

21世纪风靡美国、日本、韩国的经济类畅销书
★★★★★ 美国亚马逊网站读者评定的五星级图书 ★★★★★



创造性毁灭

—— 全球网络经济条件下的企业生存战略 ——

CREATIVE DESTRUCTION

BUSINESS SURVIVAL STRATEGIES
IN THE GLOBAL INTERNET ECONOMY

【美】李·W·麦克莱特 保罗·M·瓦阿勒 拉尔·L·卡茨/主编 谢祖钧 刘陆先/译 中南大学出版社

21世纪风靡美国、日本、韩国的经济类畅销书
★★★★★ 美国亚马逊网站读者评定的五星级图书 ★★★★★



创造性毁灭

—— 全球网络经济条件下的企业生存战略 ——

李·W·麦克莱特 保罗·M·瓦阿勒 拉尔·L·卡茨/主编
谢祖钧 刘陆先/译

中南大学出版社

原书名: CREATIVE DESTRUCTION: Business Survival Strategies
in the Global Internet Economy by Lee W. Mcknight, Paul M.
Vaaler, Raul L. Katz

Copyright © 2001 Massachusetts Institute of Technology
Chinese (Simplified Characters) Trade Paperback copyright © 2007
by Central South University Press

ALL RIGHTS RESERVED

中南大学出版社通过中国台湾博达著作权代理公司获得本书中文平装
简体版中国大陆地区独家出版发行权

版权登记号: 18-2007-039

版权所有, 侵权必究。

.....
图书在版编目(CIP)数据

创造性毁灭: 全球网络经济条件下的企业生存战略 / (美) 麦克莱特,
(美) 瓦阿勒, (美) 卡茨主编; 谢祖均, 刘陆先译.

—长沙: 中南大学出版社, 2007. 1

ISBN 978-7-81105-511-5

I. 创... II. ①麦... ②瓦... ③卡... ④谢... ⑤刘...

III. 企业管理—研究 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 024457 号

.....
创造性毁灭

——全球网络经济条件下的企业生存战略

[美] 李·W·麦克莱特 保罗·M·瓦阿勒 拉尔·L·卡茨 / 主编

谢祖均 刘陆先 / 译

☐ 责任编辑 孙如枫

☐ 责任印制 文柱武

☐ 出版发行 中南大学出版社

社址: 长沙市麓山南路

邮编: 410083

发行科电话: 0731-8876770

传真: 0731-8710482

☐ 印 装 湖南大学印刷厂

☐ 开 本 787×1092 1/16 ☐ 印张 20.25 ☐ 字数 278 千字 ☐ 插页

☐ 版 次 2007 年 1 月第 1 版 ☐ 2007 年 1 月第 1 次印刷

☐ 书 号 ISBN 978-7-81105-511-5

☐ 定 价 40.00 元

.....
图书出现印装问题, 请与经销商调换

中文版序

回顾二十五年前

1980 年秋，我坐在长沙铁道学院英语系办公室里拟定美国史课程计划，早在 20 世纪 50 年代我在美国就曾经想能有机会承担这类教学。一栋五层楼的教学大楼，只在大门口有一个公用电话。教师家里都没有电话。教学材料是用老式的油印机“印”的，或者用复写纸复写的。信件每天都来，不过经常丢失。我跟城内各处居住的同事们商谈教学，有时最快捷的方式就是骑自行车前往，需 45 分钟左右。

1980 年，虽然计算机和移动电话在北美和欧洲还没有被广泛采用，但有线通信的基础已获得了很好的发展。然而，当时的中国却仍处于 20 世纪 50 年代的技术禁锢之中。除了核技术项目的进步以外，中国仍处在前工业状态之中，以一种几乎觉察不到的速度在前进。

25 年后，中国发展了，开放了，转变了，建立起了通信和信息技术的基础设施，它们把经济和社会带到了新的“起跑线上”。

接近起跑线

经历了 100 多年的政治和社会冲突，中国现在已崛起为世界上最重要的电信和互联网市场。在 20 年前还只是依靠老化了的前苏联时代的电信基础设施的这个国家，怎么能如此迅速地走到其同类国家的前头？中国电信业的扩张已经超出了可获得的用户基础的 20%，能否还有足够的赢利？能否考虑进入外国市场呢？根据 WTO 的规定，

