



余镜怀 著

Study on Industry Competition of China
—Based on Globalization

中国产业竞争力研究

基于经济全球化的视角



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

余镜怀 著

Study on Industry Competition of China
—Based on Globalization

中国产业竞争力研究

基于经济全球化的视角



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

中国产业竞争力研究——基于经济全球化的视角/余镜怀著. —北京: 经济管理出版社, 2011. 4

ISBN 978 - 7 - 5096 - 1394 - 8

I. ①经… II. ①余… III. ①民族经济—国际竞争力—研究—中国 IV. ①F127. 8

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 084680 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝8号中雅大厦11层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

组稿编辑: 张 艳

责任编辑: 张 艳 孙广洁

技术编辑: 杨国强

责任校对: 超 凡

720mm × 1000mm/16

12.75 印张 154 千字

2011 年 5 月第 1 版

2011 年 5 月第 1 次印刷

定价: 35.00 元

书号: ISBN 978 - 7 - 5096 - 1394 - 8

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

目 录

第一章 引言	1
一、选题的背景和意义	1
二、相关概念界定	4
三、文献述评	6
四、本书的主要内容、分析框架及创新之处	12
第二章 经济全球化及其对中国民族产业发展的深刻影响	15
一、经济全球化的本质及表现形式	15
二、经济全球化对于中国民族产业发展的影响	21
第三章 产业国际竞争力理论	33
一、国外关于国际竞争力的研究	33
二、国内关于国际竞争力的研究	45
三、产业国际竞争力的评价指标	47
第四章 中国民族产业国际竞争力的宏观评价	55
一、中国总体国际竞争力的一般分析	55
二、中国总体国际竞争力发展变化的基本特点	62
第五章 中国民族产业国际竞争力的中观评价	69
一、中国民族产业国际竞争力的现状	69



二、主要产业国际竞争力分析	77
三、中国民族工业国际竞争力的个案分析——汽车工业	80
四、中国民族工业国际竞争力的结构性不对称	99
第六章 中国民族产业国际竞争力的微观评价	103
一、中国民族产业国际竞争力的微观效率分析	104
二、中国企业管理国际竞争力分析	114
三、中国大型企业国际竞争力分析	121
第七章 制约中国民族产业国际竞争力的主要因素	129
一、中国民族产业国际竞争力体制性障碍	129
二、中国民族产业国际竞争力实力的差距	137
三、中国民族产业国际竞争力管理的落伍	143
四、中国民族产业国际竞争力企业家的短缺	146
第八章 中国产业竞争力的计量经济分析	151
一、模型设定	153
二、数据说明	155
三、回归结果	158
四、基本结论	161
第九章 提升中国民族产业国际竞争力的战略与模式选择	163
一、国家国际竞争力战略	163
二、产业国际竞争力战略	165
三、企业国际竞争力战略	176
参考文献	185
后记	197

第一章 引言

一、选题的背景和意义

1. 选题的背景

“经济事件有它们的逻辑，这是每一个从事实践的人都知道的”。^①经济发展的过程是社会经济制度、产业结构等不断演化、变革的过程。随着经济全球化进程的加快，世界进入一个国际间越来越密切的时代，各国之间的经济竞争也越来越激烈。在这种情况下，各国依赖国家贸易保护寻求生存和发展已成为过去，世界将成为一个统一的大市场。一国的企业（或产业）不仅要积极实施“走出去”战略，在国外的市场上与外国企业（或产业）进行竞争，而且还要在本国的市场上与外国的企业（或产业）进行竞争。这给我国目前的民族产业的生存与发展形成了很大的压力。

① [美] 约瑟夫·熊彼特：《经济发展理论》，何畏等译，商务印书馆，1990年。



改革开放以前，由于在居民收入水平、消费水平和消费结构等方面同世界发达国家存在很大的差距，以及较严格的保护政策等原因，我国产业参与国际竞争的范围并不广，主要是以初级产品换取外国的制成品。改革开放之后，我国产业开始较多地参与国际分工，出口产品的种类、档次与其他工业生产国的差异性缩小，加上巨大的市场潜力和不断采取的开放政策吸引了越来越多的国外产业进入中国，这些都使我国产业参与国际竞争的含义发生了很大的变化。从原来主要是争取产品出口，更多地进入国际市场，发展到必须在国内和国外两个市场上同外国产品进行竞争。改革开放以来，特别是 2001 年我国加入世界贸易组织（以下简称 WTO）以来，世界著名跨国公司纷纷来到中国，展开了大规模、系统化的投资。据调查，目前，美国最大 20 家工业公司中的 19 家，日本最大 20 家工业公司中的 19 家，德国最大 10 家工业公司中的 9 家，均已在华投资。截至 2008 年 6 月底，仅北京市世界五百强累计设立的外商投资企业已经达到 486 家。

