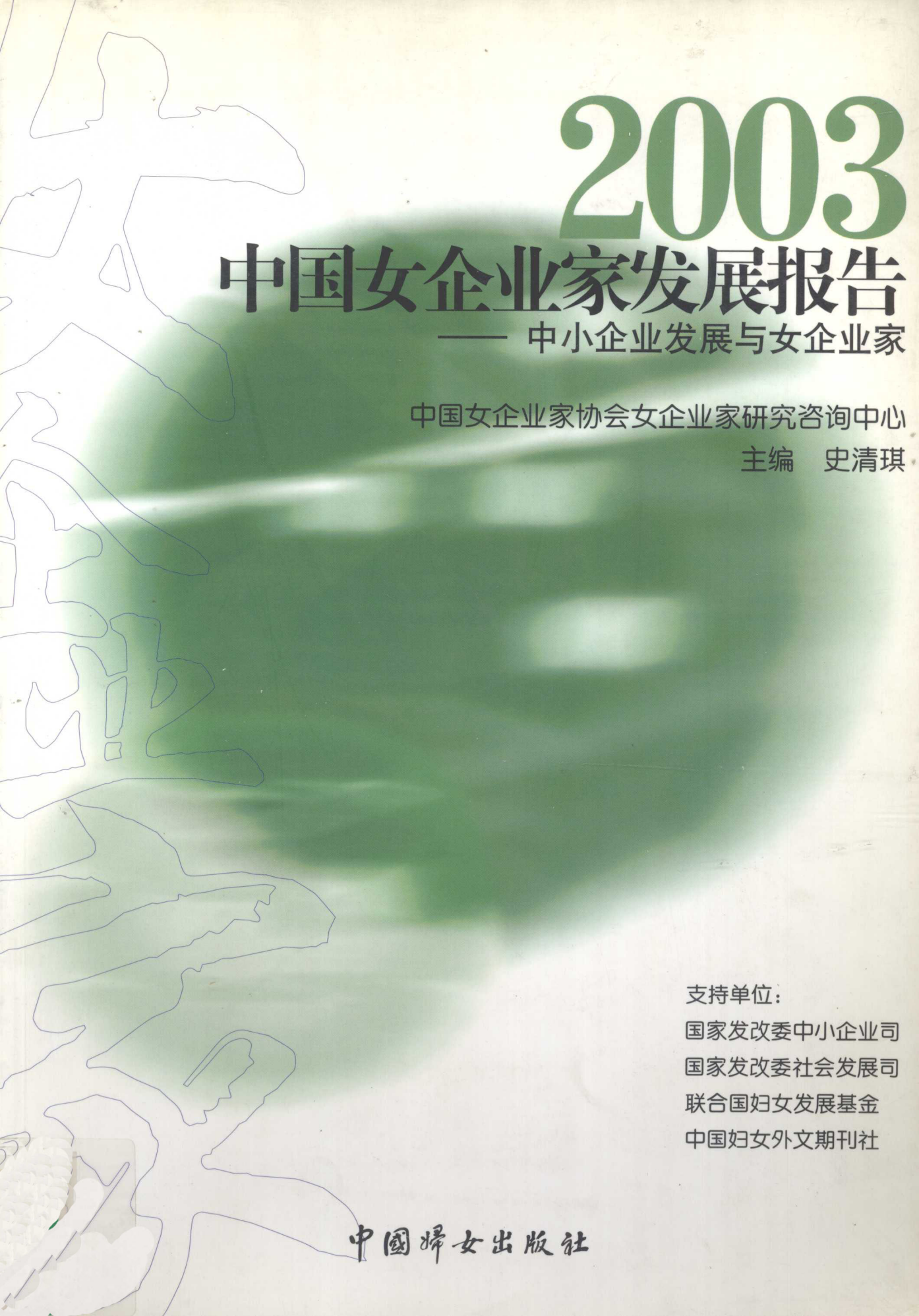




2003

中国女企业家发展报告

—— 中小企业发展与女企业家

中国女企业家协会女企业家研究咨询中心

主编 史清琪

支持单位：

国家发改委中小企业司

国家发改委社会发展司

联合国妇女发展基金

中国妇女外文期刊社

中国妇女出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

2003 中国女企业家发展报告 / 史清琪主编。—北京：
中国妇女出版社，2004.9
ISBN 7-80203-055-2

I. 2... II. 史... III. 女性—企业家—
研究报告—中国—2003 IV.F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 091451 号

2003 中国女企业家发展报告

史清琪 主编

中国妇女出版社出版发行

北京东城区史家胡同甲 24 号

邮政编码：100010

各地新华书店经销

北京国彩印刷有限公司印刷

787 × 1092 1/16 13.125 印张 190 千字

2004 年 8 月第一版 2004 年 9 月第一次印刷

印数：1—1700 册

ISBN7—80203—055—2

定价：62.00 元

《2003 年中国女企业家发展报告》

编委会

顾问组组长

阎 颖

顾 问

欧新黔 朱之鑫 杨庆蔚 狄 娜 王 威 马德秀 贾建华
刘福垣 王一鸣 尹援平 陈 英 恽鹏举 刘伯红 张桂凤
杨绵绵 谢企华 银重华 黄 琳

名誉主编

赵 地

主 编

史清琪

副 主 编

张 晶 曾 澜 吴国兰 卫凯征

编 委

(按姓氏笔画排列)

