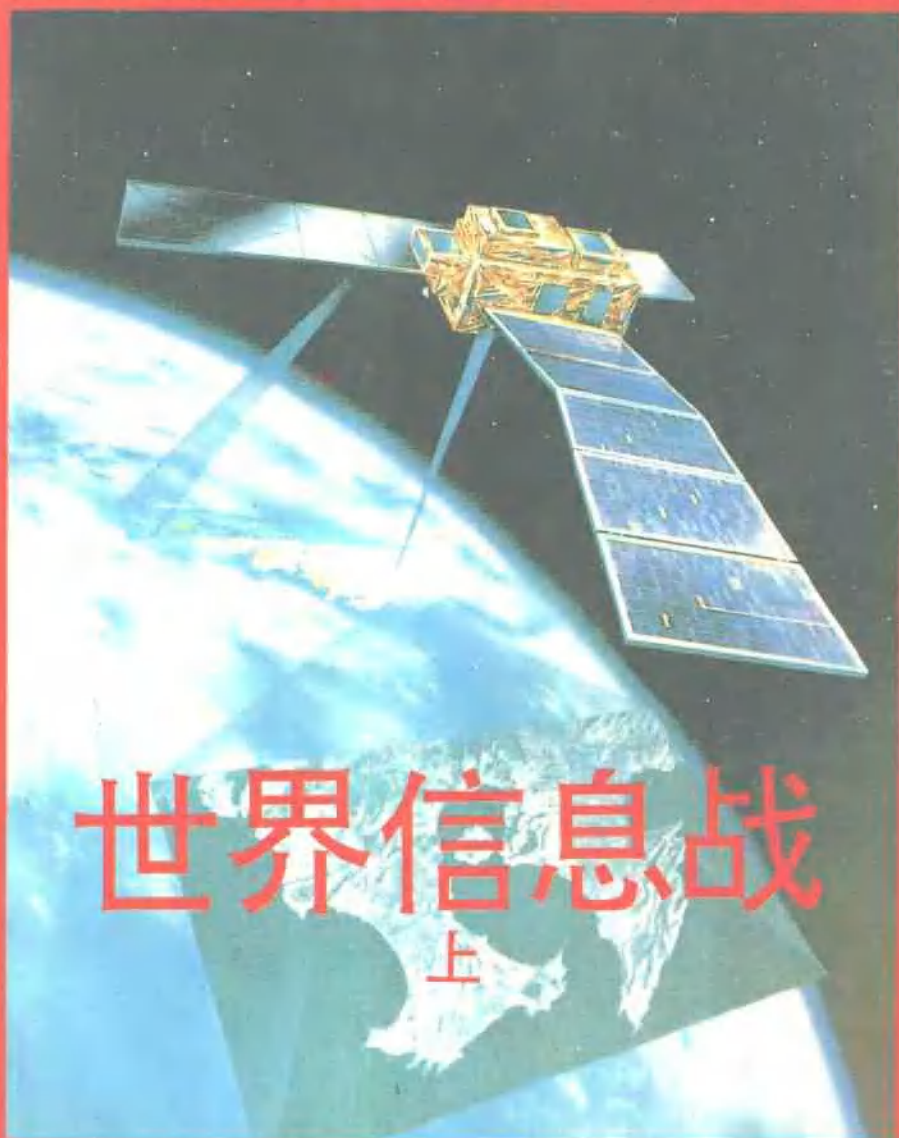


经济
谋略

库

ECONMIC STRATEGY RESERVOIR



世界信息战

上

辽宁民族出版社

世界信息战

(上)

总策划：朝 鲁

主 编：刘金树 王栋南

执行主编：吴安怀

辽宁民族出版社

000
J312
198

世界信息战

(下)

