

<<中国人的经济智慧>>

图书基本信息

书名：<<中国人的经济智慧>>

13位ISBN编号：9787807459675

10位ISBN编号：7807459670

出版时间：2012-1

出版时间：上海社会科学院出版社有限公司

作者：钱法仁

页数：214

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>

<<中国人的经济智慧>>

内容概要

这本《中国人的经济智慧》由钱法仁著，黄胜强、曹韞陶译，记录一位法国商人对在华25年经历的哲学性思考。

本书所叙述的就是作者这个受法国教育培养起来，并且曾经梦想成为一名几何学家或经济学家的中国血统的商人在当今中国内部所经历的一切，同时也向读者介绍了一位法国哲学家的著作，这位哲学家为了更好地了解西方，现在已经成为一名汉学家...

<<中国人的经济智慧>>

书籍目录

前言

第一章 真理与迂回

第二章 创造与改变

第三章 矛盾的功效

第四章 英雄与战略家

第五章 有效性

第六章 社会的组织

第七章 追赶与全球化

跋

<<中国人的经济智慧>>

章节摘录

公司运行的初期几年，法国老板的判断始终是：中国的工程师将现有的游戏适应中国客户的能力非常强，而且非常机灵，但他们的设计、创造新游戏的能力较弱。

于是，一种新型的劳动分工仿佛显现出来，最成功的实例之一来自著名的体育用品公司--耐克，该公司在其本土美国已不再生产运动袜，而全部在亚洲，特别是在中国生产。

然而，产品研发、市场营销以及战略规划等工作都在美国进行，而且当耐克在美国销售生产于中国的运动袜时，成本分析表明，增值的主要部分仍是在美国境内实现的。

这种生产组织模式受到高度评价而且似乎显示出一种大逻辑。

它符合经济学家李嘉图提出的比较优势理论，每个国家专门生产它最有能力生产的产品。

产品在中国生产可以充分利用劳动力低成本，设计工作留在美国是因为美国人有创造力。

人们还想从中理解为什么中国没有一个像丰田、本田或索尼，更谈不上像微软那样的世界级品牌。

直到如今，中国在世界范围内最有名的品牌还是青岛啤酒！

把这些现象放在一起便得出一个很适合的中国形象：跟在最发达的国家后面跑，能够用低成本生产好的产品，经济的高增长率让世界刮目相看，但却缺乏创新和创造力。

中国的教育继续把学习放在创造之上，即先仿效后创新。

恰如在意大利的绘画学校里，必须先临摹大师的作品，然后再形成自己的风格，这肯定无助于培养想象力。

我们能因此得出结论说中国不可能赶上最发达国家吗？

我们甚至可以说这是中国被西方超越的原因吗？

.....

<<中国人的经济智慧>>

编辑推荐

一位法国商人对在华25年经历的哲学性思考

<<中国人的经济智慧>>

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>