# 第一章

# 知识型企业概述

## 第一节　知识与知识经济概述

知识经济是以知识为基础的经济。在知识经济社会，知识要素成为经济发展的主要要素，知识经济将作为一种全新的经济形态进入 21 世纪。这一新的经济形态出现之后，将对工业经济时代所形成的价值观念提出挑战，并重构新的价值观念。这种新的价值观念不仅使社会经济结构、产业结构、产品结构发生重大变革，而且将企业带入变革期，其变革的基础就是知识经济。

### 一、知识的本质与价值

#### （一）知识的一般概念

知识，似乎是为人熟知的较为浅显的概念。但是，当知识进入经济领域，其概念发生了变化。广义地说，知识是人们通过学习，发现及感悟到的对世界认识的总和，是人类认识的结晶。但是，经济学所定义的知识则更侧重于在各种经济活动中起作用的那部分知识。知识是一种有组织的经验、价值观、相关信息及洞察力的动态组合，它所构成的框架可以不断地评价和吸收新的经验和信息，它起源于并且作用于有知识的人们的大脑。在组织结构中，它不但存在于文件或档案之中，还存在于组织机构的程序、过程、实践及惯例之中。这样定义的知识有几个特点：一是知识的内涵是十分复杂的，它既有可编码被记录的内容，也有隐含的难以记录的内容；二是知识既有其内在的稳定结构，也有其动态和变化的一面，而这种结构和内容的变化正是通过学习的机制来实现的；三是知识既有其通用、普遍存在的一面，也有其特殊地存在于某一空间的场景的一面。与知识相关的两个概念是数据和信息。数据一般指的是人们在交流中所涉及的最基本的单位，如数字、词语等；信息则是数据以某种有意义的方式所进行的组合。

#### （二）知识的本质特性

从上述知识概念出发，知识具有以下本质特性：①不可替代性，在经济理论中，所有物品都是可替代的，而每一种知识具有独特性，所以，知识之间难以替代；②不可逆性，人们一旦掌握了某种知识，便不可逆转，不可被剥夺，某种知识一旦被传播，就不可收回；③非磨损性，知识在使用中本身不会被消耗，可重复使用；④可共享性，知识是全人类共同发展、共同享有的，知识产品与物质产品最大的区别在于一般物质商品都有排他性，但一种知识不排除他人可以同样完整地拥有，知识产品可以同时供无穷多的人使用；⑤无限增殖性，知识在生产和传播过程中，有不断增强、丰富的可能性，使用的人越多，其价值越高。

#### （三）知识的价值

知识的上述这些特性，决定了知识与一般生产要素相比有本质的区别，这种区别表现为：传统的生产注重的是劳动力、资金、原材料和能源，知识和技术只是影响生产的外部因素；在知识经济中，知识是比原材料、资本、劳动力、能源更重要的经济因素，知识已不是经济增长

需要全本请访问 www.ertongbook.com

的“外生变量”，而是经济增长的内在的核心因素。

经济合作与发展组织在讲到知识的价值与作用时指出，知识是经济增长的重要因素，知识和技术在促进生产率和经济增长中具有重要作用。新的经济增长理论认为，知识可以提高投资的回报，对知识投资可以提高其他生产要素的生产能力，并将这些生产能力转化为新产品和新的工艺流程，使收益递增，而这又可以反过来增进知识的积累。这样，当知识成为主要经济要素后，存在对知识投资持续增加从而导致一个国家经济连续增长的可能性，经济的增长方式会发生根本变化，长期高速增长成为可能。

从知识价值角度看，知识是一种尺度，创新是知识价值的核心，创新越多，知识价值也越高。知识可以从一个企业转移到另一个企业，可以用极少的额外费用重复利用，这可以减轻由于资金和资源紧缺对经济增长的压力。知识的经济价值和知识的社会价值将成为改造经济、改变社会的强大力量。由于知识的驱动，世界经济开始转型，由能量驱动的物质经济转向由知识驱动的知识经济，知识价值将支配整个社会生活和市场经济。

## 二、知识经济的概念与特征

### （一）知识经济的概念

关于知识经济的概念有多种表述。经济合作与发展组织认为，知识经济就是以知识为基础的经济，这种经济直接依赖于知识和信息的生产、分配和使用。有的学者提出，知识经济是指以科学技术为核心的，建立在知识和信息的生产、存储、使用和消费之上的经济。著名学者吴季松博士在《知识经济》一书中提出，所谓知识经济，是指区别于以前的、以传统工业为产业支柱、以稀缺自然资源为主要依托的经济的新型经济，它以高技术产业为产业支柱，以智力资源为首要依托，因此是可持续发展的经济。

简而言之，知识经济是以知识为基础、以智力资源为依托，以现代科学技术为核心，以高技术产业为支柱，建立在知识和信息的生产、分配、使用和消费之上的经济。信息产业是知识经济的基础，具有高附加价值的高科技产业群是知识经济的核心，具有高素质并运用高科技手段处理信息的各类人才是知识经济发展的关键。

### （二）知识经济的实质

知识经济的实质主要表现为：

（1）知识经济在资源配置上以智力资源、无形资产为第一要素，对自然资源通过知识和智力进行科学、合理、综合和集约的配置。所以，在知识经济中，对智力资源，即人才和知识的占有就显得尤为重要，从某种意义上说，甚至比工业经济中对稀缺自然资源，如土地、石油等的占有更具有重要意义。

（2）知识经济在生产中以高技术产业为支柱。高技术主要包括：信息科学技术、生命科学技术、新能源与可再生能源科学技术、新材料科学技术、空间科学技术、海洋科学技术、有益于环境的高新技术和管理科学技术（又称软科学技术）。从发展趋势来看，高技术产业化将成为知识经济时代的浪潮。

（3）知识经济是建立在知识的生产、分配和消费的基础之上的。知识经济的生产和消费，一般说来应以高技术产品和通过信息产生的新知识为主。与过去利用传统技术、依靠稀缺自然资源创造物质财富不同，知识经济时代由于知识的开发利用，人们可以凭借知识和智力提高生

产和创造的能力，因而可以从富有自然资源中创造出更多的物质财富。例如，在能源的使用中，人们就可以更多地使用太阳能、受控热核聚变能等，而减少传统的煤和石油等的使用。而且同传统的商品消费相比，知识的消费还具有不随着使用而消失、转化或折旧的特点。随着知识经济的发展，知识消费的公共品、半公共品的数量也大为增加。

（4）知识经济依靠的是人的智慧，依靠的是创新。高技术是使人的智慧实际化的方法，信息技术是传播人的智慧的最佳手段。

（5）知识经济以知识创新为主要内容。知识经济兴起于迅速发展并成为未来经济主流的信息技术等高新技术产业，它强调产品和服务的数字化、网络化、智能化，主张灵捷制造和个性化商品的规模生产。知识经济的繁荣不是直接取决于资源、资本、硬件技术的数量、规模和增量，而是直接依赖于知识或有效信息的积累和利用，依赖于知识的不断创新以及知识与经济相结合、相统一，从而带动经济发展的质的飞跃。

