

新经济企业 E模式教程 BUSINESS

李 仁◎主编

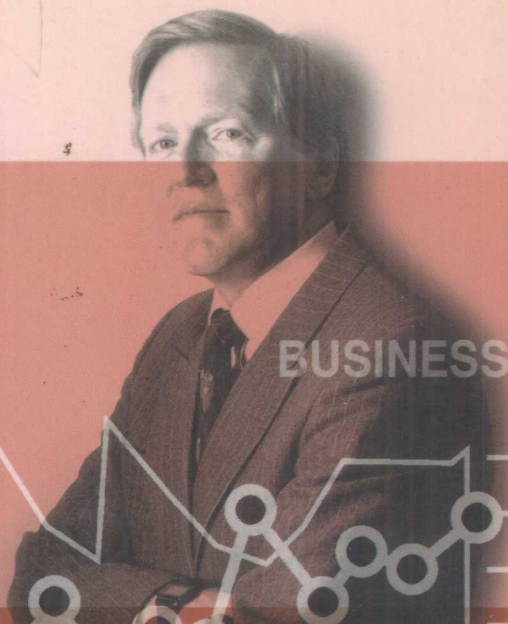
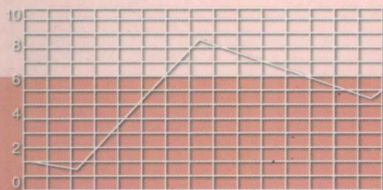
2002.9.24

打造全球领先霸业

The E-model course of the new economy Enterprise

从传统企业向新经济企业跨越

21世纪主导经济形态是新经济模式
新经济模式主体是新经济型企业
新经济企业核心战略是持续创新力
新经济增长发动机是高科技型产业
新经济时代主导力量是新经济型企业家



2000
500

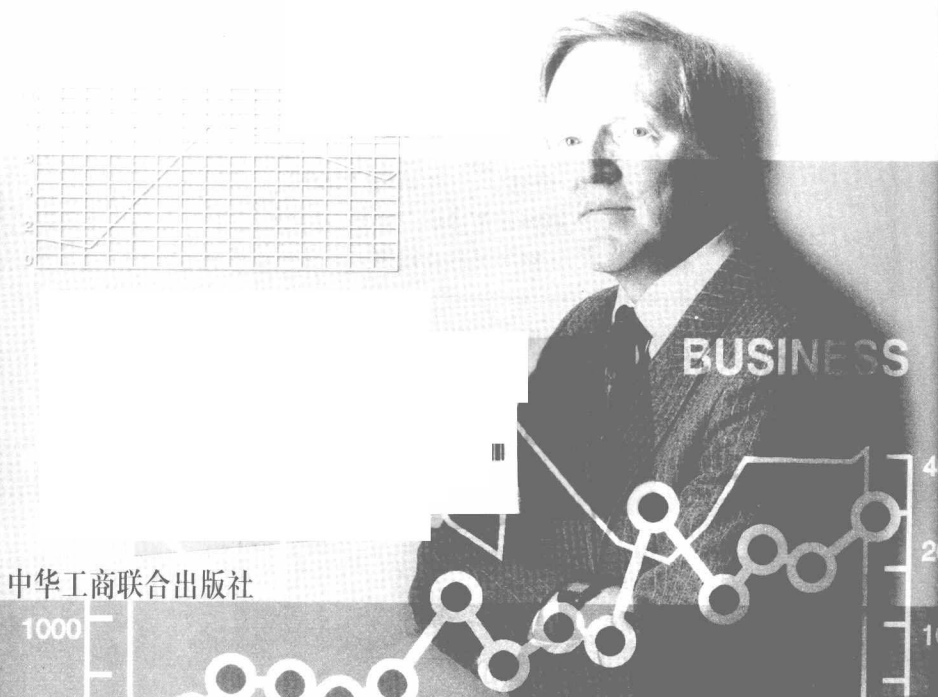
华工商联合出版社

打造全球领先霸业

The E-model course of the new economy Enterprise

从传统企业向新经济企业跨越

李 仁◎主编



中华工商联合出版社

1000

责任编辑：魏鹤冬

封面设计：杨 群

图书在版编目（CIP）数据

打造全球领先霸业：从传统企业向新经济企业跨越/

李仁主编．—北京：中华工商联合出版社，2001.1

新经济企业 E 模式教程

ISBN 7 - 80100 - 746 - 8

I．打… II．李… III．企业经济 - 经济发展 - 研究 -
中国 - 现代 IV．F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2000）第 84214 号

中华工商联合出版社 出版、发行

北京东城区东直门外新中街 11 号

邮编：100027 电话：64153909

高碑店市印刷厂印刷

新华书店总经销

850×1168 毫米 1/32 印张 14 340 千字
2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷

