

当代全美**MBA**经典教材书系 (翻译版)

北大光华管理学院 IMBA、MBA推荐用书

培生教育出版集团精选教材系列

亚洲企业家精神 与企业发展

Entrepreneurship
and Enterprise
Development in Asia

[加] 雷蒙德·W. Y. 考尔

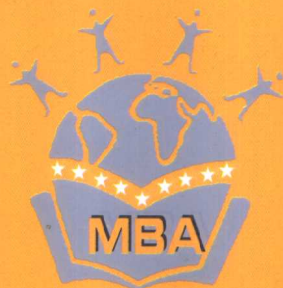
Raymond W. Y. Kao

[新] 谭文良

Tan Wee Liang / 著

杨静 等 / 译

北京大学出版社
<http://cbs.pku.edu.cn>
<http://www.digishop.com.cn>



Entrepreneurship and Enterprise Development in Asia

亚洲企业家
精神与企业发展

[加] 雷蒙德·W. Y. 考尔
Raymond W. Y. Kao

[新] 谭文良
Tan Wee Liang / 著

杨静 唐晖 / 译



北京大学出版社

<http://cbs.pku.edu.cn>
<http://www.digishop.com.cn>

北京市版权局著作权合同登记图字:01-2003-0152 号

图书在版编目(CIP)数据

亚洲企业家精神与企业发展/(加)考尔(Kao, R. W. Y.), (新加坡)谭(Tan Wee Liang)著;杨静等译.

—北京:北京大学出版社,2003.1

(当代全美 MBA 经典教材书系:翻译版)

ISBN 7-301-06083-1

I. 亚... II. ①考... ②谭... ③杨... III. ①企业家—企业管理—经验—亚洲—研究生—教材
②企业经济—经济发展—研究—亚洲—研究生—教材 IV. F279.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 107135 号

Authorized translation from the English language edition, entitled entrepreneurship and enterprise development in asia by Raymond W. Y. Kao/Tan Wee Liang. ISBN 0-13-032896-0, Copyright © 2001 by Prentice-Hall, Inc., a Pearson Education Company.

CHINESE SIMPLIFIED language edition published by **PEARSON EDUCATION NORTH ASIA LIMITED and PEKING UNIVERSITY PRESS**. Copyright © 2003.

This edition is authorized for sale only in People's Republic of China (excluding the Special Administrative Region of Hong Kong and Macao).

丛书策划:彭松建 金娟萍 林君秀 张芳

书 名:亚洲企业家精神与企业发展

著作责任者:雷蒙德·W. Y. 考尔 谭文良 著 杨静 唐晖 译

责任编辑:林君秀 洪海山

标准书号:ISBN 7-301-06083-1/F·0599

出版发行:北京大学出版社

地 址:北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: <http://cbs.pku.edu.cn> 电子信箱: zpup@pup.pku.edu.cn

电 话:邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752027

排 版 者:北京金钊制版中心

印 刷 者:山东新华印刷厂临沂厂

经 销 者:新华书店

850 毫米×1168 毫米 16 开 23 印张 455 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

定 价:40.00 元

版权所有,翻印必究

本书封面贴有 Pearson Education 出版集团激光防伪标签,无标签者不得销售

当代全美**MBA**经典教材书系（翻译版）
北大光华管理学院 IMBA、MBA推荐用书
培生教育集团精选教材系列

主 编：张维迎 北京大学光华管理学院副院长，教授

副主编：彭松建 北京大学出版社社长，教授

主 任：厉以宁

副主任：张维迎

委 员：（按拼音排序）

曹凤岐	陈 明	丁瑞玲	符 丹	韩 洁	何海峰
李治德	厉以宁	梁鸿飞	梁钧平	林君秀	刘 力
陆正飞	孟繁荣	宁建新	涂 平	王东民	王立彦
王其文	武常歧	徐淑英	徐信忠	于鸿君	张国有
张维迎	郑振龙	周春生	周晓梅	朱善利	邹恒甫

院长寄语

北京大学光华管理学院秉承北大悠久的人文传统、深邃的学术思想和深厚的文化底蕴，经过多年努力，目前已经站在中国经济发展与企业管理研究的前列，以向社会提供具有国际水准的管理教育为己任，并致力于帮助国有企业、混合所有制企业和民营企业实现经营管理现代化，以适应经济全球化趋势。

