

山东经济特色与竞争优势 研究

SHANDONG JINGJI TESE YU
JINGZHENG YOUSHI YANJIU

主 编 张 华

副主编 郑贵斌 秦庆武 任继明

山东人民出版社

山东经济特色与竞争优势 研究

主 编 张 华
副主编 郑贵斌 秦庆武 任继明

山东人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

山东经济特色与竞争优势研究 / 张华主编. — 济南:
山东人民出版社, 2007. 10

ISBN 978-7-209-04333-5

I. 山... II. 张... III. 地区经济-经济发展-
研究-山东省 IV. F127.52

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 154626 号

责任编辑:刘海涛

封面设计:周云龙

山东经济特色与竞争优势研究

张 华 主编

山东出版集团

山东人民出版社出版发行

社 址:济南市经九路胜利大街 39 号 邮 编:250001

网 址:<http://www.sd-book.com.cn>

发行部:(0531)82098027 82098028

新华书店经销

日照报业印刷有限公司印装

规 格 16 开 (170mm×230mm)

印 张 30

字 数 510 千字 插页 2

版 次 2007 年 10 月第 1 版

印 次 2007 年 10 月第 1 次

ISBN 978-7-209-04333-5

定 价 70.00 元

如有质量问题,请与印刷厂调换。电话:(0633)8221365

序

《山东经济特色与竞争优势研究》是山东社会科学院根据中共山东省委主要领导同志的意见开展的省情研究课题之一。

多年来，山东在结合省情，贯彻落实党和国家的路线、方针、政策，建设中国特色社会主义的过程中，逐步形成了一系列山东经济的特色。如以大企业众多为特征的大象经济，以产业化为依据、标准化为基础、国际化为导向的农业产业，以日韩合作为主的外向型经济，以资源为支撑的产业体系，百强县密集的县域经济，通车里程居全国第一的高速公路经济，走在全国前列的循环经济，发展潜力巨大的海洋经济，孔子、泰山等文化资源独特的旅游经济，土生土长的管理学说以及山东半岛城市群和胶东半岛制造业基地的崛起，济南省会城市群经济圈、鲁南经济带的形成，等等。这些特色有的是资源禀赋决定的，如由于资源门类齐全形成的比较完整的产业体系，由于具有丰富的传统文化资源形成的孔子、泰山旅游经济特色等。有的是山东省委、省政府创造性地贯彻中央路线、方针、政策产生的，如山东半岛城市群和胶东半岛制造业基地的崛起等。有的是山东基层组织努力工作的结果，如蓬勃发展的县域经济。有的是山东企业经营者潜心经营带来的，如走在全国的企业循环经济、青岛名牌聚集现象等。还有山东科研工作者辛勤劳动创造的成果，如产生于山东的“三法一体系”管理学说。这些经济特色，具有鲜明的特点。

总结山东的经济特色，是为了提升山东经济的竞争力。区域经济特色指一个区域明显优于其他地区且不易被其他地区模仿的发展条件，这是区域经济发展的独特综合能力。区域竞争力是指一个区域在大区域中与同一类型区域争夺市场和资源的能力，或者说是一个区域在大区域中相对于其他区域的资源优化配置能力。区域经济特色是区域核心竞争力的重要内容。核心竞争力又称竞争优势。山东经济特色构成了山东竞争优势的主要内容，如产业集群，城市群，大企业经济，海洋经济，港口经济，外向型经济，以产业化为依托、标准化为

基础、国际化为导向的农业产业，县域经济，循环经济，高速公路经济，孔子文化产业，本土管理学说等。山东以大企业经济为主的经济特征和以日韩合作为主的外向型经济从经济结构和经济对外依存度方面提升了山东的宏观经济竞争力。山东以资源为支撑的产业体系，以孔子、泰山等独特文化资源为依托的旅游经济，反映了山东具有较强的资源竞争力。山东的循环经济走在全国前列，从资源综合利用和减少废弃物排放角度增强了山东经济的可持续发展竞争力。山东高速公路通车里程居全国第一，从完善基础设施的角度提升了山东的发展环境竞争力。山东半岛城市群和胶东半岛制造业基地的崛起，济南省会城市群经济圈和鲁南经济带的形成，从城市化水平、产业集群的角度反映了山东具有较高的发展水平竞争力。山东产生了先进的管理学说和管理方法，从提高企业管理水平的角度增强了山东企业的竞争力。这是山东在新的起点上实现富民强省新跨越的经济基础。对这些特色要进一步打造，对这些竞争优势要进一步培植。

