

江西经济发展所面临的 重大外部环境分析

李海舰

江西经济发展必须走立足江西、跳出江西、发展江西的道路。即将自身发展全面融入全国乃至全球经济发展之中，与时俱进，与世俱进。为此，江西经济发展需要认真面对区域产业转移、脑体分离发展、制造范式革命和企业范式革命等全新的外部环境，根据具体省情，全方位地进行脱胎换骨式的创新，才能抓住机遇，应对挑战，获得新生，走向繁荣。

一、区域产业转移

（一）国际产业转移

世界制造中心转移是客观的、必然的。第二次世界大战以前，世界制造中心一直集中在欧美；第二次世界大战以后，世界制造中心转移到以日、韩为首的东南亚诸国；20世纪90年代以后，世界制造中心又从日、韩转移到中国。目前看来，中国（内地）已经和正在接受过四次产业转移：一是中国香港制造业的转移；二是中国台湾制造业的转移；三是日、韩制造业的转移；四是欧美制造业的转移。截至目前，国际产业转移中国（大陆）可分为两个时期。 20

世纪 90 年代末期以前，国际产业转移中国（大陆）主要集中在珠江三角洲地区。以广东省东莞市为例，东莞作为世界电脑资讯产品制造业重要基地，其电脑资讯产品在全球市场占有相当的份额。电脑磁头、电脑机箱及半成品占 40%，敷铜板、电脑驱动器占 30%，高级交流电容器、行输出变压器占 25%，电脑扫描仪、微型马达占 20%，电脑键盘占 16%，电脑主板占 15%，电子元件占 12%。20 世纪 90 年代末期以来，国际产业转移中国（大陆）主要集中在长江三角洲地区。目前，在长江三角洲地区，已形成了一批在全球举足轻重的产业带。从昆山到南京形成了 200 公里 IT 产业带，产值超过 1 500 亿元；从太仓到南京形成了 200 公里的重化工和新材料产业带，产值超过 1 600 亿元。在上海浦东张江，单是中芯国际一家企业周围，就聚集了国内外 82 家配套企业。在江苏省吴江开发区，目前生产最终产品的外商 IT 企业，其选用的装配材料中有 80% 以上不用出区就能配齐。如果再与周边的一些 IT 企业相衔接，配套水平可达 98% 以上。

江西在中国区域经济格局中具有独特的区位优势，其东南部紧邻珠江三角洲，东北部紧邻长江三角洲。目前，两大三角洲地区在中国乃至世界经济中都具有举足轻重的地位。就珠江三角洲而言，目前，珠三角的电子、医药、建材的产值已居全国之首，纺织业居全国第二，彩电产量占全国的 1/2，家用电冰箱产量占 1/3，家用洗衣机产量占 1/7，原油和天然气约占 1/10。珠三角以它占全国 0.43% 的土地和 1.8% 的人口，创造了占全国 8% 的国内生产总值。就长江三角洲而言，目前，长三角占国内生产总值的 20%，年进出口总额占全国的 30%。世界 500 强企业已经有 400 多家在这里落户，合同利用外资总值已超过 1 500 亿美元。据统计，目前江苏的电脑鼠标已占世界总量的 65%，小屏液晶显示器已占世界的 70%。浙江省义乌市大陈镇有 380 多家衬衫生产企业，日产衬衫 40 万件，衬衫销量占全国的 1/7；嵊州市有领带企业 1 000 多家，年产量 2.5 亿条，占全国总产量的 80%；海宁市有皮革皮件生产

企业 2 000 多家，年产皮革服装 1 100 多万件（套），是全国最大的皮革服装产销基地。关于上海、浙江和江苏，有关 2002 年的几个重要指标可见表 1。

表 1 2002 年苏浙沪经济比较

	上海	浙江	江苏
国内生产总值（亿元）	5 408.8	7 670.0	10 636.3
人均国内生产总值（亿美元）	逾 4 900.0	约 2 000.0	逾 1 700.0
三次产业比例（%）	1.6 : 47.4 : 51.0	8.8 : 51.2 : 40.0	10.6 : 52.1 : 37.3
全社会固定资产投资（亿元）	2 158.4	3 458.0	3 849.2
社会消费品零售总额（亿元）	2 035.2	2 878.0	3 215.8
出口总额（亿美元）	320.6	294.2	384.8
实际利用外资（亿美元）	50.3	47.0	108.3

