

杨晓堂
主编

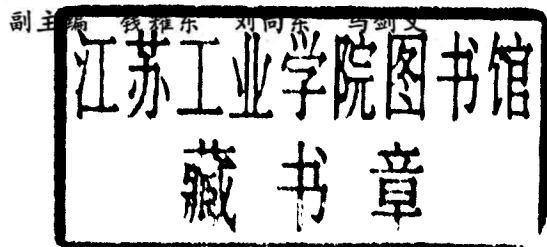
中国企业： 创新与发展

中国科学技术出版社

现代管理论苑

中国企业：创新与发展

主 编 杨晓堂



中国科学技术出版社

内 容 提 要

本书从企业的角度，重点论述以技术创新为主轴的企业创新理论，以技术创新为主线贯穿全书。首先从硬件方面论述企业的技术创新、产品创新和市场创新，然后从软件方面探讨企业的组织创新、文化创新和人才创新，最后分析既具有生产力的自然属性，又体现生产关系的社会属性的管理创新，书中各章还穿插讨论作为搞活企业的外部环境创新问题。全书视野开阔，广引博证，通过对国内外众多成功企业创新实践的调研、剖析和借鉴，探求中国企业创新与发展之路。

本书内容翔实，观点新颖，不仅理论性强，而且具有很好的实际操作和指导价值，可供广大企业管理人员、经济管理工作者和高等院校经济与管理专业师生参考阅读。

中国企业：创新与发展

杨晓堂

◆

中国科学技术出版社出版（北京海淀区魏公村白石桥路32号）

新华书店北京发行所发 地新华书店经售

江苏省邮电 印刷

◆

开本：850×1168毫米 1/32 印张：9.25 插页：2 字数：238千字

1991年8月第一版 1991年8月第一次印刷

印数1—3520册 定价：6.85元

ISBN 7—5046—0557—3/F·58

《中国企业：创新与发展》编委会

主 编 杨晓堂

副主编 钱耀东 刘向东 马剑文

编 委 史君维 张耀明 薛正民 戈国文

朱建文 周卜伟 周雪定 傅德铭

序 一

在现代社会经济生活中，企业是国民经济最活跃的“细胞”，是现代社会的经济主体。在社会主义有计划商品经济的条件下，商品的生产、流通和消费，资源的合理配置和有效利用，科学技术向现实生产力的转化，以及众多社会财富的创造等，都必须依靠企业来实现。因此，要大力发展社会主义有计划的商品经济，促进社会生产力的迅速增长，就必须加速企业发展，推动企业不断进步。

如何加速企业发展，推动企业进步？关键的一条就是要大力开展企业创新活动，使企业在创新中发展，在发展中创新。

创新，是时代发展的主旋律。当今世界，科学技术突飞猛进，社会经济日新月异。特别是自本世纪八十年代以来，在世界新技术革命浪潮的猛烈冲击之下，一场科技与经济交织在一起的激烈竞争正在全球展开，使经济技术的各个领域都在飞速地改变着面貌。在这时代的严峻挑战面前，各国都在调整各自的社会经济技术发展战略，都把企业创新放在了极为重要的战略地位。企业创新不仅能为企业自身带来超额利润（因为创新初期，竞争者不会立即出现，创新企业可以获得超额利润；随着模仿者的不断增多，一种创新活动所带来的超额利润便会逐渐消失，但企业可以通过开展新的创新活动，获取新的超额利润，如此循环不已），而且一个企业的创新活动必然波及相关企业，从而形成众多企业相互竞争的创新浪潮，推动整个社会生产水准的不断提高。也就是说，企业创新不仅是加速企业自身发展的活力源泉，而且还是加速整个现代社会经济技术发展的重要动力。

作为中国企业，如何来加速企业的创新与发展呢？长期工作在企业第一线的原国家特大型企业——金陵石化公司总经理、现任江苏省常州市人民政府市长的杨晓堂同志，结合自己从事企业创新实践的亲身体会，主编了《中国企业：创新与发展》一书，通过系统的理论研究和具体的实证分析，对这一问题作了较为深入的阐述。全书以技术创新为主线贯穿始终，提出了开展以技术创新为主轴的企业创新理论，并认为企业创新不仅仅局限于技术创新和产品创新，还包括企业的市场创新、组织创新、文化创新、人才创新、管理创新等经营管理全过程各方面的创新内容。全书认为，技术创新是企业发展的根本动力，产品创新是企业发展的核心，市场创新是企业发展的关键所在，组织创新是企业发展的效率支柱，文化创新是企业发展的必要保证，人才创新是企业发展的活力源泉，管理创新是企业发展的必由之路，宏观环境创新是企业创新与发展的必然要求。