就我国来说，除少数产品之外，产量居世界前列的主要是附加值比较低的产品，如纺织、玩具、鞋帽等，尽管目前我国一些传统劳动密集型产业仍拥有较强的国际竞争力，但这类具有比较优势的传统产业在很大程度上是依赖其低廉的价格而大量占领国际市场的，而且价格的低廉也大大降低了出口产品的盈利能力。我国一些技术含量不高，比较优势不明显的产业（如制药工业、饮料工业）正在受外国品牌的围困，不仅难以大规模进入国外市场，而且如何稳固本国市场也成为一个问题。

现今，我国已形成拥有大规模市场能力且技术成熟的产业，与外国企业争夺生存空间的竞争日益加剧，形势不容乐观。例如，电冰



箱、空调器等，在获得长足发展的基础上，有的已成为产量居世界前列的优势产业，但与传统产业相比，这些产业技术含量较高，产品更新和产业升级加快，面临的国际竞争压力也比较大。

总之，从总体上说，我国产业的国际竞争力目前还处于比较低的水平，随着市场的进一步开放，国内的各个产业正面临着更大的挑战。

2. 选题的意义

从世界各国发展市场经济和实行对外开放的历史和现实来看，一个国家是否具有国际竞争意识和能否增强本国产业的国际竞争力，对于能否实现经济和社会的现代化具有决定性的意义。发展市场经济和实行对外开放是实现社会经济发展的必要条件，但并不是充分条件，在整个世界范围内，没有一个国家能够不发展市场经济、不实行对外开放而发展本国经济的，但是在众多实行市场经济和开放的国家中，也仅仅是部分国家实现了社会的工业化和现代化。尤其是在当今经济全球化的背景下，一个缺乏国际竞争意识和国际竞争力的国家，是不可能实现经济和社会现代化的，这就像是在经济生活中，只有竞争力强的企业才能生存和发展一样，这是市场经济的客观规律。一个企业缺乏竞争力的结果是企业的消亡，而产业缺乏竞争力，在自由贸易的条件下，则是一国产业为外国产业所取代，其结果是本国被排斥在国际分工体系之外。所以说，一个缺乏产业竞争力的国家，即使选择了参与国际竞争，其未来的命运也不是经济和社会的发展，而是在不发达状态中徘徊，甚至面临被世界进步所淘汰的危险。

20 世纪 80 年代以来，世界经济一体化发展和世界经济多极化趋势日益显现，美国等西方发达国家某些产业的竞争地位受到



严重的挑战，所以这些国家的政府机构、学术机构和企业相继开展了广泛而深入的国际竞争力研究，希望提升本国的国际竞争力水平。具有广泛影响的机构是总部设在日内瓦的民间组织“世界经济论坛”和瑞士洛桑国际管理发展学院。哈佛大学的波特教授对国际竞争力的研究作出了最突出的贡献。我国对国际竞争力的研究从20世纪90年代开始，尤其是加入WTO后，我国面临更加开放的市场环境，民族产业的竞争压力增大，所以，如何衡量、提升我国民族产业的国际竞争力水平，已成为迫在眉睫的问题。

二、相关概念界定

1. 产业的概念

在经济研究中，从分类的角度看，“产业”是一个相当模糊的概念。在西文中，“产业”、“工业”、“行业”等都叫“industry”，比汉语中的概念更加模糊。所以，对于不同的研究目的，必须给“产业”以特定的定义。在产业竞争力研究中，从产出的角度，可以将产业定义为同类产品及其可替代产品的集合；从生产的角度，可以将产业定义为同类产品及其可替代产品的生产活动的集合；而从经济实体的角度，则可以将产业定义为生产经营同类产品及其可替代品的企业的集合。这里所说的“产品”也应该包括“服务”。很显然，以此定义的行业概念的基本内涵是“同类产品及其可替代产品”。之所以这样定义产业概念，是因为产业国际竞争力研究的中心问题是各国各产业的竞争优势比较。竞争优势和人们熟悉的比较优势的区别之一是，后者涉及的主要是各国间