光华 MBA 项目旨在为那些有才华的学员提供国际高水准的管理教育，为工商界培养熟悉现代管理理念、原理和技巧的高级管理人才，使我们的 MBA 项目成为企业发展致富之源，为学员创造迅速成长和发挥优势的条件和机会。

为适应现代人才需求模式，配合北大 MBA 教育工作的全面展开及建立中国的一流商学院，光华管理学院与北大出版社继联合推出《当代全美 MBA 经典教材书系（英文原版）》之后，再次联合推出《当代全美 MBA 经典教材书系（翻译版）》，并同时向国内各兄弟院校及工商界人士推荐本套丛书。

北大光华管理学院院长

陈以宁

出版者序言

中国经济的发展需要大批既具有专业知识又懂管理同时又会运作的国际型人才,然而,在许多领域都面临着人才匮乏的现象,特别是了解国际贸易规则、能够适应国际竞争需要的国际型管理人才,更是中国在未来国际竞争中所必需的人才。因此,制定和实施人才战略,培养并造就大批优秀人才,是我们在新一轮国际竞争中赢得主动的关键。北京大学光华管理学院领学术之先,以培养具有国际水准的管理人才为目的,北大 MBA 培训中心在这方面更是不遗余力,她通过对国内 MBA 学员的培养为各个经济领域输送了大量人才。

MBA 是伴随中国对外开放,为适应经济发展和提高管理水平而出现的一个新生事物。它的任务就是为中国的发展培养一大批在 21 世纪掌握现代经营管理技能,具有国际化的眼光、历史责任感和高尚道德水准的通才式职业经理人。MBA 最显著的特征之一就是“国际化”,中国经济实现腾飞需要千千万万个精通管理和国际经济准则的现代管理者和企业家人才。

然而 MBA 在国外已有近百年的历史,而在国内才刚刚度过他的十年试点时期。我国 MBA 的招生规模每年为几千人,而美国目前 MBA 毕业生每年达 7—8 万人。中国拥有的 MBA 毕业生和百万工商企业相比很不相称。大多数学者认为:在今后的 20 到 30 年之中,MBA 的需求量将呈现稳步增长趋势。

我国 MBA 教育必须适应经济发展对管理人才的需求,必须借鉴国外 MBA 教育的经验,特别学习 MBA 案例教学的运作模式。然而我国商学院毕业的学生普遍反映案例教学的数量和力度不够。作为为企业界培养顶尖管理人才的 MBA 教材,应该引领 MBA 教育的发展潮流,用国际化的观点与视角去解决实际的问题。

为了满足我国 MBA 教育对教材的需求,北京大学出版社在推出了《当代全美 MBA 经典教材书系(英文版)》之后,又推出了《当代全美 MBA 经典教材书系(翻译版)》,以弥补国内 MBA 教材市场的缺憾,给国内 MBA 教材市场注入了一股新鲜的血液。两套丛书将覆盖北京大学 MBA 的全部主修课程,包括主方向课程:管理学、财务管理、管理信息系统、市场营销、应用统计学、经济学、会计学、商务学;及副方向课程:企业家精神、生产与作业管理、人力资源管理、组织行为学、战略管理、管理沟通、MBA 案例、跨国公司财务、财务案例分析、金融市场与金融机构、公司财务、财务报表解析、投资学、营销管理、国际贸易、财务会计、管理会计、企业市场管理(具体见每本书后所附书目)。

本套丛书的筛选大体上本着以下所提到的三点原则:(1)出“新”。克服以往教材知识陈旧、落后的弊端,紧跟经济的发展潮流,积极适应时代的变革。(2)出“好”。本套丛书收入美国哈佛大学、斯坦福大学、麻省理工、西北大学等著名院校所采用的教材,许多作者都是在美国著名大学任教的教师,他们积累了非常丰富的教学经验,在自己的学术领域内取得了非凡的成绩,将这些名校、名作者的教材和著作翻译出版将使我们的老师和学生直接接触到国外最新、最好、最主流的知

