

· 经济特区二十年丛书 ·

经济精论

主编 周秉腾



海天出版社

经济特区 20 年丛书

经济精论

主 编

周秉腾

副主编

罗勇琼 赵 昆

海天出版社

海天出版社出版发行
(深圳市彩田南路海天大厦 518026)

<http://www.htph.com>

责任编辑：来小乔 封面设计：洪小兰

责任技编：陈 炯 责任校对：桂子凡

海天电子图书开发公司排版制作

深圳市机关印刷厂印刷 海天出版社经销

2000年9月第1版 2000年9月第1次印刷

开本：889mm × 1194mm 1/32 印张：13.75

字数：320千 印数：1-3000册

每套总定价：50元

海天出版社版权所有，侵权必究。
海天版图书凡有印装质量问题，可随时向承印厂调换。

前 言

五年前，当我们庆祝《特区经济》杂志公开发行10周年的时候，曾经把发表在该杂志上的文章，选取其精华部分，编印出版了一套七册的丛书《特区经济论丛》，受到广大读者的热烈欢迎，认为这是一套极有现实参考价值和历史收藏价值的丛书。当时在国务院特区办任职的经济学家刘福垣曾在祝贺《特区经济》创刊百期的文章中指出：“特别是杂志社把各期文章分类出版的一套丛书，给人们留下深刻印象。”这说明，选取某一个时期《特区经济》杂志发表的精华文章，结集出版，对广大作者和读者会有所帮助，对促进特区经济理论的研究会有好处。有鉴于此，我们在庆祝《特区经济》杂志公开发行15周年的时候，再一次为广大作者和读者做一点奉献，把1996年以来在《特区经济》上发表的文章加以认真的筛选，萃集其精华部分，由深圳市海天出版社出版这部《经济精论》，作为“经济特区20年丛书”中的一部，并以此作为献给我国经济特区成立20周年的一份小小礼物。

《经济精论》选取的论文涵盖了近5年来特区经济理论研究中的方方面面，内容广而博，论述精而新。阅读这部论文集，既可引起读者对过去特区经济建设成绩和特区经济理论研究的回顾和反思，又可引起读者对今后特区经济建设和研究的憧憬和期望；既有对辉煌成就、成熟理论的肯定和褒奖，又有对缺点、不足的鉴诫。广大读者会从中得到很多启发和教育，会活跃你的思维，开掘你的智力，拓展你的思路，总之，会产生良好的社会效益。

由于我们水平所限，难免挂一漏万，还请读者多多批评指正。

目 录

企业信誉偏差的矫正	余明阳 (1)
关于粤港在高新技术领域上的战略合作	李新春 (7)
深港企业科技进步机制的比较分析	陈洪博 李永平 国世平 (18)
当前国有企业改革中必须注意的十个问题	谢如贤 (28)
证券市场发展中的若干问题及对策	吉兴富 金晓龙 孟晋平 (37)
香港回归与海峡两岸经贸关系展望	方 生 (48)
“无为为” ——有关“市场经济下政府作用”的一个哲理	于光远 (60)
产权改革应实现“劳者有其股” ——访全国著名政治学家高放教授	曹邑平 姜 邑 (65)

贫困地区经济发展的五个问题	厉以宁 (74)
抓住机遇,深化改革,促进京九沿线区域经济发展	费孝通 (86)
制度创新:现代庄园经济的路径选择	张国平 (91)
区位结构和政策到位的关系	刘福垣 (97)
21世纪科技发展及其对中国经济发展的启示	何祚麻 (105)
论劳动力资本与国有经济产权改革	王珏 李涛 (111)
国企改革攻坚阶段的新思考	李成勋 (126)
香港经济转型与国际竞争力提升	谭刚 (134)
“一国两制”的理论探讨	陈鲁直 (144)
正本清源 对症下药 ——论目前国有企业的问题与对策	王琢 (153)
论厦门特区国有企业改革	张凤清 (164)
海南经济特区何处去 ——关于进一步放开放活海南的调查与思考	周文彰 王永树 马银芳 张砚甲 (175)
政企分开不是国有企业改革的方向	何诚颖 (189)

