

C H I N A

I N D U S T R I A L M A P

中国产业地图

全球并购研究中心 编

产业 中国 地图

2003

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

C H I N
I N D U S T R I A L M A P

中国产业地图

2003

F121.3-55/1

7

图书在版编目(CIP)数据

中国产业地图(2003)/全球并购研究中心编. —北京:

人民邮电出版社, 2003.9

ISBN 7-115-11129-4

I. 中… II. 全… III. 经济地图—中国—2003—地图集 IV. F129.9

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第091046号

中国产业地图(2003)

◆ 编 全球并购研究中心

策 划 刘 力 陆 瑜

责任编辑 王 蕾

美术编辑 陶建胜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街14号A座

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

电话 (编辑部)010-64982639 (销售部)010-64983296

北京中科印刷有限公司

新华书店经销

◆ 开本: 889×1194 1/16

印张: 18

字数: 630千字 2003年10月第1版 2003年10月第1次印刷

ISBN 7-115-11129-4/F·423

定价: 150.00元

本书如有印装质量问题,请与本社联系 电话:(010)64983296

全球并购研究中心 (GMA)

是由中国社会科学院世界经济与政治研究所、中欧国际工商学院和中国并购交易网等单位联合发起，为适应全球企业并购浪潮而成立的非营利性专业研究机构。中心旨在研究全球企业并购动态，帮助中国企业迎接“入世”挑战和建立全球化战略，为中国政府和企业提供有关全球并购领域最权威的调研报告和战略指导，并在学术界提供中国一流专家的独特见解。成立于2001年11月，现拥有中外十余位并购领域专家为学术委员。同时，有约50名产业观察家和近百名产业观察员将对中国各个产业进行长期的观测与评论。(www.online-ma.com)

万盟投资管理有限公司 (CMA)

是一间专注于中小企业并购及相应的重组、融资和上市业务的投资银行专卖店 (Specialty Boutique)。公司自1997年成立以来，在不动产、休闲产业、制造业、生物医疗业和城市公用事业等领域的重组与并购市场上建立了稳定的客户群和专业优势。公司在上海、北京、深圳、苏州和沈阳设立了分支机构，并同美国、欧洲等地的投资银行建立了广泛的业务合作。(www.mergers-china.com)

上海融天资产管理有限公司

是一家专注于国内外企业并购策划、本土企业资产管理咨询并致力于中国产业研究的投资银行中介机构，融天资产在国内外拥有一定的业务网络和客户资源，对近年来中国资本市场的发展有较深入的研究和认识。(www.fortune-china.com)

主编简介

王 巍 全球并购研究中心秘书长, 万盟投资管理有限公司董事长。美国福特姆大学经济学博士。曾长期任职于国内外金融机构, 积极推动中国企业重组与并购交易。主著《国家风险》、《MBO, 管理者收购》、《并购时代的旁观侧语》、《品味资本》和《中国并购报告》(2001-2003)等。
(wangwei@mergers-china.com)

李小军 上海融天资产管理有限公司总经理。1986~1995年期间在日本立正大学和山口大学攻读日本经济史、多国籍企业论, 后在日本公司任职多年; 1996年由上海市政府召回参加投资百亿元的国家九五重点项目909工程的建设, 1997年担任该项目的总会计师, 2000年后出任多家投资管理公司的总经理。
(liy94@china.com)

周放生 财政部财政科学研究所副研究员。长期参与政府政策制定与实施, 对国有资产管理体制、企业集团管理、产业并购重组等方面有深入研究和经验。
(FangSheng49@sohu.com)

