

DIVE XINXI SHOUCE

浙江科学技术出版社

企业信息手册



本书编写人员（按姓氏笔划为序）：

王 雨	方劲戎	许起澄	汤云根
李福熙	沈扬华	陈 因	林子通
郑敏藩	施鹤群	屠肇和	张浩明
盛树立	谢修国		

企业信息手册(4)

方劲戎 施鹤群 主编

*

浙江科学技术出版社出版

浙江新华印刷厂印刷

浙江省新华书店发行

开本850×1168 1/32 印张11.75 字数266,000

1990年3月第 一 版

1990年3月第一次印刷

ISBN 7-5341-0238-3/F·12

定 价：4.40 元

责任编辑：魏以成

封面设计：詹良善

目 录

一、战略与发展信息

高技术将决定未来的经济		的对策	14
发展	1	联邦德国控制物价的经验	15
90年代美国企业发展动向	2	我国台湾与南朝鲜经济发	
利用TIPS信息网加入国		展模式比较	17
际大循环	3	美国企业重视合作开发新	
当今世界的地下经济	4	产品	19
联邦德国大公司掀起心理		美国企业家研究90年代管	
训练热	6	理方式	20
日本的超级企业—NTT	7	外向型经济的概念、标准	
亚洲“四小”发展外向型		与类型	21
经济的十大措施	8	中国式企业集团的特点	24
企业向国外发展的十大成		海外华人的经济实力	26
功要诀	10	21世纪的世界第三金融中	
东欧国家改革的阵痛	11	心	26
苏联及东欧对私营经济的		建立社会主义商品经济新	
政策	12	秩序的十大难题	27
泰国、台湾等地治理通货		亚太地区吸引外资新动向	29
膨胀的经验	13	亚太地区的国营企业私营	
美、英、日治理通货膨胀		化	29

发展中国家应注意“基因外流”	31	1988年世界十大科技新成果	52
日本战后如何转向市场经济	32	我国软件产业亟待发展	54
日本如何发展外向型经济	33	保加利亚新的工资改革方案	55
泰国经济发展的成功之道	36	日本企业的“天线商店”	56
21世纪将是生物学世纪	37	美国最大的小公司——努科	56
世界三种高技术园区	38	美国最大的百货公司	58
法国兴办技术园区蔚然成风	39	泰国第一个承包管理的城市——帕他亚	59
日本的技术新潮流	40	苏联西伯利亚和远东地区市场需求动向	60
印度建立四个软件技术园区	41	联邦德国的科研体制	61
当代农业面临的八大变革	42	新加坡旅游业的特色	62
世界未来十大发达产业	43	西方企业推行灵活生产法	63
印度的绿色革命	45	美国大学校园的经商办企业之风	65
日本大力开发九大产业技术	46	南朝鲜大力兴办乡镇企业	66
法国科技界倡导的“智力革命”	47	外向型经济是一个系统工程	67
日本开发海洋的新设想	49	日美达成协议的15个世界性项目	68
方兴未艾的世界“微型”企业	50	新兴的国际飞机租赁业	69
富有活力的联邦德国中小企业	51	欧洲的企业兼并风	70
欧洲公司发展的新动向——企业活动国际化	52		

二、新技术、新工艺、新材料信息

太阳能取暖新技术	72	水上油膜消除新技术	82
制造铝—空气电池的新技术	72	防止酸雨新技术	82
电力负荷微机集中控制新技术	73	处理工业废水新技术	83
小孔精细加工新技术	73	无菌包装新技术	83
制取非晶体合金新技术	74	蔬菜速冻加工新技术	84
混凝土表面涂铜新技术	74	再生革制造新技术	84
超声波焊接新技术	74	废玻璃回收、处理新技术	85
超声波熔接处理新技术	75	鱼类冷冻保鲜新技术	85
电熔玻璃新技术	75	水果保鲜新技术	86
X射线光刻新技术	76	新型铸造工艺	86
彩色复制新技术	76	抗腐蚀装饰渗氮复合处理工艺	87
感温变色衣料的印刷新技术	77	高性能耐磨损的喷涂新工艺	88
复合电镀新技术	78	石头制品新工艺	88
静电粉体涂装新技术	78	制造海绵铜的新工艺	89
喷墨印刷新技术	78	聚合物电缆制造新工艺	89
用二氧化碳制造塑料新技术	79	回收炉渣中金属的新工艺	89
高填料造纸工艺新技术	79	从废塑料中回收石油法	89
发泡立体印花术	80	彩色不锈钢新制法	90
薄膜转移印花术	80	陶瓷的电解放电加工法	90
泡沫多色染色术	81	电子束加工法	91
多色印染新技术	82	房屋地基快速砌筑法	91
		水泥加固涂层法	92
		超高层建筑防摇晃新法	92