识。(3)出“精”。从大量外版教材中,优中选精,既注重作者的论述精当、观点新颖,更侧重于实用,旨在培养学生分析、解决问题的能力。在每本书中都包含了大量的案例和习题,另外还有一些书(如《财务会计》)配套出版了练习题册。我们还针对各门课程出版了专门的案例以对课堂的案例学习进行补充。本套丛书基本上都是再版多次,并且非常流行的教材。在选择时依据作者过去同类书籍中的精品之作,又选择居于销售排行榜首位的教材。

本套《当代全美 MBA 经典教材书系(翻译版)》经过北京大学光华管理学院及其他著名高校的知名教授学者的精心选编和翻译,集合了大量精深的理论指导和丰富的案例教学,真正称得上是一套优中选精的精品教材。北京大学出版社旗下的北京数字经实公司承担这两套教材稿件的选材、编辑和营销等组织操作工作。

致谢

本套教材是我社与国外一流专业出版公司合作出版的,是从大量外版教材中选出的最优秀的一部分。在选书的过程中我们得到了很多专家学者的支持和帮助,可以说每一本书都是经过处于教学一线的专家、学者们的精心审定,北京大学出版社《当代全美 MBA 经典教材书系(翻译版)》的顺利出版离不开他们的无私帮助,在此,我们对审读并对本套图书提出过宝贵意见的老师及参加翻译的老教师们表示衷心的感谢。

本套丛书的顺利出版还得到了培生教育集团(Pearson Education)北京代表处、汤姆森学习集团(Thomson Learning)北京代表处的大力支持,对他们的付出我们再次表示感谢。

教辅材料说明

教材,顾名思义教学之材料,它和普通的书籍有一个大的区别,就是必须以“方便教授教学”为主。所以,好的教材更需有完备的教学辅助材料相匹配,且每一本教材都要有教辅材料,只有配备了齐全的辅助材料才能称其为完整的教材。北京大学出版社的《当代全美 MBA 经典教材书系(翻译版)》系我社获美国培生教育集团(Pearson Education Group)独家授权之中文翻译版本。Pearson Education 旗下的国际知名教育图书出版公司 Prentice Hall/Addison Wesley/Longman,以其高品质的经济类出版物,享誉全球教育界、工商界,是全美乃至全球高校教材采用率最高的出版集团。我社在选择此套教材的过程中,尽量选择教辅材料齐全的教材,这些教辅材料包括:教学指导用书、教学提纲、测试题、解答题、课堂演示文稿等,以书、幻灯片(Powerpoint Mesentation)、Disk、CD、CD-ROM 等形式出现。我社特获权独家复制以上材料,并向采用该书做教材的教师免费赠送。同时,这些材料还可通过访问培生教育集团相关站点:<http://www.prenhall.com>、<http://www.pearsoned.com>、<http://www.aw.com> 或国内站点:<http://www.digishop.com.cn> 免费下载。

欲获得相关教辅材料的教师烦请填写后面《教辅资料支持表》,以确保此教辅材料仅为教师获得。

北京大学出版社

2003 年 1 月

作者简介

雷蒙德·W. Y. 考尔 (Raymond W. Y. Kao)

雷蒙德·W. Y. 考尔现在是加拿大麦克马斯特(McMaster)大学迈克尔·G. 德格鲁特(Michael G. DeGroot)商学院企业研究方面的副教授。他还是新加坡南洋理工大学南洋商学院的萧伯纳基金教授；联合国工业发展组织人力资源开发方面的国际专家；新加坡商业管理协会中国商会的战略顾问；新加坡南安(Ngee Ann)工艺学院商学系的海外主考官，以及新加坡出口协会的培训顾问。他同时还是瑞士国际格威贝驰(*Internationales Gewerbearchiv*)杂志编辑董事会的成员；加拿大政府小型企业部部长下属的小型企业管理咨询委员会的成员；加拿大多伦多大学企业家精神学教授；加拿大布鲁克(Brock)大学伯格尼(Burgoyne)企业家精神研究中心的访问教授；新西兰坎特伯雷大学的首席塔斯曼(Tasman)会员，以及北京中华女子学院的名誉教授。1995年，他成为芝加哥的国际小型企业会议的威尔福德·L. 怀特(Wilford L. White)会员，并且在1996年成为该组织的主席。

