

李昱君 / 著

# 国富之源

## 企业竞争力

- ◇缘起：全球竞争惊涛拍岸？
- ◇问泉：企业竞争力以何为源
- ◇解惑：企业竞争力形成机理
- ◇知己：中国企业国际竞争力全坐标
- ◇知彼：西方跨国公司竞争力体系
- ◇司南：竞争优势之路

 企业管理出版社  
EMPH ENTERPRISE MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

S

Source of Nation Wealth

# 国富之源——企业竞争力

李显君 著

企业管理出版社

**图书在版编目 (CIP) 数据**

国富之源：企业竞争力/李显君著. - 北京：企业管理出版社，2001.11  
ISBN 7-80147-620-4

I. 国… II. 李… III. 企业管理 - 市场竞争 - 研究 - 中国  
IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 080379 号

---

**书 名：国富之源——企业竞争力**

**作 者：李显君 著**

**责任编辑：群翊 技术编辑：杜敏**

**书 号：ISBN 7-80147-620-4/618**

**出版发行：企业管理出版社**

**地 址：北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编：100044**

**网 址：<http://www.cec-ceda.org.cn/cbs>**

**电 话：出版部：68414643 发行部：68414644 编辑部：68428387 68701408**

**电子信箱：80147@sina.com emph1979@yahoo.com**

**印 刷：北京海事印刷厂**

**经 销：新华书店**

**规 格：787 毫米 × 1092 毫米 16 开 32.25 印张 530 千字**

**版 次：2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷**

**印 数：10000 册**

**定 价：68.00 元**

---

**版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换**

## 内 容 提 要

市场经济的本质是竞争，它自始至终表现为竞争过程。企业作为市场的核心主体，竞争贯穿其生命周期的全过程；换言之，竞争是市场经济环境下企业生存和成长的方式。因此，一个能够在市场上生存和成长的企业必须具备应有的竞争力。经过 20 多年的改革开放，中国经济的市场化程度日益深化，竞争日益成为企业生存和成长的主体环境；竞争力日益成为企业生存和成长的基础和前提。尤其我国加入 WTO 后，中国企业已完全从国内竞争转向国际乃至全球竞争，我国企业的竞争力必须具备世界级水平；中国企业的生存和成长的注意力，已不再是国有企业对非国有企业的竞争，而是中国企业对外国企业的竞争。由于成长于并历经几十年的计划经济环境，大多数中国企业的竞争力与西方跨国公司还存在着很大的差距。自产业革命以来，一国实力越来越取决于该国企业的实力；西方发达国家的强大，其根本在于它们庞大的具有世界竞争优势的企业群。自 20 世纪 90 年代以来，《财富》杂志每年评出的 500 强企业中，平均有美国企业 170 家，日本企业 160 家，英德法等国家也均在 30 家以上。可以断言，中国经济的腾飞、中国实力的增强，必然取决于中国企业总体实力的强大，而且要靠越来越多的具备跨国竞争优势的大企业做根本支撑。

在这样的背景下，研究企业竞争力已成为中国经济发展的时代课题，用强大的理性思想指导我国企业增强竞争力，并为建立全球竞争优势进行实践。本书是我的博士论文的拓展，以较为深厚的经济学和管理学理论为基础，结合西方跨国公司卓越的经营实践和中国企业的实际，系统地分析了企业竞争力的来源及其形成机理和培育企业竞争优势的途径，同时分析了经济全球化和网络信息化的新环境给企业竞争力带来的影响。最后根据本书的企业竞争力评价体系，较为全面系统地分析了中国企业竞争力的现状、与西方发达国家的差距，并就影响国民经济的三个重点产业——汽车业、制造业和信息产业的国际竞争力进行了重点分析，在此基础上，提出了提升中国企业竞争力的基本对策。

