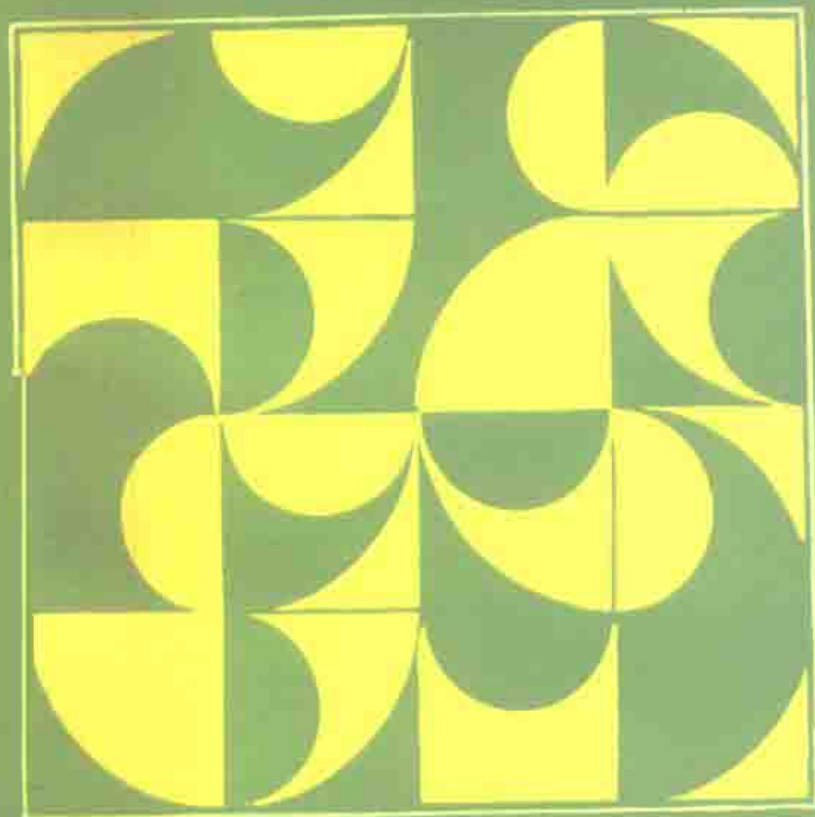


● 90年代企业发展战略丛书 陈 重主编

# 中国企业 与国际竞争

饶元煦 林志扬 著



学  
国  
建  
19  
业  
士  
有  
·  
经  
企  
务  
社  
担  
课

学  
年  
企  
业  
定  
业  
著  
组  
理  
写  
管

《90年代企业发展战略》丛书

总顾问：袁宝华

主 编：陈 重

# 中国企业 与国际竞争

饶元煦 林志扬 著

中国发展出版社

## · 内容简介 ·

作者站在改革开放的大视角下，根据马克思主义政治经济学的基本原理，对我国企业如何参与国际竞争提出了许多有启发性的见解。作者从国际竞争的特点与导向、企业竞争行为与机制、组织管理与竞争能力、竞争谋略以及我国企业参与国际竞争应注意的问题等方面，深刻阐述了参与国际竞争与我国企业发展的关系。是我国企业走向国际市场的一本重要参考书。

### 中国企业与国际竞争

\*

中国发展出版社出版发行  
(北京市西城区金果胡同8号)

邮码：100035

新华书店北京发行所经销  
北京印刷二厂印刷

---

787×960毫米 32开本 7.75 印张 142千字

1991年6月第1版 1991年6月第1次印刷

印数：1—5000册 定价：3.20元

ISBN 7-80087-017-0/F·16

# 《90年代企业发展战略》

## 丛书编委会

总顾问：袁宝华

顾问：杨洪

顾问兼企业家指导：马杰 国林 褚时健  
李寿田 徐世彬 贺端湜  
张和 张瑞敏 傅庆馥  
姚逸鸿

主编：陈重

副主编：霍心一 荣德邻 江敦岩

编委：（按姓氏笔划为序）

于海燕	王凯	兰巨申	刘义
刘岩功	刘雄飞	江敦岩	陈重
陈静	陈晓田	冷志福	邹德良
庞友谅	赵群	荣德邻	贾树亭
梁尚诚	梁耀童	笄新亚	霍心一

## · 写在前面 ·

杰出的未来学家奈斯比特在他的代表作之一——《2000年大趋势》一书中，曾经分析论述了90年代全球十大趋势。其中他预测的第一个趋势，就是90年代将表现为“兴旺的全球经济”。其理由是：科技的发展已使物质、粮食和能源不致匮乏；各国减低税率的行动使人们更勤奋地工作，通货膨胀及利率将受到控制；亚洲庞大的经济力量将增加消费需求；对民主、自由的要求将有利于企业的发展；冷战结束将令世界走向和平繁荣；国际合作有利于环境保护；欧洲一体化之后，将使北美、欧洲和日本连成一个自由贸易的金三角，而通信和信息业的发达，则将促进全球经济的发展。

