

新 产 品 经 济

袁恩桢
吴绍中

张文英
易 然

著

上海社会科学院出版社

F.40

新 产 品 经 济

袁恩桢 张文英 著
吴绍中 易 然



上海社会科学院出版社

责任编辑 曹均伟
封面设计 邹越非

新 产 品 经 济

袁恩桢 张文英 吴绍中 易 然著

上海社会科学院出版社出版

(上海淮海中路622弄7号)

新华书店上海发行所发行 江苏苏州印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张3.5 字数74,000

1985年4月第1版 1985年4月第1次印刷

印数1—9,500

书号4299.011 定价0.55元

前 言

“传统产品”、“百年老牌”，历来是我国商店招揽顾客的重要口号，可是到了现在，仅有这些口号，显然已经不灵了。当前的世界是科学技术突飞猛进，新产品层出不穷的时代。我国的民用电子产品由电子管收音机、半导体收音机，进到了黑白电视机、彩色电视机、收录音机、录象机阶段就是一例。正所谓长江后浪推前浪，产品更新换代之快，是以往历史所少见。

定期举行的新产品展览会，集各地新产品之大成。比如上海展览馆，是上海新产品展览的固定场所。在那由大理石构筑的、宽敞而明亮的大厅里，各类轻、纺、手、机、电、仪表、冶金、化工等行业的新产品千姿百态，排列有序，琳琅满目，美不胜收。在这里，不仅有电子计算机、激光器械、光导纤维、精细化工等新型产品，代表了现代工业发展的方向，而且即使一些老产品的改换新貌，也引起人们的极大兴趣。比如，上海华生电扇厂推出的幻光电容式香风电扇，别具一格，伴随阵阵清风而来的还有悦目的彩色幻光和淡淡幽香。各种工艺台钟，有的精致华贵，有的落落大方，只要价格适中，完全可以大批生产，为新房新居增添新色。至于那由全毛美士林印花薄纱制成的连衫裙，由于质地挺刮，薄如蝉衣，兼有云鸟树林图案，上淡下浓色彩，素雅端庄，浑然一体，更是逗人喜爱。

新产品展览会展示了我国经济发展的无限潜力。每当参观回来，人们必然会十分兴奋，但是在兴奋之余，又会有一些

感慨。主要不是感慨我国新产品相对于其他经济发达国家之落后,因为新产品发展之路必然需要有一个从低到高、顺序渐进的过程;而是感慨新产品在我国破土之艰难。一项新产品从构思、设计到试制,往往会碰到来自人、财、物等方面的种种障碍。即使是已摆上展台的那些试制成功的新产品,也往往会由于种种原因,长久地停留于“展品”或“礼品”的阶段,难以与广大消费者见面。所以,新产品的设计、试制和生产,尽管大量是属于技术方面的事,却也与经济管理工作有极其密切的关系。特别是对我们这样一个实行计划经济的社会主义国家,经济管理对新产品的试制和生产的影响更是举足轻重。

这本书不是研究新产品试制和生产中的技术方面的问题,而是专门探讨新产品试制和生产中的有关经济管理方面的问题,也就是说研究在我国社会主义经济管理体制中,上上下下如何为新产品的研制大开绿灯,为新产品的发展填砖添瓦的问题。

目 录

前 言	1
一、一门新的学问	1
什么是新产品	1
发展新产品的重大意义	4
事关经济管理体制的改革	12
二、新产品的决策	15
新产品决策的重要性	15
新产品决策的基本原则	18
掌握信息是新产品决策的前提	28
三、新产品的资金	3
“巧妇难为无米之炊”的状况急需改变	35
广开集资之路	38
加强新产品资金的管理	44
四、新产品的价格	49
合理的价格是新产品发展的重要条件	49
新产品的定价原则	52
正确处理新产品价格的有关问题	61

五、新产品的税收·····	67
税收是支持新产品发展的重要经济杠杆·····	67
正确发挥税收在新产品开发中的作用·····	70
六、新产品的销售和服务·····	74
广告的力量·····	74
推销的学问·····	81
售后服务至关重要·····	88
七、新产品的考核和奖励·····	93
新产品开发的经济动力·····	93
完善新产品开发的考核制度·····	96
改革新产品的奖励制度·····	100
后 记·····	104

一、一门新的学问

什么是新产品

新产品的特点，就是在一个“新”字。相对于老产品，那末，它无论在产品的原理、结构、性能、用途，采用的材料、元件，以及制造的工艺方法、技术特征等方面，都有了显著变化。新产品按其创新的程度，可以分为以下几大类：

