

湖北产业政策与管理
研究中心系列报告



CHANYEZHENGCEYU GUANLIYANJIU BAOGAO

产业政策与管理 研究报告

潘开灵 李永周 / 等著

1.3



经济科学出版社
Economic Science Press

7-121.3
1

湖北产业政策与管理研究中心系列报告

产业政策与管理研究报告

潘开灵 李永周 等著

经济科学出版社

责任编辑：刘 昕

责任校对：董蔚挺

版式设计：代小卫

技术编辑：邱 天

图书在版编目 (CIP) 数据

产业政策与管理研究报告/潘开灵, 李永周等著. —北京:
经济科学出版社, 2007. 8

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6554 - 9

I. 产… II. ①潘… ②李… III. 产业经济学 - 研究报告 -
中国 IV. F121. 3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 134886 号

产业政策与管理研究报告

潘开灵 李永周 等著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：www. esp. com. cn

电子邮件：esp@esp. com. cn

北京欣舒印务有限公司印刷

德利装订厂装订

690 × 990 16 开 19 印张 350000 字

2007 年 8 月第一版 2007 年 8 月第一次印刷

ISBN 978 - 7 - 5058 - 6554 - 9/F · 5815 定价：45. 00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

前 言

20 世纪 90 年代开始,以信息技术革命为核心的新技术革命推动人类社会进入一个以知识的生产、分配和使用基础之上的新经济时期。与传统工业经济不同,新经济是信息经济和网络经济,信息化和全球化是新经济最根本的特征。新经济使产业发展开始出现产业运行全球化、产业发展融合化和产业演进生态化的趋势,产业政策无论在内容,还是实施方式、保障手段上都发生了根本性变化。面对 21 世纪和新经济的严峻挑战,国外理论和实践部门都高度重视产业政策的基础理论和实践研究,一方面制定产业结构政策引导投资、技术、人才流向以信息产业为代表的知识型产业,促进国民经济结构的信息化;另一方面通过制定产业组织政策放松管制,推动大企业兼并、联合,扶持中小型高科技企业生长与发展。比较典型的如美国的中小企业振兴计划、克林顿政府的信息高速公路、欧盟第四、五个科技发展和研究框架计划、日本通商产业政策构想和科技白皮书等。因此,从理论上深入比较研究产业政策理论和管理实践无疑具有十分重要的理论和现实意义。

从理论上,产业政策与管理是政府为改变产业间的资源分配和企业经营活动而采取的一系列政策和管理措施。日本著名产业经济学家小宫隆太郎认为,产业政策是政府为改变产业间的资源分配和各种产业内部私营企业的某种经营活动而采取的政策。伊藤元重等人则认为,产业政策是由于竞争性市场存在的缺陷,当自由竞争导致资源分配和收入分配出现问题时,为提高本国经济福利水平而实施的政策。也就是说,产业政策是促进某种产业的生产、投资、研究开发、现代化和产业改组而抑制其他产业的同类活动的政策;或者说是通过干预一国的产业(部门)间的资源分配或产业(部门)内的产业组织,达到该国国民的(经济的、非经济的)目标的政策。从本质上看,产业政策是为了克服国家(高度集权的计划经济)和市场(完全自由竞争的市场经济)的缺陷而产生的一个中间地带,也就是制度和政策。Okimoto 研究日本产业政策时很注重这种制度特点,他把政府与民间企业之间的中间领域(inter-mediatezone)看作决定日本产业政策特点的最重要因素。他认为,在日本社会行业协会、官僚机构的审议会、政党的政策委员会、金融机构、言论机构、劳动组织、学术界等组织之间形成了正式或非正式的网络,这种网络关系在实施产业政策

