

国务院发展研究中心企业研究所
中国企业评价协会
德物华经济信息研究院有限公司

主 持 编 写

ANNUAL REPORT ON
THE DEVELOPMENT
OF CHINA'S LARGE
ENTERPRISE GROUPS

中国大企业集团 年度发展报告

2006

中国大企业集团的自主创新与价值链管理

ANNUAL REPORT ON
THE DEVELOPMENT
OF CHINA'S LARGE
ENTERPRISE GROUPS

中国大企业集团 年度发展报告

2006

中国大企业集团的自主创新与价值链管理

国务院发展研究中心企业研究所
中国企业评价协会
德物华经济信息研究院有限公司

主 持 编 写

中国发展出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国大企业集团年度发展报告. 2006/国务院发展研究中心企业研究所等主持编写. —北京: 中国发展出版社, 2007. 1

ISBN 7-80087-984-4

I. 中... II. 国... III. 企业集团-经济发展-研究报告-中国-2006 IV. F279.244

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 138944 号

书 名: 中国大企业集团年度发展报告 (2006)

著作责任者: 国务院发展研究中心企业研究所等

出版发行: 中国发展出版社

(北京市西城区百万庄大街 16 号 8 层 100037)

标准书号: ISBN 7-80087-984-4/F·600

经 销 者: 各地新华书店

印 刷 者: 北京宏伟双华印刷有限公司

开 本: 889 × 1194mm 1/16

印 张: 24.5

字 数: 570 千字

版 次: 2007 年 1 月第 1 版

印 次: 2007 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 1—4000 册

定 价: 108.00 元

咨询电话: (010) 68990692 68990622

购书热线: (010) 68990682 68990686

网 址: <http://www.develpress.com.cn>

电子邮件: fazhan@drc.gov.cn

版权所有·翻印必究

本社图书若有缺页、倒页, 请向发行部调换

本书编辑委员会成员

主 编：陈清泰 谢伏瞻 刘世锦
副 主 编：鲁志强 蒋黔贵 徐一帆 王效林
学 术 顾 问：吴敬琏 谢企华 王文惠
主 任 委 员：高燕京 孟庆欣 陈小洪
副主任委员：谢 悦 雷平静 赵 耀 陆正军 赵 琥
编 委：赵庆海 李文海 贾春华 宋 煌 李 卉
 方 强 李 瑞 李春伟 陶世隆 王 坚
 江 成 付京龙 刘 华 耿 欣 益 智
 董敬知

本书课题组成员

课题主持人：张文魁
课题召集人：赵 耀 李 瑞
课题组成员：张文魁 王岳平 刘 力 胡江云
 袁东明 肖庆文 张永伟 杨永福
 杨来科 郑江淮 吴志华 蒋东生
 尚增健

前 言

本书是国务院发展研究中心企业研究所、中国企业评价协会和德物华经济信息研究院有限公司主持编写的“中国大企业集团发展研究”系列课题年度报告的第七版。

本年度的主题为“中国大企业集团的自主创新与价值链管理”。改革开放20多年来，中国经济高速发展，取得了举世瞩目的成就，但中国经济迫切需要改变增长方式，应该更多地依赖技术进步而不是资源消耗，应该更多地提高附加值而不是一味压缩成本。因此，提高中国企业的自主创新能力已经得到了广泛重视。大企业集团应该在自主创新和价值链管理方面发挥重要作用。中国大企业集团自主创新和价值链管理的现状究竟如何，大企业集团提高自主创新能力的障碍究竟何在，促进大企业集团加强自主创新和价值链管理工作还需要什么样的政策支持，是本书的重点研究内容。

本书的统计分析样本是列入国家统计局调查统计范围的企业集团。其中包括中央企业集团，由国务院批准的国家试点企业集团，由国务院主管部门批准的企业集团，由省、自治区、直辖市人民政府批准的企业集团，年营业收入（即年主营业务收入与其他业务收入之和）和资产总额均在5亿元人民币以上的企业集团，但不包括港、澳、台地区的企业集团。2005年这些企业集团共有2827家。本书所指的大企业集团主要是指这些企业集团。在分析中有时也以上述企业集团中营业收入在10亿元人民币以上或处于前500位的企业集团做样本。