进一步打造经济特色，需对山东经济特色的特点做进一步的分析。哈佛大学商学院教授迈克尔·波特把生产要素分为基础要素、高级要素、一般化要素和特定化要素四类。基础要素指不需要进行开发活动或仅需要较少的简单投资就可以投入使用的生产要素，如矿产资源的开采。高级要素指需要较大的持续不断的投资才能获得的生产要素，如受过高水平教育的人才。高级要素与基础要素相比是稀缺资源，对一个区域的发展更重要。一般化要素指能够广泛应用于各类产业中的生产要素，如资金和普通劳动力。特定化要素指在不同生产部门之间无法自由流动的生产要素，如港口、土地等。特定化要素与一般化要素相比更稀缺，成为一个区域获得持续竞争优势的基础。就山东而言，资源门类齐全属于基础要素，在形成竞争优势中的作用相对较弱，短缺的高素质人才等属于高级要素，对竞争优势产生一定的制约，黄河三角洲等属于特定化要素，是山东形成新的竞争优势的最大潜力所在。

除了波特的要素分级理论外，古典经济学派亚当·斯密和李嘉图的比较优势理论，对正确理解山东的经济特色和竞争优势也有很大的帮助。外生比较优势指天生条件差别产生的贸易好处。内生比较优势理论认为某个国家选择专业生产某种产品，可以内生地创造出原来没有的比较优势，也就是说内生比较优势可以在外生比较优势不存在时出现。过去我们强调的多是外生比较优势，如资源门类齐全等，这导致经济发展到一定阶段时显现出负面影响。正是由于资源门类齐全，造成了山东工业中70%是以资源加工、初级加工为主的传统产

业的局面。山东也创造了较强的内生比较优势，如走在全国前列的循环经济，各市县形成的一批产业集群，本土产生的“三法一体系”管理学说等。今后山东要更加注重培育内生的比较优势。山东现代服务业相对落后，高新技术产业与广东、江苏等省相比也有较大的差距，现代服务业、高新技术产业的知识含量高、技术含量高，其产业优势属于典型的内生比较优势，山东要在这方面下大力气培育竞争优势。现代经济的发展历程表明，通过生产要素的继承获得竞争优势的例子很少，要素禀赋在决定一个地区的竞争优势方面所起的作用很复杂，即使拥有得天独厚的资源优势，也还有一个资源优势如何发挥的问题。山东的传统文化资源在全国独占鳌头，但山东的文化产业与其文化资源相比很不对称，存在一个要素如何升级、如何再创造、如何特定化的问题。这说明发挥外生比较优势也要与内生的比较优势相结合。通过打造内生比较优势，现代服务业、高新技术产业、文化产业必将成为山东竞争优势中的新元素，山东经济将在更高的层次上实现又好又快发展。

省域经济竞争力是一个动态的概念，随经济发展处于不断的变动之中。资源门类齐全曾在一定时期成为山东的竞争优势，但现在看这种作用已经不明显了，同时山东的文化产业等新的竞争优势又在形成之中。山东只有同时具备现实竞争力和将来竞争力才是真正具有竞争力。现实竞争力是将来竞争力的基础。省第九次党代会提出要着力打造山东半岛城市群、省会城市群经济圈、鲁南经济带、黄河三角洲高效生态经济区和海洋经济强省“五大板块”。省委书记李建国最近又在“五大板块”的基础上进一步把山东区域经济发展概括为“一体两翼”。“一体”指从东向西沿胶济铁路到省会济南周围的中心地带，两翼即北线和南线，北线指黄河三角洲及周围地区，南线指鲁南经济带的大部分区域。简单地说，“一体”就是山东半岛城市群和济南省会城市群经济圈，“两翼”就是黄河三角洲和鲁南经济带。“一体两翼”是在科学发展观指导下，对山东省情的深化认识，把“五大板块”的单项战略有机地整合为一个整体，形成山东经济南连长三角、北接滨海新区、东进日韩、西取陇海线广阔腹地的格局。在这个格局中，胶东半岛制造业基地发挥龙头作用，胶济铁路沿线的山东半岛城市群、济南省会城市群经济群起脊梁作用，黄河三角洲和鲁南经济带这两个经济发展薄弱地区发挥后发优势加快发展，尤其是黄河三角洲作为一项最重要的特定化要素将在形成山东新的竞争优势中发挥突出作用。