总策划：朝 鲁

主 编：刘金树 王栋南

执行主编：吴安怀

辽宁民族出版社



CICIR 260213

世界信息战（上、下）

总策划：朝 鲁

主 编：刘金树 王栋南

执行主编：吴安怀

辽宁民族出版社出版 （沈阳市和平区北一马路108号）

辽宁省新华书店发行 朝 阳 新 华 印 刷 厂 印 刷

字数：800 000 开本：850×1168 1/32 印张：32 1/8

印数：1—10 000

1996年3月第1版 1996年3月第1次印刷

责任编辑：朝 鲁 责任校对：白 玉 金 正

封面设计：徐贵文 版式设计：文忠实

ISBN7-80527-346-4

F·I3 定价（上、下）：45.00元

《经济谋略库》序

美籍华人、经济学教授谢文蔚通过多年对美国、瑞士、南斯拉夫、日本、韩国、新加坡等国经济发展的研究，归纳出经济发展应具备11个条件：其中第8条就是——有正确发展战略。

在经济谋略策划与实施中，兵家的智慧开始被人祭起，《孙子兵法》、《黄公韬略》、《鬼谷子妙算》一版再版；《易经算卦》、《手相》、《刘伯温推背图》突然畅销。

什么是谋略，解释有千百种，用一句话来说，就是“为创造有利条件实行全盘性行动的计划和策略”，以长期、综合性观点来看，即是“创造致胜条件”。

中外经济界，处处散在“珍珠”。“经济谋略库”，从宝藏中挖掘有益的财富。

军事科学、经济建设，彼此间存在着血缘

BYE 2007 106

关系。

军事斗争中，“师出有道”、“运筹帷幄”、“战略战术”等，都在经济谋略中有所体现。

“经济谋略库”，把蕴含着高深哲理和智慧结晶的中外经营谋略，演绎成典故或案例，深入浅出地展示其真谛和基本规律，揭示其奥秘无穷的内涵。

《世界广告战》、《世界市场战》、《世界销售战》、《世界信息战》中，出奇制胜的经营绝招，向读者展示了中外社会经济管理和经营谋略的知识宝库。

“经济谋略库”，以案例故事为经，以谋略故事为纬，透过在复杂多变的激烈竞争中的大起大落、大智大勇的传奇生涯和经营实例，展示经营者在风云变幻的经营实战中的决策艺术和经营业绩。

“道可道，非常道。”这是《老子》首篇首语。意思是可以名状的道不是常恒的道。也就是说，世界的事情是变化的，把变化状态的道求索出来指导变化，那是很有意义的。

当代许多有名的大亨，都是从经营小本生意开始，继而走向世界：

“船王”包玉刚，当初仅经营一条破船，用了20年的时间，终于发展成为庞大的远洋船队；

香港大亨李嘉诚，14岁兜售胶衣沿街叫

卖，22岁自立门户开一间小胶衣厂，到了60年代他已成为香港妇孺皆知的大富豪了；

日本松下幸之助，最初经营的是电源插座小作坊，现在松下电器的家用电器已遍及全球；

美国李·亚科卡，一生几起几落，最后奇迹般地使濒临破产的汽车公司起死回生。

事实上人不是神。怎样伟大的“董事长”都不能三头六臂，成事在天，谋事在人。

创意魅力无穷，计谋点石成金。

假如把“谋”纳入一条特殊的轨道，它就会变成神话。

当人们埋头于生产，他注意市场；当人们注意市场，他走向竞争；当人们开始竞争时，他协作联合。

谋不仅是略，而且是创，是闯，是思路。

商品经济的规律是人人平等。

日本精工表通过东京奥运会驰名，法国白兰地借助总统打开美国市场，帕根利用计谋指导雀巢公司渡过信誉危机。

任何一个国家试图长期占领市场的企业，都离不开“战”，离不开智慧的较量。

经济竞争，是当今世界的主流。

经济竞争集中表现为经济谋略的竞争，谋略成了现代社会助人走向成功、走向辉煌的阶梯。

出奇制胜的力量源泉在于创造性的思维。

无限循环，上升发展。
没有斗争，就没有征服。

经济舞台是全球性的。

经济战略的路线图，有时也反映在广告竞争上。

在70年代，百事可乐向可口可乐市场发动了一场势如破竹的广告战。可口可乐在“百事可乐挑战”面前，终于清醒过来，修正其策略去迎战，进而转守为攻。两家公司交替或同时都实行进攻的策略，也在执行防御的策略。