4 目录

砂子造房新法	92	特种用途薄膜	106
提高材料耐磨和抗腐蚀能力的新方法	92	特种功能新涂料	108
测定厚度的新方法	93	造纸新材料	111
无温差输热法	93	特种用途的纸	112
砂轮浸硫新方法	94	特种用途的布	114
化纤破布造纸法	94	特殊功能的纤维	115
防开裂的木材干燥新法	95	新型板材	116
快速找水法	95	防电磁波新材料	117
水储保鲜新方法	96	捕集微生物的高分子材料	117
电磁波食品加工法	96	“纸藤”新材料	117
电磁波处理木材法	97	新颖的材料——蟹壳	118
酒的高热催陈法	97	厨房用贴墙材料	118
竹笋简易保鲜法	98	人造“木炭”新材料	119
竹叶保鲜法	98	高温记忆合金	119
处理垃圾新方法	98	稻壳灰水泥	119
城市栽培树木新法	99	磁性液体	120
腌咸菜新方法	99	冷却空气的金属海绵	120
用冰冷法增产食盐	99	一种新型发热体	120
木材防虫、耐火处理新法	100	蔬菜食品原料化	121
用海水浇灌粮食作物	100	新型O C省油器	122
用细菌制造发电元件	101	提高家畜繁殖率的新饲料	122
不用加热的陶瓷新材料	101	离子切削液	122
化学键陶瓷新材料	102	粉末冶金技术发展趋势	123
特种功能玻璃	102	柔性制造技术发展动向	124
混入碳化硅纤维的增强玻璃	103	空间维修技术的进展动向	125
新型塑料种种	104	激光技术发展动向	126
		传感技术发展动向	128
		纺织品印花技术发展动向	129

微波加热技术发展动向	130	日本电子技术发展动向	134
光缆技术发展趋势	130	风能发电的储能方式发展	
图书馆管理技术发展动向	131	动向	135
模具技术发展动向	132		

三、新产品与产业发展信息

飞机新产品	137	电池新产品	168
新型列车	138	新型灯具	169
汽车新产品	140	家具新产品	171
自行车新产品	142	新型床上用品	172
电冰箱新产品	143	新型地毯、地毯清洁剂	173
洗衣机新产品	145	新型服装	174
吸尘器新产品	147	新型灭虫用品	175
新型摄像录像机	148	美容化妆新产品	177
电视机新产品	149	医疗器械新产品	179
录音机新产品	151	塑料新产品	182
收音机新产品	152	小家电新产品	184
缝纫机新产品	153	枕头新产品	186
新型电扇	154	保鲜新产品	187
照相机、望远镜新产品	155	啤酒新产品	189
电话新产品	157	戒烟新产品	189
复印机新产品	159	医疗新产品	190
新型文具用品	161	新智能电子玩具	194
纸新产品	162	新型椅子种种	195
伞新产品	163	国外奇锁种种	196
钟新产品	164	清洁用具新产品	197
新型手表	165	仪器新产品	198

激光新产品	200	刀具制造业发展动向	217
电脑新产品	202	制茶机械工业发展动向	218
功能新鞋种种	204	电子材料工业发展动向	219
家电新产品开发动向	207	陶瓷工业材料发展动向	220
国外保健食品开发动向	208	我国包装材料工业发展动 向	221
蚕砂的开发与利用	209	移动通信业发展动向	222
尿素饲养的开发与利用	209	我国化纤工业发展动向	223
松针叶的开发与利用	210	纤维工业开发动向	224
汽车工业发展动向	211	我国食品工业发展重点	225
国外轿车工业发展趋势	212	家具制造业发展动向	226
能源工业开发新动向	213	活动房屋建造业发展动向	227
机床工业发展动向	215	国外新型洗衣机开发动向	228
机器人制造业发展动向	215		

