

写给
企业家的
经济学

梁小民◎著

写给
企业家的
经济学

梁小民◎著

图书在版编目 (CIP) 数据

写给企业家的经济学 / 梁小民著. —2 版. —北京:
中信出版社, 2016.4 (2017.5 重印)
ISBN 978-7-5086-5800-1

I. ①写… II. ①梁… III. ①经济学-通俗读物
IV. ①F0-49

中国版本图书馆CIP数据核字 (2016) 第 013167 号

写给企业家的经济学

著 者: 梁小民

策划推广: 中信出版社 (China CITIC Press)

出版发行: 中信出版集团股份有限公司

(北京市朝阳区惠新东街甲 4 号富盛大厦 2 座 邮编 100029)

(CITIC Publishing Group)

承 印 者: 北京通州皇家印刷厂

开 本: 880mm×1230mm 1/32

印 张: 10.75 字 数: 230 千字

版 次: 2016 年 4 月第 2 版

印 次: 2017 年 5 月第 5 次印刷

广告经营许可证: 京朝工商广字第 8087 号

书 号: ISBN 978-7-5086-5800-1 / F · 3581

定 价: 56.00 元

版权所有·侵权必究

凡购本社图书, 如有缺页、倒页、脱页, 由发行公司负责退换。

服务热线: 010-84849555 服务传真: 010-84849000

投稿邮箱: author@citicpub.com

于2006年1月由中信出版社出版了《写给企业家的经济学》第1版，距今10年时间过去了，到2015年3月已印刷10次。其间，在中国台湾地区由中国台湾广厦出版集团财经传讯出版社出版了繁体中文版。在繁体版中，东隆五金工业股份有限公司副董事长陈伯昌先生、华义国际数位娱乐公司董事长黄博弘先生、中国台湾科技大学资讯管理系教授兼学务长卢希鹏先生、统振公司总经理何明哲先生为其写了序言。《写给企业家的经济学》一书在2006年被评为两岸十大好书之一。在中国大陆，我以这本书为基本教材在20多所高校为高级管理人员工商管理硕士（EMBA）讲授“管理经济学”课程。这门课程和《写给企业家的经济学》这本书都受到学员好评。

10年，在人类历史上连弹指一挥间都算不上，不过在日新月异的中国却发生了巨大的变化。我在讲课中对授课内容也不断地进行了一些调整，以赶上时代进步的步伐。中信出版社邀请我对原书做一些修改，以适应“大众创业，万众创新”的时代要求。这给了我一个新的机遇。

创业也好，创新也好，都是要做一个企业。创业总是从做一个小企业开始，而创业成功的关键在于创新。把一个企业做好，由小做大，由弱做强，是创业与创新的最终目标。因此，本书围绕的中心仍然是如何把企业做大做强。这也是

“管理经济学”这门课的中心。这门课的基本概念、基本理论和基本方法是稳定的，框架和基本没变，内容进行了一些修改。因此，本书只是《写给企业家的经济学》第1版的修订本，而不是独立另作的新书。

不过，在这10年的教学中我为了适应学员的需求，数次调整讲授的框架与内容。本书的内容就是对应着课程的改变进行调整的。这次修订主要有这样一些调整。第一，将市场如何运行的内容作为一个独立的部分。经济体制是企业运行的背景，不同经济体制下的企业运行完全是不同的。在第1版中，仅仅讲了需求，而且着眼点是从企业的角度来看需求。这次修订不仅讲了需求（保留了上一版中的内容），而且讲了供给，以及市场经济的运行等重要问题。第二，增加了上一本书中涉及不多的问题，例如创新的含义是什么，等等。第三，对原有的内容做了重新表述，增加了一些新内容，以利于阅读。第四，增加或改换了新的案例。不过，有些案例属于经典案例，尽管时间较早，但由于其经典性和应用的广泛性，我仍然采用了。