不同产业（或产品）之间的关系；而前者涉及的则主要是各国间的同一产业的关系。或者说，是各国的同类产品或可替代产品间的关系。

2. 产业竞争力的概念

每一个国家都存在两种经济活动，一种是企业为本地（本国）提供产品或服务的经济活动，称为“本地化经济”（或本国经济）；另一种是企业进行全球化经营的经济活动，称为“全球化经济”。而在整个产业系谱中，一些产业与外国同一产业没有竞争关系，有的经济学家称之为“国内产业”；而另一些产业则与外国同一产业有很强的竞争关系，被称为“全球产业”。从产品的角度看，前一种产业产品的国际贸易量很少，或者根本无法进行国际贸易，被称为“非贸易品产业”；后一种产业产品的国际贸易量较大，通常被称为“可贸易品产业”。产业国际竞争力研究对各不同产业群的关注程度是不同的，一般来说，主要关注的是属于“全球产业”而且是国际竞争性较强的产品和产业。不过，我们不能因此而认为非贸易品产业不存在国际竞争。实际上，通过跨国投资的方式，各国的非贸易品产业之间也可能发生（间接的）国际竞争。产业国际竞争力分析的显著特点是它要求认定产品和企业的“国籍”，只有分清“我国的”还是“外国的”，才能讲国际竞争。各国（处于国际竞争中的）产业是产业国际竞争力研究的对象，而研究者观察的对象是各个产业的产品（服务）和企业。简言之，企业是产业竞争的实体，产品（服务）是产业竞争的最终比较物。所以，认定什么产品是国货、什么产品是洋货，哪些企业属民族产业、哪些企业属外国产业，是产业国际竞争力研究的前提之一。

产业国际竞争力可定义为，在国际间自由贸易条件下（或在排除了贸易壁垒的假设条件下），一国某特定产业的产出品所具有的



开拓市场、占据市场并以此获得利润的能力。就国际竞争而言，国际竞争力的核心就是比较生产力，国际竞争的实质就是比较生产力的竞争。因而，产业国际竞争力的基本含义也可以理解为一国特定产业通过在国际市场上销售其产品而反映出的生产力。对国际竞争力的这种理解，充分体现了当代世界处于市场经济占主体和经济发展处于工业社会阶段这样的时代特征：在市场经济中，经济活动的关键环节是生产效率和市场营销，产业国际竞争力最终通过产品的市场占有份额来衡量和检验。

三、文献述评

1. “民族产业”这一概念还是否适用

有人认为，“民族产业”是一个历史性概念，在新的历史时期，这一概念存在的历史条件已完全不同，因此，要么不再使用这一概念，要么应重新界定这一概念的内涵。他们认为，从世界范围看，“民族产业”这一概念是战后发展中国家取得政治独立后的特殊历史概念，表明了一些国家为了摆脱对原宗主国的依附，改变单一、畸形的产业结构，发展独立完整的“民族产业”体系的强烈愿望。在当今世界经济全球化和一体化的格局中，许多发展中国家已经放弃这一概念，也不再使用“民族产业”这一说法。从中国来看，“民族产业”的概念是在近代形成的，是针对当时西方列强对中国的半殖民地性质的经济掠夺而言，是指半封建、半殖民地时期民族资本所办的企业。现在我们已经完全是完全独立存在的社会主义国家，平等地参与国际分工，因而“民族产业”这一概念存在的历史条件



已完全不同，其内涵不应仅仅是以国内资本发展来对抗外来成分的产业，而应是整个民族的整体产业能力。在我们看来，当今经济全球化的趋势也许会在一定程度上冲击或弱化国家政府的作用，但并没有完全否定国家或民族的差异，因而就像企业与企业一样，国与国之间也面临着竞争。实际上，现实中各个国家正是以自己民族产业的发展为基础来参与经济全球化及其竞争的。因此，尽管我们承认注意“民族产业”所存在的历史条件很重要，但我们并不赞成否定这一概念的做法。而且，尽管在不同历史时期人们对于“民族产业”的认识可能有所不同，但其基本内涵都是本国享有实际控制力的产业。

2. “民族产业”的外延

这方面的说法就更不同了。例如，陈弘提出界定民族产业的两个基本原则是“国民所有权原则”和“品牌原则”，而且，“国民所有权原则”是基础，“品牌原则”则对其做一定的修改，因此，对中国而言，由中方所有或控制股权的、以生产中方拥有品牌产品的企业属于严格意义上的中国民族产业，由中方持有股权的、以生产中方拥有品牌产品为主的企业属于基本意义上的民族产业（卢福财，2000）。也有人提出界定民族产业的两个基本原则是“企业所有权的归属”和“技术控制权的归属”，因此，按第一个原则，由本国个人、法人或政府所有或控股的企业属于民族企业；按第二个原则，无论企业的所有制结构怎样，如果核心技术是由本国控制，该企业就属于本国的民族产业。此外，还有人认为，经济全球化条件下界定民族产业属性的经济控制权主要从三个方面来考虑：一是资本的所有权；二是技术方面的知识产权；三是产品的商标权（金碚，1997）。相对而言，我们倾向于在后一种观点的基础上，把经济全球化背景下的中国民族产业界定为“由中国个人、法人或政府