（三）知识经济的特征

知识经济与以往经济形态有很大的不同。因此，与劳力经济、资源经济形态相比较，知识经济形态具有以下特征：

（1）知识经济是信息化经济。知识经济是微电子技术、信息技术充分发展的产物，是信息社会的经济形态。在信息社会，信息技术在全社会广泛渗透和使用，信息技术对于政治、经济、社会、文化、道德等的影响是全面的、全方位的；信息产业成为国民经济主要经济部门；信息和知识成为重要的资源和财富，国与国、地区与地区、企业与企业之间的差距，主要表现在对信息与知识的生产、传播、使用能力上的差异；拥有先进的信息网络，信息流动速度加快；全社会生产自动化程度大大提高，自动化技术将在社会管理、经济管理、企业生产管理等方面全面普及；信息、知识应用于制造业、服务业的速度大大加快，知识商品化、信息商品化的能力大大提高，进而引起全球经济增长方式发生根本性变革；经济的发展日益与信息技术的发展不可分，生产、分配、消费的每一个环节，都伴随着信息流，伴随着信息的获取、加工、传输、储存以及使用，使整个经济信息化、数字化。

（2）知识经济是网络化经济。当人类跨入信息时代，一方面，信息化建立了企业与市场之间的桥梁，企业可以快速、准确地了解市场动态和顾客需求，传统的大规模生产和推销可能被灵活、高效的信息服务取代；另一方面，信息技术由过去的大型主机统一处理信息和发布指令，发展到个人电脑成为信息形成、处理、发布和传输的主要角色，提高了人与人之间交换信息及协调合作的水平，使众多电脑组成的网络成为商业活动中的最佳媒体。

（3）知识经济是产业结构高级化经济。由于高技术的应用，推动产业结构转向高级化，特别是信息技术的广泛应用，加速了产业结构高级化的进程。信息技术作为一种知识产品，具有投入少、产出多、资源可重复使用和复制的特点，其产业规模的扩展程度完全取决于对知识的理解和运用。信息技术的运用必将使经济系统在产品、服务、效率、企业形象、生产、流通、交易等概念及操作方面都面临着深刻的变革。

（4）知识经济是“轻型经济”。由于知识在产品中的含量增大，产品的附加值成倍提高，人们将这种以知识投入带来优化的经济称为“轻型经济”或“减少原材料的经济”。以美国为例，其国内生产总值如果以吨位来衡量，几乎同 100 年前差不多，但其实际价值却增长了 20 倍。

（5）知识经济使管理和决策知识化。在知识经济中，知识管理对经济发展越来越重要。西

方国家一些大公司为尽快获得、掌握和保存最有价值的知识，专门设立了一批新式高级经理职务，即知识主管，如智力资本主管。这些人给公司提供的不仅是数据，而且是经过提炼和创造的智力资本。

（6）知识经济是创新经济。知识经济是以创新的速度、方向决定成败的经济，它改变了过去那种以资源、资本的总量或增量决定成败的模式，以创新优势来弥补资源和资本上的劣势。创新是知识经济的灵魂，是知识经济发展的内在驱动力。加强创新，就可以在市场竞争中掌握主动。以往的劳动力经济和资源经济的发展固然离不开创新，但是，这些技术创新所经历的时间相对比较漫长，范围相对比较有限。而知识经济的技术创新速度大大加快，范围将涵盖全社会，技术创新成为经济增长的最重要的动力。一个企业竞争力的大小，取决于技术创新能力的强弱，一个缺乏创新能力的企业，将失去存在的根基。在技术和产品生命周期日益缩短的知识经济时代，惟有全面创新，包括技术创新、制度创新、产品创新、市场创新、管理创新等，以及将这些创新互相结合，并形成一种持续创新机制，使技术与经济、教育、文化有机结合，综合协调，一体化发展，才能赢得和保持竞争优势。

（7）知识经济是智力支撑型经济。知识经济是一种以智力资源的占有、配置、生产、分配、使用为最重要因素的经济。在知识经济中，智力、知识、信息等无形资产的投入起决定性作用。用知识提供智力、添加创意成了知识经济活动的核心问题。财富和权力的再分配取决于拥有的信息、知识和智力。智力既是个人的特殊财富，又是企业拥有的一种资本。智力资源的多寡、智力资源开发和利用程度的高低决定着企业面向未来的竞争优势。正是由于智力资源对于经济发展的特殊重要性，现在世界各国对于智力资源的开发越来越重视。因此，知识经济实质上是依靠智力支撑的经济。

（8）知识经济是知识产业化经济。知识与经济在其共同的发展过程中，随着知识经济化、经济知识化的不断发展，形成了知识经济一体化的知识产业。这一新兴的知识产业现象是人类文化、经济生活全方位进步的结果，是在新技术革命的背景下，知识物化的结果。知识产业化突出地表现为知识产业群的兴起，它以文化、智力、知识、人才、信息、科技、创意构成新兴产业的最基本的经济要素。

（9）知识经济以电子和信息技术为推动力。随着半导体技术、信息传输技术、多媒体技术、数据库技术、数字压缩技术以及语音识别技术、虚拟技术、显示技术、自动翻译技术等的迅速发展，出现了数字化、网络化、信息化大趋势，再一次改变了人类的生产、工作和生活方式，如工人离开车间，通过信息操作机器生产，出现车间无人化。

（10）知识经济是可持续发展的经济。知识经济是促进人与自然协调、可持续发展的经济。知识经济是以知识为基础，它所依赖的生产资料不再是以资金、设备和原材料为主，而是以人的知识为主。知识经济产生在多种自然资源近乎耗竭、环境危机日益加剧的时代，它把科学与技术融为一体，反映了人类对自然界与人类社会的科学、全面的认识。事实上，要实现经济的可持续发展，仅仅对环境污染进行控制是不够的，必须在能源、运输、制造业、建筑业和农业技术等方面进行全面彻底的改革。这就要求以先进的科学技术为手段，使人们能够更有效地使用能源，用清洁可再生能源代替矿物燃料，研究开发效率更高的材料，实行封闭的工业生态循环，把污染控制在第一发生现场。知识经济将科学、合理、综合、高效地利用现有资源，同时开发尚未利用的自然资源来取代已近耗竭的自然资源。

## 三、知识经济时代的特点

### (一)知识密集化

知识经济时代，产品的制造转向知识密集型产品（如智能机、医药、飞机），伴随而来的是柔性的工作组织，比如灵活的工作时间、场所，新的计酬制度。在这种情况下，制造业中劳动力成本大大降低，诸如保健、教育和休闲娱乐等服务业快速发展，产品研究开发和营销的社会地位越来越突出，知识密集型的服务业为制造业和消费提供大量需求，投资流向高技术商品和服务部门，特别是信息和通讯业，发达国家在这方面投入研究和开发的费用已经达到国内生产总值的 2.3%。随着低成本宽带通讯能力的不断增加，服务活动范围已超越国界。

