

# Break Through The Limit of Growth

突破增长的极限

# 再创业

企业再创业的理论策略

芮明杰等 / 著

Break Through  
The Limit  
of Growth

突破增长的极限

# 再创业

企业再创业的理论策略

芮明杰等 / 著

 经济管理出版社  
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

**图书在版编目 (CIP) 数据**

突破增长的极限 / 芮明杰等著. —北京: 经济管理出版社, 2004

ISBN 7-80207-019-8

I. 突... II. 芮... III. 企业管理 IV. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 087463 号

出版发行: **经济管理出版社**

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京宏伟双华印刷有限公司 经销: 新华书店

责任编辑: 勇 生

技术编辑: 晓 成

责任校对: 静 心 郭红生

787mm×1092mm/16 33 印张 790 千字

2004 年 11 月第 1 版 2004 年 11 月第 1 次印刷

印数: 1—5000 册 定价: 58.00 元

书号: ISBN 7-80207-019-8/F·20

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

## 作者简介

芮明杰，男，1954年生，1977年恢复高考时考入华东师范大学数学系，获理学学士学位。后考入复旦大学工业经济专业攻读硕士学位，毕业后留校任教。1988年攻读复旦大学与香港中文大学联合培养博士生，获经济学博士学位。1993年晋升为副教授，一年后破格晋升为教授，同年被评为博士生导师。现任复旦大学校学术委员会委员、学位委员会委员，管理学院学位委员会主席，复旦大学国家重点学科产业经济学科带头人，复旦大学工商管理博士后流动站站长，复旦大学产业经济学系系主任等职务。兼任中国产业经济研究与开发促进会副理事长，中国企业管理研究会常务理事，中国国民经济管理学会理事，IFSAM（世界管理学会联盟）中国委员会委员，上海管理科学学会副理事长等。

其长期从事工业与企业发展、企业战略与经营、国有企业改革理论、现代公司理论、管理创新等方面的研究，目前正在主持国家社会科学基金、国家自然科学基金项目各一项、省部级及企业项目多项。多年来先后在国家权威与核心学术刊物上发表论文近百篇，出版著作（包括合著）三十余部，代表作有：《中国企业发展的战略选择》、《产业制胜——产业视角的企业战略》、《管理学——现代的观点》、《国有企业战略性改组》、《现代企业持续发展理论与策略》等，其中先后获全国高校人文社会科学优秀成果管理学一等奖一项（2002）、三等奖一项（1998），全国高校优秀教材二等奖一项（2002），上海市社联哲学社会科学优秀成果特等奖（1993）一项、上海市哲学社会科学优秀成果一等奖一项（1998）、上海市决策咨询成果二等奖二项（2004、1997）、上海市哲学社会科学优秀成果三等奖四项（1994，1998，2000，2002）。因在教学与科研上的贡献，1994年获国务院突出贡献政府特殊津贴。1997年入选教育部“跨世纪优秀人才计划”。

## 序

企业是有生命周期的。许多企业都经历了由小到大、由盛而衰的发展过程。但是企业的生命是可以延续的，也有许多企业能够长命百岁、经久不衰。经久不衰是企业普遍追求的目标。怎样实现这个目标是经济学和管理学共同探讨的课题。复旦大学芮明杰教授等完成的专著《突破增长的极限——企业再创业的理论策略》（简称《再创业》）较为系统地研究和回答了这个问题。该书论证了企业再创业的涵义和本质，分析了再创业的影响因素，揭示了企业再创业的规律性，阐述了企业再创业的战略与策略。其研究成果既丰富了企业生命周期理论，又对企业再创业的实践具有指导意义。

什么叫企业再创业？《再创业》给出的定义是：企业再创业就是企业发展的不断阶跃，进而持续发展的过程。为什么要再创业？《再创业》从分析知识经济大趋势的客观要求出发，论述了企业再创业的必要性。

