

<<提高生产率>>

图书基本信息

书名：<<提高生产率>>

13位ISBN编号：9787100067027

10位ISBN编号：7100067022

出版时间：2010-10

出版时间：商务印书馆

作者：黛安娜·法雷尔

页数：165

译者：朱静

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<提高生产率>>

### 前言

致中国读者 哈佛商学院经管图书简体中文版的出版使我十分高兴。2003年冬天，中国出版界朋友的到访，给我留下十分深刻的印象。当时，我们谈了许多，我向他们全面介绍了哈佛商学院和哈佛商学院出版公司，也安排他们去了我们的课堂。

从与他们的交谈中，我了解到中国出版集团旗下的商务印书馆，是一个历史悠久、使命感很强的出版机构。

后来，我从我的母亲那里了解到更多的情况。

她告诉我，商务印书馆很有名，她在中学、大学里念过的书，大多都是由商务印书馆出版的。

联想到与中国出版界朋友们的交流，我对商务印书馆产生了由衷的敬意，并为后来我们达成协议、成为战略合作伙伴而深感自豪。

哈佛商学院是一所具有高度使命感的商学院，以培养杰出商界领袖为宗旨。

作为哈佛商学院的四大部门之一，哈佛商学院出版公司延续着哈佛商学院的使命，致力于改善管理实践。

迄今，我们已出版了大量具有突破性管理理念的图书，我们的许多作者都是世界著名的职业经理人和学者，这些图书在美国乃至全球都已产生了重大影响。

我相信这些优秀的管理图书，通过商务印书馆的翻译出版，也会服务于中国的职业经理人和中国的管理实践。

20多年前，我结束了学生生涯，离开哈佛商学院的校园走向社会。

哈佛商学院的出版物给了我很多知识和力量，对我的职业生涯产生过许多重要影响。

我希望中国的读者也喜欢这些图书，并将从中获取的知识运用于自己的职业发展和管理实践。

过去哈佛商学院的出版物曾给了我许多帮助，今天，作为哈佛商学院出版公司的首席执行官，我有一种更强烈的使命感，即出版更多更好的读物，以服务于包括中国读者在内的职业经理人。

在这么短的耐间内，翻译出版这一系列图书，不是一件容易的事情。

我对所有参与这项翻译出版工作的商务印书馆的工作人员，以及我们的译者，表示诚挚的谢意。

没有他们的努力，这一切都是不可能的。

哈佛商学院出版公司总裁兼首席执行官 万季美

## <<提高生产率>>

### 内容概要

世界各国之间贫富分化程度的扩大使得社会紧张局面加剧，跨国移民管理困难重重。

贫困国家如何才能再度点燃发展的希望之光呢？

根据麦肯锡全球研究院对近20个国家各个发展层面的研究，有一种方法可以加速GDP增长，那就是促进国内企业劳动生产率的提高，同时制定规制，支持行业内企业间激烈而公平的竞争。

通过分行业实施上述方法，一个国家甚至可以在没有世界一流的技术、教育、基础设施、资本和健康水平的情况下，实现经济的快速增长——国民收入增加、就业率上升、消费需求上涨、新工作岗位增多。

本书的11篇文章表明，通过提高生产率、鼓励部门层面的竞争可以促成更快的经济增长。

在本书的第一部分，各位作者展示了：为什么国家的收入水平最主要取决于其最大行业的生产率水平。要想使管理框架能够鼓励自由公平的市场竞争，而不会导致发展减缓的不幸后果，政策制定者应该如何确定其内容和范围。第二部分介绍了美国、法国、德国和瑞典以及土耳其、中国、印度和巴西等国家在生产率方面所面临的当务之急。

本书是全世界的企业领导者和政策制定者十分重要的资源，它表明了麦肯锡全球研究院对经济增长的真正源泉的最新思考。

## <<提高生产率>>

### 作者简介

黛安娜·法雷尔，麦肯锡全球研究院院长、麦肯锡公司董事，其研究成果广泛见于学术期刊、书籍和国际顶尖出版物的特稿专页。

她也经常在美国和全球的各类大型会议上发表言论。

在加入麦肯锡公司之前，曾就职于纽约的高盛公司。

## <<提高生产率>>

### 书籍目录

引言 生产率的当务之急第一章 生产率的力量第二章 有利于竞争的规制第三章 美国经济的美好之处  
第四章 复苏法国和德国的生产率第五章 瑞典的黄金时机第六章 土耳其寻求稳定增长第七章 亚洲：  
生产率的当务之急第八章 中国和印度：发展的竞争第九章 印度：从崛起到腾飞第十章 印度更富有的  
未来第十一章 巴西如何才能实现增长注释作者简介译后记

## &lt;&lt;提高生产率&gt;&gt;

## 章节摘录

分行业比较 黛安娜·法雷尔 “究竟哪种模式更有利于经济发展”，这个问题的答案不可能在国家层面找到，你必须深入到各个行业内部寻找。

只有这样做，你才能发现，政府鼓励竞争的支持性政策提高了企业的经营绩效。中国和印度都存在一些由于管制过严、缺乏竞争而导致发展缓慢、效率低下的行业。但两个国家也都存在由于管制不严而蓬勃发展的企业。