成功的兼并 可喜的效益

——谈谈“三九”兼并“雅安”的一条基本经验

· · · · · · 方 生 (198)

充分发挥粤深“借鉴优势” 尽量吸收香港的“体制资源”

· · · · · · 苏东斌 (206)

关于发展完善我国股份合作制的政策探讨

——从龙岗农村股份合作制改革引发的思考

· · · · · · 刘志庚 (209)

关于深圳发展成为物流中心城市几点思考

· · · · · · 综合开发研究院课题组 (224)

祝“安科”一路平安

——高科技企业公有制实现形式的个案分析

· · · · · · 许明达 (241)

对“知识经济热”的冷思考 · · · · · 龚唯平 (250)

深圳发展高新技术产业的探索 · · · · · 曲 建 (258)

澳门回归:突显两岸统一问题 · · · · · 方宁生 (270)

关于海南农业和农村发展的十个问题

· · · · · · 周文彰 (278)

应该区分直接公有制和间接公有制 · · · · · 戴道传 (296)

深圳跨世纪发展的三大趋向 · · · · · 宋 丁 (303)

从经济发展战略高度正确认识我国的加工贸易

· · · · · 曲 建 (312)

高科技产业:美国的启示与深圳的探索

· · · · · 顾安生 李纪文 (329)

高科技创业园区

——我国特区保税区功能创新增长极之七

· · · · · 庄 峻 (338)

科技产业化对体制的三大要求 · · · · · 袁易明 (344)

浦东新区财政管理体制及转移支付改革思路探析

· · · · · 凌 晨 夏业良 (353)

对澳门回归后的发展路向和策略的思索 · · · · 何佳声 (368)

中国货币政策绩效与扩大内需

——与骆玉鼎君的一次对话

· · · · · 陈观烈 (386)

20年来国有企业改革的障碍因素和经验教训

· · · · · 魏达志 (398)

粤港合作发展创新科技产业的再探索 · · · · · 封小云 (408)

引资嫁接,解决国有企业所有者缺位问题

· · · · · 查振祥 (419)

深入研究劳动力商品问题 · · · · · 冯兰瑞 (425)

企业信誉偏差的矫正

余明阳

企业信誉是公众对企业产品和服务的肯定评价及由此而形成的消费定势，是企业无形资产的重要组成部分。从企业经营管理角度来看，企业信誉是通过长期行之有效的有序经营和有效管理获得的，她非常重要又极易被损害，建立企业信誉、维护企业信誉、发展企业信誉都相当困难，然而，最难的，无疑是对产生企业信誉偏差的矫正了。

企业信誉偏差的矫正有三种情况。

失误导致企业信誉偏差，需真诚及时补救

企业在运行之中，出现失误在所难免，类似食物变质、服务不周、品质不佳、包装脱落、配件错误等，其原因也是多种多样的。但不管有多少借口和理由，产生企业信誉偏差是实实在在的，使消费者蒙受损失也是实实在在的。对企业来说可能只是千分之一、万分之一的误差，但对消费者来说，他所购买到的偏差产品和接受到的偏差服务给他带来的损害却是百分之百的。如果企业对此态度漠然、反应迟钝，便会导致消费者对企业信誉的信任危机，使企业面对充满敌意和冷漠的消费群落和舆论环境，最终导致对企业经营的严重负面影响。

我们来比较一下日本东京奥达克余百货公司和上海华联商厦的两则企业信誉偏差的案例。

美国记者基泰丝去东京奥达克余百货公司为住在东京的婆家买了一台索尼电唱机，售货员彬彬有礼地为她挑了一台未启封包装的机器，回住所后，基泰丝开机试用时发现该机没装内件，根本无法使用。她火冒三丈，准备次日即去交涉，并迅速写好一篇新闻稿，题为《笑脸背后的真面目》。然而，第二天一早，她在动身前就接到了奥达克余百货公司打来的致歉电话，50分钟后，奥达克余副经理和提着大皮箱的职员即驱车赶到，先俯首鞠躬表示请罪，又拿出新的合格的电唱机，外加蛋糕一盒、毛巾一套和著名唱片一张。接着，副经理又打开记事簿，汇报了公司通宵达旦地补救这一失误的经过。原来昨天下午4:30清点商品时，售货员发现错将一个空心货样卖给了顾客，此事非同小可，经理接到报告后当即召集有关人员商议。当时，只有两条线索可循，即顾客姓名和她留下的一张“美国快递公司”的名片。据此，奥达克余公司连夜展开无异于大海捞针般的寻访：打了32次紧急电话向东京各大宾馆查询，没有结果。再打电话问纽约“美国快递公司”总部，深夜接到回电，得到顾客在美国父母的电话号码，再问得东京婆家的电话号码，终于弄清了这位顾客在东京期间的住址和电话，这期间的紧急电话合计35次。基泰丝被深深感动了，她立即重写新闻稿，题目为《35次紧急电话》。