中起着关键的作用。因此,研究产业政策的意义,不仅在于理解该国经济发展战略和产业结构,而且有利于理解该国政治、经济体制的特点,进而解释政府与市场关系的定位。

武汉科技大学湖北产业政策与管理研究中心是在原武汉科技大学产业政策与管理研究所的基础上,整合武汉科技大学校内外专家资源,跨经济、管理、社会三大学科门类组建的湖北省普通高校人文社会科学重点研究基地。自2004年通过湖北省教育厅组织的专家立项建设评审以来,研究中心以“关注湖北产业发展,服务湖北经济建设”为宗旨,立足湖北省区域经济和产业发展特征,从产业政策基础理论、产业组织、产业发展环境、技术创新与高技术产业发展等方面系统研究湖北省产业结构、产业组织和产业技术政策,为湖北省政府及有关部门制定湖北产业发展政策和经济社会发展规划提供决策咨询和技术支持。研究中心成立3年以来,先后参与了湖北省“十一五”科技发展战略和总体规划制定、湖北省高校科技产业改革改制方案制订、青山区“十一五”发展规划制定,以及武汉钢铁公司、湘潭钢铁公司、广州钢铁公司等企业技术咨询项目多项,主持国家自然科学基金、国家社会科学基金、教育部人文社科规划基金、湖北省自然科学基金等纵向项目10余项,出版《管理协同论》(潘开灵)、《高技术产业风险投资研究》(李永周)等学术专著5部。

这本研究报告论文集是研究中心研究人员近年来参加政策咨询和企业技术服务成果的概括和总结。全书共分上、中、下三篇,分别就企业经济与管理、湖北区域经济发展以及产业发展与规制等进行深入研究,内容涉及企业经济与管理、产业组织与政策、区域经济发展等。全书由潘开灵、李永周提出框架设计并组织编写,李永周、罗志文、王芳、李丽萍、熊吉峰等负责统稿并进行一些必要的文字修改。由于研究报告论文集涉及作者较多且我们的编写水平有限,内容也较广泛,错误和疏漏之处在所难免,敬请读者批评指正。各研究报告论文仅代表作者本人的学术观点,文责自负,研究中心不承担由此引起的一切后果。

湖北产业政策与管理研究中心常务副主任、教授 李永周

2007年8月16日

目 录

上编 企业经济与管理

大型钢铁企业综合竞争力评价研究·····	潘开灵	罗俊	1	
大型板材企业营销竞争力评价体系研究·····	陈涛	王彩娟	孙伟	9
铁矿石供应保障体系评价的风险矩阵法				
应用研究·····	梁小威	李云梅	25	
民营企业产业整合的模式及发展战略研究·····	李永周	马军伟	36	
中小企业集群中的风险因素及其防范·····	李运河		55	
主管态度对中小企业信息化影响程度的实证分析·····	涂伟		65	
基于顾客感知风险的服务企业营销策略·····	陈国平		75	
论规模经济与反垄断立法·····	林红珍	张亚卿	85	
财务能力状态转换机理研究·····	黎精明		93	

中篇 湖北区域经济发展

湖北省与沿海发达地区经济差距比较研究·····	董登新	101
基于中部崛起的湖北省制造业集群物流研究		
·····	刘明菲 张 君 王 婧 潘开灵	113
湖北省工业企业技术创新的问题与对策研究·····	王鑫鑫 张志清	123
湖北省激光加工产业化与装备制造能力		
提升研究·····	陈长军 张 敏 马红岩 赵 刚 闫文青	133
论旅游业发展与三峡地区和谐社会构建		
·····	曹诗图 周宜君 闫秦勤 胡书玲	140
湖北孔庙文化旅游研究·····	孙君恒 张丽娜 韩 旭	149
湖北省会展产业与城市化互动发展研究·····	孙 伟 陈 涛	159
武汉房地产业可持续发展对策研究·····	顾志明 万俐娟	170
企业社会责任管理体系与湖北出口产业应对策略研究·····	周 勇	186
湖北省农村劳动力外出务工的地域性差异分析·····	姚莉萍 郭朝晖	199

刍议湖北省中部崛起战略的金融支持.....	潘雅琼	208
中部崛起与企业文化建设.....	雷德明	216

下篇 产业发展与规制

我国成熟行业生产型企业风险因素的实证研究.....	王 芳 罗志文	225
中国建筑业技术创新水平现状及原因分析.....	熊华平	235
我国电子及通信设备制造业技术创新能力研究.....	吴友军	242
教育投入与我国经济增长关系及评价.....	李红松	254
中国网络出版产业：优势、问题与 前景.....	刘伟成 纪 翔 孙吉红	260
美国产业组织政策的变迁及其对中国的启示 意义.....	杨 震 张 廷	270
中印软件业竞争优势的比较.....	李晓东	281
开源软件及其创新模式探析.....	王 静 王艳红 王鑫鑫	291