这几乎成为经济谋略的一个完整写照。

谋略也是哲学。

不论谋论多么高深，不论情势多么有利，没有实弹，战争也只有失败一途。

英国伦敦的哈罗茨百货商场，领带的品种，达7 000种；钢琴的牌号，有150个；时装的款式，库存8 000种；奶酪也有450个制造商提供。

有1 000家优秀的企业，就有1 000条智慧。“变富”的奥秘，蕴藏于“个性的艺术”创造之中。

“张小泉”剪刀，“盛锡福”礼帽，“边福茂”绣鞋……从商品可以看出一个企业的等级。

五胡十六国时前秦苻坚派30万大军去西

域抢印度高僧鸠摩罗什，50年代代表科学院的郭沫若与代表高教部的杨秀峰为争夺人才演出“二聋夺珠”（二人均有些耳聋）的喜剧，历史今日又重演了。

在经济战中，抢人才抢技术等同抢钱，这是经济谋略的“大谋。”

威震全球的经营巨头，令人赞叹。

神——市场机遇一抓一个准；

奇——面对万千竞争者，独领风骚。

寻根究底，他们也都是普普通通的凡人，只不过是多一份勇于创业的深谋远虑罢了。

经济谋略说到底是创造经济。

世上真不知有多少宝贵的精力，都白白地牺牲在毫无意义的守旧工作中。这真是人类文明上最大的损失。

洛克菲勒在1890年到1896年，将“标准石油”的利润由每年1900万上升到3400万。在大赚的颠峰时期，把商业变成战争。

兰得博士发明一具瞬间照相的相机，那次发明给他赚进了108500万左右的财富。

1875年以前整个世界历史上富翁的总和还比不上美国一年新富翁的人数。

经商真是一种最伟大的教育，有它能训练出一个头脑清楚、目光锐利、能够自给自足的人。

世界不是宿命的。

有人认为“第三次世界大战将是一场经济战争”。实际上，这场战争已经开始，而发动者正是日本人。

在商业竞争中，西方不能战胜日本的原因是，西方在同一个不是在“经营”商业而是在“打商业仗”的社会进行竞争。日本是用进行战争的那种紧张、专注和战术参与商业竞争的。

猎人狩猎，发现目标后，等待、引逗、穷追、砍杀，一切都是为了将目的物弄到手。

狩猎程序“战略战术”自在其中。

一个正在振兴的民族，它是不会拒绝历史经验的，不管这种经验来自何方。

当今时代是经济竞争激烈的时代，有国际上的竞争，也有国内竞争，经济竞争，“上兵伐谋。”

人们普遍欠缺一个最基本的因素，那就是经验。

从前经商，只要有些计谋，敏捷迅速，就可以成功；可现在的企业家，谋略在胸，还必须要有相当的学识，对于国内外的地理、风俗、人情、市场调查、会计统计等都非常熟悉不可。

对于后人来说，不仅需要前人的物质财富、硬件，更需要前人留下的精神财富、软件。

英国作家约翰·德莱顿认为，世上一切事

物都可以利用。

常识是战斗在实业界中的实业家们最佳的武器。

“经济谋略库”，使企业家审时度势，心领神会，触类旁通，举一反三。

“经济谋略库”是善战者的致人之策。

一个人对完全陌生的知识是无法吸收的；因为你根本不理解；但完全熟悉的东西，也不能为你增添新知识。“经济谋略库”是使你达到理解边缘知识，能激起你紧张的智力活动，成为你知识宝库中的一部分。