于风云 卫凯征 史清琪 刘寒松 李山梅 李 蘅
吴国兰 阿 荣 张 晶 曾 澜

编 辑 组

组长 史清琪

成员 于风云 江 宪 李山梅 郭建伟 邓光军
李 蘅 李煜岩



序

很荣幸为《2003中国女企业家发展报告——中小企业发展与中国女企业家》(以下简称《报告》)一书作序。从2001年开始,中国女企业家协会每年出版一部主题各异的发展报告,今年是第3部了。本书以中小企业为主题反映女企业家的创业与发展,这是因为我国中小企业占全国企业总数的98%以上,它们对促进我国经济和社会发展、缓解就业压力发挥着重要的作用。2003年中国女企业家协会研究咨询中心在史清琪教授的主持下,在各地女企业家协会和女企业家姐妹的大力支持下,选择了具有代表性的地区,对我国中小企业的女企业家进行了调查研究,并发出问卷一千多份,对我国女性中小企业概况、制度建设、品牌、企业规模、研究开发及加入WTO后的影响等问题进行了分析和比较。这项工作虽然是初步的,但在缺乏性别统计的情况下,也是十分困难和具有重要意义的。从《报告》中可以看出,调研结果所描述的女性企业家特点和发展趋势,与现实还是比较相符的。2003年中国女企业家协会围绕中小企业发展与中国女企业家这一主题开展了一系列活动。10月在浙江余姚举办了“中小企业品牌与制度建设”研讨会;11月在深圳举办了“中小企业海外投资、跨国发展”专题研讨会;12月在北京召开了“杰出女企业家国际论坛,2003——中小企业发展与女企业家”的国际研讨会,目的是提高中小企业女企业家的素质,以应对加入WTO、信息化及全球化的挑战。国家领导人、国家发改委领导、著名专家学者、创业成功的女企业家,以及有关国家和地区的重要官员、学者、企业家都在上述会议和论坛上演讲或参与研讨,这些精彩的演讲和论文已摘编到这本《报告》中。

该《报告》围绕六个部分展开：第一部分是中小企业发展与中国女企业家。为我协会研究咨询中心的最新调研报告，通过清晰的数字、图表和文字，对我国中小企业女企业家的现状、特点和问题进行了阐述和比较研究；第二部分是中小企业发展概况。在全面论述我国中小企业发展的历史、现状问题与战略的基础上，重点介绍了具有代表性的浙江省，同时也介绍了港、台、韩、日、英联邦等国家和地区中小企业发展及政府的相关政策；第三部分是中国中小企业制度建设。探讨了我国中小企业的制度建设，特别是党的十六届三中全会后，如何促进混合所有制经济的发展，从理论与实践的结合上作了论述；第四部分是促进中小企业发展的法规与政策。详细阐述了我国政府为促进中小企业发展所制定的法律、法规与政策，重点介绍了《中小企业法》、中小企业的融资信贷及税收政策等，这些阐述具有权威性，值得企业家与国内外投资者学习和参考；第五部分是中小企业品牌建设与国际市场。探索了中小企业的品牌建设与走上国际市场的关系，阐明企业和产品标准国际化和创新是品牌建设和走向国际市场的关键；第六部分是我的创业之路。选取了杨绵绵等十几位中国杰出女企业家的创业与发展的经验，这些经验是社会宝贵财富，推荐给大家共享。这些具有不同特点的成功女性，其突出的业绩和对社会的无私奉献，展现了女企业家的风采。

总之，这本《报告》，既有著名专家的精辟论述，又有权威决策者的演讲，还有国内外杰出企业家、知名人士的报告，这些内容必然会对推动女性创业、提升女性中小企业的素质，增强女企业家的国际竞争力起到巨大的推动作用。

我希望该书的出版，能够引起国内外及社会各界对中国女性中小企业的关注，也希望企业界、特别是女企业家们能够从中学习到经营企业的知识和创业经验，为中国社会经济的发展做出更大的贡献。

全国人大常委会常委
中国女企业家协会会长 赵地
2004年6月18日

目录

第一部分 中小企业发展与中国女企业家

.....	史清琪	(2)
-------	-----	-----

第二部分 中小企业发展概况

(一) 中国中小企业现状与发展战略	俞建国	(24)
(二) 浙江省经济特点与浙江女企业家	王玉娣	(38)
(三) 台湾中小企业发展与女企业家	谢谨瑜	(44)
(四) 香港中小企业发展与女企业家	蒋丽芸	(47)
(五) 韩国促进中小企业发展的政策	崔荣熙	(51)
(六) 日本促进中小企业发展的政策	千叶明	(55)
(七) 英联邦促进中小企业发展的政策与女企业家	耐欧·哈塞载维	(58)

第三部分 中国中小企业制度建设

(一) 中国民营企业的发展	王治国	(62)
(二) 国有、集体中小企业发展	陈建苗	(69)
(三) 混合经济的发展与企业制度创新	吕 政	(74)
(四) 民营企业要防止家族化经营	王文鉴	(81)