企业集团营业收入和资产总额的统计口径包括企业集团的母公司、在中国

境内和境外的全资子公司(单位)、绝对和相对控股子公司(单位),但不包括参股和协作企业(单位)。除极个别尚未建立合并报表体系的企业集团外,上述样本中的大企业集团财务数据均为合并报表数据。由于称呼习惯方面的原因,本书中有些企业集团被称为××集团,而有些企业集团仅以其母公司××总(集团、控股)公司的名字来称呼,但这不影响其作为企业集团的统计口径。

本书除了上述统计分析样本外,我们还广泛地搜集和分析了其他企业和企业集团的资料、数据,以使研究报告更加充实。

本书为国务院发展研究中心和中国企业评价协会的研究成果,课题组成员由国务院发展研究中心、国家发展和改革委员会、商务部、国家统计局、中国企业评价协会、南京大学、中山大学、华东师范大学、南京财经大学等部门和高等院校的专家学者组成。本书各章作者分别是:第1章,王岳平、葛岳静、林碧杨、邱维真(国家发展和改革委员会产业经济与技术经济研究所);第2章,刘力(商务部);第3章,胡江云(国务院发展研究中心);第4章,袁东明(国务院发展研究中心);第5章,肖庆文(国务院发展研究中心);第6章,杨永福(中山大学岭南学院);第7章,杨来科(华东师范大学);第8章,郑江淮、江静(南京大学长江三角洲经济社会发展研究中心);第9章,张永伟(国务院发展研究中心);第10章,吴志华、金汉兴(南京财经大学营销与物流管理学院)。

本书还包括了一些案例研究,其中涉及的企业为:中远集团、攀钢集团、娃哈哈集团、奇瑞汽车有限公司、福建省船舶工业集团公司、广州广船国际股份有限公司、京东方集团和上广电集团。

凡引用本书研究数据、研究成果者均应注明“引自中国发展出版社出版的《中国大企业集团年度发展报告(2006)》”。

本书的出版得到了金洲集团股份有限公司和福建省船舶工业集团公司的大力支持,特此鸣谢。

编者于2006年11月

促进企业自主创新的政策思考

(代序)

中国企业评价协会理事长 陈清泰

“增强自主创新能力，建设创新型国家”，这是事关国家现代化和提高国家竞争力的重大战略。企业是自主创新的主体，在实现这一宏伟目标中应发挥重要作用。

一、新的形势正迫使企业发展模式转型

中国工业化必须有可靠的技术来源。没有自己的技术、专利、品牌、标准的支持，没有源源不断的、自身的技术来源，中国很难立足世界经济强国之林，甚至国家经济安全都难以保障。

技术创新能力和水平已经成为企业，甚至国家竞争力的核心。中国企业的弱点，不仅在于产业规模、市场占有，更重要的是以技术创新和品牌为代表的“软实力”不足。

较长时期以来，我们依赖大量资源环境投入换来了高速增长，但这是不可持续的。增长方式的落后，实质使企业落后。创新和技术能力不足是中国企业的软肋。现在，全国企业用于研发的费用平均不到销售收入的 0.71%，有自主知识产权的企业只占 3%，2.7 万家大中型企业中设立研发机构的只占 23%。某直辖市大中型工业企业技术的对外依存度至 2004 年仍高达 62.3%。很多企业实际上是生产能力的巨人，技术能力的矮子，在市场上受制于人。

中国处于工业化的重要时期。缺乏核心技术的支柱产业，缺乏自主品牌的庞大生产能力，缺乏知识产权的制造业，缺乏创新能力的众多企业，这是建立在沙滩上的工业经济。在不太长的时期内，中国企业能否拥有强大的技术创新能力并形成自己的核心技术，对我们是极其严峻的挑战。这是中国经济实质性地提高国际竞争力

必须闯过的一个关口。

到目前,国内多数企业由于技术和资本积累不足,加上生产要素成本较低,大多采取低成本竞争战略。在低附加值领域,依赖引进的技术,大量重复投资,轮番扩大规模,在市场上大打价格战。企业一旦进入这个怪圈,利润率迅速摊薄,对引进技术产生依赖,很难再有动机和能力通过技术创新走上良性循环。

在经济基础还很薄弱的时候,高消耗、高污染、低效率的粗放式经济增长有一定的必然性。随着资源环境的制约变得越来越强劲,企业本应转变增长机制、实现产业升级和技术升级,但由于缺乏技术积累,这一升级的过程显得十分艰难。