资料来源：国家统计局。

（二）国内产业转移

近年来的发展表明，无论是珠三角还是长三角，这些地区一方面在承接国际产业转移，另一方面也在向外转移部分产业。换句话说，它们走的是先承接再转移、边承接边转移的一条产业动态化之路。目前看来，向江西省进行产业转移的重要地区，既有珠三角也有长三角，而且尤以长三角为最多；在长三角中，尤以浙江省为最多。

长期以来，浙江资金事实上已成为江西经济发展的助推器。“九五”时期，江西从浙江引进资金 52.53 亿元，占全省实际引进省外资金的 21.90%。据江西省对外经济技术合作办统计，仅 2002 年上半年，江西从浙江实际引进资金就达 47.97 亿元，占全省实际引进省外资金的 32%。近几年来，越来越多的浙江企业在江西投资设厂，进一步强化了江西经济的“泛浙江化”。从新近浙江对江西的投资看，浙江投资已深入基础设施建设、资源开发、工业、商贸、

农业、旅游、城建、房地产、教育、软件、服务业等近百个领域，全方位、多层次的合作格局正在形成。以总投资近 5 亿元的南昌金润物流中心、总投资 3 亿元的九江九龙街综合开发、总投资 1.2 亿元的南昌国际汽车城、总投资 6 000 万元的南昌金庐软件研究中心等为代表的浙赣合作项目正在成为或即将成为江西经济的生力军。目前，约有 13 万浙江人在江西投资创业，一些地方业已形成的“浙江村”给江西文化注入了新鲜的吴越元素；而江西倡导学习浙江经验，大力发展民营经济，则使江西的制度设计“泛浙江化”。目前，江西不少地区已把承接浙江产业转移作为地区发展战略。例如，毗邻浙江的上饶市提出“掉头向东，面向沿海，接轨浙江”战略，该市市级凤凰工业区还挂出了“赣浙经济技术合作开发区”的牌子，欲成为承接浙江产业转移的重要基地。再如，鹰潭市别具特色地成立了“浙江投资企业协会”，强化对浙江客商的服务功能。再如，在乐平童家工业园中，在来自外地投资的 17 家企业中，浙江 10 家，占外地投资企业数量的 58.8%；在来自外地投资的全部金额中，浙江投资高达 90%。

从长三角地区看，其部分产业向外转移也是客观的、必然的。

(1) 这是各省市产业结构调整升级的必然。目前，上海、江苏、浙江等省份，正面临新一轮产业结构的调整和升级，重点扶持发展电子信息、生物工程和医药、新材料、新能源及环保等高新技术产业，正不断地将不适应各地发展的产业转移到适合的地区发展。以上海为例，在其确立了信息、金融、商贸流通、汽车、成套设备、房地产为新的六大支柱产业后，东西南北产业布局已经基本完成。有限的土地不可能容纳更多的产业。上海现在急需的不是同水平的加量，而是提质。因此，从低科技含量走向高科技含量，这是上海可持续发展的长期保证。研究表明，传统工业的人均生产率不到 3 万元，而高科技产业则高达 30 万元以上。显然，上海不断提升产业等级和增加产业的科技含量，意在为产业梯度转移创造可能性。