第四部分 促进中小企业发展的法规与政策

(一) 我国促进中小企业发展的法律与政策	欧新黔	(84)
(二) 中国政府在促进中小企业发展中的作用	狄 娜	(96)
(三) 促进中小企业发展的金融体制与政策	韩 平	(104)
(四) 中小企业的融资问题	吴义国	(112)
(五) 中小企业发展与新一轮税制改革	倪红日	(116)

目录

第五部分 中小企业品牌建设与国际市场

- (一) 中小企业的品牌与标准国际化····· 史清琪 (122)
- (二) 中小企业的品牌建设与创新····· 茅理翔 (128)
- (三) 21 世纪全球网络时代女性企业的生存战略与品牌开发····· 全映宣 (134)
- (四) 中小企业发展与国际市场····· 张沁 (138)

第六部分 我的创业之路

- 编者按····· 史清琪 (142)
- (一) 海尔集团创业与发展的精髓····· 杨绵绵 (143)
- (二) 我的创业之路····· 丁凯 (145)
- (三) 巾帼女杰崔玉莲····· 辽宁工源水泥集团 (151)
- (四) 我的成功之路····· 刘玉茹 (154)
- (五) 准星与韧劲····· 王介明 (157)
- (六) 江佩珍创“金嗓子喉宝”著名品牌····· 广西金嗓子责任有限公司 (160)
- (七) 薛九荣的“苦荞糖安”为高血糖和高血脂患者带来福音
····· 山西天特鑫保健食品有限公司 (166)
- (八) 我的创业生涯····· 吴艳芬 (168)
- (九) 对员工和社会充满真诚和无私奉献····· 崔荣华 (171)
- (十) 沂蒙山区新时期的红嫂····· 朱呈熔 (174)
- (十一) 爱心打造残疾人之家 带领残疾人共奔小康····· 陈思明 (178)
- (十二) 一个由 80% 的女性构成的企业····· 毓秀苑宾馆 (182)
- (十三) 女企业家如何提高生活质量, 善待自己····· 罗活活 (188)
- (十四) 女企业家如何自我保护····· 任丽娟 (191)
- (十五) 千名枣妹下江南 万名巾帼闯市场····· 摘自《中国妇女报》 (195)

第一部分 中小企业发展与中国 女企业家



国家发改委产业发展研究所研究员(原所长)
中国女企业家协会常务副会长兼秘书长
史清琪 教授、博士生导师

中小企业发展与中国女企业家

国家发改委产业发展研究所研究员(原所长)

中国女企业家协会常务副会长兼秘书长

史清琪 教授、博士生导师

中小企业占我国企业总数的98%以上。2003年我们围绕中小企业发展与中国女企业家问题,进行了一系列的调查研究与研讨。此次调查选择了东中西部三个地区,重点对浙江、江苏中小企业发展较早的地区进行了调查,并在浙江召开了《中小企业品牌与制度建设》研讨会,同时还对老工业基地辽宁进行了调查,中部地区主要选择了河南和山东,西部主要选择了内蒙和四川等地。

2001年10月在我国加入WTO前夕,我们收回女企业家问卷1100多份,虽然当时没有单独向中小企业发出问卷,但从企业规模上看,绝大部分是中小企业,问卷中的数字是2000年底以前的情况,这次,2003年问卷收回700份,加入了一些体制、品牌等新内容,并和男性企业家进行了初步比较。本报告中的部分内容和2001年调查结果也进行了对比,可以从两年多来的变化中看到中国女企业家的进步与成长。

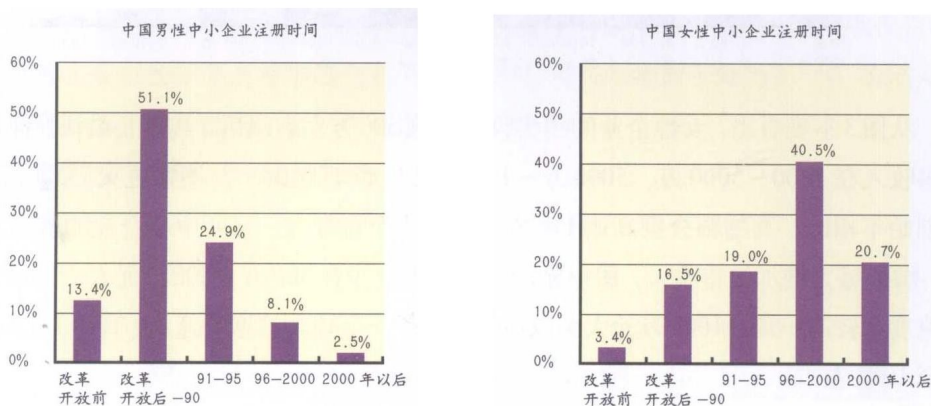
一、中国女企业家概况分析

由于缺乏性别统计,从各地女企业家占企业家总数的比例看,目前已接近20%。从女企业家发展势头强劲、年龄结构合理、受教育程度较高、企业盈利面大、行业分布

面广、企业规模不断扩大,以及女企业家勤奋而执着的工作态度等表明:中国女企业家是一个蒸蒸日上的、新崛起的群体,她们经历了艰难险阻,实现了自身价值,随着进一步改革开放,在中国大地形成了一股妇女创业的新潮流,并融入和领导着世界妇女创业的潮流。中国女企业家不仅为中国经济社会的发展作出了突出贡献,也为世界经济的发展默默地奉献着。她们的特点是:

