

创想丛书 孟宪忠主编



孟宪忠 著

中国 企业缺少什么

ZHONGGUO
QIYE
QUESHAO
SHENME

吉林人民出版社

□创想丛书 孟宪忠主编

中国企业缺少什么

孟宪忠 著

吉林人民出版社

(吉)新登字 01 号

中国企业缺少什么

主 编 孟宪忠 著

责任编辑 刘玉文

责任校对 卢 绵

封面设计 翁立涛

版式设计 刘玉文

出 版 者 吉林人民出版社
(长春市人民大街 124 号 邮编 130021)

发 行 者 吉林人民出版社

印 刷 者 长春市第四印刷厂

开 本 850 × 1168 1/32

印 张 8.25

字 数 150 千字

版 次 2000 年 1 月第 1 版

印 次 2000 年 1 月第 1 次印刷

印 数 1—5 100 册

标准书号 ISBN 7—206—03073—4/F · 750

定 价 18.00 元

如图书有印装质量问题,请与承印工厂联系。

在一片真实的土地上耕耘

（代 序）

—

近些年，我主要从事企业经济、区域经济和社会发展理论研究。

在进行企业经济研究过程中，我非常幸运的得到了企业界和决策层的信任和鼓励。从北国一汽到南方TCL，从西北彩虹集团到上海浦东开发区，几年来，我曾为数百企业做过“中国企业面临的问题和对策”系列讲演。同时，也曾主持过几十个企业的发展战略、市场规划、管理咨询。这些实践活动对于我来说是一片真实的土地。

在与企业的多层次多方面接触过程中，我为改革开放以来中国企业的进步而高兴和自豪。短短20年，中国企业走过了近代300年的历史，它面对太多挑战，要进行太多的变革。我也为中国企业的短视和痼疾而

焦急。我更希望中国企业能在新世纪凤凰涅槃，有新的飞跃。

历史告诉我们：一个企业也好，一个区域也好，甚至一个民族也好，只有找到自己的不足和缺憾，并痛下决心弥补与改正，事业才会有前途。

于是我在咨询和讲演中，多次谈到中国企业不足和弥补这些不足的途径。我反复强调中国企业需要提高自己创造经济剩余的能力，需要提高自己制造市场的能力，需要提高自己创新能力。

命题是经验的总结、思考的凝集。

我这里所说的“提高企业创造经济剩余的能力”不是一个简单的命题，它包含了中国企业缺少创造经济剩余能力真实原因的分析，包含了中国企业怎样创造经济剩余的探讨。

我这里所说的“提高企业制造市场的能力”也不是一个简单的命题，它包含了对中国企业肤浅理解制造市场的批判和怎样占领国内市场、开拓国际市场的研究，包含了对分割今日市场份额和掌握明日市场空间的思索。

我这里所说的“提高企业创新能力”也不是一个简单的命题，它包含了对中国企业为什么缺少创新能力的反思，包含了世界成功企业创新致胜的启示，包含了中国企业提高创新能力道路的开拓。

限于经历和理论水平，我所谈所论定有许多不足和偏颇，但这些问题却是企业真实的问题，却是企业

迫切需要解决的真实问题。读者可以不同意我的具体观点，但却要正视这些真实的问题。

二

分析实际，研究理论，我有三点追求：

要顶天立地分析问题，形成理论。顶天是指要了解世界相关领域的信息，以资做参考系。立地是要深入中国实际，不要空对空的放空炮，而要找准真实问题，剖析深层原因，理论联系实际地切实解决矛盾。

要从360°视角看问题。因为今天的企业和区域是动态复杂系统，来不得片面和静止。

要以创新为追求。理论不创新就是废话，解决问题没有新办法就是事倍功半。

所以，在我为企业的讲演中，在我主持的企业咨询中，我总愿意谈到自己的发现，介绍国际最新的经验，我希望能把中国与世界化解后形成新的一体；我也愿意从经济学、管理学、文化学、社会学乃至政治学多角度去看待同一现象，以求全面，我愿意在经济发展和社会发展大背景下来分析企业的微观行为。我愿意每次讲演、每次咨询都讲出对于自己也是新鲜的话语，我害怕重复别人、更害怕重复自己，思想的创新对于我是无上的精神愉悦。

书稿所收集的是我在企业咨询、讲演中很少一部分，但听过后的企业界朋友们认为有些意义，姑且印

出来以供大家参考批评。

三

海明威是举世瞩目的大作家。他的《永别了，武器》脱稿后，自己希望改 39 次。我这部奉献给企业界、经济界和一切对中国企业感兴趣的朋友们的书真不知应改多少次才算合格。

但真是再过一周就跨世纪了；一万年太久只争朝夕，只好带着些许遗憾奉献给读者。

说到文体，这不是传统的学术著作形式而是谈话和演讲。讲话当然没有学术形式高贵，但也有其好听的优点，有读者面广的长处。我就保留了讲话的真实面貌，让它有一些轻松，有一些激动。

我说过，除了研究企业经济、区域经济外，我还研究社会发展理论。承担国家教育部《中国经济与社会协调发展调研与对策报告》的课题。这些年我之所以花许多力气接触企业，就是想先从微观层次了解中国企业面临的迫切问题，并探讨解决这些迫切问题的思路。然后再中观的研究中国区域经济面临的迫切问题和对策。最后再形成总报告：《走向经济文明》。