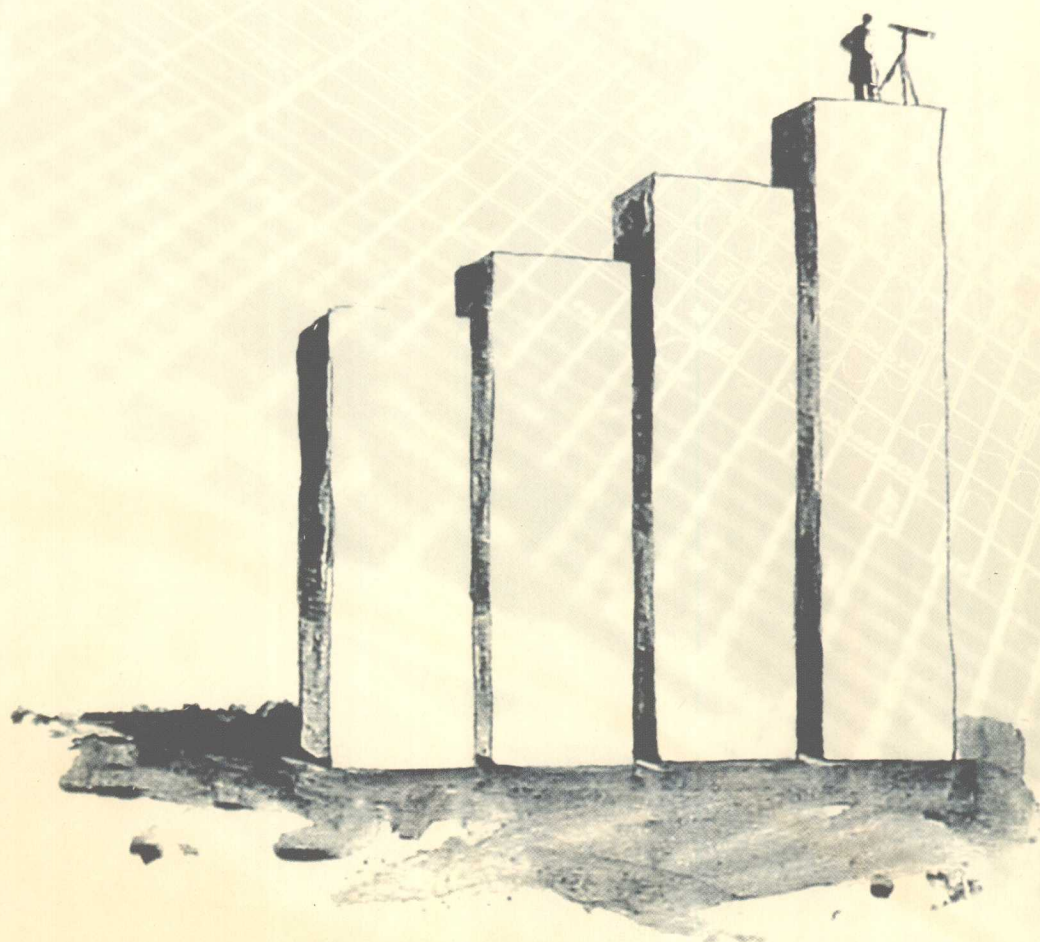
策 划: 刘 力 陆 瑜

责任编辑: 王 蕾

美术编辑: 陶建胜

封面设计: O. E. T.

全球并购研究中心 编



作者简介

主 编

王 巍 全球并购研究中心秘书长，万盟投资管理有限公司董事长。美国福特姆大学经济学博士。担任中欧国际工商学院、北京大学、对外经济贸易大学等兼职教授。曾长期任职于国内外金融机构，积极推动中国企业重组与并购交易。主著《国家风险》、《MBO，管理者收购》、《品味资本》、《并购时代的旁观侧语》和《中国并购报告》（2001-2003）等。（wangwei@mergers-china.com）

李小军 1982年毕业于辽宁财经学院（现东北财经大学），1986-1995年期间在日本立正大学和山口大学攻读日本经济史、多国籍企业论，后在日本公司任职多年；1996年由上海市政府召回参加投资百亿元的国家九五重点项目909工程建设，1997年担任该项目的总会计师，2000年后出任多家投资管理公司的总经理。（lxj@mergers-china.com）

周放生 财政部财政科学研究所副研究员。长期参与政府政策制定与实施，对国有资产管理体制、企业集团管理、产业并购重组等方面有深入研究和经验。（FangSheng49@sohu.com）

主编助理

李 斌 万盟投资管理有限公司业务董事。1998年以来一直从事企业股权、债权融资，企业重组、并购及上市等方面的工作。编撰了《从员工持股到管理者收购操作手册》，参与编撰了《中国并购报告》（2001-2003）等行业专著。