**谨以此书献给：**

**我的父母、我的妻子和我的爱子——邦邦！**

## 序言：国富追源与民族放歌

1776年，人类最伟大的经济学家之一，英国学者亚当·斯密探索国民财富性质与原因的划时代著作诞生于世。这部著作所凝结的光辉思想改写了人类经济史乃至社会发展史，推进了人类发展的步伐。斯密从微观入手，以厂商的分工和效率为出发点，对国富之源展开了宏观分析。

200多年后的今天，对这一命题的探讨仍然长久不衰。斯密将效率与“无形的手”连接起来，而这种连接是以宏观经济为视野的，即市场机制在创造国民财富中的作用，对厂商在创造国民财富中的作用却没有鲜明的判断。从事管理学和经济学学习和研究的我，近年来一直对“厂商或企业在创造国民财富中的作用”这一命题发生兴趣，梦魂萦绕。我研究的结论是：自产业革命以来，企业越来越成为创造国民财富的主导力量。目前，发达国家非农产业企业创造的价值占GDP的比重均在95%以上。以美国为例，1999年GDP为92992亿美元，其中非农产业企业创造的价值达到90646亿美元，占GDP比重达到97.5%。

西方发达国家的强大，其根本来自于它们庞大的具有世界竞争优势的企业群。自20世纪90年代以来，《财富》杂志每年评出的500强企业中，美国进入的企业170家，日本160家，英德法等国家也均在30家以上。可以断言，中国经济的腾飞，中国国力的强大，必然取决于中国企业总体实力的强大，而且要靠越来越多的具备跨国竞争优势的大企业做根本支撑。

因此，企业是国民财富的重要来源，而企业的竞争力是这一来源的来源，它支撑着一国企业在全世界范围内挖掘宝藏、获取财富、泽被民众。美国的麦当劳、摩托罗拉、IBM、Intel、Wal-mart，日本的丰田、松下、索尼，德国的奔驰、大众、西门子，瑞士的雀巢，瑞典的爱立信，芬兰的诺基亚，韩国的现代，等等皆如是。中国与发达国家实力的差距根本来自于创造物质财富的企业竞争力的差距。在我的价值体系中，中国有50家制造业企业真正通过市场方式进入世界500强之时，就是中国经济真正走向世界之际。目前，中国进入500强的11家企业都不属于制造业。

按照发达国家的经济轨道，经济发展到一定阶段，都会有一个规模效益问题，只有达到一定生产规模的企业才能在产品成本和科技投入上进行竞争。因此，发达国家企业从20世纪50、60年代就已基本完成了规模经济内在要求的任务。而我国绝大多数行业都没有达到最低经济规模的要求，各行业的发展几乎都不同程度地表现出规模不经济和低效率的重复建设，从而又导致了产业及市场集中度低。

按销售规模，世界最大的100家企业2000年销售收入总和约为6.6万亿美元，而中国最大的100家企业2000年销售收入总和仅为0.34万亿美元，是前者的1/20。另外，我国520户国家重点企业都是大型企业、企业集团和行业先锋企业，2000年销售收入之和为33427亿元，按1:8.2783的汇率折算为4037.90亿美元，仅相当于世界500强前两名，即美国前两名的销售总和；是美国前十强的28.5%。2000年，美国前两家最大的企业是爱克森美孚石油公司（Exxon Mobil）和沃尔玛特公司（Wal-Mart），营业收入分别达到2103.92亿美元和1932.95亿美元，合计为4036.87亿美元。2000年，美国前十强企业销售收入总计为14158亿美元，而我国的前十强企业销售收入总计为2502亿美元，仅为美国的17.7%。

汽车工业几乎是所有发达国家振兴的起源和支柱。与西方发达国家企业相比，我国企业的规模十分小。1999年，我国有整车厂118家，年总产量为183.2万辆，平均每个厂家仅生产1.55万辆。其中前三大汽车公司产量分别是23.1万辆、20.5万辆和19.3万辆。同年，美、日、德分别达到1301.9万辆、998.5万辆和284.3万辆。就单个企业比较，我国118家汽车公司生产总和仅是美国通用汽车的22.2%、福特的27.5%和日本丰田的33.3%。我国最大的汽车公司年产量仅仅是世界最大汽车厂商产量的2.8%。

