


管理经济 · 工程经济 ·  
技术经济研究

赵国杰 于海洋 著

Studies in Management Economics,  
Engineering Economics and Technical Economics

 天津大学出版社  
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

# 管理经济·工程经济·技术经济研究

赵国杰 于海洋 著

 天津大学出版社  
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

**图书在版编目(CIP)数据**

管理经济、工程经济、技术经济研究/赵国杰,于海洋著.

天津:天津大学出版社,2006.5

ISBN 7-5618-2291-X

I.管... II.①赵...②于... III.①管理经济学-文集  
②工程经济学-文集③技术经济学-文集 IV.F0-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 059425 号

出版发行 天津大学出版社  
出 版 人 杨欢  
地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编:300072)  
网 址 www.tjup.com  
电 话 发行部:022-27403647 邮购部:022-27402742  
印 刷 昌黎太阳红彩色印刷有限责任公司  
经 销 全国各地新华书店  
开 本 170mm × 240mm  
印 张 26.5  
字 数 581 千  
版 次 2006 年 5 月第 1 版  
印 次 2006 年 5 月第 1 次  
印 数 1-4 000  
定 价 45.00 元



赵国杰，男，1950年5月5日生，河北保定人。中国管理科学院院士，天津大学管理学院教授、博士生导师、技术经济及管理专家，山东工商学院特聘教授（技术经济及管理专业学术带头人），山东财政学院客座教授，济南大学客座教授，河南科技大学兼职教授。

获天津市第九届社会科学优秀成果（著作）三等奖（2004）、山东省科技进步三等奖、湖北省社会科学优秀论文三等奖（2003）、天津市第八届社会科学优秀成果（著作）二等奖（2002）、天津市第七届社会科学优秀成果（著作）三等奖（1999）、天津市软科学三等奖（1999）、河南省科技进步二等奖（1999）。

于海洋，男，1960年生，沈阳市人。现任辽宁嘉星诺房地产优先公司总裁，沈阳富通房屋开发有限公司董事长；高级工程师，辽宁大学经济学院兼职教授；曾任《东北经济报》报社副秘书长，沈阳市浑河开发区管理委员会副主任。

与赵国杰教授合著的《企业发展战略的选择》获天津市第八届社会科学优秀成果（著作）二等奖（2002），本书系与赵国杰教授合作出版的第二部著作。

## 作者主要著作

- 1 赵国杰. 技术经济学. 天津大学出版社, 2006 ( “十五” 国家级规划教材 )
- 2 赵国杰 ( 主编 ). 投资项目可行性研究, 第2版. 天津大学出版社, 2005
- 3 兰国良, 赵国杰. 可持续发展县域经济的多维视角. 河北人民出版社, 2005
- 4 赵国杰. 工程经济学. 第2版. 天津大学出版社, 2004
- 5 赵国杰. 工程经济学 ( 大专、职教版 ). 天津大学出版社, 2004
- 6 赵国杰. 管理与管理学. 天津大学出版社, 2003 ( 2004年获天津市社科三等奖 )
- 7 赵国杰. 科学、技术、社会 ( STS ). 天津大学出版社, 2003 ( 2004年获天津市社科二等奖 )
- 8 赵国杰. 工程经济学与管理经济学. 天津大学出版社, 2003 ( 2004年获天津市社科三等奖 )
- 9 赵国杰 ( 参编 ). 政府计划评价初探 ( 国家科技部项目 ). 天津大学出版社, 2001
- 10 赵国杰, 于海洋. 企业发展战略的选择 ( 国家社科基金项目 ). 天津大学出版社, 2000 ( 2002年获天津市社科二等奖 )
- 11 赵国杰. 管理大趋势. 科学出版社, 法律出版社, 1999
- 12 赵国杰. 企业文化与跨文化管理. 科学出版社, 法律出版社, 1999
- 13 赵国杰. 集约化增长与创新. 科学出版社, 法律出版社, 1999
- 14 赵国杰 ( 主编 ). 现代工程经济学. 辽宁大学出版社, 1999
- 15 赵国杰 ( 主编 ). 工程经济与项目评价. 天津大学出版社, 1999
- 16 赵国杰 ( 参编 ). 高新技术企业规模化发展 ( 天津市科委项目 ). 天津科学技术出版社, 1998 ( 1999 年获天津市软科学三等奖 )
- 17 赵国杰 ( 参编 ). 中国经济变革中的企业营销 ( 国家社科基金项目 ). 中国经济出版社, 1997
- 18 赵国杰. 技术经济学. 天津大学出版社, 1996
- 19 梁镇, 赵国杰. 企业管理创新 ( 国家社科基金项目 ). 中国经济出版社, 1996 ( 1999年获天津市社科三等奖 )
- 20 赵国杰 ( 参编 ). 科技进步与经济发展 ( 天津市社科基金项目 ). 天津人民出版社, 1996
- 21 赵国杰, 孔军. 现代管理经济学. 天津人民出版社, 1995
- 22 赵国杰 ( 副主编 ). 建筑师技术经济与管理读本. 中国建筑工业出版社, 1995
- 23 赵国杰 ( 参编 ). 邓小平社会主义经济思想研究 ( 天津市社科基金项目 ). 天津社会科学院出版社, 1995
- 24 赵国杰 ( 主编 ). 通向繁荣的道路——市场经济. 天津大学出版社, 1994
- 25 赵国杰等. 技术经济学. 天津大学出版社, 1993
- 26 赵国杰. 回顾与前瞻——中国金融体制改革的探索. 天津科技翻译出版公司, 1993
- 27 赵国杰 ( 主编 ). 股! ? ——股份公司、股票、股市交易. 天津科技翻译出版公司, 1992
- 28 赵国杰, 洪振东. 国际金融. 中国卓越出版公司, 1990
- 29 赵国杰. 建设项目经济评价. 天津科技翻译出版公司, 1989
- 30 赵国杰. 技术经济学教程. 天津科技翻译出版公司, 1989
- 31 赵国杰 ( 参编 ). 乡镇企业经营管理 ( 上、中、下 ). 天津大学出版社, 1987

