

企业家的空间财经丛书 · 第二辑

开 场 白

企业家的空间

张志雄 蒋东波

大家说法

- 4 “ 三明治经济 ”、“ 飞去来器经济 ” 和 “ 产业空洞化 ” 董辅初
 11 为企业家说话 对企业家说话 于光远
 23 从张爱玲的起落看中国文艺市场的盛衰 张五常

前沿追问

- 26 中国企业家能不能办好大企业？ 金 碚
 30 交易先于产权 盛 洪
 34 交易的风险与制度的完善 樊 纲
 39 收入分配与财富分配：哪个更不平等 张 军
 45 中国区域经济差距扩大的成因及对策 华 民
 49 从开放金融市场说到“ 企业家失业 ” 汪丁丁
 60 “ 朝三暮四 ” 仅对猴子有效吗？ 张宇燕
 67 老板、股东、人民政府的角色与互补 林义相
 71 经理年薪制刍议 贺 阳

共同的话题

- 75 “ 王海事件 ” 和企业创新 张曙光
 83 为何越打越假 余自由
 87 权利的维护，是依靠诉讼还是侵权人的自觉 马 洪
 91 共同富裕与光彩事业 唐寿宁
 97 深层矛盾对宏观经济冲击的风险控制 刘世锦

学界内外

- | | | |
|-----|----------------|-----|
| 102 | 经济学：认识世界还是改造世界 | 张维迎 |
| 107 | 经济学从何处来，往何处去 | 茅于軾 |
| 112 | 理性主义与自然主义 | 石磊 |
| 117 | 大年夜卖桔子去 | 艾君 |
| 123 | 奥村宏和“法人资本主义” | 张承耀 |

战略和战术

- | | | |
|-----|----------------|------------|
| 126 | 曾国藩式的历程：从程序到应对 | 孙涤 |
| 135 | 广告中的多态均衡 | W·哈勒根 W·乔丁 |
| 140 | “柠檬品”市场质量不确定性 | 乔治·A·阿克劳夫 |

儒商游记

- | | | |
|-----|-----------------|-----|
| 146 | 再论儒商 | 陈东升 |
| 150 | 别对我说这是不可能的 | 诺诺 |
| 161 | 精于捕捉时机的斯坦利·屈克米勒 | 史建邦 |

归去来兮

- | | | |
|-----|----------------------|-----|
| 172 | 有纪律的自由化 台湾金融的对外开放谢森中 | 胡定核 |
| 180 | 如何测定年度报告美化词指数 | 胡海 |

家庭财政

- | | | |
|-----|----------------|-----|
| 187 | 启动商品住宅市场的钥匙在哪里 | 袁志刚 |
| 191 | “无价之宝”的价格和回归 | 水南田 |

日常高科技

- | | | |
|-----|------------------|-----|
| 200 | GPS 一貌似神奇的全球定位系统 | 平劲松 |
|-----|------------------|-----|

都市说唱

- 206 张爱玲、苏青和北京青年的婚姻观 纪秋发 千 水
 228 都市黄昏下的橱窗 平 湖
 232 梦见未来 陈彩虹
 235 生命是硬道理 徐建融

昨日的世界

- 239 百年旧影与服饰 包铭新

反馈通道

- 247 一超直入如来地 余 力
 249 从名牌说开去 黄亚钧
 90 抽象的和具体的 陈春东

1996年中国各地区国内生产总值预测(10) 中国城镇居民可支配收入构成(44) 城镇居民收入差距与城乡消费市场增长差距比较(48) 1996年消费市场相关经济指标预测表(96) 1996年我国劳动就业预测(101) 1996年中国主要宏观经济指标预测(116) 中国个人计算机销售额及市场份额(139) 1996年摩托车市场走势(145) 1996年我国外商投资的规模及结构预测(160) 1996年全国主要地区家庭空调器购入计划(171) 1996年各地区物价指数预测表(190)

“三明治经济”、“飞去来器经济” 和“产业空洞化”

