

《上海企业家丛书》

# 新 经 济 与企业制胜之道

李 哲 编著

*Xin Jingji Yu Qiye  
Zhisheng Zhidao*



立信会计出版社

《上海企业家丛书》

# 新 经 济 与企业制胜之道

李 哲 编著

立信会计出版社

## 图书在版编目 ( C I P ) 数据

新经济与企业制胜之道/李哲编著. —上海:立信  
会计出版社,2003.1

ISBN 7-5429-1051-5

I. 新... II. 李... III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 110526 号

---

出版发行 立信会计出版社  
经 销 各地新华书店  
电 话 (021)64695050 × 215  
(021)64391885(传真)  
(021)64388409  
地 址 上海市中山西路 2230 号  
邮 编 200235  
E-mail lxaph@sh163c.sta.net.cn

---

印 刷 上海申松立信印刷厂  
开 本 850×1168 毫米 1/32  
印 张 7.5  
插 页 2  
字 数 179 千字  
版 次 2003 年 2 月第 1 版  
印 次 2003 年 2 月第 1 次  
印 数 3 000  
书 号 ISBN 7-5429-1051-5F·0959  
定 价 14.00 元

---

如有印订差错 请与本社联系

# 《上海企业家丛书》编委会

主编：朱林兴 樊 鹏 孙时平

编委：（以姓氏笔画为序）

王 勇 王德来 乐德发 孙永平

孙林桥 李 哲 张 兵 汪伟国

周建平 郭康玺 高启中 崔惠余

# 序

朱林兴

21 世纪是以经济全球化和知识经济为基本特征的时代；知识创新、技术创新、产品创新、产业创新，构成了社会前进的主旋律。

21 世纪为中国经济摆脱落后、实现全面腾飞、跃入世界经济强国之林，提供了广阔的空间。中国经济能否抓住契机、大有作为，关键取决于中国企业，尤其中国企业家能否清醒地认识时代的特征，把握社会前进的主旋律。

企业家是企业的核心和灵魂，是中国经济融入经济全球化潮流，实现腾飞的中坚力量。企业家靠什么去认识时代特征，靠什么去把握社会前进的主旋律，带领全体员工始终站在市场经济的前沿？美国麻省理工学院斯隆管理学院教授彼得·圣吉(Peterm Senge)的回答是，靠企业家的应变、适应能力和创造能力。而企业家的这三个能力则从何而来呢？答案之一是，学习、学习、再学习。“人有知学，则有力矣”(汉·王充《论衡·毅力》)。对于中国企业家来说，由于长期处于计划经济体制的社会，无论是现有的知识还是技能远远不适应今日瞬息万变的市场经济。日新月异的科学技术变革所诱发的全球性变革也常常使人措手不及。这就决定了中国企业家必须加强学习，并将学习列入终身修炼的课程之一。目前社会上流行这样一句话，财富源于知识，学习乃终身行为。记得孙中山先生说过：人可以分三类：一类是先知先觉，一类是后知后觉，一类是不知不觉。当然，孙中山先生的话多少

带有一点唯心论成分。但是，在现实生活中，我们的企业家对事物的敏感度确实也可以分三类：一类是先知先觉，具有很强的敏感性，不断地创造出新东西；一类是后知后觉，人家生产什么，就跟着生产什么；还有一类是不知不觉，对市场麻木不仁，不知从何抓起。这三类企业经营者之间的差别，原因极为复杂，但与他们在学习问题上所表现出来的差异不能说没有一点关系。因此，对企业家而言，将学习放在重要位置上，既是一种明智之举，也是提高智商之重要途径。

可喜的是，今日越来越多的企业家意识到了学习的重要性，他们之中许多人积极参加各种培训学习，还有的正在攻读在职研究生学历，这反映了企业家们高度的事业心与责任感。不少企业家朋友希望《上海企业家》杂志牵头组织撰写一些适宜于他们的读物。他们所说的“适宜”，我想大概是读物要体现前瞻性（即选题要涉及市场经济和企业经营管理的新事物、新问题、前沿课题及其发展趋势）、创新性（即材料的选择、观点的阐发要不落俗套、不人云亦云，要吸收、反映最新材料、最新研究成果）和实用性（即提出的思路、对策、方法、工具要有实用价值）。立信会计出版社总编辑孙时平先生不愧为编辑出版家，他非常熟悉、了解企业家们孜孜不倦的求知欲望。去年九月，他亲自来编辑部建议由我牵头组织撰写出版《上海企业家丛书》。这个想法甚好，我赞同，但我觉得无德无能恐难担此重任。结果，还是勉而为之，为此，第一，成立了由上海经济管理干部学院副院长樊鹏、孙时平和本人任主编的、著名企业家和专家参与的编委会，协助出版社抓好丛书的选题编写工作；第二，确定了以质量为本，出精品、名品，成熟一本，就推出一本的编写、出版原则；第三，发动和组织本院一批学有专长的青年学者积极参加丛书的撰写工作，并将它与本院的教学研究结合起来。