# 目 录

写在正文前的三段话之一.....	( 1 )
写在正文前的三段话之二.....	( 3 )
写在正文前的三段话之三.....	( 6 )
构建适于中国应用的管理经济学新体系* .....	( 14 )
为工程硕士设计新工程经济学体系* .....	( 19 )
发展技术经济的构想* .....	( 26 )
经济理论发展模式初探——“科学革命”还是“研究纲领”？* .....	( 31 )
建构新的系统科学观的尝试* .....	( 35 )
对技术本质认识的历史考察与新界定* .....	( 46 )
技术的维-色-相结构研究* .....	( 53 )
技术进步机制的三阶段分析与整体研究* .....	( 58 )
以人的创新为核心的螺旋形国家创新体系演化机制分析* .....	( 65 )
绿色企业可持续发展的稳定机制与动力系统—— ECIS 分析* .....	( 73 )
“李约瑟难题”求解述评* .....	( 80 )
论中国经济发展战略的选择* .....	( 87 )
地区产业结构研究模式的问题及新研究途径的探索* .....	( 95 )
中国区域投资有效性评价* .....	( 99 )
基于 DEA 方法的中国区域投资有效性分级评价* .....	( 108 )
农业集约化与扩大再生产理论探微* .....	( 113 )
农业集约化对产权制度和价格体系的依赖性* .....	( 123 )
测度经济集约化发展水平的探索* .....	( 125 )
浙江省农业地质环境信息需求的实证分析* .....	( 129 )
农业地质调查项目技术评价指标体系初探* .....	( 134 )
农业地质环境调查项目技术评价模型设计与实证分析* .....	( 140 )
中国 1959 ~ 1961 年农业危机的主因：对林毅夫假说的定量检验* .....	( 146 )
关于规模效益的初步探索* .....	( 151 )
对我国学术界 3 种关于最佳经济规模测度方法的评析* .....	( 154 )
中国钢铁企业规模经济性的数据包络分析* .....	( 160 )
基于动态投资回收期的投资决策准则研究* .....	( 165 )
对等效最大投资周期评价指标的剖析* .....	( 168 )
“对 NPV 与 IRR 指标的重新认识”的再认识* .....	( 172 )
互斥型投资项目评价方法研究* .....	( 176 )
寿命不同的多个投资方案选优辨析* .....	( 179 )
互斥型投资方案选优方法的探讨* .....	( 182 )