“管理经济学”这门课程教你如何做企业，但你不能教条式地学和用，而是获得一些启发和思路。正如你不能按教你如何致富的书去发财一样。

一本书的内容是在批评中得到进一步的完善，欢迎听到读者朋友的批评和建议。

梁小民

2015年6月21日

自序

写一本给企业家和管理人员读的经济学一直是我的夙愿。

1991年，我离开北京大学以后经常给企业家、企业管理人员、政府人员等实干家讲课，给他们讲课与给本科生和研究生讲课的差别相当大。给学生讲课，内容越高深越受欢迎，似乎是在象牙塔之中交流。给实干家们讲课，系统的、抽象的内容不受欢迎，必须面对现实，让没学过经济学的人学而有趣，学而有所获。与他们的交流使我逐渐了解中国的现实以及企业的状况。茶余饭后他们倾心的诉说，深深地打动了我。

在教学过程中，我讲的更多的是市场竞争、企业股份制改造、期货市场、企业战略、市场营销这类更具实用性的专题。可能毕竟是学理论出身，我总不满足于讲授如何做（这方面我还不如他们），或谈一点儿空泛的议论，而想以理论带动专题内容。我也感到，理论只要不是太抽象、深奥，他们还是爱听的，而且听过之后有一种恍然大悟的感觉。有些事，他们做过，但不知道原因，现在知道了原因，有了更深一层的感悟。其实理论和实践之间并没有深不可越的鸿沟，只是一层窗户纸，捅破了，两者就结合在一起了。

当然，我深深感到，他们没有学过经济学，许多名词、概念难以理解，成为在专题讲座中加入理论的“拦路虎”。于是，我就想写一本以他们

为读者对象的经济学书籍。1998年，我写了《企业家的经济学》一书，由中国物资出版社出版，这本书的选题以企业家需要的内容为专题。但我并不满意，一是理论性还是太强了一点儿，二是缺少通俗性和趣味性，难以引人入胜。以后，我又围绕着企业管理中的问题陆续写了一些随笔文章，并没想结集成书。

从2002年起，我国28所高校招收EMBA学员，我在8所学校授课，在其中两所学校讲授“社会主义市场经济理论”，在另外6所学校讲授“管理经济学”。这些学员都是事业有成的企业家，需要从理论上提高。“管理经济学”的课程中数学、图形和案例都相当多。但是，依照以往的教学经验，一来时间不够（只有4天，还有案例讨论），二是内容太抽象，他们难以接受。因此，我一直在探索，如此内容丰富的管理经济学该讲什么，不该讲什么，理论方面重点突出什么，如何从他们真正关心又有兴趣的问题出发，使理论与实践融合在一起。在与企业家的交流中，我边讲边探索，不断地修改内容。在这个过程中，我一直想写一本与现行的“管理经济学”不同，但又包含其核心内容的书。从2003年开始，我在《中国经济时报》上连载“写给企业家的经济学”专栏文章，共写了55篇。这些文章受到读者好评，经常有人问何时结集成书。

在2005年下半年，我开始着手写这本书，我以教科书的形式进行写作。当时，中信出版社的领导看了书稿后指出，这种教科书形式难以畅销，也难以让读者接受。我又看完书稿之后，觉得此言极对，于是重新写作。这次写作，我定了三个原则。一是要把管理经济学的核心内容，包括最基本的概念与理论，通俗地介绍出来，不同于就某一个问题的抒发感想的文章。二是体例上不是分章节的教科书形式，而是分为若干篇文章，每篇文章都有中心内容，可独立成篇，但所有的文章都有内在

联系，能成一个体系，可分可合，读者可以随手翻一篇阅读，不会感到没头没尾，也可以一篇接一篇有系统地读。三是尽量以案例说明理论，力争有趣而通俗。现在呈现给读者的书，就是按这个思路写成的。

这本书可以给EMBA、工商管理学硕士（MBA）以及各种总裁班、管理人员培训班、企业内训作为教学参考书，可以供广大企业管理人员、公务员，以及对企业管理、经济学有兴趣的读者阅读，也可以作为大学生、研究生学习“经济学”和“管理经济学”的课外读物。