潘 烜 复旦大学世界经济系硕士研究生，全球并购研究中心产业观察员。发表学术论文多篇，出版专著两本，曾荣获“世川良一”等多项奖学金。

杨 奕 复旦大学世界经济研究所硕士研究生，全球并购研究中心产业观察员。发表学术论文多篇，曾荣获“伊东光晴”等多项奖学金。

特邀产业评论

(按产业顺序排列)

夏斌 国务院发展研究中心金融研究所所长, 教授。(信托业)

唐旭 中国人民银行研究生部主任, 博士生导师, 中国金融学会常务理事。(银行业)

陆一 上海证券交易所《上市公司》编辑部主任。(证券业)

陈勇胜 国泰基金管理公司董事长, 高级经济师。(基金业)

孟兴国 光大永明保险公司高级副总裁, 美国天普大学工商管理学博士。(保险业)

桑百川 对外经济贸易大学教授, 中国 WTO 研究院研究员。(对外贸易业)

张文中 物美集团董事长, 美国斯坦福大学博士后。(超市业)

臧涛 商达利公司董事, 中华零售网 CEO。(百货业)

郑绮 华夏证券研究所食品行业分析师。(啤酒业)

高广仁 《饮料工业》社长兼主编, 国家标准委员会饮料专业委员会委员。(软饮料业)

宋昆冈 中国乳制品工业协会理事长, 高级工程师。(乳制品业)

王维嘉 美通公司总裁, 美国斯坦福大学电气工程系博士。(电信服务业)

杨旭东 任职于中国电子信息产业发展研究院, 经济学博士。(计算机制造业)

郑雨林 用友公司产品总监, 上海华东师大计算机应用工程硕士。(软件业)

戴斌 北京第二外国语学院旅游管理学院系主任, 副教授。(旅行社业)

谷慧敏 北京第二外国语学院旅游管理学院教授。(酒店业)

陈自业 中国民用航空协会代秘书长, 高级工程师。(航空运输业)

孔凡华 中远集团研发中心航运研究部副研究员。(水路运输业)

张秋生 北方交通大学经济管理学院副院长, 博士生导师。(铁路运输业)

戴东昌 交通部规划研究院副院长兼总工程师。(公路交通业)

毛晋 任职于国电动力经济研究中心, 教授。(电力业)

王忠民 中煤信托投资有限责任公司董事长, 中国煤炭工业协会副会长。(煤炭业)

翟光明 中国工程院院士, 中国石油天然气集团公司咨询中心勘探部主任。(石油天然气业)

张春雨 中国有色金属报社总编助理。(有色金属业)

聂梅生 全国工商联住宅产业商会会长, 教授, 博士生导师。(建筑业和房地产业)

王林森 原冶金部体改法规司司长, 现任冶金法律事务中心主任, 教授级高工。(钢铁业)

周放生 财政部财政科学研究所副研究员。(汽车制造业)

朱恺 中国船级社船舶事业部建造处处长, 高级验船师。(造船业)

杨红旗 中国工程机械工业协会理事长, 高级工程师。(工程机械制造业)

董涛 中国化工信息中心高级工程师。(化工业)

蒋守雷 上海华虹(集团)有限公司副总裁。(集成电路业)

张仕元 西南证券研发中心副总经理, 高级研究员。(医药业)

郭永新 《中华纸业》特约撰稿人, 2002 年版《中国造纸年鉴》编委。(造纸业)

霍杜芳 中国家用电器协会理事长, 高级工程师。(家电业)

杨东辉 中国纺织工业协会副会长, 中国纺织经济研究中心主任。(纺织服装业)

曹鹏 河北大学媒介经济研究所所长, 新闻传播学博士。(报业)

周星 北京师范大学教授, 博士生导师, 艺术与传播学院副院长, 艺术教育研究所所长。(广播影视业)

谢文 北京盈宽国际信息技术有限公司 CEO。(互联网业)

特聘产业观察员

产业观察员来自万盟投资管理有限公司职员、中国人民银行研究生院研究生、复旦大学研究生、首都经贸大学研究生、上海财经大学研究生、对外经贸大学研究生、石家庄铁道学院研究生、北京师范大学研究生。他们是：