电子电气作为科技含量高及与民众生活联系紧密的行业，是一国企业竞争力的重要组成部分。与世界强国比，我国企业规模差距更大。2000年我国“电子百强企业”销售收入达到4442亿元，按照上述汇率折算为536.6亿美元。而2000年美国通用电气公司销售收入达到1298.5亿美元，德国西门子公司为748.6亿美元。我国电子百强企业的销售收入之和仅为通用电气的41.3%、西门子的71.7%。海尔集团作为我国家电企业的先锋企业，2000年销售收入为406亿元，按上述汇率折算为49亿美元，仅为通用电气的3.7%、西门子的6.6%、松下电器的7.1%和索尼公司的

7.49%。

巨大的差距促使我研究企业竞争力这一神圣的命题。企业竞争力研究的核心是其来源，只有清楚其来源何处，才能找出差距何在、差距多大，并寻求培植竞争优势的有效途径。从根本上说，企业竞争力来源于企业的业务系统和管理系统，对这一点本书作了大量的分析和阐述。在这里，我想进一步谈谈影响一国企业竞争力的更深层次的因素：思想、文化和教育。

理性的思想和深厚的精神沉淀是一个国家和民族存在与成长的本原。

恩格斯说过：“一个民族要想站在科学的顶峰就一刻也离不开理论的思维。”管理亦如是：一国企业的管理要想站在世界市场的顶峰也离不开理论的思维及其放射的思想光芒。美国著名管理史学家丹尼尔·A·雷恩说得极是：“管理不仅仅是一项经济活动，它是必须把多种资源在其经济、社会和政治环境中恰当地组合起来的一种理性职能。管理思想为职能提供形式，为实践提供哲学。”管理过程及管理环境是复杂的，需要系统的理性思想来指导，亦如美国哲学家阿尔弗雷德·怀特海所言：“有限的人类理解力的进步要求某种明智的抽象的一贯性以及思想在抽象中发展。”

今日，中国企业竞争力的贫弱，从一个方面说源于中国管理思想贫穷，以及中国企业家对管理理论的漠视。由于我们过分依靠感觉和经验而疏远思想和理性，企业的战略岂能“登高望远”？中国市场的上空企业流星陨落不足为奇了。中国企业要想振兴于世，与全球“顶尖高手”同台竞技，首先必须进入理性的世界和思想的存在。

一位德国哲人说过一句非常深刻的话：思想，是一个民族生存的另一支奶瓶。思想是维持一个民族生存与成长的血脉，优秀的民族首先是一个思想的民族。思想的现实意义在于，对生产力的强大塑造和释放功能。“思想是一种巨大的刺激方式，如一石激起千层浪一样，使我们存在的整个表面水波荡漾。”

中华民族的历史上至少发生过三次“真理的关怀”——一次是春秋诸子百家时代，另一次是“五四”时期，第三次是1978年“真理标准大讨论”。这三次“真理的关怀”实质就是思想的浓缩与升华，都深远指引和影响着我们这个民族其后的历史轨道、进程和品质。想一想，如果没有1978年的真理关怀，能不能有今天中国市场的繁荣？资本主义的大发展，源于思想的解放和升华：自由伦理、新教伦理和市场伦理。1776年间问



世的两个伟大思想的文献敲响了重商主义的丧钟：美国的《独立宣言》和亚当·斯密的《国富论》。一个是政治独立宣言，一个是经济独立宣言。

弹丸之地的英伦三岛，为什么第一个实现了工业化而成为世界经济大国，并进而穿洲跨海殖民天下？我认为，首先来自大不列颠民族的思想超乎其他民族，以及理性沉淀的厚积薄发。美国的历史学家阿诺德·托因比说过：“对摧毁旧英国，建立一个新英国并促使全世界走向工业化起过最大作用的有两个人：亚当·斯密和詹姆斯·瓦特。”斯密促使了经济思想上的革命，瓦特促进了动力的革命，从而带来了生产工具的革命。