拿破仑一生中最大的功绩并不在于他打了一百多次胜仗，而是在于他创立了拿破仑《民法典》。

“经济谋略库”给予读者的不是金钱，不是物资，而是参与经济竞争的方法、技巧、智慧。

人类高度发展的智慧，主要是通过学习获得的。

水稻为什么长成米粒，无非是那稻叶吸收了太阳光的光量子，然后再与二氧化碳和水化合成葡萄糖。

以为序。

1993年3月于沈阳

《世界信息战》序

每一个时代，都有体现这个时代的历史思维和独特标志。当今的世界，增长最快、最使人关注的是信息。

整个人类都感受到它那慑人心魄的威力。以至，发达的资本主义国家的产业结构都正在朝着以信息经济为先导的方向进行调整和发展。

在信息社会，信息正在成为比资本更重要的东西。

沙——地球上最廉价的物质。就是这最廉价的沙，在第一、第二、第三次浪潮中，与信息相交生辉，身价百倍。

在第一次浪潮中，沙与扇贝相交，产生了珍珠。《世界名品珍珠目录》中记载“十大名珠”，都是稀世珍宝。1934年在菲律宾派拉温附近海域，捕到一个巨蚌，蚌中珍珠被称为“真

主之珠”，重 6.6 公斤，长 24 厘米，直径 13.5 厘米，价值 500 多万美元。

在第二次浪潮中，使人认识沙中有金，于是沙里淘金热遍全球。粗略统计，自人类开采黄金以来，已获取 11.6 万吨，其中 3/4 是 19 世纪以来得到的。

在第三次浪潮中，沙更是引人注目。当代最具有代表性的技术就是电脑，而电脑需要制成集成电路，而集成电路镶嵌在一片硅片上，这硅芯片就是从沙里提炼出来的。1960 年世界上第一块集成电路只能集成 4 个元器件，到 1976 年，发展到一块硅芯片上可有 1 万多个晶体管。

沙与信息结合，在沙中注入了智慧，这样，一个最廉价的物质居然成为人类社会享受不尽的财富。

“物质经济”是工业化前期的经济，大约从 1880 年开始，经历了一个世纪的时间。

“信息经济”是减少产品生产过程中的物质和劳务消耗，提高其中的智能和信息比重的经济。利用信息，就是使用知识来创造、发明更多更好的产品，完成更好的服务；而消耗的物质能源则甚少。美国 60 年代至 70 年代的年平均国民总产值中约有 50% 是由经济中的信息部分所构成。

从全世界范围看，50 年代，人们追求的是钢铁，口号是“钢铁元帅升帐”；60 年代，世界

进入石油时代，口号是“石油比金子还可贵”；70年代，电子工业、材料工业大发展，人们的口号是“大规模集成电路是工业发展的食粮”；80年代，信息工业方兴未艾，人们正在发出新的呼喊……

世界经济发展证明，谁能以最快的速度，有效地吸收、利用科学技术成果于本国的经济，谁就能在发展与竞争中赢得主动权。这正是科技信息对于整个现代化建设起着不可替代的作用，这是第一生产力。

在信息社会，机会是偏爱那些有充分的智力准备和坚持对外开放的地区和国家的。信息战，是个体智慧迈向群体智慧的精密化过程。

18世纪，英国产业革命成功，成为“世界工厂”，其因素是多方面的，但是英国重视经济信息资源的开发，特别是重视引进欧洲大陆技术信息资源的因素是值得我们深思的。

德国在18世纪末叶，经济落后于英法。后来德国化学工业兴起，铁路事业发展，工业总产值超过英国。从总体上看，德国重视“第二资源”的开发，这是它的独到之处。

美国经济的发展，正像英国靠机械工业、德国靠化学工业一样，美国独创电力技术系统，全部技术的80%是欧洲的。爱迪生等利用欧洲经济信息资源后，才实现电力大规模工业生产，从而加快了整个经济发展的步伐。