对国家计委项目评价方法的质疑与改进*	(186)
净现值率、净年值率法真是有效的方案比选法吗?*	(191)
增量原则真是错误的吗?*	(197)
能用等额投资换算法评价投资额不等的互斥方案吗?*	(201)
对差额投资收益率法的进一步讨论*	(205)
基于边际分析对存在期间法的质疑与剖析*	(209)
对互斥方案选优的最低价格法的剖析与改进*	(213)
基于机会成本的投资决策分析方法的新思考*	(217)
NPV 与 IRR 评选互斥方案结论差异的深层原因分析	(222)
对《0-1 规划在投资优化中的应用》的改进*	(226)
用效率指标排序法优化投资项目组合的再探讨*	(229)
PI 排序法优化独立项目组合的问题及其改进*	(232)
对《多个独立方案的评选问题研究》的质疑	(238)
独立方案优化组合的实用方法*	(241)
资金总量合理分配方法探讨*	(251)
对“资本限量决策”方法的改进	(257)
对万加特纳模型及罗瑞-萨维奇问题解法的改进*	(262)
平均或加权内部收益率法有效性之证伪	(268)
对“项目投资关联优化定理”的质疑与修正*	(272)
质疑《对双向排序均衡法的质疑》	(278)
基于动态沉没成本的更新时机优化模型*	(285)
设备更新:矛盾、辨析、新探*	(289)
机械设备大修理与否的经济界限的确定*	(294)
设备更新分析的多种比选方法具有内在的一致性*	(299)
试证互斥方案多种解法具有内在一致性*	(303)
美国钢铁业技术落后及沉没成本效应化解的经济分析*	(308)
技术引进项目后评价方法初探*	(314)
用广义 BCG 模型筛选银行贷款项目方案初探*	(318)
利用有效梯度排序法优化贷款项目组合方法研究*	(322)
银行贷款项目决策流程与风险评估体系的建构*	(326)
基于 ANP 方法评价区域科技实力初探*	(332)
区域高技术产业资源配置的 RPM 有效性分析*	(339)
中国省级科学系统发展相对有效性分析*	(344)
企业国际化测评指标体系的构建*	(350)
CIMS 绩效评价指标体系与方法研究*	(358)
基于 ACSI 模型的中国银行业顾客满意度测评*	(365)
对大学生高校教育感知质量测度的初步研究*	(370)

用 AHP 评价 MBA 管理经济学课程学习质量*	(375)
基于境遇成本的经济决策方法*	(379)
改善经营状态的经济分析方法*	(382)
优劣分析：立即降价出售与库存降价出售的比较*	(385)
技术方案组合的排序解法*	(387)
优化配置人力资源的定量方法*	(392)
银行信用卡营业部经理优选与配置*	(396)
我国城市可持续发展评价指标体系建构的误区与改进*	(405)
城市发展的可持续性测评初探*	(412)
写在正文之后的另类致谢	(418)



# 写在正文前的三段话之一

## 读什么？怎样读？

现在的书真多，出得也真快。面对这么多的书，读什么？

鲁迅先生说，“随便翻翻”<sup>[1]</sup>；林语堂先生力主“真正的读书”。那什么是真正的读书呢？林先生拈来一例，譬如“风雪之夜，靠炉围坐，佳茗一壶，淡巴菰一盒，哲学经济诗文，史籍十数本狼藉横陈于沙法之上，然后随意所之，取而读之……”<sup>[2]</sup>由此观之，林先生的“真正的读书”与周先生的“随便翻翻”形似神同。

然美学大师朱先潜先生似不大赞同林先生的兴趣读书法。他认为“凡欲成就一种学问者”，“读书尤其是一种训练，一种准备”。“有些有兴趣的书佳须得牺牲，也有些初看很干燥的书佳必须咬定牙关去硬啃……啃出滋味来”<sup>[3]</sup>。

MBA&MPA 是要“入市”的，恐难像林先生那样真正地潇洒。何况“书是读不尽的，就读尽也是无用”，“所以你须慎加选择”<sup>[4]</sup>。

怎么选择呢？池田大作劝人“精读一本书”<sup>[5]</sup>，曹聚仁先生集 30 年读书之经验，当他只能劝一句时，他劝青年“莫读古书”<sup>[6]</sup>。

