

当代经济竞争学

当代经济竞争学

DANGDAI JING JI JING ZHENGXUE

连国雄 著



广西教育出版社

前 言

当今世界经济态势，已经进入全球经济大战的时代。由于企业活动的国际化，资金、技术市场的世界化，通讯和运输手段的现代化，使国内外经济活动实现了接近同步化，并使以世界主要国家为中心的经济活动成了一个大经济环境。这就是全球经济。技术转让普遍，技术革新加速，许多国内企业变为国际企业，个体企业变为联合企业，世界经济正在集团化，生产经营管理水平迅速提高，越来越需要拥有巨额投资、高技术和训练有素的人才，越来越多的全球企业在超越国境参与世界市场的竞争。市场和生产国际化，正在改变每个国家、每个地区、每个企业、每个人的经济和生存环境。

市场、生产的国际化造成世界竞争结构发生变化。为了竞争的胜利，必须获得新的技术知识，世界研究费用不断增加，而技术知识则是当代企业的特有优势，企业的技术知识比以往任何时候都灵活。它可以很简单地不同国家或许多国家、地方被同时利用，从而为生产地点的选择获得战略意义。这样一来可以重新将一系列国家和地方所具有的特殊优势比如低工资、社会稳定、税率低、原材料丰富等，与企业（公司）所具有的特殊优势结合起来。在技术取得进步的过程中，多数产品的生产过程变得越来越可以拆开，这使得生产能够广泛地实现国际化。形成新的联盟，改变世界竞争的结构。

由于现代化通讯技术进步，大大降低了跨国企业内部的信息流动费用，使市场、生产国际化将变得更加容易，为跨国企业发展提供更有利条件。世界经济大战的序幕就这样拉开了。这是一场集人类古今智慧的大较量，各用高招，各显神通，集古今之大成，通古今之变。谁掌握当代经济竞争这门科学知识和艺术，谁就能驾驭竞争。

随着我国经济体制改革和政治体制改革的不断深化，我国更加坚定了改革和开放的信心。改革，使我们认识了自己几十年来缓慢发展的症结；开放，扩大了我们面向世界的视野。我们置身于日新月异的世界经济环境之中，一种紧迫感 and 危机感迫使我们努力认识我们必须认识的世界，探讨我们迫切需要的理论问题。

近二十年来，军事竞争并没有点燃第三次世界大战的战火，相反，沉重的军费开支已使不少国家认识到：这是压在背上影响前进的包袱，必须甩掉它，提出了裁军策略。为此出现了国际竞争的空心由军事竞争、政治竞争转向经济竞争的局面，经济竞争构成了目前国际竞争舞台的主旋律，世界经济的格局也因此发生了明显的变化。苏美的裁减核武器高级会谈，以及一些协定谈判，正是在这种世界背景条件下进行的。

攻占别国领土，直接侵占他国经济资源来发展自己的经济，这样的军事占领在当今世界形势下为诸多因素所制约而不允许轻易出现。可是，利用经济竞争的手段，占领他国的经济市场，获取经济效益，如日本汽车占领美国商场和其他欧洲国家市场，正是当今世界经济强国不断增强经济实力的重要手段。日本和德国迅猛崛起，动摇了美国的经济地位，关键也在于日德两国雄厚的经济竞争的實力。阿拉伯国家和

亚洲“四小龙”现在也注重改变经济结构，增强参与世界经济市场竞争的实力。因此，这些国家和地区在国际经济市场上扮演了很有特点的重要角色。

当前，从国际、国内政治环境和经济环境看，紧迫感使我们必须不断增强自身参与国内外经济竞争的力量；从我国周围环境和我国自身环境看，我们有参与国际、国内经济竞争的巨大潜力，必须努力开掘出来。

数千年的封建统治，使我国自给自足、自产自销的小农经济思想根深蒂固，全民族的竞争意识还不浓厚，商品经济竞争理论尚未形成一门系统的科学体系。我们认为，对内搞活经济，增强国家经济实力，各个企业、各厂矿之间应该全面开展公正平等，合法的经济竞争，这是势在必行的。全国人大常委会于一九八六年十二月二日通过的《中华人民共和国企业破产法(试行)》，其实质上是从法律上保证公平合法的经济竞争的优胜劣汰。这是中国历史上第一次用法律形式来保护竞争的合法性。对外开放，当然必须具备相应的经济竞争的条件和能力。当今世界经济市场瞬息万变，要在日趋激烈的国际经济竞争中力敌强手，占据一席之地，或者巩固一席之地，就必须靠自身的经济竞争实力和充分发挥这种实力。不增强自身的经济竞争实力，是挤占不到国际经济市场的一席之地的。美国的汽车集团的国际市场被日本汽车集团挤占，又从另一个角度证明了不更新经济竞争的观念，不注重加强竞争实力，必然被竞争劲敌挤下台去的道理。

