

走向

21世纪的

国有企业

主编 甘德安

中国社会科学出版社

■ 中国社会科学院研究生论文集

走向21世纪的国有企业

主 编 甘德安

副主编 肖胜国 吕 凌

中国社会科学出版社

1998·北京

(京) 新登字 030 号

图书在版编目 (CIP) 数据

走向 21 世纪的国有企业/甘德安主编. —北京: 中国社会科学出版社, 1998.9

ISBN 7-5004-2328-4

I. 走… II. 甘… III. 国有企业-企业管理-研究-中国-文集
IV. F279.241-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 25017 号

责任编辑 相 力

责任校对 林福国

封面设计 鹿耀世

版式设计 郑以京

出版发行 **中国社会科学出版社**

(北京鼓楼西大街甲 158 号)

邮 编 100720

经 销 新华书店

印 刷 北京市密云县印刷厂

版 次 1998 年 9 月第 1 版、1998 年 9 月第 1 次印刷

开 本 787×1092 毫米 1/32 印张: 21 插页: 2

字 数 487 千字

印 数 3 600 册

定 价 24.00 元

ISBN 7-5004-2328-4/F·428

前 言

当我们还在传统的农业经济条件下为解决亿万人的温饱而痛苦地挣扎，艰难地为实现传统工业化目标而拼命奋斗的时候，一场新技术革命和产业革命已经在世界兴起，一种全新的经济正在形成、发展，爆发性地向全球扩张。这就是知识经济。

当我们还在依靠廉价劳动力、土地、能源和矿产资源来发展自己、创造未来，甚至于以为这就是当今的现代化的时候，一些有识之士如比尔·盖茨已转向主要依靠知识和智能，创造财富、创造事业。

当我们还在束缚个人智慧、压抑个人潜能、限制个人自主创业精神的时候，发达国家则以展现人的个性，激励人的创造精神，从各个方面支持、鼓励个人创业为立国之本，让那些才华横溢的青年创造业绩迅速成为百万富翁，并使自己的民族走在世界的前列。

当我们还在紧张、专注于对外设防，对内实行相互分割封锁的时候，发达国家已经及时修改法律，放开限制、跨行业、跨地区、跨所有制、跨国跨洲加速进入全球一体的经济、技术、文化大交流、大融合之中。它们从中得到的，不仅仅是市场、物质资源，更重要的是得到了头脑、知识、智慧，从而把

人的自我解放，全面发展的光辉前景展现在全人类面前……

这就是正在兴起的新经济——知识经济。

工业经济时代，直接从事生产的工人，占劳动力的 80%；而知识经济时代，不到 20%。30 年来，美国的企业生产一直在增加，而工人人数却由占劳动人口的 33% 减少到 17%。再过十年将只有 10%，到 2020 年只会有 2%。这是一场伟大的、不流血的革命。

很明显，站在全球知识经济爆发性扩张背后的是人——是本身具有相当丰富知识的人，是对新知识敏感而又善于学习、不断获取更新知识的人，是敢于和善于应用新的知识、将其固化、物化为能满足人们需求的产品或服务的人，是善于将分散存在的知识融汇贯通、组合集成，创造出新的知识并付诸新的应用途径的人……

这就涉及国民基础教育、高等教育，包括研究生层面的专业知识教育以及全民终生教育等等。发达国家之所以发达，首先是教育发达。真正的立国之本是教育。所有目光远大，真正对社会、对后代、对人类负责的政治家，莫不百般地关注本民族的教育事业。

在知识经济浪潮面前，对待教育的实际态度无疑是能否适应浪潮的基本试金石。在世纪之交日益迫近的今天，知识经济已成为一个全球性的话题。知识经济已经向我们提出新的挑战。我们用什么来迎接这个挑战？我们还能用计划经济时代的知识来迎接挑战吗？我们还能用工业文明的知识来迎接挑战吗？不！时代造就英雄，但不造就过时的英雄！用计划经济的知识和工业文明的知识是不能迎接这场挑战的，所以，我们必须学习新的知识，学习适应知识经济时代的知识，学习市场经济的知识，学习面对 21 世纪的知识。被时代所淘汰的不是我