董辅礧

“三明治经济”、“飞去来器经济”、“产业空洞化”都是说明产业结构的问题。

“三明治经济”是我最近在韩国访问中听到的。1992年我在第二次访问韩国时，对韩国的产业结构的变化产生了问题。在访问韩国的一个政府主管机构时，我问道：由于工资上升、地价和房租上升，韩国在劳动密集型产业方面已经失去优势，无法同中国等发展中国家竞争，韩国的劳动密集型产业正向中国等发展中国家转移，韩国劳动密集型产业的产品的外国市场逐渐被中国等发展中国家所挤占。同时，韩国的高科技产业又不具有美国、日本、西欧一些发达国家那样雄厚的科研基础和实力，难以同它们竞争。在这种形势下，韩国的经济朝什么方向发展？产业结构如何调整？当时，我没有得到回答。最近我在访问韩国时向一些教授再次提出这个问题，有一个教授说这是三明治经济。他所说的“三明治经济”确切地说是三明治的夹层经济，也即韩国的经济犹如处在三明治的夹层。劳动密集型产业已逐渐失去市场竞争的优势，受到来自发展中国家的竞争压力，而高科技产业尚不具有竞争优势，受到来自高度发达国家的竞争压力，韩国的经济处在三明治的这上下两层面包片的夹层之中，压力是很重的，需要在调整产业结构中寻找自己的出路。韩国将怎样走出三明治的夹层，这里先不谈。

“飞去来器经济”是我最近在访问日本时听到的。飞去来器是一种玩具，玩耍者将其扔出去，它飞了一圈以后又会飞回所玩耍者

的手中。日本的经济就像飞去来器，日本国内工资高、地价高、房价高，产品的成本高，在日本国内生产不上算，产品没有价格竞争力。日本的企业纷纷迁到国外，特别是一些发展中国家。有一个著名的日本经济学家说，在劳动密集型企业中，骨干企业、核心企业及其配套企业、关连企业几乎都迁到了国外，在高科技产业中，除骨干企业、核心企业留在日本国内外。配套企业或关连企业也几乎都迁到了国外，日本还在国外大量投资办企业。有些高科技产业，核心部件在日本生产，或者将国外生产的其他零部件运回日本组装成成品，或者将核心部件运到国外组装成成品。日本国内消费的许多产品是日本在国外投资生产的，再回到日本国内市场销售。这就像飞去来器那样，扔出去又飞回来了。

“产业空洞化”一词若干年前就听说了。近来，在发达国家如日本和地区（如香港）谈得更多了。因为在这些国家和地区，制造业企业纷纷外迁，有的国家如日本，连农业也在萎缩，剩下的产业主要是第三产业，还有建筑业，产业空洞化了。“三明治经济”、“飞去来器经济”与产业空洞化有密切关系。韩国如果走不出三明治的夹层，就可能出现产业空洞化。“飞去来器经济”虽使日本国内市场能获得成本低的商品，但由此会导致的产业空洞化从而引起就业困难，国内市场需求不足，经济不振。

出现“三明治经济”、“飞去来器经济”、“产业空洞化”在当今世界经济的发展中，有其深刻的原因。它们是一国经济成长的特定阶段的产物。虽然这些现象都出现在国外、海外，但对我国仍有借鉴意义。我曾写过两篇文章结合我国的情况谈“三明治经济”的问题。这里还想就上述现象再谈一谈。

就整个国民经济而言，我国至少在相当长的时间内，不会产生“三明治经济”、“飞去来器经济”和“产业空洞化”的现象。因为我国的经济远远未成长到可能产生这些现象的发展阶段，而且我国自身就存在庞大并正迅速扩大的国内市场，我国的产品以国内市

场为主的格式不会根本改变。即使是出口，由于从总体上说，我国的工资仍低、地价和房价仍低，劳动密集型产品在国际上仍具有竞争力。同时，我国的科学技术也有一定基础，发展高科技产业的潜力是巨大的。但这只是从总体说的，如果分地区来说，则另当别论。“三明治经济”、“飞去来器经济”、“产业空洞化”问题，在某些沿海地区已经多多少少开始出现了，很值得我们思考。