### (二)市场开放化

在知识经济时代，随着经济全球化的进程，世界各国将进一步开放自己的市场，形成世界市场全方位开放的格局，具体表现为：一是世界市场开放，即世界市场对世界上任何一个国家，不论是社会主义国家还是资本主义国家、发展中国家还是发达国家、大国还是小国，都是开放的，任何国家都可以自主地进入或退出这个市场。二是企业产品和劳务开放，即世界市场对任何从事制造业、服务业和其他行业生产的企业也都是开放的，它们的产品和劳务都可进入这个大市场。

### (三)能力综合化

知识经济的特点之一是经济发展是人类知识能力的大综合。在知识经济时代，人们的系统综合能力、知识整合能力、扩大视野能力、思维能力等有了长足进步，并开始升华。系统综合能力已成为知识经济社会中具有较高逻辑能力的人的鲜明标志。

### (四)决策知识化

知识经济的一个最主要的特征是经济决策系统化。在知识经济时代，智囊系统和知识系统在决策中发挥着重要作用。它们努力适应知识经济社会复杂多变的大生产、大经济和领域多的社会生活的决策要求。决策系统置于社会一文化一经济大系统中，在控制获得、组织协调、人员分配以及指导、领导和激励等方面，把个体成效与整体成效、短期成效与长期成效、组织成效与管理成效结合，组成一个科学的知识决策系统。

### (五)投入无形化

知识经济时代的资产的投入，无形资产占有相当大的部分。无形资产是指不具备物质实体的资产，主要有著作权、专利权、商标权、服务标记、计算机软件、企业管理系统、专有技术、专营权、生产许可证、进出口许可证、矿业权、国家赋予的税赋优惠权、商誉、优惠的融资条件、土地使用权、企业员工的知识和头脑中的构想、见解等。这些都是知识经济时代的重要无形资源和资产。在知识经济时代，商品的价值中知识投入占有很大的比例。一个企业的真正价值不仅在于企业拥有的生产线等方面，更重要的是企业所控制的资料库、社会知名度和专利权等无形资产。

### (六)资源共享化

人类可赖以生存的资源有三种：可再生资源（包括动物、植物等和风力、水力、太阳能等），非再生资源（包括金属和非金属矿藏以及石油、天然气、煤等），知识资源。由于知识的发展，人类在开发可再生资源（农业经济）和非再生资源（工业经济）之后，开始有意识地进行知识资源的

需要全本请访问 www.ertongbook.com

开发和利用。在知识经济社会里，知识是一种全世界可以共享的资源，可以称为“公众资源”。知识无国别，正如海洋、南极、月球等资源一样，属于全人类共有。知识“无国界”，是知识经济社会的特点。由于在知识经济社会里，实现了经济全球化，必然导致知识世界的“共同体”的出现，知识产品在世界范围内循环和交流。这就像 20 世纪末，国际互联网在世界范围内建立起来一样，是因为这一技术知识在世界范围内已开始流通。

（七）经济全球化

经济的全球化表现在如下几个方面：

（1）商品国际化。经济全球化是从商品流通领域开始的。商品国际化越发展，表明世界越开放。在知识经济时代，世界贸易将飞速发展，世界的出口贸易量将大为提高，而且大大高于同期的世界生产总值的增长率。各国生产和消费对国外资源的依赖程度在不断提高。

（2）资本国际化。资本国际化是加快经济全球化进程的重要步骤。在知识经济时代，国际间的直接投资的迅速增长和跨国公司蓬勃发展，从对外直接投资的规模来看，全球对外直接投资总额会不断提高，经济发达国家的资本输出量也会不断提高。国际资本的形式日益多样化，资本流动已经成为支配世界经济力量的主要方式。

（3）生产国际化。生产国际化的物质基础是工业的大规模生产。在知识经济时代，以往一个国家内部范围的分工与协作关系，发展成为国家之间的国际分工和协作，各个国家的生产活动进一步纳入国际范围的再生产过程。知识经济时代初的 21 世纪，跨国企业将更大量产生。世界成为跨国企业的“王国”，成为各国的“国中之国”。跨国企业的发展促进了生产的国际化，各国在生产过程中的相互渗透，随着跨国公司内部和跨国公司之间所进行的资本与技术的流动和转移而加速，资本国际化促进生产国际化，而生产国际化又加速资本国际化的进程，资本和生产国际化加速世界贸易的发展。“全球工厂”大量出现，越来越多的产品成为“全球产品”“万国产品”。

（4）技术国际化。技术国际化是指一个国家或地区向另一个国家或地区有偿转移技术，其中包括技术引进和技术输出两个方面。知识经济时代科学技术的复杂化，将导致技术生产国际化，一些重大的开发和研究项目，成为“全球共同课题和交换材料”。技术国际化的发展，使国际技术贸易的平均增长率比国际直接投资的增长率更快。

（5）经纪国际化。在知识经济时代，经纪将无国界，经纪充分世界化，每一个经纪人的头衔前都加上“国际”两字。由于在知识经济时代全球经济实现了网络化，因此，商业经纪联合迅速地国际化。商业、服务业、娱乐业、信息业以及贸易、投资、股票、证券等，都将出现经纪国际化的突出特征。

（6）劳务国际化。知识经济时代国际劳务大流动，劳务输出贸易在世界贸易总额的比重越来越大，增长速度也比国际贸易增长速度快。

（7）金融国际化。在知识经济时代，国际金融市场将实现全球一体化。金融国际化突出表现为国际金融市场的规模迅猛膨胀，世界年融资总额（净额）和年外汇交易总额的增长率大大超过生产和贸易的增长率。国际金融、资本市场的改革创新加速了国际金融资本市场的扩展趋势，使一国的货币、证券、股票市场同他国市场的相互关联和相互作用空前紧密，而且使外汇市场成为国际游资频繁跨国流动的“传送带”，使各国的贸易以及生产、投资乃至就业水平越来越直接地受国际金融环境的影响和制约。另外，在国际银行业对世界经济各领域发挥越来越

重要作用的同时，世界各国对资本国际移动的限制渐渐放松，使世界一些主要国际金融中心越来越形成一个紧密联系、相互影响和统一的全球性金融市场。

（八）发展持续化

在知识经济社会，虽然经济的发展需要大量的资源，但由于这一时期科技的高度进步，自然资源的开采会不断减少，人类使用的是利用智力型的开发出的资源，如核聚变能、太阳能等。经过人类创造后开发出来的二次再生资源是大量的，它可以不断满足人类生活和生产的需要，可以说是永不枯竭。因此，知识经济社会的资源利用是可持续发展的利用。