们的年龄，而是我们封闭的思想和陈旧的知识。所以，我们同学再次跨入高等学府——中国社会科学院研究生院，在职学习面对 21 世纪的知识，学习迎接知识经济时代的知识。

失学于动乱、成长于改革开放年代的，从艰难与实践中挣扎与奋斗出来的我们的同学——企业家、政治官员和一大批奋发上进的中青年人，肩负着历史的使命、怀揣着对知识的眷恋，再次迈进了十年前就应该迈进的、姗姗来迟的高等学府；在过去的十年间，我们的同学们用自己奋斗的精神、创新的智慧、务实的态度，用自己事业上的成功，证明自己是资格走进研究生的课堂的。现在，虽然我们同学大部分的时间，还在为自己的公司发展谋划。在为自己所在的单位奉献着自己的青春和知识；还在为人父、为人母；然而，我们可以看到，在同学们繁忙的身影中……在出差的旅途中，在两项工作的间隙中，在整个城市已经休息时，同学们拿出自己的研究生的教材，拿出自己的论文提纲，拿出企业发展的改革方案；在那里进行知识结构的重组，思想观念的更新，思维方式的转变。

从同学们的论文中我们可以看到，中国社会科学院研究生院的导师们的博学深思和对同学们耳提面命，可以看到同学们对新知识的渴望；感受到同学们理论联系实际的能力。这本论文集，既不是经营管理第一线的同学们的经验汇编，也不是学者的闭门造车的理论乌托邦；而是以知识作为生产要素创造财富、创造事业；是把学到的知识用之于实践，并从实践中总结出来的活生生的理论，是能解决实际、指导实践的理论；或者说，这些论文体现了作者把第一线的经营管理问题上升成理论问题的能力；提出了基层领导者对我国国有企业改革的一些新提法，提出了银行改革的新见解。这本论文集从另一个角度丰富我们的经济管理的理论。

这本论文集也是中国社科院研究生院与华中理工大学汉口分校合作的结晶。

当然，这本论文集也有不少缺憾的地方，有些论文显得比较粗糙，不少文章缺少创新，结构也显得不是十分合理，行文也不是那么流畅。当然，这些要求对同学们可能过于苛刻，但必然是今后努力的方向。

在跨越计划与市场两种体制、工业知识两个时代的时刻，同学们来也匆匆去了匆匆，在告别学校、告别同学之机，我们编辑这本论文集，记录这个难怀的岁月；记录师生深情、同学厚谊，作为我们人生的一个亮点。

甘德安 谨识

1998 年 8 月于武汉

论市场经济条件下的 企业技术创新

左建军

“技术创新”是一个特定意义的重要名词，是由经济学家J·熊彼特于本世纪初期提出的。它涵盖了创造和成果转化为现实生产力的全过程，是经济发展的动力源泉。

历史与现实表明：技术创新对工业经济发展有着不可忽视的促进作用，也是实现“两个根本性转变”的基本途径，市场经济呼唤企业技术创新。在市场经济条件下，企业必须明确自己的技术创新思路。

一、明确企业是技术创新的主体，建立健全企业技术创新体系

在计划经济体制下，企业的人、财、物和产、供、销被高度集中的计划绳子束缚住，技术创新活动主要体现为一种政府行为，而不是企业行为，企业远未能成为技术创新的主体。其造成的后遗症体现在：一是研究开发工作多数仍在企业外的专业研究院所和高等院校进行，企业虽设有技术开发机构，但人力、物力资源都相当薄弱，企业技术创新能力远远不能满足市场日益激烈的竞争需求。据有关统计资料表明：在我国每年发

生的技术交易额中，国内技术交易仅占总额的 1/3，2/3 仍要靠引进国外技术来满足需求。二是根据 1995 年的统计分析，我国企业研究开发所拥有的经费仅占全国研究开发经费的约 30%，而发达国家此项经费的 60%—70% 集中于企业中；我国企业中从事研究开发活动的科技人员仅占全部科技人员的 25%，而发达国家则为 65%—75%。由于研究开发经费和人才主要不在企业，技术创新主体的偏离导致了我国科研成果多，但新产品少，获奖科研成果先进，但企业产品落后的局面。

随着社会主义市场经济的发展，竞争成为促进资源优化配置的重要手段，而技术创新正是强调以市场为导向，通过新技术的获取、产业化和商业利益的实现，提高企业在市场上的竞争能力。技术创新正是由于这种技术创新的本质特征，决定着企业是技术创新的主体。企业成为技术创新主体，必须做好以下三个方面的工作。

