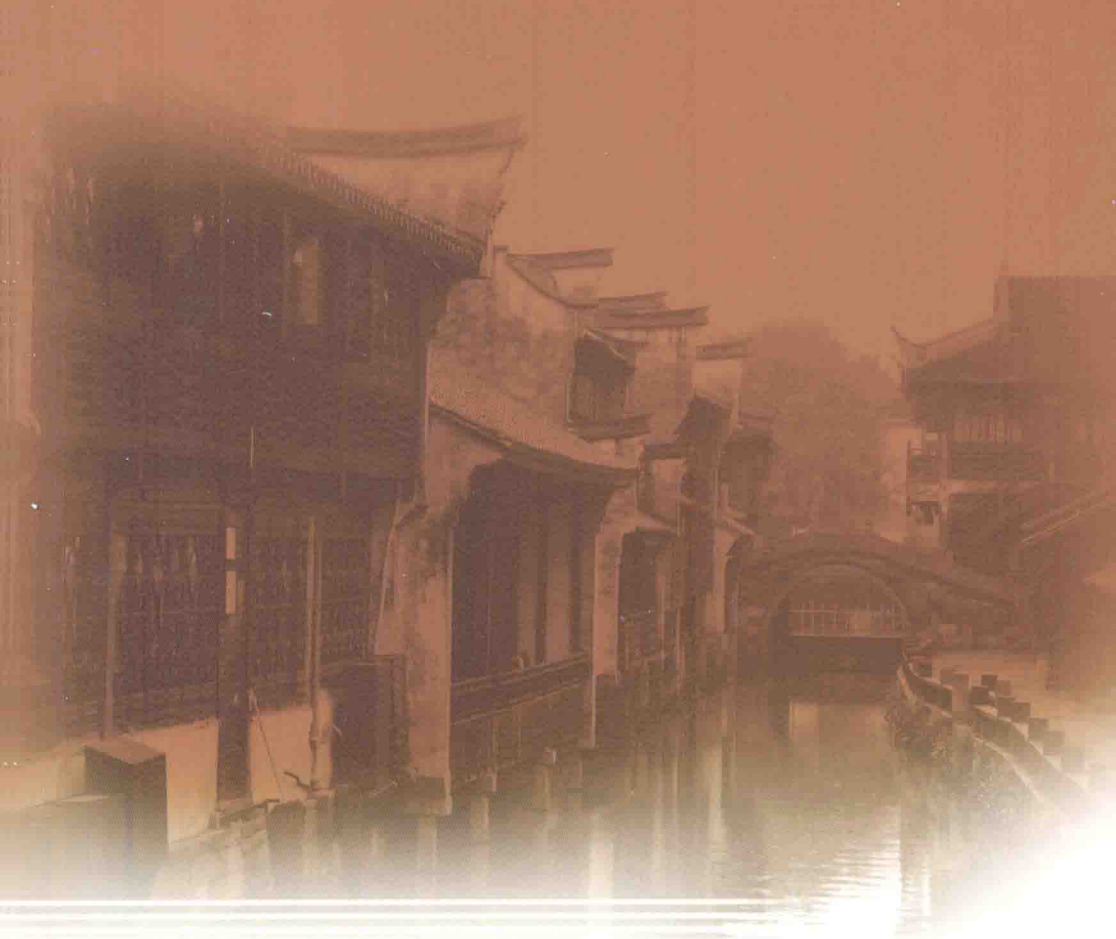




乌家埭报告集



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)



乌家堡报告集



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目(CIP)数据

乌家培报告集/乌家培著. —北京: 社会科学文献出版社,
2014. 7

ISBN 978 - 7 - 5097 - 6083 - 3

I. ①乌… II. ①乌… III. ①经济学 - 文集 IV. ①F0 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 114026 号

乌家培报告集

著 者 / 乌家培

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

责任部门 / 经济与管理出版中心

(010) 59367226

电子信箱 / caijingbu@ssap.cn

项目统筹 / 周 丽 高 雁

经 销 / 社会科学文献出版社市场营销中心 (010) 59367081 59367089

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

责任编辑 / 高 雁 黄 利

责任校对 / 师敏革

责任印制 / 岳 阳

印 装 / 三河市尚艺印装有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/20

版 次 / 2014 年 7 月第 1 版

印 次 / 2014 年 7 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978 - 7 - 5097 - 6083 - 3

