

《 汉 译 大 众 精 品 文 库 》 经 济 类

信息时代的**经济学**

[美] 萨尔坦 · 科马里 著
姚 坤 何卫红 译

*THE NEW ECONOMICS
OF THE INFORMATION AGE*



江苏人民出版社

《 汉 译 大 众 精 品 文 库 》 经 济 类

精
品
汉
译

信息时代的**经济学**

[美] 萨尔坦·科马里 著
姚 坤 何卫红 译



江苏人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

信息时代的经济学/(美)科马里(Kermally, S.)著;
姚坤,何卫红译. —南京:江苏人民出版社,2000
(汉译大众精品文库)

书名原文:When Economics Means Business: The New
Economics of the Information Age

ISBN 7-214-02793-3

I.信... II.①科...②姚...③何... III.经济
学-研究-当代 IV.FO

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 23153 号

- 书 名 信息时代的经济学
著 者 [美]萨尔坦·科马里
译 者 姚 坤 何卫红
责任编辑 谢 红
出版发行 江苏人民出版社(南京中央路 165 号 210009)
网 址 <http://www.jspsh.com>
<http://www.book-wind.com>
经 销 江苏省新华书店
印 刷 者 南通韬奋印刷厂
开 本 850×1168 毫米 1/32
印 张 7.75 插页 2
字 数 190 千字
版 次 2000 年 8 月第 1 版第 1 次印刷
标准书号 ISBN 7-214-02793-3/F·620
定 价 13.00 元

(江苏人民版图书凡印装错误可向本社调换)

作者简介

萨尔坦·科马里曾获文学硕士、理学士、法学学士、哲学博士学位，并获财政学、会计学和营销学文凭。他是一位管理发展方面的咨询专家和培训专家，曾设计并讲授商业战略、商业经济学、市场营销、人才管理、业绩与知识以及个人发展等培训课程。他曾在英国、荷兰、比利时、法国、奥地利、中东、塔吉克斯坦、香港等国家和地区指导培训课程。

他曾在位于布鲁塞尔的欧洲管理中心、伦敦商学院和世界经济情报组织担任高级职务。

他还曾长期涉足管理教育和培训工作。最近，他正在开放大学商学院教授 MBA 课程“业绩管理与评价”，在达勒姆大学商学院教授 MBA 课程“组织行为”。

他著有《总体经济学思考》和《管理思想与管理业绩》。

本书提要

• 崭新的经济学思想

传统的管理思想的核心是建立在传统的经济学思想的基础之上的。

当全球经济从工业时代转向信息时代的时候,经济活动的规则正经历着彻底的变革。信息时代是以全球化、迅速的技术变革以及知识在获得和保持竞争优势中的重要性为特征的。

• 改写经济学

信息时代的发展力度对传统经济学的许多原理和概念提出了挑战。本书是第一本将经济学与商业实践结合起来,并以此来证明在当今商业社会中经济学具有其实践意义的著作。

- **理解经济学的实用性**

在“现实”世界中不能应用的原理是毫无优势可言的。阅读本书后便可充分理解巩固和变革传统经济学的新的动力所在。

- **生产要素新组合**

作为生产要素,土地、劳动、资本等应该为核心能力、客户和知识所代替。在本书中,萨尔坦·科马里将我们带入了我们正身处其中的信息时代。

目 录

序 言	1
第一部分 处于十字路口上的经济学	6
——做好扔掉你的经济学课本的准备	
第一章 变化中的商业概况的性质	7
第二章 经济学概念与模型	12
——质疑四项经济学原理	
第三章 现代商业创新及其对重要的经济学概念 与模型的冲击	33
第二部分 需求与供给	42
——让我们现实起来	
第一章 需 求	43
第二章 需求的价格弹性	50
——不要将婴儿同洗澡水一起倒掉	
第三章 供给规律	54
第四章 供给与需求的一体化	57
第五章 价格的确定	63

第三部分 竞争与市场	79
——从战略到行动	
第一章 竞争的类型	80
第二章 竞争的来源和性质	84
第三章 私人部门的管理竞争	92
——参与竞争者的游戏	
第四章 市场经济——最优模式	97
第五章 从市场区域到市场空间	99
第六章 市场的失败	105
第四部分 战略联盟和伙伴关系	111
——至死不分离	
第一章 构造竞争	112
——市场能量和市场规模	
第二章 战略联盟和收益递增	119
第三章 兼并、收购和战略联盟的不经济	124
第四章 摆脱企业	134
第五章 监管兼并和收购	136
——创造“自由市场”的替代者	
第五部分 商业组织	148
——使之集中、快速、友好和灵活	
第一章 厂商理论	149
第二章 厂商理论的现代透视	155
第三章 经济学的新路径	174