杨奕、潘烜、贾晓蕾、陈世明、张大威、董杰、罗文君、林松立、戴蹟、王维超、徐钢、崔承宇、杨里亚、张志坚、李悠、刘锦、徐宁、李伟杰、林聪、王春光、赵震、李彬、吴西顺、马靖、邹明、钱晓颖、刘虎益、马珂、秦成栋、张艳辉、吴江、于慧芳、李静茹、宋英杰、毛宁、李辉、付新、靳超、欧阳洁。

面向产业竞争的导航

全球并购研究中心秘书长 王巍

企业竞争正在提升到产业竞争和国家竞争的新领域，克服企业的“中年危机”，发掘核心企业，鉴别战略产业，《中国产业地图》将为有大谋略的企业家导航。

企业竞争的“中年危机”

中国的经济改革至今已有20余年的历史了。对于我们这些亲历从事业单位的束缚到企业市场的开放这个漫长而又激烈的变化的参与者而言，竞争是一个翻天覆地的社会改造过程，也是脱胎换骨造就一代企业家的熔炉。企业竞争已成为中国经济的主旋律和主战场。伴随着企业竞争的20年，我们有了激励进步和创新的企业产权机制，有了推动改革和开放的政府政策规则，有了民众追求文明和丰裕的生活态度，也有了进入全球化经济的初步经验。回首过去一个世纪的铁血洗礼和几十年前的混沌初开，真有恍如隔世的感叹。当人生在不经意中提前完成了其年少时的宏图大志而并未适时地调整其奋斗目标时，理想失落与躁动无助就构成了人们必须应对的中年危机。长期的财务顾问角色，使我强烈地感受到中国企业游移不定的脉搏。当全球化消费方式不成比例的主导我们的消费方式，当众多经济学者仍在充满激情地推销“经济体制改革”的陈酿古剂时，当曾长年辛勤创业的老板们照虎画猫地大谈资本运营时，当仍在痼疾中挣扎的国企领袖们理直气壮地寻求与全球500强们平等“对话”时，当鲜有商界经历的官员们权衡着一个个“公司治理”方案时，我们感受到了中国经济的问题，也体会到企业竞争的危机，或者是“企业的中年危机”。我们的企业竞争是在求生存求发展，但还需要一个更高的目标。这个目标不是设计出来的激动人心的空洞口号，也不是无休止地获取最大利润的掠食者的谋略。我们需要一个全球化时代的充满中国企业家使命感的激励目标。

产业竞争的现实挑战

全球化经济一体化的过程中，企业集群（Clusters）和产业竞争是市场主流。以塑造产业核心竞争力为目标的大企业集团的资源整合已经在全球经济中如火如荼地

展开了10年之久。在这个过程中,一些以主权国家为支点的跨国公司被以全球经济为轴心的全球公司逐渐取而代之。沿着生产和服务一体化价值链延伸的产业整合早已从境外跨入中国市场,并正在有声有色地推广着。尽管体制改革和产权制度的进步对我们的企业家来讲,已是足以骄人的成就,但对于全球经济竞争,这只不过是有机站到了市场起跑线而已。对刚刚习惯了企业竞争残酷过程的中国企业家们而言,产业竞争是一个全新的挑战。避开学理的考究,我们可以大略地区别企业竞争和产业竞争的特点:企业竞争是个体的、利润导向的、零和决策的以及有管理边界的(如产业领域、经济区域等),而产业竞争则更是集群的、市场份额或价值链导向的、非零和决策的以及无边界的。即便掌握了基本的企业竞争本领,面向未来的中国企业家必须要熟悉诸如垄断竞争、政府管制、公共政策、价值链、产业空间、上下游联盟、物流战略、私有协议和外部化效应等等词汇,必须了解相关的产业竞争环境和资本战略。对于那些自恃在前20年企业竞争中获得优势地位而缺乏“创造性毁灭”之动力与视野的企业家们,产业竞争有可能是一个重大的生存威胁:可能会使十几年的努力付诸东流,为人做嫁衣裳,成为驾驭产业竞争强者的猎物。20年的企业竞争为中国带来了市场机制、开放政策、文明态度和成败经验等,我们面临的下一个产业竞争将为我们的社会带来什么呢?我们需要一个什么样的产业机制、国家政策、民众观念呢?这是我们观察的起点。遗憾的是,我们很少看到类似的研究。除了为专家和政策制定者服务以外,现存的浩如烟海的所谓产业经济的统计数据实在不能担负如此使命。我们不仅需要纸面上的百分数,也需要鲜活的、深刻的分析与正确的建议。