定 价 / 49.00 元

印 张 / 12.8

字 数 / 220 千字

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社读者服务中心联系更换

 版权所有 翻印必究



作者近照

作者简介

乌家培，1932 年出生，浙江宁波人，经济学家，中国数量经济学和中国信息经济学的开拓者和倡导者。1955 年毕业于东北财经大学统计系。1955 ~ 1982 年在中国科学院（后为中国社会科学院）经济研究所任实习研究员、助理研究员、副研究员、研究员，曾为数量经济研究室主任。其中，1980 ~ 1982 年为美国宾夕法尼亚大学访问学者。1992 ~ 1993 年期间，应邀赴日本大阪大学社会经济研究所任客座教授。1985 ~ 2002 年任国务院学位委员会第二、三、四届经济学、应用经济学学科评议组成员。国家自然科学基金委员会管理科学部第一、二届专家咨询委员会委员。长期从事经济数量关系及其变化规律研究，率先推动全国经济预测和宏观调控研究；致力于信息的经济研究、信息经济的研究、信息与经济间关系的研究，最早提出正确处理信息化与工业化的关系，以及发展电子商务、电子政务的重要性。出版《经济数学方法研究》《经济信息与信息经济》《信息社会与网络经济》等十多部专著，主编、编著、翻译其他十多部著作。前三项成果先后于 1984 年、1992 年、2003 年获“孙冶方经济学奖”、国家计委科技进步奖、第六届国家图书奖等。在所述两门学科研究的基础上，倡导从研究方式、方法和组织方面对经济研究进行革新，还倡导在经济科学与自然科学之间建立联盟关系。1979 年创建中国数量经济学会，1983 年筹建中

国社会科学院数量经济与技术经济研究所，并创办《数量经济技术经济研究》杂志，1984年、1986年在中国社会科学院建立全国第一个数量经济学专业硕士点、博士点，培养了一大批人才，被日本学者矢吹晋称为“中国从事数量经济学研究第一人”（《日中经济协会会报》1985年第7期）。1989年创建中国信息经济学会。曾任国家信息中心总经济师、副主任，兼任信息经济与技术研究所（原名“信息科学与应用研究所”）所长，曾为国家信息化办公室专家委员会委员。1990年至今先后任中国信息协会副会长、特约副会长。自2001年起，应邀至华侨大学任特聘教授，任经济与金融学院、工商管理学院名誉院长，为数量经济学、企业管理两个专业的博士研究生上课、开讲座，指导论文写作。不久后又应邀至江西财经大学任信息管理学院名誉院长，在此前后，还曾任中国社会科学院第二、三届学位委员会委员、清华大学现代管理研究中心学术委员会委员、吉林大学数量经济研究中心学术委员会主任，以及清华大学、中国人民大学、南京大学、复旦大学、中国科技大学、同济大学、中山大学、西安交通大学等40多所高等院校不同期限或长期的兼职教授、特邀教授、客座教授、顾问教授、名誉教授等。

序

从 2001 年起，我应华侨大学时任校长吴承业教授之邀请，为该校特聘教授，并任该校经济管理学院名誉院长，同时指导与培养数量经济学博士生。2004 年经济管理学院一分为三，我仍任其中的经济与金融学院、工商管理学院两个学院的名誉院长，除了在前一个学院带数量经济学专业的博士生外，还在后一个学院带企业管理专业的博士生。迄今为止，我先后培养出上述两个专业的博士生已超过 10 名。

从 2003 年起，我除了继续给博士生授课外，还给包括硕士生在内的全部研究生作专题报告，报告题目根据学生需要和资料可能由我自己选定。2005 年，在我左眼因视网膜脱落修复后一直只有光感的同时，右眼又因用眼过度而出了问题，这次是视网膜脉络膜上长了新生血管膜，经医生医治后病情保持稳定，没有致盲，但视力已无法恢复，再也不能看书了。不得已，我就没再讲课了，但报告照作，减少到每学期在两个学院各作一次。