经过有关各方面的努力，现在丛书陆续与读者见面了。总的

说来,丛书的各作者是尽了心的,他们所提供的成果是体现丛书宗旨的。当然,由于水平所限,难免存在不足,以致缺点、错误,祈求批评指正。

我们要衷心地感谢孙时平先生、戎其玉副编审以及编委会全体同仁的支持。

作者系:上海市人民政府决策咨询专家、《上海企业家》杂志主编、研究员。

## 前 言

本书的出版具有客观和主观两方面的条件。

一年前,《上海企业家》杂志主编、上海市府决策咨询专家朱林兴、立信会计出版社总编孙时平、研究员朱肖鼎等人策划、构思了“上海企业家丛书”。时值新世纪伊始,我国企业正面临着新经济所引发的全球经济一体化迅速发展和中国加入世界贸易组织的机遇和挑战,企业经营者需要“上海企业家丛书”这样的精神食粮和参谋,以在全新的时空条件下更有效地谋划应对策略。出版丛书的想法得到了上海市经济管理干部学院党委书记、主持工作的副院长王肇平的赞同和支持,随后组成了由上海市经济管理干部学院副院长樊鹏任主编之一的丛书编委会。这自然为列作丛书之一的本书的编撰出版提供了客观上的条件。

笔者是从事认识论研究和教学的,对经济学尤其是对经济学范畴内的微观企业具体的经营运作之道只是泛泛涉猎。有幸一九八九年以来,笔者先后担任《上海工业企业党政论坛》常务副主编和《上海企业家》杂志副主编,有了较多的接触、了解企业和企业经营者的机会,并通过编辑企业经营者和专家学者的文章,以及翻译一些美、日等发达国家学者有关著作的片断,逐渐积累了关于企业经营运作共性的知识,这为笔者涉笔编撰本书准备了主观上的条件,不至于冥行擗埴,贻笑大方。

新经济是一种新的经济形态,它的产生和发展具有历史的必然性。正像农业经济向工业经济的过渡一样,工业经济也要过渡到更高阶段的经济形态,这就是新经济。尽管新经济目前还很稚



嫩,正处在成形和初步发展过程中,但其前景是非常广阔的。新经济的本质特征是以知识为基础和主导,亦称为知识经济;新经济的内在要求则是全球经济的一体化。在新经济时代谈论企业的制胜之道,应该契合人类经济历史的逻辑的发展趋势,这样才会有意义、有价值。因此,本书是以新的知识经济作为大趋势、大背景、大舞台来谋篇布局、展开论述的。

企业的制胜之“道”,就是企业在市场竞争中取胜的方法、原则。说得艺术一点,就是秘诀、窍门。而从最高的层次上说,“道”就是企业运营的规律、哲理。在新经济条件下,企业的制胜之“道”无疑应该围绕知识、信息、创新、名牌、人才、全球战略、高新技术、“世贸”规则等方面做文章,这些方面的展开涉及企业生产经营的诸多问题,限于学识和能力,笔者只能择其荦荦大端,加以胪列阐释,舛误之处容或难免,祈求读者指正。

笔者撰作本书,亦曾爬梳剔抉、孜孜矻矻,并力求务实图新、斫雕为朴。企业的经营者,尤其是作为企业“大脑”和“灵魂”的企业家在百忙之余偶尔翻阅本书,倘若感到本书立意新、条理清、文字烦,尚可一读,并能从中得到某些有益的启迪,有效运用于企业的制胜实践,则对笔者是莫大的肯定和褒奖。

书稿付梓之际,除了要感谢上文提到的为本书的出版提供了客观机遇的各位领导和专家,还要感谢给予笔者许多具体帮助和指导的本书责任编辑戎其玉副编审,以及立信会计出版社的朱百鸣和骆兆良编辑。