沿海一些地区，开改革开放的先河，也得改革开放之先利。那里利用地理优势和政策优惠，引来了大量外资；那里的大量廉价土地用于工业项目开发，大量的廉价农村劳动力转入工业等非农产业，还从内地引来了大量廉价的农村剩余劳动力，兴办了大量技术层次低、劳动密集型企业，其产品除内销外，大量外销。这些企业，有不少是海外的国家和地区在产业结构调整中转移过来的。一时间，这些沿海地区的经济迅速繁荣起来，人民也富起来了。但随之，工资、地价和房价也上升了，一些优惠政策又逐渐扩散到内地。在这种情况下，那些技术层次低、劳动密集型企业，由于产品成本高，市场的竞争力减弱，不得不逐渐转移出去。一部分转移到周边的地区，一部分转移到内地，一部分则转移到周边国家，因为这些地区和国家工资更低、地价和房价更低，有的国家有更优惠的政策。这个过程已经开始，还会继续下去。

与此同时，在沿海一些地区原有的工业基础差，科技基础差，劳动力素质差，特别那些由当地或外地农村直接转入工业的劳动力的素质相当差，缺乏独立开发高科技产品的财力与人力。在那里发展高科技产业不具备条件。因此，那里的经济很可能成为三明治的夹层。即：一方面受到内地迅速发展起来的劳动密集型企业的竞争，那里的产品的内地市场将逐渐缩小，其国外市场也将受到内地企业以及周边新兴发展中国家的同类产品的竞争。例如，就服装来说，武汉的服装正以咄咄逼人之势与沿海地区的服装相竞争。另一方面，在高科技产业方面，沿海地区除少数城市如上海、北京、天

津等)外,也不敌内地一些城市和地区,后者在改革开放前曾是国家重点发展地区,集中了大批科技力量,有较强的工业实力。例如,陕西省就有高等院校 56 所,各类科研机构 1076 个,各类专业技术人员 81.5 万人。机械、电子、航空、航天、能源、纺织等工业都有相当雄厚的基础。内地经济一旦加快发展,许多沿海地区可能难以匹敌。在这种形势下,一些沿海地区就可能成为三明治的夹层,出现产业空洞化。其实,不要说那里的一些小城市和市镇,即使像深圳市也开始出现了这种情况。那里,因为一些劳动密集型企业纷纷内迁或迁到马来西亚等周边国家,已有 30% 的厂房空置出来,仅宝安、龙岗两区空置的厂房就超过 140 万平方米。这对深圳市经济的发展带来不良影响。仅 1994 年全市“三来一补”企业工缴量收入就比上年减少 4100 万美元。深圳市自然希望发展高科技产业来填补迁出企业留下的空间,但这并不容易,因为深圳市自身的科技力量弱,劳动力素质不高。

值得注意的是,在一些原有工业基础较强、科技实力较雄厚的地区也出现了劳动密集型企业的向外转移。上海正在将一部分纺织厂迁到新疆,即所谓“东锭西迁”。天津经济技术开发区的有些劳动密集型企业也搬走了。当然,目前,这些地区尚未出现成为三明治夹层的现象。

“飞起来器经济”的出现,在我国尚不明显。但迹象已经有了,今后还会发展。例如,上海把纺织厂迁到新疆只是这个过程的开始。日后上海会将越来越多的产品,特别是其中一些技术要求低、费劳动、费资源、占地大的产品将会转移到周边地区或是更远的内地,然后部分产品回销到上海市场。目前,在上海市场上已有一些产品标明的是上海制造,实际是在外地制造的。其他一些城市也会发生这种情况。

出现“三明治经济”、“飞起来器经济”、“产业空洞化”是在开放的市场经济中出现的,它是由市场竞争所产生的。就我国而言虽然

从总体来看，它们有助于推进地区间经济的均衡发展，缩小地区间经济发展水平的差距。但是，对于发生了这些现象的地区来说，却会带来许多负面影响。应未雨绸缪，尽量防止其发生，或者尽量减少其负面影响。下面说一点粗浅看法。