第六部分 对生产要素的新透视(I)	182
——能力和客户	
第一章 谁在经济生产中创造了价值	183
第二章 作为一个生产要素的核心能力	191
第三章 客户作为一个生产要素	200
第七部分 对生产要素的新透视(II)	211
——知识	
第一章 知识和收益递增	212
第二章 在商业中如何管理知识	224
第三章 日本人关于知识的观点	226
第四章 一个国家经济的知识与变革	229
——印度的软件产业	
第五章 学习组织	231
第六章 从比较优势到竞争优势	232
第七章 回到全球化	234
结 论	238

序 言

任何旅程都有第一步。

——佚名

是将经济学与现代商业社会的现实 重新联结起来的时候了

经过几个世纪的发展,人类社会经历了三个不同的时代——农业时代、工业时代和现在的信息时代。信息时代是以全球化、迅速的技术变革以及知识在获得和保持竞争优势中的重要性为标志的。

信息时代对传统经济学中包含的许多概念和原理提出了质疑。许多管理专家和一些经济学家一直在考虑,如何使经济学(主要是微观经济学)变得对商业经营者以及那些对经济学感兴趣的人来说更易于理解。现在,似乎正有两股力量——全球化和技术,在要求改写微观经济学的基本原理。

作者认为,本书是第一本真正力图将微观经济学的基本原理和概念面向信息时代的现实,并将经济学与商业现实结合起来,使之在现今的商业社会中产生实际效用的著作。像约翰·凯这样的经济学家已经对实用经济学提出了一些根本

性的问题。圣达菲大学的 W·布赖恩·阿瑟教授对知识经济时代收益递增的优势进行了分析。伦敦经济学院的丹尼·奎提出了“失重世界”的概念,以反映在经济产出中无形资产份额的日益增长。汤姆·彼得斯,一位与众不同的管理学权威,一直强调在信息时代背景下,知识作为国家财富的源泉的重要性。本书进一步检验了微观经济学中的各种概念和原理,同时还将它们置于商业社会不断变化的背景下进行验证。本书还提出了新的观点和原理,以便人们理解经济学的实践意义,并使其在信息时代对商业更有价值。

信息时代如何改变了传统经济学

以下选取一些例子来说明全球化和技术发展已经对微观经济学的方方面面造成了冲击。

- 收益递减的适用性大大下降,相反,高科技的诞生却使“收益递增”赢得了应有的“尊敬”。

- 在很多情形下,传统经济学中需求与供给之间原有的清晰的边界线已经消失。

- 市场区域正在变为市场空间。

- 全球采购正极大地影响着传统经济学的生产可能性曲线。

- 微软公司和美国司法部之间的斗争在经济学中突出了市场“锁定”的概念。

- 信息技术,尤其是因特网技术正对价格机制产生显著影响。关于价格、质量和商品服务的可获得性的信息在全球范围中正变得越来越易于获得。如此,市场也就更加透明。

- 传统的、建立在对利润最大化预期基础上的厂商理论正受到质疑。商业社会的复杂性正将厂商变成复杂的具有适应性的系统。

- 传统的生产要素——土地、劳动、资本和企业，已经变为新的生产要素——核心能力、客户和知识。

- 建立在生产要素的相对价格基础之上的比较优势理论为国际贸易经济学奠定了基础。比较优势的概念已经被竞争优势的概念所超越，而这一概念是以对新的生产要素的有效利用为基础的。

所有这些全都是宣传性报道吗

很多经济学家认为，这些全都是商业宣传，是为了诽谤传统经济学而放大和夸张了变化。事实并非如此。本书强调了微软公司、戴尔计算机公司、惠普公司、路华公司、ABB 公司、英国航空公司、橙公司和 3M 公司等一些公司当前的观点、研究和行为，这样，就很有必要回顾和检验传统经济学的概念和原理，以使它们更加适用于信息时代，并对经营者更有意义。不能应用于“现实世界”的原理没有任何优势可言。

经济活动的规则正在经历着巨大的变化，而且这种变化也正冲击着很多工商企业的竞争战略。旧的生产、分配和消费规律正在演变成一种需求和供给融为一体的理论，这种理论的基础是以能力、客户和知识作为价值创造的生产要素。商业经营者们必须理解巩固和改变传统经济学的动力所在。

本书结构

本书在写作方法上偏重实用,供商业经营者、咨询业从业者、经济学家和商业、经济专业的学生使用。本书的七个主要部分串连起来,将信息时代中的经济学学习和商业结合在一起。每一部分都关注一些重要的概念和原理,并将其置于“显微镜”下审视全球化和技术发展给它们带来的变化。

- 第一部分:处于十字路口上的经济学——做好扔掉你的经济学课本的准备。研究了几个经济学的主要概念:收益递减规律、收益递增原理、生产可能性曲线和劳动分工。

- 第二部分:需求与供给——让我们现实起来。关注需求、需求的价格弹性、供给和价格机制。

- 第三部分:竞争与市场——从战略到行动。讨论传统经济学中和现实生活中竞争的性质、取消管制的力量以及一些公司是如何来管理竞争的。

- 第四部分:战略联盟和伙伴关系——死亡才能将我们分开。介绍了战略联盟、兼并和收购的主旨;审视了20世纪90年代的兼并风潮、对联盟和兼并的正反两面的观点以及反托拉斯者的行动。