这本书在各章具体展开论述的过程中，提出了许多新的观点，并精选了许多具有较强说服力的中外企业创新实践的典型事例加以佐证，给人以启发。不仅具有一定的理论价值，而且具有强烈的实际意义。

衷心祝愿这本书的出版，能对我国企业创新与发展的理论研究和具体实践产生积极的推动作用。

孙 尚 清

1991年8月于国务院发展研究中心

序 二

纵观当今世界，科学技术与经济建设正以前所未有的紧密程度结合在一起。作为国民经济的基层组织和现代科技与经济相结合基本落脚点的企业，面临日新月异的世界新技术革命浪潮的猛烈冲击和日趋激烈的经济全球化竞争的严峻挑战，处于不进则退的境地。唯有不断创新，才是加速企业发展的根本出路。

如何开展企业创新、促进企业发展？杨晓堂同志主编的《中国企业：创新与发展》一书，以其严谨的规范研究和生动的实证分析，对这一问题作了系统而又深入的阐述。全书具有以下特色：

第一，选题十分新颖，紧紧扣住当代企业发展的关键问题——“企业创新”来进行系统而又深层次的分析，主张以企业创新来推动企业发展，并充分注意到了科学技术作为第一生产力的巨大作用。作者从生产力与生产关系的辩证关系原理出发，认为对于企业来说，制度创新所要解决的主要是生产关系方面的问题，技术创新主要解决的是生产力方面的问题。因而制度创新只是手段，技术创新才是目的，制度创新要为技术创新服务。我国进行的经济体制改革是社会主义生产关系的自我完善，然而从企业这一微观层次来看，当前探讨较多的主要是制度创新方面的问题，而技术创新却并未随制度创新而同步发展。因此，该书提出了以技术创新为主轴的企业创新理论。这一有关论述企业创新与发展问题的专著，在国内确属一本开拓性的著作。

第二，结构严谨，系统性好，理论性强。本书在从技术创新和制度创新两个方面对中外企业创新的理论进行了系统介绍与评

析之后，重点从企业自身的角度，论述其所提出的以技术创新为主轴的企业创新理论，以技术创新为主线贯穿全书。首先从“硬件”方面论述企业的技术创新、产品创新和市场创新；然而从“软件”方面探讨企业的组织创新、文化创新和人才创新；最后分析既具有生产力的自然属性、又体现生产关系的社会属性的管理创新。书中还结合讨论了作为搞活企业的外部环境创新问题。

第三，观点新颖，内容翔实，不仅提出了许多新的见解，而且还列举了大量国内外企业创新的实例加以佐证，从而使全书论点突出，论据充分，论证有力。

第四，理论联系实际，不仅广为吸收中外企业创新理论之精华应用于我国企业之实际，而且较好地总结了我国优秀企业的创新经验并上升到理论高度，提出了一系列切合我国企业实际的创新观点和方法，并具有较好的可操作性和实际指导价值。

第五，全书文字流畅，语言精炼，层次分明，各部分内容环环相扣，论述深入浅出，使全书充满了勃勃的创新气息，读来引人入胜。

总之，在国内，该书还是第一本系统论述有关企业创新与发展问题的专著。作者从理论和实践的结合上在这方面作了一定的开拓性研究和深层次分析，写成的这本书无论是对经济理论工作者，还是对企业实际管理人员来说，都是值得一读的好著作。

夏 兴 园

1991年8月于中南财经大学

前 言

《中国企业：创新与发展》是我国社会主义微观经济运行机制研究中的一个重要课题，我们对此课题作较为系统而又深入的理论研究和实证分析，提出以技术创新为主轴的企业创新理论，包括企业的技术创新、产品创新、市场创新、组织创新、文化创新、人才创新、管理创新等生产经营管理全过程的创新，主张以企业创新为动力，促进企业发展、乃至推动整个社会经济的腾飞。全书力求理论联系实际，内容翔实，观点新颖，并具有实际操作指导价值。