第一，对于有可能成为三明治夹层的一些地区来说，必须早作策划。从韩国的经验来看，为了摆脱成为三明治的夹层，韩国企业在劳动密集型产业方面，努力使产品更新换代升级，发展品质更好的、技术含量更高的、附加值更高的产品，以填补没有竞争力的、转移出去的那些劳动密集型产品和企业所留下的真空。例如，生产高品质的服装和鞋之类。这些产品比发展中国家生产的品质低的同类产品更具竞争力，且附加值高。在我国市场上就有不少韩国生产的高品质的服装、鞋之类的产品。这样做至少可以延缓成为三明治夹层、出现产业空洞化的进程。同时，虽然在韩国有一部分产品已成为“飞去来器”（在韩国市场上有其在中国投资制造的劳动密集型产品），但仍有大量在韩国自己制造的服装和鞋。如果看到了这一点，沿海一带就应加紧产品的更新换代升级。与此同时，还要设法用机器取代人力，以控制工资成本的上升。

第二，在有科技实力的地区应加紧科技成果的开发和利用。根据韩国的经验，除引进必要的外国技术以外，注重自己的技术开发，把资金和技术集中地运用选准的科学技术项目，力求抢先突破。韩国三星集团先于美国和日本开发出 256 兆储存器芯片就是一个例子。在我国科技实力薄弱的一些沿海地区，自己没有独立开发的力量，可以与内地有科技实力的地区合作开发高科技项目，或者径直购买内地的科技成果，并引入科技人员。尽管在高科技领域竞争很激烈，但可利用的空间还是存在的。不能等到已经成为三明治的夹层了才着手去做。

第三，无论是开发高品质、技术含量高、附加值大的劳动密集型产品，还是开发高科技产品，都必须有雄厚的资金实力，而一般

的中小企业很难具有这样的实力。据韩国的经验，需要形成一些强大的集团，同时建立有规模经济的企业。上述三星集团就是这样的有雄厚资金实力的集团。而现代集团的造船厂、汽车制造厂则规模庞大，能以规模经济在国际市场取胜。我国沿海一带近十几年建立的企业大多规模很小，必须通过收购兼并等途径形成大的企业，否则很难避免成为三明治的夹层，从而出现产业空洞化。

第四，产业结构的升级是必定会发生的。为避免在此过程中发生大的社会震荡，特别是发生当地劳动力的大量失业，应注意劳动力的培训和结构调整。近十多年来，香港的劳动密集型企业大多都转移到了大陆，在此过程中，香港的第三产业有了长足的发展。在第三产业中，商业、餐饮业、旅游业之类产业虽吸收了不少由于劳动密集型企业转移而沉淀下来的职工，但是其吸纳的能力也是有限的。由于原有的劳动力的素质和结构仍不适应产业结构的升级，香港的金融业、高科技产业的发展难以在当地找到足够数量的职工，不得不从香港以外的国家和地区引入。这样一方面引入外来职工，另一方面本地许多职工却因找不到能胜任的工作而失业，使香港的失业率上升。对于我国沿海一些地区来说，劳动力素质低的问题会成为这些地区在产业结构升级中加剧成为三明治夹层，加剧产业空洞化的一个重要因素。如不加紧培训，现有劳动力的素质和结构会无法适应开发品质高、技术含量高、附加值高的劳动密集型产品，发展高科技产业。

第五，为了延缓劳动密集型企业外迁的过程，以便有更充分的时间防止成为三明治的夹层、产业空洞化，在沿海地区必须控制工资、地价、房价的上升。两三年前狂炒地皮、楼价狂升的情况必须防止再度发生。须知我国沿海有些城市的地价、楼价、房租已经上升到如此之高，以致进入了世界的前列。这使我国对外资的吸引力迅速减弱，并会加快这些城市的产业空洞化的进程。

综上所述，随着经济的发展，产业结构必定要逐步升级，在升

级过程中如何防止出现“三明治经济”、“飞去来器经济”、“产业空洞化”，在我国已经成为必须思考研究的问题，至少应该引起人们注意。

(作者系人大财经委员会副主任)