(一) 中小企业女企业家队伍发展迅速 80% 以上的女企业家是 20 世纪 90 年代后注册的,其中,2/3 以上的女企业家是 1996 年后注册的。

图1 男、女性中小企业注册时间比较

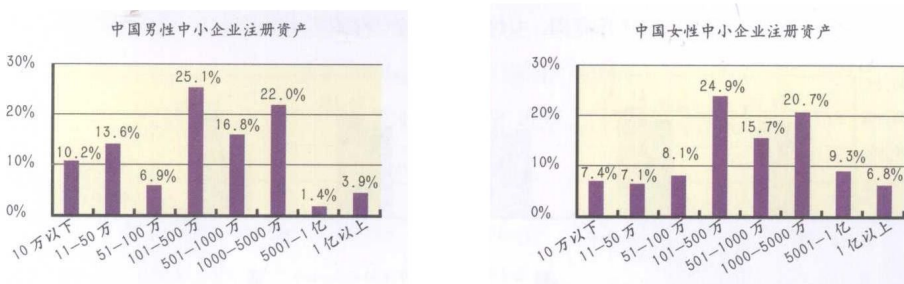


从图1可看出,男企业家创立企业时间较早,84.1%的男性企业注册时间集中在改革开放后的1978至1996年前;而女企业家创立企业的时间较晚,多在20世纪90年代以后,尤其是1996年以后。随着我国社会主义市场经济体制的确立,为我国女性创业开辟了广阔的天地;同时,随着20世纪90年代世界步入知识经济时代,男女体力上的差别已不再是妇女创业的障碍,这使得女性创业意识逐渐增强,女企业家作为一个群体迅速崛起。

(二) 女性中小企业的规模

1、资产规模

图2 男、女性中小企业资产规模比较



从图2可以看出,在中小企业规模上,大约61.3%的女性企业家和63.9%的男性企业家的企业注册资金都在100万~5000万之间,两者无明显差异。但注册资金在5000

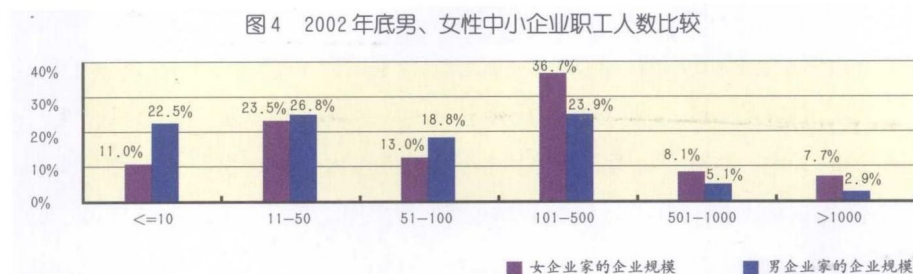
万以上的企业家约占企业家总数的16.1%，而男性企业的这个比例仅为5.3%；具有1亿元以上资产的女性企业约占6.8%，男性企业为3.9%，这说明在5000万以上资产的中小企业中，男女两性企业家的资产规模存在明显差异，1996年以后诞生和发展的女企业家，投资环境更为优越，经营得法，规模在迅速扩大。

2、销售收入



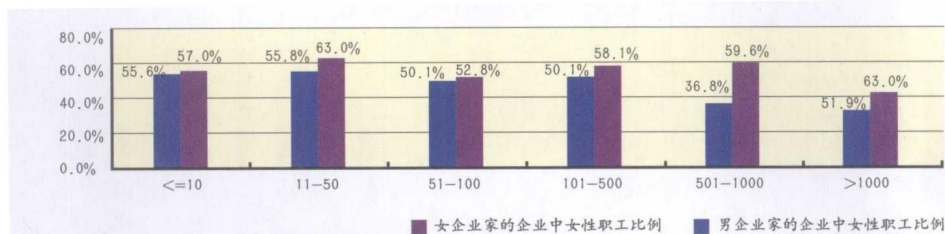
从图3不难看出，女性企业的销售收入达到500万左右以后，其增长最快。特别是销售收入在1000~5000万、5000万~1亿，以及1~5亿时，其增幅更大，2002年底与创始年相比，其增幅分别高达11、6.7和7.6个百分点。说明中小企业的进一步发展，需要努力增加销售收入，图中显示销售收入至少在300万~500万元左右以后，增长速度会较高，突破1000万元大关以后，还会有一个较高的增长速度，直至1亿元以上，甚至10亿左右。

3、职工人数



由图4可以看出，在大于100人规模的企业里，女性企业的比例高于男性，说明随着女企业家占企业家总数的比例不断提高，将会解决更多人的就业问题。其中，女性职工在中小企业中的分布见图5。

