德等社会问题。同时，车的价格、销量和销售战略又与经济环境有关。可以说，在商业行为的进行中，都会受到两种力量的影响，同时也被这两种力推动着。

由此可见，经济环境与非经济环境，在一个公司的活动中也可以得到明显地体现。

非经济环境与经济环境的关系又如何呢？如上文所说，经济环境和非经济环境是相互影响的，同时，他们的共同作用可以体现在具体的市场活动上。非市场环境的改变可以体现在立法、司法和国际贸易条约上。同样的，市场上不同利益集团的活动也会迫使公司改变它的策略。经济环境的改变可以促使国家调整政策，从而产生了很多非经济环境的问题。还是用汽车作为例子，某石油输出国自然环境的变化将会引起当时全球石油供应量的变化，导致油产品价格变动，而汽油价格的变动，必然影响消费者对汽车的需求。作为企业的管理者，汽车制造商们不可能影响到政治、自然等非经济环境的调整，因此他们必须动用手中的经济杠杆——通过调整价格、改变销售策略、节省成本等而获得利润。高的石油价格也可能使生产商们对汽车的设计、制造进行改进。

另外，商业环境也可能会因为社会上的各个利益群体的活动而改变。微软公司在操作系统的垄断，导致了美国司法部门把它告上法庭，在这个案子上，美国反垄断法实际上保护的是较小软件制造商群体的利益。

斯坦福大学的 David P. Baron 教授曾经提出，商业环境是由竞争形成的。在经济环境中，公司的表现通过它的产品、财务以及市场战略得到体现；在非经济环境中，法律、法规、管理决策和公共压力（Public Pressure）也是商业活动者、利益群体等竞争的结果。在经济环境中，战略是市场活动的结果；在非经济环境

中，战略是公共部门，即立法、司法机关和社会团体共同作用的结果。市场竞争越发激烈，经济环境就越发复杂；同样的，当非经济环境变动多起来的时候，一个商业组织的顾虑就多起来了。

根据很多学者的观点，非经济环境也可以制造出市场机会。带领摩托罗拉 30 年的 Robert Galvin 曾经将摩托罗拉处理非经济环境的手段描述成“制定游戏的规则”。Robert Galvin 说：“我们创立了行业，我们在制定行规方面起到了巨大的作用，我们以一个令人敬佩的方法帮助国家制定法律。我们认为，遵循一个合理的游戏规则，每个人的机会都会增多。”

（二）经济环境的分析

经济环境几乎涵盖了经济活动的方方面面——从一个国家的国民生产总值（Gross National Product）到一个地区公司的商业战略。总的来说，它从经济的角度揭示商业活动的外部气候和土壤。国家的几乎所有商业活动都和 GNP 有关，GNP 绝对上升，说明了国家整体的商业是越来越繁荣的，其商业环境是正面发展的；相反，GNP 上升放缓甚至减少，揭示这个国家的商业是疲软的，整个商业环境也是比较差的。比起相对稳定的 GNP，与之相关的各项数据变化十分频繁，消费者的乐观指数、房价、工资、失业率、原材料价格等名目繁多的数据都从侧面反映了经济环境，同时，这些数据又互相密切地影响着。2007 年，上海的房价正在经历着一场不寻常的起落，这个现象从何而来？它对其他经济数字有什么影响呢？它究竟对上海的商业环境产生什么样的影响呢？没有人能一下子指出来。西方学者们把各种经济指标称为“力”（Force），经济环境的形成是各种力作用的效果，它们的作用默默遵循着某些既定的规则。例如，上升的消费品价格会产生一种推高利率的力，这降低了人们通过贷款发展事业的意愿。上升的利率同时会带来债券价格的降低，但利率并不仅仅因为消费品价格的上升。高的利率有可能是由于业界对资本需求的升高，储蓄的下降，或某个国家的利率上升的带动。研究经济环境的学者主要通过跟踪各种数据来对国家甚至全球整体经济环境做出评估。这些复杂的变化可以细分到一个经理人甚至一个普通人所面对的问题：我怎样才能减少公司的运作成本？我的奖金为什么减少了？我买的股票为什么突然下跌了？欧元的流通如何影响到我的收入？