世界上任何成功的革命运动都首先要作好理论的研究(理论准备)，在正确的理论指导下才不致于陷入盲目性，才能保证胜利后能巩固和扩大战果。中国历史上的陈胜、吴广、李自成、洪秀全农民起义，当时起义的条件很好，起义

的力量也很大，他们真是“金戈铁马，气吞万里如虎”，但由于没有正确的理论指导，虽然胜利了，却无法巩固胜利而失败，并且一败涂地，无法东山再起。正如列宁指出的：没有革命的理论，就没有革命的运动。同样的道理，迅猛发展的商品经济形势，迫切要求当代经济竞争理论作为一门独立的科学建立起来。但是中国迄今为止，当代经济竞争作为一门独立的科学，尚未形成系统的理论体系，这是我国当代经济竞争理论研究中的一个空白，也是与我国经济体制改革、日新月异的经济形势不相适应的。缺乏对经济竞争理论的研究，没有在正确理论指导下进行经济竞争，这也正是我国多年来经济发展缓慢的重要原因之一。

发展经济，是中国最重要的历史课题。而要想经济有个迅猛的发展，就得参与当代经济竞争；要想在当代经济竞争中获胜，就得研究当代经济竞争理论并在此理论指导下进行竞争。任何无理论指导下的经济竞争，都是盲目性竞争，也称为小木摊贩式的竞争！为此，为千千万万中国式的企业家提供竞争、科学的锐利武器，使各级政府工作人员更多的人懂得经济竞争学问，有效地组织和指导当代经济竞争实践，这就是我们当前十分紧迫的首要任务。

《当代经济竞争学》正是基于以上的认识而著述的。社会主义商品经济的发展，给当代经济竞争学提供了生长发育的肥沃土壤；西方资本主义商品经济的发展，比我们要早几十年，几百年，我们十分有必要总结、借鉴资本主义经济竞争理论中于我们有用的科学的东西。

第一个吃螃蟹的人的吃相一定是丑陋的。我的见闻、才识、气魄、笔力等均无力完全支撑当代经济竞争学的高楼大厦。我的努力，旨在抛砖引玉，引起更多有关的专家、学

者、尤其是奋斗在经济战线上的厂长、经理们关注当代经济竞争理论，并用自己的实践来完善、充实这个理论，尽快将社会主义的经济竞争学的大厦建立起来。因为，社会主义国家要走向世界经济市场，占领国际市场，既要靠雄厚的经济竞争实力作坚强的后盾，也需要当代经济竞争理论作指导，这就是我们著述本书的期望！

作 者

一九八九年八月

目 录

前 言

第一章 竞争的历史和当代经济竞争学的建立	(1)
第一节 人类社会的历史就是竞争的历史	(1)
第二节 当代经济竞争学建立的历史条件	(8)
第三节 当代经济竞争学研究的对象、范围、 原则和方法	(15)
第四节 当代经济竞争学与相邻学科的关系	(20)
第二章 当代经济竞争的基本内容 (上)	(25)
第一节 教育与人才的竞争	(26)
第二节 技术与信息的竞争	(41)
第三节 质量与价格的竞争	(48)
第三章 当代经济竞争的基本内容 (中)	(55)
第四节 服务与信誉的竞争	(55)
第五节 资金竞争	(59)
第六节 综合竞争	(60)
第七节 管理与决策的竞争	(62)
第八节 广告与购销渠道的竞争	(68)
第四章 当代经济竞争的基本内容 (下)	(74)
第九节 人心的竞争	(74)
第十节 预测的竞争	(84)
第十一节 谈判的竞争	(87)
第十二节 效率与交通电讯的竞争	(102)

第五章 当代经济竞争的基本形式	(106)
第一节 经济竞争的基本形式.....	(106)
第二节 当代经济竞争基本形式的表现.....	(109)
第三节 当代经济竞争形式的特点.....	(113)
第四节 灵活巧妙的应变.....	(115)
第六章 当代经济竞争的基本原则	(119)
第一节 引进技术和人才比引进资金和设备更为重要.....	(119)
第二节 加强协作, 鼓励竞争.....	(121)
第三节 自我改进增强竞争活力.....	(125)
第四节 强化竞争意识 创造竞争环境.....	(127)
第七章 当代经济竞争的谋略	(132)
第一节 当代经济竞争的战略.....	(132)
第二节 国际市场竞争是国际经济大环境的集中表现.....	(141)
第三节 国际市场营销竞争的特点.....	(145)
第四节 国际市场竞争策略.....	(151)
第五节 竞争顾客的策略.....	(156)
第八章 当代经济竞争的方法	(167)
第一节 当代经济竞争的系统方法.....	(167)
第二节 当代经济竞争的科学决策.....	(177)
第三节 运用全面质量管理法指导当代经济竞争.....	(180)
第四节 货源和价格的竞争方法.....	(183)
第九章 当代经济竞争的艺术	(188)
第一节 当代经济竞争取胜的“十技巧”.....	(188)
第二节 以十击一, 以众取胜.....	(193)