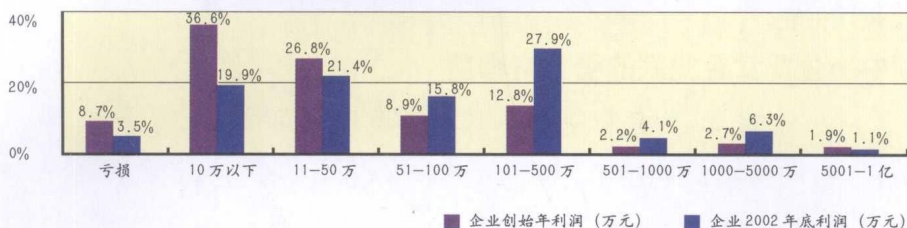
图5 2002年底男、女性中小企业女性职工比例的比较



由图5可以看出，女企业家的企业女职工约占60%，明显高于男性企业，表明女企业家在吸纳女性劳动力就业方面作用十分突出。

(三)女性中小企业的利润。女性企业盈利面在95%以上,而男性企业的盈利面不到95%

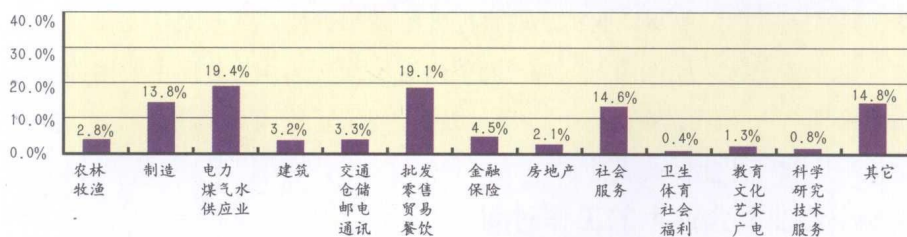
图6 女性中小企业创始年与2002年底利润比较



通过对创始年和2002年底利润的比较,可以发现调查样本所在企业发展状况良好。这些女性企业创始年企业亏损面为8.7%,而2002年底亏损面下降为3.5%,说明女性企业的利润水平有所提高,盈利面已达到96.5%。

(四)女性中小企业的行业分布

图7 女性中小企业所属行业

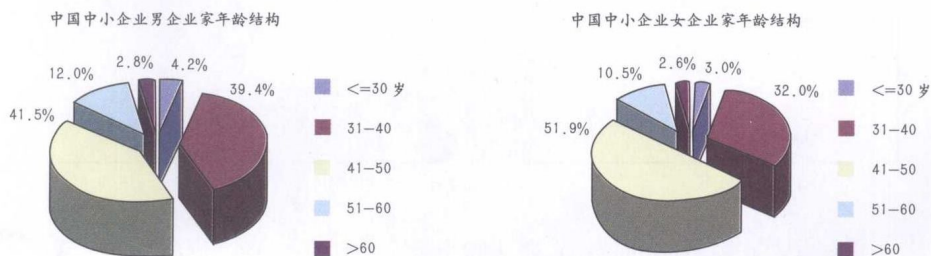


注:本次调查采用的行业分类为:农林牧渔、制造业、电力煤气水供应、建筑交通仓储邮电通讯、批发零售贸易餐饮、金融保险、房地产、社会服务、卫生体育、社会福利教育文化艺术广电、科学研究技术服务、其它等13个类别。

调查显示,几乎所有行业都有女性经营,女性企业主要分布在制造业(13.8%)、电力、煤气、水供应业(19.4%)、批发零售贸易餐饮业(19.1%)、社会服务业(14.6%)、其它14.8%。除制造业男性企业所占比例近1/3,较女性企业高出18个百分点,以及批发零售贸易、餐饮业、电力煤气及水供应等行业女性企业高于男性外,其他差异不十分大。

(五)中小企业女企业家的年龄结构

图8 中小企业女企业家年龄结构

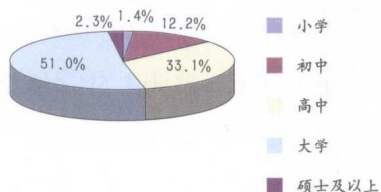


中小企业女企业家年龄结构合理，84%在31~50岁之间，其中：41~50岁居多，约占女企业家总数的52%。男性中小企业的年龄结构是31~50岁约占81%左右，其中31~40岁之间的比例高于女性企业家，可能与女性生育期有关，部分女性独立创业时间比男性稍晚。

（六）中小企业女企业家的受教育程度

图9 中小企业女企业家的受教育程度

中国中小企业男企业家受教育程度



中国中小企业女企业家受教育程度

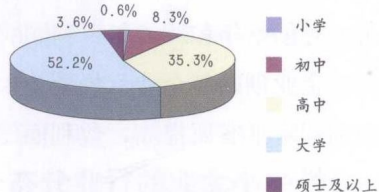
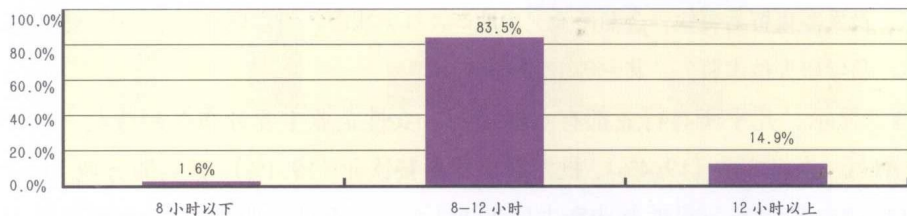


