

☆中国企业发展先机导视☆

□顾问／常修泽

□主编／王小广

□云南人民出版社

# Made in China 中国制造

就业、人才与企业发展

常兴华／著

☆ 中国企业发展先机导视

# Made in China 中国制造

就业、人才与企业发展

常兴华 / 著

### 图书在版编目 (CIP) 数据

中国制造: 就业、人才与企业发展/常兴华著.  
昆明: 云南人民出版社, 2004.10  
(中国企业发展先机导视)  
ISBN 7-222-04211-3

I. 中… II. 常… III. 制造业-工业经济-经济发展-研究-中国 IV. F426.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 094384 号

责任编辑: 周 祥

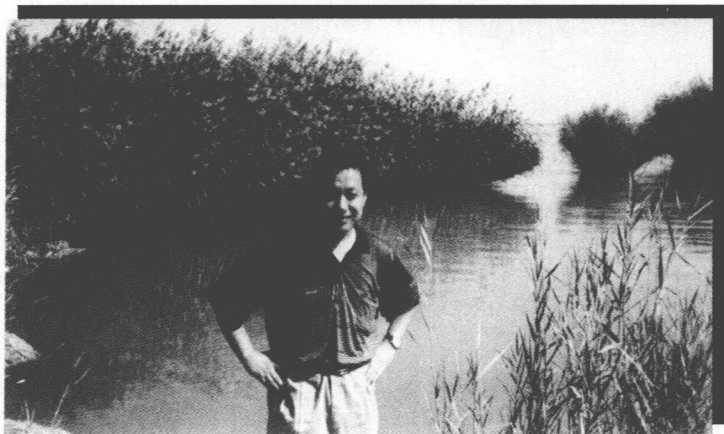
装帧设计: 袁亚雄

责任印制: 刘伟能

|        |                         |
|--------|-------------------------|
| 书 名    | 中国制造——就业、人才与企业发展        |
| 作 者    | 常兴华                     |
| 出 版    | 云南人民出版社                 |
| 发 行    | 云南人民出版社                 |
| 社 址    | 昆明市环城西路 609 号           |
| 邮 编    | 650034                  |
| 网 址    | ynrm.peoplespace.net    |
| E-mail | rmszbs@ public.km.yn.cn |
| 开 本    | 889 × 1194 1/32         |
| 印 张    | 8.5                     |
| 字 数    | 190 千                   |
| 版 次    | 2004 年 10 月第 1 版第 1 次印刷 |
| 排 版    | 云南文化照排有限公司              |
| 印 刷    | 云南新华印刷一厂                |
| 书 号    | ISBN 7-222-04211-3      |
| 定 价    | 20.00 元                 |

尊敬的读者: 若你购买的我社图书存在印装质量问题, 请与我社发行部联系调换。

发行部电话: (0871) 4194864 4191604 4107628 (邮购)



## 常兴华

山西长治人，国家发展和改革委员会经济研究所收入分配和消费研究室副主任、信用研究中心副主任，中国信息协会信用信息服务委员会专家组成员，副研究员。一直从事收入分配、劳动就业等领域的研究工作。先后参加或主持国家发改委及其他政府部门、有关国际组织、相关学术基金等研究课题二十余项。曾出版《经济变革中的黑箱——聚焦中国收入分配》、《跨越消费门槛》、《共同富裕》等个人专著，参与《工资效益问题分析研究》、《中国宏观经济政策报告》、《公平与效率》等十余部著作撰写，在《经济日报》、《管理世界》、《经济学动态》、《经济研究参考》等报刊发表论文一百余篇。

# 前言

常修泽

国家发展和改革委员会  
经济研究所原常务副所  
长、博士生导师

人类已经进入充满魅力的 21 世纪。本世纪的头 20 年是中国经济发展的战略机遇期，这对数以百万计的中国企业来讲无疑是历史性的机遇。讲到机遇，不禁使我想起唐朝皇甫枚的两句名言：“机不旋踵，时不再来。必发今宵，无贻后悔。”现在，我们对面临的历史机遇必须紧紧抓住，不可错过。抓住这一历史先机者将得“天下”。企业的“天下”就是市场——全国的市场、全球的市场；企业得“天下”后就可凭借巨大的市场需求，深入人们生活的各个层面，为他们提供最优质、最方便的商品和服务，进而获得利润的回馈。现代企业有两个重要功能，一个是直接满足人们的生活需要，以消费者的需求为导向，创造出丰富多样、物美价廉的商品和服务；第二个功能就是发现和创造新的供给，挖掘出巨大的新的消费潜能。如美国著名管理经济学家托马斯·彼得斯所言：“不是取得一份较大的馅饼，