李 哲

二〇〇二年十月

# 目 录

|                    |    |
|--------------------|----|
| 第一章 新经济的曙光.....    | 1  |
| 一、新经济的缘起.....      | 1  |
| 二、新经济的本质和特征.....   | 5  |
| 三、新经济与全球经济一体化..... | 18 |
| 第二章 依谋略图发展.....    | 28 |
| 一、企业战略纵横.....      | 28 |
| 二、企业战略制定.....      | 32 |
| 三、企业战略实施.....      | 45 |
| 第三章 向知识要效益.....    | 50 |
| 一、新经济与知识.....      | 50 |
| 二、新经济与知识企业.....    | 56 |
| 三、新经济与知识员工.....    | 66 |
| 第四章 以信息抢市场.....    | 73 |
| 一、信息与企业.....       | 73 |
| 二、企业收集信息的方法.....   | 84 |
| 三、技术引进和信息利用.....   | 89 |
| 第五章 靠创新葆活力(上)..... | 96 |
| 一、观念创新.....        | 96 |

|                                |         |
|--------------------------------|---------|
| 二、机制创新 .....                   | 104     |
| 三、技术创新 .....                   | 112     |
| <br><b>第六章 靠创新葆活力(下)</b> ..... | <br>123 |
| 一、管理创新 .....                   | 123     |
| 二、产品创新 .....                   | 133     |
| 三、营销创新 .....                   | 142     |
| <br><b>第七章 用名牌铸形象</b> .....    | <br>150 |
| 一、名牌是企业的擎天柱 .....              | 150     |
| 二、如何创建名牌 .....                 | 155     |
| 三、如何保护名牌 .....                 | 173     |
| <br><b>第八章 仗人才打天下</b> .....    | <br>178 |
| 一、构建人才高地 营造竞争优势 .....          | 178     |
| 二、大力培养、开发人才资本 .....            | 186     |
| 三、事得其人,人尽其才,才尽其用 .....         | 193     |
| <br><b>第九章 乘“入世”抓机遇</b> .....  | <br>201 |
| 一、WTO的“游戏规则” .....             | 201     |
| 二、“入世”机遇何在 .....               | 205     |
| 三、乘“入世”,抓机遇,做赢家 .....          | 217     |

# 第一章 新经济的曙光

一个幽灵，人类经济生活中的幽灵，在北美大陆游荡、徘徊，引起了工业经济时代末期世界各国政要、经济学家和企业家的广泛关注 and 浓厚兴趣，这个幽灵就是从工业经济衍生、发展而来的美国的知识新经济。

## 一、新经济的缘起

### 1. 十年不鸣，一鸣惊人

20 世纪 80 年代，作为世界经济巨人的美国被人打败了，败在了以“经济动物”著称的、不知疲倦地拼命制造东西的日本人手下。美国甚至成了“不制造东西”的国家。1989 年，《日本可以说不》一书的作者索尼公司总裁盛田昭夫和日本众议员石田慎太郎不无揶揄地写道：“忘掉制造东西的美国，玩金钱游戏式地兼并企业，利用电脑、卫星、电话跟世界各地金融市场连线操作，仅需将钱左右一摆，预期如果正确，瞬间即可套取暴利。只看 10 分钟的美国，缺乏实业上的创造力，因此美国的服务业欣欣向荣，渐渐摆脱工业社会了，……这样的美国会衰落下去。而日本是看 10 年的日本。”作者认为，美国人“不制造东西”，一面心安理得地用着日本货，一面却要求日本不要对美国的顺差太多，这正是美国衰落、日本崛起的原因。这样，趾高气扬的日本便可以对美国说 NO 了。

确实，在 20 世纪 80 年代，日本的产业经济发展迅猛，竞争能力日益增强，美国则相形见绌。当时日本拥有 33 家钢铁联合企业，是美国的 4 倍；有 50 家摩托车厂，是美国的 5 倍；有 12 家汽车

公司,是美国的4倍;有42家计算器公司、13家传真机制造厂、20家复印机制造厂,均为美国的3倍;还有280家机器人公司,是美国的6倍。……美国公路上跑的汽车,平均每4辆当中有1辆是日本的,1辆是韩国、墨西哥等新兴工业化国家的,半辆是欧洲的,美国人自己制造的只有1辆多。至于彩电,日本的彩电企业早已将美国所有的彩电企业都“剿灭”了,美国市场上没有美国企业自己独自生产的彩电,美国人看彩电要么买日本等国生产的原装进口彩电,要么买日本人和美国人合资企业生产的彩电。