人类社会的进步依靠两种工具：生产工具和思想工具，两者缺一不可；而且思想工具有时决定生产工具的创新（Innovation）和创造（Creation）。为什么蒸汽机诞生在英国，大机器体系诞生前形成于西方而没发生在中国？思想使然。西方文化的核心是抽象思维、科学和实验精神，中华文化的核心是形象思维、感觉和悟性精神。

为什么德国为人类贡献了那么多大科学家、大艺术家、大实业家？因为日尔曼民族的哲学思维历来是最活跃的。从康德到黑格尔，再到费尔巴哈、马克思、尼采、萨特，以及弗洛伊德，这些睿智的思想雨露和理性光芒，滋润和普照一代又一代日尔曼人的心田，为其社会实践提供无穷无尽的动力。商品，是一个民族思想的结晶和外化。所以世界顶级轿车——奔驰只能诞生在德国。

中国从严格的意义上说真正的哲学家少之又少。因此，反映在我们管理的底蕴和制造过程的理性显得厚力不足。哲学思想体系深深影响着一个民族的文化，文化从更深层次上影响着它的商业行为和管理行为。

有些学者将美国的经济发展和强大归因于其制度和市场体系。这种认识不完全正确，我认为，美国的强大重要原因之一是离不开其深厚的经济思想底蕴。人类从1969年开始设立诺贝尔经济学奖，到2000年共有45位经济学家获此殊荣，其中美国独有29位，占64%。

一国管理的发展，离不开经济学的支撑。美国丰富的经济思想，不但哺育着管理思想的升华，而且指引着美国经济和管理的实践。比如美国政府可以根据不同时期世界科技、经济和文化环境的变化，采用不同的经济理论制定国策。在罗斯福之前，美国政府采用亚当·斯密的“自由市场经济理论”。到了罗斯福政府，由于受1929~1931年经济大危机的影响，开始采用凯恩斯的“国家干预经济”的宏观调控理论。里根政府采用了货币

供应学派理论。克林顿又采用了国家干预的经济理论。

管理理论，是管理实践的规律总结，对指导管理实践的品质升华具有重要意义。但步入管理理论的丛林，一个世纪不见中国人的踪影。从科学管理到流程再造，几乎都是美国人的“音容笑貌”，中国的管理学人们，每天都在“看人家的脸色行事”。这是造成中美两国企业差距的思想和理性的根源。拇指型的日本岛国，20世纪80年代中兴，重要的原因之一是离不开它的生产管理思想的整合与升华。JIT、精益生产法、看板管理和零库存已被世界企业广为传诵。

教育的经济意义是为经济供给高素质的具有创造能力的劳动力，以及传播经济发展所需要的新知识。目前我国“教育经济的融合度”不高，主要表现在三个方面：一是初等、中等和高等教育缺乏培养创造性人才的理念、体制和方法；二是高等教育创新功能不足；三是高等教育的规模不够，培养高等人才的数量相对于发达国家和某些发展中国家太少。我国每百人大学生只有2.7人，而美国达到46.5人，是我国的19倍，发展中国家的印度和巴西也分别达到11人和7.3人。20~24岁青年受高等教育的比例，加拿大达到91人，美国81人，新加坡40人，日本39人，韩国、菲律宾、泰国、印尼和印度等发展中国家分别达到49人、31人、25人、18人和8人，而我国仅为3人。因此，必须加大教育改革力度，尽快提高教育经济融合度，为企业供给高素质劳动力，以适应全球性竞争。