1995年4月，上海退休教师毛丽峰去上海华联商厦购买了一台取暖器，回家后发现质量不行，即与丈夫徐教授前去交涉，售货员坚持质量没有问题，争执之后毛丽峰昏倒在地，售货员讥笑她是“羊癫疯”，徐教授抱妻子出华联“打的”到医院，没有华联员工帮忙和陪同。住院期间，徐教授看到《解放日报》大篇幅报道华联售

后服务好的文章，即去报社反映情况，填完登记表后被告知已下班了，次日再去报社与一名记者谈得正来劲时，记者被上司叫走，回来再谈时记者态度骤然大变，说由于众所周知的原因，反映实情的报道不能写了。几天之后，毛丽峰死在医院，华联至追悼会时也只派办公室副主任出面，华联宣称：华联是个大社区，在华联死掉和在马路上死掉是一样的。然华联的口号是：“我的华联我的家”。事后经上海市技术监督部门检验，毛丽峰教师购买的那只取暖器是属不合格产品。

上述两则案例都系商业企业由于自身失误而导致的信誉偏差，后一则案例尽管华联否认对毛丽峰之死有直接责任，但华联起码有三点要负责：一是出售不合格产品；二是顾客要求退换不合格产品时与顾客吵架；三是事发后态度冷漠、被动、傲慢。事实上，其反响也不同，前则案例被美国有关机构推举为世界性范例，事件使奥达克余美名远扬。后则案例遭到《北京青年报》等多家传媒的披露，舆论对华联极为不利。

失误既已产生，推托、护短、逃避只会带来更大的信誉偏差，尤其在当今信息时代“地球村”中，一经诉诸大众传媒，公理、道义必定会使广大消费者伸张正义。正确的态度是亡羊补牢及时补救，化被动为主动，使企业信誉偏差控制在最小范围内，甚至借题发挥，变坏事为好事。

误解导致企业信誉偏差，需努力阐明真相

企业在其运作中，有许多不可控力量足以毁灭企业信誉，天灾人祸有之，他人诬陷也有之。一旦使消费者对企业信誉产生偏差的认识，就需要努力阐明真相，进行有效的矫正。

南京热水器总厂1979年研制成功我国第一种燃气热水器，取名“玉环”牌。推向市场后颇受欢迎，获全国热水器质量检测第一

名等多项荣誉，在消费者心目中也留下了美好信誉。

1985年底，南京某高校外籍教师在使用“玉环”热水器时中毒死亡，同时，兰州、成都也发生两起类似事件。当时正值全国对假药、假酒生产进行批判的高潮，同时，死者身份特殊，又连续三起事件，人命关天，该厂当即成为众矢之的。有关部门紧急指示南京热水器总厂停产整顿，全国有17家新闻单位指名批评该厂，霎时间信誉危机四起，用户纷纷要求退货。

经国家及省市有关部门深入细致的调查，结论是：事故不是因为产品质量不合格，而是由于消费者使用不当所致。但是误解已导致企业信誉蒙受极大的损失。

企业当即进行矫正活动。首先召开新闻发布会和记者招待会，努力阐明真相，借助大众传媒的力量，使广大消费者对事件有个完整准确的了解，消除对企业的误解。

此外，企业主动积极开展更有创意的信誉偏差的矫正工作。比如将积压产品发给每一位职工，一千多名职工使用自家的产品本身无疑就是最好的说服。同时得到国家有关部门的支持，不但要继续生产热水器，而且要进一步引进设备和技术，进一步做好宣传推广和安全使用常识的普及工作。一系列的活动使企业信誉得到恢复。