当日本人拼命制造东西的时候,美国人并未闲着。忘记制造东西的美国在“制造”着特殊的東西。十年磨剑,打造利器,美国“制造”的是新经济的基础。到20世纪90年代,美国悄悄地拥有了280家芯片厂,日本只有20家,美国的软件公司有5000多家,比日本多1000余倍;美国每3户平民家庭有1部电脑,日本每10户才有1部;美国私人网络使用率比日本高10倍。美国有几十万人从事电脑的生产,程序编制人员有100多万,美国很多企业把三分之二的研究与开发资金用于软件,所有这些都是日本所难以企及的。日本对美国说NO说早了。只看10年的日本和远看跨世纪的美国之间出现了历史性的鸿沟。

1990年,美国新经济发轫前夕,美国在信息产业领域的投资已超过对其他产业领域的投资。到1994年,美国在信息高速公路、空间技术、生物工程技术、新材料技术、新能源技术等方面的研究与开发投资达到1730.2亿美元,占美国国内生产总值的2.61%,大大超过其他国家在这方面的投资。1996年,全球信息技术产业投资总额为6100亿美元,其中美国独占41.5%,超过日本和欧洲对信息技术产业投资的总和。美国国家科学技术委员会在1996年7月发表的《科学与国家利益》的报告强调,到20世纪结束时,知识信息将成为世界经济系统中最重要商品,美国创造知识的速度和利用新知识的能力,将决定21世纪美国在国际市场

中的地位。当时,美国总统克林顿也将知识产权和服务贸易列为美国全球贸易政策中的优先工程。

美国在新经济发展方面投入最多,获利也最大。美国经济增长中的三分之一是由占美国国内生产总值 10% 的信息产业带动的,知识密集服务性产业的出口占美国产品出口总额的 40%。20 世纪 90 年代将近 10 年的时间,美国经济持续保持了上升的势头,以高科技产业尤其是信息产业和互联网产业为龙头的新经济推动了整个美国经济的快速发展,造就了微软、雅虎、亚马逊等一批经济巨人的神话,同时也把陷于泡沫经济泥淖的超级经济大国日本和忙于一体化的欧盟诸国远远抛在了后面。

## 2. 新经济的奇迹

美国新经济发展过程中出现了“三高两低一平”现象,这种现象与传统的经济规律和经济理论相悖逆,令众多经济界人士大跌眼镜。

所谓“三高”,一是经济增长率高,为第二次世界大战后半半个多世纪来所罕见,传统的经济学家认为,美国经济增长率的极限是 2%~5%,然而新经济却创下了将近 6% 的增长率;二是劳动生产率高,20 世纪 80 年代,美国非农业部门的劳动生产率平均增幅为 1.6%,1990 年至 1998 年提高到 2%,以后进一步加快增幅,1999 年第三季度达到 4.9%,如果只计算制造业的劳动生产率增幅,则于同年第四季度达到了 10.7%;三是企业经济效益高,连续 5 年位居国际竞争力排行榜首。

所谓“两低”,一是失业率低,新经济为美国创造了许多科技含量高同时工资也更高的工作岗位。新经济启动后,美国的失业率持续下降,2000 年初降至 4%,达到 30 年来的最低点,实现了充分就业的目标;二是通货膨胀率低,除去食品与能源,美国 1999 年的消费通胀率只有 1.9%,是 34 年来增幅最低的一年。

所谓“一平”,指的是财政收支平衡。美国长期以来一直是赤

字财政,靠借钱度日,美国所借的钱最多时相当于全年的国民生产总值。新经济启动伊始,1992 年度美国还有 2 904 亿美元的财政赤字。但随着新经济的快速发展,美国经济在宏观上已形成良性互动的格局,财政收支出现了稳定的平衡状况。到 1998 年,美国实现财政盈余 692 亿美元,1999 年度财政盈余达到 1 227 亿美元,这在世界各大国中是绝无仅有的。

美国在克林顿治下延续 10 年之久,且维持“三高两低一平”现象的新经济繁荣期不同于 20 世纪 60 年代肯尼迪和约翰逊治下为时 106 个月的经济繁荣期,其不同在于:

其一,新经济繁荣的国际政治大环境是,前苏联的解体和冷战的结束,美国成了世界上唯一的超级大国,“和平红利”有助于解决联邦预算赤字问题。

其二,新经济繁荣的国际经济大环境是,市场经济和改革开放在全世界蔚然成风,原社会主义国家和实行计划经济体制中的 30 多亿人接受了市场经济,为新经济的全球化提供了条件。