现在,劳动力成本上升的压力、土地资源稀缺的压力、能源价格上涨的压力、人民币升值的压力、矿产资源税费上调的压力以及环境成本内部化等方面的诸多压力汇集在一起,向企业明确地发出了一个强烈的信号,就是高消耗、高污染、低效率的增长方式已经难以为继;企业依靠要素低价格,在低附加值领域维持低成本竞争战略的基础正在动摇。提高自主创新能力是转变增长方式的突破口,形势正逼迫企业发展模式转型。由速度扩张型转向效益型;由对要素低价格的依赖转向通过创新提高效率;在人与自然的关系上,把节约资源、环境友好放在首位;在技术来源上,已经到了由技术模仿转向技术创新的时候了。企业如果对这一迅速到来的形势没有准备,将可能陷入被淘汰的境地。

二、重构企业技术创新动力机制

企业是技术创新的主体,它对技术创新的热情、投入和所付出的努力,决定着国家的技术创新能力。其中,构建企业技术创新动力机制具有关键意义。

企业技术创新能力不足,根源在于创新动力的缺失。

一方面,受发展阶段和传统体制的惯性制约,一些地方历来有追求速度的偏好、扩大投资的偏好、追求外延扩大规模的偏好。政府强烈的偏好通过各种行政渠道传递到了企业,成为企业难以抗拒的导向,使企业的增长机制扭曲。尽管成功的创新有可能获得高回报,但创新毕竟是“厚积薄发”的过程,具有高投入、长周期、高风险的性质,很难短期见效。在政企不分、所有权实质性缺位的情况下,企业高管人员迫于近期业绩的压力,大多不会选择技术创新战略,很难走上自主创新之路。

不少企业没有自己的核心技术，仍对自主创新缺乏热情，但是却有强烈的投资、扩张冲动。这是因为创新不是政府交办的“硬任务”，不如扩大生产规模、增加产量、保持增长速度更能立竿见影，并令主管部门兴奋。这就使得很多企业宁愿低水平复制生产能力，却吝啬于技术和人力资源的投入；宁愿在同类同档次产品上持续进行低成本恶性竞争，而不愿采取差异化战略，探索通过创新、品牌和服务提高效益；宁愿引进、再引进，持续跟踪模仿，而不愿意下苦功完成一次技术学习的过程，走消化吸收再创新的道路。

另一方面，改革开放释放出了众多的市场机会和政策机会，企业为获得近期经济利益，最方便的途径就看能不能获得和掌握政策机会或市场机会。这种“机会导向”的明显特点，是各个企业纷纷寻找政策的空当进行公关、针对市场热点进行排浪式重复投资。一个企业如果能获得进口或出口配额、如果能争取到批租的土地、如果能获得企业上市的原始股、如果能获准进入某些新兴领域，一般来说，肯定可以出小力赚大钱；强大的利益诱惑使很多企业急于求成，被眼花缭乱的机会牵着鼻子走，不少企业放弃了主业，走上了漫无边界的多元化。这样，技术创新也就无从谈起。

此外，还有一些企业则认为，既然靠引进和合资可以省时、省事地获得技术，就没有必要再培育自己的技术力量。于是就逐渐失去了创新和自主开发技术的激情与“梦想”。在这种情况下，企业用于技术开发的经费，基本上都用于引进技术，送给了外国企业，企图依靠引进技术建立自己的核心竞争力；或干脆引进外资，认为可以从合资的对方持续获得技术。此时，过去长期积累的十分可贵的技术力量被冷落了，技术人员被边缘化了，队伍逐渐失散了。与改革开放前相比，一些企业的技术开发能力不是增强而是削弱了。

为促使企业成为技术创新的主体，国家已经和正在制定一系列鼓励政策，这充分表明国家促进企业技术创新的决心。但是，外因只能通过内因发挥作用，消除企业技术创新动力不足的政策体制原因，更具有本质意义。为此，政府要通过实施一系列有效政策，强化企业技术创新动力机制。重要的是必须改变政府对企业的直接干预和克服国家所有权实质性缺位的弊端，使企业真正成为独立的市场竞争主体，将目标集中于投资回报，对市场信号有能力作出有效反映。