他的主要著作包括：《开创性的企业管理方法》(*An Entrepreneurial Approach to Corporate Management*)；《企业家精神：创造财富和价值增加的过程》(*Entrepreneurship: A Wealth Creation and Value - Adding Process*)；《人力资源开发和人事管理》(*Human Resources Development and Personnel Management*) (由联合国工业发展组织和中华妇女联合会发行中文版)；《小型企业管理》(*Small Business Management*) (第三版)；以及《超载的会计准则：大的普遍接受的会计准则和小的普遍接受的会计准则》(*Accounting Standards Overload: Big GAAP versus Little GAAP*)。

雷蒙德是出生在中国的加拿大人，在中国、加拿大和英国接受教育，1986年被收录进加拿大名人录。

谭文良 (Tan Wee Liang)

谭文良目前是加新加坡管理大学(SMU)企业家精神与法律方面的副教授。在此之前，他是南洋理工大学企业家精神发展中心(ENDEC)的主任，主要负责初始研究：ENDEC世界企业家精神会议，以及中小型企业(SMEs)的扩张行为。他目前是《企业文化杂志》的管理编辑，并服务于《小型企业管理杂志》的国际编辑董事会。文良是剑桥公益社团的成员，他在大西洋两岸都学习过（在英国剑桥大学获得了法律硕士学位，在麻省理工学院的斯隆管理学院获得了管理学硕士学位），他现在是国际小型企业会议的高级副主席（主管经济发展）。他还是新加坡企业家

精神研讨会的主席。他在世界范围内的职务包括：国际专业标准委员会的主席，以及特许秘书与管理者协会国际会议的成员（英国）。作为一个学者，他发表了许多文章和论文，参与许多书籍章节的编写。他被聘为亚洲生产力组织(APO)项目的国家中小企业专家，以及亚太经合组织中小企业项目的专家。他还是太平洋经济合作组织新加坡国家会议的协调员。

序 言

本书试图把雷蒙德的加拿大版的书中初次形成系统的概念和原理介绍给亚洲的读者。激发作者写书的是，在我们共同教授企业家精神的这些年中，还没有发现一本既涉及企业家精神又涉及企业发展的书。我们所熟知的大部分课程涉及的是企业启动的初始阶段。在亚洲，关于企业家精神和在企业发展阶段企业家所面临的挑战的资料是如此之少，于是，我们决定出版此书。这也促使我们针对亚洲读者对本书进行了改编。

我们决定在雷蒙德原著的基础上进行改编，以适应亚洲的情况，这可以追溯到 1997 年。当文良为新加坡的中小型企业的所有者兼经理设计培训计划时，本项目获得了契机。此计划的目的是列出在企业生命周期的各阶段这些商业所有者和经理们所要面对的需求和挑战。这个被称为“企业发展演变和扩张”(EDGE)的计划由海勒亚洲资金发起，被新加坡生产标准委员会所采纳，并且该计划从本书的若干概念中获益匪浅。

我们需要跨越许多障碍，这包括我们俩相隔甚远（雷蒙德回加拿大了），但通过互联网我们的距离又缩短了。即使如此，这仍是个挑战。

我们要对提供本书案例的人致谢。这些人大都是南洋理工大学的企业家精神课程的参与者。本书的案例主要来自亚洲国家，一部分来自加拿大。尽管这些案例发生在不同的亚洲国家，它们都是为教学做准备的，这样，在亚洲的案例中使用一种共同的货币即美元对读者来说就比较容易接受了。在加拿大的案例中，读者可选择使用美元或加元。

然而，一种共同货币的使用可能会导致对财务形象认识的变形。

我们非常感谢蒋佑凯(Chiang Yew Kee)，感谢他勇敢地接受我们的建议并与雷蒙德的加拿大出版商进行谈判，以及培生亚洲教育(Pearson Education Asia)的安杰拉·丘(Angela Chew)所给予我们的耐心。我们还要感谢培生教育的罗查利(Low Chwee Leong)的鼓励。更要感谢我们的妻子和家人，他们不得不忍受我们为此项目而不停地工作。