其三,新经济繁荣的国际金融大环境是,大量国际资本源源不断流入美国,特别是 1997 年和 1998 年两年。由于日本经济陷于困境,亚洲诸新兴市场经济国家和地区又出现经济危机,而美国新经济持续发展的势头十分看好,于是无处可去的世界资本加速集中流向美国,造成美国股市、债市迅速膨胀,在不到 4 年的时间里,道·琼斯 30 种工业股票平均价格指数从 5000 点一气飙升至 11000 点。从 1996 年开始,美国还单独开设了主要以高技术关联股为主的纳斯达克指数,仅在 1999 年,纳斯达克平均股指上升了 86%,从国际资本的流向看,美国占据了世界金融市场的主导权,为新经济的持续发展不断注入了新鲜血液。

其四,新经济繁荣的美国国内企业文化环境是,美国社会钦慕企业家并能容忍他们创业的失败,企业家也较容易与资本结合。美国有对企业家最为友好的资本市场,社会资本很情愿流向企业

家,体现美国文化和民族精神的风险投资企业如雨后春笋、蓬勃发展,社会英才纷纷涌向硅谷等高新技术企业,充满创新精神的美国“知识企业”和“知本家”为推进新经济的持续发展从根本上提供了扎实的微观经济基础和良好的人才支持。

除上述之外,或许更为重要的历史原因在于,在新旧世纪交替的 20 世纪末,人类社会由工业经济向知识经济过渡的必要的技术前提已经具备,新经济的横空出世带有某种历史的和逻辑的必然性。美国的知识信息产业遥遥领先,占有绝对优势,创造了美国 75% 以上的财富,因此,美国率先实现向知识新经济的历史性过渡是势所必然的。

需要指出的是,新经济和任何其他经济一样,在其发展过程中也会有起伏,这是事物发展的规律,不值得大惊小怪。相反,如果新经济永远只是直线上升发展,倒是令人费解的。据美国权威的“全国经济研究所”的“裁决”,美国新经济从 2001 年 3 月陷入了衰退。这是战后美国经济第 10 次衰退。然而这次在新经济情况下的衰退期非常之短,仅隔 11 个月,美国新经济又重新复苏,向好的方向发展,期间虽遭受了“9. 11”恐怖袭击事件的严重影响,但发展势头不减,前景仍旧看好。

## 二、新经济的本质和特征

什么是新经济,它的本质和特征是什么? 对这一问题企业家们和理论家们从不同角度进行过探讨。海尔集团总裁张瑞敏认为,所谓新经济,应是以数码知识、网络技术为基础,以创新为核心,由新科技所驱动,可持续发展的经济。国务院发展研究中心主任王梦奎教授认为,新经济主要是指经济全球化和高新技术的发展,而新经济说到底是一个科技进步问题。著名经济学家樊纲认为,新经济主要是指知识经济和网络经济,以及经济全球化和技术创新能力等因素。上述看法基本上和总体上概括了新经济的本质



和主要特征。

### 1. 新经济的基础是知识

任何经济时代,人类从事生产都离不开知识,在农业经济和工业经济时代,知识在生产过程中都不同程度地发挥过作用。然而只有新经济完全依赖于知识,将知识作为自身崛起和发展的基础。在新经济中,知识作为生产要素,远远优先于农业经济的土地和工业经济的厂房、原料、资金等要素,处在最基本、最重要的位置上。因此,从这个意义上说,新经济即是继农业经济和工业经济之后的知识经济。

随着新经济的发展,美国等发达国家中以工业、制造业为主体的第二产业已沦为“夕阳产业”,以知识为基础的信息业、服务业、商业、金融业和娱乐业则如日中天,成了支柱产业。

工业经济以物质为基础,而物质是稀缺的,有的甚至是不可再生的,所以企业生产遵循“稀缺原理”,企业的目标是以最少的投入达到最大的产出,经济增长服从“增长函数”。新经济以知识为基础,而知识是可复制、再生的,是无限的,因此,新经济企业服从“知识原理”和“知识函数”,即企业只有靠知识才能求生存和发展,企业创造和使用知识的能力越强,也就越能获得更多的盈利。

工业经济时代的效率标准是劳动生产率,即每个生产工人在单位时间内生产的产品数量,劳动生产率越高,创收也就越多。而新经济时代的效率标准是知识生产率。由于知识的发展日新月异,一个企业如果缺乏新知识并在生产中实际使用这些新知识,使其转化为富有市场竞争力的新产品,那么,这个企业的劳动生产率就会越低,它的产品积压就会越多,市场竞争能力就会越弱。因此,企业要在新经济中占据主动和拥有优势,必须注重知识生产率,也就是注重知识的生产、转化和运用。

与知识在新经济中的重要地位和作用相适应,新经济企业经营管理的重点和中心发生了根本的转变,不再是工业经济时代偏