MGI长期以来都认为，经济高速增长的关键因素是生产率，阻碍生产率提高的主要障碍是政府微观层面阻碍竞争的层层管制。

印度的例子就很好地说明了这一点。

印度生产率较高的行业包括信息技术业、软件业和业务流程外包业。

这些行业成功创造了数十万就业机会和价值几十亿美元的出口额。

作为具有潜力的新兴行业（我个人认为政府在早期没能发现其潜力），它们避开了政府的管制，躲过了被扼杀的可能。

IT、软件和外包服务企业不像其他行业在工作时间和加班问题上受到相关劳动法规的管制，同时政府还允许外商直接投资（这在零售业等行业是不允许的）。

如果没有这些国外资金的注入，印度的这些行业是否会腾飞，就值得怀疑了。

到2002年为止，这些行业吸收外资占整个印度吸收外资总额的15%。

生产率居中的是汽车行业。

这个行业自从20世纪80年代政府放松管制后，发生了巨大的变化。

到1992年为止，多数针对外商直接投资的限制得以解除，这就使产量和劳动生产率得到了很大提高，汽车价格也随之下跌。

即使出现了行业整合，由于强劲的需求，行业的就业状况依然保持稳定。

然而由于整车的关税居高不下，国内的汽车制造商仍没能直接参与国际竞争，该行业的效率还未达到其应有的水平。

生产率低下的是电子消费品部门。

尽管20世纪90年代初就已解除了对外商直接投资的管制，但该部门仍旧背负着关税、税务和规制等各方面的负担。

因此，印度的电子消费品无法参与国际竞争，面向本国消费者的价格也高涨至不必要的程度。

印度食品零售业的表现更差。

完全禁止外商直接投资造成的部分后果是，该国的劳动生产率只有美国水平的6%。

再来看看中国，它也有一些行业得到了合理解放并具有高度竞争力，其中包括电子消费品行业，它们的劳动生产率是印度同行的两倍。

在过去二十年的时间里，由于外商直接投资和国内企业间激烈竞争的存在，这些行业已经具备了国际竞争力。

今天，中国每年制造的电子消费品价值达600亿美元。

中国的汽车行业虽然被认为是具有战略性的行业，但由于政府希望能为其引进技术和投资而对其长期实行严格管控，所以它的绩效反而没有那么明显。

虽然国内汽车市场已经向国外制造商开放，顾客的需求极大增长，汽车价格也有所下降，但该行业的状况却表明，政府干预会阻碍潜在的外商直接投资。

外国制造商只能对合资企业进行投资，它们必须从当地供应商那里购买汽车元件，另外国内市场还受到进口关税的保护。

随着私有企业不断做强，汽车行业的竞争现在才刚刚开始变得激烈起来。

然而，外国合资企业在中国的生产率与其日、美企业的生产率相比从一开始就偏低——考虑到中国低廉的劳动力成本，这个结果着实让人吃惊。

既然同一个国家不同部门的表现大相径庭，对中印两国进行行业绩效比较的意义就胜于对两国经济进行国家层面的比较。

## <<提高生产率>>

在IT和商业流程外包服务行业，印度领先中国，在接下来的十年或十五年内，中国也很难赶超印度。然而，在电子消费品行业，中国占据了有利地位，在未来十年印度不能形成有力的竞争。

汽车行业则很难决出胜负。

在竞争的推动下，印度的汽车行业进行了大量的创新。

低成本劳动力取代了昂贵的自动化，当地的技术人才已经开发了众多创新产品，如Scorpio——这是一款运动型汽车，其销售价格只是美国同档次汽车的若干分之一。

在中国，大量的外商直接投资将汽车行业构建成为一个大行业，不过迄今为止规制仍限制着其发展潜力。

究竟中印两国谁将以更强的姿态出现尚不明确。

蓬勃、持久的经济增长的基础必须建立在行业层面上，并受到高水平生产率的支持。

而只有当政府依靠完善的管理确保竞技场公平、公正，并消除扼杀竞争的障碍时，国家经济才能获得较高的生产率。

中印两国依然拥有无限的机会让各个行业和经济繁荣起来。

## <<提高生产率>>

### 编辑推荐

《提高生产率：全球经济增长的原动力》由商务印书馆出版。

麦肯锡全球经济研究系列将两个截然不同的领域——经济学和管理巧妙地结合起来。经济学家对于资深经理人面临的实际问题往往了解有限，而资深经理人专注于自身产业，也少有时间 and 动力去思考全球经济的广泛议题。

本系列丛书则将经济学和管理结合起来，形成了独特而广阔的视角。

《提高生产率：全球经济增长的原动力》为该系列丛书中的一卷。

本卷中的文章阐述了经济中的生产率（即产出与投入的比率）水平为什么会以及如何成为经济增长率的关键决定因素。

通过对全世界的多个经济体，包括发达经济体和新兴经济体的研究，麦肯锡全球研究院逐个部门地衡量了其生产率水平，并分析了提高生产率水平的方式。



<<提高生产率>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>