国家竞争的坚实基础

2003年的美伊战争和随之而来的国家站队与战后利益分配,5月份的八国会议及扩充到九国的动议,联合国机构含辱负重的艰难前行等国际政治的风云变幻,显然是国家利益层面的竞争与合作。很多时候仍然是希腊斯巴达以来的传统——强权引导正义,经济竞争的最高体现是国家主权利益的竞争。尽管在这一层面上,我们不过是要求一个稳定的政治环境和基本的国家权利,但这也需要强大的经济竞争能力的支持与威慑。国家竞争是全球经济与政治能力的竞争,它取决于在企业竞争和产业竞争基础上的市场机制的成熟与效率,也取决于政治制度和社会组织系统对于主流意识形态的表达方式与力度。尽管未必正确地体现文明的进步方向(如美伊战争),国家竞争往往被以为是以国家主权的张扬甚至称霸为最大成就。几百年来,资本主义演变和市场经济中心的迁移都明确地表达了从企业竞争到产业竞争,进而到国家竞争的基本轨迹。中国经济和国家主权要在未来的全球经济和国家社会中拥有相应的地位,就必须在今天的产业竞争中有所作为,甚至在若干要害产业中“先据要路津”。中国企业在过去的环境中有所成就,在若干次要的产业中有所领先的事实,除了依靠拼搏与改革之外,还有一个不容忽视的因素——我们尚没有强大到让那些全球公司视我们为竞争对手的地步。过去10年来,全球公司在中国看到的仍是

一个巨大的需求市场和资源基地，并没有看到多少真正的商业对手。当我们的企业家自雄自壮地呼喊要与全球500强企业较量一番时，他们听到了什么？未来国家竞争的坚实基础是今天的产业竞争，产业竞争的成败也是中国国家经济安全的保障。为有效地进入产业竞争的战场，中国企业家必须有高瞻远瞩之战略视野，有因势利导之学习能力，有合纵连横之胸襟，有坚持不渝的奋斗精神。

核心企业与战略产业

产业竞争必须有核心企业的形成。核心企业就是我们所称的国民经济骨干企业或民族经济的脊梁。核心企业的定义是与时俱进的，“中央企业”、“大一、大二类”、“计划单列”、“抓大放小”等等不一而足。但历史地看，中国核心企业的标准正在从垄断特权、行政级别和资产规模等计划经济的指标转变到市场份额、赢利能力和资产价值等市场经济的标志。而且，核心企业的形成已经不再源于自上而下的政府机构静态统计或出于政府的管理便利（如国资委直属的近200个大企业），它更是业界自下而上的竞争结果或消费群体的共同认可。各种机构和传媒的排行榜各显神通，从各个不同标准和角度发掘出一大批被传统观念忽略了的真正或潜在的核心企业群体，使得中国产业的版图风云变幻、绚丽多彩。而日益强劲的重组与并购浪潮正在推动原来处于散兵游勇的企业群体迅速有利地提升到以产业价值链为纽带的核心企业集团群体。在急剧变化的产业环境中，如何捕捉并定义核心企业是一个实践的课题，也是一个理论的挑战。产品和服务的重要地位、优秀的商业模式、市场价值与潜在空间、全球经济价值链的位置，特别是企业领袖的视野与个人魅力等都将成为基本的考量基准。而这些考量基准不可能是事先预定的或上级指定的，更是同业竞争中体现出来的稳定状态，而且会不断调整和演化。发现并表达这些考量的基准，应当成为《中国产业地图》的使命。另一方面，诸多核心企业群体的经营和互动交易构成了国家经济中各个产业的主流。在特定的时期，国家经济发展的主导方向不仅被政府制定的政策所规定，还要被全球经济的主流所制约。我们习惯了“农业为基础，工业为主导”这样一个基于马克思经济部类划分学说的计划经济概念，也长期体验了以改革政治考虑为基础的所谓“突破口”、“过大关”之类的产业发展定位，更是熟悉了在全球经济冲击下的各种新兴产业的泡沫洗礼，然而战略产业的选择必须在竞争中形成，在竞争中调整。它应当考虑到全球经济的发展方向、产业资源整合模式、国家经济价值链的牵引、知识价值与资本价值的含量，特别是对国家经济安全的威胁等因素。发现并表达这些因素，也应当成为《中国产业地图》的使命。发掘核心企业，鉴别战略产业，将有效地为企业家进入新经济导航。