而是设法烙出一块较大的馅饼，最好是烙烤出一块新的馅饼。”<sup>①</sup> 这是两个不同的功能，前者是满足现实的大众需求，后者是前瞻性预见和创造新的需求，大多数企业具有第一个功能，而优秀的企业不仅具有第一个功能而且具有第二个功能，由于第二个功能重在“创新”（包括产品、生产和消费方式的创新）、重在发现和创造新的潜在需求，具有开拓者的风范，因而是战略型企业，或者按《基业长青》的作者的說法就是它們属于高瞻远瞩型企业，它們是最后得市场天下的“王者”。

未来 20 年，中国企业有机会成为这样的“王者”。因为世界赋予中国企业发展的机遇是巨大而独特的。为什么跨国公司青睐中国？是因为劳动力便宜吗？当然包括这一因素，但又不完全是，因为中国劳动力固然便宜，许多国家如越南、非洲和南亚国家劳动力比我们更便宜，它们却并不在意，说明劳动力便宜只是一个居次要地位的理由；是因为中国政策更优惠吗？固然是原因之一，但政策优惠的国家不止中国一个。依我之见，主要是因为中国的大市场——处于高速增长阶段的中国大市场。这里有两个关键词：“高速增长”和“大市场”。“大市场”不仅在于其现有规模大，更在于其潜在市场规模特别巨大。设想一下，如果中国人均 GDP 达到美国的 1/4，那么中国的市场规模将与美国相当，而现在中国的人均 GDP 仅 1 000 美元，总规模仅及美国的 1/10；如果中国人均 GDP 达到美国的一半，那么

---

<sup>①</sup> 参见 [美] 托马斯·彼得斯：《乱中取胜——美国管理通鉴》（中译本），科学普及出版社 1988 年 12 月版，第 75 页。

中国的市场将超过美国一倍，而美国占全球市场的份额是25%左右。有潜在在大市场需求还不行，现在的印度也有，许多人口大国都有，但中国与众不同的就是它经过20多年的改革开放，已经实现了第一次起飞，而且现在的发展仍处于高成长阶段，在我国人均GDP超过1000美元后，正进入到一个新的发展阶段。

在这一新的发展阶段，中国经济结构和经济体制均将发生深刻而剧烈的变化，即在战略机遇期中，中国经济将发生深刻的“三大变局”。一是产业升级和加快发展是中国经济进入新的发展阶段最重要的变化特征之一，在消费结构升级的驱动下，工业化进入到新型工业化特征的新阶段，产业升级和加快发展为中国企业“做大做强”、走向世界提供直接推进力。二是未来20年，中国人的生活水平将跃上一个新的“大台阶”，即绝大多数人都过上“小康生活”。在这一新的“大台阶”上，不仅人们的生活将发生重大变化，而且整个社会经济形态都将发生转变，由农业社会向工业社会和城市社会转变。城市化加速以及整个社会消费结构的升级，将不断地释放出巨大的消费潜能，这是未来中国企业高成长的根本动力和保证。三是在中国宏观经济体制和微观经济体制随着结构的深刻变化和市场化程度的不断提高，将发生深刻而又规范的变化，以股份制为主要组织形式的混合所有制经济形态将成为支撑中国经济持续高速发展和不断升级的微观基础。

由云南人民出版社组织出版的这套“中国企业发展先机导视丛书”，正是围绕着中国经济将要发生的这“三大变局”，分析其给中国企业成长所创造的各种发展机遇。该丛

书之一的《战略机遇——中国企业生存和发展趋势》（以下简称《战略机遇》）和之二的《中国制造——就业、人才与企业发展》（以下简称《中国制造》）两本书围绕着产业升级和加快发展这一经济结构的变局，从不同的侧面分析中国企业发展所面临的国内、国外产业发展环境、机遇和问题。《战略机遇》一书的作者从宏观经济与中观经济（产业结构变化和区域经济格局的变化）结合这一新角度，采取实证和规范结合的方法，分析中国企业发展在新的宏观和中观经济形势下面临的新机遇、内在障碍及发展趋势。而《中国制造》则深入分析“入世”后中国经济逐步与世界经济接轨这一新形势下，中国制造业升级和扩张所面临的历史机遇，“中国制造”国际地位的确立是解决“中国就业不足”和“制造人才”两大问题的必要选择。而该丛书之三《小康梦寻——全面建设小康社会综观考察》则紧紧围绕着全面建设小康社会这一中华民族的宏伟目标，从生活方式、消费结构变化和城市化等小康社会建设的重要方面，分析未来的人们生活水平不断改善和提高的动力和内涵。丛书之四《民营经济——发展的新机制、新动力和新机遇》则从民营经济成长的环境正在发生深入而持久的变化入手，分析民营经济（企业）内在体制和结构的变化，及其对中国新一轮经济高速发展的作用和未来所面临的各种投资机会。