第一、全新新产品

它是指产品的原理、结构、性能、用途等方面同老产品完全不一，从而在使用的材料、元件以及制造工艺、技术等方面同老产品有重大差别的一种产品。全新新产品往往是新的科学成果在生产上所取得的一种突破。比如，当汽车、飞机、电话、收音机在当年刚刚问世的时候，显然都是前所未有的全新新产品。再如，上海曙光机械厂所研制和生产的真空镀铝设备，也是全新新产品的一种。它采用新的真空涂层原理，使玻璃镜子的涂层从此由铝代银，不仅为国家节约大量珍贵的白银，而且，还可免除原来的工艺废水硝酸银对环境的污染。此后，该厂不断地研制出一系列真空涂层新设备，突出的有大规模集成电路的真空镀铝设备，金银线真空镀层设备等，并逐渐形成新的产品系列。许多金光锃亮的出口工艺品、设备零件和元器件，都是因为真空涂层设备为它们穿上了一件件华贵的外衣。

第二、换代新产品

它是指产品的原理、结构虽然与老产品基本相同，但是

由于采用了新材料、新元件、新技术，从而使产品性能有所提高的一种新产品。收音机不断地更新换代就是一个相当典型的例子。最早的收音机是矿石收音机，那只能算是收音机发展的雏型阶段。其结构简单，靠一块天然矿石滤波，再加一段架空天线，一对耳机听筒，不需电源，但是接收范围狭窄，音量极小。电子管收音机的出现，以其接收音波的灵敏度高、音量大小容易调节等特点，使收音机真正成为受人们欢迎的工业产品，但是，却也存在体积较大、价格较高、耗电较多等弱点。晶体管收音机是属于收音机的第三代了，它是用锗、硅等半导体材料制成的晶体管来代替电子管，具有体积小、成本低的特点，电子管收音机一般的价格都在百元以上，而质量已经相当不错的袖珍式半导体收音机，只需八、九元一台，这就为在当前广大农村普及收音机奠定了良好的条件。集成电路的出现，又使收音机的发展进入新的阶段。集成电路是将许多管子浓缩在一块电路板上。集成电路的采用，特别是随着电路集成度的不断提高，不仅使收音机的性能更为稳定，而且，也为收音机向高级、精密方向发展，以及为收录音和音象兼有的电子产品的生产和推广打下良好的基础。此外，如以钢窗代木窗，日用品中的以塑代木，元器件中的以塑代钢，电光源中的以氙灯、碘钨灯、钠灯等新光源替代日光灯和白炽灯，都是当前我国经济生活中处处可见的换代新产品的例子。

第三、改进型新产品

它是指对老产品有较大的设计改革，性能有明显改进的新产品。同以上两类新产品相比，改进型新产品在实践中更为普遍，可以说在各行各业是广为存在。最简单的如鸭形叫嘴壶，与原来的水壶的差别是有了一个水开自叫装置。尽管

改进有限，却很起作用：既能节约能源，又有利于减轻家务劳动的紧张程度。至于在生产资料生产部门，特别是机床、仪表、电子等行业，则几乎经常有不少改进型新产品问世。

第四、仿制型新产品

作为新产品，往往有一个国家或地区的界限。一种产品在某些国家，可能已经是属于生产多年的老产品，但是，对其他一些国家来说，却是从未有过的新产品。在世界的范围里，各国间产品的相互仿制和技术的相互交流，是极其正常的事情。任何一个国家，包括那些经济发达的国家，都无一例外。我国是一个经济上不发达的社会主义国家，因此，在社会主义现代化建设的过程中，更应该尽可能地借鉴和引进国外的先进工艺和先进技术，学习和仿制国外的先进产品。大量的实践证明，对待国外的先进技术和产品，由仿至创，是发展工业的一条正常的必由之路。比如，上海机电机修总厂和机电机修七厂根据国外样机，联合仿制的SGF—2001型 高速无梭织带机，结构先进，自动化程度高，可编织各类带型花样300种以上，其生产效率高于当前国产织带机的8倍以上。应该看到，仿制型新产品的生产，也并不是一件十分容易的事情。比如，上海缝纫机行业试制的手提电动铝合金多功能缝纫机，尽管也有国外同类产品可作借鉴，但是，限于当前上海的技术和经济条件，在技术数据测定、材料、设备、开模能力等方面都存在一定的困难，所以在相当长的一段时间中，迟迟不能大批投产。