本书由杨晓堂任主编，钱耀东、刘向东、马剑文任副主编。参加本书著写的作者有：杨晓堂、钱耀东、刘向东、马剑文、史君维、张耀明、薛正民、戈国文、朱建文、周卜伟、周雪定、傅德铭、曹佩珍、赵春芳。

在本书的编著出版过程中，我们得到了许多同志的大力支持。在此，我们衷心感谢我国著名经济学家、国务院发展研究中心副主任孙尚清先生在百忙中顾问本书并欣然为之作序；我们还要感谢给予本书精心指导并挥毫作序的中南财经大学经济研究所所长夏兴园教授、给予热情帮助的国务院发展研究中心研究员马建堂博士、对本书质量严格把关的责任编辑林方时、王宇光同志。此外，我们在参阅大量资料的基础上，有选择地吸收了国内外一些管理学者的研究成果，在此一并深表谢意。

最后，我们向所有关心、支持和帮助本书编著出版的同志表示衷心的感谢！

编 著 者

1991年8月13日

目 录

序 一	孙尚清 (2)
序 二	夏兴园 (4)
前 言	(6)
第一章 导 论	(1)
第一节 加速创新：中国企业发展的当务之急	(2)
第二节 博采众长：国外企业创新理论借鉴	(4)
第三节 融合提炼：确立以技术创新为主轴的企业创新理论	(11)
第二章 企业发展的根本动力：技术创新	(15)
第一节 技术创新的立足基点：确立企业在技术创新中的主体地位	(15)
第二节 技术创新的根本动力：世界新技术革命的综合催化效应	(23)
第三节 技术创新的基本方向：从传统技术向高技术转换	(26)
第四节 技术创新的必要保证：完善企业技术创新机构	(35)
第五节 技术创新的有效途径：重视技术创新能力的引进	(42)
第六节 技术创新的催化媒介：迅速发展技术市场	(44)

第七节	技术创新的三大法宝：企业自立、转轨变型 与优化竞争环境·····	(48)
第三章	企业发展的重要核心：产品创新·····	(56)
第一节	档次创新：从传统技术产品向高技术产品发 展·····	(56)
第二节	质量创新：从一般质量产品向优质低耗产品 发展·····	(58)
第三节	功能创新：从单一功能产品向多功能产品发 展·····	(63)
第四节	品种创新：从单一品种产品向系列化产品发 展·····	(66)
第五节	类型创新：从仿制、改进型产品向换代、独 创型产品发展·····	(69)
第六节	形态创新：从重、厚、长、大产品向轻、薄、 短、小产品发展·····	(73)
第四章	发展的关键所在：市场创新·····	(81)
第一节	洞察市场：随时把握市场变化趋势·····	(81)
第二节	细分市场：择优运用市场定位策略·····	(85)
第三节	发展市场：组合运用市场营销策略·····	(89)
第五章	发展的效率支柱：组织创新·····	(101)
第一节	组织创新：理论演进与三大依据·····	(101)
第二节	组织设计：传统原则与现代要求·····	(103)
第三节	组织设置：跨度、编制与效率·····	(116)
第四节	组织变革：策略选择与阻力消除·····	(120)
第五节	组织变革：结构优化与功能强化·····	(126)
第六节	组织发展：集团化与微型化·····	(134)

第六章 企业发展的必要保证：文化创新·····	(146)
第一节 企业文化：现代企业之魂·····	(146)
第二节 国际瞭望：各国企业文化发展的特点比较··	(152)
第三节 国内透视：我国企业文化发展的动态分析··	(170)
第四节 理性思维：我国企业文化创新的基本思路··	(178)
第七章 企业发展的活力源泉：人才创新·····	(190)
第一节 人为中心：努力形成公平竞争的良好环境··	(191)
第二节 创造条件：加速促进企业家阶层的形成····	(201)
第三节 人尽其才：充分发挥“技术结构阶层”的群 体功能·····	(220)
第四节 当务之急：迅速提高企业职工的技术素质··	(227)
第五节 职工至上：积极依靠工人阶级办好社会主义 企业·····	(238)
第八章 企业发展的必由之路：管理创新·····	(246)
第一节 管理思想创新：从战略计划走向前景管理··	(247)
第二节 管理方法创新：从单项管理走向整体优化··	(250)
第三节 管理手段创新：运用计算机辅助企业管理··	(261)