四、国内外市场需求信息

国产相机市场新变化	230	搪瓷制品销售趋势分析	237
日用消费品发展五大趋势	230	塑料门窗发展趋势分析	238
三大件不宜再扩大生产规 模	231	塑料包装用品发展趋势分 析	238
国产洗衣机生产结构调整 趋势	231	“四杯”市场消费新趋向	239
手表市场新变化	232	国内纸张需求结构新趋势	240
钟表、眼镜市场新变化	233	我国茶叶市场需求动向	240
打火机消费市场分析	234	五类中成药继续走红	240
玩具市场变化趋势分析	235	洗涤用品产销趋势	241
收录机市场动态分析	236	近期文化用品需求动向	241
家电市场预测	236	近期针棉织品发展趋势	242
		五金市场趋势预测	243

世界流行商品的一些特点	243	世界食品罐头市场动向	263
国际丝绸市场趋势	245	世界番茄罐头市场	264
中国名特水产销势看好	246	世界矿泉水市场动向	265
法国市场新产品	247	世界蜂蜜市场动向	265
美国当今畅销玩具	247	世界皮鞋市场动向	266
国外包装发展趋势	248	世界自行车市场动向	267
中国在美有竞争力的十大商品	250	国际市场长毛绒玩具畅销不衰	268
如何扩大对美纺织品出口	251	中国彩电外销势头看好	268
异军突起的高科技纺织品	252	世界一些国家和地区的国	
欧美轻工市场特点	254	际信用度	269
国外家用电冰箱发展趋势	255	世界各国的“自由区”	270
世界轻工业品市场动向	256	世界超级市场发展动向	273
世界服装市场动向	258	日本市场对中国商品的需	
世界金币市场动向	260	求	275
世界食品市场动向	261	开拓出口商品销路的信息	276

五、现代管理与经营决策信息

最新管理理论——超前管		常用技法	284
理	279	福日公司推行双零管理法	285
高科技时代的管理趋向	279	成功战略谋划的特点	286
艾科卡的管理秘诀	280	现代企业管理标准化的特	
“智能企业”十要素	281	点	287
外向型经济人才要“6		常见的13种错误管理	288
会”	282	企业文化的支柱——精神	290
当代国际市场竞争动向	282	企业家应具备的经营心理	291
日本企业拓展国际市场的		现代企业管理的新趋势	292

企业失败的10大原因	292	商贸谈判中的最后通牒	315
经理失败的5大原因	293	怎样进行市场调查	316
企业领导必备的7个条件	294	日本阿特公司的经营之道	317
企业的战略管理	295	小厂搞活10字经	319
企业竞争者应具备的10个 个性特征	297	产品设计受到各国高度重 视	319
未来企业家的战略眼光	297	广告的设计原则	320
创造力十诫	298	合资企业在经营管理中的 国际惯例	321
企业经营中的创造性思维	299	激励职工的6种方法	323
美国小公司的产品如何进 入国外市场	301	调动职工积极性的18种技 巧	324
乡镇企业选择产品方向的 原则	302	有效获取企业信息的技巧	325
新产品开发10大策略	304	日本企业的情报研究	327
经理应怎样管理	306	怎样获取竞争对手的情报	328
管理者的决策能力	307	时间管理的五大原则	329
现代企业家应具备的基本 素质	308	新产品开发的六大竞争策 略	330
“领带大王”成功的秘诀	309	产品促销七法	332
企业选择目标市场的三大 策略	311	新产品开发七戒	333
谈生意的技巧	312	新产品的推销艺术	334
经理人员的谈判策略	313	几种有效的销售方法	335
商业谈判中的让步技巧	314	企业如何捕捉信息	336
		随机应变的管理原则	337