1996年中国各地区国内生产总值预测 单位：亿元

地 区	1996年预测		地 区	1996年预测	
	绝 对 值	增 长 速 度 (%)		绝 对 值	增 长 速 度 (%)
北 京	1528.07	9.00	湖 南	2368.17	8.00
天 津	989.49	10.80	广 东	6120.53	13.00
河 北	2950.15	9.70	广 西	1881.99	12.00
山 西	1174.81	10.00	海 南	451.02	13.30
内 蒙	931.26	9.20	四 川	3967.56	8.00
辽 宁	3583.52	8.00	贵 州	688.67	7.20
吉 林	1259.97	9.00	云 南	1341.49	9.44
黑 龙 江	2293.67	9.50	西 藏		
上 海	2846.30	11.00	陕 西	1165.45	8.00
江 苏	5913.84	12.00	甘 肃	598.62	7.00
浙 江	3965.93	13.00	青 海	212.02	7.00
安 徽	2164.83	13.00	宁 夏	189.09	8.50
福 建	2500.22	17.00	新 疆	963.46	10.54
江 西	1620.23	11.00	东 部	38410.42	11.0
山 东	5679.35	9.00	中 部	17763.21	9.2
河 南	3190.19	10.78	西 部	9126.37	7.3
湖 北	2760.08	11.00	各地汇总	65300.00	9.5

资料来源：国家信息中心经济预测部

为企业家说话 对企业家说话

于光远

建立一门企业家学

我观察到这样一个现象，多年来学者对企业家写得不少，报刊上发表的关于企业家的文章和报道也不少，并且还出版了不少以“企业家”为名的刊物。但是作为对企业家进行研究所取得的成果的报告和文章几乎没有，使我留下印象的这方面的文章说不出一篇。

这说明对企业家研究这个学术领域的确很薄弱。我知道开展对企业家的研究有不小的困难。企业家愿意你写他们的成就，对他进行表彰，未必愿意作为客观对象让学者对他进行科学的解剖，未必愿意向学者提供研究自己所必需的资料。企业家总是处在尖锐的竞争中，通常不愿意暴露自己的营业秘密，向社会公众暴露自己



的弱点。不少企业家也生怕如果接受研究，会对自己不利。研究者对这种研究也有很多顾虑。自己本无损害企业家的思想，怕客观上起损害某些企业家的作用，也怕这种研究得罪了自己的研究对象。而如果只说企业家的话，那就可以得到企业家的热情欢迎，甚至在工作上得到物质方面的支持。双方个中的苦衷，我都能理解。

但是在社会科学中不能不开展对企业家的研究。我国也需要建立一门企业家学。大规模地对当前中国企业家的研究对于了解中国社会、研究中国社会主义的理论和实践是有重大意义的。比方说企业家究竟算不算一个社会阶层，就是一个很重要的理论问题。由于我国企业在性质上规模上有很大的区别，企业家的家庭出身、经历、文化程度、思想倾向也很不相同，需要作仔细的分析。同时，他们既然都是企业家，而且都是中国企业家，就一定会有许多共性。对众多的各式各样的企业家进行研究作出概括，无疑是很有价值的。此外，对中国企业家的现状与前途应该作何分析和估量，他们在中国社会经济发展中的地位和作用如何，在这方面当前有哪些错误的看法应该纠正等问题，都是难以避开或置之不论的。这里讲的是对企业家进行政治经济和社会理论的研究。为了帮助企业家发展自己的事业，也需要对企业家进行研究，总结他们成功的经验和有些企业家失败的教训。对于企业家来说，开展对企业家的研究，应该说也是会有好处的。就是对作为研究对象的那一位企业家也是一种最宝贵的帮助。有一些企业家处在创业取得很大成就时，人们就已经看出其存在某些严重缺点，后来出了问题，甚至是严重的问题，当初不愿听对他有一些感觉的人的忠告，就是原因之一。

开展对企业家的研究，建立企业家学的重要意义，是用不着多讲的。不过困难也是很大的。不但在我国，在外国也很少有对企业家有研究的著作。我早就有这样一个开展对企业家研究建立企业家学的想法，可是许许多多多年一直没有提出来，就是因为没有找到开展这方面研究的很好途径，恐怕提出这种意见会成为放空炮。最

近提出来，并不意味着现在我已经有了好的办法，只是考虑这样的问题与其由一个人放在脑子里长期找不到办法，还不如提出来，让大家来思索，大家来进行讨论交流为好。我希望这个问题不仅学者们要动脑筋，企业家本人也要动脑筋。因为这个领域内的研究，没有企业家的积极参与和配合是做不好的。