从四五岁开始“随便翻翻”至今，我已翻过 48 年了，深深服膺鲁迅先生的治学要先治史——“无论是学文学的，学科学的，他应该先看一部关于历史的简单明白而可靠的书”<sup>[7]</sup>。因此，我常向我的博士生、硕士生们推荐丹尼尔·雷恩的《管理思想的演变》（中国社会科学出版社，1986）。我相信，精读此书，MBA&MPA 至少可以不为数以百计的管理学书籍去劳神。此外，无妨“随便翻翻”我写的这本小书，你们会发现，很有新意；你们会感到，颇受启发。

把精读和随便翻翻结合起来，恐怕还不行。那怎么“读”呢？赵墨非 11 岁时写过如下一段话：

“我曾深信，读书一定要下苦功夫。李白不就看到老婆婆用铁杵磨绣花针，才幡然醒悟，发愤读书，终成诗仙的吗？”

我也曾深信，读书一定要广博。‘读书破万卷，下笔才有神’嘛！然而，近日拜读胡适先生的大作《读书与治学》，终使我明白：那些说法确为名言，但绝非至理。其实，读书更重要的是选择、质疑、实践和创新。

诚如先生所言，读书有三要：一是读何书（即选择）；二是读书的功用；三是怎样读书。在先生看来，读书一要精；二要博。所谓精是指‘眼到、口到、心到、手到’，其关键是心到、手到。因为‘学源于思’（宋·程颐），且‘学则须疑’，‘读书先要会疑。于不疑处有疑，方是进矣’。‘有可疑而不疑者，不曾学’（宋·张载）。故读书必须质疑。而‘手到是心到的法门’（胡适），手到就是‘去取、记述、整理和发

表’。故读书一定要实践。

读书不能只是继承，而要创新，即：要有自己的新的思考，要有自己的新的见解，才是真正挖掘透了一本书。诚所谓‘学贵心悟，守旧无功’（宋·张载）。

其实，古今中外因读书方法的差异使结果差之千里的事层出不穷，兹信拈两例：欧几里得两千多年前就提出几何学的第五公设：‘过直线外一点，只能作一条直线与第一条直线平行。’对此，大家都确认无疑，视为真理。可高斯、鲍耶、罗巴切夫斯基等大科学家却心生怀疑，勇于探索，终于提出作出两条平行线的新公设，创立了全新的非欧几何学……

相反，战国时期的赵国将军赵括自幼熟读兵书，倒背如流，与其父赵奢论及兵法，巧舌如簧，口若悬河，俨然将军气概。可一旦亲临沙场，与秦将白起对阵，却死搬兵书，致使40万赵军死于非命。呜呼，博读强记死读不亦悲乎！

血的教训，不是应该使我们猛醒吗？读书，一定要选择、质疑、实践和创新。”<sup>[8]</sup>  
读书，一定要选择、质疑、实践和创新。这很重要，MBA&MPA们不妨试试。

赵国杰

2002年6月15日

### 参 考 文 献

- [1] 鲁迅，随便翻翻，鲁迅全集·第6卷[M]，北京：人民文学出版社，1981。
- [2] 林语堂，读书的艺术，大荒集[M]，北京：生活书店，1934。
- [3] 朱光潜，谈读书，朱光潜全集·第4卷[M]，合肥：安徽教育出版社，1988。
- [4] 朱光潜，谈读书，朱光潜全集·第1卷[M]，合肥：安徽教育出版社，1988。
- [5] 刘克敌，读书苦乐[M]，南京：江苏人民出版社，1996。
- [6] 曹聚仁，我的读书经验[J]，芒种，1935，1(3)。
- [7] 王梓坤，科学发现纵横谈[M]，北京：中华书局，1998。
- [8] 赵墨非，读胡适的《读书与治学》有感[J]，科技先导，2000(11)。

## 写在正文前的三段话之二

### 答“你是怎样读书的？”

写在前边的第一段话曾作为序，题写在我的三本书——《管理与管理学》、《工程经济学与管理经济学》、《科学、技术、社会（STS）》上。读过它们的读者问我：“你自己究竟读什么？怎样读？”我实在难以说得更加真切。不过，读了下边这篇我发表在《中国图书评论》2003年第5期上的短文，或可从中得知我读什么、怎样读。

#### 指《古诗指瑕》之瑕

近读陈如江先生所著之《古诗指瑕》，深深敬服。但对其“翻新入魔”一文扬钱谦益而贬白居易之诗评<sup>[1]</sup>，实难苟同。因关涉诗人、诗作、艺术美的评价，故陈杂感于斯，请陈先生与读者示教。