- 第五部分:商业组织——使之集中、快速和灵活。对厂商理论的基础提出质疑,并且提出,现今的商业组织必须将其战略建立在差异且复杂的生产要素的基础之上,而传统的厂商理论是以利润最大化为基础的。以联合利华公司和AT&T公司为例。

- 第六部分:对生产要素的新透视(I)——能力和客户。

抛弃了传统的生产要素——土地、劳动、资本等，提出以核心能力、客户作为新的生产要素。该部分还详细阐述了核心能力，同时还说明如何才能获取竞争优势。客户在转变 ABB 公司、DHL 公司、英国航空公司、TNT 公司和橙公司的组织战略方面起到了关键的作用。

● 第七部分：对生产要素的新透视(Ⅱ)——知识。提出知识是最后一个生产要素，知识是一种宝贵的财富，而且在信息时代更有助于组织的成功。

论 据 和 论 断

本书利用了期刊和其他出版物中的资料，把它们作为“论据”来支持和强调本书的论点。这种方法还有以下优点：

- 它缩短了读者的学习路径；
- 它使读者明了可利用的出版物的范围；
- 它可以支撑本书的主题；
- 揭示了各种不同的观点。

论断在对每个概念和原理的审视之后出现，以强化结论。这种方法也使本书的形式多样化，同时更贴近读者。

第一部分 处于十字路口上的经济学

——做好扔掉你的经济学课本的准备

我宁愿看到经济学不仅仅是一门科学，不仅仅是一门科学意即其本身更接近现实……我们正面临经济学在错误的预期基础上严密推论的危险。

——W·布赖恩·阿瑟

前 言

在过去的几十年里，这个世界发生了很多变化，这些变化足以影响各国的竞争地位。一些国家和地区，如新加坡、马来西亚、台湾，不再被列入“不发达国家(或地区)”，而是变成了“亚洲虎”。那么，是什么在总体上驱使这些国家和地区及其商业界发生变化呢？许多国家正在变化着的政治思想意识意味着什么？这些变化对经济学的基本原理，诸如收益递减和劳动分工产生了什么影响？在这样的情形之下，我们怎样才能使经济学理解我们所处的这个世界？

第一章 变化中的商业概况的性质

近年来,亚洲新兴工业国所面临的问题,(欧洲)经济货币联盟(EMU)对商业的作用,日本经济的前景及其对其他国家的影响等都引起了广泛的讨论。各种专家的悲观预测都认为亚洲金融危机正在挤榨全球经济。

1998年初,世界经济情报组织就预测,中国等国家将取代东南亚新兴工业国成为世界的热点。在宏观和地缘政治层面上都将发生变化。

在微观经济层面上,兼并和收购活动正不断增长。战略联盟和购并在世界范围内影响着电信、制药和零售等部门。组织抛弃了它们刻板的结构,转向一种水平、灵活的结构。生产过程正被重新设计,雇员正被授予更多的权力。在宏观和微观层面上的世界经济作为全球化进程的结果也正变得颠三倒四。经济环境中的经济决策和变化已经成为商业战略的指示器。如此,了解支撑经济学的主题和原理在多大程度上受到商业全球化的影响就显得非常重要了。

进入“全球化经济”

是什么力量促使许多作者创作出“距离的消亡”、“银行家的消亡”、“货币的消亡”,甚至“经济学的消亡”之类主题的“终结类”著作?

在宏观和微观层面上的世界经济作为全球化进程的结果正变得颠三倒四。

20 世纪 80 年代以来,各种组织一直将世界市场看成一个亚太、北美和欧洲三足鼎立的局面,而现在这个观点由于激烈的竞争已经发生了转向。一家全球公司并不等于它就是一家跨国公司(MNC)。在传统意义上,跨国公司在多个国家销售产品、调整产品、制定实际运作和营销战略。它们在海外市场上往往通过子公司执行其战略,同时子公司又必须听命于母国的公司总部。

哈佛商学院的西奥多·莱维特的观点是,全球公司将所有的事都看成大事。它们懂得,与在国内一样参与世界范围的竞争以及通过对其产品和经营实行标准化来寻求价格的不断降低是绝对必要的。它们看待这个世界好像它是由几个标准化了的市场组成,而不是由几个“定制”的市场组成的。它们正在朝全球一体化的方向努力。

商业国际公司,一家一度属于《经济学人报》的公司 1991 年罗列了“全球公司”的下列主要特征:

- 在本国销售的产品多于在本国以外销售的产品;
- 由各地公司自己作出决策,而非集中决策;
- 在任何有必要的时候从事研究开发——而且常常在国外的实验室进行;
- 公司存货通常按几种外汇报编制目录;
- 公司股东遍布全球;
- 相当数量的非母国董事进入董事会;
- 贸易壁垒对商业活动不再构成威胁;
- 在管理上成功地实现了雇员的多国籍和忠诚,部分通