图9显示，中小企业女企业家受教育程度略高于男性，其中大学文化程度的女企业家占女企业家总数的比例为52.2%，而男性这一比例为51%，这主要因为女企业家创业的高峰期在90年代，特别是在1995年以后，世界已进入新经济时代，需要具备一定的文化科技知识才能创业成功。

（七）中小企业女企业家的工作时间

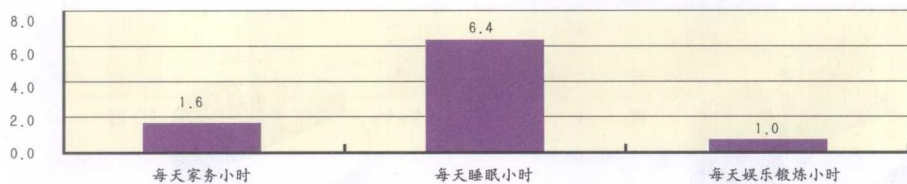
图10 中小企业女企业家的的工作时间



中小企业女企业家的的工作时间较长，98%以上的女企业家工作时间在8-12小时以上，其中近15%的女企业家工作时间在12小时以上。

（八）中小企业女企业家的睡眠时间

图11 中小企业女企业家的睡眠时间



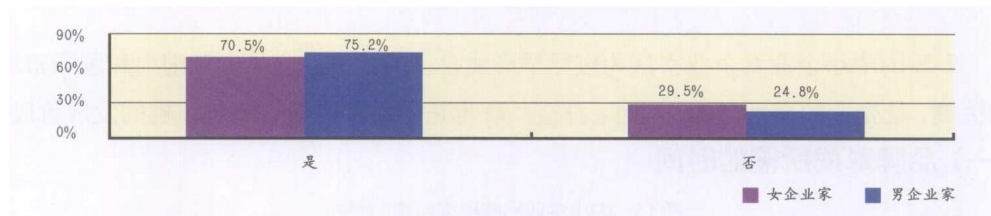
中小企业女企业家睡眠时间较短，每天仅有6个小时多一点，操持家务、关照孩

子的时间大约花费近2小时,每天娱乐时间平均约1小时,据了解,娱乐时间往往是约客户边谈生意边娱乐。女企业家的睡眠时间短,工作时间长,首先,女企业家自己要提高效率,保重自己,同时,也应引起家庭和社会的关注和支持。

二、关于中小企业女企业家的投融资问题

(一) 资金不足问题是女性创业最大的困难

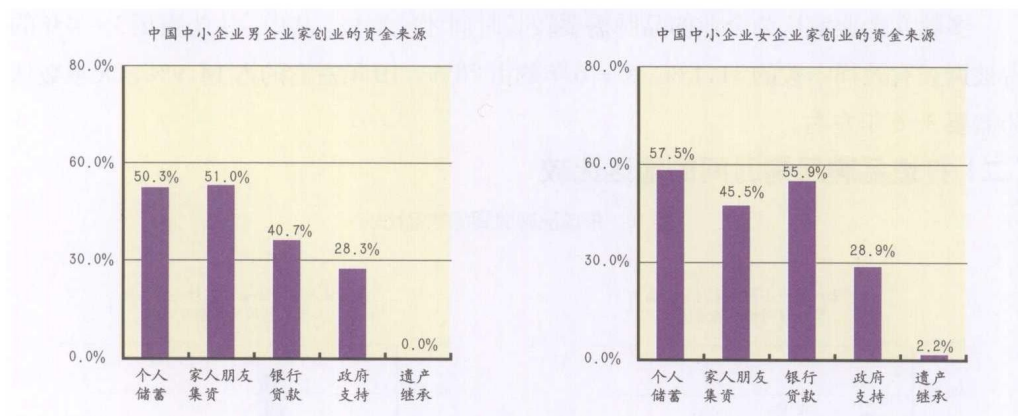
图 12 创业最大的困难是资金不足



创业最大的困难是什么?几乎近3/4的男性与女性企业家都认为是资金不足。就地区而言,江苏、浙江等沿海地区由于资金较充足、融资渠道相对通畅,但也有一半以上的企业家认为资金不足是创业最大的困难。

(二) 女企业家创业资金的来源

图 13 中小企业创业资金来源男女企业家比较



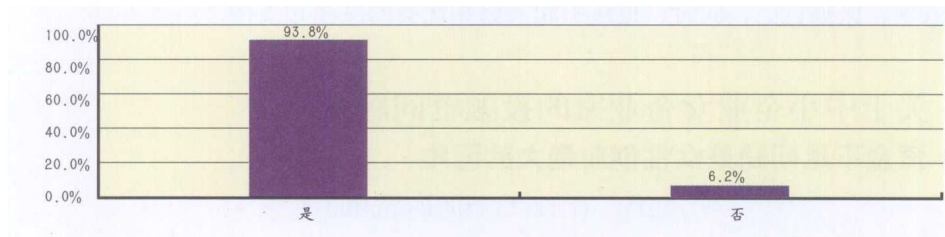
个人储蓄、银行贷款、家人朋友集资成为女企业家创业资金的主要来源。与2000年问卷调查相比,银行贷款和政府支持比例明显上升,说明银行和政府都在《中小企业法》颁布后对中小企业贷款有了新举措。