外国电信公司在 2008 年可进入中国，这是否将导致这个令人陶醉的扩张的时代结束呢？

伴随着《创造性毁灭——全球网络经济条件下的企业生存战略》中译本的出版，我们可以有把握地说：中国正在接近这个新的起跑线。

由于中国成为了全球技术“竞赛”中的一个平等的伙伴，国有和民营企业都必须开发促进增长和扩张的战略企业计划。运用《创造性毁灭——全球网络经济条件下的企业生存战略》中各章所阐述的内容，可以帮助中国政府以及私人企业家适应中国技术改革中的高速度发展。

创造性毁灭的原理能帮助规划必要的技术变革。管理者们可以发现这些驱动市场的原理是中国继续技术改革的有价值的路标。中国的高速度发展需要对前面的道路有一个更加明确的认识。

高速度的路标

尽管中国的所有四个电信公司（中国电信、中国联通、中国移动和中国网通）都是国有的，但竞争是激烈的。在宽带、无线 LAN、固定无线音频、数据和可移动式等领域正在增加过多的新服务项目。其中三家公司的部分股本在香港和纽约的证券交易所上市（中国网通在 2004 年上市）。

中国电信和互联网经济已经开始与发达国家展开竞争。中国手机用户人数已相当于美国目前的人口总数（2 亿 7 千 5 百万），而新增用户每月以一个罗得岛人口（4 百万）的速度在增加，中国电信市场拥有世界上最大数目的用户，对服务拥有最具竞争性的需求和世界上最廉价的操作。

一句话，中国电信和互联网市场正在经历着近 50 年来从所未见的高创造性的毁灭和高速度的自我更新。中国经济越过各技术阶段的速度是空前的（在不到十年的时间里，从寻呼机到模拟移动到数字移动）。结果，电信公司和相关的公司就必须不断自我更新才能继续

发展。50 多年没有使用现代最新式科技产品的中国消费者不仅已没有了耐心，而且对服务和价格都有极高的要求。成功地接近中国消费者并获取利润将是一个意义重大的成就。

这种变化之快还限于电信。互联网部门也开始在作贡献。中国四个主要互联网（新浪、搜狐、网易、TOM）现在都在纳斯达克（NASDAQ）上市，而且经历着连续获利的时刻。诞生在以登广告作为核心的商业模式的年代，它们现在已发展到开发短信服务（SMS），并且现在互联网游戏也已成为获取收入的途径。

虽然还处于新生状态，但电子商务已在中国的互联网部门中站稳脚跟。电子海湾公司（eBay）最近收购了它在中国最主要的合作伙伴（易趣网），据说亚马逊公司也正在中国寻找合作伙伴（很可能是当当网）。中国不是一个第三流的电信和互联网市场。它拥有超过 8000 万用户，现在是仅居美国之后的二号角色。中国不但变成了最大的市场，而且是首先创造新产品和新服务的市场。手机供应商和内容提供商在把它们投入北美和欧洲之前，先把它们的新产品和服务在中国的大城市里进行试点。例如，摩托罗拉在北京的办事处就为中国和西方市场开发新的手机。

2004 年代表着中国电信和互联网商业发展的起跑线。已经建立起了大量具有批判能力的用户，电信公司和内容提供商将继续改进他们的新产品，创造性地替换现有的产品和服务。我们希望这些公司继续以一种正面的和创造性的方式运用毁灭性的技术，因为它们正被一种加速度的变化推动着去进行创新。

高速度的创造性毁灭：现在以及未来

亚洲和全世界在过去的四十年中都见证了日本、韩国和许多其他经济强国的兴起。但当它变成了北美和欧洲跨国公司的低工资的基地后，每一个新的经济强国就只能是蹒跚前进了。直到 20 世纪 90 年代后期中国崛起后，这些“新的”经济强龙没有一个能够承受住低工资的竞争的利刃，也没有一个能开发一个长期高容量的消费基地。