国家的文化价值体系，是指国家的道德、伦理、观念及社会风尚的综合体系。经济的发展过程，也是文化价值创新再确立的过程；市场经济的产生和发展，也是市场精神主体生成和升华的过程。资本主义从“重农经济”到“重商经济”再到“自由经济”离不开文化价值主体的演进。资本主义市场经济的产生和发展与自由伦理、市场伦理和新教精神的确立密不可分。自由市场经济的鼻祖亚当·斯密首先不是经济学家而是道德学家；他的第一部经典著作不是《国富论》，而是《道德情操论》。西方社会今天十分重视文化价值的作用，伦理经济、企业伦理和企业文化等理论学科的兴起足以为证。美国很多商学院都开设商业伦理课。号称世界第一商学院的哈佛商学院，MBA学员的第一个案例是涉及伦理的案例，日复一日，年复一年，从未改变。

文化价值体系的经济意义，我认为，主要体现在两个方面：一是效率功能，二是成本功能。就效率功能而言，优秀的文化价值系统能够培养出

具有诚信勤勉、善于团队合作、富于进取和创造精神的劳动力，反之亦然；就成本功能而言，劣质的文化价值体系只能培育出失信欺诈等不良的市场行为，从而增大企业及经济的交易成本和经营风险。

理性的思想、先进的文化以及优秀的民族精神，是一国及其企业保持持久竞争优势的最深厚的根基和最丰富的滋养。一个民族最可怕的是缺乏基于历史、现实和未来的厚重的文化和精神沉淀。物质的苍白可以通过机器体系的运转在较短的时间描绘出色彩，而精神的苍白则需要几代人甚至数百年的时间才能够抹掉。西方国家发达的历史正是始于文艺复兴的文化和精神变革与沉淀的历史。从人类的历史长河看，中华民族 5000 年辉煌历史也在于她的厚重文化和精神的沉淀。但今天，面对着经济全球化和信息化，我们必须重新梳理和升华我们的文化和精神。

从古至今，从中至外，一个没有竞争力的民族就是一个任人欺凌、任人宰割的民族。近两年世界燃起的烽火狼烟，仍在证实着这一真理。我们的民族该到放歌的时候了！申奥成功、足球冲入世界杯的一刹那，整个国家、整个民族，大河上下，顿时滔滔，这就是我们放歌的前奏！而在此之后，我国加入 WTO，是我国改革开放 20 多年企业实力及其支撑的经济实力的结晶。

但同时，我们的民族精神和热情还需要向理性的思想和科技文化的更加根本的“奥运会赛场”上转移。西方企业与经济的绩优发展，离不开大学这个科学殿堂所传播的理性光芒和思想雨露。俄国文学巨匠高尔基说过：“多一所学校，就少一座监狱。”在今天，基于人力资本在国富创造中的作用，还应补充一句：多一所大学，就多一个跨国公司。最悲哀的人群莫过于对真理一无所知却无恃无恐地指手划脚。

人类在市场经济的初期，普遍存在着对金钱、物质财富的过分亲近，而疏远了道德、伦理、品质、精神和文化。但随着市场经济的成熟和纵深发展，一个国家和民族越来越需要构筑非物质的内核，整合与升华更深厚的道德、伦理、精神和文化，以及民族的品格和风尚。在经济的过渡期，容易产生局部的紊乱、价值的断裂及文化的空白，从而影响国民经济和企业经营的效率。

爱尔兰诗人叶芝说过：“最优秀的人缺乏坚定的信念，最低劣的人充满狂热的妄想。”大学毕业几近人生一个轮回，而诗人的话一直回荡在我的耳谷。是正规的国民教育，铸就了我血脉里涌流的民族之情、国邦之

爱，生生不息，亘古不止——不管世事怎样变迁，人群的价值如何扭转；而且随着我生命与知识的成熟，此情此爱愈加浓烈。我几换企业又复入学府再入企业咨询，就是为了用理性的光芒和实践的坐标寻求中国企业竞争力的真理。在风雨的辗转中，个中滋味，黄天厚土，唯我心知！萨特说：人最终是无用的。但黑格尔说：历史是由两条线编织而成的，一条是理性，另一条是隐藏在理性背后的热情。而这种热情，我把它理解为对真理的坚定信念。