类似的案例很多，象切尔诺贝利核电站事故以后，香港公民开始对深圳大亚湾核电站产生误解与怀疑，导致企业信誉偏差，大亚湾核电站进行了一系列行之有效的宣传工作，重新建立起公众对电站的信任。

企业信誉属于“易碎品”，导致易碎品粉碎有可能是主观失误，但大量的则来自其他因素，原因之多、可能性之多，简直不胜枚举，信息社会传播迅速，影响一旦产生，消除影响的工作十分艰难。一

些企业家幼稚地以为诉诸法律，打个官司就可以一了百了，殊不知，法律上的胜利有时难以挽救市场上的失败，消费者一旦对你的产品和服务有了心理上的阴影，要消除是不易的，尽管这种阴影可能来自误解。

定势导致企业信誉偏差，需改变顾客成见

定势在消费心理学中属于态度的范畴，是对企业的某种固定态度，这种固定态度几乎无时不有、无处不在，它没有章法可依也没有理由可言，但确实严重地影响着消费者对企业的信誉评价。

比如上海十六铺家具店，规模很大，广告宣传也颇有力度，但长期以来，十六铺码头是小商小贩从乡下来上海贩送土产的地方，使人们对十六铺码头产生低档、嘈杂、拥挤、不卫生等定势，难以与雅洁、高档联系起来，对家具店的经营就非常不利。

深圳东门一系列的小店铺，有不少价廉物美、货真价实、服务上好、环境不错的商店，但由于这里曾出现过一些假冒伪劣的烟酒食品，人们就产生对整个商区的不良定势，一些深圳人甚至称之为“假货一条街”而不屑光顾，这已构成了严重的企业信誉偏差。

再展开一些说，区位定势也影响着企业信誉偏差，比如人们一般对上海、北京、天津的老牌企业的产品有一种信任感，像温州、晋江包括广东某些区域的乡镇企业的产品就使一些人担心。从国度来讲，人们对德国、英国、荷兰等国家的产品有一种信任感，但我在美国、新加坡等许多国家发现那里的人对我国产品不甚放心，坦率地说，作为中国人，气愤之余也深感有需我们反思之处。

定势既已形成就需要努力去改变顾客的成见，首要的当然是“做”，先从产品质量、服务素质上下功夫，这一点来不得半点浮夸。深圳是一个由小渔村发展起来的一夜城，人们自然对其工业没有信心，深圳企业家们含辛茹苦，终于打出“三九”、“中华”、“康佳”、

“莱英达”、“飞亚达”、“益力”等品牌，建立起消费者对企业的信心，成见正在被改变。“做”了还要“说”，企业信誉的基础是消费者的认知，与其让其慢慢地感悟不如让其清晰地认知，真诚坦然地与消费者沟通，尽快地建立起企业信誉来。

总而言之，企业信誉偏差是由诸多原因导致的，其后果是相当严重的，企业需要根据不同成因选择合适的方式进行矫正，只有这样，才使企业拥有顾客，拥有信誉，拥有成功。

作者系深圳大学教授、著名策划家



关于粤港在高新技术领域上的战略合作

李新春

粤港经济与技术战略合作模式转变的问题

在过去一些年,广东特别是珠江三角洲地区吸收了大量的来自香港的直接投资,使这一地区的基础设施和投资环境得以大力改善,落后的生产技术和设备得到改造,特别是促进了乡镇企业的迅速发展和培养了大量的企业经营管理人员。实际上,这一地区经济之所以超出全国平均水平增长在很大程度上归功于香港作为经济增长点的带动作用。一方面,香港作为国际金融中心为内地的经济发展提供资金支持;另一方面,香港作为国际自由港也成为国内货物进出口的主要场所。根本上来说,香港是我国与国际经济接轨的重要对接点,当然,香港也借助于国内经济的高速发展而保持了旺盛的经济增长。