综观这套丛书，细研究起来，有以下特点：（1）分析角度新、把握“脉搏”准。丛书作者中多数长期在国家宏观经济综合管理部门的下属研究机构工作，对中国的宏观经济与中观经济的发展趋势有深入的了解，对中国发展的“脉搏”有较好的把握，加之理论分析和实证研究功底均较

深，因此，作者们从宏观与中观结合这一新角度，把握中国未来20年的经济发展环境、结构和体制的变化，比较准确和到位。(2)观点新颖，不落俗套。未来是复杂的、多变的、极难把握的，恰似一个“不确定的世界”，同时，讲未来也是最容易空泛和不着边际的。特别是对战略机遇期这样的一个大命题，把握起来很难，但该丛书的作者们不仅论证求真务实，而且观点鲜明、新颖，不落窠臼。(3)有强烈的忧患意识。中国知识分子自古就有“忧患意识”，在当代，作为对中国经济深层矛盾有把握的经济学家忧患意识更强，这套丛书的作者们在他们的字里行间体现了一种对未来充满希望、又对现实充满着忧患的认真态度，难能可贵。

中国的发展是有希望的，中国的和平崛起是不可阻遏的，当然这种不可阻遏的崛起只是一种趋势，她需要政治家、经济学家、企业家和广大民众的不懈努力和追寻。我相信，在战略机遇期面前，对中国人来说，将会是一个创造更加美好未来的新起点。

在丛书出版之际，写上述的文字，愿与成千上万企业的朋友们共同探索、创造我们企业美好的未来！

是为序。

2004年4月14日于北京世纪城

# 序

制造业在中国的经济发展中具有重要的地位。而从世界制造业的发展来看，现阶段也到了一个重要的转折时期。对中国的制造业的发展状况如何认识？中国的制造业下一步的发展思路是什么？等等问题，引起了人们越来越多的关心和重视。

从研究角度，目前对中国制造业进行系统研究和论述的成果并不多见。一段时间以来，笔者对中国制造业的发展现状、问题和战略思路颇为关注，进行了一些思考和总结。而较长时间以来，又对就业、收入分配等问题进行了更多的研究，并取得了一些研究成果。

笔者以为，大力发展我国的制造业，全力打造“中国制造”是有助于解决现阶段的就业、甚至是收入分配等问题的。由此，通过发展制造业来突破现阶段就业问题的制约成为了本书重点论述的内容之一。谈到制造业就业问题，也必然要谈到制造业人才问题。而在目前，无论从制造业

整个行业来说，还是从单个的制造业企业来说，“制造人才”问题已经成了发展中的一大制约因素。本书尽可能对制造业人才问题进行全面分析。从目前的研究现状看，从“就业”和“人才”对制造业进行论述，这样的分析角度应是较新的。

制造业企业发展问题在本书占了较多的篇幅，在给出了具有阅读意义和参考价值的大量信息后，针对中国制造业企业发展中存在的问题，对企业发展战略的选择和竞争力的培育提出了建设性的看法。希望这里提出的建议对企业界是有用的。

本书开篇对制造业现状的分析，以及后面对制造业总体发展思路的分析也是很重要的，这里面包括了对“中国要不要成为世界制造中心”、今后制造业发展趋势等热门问题的分析。而对不同区域制造业发展特点和发展思路的分析，则是笔者在对不同地区制造业发展进行考察后的一些思考。

总体来看，本书的论述思路在于，通过制造业现状、制造业就业、制造业人才、制造业企业发展、不同区域制造业发展思路等几条主线，全面论述中国制造业的发展状况和发展思路。而就业、人才和企业发展是论述的重点内容。

在论述方式上，笔者注重了可读性、生动性和灵活性。注意通过具有冲击力的信息展示，使读者强化对叙述内容的认识。当然，在信息展示的背后，是要进行深入的分析，包括提出一些学术观点。如笔者近日一份引起一些人注意的研究报告——《如何认识当前制造业就业情况的变化？》

(国家发改委宏观院《调查、研究、建议》2003年12月31期，中经网2004年3月“专家视角”)，在本书中就进行了更为全面和深入的分析。

本书的主要内容如下：

第一章主要论述中国制造业的发展状况。包括制造业的定义和分类，制造业的发展现状及其在行业和地区的特点；“中国制造”在世界的位置，中国制造业出口的国家 and 地区分布以及制造业中主要产品的出口状况等。就有关“中国要不要成为世界制造中心”的争论进行了重点分析，并提出了自己的判断，同时得出了“‘中国威胁论’站不住脚”等结论。第二章分析了“入世”后的中国制造业，分析了“入世”对制造业各行业的影响及带来的就业变化，并对“入世”后到目前阶段制造业的一些发展变化进行了分析。第三章分析了如何通过打造“中国制造”，以寻求对现阶段就业制约的突破；分析了当前的就业形势及制造业就业情况的发展变化，提出“中国的工业化发展进程决定了制造业的就业潜力巨大”、“劳动密集型制造业对就业的贡献更多”等观点。提出了如何通过制造业的发展以使得就业容量增大的发展思路，提出“让农民转移出来有工可做，是解决城乡和地区收入差距的一个重要环节”的观点；同时分析了一些发达国家制造业的就业情况。第四章分析了制造业所需的“制造人才”问题，论述了打造“制造人才”和提高农民工素质以适应制造业不断发展的要求等问题。第五章是本书的重点，论述了制造业企业的发展空间和战略等问题，分析了中国制造业企业的发展现状以及制造业企业的竞争力的培育等问题。第六章从区域角度分析