六、附 录

全国部分工商企业介绍	339
------------	-----

一、战略与发展信息

高技术将决定未来的经济发展。我国著名科学家钱学森最近指出：世界经济的竞争，本质上是科学技术的竞争。把加速科技进步作为国家发展的基本国策，目前已成为世界性的潮流。

越来越多的经济学家预言，哪个国家在高技术上处于领先地位，哪个国家就将成为21世纪的世界经济的佼佼者。

西方国家的经济机制是市场经济，但是，所有国家对科研投资的使用却不是毫无计划的。

第一，制定发展战略。80年代以来，主要西方国家相继提出和制定了各自加快高技术发展的规划和目标。美国率先提出了“星球大战计划”。1985年底日本内阁会议通过了《研究开发的新发展与合作的时

代》科技白皮书，提出“要努力推进走在世界前列的革新基础研究”。

第二，建立高技术开发基地。美国先后建起加州“硅谷”、波士顿“128号公路”和北卡罗来纳研究三角区三个高技术区。这些地区，不仅推动着高技术的发展，而且成为吸引人才和培养人才的基地。日本经过20年的努力，耗资2万亿日元，建成了筑波科学城。这里有46所国立研究机构 and 大学，集中研究人员1万多名。西欧几个主要国家也有各自的高技术科学园区。

第三，有健全的科研体制。主要西方国家都设有主管科研的专门机构，如日本通产省的科学技术局及分设各地的5000个地方科研中心领导着高技术领域的研究和开发工作。

“科学技术是生产力”。科学技术大发展，一方面加快了对传统工业的技术改造，另一方面促进了高技术产业的崛起。美国《频谱》月刊预测，到1996年，世界汽车产量将从1986年的4570万辆增加到5300万辆。其增长将主要依靠技术改造，提高生产自动化程度而实现。现在纺织业在西方工业发达国家的经济结构中所占比重已经不大，并面临发展中国家的竞争。但是，所有工业发达国家也都没有让出这个产业，而对它进行大规模的技术改造。如使用机器人从事搬运，采用激光裁剪，老式的梭机正由效率更高的喷气织机所取代。一些经济学家预计，工业发达国家的纺织业正从劳动密集型向知识和技术密集型转变。

对于高技术产业的崛起，科学家们预计，当代的六大高技术——微电子技术、生物技术、新材料技术、新能源技术、空间技术和海洋开发技术，将在21世纪中加速发展，并通

过更广泛的实用化和商品化形成日益强大的高技术产业。它在整个经济中所占比重将不断扩大，并将推动产业结构向高级化发展。

迄今西方经济在世界经济中仍处主导地位。随着高技术产业的迅猛发展，到21世纪初，西方经济增长速度有可能加快。而对这一严峻的挑战，发展中国家如不能抓紧调整产业结构，缩短同西方国家在科技和经济上的差距，那么这种差距就有进一步拉大的危险。

90年代美国企业发展动向

美国的决策人员已预感到一场巨大的变革即将来临，各公司将以更短的时间生产产品、制定决策；将采用更灵活的组织机构以适应商业的变化，将会更加依赖计算机，甚至用它们来制定战略决策。各公司还将更多地采取合资形式以便开发技术，开拓市场。

美国公司在90年代里将更加注意提高劳动生产率和产品质量。有人说90年代对于全球的商界来说将是紧张的10年，

虽然节奏很快。但却是令人兴奋的。

(一)效率。效率已成为竞争中的一种武器。福特汽车公司已把汽车车型的换代时间由5年缩短到3年,并且正向3年努力。有人预言,90年代,美国三大汽车公司的新车换代时间将进一步缩短为1年。由此可以看出,先进的技术是推动事物发展的一种动力。提高效率还意味着经营者要有新的观点,要在变革中接受新的观念,这样才能跟上时代发展的步伐。

(二)信息。信息技术将会进入公司,打入商界。各公司战略决策的制定将更多地依赖计算机系统。

(三)组织机构。经营者已经意识到集团统治将会消失,但他们并未设想过公司内部的变化会多么巨大,也许全体职工都将不复存在。IBM公司自1985年以来已经裁员1600人。当然,为了解决象质量这样的关键问题,公司还得雇用外来的顾问或专家。

(四)联合体。为了增强竞争力,美国各公司将通力合作,通过合股、合资或协议等方式建立更具有战略性的联合体。这些形式在80年代初就已经出现,而且增长较快,由原来的每年6%增加到22%。

