

22/1/03

未来经济状态

在商务新世界中制胜的七大法则

(美) 理查德 W. 奥利弗 著

丁为民 等译

谢炎久 丁为民 审校

**The Shape of Things to Come:
7 Imperatives for Winning
in the New World of Business**



机械工业出版社
China Machine Press

Richard W. Oliver: The Shape of Things to Come: 7 Imperatives for
Winning in the New World of Business

Copyright ©1999 by Richard W. Oliver.

All rights reserved. For sale in Mainland China only.

本书中文简体字版由McGraw-Hill 公司授权机械工业出版社在中国
大陆境内独家出版发行, 未经出版者许可, 不得以任何方式抄袭、复制
或节录本书中的任何部分。

版权所有, 侵权必究。

本书版权登记号: 图字: 01-1999-0383

图书在版编目(CIP)数据

未来经济状态: 在商务新世界中制胜的七大法则/(美)奥利弗
(Oliver, R.W.)著. 丁为民等译.-北京: 机械工业出版社, 1999.5

(经济热点丛书)

书名原文:The Shape of Things to Come: 7 Imperatives for Winning in
the New World of Business

ISBN 7-111-07170-0

I. 未… II. ①奥… ②丁… III. 未来经济-研究 IV. F201

中国版本图书馆CIP数据核字(1999)第09069号

出 版 人: 马九荣(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

责任编辑: 杨 雯

北京市南方印刷厂印刷·新华书店北京发行所发行

1999年5月第1版第1次印刷

880mm×1230mm 1/32·8印张

印 数: 0 001-8 000册

定 价: 18.00元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

序

工业时代征服了空间，使我们成为一个世界。

信息时代征服了时间，使我们成为一个村庄。

生物材料时代正在征服物质，将使我们成为一个家庭。

这就是著名教授理查德 W.奥利弗对于未来世界的看法。这对商业意味着什么呢？如何调整你的机构去适应以异乎寻常的速度形成的事物——即传统科技时代的终结和某种全新的事物的诞生？

本书对未来商业及其所需战略进行了大胆的有洞察力的审视。作者以少有的明晰语言论述了在过去经济状态中以“地球村”告终的大规模运动，并以积30年商界和学界经验而形成的观点打开了我们关于现在经济真实状态的眼界：新科技和全球化到达其顶峰时的经济情势；使传统市场退出历史舞台的“21世纪顾客”的商务新世界的兴旺景象。

那么，什么是生物材料时代呢？事实上它已经到来。从正在进行的农业革命(新型食品和生产程序)和制造业革命(新材料)中就可可见一斑。如本书所述，在不远的将来，信息科技本身将要经受变革，而这一切将从惊人的创举——生物计算机开始。作为新的千年典型的生物材料——此乃我们对轧花机和装配线未来前景的答案——可能带来迄今在生产率和利润上最大的收益。

本书之所以光彩照人，不仅在于它捕捉了大千商界的绚烂姿彩，更在于它阐明了如何才能立于潮流之端。下面是一些你会得到的有用的启示：

- 在商务新世界中制胜的七大战略法则：

每天重新设计自己；使你的顾客成为你的营销部门；创立电子“系列” (electronic keiretsu)；一切个性化；着眼全球和全球做起；直销；以角色代替规则。

- 七个21世纪的示范公司(组织)：

W.L.科尔联合公司；恰帕拉钢铁公司；花岗岩公司；蒙特利尔电子银行；美国军队；罗讷普朗克公司；宝马汽车公司。

- 七种21世纪的高效科技产品和技术：

智能卡；传感器；智能机器人；智能材料；神经网络和模糊逻辑；生物技术；纳米和皮米机械。

本书以其令人惊叹的广阔视野，还有获致成功的具体方法，很可能成为未来10年最诱人的商业读物。

前 言

我对未来经济状况的看法是以我在商界和学术界30年的观察为基础的。其中的25年，是在杜邦和北方电讯这两个世界水平的全球性组织度过的。我有幸参与了这两个公司的战略制订、运营和销售工作。由于它们产品的性质和在供给链条上所处的地位，也就是说，它们主要向其他公司销售产品，而这些公司又向别的公司和最终消费者销售产品，我因此而直接观察了数以百计的公司和它们的消费者以及它们消费者的消费者的战略和运营情况，其中的许多公司是世界一流的运营者和该领域的全球性领袖。