大型钢铁企业综合竞争力 评价研究

潘开灵* 罗 俊

摘要：本研究针对大型钢铁企业的现状，通过对大型钢铁企业核心能力的分析，把大型钢铁企业的核心竞争力划分为6大模块，并用特征因素分析法对这6大模块进行了基本分析，结合实际情况选取了适合大型钢铁企业横向对比的指标，并对每一项指标进行了说明。通过这6组36项指标的对比，能进一步分析和评价大型钢铁企业的竞争力，为大型钢铁企业的战略突围提供方向。

关键词：竞争力评价指标 大型钢铁企业 核心竞争力

钢铁企业是我国国民经济的基本产业部门，新中国成立以来我国钢铁工业的建设取得了显著的成就。2006年我国的钢产量达到4.18亿吨，钢铁产品的数量已经不再是主要矛盾，正在进入加速结构调整、提高企业竞争力为主的新时期。构建指标体系旨在通过合理系统地分析，对大型钢铁企业的竞争力有更清晰的认识，给企业未来提升竞争力提供思考的方向。同时钢铁行业规模效益非常明显，不同数量级的企业之间缺乏可比性。从钢铁行业统计数据中不难发现，年产量500万吨以上已经进入我国钢铁企业的前15强属于特大型钢铁企业，而200万吨以下多为民营钢厂排名落在45名之后，属于中小型钢铁企业。针对年产量500万吨以下，200万吨以上的大型钢铁企业，它们的发展和经营有一些明显的特点不同于特大型钢铁企业，钢铁新政的出台限制了大型钢铁企业规模的发展，在规模发展受到各方面制约的情况下，它们在不断优

* 作者简介：潘开灵（1961～），男，湖北产业政策与管理研究中心主任，武汉科技大学管理学院院长、教授、管理学博士。

化产品结构的同时，更侧重于资本的有效利用和核心竞争力的培养，所以这些大型钢铁企业之间的竞争力评价体系应该不同于特大型钢铁企业，应更重视除规模之外的核心能力。

一、评价体系设计的基本原则

在具体设计和构建企业竞争力评价指标体系中，必须遵循一定的原则，就钢铁行业的特点而言，构造钢铁企业竞争力指标体系应该遵循如下四条原则：

(1) 目的性原则。设计企业竞争力评价指标体系的目的在于，衡量企业竞争力的状况，找出企业竞争力弱的原因所在，指出改善企业竞争力的手段和方法，最终增强企业的竞争实力。

(2) 科学性原则。企业竞争力指标体系应该准确地反映企业竞争力的实际情况，有利于企业同国内外竞争对手的比较，挖掘竞争潜力。

(3) 通用性和发展性结合的原则。所建立的指标体系必须具有广泛的适应性，即设立的指标能反映不同类别，不同企业竞争力的共性。建立的竞争力指标必须具有发展性，即可根据具体的行业和企业做出适当的调整，能够灵活应用。

(4) 可操作性原则。评价指标体系应在实际工作中可以获得数据，且所选的指标应规范，符合统计原则。

二、大型钢铁企业评价体系的构建

由于核心能力的竞争优势特性，大型钢铁公司其核心能力应以学习、创新为基本内核的特质来决定。核心能力的延展性和不可复制特征则决定了竞争力特质的数目不应很多，核心能力的异质性特征，决定了在不同竞争环境下的核心能力不尽相同。在新的竞争态势下，我国特大型钢铁公司在钢铁常规产品上占据绝对市场优势，这就要求大型钢铁公司必须具备市场敏感性和组织管理柔性，以不断创新的功能化产品来满足顾客在质量方面的需求，从而获得区域性和局部的竞争优势，可以用新竞争范式所要求的公司竞争力特性作为分析公司核心能力的出发点。结合大型钢铁企业的特点，通过对钢铁行业价值链的研究，确立了6大核心竞争力，也就是评价体系6大模块，如图1。