第一章

导 论

我们生活在这样一个时代，即有效创新的能力已经成为事业成功的基本决定因素。如果竞争就是创新，就是创造和改进产品、服务以及加工过程，那么，不创新就是死亡……如果一个企业不知道留任最能干和最富有创新精神的人，那么，很快地、不知不觉地，这个企业便会充斥着一些活死人。许多今天庞大的企业，三十年后就会消失！

——一位美国管理专家的警世通言

第一节 加速创新：

中国企业发展的当务之急

人类近代每一次生产方式的重大转变，都是在大规模的技术创新和传播扩散中进行并完成的。今天，伴随着风靡全球的世界新技术革命而来的，是科技创新突飞猛进的滚滚洪流。无论是发达国家还是发展中国家，面对新技术革命浪潮的巨大冲击，都在不约而同地作出新的抉择：确立企业在社会经济技术发展中的主体地位，以企业创新来有效促进整个社会经济技术的腾飞。

当今各国的企业，是世界科学技术成果的主要吸收者和市场运行的主体。一方面，它们受到世界新技术革命浪潮的巨大冲击，科技的不断进步、知识的爆炸、社会需求的多样化和高级化、产品的迅速换代、劳动者特别是企业领导干部素质的不断提高，以及新的组织管理原则和方法的产生和应用，都迫切要求现代企业不断地增强自身的创新能力。今天，科技进步的速度比以往任何时候都快得多，而且越来越快。在科技进步的推动下，越来越多的产品和服务的寿命周期都大为缩短。在工业发达国家市场上销售的商品约有55%是十年前不存在的，在十年前的商品中有40%以上已被淘汰。那些挥发性药品和电子产品，则往往在不到半年时间就过了时，一种新的大规模集成电路的平均寿命也只有三四年。在产品老化如此之快和社会需求多样化及高级化的形势下，企业要突飞猛进，加速发展，并保证自己的产品和服务在国内外市场上占据优势，在竞争中获胜，必须要有较强的创新能力。另一方面，它们还面临着由于经济全球化而导致的世界经济形势瞬息万变的局面，市场竞争日趋激烈。在严峻的营销环境中，企业都必须接受适者生存、优胜劣汰的竞争规律的洗礼，因循守旧、抱残守缺，必然使企业失去活力，而终至破产倒闭。反之，倘能独辟蹊径，刻意求新，即便是处于逆境中的企业也能枯木逢春，转危为安。

然而,我国目前许多企业所处的环境条件和创新意识与能力都不能达到上述要求。从整体来讲,企业缺乏创新动力,这是企业加速发展所面临的最大问题。首先,企业缺乏不断创新的经济实力。我们知道,技术开发经费占产品产值的比例,是标志技术密集程度的重要指标。有调查表明,在我国除个别行业外,绝大多数行业的这一比例都低于国外同行业平均水平。其中,冶金、化工、机械、电子等行业分别为0.5%、1.1%、1%、5.5%。而国外同行业水平则依次为1.5%、3.3%、4.5%、10%。所以有72%的厂长认为缺少经费是影响企业技术创新的首要因素。其次,带着几十年墨守成规的单一指令性计划的巨大惯性,企业缺乏技术创新的需求。我国长期以来经济增长有30%靠劳动力投入,51%靠资金投入,只有9~12%靠技术投入。因此,企业技术创新的机制无法形成。对全国6493个大中型工业企业的调查表明,新产品的产值和销售额仅占其工业总产值和产品销售总额的7.7%和7.4%。“短缺经济”的现象使相当多的企业没有技术创新的需求。我国实行“改革、开放”政策之后,许多企业积极发展外向型经济,努力投身于日趋激烈的国际市场竞争。然而,随着世界经济多元化结构的发展,国际市场的区域化结构日益严密,相互间壁垒森严,以邻为壑,没有谁肯让出市场给我们的企业进入。即使参与国际分工,一些发达国家因在劳动密集型的产品领域不具备优势,不得不转移到其它领域中去,以牟取最大的收益。在这部分市场上,我们也面临着第三世界国家的竞争。况且,劳动密集型产品价格低廉,款式陈旧,功能单一,技术含量不高,故对技术进步、提高效益和企业创新均为不利。因此,面对世界新技术革命和经济全球化的严峻挑战,我国企业迫切需要加快建立和完善以技术创新为主要特征的企业创新机制,不断推出适应国内外需求的新产品,开拓新市场,使企业迅速走上创新发展的必由之路。

