

跨世纪青少年丛书

经济卷

公司 市场的巨人

周 地



吉林人民出版社

公 司

市场上的巨人

谢 地

吉林人民出版社

跨世纪青少年丛书·经济卷

主	编	吴宇晖	李俊江
策	划	王 新	岳劲松
总责任编辑		王 新	
责任编辑		庄涵生	
封面设计		尹怀远	
版式设计		刘玉文	
责任校对		王 新	庄涵生

前 言

如果说20世纪是政治家的时代,那么,21世纪将是经济学家的新纪元。这是因为人们在21世纪所必须了解的重要问题和重要概念都与经济学有关,经济发展、经济合作和生活质量的提高将是新世纪面临的重大课题。

为了迎接新世纪的挑战,面向21世纪的青少年需要用经济学的基本知识来武装自己,了解这方面知识是提高你全面素质的重要组成部分。

经济学是一门具有永久魅力的科学,它是社会科学的王冠。它研究的是对亿万人类具有生死攸关的问题,譬如说一个社会是怎样解决生存和发展问题的?生产什么?如何生产?为谁生产?为什么?社会解决问题的结果是好还是坏?怎样才能改善这一结果呢?等等。

经济学是谈论生活当中的许多实际问题的。我们每一个人在一生当中都会碰到无数个经济问题:如何挣钱?如何花钱?如何投资?如何储蓄?如何消费?等等。如果不了解经济学的基本知识,就不能很好地进行日常的理财与生活。

经济学不是研究如何使你发财致富,虽然它

可以培养你的经济头脑。经济学研究的问题与整个社会有关。谁在建工厂？为什么？谁在发号施令？为什么毕业以后找不到工作？为什么学费上涨了20%？为什么你同学家里比你家里更有钱？什么东西决定你父母的工资水平或食物的价格？为什么穷国和富国的差距这么大？将来会发生什么变化，应该发生什么变化？等等。没有关于经济学的基本知识，你就不能指望理解一个社会如何运行，也就不知道如何改造社会，使理想变成现实。

本卷丛书把经济学还原为事理常规，用通俗浅显的语言和生动的事例讲述深奥的经济学道理。虽然它还不能把你的经济学知识提高到专业水平上，但是读完本卷丛书你会感到：你对周围经常发生的经济现象，认识得比过去深刻多了；如果你再能对有关的经济现象做出点解释，一定会令人对你刮目相看。经济学决不是一门枯燥的学问。读完本卷丛书之后，你会惊奇地发现，经济学竟然如此有趣。

目

录

公司的编年史 /8

公司中的“大哥大”：

股份有限公司 /15

用手投票与用脚投票 /21

我没有钱，但我是老板 /26

小的并非总是美好的 /32

陆地“章鱼”：

大公司的经营触角 /39

品牌与商誉：公司立足的王牌 /46

大公司：研究开发与技术进步

的“发动机” /53

市场经济大洋中的“联合舰队” /60

经济恐龙：跨国公司 /71

本书主要介绍公司的产生、发展，以及对现代市场经济各个方面的影响。了解这方面的知识，对于破译市场经济中的许多“谜底”是有帮助的。本书将用尽可能形象化、通俗化的语言给你讲述关于公司的故事。

市场经济是竞争的经济。好，我们就从市场竞争谈起！

什么是市场竞争呢？不知道你是怎样理解的，这里想告诉你一个6岁小男孩的独特解释。他上幼儿园大班，凡事不管对错，都能说出个一二三。有一次，我跟他开玩笑，问他什么是市场竞争。他略加思索就告诉我说：“就是在市场上抢！”这回该轮到吃惊了：小小的孩子怎么竟然知道了“抢”！同时，令人又哭笑不得，因为一个“抢”字又确实说中了市场竞争的要害：市场竞争不正是企业之间争夺、拼抢的过程吗？当然，这里的“抢”不是抢属于别人的东西，而是在公平的原则下抢占在市场中的有利地位，通过自己的实力，获得更多利益。但怎样才能在市场上竞争中不败呢？