印数：1—9000 册

ISBN 7 - 80100 - 746 - 8/F·275

本册定价：28.00 元

全套定价：140.00 元

本书编委会

- | | | |
|---|---|----------------------------------|
| 主 | 编 | 李 仁(资深策划人、新经济学者) |
| 编 | 委 | 周宏春(国务院发展研究中心社会
发展研究部室主任、研究员) |
| | | 姜奇平(国务院信息化领导小组办公室) |
| | | 刘 旭(国家经贸委产业政策司) |
| | | 孙玉民(国家科学技术部办公厅) |
| | | 李争平(经济日报工商部副主任) |
| | | 植万禄(北京青年报《财富周刊》记者) |
| 策 | 划 | 北京远景创新图书公司 |
| 监 | 制 | 李爱华 |

序

李 仁

自 2000 年年初以来,中国人的生活中又出现了一个新名词:新经济。经过一段时间的理论争鸣探讨,眼下“新经济”一词已经超越了概念传播阶段,进入了企业实践的实质性阶段。

美国进步政策研究所的研究报告将新经济定义为:“新经济是以知识和思想为基础的经济,在这一经济中,创造就业和提高生活水平的关键是体现在服务和制造业产品中的创新思想和技术。在这一经济中,风险、不确定和持续的变革是法则,不是例外。”

中国著名企业家、青岛海尔集团 CEO 张瑞敏认为:“新经济是以数码知识、网络技术为基础,以创新为核心,由新科技所驱动,可持续发展的经济。”以海尔集团、长虹集团、海信集团和联想集团等为龙头的传统产业,加速了自身向新经济产业的转型。而以新浪、搜狐和网易等为代表的新经济网络企业,则率先迈出了赴海外纳斯达克创业板上市的重要而艰难的第一步。然而,为数众多的中国企业和企业家们还处于对新经济的探索阶段,尚未真正进入向新经济跨越转型阶段。有鉴于此,我们结合自身的理论探索,与学术界和政府有关部门的专业人士共同合作编写了这套“新经济企业 E 模式教程”。以期对国内广大的企业家们有所裨益。

本书共分五册。首先,有必要介绍一下什么是 E 模式。我认为,这是企业(Enterprise)和企业家(Entrepreneur)与新经济形态(E-Business)有机结合的新经济企业模式。它必将成为 21 世纪的主导经营模式。

《走进 E 模式课堂——造就新经济企业领袖》一书从十个方面探讨了新经济型企业家的成长环境和机制,及其历史使命和角色作用,等等。究竟什么是新经济企业家呢?我认为应当是:经营

一个新型企业或创立一项新事业并勇于承担其风险者。

《创新时速与竞争之道——新经济企业的核心方略》一书从技术创新的趋势、中国产业创新、世界产业创新和中国如何推进技术创新四大方面探讨了技术创新的理论,及其在新经济发展和企业经营中所起的关键作用。新经济的核心是创新。创新力与竞争力是新经济企业发展战略的核心。美国当代著名经济学家、创新理论的创立者熊彼特有一句至理名言:“创新是经济增长的发动机。”技术创新,是指企业应用创新的知识 and 新技术、新工艺,采用新的生产方式和经营管理模式,提高产品质量,开发生产新的产品,提供新的服务,占据市场并实现市场价值。

《项目选择与高起点扩张——新经济企业的赢利法则》一书从高技术产业综述、信息产业趋势、生物产业趋势和中国如何推动高技术产业发展四大方面探讨了高新技术产业化的理论,及其在新经济企业产品项目开发选择上的重要性。新经济的一个重要特征便是与高科技携手,发挥知识密集和集约化生产的高新技术产业的优势,从而实现企业自身的高起点拓展、低成本扩张的飞跃。

《顶尖 CEO 的超常修炼——新经济“第一英雄”神话》一书从美国产业、欧洲产业和亚洲产业的发展三大方面,探讨了世界知名的新经济企业和企业家,以及传统长寿企业和企业家们如何打造新经济企业王国的超人智慧和经营理念。

《打造全球领先霸业——从传统企业向新经济企业跨越》一书从家电产业、信息产业、品牌延伸、传统产业和香港产业发展五大方面,探讨了中国新型企业和新生代企业家们的新思维和创业之举。新经济时代已经来临,而中国经济尚处于完成工业化的过程中。伴随着经济全球化和 WTO 脚步的临近,双重机遇和挑战已出现在中国的广大企业家和企业面前。我们在现实面前何去何从,该如何抉择呢?答案是:逆水行舟,不进则退。