我原来关于商务新世界的直觉，由于我在许多公司的董事会任职和做资深顾问的工作，更进一步得到强化了。这些公司正成功地冲破了旧的商务逻辑的约束，并在商务新世界中检验自己的勇气。作为一个原则性问题，我必须承认这里有着“违背公众利益的行为”：由于我在书中(虽然是匿名地)用了上述公司中的几家(如应用创新公司、公司供给网络、田纳西第一联合国民银行、斯科瑞卡德投资公司、SLC公司及萨米垂电信公司)取得的成就，使我这些关于现实世界的体验通过与学术界一些精英的探讨而得到进一步的巩固和完善。在80年代和90年代初期，我曾在范德比尔特大学欧文管理研究院任副教授。除了教学和研究，我还参加了一个多学科的研

究组，这个研究组由学校的国际经济、战略、金融、营销和运营等方面的主要专家和参与分析研究竞争的国家 and 公司问题的学生组成。另外，我还到四大洲及其他许多国家做过访问，对数以百计的经理和政府官员进行过采访，这些都极大地增长了我的见识。

在欧文管理研究院，我除了作为教师讲授公司战略和全球商务课程外，还在90年代初组织了全球市场联合会(Global Market Associates)，帮助一些公司向商务新世界转变。我的目的，就是让学生和商务组织接受一个观念，即全球化和技术正在使商界出现一个不以人的意志为转移的变化。我的观点主要来源于：我的商务经验、我同许多公司职能部门实际工作者的讨论，以及与欧文管理研究院和其他地方的主要学者的谈话。

本书的材料连同我自己的经验、研究和观察，可归结为应付商务新世界的七个战略性法则。

第1篇，“过去经济的状态”。给读者提供了关于过去几百年变化的历史演变，正是这些变化使我们最近到达“地球村”的边缘，它始于由新技术和全球化导致的爆炸性变化，并为个人、组织甚至国家提供成为“地球村”公民的活动场所。

第2篇，“现在经济的状态”。描述了新商务空间的轮廓，它源于技术和全球化达到它们的顶峰时所产生的“爆炸”效应。正如只有喷气式飞机大约达到突破音障的速度时人们才能在机翼上“看见”声音，技术和全球化的影响也只有当它们达到最大速率和冲击力时才能看到。这样，第2篇描述了当代的“21世纪的消费者”，以

及他们那些简短却无可争辩的“需求清单”(速度、质量、品种、服务和价格)。第2篇还指出21世纪的消费者创造了一种新型的市场动力,它要求公司走向市场的道路有多方面的变化。尽管第2篇最后一章的标题是“地球村的市场营销”,但它指出那里不再有任何传统意义上的市场,只有消费者,它描述了“地球村”市场空间的关键性特征。

第3篇,“未来经济的状态”。提出了个人和组织如何在商务新世界中取胜的建议。第7章讨论了在新经济空间中获胜的七个关键性法则。为了支持我的观点,我举出了我称之为“21世纪公司”(包括美国军队)的七个组织,它们已显露出能够成功地进入下一个千年的某些要素。在上述七个组织之上,我又加上了七种精粹产品——“21世纪产品”,用以勾勒未来经济的新状况。第8章简短地讨论了未来零售和需求的状况及我对商务各个方面再思考的必要性。第9章释论了不远的未来的经济发动机——生物工程和材料,它们将创造一个“后信息社会”,我相信在这个阶段将是以前所未有的稳定、富有和增长为特征的。最后,在结语部分,我预测了2050年前后的经济时代在拥有生物工程和新材料之外还会是什么样子。