在以手工劳动为主导的农业社会，生产力进步缓慢，社会再生产过程长期处于周而复始的简单再生产状态。进入工业社会以来，生产力的发展明显加快，正如马克思所说的，昨天还是新的，今天就变得陈旧了。以科学技术进步为主导的新经济的出现和以全球化为背景的现代市场经济，进一步强化了物竞天择、优胜劣汰的竞争机制。在这种条件下，企业只有通过再创业才能获得新的生存空间和发展机会。

企业怎样进行再创业？《再创业》从企业战略到经营策略都进行了较为深入的分析。根据现阶段我国企业发展的实际情况，我认为企业的再创业需要解决以下几个突出问题：

第一，必须建立符合市场经济机制要求的企业制度，使再创业具有持久的内在动力。经过20多年的改革，国有企业的制度和运行机制已经发生深刻变化，但相当多的国有独资和国有控股企业的改革还没有到位。以任命制为主导的企业治理结构和未完善的激励约束机制，使企业经营者仍然缺乏谋求长期发展和再创业的推动力。所以，继续深化国有企业改革，是实现企业再创业的关键。

民营企业的再创业同样面临着制度重建问题，即由私人独资向资本社会化转变，由家族治理向委托代理的现代企业制度转变。

第二，正确的产业定位是企业再创业取得成功的重要保证。在成熟的市场经济条件下，由于供求关系和价格机制的作用，大多数产业领域都处于供给大于需求的状况。寻找新的增长空间，是企业再创业战略决策的突出难点。企业再创业的失败，往往是由于产业定位决策失误造成的。从企业再创业成败的案例看，企业再创业通常应从选择与自身产业关联度较高的上游或下游产业进入。尤其是在缺乏必要的经营管理团队的条件下，要避免贸然进入自己不熟悉的产业领域。

另一方面，要克服企业普遍存在的投机性。无论是国有控股企业，还是民营企业，当积累了一定的剩余资本以后，总偏好于房地产的投资，企图在短期内就能够获得高额的投

资回报，而不在原有的产业领域继续做强做大。这种资本经营中的短期投机性，加大了企业再创业的风险。

第三，企业必须成为技术创新的主体。企业作为以盈利为目的的经济组织，具有通过科技创新实现利润最大化的内在推动力；在市场经济条件下以及经济国际化的大环境中，企业始终面临着竞争的压力，不搞创新，企业就难以生存，更谈不上发展；企业在生产经营活动的实践中，能够更准确地把握市场需求，因此科技创新方向和目标的选择更能够符合市场需求；企业具有把科技成果转化为产品的生产设备和工程技术能力，而科研院所和高等院校则不具备这种能力。推动企业和再创业，必须改变科技力量主要集中在科研院所的状况，使企业成为科技创新的主体，实现科技要素、生产要素、经营管理要素的直接结合。

中国社会科学院工业经济研究所所长 吕政

2004年9月

# 前言

21 世纪是一个创业的世纪，因为纳斯达克创造了创业者迅速致富的奇迹。许多有着美好梦想的人，尤其是年轻人，甚至抛弃了自己的学业，毅然下海创办自己的企业。创业虽然是困难的，但在资本十分充裕的今天，资本已经不再是创业的关键的问题。相对于过去，创业真的比较容易了。比尔·盖茨的神话不仅是创业者的梦想，而且也证明了在知识经济的今天，依靠自己的知识和知识创造能够创造出人间的奇迹，创造知识就是创造财富。

中国有句古话叫做“创业难，守业更难”，说的是创业固然十分艰难，但要把已经创下的事业继续发展、发扬光大，就更困难。因为创业者通常是在把一个刚刚创办的企业推向发展，如果一切顺利的话，此时的企业就会快速地成长，于是创业者的头上戴上了成功者的光环。然而，在既定的主业、既定的发展模式和既定的管理方式等条件下，企业的增长是有极限的。因为任何一个既定的产品在市场上的需求弹性不可能是无限的，更何况市场上还有众多的竞争对手。当企业已经处在增长的极限，如果下一步没有重大的变革，企业就会走下坡路。我想，此时的守业应该是非常困难的，因为此时简单的守业已经是守不住了，能够守住的惟一办法是在前人的基础上再创业。