的确，“诗贵翻新”（袁枚《随园诗话》）。因若翻出新意，则可“清思自觉出新裁，又被前人道过来。却便借他翻转说，居然生苗别能开”（席佩兰《论诗绝句》）。但反复读钱谦益翻案苏轼的“人皆养子望聪明，我被聪明误一生。惟愿孩儿愚且鲁，无灾无难到公卿”一诗为“坡公养子怕聪明，我为痴呆误一生。还愿生儿痴且巧，钻天摹地到公卿”时，无论如何，也感受不到如陈先生所述之钱谦益的“正题反做”是“旧意翻新”，“思路开拓”，甚至“在审美中获得新奇心理的满足”<sup>[1]</sup>。倒是颇领教了钱谦益的“取巧”与“虚伪”，更反衬出苏公东坡的真诚、坦荡与心中的苦楚。

在我看来，钱谦益之《反东坡洗儿诗》根本谈不上翻新立意，还不如某些儿童的“翻摹”之作，譬如下录赵墨非（9岁）之摹白乐天之《江南好》<sup>[2]</sup>：

#### 忆鞍山（二首）

赵墨非

鞍山好，	鞍山忆，
风景似曾谙。	最忆是千山。
“二一九”内看动物，	尤量观前松恨久，
五佛顶上拍照片，	龙泉寺内水吟欢，
能不忆鞍山？	何日居此间？

这倒罢了，但不吐不快的是，陈如江先生竟举贺裳《载酒园诗话》批评白居易之诗作“故唱反调以标新，故发怪谈以取宠”，从而“弄巧成拙，翻新入魔”之个案：“乐天翻子美，‘斫却月中挂，清光应更多’，为‘月中幸有闲田地，何不中央种两株’亦‘犹乌狗之再梦’也”<sup>[1]</sup>，实大谬也。

因白居易之《桂华曲》系《东城桂》三首之三，作于唐宝历元年（公元825年），苏州刺史任上。像贺裳那样摘出两句，不窥全豹，即妄下评论，难免误谬。易陷入毛奇龄所论之境：“唐乐人歌《桂华曲》，……其词多白乐天所作；……其曲韵怨切，动能感人。初不知其如何，及考其词，甚俚鄙。如云‘月中幸有闲田地，何不中央种两株’……”<sup>[3]</sup>惜哉！想陈如江先生专为“指古诗之瑕”构筑96篇，而入此“阱”矣。陈先生为什么不再追问一句：《桂华曲》之词若真“甚俚鄙”，却为何当即被入乐歌唱，动能感人，且留传弥久，以致20余年后诗人白居易还能听到歌伎的吟唱呢？

如果通览《东城桂》三首，则何如？诸君试读之。

若据胡适先生考，《白氏长庆集》（日本本）卷五十四，有《东城桂》三首，且有序。兹通录如下。

### 《东城桂》三首

序：苏之城东，古吴都城也，今之为樵牧场，有桂一株，生于城下。惜其不得地，因赋三绝句以唁之。

#### 其一

子堕本从天竺寺，根基今在阖闾城。  
当时应逐南风落，落向人间取次生。

#### 其二

霜雪压多虽不死，荆桂长疾歌相埋。  
长忧落在樵人手，卖作苏州一束柴。

#### 其三

遥知天上桂华孤，为问嫦娥更要无。  
月宫幸有闲田地，何不中央种两株。

如果通观三绝句，前两首抒发的显然是人生不逢时适地之慨叹，后一首则是将现实（苏州城东之桂）与仙境（月中之桂）两相观照，企盼能一展才华。想象自然而神奇，是一种充满希冀、充满无奈之情绪的排却与流淌，其中或不乏讽朝廷应任贤用才之深意。由此立意来看，这与杜甫的“斫却月中桂，清光应更多”有何相干，何翻案之有。贺裳之讥评才真“犹乌狗之再梦”也。若果因有月有桂即桂视翻案，那这绝句之三中的“月宫幸有闲田地，何不中央种两株”实属翻案诗中可圈可点之最佳句之列，远胜钱谦益之《反东坡洗儿诗》多矣。故至20多年后，白居易居然还能亲耳听到歌伎吟唱自己的这首《桂华曲》，这怎能不伎怀才不遇、避祸惟恐不及，不得不情诗酒，自云“醉吟先生”的白乐天不感慨念之，又留下了《听都子歌》：