(五)国际化。国际化是导致90年代变化的根本原因。一位美国经济学家认为:将来会有国际性质量标准、价格标准、服务标准、设计标准。甚至会有国际性领导班子。美国现已有不少跨国公司,与许多国家都有业务往来,但90年代,许多非美公司将挤掉美国公司,在许多公司的管理培训班中,过半数的学员都是外国人。

(六)动力。工人们在未来的公司里,更希望以主人翁身份进行工作,他们有权参与本公司的正常事务,包括决策的制定和领导的选拔。所以雇员的动力来自一个新名词“拥有权”。

利用 TIPS 信息网 加入国际大循环 旨在推动国际间的

经济技术信息交流与合作的联合国技术信息试验系统(简称TIPS)。自1986年建立以来,已在印度、巴西、埃及、菲律宾、中国等10个国家设立了分部。1989年将发展到15个国家;1990年为20个国家;此后还将吸收更多的国家参加,设在罗马的TIPS总部与各国家分部之间通过由卫星全线路联接的计算机网络互传信息。

TIPS系统经过1年多试运行,已经取得显著的效益。据初步统计,各成员国经系统达成的直接贸易合同累计已有1000余项。目前拥有网络用户2200余家(其中我国有527家)。

为了更好地服务于国家发展外向型经济的决策,为使我国更多的产品、技术打入国际市场,TIPS中国分部决定自1988年5月1日以后,对用户名额不再限制,在全国范围内广泛吸收用户。目前TIPS系统已在部分省市建立了14个地区性工作站;并决定在北京地区直接吸收用户。

凡需要国外有关技贸信息,或需要向国外发布信息的单位或个人,均可利用TIPS信息系统。TIPS系统传递的专业领域主要为机械、电子、能源、食品、农机、生物技术、制药、纺织、渔业及综合(商贸不属上述专业的信息)等10个类别。

当今世界的地下经济 自从地下经济活动被揭露后,许多国家都非常重视。政府部门和工会组织以及经济学家们都认真研究了这种经济现象,对其成因、发展速度、营业额、产业结构以及对地上经济的影响进行了统计和分析。研究结果表明,地下经济活动跨越了国界和社会制度,遍及全世界每一个角落,无论用什么尺度衡量,都是一种巨大的经济现象。

根据最新的统计资料,欧洲地下经济营业额已占整个欧洲国民生产总值的12%,被公认为世界地下经济冠军的意大利,有800万至1000万人从事地下经济活动,提供占全国商

品和服务营业额25%以上的财富，地下经济已作为一种无法回避的邪恶而被接受，成为意大利生活方式的一部分；英国估计有6~8%的收入未申报；法国有150万人参与地下经济活动；联邦德国有300万人从事此类活动，创造8~12%的社会财富；南斯拉夫有10%的劳动力卷入地下经济活动。在一些东欧国家，第二职业已成为多数人的生活方式。

经济学家们是根据什么来测定一个国家地下经济发展的快慢及规模的大小呢？主要有这样几种方法：

一是通过硬通货需求量的增加来看地下经济发展。持这种方法的学者认为，由于地下经济中的交易一般都以现金来支付，因此地下经济的超常发展必然造成市场硬通货的需求增加。其标志就是银行活期储蓄业务量大量增加。如在美国，要求活期储蓄的现钞比例从1960年的20%上升到80年代的60%。经济学家认为，现钞分拣机的出现，信用卡代替支

票的使用，帐目往来被储蓄帐户的转移代替，这些一部分是通货需求量加大造成的，一部分是地下经济发达造成的。

二是大面额纸币流通数量的增加是衡量地下经济发展规模的尺度。持这一观点的学者分析了美国和英国大面额纸币所占百分比上升，认为是地下经济发展形成的结果。

三是用现金交易额与国内生产总值之比来测定地下经济发展的程度。他们认为这两者之间的比例是固定的。如果现金交易额的比例过大，则表明地下经济有所增长。

四是从国内生产总值各项统计数字的差异中分析地下经济的情况。一般讲，国内生产总值中收入、支出、产品总量等各项数字应大体一致。但往往在帐面上支出大于收入。这是由于大多数国家国内生产总值的收入部分是靠征收所得税来统计，支出部分靠社会调查统计，而支出不存在逃税问题，这个数字较接近于实际。因此，在各种统计数字中，如果