是什么把中国与亚洲其他地区和西方世界的大部分地区分隔开来了呢？由于西方殖民主义的侵略、最后一个王朝（清朝）的衰落腐败、内战以及政治上的其他原因等，中国的经济发展近一百多年来遇到了各种严重的阻碍，中国直到近来才获得了进行现代化的机遇与信心。进行现代化的努力最初是显现在19世纪90年代后期的“自强运动”里，在孙中山先生提出的纲领中，只有邓小平坚持的“四个现代化”最后成熟为一个肥沃的实体。

中国的现代化面对高速度应该怎么办呢？答案就存在于中国人的信念之中。那就是社会作为一个整体应赋予中国公民实行现代化的权利——在经历了一百多年的内部的不和后，对现代化的这些需求表现为多种多样的形式，但是最突出的例子之一就是通信。通信的需要现在构成了中国崛起成为世界第一电信市场的最基本的DNA。

通信部门的高速度发展使1990年不足700万台的固定有线电话发展到了2003年末的2亿6千万台。移动电话从1990年的零一跃而为2003年末的2亿7千万台。不论用什么尺度来衡量，这个爆炸是令人惊愕的。不仅如此，中国电信公司现在还只渗透到了整个人口的20%。

中国读者在下面的章节中将很快认识到熊彼特的通过创造性毁灭而导致经济价值增长的变化原理。这个领域一旦熟悉，速度将更快。

从旋转式到无线

在1980年，在北京打一个电话需要耐心地拨号，那种电话是由很老的前苏联体系运作的。每拨一个数字号码，用户在同圆心里就接近所需号码一步。如果这些电路上有一个不空，用户就只得又重新再拨，在这种环境里是不能指望什么高速度的商业的。

这种旋转式电话主要是安装在拐角的一些店铺的公用电话，老百姓的家里是没有的。随着市政府的领导者们彻底改造和扩大他们的城市，有线连接也升了级，不过升级的步伐仍不足以满足改进了的

通信增长了的要求。在好几年的时间里，可以说，中国社会是从一个相邻的文化向一个远距离的文化前进。

为了进入寻呼机阶段，中国消费者需要很快地跳过改进缓慢的有线容量。电信运营商——最初是中国电信以及摩托罗拉——提出了迅速有效的办法，它们很快就被采纳了。仅仅在几年的时间内，寻呼机就成为了在中国城乡无处不有的东西了。消费者能够以他们过去从来没有体验过的方式与他们的家庭和商业伙伴进行联系。

中国在短短的几年里就从旋转式有线电话跃入了全国寻呼网络。美国曾花费了几十年时间开发的東西不到十年里在中国高速发展的电信部门就被采用并旋即又被抛弃了。运营商大胆地尽可能快地用新的办法替换了他们的技术和产品。

即使有线电话在消费者家里和新办公大楼里继续变得更加通用，但它的扩张还不够迅速。下一步就是转向蜂窝式。于是中国转而寻求外国公司为他们的新的全球移动通信系统网络提供基础设施和手机。摩托罗拉在 20 世纪 90 年代中期领了个头，随后诺基亚、爱立信、西门子、阿尔卡特以及两家新的国内公司（华为和中兴）就跟了上来。

寻呼网络的“毁灭”，新的全球移动通信系统网络移动标准的采用，几乎就发生在 20 世纪 90 年代末期的一夜之间，这个转变是得到了电信部门最初的支持的。中国电信以前是只限于有线服务。中国移动——一个新的致力于移动的运营商建立起来了。

尽管有两个国有电信公司垄断，中国仍能迅速地在全国创建其电信基础结构。最后，信息产业部（及其前身）决定通过允许竞争者在有线部分（中国网通）和移动部分（中国联通）中发展，对市场进行了进一步的划分。这个措施增加了每个部分的竞争速度，四个公司都在寻求消费者的关注。

像在中国经常发生的那样，2000 年，一个独特的技术解决办法走到了前台。由于受到移动特许证的阻碍和有线用户增长缓慢的影响，于是两大有线公司与设备供应商 UT Starcom 合作，在 PHS 的技术基础上，创建一个固定无线、非漫游的可移动产品。这个产品的创

新就在于它把有线服务扩展到了农村地区，其方式就是借助有线服务的顶端加上固定的无线服务。

这使有线公司无需一个全国性的移动公司营运许可就可提供地方性的移动服务。这个系统完成得很好。因而在2003年末将近3000万用户用上了“小灵通”服务。创造性地毁灭成熟了的技术时常可产生一个有利的替代物。UTSI现在已是在纳斯达克注册了几亿美元资金的企业。