三、引进技术必须完成技术学习的过程

改革开放后，国家提出“引进、消化、吸收、创新”的技术发展路线，这是一项非常重要的技术跨越战略。例如，三峡工程从引进技术、合作生产，到以我为主制造特大型水轮发电机组的过程，就是通过引进，迅速缩小与世界技术差距的很好例证。但是，这一政策目标在更广的范围并未很好地得以实现。不少企业通过一次又一次的引进，最终掉进了技术依赖的陷阱。“以技术换市场”的政策目标在很多方面也没有很好地得到实现。

技术引进可以有两种模式选择：一种是仅为使用而引进；另一种是为提高自主创新能力而引进。由于机制上的落后，在绝大多数情况下，企业在技术引进上肯于花钱，因为可以立竿见影；而对消化吸收，却吝于投入，因为似乎“远水不解近渴”。

有关资料表明，日本引进技术的时期，平均花1美元引进技术，要花约7美元进行消化吸收和创新。目的是把引进的技术嚼碎吃透，彻底完成一个技术学习的过程，登上新的技术平台。有美国人估计，日本引进技术经再创新后，比引进技术的效率可以提高30%或更多。从20世纪50年代到80年代短短的30年，日本走过了从引进到创新的过程，进入了技术输出国家的行列。韩国也大体相似。改革开放以来，中国引进技术的项目数和总支出可能比日本与韩国之和还要多，但用于消化吸收的费用只相当引进费用的7%，与日本差了100倍。这一点费用只能解释图纸、对引进技术的效果做必要的验证，仅能保证引进的设备可以使用，不可能吃透、消化，更不可能再创新。在消化吸收上少花了钱，带来的是以更多的支出，进行第二次引进和再引进。横向看，多家企业重复购买同一技术；纵向看，第一轮引进后就是第二轮引进。结果我们的技术费用总量并不少，但大都交给了外国人。更重要的是没有完成技术学习的过程，没有很好地培育出自己的技术创新力量。

差距很大的时候，引进技术是迅速提高技术水平的捷径，但当我们企业的发展威胁到对方竞争地位的时候，他们不仅不会转让技术，而且还会封锁技术和利用专利、标准、品牌、知识产权等工具，抑制我们企业技术能力的发挥。这是市场竞争铁的规律。在一些产业，这一时期已经到来。因此，企图依赖引进构造自己的核心

技术，进而打造国际竞争力，这几乎是白日做梦。需要澄清的概念是，引进了技术，并不等于就有了技术能力；引进技术的水平，更不能代表自己技术创新的水平。即便可以通过委托开发等“买断”技术，但如果没有完成技术学习的过程，那也只能落得“有产权，无知识；有技术，无能力”的结果。技术可以购买，但技术能力是买不来的。技术引进之所以重要，就是它有可能缩短技术学习的过程；而技术学习的过程能否完成，则取决于企业的战略和学习者的动力。从这个意义上说，技术引进只是走向更高技术平台的一个阶梯，如果有了登高的梯子，却宁愿站在梯子上观望和等待，不肯下工夫学习奋进，那就永远不会达到更高的技术水平。

四、在推进企业技术创新中的政府作用

技术创新存在诸多不确定性。例如技术前景的不确定性，市场前景的不确定性，收益丰歉的不确定性，制度环境的不确定性等，而且创新成果又极易被盗版和流失。技术创新的高投入、高风险的性质，使它所要求的环境条件比其他投资都要苛刻得多。

在促进企业成为创新主体的过程中，政府应发挥重要的作用。关键是要调整好政府、企业和市场的关系。政府的职能是培育有效率的市场，进行战略指导、制定规则、政策引导、提供公共产品和服务，还应以政府资金引导，开发共有技术平台。企业是技术创新决策的主体、研发投入的主体、研发活动的主体、成果转化的主体、获取创新效益和承担创新风险的主体。市场则为技术创新出题目，为企业创新提供动力，为创新活动提供融资和服务支持，为创新成果提供出口，为创新的失败提供分散风险的途径。在体制转轨过程中，政府要着力消除抑制企业创新动力不足的体制和政策原因，重建企业技术创新动力机制，使市场的力量能有效地驱使更多的企业转变增长方式，调整竞争战略，走出低成本恶性竞争的泥潭，转向差异化创新战略。