目 录

序.....	(1)
--------	-----

家电产业篇

张瑞敏与海尔：走向世界的“中国造”

○海尔正在走向世界.....	(2)
○真诚到永远	(4)
○海尔，中国造	(8)
○海尔定律	(12)
○永恒变化的是市场.....	(14)
○吃“休克鱼”	(17)
○柔软胜刚强	(19)
○创新到永远	(21)
○敢问路在何方	(26)
○如何成为全球化企业	(27)
○进军电子商务是必由之路	(28)
○海尔的市场链管理	(30)
○张瑞敏与惠普总裁对话	(32)

○张瑞敏纵论财富论坛	(36)
○要做由小到大的强者	(38)
○张瑞敏对话宝洁总裁	(40)
○张瑞敏剖析新经济	(43)
○创新贵在速度	(44)
○把蛋糕做到全世界	(50)
○海尔的多元化经营	(51)
○海尔案例进入哈佛与洛桑	(54)

倪润峰和长虹：重新打造竞争力

○倪润峰简历	(57)
○长虹永争第一	(58)
○三大理念和马赛克图案	(62)
○越发展危机感越强	(63)
○何以树百年长虹	(65)
○“行业领袖”还是“称王称霸”	(71)
○长虹离开倪润峰会怎样	(74)
○长虹进入后倪润峰时代	(78)
○长虹还能红多久	(80)
○长虹“航母”向何处去	(84)
○倪润峰剖析长虹和自我	(89)
○自己种下的恶果,自己去吃	(93)
○如何重新打造竞争力	(99)

周厚健和海信：创新就是生活

○周厚健简历	(105)
○海信集团简史	(105)

○海信启用新形象	(106)
○如何做百年海信	(110)
○实施股权多元化	(112)
○乌龟为什么长寿	(115)
○低谷时期企业怎么办	(117)
○退隐换“百年大计”	(118)
○做“保守”的创新者	(121)

陶建幸和春兰：科技无限 创造无限

○避其锋锐 超越自我	(123)
○箍桶论	(125)
○科技无限 创造无限	(128)
○冲破极限,赶超一流	(130)
○没有竞争的竞争是最好的竞争	(132)
○实现利润最大化	(134)
○隔行不隔山	(136)
○春兰有能力按美国标准发工资	(136)
○春兰总部移师上海	(138)
○春兰空调海外设厂	(138)
○春兰集团触网	(139)

科龙：全方位战略转型，福兮祸兮？

○不求全能冠军 但求单项第一	(140)
○初创阶段的战略定位	(142)
○发展阶段的战略目标	(142)
○腾飞时期的战略定位	(143)
○战略实施的发展前景	(144)

○组织转型和产业转型	(147)
○远来的和尚会念经	(151)
○科龙高层换帅接棒	(156)

格兰仕：领导中国人“厨房革命”

○格兰仕的崛起	(160)
○忧患可以治企	(161)
○竞争的真谛：适者生存	(164)
○努力让顾客感动	(166)
○人气，企业最大的财富	(172)
○微波炉大战谁是赢家	(175)

家电产业进入“春秋战国”

○彩电价格大战的背后	(182)
○合纵连横：新的竞争法则？	(189)
○空调大战硝烟四起	(193)
○家电企业进军互联网	(198)
○家电巨子加紧海外拓展	(198)
○传统企业家改称 CEO	(200)

信息产业篇

柳传志和联想：E时代的新联想

○联想变奏曲	(202)
○营销理念核心：建立大渠道	(204)
○物竞天择 适者生存	(205)

○联想转型意味什么	(211)
○进军互联网:真情互动	(215)
○FM365 领导新媒体变革	(222)
○联想完成国内最大网络并购	(225)
○柳传志纵论知识经济	(232)
○柳传志放言加入世界 500 强	(238)

王志东和新浪:相信自己 创造自己

○王志东简历	(240)
○新浪模式:强者更强	(243)
○IBM 与新浪联手	(245)
○新浪上市内幕	(246)
○新浪上市的得与失	(250)

张朝阳和搜狐:让生活从此精彩

○做一个“新新人类”	(254)
○搜狐的三级跳	(258)
○搜狐在纳斯达克上市	(260)
○知识资本和注意力经济	(261)
○21 世纪的机会就是商业	(265)

田溯宁和亚信:做好中国概念

○不做门户网站	(269)
○亚信为什么上市	(272)

祝维沙和裕兴:做一个良性竞争者

○裕兴香港创业板上市	(274)
------------------	-------

- 生长期长 成熟期也长 (275)
- 上市创业板的秘诀 (279)
- 企业要善于出奇制胜 (282)