（三）非经济环境的分析

和单纯的经济环境一样，非经济环境也深刻地影响着商业环境。但与经济环

境比起来，非经济环境对商业环境的影响则容易理解得多，这主要是因为各项非经济环境是相互独立的。这好比国家的法律和地区的土壤虽然同时影响这个地区的商业环境，但它们是从不同的方向产生作用的，而不是“共同作用”，或者说他们通过交叉作用而产生对商业环境的影响是相对微小而可以忽略的。当我们对一个地区的非经济环境进行分析的时候，我们能分别地考虑不同指标。但非经济环境分析带给学者们的难题同样存在，由于很多的指标（例如法律、道德）很难量化，因此它们对商业环境的影响很难被客观地预测、评估和比较。为了让读者对非经济环境有一个初步认识，作者在此选择四个指标进行初步的描述。

1. 技术环境

新技术，特别是与生活、娱乐、管理有关的技术的出现往往对整个商业环境产生巨大的影响。要解释技术环境，计算机是个很好的例子。个人计算机技术的出现和发展催生了硅谷精英、网络泡沫的出现，从纳斯达克的火爆可以看到大大小小计算机公司的勃勃生机。计算机行业的蓬勃发展完全可以归结到全球，特别是美国众多实力强劲的高校和科研机构支撑起的技术环境。从 20 世纪 70 年代开始，几乎每一到两年就会有一代计算机面世。这种更新技术也使个人计算机的价格越来越低，低的价格令人们乐意购买并升级和换代，个人计算机商品市场也因此经历了空前的繁荣。据此，我们可以说，计算机繁荣的商业环境和其良好的技术环境是紧密联系的。和计算机一样，制药、电信、生物技术、高分子化学等也很有可能成为下一个经济增长点。这些技术惊人的创新成果吸引了经理人对科学研究的密切关注，他们正是因为意识到技术因素的巨大作用而投资科研领域，从而造就技术因素支持商业环境的良性循环。

2. 政治环境

在西方，政治永远是一个复杂的权力游戏，政治环境覆盖了从国家政党、立法到地区管理的广泛话题。从商业角度考虑，政府行为始终是人们最关心的话题，在没有任何外力干预的情况下，市场供需能自动达到均衡这个理论是人所皆知的。但从来没有一个政府愿意放弃他手中调控市场的权杖。最近几年，各国政府关心的热点主要集中在广告规管、少数族裔的机会平等、环保、商业操作规范、商业道德等问题。政府对经济的干预一般是通过颁布法规、命令等手段来进行的。

对于一个典型的经理人而言，政府法规永远是个无法规避的条件。排污的守则让他增加运营成本；公平的录用标准让他损失了一个本来不错的雇员；时间是另一项人们经常忽视的成本，经理和雇员可能要花很多的时间处理与政府规章有

关的事宜。

但政府同时也在支持着商业。举个例子，美国联邦政府有时会直接给一些企业提供现金资助，帮助他们进行对社会有利的科研项目。另外，政府存在的最大功用是它使市场竞争环境更加公平，防止了本国企业与国外企业的正面竞争，它甚至会为了保护本国企业而与外国企业进行谈判。

因此，在商业环境中，政府的作用永远是深远的。正如一个经理人所说：“我们所做的一切管理项目——生产制造、财务与会计、营销策略等对我们命运的影响都没有政府那么大。”而评价一个地区的政治环境好坏，往往是评价其政府的素质——看它出台的政策能否有利于市场上的各个利益体；看它的效率是否能配合市场上复杂而迅速的交易；看它的措施能否把副作用减到最小；看它是否能为投资者提供稳定的政局环境……