不管奈斯比特的预言正确与否，可以肯定的是，90年代对于任何一个国家（包括企业）来说都是充满挑战与机遇的年代。它一定会出现许多不同于80年代的新现象、新课题。这些新的因素将对企业经营产生什么影响，很大程度上决定了企业的发展方向。

90年代，无论从经济意义还是从政治意义上来讲，它对我国经济发展和企业发展都是具有决定性的年代。我们面临的形势是十分严峻的：人口增长过快且素质不高，经济基础薄弱且效率低下，地区发展不平衡且结构不尽合理等等，这些问题很可能成为我们在2000年国民生活实现小康水平的主要障碍。

与此同时，我们还面临着国际政治经济形势的巨大变化。局部动荡的加剧和各种政治力量的重新组合，将导致新的政治经济格局的形成。特别是东欧的变化、苏联的动荡，预示着社会主义面临新的挑战。在这种复杂而又具有压力的形势下，社会主义出路只有一个，就是要实事求是又坚定信念，通过改革竭尽全力地把国民经济搞上去，力争创造比资本主义更高的劳动生产率，使整个社会走上共同富裕的道路。唯此，社会主义才会真正具有说服力，凝聚力。只要我们认真把自己的事情办好，把国力增强，世界就不会无视中国这样一个大国的存在。而要实现这一目标，要发展经济，就必须搞活企业，突出解决增强大中型企业的活力问题。

正是基于这种认识，我和一些同仁发起编写《90年代企业发展战略》丛书，希望对中国企业的改革与发展尽微薄之力。本套丛书不是预测丛书，关于对90年代企业发展的预测，我已在由我同霍心一、相志雄同志主编的《90年代中国企业发展战略》（中国财经出版社1990年版）一书中，做过较

为详细的探讨。这套丛书是试图通过80年代反映出来的我国企业出现的问题，来探讨企业应该如何解决，应该从哪方面来着重进行努力。

那么，80年代我国企业所暴露的问题(或弱点)主要有哪些呢？

第一，企业对外部环境变化特别是对市场的适应能力较弱。改革把我国企业从几十年高度集中的体制下推向市场。但由于企业走向市场的时间还短，再加上我国实行的是有计划的商品经济，企业特别是国营大中型企业还不可能完全地参与市场竞争，因此，企业应付市场变化的能力还不强，特别是在宏观环境急剧变化的情况下更是如此。1988年开始的经济上的治理整顿，就促使不少的企业暴露了这方面的问题。

第二，技术和管理水平还不高。技术与管理是推动企业发展的两个轮子。技术落后与管理落后是我们一直想解决但又没能解决的两大难题。80年代我们在引进国外先进技术设备、投资进行大中企业的技术改造等方面做了相当的努力，我们在强化企业管理方面也做了大量的工作，这两方面也收到一定的效果。但是我们在技术引进的实效上和企业基础管理工作方面同国外企业相比，还有很大的差距。这将构成对90年代我国企业发展的一个威胁。

第三，企业劳动生产率低。改革为促进我国劳动生产率的提高做出了令人瞩目的贡献。但由于我国人口增长过快，社会保障系统不健全，以及企业

体制改革的艰难，都使我国的劳动生产率低的局面无法彻底得到改变。从国际比较看，我国低工资的优势正在被低效率所吞食。以机械制造业为例，我国的人均劳动生产率大约只有美国的1/26，台湾的1/10；在棉纺业，国外先进水平1万纱锭只需要7个工人，而我们却需要300个职工！我们每年的投入不比日本少，但国民生产总值只相当于日本的1/4。因此，下大气力，通过各项配套改革措施来促进劳动生产率的提高是我国企业在90年代的一项艰巨的任务。

第四，国际竞争能力不强。企业管理水平和经济实力的强弱关键要看其国际竞争能力如何。国际化经营是未来企业发展的主要趋势。80年代我们制定并开始实施沿海地区发展战略，一方面通过吸引外资，推动了三资企业的发展，另一方面一批企业通过产品的出口和在国外建厂，以此提高了参与国际竞争的能力。但从整体和需要看，这仍是很初步的。我们尚不具备足以占领国际市场的拳头产品，更不具备能够与国际强劲对手相抗衡的企业集团。因此，如何按国际惯例管理企业增强企业的国际竞争能力，更是一个新的课题。