生命是父母给予的。在我生命的征途上，父亲和母亲与我形影相随，每时每分。母亲的勤劳简朴善良，父亲的仁爱刚毅远大，是我来生也吸吮不尽的乳汁。在这里，我还要怀着万分感激之情和无限愧疚之意，向我曾经的恋人现在的妻子道一声：辛苦你了！儿子，是妻子与我生命的硕果，是我们的生命珍爱。父母给我历史的厚重，妻子给我现实的根基，儿子给我未来的动力。

无论世事怎样轮回，无论时光怎样流转，生命里最珍贵的是挚爱。

我的人生目标有四个：做一个好儿子，做一个好丈夫，做一个好父亲，做一个好公民。

李显君  
2001年深秋  
于北京紫竹院

# 导 论

## 1. 选题背景和意义

竞争或市场竞争是伴随着市场经济而存在的体制要求和体制现象。市场经济的主要特征是竞争，它自始至终表现为竞争过程。企业作为市场的核心主体，竞争贯穿其生命周期的全过程；换言之，竞争是市场经济环境下企业生存和成长的方式。因此，一个能够在市场上生存和成长的企业必须具备应有的竞争力。

中国共产党第十四次代表大会提出：我国经济体制改革的目标，是建立社会主义市场经济体制。伴随着中国社会主义市场经济体制的完善和市场体系的培育，以及中国融入全球化的现实，企业竞争力问题从理论和实践两个方面提到了人们的面前。在社会主义初级阶段，我国的经济结构是公有制为主体、国有经济占主导、多种经济成份并存。党的十五大提出，国有经济的主导地位主要体现在“控制力”上，而控制力最终要靠国有企业的竞争力作支撑。

市场经济条件下，一个没有竞争力的企业，其控制力无从谈起。改革开放以来，乡镇企业“异军突起”，民营企业不断壮大，直接来自其较强的竞争力。伴随着世界经济日趋一体化、市场竞争日益全球化的大趋势，尤其中国加入WTO后，企业竞争力已成为理论和实践的时代课题。贯穿中国改革开放的整个进程的手段就是竞争；改革就是引入竞争机制，开放即是融入全球竞争体系之中。

从理论角度来看，关于企业竞争力的研究，从我目前掌握的文献看，国内外学者从经济学角度研究企业竞争力问题的并不多见，还没能形成完整的体系。比如与竞争相关的企业竞争力范畴本身还没有从经济学的角度对其进行严谨界定；关于竞争与竞争力，竞争与竞争机制竞争力，企业竞争力的来源、形成机理、如何进行评价等还没有完整系统的研究。从实践角度看，中国企业整体竞争力同西方发达国家还存在着相当大的差距。未

来的市场和竞争形态，日益表现为国内市场国际化、国内竞争全球化。即使在今天，中国几乎所有行业都面临着国外跨国公司的严峻挑战。要迎接这一挑战，我认为，中国企业的生存和成长的注意力，已不再是国有企业与非国有企业的竞争，而是中国企业与外国企业的竞争。企业竞争力是国家竞争力的基础。发达国家之所以强大，是因为它们拥有一大批竞争实力强大的跨国公司，参见表1。

表1 1994~2000年进入《财富》500强企业主要国家统计表

时间 国家	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	平均数
美国	153	153	162	175	185	176	186	170
日本	149	141	126	112	100	106	105	120
德国	44	40	41	42	42	37	34	40
英国	33	32	34	35	40	41	33	35
法国	40	47	42	39	38	36	37	40
瑞士	14	16	14	12	12	11	11	13
意大利	11	12	12	13	10	10	8	11
荷兰	8	8	9	9	9	11	11	9
西班牙	6	6	5	5	5	3	6	5
韩国	8	12	13	12	9	12	10	11
巴西	2	5	5	5	4	3	3	4
中国内地	2	3	3	3	5	9	11	5
加拿大	5	6	6	8	12	12	15	9

资料来源：[美]《财富》，1994~2001历年5月刊。

从某种意义上说，一国的国力决定于该国企业的总体竞争力。哈佛大学迈克尔·波特教授提出，国家竞争力由四个要素组成：①要素条件，如熟练的劳动力供给和基础设施状况；②需求条件，如对产品或服务不同市场的需求情况；③相关的支持产业；④企业的战略、组织结构与竞争状况<sup>①</sup>。③和④说明了企业在形成国家竞争力方面的重要作用。美国学者查尔斯·汉普登—特纳等关于国家竞争力来源的研究，在总结美国、英国、

<sup>①</sup> The Competitive Advantage of Nations, The Macmillan Press Ltd., London 1990, P133.