我作报告，都采用演示稿（Power Point），我写演示稿，有一个习惯，不是写成提纲，而是写成言简意赅的成文稿，每个点就是意思相对完整的一个段落，各点之间有一定的逻辑关系，因此去掉点号，保留每个部分的标题，就是一篇比较完整和连贯的文章。

本报告集由我在 2003 ~ 2014 年 12 年的时间内为华侨大学上述两个学院的研究生所作的 39 个专题报告的演示稿辑录而成。为节省篇幅和便于阅读，我把演示稿改版编排成文稿，并把其中一个报告的演示稿原样选登于附录中，以反映其他演示稿的类似面貌。在这些报告中，有些报告如《数据管理、信息管理、知识管理以及三者关系》《大数据与商务模式》《我国数量经济学发展的昨天、今天和明天》《从经济人到社会人》等还分别在国家信息中心、江西财经大学、重庆工商大学、中国信息经济学会作过报告。有些报告如《管理转型与转型管理》《企业核心竞争力研究与管理》《三网融合的历史与现实》等，由于为一些期刊编辑所看中，经修改后曾在《学术月刊》《技术经济与管理研究》《中国信息界》等杂志上发表过。

我在华侨大学作报告，每次用 2 ~ 3 小时，因为报告后还有提问、回答以及讨论。从与同学的互动中我也受到较多的启示。例如，有一次讨论企业竞争力时，有位已毕业的同学，谈起他自己开酒家创业的经历，举了一个同业竞争与合作中友情可贵的实例，引起全场关注。

以往作报告前我总要印发若干参考资料给研究生，以供他们中感兴趣的研究生进一步学习和研究之用。由于当时没有想到现在要出书，所以这些参考资料没有保存下来，无法在每篇报告后加以注明。但我对当时写演示稿所用参考资料的提供者，仍要表示由衷的感谢。至于报告的内容中如有错误，该由我个人负责。

为了让读者了解每次报告的历史背景，在报告稿后我都加注了写作年月。我根据报告时间的先后，排列了一个目录，以反映整个报告活动的全貌。同时，我还根据报告的不同内容排列了另一个目录，在这个目录中，前 18 篇报告稿与宏观经济及其管理、数量经济学有关，后 21 篇报告稿则与微观经济及其管理、信息经济学有关，这样便于读者根据个人需要查阅相关的报告稿。该目录我把它放在附录内。

最后，我要特别感谢我的夫人傅德惠女士，由于我于 2005 年成了一个准盲人，阅读书籍、报刊则是“视而不见”，因此需要借助她的眼睛，帮我念资料，改正已写成的演示稿，给我抄写和校对，完了还把稿子录音，让我反复听，以加强记忆去盲讲，每一道“工序”都有她付出的辛勤劳动。应当说，本报告集之所以能出版，是我们两个人完美合作的结果。

2014 年 3 月 16 日

于华园

目 录

CONTENTS

1 信息产业与信息经济	1
2 信息内容开发与信息内容产业发展的法治与规制问题	5
3 数据管理、信息管理、知识管理以及三者关系	14
4 经济学、管理学和金融学的关系	25
5 论信息化活动的管理	28
6 管理转型与转型管理	36
7 自主创新的研究与管理	42
8 自主品牌的研究与管理	46
9 企业核心竞争力研究与管理	51
10 企业战略的研究与管理	56
11 我国数量经济学发展的昨天、今天和明天	65
12 企业的社会责任研究	75
13 企业的社会资本及其重要性	79
14 用知识管理提升企业竞争力	83
15 管理研究中的案例研究方法	92
16 改革开放的回顾与见证	96
17 关于企业家创新的思考	102