所有或者控股，以中国技术人员掌握的设备和技術所生产的零部件达到一定的国产化率，产品通常标有中国商标的企业”。这是一种严格意义上的中国民族产业。这种界定比较接近于金碚的说法。在实践中，考虑到产品及其零部件的国产化率很难把握一个合适的尺度，因此，我们可以借鉴陈弘所提出的“国民所有权原则”和“品牌原则”，把中国个人、法人或政府所有或控股、生产中方拥有品牌产品或以生产中方拥有品牌产品为主的企业看做是一般（或简单）意义上的中国民族产业。

3. 重视加入 WTO 的利弊分析，并且急于加入 WTO，但却相对忽视民族产业生存和发展能力的分析

首先，应当指出的是，国内普遍存在着一种把融入经济全球化等同于加入 WTO 的倾向，这实际上是一种概念性的错误，也是一种原则性的错位。如前所述，经济全球化是市场经济的产物，是市场经济发展的历史趋势和现实表现。因此，尽管 WTO 等国际经济组织在经济全球化中的作用越来越大，并且成为经济全球化的一种标志，但是，WTO 就是 WTO，它并不等于经济全球化。实际上，我们可以讨论经济全球化的利与弊，也可以讨论加入 WTO 的利与弊，以及中国是否应该加入 WTO，但不管怎样，经济全球化已经成为一种无法回避的现实，实际上中国也已经融入经济全球化的进程当中。加入 WTO 只是使得中国更紧密、更规范地融入经济全球化。

对于国内学术界广泛讨论的中国加入 WTO 的利与弊问题，我们只想说明两点：一是他们所讨论的只是中国加入 WTO 的利与弊，而不是经济全球化的利与弊，以及中国融入经济全球化的利与弊；二是他们所讨论的只是中国该不该加入 WTO 的问题，所可能影响的也只是中国加入 WTO 的进程、方式和对策，丝毫不能改变中国



已经融入经济全球化的事实。也就是说，我们可以选择是否加入 WTO，但却无法选择是否该融入经济全球化。

与国内学术界所表现出的“慎重”或“理性”明显不同，中国政府似乎更急于早日加入 WTO，但实际上并不知道为何要拼命加入 WTO。如张维迎曾指出的，中国政府在确定是不是加入 WTO 的时候，他们并没有充分地考虑成本是多少、好处是多少，并没有认真地计算过包括每个行业的成本和好处——如果政府真的知道的话，也许就不愿意加入 WTO。换句话说，中国政府实际上把加入 WTO 政治化了，而不是把它看做一个相对独立的经济现象。这种情况乐观的说法，是考虑到经济全球化无法回避，因而希望借助于早日加入 WTO 从而更紧密、更规范地融入经济全球化——但实际上无论我们是否加入 WTO 都改变不了中国已经融入经济全球化的事实；悲观的说法，实际上是对于中国民族产业在加入 WTO 从而更紧密、更规范地融入经济全球化之后的生存和发展能力的麻木不仁。因为，我们越是急于加入 WTO，便越是在加入 WTO 的谈判中处于不利地位，越要付出高昂的、超过正常情况的成本，这必然会提高中国加入 WTO 之后在经济全球化中的运行成本，影响中国民族产业的国际竞争力和在经济全球化中的生存与发展能力。

其次，不仅是中国政府对于民族产业在经济全球化背景下（包括加入 WTO 之后）的生存和发展能力缺乏清醒的认识，即使是国内学术界，也注意到了中国加入 WTO 的利与弊，但却较多地强调近期之弊，更加重视其远期之利，并且因为没有系统地分析影响中国民族产业国际竞争力的深层次原因，以及在经济全球化背景下提高中国民族产业国际竞争力的可行途径，实际上对于经济全球化，特别是对于高成本加入 WTO 之后中国民族产业发