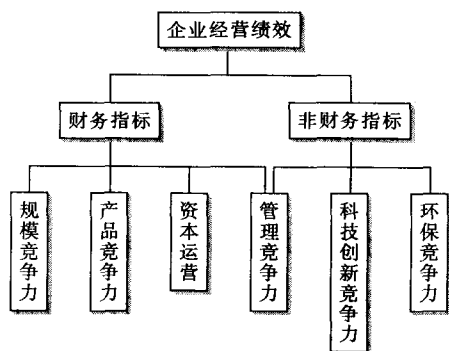


图1 第一层指标体系

1. 规模竞争力

由于钢铁行业具有很强的规模效应，因此对于整个钢铁行业而言，规模竞争力是一个非常重要的指标，也是每家钢铁企业十分重视的一个基本指标。结合大型钢铁企业的特点，选取了六个具有代表的指标进行分析评价：

- (1) 钢产量：用来反映企业完整工序的生产能力；
- (2) 钢材产量：用来反映企业的产品产量规模；
- (3) 资产总额：用来反映总体资本规模；
- (4) 营业收入：反映了企业在销售商品、提供劳务以及让渡资产使用权等日常活动中所形成的经济利益的总流入；
- (5) 利润总额：反映企业总体盈利水平；
- (6) 全部职工人数：反映企业工业规模。

2. 产品竞争力

钢铁企业产品竞争力主要包括产品的品种结构、质量、成本方面的竞争力。由于产品竞争力在大型钢铁企业的横向比较中占据较大的地位，同时考虑到数据收集的难易程度，我们选择了八项指标进行分析：

- (1) 产品销售率：用来反映产品的市场销售状况，一定程度上代表了企业的销售能力和产品质量；
- (2) 产品销售利润率：一定时期内产品销售利润与产品销售收入之比，反映产品销售利润的实现程度；
- (3) 出口创汇率：用来衡量产品参与国际竞争的能力和程度；
- (4) 成本费用利润率：实现利润与成本费用之比，反映企业投入与产出的经济效益；

- (5) 吨钢可比能耗：用来衡量企业能耗水平；
- (6) 连铸比：为连铸生产的钢材在钢材生产总量中的比例；
- (7) 轧钢综合成材率：是一项综合性的技术经济指标，成材率提高意味着金属损耗减少，同时也反映了产品质量的提高和综合能耗的降低；
- (8) 板带比：指扁平材占总钢产量的比例，衡量钢铁工业产业结构。

3. 科技创新竞争力能力及其评价指标

科技创新竞争力反映研究开发与技术创新，是促进科技成果的集成与输出的能力。对于大型钢铁企业来说主要应该考察包括技术改造、技术开发和创新方面的竞争力评价。针对大型钢铁企业选取了下面三个指标：

- (1) 企业研发中心的等级：企业一般都建有自己的研发中心，利用这个指标能基本反映企业研发能力；
- (2) 产学研共建情况：是否建有博士后流动站，能够在一定层面上反映企业产学研研究的程度和等级；
- (3) 能源消耗利润率：其计算公式为：能源消耗利润率 = 利润总额 / 年综合能耗，反映企业能源利用方面的技术水平。

4. 管理竞争力

企业的管理竞争力是个综合指标的反映，应该包括企业经营的很多方面。我们参考了很多专家学者对企业管理竞争力的评价指标，为大型钢铁企业选取了最具代表性的几个定量指标：

- (1) 全员劳动生产率：销售收入 / 员工平均人数，反映人均创收能力；
- (2) 存货周转率：销售收入 / 存货平均余额，反映存货管理水平；
- (3) 应收账款周转率：销售收入 / 应收账款平均余额，反映应收账款管理能力；
- (4) 总资产周转率：销售收入 / 总资产平均余额，反映企业运用资产赚取收入的能力；
- (5) 净利润：反映企业实际收入的收益水平；
- (6) 流动资产周转率：销售收入 / 流动资产平均占用额，用来衡量企业生产产品是否适销对路，存货定额是否适当。