1. 要使企业成为技术创新的投资主体

这意味着企业可在国家产业政策的宏观指导下，根据市场需求变化和市场竞争格局，自主地去选择适合本企业发展目标的项目，并进行筹资、投资活动，自我承担相应的风险和收益。只有成为投资主体，企业才有积极性、主动性和创造性，才能组织好研究开发、生产经营、市场开拓等一些技术创新活动。

2. 要使企业成为技术创新活动主体

这意味着研究开发工作主要放在企业内进行。但是，长期以来由于受计划经济体制影响，我国目前仍存在相对强大的高校、科研院所的研究与发展能力与相对弱小的企业技术开发能力并存的格局。这种格局不可能因提出建立以企业为主体的技

术创新体系而即刻得以改变，它需要我们积极探索一些适应市场经济条件下的技术创新服务的新途径、新方式。笔者提出以下几点建议：

a. 有实力的企业集团要加大投资力度，成立内部研究中心、实验中心等，增强企业自身技术创新能力。

b. 用好现有科技存量，鼓励高校、科研院所与企业之间以股份制的方式共建研究、开发、生产联合体，形成科研—产品—市场—科研的良性技术创新循环。

c. 工科高等院校直接面向企业培养人才，同时鼓励一部分科学家和工程师进入对口企业，直接为企业技术创新服务。

d. 提高从事技术创新的工程技术人员待遇，加大对研究开发人员的智力投入和为技术创新献身的精神投入。

3. 要使企业成为技术创新利益分配的主体

这意味着企业在照章纳税后，企业有权对其创新收入进行合理的自主分配。在市场经济条件下，要彻底改变计划经济时期科研成果奖励兼顾“左邻右舍”、“计划分配”的“大锅饭”分配形式。采用销售提成的办法重奖对技术创新有所贡献的人和集体。鼓励企业员工热心于技术创新活动。

二、实施国有企业改革，建立技术创新的动力机制

在计划经济体制下，国家与国有企业之间政企不明，政资不分，致使国家与国有企业之间产权不明，权责难定。企业从根本上没能摆脱对政府的依附地位。由于没能真正取得自主参加市场经济活动的权力，国有企业缺乏市场竞争的外部环境，这样也意味着国有企业没有依靠技术创新而取得经济效益的动力机制。

实施国有企业改革，将国有企业改组为现代企业，国家与

国有企业之间是“股东权—法人财产权”的关系，国家与国有企业成为并立的所有权人，二者之间产权明晰、权责明确、政企分开。将国有企业改组为公司后，国家对企业从直接干预管理变为间接服务管理，大大的弱化了国有企业对国家的依赖，这样就切断了国家与企业之间那种传统的父子关系，国有企业就不能再像计划经济时期那样，躺在国家身上吃“大锅饭”负盈不负亏了。国有企业改革使企业成为真正意义上的法人，成为具有自我发展的内在动力的商品生产者和经营者。只有这样，技术创新才找到了动力源泉。

三、选择模仿创新为主，自主创新为辅的技术创新战略，走现阶段实现技术现代化的捷径

技术创新存在两种基本模式，一是以研究与发展为基础的自主创新，二是以引进消化吸收先进技术为主的模仿创新。

自主创新战略，是企业为争取竞争中绝对优势所采用的一种战略。它往往是通过全新的创新和突破性创新形成一定时期内的技术垄断以获取高额垄断利润。实施自主创新必须具备以下几个条件，按照我国国情，自主创新模式在大多数企业内实施还有相当大的困难。这几个条件是：a. 巨大的科技经费投入；b. 雄厚的科研开发实力；c. 丰厚的技术积累；d. 优越的科研、试验、生产条件；e. 发达的信息系统；f. 有战略眼光敢于冒风险的企业家人才。而这些条件恰恰是现阶段我国企业尚难以完全具备的。从中科院 1994 年对全国大中型企业技术创新调查表中可以正确得出此结论。

模仿创新是通过仿制、反求工程和对国产化进行消化吸收，继而在研制基础上改进引进并最终实现的再次创新。实施模仿创新战略的优点是投资少风险小见效快。西方发达国家的

发展历程及新兴工业化国家经济起飞的事实证明：引进→模仿→创新→输出→再引进→再模仿→再创新→再输出是发展中国家技术进步的基本规律，是缩小差距、尽快实现现代化的捷径之路。例如，战后日本，从 1950 年至 1970 年，只花 100 多亿美元，靠引进和模仿欧美先进技术，在短时间内几乎掌握了世界各国在半个世纪内研究开发的全部科技成果，走出了一条世人公认的模仿创新促使经济腾飞之路。