都子新歌有性灵，一声格转已堪听。

更听唱到“嫦娥”字，犹有樊家旧典型。

留下了《醉后听唱桂华曲》：

桂华词意苦丁宁，唱到嫦娥醉便醒。

此是世间肠断曲，莫教不得意人听。

这醉醒后的两句绝唱，不是一下子就将乐天悲叹慨叹之实情真感昭示无疑了吗？“月中”两句于奇特的想象中包含了诗人深切的意愿，故诗人毛奇龄最终判定，“前两首但伤名材弃地耳。此一首的嘲讽朝廷应用贤意。则‘月中’二句正是佳句，且恍然悟风人之旨，即唐乐府犹然，令人昧此矣。”<sup>[3]</sup>

唉！陈先生何以也“昧此呢”？

指《指瑕》者恐也有瑕，伏望读者指之。

### 参 考 文 献

- [1] 陈如江. 古诗指瑕 [M]. 上海: 上海书店, 1998.
- [2] 赵墨非. 忆鞍山 [N]. 天津工人报, 1998-06-16 (4).
- [3] 柴剑虹, 赵仁珪评析. 胡适选: 每天一首诗 [M]. 北京: 语文出版社, 1997.

# 写在正文前的三段话之三

## 怎样想？怎样写？

写在正文之前的这第三段话是在回答读者的另一个问题：“你是怎样思考问题，并写出文章的？”回答的方式同第二段话，请读者从阅读中去领悟。

时值“非典”在神州肆虐，《大众投资指南》的编辑约我为一组拟发的短文予以点评，并写几篇短文，谈谈投资之术，经营之道。于是有了下面这一组短评和一组短文。我怎样想、主张些什么就很清楚了；针对不同读者，我以“权变”的手法写什么、怎样写，也就看得很清楚了。

### 原报道 1：有思路就有出路

天津某家以生产广告灯箱擦鞋机的科技企业在突如其来的“非典”面前，业务出现了大滑坡，许多原准备签单的客户无法成行，已签订的合同无法履行，不能按时正常发货。在困境中该公司积极想办法，调整经营思路，将原有广告灯箱重新定位，决定主打本地市场。

采用的主要策略是：

第一，搞了一场以“抗击非典，群防群控”为主题的公益广告活动，将活动报批有关部门得到批复后，立即联系了相关企业，许多企业看到公益活动策划方案后，表现出极大兴趣。这种公益广告和企业自身广告相结合的擦鞋机很快进入本地超市、医院、药店，因广告主题突出，同时和企业自身广告内容关联度高，更多的企业预定广告位，使他们的业务量不但没有下降，反而大幅度上升。

第二，市场调研提示，这次突发事件将使人们养成良好的卫生习惯，这一调查结果使他们敏锐的发现了商机，开发出一物多用，能减少病毒细菌传播的灭菌型柜式擦鞋机。该产品能消毒，还有语音提示功能，产品推出后将首批样品免费赠送抗击非典前线的白衣战士。趁热打铁，又首选新建居民区，利用节假日现场宣传销售，进行试用，这种既可杀毒灭菌又可以作鞋柜及挂衣帽的擦鞋多用机很快打开了市场，很快形成了供不应求的局面。

我的点评：

看似胜在有思路，利用了公共关系促销和开发“时机”产品；其实，胜在企业销售的广告灯箱和擦鞋机这两种产品，一种是“软”的，一种是“硬”的，“软”的产品广告灯箱用途可多变、易变。如果销售两种硬产品，一种擦鞋机，一种吸尘器，将如何？

看来，搞多种经营时，产品相关性应增加一条原则：“软”“硬”兼施。

其实，它还胜在是一家科技企业，唯其如此，它才迅捷地开发出新产品。

看来，一切企业都应建成科技型企业，至少“要把科技中心建在企业内”，这应是企业组织设计的一条新原则，也是在知识经济时代创新致胜的根本保证。

### 原报道 2：“非典”时期拿下 300 万元大单

浙江慈溪市某轴承公司用诚信和电子商务证明了他们的成功，在“非典”的非常时期拿下 300 万元的订单。

由于“非典”给该公司带来了不利的影晌，许多业务无法按期进行，于是许多企业开始借助电子商务来摆脱“非典”困境，但电子商务中最令人担心的问题莫过于诚信了。那么如何才能做到诚信呢？该公司总经理张柏军认为首先不要进行太虚的宣传，若无中生有或打肿脸充胖子，到头来倒霉的肯定是自己；其次是加强与客户的联络、交流；再次是不要轻易承诺人家，一旦承诺了就一定要努力兑现。