可以预见，在“一体两翼”战略构想的指导下，山东经济就像一只雄鹰，胶东半岛制造业基地是雄鹰的头部，山东半岛城市群和济南省会城市群经济圈

是雄鹰的躯体，黄河三角洲和鲁南经济带是雄鹰的两翼，雄鹰背依广阔腹地，面向浩瀚海洋，展翅飞翔。

张 华

2007 年 9 月 18 日

目 录

序	张华 (1)
一、山东的大企业经济及大企业核心竞争力研究	(1)
二、山东农业产业化、标准化、国际化发展研究	(33)
三、山东海洋经济特色与竞争优势研究	(63)
四、山东提升旅游产业综合竞争力研究	(93)
五、山东对日韩贸易投资合作与扩大对外开放研究	(122)
六、充分利用高速公路优势, 拓展经济和社会效益研究	(166)
七、山东以资源为支撑的产业体系研究	(200)
八、山东半岛城市群和胶东半岛制造业基地的崛起 与发展研究	(237)
九、山东进一步壮大县域经济研究	(282)
十、山东深入发展企业循环经济研究	(314)
十一、山东省进一步发展循环经济研究	(341)
十二、山东品牌集聚现象与品牌战略研究	(374)
十三、“岗次动态管理体系”与提升山东企业竞争力研究	(426)
十四、打出三套组合拳, 实现济南新突破研究	(465)
后 记	(474)

一、山东的大企业经济及大企业核心竞争力研究

近十几年来,山东省委、省政府采取综合配套措施培育和发展大企业经济,成效显著。大企业核心竞争力不断提高,对全省经济发展的主体作用、带动作用 and 纽带作用越来越大,但与世界 500 强企业比,还有很大差距。我们应该分析产生差距的原因,制定和实施科学的战略措施,培育和提高企业核心竞争力,发展大企业经济。

一、大企业经济已成为山东经济的一大特色

改革开放以来,特别是进入 21 世纪以来,山东省委、省政府采取综合配套措施培育和发展大企业。以实施大企业品牌战略为抓手,切实提高企业自主创新能力,带动提高企业核心竞争力,使大企业经济发展成为山东产业结构的主体和国民经济持续、稳定、快速、健康发展的主导。到 2005 年底,全省规模以上工业企业(全部国有和年主营业务收入 500 万元及以上的非国有工业企业)达到 26867 个,比上年增长 32.3%;实现增加值 8411.9 亿元,比上年增长 28.4%。实现增加值占第二产业增加值 10620.3 亿元的 79.2%,占全省生产总值(GDP) 18468.3 亿元的 45.5%,实现利税 3396.3 亿元,比上年增长 50.6%,占全省利税总额的 68%。^①如果再加上农业、服务业的大企业,则大企业实现利税约占全省利税总额的 75%。可见,山东大企业在山东整个经济发展中占有举足轻重的地位。从某种意义上说,山东经济也可以称为“大企业经济”。大企业经济是山东国民经济的一大特色。

^① 山东省统计局:《2005 年山东省国民经济和社会发展统计公报》,2006 年 3 月 5 日《大众日报》。

(一) 山东大企业在改革开放中蓬勃发展

山东是沿海经济大省,是我国对外开放的前沿。党的十一届三中全会以来,山东的改革步伐较快,开放的范围和领域迅速扩大。改革开放的不断扩大和深入,在给山东企业特别是大企业带来良好发展机遇的同时,也带来了日趋激烈的竞争。开放的山东市场聚集着越来越多的国内外企业,山东大企业要维持本省市场、占领省外市场、进入国际市场,就不仅要面对全省众多企业的竞争,而且要与外省市企业、与外商企业在多个层面上展开激烈竞争。市场竞争主体的多元化和复杂性,使各种激烈的竞争交织在一起,国内市场竞争国际化,省内市场竞争白热化。山东大企业在严峻的挑战中,经受了考验,接受了锻炼,获得了蓬勃发展,取得了巨大成绩。