障 碍	%	排 序
缺乏资金	62.2	1
其他	3.0	5
缺乏人才	17.1	2
缺乏科技知识	1.6	6
缺乏市场信息	8.5	3
不需要创新	0.4	7
技术创新风险大	4.4	4
合计	100.0	

在国内也不乏有模仿创新成功之例。武钢原有的生产技术与引进的一米七轧机相比落后 20 年，通过技术攻关、技术开发，大胆创新，使洋设备“中国化”取得了热轧计算机模型、硅钢连铸等一批高水平专利技术和科研成果，成功地走出了一条“局部引进，整体提高”的技术创新之路，使我国钢铁工业的生产技术水平与发达国家的差距缩短了 20 年，缓解了我国薄钢板的供需矛盾。国内外事实说明，模仿创新是我国现阶段的技术创新优选战略。

四、培养造就职业企业家，加大企业技术创新的推动力

市场经济的主体是自由竞争的个人和企业，作为资产经营

者的企业家则是市场主体人格化的体现，实际上是市场经济的主角。日本一位管理学家曾形象他说：“科学技术和经营管理是经济发展的两个轮子，而企业家则是这两个轮子的轴。”由此可见，企业家是推动经济增长的主要动力。在我国，有些科学技术与国际水平相比并不低，但在把科学技术转化为生产力方面与发达国家相比却差距甚远。其中一个重要的原因就是在旧的封闭式计划经济体制下，我国缺乏一批实现技术与生产、技术与经济上“嫁接”的勇于创新的企业家。企业家不一定是科学技术的直接发明者、创造者，但企业家一定是将资金投入科技开发并将这些科技开发成果进一步产业化的决策者和组织者。经济发展离不开企业家。美国一位著名的管理专家指出：“我们生活在这样一个时代，即有效创新的能力已成为事业成功的基本决定因素。如果竞争就是创新，就是创造和改进产品、服务以及加工过程，那么，不创新就是死亡。”

国有企业战略性重组的主要途径

邹 新 国

国有企业资产重组，关系到整个国民经济的发展。当前推进国有企业战略性重组主要应采取以下途径。

1. 调整布局

对国有企业进行战略性改组，必须着力调整国有经济的产业布局。目前国有企业遇到的困难，除了企业自身的缺陷，还与国有经济的分布过广过分散直接相关。国有经济应该进入的农业、基础工业和基础设施，国家投入不足，致使多个“瓶颈”交织在一起，制约了国民经济的发展。该由国有经济支持的支柱产业和高科技产业，国家投入不足，形不成“龙头”，带动不了整个国民经济的发展；国有经济不宜进入的一般加工行业则大量介入，导致这些行业盲目建设和低水平重复。

因此，必须调整国有经济的存量结构，收缩过长的战线，实现国有资本从低效企业到高效企业、从小型企业到大型企业、从一般性竞争行业到国家必须抓的战略性部门集中。从国民经济性质上看，国有资本要向关系国计民生的支柱企业和部门集中；从产业领域来说，国有资本要逐步从一部分竞争性领域撤出；从企业类型来说，国有资本要逐步从小企业中撤出；从企业效益上看，要从技术水平低、效益低下的企业中撤出。

2. 抓大放小

从搞活每一个企业到搞活整个国有经济，从搞活国有经济到搞活国有资本，抓好大的，放活小的，是对国有企业实施战略性改组的重要措施。我国当前的企业格局中，由于结构不合理，普遍存在规模小、实力弱。就大型企业来讲，全国没有一家企业能进入世界 500 强，而国内 500 强产销量的总和还不如日本三菱公司一家，国家支柱企业中没有能够参与国际竞争的大型舰队，在国际经济大循环中显得异常脆弱。而几十万家小型企业林林总总，也由国有资产来支撑，不论从规模、效益还是竞争力方面都显得弱不禁风。所有这些近 30 万家国有企业都由国家包揽，附庸在政府肌体上生存，但是，真正左右国民经济形势的还是这些大型企业。据统计，到 1995 年底，全国共有独立核算国有大型工业企业 4685 家，仅占全国独立核算工业企业总数 5.33%，但其工业总产值、工业增加值、产品销售收入 and 产品销售利润分别占 61.44%、68.58%、62.31%、66.33%，利润总额所占比重高达 79.2%。抓大，首先要集中力量搞好一大批关系国民经济命脉、具有规模经济、处于行业排头兵地位的国有大型企业的改革与发展，要把资产向优势企业靠拢，向名牌和拳头产品靠拢，向优秀企业家靠拢。其次，要以资本为纽带，通过资本营运，通过市场形成具有较强竞争力的跨地区、跨行业、跨所有制和跨国经营的大型企业集团。再次，要大力发展混合所有制经济，充分发挥“杂交”、扩张、增效的优势，培育新的经济增长点：一是“扎木成排”，以资本为纽带，以优势产品为龙头，将分散的国有企业捆绑起来，达到资本聚变、快速扩张的目的，二是“小马拉大车”，投入少量的资本组建混合型企业，通过发挥新机制的作用，以少量的增量带动较多国有资产的存量，三是“民营嫁接国有”，将民营企