(2) 这是各省市劳动力成本在提高的必然。降低成本，是长三角企

业萌生部分产业向外转移的首要出发点。目前，上海的年平均工资是18 500元，苏州市区是11 778元，昆山是10 655元。劳动力成本的提高，已经使得上海工业大大“郊区化”了，上海全市有70%以上的工业产值是在郊区实现的。现在的问题是，“郊区化”也已经使上海一般工业不能与江浙企业竞争了。为此，一些外商制造企业率先开始了向江浙的产业资本转移，才使得只是地级市的苏州近年吸引的外资总额已和上海不相上下。目前的问题是，江浙一带的劳动力成本也在急剧上升，其向周边不发达地区的资本转移正在加速推进。（3）这是各省市土地空间发展约束的必然。以江苏省为例，近年来大量的外资进入已使得苏南地区的土地日益紧张起来。我国是以省为单位来保持耕地总量平衡的，省内的用地指标可以进行调剂补充。据统计，自1999年起，苏南向苏北调剂补充耕地指标16.65万亩，苏南流向苏北的开发整理土地资金为2.95亿元。按照现有的发展速度，2010年之前昆山将无地可开发；到2020年前后，苏州工业用地将没有剩余。因此，这势必导致各省市将部分产业纷纷向外转移。

二、脑体分离发展

（一）脑体产业的分离与再分离

目前看来，产业的概念已大大细化。从“行业”即产业，到“产品”即产业，再到“部件”即产业，最后到“区段”即产业。一个企业从价值链上讲，可分为研发、制造、营销、营运管理四个区段。相应地，它们构成四个产业，其中研发、营销和营运管理称作“脑袋产业”，制造称作“躯体产业”。

1. 脑体产业分离。企业为了实现在全球要素资源配置的最优化，在战术上就要落实“脑袋”和“躯体”的最优配置。由于全球各地要素禀赋的差异，企业“脑”、“体”在不同的地方和不同的企

业必然有不同的运行成本，这就要求企业对自身组织资源进行合理分工，实行“脑体分离”。脑体产业分离的方式又有两种：基于不同地域的分离和基于不同企业的分离。前者意味着企业按照要素资源和组织资源最优化配置原则，在资本和技术密集的地域设置研发、营销部门乃至营运管理中心，而制造部门搬到劳动力密集的区域。后一种分离意味着企业分别将制造环节、营销环节和研发环节交给具有比较优势的其他企业去承担，这就是“外包”。例如，20世纪90年代初期，摩托罗拉的“脑袋”——研发、营销、营运管理部门——在美国总部，但其制造部门却分布在全球各地。

2. 脑袋产业再分离。脑袋产业的再分离即脑袋产业内部的分工更加具体，研发、营销和营运管理发生分离。面对客户经济时代，各大跨国公司纷纷将产品的研发部门或市场营销部门从全球总部剥离出来，把一个“大脑袋”拆成若干个“小脑袋”。剥离的思路依然有两种：根据要素禀赋配置到不同的国家或区域性市场；根据比较优势外包给其他企业。以美国耐克公司（NIKE）为例，这家公司垄断了美国运动鞋和运动服装30%的市场份额，但它在美国一双鞋都不做，其产品制造放在全球80多个国家和地区。一种常见的模式是，耐克的研发在意大利，制造在中国，市场营销则在美国。可见，伴随“躯体”——制造部门的转移，“脑袋”——研发部门也从总部分离出来。考虑到细分市场的高度差别化和个性化，市场营销部门从总部分离出来的现象也如出一辙。

3. 躯体产业再分离。分工的进一步细化，不仅脑袋产业内部要分离，躯体产业内部也要分离。作为制造环节的躯体产业，包括核心部件制造、一般部件制造以及组装。在躯体产业的不同段位，需要不同水平的生产技术，在不同地方又有不同的成本。因此，躯体产业内部的再分离与脑袋产业内部的再分离一样不可避免。比如联想集团，虽然所有的电脑部件都是在中国内地生产，但部件产地显然是有别的。最核心的部件，如CPU是英特尔公司在上海浦东的基地制造，重要部件是在北京的信息产业基地制造，一般部件则