产业地图与企业导航

所有人都了解地图与城市的关系，没有人会用地图的观察取代对城市的造访和生活体验，因而《中国产业地图》并不以精确地反映经济统计现实为使命；反过来，即便长期生活在城市的人都会在不同的时刻依赖不断更新的地图来把握方位与走向，因而《中国产业地图》便找到了一个安身立命的营盘，即为关注中国宏观经济和产

业动态的经济城市的居民——企业家们——提供一个竞争的导航。摆脱经济学家的激情灌输，我们可以有一刻静心的读图体验，见仁见智且均有所获；超逸统计学家的数据浪潮，我们可以有一处俯视的视野，高屋建瓴却把握要脉；独辟一个有别于政府管理部门的思路，我们可以有一种独立的判断，梳理思绪而运筹操作。倘辅之以业界先锋、专家（非名家）和实务操作人士的扼要点评，如同《中国产业地图》所期望的那样，则大可为企业家们所用。没有大谋略的企业是没有前途的企业，而没有产业地图于头脑之中，何以成为有谋略的企业家。《中国产业地图》是站在一个由学者和企业家组成的观察群体的思考角度，是面对产业竞争和国家竞争的初步导航。我们希望坚持编制《中国产业地图》能达到如下的目标：

- 保持独立的视野和产业竞争观念；
- 发掘核心企业，鉴别战略产业；
- 推动产业竞争和国家经济安全的研究；
- 捕捉中国企业集团成长的历史轨迹；
- 观察中国的产业政策效果并建言；
- 警示全球公司在中国产业的战略竞争；
- 促进中国企业群体不懈的重组与并购成长。

“到中流击水，浪遏飞舟”，愿这份产业地图会对中国企业家们有所裨益。是为序。

2003年6月27日 上海

中国产业的动态分析

财政部财政科学研究所副研究员 周放生

观察经济发展，大体上有三个层面，即宏观层面、中观层面和微观层面。

宏观层面反映的主要是全社会的经济总量、社会发展、人文环境之间的协调、平衡与发展；中观层面显现的主要是各个产业内部及产业间的市场结构、产品结构、企业组织结构的情况及其变化；微观层面展示的主要是企业生产经营、资本经营、企业竞争力以及企业盛衰跌宕。

长期以来，人们对宏观层面与微观层面尤为关注。关注宏观层面是为了把握国民经济发展的态势、国家经济发展战略和政策；关注微观层面是为了判断企业、产品、技术等的发展方向及市场竞争的格局，寻求发展空间。重视并研究中观层面也就是产业经济层面，只是近十年的事。

证券市场的出现直接推动了人们对产业经济的研究。由于上市公司的业绩表现与产业发展态势高度相关，因而广大投资者对不同时期、不同环境、不同阶段的产业产生了浓厚的兴趣，社会各界对产业经济的关注度迅速提高。

最明显的变化就是，以前的证券投资者，无论是机构投资者还是自然人投资者，他们多通过揣摸国家政策变化来预测股市升降。而如今，除了关注政策变动之外，人们的目光更多地投向了产业动态，看问题的视角也增加了不少产业意味。比如，当国家实施积极的财政政策，将大量的国债资金投入基础设施建设时，人们首先想到的是这种政策的实施必然拉动水泥、钢铁业、建筑业的发展，必然提升水泥、钢铁、建筑等板块上市公司的业绩。再比如，中国成功加入世贸的消息传出，投资者的第一反映就是纺织等产业将受益，农产品等产业将受到冲击，其投资决策也更多地依据产业判断。

春江水暖鸭先知。由于投资者身处市场第一线，所以他们这种凭着自己的直觉实现的转变，具有一定的前瞻和导向作用。毕竟，随着国内市场一体化特别是全球经济一体化进程的加快，单个企业的命运已与所经营的主导产业的发展变化息息相关。换言之，只有产业发展环境良好，企业才有通过自身努力不断发展的空间。反之，如果整个产业遭遇严冬，单个企业欲破冰前行亦阻力重重。中国汽车业、房地