日本、法国、瑞典、德国和荷兰等国家创造财富经验的基础上，提出了创造财富主要来自企业的基本增值过程的能力<sup>①</sup>。我这些年一直在研究中外企业问题，痛感中国企业与国外企业，尤其是与西方发达国家的企业的巨大差距。在 21 世纪，没有中国企业的强大，就没有国家的富强，就没有中华民族立于世界民族之林的可能。中国企业的强大体现在竞争力上，所以我一直力图结合企业竞争力的丰富实践，从理论上去追问竞争与竞争力，企业竞争力、竞争机制与企业竞争力机制，企业竞争力机制与企业经营机制到底有什么关系，企业竞争力到底来源于哪里，以及企业竞争力是怎样形成的？围绕这些问题，我在《光明日报》、《经济学动态》和《人民日报内参》等报刊发表了若干篇文章，并参加了教育部“老工业基地国有企业配套改革课题研究”，承担了“老工业基地企业竞争力研究的子课题”。经济学的根本目的是为经济实践提供理性思想支撑。选择企业竞争力作为我的博士论文研究课题，正是基于上述背景和原因，以期从理论和实践两个方面促进刚刚步入市场经济不久但又缺乏国际竞争力的中国企业成长壮大。

## 2. 研究定位和方法

目前国内外学术界关于竞争力的研究包括七个方面：产品竞争力、企业竞争力、产业竞争力、区域竞争力、国家竞争力、国际竞争力和全球竞争力。我选择了企业竞争力作为研究对象。因为我认为，企业竞争力是最本质的问题，其它六个方面都是由企业竞争力决定和形成的。

产品竞争力决定于企业竞争力，国家竞争力决定于该国产业竞争力，而产业竞争力决定于企业竞争力。至于国际竞争力（多国市场）和全球竞争力（全球市场），我认为只能作为一种提法或理念整合提出来，而不宜作为单独对象进行研究。原因之一是，竞争是存在主体和对象的，即两个以上主体对象才能构成竞争，而国际竞争力和全球竞争力作为一个对象无竞争可言；原因之二是，随着全球市场的形成，竞争力的所有层面必然是全球的。因此，研究企业竞争力必然是以国际或全球市场为背景，或者说

---

<sup>①</sup> Charles Hampden - Turner & Alfons Trompenaars Copyright (c) 1995 by Triumph Publishing Co., Ltd., P1.

企业竞争力与企业国际竞争力和全球竞争力是同质的概念。

基于上述原因，本书的研究定位是企业竞争力。在某些情况下，本书不对产业竞争力、国际竞争力和企业竞争力作区分。

本书的研究方法：从理论分析入手，结合中国企业的实际，利用西方经济理论的有益成分，运用规范分析和实证分析方法，对企业竞争力进行系统研究。特别提出的是，本书的大部分章节采用了比较研究方法。