18	我国经济预测发展的回顾与见证	106
19	企业文化与企业管理	114
20	全球金融危机对我国数量经济学发展的启示	118
21	物流与物流管理	124
22	关于宏观调控的思考	129
23	加快转变经济发展方式之我见	135
24	三网融合的历史与现实	141
25	物联网产业及其发展	147
26	关于中国模式的思考	152
27	从经济人到社会人	158
28	企业家领导力及其重要性	162
29	美债危机说明什么	167
30	关于人民币国际化问题	171
31	关于企业理论之探讨	176
32	中等收入陷阱探秘	181
33	云计算与企业管理	186
34	大数据与商务模式	191
35	走新型城镇化之路	196
36	关于新型工业化之思考	201
37	怎样看营销的重要性与科技化	206
38	上海自由贸易区及其对金融改革开放的影响	211
39	关于企业利润源的讨论	217
	附录一：按内容排序目录	222
	附录二：演示稿原样之一选登	224
	主要著、译目录	243



信息产业与信息经济

一 信息产业的出现与界定

（一）信息产业出现的原因

从供给方面来看，是信息技术和信息资源产业化的结果。从需求方面来看，是社会进步、经济发展、人民生活水平和质量提高，对信息及其技术引发大量需求激增的结果。

（二）信息产业的一般性与特殊性

一般性：介于微观经济细胞和宏观经济总体之间具有信息属性的中观产业经济活动的集合。

特殊性：各国学者的不同认识：

- （1）头脑产业；
- （2）液态混合体——第四产业；
- （3）产业的产业；
- （4）有高技术性、风险性等特点的产业；
- （5）强渗透性与高认知性相结合的有知识优势的产业。

（三）信息产业的界定

传统信息产业与现代信息产业的区分和融合；信息技术产品和

装备业、信息内容提供和服务业的总和；我国的电信产业和电子信息产业；集成电路产业和软件产业是信息产业的基础和核心。

二 信息产业在国民经济中的地位和作用

（一）信息产业的地位

影响经济发展全局、反映产业升级方向，有“发动机”“助推器”“倍增剂”“黏合胶”之称。以我国信息产业为例，至 20 世纪末已成为“第一支柱产业”：

- （1）增长速度最快；（2）销售总额最大；
- （3）盈利状况最好；（4）出口总值最高；
- （5）对经济贡献最多。

（二）信息产业的作用

1. 有利于加快经济发展和转变增长方式；
2. 有利于传统产业改造升级和优化经济结构；
3. 有利于实现可持续发展；
4. 有利于基本实现工业化、大力推进信息化、加快建设现代化；
5. 有利于完成中华民族复兴的伟大使命。

三 信息产业发展的趋势与规律

（一）信息产业的发展趋势

1. 产品生产规模化、超大规模化；
2. 产业技术数字化、网络化、智能化；
3. 企业集团化、跨国公司化同小型化、微型化并存；
4. 产业界限模糊化；

5. 竞争领域集中化；
6. 产业分工全球化、梯级化；
7. 对信息产业的领导日趋高层化。

（二）信息产业的发展模式

主要有：美国模式，日本模式，韩国模式，印度模式，爱尔兰、以色列和台湾地区等其他模式。

（三）信息产业的发展规律

1. 收益递增机制及其形成原因。
2. 多种经济性效应机制：
 - （1）规模经济；（2）范围经济；（3）差异经济；
 - （4）成长经济；（5）时效经济。
3. 空间集聚效应机制。
4. 经营性垄断机制。

（四）发展信息产业的措施

这可概括为“十抓”：

1. 抓应用，促发展；2. 抓研发，上档次；
3. 抓创新，有“灵魂”；4. 抓协调，易整合；
5. 抓标准，求统一；6. 抓法规，好治理；
7. 抓组织，夯基础；8. 抓融资，保循环；
9. 抓外资，通全球；10. 抓人才，是关键。