第三节	合于利则动,不合于利则止·····	(196)
第四节	资金周转贵在神速·····	(200)
第十章	社会主义的经济竞争·····	(204)
第一节	商品生产必然产生经济竞争·····	(204)
第二节	社会主义也同样存在经济竞争·····	(206)
第三节	社会主义经济竞争的特点·····	(209)
第四节	社会主义经济竞争的积极作用·····	(212)
第十一章	提高社会主义经济竞争水平·····	(215)
第一节	提高企业的经营决策水平·····	(215)
第二节	社会主义企业竞争要诀·····	(224)
第三节	社会主义企业竞争要领·····	(231)
第十二章	当代经济竞争对企业领导集团结构的 要求·····	(240)
第一节	企业领导集团的个体性格和整体性格 的合理结构·····	(240)
第二节	企业领导集团最佳年龄结构和知识结 构·····	(243)
第三节	企业领导集团的基本素质·····	(245)
第十三章	增强企业竞争能力的基本途径·····	(254)
第一节	培训职工,提高企业竞争的技术 水平·····	(254)
第二节	培训骨干,提高企业领导的竞争 素质·····	(258)
第三节	改革管理体制,提高企业竞争的整体 素质·····	(263)
第十四章	未来经济竞争的预测·····	(272)
第一节	未来经济竞争的特点预测·····	(272)

第二节	参与未来经济竞争的方略预测·····	(276)
第三节	第三次世界大战将是一场经济竞争大 战·····	(280)
后记	·····	(284)

第一章 竞争的历史和当代 经济竞争学的建立

第一节 人类社会的历史 就是竞争的历史

一、人类竞争史分期

自从地球上有了人类，就存在着竞争。人类处在早期智人时期就存在争夺采摘野果，争夺猎物等的本能性竞争；人类进入了晚期智人时期，就出现了争夺领地、争夺生活资料的主动性竞争；中国发展到了春秋战国时期就出现了奴隶与奴隶主之间斗争，诸侯国之间的互相吞并的斗争，争夺经济资源的斗争，争夺人口和地盘的斗争，诸侯内部争夺权力的斗争。有句老话说“春秋无义战”，也就是说，中国战国春秋时期，是人类历史上战争最多的时期，是人类由本能性竞争转入智能性竞争最激烈的年代，通过这一场大竞争，出现了秦始皇统一中国的大好局面。竞争带来动荡，竞争也制约动荡。

从世界的人类发展历史看，人类进入了阶级社会以来，就存在阶级斗争、权力斗争、派系斗争；出现了商品经济就有了争夺经济利益的斗争，就有了争夺市场资源、技术的竞争，中国历史上的郑和七次下西洋，古丝绸之路，西汉张骞通西域，开辟了东西交通线，促进了东西方经济文化的交流发展，“殊方异物，四面而至”的盛况，这便是中国人向世

界市场竞争的历史记录。唐代是中国封建社会发展的顶峰阶段，当时世界各国留学生汇集长安求学，唐僧玄奘“乘危远迈，杖策孤行”，游历一百一十国，鉴真和尚“盲目航东海”，六次东渡日本，为的是“唐风洋溢奈良城”，这些都是当时世界文化领域竞争的历史。中国明代郑和七次下西洋，十四世纪意大利航海家哥伦布航行美洲，这些无疑是当时世界航海技术的较量和竞争，当然也是人类同碧波万顷、惊涛骇浪的海洋的力量与智慧的竞争。

二、人类社会的历史就是竞争的历史

人类自身的历史就是一部竞争的历史。阶级斗争是人类阶级社会历史进步的根本动力，如果我们换一个角度，我们可以下这样一个结论：人类自从由类人猿进化到人，直到今天的发展动力是竞争，到了共产主义社会，竞争仍有推动人类社会前进的重要动力。竞争，使人类冲出了大自然的樊笼，竞争使各个民族和国度不断强化自身机制，优化自己的素质。军事竞争哪一天真正停息下来，那么便是人类巨大的福音。然而，要是其他一切竞争停息下来，便是人类灭顶之灾。