愿意观看体育比赛的人，一定特别愿意观看比赛项目众多，有很多国家或地区参加的奥运会实况转播。其实市场竞争与体育比赛有很多类似的地方。

我们先看看体育比赛中的竞争，看看奥运赛场上的争夺。你可能注意到，在奥运会上，各种比赛的规则是既定的，在此基础上存在着几种互相联系的竞争：（1）国家和国家之间的竞争。各国都组织了有多种项目运动员参加的庞大体育代表团，要为国争光，多多地在不同项目上拿金牌，最后以奖牌总数反映一个国家的综合体育实力；（2）不同国家或地区的团队在具体比赛项目（如足球、排球、篮球等）上的竞争，它反映一个国家团队的素质和体育水平。（3）单项比赛中不同国家运动员个人之间的竞争（如体操、羽毛球等）反映单个运动员的素质。怎样才能成为奥运赛场上成为赢家呢？一个国家要多拿金牌，靠的是综合体育实力，仅有一两项比赛有优势，或者根本没有什么项目有优势，那么这个国家在奥运上恐怕只能拿“贵在参与”奖（显然没这个奖）了。一个国家的体育代表团要多拿金牌，必须在很多具体的参赛项目上拿金牌。在以运动员个人参赛为主的比赛项目，像体操、羽毛球、乒乓球、中长跑等比赛项目，夺冠的希望主要靠优秀的运动员，在结成团队比赛的项目（典型的如足球比赛）中，球队全体队员必须整体协调、配合，但是如果大家都技术平平，再怎么配合也是射不进门的。在团队比赛中，除了提高每个队员的竞技水平，并在整体上互相配合外，还必须要有最优秀的运动员（如足球明星）作为场上的“灵魂”，带领队员协同作战，与对手角逐，才有夺冠的希望。

总之，一句话，在奥运赛场上，要表现一个国家的综合与单项体育竞技实力和竞争力，靠的是运动健将和最优秀的运动员。没有优秀的运动员，代表团的队伍再庞大、人数再众多，都和奖牌无缘。想想看，奥运赛场上这样的例子还少吗？

不知道我是否把奥运赛场上的角逐说清楚了。我之所以这样不惜笔墨地给你描述奥运赛场上的竞争，是想告诉你，类似的竞争同样存在于经济生活，特别是国际市场竞争中。

当代的国际竞争主要是经济实力的竞争，而国际市场就像不同国家进行经济实力较量的“赛场”。国家之间的竞争首先是综合经济实力的竞争，如同奥运赛场上综合体育实力的较量一样。一个国家的经济中包含着许多具体的产业部门，就工业来说，有汽车、钢铁、机械、电子、化学工业等许多部门。一个国家的综合经济实力首先表现在上述各种产业部门应当是具有国际竞争力的。各个产业生产出来的产品必须价格低、质量好、技术先进，深受消费者欢迎，才能够获得更多的利润。这如同一个国家的体育代表团要多拿金牌，就必须在田径、球类、体操、游泳等具体参赛项目上拿金牌一样。怎样才能使一个国家经济中的具体“参赛项目”——各种产业具有国际竞争力呢？一个国家可用于进行生产的资源总是有限的。有些产品的生产主要用于满足国内市场上人们的日常生活需要，而且消费量比较大，如粮食、日用品，这类产业中的生产企业多一些有

利于增加供给，降低价格，提高质量，对老百姓是有利的。但是，某些产品，如汽车的生产，如果生产汽车的企业数量过多，而每家企业的规模都很小，就会导致汽车生产的成本高、价格高，也难以提高质量。这在国内市场上不利于消费者，浪费了有限的资源，在国际市场上也没有竞争力。由于汽车工业有比较高的规模和技术要求，由很多规模小、技术水平低的小企业一哄而起地去生产是不行的，而必须由少数几家优秀的大企业（足球队中的“球星”）去生产和经营。类似的情况还存在于钢铁、电子、化工等许多产业部门。这时候，你可能要问了：在生产汽车的产业部门中，那么多的中、小企业就没有任何机会了吗？告诉你，由于在汽车等产品的生产过程中，零部件的供应、产品的销售和售后服务等都是十分重要的，如果优秀企业什么都自己做的话，那就什么也做不好。汽车的零部件有几万个，一家企业做得过来吗？所以，在汽车等产业中，往往是以少数优秀企业为核心，一大批中小企业团结在它们周围，为它们配套服务，结成团队，参与国际市场竞争。中小企业埋头为大企业配套、服务（像球队中的一般球员，素质虽然不断提高，但成为球星尚需时间），给大企业创造更多的“射门”机会；大企业则致力于研究开发与技术进步，组装产品，不断提高产品质量，适应国际市场的激烈竞争。在国际上的产业竞争中，也经常存在着非团队的单个企业之间的竞争和较量（像个人体操比赛），如航