## 第二节　企业与知识型企业概述

企业是社会的基本经济单位，而管理理论是随着企业的发展而不断丰富和完善的。因此，只有正确地认识企业，才能深刻理解管理的基本理论及重要性。

### 一、企业

#### （一）企业的含义

企业是在社会化商品经济条件下，以独立占有的财产为基础，以盈利为目的，自主地从事生产、流通、运输、服务等经济活动的社会微观经济组织。

1. 企业是经济实体

企业不同于事业单位、公益和政府部门。在市场经济条件下，企业追求经济效益和获得盈利是第一位的。因为这是企业生存和发展的基础，也是检验企业所生产的产品或服务能否满足社会需要的标准。企业对社会贡献越大，则所得到的利润越多。企业若无盈利，不仅不能扩大再生产，而且连职工生活水平也难以提高。税收是国家财政收入的重要来源，企业利润的减少将导致国家和地方财政收入的减少，从而使国家和地方的发展停滞。从这一点来说，企业获得合理的利润，不仅应是企业的目标，而且也是企业对社会承担的责任。

2. 企业必须自主经营和自负盈亏

在市场经济条件下，企业要获得好的经济效益，就要使自己的产品和服务在品种、质量、成本及服务上能适应社会和消费者的需要。因此，企业要独立地根据市场需求，制定正确的经营策略。对市场环境的变动及时主动地作出反应，即具有经营决策权；企业在自主经营的前提下必须进行独立核算，承担其自主经营所产生的结果，这就是自负盈亏。如果企业只负盈、不负亏，就不可能有负责任的经营行为和正确地使用自主权。

3. 企业必须做到自我发展和自我约束

在市场经济条件下，企业的发展主要依靠自身的能力，通过商业银行的贷款、发行股票、债券等方式来筹集资金，并对投资者承担一定的责任。自我约束主要是指企业的生产经营活动必须在依法经营、照章纳税的前提下进行，使其在满足社会需要的同时承担社会责任。满足社会需要不仅指满足顾客和用户的需要，而且包含了满足股东、银行、职工、交易对象、政府机关、周围居民等一切与之相关的社会团体的需要。当然他们的需要有时是不一致的，甚至是相互矛盾的，但企业必须经过权衡在一定程度上满足了他们的需要以后，才能正常运转，获得利润，得以生存和发展。这就决定了企业不能只为自身谋取利益，而是要肩负兼顾各方面利益的

社会责任。企业的社会责任还表现在为社会提供就业机会、防止环境污染、节约国家资源和为社区建设作出贡献上

4. 企业一般是法人

所谓法人是指具有一定的组织机构和独立财产，能以自己的名义进行民事活动，享有民事权利和民事义务，依照法定程序成立的组织一般应具有以下几个条件： ①必须正式在国家政府有关部门注册备案完成登记手续；②应具有专门的名称、固定工作地点和组织章程； ③具有一定的组织机构和独立财产，实行独立核算； ④能独立对外开展活动。

（二）企业的目的

企业的基本目的是“利润最大化”，因为只有利润最大化才能保证企业的“生存”与“发展”。为达到这一最终目的，企业在发展的过程中，还必须追求以下多重中间目标

1. 提高生产率水平

企业为社会提供产品和服务需消耗一定的资源，只有提高劳动生产率，才能少投入、多产出

2. 革新的目标

企业是在不断变动的社会、经济、技术等环境中生存的。面对外部环境的变化，企业为求生存，必须一方面适应变化，一方面进行革新，如新产品的创造、市场销售方式革新、财务管理及人事管理的革新等。

3. 组织设计的目标

企业是一个团队，其生产需由多人联合完成为了避免个人机会主义，必须通过有效的组织结构使个人目的与企业目的协调一致，这是企业生存不可缺少的前提条件

4. 基准收益率目标

当企业收益率低于基准收益率时，企业再投资将减少，企业发展受到限制，且因股息降低、股票价格低落，企业的筹资、融资亦将变得困难，因此，确保企业满足基准收益率是绝对必要的条件。

5. 弹性目标

企业生存环境的不确定性会使生产经营面临各种风险，如经济周期、季节变动、经济结构变动及政治变动等。所谓企业的弹性即指以最小限度的损失来应付这些不可预测的事件。

6. 市场的目标

“创造顾客”，扩大市场容量，是企业的重要目的之一。

7. 发展的目的

企业为了追求发展，必须扩大再生产，开发新产品，搞研究开发、人才培养，等等 由于企业发展会导致短期收益率下降，因此，发展的目的必须与收益的目的相互协调。

（三）现代企业的特征

1. 生产规模化

现代企业为了提高生产效率，均需借助大量专门设备和专门人才以大规模生产减少单位成本，大规模定制生产将成为现代企业的特征之一。

2. 大量采用高新技术

现代企业不仅普遍拥有比较复杂的技术装备，以机器代替人力，而且随着科学技术的进

步，特别是以电子计算机为主要标志的世界新技术革命，促使企业生产技术发生质的变化。机械体系将日益被自动化体系所取代，“用机器生产机器”将过渡到“用机器操纵机器”。过去的机器是人手的延长，今天的机器是人脑的扩大。在现代企业中，知识和智力开发越来越成为决定生产力发展速度快慢、经济竞争力高低的关键因素。

3. 重视研究与开发（R&D)和市场营销

为了迎接技术进步和知识经济的挑战，企业会日益重视面向发展的研究与开发及面向需求的市场营销这两头活动，即出现许多所谓的“哑铃型”企业，而与之配合的是重视产品标准化和生产高效率环节的“橄榄型”企业。

4. 劳动分工精细，劳动协作紧密，生产组织严密

现代企业对于职责、工作、机器和工具的分工更加精细，生产任何一种产品、完成任何一项任务，都是许多不同专业、不同工种的体力劳动者和脑力劳动者共同协调劳动的结果。分工的精细化，必然带来协作的紧密化，这是现代生产过程所使用的机器体系的客观要求所决定的。分工的结果要求合作加强，为实现合作一致，必须有严密的组织。

5. 严格的比例性和高度的连续性

由于现代企业的生产是采用各种机器和机器体系，这使得生产过程各部分和各环节之间的联系主要表现为各种机器设备之间的联系。各种机器设备只有按照一定的比例配备，并各自按一定的速度运转，生产才能顺利进行。当然，企业生产经营过程中，也有人与机器之间、人与人之间的比例关系问题。这些比例关系处理得好不好，直接影响劳动效率。同时，现代企业各生产环节、各工序之间在时间上是前后紧密衔接、不能中断的，劳动对象在生产过程中始终处于运动状态。这就是说，现代企业生产过程具有高度的连续性。随着科学技术的发展，以及采用流水生产线等先进的生产组织形式，对连续性的要求不断提高，同时，对管理也提出了更为严格的要求。

6. 广泛的外部联系和灵活的适应性

现代企业作为市场竞争主体，在经济活动中必然同其他企业、有关部门保持广泛的经济、技术联系。专业化愈发展，生产社会化程度愈高，企业同外部的这种联系就愈广泛、愈密切加强同外部环境各个方面的密切联系，既是企业生存和发展的必要条件，又是国民经济其他部门正常运行的保证。同时，现代企业面对瞬息万变的市场，必须具有适应市场变化的能力，灵活调整自己的产品和服务。