产业的发展充分地说明了这一点。

虽然上承宏观下连微观,但是产业经济研究既不同于宏观经济研究,也不同于微观经济研究,是一个自成体系的研究领域。

目前,研究产业经济的力量来自三个方面:

一是国家部门及其研究机构、科研单位和高校的研究机构。它们主要从事产业基础理论、产业架构及发展趋势的研究,研究目的是为国务院和国家宏观经济管理部门判断宏观经济态势、制定产业政策提供依据。

二是证券公司、咨询公司等社会中介组织。它们的研究有着很强的商业性,研究的目的是为各类投资者提供产业发展趋势、产业经营商机分析。

三是企业研究机构,比如企业战略规划部等。它们的研究方向和目的都十分明确,就是对企业所在行业或拟进入行业进行跟踪分析,这种分析既包括产业政策环境的变化,也包括产业链条的变迁,还包括产业内合作伙伴和竞争对手的情报、产业市场空间的寻找等。

基于不同的目的和立场,这三种力量的研究方法和利益趋向不尽相同。如果投资者以此作为投资依据,必须剔除那些因立场不同所带来的偏差,这显然增加了投资者进行投资依据选择的难度。

《中国产业地图》借鉴日本产业经济研究的方法,邀请产业观察员本着客观、中立的态度,用专业的视角,采用图示的方式来描述各个产业的变动态势,力求在以上三种力量中找到一种平衡,为投资者进行投资决策提供便利。

2003年是我们用“产业地图”的方式进行产业研究的开端。我们希望能够坚持下去,并吸引一批顶尖级产业观察员的加入。同时,我们更希望我们的研究能够推动我国产业经济研究的深化。

《中国产业地图》首次推出九大类产业、43个细分产业的产业地图及产业观察员的分析。这些产业或关系国民经济命脉,或关系国计民生,或广受各界关注,或充满变数,总之,这些产业都是深受社会各界关注的热门产业。

通过产业地图的描述和产业观察员的分析,我们对2002年中国产业的现状、特征及发展态势有了一个清晰的印象。

一、产业集中度在不断提高

产业集中度是产业发展走向成熟的标志。目前,我国的不少行业都历经了春秋时期,进入了战国时代。2002年是我国正式加入世贸组织的第一年,汽车产业的变动尤为引人注目。多年来,我国汽车业厂家林立,盲目重复投资、重复建设现象十分突出。然而,在投资扩张和产业整合两种力量的推动下,2002年汽车业的生产集中度明显提高。目前,我国前五家汽车企业生产集中度达到65%,前九家轿车厂生产集中度达到90%。

家电业是我国充分竞争行业的一个典型。经过多年的市场拼杀,经历过多次的市场整合,家电业已产生六大巨头,即海尔、上广电、熊猫、TCL、海信和长虹。随

随着市场体制的不断完善,通信设备、电信服务、集成电路、乳业和工程机械等产业的市场竞争也越来越充分,生产集中度也呈提高之势。

二、产业依次开放、中外合资加速推进

产业开放程度是中国对外开放和市场经济体制完善的标尺。据研究,七个发达国家汽车产业的对外开放呈正态分布曲线,即产业初创时期,开放程度较高;进入产业发展时期,国家开始对开放程度实施控制;到了产业成熟期,开放程度又明显加大。考察中国的产业,我们发现,其开放历程大体与此相吻合。同样典型的还是汽车业。就在中国加入世贸后短短的一年间,日本丰田,美国通用,福特,德国戴姆勒-克莱斯勒-奔驰,瑞典沃尔沃等世界主要的汽车厂商潮水般地涌向了我国。与此同时,随着中国政府逐步兑现加入世贸时的承诺,广播影视业等一直被视为外资禁区的产业也出现了松动。我国已对外资开放出版物零售、印刷发行和图书发行等领域;世界媒体大亨默多克旗下的澳洲新闻集团与湖南广电集团签约合作,首开了外资入主中国影视业的先河。