王峻涛和 8848: 做电子商务先锋

- 痴心不改冲刺纳斯达克 (285)
- 8848 进军中国足坛 (290)
- 王峻涛纵论电子商务 (290)

王新和瑞星: 杀毒软件之王

- 瞄准防病毒卡 (295)
- 避其锋芒 攻其侧翼 (297)
- 欲与资本市场结合 (298)

王文京和徐少春: 用友、金蝶“双龙会”

- 北用友和南金蝶斗法 (301)
- 总裁性格会决定企业命运吗 (307)
- 王文京: 立足长远 持续与均衡 (309)
- 用友与微软结盟 (312)
- 企业触网, 应用为先 (312)
- 大市场与大联盟 (312)
- 徐少春: 以激情赢得速度 (313)

品牌制胜篇

宗庆后和娃哈哈：想人不敢想，为人不敢为

- 愿千家万户笑哈哈 (322)
- 广告贵在创新 (323)
- 造品牌奇势 (325)
- 非常可乐非常之道 (331)
- 娃哈哈与农夫山泉斗法 (332)
- 与乐百氏“同室操戈” (336)

钟睺眈和养生堂：农夫山泉有点甜

- 纯水联盟反击农夫山泉 (338)
- “农夫”沉着应战 (341)
- 好水喝出健康来 (343)

周枫和“婷美”：巧打女性牌

- 初出茅庐 (348)
- 健康减肥 (350)
- “婷美”挺美 (351)

杜国楹和一品科技：肩膀上的背背佳

- 杜国楹简历 (355)
- 虚拟生产分散风险 (356)
- 广告投放算得精 (356)
- 品牌延伸产品升华 (358)

张征宇和恒基伟业：科技让你更轻松

- 商务通以何赢市场 (360)
- 恒基伟业创造商业神话 (362)
- 技术思维与技术定位 (364)
- 商务通的营销奇迹 (366)
- 发挥团队力量的管理模式 (368)

传统产业篇

刘永好和新希望：传统产业新思维

- “新希望”新在管理 (371)
- 入世后，如何永远都好 (375)
- 企业短期行为要不得 (377)
- 不同时代有不同的企业家精神 (378)

彭作义和青啤：高起点发展 低成本扩张

- 世界知名百年老店 (381)
- 实施“大名牌”战略 (382)
- 青啤吞吃洋品牌 (387)
- 成为全球“第二名牌” (389)
- 啤酒业从“春秋”走向“战国” (392)

赵新先和“三九”：走中药现代化之路

- 做一家知识型企业 (396)
- 推出数码健康新概念 (398)

香港产业篇

李嘉诚三父子：从传统企业向新经济企业超越

- 李氏企业的战略转移 (402)
- 长实的接班人李泽钜 (404)
- 橙、盈动和汤姆的成功 (408)
- 走向多元开放的家族企业 (412)
- “小超人”李泽楷 (413)
- 让香港进入新经济时代 (415)
- TOM 与 163 联姻 (418)
- “老超人”善玩资本 (422)
- 亚洲最大并购案 (425)

参考文献 (431)

后记 (433)

家电产业篇

家电产业是中国传统企业的龙头，但是，家电产业已经硝烟四起，进入了“春秋战国”时代。以海尔、长虹、海信和春兰等为首的企业开始了向新经济的跨越转型。

张瑞敏和海尔： 走向世界的“中国造”

海尔正在走向世界

海尔集团高举振兴民族工业大旗，立志创出中国的世界名牌。15年来，企业以平均每年82.8%的速度高速稳定增长，从一个濒临倒闭的集体小厂发展成为中国家电第一名牌，在国际市场上也享有较高声誉。

据美国《家电》杂志统计，1995—1996年度，海尔家电增长速度居全球家电企业第一。

1998年11月30日英国《金融时报》报道，亚太地区最具信用的公司排名前10位中，海尔位列第7，排在了日本、韩国等名牌企业前面，是中国唯一进入前10名的企业。

著名的《财富》杂志在1999年2月号大篇幅报道海尔，题为“中国海尔的威力”。该刊评价，海尔是中国市场这个池塘的一条大鱼，终将跃入大海成蛟龙。

美国《商业周刊》于1999年7月，评选推出了亚洲50位风云人物，海尔集团总裁张瑞敏成为亚洲家电企业唯一入选的企业家，该刊评价，“拥有更多的像张瑞敏一样惜时如金的企业家，中国在世界经济中将扮演更加重要的角色”。

1999年4月，海尔美国生产基地在美国南卡罗来纳州奠基，加上分别设在波士顿和纽约的设计中心、营销中心，一个三位一体的本土化的美国海尔已初具规模。在美国海尔的身后，欧洲海尔、