7. 企业规模向两极分化

在市场经济不断发展的新形势下，企业规模有两极分化的趋势：一方面，企业向大型化发展。现代企业发展的趋势明显表现出集团化、多元化、国际化的趋势，涌现出许多集团型企业。企业规模的扩大有利于生产要素的优化组合、资源的合理配置，有助于实现规模效益，增强企业整体实力，加快技术改造和新产品开发，提高企业的竞争力另一方面，在现实的经济生活中，也产生了一批知识、技术密集，专业化程度高，规模较小的企业。小型化、微型化企业以其投资少、见效快、适应性强、机动灵活、效率高和效益好的优势，在市场竞争中显出勃勃生机。未来的挑战是如何把小的优点和大的长处融为一体，基本的出路是基于现代信息和通讯技术发展虚拟型组织或企业

## 二、企业的分类

现代经济生活的复杂多样决定了作为基本经济单位的企业也就有很多类别，按照不同的类别可以把企业具体划分如下。

（1）根据企业所属的经济部门，企业分为农业企业、工业企业、建筑安装企业、运输企业、商业企业、物资企业、邮电企业、旅游企业和金融企业等。上述企业各有不同的特点，内容较多，限于篇幅，本书不做论述。

（2）根据生产力各要素所占的比重，可以将企业分为劳动密集型企业、资金密集型企业和知识密集型企业。劳动密集型企业是指技术装备程度较低，用人较多，产品成本中活劳动消耗所占比重较大的企业。换句话说，劳动密集型企业是那种单位劳动力占用的固定资产少，活劳动占成本的比重大以及资本有机构成低的企业。

资金密集型企业又称技术密集型企业，即所需投资较多，技术装备程度较高，用人较少的企业。资金密集型企业同劳动密集型企业相比一般生产率较高，单位产品成本低，竞争能力强。但它同时要求具有雄厚的资金，先进的技术装备，还要有大量的技术人才，相应配套的服务设施，否则就难以发挥优势。

知识密集型企业是指综合运用先进科学技术成就的企业。这些企业有较多的中、高级技术人员，需要花费较多的科研时间和产品开发费用，能生产知识含量高的高、精、尖产品，比如宇航工业企业、制造大规模集成电路企业等。

（3）根据生产资料所有制形式，企业可分为全民所有制企业、集体所有制企业、私营企业以及合资经营企业。全民所有制企业的特点是生产资料归国家或全民所有，企业作为独立的或相对独立的经济单位只有资产使用权和企业经营权，企业必须维护国家财产保值增值，根据市场导向的原则进行自主经营、自负盈亏。

集体所有制企业，它是一定范围内的劳动群众集体占有生产资料的企业它是独立的经济单位，独立经营、自负盈亏、可以自主地支配自己的资产和产品，管理人员依法进行聘任或从全体劳动者中选举产生。

私营企业是由私人单独占有生产资料和产品的企业。这种企业的特点是完全自主经营、自负盈亏，比如我国目前存在的外国私人直接投资的私营企业以及一些个人自办的企业。

合资经营企业是由两个或两个以上不同所有制的单位或个人共同投入资金、设备、技术及其他资源并通过协议共同经营的企业。它的主要特点是共同投资、共同经营、共分利润、共担风险。合营的形式有中外合营企业、公私合营企业、全民所有制与集体所有制合营企业。合营企业既可实行共同经营、统一核算，按各自投资的比例分配利润，也可实行共同经营、独立核算、分别记账、按不同的所有制形式分别上交利润和税金后再进行利润分配

（4）按企业规模，企业可分为大型企业、中型企业和小型企业。企业规模一般指企业的生产能力、机器设备的数量或装机容量、固定资产原值和职工人数等四个方面划分企业规模的具体数值和内容重点随着科学技术水平和生产社会化程度的不断提高以及行业的不同而有所变化。

（5）按财产组织形式和所承担的法律责任，企业可分为独资企业、合伙企业、公司企业。

独资企业是指由一人出资兴办，财产完全归投资者个人所有，投资人以其个人财产对企业

债务承担无限责任的企业。这种企业不是法人，在法律上为自然人企业。

合伙企业是由两个或两个以上的出资人共同出资兴办、联合经营和控制的企业。与独资企业一样，合伙企业也不是法人，在法律上为自然人企业。

公司是企业的一种高级形式，指由两人以上投资，能够独立对自己经营的财产享有民事权利、承担民事责任，以营利为目的依公司法设立的机构。公司是法人企业。它适应生产发展的需要，是集中资本的重要形式之一。按公司集资方式和股东所负责任，有五种组织形式：①无限公司。所有股东不论其出资额多少，对企业债务均负无限清偿责任。 ②有限责任公司。所有股东对企业债务的清偿责任均以其出资额为限。③两合公司。由有限责任股东和无限责任股东合资组成，常由无限责任股东代表公司管理业务，对企业债务负无限清偿责任；有限责任股东对企业债务的清偿责任以出资额为限。 ④股份有限公司。集资的方式是将资本总额分为若干金额相等的股份，股东对企业债务的清偿责任以其认购的股份金额为限。 ⑤股份两合公司。由无限责任股东与有限责任股东合资组成，其形式与两合公司相似，不同在于有限责任部分的资本也分为金额相等的股份由股东认购。我国的《公司法》只确定两种组织形式，即有限责任公司和股份有限公司。

## 三、知识型企业

### （一）知识型企业的概念

知识经济不仅对人类的生产和生活方式产生深远的影响，而且对企业的生存和发展模式也将产生深远的影响。伴随着知识经济的深化，一种新型的企业开始出现。它们以知识为主要生产要素，以创造和运用知识为主要生产目的，以经营知识作为取得财富的主要手段；它们大多没有很大的企业规模，没有自己的厂房和机器，没有人数众多的员工，但它们却往往比大多数企业拥有更广阔的疆界、更灵活多变的经营手法、更强大的竞争力和更令人羡慕的利润。这就是知识型企业。

早期对知识型企业的理解，只是将其定义为对知识进行直接生产和加工的企业。这种企业主要存在于信息产业中。然而实际上在这种企业中，起决定性作用的与其说是知识，不如说是技术。首先，在这些企业中大量运用的主要是各种专业化的成熟技术，这些技术虽然也是知识的一种转化形式，但它的实用性更强。只有将技术与物质产品相结合，从而使科学技术转变为实用技术时，它才能发挥出其创造财富的巨大功效。因此，它与具有教育功能的知识仍有着很大差别。因为知识不仅能告诉消费者它自身有什么用，更重要的是它能帮助消费者学会如何自己去创造知识，所以，即使不与有形产品相结合，消费者也一样能从对知识产品的学习中获得极大的享受。其次，这些企业所提供的产品和服务虽然也含有知识成分，但仍停留在一个简单加工的阶段，其价值在很大程度上仍取决于它能为企业带来多大的成本节约。而知识产品和服务的价值则在于它能同时给它的生产者和消费者带来很大的满足感，且这种满足感大多是精神方面的。最后，在这些企业中占主导地位的仍是管理阶层，经验、领导能力、组织能力、协调能力等管理才能仍是最受推崇的能力。而在真正的知识型企业中，个人的创新能力已超越了其管理技能，上升为企业的核心资本，智力型的灰领阶层取代了传统意义的白领阶层，成为企业的主导力量。因此，可以说，上述定义只是一种狭义的知识型企业的定义。