三、集团化经营成为产业竞争的普遍模式

在早期放开的竞争性领域,集团化经营始终是产业竞争的主导模式。集团化经营有利于资源的整合,有利于提高竞争力,有利于吸引外资进入。如汽车、钢铁、计算机、医药、外贸、家电和啤酒等产业就是很好的例证。近年来,像广播影视这样的跟进放开产业也趋于集团化。据统计,截至2002年底,我国广播影视业成立了17家广播影视集团;报业成立了23家报业集团。报业、广播影视业集团的组建标志着我国文化宣传领域开放进程和市场化进程的加速。值得提醒的是,集团的成立是集团化经营的起点,要真正实现集团化经营还有很长的路要走。

四、产业资本与商业资本的融合日益加强

产业资本与商业资本是产业链的上下环节。一般来说,商业资本的独立运作是专业化、社会化分工的体现,企业通过批量订货使流通、回款风险降低,企业更专心于生产、质量、技术开发。商家贴牌订货的经营方式则更推动了产业与商业的合理分工。可见,商业资本与产业资本之间既有利益的对抗,更有对抗中的协作,两者的融合既有利于产业资源的优化配置,也有利于抵抗产业风险。2002年家电业的国美、苏宁、三联家电连锁业与家电制造业合作的出发点正是如此。

五、比较优势产业梯度推进海外投资

“人基产品”,即以人口为基数的产品,适宜形成规模市场。与韩国、日本产业发展的道路不同,由于人口众多,市场容量大,中国产业仅靠国内市场就足以培育成熟,这样,再到海外投资时就有了充足的底气。近年来,家电业、纺织业、食品业海外投资不断增长,就是一个例证。2002年9月,TCL宣布出资820万欧元收购世界知名家电巨头德国施耐德公司的主要资产,更是显示了中国家电产业的成熟和

底气。当然,按照产业梯度理论,技术附加值高的产业成熟后也会跟进。

六、产业整合时代已经到来

产业是具有某种同一属性的企业的集合,是居于微观经济的细胞(企业)与宏观经济的单位(国民经济)之间的一个“集合概念”。当产业供给总量大于市场需求总量时,产业内企业间的竞争就必然导致利润平均化。如果这时价格竞争成为主要手段,那么,产业内组织结构的调整就势在必行。目前,中国大多数竞争领域的产业都正处于这样一个演变进程,产业整合时代已经到来。

与以往出现的行政性的“拉郎配”不同,产业整合需要通过产业内企业间的分立、合并、兼并、收购和联合等方式来实现。目前,已进入产业整合时期的典型产业有汽车、钢铁、家电、啤酒、商业、建筑、房地产、玻璃、水泥、机床、工程机械、纺织、服装、化工、医药、造纸、陶瓷、煤炭、有色、乳业、旅游、软件和计算机等产业。《中国产业地图》对上述产业出现的整合态势作了一般性描述。

另外,推动中国产业整合的有四大力量:

一、行政推动力

政府通过行政力量推动行政管辖范围内企业间的产业整合。最典型的案例是中国石油和中国石化的产业整合。

整合前,中国石油天然气集团公司、中国石油化工集团公司是按照上下游分离的原则组合而成的石油开采、石油炼化、石油化工行业行政性垄断企业,我们将这种企业称之为横向垄断型产业。这种分工对于石油资源的一体化配置、经营十分不利。1998年,国家按照上下游、内外贸、产销一体化的原则重组了两大集团,加上不断壮大的中国海洋石油总公司,我国石油化工行业形成了三大纵向寡头垄断型集团。与横向垄断型产业结构相比,这显然是一个巨大的进步。

近年来,在国务院的支持和直接指挥下,三大集团加快了重组改制步伐,相继在境外市场上市。自2002年以来,三大集团又加大了存续企业的改革,市场竞争力明显提高。最为典型的是中国海油。在海油工程成功登陆国内A股市场之后,中海油服去年又在香港股市亮相,首开中国国企存续企业境外上市的先河。

中国电信业、中国电力业、中国航空业等产业的整合,也属行政推动。鉴于中国产业发展的现实,行政推动是必要的。在现有的体制和市场竞争环境下,行政推动是市场推动的基础和前提。

尽管上海方面一再否认,但新近传出的上海百货业、超市业的产业整合,仍带有一定的行政推动色彩。同样,报纸、广播影视业集团的成立,目前也难以脱离行政力量的推动。