是在深圳基地制造。

（二）脑体产业分离发展的地域特征

（1）从全球范围来看，脑体产业转移呈现如下特征。一是脑袋产业向发达国家转移。像美、日、德这样的发达国家，其大型跨国公司一般只做脑袋产业而不做躯体产业，甚至只做“大脑袋”，不做“小脑袋”。从全球 500 强企业的地理分布来看，可以发现排名前 100 强的跨国公司多数把全球总部设在美国和日本。一方面，许多跨国公司将研发、营销、营运管理部门设在发达国家，而将制造和售后服务部门迁移出去，所以才有少数发达国家“产业空心化”的说法；另一方面，一些总部原本不在发达国家的企业，出于要素禀赋的考虑，也纷纷将研发、市场部门迁移到发达国家，例如中国的海尔和联想就在美国硅谷设立了研发中心。二是躯体产业向发展中国家转移。发展中国家在劳动力、土地、自然资源等要素方面具备发达国家所不可匹敌的绝对成本优势，因此，大量的跨国公司纷纷将其“躯体”——制造部门转移到发展中国家来。例如，IT 行业巨子 IBM、摩托罗拉、戴尔、东芝（TOSHIBA）等均在中国设立了重要的制造基地或组装基地。像中国这样的发展中国家不仅制造成本低廉，而且人口众多，市场巨大，因此这些国家也往往成为“小脑袋”——地区或大区域的总部所在地。一般地，跨国公司往往将中国内地、中国香港、中国澳门、中国台湾合称“大中华区”，而区域总部往往设在中国内地或中国香港。

（2）从一国内部来看，脑体产业转移呈现如下特征。一是就城市规模而言，大城市往往成为脑袋产业的转移归宿，而中小城市则成为躯体产业的转移归宿。例如，中国的北京、上海往往成为国内企业总部的理想地域。一些企业在小地方做大做强之后，为了应对更大范围内的竞争，参与更大范围内的分工，就要考虑将研发、营销和营运管理总部从原来“发迹”的小地方迁移到大城市来。如春兰集团将总部从江苏泰州迁往上海。二是就地理位置而言，沿海城

市往往成为脑袋产业的转移目标，而内地城市则成为躯体产业的转移目标。因为沿海城市交通便捷、资讯发达，便于与外国进行国际贸易，直接参与全球分工体系；而内地城市相对闭塞，但劳力和土地成本低廉，往往成为制造基地，吸纳的多是躯体产业。

研究发现，形成脑袋产业集聚的地域具有如下特征：知识中心。知识经济时代，知识是最重要的生产要素，因此一个地方知识的集中程度就代表了核心要素的集中程度，企业越是做大做强，就越是更加倚重于知识要素。过去是资本决定企业命运，现在则是思想（Idea）决定企业命运。因此，跨国公司往往选择知识信息比较集中的大城市或者首府作为脑袋产业的大本营。②金融中心。一个地方金融市场的发达程度决定了该地能否成为脑袋产业的落地之选。知识和金融的嫁接，一则可以迅速把一种思想做成一种产品，二则可以迅速把一种产品做成一种产业。③流通中心。当经济由卖方市场进入买方市场之后，企业能否盈利更重要的是能否将生产的产品销售出去，实现商品价值。即流通由过去的末端产业成为现在的先导产业，价值实现比价值创造更重要了。何处拥有便捷的流通条件，例如更稠密的水陆交通网络、更低的关税、更透明的出口政策等，就能有效地吸引脑袋产业的集聚，尤其是脑袋产业中的营销部门。④环境中心。企业总是在特定的环境下生产和发展的。这里的环境不仅包括自然环境，其主要体现为要素禀赋，而且体现为社会人文环境，包括法治、公平、廉洁、诚信等政府和公众行为特征。知识、金融、流通和环境四大中心的具备，不仅能够吸引脑袋产业的转移，而且为脑袋产业的再分离提供了空间。

形成躯体产业集聚的地域具有如下特征：要素成本较低。例如，由于劳力成本低廉，因而有可能吸引躯体产业中的制造业集聚。②制度成本较低，如人口流动相对自由，社会治安状况较好，政府工作效率较高，这些极大地降低了企业的交易费用。信息成本较低。人们通常注意到信息技术的发达带来信息获取成本的降低，却忽略了由于产业集聚本身带来的信息成本降低。产业活动的