5. 资本运营能力

特大型钢铁企业其资本往往在全国相比都具有很大的实力，而对于大型钢铁企业，虽然规模的发展受到各方面的条件制约，但由于钢铁行业投资大等特点，其资本在一定区域中还是具有相当的竞争力。反映企业综合资本运营能力的四个基本指标是：

(1) 资本保值增值率: $\text{资本保值增值率} = (\text{年末所有者权益} / \text{年初所有者权益}) \times 100\%$, 反映了企业资本的运营效益与安全状况;

(2) 总资产贡献率: 指标反映企业全部资产的获利能力;

(3) 非钢产业投资比: 反映企业在其他产业投资的力度;

(4) 资产负债率: $\text{资产负债率} = (\text{负债总额} / \text{资产总额}) \times 100\%$, 该指标既反映企业经营风险的大小, 又反映企业利用债权人提供的资金从事经营活动的能力。

企业是否上市, 反映了企业在更广泛的资本空间中运作的潜力, 上市公司融资能力要明显比没有上市的公司强很多。同时, 还应该考虑上市公司在股票市场中的表现, 下面选取了四个指标进行评价和对比:

(1) 是否上市: 上市公司拥有更好的投资融资能力;

(2) 每股收益: 将公司的净利润除以公司的总股本, 反映了公司每一股所具有的当前获利能力。

(3) 净资产收益率: $\text{净资产收益率} = \text{净利润} / \text{平均股东权益}$, 该指标越高, 说明投资带来的收益越高;

(4) 股息率: 衡量股票的投资价值, 一方面它可以引导上市公司注重给投资者以真实的现金分红, 另一方面它也是上市公司投资价值的真实体现。

6. 环保竞争力

环境问题越来越受到社会的关注, 企业的生产对环境的影响决定了企业可持续发展的能力。根据国家的相关规定, 我们将环保竞争力分五个方面进行考虑, 其中包括环保治理、污染物排放、环保投资和清洁生产等。

(1) 环保资金投入比例: 环保投入额占营业收入比例, 用来反映企业投资环保的力度;

(2) 污染物综合排放合格率: 环保基本指标;

(3) 轧钢综合成材率: 轧钢综合成材率是影响冶金企业综合经济效益的重要技术经济指标, 是衡量轧钢厂操作技术与工序管理水平的主要依据, 也是清洁生产的关键指标;

(4) 吨钢综合能耗: 反映企业综合能耗水平;

(5) 万元销售额能耗: 反映企业效益与能耗之间的关系。

7. 综合指标

通过上面的分析, 对大型钢铁企业的综合评价指标体系有了一个完整的说明, 如表 1。

表 1

大型钢铁企业的综合评价指标体系

	序号	指 标		序号	指 标
规模竞争力	1	钢产量	管理竞争力	18	全员劳动生产率
	2	钢材产量		19	流动资产周转率
	3	资产总额		20	存货周转率
	4	营业收入		21	应收账款周转率
	5	利润总额		22	总资产周转率
	6	全部职工人数		23	净利润
产品竞争力	7	产品销售率	资本运营能力	24	资本保值增值率
	8	产品销售利润率		25	总资产贡献率
	9	出口创汇率		26	非钢产业投资比
	10	成本费用利润率		27	总资产负债率
	11	吨钢可比能耗		28	是否上市
	12	连铸比		29	每股收益
	13	轧钢综合成材率		30	净资产收益率
	14	板带比		31	股息率
技术创新竞争力	15	研发中心等级	节能环保竞争力	32	环保资金投入比例
	16	产学研能力		33	污染物综合排放合格率
	17	能源消耗利润率		34	轧钢综合成材率
				35	吨钢综合能耗
				36	万元销售额能耗

以上指标的选取不仅仅经过了详细的说明和论证,还考虑到统计数据的实际情况,通过对指标进行综合的定量分析,能够为大型钢铁企业的战略定位提供较大的参考作用。

三、大型钢铁企业综合竞争力评价

通过上述分析,我们对六大竞争力模块指标进行了逐一评价,并针对选取的 12 家对比企业利用熵权法进行了计算和分析。作为综合竞争力的测度,访谈了一些钢铁行业的专家和学者,请他们针对钢铁企业,特别是大型钢铁企业这六大竞争力的相对重要性作出判断,并作了相应的记录和计算,得出由专家评价的各指标权重如表 2。