从另一个方面来看，今天企业的平均寿命已经越来越短。平均寿命的缩短有许多原因，其中既有企业发展环境变化激烈导致许多企业不能适应而失败，也有企业自身决策与管理上的问题导致失败，更有许多企业因循守旧、不思变革创新而退出历史舞台。尽管失败的企业原因众多，但本质上无非是企业未能及时地根据环境与企业自己的战略性资源进行战略性转型，进行真正意义上的再创业。如果以为企业的发展可以一劳永逸，可以不变应万变，可以有在市场上的持续优势，那是一定要犯错误的。

何谓再创业？我认为企业“再创业”的实质是企业发展的不断阶跃，进而实现可持续发展的过程。因此可以说，再创业的本质是为了实现企业的持续发展。企业持续发展即指为谋求永续发展，企业应努力实施既可满足消费者的需要，又可合理使用自然资源和能源，通过追求综合效益（经济、社会和环境效益的统一）和在市场上的持续竞争优势，以实现本企业与社会、竞争者、消费者之间的和谐共存与长期发展。这一观点的内涵主要包括以下几个方面的内容：①企业要由传统追求销售增长的方式向追求和谐发展的方式转变；②企业发展模式要由“守旧式”向“创新式”转变；③企业利用资源、能源要由耗费

型向节约型转变；④企业的管理要由任务导向模式向以人为本的模式转变；⑤企业竞争优势要由四要素（质量、价格、服务、时效）竞争模式向五要素（质量、价格、服务、时效、能力）竞争模式转变，不断培养自己的核心竞争力。

## 一

我是把企业再创业放在新经济的背景下来研究的，因为在我看来新经济的出现导致经济运行规则发生了根本性的变化，现代企业不得不面对巨变的环境所带来的生存压力，同时其自身生命周期本质的约束也给企业的发展带来了严峻的挑战。现时的企业必须变革自己方能够适应新的经济运行规则，变革就是创新，就是再创业。

何谓新经济？我认为新经济是在工业经济形态后的一种新的经济形态，也是通常所说的后工业化时代的经济形态。判断一种经济形态是否是新的经济形态并不是简单地看是否信息化、是否经济全球化或高增长低通胀，而是应该看是否诞生新的生产方式。我认为我们的社会经济正在产生与发展一种新的不同于工业经济时代的生产方式。这种新的生产方式我称之为网络技术支撑的大规模智能化定制生产方式。这一生产方式不同于工业经济时代的大规模机器生产机器的生产方式。所谓网络技术支撑是指现代网络技术已经是集信息平台、交易平台和生产平台为一体；所谓智能化是指以智能计算机为生产经营决策控制；定制是指完全按照每个个人的需求爱好来制造产品，而且可以做到大规模低成本。这样的新生产方式已经诞生并且正在发展，例如，柔性制造的进一步发展；例如，戴尔公司按照客户的需求定制个人电脑；例如，Lee 公司为任何人生产独一无二的牛仔衣或牛仔裤，等等。新经济时代的到来，新的生产方式的形成，新的经济运行规则，对我们的社会组织和我们的企业产生了重大的影响，产生了与对传统的经济与管理理念、经济与管理模式、管理经验产生了重大的冲击，对原来已有的经济学和管理学的概念、原理和方法产生了重大的挑战。在这样的状况下，我认为企业再创业的目标是通过再创业行动来超越企业原本的生命周期曲线，进行战略转型，把企业转变为适应新经济运行规则和持续发展管理要求的新企业，实现企业的持续发展。