密集必然带来信息的充分流动和传播，而且是高度专业化、标准化的信息，这有效地提高了市场透明度和企业经营效率。④信用成本较低。在现代市场经济，各经济主体之间的交易活动构成了一系列契约的联结。不仅法律成为契约履行的基础和保障，而且信用也成为契约得以履行的道德基础。研究表明，越是具备信用基础的经济，法律就越是容易执行，契约就越是容易履行。因此，同等条件下，信用成本较低的经济更具竞争力。

（三）脑体产业分离发展对江西的启示

脑体产业分离发展为江西省承接国内产业转移提供了巨大的发展机遇。需要指出的是，在长三角和珠三角部分产业向外转移中，江西省只能承接这部分产业的“躯体”部分，而“脑袋”部分要么留在本地，要么转移他区。以浙江企业为例，其产业转移模式为：“脑袋”部分向上海转移，“躯体”部分则向江西等地转移。就“脑袋”部分转移而言，可有两种模式，一是企业总部（营运管理）转移至上海，部分加工基地仍在浙江。二是企业总部仍然留在浙江，而在上海建立专门的销售子公司，或销售代理机构和售后服务体系；利用当地的人才和信息资源设立研究开发机构；建立其他资源利用机构，如融资机构等。

为了吸引“躯体”产业集聚江西，地方政府与投资者的关系，更多地应像种草者与养牛者之间的关系。江西人“种草”——搞好投资环境，为“养牛人”提供一个非常肥沃的“大草场”；外商来此“养牛”，江西仅取一杯“牛奶”而已，绝不宰牛。

三、制造范式革命

江西工业具有以加工制造业为主的重工业特征。最近一个时期以来，以跨国公司为代表的外商直接投资，对中国制造业带来的不不仅是资金、技术和管理，更重要的是，它引发了一场制造产业范

式转变的大革命。包括江西在内的中国制造产业在利用外资乃至全球化发展中必须加入这场全球制造范式革命，以适应现代制造业的最新发展趋势。

1. 制造业的专业化发展。分工和专业化发展是经济效率的源泉。从发达国家制造企业的发展看，它走的是一条多层次专业化的道路。目前，发达国家各自根据国情进一步向核心能力集中，形成了一定的产业、产品分工，在 2~3 个主导领域形成了大的比较制造优势，成为世界龙头。与过去“全能厂”的模式不同，中国工业产业组织急需重构，转向“专业厂”的模式，各种零件、配件力争做到全国乃至全球最精、最专、最大。因此，不断地精简其原来的业务领域，将主要精力放在核心业务上，才能赢得竞争优势。在制造业的发展上，要想做大，首先做小；要想做大，首先做精；要想做大，首先做专；要想做大，首先做强。

2. 制造业的网络化发展。目前，全球制造业正面临以价值链重构为主题的“大洗牌”。在制造业价值链分解的基础上，每一企业只能根据自己拥有的核心能力和关键资源，从事价值链上的某一环节、某一区段。任何企业，都必须融入某一产业链中才能生存、发展。过去单个企业之间的竞争，现已变成了一个价值链与另一个价值链之间的竞争。而且，一个企业其所融入的群体规模越强大，运行效率越高，运行成本越低，企业的竞争力就越强。目前看来，全球各产业的“链主”已是各领域为数不多的 3~5 个超级跨国公司。在目前中国绝大部分制造企业尚不能成为全球某一产业“链主”的情形下，融入超级跨国公司的产业链中，与高的发展平台实现对接，这是绝大部分中国制造业企业的现实选择。

3. 制造业的集群化发展。同种产业或相关产业的制造企业在地方上有机地集聚在一起，通过不断创新而赢得竞争优势。例如，在美国，有硅谷和 128 公路的电子业群、明尼阿波利斯的医学设备业群、克利夫兰的油漆和涂料业群。西密歇根的办公家具业群、达尔顿的地毯业群、加利福尼亚的葡萄酒业群、马萨诸塞的制鞋业群