四 信息经济的含义与特点

（一）信息部门经济及其特点

狭义的信息经济即信息产业经济，它有五性：

1. 综合性。

(1) 制造业与服务业相混合；(2) 物质产品与精神产品相融合；(3) 物质文明与精神文明相结合。

2. 集约性。

3. 高技术性。

4. 高增值性。

5. 可持续性。

(二) 信息社会经济及其特点

广义的信息经济即信息社会的经济形态。

它有“五型”和“五化”的特点：

“五型”为：(1) 知识型；(2) 创新型；(3) 融合型；(4) 互联型；(5) 紧迫型。

“五化”为：(1) 全球化；(2) 数字化；(3) 虚拟化；(4) 分子化；(5) 中空化。

(三) 信息经济及其多种称谓之间的关系

1. 认识角度不同：

数字经济，从 ICT 二进制数字特征的角度；

网络经济，从 IR 和 IT 具有网络特征、网络效应的角度；

知识经济，从知识在经济发展中起重要作用的角度；

新经济，从信息经济有别于传统经济的新特点的角度。

2. 信息经济与知识经济的比较：

(1) 基本点相同：从根本上、源泉上、方向上看。

(2) 不同点在于：科技背景的局部与全部；知识内容的侧重点；产业构成的层次性。

(2003 年 11 月，本报告原名为《信息产业、信息经济、信息管理》，因部分内容与另一个报告有重复，故作了较大的删节。)

2

信息内容开发与信息内容产业发展的法治与规制问题

一 信息内容开发与信息内容产业发展需要良好的法规环境

一般所说的信息内容，既包括有载体的信息产品，其生产与消费的过程是分离的，又包括无载体的信息服务，其生产与消费的过程则是同一的。把信息内容商品化、市场化、产业化，就有了信息内容企业和信息内容产业，后者是前者的集合，它们是营利性组织。当信息内容构成公共品，生产或提供它的单位就成了信息内容事业，而这是具有公益性的非营利组织。这里讨论信息内容开发，也讨论信息内容产业，但不讨论信息内容事业。

信息内容及其产业，有传统的和现代的之分。所谓传统的信息内容，是指尚未数字化的，在网下脱线进行开发、传递和利用的信息产品或服务。所谓现代的信息内容，则指数字化的在线联网的信息产品或服务，其中，一部分是由传统信息内容通过数字化生成的，另一部分直接产生于互联网的平台上，这两部分信息内容的发送和接收处于一种互动的状态。这样的信息内容企业或产业，通常还包括支持信息内容生产和营销的现代信息技术及其服务。

尽管信息内容产业在各国有不同的叫法，如在欧盟称为“数字内容产业”，在澳大利亚称为“创意性内容产业”（Creative Content Industry），在加拿大称为“电子内容产业”，等等，但在主要发达国家从工业社会向信息社会转型的信息化过程中，这些国家的政府都在信息技术产业长足发展之后，把信息内容产业列为新的经济增长点和提高国家竞争力的关键产业，并纷纷制订和实施发展信息内容产业相应的战略、规划、计划。以欧盟为例，他们力图在近期围绕开拓有活力的数字内容市场、生产与多种语言和多元文化的环境相适应的数字内容产品、提高公共部门信息的访问率并扩大该信息的使用范围等三个主线来发展信息内容产业。据某一国际著名研究机构预测，在 2006 年前后，随着宽带接入的普及，世界信息内容市场将进入高速发展阶段，其年增长率可达到 30% 以上。

信息内容产业是一群高技术、高智力、高增长、高附加值产业，它的种类繁多、应用广泛、综合规模大、价值链特别长。信息内容产业同生产文化产品和提供文化服务的从事文化艺术、文化出版、文化旅游、广播影视等经营活动的文化产业关系密切，既有交叉，又有重叠。按照世界著名的北美产业分类体系（NAICS），整个经济被分成 20 个大类（每类以两位数的编号来表示），其中一个大类就是编号为 51 的信息与文化产业，它从事信息与文化产品的生产与销售活动，并提供传递这些产品的手段和用这些产品进行装备的途径。在该分类中，信息内容产业又被称为多媒体交互式数字内容（MIDC）产业。该产业的产出与文化产业的产出相互渗透和互换。由于产出的内容越来越多地同各种媒介（如话音、数值、文字、图像、动态影视等）相结合，这些媒介进一步衍生出不同的内容，使严格区分各种产出的行业归属因存在混业经营而更加困难了。

社会对信息内容的需求具有多样化、个性化和高知识性、常易变性等特点，而信息内容的供给依赖于长时期艰苦的创造性脑力劳动，但其质量在使用前不易鉴别和确定，且供需双方之间由于信息极不对称需有更多的信用保障，以免影响正常的销售活动。信息内