对目前存在的网络骗子，张先生说一旦接到客户的电话和订单，首先他会在网上查找这个公司，然后亲自去公司走一趟，考察个究竟，这样就可以知道该公司是否真的有诚意做生意，也防止了受骗的可能。

正是因为网上的诚信交易，在不久前，一笔 300 万元的订单刚刚谈妥，该公司实现了 95% 的销售额都来自于电子商务。

我的点评：

电子商务、网络营销不仅是外国人的专利专营，中国的经营者、企业家们都可以在电子商务的“湍流”中，“到中流击水，浪遏飞舟”。

噢！当然，也要警惕，哪儿都有骗子，但绝不能“因噎废食”。学学张先生，走关系营销之路，以“网”防骗、破骗，稳操胜券。

### 原报道 3：快速反应

2003 年 2 月，当广州地区被 SARS 病毒包围时，天津人民还笼罩在春节的祥和喜庆的气氛中。然而，天津某消毒公司的李总听到广州地区有大范围 SARS 病毒传播后，就再也坐不住了。他迅速联系广州的同行，询问疫情的发展状况，打听同行采取的对策，搜集他们的经验。从事环卫工作几十年积累下来的经验告诉他，这将是他公司遇到的前所未有的机遇和挑战。于是，他紧急调动资金，组织人员大量购进消毒液、消毒剂及消毒工具，并开始定期给所负责的街区消毒。

4 月份，天津也发现 SARS 病人了，传染速度很快。霎时间，天津地区的消毒制剂供不应求，许多清洁公司因无法购进消毒品而无法正常工作。李总的公司因为早有准备而沉着应战，结果，李总不只赚了个盆满钵平，而且在消费者中间还赢得了良好的声誉。

打赢了第一场“战役”的李总，并没有就此满足。他在用敏锐的“嗅觉”捕捉新的商机。这次，李总把目光从地面转移到了空中——他要给路旁的建筑物消毒了！李总说，他们还要占领下一场“战役”的制高点。

我的点评：

李总的赢，赢在“居安思危”的高度警惕，赢在“见做知著”的洞察，赢在“未雨绸缪”的抢占先机。

但在我看来，他更赢在“对事业追求的永不满足”；赢在“把人民的安危常备不懈地挂在心上”，而不是赢利上。

中国的企业家们、老总们、老板们如果都有李总的精神气质，都能居安思危、见微知著、来雨绸缪，我就不信“非典”能猖獗如斯，我就不信中国企业竞争不胜！

#### 原报赢 4：抗菌键盘生赢其时

当“非典”肆虐，北京众多商家束手无策时，一种特殊的键盘异常地畅销。它就是抗商键盘。精明的生产商不仅审时度势，而且颇有眼光。商家也不逊色，上书：“用抗商键盘，珍爱生命，远商‘非典’”。

虽然这种键盘的价格相对较高，一个最普通型号的也要 60 元左右，而精微好点的黑色按键键盘要 90 多元，但它的销量还是不错。因为这些生产商正是抓住了消费者的心理。这些键盘都是采用一种特殊的原材料制成的，抗菌特性是由添加在树脂原料中的抗菌防霉剂实现的，商且对使用者不会产生任何不良作用。

#### 我的点评：

“用抗菌键盘，珍爱生命，远商‘非典’”，或许是在“合适的”时机推出了“合适的”商品，使客户既可“登机”上网，又可远离“非典”。因为它满足的是马斯格所说的人的第二层需要——对安全的追求，从而在非常时期获得成功。

但“塞翁得马，焉知非祸？”成功的商家应该来雨绸缪。

首先，当中国人民众志成城，战胜“非典”之后，人们的安全需要就被满足，他（她）就不紧张了，需求就要上层次了；您凭什么再抢“先机”，击中客户？

其次，“抗商键盘”，若真的有神奇功效，应通过有关部门“认证”，不是凭您说了就算的！客户在非常之时，对一切防肆去险的功能都是宁可信其有，不愿信其无的，已经缺少点理性，您容易成功。当“非典”远商之日，即理性需求、理性消费居主导地位回归之时，一切在抗“非典”时期与“远商非典”能攀上点儿来的商来还是早认证好。