任何一本书都不可能尽善尽美，呈现给读者的只是一个阶段性产物。我还想在选题、内容、文字等方面不断探索，精益求精，几年后再出新版。欢迎读者朋友提出建议和批评意见。

吃梨子才知道梨子的味道，希望听到你们吃了这个梨子后的感觉。

梁小民

2005年11月8日

怀柔陋室

— — — — —
目 录
— — — — —

再版自序	IX
自序	XI
导 言	001
如何做一个成功的企业家——读经济学书的重要性	003
纸上谈兵也有用——企业家能从经济学中学到什么	007
崇高的目标要靠钱来实现——企业的目标	011
这本书讲什么	015
价格理论：市场经济如何运行	019
企业家要关心的是什么需求——需求的含义	021
谈谈需求弹性这个概念——需求与价格之一	025
降价并不是唯一的法宝——需求与价格之二	029
《陆犯焉识》如何畅销——相关产品价格与需求	033
北京的大商场失败在哪里——需求与收入	037

吉芬之谜与爱马仕的高价——需求定理的例外	041
女孩为什么爱换手机——消费时尚与需求	045
买涨不买落与持币待购——预期与需求	049
莫把需求简单化——影响需求的其他因素	053
预测不是算命——需求预测	057
需求是无限的——开发潜在需求	061
企业的生产如何决定——供给的含义	065
供给也有弹性——供给与价格	069
看不见的手——价格如何调节经济	073
看不见的手完美吗？——市场经济本身的缺陷	077
看得见的手——政府在市场经济中的作用	081
产权、制度与效率：管理效率	085
圈地运动是市场经济的起点——产权明晰与管理效率	087
家族企业如何基业长青——产权的形式与效率	091
股份制的生命力何在——股份制的基本特征	095
不是一股就灵——企业的人治与法治	099
独立董事不是花瓶——董事会的组成与作用	105
斯隆如何使通用振兴——公司组织架构	109
文化也是生产力——企业文化	113
有激励才有效率——激励机制的重要性	117
郭士纳的“核动力”——股票期权制	121

让员工也当股东——员工持股制	127
晋商票号的身股制——分享制	131
亨利·福特不是慈善家——效率工资	135
公正出效率——激励机制中的公正	139
激励机制不能东施效颦——激励机制要从实际出发	143
生产与成本：资源配置效率	147
机器人能大量代替人吗？——技术效率与经济效率	149
生产函数与技术效率——技术效率研究什么问题	153
“边际”并不神秘——边际分析法	157
密植为什么失败——边际产量递减规律与一种要素的投入	161
企业做大好，还是做小好——企业规模与效益	167
小的也是美好的——如何做好小企业	171
中国需要大企业——企业如何做大	175
咬定青山不放松——一元化还是多元化	179
扎堆办企业——建立产业集群优势	183
不花钱也有成本——机会成本	187
亏本就要停止营业吗？——短期成本分析	193
王永庆台塑成功的背后——长期成本分析	197
利润最大化的含义——边际收益与边际成本相等	201
企业家的本质是创新——经济利润的来源	205
现在的一元钱与未来的一元钱不一样——贴现与利润最大化	209

市场结构与企业竞争策略：如何制定正确的竞争策略	213
根据什么确定企业竞争策略？——市场结构理论之一	215
有哪些不同的市场结构？——市场结构理论之二	219
无可奈何的完全竞争——完全竞争市场	223
是是非非话垄断——垄断市场	227
在竞争与垄断之间——垄断竞争与寡头市场	231
定价是一门艺术——定价策略导言	235
定高价还是定低价，这是一个问题——单一定价的技巧	239
歧视价格奥妙无穷——歧视定价	243
未雨绸缪的定价方式——预防式定价	247
树欲静而风不止——掠夺式定价与价格战	251
价格战以后如何定价——价格领先制和成本加成法	255
对微软的诉讼为何不了了之——捆绑定价与转售价格限制	259
差异化战略——产品差别的含义	263
花样翻新无止境——产品差别的无限性	267
品牌为王——产品差别的核心是品牌	271
走出两难困境——什么是博弈论	275
欧佩克为什么失败——价格勾结的博弈分析	281
万燕公司失败的背后——智猪博弈与企业技术创新决策	285
恋爱博弈——合作的双赢	289
山羊博弈——化解冲突	293
巧用博弈论——博弈论是企业决策的工具之一	297