等。在德国，有索林根的刀具业群、图特林根的外科器械业群、斯图加特的机床业群、纽伦堡的制笔业群、韦热拉的光学仪器业群、雷姆沙伊特的工具制造业群、巴登-符腾堡的机械业群等。再如中国珠三角地区，在某种程度上已表现出产业集聚现象，建陶产业主要集中在佛山市，铝型材产业主要集中在南海市大沥镇，家具产业主要集中在顺德市的乐从镇、龙江镇和东莞市的厚街镇，家电产业主要集中在顺德市，灯饰产业主要集中在中山市古镇镇，内衣产业主要集中在南海市盐步镇，服装产业主要集中在东莞市虎门镇，休闲服装产业主要集中在中山市沙溪镇，IT产业主要集中在东莞市等。实践表明，集群发展，是现代制造业提升国际竞争力的重要源泉。

4. 制造业的高级化发展。一是产业间升级，即由一般制造业转向装备制造业、轻型制造业转向重型制造业、传统制造业转向高技术制造业。二是产业内升级，即由中低技术劳动密集型制造业转向高技术劳动密集型制造业。如瑞士的制表业在经受电子业对传统机械制表工艺冲击后，主动做出调整，从精密机械制表到微型芯片制表工艺，重新恢复了在制表业上的竞争优势。三是产业链升级，如果把制造业分为四个区段的话，第一区段——研究与开发，第二区段——核心部件、芯片制造，第三区段——零部件制造，第四区段——组装，应由第四、第三区段适时转向第二、第一区段。

5. 制造业的服务化发展。制造业的服务化是指制造业企业在生产出有形产品的基础上，围绕有形产品为用户提供越来越多的服务。服务化是高技术制造业企业发展的必然趋势。因为高科技产品一般具有价值高、功能多、保养维修专业性强等特点。指导用户正确的使用这些产品，全面地开发产品的功能，为用户使用提供全面的、可靠的保障，成为现代制造企业的重要功能。据统计，世界先进制造企业通过为用户服务获得的收益已占公司总收益的 1/3 以上。

6. 制造业的智能化发展。所谓智能制造系统，是一种由智能

机器与人类专家共同组成的人-机一体化的智能系统。它能够辅助或部分代替人类的脑力劳动，进行类似于人类的分析、综合、归纳、演绎、类比等逻辑思维活动。人类专家的精益智慧与计算机的周密运作在这里得到了微妙的结合，从而造就了智能化系统超强的判断、推理及决策能力。人-机集成的智能机制，开创了制造业由经验型生产转向智能化作业的时代。目前，其主要包括计算机辅助设计（CAD）、计算机辅助制造（CAM）、计算机辅助测试（CAT）、计算机集成制造系统（CIMS）、工厂自动化系统（FAS）等。

7. 制造业的信息化发展。建设以高速网络为主体的基础设施，进行信息化改造，改变传统制造业的生产方式、管理方式、市场范围和生存空间。而信息化改造的一个重要方面就是建立网上交流和交易的手段，帮助企业打破地理、时间的限制。建立以高速、互助、资源共享的网络为核心的企业信息基础设施；运用互联网建立各种基本的动态数据库，对企业进行动态管理；依据网络寻找资源与企业合作伙伴，扩大企业业务范围；对传统的营销生产过程，利用高速网络来进行有效的管理，改变以人力、物资等生产方式的传统组织；运用信息化改造，培养新一代企业人才，改变传统制造业人才素质低下的状况，增强员工的信息化素质。以联想集团为例，信息化建设在企业中的展开，近来使联想增加了 4 亿元的盈利。