在这个世界最大的电信市场上，由旋转式到无线式技术迅速转换的结果是市场拥有了5亿无线和有线的用户。中国移动从收入和用户人数上看，现在都是世界上最大的移动运营商。中国联通是第三大移动通讯公司。更重要的，这个对产品和服务成功再造的过程产生了更多有效益的公司。

坚强的管理：信息产业部

1999年中国政府将电信、互联网和所有其他技术相关的产业部门合并成了一个最高指挥部，起名叫信息产业部(MII)。起初这个部仍直接领导中国普天信息产业集团公司和其他的国有公司，后来信息产业部不再直接控股，逐渐地从这些企业退了出来，以便更好地发挥对中国信息技术和电信产业的管理。

信息产业部证实自己是一个蓬勃发展的产业的坚定管理者，它为迅速成长的移动手机、宽带与将来的3G市场制定了明确的政策。为了更现代化的技术和模式的诞生，信息产业部推进了比较陈旧的技术和商业模式的“毁灭”。事实上这并不应该是一个管理机构应该扮演的角色。然而，中国需要提高变化的速度，这迫使信息产业部不得不扮演这个角色。

不像在西方国家，中国的信息产业部在为信息技术和电信部门建立技术标准中也起着关键的作用。信息产业部的目的是蛙跳式地追赶现代技术，而且要在下一代系统中为中国(可以理解为世界)技术标准“争一席之地”。

在信息技术部门中受欢迎的中国标准是 Linux ; 在移动通信中它是 TDSCDMA 3G 移动电话的标准; 在无线网络中它是一个新的安全加密规则系统; 在 CD/DVD 商业中它是国内的 DTV 的标准。

这些中国标准将具有生命力, 因为中国既是世界电子和大件家用电器的市场, 也是广大的消费者市场。这两者的结合曾经是第二次世界大战后使美国成为经济大国的主要因素之一, 它同样也可成为中国成功的公式。

2008 年北京奥运会和 2010 年上海世界博览会

同其他国家不一样, 中国是一个单个的事件就可促使社会和经济改革的国家。即将来临的北京奥运会和上海世界博览会就正是这个时期的重点。它们提供了经济上促进破旧立新的因素。

把创造性毁灭的经验运用到这些即将来临的事件上, 我们可以指望在 4—5 年之间技术、互联网和电信业会发生巨大的变革。整个的网络和整个的商业模式会创造性地被毁灭, 从而为更加有效率和更加有利的替换物让路。企业家们将发现创造性毁灭的原理对他们度过这个时期来说极有价值。

信息产业部能够胜任吗?

面临着如此高速度的变革, 中国的企业家们将会感觉到在《创造性毁灭——全球网络经济条件下的企业生存战略》一书中所概述的熊彼特原理是一种宽慰。他们能继续处理好如此迅速的创造性毁灭吗? 变革的步伐是否会太快了, 反而使得有利的变革变得无益了呢? 信息产业部所实行的坚定的管理模式为中国经济不断增长的私有化提供了一个潜在的成功模式。

中国产业部门的创造性毁灭

读者通读全书可以探索出技术部门创造性毁灭的多面性。

第一部分和第二部分为读者提供了技术部门创造性毁灭的理论基础。第三部分在讨论创造性毁灭在拉丁美洲和日本运作的过程中将创造性毁灭原理进行了全球性的概括。第四部分谈到了创造性毁灭对企业的商业模式和股东价值的影响。最后一部分给读者提供了如何运用创造性毁灭的几种可供选择的理念。

中国读者肯定可以发现目前中国经历的经济改革与创造性毁灭的原理有着明显的相似之处。

杰西·帕克

(长沙咨询公司首席执行官、创办人及主要合股人)

2004年3月

译者的话

五十多年前，西方著名经济学家约瑟夫·熊彼特论述了资本主义社会的进程本身导致“创造性毁灭”。创新摧毁了那些受到新技术与竞争对手逐一攻击的该淘汰的技术、传统的经营模式、管理体制以及价值观念，等等。