在当今激烈动荡的市场环境中，企业竞争呈现出动态化特征，竞争能否成功，取决于对市场趋势的预测和对变化中的顾客需求的快速反应。企业战略的核心在于其行为反应能力，在于企业的高速度，这种能力是将一个企业与其竞争对手区别开来的标志之一。另一方面，由于高新技术的出现和更迭越来越快，产品的生命周期日益缩短，知识的地位日益重要，知识已经在资源配置中替代了资本起决定性的作用，知识使企业的价值倍增。由于新经济的这些变化，新企业的本质主要表现为两个方面，其一是高速度公司；其二是知识型企业。

在新经济条件下，新企业必然是一个高速度公司。所谓高速度公司是指企业拥有四大机制：对市场需求变化有一个快速应变的机制；对技术进步变化有一个快速创新的机制；对知识创造有一个有效管理的机制以及对新问题解决有一个快速决策的机制。

知识型企业是新企业的另一本质表现，具体有以下四方面：①企业的员工为高学历高

知识的知识员工；②企业生产要素中决定配置的是知识；③可以快速创造新的知识；④知识创造导致企业的价值倍增。

### 三

始于 2000 年的创业浪潮导致了管理学术界开始的创业理论的研究，一些商学院甚至开始建立创业研究中心，并引进外国的教材，为学生们开设创业方面的课程。这样的研究是必要的，因为中国稀缺的已经不是资本，而是创业者与创业精神。不过对我而言，我的兴趣一直在企业的持续发展的研究上，因为自从我的那本《中国企业发展的战略选择》出版之后，我经常会被企业家们问起这么一个问题：为什么我的企业做到这么大的规模，就再也不能发展了，甚至有下滑的可能？这究竟为什么？这个问题不是一个几句话就可以回答的问题。但这个问题的实质，在我看来就是企业如何突破其自己增长的极限，如何进行战略性转型，如何建立自己的持续竞争优势，使企业能够长期持续地发展。如果企业持续发展的概念是如此的话，那么，企业要能够持续地发展就必须不断地创业，即不断地再创业。

于是，我想是否可以从企业持续发展的角度来研究企业再创业的理论策略，作为对创业研究的一种呼应。在 2001 年夏季的一天，我在上海长海医院的临时病床上给我的博士生们布置了研究任务，他们是王国荣、方统法、张振宇、王婧、董静与李鑫，因为那天他们到医院看我。之后，在我的不断督促下，他们先后完成此书的初稿，那大概已经是 2002 年的冬天。我申请了上海汽车工业教育基金的著作出版资助，结果获得了资助。根据要求，我开始花功夫在初稿的修改之上。原以为修改工作可以在 2003 年的暑假中完成，结果未能如愿，因为今年我的女儿要参加高考。在未知道确切的入学事宜时，我和妻子心情不定。好不容易盼来好消息，女儿不负众望考取了复旦大学管理学院统计专业。高兴还未过几天，香港中文大学来上海，要在复旦大学新录取的学生中招收奖学金学生，而女儿有了面试的机会。就这么着，一直到女儿乘飞机离开上海去香港，此时暑假已经悄悄过去，书稿尚未修改完成。

开学后，工作十分繁忙，除了原来的教学科研工作之外，我又应学校的要求主持我校国家重点学科产业经济的学科建设，为了这个学科的下一步发展，我开始了各项工作，好在已经有了较大的进展。一直到 11 月中，我才有点时间，于是下决心要在本年底完成此书稿的修改。

感谢经济管理出版社对我的支持，如果没有出版社勇生先生的工作，此书的质量一定会受到影响。在本书出版之际，我还要感谢我的妻子与女儿对我的一贯理解与支持，因为多年来我牺牲了许多原本应该与她们共享的时间而埋头在自己的小书房，现在想来这种代价是很大的，甚至是难以弥补的。