在改革开放的大潮中,在日趋激烈的国内外市场竞争中,山东大企业都争相投入“精兵强将”和巨额资金培植和提高企业核心竞争力,呈现出龙腾虎跃、你追我赶的大好形势,涌现出了大批先进典型。主要有:海尔集团公司、电力集团公司、莱芜钢铁集团有限公司、济南钢铁集团公司、海信集团有限公司、中国重型汽车集团有限公司、兖矿集团有限公司、魏桥创业集团有限公司、青岛钢铁控股集团有限责任公司、枣庄矿业集团有限责任公司、山东海化集团有限公司、山东大王集团有限公司、山东滨化集团有限责任公司、南山集团公司、万杰集团有限责任公司、山东晨鸣纸业集团有限责任公司、青岛啤酒股份有限公司、山东工程机械集团有限公司、烟台三环锁业集团有限公司、青岛澳柯玛集团总公司、颐中烟草(集团)有限公司、双星集团有限责任公司、华盛汇泉集团有限公司、淄博矿业集团有限责任公司、山东石横特钢集团有限公司、青岛广源发集团有限公司、新华鲁抗药业集团有限责任公司、山东招金集团有限公司、山东成山集团有限公司、将军烟草集团有限公司、山东银座股份有限公司、诸城外贸有限责任公司等。

2005年,海尔实现全球营业收入1039亿元人民币。其中,海尔品牌产品的出口和海外生产、海外销售近30亿美元,同比增长四成;并实现利润36亿元人民币,实现了从高速增长到高质量增长的转变。^①海尔集团靠持续创造世界级自主品牌,从2002年起,连续蝉联中国最有价值品牌榜首,品牌价值高达616亿元,已进入世界最具影响力的100个品牌之列。海尔集团靠自主创新

^① 庸青:《“海尔号”驶入新航向》,2006年1月2日《国际商报》。

提升核心竞争力,以其品牌的核心技术创新和优良的售后服务积极开拓国内外市场,从2002年起一直高居中国电子信息百强企业之首、中国企业500强前18位。从2006年起,海尔集团开始实施“全球化品牌战略”,以效率打造全球第一核心竞争力,创出更具影响力的世界级全球化海尔品牌。^①

海信集团,围绕技术创新目标国际化、创新课题市场化、创新成果专利化,努力提高自主创新能力和核心竞争力,成为山东发展最快的企业。2005年,实现营业收入334亿元人民币,同比增长22.34%,利税总额达到14亿元,出口额突破6亿美元,四年增加50倍。自主创新,是海信发展的根本动力,核心技术是海信核心竞争力的灵魂。多年来,海信一直把提高自主创新能力、增强核心竞争力放在战略地位,以研发核心技术为重点实施全面创新,带动了企业的突破性、跨越式发展。2005年6月26日,海信自主研发的国内首款“高清晰、高画质数字视频媒体处理芯片与应用技术”项目通过国家信息产业部组织的权威性鉴定,这是我国第一款具有自主知识产权并实现产业化的视频芯片,达到了国际先进水平,被命名为“信芯”。“信芯”的诞生,打破了我国彩电行业核心芯片长期依赖国外、受制于人的局面,对于增强我国电子信息产业的国际竞争力具有重大战略意义。党和国家领导人纷纷题词祝贺,温家宝总理给予高度评价,并亲临海信视察。山东省委、省政府和青岛市委、市政府给予重奖。

几年来,中国500强企业的排名此消彼涨,某些企业排名逐年后退,有的被挤出500强。而济南钢铁集团坚持“创新就是生命”、“精品就是未来”的战略思想,通过全面创新培植和壮大核心竞争力,研发精品,依靠精品“闯天下”。2005年营业收入突破300亿元人民币,钢铁产量突破1000万吨。在日趋激烈的市场竞争中保持着旺盛的发展态势,在中国企业500强中的排名持续攀升,从2002年的149位升至2005年的第87位。