第二节 博采众长：国外企业创新理论借鉴

理论是实践的先导。企业要创新，首先必须对企业创新的理论有一个全面而又深刻的认识。

企业创新的理论是由美籍奥地利人、世界著名经济学家约瑟夫·阿罗斯·熊彼特首先提出来的。他认为，所谓“创新”，就是“建立一种新的生产函数”，即实现生产要素和生产条件的一种从未有过的“新组合”，并引入生产体系。只有引入到生产实际中的发现与发明，并对原有生产体系产生震荡效应，才是创新。这种创新的概念，一般包含制造新的产品、采用新的生产方法、开辟新的市场、获得原材料的新来源、实现企业的新组织等五个方面的内容。

围绕这五个方面展开的创新活动有一个共同的特征，那就是强烈的利润动机和潜在的赢利前景。创新概念实质上是把生产力的进步作为经济和社会发展的动力。熊彼特把竞争机制升华为创新机制，从而使人们更为准确地把握现代经济发展的脉搏。他还认为：创新不同于发明，它是一个经济概念，而不是一个技术概念。一种新的发明，只有当它被应用到经济活动中去时，才成为创新。发明家不一定是创新者，只有那些敢于冒风险，第一个把发明引入生产体系的人才创新者，也就是企业家。企业家是创新活动的倡导者和实行者。在熊彼特那里，静态中的经济主体是经济人，动态中的经济主体则是企业家或创新者。企业家与一般的企业经营管理者也是不同的，普通企业的经营管理者只是按照传统方式经营管理企业，而企业家则敢于承担风险，有进取精神，不因循守旧，不断地倡导和进行创新活动。熊彼特的创新理论，不仅在本世纪上半期的西方经济学界产生过重大影响，而且近几十年仍然存在着重大影响。

在熊彼特之后，众多的学者循着熊彼特所开创的研究道路深

入探索下去。迄今为止，虽未有人能在熊彼特所讨论的各个问题上提出自己的全新见解，但却从不同角度针对某些问题发展了他的观点。从而构成了国外创新经济学的两大部分：即以技术变革与技术推广为对象的技术创新经济学和以制度变革与制度形成为对象的制度创新经济学。

国外经济学者沿着熊彼特技术创新方向探索发展的企业创新理论的主要内容有：

一、模仿论

美国经济学家曼斯菲尔德在新技术推广问题上填补了熊彼特创新理论中的一个空白——技术创新与模仿之间的关系，以及二者变动的速度。为了研究同一部门内技术推广的速度和影响技术推广的各个经济因素的作用，曼斯菲尔德首先明确四个假定：一是处于完全竞争的市场条件之下；二是专利权的影响很小；三是在新技术推广过程中新技术本身不变化；四是企业规模的大小差别不至于影响采用新技术。根据这些假定，在一定时期内，一定部门中采用某项新技术的企业增加的程度由三个基本因素决定：一是模仿比例，即一定时期内某一部门中采用新技术的企业数与总企业数之比。模仿比例越大，意味着有关采用新技术的情报和经验越多，模仿的风险就越小，对其他未采用该种新技术的企业推动力也越大；二是采用新技术的企业相对盈利率越高，模仿的可能性就越大，企业越愿意采用新技术；三是采用新技术所要求的投资额，在相对盈利率相同的条件下，投资额越大，资本供给与筹集就越困难，模仿的可能性也就越小。

二、扩散模式论

技术扩散主要包括三方面的内容：一是企业内的扩散；二是企业间的扩散；三是国际间的扩散。企业内的扩散有两种基本方法。第一种是流行病模型，企业没有“传染”的部分更容易得病（接受新技术），扩散的速度则决定于其财务特性（利润和成本）。第二种是通过经验来学习。企业间扩散的理论大约分为三