3. 法制环境

一个企业的执行者曾经这么说，很久以前，他们在市场竞争中最关心的是自己和竞争对手们的行为是否合法。随着市场的复杂化，出台的法律也越来越多，现在，他们有太多的法律问题要关注。困扰他们的已经不仅仅是竞争手段合法性的问题，仅仅是不断上升的律师费一项，就已经让他们焦头烂额。

今天，除了竞争合法性这一项外，经理人考虑的法律问题还有证券持有人的交易合法性、工人工作环境是否符合安全法、雇员的待遇是否平等等。几乎所有的商业事物都和法律有关系，因此，良好的法制环境是良好商业环境的重要组成部分。我们现在处于一个多元化的社会（Pluralism Society），社会同时由很多股力量或利益体组成。而每一个利益体都向政府施压，希望出台对它们有利的法律法规。同样的，真正成功的企业管理者是那些能够解读法规的人。

良好的法律环境取决于国家出台的法律，对于商业争端是否有效；国家是否具备一个较为完整的法律体系；国家司法机关工作效率是否符合经济活动；最重要的是，大多数国民或商业参与者是否具有良好的守法意识。

4. 社会环境

社会环境包含以下几个要素：变化的价值观、教育、宗教和文化习俗等。作为引论，这里首先选取价值观进行分析，借此揭示社会环境对商业环境的影响。

价值观是人们持有的对道德、平等、自由、公平等的观点。一般而言，价值观是不容易改变的，但时间长了，它还是会有变化。当价值观变化时，人们能感受到变化给商业、政治和社会带来的冲击。例如，20世纪70年代社会上对环境保护的诉求突然增多，他们需要更舒适的生活环境、更高的生活质素、更安全的

食品和工作环境。随之而来的，是猛增的诉讼。随着时间的推移，人们对于商业、政府和社会的价值观在不断地变化，社会调查明显地反映出人们依然倾向于支持较为自由的商业活动，但同时，越来越多的人觉得政府的保护是必要的。

以下是一些与商业环境有关的价值理念。

（1）个人主义

传统的个人主义观念集中于追求与政府无关的、不被政府妨碍的个人的价值。在很多人看来，每个人都有权利凭自己的努力追求目标。今天，个人主义的观点有了一些变化，人们更多地重视政府保护、个人对市场压力的抵抗、个人对社会组织的参与等。

（2）放任主义

“放任主义”（Laissez Faire）一词来源于法语，其意思是“让它自己做”，引申到经济学上，即是政府应让我们自己处理自己的经济活动。历史上，很多商人的基本观点是政府应该尽量少地干预市场和经济制度，但这个老观念现在越来越多地被现实中的政府干预打破。经典的、完全平等竞争的理论，在今天的社会已经是不可能的。但作为一种强势的社会价值观，放任主义仍值得市场环境研究者关注。

（3）产权

作为政府规章和法律的价值体现，产权也经历了重大的变迁。虽然中小企业在他们公司的运作中仍享受重要的自主权，但大型企业的管理者明白，他们的企业已不仅仅是私人财产，同时也牵涉很多公众利益和公共投资。大企业正日益受到公众的关注，不但政府的管理者了解到大型私人企业在公共事务上的影响力，企业的管理者也认识到他们的企业在公共事务上必须承担的义务。举个例子，企业的管理者已经明白，它们企业的财产可能会用于减少污染物排放这样的公共事务上。

（4）利润

以前，人们认为利润只是买卖中的盈利，这种理论现在日渐式微，取而代之的是另一种观点，即人们已经认识到真正的利益应被看是“社会利润”而不是个人利润。经理们特别是大型企业的经理们认为，对于扩大利润的内涵来说，比起自己的利润，社会利润对企业的影响更大，满足统治群体的利润是扩大自身利润的最佳途径。

（5）物质主义

物质的占有欲一直以来是市场参与者参与商业活动的驱动力。物质主义对生