但香港与内地的经济在过去几年间的相互促进在很大程度上是受双方利益驱动自由发展的结果,尤其香港多年来的经济发展,是在没有明确的政府经济支持及行业辅助政策下企业家独立奋斗的结果。在这一自由发展状态下,中港所形成的经济合作关系就是在缺乏明确的产业与技术合作政策下的自由合作关系(以私人合作为主)。这一自由合作关系实际上是由独立的港商与内地形成的一种松散联系,而缺乏整体的和战略的合作动机以及计划。显然,这一发展模式在1997年香港回归后将面临挑战:一方面,香港及内地的

产业发展都面临着升级改造的问题；另一方面，回归后的香港必然要求与内地加强有意识的经济合作，即在明确的产业和技术政策以及对外经济政策下寻求长期合作，以发挥两地的经济优势以及经济合作的“合成效应”。由于这一合作的长期性和重要性，所以具有明显的战略意义。

在这一发展过程中，在技术创新与扩散领域的战略合作是具有关键意义的。因为，随着珠江三角洲地区的经济起飞和工业化的不断升级，传统的依赖于廉价劳动力和资源的发展优势将逐渐消失，经济的进一步发展将逐步转向依靠技术进步为动力的增长。香港与内地的合作优势将转变到将香港作为国际技术扩散和激励创新的国际市场与内地丰富的技术创新资源以及优质的生产相结合的发展模式。这意味着，香港将继续凭借其作为国际自由港而吸引大量的国际直接投资与贸易，加上其良好信息环境和活跃的金融市场，将成为国际技术转移和贸易的中心，而内地将通过香港国际市场对技术创新需求的传导而组织创新资源并进行生产。此外，内地的高新技术及其产品也将通过香港而直接进入国际市场。

由于中国经济持续的高速增长以及未来巨大的发展潜力，很多大的跨国公司将在香港设立远东总部，以对在中国及东南亚的分部进行更好的管理和控制，这意味着，香港在未来世界经济发展中的地位将得以加强，由于大的跨国公司在高新技术领域的垄断地位，在香港设立远东总部将使香港从传统的国际贸易市场转变为国际技术与信息市场，这将为我国高新技术发展进入国际市场提供一个良好的场所。而香港的产业发展也可以借助于内地丰富的技术、人力和生产资源而得到不断升级改造和进入高新技术的国际竞争。

引进外资与我国的企业成长及技术改造

我国企业的成长在很大程度上只限于通过内在的方式进行扩

张,即通过企业自有资金或银行的信贷以及国家的资金注入来达到企业增长,这意味着,企业通过在资本市场上兼并、收购以及合并等外在方式的扩张是受到限制的。在这一约束下,企业积极寻求同外商的合作(如“三资”企业的发展)以及引进技术设备的行为实际上就是企业外在扩张方式的一种替代形式。通过引进外资和技术设备,企业能够在很短时间内迅速扩大生产能力和在技术上形成一种“跳跃式的发展”。这在我国长期以来一直是作为企业解决发展资金问题来看待的,而根本上来说,这应当理解为企业作为产业或市场的“后来者”而追求迅速成长的一种战略。

这里要特别加以说明的是,我国的对外开放而引进外资,从宏观经济发展的角度看是解决我国经济增长的资金需求,而从企业发展的角度来看,则是为企业成长提供了跳跃式发展的机会,通过引进外资和技术的企业成长战略使许多企业在规模上得以大力扩张。但是,由于其主要目标是追求企业成长,因此,许多企业在预算软约束下存在着不同程度的“投资饥渴症”。在这一状况下,对引进技术的吸收和仿效以及通过引进技术而改造我国的传统产业的动机就很弱小。

数据表明,珠江三角洲地区的企业成长在很大程度上得力于港澳在这一地区的大量直接投资和技术转移。具体来说,至1994年,珠江三角洲地区引进外资中,港澳投资占75%以上,而全区近万家“三资”企业中,有90%是来自于香港的投资企业。实际上,香港的加工业已大多外移到珠江三角洲地区,形成了所谓“前店后厂”的地区分工合作模式,而珠江三角洲地区出口商品的约80%则通过港澳转口远洋市场。但从根本上来说,无论是香港还是珠江三角洲地区的企业都主要是在这一分工合作下寻求企业的增长扩张,香港企业没有充分利用内地丰富的研究和发展资源,只是将内地的企业