读者如果与我的关于“地球村”动力的观点一致,就会很快地通读这部著作。我尽力简明地表达思想,尽量用例证而少用“论证”。我付出了艰辛的努力。我写作这部著作的目的是为了对重新塑造我们生活的主要力量提供一致和连贯的说明,我提供的成果就是一个人

于未来的有根据的猜想。

理查德 W. 奥利弗
于田纳西州纳什维利市
范德比尔特大学
欧文管理研究院

目 录

序

前言

绪论 商务新世界	1
第1篇 过去经济的状态	5
第1章 世界已经倒置	7
第2章 全球化和科技	17
第3章 地球村	44
第2篇 现在经济的状态	57
第4章 21世纪的消费者	59
第5章 顾客的五项要求	72
第6章 地球村的市场营销	89
第3篇 未来经济的状态	111
第7章 在商务新世界制胜的七大战略法则	118
第8章 后信息社会	193
第9章 一个细胞,一座工厂	223
结语 公元2050年	237

绪论 商务新世界

全球化和技术迅速发展，至少已影响了上半个世纪每个从事商务活动的人的生活。非常简单，本书就是研究全球化和技术特别是信息技术大规模汇合之后产生的后果和无序的。无论是全球化，还是技术，都不可能独自创造这个商务新世界；而它们共同的作用则革命性地改变了世界上每一个个人、商业和组织的环境。我把这个商务新世界称为“地球村”。除了描述内在于“地球村”的无序，我还将阐述个人和组织在“地球村”赖以生存和成功的手段。

本书不是关于信息时代创造精彩事物的书籍。实际上，正如第2章所断言，我们实质上正处在信息时代的尽头。

这并不意味着信息或提供电信、软件、计算机、因特网的信息公司等等不再重要，它们仍然像那些生产钢铁、汽车和飞机的工业时代的公司一样重要，它们在未来仍占据重要地位。像能源一样，信息对我们的经济生活仍是不可缺少的。但信息不再是推动和决定未来经济进程的动力，信息公司特别是软件生产者正接近它们生命周期的成熟阶段，它们的状况是很清楚的：竞争正在加剧，价格竞争越发激烈，技术发展主要在于应用而不是新科学。

在70年代末期和80年代，硬件电子公司有过快速增长，并最终成为最大的雇主，但是现在它们已经在明显地缩小规模了。它们新的增长点是在信息应用方面，如软件和电子服务行业，这正如工业时代末期靠服务业增长来支持它的产品增长一样。对商务来说，工业时代

的能源与信息时代的信息硬件和软件的全球性电子应用一起，已经产生消除时间和空间限制的效果。

将来能够给商务新世界以动力的新经济的发动机是生物材料(见第9章，“一个细胞，一座工厂”)，我们将进入以生物工程和激动人心的新材料为特征的生物材料时代，人类有望控制物质。因此，本书将从多方面论述工业时代怎样使我们成为一个世界，信息时代怎样使我们成为一个村庄，而生物材料时代又会怎样使我们成为一个家庭。显然，这种转变将对商务活动有着深远的意义。

“地球村”概念的一个基本点就是任何事情均能随时并以非常熟悉的方式出现，而不论它出现在哪里。假定那时人们可以独立地、循序地、比较容易地处理身边的问题和事件，但是，在“地球村”，事情并非或依次或单独地一个一个地发生，而是同时、相互依存、大批地发生，一句话，是无序地发生。这种无序是商务新世界的电子速度与工业市场的零碎物混合的自然结果。像那生活在由农业经济向工业经济转变过程中的人们所感受到的破坏与迷茫那样，我们生活在工业世界的人们在由工业经济向信息经济的艰难的转变过程中也有相似的感受。这就是商务新世界，它的模糊形式至少是不难觉察的。但是，对于那些习惯于更有组织的工业市场的世界的人们来说，商务新世界的状态和演变就是不容易想得出了。