新产品的概念，不仅有国家的范围，而且，还有省市地区的范围，即一种产品尽管在国内已经生产多年，但是，对某个地区来说，却可以是第一次生产的新产品。至于日常生活中所说的“企业新产品”的用语，则已经不属于严格的新

产品的涵义，因为它指的是社会早已普遍生产而该企业还是第一次生产的产品。这不是本书研究的对象。

在各地的新产品展览会上展出的不少产品，严格说来，并不属于新产品之列，而应该是新品种、新花色、新规格。不过，新产品同新品种、新花色、新规格之间，有时也确实难分。就以华生电扇厂生产的幻光电容式香风电扇来说，由于电扇的主件即电机没有什么大的变化，因此，严格地讲，也只能算是新品种，但是，由于它同原有电扇已有较大的差别，所以，一般也称其为新产品了。

我们的基本观点是，新产品可以有两重涵义：一是狭义的新产品，即上述严格意义的新产品概念，它是指在产品的原理、结构、性能、用途，采用的材料、元件，以及制造的工艺、技术等方面都有了显著变化的新产品；二是广义的新产品，即将新品种、新规格、新花色也包括进来了。我们在后面的分析主要是从狭义的新产品的出发，有时也涉及到广义新产品的内容。从经济管理的角度分析，狭义与广义新产品所碰到的问题 往往也大致相似。

发展新产品的重大意义

研究和发展新产品，决不仅仅是个别企业范围的事情，而是关系到整个国家和社会经济大局的事情，意义极其重大。

第一、新产品的发展状况，是衡量社会生产力发展水平的一个重要标志

产品是社会生产的结晶。从产品的种类和数量上，可以看出一个社会、一个国家的生产力的发展水平。在原始社会，人们以狩猎野兽和采集野果为生，那时的劳动产品不仅保持了自然之物的状态，而且种类也极其单调，这也正是原始社

会生产力十分落后的重要标志。奴隶社会以后,社会产品种类逐渐增加。在公元前的六到四世纪,古希腊的雅典市场及其产品状况是这样的:“供应市场蔬菜的菜园主人带着他的水果和蔬菜到市镇来,地主用他的驴子驮着木柴来,阿开尼安人用筐子运木炭来。……凡是要卖东西的人,如带着才织成布匹的奴隶们,雅典市塞拉麦考斯区、米利武区或斯堪色尼底区来的手艺人,在破晓以前就离开了乡村的农民们,赶着猪仔的美加利安人,科波斯湖的渔夫们,都从四面八方赶到这里来。通过林荫小道,他们到达各种售货的指定地点;各个地点用活动的栏杆分开。按照规定的时间,不同的市场,一个跟着一个开市了。蔬菜、水果、干酪、鱼、肉、腊肠、家禽和野鸟、酒、木柴、陶器、铁器、旧货,都各有其市场。”①市场上众多的商品,正是古希腊文明和社会生产力发展的象征。《东京梦华录》则记载了十二世纪初我国北宋京城中大相国寺庙会商品的丰盛:“相国寺每月五次开放,万姓交易。大三门上皆是飞禽猫犬之类,珍禽奇兽,无所不有。第二、三门皆动用杂物。庭中设綵幙露屋义铺,卖蒲合蓆席、屏帟洗漱、鞍辔弓剑、时果、腊脯之类。近佛殿,孟家道院王道人蜜煎、赵文秀笔及泮谷墨占定。两廊皆诸寺师姑卖绣作、领抹、花朵、珠翠、头面、生色销金花样幙头、帽子、特髻、冠子、缘线之类。殿后资圣门前,皆书籍玩好图画,及诸路散任官员土物香药之类。后廊皆日者货术、传神之类。”②古开封大相国寺集市之繁华,正说明我国封建社会生产力发展的盛况。

资本主义社会是以新产品的不断涌现为重要特点,特别是它使生产资料在中世纪长期凝固不变的状态发生了重大的改观。以珍妮纺纱机和瓦特蒸汽机为起点的十八世纪工业革

命，使英国成为世界资本主义的最强国。各类新型的机器及其生产的新型消费品的大量涌现，正是资本主义社会生产力突飞猛进，在不到一百年的时间内就超过以往人类历史所创造的生产力总和的重要标志。在市场上，百货商店的名称起自资本主义社会，“百货”无非是形容商品之多。其实，百货商店中的商品何止百种，而往往是有几万种。这也正显示了资本主义社会新产品开发的巨大进展。