世界已经进入信息社会。

从一定意义上讲，现代世界经济活动，实质上是以情报为纽带的信息活动。产品中的信息含量日趋增多。美国杜邦公司用11年时间，花了2500万美元研制成功了合成尼龙工艺，日本获悉后，只花了700万美元购买了专利，两年时间就投产出口，很快赚取了9000万美元。这就是日本的成功之道。

“知己知彼”，典出于中国。参与信息战争，我们当下功夫研究对方。

英国人用高昂的代价花了25年时间才研究成功的锻铁技术，法国人只花了一小笔费用在6个月内便成了这项技术的主人。

美国萨亚纳米德公司花了1200万美元研究的新抗生素，在投产时发现这种新药已充塞于市场，原来这项研究成果的绝密资料早被混入内部的意大利公司的间谍窃走，并抢先投产占领市场。

实业界中的间谍活动，似不宜笼统地称之为道德问题，它往往是竞争一种惯用的手段。

地球，有东方、西方之分，然而，信息却不分东西，你的可以是我的，我的也可以是你的。信息具有世界性经济的属性。

法国非官方消息称，法国工业机密有90%泄露到国外，美国为60%；原苏联为10%。美国著名的安全专家贝奎直言不讳地承认：“在美国现在是小公司偷大公司，大公司偷小公司，人

人都在相互偷窃。”

日本在第二次世界大战中军用工业被打掉90%，民族工业被打掉60%，他们所以能够在一片废墟上创造出经济腾飞的奇迹，可以讲出一百条原因，而焦点和要害是依靠信息经济。日本在战后的20年来，总共花了57.亿美元购买国外情报和专利，把信息、情报业称作第四产业。现代经济，从危言耸听的角度讲，是国内外信息战争的物质结晶。

日本战后经济发展，突出说明了开发经济信息资源的意义。日本的重要经验之一是经济信息资源开发，尤其是重视经济技术情报工作。日本的“情报资源化政策”，即用高价的知识密集工业产品换取不发达国家的低价劳动密集型工业产品，使经济发展保持在较高的水平上。

日本对信息战争的战略在于，“我的是我的”，“你的也是我的”，无孔不入地谋求信息共享。今天，充斥于国际市场的日本商品，从收录机、洗衣机、电冰箱到照相机、汽车，哪一样是日本的发明？日本人是把你的发明、创造搞到手，消化、吸收、创新，形成商品，打入世界市场，形成了“发明、开发在西欧、美国，通过信息战，赚钱在日本”的现实。欧美人无可奈何地说：“可怕的通产省，讨厌的日本人！”

日本5—6秒钟就可获得世界各地金融市场行情；1—3分钟可查询日本与世界各地进出

口贸易的商品种类、规格等资料；3—5分钟可查询调用国内一万个重点公司企业当年或历年经营生产情况的时间系列数据；5—10分钟可查询或调用政府制定的各种法律，以及法令和国会记录；5分钟即可利用数量经济模型和计算机模拟画出国际、国内经济因素变化可能给宏观经济带来影响的变动图和曲线。为什么很多国家都对日本经济发展的速度咋舌、惊叹在贸易战中不是日本的对手？日本注重行动的迅速不能不说是一个重要原因。有人说，以秒为单位计算时间的人，比以分为单位的人，时间多59倍。这正是日本经济取胜的奥妙之一。

法国当天研制出的时装款式，第二天，日本东京市场便有人出售，这是何等迅速的情报信息意识和行动！

西方人用猫捉老鼠的过程形象地描绘日本人参与信息战的实施过程。首先是卧下静观老鼠的动静，当确信老鼠的行踪之后，轻轻地迈两小步，看老鼠反应，当有捉住的把握时则以最快速度扑上去，抓住不放。

美国前总统卡特说过：“美国2/3的成果来自有关的信息活动”。利用经济信息，可以发现更多的物质资源。利用核裂变反映技术信息所取得的能量，可以比从煤、石油燃料中取得的能量增大到几百万倍；利用生物遗传密码信息，可以改变动植物品种，使产品增加几十倍；利