表 2

大型钢铁企业六大竞争力指标的权重

	规模竞争力	产品竞争力	管理竞争力	资本运营能力	技术创新竞争力	节能环保竞争力
权重	0.2145	0.3063	0.0982	0.1892	0.1128	0.0790

通过专家们对各指标权重的分配,可以发现,针对大型钢铁企业而言,其产品竞争力最为重要,为了和特大型钢铁企业竞争,并在区域内取得相对的优势,大型钢铁企业在规模发展受到国家宏观调控限制的基础

上,只能通过产品的差异化提高自身的竞争力。虽然对所有的钢铁企业而言,规模竞争优势所带来的影响十分巨大,但是对于大型钢铁企业而言,受制的规模发展只能通过资本的良好运营来实现资本的保值增值,通过资本运行实行以主业为依托的多样化发展战略来实现企业的战略目标。为了实现成本领先,大型钢铁企业还必须在管理竞争力和技术创新能力上不断加强,但是在管理、技术创新、节能环保三个方面大多数具有一定规模的国内钢铁企业之间的差距并不大,而且可以充分利用企业外部资源来强化这三个方面,但是不管如何要实现突破性成长的可能性较小,所以它们的比重相对较低(见表3)。

表 3 2004 年 12 家钢铁企业综合竞争力计算

企业名	规模 竞争力	产品 竞争力	管理 竞争力	资本 运营能力	技术创新 竞争力	节能环保 竞争力	总评	排名
太钢	1	1	5	3	1	9	2.4032	1
南钢	2	5	2	1	6	6	3.4969	2
广钢	3	2	12	4	3	2	3.6877	3
韶钢	4	8	7	2	8	4	5.5926	4
津西	8	3	1	10	10	1	5.8321	5
昆钢	5	4	9	7	7	12	6.2435	6
重钢	7	6	10	6	2	10	6.4721	7
青钢	6	11	6	5	9	3	7.4437	8
邢钢	11	7	4	11	4	11	8.2978	9
三钢	10	10	3	8	11	5	8.652	10
新钢	9	9	11	9	5	8	8.6662	11
萍钢	12	12	8	12	12	7	11.2122	12
权重	0.2145	0.3063	0.0982	0.1892	0.1128	0.0790		

综合来看,我们整理和通过权重的计算,对 12 家钢铁企业六大竞争力进行了排名。计算的结果可以用于企业的战略发展过程中,了解自身的比较优势和劣势,为企业的发展指明方向。

主要参考文献

- [1] 发展和改革委员会:《2006 年全国钢产量 4.18 亿吨》, <http://www.chinacem.com> 2007-1-29 10:44。
- [2] 戚向东:《2004 年钢铁行业运行情况及 2005 年发展态势分析》,载《冶金管理》2005 年第 1 期。

[3] 毛育晖:《论企业经营效绩评价指标体系的设计》,载《冶金财会》2004年第4期。

[4] 杜钢:《企业核心竞争力的层次——维度结构及其评价判定模型研究》,载《科学与科学技术管理》2005年第1期。

[5] 柳清瑞:《企业竞争力的一种模糊多指标评价方法》,载《中国软科学》2003年第8期。

[6] 潘开灵、李芳:《提升民营钢铁企业核心竞争力的探讨》,载《中国民营科技与经济》2005年第12期。

[7] 中国钢铁工业年鉴编辑委员会:《中国2005年钢铁工业年鉴》,中国钢铁工业年鉴编辑部2005年12月。

大型板材企业营销竞争力 评价体系研究

陈 涛* 王彩娟 孙 伟

摘要：改善和提升营销竞争力正成为大型板材企业工作的重中之重。本研究在综述国内外营销竞争力研究现状的基础上，构建了大型板材钢铁企业营销竞争力评价体系，并通过 A、B 两公司对大型板材企业的营销竞争力进行了实证研究。