女娲补天，精卫填海，亚当、夏娃偷食禁果，挪亚方舟这类人类洪荒时代的传说，表明人类早期的竞争主要是人类与大自然的竞争；接着是氏族部落之间开始的吞并攻伐，人类社会的竞争重心转入军事竞争。第一、二次世界大战，是人类军事竞争的聚焦点，政治竞争也伴随着军事竞争全面开展。当今，经济竞争从过去依附军事竞争翅膀下走出来。第二次世界大战以后开始至今，人们都认真总结了近千百年来的战争给人们带来的经验及教训，无论哪一个皇帝、总统，都

有一个共同的痛感：国家穷了，经济实力不雄厚，就要挨打，建设也就无从谈起。国家穷了，科学技术、军事、文化、艺术更无法得到发展，壮大与振兴，因此，首先要抓经济，经济发展了，人民生活富裕了，国家也就安定了，经济发展才有了一个安定的环境。正如我国汉代伟大的政治家贾谊说过：“仓廩实而知礼节”。日本在第二次世界大战后，就全力抓经济，不再在世界上搞军事竞争了，而转入经济竞争，短短三十多年，它就成为世界经济强国，达到了用战争手段而无法达到的目的。我们认为，人类竞争历史的第二阶段是经济竞争史。

三、经济竞争是商品经济运动的客观规律

经济竞争是市场的内在必然。有市场，就必然有经济竞争。

经济竞争是个规律，不管喜欢不喜欢，认识不认识，它总是客观存在的。在经济竞争条件下，商品生产者或经营者，总是优者胜，劣者败，长期落后而不思改进的，就要被淘汰，这就是经济竞争之道。

经济竞争，固然会给企业、地区、国家造成某种压力，甚至会有被挤出市场、挤出社会的危险。然而，压力倒不是个坏东西。人类不就天天生活在大气压这个环境之中吗？试想，如果我们这个世界不存在这样那样的压力，吃进的食物又怎么可以咽进胃里去呢？残渣废物又怎么能排泄出体外呢？经济竞争所造成的压力，通过精明的经济工作者、企业家，可以为国家、地区、企业带来变革、带来效率、带来创新的动力。现在国际上流行着这样一个公式：竞争力 + 适应力 = 企业的经营实力。这是有道理的。记得马克思在描述价

价值规律和市场竞争，如何推动资本主义经济发展时说过这样的话，在价值规律、竞争规律的作用下，“分工必然要引起更进一步的分工；机器的采用必然要引起机器更广泛的采用；大规模的生产必然引起更大规模的生产。”“这个规律一次又一次地把资产阶级的生产甩出原先的轨道，并迫使资本加强劳动的生产力，……这个规律不让资本有片刻的休息，老是在它耳边催促说：前进！前进！”（《马克思恩格斯选集》第一卷第375页）可见，经济竞争不仅是一种力量，而且是一种经济发展的巨大的推动力。

当然，由于资本主义的自由竞争导致了垄断。垄断资本为维持自身的生存，仍然需要借助于竞争机制，以免由于过分的垄断而加速了腐朽化的进程。人们都注意到，当今西方世界，只要发现某种产品的市场占有率超过了一定的限度，政府就要颁布反垄断法令，以维持一种大体正常的经济竞争秩序，促进效率的提高。历史和现实都告诉我们，受价值规律自发支配的资本主义经济，尚且能在历史上创造出巨大的生产力，如今仍保持着一定的增长速度；掌握了客观经济规律的社会主义经济，不是更应该自觉地应用价值规律来加速自己的前进步伐吗？

随着对内搞活、对外开放政策的贯彻，当代市场竞争日趋激烈，正是强手如林，新招迭出，怎样才能在市场这个角逐场上战胜对手，稳操胜券呢？这就不能不研究一下经济竞争的规律和艺术了。

四、当代的经济竞争

当前国内外经济仍然处于多层次、多结构、多元化共同发展的阶段；既有小商品经济、工业化商品经济和现代化大

商品经济。在发达国家中，现代化大商品经济已上升到主导地位。

小商品经济、工业化商品经济和现代化大商品经济，代表商品经济发展的三个阶段。

小商品经济的公式是：原料—→商品—→市场。商品的生产取决于当地有无原料，这种生产表现为就地取材，就地加工，就地销售。不重视技术、不重视人才，不重视信息，竞争不剧烈。

工业化商品经济的公式是：市场—→原料—→商品。它从市场出发，只要有市场，本地没有原料可以从外地、外国进口原料，没有技术可以引进技术。这种经济重视新技术、人才信息，争夺商品市场的竞争剧烈。