那么，知识型企业到底应该是怎样的呢？它不再是风风火火生产的纯工厂，粗放、忙碌、

需要全本请访问 www.ertongbook.com

轰鸣、尘烟早已成为昨日的印迹；它也不再是义无反顾地追求扩大、扩大、再扩大的航空母舰，小而精的有形边界与无限蔓延的企业网络已成了它们的招牌标志；它更不再是铁面主管与听话员工的结合体，而是一所让个性与创造力自由飞翔的大学校。对于这样一种时刻创造着传奇的企业群体，我们几乎无法用精密的定义来描述它。从最简单的“生产和使用知识的企业”到“生产销售知识和提供知识服务的企业”再到“以科学技术为基础对信息和知识进行生产、存储、使用和传播的企业”，几乎无一能够传达出知识型企业独特与丰富的内涵。因此，我们惟有以一个衡量标准来对知识型企业作一个粗略的限定：“当知识对企业发展的贡献率超过50%时，该企业就成为了知识型企业。”到目前为止，人们对知识型企业的认识还没有形成统一的概念，但在人们达成的共识中，知识型企业是以 Internet 、电子商务和 MRP Ⅱ（制造资源规划）、ERP（企业资源规划）等信息技术和管理技术作为企业运作的基础，实现企业管理知识化和企业经营智能化的企业。

知识型企业按其对知识的处理方式不同，可分为知识生产型企业、知识传播型企业和知识应用型企业；按其对人才的组织方式不同，可分为把各种不同的专门人才集中在一起的企业和把相同人才集中在一起的企业；按其创立途径不同，可分为由发明者自己寻找对其发明感兴趣的人而合作创建的企业，和由风险投资公司寻找可投资项目并培植创建的企业；按企业实体是否存在，可分为有形企业和无形企业。

（二）知识型企业的特征

与传统产业组织相比，知识型企业往往属于高科技产业，知识是知识型企业进行生产的最重要因素，投入的是知识，生产的是知识，销售的是知识，管理的还是知识。而知识的可共享性、无消耗性以及不可逆性，使知识产品的生产更具有社会性、专业性和连续性特点。知识型企业管理中的管理内容主要是一种信息管理、知识管理，主要是来管理企业知识资产，研究如何来增加企业的知识积累、知识更新、知识创新，而且还要善于从外部去识别和选取知识，把最合适的知识用在最合适的地方。

知识型企业的特征可以概括为：

1. 知识是企业创造财富的最主要资本

与传统的生产函数所不同的是，知识作为当代经济生活中最重要的一种资源，不再是企业生产增长的外生变量，而是和劳动力、资本、土地这三大传统生产要素一样的内生变量，甚至已凌驾于这三者之上，成为企业创造财富的最大的推进器。伴随着“知识驱动”对“利润驱动”的取代，企业终于摆脱了自然的生理束缚，迈进了人类理想中的自由王国。

2. 创新及运用创新的能力是企业的灵魂

21 世纪的竞争不再是以往那种生产 100 万台产品的企业同只生产 1 万台产品的企业之间的竞争，而是生产 1 000 种产品的企业同只生产 10 种产品的企业之间的竞争。由获取和创新知识及运用知识产生效益这两组能力构成的“核心能力”，决定着企业在新竞争环境下的命运。

3. 知识型人才是企业生命力的源泉

在知识型企业中占主导地位的不再是传统的管理者，即白领阶层，而是具有创新能力的知识型人才。任何有形资产都有折旧，都有消耗殆尽再也不能发光发热的一天，然而知识不同，它存在于每个人的头脑中，不仅不会消耗，而且越使用就越有价值，越能创造出新的知识。因此，知识型人才是企业真正的永不枯竭的生命之源。

4. 学习者与教育者相统一是企业的新型角色定位

在知识经济时代，知识大约每七年就翻一番，如此快速的知识更新意味着学习必须成为一项持续的修炼活动，而教育则必须贯穿人们一生的工作与生活。只有不断地更新原有的知识库，人们才能掌握最新的知识乃至创造最新的知识，才能使劳动力跟上知识进步的节奏，维持自己的可持续发展能力。因此，要保持竞争力，企业就要成为一个学习型组织，员工就要不断地学习，都必须不断地提升自己。另一方面，随着知识变得更加易于操作和更富有价值，越来越多的产品和服务变得更智能化，学习将成为消费者日益渴求的一个副产品或附加服务。然而，传统的消费者从来没有把自己看成是学习者，传统的企业也从来没有把自己看成是教育者。知识型企业的出现彻底改变了这一认识上的盲点，通过发掘这个潜在的教育市场，知识型企业将成为 21 世纪另一个极其重要的传道、授业、解惑的“灵魂工程师”。

（三）知识型企业的产品和服务的特点

1. 知识型产品和服务具有智能性

例如，如果一位住进美国波士顿里茨－卡尔顿连锁酒店的客人要了 6 个所喜好的枕头，那么在下一次他住进任何一地的里茨－卡尔顿酒店，无论是在波士顿还是在夏威夷、香港，他都将能够在他的房间里找到 6 个这样的枕头。这是因为这家连锁酒店安装了一个可记录客户喜好、需要并自动把信息传送到世界各地分支机构的知识型系统。这一系统获得了很多有关客户的信息，并能把新的信息投入生产性使用。

又如，信用卡交易是一种数据来源，每月的账单就是信息，当花旗银行打电话询问您账上的异常消费时，这种系统就正在利用它从你身上得到的信息为你和你的信用卡提供着服务

2. 知识型产品和服务具有学习性

例如，在 1965 年，在美国一个修理工只需看 500 页的维修手册就能修理所有在路上跑的汽车。今天，一个修理工要达到同样的水平则需读将近 50 万页的维修手册，但通过使用计算机维护系统可使维修工无须读那么厚的手册而做到这点。虽然这种知识的增长属于系统而不是某一个特定的个人所有，但事实上许多维修工由于通过系统获得了其他所有维修工的经验而变得更加聪明。因为，这个系统总是在不断地更新来自最好的维修工的技术，自身可以不断地获得提高，也能为客户提供更好的服务。

3. 知识型产品和服务可随环境变化而作出调整

例如，当温度是摄氏 20 度时，经过特殊处理的玻璃窗或天窗将让更多的热量透过来；而当温度是 22 度时，它开始把辐射热反射回空中。发明这项技术的公司宣称，如果把全世界每年大约要安装 20 亿平方米的新玻璃都涂上这种材料，能源消耗将降低 17%，10 亿吨以上的空气污染将会避免。所以，一个一成不变的产品和服务，显然不如能够对新环境作出评价并随之进行相应调整的产品和服务有价值。