业的资金、品牌管理等直接移植到国有企业，以民营的活的资本带活国有企业死的资本等等。

从生产力的发展水平来说，小型企业的生产和经营并不需要采取国有经济的组织形式，同时国家也没有那么大的财力继续向其注入所需的资本金。在“放小”方面，要采取改组、联合、兼并、租赁、承包经营和股份合作制、出售等形式，加快放开搞活国有小企业的步伐。要通过所有制形式放开、经营方式放开、改革方式放开、经营自主权放开、经营者选聘放开，不断增强小企业的活力。

3. 优胜劣汰

国有企业的发展，最终要成为市场主体，独立进入市场，接受市场挑战。而市场经济又是一只无形的手，随时举着一把血淋淋的屠刀，砍向那些质量差、管理差、成本高、效益低的企业，国有企业资产随时受到市场冲击，随时有发展壮大的可能，也随时有倒闭、破产的危险，在市场规律作用下，其资产随时受市场作用调节进行各种形式的重组。各级政府和地方组织要花大力气引导和培育好市场，用行政手段这个有形的手，引导国有企业尽快走向市场，提高市场竞争力和应变能力，促使企业尽快形成适应市场经济发展的主体，实现由粗放型向集约型的转变。

对国有企业实行战略性改组，还必须在“多兼并、少破产”的原则之下，有计划、有步骤、积极稳妥地对部分严重资不抵债、无力经营、难以维系的企业实行破产。要把企业的优胜劣汰同产业结构、产品结构、地区经济结构调整结合起来，推动国有资产向支柱产业、优势行业、重点企业和名牌产品集中，以优化资源配置，提高资本营运的效率和效益。

4. 母体裂变

通过产权裂变、资债分离、一厂多制的经营战略，对单一

的国有大中型企业，实行分兵突围，切块搞活。主要对包袱大、负担重、整体搞活有困难，又不能兼并联合、也不能破产的企业，通过母体分离，盘活其有效资产。

一是母体裂变，分立经营。对那些产品有市场、有竞争力但债台高筑的企业，从有利于生产发展出发，将企业中具有生机和活力的那部分有效资产划出来实行分立经营，从而使企业从债务包围中实现突围。

二是精干主体。过去沿袭下来的国有企业，一个企业等于一个社会，领导精力有一半忙于吃、喝、拉、撒、睡，生产经营效率低下，极不适应新形势下的市场竞争。精干主体，是将企业办社会这部分尽快全部推向市场，独立经营、自负盈亏，减少企业领导精力和经济负担，并对生产经营及臃肿人员进行消肿，对机构进行缩编，按市场竞争要求建机构、用人员，轻装上阵，做到减人增效，形成由精兵强将组成的战斗力极强的经营实体，这样才能在激烈的市场竞争中取胜。

三是一厂多制，分散突围，将一个国有企业分为多块，一部分寻求合资渠道，一部分租赁经营，一部分划给其他企业集团，一部分出售给个人，也可由职工个人出资，使它们既是生产者，又是所有者，就可以分块搞活。企业内部形成既有国有，又有集体、合资、私营、股份合作制、租赁承包、托管等多种形式。根据邓小平理论，只要能促进生产力发展，提高资本营运效益，都可以采用。如武汉重型机械厂有 15000 名职工，负担大，亏损严重，他们采取将主体企业分为两半，一半人搞第三产业，另一半利用自身设备、技术、资产等优势，成立铸造、锻压等专业化公司，既满足自身生产需要，又对外经营，取得了较好的效益。