企业与政府：企业如何得到政府支持	301
西门庆、卢俊义都不是好榜样——企业与政府的关系	303
软硬兼施——政府职能的实现	307
在企业 and 政府之间——行会的作用	311
遵守规则和利用规则——企业如何应对硬约束	315
随大溜，不要反潮流——经济政策与企业决策	319
在惊涛骇浪中前进——全球一体化中的企业风险及防范	323
从装配车间到世界工厂——中国企业未来之路	327



导言



如何做一个成功的企业家——读经济学书的重要性

在市场经济的大潮中，许多企业家成功了。但一时的成功，甚至在某一年进入了富豪排名榜，并不代表一生成功。企业在市场上名气很大，甚至被评为世界多少强，也不代表基业长青。成功的企业各有各的原因，但基业长青的企业必须有一个真正成功的企业家。

企业能否基业长青取决于企业家的素质。成功企业家的素质固然包括胆识、眼光、勤奋与果断，但在我看来这些还不是最基本的。比这些更重要的是为人处世的做人准则。我曾向企业家朋友推荐围棋大师吴清源先生的《中的精神》^①这本书，并不是围棋之道与经营企业有什么关系，或者从下围棋中能得到什么企业经营管理的启示，而是希望这些企业家学习吴清源先生如何做人。吴先生的一生有过大喜大悲。他年轻时曾经打遍日本棋坛无敌手，20世纪60年代曾遭遇车祸而无法下棋。他在辉煌的成功前面，虚怀若谷；在巨大的灾难面前，镇定不惊。有了这种人格，做什么都可以成功。我也劝企业家读沃尔玛创始人山姆·沃尔顿的自传《富甲美国》（其实这本书原名是：《美国制造的山姆·沃尔顿：我的故事》，强调了沃尔顿是美国这种环境的产物，中文版改为“富甲美

^① 《中的精神》，于2003年9月由中信出版社出版发行。——编者注

国”，颇有自夸之意，与山姆·沃尔顿的个性完全相反），但不是学他如何做事，而是学他如何做人。我推荐这本书的文章题目就是“成功的企业家必须是好人”。当然，我说的好人与坏人并不是从法律意义上划分的，指的是人的修养与品质。

当一个普通人与当一个企业家的修养与品质要求是不同的。人都有自己的缺点，作为一个普通人，你刚愎自用，听不进别人的意见；有点儿成绩沾沾自喜，十分狂妄；对人抠门，不舍得花一分钱，等等。这都没什么，只要不犯法，无论有什么缺点，改不改都是你的自由。但作为企业家，这些缺点就会导致一个企业决策的重大失误，甚至导致企业破产。刚愎自用，在企业中一人独大，听不进去不同的声音，难免决策会失误——有谁是绝对正确的呢？而且，以这种个性很难与别人相处，更谈不到吸引人才——一个人有再大的能耐，又能做多少事呢？有点儿成绩沾沾自喜，企业不进则退。在竞争激烈的市场上，树欲静而风不止，你不进步，别人就要把你“吞掉”。抠门成性的企业家领导的企业不会有有效的激励机制，舍不得给员工钱，谁为你赚大钱？周扒皮式的人能成就什么事业？我见过了太多这样的企业家，他们有过辉煌，但现在他们在哪里？失败的企业家大多都有人格上的缺陷。

人的修养与品质是哪里来的？的确，有天上掉下来的——个性与遗传是相关的，所谓本性难移，指的还是由遗传而来的一些个性。但更重要的是，后天的环境和学习。甚至在人的修养提高以后，一些先天性的个性缺点也可以改变。林则徐的脾气不好，就以“制怒”二字来警示自己。人的天性中总有各种各样的缺点，重要的是知错能改，不断完善自己。我们绝不要求企业家是一个完人，他们与普通人一样也会有这样或者那样的缺点，但必须克服那些对企业发展不利的缺点。普通人与成功企业家的差别并不在于有没有缺点，而在于能否克服人所固有的缺点。