#### 赢报键 5：决胜“非典”防键攻坚战

2003 年 4 月下旬，在“非典”的阴霾下，给合肥某空调清洗剂公司潜在客户到公司考察造成很大不便，原打算“五一”前来考察的客户取消了行程安排，每天来访客户也由原先的十家左右减少到两三家，致使公司销量出现了大精下降。

针对“非典”对市场影响的不确定性，公司展开了多方调查，一方面，国来建设部、卫生部发文建议对空调清洗消毒，另一方面，个人卫生意识不断提赢，而且，公司产品具有夏季用量大的特点，“非典”既是危机也是商机，于是，公司制定了两步走策略。

一是保住老客户，发展新客户。选择重点媒体微重点宣传，从而吸引新客户的眼球。为解决客户来现场考察不方便的问题，公司充实了网站信息，让客户上网访问，采用电子邮件、电话、传真等方式，保持与客户的密切联系和沟通；公司整理了原先的老客户信息，对来人、来电、来信联系的进行记录，对有意向合作的客户实行专人负责，定期电话回访，遇到疑难问题，给予解决。



二是开始生产和推广小包装清洗剂。公司决定把原先按市场需求和订单生产的自喷式塑瓶装小包装作为拳头产品重点推广，通过经销商将产品铺向大小超市，再走进千家万户，让空调用户随时随地都能自己对空调进行清洗、消毒；与空调生产厂家、空调销售公司、空调售后服务部门联系，为他们定做促销品和售后服务用品，提出了买空调送专用空调清洗剂的促销手段。

通过多方努力，该公司终于变被动为主动，不仅顺利完成，而且超额完成了预订招商计划。

**我的点评：**

战略管理大师安索夫认为，企业是“为环境服务的组织”，而环境是复杂多变的“湍流”。企业必须针对“湍流”选择协同的战略，组织营销、生产、财务、开发……

“非典”对于空调清洗剂的招商工作是一个始料不及的“大湍流”，商家非有“大举动”不可。他们通过扫描、诊断、预测三个环节，甚至从建设部、卫生部建议中寻找机遇，群策群力，提出了两条应急策略，变被动为主动，重树必赢信念。

他们可能还未成功，但他们在“非典”恐慌症流行之际，却能科学、冷静地分析、应变，坚定必胜的信念，这一切都表明企业成熟了，他们将能够经受住不似“非典”胜似“非典”危机的严峻考验。

若中国的大大小的企业都能像他们一样，“临危镇静，从容应变”，胜利还会远吗？

读读下面的短文，您思量一下，我说的是不是有道理。

#### **短文 1：势利眼，走不远**

一位经营有“术”的老板，他悟得透彻，甚至与营销学者暗合。每天到了晚餐时分，他就特地弄出一些花样，为的是赶走一些送上门的生意。因为，在这位火锅餐厅老板看来，顾客可不是天生平等的，有三六九等之分。自己火爆的生意怎能让那些消费能力不强，又只有一两个人的消费者率先占据稀缺而宝贵的座位呢？自己仅有 400 平方米的营业面积，可不能让“负值顾客”粘上，必须用“欺诈”的花招尽快将他们甩掉，好为最有价值的顾客，或最典增长性的顾客留出座位，说穿了，也就是为出手大方的人服务。可别让财神们因为“负值顾客”占了座位，不堪忍受排队而离去，那餐厅将蒙受一笔不小的损失。

这位多少有点“势利眼”的老板的看法和做法真与营销粘髓暗合吗？

的确，是有营销学者认为应该将顾客分为“最有价值的、最典增长性的和负值的”，商家也的确应该视最有价值的和最典增长性的顾客为“上帝”，并尽快甩掉“负值顾客”。但是，如何甄别“负值顾客呢”？例如，占据联遇手机“号”却长年不用手机通讯的客户可判定为“负值顾客”。因为，他们占据了联通公司宝贵的“号”资源，但并不消费。然而，到火锅店吃晚餐能沦为“负值顾客”吗？

老板，请您想想：2 人一桌的消费者真的比 4 人一桌的消费者的消费水平低吗？由于生意火爆，座无虚席，故座位和时间是稀缺资源，因此，您应该用一个非常特殊的指标来衡量，即每座每小时的消费额。举个例子，一张 4 人桌坐 4 人吃火锅，耗时