8. 制造业的虚拟化发展。从技术角度讲，虚拟制造指的是利用现代制造技术、计算机模拟与仿真技术、人工智能技术、并行工程、CAD/CAPP/CAM/CAE、多媒体技术等多种技术，创造一个虚拟的环境，并利用这个虚拟环境模拟现实制造环境或现实制造过程，呈现现实制造系统的运行状态或者现实产品的性能，从而大大缩短产品开发周期，提高一次成功率。据报道，西门子的管理专家做过精密计算，产品开发时间每缩短一天，可增加 0.3% 的商业利润；缩短 5 天，可增加 1.6% 的商业利润；缩短 10 天，可增加 3.5% 的商业利润。从经济角度讲，虚拟制造指的是将核心能力保留在本企业内，而那些并不重要的业务则由企业外部去做。“两头

在内、中间在外”（指市场、研发在国内而制造在国外）就是其典型做法之一。即一头是信息、设计、开发、研究，另一头是经营、市场（用户）、投产、跟踪；而两头之间的制造环节，可以与掌握特长技术的各专业制造单位结成“动态联盟”来加以完成。

9. 制造业的敏捷化发展。20 世纪初期，制造业以“少品种、大批量、更新慢、标准化”为其基本特征，到了 20 世纪末期，制造业开始走向“多品种、小批量、更新快、个性化”时代。解决这种矛盾的根本途径则在于制造模式的变革，即敏捷制造。它是指制造企业通过组织动态联盟、重组其企业过程以及在更广泛的范围内集成制造资源，以对不断变化的市场要需求作出迅速响应。其重要特点是将柔性化、平台化、定制化、虚拟化、网络化、信息化全面集成，使企业能够从容应付快速变化和不可预测的市场需求。

10. 制造业的绿色化发展。绿色制造是一种综合考虑环境影响和资源效率的现代制造模式。污染产生于制造过程各个环节或产品的使用和报废过程中，甚至在使用过程或报废过程中所产生的污染比制造过程更加严重。如果只是简单地采取末端治理，并没有抓住问题的本质，则环境保护问题就无法从根本上得到解决。因而，倡导绿色制造，采取清洁生产方式生产绿色产品，从产品设计、原材料选用、工艺革新、技术管理等全过程进行全面分析和控制，对可能出现的污染问题进行预防，从而使环境所面临的危害大大减轻。

四、企业范式革命

拥有先进的核心能力，这是现代企业赢得竞争优势的秘密所在。在不变环境下，企业依靠权威规则运作；在可预见环境下，企业依靠柔性法则运作；而在不可预见环境下，企业依靠核心能力运作。因此，以核心能力为主线，打造 21 世纪的新型战略管理模式，这是领航企业面临的重大任务。

概括而言，核心能力拥有以下共性：（1）独一无二性。企业的

核心能力是企业内外部资源综合作用的结果，刻上了企业特质的烙印。（2）不可完全模仿性。它是企业在特定历史环境下的产物，别的企业可能模仿其形式，但却难以复制其本质。（3）广泛延展性。企业可以将自己的核心能力逐步移植到相关产业，但这受到许多具体条件的限制。（4）持续专注性。企业的核心能力是企业在长期经营管理中持续地、专注地在某些产业中积淀的能力，具备一定的核心能力之后，企业仍然必须不断地强化其核心能力。（5）动态调整性。核心能力不是一成不变的，它应该随着企业所处阶段、业务架构和产业环境的变动而动态调整，始终使自己处于市场竞争的最前沿。目前看来，企业可以在以下 10 个方面努力以获取核心能力。

1. “隐性知识”高于“显性知识”。企业的隐性知识或者意念知识，比如经验、管理艺术、谈判能力、文化磨合技巧等，要比以各种文本表现的显性知识或编码知识更为重要。

2. “潜在市场”高于“显在市场”。过去，企业是跟着显在市场走；现在，企业要紧跟潜在市场走。三流的企业满足需求，二流的企业跟踪需求，而一流的企业则创造需求，引领消费潮流。因此，企业要重视潜在的市场甚于显在的市场。

3. “虚业经营”高于“实业经营”。造彩电、做冰箱是实业经营，而搞研发、做培训则是虚业经营。为了增强竞争优势，企业在夯实实业基础之后，要果断地向虚业领域扩张。在产业层面，由一般制造业向服务业发展；在企业层面，由注重制造环节到重视研发和技能培训。