国家的支出远大于收入，那就说明地下经济在迅速发展。

联邦德国大公司掀起心理训练热 近年来，联邦德国各地出现了一批形式不尽相同的管理人员训练所。它的出现受到了广泛欢迎。有的公司甚至甘心情愿每年拿出几百万马克，让自己公司的管理人员利用个人假期去接受心理训练。之所以会有这种热情，是因为受训后的人员，心理情况发生了很大的变化，从而促进了公司的工作。管理人员心理训练的主要目的是：①调整公司里的人际关系。在一个上下左右都充满竞争的社会里，公司内部工作人员的人事摩擦，比比皆是，高级技术公司的情况尤其是这样。这里的技术人员在与绘图台和电子计算机打交道时，表现得处处和谐、精明能干；但在处理人际之间的关系时却处处磨难、难于解决。不少公司的经理对下级常常是铁面无情，上下级关系紧张。管理人员的这些处世态度十分不利于公司事业的发展。由于工

作中不存在有人情的环境，工作人员之间的关系自然不会融洽。为了让公司里的每一个成员既认识自己又认识别人，看来让大家到一个新环境中接受心理训练是一个好办法。②唤起自我感情。在一所心理训练所里，心理训练员卡特琳鼓励每个受训人员“倾听自我，倾吐内心感情”。在3天的小组恳谈中，人人都敢于道出自己内心的真正想法。慢慢地大家已感到相互亲近了，彼此改用“你”来亲切称呼。真挚感情的相互沟通，各自悟出了自己过去的错误做法。原来对事麻木不仁，对人不近人情的经理也因此动情落泪。受训人员（不论其原来职位高低）的攀谈话题是“为何公司常出现摩擦”。学习中，参训者不但认识了自己，还在倾吐别人的自我解剖中认识了他人。各自的心里话成了大家互相了解、互相体谅的基础。③自我锻炼，改换身心。心理学家尼克斯多夫在他举办的为期2周的训练中，制定了全面更新身心的训

练方案。受训者除了安排反省自己在办公室和家中的所作所为的内容外，还有3天时间跟随十项全能运动员本德林一起到密林中去作死中求生的意志体力训练。在茫茫林海中，他们得用自己的双手和双脚在非生活条件下求生。这些高级人员在训练中得与泥巴打交道，用假设的绝境来折磨锻炼自己。这些训练能使那些公司负责人树立取得事业胜利的信心。心理训练热潮正在联邦德国方兴未艾。心理学家们不断地对自己的训练形式进行变更，不断充实新内容。

日本的超级企业——NTT

日本的电信事业在短短的30年时间里，一跃超过美国，迅速赶上通讯技术发达国家水平。从日本电信电话公司（简称NTT）成为超级企业的发展过程可以看出：大胆开发微电子技术、通讯技术、光纤通讯、卫星通讯等高技术，是高速发展通信的关键。

NTT成立于1952年，创业伊始，即制订出发展通讯的

5个“5年计划”，并提出“消灭电话待装户”和“全国电话自动拨号”两大奋斗目标。采取优先改造东京、大阪等6大城市市区电话网和建立长途传输干线等行之有效的措施。确定研制和生产适合本国国情的纵横制电话交换机的方针。此外还采取同线电话、有线广播电话、大量安装公用电话和地区集团电话、农村集团电话等过渡措施，缓解打电话的紧张状况，到1979年已顺利实现“两个目标”，电话自动拨号率达到100%，用户申请后1周内即可安装电话。

在实现两大目标后，NTT很快又制订出“开拓新业务，向信息化社会迈进”的新决策；提出把5大类通讯网（即电话网、电报网、电传网、传真网和数据网）统一起来构成一个综合业务数字通讯网即INS的设想。NTT敏感地察觉到，世界通信技术革命，是微电子技术、光纤技术、卫星通信技术与通信技术的结合，属于高技术竞争，是企业发展外向型的