我们希望本书会对企业家、企业所有者和学生有所帮助。

谭文良(Tan Wee Liang)

当代全美 MBA 经典教材书系(翻译版)

营销管理(第1版)			
(Marketing Management)	[美]拉塞尔·S. 温纳 / 著	孟繁荣等 / 译	58.00 元
企业市场管理——理解价值、创造价值、传递价值(第1版)			
(Business Market Management)	[美]詹姆斯·C. 安得森	徐 岩等 / 译	45.00 元
	[美]詹姆斯·A. 南洛斯 / 著		
国际商务——整合的方法(电子商务升级版)			
(International Business:	[美]约翰·J. 怀尔德	陈 明等 / 译	59.00 元
An Integrated Approach)	[英]肯尼思·L. 怀尔德		
	[美]杰里·C. Y. 汉 / 著		
亚洲企业家精神与企业发展(第1版)			
(Entrepreneurship and Enterprise	[加]雷蒙德·W. Y. 考尔	杨 静等 / 译	40.00 元
Development in Asia)	[新]谭文良 / 著		
管理会计(第3版)			
(Management Accounting)	[加]安东尼·A. 阿特金森	丁瑞玲等 / 译	55.00 元
	[美]罗吉乌·D. 班克尔		
	[美]罗伯特·S. 卡普兰		
	[美]S. 马克·扬 / 著		
财务会计(第4版)			
(Financial Accounting)	[美]沃尔特·T. 哈里森	韩 洁等 / 译	79.00 元
	[美]查尔斯·T. 亨格瑞 / 著		
财务报表——说明与分析(第2版)			
(Financial Statements: Interpreting	[美]卡伦·P. 舍尼贝克 / 著	韩 洁等 / 译	20.00 元
and Analyzing)			
财务报告案例(第3版)			
(Cases in Financial Reporting:		周晓梅等 / 译	30.00 元
An Integrated Approach with an	[美]D. 埃里克·赫斯特		
Emphasis on Earnings and Persistence)	[美]玛丽·利·麦卡纳利 / 著		
金融市场与金融机构(第3版)			
(Financial Markets and	[美]弗雷德里克·S. 米什金 / 著	王青松等 / 译	69.00 元
Institutions)	[美]斯坦利·G. 埃金斯 / 撰		
跨国公司金融(第9版)			
(Multinational Business	[美]大卫·K. 艾特曼 / 著	何海峰等 / 译	待定
Finance)	[美]美阿瑟·I. 斯通希尔 / 著		
	[美]米歇尔·H. 莫菲特 / 著		



UIBE 000490733

我们在

北京大学出版社——数字经实公司

地址:北京市海淀区万泉路 68 号紫金庄园 6 号楼 515 室

邮编:100086

电话:(010)82650070

传真:(010)82656720

E-mail:support@digishop.com.cn

培生教育出版集团北京代表处

(Pearson Education Beijing Office)

电话:8610-68916659/68917488

传真:8610-68917499

E-mail:service@pearsoned.com.cn

目 录

章节流程	6
作者简介	7
序言	9
第 1 章 介绍	1
1.1 关于本书	2
1.2 小型企业	2
1.3 企业发展	3
1.4 企业家	5
1.5 整体相互关系	6
1.6 企业家精神的基本问题	7
1.7 问题或机会?	13
1.8 总结	15
问题讨论	16
作业	17
案例 1A——大学职业油漆工	18
案例 1B——碎纸服务	20
案例 1C——年轻的心俱乐部	23
注释	24
参考文献	25
第 2 章 创业战略	27
2.1 战略和创业任务	28
2.2 创业环境	28
2.3 小型企业的战略基础	32
2.4 创业目标	33
2.5 总结	37
问题讨论	37
作业	38
案例 2A——红爪龙虾 (第一部分)	38
案例 2B——文的汽车工场	40
注释	47