社会主义社会为新产品的发展提供了极其广阔的场所。新产品开发中的日新月异景象，正是社会主义社会优于资本主义社会的重要标志。当然，我国是发展中的社会主义国家，因此，新产品的发展以及生产力的发展往往还不是走在世界的前列。但是，可以充分预计，随着社会主义制度的不断完善，我国的新产品开发以及生产力的发展，一定能够走向世界的前列。

第二、发展新产品是我国社会主义现代化建设的一个重要内容

胡耀邦同志在中国共产党第十二次全国代表大会的报告中说：“在全面开创新局面的各项任务中，首要的任务是把社会主义现代化建设继续推向前进。”在这里，发展新产品与社会主义现代化建设的关系相当密切。从某种角度上说，现代化要靠大批新产品构筑而成。可以考察一下发达国家的状况，大量采用自动化高效能的生产设备，包括各种类型的机器人。据经济合作与发展组织的统计，到1983年初，世界上已拥有能编制程序即装有电脑的第二代机器人，31,000台，其中日本有13,000台，美国有6,250台，西德有3,500台，瑞典1,300台，英国1,152台，法国950台。预计到1990年，世界机器人总数将达23~33万台。在农业中，

同样是采用各种种植、收获、灌溉、饲养、运输、加工等高效专用设备。在科学研究方面，则有包括大型高能加速器在内的各项现代化科研设备。相比之下，在产品现代化方面，我国确实是落后了相当一段距离。以机械产品为例，我国现有机械产品的品种是三、四万种，仅及发达国家的六分之一左右。在上海现有工业企业的装备中，八十年代水平的设备可以说是寥寥无几，大量是四、五十年代水平的设备。不用新型的生产资料产品去武装广大企业，怎么可能进一步生产出各类现代化的产品呢？比如上海的机床制造行业拥有一批经验丰富的技术力量，机械加工的精度也比较高，但是生产的磨床到了国外，有的卖价只及别国同类磨床的十分之一。原因何在？往往是因为磨床自动化装置的电子产品的落后和制造磨床的钢材质量较差，使机械制造厂“巧妇难为无米之炊”。

实现社会主义现代化，必须从发展新产品上下功夫。一种新产品的开发，往往不是只关系到一个产品、一个企业，而要涉及到一大批产品和一大批企业的发展和现代化的问题。这是因为社会主义生产是一种以高度的分工和协作为基础的社会化大生产，每一种新产品的开发，必须以许多企业的密切配合为条件。比如，盒式录音机的生产，需要以集成电路、特种钢材和硅酸盐材料的发展为条件；一种新型精密织物的出现，需要有新型纤维、新型高级染料以及相应的后处理设备的发展为条件。一种新产品的开发，带起来的往往是一系列部门和企业的生产现代化的发展。所以，在建设社会主义现代化过程中，从中央到地方，从部门到企业，都应该有发展新产品的具体目标、步骤和切实可行的措施。

第三、发展新产品是实现“外挤内联”方针的重要条件
对外贸易是每个国家经济活动的重要组成部分。在发展

我国对外贸易的过程中，中央有关领导同志提出的“外挤”方针，是很有道理的。我国的人口占世界的四分之一，但是，出口额却只占国际贸易总额的百分之一。我国商品在世界市场上的竞争能力，远远低于世界水平。据有关方面反映，在国外，特别是在欧美市场上，很难找到我国商品的踪迹。下面是《世界经济导报》记者发自荷兰阿姆斯特丹的消息：“明亮的大玻璃窗中，陈列着来自世界各地的产品，尤以欧洲的、日本的、香港的以及南朝鲜的为多。”“很难找到中国货。除了在华人商店中有一些中国食品、轻工业品和工艺美术品以外，其他商店几乎没有中国货。我特别留心地寻找，所得无几。在一家玩具店的橱窗里，总算看到一架中国造的玩具钢琴。在一家小杂货铺里，看到了一只老掉了牙的中国双铃马蹄表，上面积了一层灰尘，表明它已在这里睡了多少天的觉了。我看到的另外两件中国商品，连进商店货架的资格都没有：在一家杂货铺门口的筐子里，乱七八糟地堆了几十只中国造的白色搪瓷漱口杯，一个盾一个，无人问津；在一家鞋店门口的筐子里，上海造的带花黑丝绒人造革底女式拖鞋只卖五个盾一双，而其他拖鞋，通常都是二十几至三十盾，甚至更高。”③为什么我国的商品在国际上摆不到应有的地位了外贸经营管理上的一些问题以外，主要是因为产品的陈旧落后，不能提供世界市场所需要的大批新型产品。这从出口产品的结构中也可以看出。在一些经济发达的国家，技术密集型的机电产品占了出口产品的主要比重，如在1981年，日本机电产品出口量占全国出口总额的67.6%，西德占46%，美国占43.6%，法国占32%。而我国呢？在出口商品总额中，机电产品所占比重还不足10%，而且多是一些简易设备和工具。即使是作为上海出口总额40%的纺织