天等高科技领域就是这样。很明显，这种竞争需要的更是最优秀的大公司、大企业。

如果把市场竞争限制在国内的范围，这些道理也是同样适用的。

如果前面的比喻还算贴切的话，我把前面的比喻总结一下：如果把市场比作赛场的话，场上的运动员就是千千万万个企业。在比赛规则（市场竞争的规则）健全、公正的条件下，每个运动员（企业，不论是大、中小）都存在着取胜的机会。但在现代市场竞争中，谁取胜的机会更大、条件更充分呢？当然是优秀的运动员（强而有力的大企业）。可以这样说，现代市场竞争，特别国际市场上的竞争，实际是重要国家重要大公司之间的竞争，是市场巨人之间的较量。闭上眼睛想几个你知道的大公司，想想它们的分量。再把它们与你知道的体育明星在体育比赛中的分量做一对比，你会同意我的这个比喻吗？

这些在市场竞争中翻手为云、覆手为雨的“市场巨人”是怎样产生的，在现代市场竞争中它们做了些什么以及正在做些什么？本书会给你一个比较满意的回答。本书会告诉你公司的历史、公司的怪诞、公司的代表形式（股份有限公司）、公司的老板（一个没有钱但说了算的家伙）、公司的规模、公司的经营范围、公司的品牌、公司的研究开发与技术进步、公司的进一步放大的形式（企业集团、跨国公司）等等，让你看一幅公司的“全景画”。

在体育方面，我们中国人曾被称为“东亚病夫”。但是，由于我们逐步培养了一批各种体育项目的优秀运动员，不仅改变了“东亚病夫”的形象，而且成了世界体育强国。在国际体坛上，谁敢轻视中国队？

我国经济目前还很落后，国家经济实力不强，产业竞争力比较差。怎样才能使我国在经济竞争的“赛场”上也能“拿奖牌”、“升国旗”、“奏国歌”呢？本书也许会告诉你一些答案。

公司的编年史



在我们的经济生活中存在着各种类型的企业，小到一两人经营的食品摊床和夫妻店，大到在一个国家乃至全世界具有举足轻重经济地位的跨国公司，为人们提供着五花八门的产品和服务。稍加注意就会发现：对经济生活具有重要影响的大企业几乎毫不例外地采取了公司制的组织形式。你可以如数家珍地说出中外很多大企业的名字，如波音、杜邦、丰田、东芝、索尼、奔驰，还有中国的宝钢、吉化、一汽等等。现在告诉你，这些企业都是公司。

这些市场经济中的“巨人”是怎样产生的呢？答案就存在于我们的生活当中。我们通常可以见到的“小不点”企业，可能是一人或家庭经营，或几个人合伙经营（经济学中把这两种类型的企业叫做单人业主制和合伙制）在它们身上，我们就可以看到大公司已逝去的幼年 and 童年的影子。换句话说，公司是因为事业发展的需要，由单人业主制、合伙制逐步演变而来的，如果需要的话，这些个人或合伙经营的“小不点”企业也可以组成公司。如果以人的成长为比喻的话，单人业主制是公司的幼年，合伙制是公司的童年，股份公司

则是公司的成熟形态——青壮年。

下面请你参与一下，来说明公司的成长过程吧。

假设你将来读大学时选择的是计算机专业（这很可能不是你的志愿，但为了后面要开办的企业，请允许我这样假设），学习如何编程序，并且能够设计出吸引人的电子游戏。大学毕业以后，你决定自己做自己的“老板”，创办属于自己的游戏机生产企业。那么，好，你是一个单人业主了。你可以雇人，也可以借钱。赚的钱纳税后就都是你的利润；赔了钱也由你来承担后果——你的债主可能要求你用所有的私人财产来抵债，用法律术语来说，一个单人业主对企业的一切欠债具有“无限的债务责任”。由于你的聪明和能干，你的游戏机企业获得了成功，产品在青少年中风行一时，为了扩大你的事业，你的企业急需筹集资金。银行对你这类企业的贷款条件肯定是相当苛刻的。尽管你使用了各种暂时的办法来筹集资本，你的企业仍然缺乏发展的资金。于是，你想到要找一个合伙人，创办合伙制企业。

为了你的企业发展，你找到一个非常有钱的朋友做你的合伙人，每人都分担一部分工作和资金，分享一定比例的利润，也分摊一定的亏损和债务。由于你与合伙人的共同努力，这个合伙制企业发展很快，生产出了更多、更好的有竞争力的产品，正在逐步发展成为一家大企业。事业的迅速发展，使这家合伙制企业再次面临资金不足