了不同区域如何打造“中国制造”。论述了不同区域的制造业，分析了产业转移的发展趋势和东、中、西部三大区域制造业的发展思路，提出东部要“使得先进制造业和传统制造业同步提升”，中部要“保持原有优势，提升制造业水平”，西部要“逐步增强竞争力，拓展制造业发展空间”等观点。第七章论述了中国发展制造业的优势和差距，分析了中国制造业的发展潜力、发展思路和发展趋势。本书最后分析了全面小康社会建设过程中制造业的贡献。

笔者深深感到，制造业及相关问题是非常复杂的，涉及面也非常广，其为我们学习和思考留下的空间也是非常广阔的。无论如何，本书仅是一家之言。而笔者学识有限，加之写作时间仓促，书中定会有不少疏漏之处。望广大读者和同仁予以批评指正。

常兴华

2004年4月于北京塔院消夏园

# 目 录

|     |                                |    |
|-----|--------------------------------|----|
| 第一章 | “中国制造”——发展状况及争论                | 1  |
| 一   | “中国制造”在国民经济中的位置                | 1  |
| 二   | “中国制造”在世界——地区分布和产品             | 8  |
| 三   | 中国要不要成为世界制造中心——全球制造业的转移和“中国制造” | 19 |
| 第二章 | 压力和机会——“入世”后的中国制造业             | 37 |
| 一   | “入世”对制造业各行业的影响及带来的就业变化         | 37 |
| 二   | “入世”后制造业的一些发展变化                | 47 |
| 第三章 | 打造“中国制造”——突破就业的制约              | 51 |
| 一   | 日益严峻的就业形势                      | 51 |
| 二   | 制造业的就业容量                       | 56 |
| 三   | 不同国家制造业的就业容量                   | 71 |
| 四   | 制造业的发展和就业容量的增大                 | 79 |
| 五   | 让农民转移出来有工可做                    | 92 |

|            |                                |
|------------|--------------------------------|
| <b>第四章</b> | <b>打造“中国制造”——先打造制造人才 96</b>    |
| 一          | “制造人才”的打造 96                   |
| 二          | 提高农民工素质,适应制造业不断发展的要求 113       |
| 三          | 制造业企业人才和人力资源开发 121             |
| <b>第五章</b> | <b>制造业企业——发展空间和战略 124</b>      |
| 一          | 现阶段制造业企业数量及特征 124              |
| 二          | 制造业企业的发展——产值及效率 129            |
| 三          | 劳动密集型制造业企业——占据主导地位,发展潜力巨大 132  |
| 四          | 中国 500 强中的制造业企业 134            |
| 五          | 我国制造业企业发展中存在的问题 156            |
| 六          | 制造业企业的进一步发展——发展战略和竞争力的培育 176   |
| <b>第六章</b> | <b>打造“中国制造”——区域推进和逐步提升 198</b> |
| 一          | 不同区域的中国制造业 198                 |
| 二          | 制造业的区域推进和逐步提升 218              |
| <b>第七章</b> | <b>顺应潮流——我国制造业发展思路和趋势 226</b>  |
| 一          | 中国制造业的发展潜力 226                 |
| 二          | 顺应潮流——我国制造业发展思路 237            |
| <b>附 录</b> | <b>全面小康社会的建成和制造业的贡献 244</b>    |
| 一          | 均衡与协调——全面小康社会的建成 244           |

二 全面建设小康社会中制造业的贡献 245

主要参考文献 251

# 第一章

---

## “中国制造”——发展状况及争论

### 一、“中国制造”在国民经济中的位置

#### (一) 关于制造业的定义和分类

1. 制造业的定义——内涵未变，但外延已大大拓宽  
关于制造业，可以追溯得非常久远。

从纵深的历史角度看，人类由猿到人的进化，制造工具和使用工具起着关键作用。正如恩格斯说的，“直立和劳动创造了人类，而劳动是从制造工具开始的。动物所能做到的最多是搜集，而人则从事生产。”我们可以把原始的工具制造看成是人类社会制造业的萌芽。

我们一般把制造业定义为：“通过加工，把原材料转化为产品的工业”，产出物是产品，其增值主要在加工过程中得以