中国重型汽车集团在2001年还是亏损严重、资不抵债、濒临破产的“老重汽”。改革重组后,坚持“科学发展,理性经营,精心操作,最佳效益”的方针,全面实施“国际化、技术领先、区域化、高质量低成本”四大战略,立足国内谋求发展,面向国际打造“中国重汽品牌”,通过自主创新,企业核心竞争力不断提高,成功步入跨越式发展新阶段。汽车年销售收入从62亿元增加到230亿元,整车年产量从7000多辆提高到45000辆,市场占有率由不

^① 张瑞敏:《海尔的全球化品牌战略》,2005年12月28日《大众日报》。

足 4% 提高到 18%。2005 年跻身中国企业 500 强, 名列 107 位。^①

万杰集团、大王集团、南山集团等发展成为全国民营企业的“明星”企业, 2002 年均跻身 500 强, 且排名持续攀升……

(二) 大企业在山东经济建设中的主体作用、带动作用 and 纽带作用

1. 主体作用。企业是国民经济的细胞。产业是企业的集合, 是经济发展的基础。进入 21 世纪后, 大企业一直是山东经济建设和产业发展的主体。全省的基础设施建设、产业结构调整、资源的整合、市场的开拓、城乡一体化建设、半岛制造业基地建设等, 都离不开大企业这个主体。据统计资料测算, 从 2001 年到 2005 年, 大企业创造增加值约占全省国内生产总值 (GDP) 的 46%, 实现利润、利税占全省利税总额的 60%, 吸纳就业人员占全省就业人员的 30% 左右。在半岛制造业基地, 2005 年大企业创造增加值、实现利税都占青岛、烟台、威海三市总额的 60% 以上。

科技进步是经济前进的轮子, 经济腾飞的翅膀。自主创新和技术研发是科技进步之源泉, 大企业又是山东自主创新和技术研发的主体。目前, 全省企业共建立技术中心 274 家, 其中国家级 44 个, 这些技术中心完成了工业企业 60% 的创新成果。仅海尔、海信、中国重汽等 5 家特大企业, 申请的专利就占全省申报总量的 1/3。烟台万华集团研发中心在引进国外技术的基础上, 经过多年攻关, 掌握了年产 16 万吨异氰酸酯的制造技术和装备, 使我国成为继德、英、美、日之后世界上第五个拥有该项核心技术的国家。目前全省技术创新骨干企业研发投入占销售收入的比重普遍高于 3%, 20 家大型企业集团的研发投入已占全省企业研发经费的 80% 以上。潍柴动力股份有限公司投入资金 2 亿多元, 研发出了我国首台具有完全自主知识产权的新型发动机, 达到了欧 III 排放标准, 开创了我国内燃机制造自主创新的新时代。^②

2. 带动作用。大企业是带动中小企业发展、进而带动整个经济发展的“火车头”。进入 21 世纪后, 山东省委、省政府制定和实施了“大企业带动战略”, 广大干部群众认真贯彻落实, 大企业对于山东经济发展的带动作用非常明显。“十五”期间, 山东国内生产总值年均增长 12.5%, 地方财政收入年均增

① 蔡东:《树中国重汽品牌打造百年基业》, 2006 年 1 月 14 日《大众日报》。

② 袁涛:《品牌战略推动自主创新》, 2006 年 1 月 10 日《大众日报》。

长 22%，大企业的带动作用功不可没。

制造业是国民经济的装备部，山东是制造业大省。在 2005 年中国制造业 500 强企业中，山东入围最多，达 55 家，营业总收入达 4907.78 亿元，实现利润总额 152.58 亿元，均居全国各省、市、区前列。在大企业的带动下，全省制造业实现增加值 6999.4 亿元，占全省规模以上工业的 83.2%，比 2004 年增长 31.9%，拉动工业增长 25.9 个百分点。优势产业对工业经济支撑力增强。电子信息技术、生物制药、新材料三大高新技术领域和纺织、机械、食品、化工、冶金、建材六大行业工业增加值分别达到 957.0 亿元和 5693.3 亿元，占规模以上工业的比重达 11.6% 和 67.7%。^① 进入“十一五”时期，山东省正在以大企业为基础，着力打造集群式装备制造业基地，向制造业强省跨越。