二. 儒商和商儒

中国的企业家千千万万，各色各样。即以在事业上取得较大成功的企业家，也各有千秋。

我注意到企业家中有一些人不仅经济上善于经营，而且本人就是知识分子——有相当高的文化水平和相当丰富的科学知识。这样的企业家有的本来就是文化学术界人，现在下了海，或者人本来虽非学术文化界人，但长期努力学习，因而提高了自己的文化水平，丰富了科学知识。这样的企业家在实践中就表现出在自己的经济经营中能够比较好地运用文化手段、科学知识，而且也总会热心支持社会文化学术事业。这样的企业家占的比重不多，正因为不多也就可贵。

我还注意到这样一些企业家，他们不但热心支持社会文化事业，而且本人也在业余从事文化学术工作，愿意同文化学术界往来，进行交流，和学术文化界人一起讨论问题。他们当然属于上面说的儒商，而且我想把儒商两个字倒过来，说他们还是商儒。这样的企业家当然更少了，唯其因为更少也就更为可贵。

我认为这样的商儒应该逐渐多起来，学术文化界人，应该欢迎他们参加到自己队伍中来，商儒们参加到学术文化的队伍中来可以带来他们在经商中所获得的体会，带来他们看问题的角度，对学术文化界作出贡献。同时学术文化界人，应该热心地帮助他们学习帮助他们提高研究能力。

三。是“红一时”还是“红一世”

10年前我有一个“重要发现”改革中我们做了一件没有要社会、国家和个人花钱、却收到很大的经济效益的事。这件事便是给公司经理、工厂厂长等送了一个“企业家”的称号。这件事使企业领导人不再把自己看作一个仅仅是奉命行事的工作人员——从而提高了积极性责任心和事业精神。观念转变了，工作的成效也就大不相同。同时他们的社会地位也大大提高。

董事长、经理、厂长有了企业家的称号，不等于他已经是名副其实的——或者说够格的企业家，特别还不等于已经是很高的经营管理水平专家。不过我认为先有了企业家的称号、后来才成为够格的企业家，还是已经是一个够格的企业家、然后获得企业家的称号，并不重要。重要的问题是中国要有几万、几十万够格的企业家。他们拥有作为一个企业家的优秀素质和有关的知识、文化水平和学术水平。

我想打个比方：中国古代的开国皇帝有两种类型（当然不止这两种类型），一个是本来没有打出皇帝称号、黄袍加身的赵匡胤，一个是打了多少年江山后自立为帝的朱元璋。这两个人当皇帝的过程不一样，可是实质上没有多大区别。实质是他们都取得成功，坐稳江山。赵匡胤开创了大宋皇朝，朱元璋开创了大明皇朝。我国的企业家不论他们的出身和经历如何只要努力都能修成“正果”，成为名副其实的、够格的、高水平的企业家。

在这里我想向众多的企业家提出一个问题：“你想‘红一时’呢还是‘红一世’？”如果你以“红一时”为满足也许现时你已经取得了某种成功在报刊上已经刊出你的事迹登出你的“玉照”你已经“红”了。你也就可以躺在自己的成就上不再伤什么脑筋。如果你想“红一世”你就要认真考虑一些必须考虑的问题了。

我想对许多企业家进一言之便是祝愿你能“红一世”，祝愿你的一生是成为高水平的、成功的企业家的一生。为此我也就要祝愿你为了这个目的而进行艰巨而愉快的学习和锻炼——对自己进行系统的、持久的、卓有成效的自我教育的活动。

这是我多年来常常想对企业家说的一句很重要的话。以前我一直没有把它写成文章，原因是我考虑到这不是一个抽象的理论问题，一定要受到众多企业家的注意，要他们自学和积极地行动起来才有意义。我多次与企业家交谈，感到有一些企业家是有进行自我教育的愿望（虽然并不普遍）却不够强烈，但是我看出如果更多地倡导、启发，是会有越来越多的企业家愿意在这一点上作出努力的。

既然这是企业家的自我教育的活动，那就只能依靠企业家自己动脑筋去想究竟想把自己造成怎样的人物，去想自己离开这个目标存在些怎样的差距，去想自己要作出怎样的努力才能克服这个差距。企业家要有成效地进行这个活动，首先要下决心——下很大的决心，也要有好的办法。他们要有计划地按部就班地持久地进行。企业家是很忙很忙的人，“时间就是金钱”这句话对企业家直接适用，但这不等于企业家的学习时间就不可能得到保证。在这里，就要求企业家去“挤出”去利用哪怕很短暂的空隙时间，学会随时随地都能学习，企业家要想方设法为自己创造自我教育的条件。