芮明杰

于复旦大学管理学院

2003-12-31

# 目 录

## 第一篇 再创业的本质：持续发展

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| 第一章 创业与再创业 .....                | 3   |
| 第一节 新经济与创业潮 .....               | 3   |
| 第二节 新经济运行规则与创业规则 .....          | 14  |
| 第三节 创业实践 .....                  | 20  |
| 本章案例：网络为王的 Cisco 公司 .....       | 24  |
| 第二章 再创业的本质 .....                | 28  |
| 第一节 从创业到再创业 .....               | 28  |
| 第二节 再创业的类型与特征 .....             | 35  |
| 第三节 再创业的本质：可持续发展 .....          | 43  |
| 本章案例：从 PC 走向 Internet 的联想 ..... | 51  |
| 第三章 再创业的目标 .....                | 60  |
| 第一节 再创业的目标：新企业 .....            | 60  |
| 第二节 新企业的形态 .....                | 65  |
| 第三节 新企业的运行机制 .....              | 73  |
| 本章案例：雅虎（Yahoo）帝国 .....          | 80  |
| 第四章 再创业的理论基础 .....              | 83  |
| 第一节 企业生命周期理论 .....              | 83  |
| 第二节 核心竞争力理论 .....               | 90  |
| 第三节 企业变革创新理论 .....              | 96  |
| 第四节 知识管理理论 .....                | 100 |
| 本章案例：巨人的困境 .....                | 104 |

## 第二篇 再创业的核心：战略转型

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第五章 战略转型的框架 .....  | 109 |
| 第一节 企业环境分析模型 ..... | 109 |
| 第二节 可选择的战略方向 ..... | 118 |
| 第三节 战略定位 .....     | 126 |

|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 本章案例：洛克希德—马丁公司的生存之道····· | 134 |
| 第六章 再创业的产业选择·····        | 140 |
| 第一节 既定产业体系中的选择·····      | 140 |
| 第二节 产业创新的理论基础·····       | 148 |
| 第三节 创造新产业的思路和途径·····     | 155 |
| 本章案例：微软公司——行业标准的设计者····· | 165 |
| 第七章 市场定位与策略·····         | 170 |
| 第一节 目标市场分析与确定·····       | 170 |
| 第二节 市场定位及策略·····         | 178 |
| 第三节 进入与退出策略·····         | 183 |
| 本章案例：哈耶克与斯沃琪手表·····      | 190 |
| 第八章 再创核心能力·····          | 195 |
| 第一节 核心能力及识别·····         | 195 |
| 第二节 核心能力建设与培养·····       | 204 |
| 第三节 核心能力的转换·····         | 212 |
| 本章案例：丰田汽车公司·····         | 218 |

### 第三篇 再创业的焦点：创新推进

|                         |     |
|-------------------------|-----|
| 第九章 创新方式·····           | 227 |
| 第一节 再创业的核心·····         | 227 |
| 第二节 内部再造·····           | 236 |
| 第三节 外部购买·····           | 246 |
| 本章案例：贵在创新——横店的启示·····   | 251 |
| 第十章 风险投资的选择·····        | 253 |
| 第一节 再创业的资本渠道·····       | 253 |
| 第二节 风险资本与风险企业的接受·····   | 261 |
| 第三节 筹资风险的控制·····        | 272 |
| 本章案例：“超材”公司的融资运作·····   | 277 |
| 第十一章 并购与创新体系购买·····     | 279 |
| 第一节 外部并购的目标与方式·····     | 279 |
| 第二节 个别技术或专长购买·····      | 292 |
| 第三节 整体创新体系购买·····       | 305 |
| 本章案例：并购后的企业重组·····      | 310 |
| 第十二章 创新能力保持·····        | 313 |
| 第一节 企业素质与智商·····        | 313 |
| 第二节 创新制度的创新·····        | 319 |
| 第三节 企业创新文化建设·····       | 324 |
| 本章案例：以人员素质开发带动企业腾飞····· | 329 |