品，其构成状况也很不理想：一是出口的匹头大于成衣；二是无论布匹还是成衣，又是低档的远远大于高档产品。陈旧落后的产品，一是难以扩展世界市场，二是卖不上好价钱。所以，为了发展我国的对外贸易，为了使我国有更大的经济实力以引进世界先进的科学技术，就必须大力开拓新产品。只有努力用优质的新产品去进一步敲开世界市场的大门，才能实现“外挤”的任务。

对于上海、天津、辽宁等这样一些沿海老工业基地，发展新产品还是为了支援内地工业发展，即“内联”的需要。支援内地工业的发展，是沿海老工业基地义不容辞的应尽职责，也是我国社会主义经济地区平衡发展的一项重要战略决策。而“内联”或者说地区间的经济联合，则是实现这一任务的重要途径。党的十一届三中全会以后，地区间的经济联合已经有了较大的发展，但是，又不能不看到，“内联”这项工作仍然是困难重重，而且多是停留在自发的、小型的经济联合的阶段。联合的阻力何在？除了由于经济管理体制上的问题，“条条”与“块块”之间的利益冲突以外，很大程度上是同沿海老工业基地在新产品开发上的落后有关。对内地工业的联合和支援，主要是通过转让产品和技术的途径来实现。如果沿海老工业基地的新产品开发不力，产品更新换代缓慢，就必然难以实现转让产品、技术和支援内地工业发展的任务。如果勉强实行，就无法避免“教会徒弟打师傅”的困境。所以，无论是“外挤”或者“内联”，都必须以新产品的大力发展为条件。

第四、发展新产品是社会主义企业生存和发展的基本前提

社会主义企业的基本任务，就是生产社会所需要的产

品。一个企业,如果老是几十年一贯制,死抱住陈旧的产品不放,显然同社会主义企业应尽的职责不相适应。如果说在以往吃“大锅饭”的年代,反正是肉烂在锅里,矛盾还不是十分突出,那末,在十一届三中全会以后,随着企业相对独立的经济地位的确立,以税代利等制度的推行,产品“几十年一贯制”的矛盾就相当突出了。一个企业如果不注意产品的更新换代,在新产品开发方面长期无所建树,它的日子就必然越来越不好过,甚至连生存都会发生问题。相反,只有积极开发新产品,注意产品的更新换代,才能促进企业的迅速发展。比如石家庄煤矿机械厂在1979年以前,由于产品陈旧,使企业长期处在亏损状态之中。以后几年,该厂积极引进国外先进技术,采取仿制与创新相结合、继承与发展相结合的原则,到了1983年年中,共生产了42项新产品,其中有些产品已接近八十年代水平。该厂1979年的新产品产值不足总产值的10%,1982年已提高到49.6%。由于新产品的迅速发展,使该厂的经济效益大为提高,1980年开始摘掉了亏损户的帽子,1982年的上缴利润比1981年增加7.5倍,1983年上半年的上缴利润又比1982年上半年增加3倍。

社会主义社会仍然存在商品生产,仍然存在一定程度的竞争。这就要求社会主义企业具有竞争的能力,并在竞争中求得发展。而努力发展新产品,则是企业取得竞争优势的重要手段。比如上海涤纶厂是在五十年代建成的我国第一家生产化纤原料涤纶树脂的企业,可是,进入八十年代以后却碰到了新的情况:一是化纤产品的大幅度降价;二是涤纶树脂的大量积压以及来自其他企业的竞争。为了争得市场竞争的优势,该厂着力于新产品、新品种的开发,并在半年的时间先后生产出黑色、藏青色和咖啡色的有色涤纶。用这类有色