“地球村”中的商务是复杂而且变化迅速的，很多问题必须用整体和综合的方式加以处理。当然，把分析

和提出的商务问题和事情分成便于处理的若干项目会比较容易，现在已有很多著作在帮助人们实现这一目的。但是本书要对经济、政治和文化及它们的相互关系进行广泛的研究，提出一种全盘处理上述问题的方法。本书的目的是使个人和组织更好地了解“地球村”如何产生和随之而来的问题的内部关系，以及有用的可获得成功的战略。

大量的正在发生的事，在那些受过商务旧世界训练的人们那里，不会得到好的反响。对此，我没有做出什么价值判断。我只不过试图确立这个新世界的轮廓并详细说明创造它的支配力量。既然如此，本书对创造这个新世界形态的“刀锋”和它的巨大的中心部分给予了同样的关注。

第1篇

过去经济的状态

本篇详细论述了近半个世纪以来由于全球化和技术而产生的“地球村”所带来的巨大变化。1969年7月20日尼尔·阿姆斯特朗登上月球是工业时代伟大的最新成就，而世界政治格局的变化则显示了信息时代技术的成熟和不断增长的力量。

虽然电话和电报在19世纪中期就有了，但信息时代却是1947年12月23日，在新泽西州巴斯金·里奇的贝尔实验室中成功开发了晶体管时才开始的。随后的创新导致了固态微电子学和今日普遍应用的计算机芯片的出现，现在这种芯片在世界各地以每分钟10亿计的速度被生产出来，人们可在从超级计算机到很便宜儿童玩具的每件物品中看到它。

本篇描述了工业时代的显性变化和信息时代的隐性变化怎样改造了地理政治学意义上的世界：政府在经济上变得软弱无力；种族关系取代国家主义成为政治动力；传统经济学跟不上潮流。

商务已经处在这样的阶段：市场全球化、摩天大楼崩溃、公司等级被铲平、总经理的作用重新被界定，以及后勤取代质量和价格而成为公司的主要战场。实际上，世界已经倒置。

第1章 世界已经倒置

现代交互电信技术如卫星、传真和先进的直播长途电话服务等使“信息革命”成为可能。交互作用的电信技术能够使人们在世界范围内直接接触他人，直接使用信息和了解事件。虽然信息时代早期的技术如无线电和电视为以上变化奠定了基础，但是只有交互作用的技术才使这种变化成为可能。

1989年以来，世界目睹了柏林墙的倒塌、东欧政治体制的变革以及苏联的解体。美国与苏联之间的直接冲突从来没有成为现实。取而代之的是，战后初期，美国军队却与朝鲜和越南打了“代理人战争”，当冷战时期接近结束时，美国士兵仍在格林纳达、巴拿马、海地和伊拉克等地参加战斗。压倒一切的电子技术的力量改变了美国“敌人”的位置甚至状态，而且它还改变了超级大国的国际和国内力量的平衡，以及其他大、小国家的未来。

冷战结束以来，一些旧怨颇深的敌手例如以色列与巴勒斯坦解放组织、朝鲜与韩国已经走到谈判桌前。而以前的政治犯，例如瓦克拉夫·哈维尔(Vaclav Havel, 捷克共和国)和纳尔逊·曼德拉(Nelson Mandela, 南非)则成为他们所在国的总统。同经济合作与发展组织(OECD)里那种主要贸易国在友好国家俱乐部结构中才享有权力的状况成鲜明对比，或者同关税与贸易总协定(GATT)规则的非强制性的情况形成鲜明对比，在世界贸易组织(WTO)中，甚至最小的国家也同最大的国家一样在这新的世界贸易民主组织中享有同样的投票权，和关贸总协定不同，世界贸易组织的规则是强制性的。