企业家的自我教育的内容是多方面的，它包括社会主义的理论和政策思想的提高，也包括办事能力、组织能力的锻炼。通俗实用的英语能力也可以视作企业家自我教育中必有的一个内容，中国企业家应该能不依靠翻译与外国的企业直接接洽业务，走遍全世界。

企业家的自我教育以自修为主，但需要力争学者们和有知识有丰富经验的人的帮助。在考虑自己努力的方向和计划时向别人请教，会使他们得到好处。企业家在进行自我教育时，一定还要阅

读学者们写的文字材料，听学者们讲话也是一种重要的学习方式。还有一点应该讲一讲的，那就是企业家关心学者的研究工作和普及工作，同学们交朋友。交朋友也是一种很有效的取得帮助的方式。

为了配合和帮助企业家的自我教育活动，建立某种机构，开展各方面的工作也是必要的。

四 . 一、二、三、四、五

几个月前，在一个企业家的会议上我就用这《一、二、三、四、五》为题作了一次演讲。

“一”说的是企业要生产“一流产品”。在非物质生产部门，那就要有“一流服务”、“一流微笑”。我认为对一个企业来说这是最为重要、最为根本的。企业内部也要有“一流管理和”、“一流经营”。

“二”说的是企业要成为“二表高手”。“二表”是我发明的语言，指的是“表现”与“表彰”（或“表彰”），在“一”上取得了出色成就的企业，还要善于“表现”自己，显示自己的形象，不要“藏在深闺人未识”，并善于取得社会对自己成就的认可与表彰。高手也者指的是要有这样的本领。

“三”说的是企业的活动离不开最终满足社会成员的三大需求，这就是恩格斯说的一曰生存（当然是他健康地生存）；二曰享受（超出生存需要的便属于享受的范围，马克思讲资本主义社会里的工人不在危机期间其消费品中也有一部分属于奢侈品）；三曰发展和表现自己。非消费品的生产归根到底间接地也要满足这三种需要。企业在做经营决策时就要直接间接考虑这三个方面的市场需求。

“四”我想指最近我讲的“四句话”：社会进步的基础是企业，企业发展的关键是改革；改革深化的方向是自主；自主经营的依靠是

文化。第一句话讲的是企业的地位，马克思说生产力决定生产关系、经济基础决定上层建筑，我这一句话无非是用另外的语言表述马克思主义的基本原理。上层建筑的作用很大，但与经济基础和生产力一比 就得承认它的‘作用有限。’第三句话中我说的自主不仅包括自主权，我还强调企业在自己的权力范围内要敢于自主行动。但这种自主行动需要掌握情况与事物发展的规模，要运用科学、教育和其他各种文化手段。

“五”说的是我的“企业文化五层次说”。第一个层次便是 80 年代初从日本和美国推行开来的那种重视企业精神（企业理念）、重视英雄表彰等一整套企业管理方法。第二个层次则是企业的一般经营文化和管理文化。在今天中国，我还想特别强调要重视现代市场经济的经营文化和管理文化。第三个层次旨在提高企业职工文化素质、满足企业职工文化需求的文化。第四个层次是企业关心并支持社会文化。这四个层次讲的人比较多，我还加上第五个层次，企业家要提高自己的参与宏观决策的意识与能力的文化。这第五个层次不可能对所有企业家都有所要求，但对于其中一部分企业家来说，则是国家提出的许多宏观政策制定的事实根据在企业里，政策又要落实到企业那里去，企业家对宏观决策应该参与也有条件参与，但是企业家在这方面的意识和能力是需要提高的。这也是企业文化中的一个重要内容。

这“一、二、三、四、五”只是为了听的人好记 并没有严格的逻辑关系，构成不了什么系统。

五. 自主权 自主钱 自主意识自主行动

我讲过这样四句话：“社会进步的基础是企业，企业发展的关键是改革 改革深化的方向是自主 自主经营的依靠是文化。”并对其中第三句话作了一个解释：这里说的自主，包括企业应有较多的