的矛盾。现在你有两种选择：一是增加你的合伙人，二是组建公司。第一种办法当然可以尝试，而且接纳新的合伙人在数量也是没有限制的。但是，合伙制的缺点使它不能成为大企业的组织形式：首先，与单人业主制相同，合伙人对合伙制企业的债务也负有无限责任，一旦企业亏损谁也脱不了干系，这使得合伙制的风险太大；其次，合伙协议会引起买卖份额的法定程序复杂化，只要有一个合伙人发现合同不能令人满意或想退出，就可以使一个合伙制企业解散。同时，没有全体合伙者的一致同意，原有的合伙人把自己的份额转卖给新的加入者——合伙人也是不可能的；最后，由于合伙人众多和无限责任，合伙制也难以通过向许多人借款来为企业筹集资金。于是，你决定选择公司——创办一家股份公司。

你的游戏机生产企业怎样由合伙制变成公司呢？首先，你和你的合伙人很自然地是这家新公司的发起人，由你们来确定未来公司资本构成中由自己认购的股份（不要你们真的付现金，而是用已经形成的相当数量的经营资产，如厂房、计算机、软件、设备、半成品及企业的商业信誉等折成的股份）和向社会发售股份的数量。譬如，为了保持对未来公司的控制，给自己发行 10100 股，向社会发售另外 10000 股。如果把每股的市场价格定为 25 元，每年企业给每股支付 2 元的利息，如果这 10000 股的股票全部售出的话，你就可以为企业筹集到 25 万元的现款，用于企业生产规模

的扩大。持有股票的投资者就成了你企业的股东。很幸运，计划按预想实现了，股票全部售出，你已经为企业筹集到了大量的资金。这种不同于合伙制的办法导致了以下明显有利于你和社会的后果：

——股东对企业只负“有限的债务责任”，每个股东在为每股付出 25 元以后，不再担心其他个人财产在企业亏损时受到损害，你当然也只以你投入公司的资本为限，承担有限的债务责任。

——由股东资本聚集而成的企业变成了公司，是一家符合法律规定，受法律保护的经济实体，可以以公司的名义，而不是股东或所有者的名义去打官司。不管有多少股东，也不管他们的股票卖给谁，卖了多少次，公司都会存在下去；

——由于股东人数众多，股东们不可能为每一个决策而举行会议，于是，他们推选出十几位董事，组成董事会，以便在休会期间代表他们。由于你在这家公司股本中的份额和创办实业的才能，你成了这家公司的董事长。你的合伙人可能由于具有经营才干，经由你主持的董事会的同意，担任公司经理，负责企业日常的生产经营活动。这种情形与议会民主制度下选民与代表机构——议会，以及同执行机构——政府之间的关系是很类似的。

——公司制使大规模的生产方式变得可能而现实。在这个例子中，你的游戏机生产企业最终是通过发行股票的方式实现了规模扩大，因为有

众多的股东来分担大规模经营中不可避免的风险，你的企业一夜之间壮大数倍，因而成一家大公司。其实，你的例子还不是最典型的，设想一下自蒸汽机发明以后，特别是法拉第发明了电以后我们人类在征服、改造、协调自然方面的大手笔——修铁路、开矿山、大型钢铁项目、巨型的轮船、遍及全世界的通讯网络、海底隧道、跨海大桥、火箭升空、宇航空间站等等，如果没有有限责任的公司形成，就不能保证资金被集中到这些单人业主和合伙人连想都不敢想的事业中去，无限责任的巨大风险和天文数字般的投资额足以吓倒任何一个想有所作为的企业家。然而，通过公司制我们一下子做到了。

就这样，你选择了公司，公司也选择了你。你的选择过程正是当今市场巨人的发育史。干下去，谁敢说你的公司将来不能与埃克森石油公司、通用汽车公司、杜邦公司等举世瞩目的大公司齐名呢？

照说关于公司成长历史这个话题我们应该结束了，但是为了给你一个完整的关于公司的历史知识，还有必要告诉你：由单人业主——合伙制——股份公司的演变，是为了帮助你理解而编写的故事，大体反映了公司的成长过程和自身的逻辑。但实际上股份公司的历史已经非常久远，比你爷爷的爷爷的爷爷……的年纪还要大许多呢！据史书记载，早在二、三千年前的古希腊和古罗马时代，就已经发现了原始的股份公司的形态。随