创造有利于技术创新的市场环境。企业创新的价值只能通过市场实现。因此，持续创新的动力来自于市场，包括政府支持和鼓励企业创新的政策，也只能通过市场才能吸引企业注重创新。没有市场力量的驱动，企业不会平白无故地去“创新”；有获取利益的捷径，谁也不会多走一步，即便是政府号召、舆论推动，企业也不会

为之所动。要消除不规范的政策性暴利机会对企业的诱惑,使真实的价格信号、比较效益和市场风险性成为诱导企业行为的主流。在只有创新才能生存,或成功的创新能安全地获得高回报的市场环境下,企业才会不断将所控制资源投向创新,而创新成果也随之不断出现。营造企业必须走创新之路的商业环境,“逼迫”和“吸引”企业走上创新之路的责任则在政府。

切实保护知识产权。知识产权比任何实物资产都更容易被盗窃、复制和侵权。长期以来,由于知识产权保护缺乏有效性,受盗版、假冒伪劣的不断冲击,即便成功的技术创新也很难获得较好的效益,使技术投入回收的预期一次次破灭,大大挫伤了企业创新的激情。在知识产权得不到市场有效保护的情况下,一些创新型企业只好强化“自我保护”。但是“道高一尺,魔高一丈”。这些创新企业疾呼,知识产权自我保护的成本太高,已经到了难以承受的地步了。如果盗用他人的技术可以连连得逞,复制他人产品可以通行无阻,那么谁也不愿意再去创新技术。

给企业创新成果以市场机会非常重要。例如,技术装备是技术含量比较高的领域,重大技术装备研制的机会又十分有限。新装备的设计、开发、研制,是提高企业技术能力难得的机会。中国是制造大国,又处于工业化的重要时期,装备工业有巨大的市场机会,这本应成为提高企业自主创新能力的强大驱动力。但是,在缺乏政策支持的情况下,一般用户不愿意承担国内研制装备的风险;政府订货具有支持企业创新、分担创新风险的功能,但很多国家订货和“准国家订货”往往以“只许成功,不许失败”为名,设置了如“首台首套”等壁垒。国内企业因没有“首台首套”的历程,往往被拒之于投标入围的门槛之外。这就使中国企业创新产品的市场出口变得非常狭窄。市场出口不畅,从根本上堵住了企业创新之路,使企业失去了大量创新的机会。这些歧视性条件不仅磨灭了企业创新的激情,而且伤害了企业的自信。

探索产学研结合的途径,支持科技型中小企业发展。在创新的链条上,大学与中小企业及大型企业处于不同位置,扮演不同的角色。一般而言,大学处于前端,主要承担知识和基础技术的创新;中小企业则是应用技术创新的生力军;而大型企业的一个重要功能是技术集成,将创新成果推向最终用户。要求大学发挥企业研发中心的作用是不现实的,也不合理。大学与企业“两张皮”的一个重要原因,是在两者之间缺乏众多活跃的科技型中小企业的创新活动。有调查显示,即便在大型企

业十分强盛的美国，技术创新 83% 的成果仍来自于中小企业。技术创新除高风险的性质外，还需要强烈的产权激励，敏锐的价值发现能力，灵活的决策机制，尊重个人的制度安排，既勇于冒险、又有利于分散风险结构。中小企业和民营企业由于更加符合这些特质，使他们成为技术创新的一支生力军。但是，中小企业是企业群体中的弱者，很多科技企业创业者有创意、有知识，但缺乏资金支持和商业运作经验。政府的政策扶持，培育具有价值发现能力、市场嗅觉灵敏的风险投资机构，培育专业化的服务、孵化、辅导体系，健全的技术市场，是提高成功率必不可少的条件。

在这个竞争十分激烈的世界，技术已经成为企业，甚至国家竞争力的核心。“建设创新型国家”是实现中国伟大复兴的重大战略。企业在实现这一战略中处于特殊重要的地位，政府和社会应当为企业成为自主创新主体创造更好的体制和政策环境。