4. 知识型企业可按顾客要求提供产品和服务

例如，电话公司正在集中开发具有知识型特点的电话。当你呼叫长途接线员时，你的电话信用卡很快就知道你想使用何种语言，它还可以让你创造你自己的特殊铃声，这样你最好的朋友就知道是你打来的电话。在许多按顾客要求提供的产品和服务中，比如电话信用卡中，声音识别将很快成为一个重要的辨认方法，它甚至还有可能取代电话卡本身。

5. 知识型产品和服务具有相对较短的生命周期

对知识产权中的专利保护远不如对“硬技术”的保护那么发达，因此，专有信息的半衰期是短暂的。比如由商业和投资银行提供的外汇咨询服务，这种知识是高度专业化的，产品通常是根据公司委托人的要求提供。由于受一定的市场条件限制，它们的生命周期不长。又由于市场信息广泛传播，专有产品可以很快被竞争对手复制。因此，银行为了获取他们的利润和专卖优势，必须不断地对其产品进行升级。

6. 知识型产品和服务能使顾客实时采取行动

例如，汽车轮胎常常漏气，使性能降低、汽油消耗增大。美国固特异公司开发出一种装有集成电路的“智能胎”，它可以收集和分析轮胎的空气压力数据，并可以在仪表板上显示这一信息，“轮胎压力不够，请停车到修理站”。消息的前一部分传达信息，后一部分则是告诉你如何做的知识内容，使你更及时地作出反应。

又如，汽车制造商正在利用电子系统把关于高速公路、旅馆和热闹的娱乐场所的信息实时传送到汽车上，司机可以及时地利用信息，如根据建议避开交通堵塞，或在“最佳”地点停车就餐。

## 四、知识型企业的主要特点

综合有关文献，可以认为，知识型企业的主要特点是知识化，具体为：创新化、敏捷化、数字化和网络化、模块化、集成化、创新的企业文化。

### （一）创新化

知识无所不在，关键是如何用好、管理好知识，企业知识化的目的是为了创新，通过创新让知识转化为生产力。知识型企业在创新化方面的特点是：①利用知识的能手，既有很高的知识含量又善于整合和利用知识。 ②特别重视人力资源的开发，重视建立知识型、创新型人才队伍。③注重知识管理，积累并用好企业的无形资产 ④流水线上的工人也需要具有创造性。由于流水线内外的变化因素越来越多，惟有具备创造性的知识型工人才能胜任工作。 ⑤不仅强调个人的知识化，更注重企业组织的知识化。 ⑥以市场为导向，积极参与知识的生产、传播和应用。⑦在企业的产品和服务所创造的价值中，知识含量的比重越来越高，使用原材料和使用机械加工所创造的价值，比重越来越低。

### （二）敏捷化

信息高速公路将全球联结在一起，必然导致竞争的剧烈化、多样化和混沌性。为了应付这种激烈竞争并从中获益，知识型企业的敏捷化是必要的。

敏捷化的特点是： ①敏锐地发现和抓住市场机遇，对多变的市场需求作出快速反应； ②缩短产品从概念到上市的时间，能有效满足用户需求

### （三）数字化和网络化

数字化即计算机化。数字化的特征是： ①充分利用计算机辅助设计和制造技术，支持产品设计和制造的自动化，进行虚拟产品设计和制造。②实现信息的高度集成，如 CAD/CAPP/CAM 的集成，PDM 系统中的产品数据的集成， ERP 系统中的管理信息的集成，以及所有相关企业的信息集成，实现无纸化生产。 ③特别关注市场的数字化运作，因为各种数字符号和语言符号正代替着实物资产在市场上运行。不少企业的做法是先打响品牌，找好市场，拿到订单后再找加工单位。 ④实现知识的高度集成，如知识的表达、传递、共享等，以支持技术创新。

网络化包括企业内的网络化和企业间的网络化，网络化为知识和信息的集成提供必要的条件。

（四）模块化

模块化的目的是简化子系统间的关系，便于集成和重组。

知识型企业模块化的内容包括：①产品模块化。面对用户多变的需求，利用标准模块的组合可以快速得到新的产品。这些产品既是满足用户特定要求的“新产品”，又是建立在成熟可靠的标准模块基础上的“成熟产品”，从而保证了产品的可靠性，并能使产品的设计和技术准备工作量和周期减少到最低程度。 ②企业模块化。从经济生活到社会生活，企业组织已从大块变成模块。知识型企业是由高度专门化的、开放的模块组成的系统。模块化企业可以快速重构，组成新的虚拟企业，以适应市场的需要。 ③过程模块化。建立以过程为中心的组织，使责、权、利一体化；尽可能减少或消除非增值的、延滞和阻碍生产过程中物流和信息流的环节，使系统更有效地运行。

（五）集成化

知识型企业集成化的内容包括：①信息集成。使企业内的信息渠道畅通，减少不必要的信息转换环节。②过程集成。面向任务（过程）的组织结构，将有较大相关性的人、物集中在一起工作，形成如并行工程中的项目组、独立“制造岛”等组织形式。③企业间的集成。充分利用社会化资源，协同进化；扩大国际交流，积极开展经济全球化活动。 ④与用户的集成。用户参与产品设计，企业保证在产品的全生命周期中使用户满意等。⑤与环境的集成。采取绿色制造的战略，企业的发展不会给环境带来危害，以更少的能源和物资消耗，创造出更高的价值。

（六）创新的企业文化

知识经济中，知识的更新和传递十分迅速，企业间的竞争非常激烈。在产品和服务、生产过程、组织管理、与供应商和客户的关系以及企业文化诸优势中，其他企业最难模仿的是创新的企业文化。在知识型企业中，知识是企业利润的主要源泉，头脑成为最大的股份。知识型员工是企业的主要工作人员，因此需要建立能发挥人的积极性和创造性的企业文化及企业的组织管理机制。

如果企业具有创新的企业文化，那么企业就拥有了最难模仿的、最强的竞争力。

## 五、知识经济时代企业的生存环境

知识型企业所处的环境与以前的企业相比，发生了很大的变化，环境对企业生产经营活动的影响和制约更加明显。企业要使自己的生产经营活动顺利进行，实现经营目标，必须加强对环境的研究。

知识经济时代企业生存环境的变化主要包括：

（一）用户需求多样化和个性化

用户追求多样化和个性化已逐渐成为世界的潮流，用户需求越来越多，期望越来越高，大市场不断细分，成为特定市场。同时又由于市场竞争日益激烈，势必要求产品的价格越来越低和交货期越来越短。

为了迎合这样的市场需求，出现了大批量定制生产（Mass Customization，简称 MC）的概念，它把定制和大量生产这两种似乎矛盾的方式结合在一起，提供以大批量、低成本方式生产的定