正是基于对上述问题的认识，我们就会迫切地感到90年代对于我们是何等的关键。我们面临的来自外部的挑战莫过于我们自身。因此我们要把文章做在90年代，做好在90年代，因为它是通向21世纪的桥梁。《90年代企业发展战略》丛书理应在这方面



贡献自己的一份智慧和尽一份责任。

我衷心地感谢袁宝华同志和杨洪同志能够担任本套丛书的总顾问和顾问。我认为这是对丛书的最大支持。宝华同志长期担任我国经济综合部门的领导工作，对我国企业改革政策的制定和实施，对推进我国企业管理的现代化做出过杰出的贡献。正是由于他几十年呕心沥血且卓有成效的努力，使他在中国的经济界和企业界享有崇高的威望。同时，也正是由于他的指导和支持，才使我们在企业研究水平方面的提高成为可能。

此外，我还必须感谢我所邀请的十名厂长（经理）担任本套丛书的顾问兼企业家指导。邀请这些企业家的目的是要在选题上广泛征求他们的意见，避免理论脱离实际，使选题更贴近企业，既有针对性，又有指导性。这十名企业家都是国内最优秀的企业家，他们经营的企业都是国内最好的企业，同时他们又都是我在企业界最好的朋友，跟他们在一起，我便感到充实。此外，我还要感谢香港耀宝集团公司董事长姚逸鸿先生担任本套丛书的顾问兼企业家指导，姚先生敏锐的经营头脑以及他对国内企业改革现状与出路的精神见解和分析，给我留下了深刻的印象。正当不惑之年的姚先生，他的经历、资质与岁月相伴，预示着潜在的但却是强劲的发展势能。我希望在今后同他的交往中得到更大的收益。

本丛书从酝酿到出版，始终得到中国发展出版社原社长禾村等同志热心支持和鼓励，在此一并表

示谢忱。

愿《90年代企业发展战略》丛书成为企业界及  
关注企业界发展的社会各界的忠实朋友。

陈 重

1991年元月于北京

# 目 录

绪论——企业竞争原理概述·····	( 1 )
一、竞争 企业竞争的含义及其存在的条件·····	( 2 )
二、企业竞争的特征·····	( 5 )
三、企业竞争的类别·····	( 9 )
四、优胜劣汰是企业竞争的规律·····	( 17 )
五、社会主义制度下企业竞争的性质与作用·····	( 19 )
第一章 企业积极参与国际竞争是时代的要求·····	( 24 )
第一节 对外开放及参与国际竞争·····	( 25 )
第二节 对外开放与发展外向型经济·····	( 30 )
第三节 外向型企业是参与国际竞争的主力军·····	( 34 )
第二章 国际竞争的特点与竞争导向·····	( 43 )
第一节 世界经济多极化的发展导致形成多元化竞争·····	( 43 )
第二节 贸易保护主义的重新抬头	

	导致形成强烈的反保护 竞争·····(49)	
第三节	区域性经济集团的发展导致 形成多种形式的联合竞争·····(57)	
第四节	跨国公司的兴起导致形成垄断 与反垄断竞争·····(62)	
第五节	高技术的发展导致形成 集约式竞争·····(66)	
第三章	企业的竞争行为与竞争机制·····(71)	
第一节	国际市场结构的剖析·····(71)	
第二节	企业的竞争行为·····(77)	
第三节	企业的竞争机制·····(87)	
第四章	组织管理与竞争·····(103)	
第一节	组织结构与竞争能力·····(103)	
第二节	企业规模与竞争能力·····(107)	
第三节	组织精神与竞争能力·····(116)	
第五章	国际竞争的营销策略·····(122)	
第一节	进入国际市场前的竞争 准备·····(122)	
第二节	国际市场竞争策略的整体 配合·····(129)	
第三节	国际市场竞争所采用的主 要贸易方式·····(143)	
第六章	技术竞争策略·····(148)	
第一节	技术竞争力是企业竞争力 的源泉·····(148)	

第二节	调整产业结构参与国际 竞争.....	(153)
第三节	企业的科研开发政策.....	(156)
第七章	信息竞争策略.....	(165)
第一节	经济技术信息的特征.....	(166)
第二节	经济技术信息竞争策略.....	(170)
第三节	经济技术信息收集的重点 内容.....	(175)
第八章	培养竞争型人才策略.....	(178)
第一节	人才决定企业的竞争能力.....	(178)
第二节	参与国际竞争企业的人才 素质与结构.....	(183)
第三节	企业竞争型人才的培养.....	(191)
第九章	企业要在参与国际竞争中崛起.....	(198)
后 记	.....	(236)