目 录

代 序	1
第 1 章 2006 年中国大企业集团发展与展望	1
1.1 中国大企业集团发展总体状况	2
1.2 中国大企业集团的行业结构及其变化	6
1.3 中国前 500 家大企业集团的规模分析	11
1.4 中国大企业集团的所有制结构	17
1.5 中国前 500 家大企业集团的地区分布	21
1.6 中国前 500 家大企业集团的效益与效率特征	27
1.7 中国大企业集团发展展望	37
第 2 章 全球价值链与中国大企业集团的自主创新	41
2.1 全球价值链与企业创新	42
2.2 中国大企业集团自主创新的动力不足	45
2.3 中国大企业集团自主创新的模式选择	48
第 3 章 中国汽车制造业大企业集团的自主创新与价值链管理	53
3.1 中国汽车业大企业集团自主创新状况	54
3.2 中国汽车业自主创新的背景分析	61
3.3 中国汽车业自主创新的政策建议	69
第 4 章 中国石油石化业大企业集团的自主创新与价值链管理	73
4.1 中国石油石化业发展状况和大企业集团基本情况	74
4.2 中国石油石化企业自主创新现状和成就	77
4.3 中国石油石化企业自主创新存在的主要问题	81

4.4	中国石油石化企业自主创新是企业发展的需要,也是国家能源安全的要求	84
4.5	中国石油石化企业加强自主创新的建议	88
第5章	中国电子信息制造业大企业集团的自主创新与价值链管理	91
5.1	中国电子信息制造业发展态势和大企业集团基本情况	92
5.2	中国电子信息制造业大企业集团技术创新能力和模式	95
5.3	加强自主创新是提高企业市场竞争力的手段	101
第6章	中国设备制造业大企业集团的自主创新与价值链管理	105
6.1	中国设备制造业大企业集团基本状况	106
6.2	中国设备制造业行业发展态势	113
6.3	中国设备制造业大企业集团的自主创新之路	116
第7章	中国食品工业大企业集团的自主创新与价值链管理	121
7.1	中国食品工业发展的基本情况及大企业集团的发展特点	122
7.2	中国食品工业大企业集团自主创新现状	128
7.3	中国食品工业大企业集团自主创新中存在的主要问题	131
7.4	国际食品工业创新与研发的特点及趋势	134
7.5	提高中国食品工业大企业集团自主创新能力的对策建议	139
第8章	中国医药业大企业集团的自主创新与价值链管理	143
8.1	导言	144
8.2	中国医药行业发展现状分析	145
8.3	中国医药大企业集团概况	148
8.4	中国医药大企业集团的创新现状及国际比较	151
8.5	中国医药大企业集团的创新模式	155
8.6	中国医药大企业集团创新的战略选择	161
第9章	中国钢铁行业发展与大企业集团自主创新与价值链管理	163
9.1	中国钢铁行业发展与大企业集团整体情况	164

9.2 中国大型钢铁企业创新能力已有较大提高	167
9.3 缺少核心技术已成为中国钢铁企业的最大软肋	169
9.4 中国钢铁企业必须走自主创新之路	170
9.5 中国大型钢铁集团自主创新的特点、做法	171
9.6 中国大型钢铁集团自主创新存在的问题	172
9.7 提高中国钢铁企业集团自主创新能力的建议	174
 第 10 章 中国物流大企业集团的自主创新与价值链管理	177
10.1 中国物流大企业集团发展概况	178
10.2 中国物流大企业集团的自主创新与价值链管理	182
10.3 基于大型物流企业自主创新与价值链管理的建议	190
 企业案例	195
1. 奇瑞公司：拥有自己的核心技术	196
2. 京东方和上广电：引进技术发展 TFT-LCD 业务	201
3. 广船国际：再造电气设计流程，突破技术“堡垒”	206
4. 娃哈哈集团：产品创新三部曲	212
5. 攀钢：逆境崛起，创新求强	216
6. 中远集团：立足高起点发展现代物流	220
7. 福建船舶：创新发展的探索与实践	226
 附 录	232
一、2005 年营业收入在 10 亿元及以上企业集团名单	232
二、2005 年各行业营业收入在 10 亿元及以上企业集团名单	278
三、2005 年各地区营业收入在 10 亿元及以上企业集团名单	327

第 1 章

2006 年中国大企业集团发展与展望

- 中国大企业集团发展总体状况
- 中国大企业集团的行业结构及其变化
- 中国前 500 家大企业集团的规模分析
- 中国大企业集团的所有制结构
- 中国前 500 家大企业集团的地区分布
- 中国前 500 家大企业集团的效益与效率特征
- 中国大企业集团发展展望