由美国一些学识渊博、成果卓著的经济学家和经验丰富、业绩突出的企业家撰写的《创造性毁灭——全球网络经济条件下的企业生存战略》一书，提出了世界各国经济界当前的焦点问题：电信业及其相关的互联网产业目前的混乱局面是否就是“创造性毁灭”的证据呢？或者说，这是公司、政府部门和其他方面对全社会有限的有价值的资源的浪费所造成的后果呢？例如，在电信业，无线电、IP、电缆技术等为了分享仍由旧技术、电话交换、铜端接网络等支配的市场而展开愈演愈烈的竞争。

本书探讨了企业应该如何利用这种毁灭性的相互作用所创造的时机来迎接各种各样的公司、政府部门以及其他的竞争者们的挑战。在全球互联网经济条件下，不少国家的监管机构意识到加强竞争和建立非垄断性市场的重要性，并制定一系列相关的政策和采取有效的措施。这有利于在互联网、电信、媒体、电子零售业和其他“新经济”产业领域降低价格和促进服务水平的提高与创新产品的推广。

其实，何止是电信业，在当今世界上有哪一个行业不与互联网发生关系呢？没有。互联网作为20世纪最伟大的创造之一，宛如洪水

猛兽似的正在不断地冲击着、毁灭着各行各业的陈旧的东西。这当然不只是在经济领域，也不仅仅是指技术方面。崛起发展、破产倒闭、兼并收购、整合联盟，诸如此类的兴衰成败构成了现代市场经济的主旋律。其中“创造性的毁灭”是否在充当主角呢？在本书中我们可以得到满意的答案。

在全球互联网经济条件下，企业究竟怎样才能继续生存、兴旺发达呢？本书的作者们结合目前世界上最突出的一些经济发展问题，深入浅出地阐述了熊彼特的“创造性毁灭”这个极其重要的经济发展原理，以及如何正确地理解它并运用到当代的经济改革中去，精辟地分析了一些国家和地区的产业的经营管理、结构体制、历史沿革、目前状况以及发展趋势等。例如，在全球性的创造性毁灭的背景下，拉丁美洲电信私有化、欧洲互联网产业以及日本社会通信创新等的“创造性毁灭”的根源与过程及其给予人们的启迪。

特别值得重视的是，作者们根据当今世界各国经济发展的现状与趋势，高瞻远瞩地提出了全球网络经济环境里企业的一系列可供选择的生存战略，从而受到人们的广泛关注。不过，书中阐述的一些我们可能从未接触过的新观念、新模式、新方法等，在阅读过程中是需要费一番仔细思索的。在竞争日趋激烈的市场经济中，不断地吸收当前世界上最新的东西而使自己具有超前意识是非常重要的。

本书成为近年来世界上的畅销书，问世后不到两年的时间，就被翻译成多种文字在不少国家相继出版，其中包括日本和韩国。

当前我国仍然处在经济转型阶段，改革开放步伐加大，创新思维日益活跃。进入 21 世纪后，20 世纪下半叶一直在我国占统治地位的沿袭前苏联的计划经济的旧模式退出了历史舞台，取而代之的是社会主义市场经济这个新模式。同时，各行各业都在与国际接轨而逐渐融入全球市场经济中去拼搏发展。尤其是，自从改革开放以来，我国能够不失时机地从国外引进、吸收许多创新成果，如高科技和新产品之类，充分利用我们国内的各种资源对它们进行改进与运用，破旧立新。同时，我国一直在大力激励和加强研究与开发自己独有的创

新成果。所有这一切，实际上同样是一个“创造性毁灭”过程，而且其力度与速度都大大地超过其他国家，其取得的辉煌成就也是举世瞩目和令人惊叹的。

现在我国在一些经济与科技领域的技术及其产品可以说已经接近于世界上发达国家水平。

我国是全球第二大互联网市场，在互联网用户人数上仅次于美国，不久的将来可能成为全球第一大互联网市场。最近，由我国自主研发的下一代互联网主干网核心技术在总体上达到世界领先水平。它创建了世界上第一个纯 IPV6 主干网，在国际上首次提出了真实原地址认证的新体系结构理论，以及从第一代互联网到第二代互联网的过渡技术方案。它所具备的自有知识产权的 IPV6 路由器的大规模使用，将使我国今后在互联网的建设中不再依赖国外设备。这为我国下一代互联网及信息化的发展奠定了极其坚实的基础。我国互联网的技术、相关产业及其市场的发展前景是非常广阔的。当然，这也给我国企业今后的生存与发展提出了严峻的挑战。