现代大商品经济的公式是：资源—→商品—→市场。资源包括物化与非物化两方面：前者指工农业原料和能源；后者指信息、技术、专利、软件、智能。它运用现代化资源（首先是新技术）高效率地生产新产品，去开拓新的市场（如电视机、计算机市场）。这种经济的基本特征是：信息化经济、系统化经济、科学化经济、人才化经济。当代经济的竞争突出地表现为科学技术的竞争，最终表现为人才的竞争。

从当代商品大经济特点来看，经济竞争也与传统的商品竞争不同。一是范围大，当代经济活动，再不是闭关、封锁、孤立的状态，世界市场与各国、各地区各企业经济息息相关；二是时间性强，由于科学技术的高度发展，一方面经济发展瞬息万变；另一方面经济发展的长远规划占重要地位。总之当代经济竞争具有鲜明的战略意义。

竞争的范围从内部扩大到外部，从国内扩大到国外，竞争的时间从眼前延伸到长远。也就是说必须解决生产经营的

战略问题。

从整体上影响一个地方或一个企业的工作秩序，从长远上影响一个地方或一个企业的发展方向和盛衰存亡。因此可以说，生产经营战略是时代和商品经济发展的必然，是一个地方一个企业自身生存和发展的必要。通观中外，重视生产经营战略已经成为各地方各企业的明显趋势。实际上许多地方和企业早就进行长期发展规划，制定本地区、本企业的生产经营战略。就是说，一个地方、一个企业不能停留在维持日常的经营管理和生产上，尤其是要求一个地方、一个企业高层次的领导者、管理者把自己的主要精力用于思考战略，制定战略，实施战略之上。这正是一个高层次领导者、管理者工作中最为光辉灿烂的一部分，精心计谋全局、计谋长远，使一个地方、一个企业跃居为时代发展的前列，立于不败之地。这是当代经济竞争的至为重要的特点。

当代社会，一个地方、一个企业是一个复杂的大系统和对外的开放系统。从内部看，其生产经营要素人、财、物、技术、文化、教育、信息等等，其生产经营环节包括生产、供应、销售、储备；从外部看，它要服从于市场需求，考虑竞争对手，而这些又要受政治、经济、技术、文化、教育、自然、能源、交通、通讯等众多因素的制约和影响。因此，当代一个地方、一个企业的整体综合性加强，“辐射半径”延长。这就要求战略生产经营必须体现整体意识，宏观意识，甚至全球意识，既要有全局性，又要有层次性；既要统筹兼顾，立体思考，防止顾此失彼，出现遗漏；又要分清不同层次，区别轻重缓急。必须处理好全局和局部的关系问题。全局制约局部，而局部又影响全局。在局部和全局发生冲突时，要能果断地舍弃局部，以抓住重点，保证全局；在

局部可能导致全局失败时，又要高度重视局部。美国的汽车业所以被日本击败，就是因为美国汽车业忽视了能源这个因素对汽车消费市场的影响。当石油危机已经来临时，美国有的汽车厂家还在闭门造车，坚持生产耗油量高的大型轿车。真是“千里之差，兴自毫端”。这说明在当代经济竞争中，谋全局，谋整体是何等重要啊！

随着科学技术的发展，所有的国家、地区和企业都面临着缩短差距和扩大差距的严峻挑战。一个国家、一个地方、一个企业在制定自己的生产经营战略方案时，只有立足现实，着眼未来，才能有所创新，才能适应内外环境的变化和发展，从而长期保持主动和领先地位，把握和赢得未来。因此，战略生产经营要体现未来意识和超前意识，树立“明天即今天”的观念。日本的索尼公司引进晶体管技术，组织了1000人的研究所，很快解决了有关的技术、工艺问题，很快就占领了广阔的国际市场。瑞士在与日本的“手表战”中败北，其原因也是目光短浅。1969年，当瑞士人研制出世界上第一只石英电子表时，他们认为不是手表行业新产品的方向，因而不去完善、提高它。而日本人却抓住不放，把发展石英电子表作为战略方向，很快受到人们的欢迎，大获厚利。

当代国内外市场、企业面临的大环境、产业结构正迅速变化，企业适应大环境变化的机会相当多，全看经营者的谋略与决心，千万不能气馁，而今后的挑战可能朝5个方向发展：（一）小量制造、交货期缩短；（二）高精密度、高功能化；（三）外销产品一定要降低成本，才能在国际市场取得一席之地；（四）产品高级化与差别化；（五）重视服务与软件，尤其是运用人的服务。各企业的生产经营以市场需要为前提，产品的生命周期大大缩短，更需重视新产品开发