4. “软部资源”高于“硬部资源”。企业当然离不开资金、场地、设备、人员等硬性的部分，但更重要的是企业的软性部分，如企业区位商誉、品牌、技术标准、营销渠道、客户关系、服务、信息制度安排、物流体系、业务流程等。

5. 社会资源高于企业资源。一个企业，不在于你拥有多少资源，而在于你利用了多少资源。过去，企业围绕内部资源打转转，而内部资源则是有限的；现在，企业围绕外部资源打转转，而外部

资源则是无限的。善于整合外部资源，这是企业核心能力之根本。

6. “无形资本”高于“有形资本”。有形资本随时可能破产，而无形资本特别是企业的先进理念、思维、文化、机制和基因，常常成为企业崛起或者扩张的原动力。

7. “人力资本”高于“物质资本”。企业发展的源泉是人力资本，而不是物质资本或者货币资本。人力资本激活物质资本，使物质资本增值，否则物质资本只是一堆“破铜烂铁”。过去是物质资本牵引人力资本，现在是人力资本统治物质资本。

8. “异质资本”高于“同质资本”。企业的同质性资本，比如厂房、普通员工，都可以在要素市场上购买到，但企业的异质性资本，比如核心技术、企业文化，特别是企业家才能却是不可复制、不可购买的。这正是企业能获取超额利润的源泉之一。

9. “外部链接”高于“内部链接”。过度竞争时代，企业要拆两堵“墙”。一方面，企业要努力拆除内部的“墙”，加强内部资源的流动和重组；另一方面，企业更要拆除外部的“墙”，使得企业之间、企业与外部社会能够有机整合。事实上，成功的企业家总是将更多的精力用于改善外部关系，整合外部资源。

10. 思路高于精神勤奋。现在，任何有竞争力的企业，拼的全是理念。拥有先进理念才能做出一流企业。其路径依赖是，理念决定制度，制度决定技术，技术决定产品。理念、思路是第一位的，精神、勤奋是第二位的。

企业的核心能力是分层次的。在上面列举的 10 个方面中，后半部分如“显性知识”、“显在市场”、“实业经营”等构成了核心能力的第一层次，而前半部分如“隐性知识”、“潜在市场”、“虚业经营”等则构成了核心能力的第二层次。第一层次是第二层次的基础，假如企业连“显在市场”都不能满足，更遑论满足“潜在市场”了。但企业的核心能力必须由第一层次上升到第二层次，否则企业的核心能力只是一种低级的能力，必然难以使企业获得持久的竞争优势。企业不能满足于单纯的、表面的、同质的资源（技术、

知识)，在过度竞争时代，同质型资源已经成为一种平台，企业竞争主要靠的是异质型资源。

作者单位：中国社会科学院工业经济研究所

从博弈和知识的角度看 投资环境的建设

罗来武 雷蔚

最近几年，在省委和省政府的领导下，江西准确地定位了自己的地区发展战略，适时地提出了全省的共同愿景——中部崛起的目标，同时也十分清晰地提出了“三个基地，一个后花园”的操作思路。现在，又进一步提出和珠三角、长三角、闽南三角区进行全面对接的正确思路，并出台了 30 多条十分有效的操作措施。所有这些正确的发展思路，是江西近两年来快速发展的重要原因。

我们在快速发展，周边省份也不甘落后，争相采取各种措施增强本地的竞争能力。当前，国际和国内正在发生第四次大规模的制造业产业的转移浪潮。各省都在以开发的姿态和发达地区进行经济对接，争夺珠三角、长三角和闽三角地区甚至发达国家的资本和产业资源。能否在这场争夺战中取胜并找到自己的发展位置，是决定江西能否实现中部崛起目标的关键，而投资环境则是取胜的关键。

要建设投资环境，必须首先研究投资环境，知道什么叫投资环境。

一、分析逻辑和模式

要将一件事情做好，必须解决两个基本问题：一是“愿意做”、