我国电信业，截至 2005 年 10 月为止，全国移动电话用户数已达 3.83 亿户，华为公司、中兴公司开发的 WCDMA、CDMA2000 已站在世界前列。许多家用电器，如个人电脑、电视机、洗衣机、电冰箱等等已经占领了大片的国际市场，我国已经成为世界第四大机械设备制造大国，正在逐步成为新兴的国际机械制造业基地。2005 年我国的经济增长率为 9.9%，超过法国和英国而跃居全世界第四大经济体。中国作为一个在世纪之交迅速崛起的发展中国家正在加速步伐追赶发达国家。从经济的整体上说，这只是长征刚刚开始，征途并不平坦，更非一蹴而就。

杰西·帕克先生在本书的《中文版序》中写道：“伴随着《创造性毁灭——全球网络经济条件下的企业生存战略》中译本的出版，我们可以有把握地说中国是正在接近这个起跑线。”

本书作为研究探讨在网络经济、企业战略与信息技术等领域科学发展新思潮的重要著作，书中归纳的理论及其观点反映出当今全球网络经济与企业生存发展之间的普遍规律，对我国的经济改革

与发展有着极其重要的借鉴作用，同时也可以弥补我国与欧美在这方面的理论差距。这是我们翻译本书的初衷。

显然，创造，毁灭，再创造，再毁灭，人类社会就是在不断的创新与竞争中不断地向前发展。不管你目前从事什么样的工作、学习或研究，在认真仔细地读了这本书之后，将会对创造性毁灭产生深入的感悟。或许，随着本书中文译本的出版，今后“创造性毁灭”这个词语会愈来愈多地出现在我们的生活中。

本书的第一章至第五章、中文版序及作者简介由谢祖钧翻译；第六章至第十二章、致谢、原注及索引由刘陆先翻译。同时，由于中南大学出版社总编辑文援朝先生的大力支持与帮助，编辑孙如枫女士十分认真细致的大量工作，本书中译本得以顺利出版，我们表示衷心的感谢。

毫无疑问，本书对于我国的互联网及其相关产业和经济等领域的工作者与研究人员、企业经营管理者以及广大网民是受益匪浅的首选读物，而对于高等学校的经济学、企业管理、商业经营、电信、互联网经济、金融投资、信息学、媒体传播学、计算机科学以及其他相关学科的广大师生则是一部必读的重要参考书或最新教材。

值得一提的是，本书的内容涵盖面相当广泛，涉及到网络经济与信息技术等领域的一些日新月异的前沿科学技术名词术语，其中有的在我国至今没有统一的译名或甚至是初次出现，在本书的翻译过程中我们参考了有关书籍，但仍难免有疏漏不妥之处，衷心希望专家学者与翻译界同仁及广大读者不吝赐教。

刘陆先 谢祖钧

2007年1月

目 录

第一部分 引 言

第一章 引言：创造性毁灭	(3)
--------------------	-----

第二部分 创造性毁灭的理论与实践

第二章 创新与创造性毁灭	(19)
第三章 互联网商业模式：循例的创造性毁灭	(38)

第三部分 创造性毁灭的全球背景

第四章 拉丁美洲电信私有化中的创造性毁灭	(63)
第五章 欧洲互联网产业和政策中的创造性毁灭	(74)
第六章 日本的社会通信的创新和毁灭	(97)

第四部分 全球互联网经济中的商业毁灭战略

第七章 毁灭公司界限的联盟企业经营战略	(125)
第八章 越过国界创造和毁灭股东价值	(153)
第九章 IP 协议和收入的创造性毁灭	(175)

第五部分 创造性的商业生存战略

第十章 互联网企业的新理论	(201)
第十一章 可持续的开放源代码软件商业模式	(228)
第十二章 在全球互联网经济中替代产业的未来	(245)
作者简介	(257)
参考文献	(264)
索 引	(283)
致 谢	(302)