## 第四篇 再创业的支撑：组织变革

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 第十三章 治理结构调整        | 337 |
| 第一节 委托—代理关系分析      | 337 |
| 第二节 治理结构           | 341 |
| 第三节 公司治理的形式        | 345 |
| 本章案例：上市公司治理问题      | 354 |
| 第十四章 组织结构改革        | 358 |
| 第一节 组织结构改革与战略转型的协调 | 358 |
| 第二节 扁平化改进          | 363 |
| 第三节 新型组织结构         | 364 |
| 本章案例：杜邦公司组织机构的变革历史 | 370 |
| 第十五章 业务流程变革        | 374 |
| 第一节 组织运行与业务流程      | 374 |
| 第二节 业务流程变革出发点      | 381 |
| 第三节 业务流程变革的要点      | 387 |
| 本章案例：施乐公司的流程再造     | 398 |
| 第十六章 新设激励与考核体系     | 402 |
| 第一节 激励理论分析         | 402 |
| 第二节 新设激励制度         | 407 |
| 第三节 考核体系与方法        | 413 |
| 本章案例：西门子公司如何激励员工？  | 422 |

## 第五篇 再创业的保证：管理重组

|                 |     |
|-----------------|-----|
| 第十七章 改变心智模式     | 427 |
| 第一节 心智模式对企业的影响  | 428 |
| 第二节 心智模式改变的内容   | 432 |
| 第三节 心智模式改变的方式   | 436 |
| 本章案例：王传福的新思维    | 445 |
| 第十八章 人际沟通改进     | 449 |
| 第一节 人际沟通的过程模式   | 449 |
| 第二节 正式的人际沟通     | 455 |
| 第三节 非正式的人际沟通    | 459 |
| 第四节 人际沟通的改进     | 462 |
| 本章案例：企业“做大”后的烦恼 | 466 |
| 第十九章 管理风格与领导    | 469 |
| 第一节 领导风格理论分析    | 469 |

|                        |     |
|------------------------|-----|
| 第二节 领导者能力与管理.....      | 474 |
| 第三节 领导再创业.....         | 481 |
| 本章案例：早起的朗科.....        | 489 |
| 第二十章 人本管理.....         | 492 |
| 第一节 人本管理的内涵与原则.....    | 492 |
| 第二节 人本管理的方式.....       | 498 |
| 第三节 人本管理与塑造新型企业文化..... | 502 |
| 本章案例：上海贝尔的以人为本.....    | 508 |
| 参考文献.....              | 511 |

---

## 第一篇

# 再创业的本质：持续发展

---



## 第一章 创业与再创业

### 第一节 新经济与创业潮

科学技术与生产力的发展使新经济在美国等发达国家初具形态。以知识经济、网络经济、虚拟经济为本质的新经济有着它独特的运行规则,新经济的特征决定了它的出现必然引发新一轮的创业热潮。

#### 一、新经济产生的时代背景

今天,新经济以一种崭新的社会经济形态出现在人们面前,它的出现是社会生产力发展的必然结果。新经济的浪潮之所以在今天涌现,是受一系列深刻的时代背景影响的结果。

##### 1. 世界经济全球化发展趋势明显。

所谓经济的全球化是指跨越国家边境各类流动程度的扩大与深化。当今世界的一个重要和显著的特征就是经济的日益全球化和地区一体化。经济的全球化与地区一体化业已频繁出现于各种媒体中。有人形象地把当今的,特别是未来的世界比喻成“地球村”。可以预见,在这样一个新经济时代,全球化的浪潮将会越来越汹涌澎湃。经济全球化有以下表现形式。

首先,经济全球化体现在世界统一大市场正在形成。近十多年来,由于全球化的加快发展,各国之间经济关系更加密切。发达国家的经济早已是成熟的经济,市场已趋于饱和,不能不竭尽全力向世界市场扩张,其重要对象之一就是发展中国家的新兴市场。而广大发展中国家,由于实行经济改革和对外开放,经济发展加快,在国际贸易、国际金融和国际投资中所占份额逐步提高。发达国家对发展中国家市场和投资场所的依赖加强。双方需求的互补性使得世界统一大市场的形成成为可能。

其次,经济全球化体现在金融市场急剧膨胀,全球化金融大市场正在形成。由于世界各国大都程度不等地放松了金融管制,结果国际资本流量的增长速度远远超过国际贸易的增长速度。