从这个意义上说，这本小书是国家教育部课题的一份背景报告。

我欣慰的是，我在各大企业和各省市做以上讲话时，人们耐心和认真听下去了，还每每来信谈到在实

践中的采纳；我欣慰的是企业界和决策层十分关心，非常支持我的讲话能印刷成书以备阅读。这也许就是理论的现实作用吧。

十年磨一剑，不敢试锋芒。这是我在企业经济这片真实土地上的初步耕耘，我愿意不断努力，去奉献无愧于人们期望的收获。

孟宪忠

于新世纪来临之际



在海尔集团



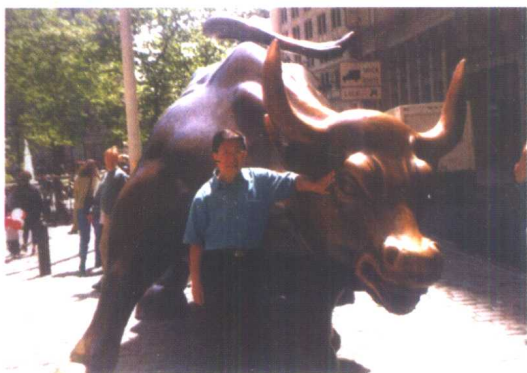
在娃哈哈集团



与东宝集团董事长
李一奎谈无形资产



访问迪斯尼总部



在华尔街股票交易市场
铜牛塑像前



在中国·正泰集团



在恒安集团

在德力西集团



内容提要

本书是作者多年来从事企业经济研究的思考记录，该书以敏感的观察，透视了中国企业迈入新世纪面临的迫切问题，在借鉴世界成功企业经验的背景下，探索着中国企业走向成功之路。是企业界、学术界、决策层和一切关心中国企业发展、关心中国经济发展的人们不可不读之书。

吉林大学企业家学院

地址：中国吉林省长春市

邮编：130021

电话：086 - 0431 - 5635001

传真：086 - 0431 - 8961611

E - mail: meng@ public. cc. jl. cn

国家教育部

《中国经济与社会协调发展调研与对策》

项目报告之一



作者简介

孟宪忠教授曾就读于吉林大学、复旦大学，先后攻读哲学博士学位，从事经济学博士后研究。

现任吉林大学社会发展研究院院长、企业家学院院长、博士生导师，兼任吉林省人民政府等数省、市政府经济顾问，国内数十家企业集团经济顾问。

近年来，主要从事企业经济、区域经济与社会发展理论研究。出版《中国经济与社会发展战略》等十余部专著，在《中国社会科学》、《人民日报》等刊物发表学术论文 200 余篇。曾先后被评为中国有突出贡献博士、国家级有突出贡献专家。荣获霍英东青年科研奖等 16 项奖励。



访问诺贝尔物理学奖获得者杨振宁博士



与全国政协副主席、澳门中华总商会会长马万祺合影



与上海市市长
徐匡迪在上海
通用汽车公司



拜会金利来集团董事长曾宪梓



在人民大会堂出席彩虹集团新闻发布会



在华尔街1号纽约银行



参观台湾高雄港



参加全球中药现代化学术研讨会



在洛山矶市沃尔玛特商场
在“97世界管理大会”上发言

目 录

在一片真实的土地上耕耘 (代序)	(1)
第一章 从产值中心到创造经济剩余	(1)
一、创造经济剩余是经济的中心工作	(1)
二、中国经济为什么缺少经济剩余	(4)
三、从产权改革层次促进创造经济剩余	(9)
四、改善中国企业经营者的五种心态	(12)
五、提高决策水平、管理水平,提高创造经济剩余能力 ..	(15)
六、创造经济剩余乃能为之事	(23)
七、我们要有三种成本意识	(25)
八、通过提高物质生产要素投入效率创造经济剩余 ..	(28)
九、丰富经济增长的全要素概念	(30)
十、知识经济时代创造经济剩余的新因素	(31)
十一、促进科技与经济一体化	(34)
十二、促进文化与经济一体化	(45)
十三、促进有形资产与无形资产一体化	(52)
十四、促进实物经济与信息经济一体化	(73)
十五、促进国内经济与国际经济一体化	(86)
第二章 从制造产品到制造市场	(97)
一、中国市场的双重压力与制造市场	(97)
二、走出制造市场的误区	(104)

三、创造市场的双重涵义与两种竞争力·····	(109)
四、分割今日的市场份额·····	(111)
五、掌握明天的市场机会·····	(115)
六、提高企业的全球化能力·····	(123)
七、如何做全球化经理人·····	(127)
八、实质性生产与实质性定价·····	(136)
九、面向 21 世纪的质量观·····	(142)
十、如何获得全球市场“绿色通行证”·····	(154)
十一、品牌经济时代的品牌运作·····	(161)
十二、创造市场是一个思想解放、艰苦努力过程·····	(175)
 第三章 从市场模仿到经济创新·····	(179)
一、企业正常化后面临的新挑战·····	(179)
二、企业面临的压力是什么·····	(181)
三、全球 500 强创新给我们的启示·····	(184)
四、除了全球 500 强以外的榜样·····	(193)
五、你是具备哪个知识层次的企业家·····	(202)
六、企业创新与民族的创新氛围·····	(208)
七、适度规模是最佳的经营形式·····	(219)
八、企业运行的新资源与企业利润的新来源·····	(222)
九、企业经营的新内容·····	(224)
十、企业决策新思维·····	(227)
十一、企业管理的创新·····	(234)
十二、企业组织形式新变化·····	(241)
十三、企业性质的变化·····	(244)
 跋 走向经济文明·····	(248)
主要参考文献·····	(249)