(三) 资金不足的原因分析

几乎各占1/3的女企业家认为:①民营企业贷款难;②缺乏融资渠道;③对中小企业投融资体制与政策尚需完善,这三个方面是资金不足的主要原因。从地区看,中西部地区一半左右的女企业家认为缺少融资渠道是主要原因,而江苏、浙江和老工业基地辽宁等地区,则更多地希望改革投融资体制和完善投融资政策。

三、关于中小企业女企业家的品牌建设

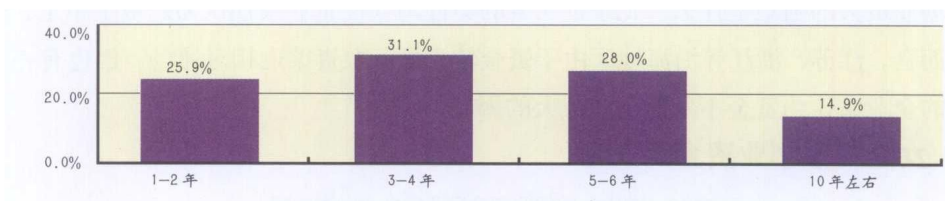
图 14 中小企业女企业家对是否应尽早形成自己品牌的看法



94%的中小企业女企业家认为应尽早形成自己的品牌，这是占领国内和国际市场的关键，是企业的立足之本，同时，打造品牌也是企业发展战略不可逾越的发展阶段。

(一) 品牌形成所需的时间

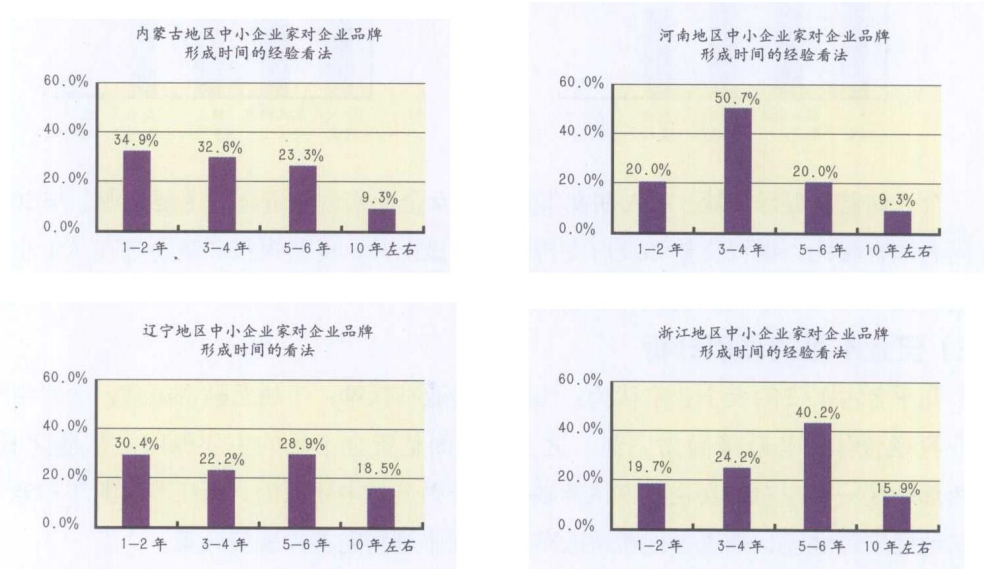
图 15 中小企业品牌形成所需的时间

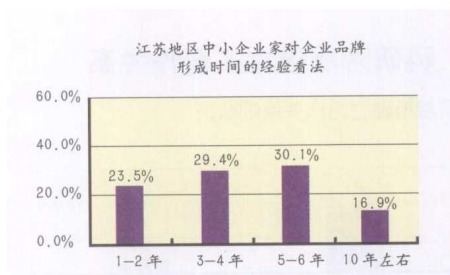


多数女企业家认为企业的品牌需要较长时间才能形成，其中，认为需要3-4年的占被调查有效样本数的31.1%，5-6年的占28%，10年左右的占14.9%，大多数认为需要3-6年左右。