关键词：营销现状 大型板材企业 营销竞争力 评价体系

我国钢铁需求较大，产量已多年居世界第一。但无可否认的事实是，我国钢铁产业发展仍存在诸多不足：产品结构不合理，总体质量不高，钢铁产业的技术水平和物资消耗与国际先进水平相比还有差距，钢铁企业的营销水平与国外先进企业相比还有很长的路要走。随着我国板材产能的不断增加，板材企业在市场终端和渠道、下游行业大客户及中间商的争夺将会变得更加激烈起来。因此，改善和提高企业在营销领域的表现成为大型板材钢铁企业工作的重中之重。

一、大型板材钢铁企业基本情况

根据目前国内主要大型板材钢铁企业的板材产量、质量、运营情况，我们大致将其分为两类：第一类是以宝钢、鞍钢、武钢为代表的现代化大型板材钢铁企业。这三家企业板材项目比其他企业投产要早，走在国内板材钢铁企业实践的前列，无论是在规模上，还是在产品结构上都处于国内领先地位。其板材产品种类齐全，基本都能提供国内主要高端板材产品，同时也是我国钢铁技术、人才集中地。这三家企业目前仍在进行大规模扩建，未来也必将成为我国钢铁行业兼并重组的王牌主力军。所以，它们的发展能够直接带动国内钢铁行业整体发展水平。第二类是以本钢、首钢、邯钢、马钢、唐钢、沙钢等为代表的大型板材钢铁企业。这几家企业经过近三年的改造，基本或是正在完成产品结构升级，企业规模和企业实力都得到了充足的壮大，它们生产的基本都是国内板材主流产品，同时也是

* 作者简介：陈涛（1963 ~ ），男，武汉科技大学教务处副处长、教授。

各省的主干企业。目前这几家企业仍在继续扩建，终将被打造成为具备较强抵抗市场风险，并能够在未来生存竞争中进行独立冲杀的“重型战列舰”。

由于以上企业实力雄厚，在建项目刚性较强，加上具有兼并其他企业的能力，因此，预计板材产品的产能在未来几年内将迅速增长。但在竞争激烈的板材市场，随着产品差异逐渐变小，板材企业亟待提高自身的营销竞争能力。

1. 大型板材钢铁企业的营销现状

综观国内各大板材企业，其营销现状可以从以下几个方面进行概括：

(1) 营销理念

钢铁工业作为国民经济的基础性产业，曾经长期受到计划经济的严重束缚。因此，无论是在市场观念上，还是在市场研究、营销策略上都没有彻底贯彻“以用户为中心”的理念。大型板材企业的领导体制大都是“生产导向型”而不是“市场导向型”，一些企业对市场营销重视不够，营销人员占企业职工比例很低，最高的不足2%，营销队伍素质不高也是钢铁企业的普遍问题。

(2) 营销研究

近年来大型板材企业开始重视板材产品的营销工作，但以市场为导向的营销管理工作并不完善。我国板材企业内部普遍缺乏对信息研究的专门机构，大都通过国内客户、本企业人员实地考察、产品订货会、用户座谈会等途径来获取营销信息，营销信息的来源渠道较少，为决策提供依据的市场信息系统不完善，生产与市场需求衔接不紧密。

(3) 营销战略

大型板材企业的营销管理缺乏长期观念，营销战略与发展规划及中长期经营计划脱节。营销行为受短期市场左右，缺乏对市场深入的分析和理解，经营决策随市场波动而剧烈变动。许多大型板材企业在市场开拓过程中，没有充分延伸到潜在的市场需求方面。

(4) 营销策略

①产品策略。“十五”期间，许多钢铁企业把板材作为产品结构调整的主要方向，多数大型板材企业都上马了热连轧机、冷轧机、中厚板轧机等，而技术能力相对较低的民营企业也大量选择带钢项目，因而国内板材产能增长很快。截止到2005年底，国内共有热轧板材产能1.52亿吨、冷轧板材产能4100万吨、涂镀产能2900万吨。而且随着国内各类板材轧机大量投产，我国各板材品种产量迅速增加，2005年国内各类板材总产量较2000年增加9550万吨，5年间板材产量年增速为24.6%，高于同期国