## · 绪 论 ·

# ——企业竞争原理概述

当今世界是一个充满竞争的世界。认识竞争、学会竞争、正确地开展竞争，以优取胜，淘汰落后，已成为人们越来越应重视的问题了。

竞争是商品经济的产物<sup>①</sup>，只要有商品生产和商品交换，就必然存在着竞争。随着商品经济的发展，企业间竞争已呈现出日益激烈的趋势，为了迎接竞争的挑战，突破传统观念对竞争的束缚，我们有必要先从理论上认识竞争的原理，进而认识参与国际竞争的重要性，掌握竞争的策略，努力创造一个有利于企业参与国际竞争的社会经济环境，为社会主义经济建设服务，这是本章绪论所要研究探讨的目的和内容。

---

① 竞争通常有自然界的竞争（如物种竞争）和社会竞争之分。而企业竞争是社会竞争的一种表现。企业竞争是与商品经济相连，与商品经济的发展共始终的。本书在这里所讲的竞争是指它是商品经济的产物，它主要界定于经济领域的竞争而言。

## 一、竞争、企业竞争的含义及其存在的条件

研究企业竞争，首先需要认识什么是竞争？按照中国古文字的解析，“竞”字是并立的二兄，争是二手拽物，它是讲二人争夺一物的意思。因而可解析简单理解为是一种利益的争夺。那么竞争的通俗含义就可理解为竞争者为实现自身利益而进行的一种争夺。

竞争之所以发生和存在，客观有四个条件，竞争才会形成。这对于认识什么是竞争是十分重要的。

第一，个别利益的存在。没有个别利益为动力就不会有竞争。竞争的目的就是要争取这种利益的实现。

第二，竞争的对手不只一个，而机会却是有限的。如果机会多，容量大，又没有竞争对手，也就不必要开展争夺，二人争一物，就因为物品的有限性，才会形成竞争的局面。

第三，个体差异的存在。有差异就有优劣之分，长短之分，有优劣差异才有争夺的架势，也才会出现竞争。创造优势，发挥优势，是增强竞争实力之本。

第四，竞争要求机会均等，自由选择。竞争总是在双方机会均等的基础上开展公平竞争。机会不

均等，竞争就不平等，那就难于使竞争持久发展。

这是认识一般竞争的基本点，也是竞争产生与存在的基本条件，认识了竞争的含义，就有助于我们来进一步理解企业竞争。

企业是国民经济的基本细胞，是从事工业生产和商品流通的直接承担者，所以研究企业竞争是界定于经济活动的领域范围内来理解企业竞争的含义的。列宁说：“为共同市场而劳作的独立生产者之间的关系，叫着竞争”。<sup>①</sup>为了进一步理解企业竞争的含义，现在我们先了解企业竞争的产生与存在的条件。企业竞争除上述一般竞争所具备的条件之外，它所强调的条件有：

第一，由于商品经济的存在，在商品经济的条件下，才产生有企业竞争。这就是说，企业竞争是商品经济的必然产物，不是商品经济，就不存在有商品市场，也就不存在着企业竞争，这是商品经济活动的一般规律。所以竞争是商品经济的必然伴侣。在这种条件下，企业参与竞争，企业必须作为商品生产者和经营者的身份而出现。企业如果不是一个具有自主经营、自负盈亏、具有自我发展能力的商品生产者和经营者，就不可能参与竞争，也没有条件参与竞争。

第二，企业开展竞争的主要场所，是在商品市场进行的。因而市场发育完善的程度，是决定企业

---

① 《列宁全集》第3卷，第81页。



竞争能否健康发展的重要条件。

第三，企业竞争要求是平等竞争。这是因为企业竞争主要是围绕着商品生产和商品流通的范围而进行的，因而在商品交换的过程中，表现为供求双方都应是平等的，这是商品经济的基本特性，因而交换双方是完全可以自由选择、是相互独立的，这是企业竞争得以实现的物质基础。

第四，企业开展竞争的动力与压力是来自对企业自身的经济利益的追逐。竞争原理告诉我们，由于商品市场供求的有限性，而企业之间又存在着个别差异，这就迫使企业为了自身利益就要去争取自己优势的最大发挥。这就是说，开展企业竞争是以获取更多的经济利益为条件的，不能获得相应的经济效益，企业就失去竞争的意义。

从上面简要的阐述中，我们可以综合归纳出什么是企业竞争的主要含义：企业竞争就是指在商品经济条件下，企业作为商品生产者和经营者为了争取实现企业自身的经济利益，为创造出有利的商品生产和商品流通的条件而进行的争夺。这一含义的表述，不难看出，它主要阐明了四个观点：

1. 企业竞争是商品经济产物的观点。企业作为商品生产者和经营者，客观上就存在着参与竞争的必然性，所以企业经营者一定要树立强烈的竞争观念，认清形势，主动积极地参与竞争。

2. 企业参与竞争，必须靠自己实力的观点。只有靠充分发挥自己的优势，才有竞争实力。企业