### 3. 本书的基本思路和框架

本书以经济学和管理学理论为工具，对企业竞争力的研究分八章展开：第1章对企业竞争力进行了理论考察，分析了企业竞争力提出的背景、国内外研究成果及有关企业竞争力的主要理论，为建立企业竞争力完整的理论体系奠定基础。第2章从竞争、竞争力和企业竞争力三者的关系研究入手，分析了中西方主要学者有关企业竞争力的定义。在此基础上本书给出企业竞争力的界定原则及基本内涵，为后续研究和分析建立了逻辑坐标。第3章在前两部分研究的基础上，分析了企业竞争力最本质和最具实践意义的问题，即企业竞争力的来源。首先对西方主要学派的观点进行了分析和评价，然后分析评价了马克思理论主要创始人的思想和观点；在此基础上，本书提出了关于企业竞争力来源的系统模型。企业竞争力几乎涉及到关于企业内部运营系统和外部环境系统的所有问题，影响企业竞争力的因素可谓纷繁复杂；如何在这些纷繁复杂的关系中抽炼出清晰的函数以指导企业提升竞争力是最关键的研究取向。这一章的贡献即在于此。根据企业竞争力来源的模型，第4章首先分析了企业竞争力形成的机理，包括企业竞争力的形成过程和企业竞争力机制。在此基础上，从五个方面提出了企业如何培育和构筑自身的竞争优势。同时在分析过程中，对竞争机制与竞争力机制及企业竞争力机制进行了创造性研究。3、4两章构成了本书的核心部分，其不同之处是：前者是从静态的角度分析企业竞争力来源于哪些方面，或企业竞争力受哪些因素影响；后者则是从动态的角度探讨这些因素怎样相互作用并形成企业竞争力，以及企业如何培育竞争优势等问题。第5章分析了当今最具竞争力的企业群——跨国公司的竞争力体系，实质是对前两章的结论和判断进行实证检验。企业竞争力既是一个动态的过程，又是一个比较的过程。企业要保持持久的竞争优势，必须对其



竞争力进行定期监测，而监测的手段即是企业竞争力的评价体系。本书的第6章正是为这一问题而设计的，从理论和实践两个方面提出了企业竞争力的评价体系。企业竞争力动态性的重要表现之一是随着环境的变化，竞争力的方式和内容亦随之变化。第7章正是基于这一理念分析了全球化及信息化对企业竞争范式的影响，并进行了较为翔实的实证分析，为企业提供了前瞻性的思想。这一章也是本书核心部分的拓展。第8章利用前几章分析得出的主要结论，从历史和现实两个角度对中国企业总体竞争力进行了评价，同时选择了关系中国经济实力基础的三个主要行业，即汽车业、制造业和电子信息业，做了国际比较分析。在此基础上，结合中国企业竞争力的现状和问题，提出了面向全球竞争市场提升我国企业国际竞争力的模型和对策，其中用较多的篇幅对国有企业竞争力问题进行了探讨。

#### 4. 本书的创新所在

本书的创新之处表现在以下七个方面：①根据前人分散的研究成果，本书提出并建立了企业竞争力比较完整的理论体系框架。一个完整的企业竞争力理论体系应该包括四个方面：企业竞争力的概念体系、企业竞争力的来源、企业竞争力的形成机理和企业竞争力的评价及实证分析体系。目前学术界还没有一本著作或论文从这四个方面对企业竞争力的问题进行完整分析，只从其中的一个或几个方面做了研究。本书则是从这四个方面进行分析和研究的。②经济学是管理学的基础。目前国内学者利用经济学分析和研究企业竞争力问题并不多，一些研究只是从某一角度，如外贸、利用外资和工业等单一层面进行的，还没能从经济学最本质的问题入手对企业竞争力进行系统分析。本书是从经济学最基本范畴——竞争开始展开研究的，然后研究了竞争与竞争力、竞争力与企业竞争力、竞争机制与企业竞争力机制。目前，关于企业竞争力的研究，分别来自两个学科：管理学或经济学，而将这两个学科既从理论层面又从实践层面统合起来研究企业竞争力的，从我目前掌握的文献看还没有。基于能力的企业竞争力理论确实是首先从经济学和管理学的角度来探讨的，但该理论主要是从理论层面加以研究的，忽略了实践层面，而企业竞争力是最具有实践气质的范畴之一。本书的创新在于从理论和实践两个层面，用管理学和经济学知识共同研究企业竞争力的问题；而且我认为，企业竞争力理论是介于经济学和管