制产品。例如，生产豪华轿车的宝马公司（BMW）的宝马系列轿车行销世界 100 多个国家的市场，所以每辆车就要适应不同的标准和技术要求，比如说不同的车轮、不同的色彩。宝马公司的用户可以根据自己的爱好任意挑选轿车的颜色和配件，用户需要什么，他们就生产什么样的轿车，有的时候一连两个星期生产的轿车没有一辆是相同的。而不是像多年来那样，轿车从装配线上下来是什么样，用户就得要什么样的轿车。宝马公司的销售商们还可以直接到工厂的组装线上对用户所要的产品进行定点生产。

在卖方市场中，用户首先着眼于产品是否经久耐用，较多考虑的是质量、功能与价格三大因素，评判产品用的是“好”与“不好”的标准，因此，企业要用与产品基本功能有关的质量来取信于用户。进入 21 世纪后，在买方市场中，价廉物美不再是用户考虑的重点，相反，用户比较重视产品的设计、品牌及使用性能，评判产品用的是“喜欢”与“不喜欢”的标准人们的价值观和消费需求将发生很大的变化，最主要的就是从物质方面转移到精神方面：①美学性，要求工作环境和产品具有美感和艺术欣赏性；②知识性，即能从接触的周围事物中学到知识，受到启发，增加修养；③体感性，即通过眼、耳、鼻、舌、身的实际接触感受到最大的愉悦；④脑感性，能获得五大体感以外的第六感觉；⑤心因性，能得到精神、心理和宗教信仰等方面的满足，确定购物对象时，常常凭感性和直觉。因此，企业要用品牌、包装和特色来吸引用户。知识经济时代将是“感情消费”时代，用户往往关注产品能否给自己的生活带来活力、充实、舒适和美感。因此，企业要用产品具有的魅力和一切为用户着想的体贴去感动用户。

（二）市场全球化

1. 金融业务国际化、全球化

由于电子货币和电子金融的符号化特征，在现代信息网络中，资金流比商品流更快速、更广泛，与信息流的结合也更紧密，这使金融业务国际化、全球化的发展更加势不可挡，使金融服务及其功能的多样化与日俱增。同时，也促进金融机构采取多种形式实行兼并和联合的重组，以抵御国际金融危机的冲击。

2. 关税降低，市场开放

关税税率降低，市场开放是市场全球化的主要特点。特别是我国加入 WTO 后，我国的关税将要逐年下降，将使国内市场暴露在激烈的国际竞争环境中。加入 WTO，意味着我国企业与国外企业在世界经济舞台上将处于同一起跑线上进行平等竞争，企业在世界经济的大舞台上能否得以更大的发展，在激烈的国际竞争中能否立于不败之地，根本上取决于企业的综合素质和竞争能力。

3. 国际市场商品结构的变化

随着知识经济时代的到来，国际市场商品结构在发生着变化，资源密集型的初级产品市场疲软，劳动密集型产品的贸易动荡性加大，竞争更趋激烈。知识和技术密集型产品在国际贸易总额中的比重逐渐增大，正成为最具生命力和竞争力、贸易规模最大和最有发展后劲的商品

（三）制造全球化

1.“哪里有市场，就在哪里生产产品”

1972 年，日本索尼公司在美国圣地亚哥设立了该公司第一家海外电视机制造厂，并提出了一项重要的基本准则：“哪里有市场，就在哪里生产产品”，并由此揭开了制造全球化的序幕。其重要的制造战略之一，就是有效地利用当地的劳动力和设备，发展具有区域特征的产

品，更快、更好地满足当地客户的需要，并不断开拓和赢得新市场。这与在原料和劳动力便宜的地方建立工厂，制成产品后再向其他国家出口的传统观念大不相同。全球正在迅速变成单一的经济市场，哪里成本低，就在哪里生产；哪里靠近市场，就在哪里生产，根本不考虑国界问题。

2. 兼并浪潮席卷全球

当前席卷世界的兼并浪潮，此起彼伏，不胜枚举。风起云涌的企业兼并和快马加鞭的产业集中，远远超出了原有的法律设计。汽车工业通过重新分化和组合成为全球互为一体的工业体系，比如，雷诺和雪铁龙联合在法国开发和生产了最新的发动机，宝马和克莱斯勒在巴西建立了合资企业，大众和福特在葡萄牙联合生产一种微型货车，奔驰和克莱斯勒的合并更是震动了世界的汽车制造业。

3. 跨国公司——制造全球化的主力

制造全球化的主要推动力是跨国公司，特别是大型跨国公司。今天，跨国公司已经成为大企业生存的一般形式，其对外扩张，主要是通过跨国合并、收购和合资进行。目前全世界跨国公司年产值已相当于世界总产值的 50%。它们控制了全世界 1/3 的生产，掌握了全世界 70% 的对外直接投资，2/3 的世界贸易额，70% 以上的专利和其他技术转让贸易。 1998 年，各行业最大的 10 家跨国公司占有世界市场的份额分别是：通信 86%，杀虫剂 85%，计算机 70%，药品 35%。跨国公司是经济全球化的动力和主体力量。根据联合国（1999 年投资报告）的统计，全世界现在共有 4.4 万家跨国公司母公司，它们通过约 28 万家外国子公司和附属企业在海外市场上从事经营，形成了一个庞大的全球生产和销售体系。这些跨国公司通过直接投资，在全球范围内组织生产和销售，国际经济关系中投资的重要性和发展速度，已经大大超过了贸易。据调查，全球最大的 100 个经济体中，巨型跨国公司占 51 个，只有 49 个为国家经济体。巨型跨国公司的经济规模十分庞大，往往超过一个国家的实力。例如，从经济活动规模来说，三菱公司比印尼大，通用汽车公司比丹麦大，福特公司比南非大，丰田公司则超过挪威。

（四）时间驱动的市场竞争

比尔·盖茨认为：数字信息速度的增加，使企业在未来 10 年中的变化，将达到过去 50 年中变化之总和。20 世纪 80 年代是注重质量的年代， 90 年代是注重再设计的年代，21 世纪头 10 年将是注重速度的时代。

1. 不是“大”吃“小”，而是“快”吃“慢”

产品成本和质量仍是竞争的主要依据，但是以时间为基准的竞争将是一个突出的特点，由此而产生的企业制造战略主要是在最短的时间内开发和生产出新的产品。以前的市场驱动，变成了如今的时间驱动，交货期成了企业最关心的事情，能否更快、更好、以更低的成本制造出新的产品投入市场，是企业生存的关键。企业的经营已由技术导向策略经过客户导向策略发展为时间导向策略。谁能缩短产品的上市时间，谁就有更大的竞争优势，就能赢得更多的客户在多变的市场环境下，时间是赢得竞争的法宝之一。顺应客户爱好的变化，迅速作出反应，已经成为压倒一切的优势。因此未来的市场竞争不再是“大”吃“小”，而是“快”吃“慢”。

2. 缩短产品开发周期将带来更多的利润

据分析，产品开发时间每增加 10%，其年收入将损失 25% ~ 30%。目前世界著名大企业、大公司都在提高速度、缩短产品开发时间上努力不懈，以提高其市场竞争力。有资料表明，如

需要全本请访问 www.ertongbook.com