(二) 打造品牌所需时间的地区比较

图 16 形成品牌时间的地区比较



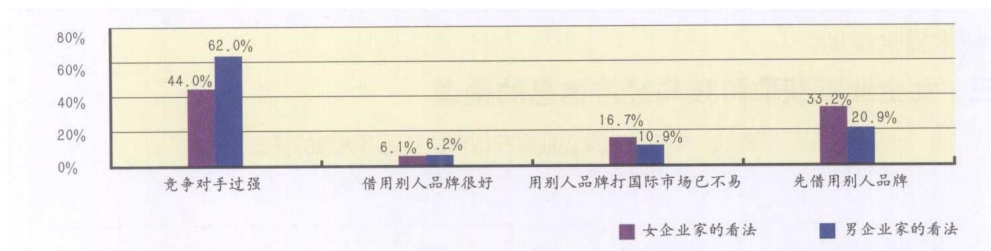


从图 16 可以看出，江浙一带女企业家打造品牌也需要 3~6 年。

总之，企业打造品牌所需时间比较长，当然品牌的形成是不容易的，但如何快速形成品牌，跟上竞争加剧的形势，是值得深思的。

(三) 中小企业女企业家打造自己品牌的困难与问题

图 17 中小企业女企业家打造自己的品牌的困难与问题



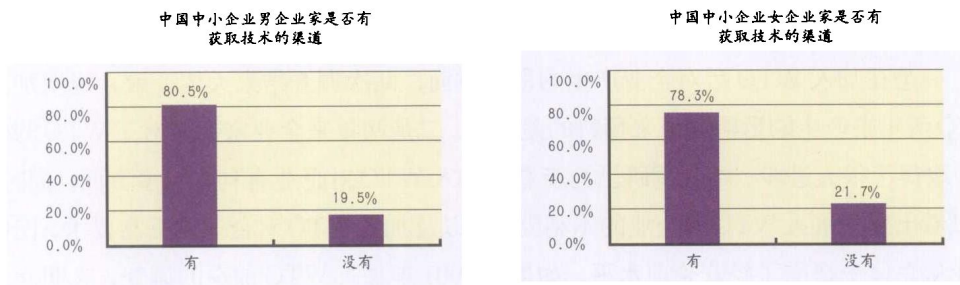
2/5 强的女企业家认为中小企业打造自己品牌的主要困难在于竞争对手过强，近 23% 的女企业家认为能借用别人品牌已不容易，或者认为借用别人的品牌也很好；1/3 强的女企业家认为应该先借用别人的品牌，然后再慢慢形成自己的品牌。

通过这项比较可以看出，女企业家倾向借助别人品牌的比例为 56%，而男企业家为 38%，可见男企业家在创立自己品牌方面比女企业家更有信心。

四、中小企业的科技管理问题

(一) 绝大多数中小企业拥有获取技术的渠道

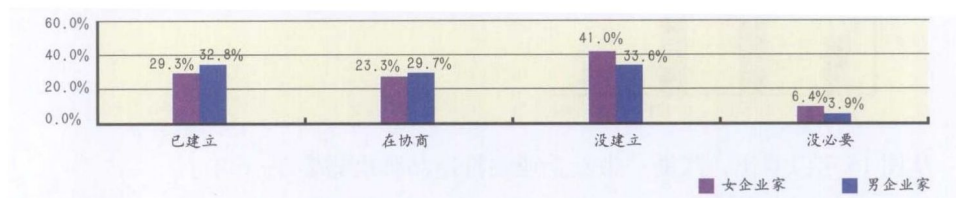
图 18 中小企业女企业家拥有获取技术的渠道情况



接近 4/5 的女企业家有获取技术的渠道，1/5 强的女企业家没有渠道，男女无明显差别。

（二）不到 1/3 的中小企业与高等院校、科研院所建立了合作关系

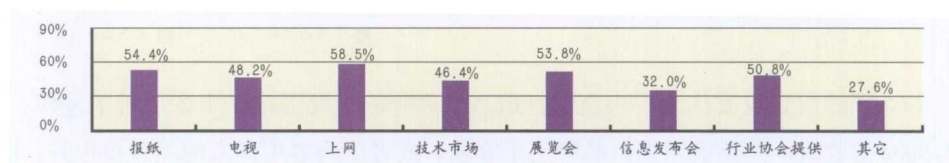
图 19 中小企业与高等院校、科研院所建立合作关系的状况



从图 19 不难看出，在与高校、科研院所建立合作关系方面，女性比男性企业家稍差，需进一步努力。从地区看，江浙一带 1/3 或以上的女性企业已与科研机构建立了联系，其它地区这一比例在 1/5~1/4。另据调查，92% 的女性企业家希望能在政府支持下，组织高校、科研机构 and 中介组织共同参与的联合攻关，以对中小企业关心的共性技术提供援助。

（三）女企业家获取科技与经济信息的渠道

图 20 中小企业女企业家获取科技与经济信息的渠道



网络、报纸、展览会、电视、行业协会的活动、技术市场等是中小企业女企业家获取科技与经济信息的主要渠道。尤其应该关注的是，网络已成为获取科技、经济信息的第一大渠道，说明用高科技手段获取信息的方式已经被女企业家逐步接受。

五、加入 WTO 对中国女企业家的影响

中国加入 WTO 已进入第三个年头，两年多来，中国对“入世”承诺的兑现，给国际社会留下了良好而深刻的印象。加入 WTO 后，对中国企业界产生了什么影响？这种影响和我们加入 WTO 之前的预想是否一致？本次调研结果与 2001 年底调查相比：一是在加入 WTO 后对企业产生的影响方面，两次调查结果大体一致，说明加入 WTO 两年来产生的影响和原来预料的差不多。二是两年来企业家们应对了 WTO 的挑战，取得了很大进步。本次调研已初步看出加入 WTO 对企业有利的诸多方面；同时，可以看出由于加入 WTO 对企业的不利因素，以及加入 WTO 对企业的更高要求，促使企业从总体上提高了经营管理水平。如果说 2001 年加入 WTO 前夕的调查，表明女企业家对加入 WTO 总体是：“态度乐观、准备不足”，那么，2003 年年底调查结果表明中国女企业家是“应对挑战、态度乐观”。