再次,经济全球化还体现在跨国公司的蓬勃发展上。跨国公司进行跨越国界和地区界限的生产和经营,凭借其优势使资源和生产要素在全球范围内达到最佳资源配置和生产要素组合,有力地推动了经济全球化的发展。目前,跨国公司已控制了世界生产的40%,世界贸易的60%以上。

## 2. 网络的发展及其对经济的影响。

(1) “网络新政”及其意义。1998年2月26日，美国总统克林顿发表了一个震惊世界的重要演说——“网络新政”。克林顿这次演说有三个要点：一是经济上，全力支持电子商务，在未来六年内暂缓对在网上交易的货物和服务增收额外的赋税；二是要保持美国在高科技领域的绝对领先地位；三是由政府出钱把美国文化送上网。以一方蔽之，“网络新政”的精髓就是要把信息社会的美国与工业社会的“现代化”国家之间的差距重新拉大，拉大差距的工具是电脑和网络。

1981年诺贝尔经济学奖获得者托宾在其《十年后的稳定化政策》中，不无讽刺地说，十年前，布鲁金斯学会专门小组的经济学家们开会时，美国通货膨胀比十年前高了4个百分点，失业率是4.5%；四年后专门小组开第13次会议时，通胀高了6个百分点，而失业率却到了5%；现在（1980年），通胀又提高了7个百分点，失业率高达7%。“较高的通货膨胀和较高的失业率，持续不断地结合在一起，在整个十年中，把决策者、预测家和理论家搞得焦头烂额。”

当年这个令众多智者求不出解的难题终于在网络时代找到了解决的线索。这就是吸引全球经济学界注意的“新经济”（new economy）。经济学的经典理论无法解释“新经济”的许多现象，西方经济学陷入了凯恩斯以来前所未有的最大危机中。而政客却灵敏地嗅到了解决经济增长和就业问题的途径。克林顿在网络新政演说中说：Internet是未来经济的重要特征；由网上贸易带动的需求猛增，以及由此产生的高工资的高技术岗位将刺激经济繁荣并创造更多的就业机会。下一步就是全力发展网上贸易。克林顿在“网络新政”演说中，明确希望网络的发展有助于支持政府的“新经济”计划。

(2) 网络用户呈几何级数增长。互联网自商业化以来，呈爆炸式增长，目前用户数已达1.2亿人。预计到2001年，全球互联网用户将超过2亿人，在未来的2~3年间，全球互联网用户的增长速度每年在50%以上<sup>①</sup>。在互联网迅猛发展的同时，内联网（Intranet）、外联网（Extranet）等局域网在信息技术的支撑下也得到了长足的发展。企业的组织架构和运作流程也因此发生了巨大的变革。内联网的发展使企业内部信息沟通更便捷，使企业减少中间层，实现扁平化更为可能。外联网使企业之间实现了一种全新的联系方式，进而影响到企业间战略伙伴关系的变化。

(3) 电子商务创造交易新模式。1995年7月，杰夫·贝佐斯（Jeff Bezos）在美国西雅图建立了第一个在物理空间上没有零售处的“虚拟书店”——亚马逊（Amazon.com）。1997年，亚马逊营业额超过1.4亿美元。1994年，美国Dell电脑公司将其直销模式搬上互联网，网络使Dell公司的业务遍及全世界，不再局限于美国，它还大大降低了公司的销售成本，Dell公司在不大幅增加人员的情况下也能使销售量剧增。如今，Dell公司每天通过互联网实现超过1200万美元的电脑销售额。一个个由互联网创造的神话正向全世界展示电子商务的魅力。作为一种全新的交易方式，电子商务浪潮席卷了全世界。电子商务的诞生使人们的生活出现了全新的变化。目前，世界各地的许多公司已经开始通过互联网进行买卖交易，他们通过网络方式与顾客、批发商、供货商和股东联系，并且也进行相互间联系。他们在网

<sup>①</sup> 《IT对经济贡献之ABC》，China Byte网站特稿，2000年7月6日。