展所面临的困难认识不足、估计过低，而对于其长远的“利”则似乎过于乐观了。

4. 重视外企进入后民族产业所面临压力的分析，相对忽视民族产业走出去参与国际竞争能力的分析

尽管在一般意义上，经济全球化使得国际竞争国内化，也使得国内竞争国际化，似乎进出差别不大，但是在民族产业发展问题上，这里还是存在一定的差异。目前，国内学术界谈论较多的是外企进入中国后对民族产业所形成的压力，或者民族产业发展所遇到的种种困难，诸如外资控股、市场流失、民族品牌落马等，它们所涉及的实际上是外资企业进入中国后民族产业最基本的生存和发展问题。即使是学术界有关外企进入后引起中国市场集中度、市场进入壁垒、市场规模经济、市场垂直一体化的变化的讨论，实际上也主要是着眼于国内市场竞争。

显然，在经济全球化的背景下，中国民族产业的发展不仅仅是一个在外企进入后如何顶住压力、守住市场、维持生存的问题，而且有一个走出国门后在国际竞争中站稳脚跟、抢占市场或置换市场、求得发展的问题。因此，讨论经济全球化背景下中国民族产业发展问题，必须把国内竞争与国际竞争、“守”与“攻”结合起来，综合考虑中国民族产业的国际竞争能力。

尽管我们也承认，在相当长一段时间里，中国民族产业参与经济全球化背景下的国际竞争还主要表现在国内市场上迎接外国资本和外国企业挑战的问题，但是，并不能因此而否定对于中国民族产业在经济全球化背景下的国际竞争力的分析，必须同时考察其“顶得住”和“出得去”两方面的问题。一方面，从总体上讲，“顶不住”也就很难“出得去”，而“出不去”也就很难“顶得住”；另一方面，某一个局部或某些局部



“顶不住”不要紧，其他局部必须“顶得住”，或者在国际市场上得到一定的“置换”。如果每个方面都“顶不住”，中国民族产业在经济全球化背景下就很难获得适当的发展机遇，因此，考察中国民族产业在国内市场上接受外国企业挑战的能力至关重要。但是，同样不能忽视的是，如果我们在由于某些方面的竞争能力较差而失去部分市场的同时，能够凭借其他方面较有力的竞争力而在国际市场上得到一定的置换，那么中国民族产业在经济全球化的背景下同样能够获得较大的发展空间，这样才更符合经济全球化背景下国际分工和民族产业发展的正常格局，因此，考察中国民族产业在国际市场上的竞争能力同样不可缺少。这就意味着，我们必须综合性、多层次、分角度（或分行业甚至分产品）地考察中国民族产业在经济全球化背景下的国际竞争力。

5. 侧重一般性的讨论，或者进行某些方面的局部比较或个案分析，相对忽视中国民族产业国际竞争力的综合性、多层次、多方面的系统分析

从一定程度上讲，目前国内学术界对于中国民族产业国际竞争力的分析主要表现为两个极端。一是在国家的意义上一般性分析中国的国际竞争力，实际上主要是进行综合国力的简单比较。二是在行业（或企业）的意义上进行中外若干行业实力的简单比较。相对而言，几乎没有人适当的理论分析基础上，对于经济全球化背景下中国民族产业的国际竞争力进行综合性、多层次（如国家、行业、企业）、多方面（如按主要行业或主要产品）的系统分析。尽管这样做的难度很大，但是对于全面把握中国民族产业在经济全球化背景下的国际竞争力来说却非常必要，因此，哪怕是最简单的初步



尝试也是很有意义的。

6. 偏重讨论中国民族产业国际竞争力较差的种种表现，相对忽视更深层次原因的系统分析，以及现实可行性的对策分析

经济全球化背景下中国民族产业国际竞争力分析是一个实践性很强的题目，因此，重要的不仅在于发现问题，更在于进一步分析问题和设法解决问题。但是，从我们目前所接触到的材料来看，国内学术界从不同角度讨论和描述中国民族产业国际竞争力较差的种种表现的文献较多，分析其根源并指出对策建议的相对较少。而且，在现有的对于中国民族产业国际竞争力较差的原因进行分析并提出对策建议的文献中，有不少也仅限于表层分析，某些对策建议明显失之偏颇，至于能够进行深层次原因的系统分析，以及现实可行的对策分析的文献则为数不多。这种情况更要求我们在理论与实践相结合的基础上，客观揭示中国民族产业国际竞争力的真实水平，系统分析其深层次的影响因素，有针对性地提出某些现实可行的对策建议。这可以说是本书的主要动因。

四、本书的主要内容、分析框架及创新之处

1. 主要内容

经济全球化已经无法回避，并且对中国民族产业发展产生了深刻影响和巨大压力。然而，国内学术界对于相关问题的研究却存在许多不足，特别是对于中国民族产业在经济全球化背景下的生存和发展能力，以及如何提高中国民族产业的国际竞争力还缺乏比较系