参考文献	48
第3章 商业计划书	49
3.1 为什么计划?	50
3.2 在企业家的真实世界中制定计划	50
3.3 正式的商业计划书	53
3.4 针对银行借款的商业计划书	59
3.5 针对风险投资家的商业计划书	60
3.6 针对政府机关的商业计划书	61
3.7 作为企业家行动指南的商业计划书	62
3.8 用于项目融资的商业计划书	62
3.9 现金流规划的重要性	62
3.10 商业计划书的五大必备要素	66
3.11 总结	67
问题讨论	67
作业	68
案例 3A——印尼贸易案(第一部分):商业计划书	68
注释	78
参考文献	78
第4章 孵化(预启动)	81
4.1 准备,开始	82
4.2 新企业常面临的陷阱	82
4.3 企业意识	83
4.4 市场调查	86
4.5 自我评估	90
4.6 接受商业伙伴	91
4.7 企业法定构造	94
4.8 成本和成本核算	95
4.9 商业计划书	97
4.10 网络	97
4.11 完全脱离以前的雇佣	98
4.12 总结	99
问题讨论	99
作业	100
案例 4A——新改革战略公司	101

案例 4B——雪莉·奈杜：艺术与手工艺	102
案例 4C——意大利面食与鸡肉(第一部分)	103
案例 4D——红爪龙虾(第二部分)	106
附录 4.1	108
附录 4.2	115
注释	117
参考文献	117
第 5 章 启动	119
5.1 介绍	120
5.2 市场战略	120
5.3 位置	133
5.4 融资	139
5.5 记录保存	143
5.6 人力资源开发的早期阶段	151
5.7 开发谈判技巧	152
5.8 总结	153
问题讨论	154
作业	155
案例 5A——布诺兰公司(第一部分)	156
案例 5B——旅行脚踏车：组装世界上最好的	161
注释	167
参考文献	167
第 6 章 开发	169
6.1 介绍	170
6.2 人力资源	170
6.3 幼小企业的融资	180
6.4 增加资产	187
6.5 管理控制系统	191
6.6 不断追逐市场机会	192
6.7 保持创业精神	193
6.8 总结	194
问题讨论	195
案例 6A——布诺兰公司(第二部分)	195
案例 6B——CE 木材供销公司	199

案例 6C——科文和明（第一部分）	210
注释	212
参考文献	212
第 7 章 增长	215
7.1 介绍	216
7.2 从企业家精神到专业化	216
7.3 专业管理计划 and 控制系统	218
7.4 重组公司以满足需求变化	229
7.5 利润和所有权的共享	229
7.6 多元化经营	231
7.7 增加不动产	233
7.8 总结	234
问题讨论	235
作业	236
案例 7A——布诺兰公司（第三部分）	236
案例 7B——新时代面包（第一部分）	238
案例 7C——艺术装饰展示公司	240
案例 7D——印尼贸易案（第二部分）	243
案例 7E——他该把企业留给谁？（第一部分）	244
注释	246
参考文献	247
第 8 章 拓展	249
8.1 介绍	250
8.2 市场拓展	250
8.3 特许经营	251
8.4 收购	256
8.5 出口	259
8.6 公开上市	262
8.7 总结	266
问题讨论	267
案例 8A——布诺兰公司（第四部分）	268
案例 8B——意大利面食与鸡肉（第二部分）	277
案例 8C——新时代面包（第二部分）	281
案例 8D——印尼贸易案（第三部分）	284

案例 8E——他该把企业留给谁? (第二部分)	287
附录 8.1	288
附录 8.2	294
注释	295
参考文献	295
第 9 章 研究与开发	
9.1 介绍	297
9.2 研发及其商业应用	298
9.3 小型企业的研发努力	298
9.4 小型企业研发的战略考虑	299
9.5 市场导向的研发模型	302
9.6 总结	306
问题讨论	306
案例 9A——丹尼尔·王	308
案例 9B——加拿大的科技	317
案例 9C——科文和明(第二部分)	320
案例 9D——BK 电子有限公司	323
注释	328
参考文献	328
第 10 章 政府干预	329
10.1 介绍	330
10.2 政府为什么干预?	330
10.3 政府对企业的介入	333
10.4 政府针对企业家精神的政策和基础设施	334
10.5 孵化器	337
10.6 企业家眼中的政府援助	338
10.7 总结	339
作业	339
案例 10A——奇迹费时更长	
——一位新加坡企业家的故事	340
案例 10B——他该把企业留给谁? (第三部分)	344
注释	345
参考文献	345