山东的大企业主要集中在半岛城市群。半岛各市认真贯彻落实省委、省政府关于“调整产业布局，将大企业打造成产业集群，带动全省经济发展”的战略部署。按照“品牌产品——品牌企业——品牌产业链——品牌经济”的思路，加大投入，让大企业嬗变成具有生机活力的大产业，带动了全省经济的发展。目前，山东半岛城市群已成为全国最密集的城市和产业集聚区之一，生产总值占全省的 64.1%，对全省经济增长的贡献率为 64.8%，实际使用外商直接投资 82.9 亿美元，占全省的 92.5%。^② 威海三星、浪潮乐金、海尔、海信等大企业集团的蓬勃发展，带动了周围地区信息产业的发展，初步形成了以青岛为龙头，以烟台、威海为双翼，以胶济铁路沿线城市为主体的信息产业带，其中青岛、烟台、威海三市电子信息销售收入占全省近九成。2005 年，威海三星、浪潮乐金、海信集团出口创汇的增幅分别达到 82%、5 倍、1 倍。大企业出口的大幅增长有力地拉动了全省信息产品出口的增长，标志着胶济沿线电子信息产业已成为全省外贸出口的“领头羊”。2005 年，共有 5 家电子信息企业位居全省出口企业前十位，其中位列前三位的分别为威海三星、浪潮乐金、海尔集团，且 3 家企业出口都突破了 8 亿美元，成为领跑全省出口的第一集团。^③

① 山东省统计局：《2005 年山东省国民经济和社会发展统计公报》，2006 年 3 月 5 日《大众日报》。

② 同上。

③ 申红：《胶济沿线凸现电子信息产业带》，2006 年 3 月 5 日《大众日报》。

在各个城市、各个地区，大企业的带动作用也很明显。2004年在青岛市，仅海尔、海信、澳柯玛三大龙头企业除自身实现销售收入1300亿元和税收43亿元外，还带动了800多家配套企业的发展。^①2005年在滨州市，魏桥纺织股份有限公司实际纳税83930万元，中海沥青股份有限公司实际纳税64924万元，山东京博石油化工有限公司实际纳税21557万元，山东滨化集团有限责任公司实际纳税18461万元，东胜精致无棣石油开发有限责任公司实际纳税14461万元，^②五大企业实际纳税额占滨州市税收总收入的70%以上，拉动了全市财政收入的高速增长。

3. 纽带作用。大企业是经济发展的主体和龙头，也是各城市、各地区、各方面、各领域相互联系的纽带。通过调研，深感大企业在山东经济建设中的纽带作用非常突出。

(1) 使各城市之间的联系更加紧密。山东电力集团在山东各市建立了分公司，使各城市之间的联系更加紧密。山东电力在全省各市的布局，由省政府主管部门规划，城市政府之间沟通协调，也得益于企业之间的协作。山东银座商城股份有限公司在济南、泰安、东营、临沂、淄博、滨州、日照等11个城市建立了大型超市、饭店、酒店等分公司，通过商业活动拉近了各城市间的距离。

(2) 使企业与企业之间的关系更加密切了。三联集团、银座商城等大型商业企业，通过合作联营、重组整合、参股控股、租赁经营等多种方式在省内外10多个城市设立了分公司；鲁银投资集团股份有限公司、欧美投资集团有限公司等在山东10多个城市投资建企业及其他分支机构。这就促成了企业与企业之间的融合发展。

(3) 使城乡关系、工农关系更加密切了。近十几年来，山东各城市都推行“公司加农户”的农业产业化模式，推动各市农业基地建设，带动广大农民走向了富裕之路，涌现出了许多先进典型。诸城市外贸有限责任公司，在全市10多个乡镇设立了农副产品收购站和加工厂，在广大农村建立了养殖基地、种植基地等，收购站负责收购基地农户种养的产品，加工厂负责产品加工生产，由市外贸有限责任公司统一经营出口业务。2004年营业收入突破61亿元

^① 王爽、齐淮东：《“半岛制造”造就产业集群》，2005年4月11日《大众日报》。

^② 山东省国家税务局、山东省地方税务局：《2005年度山东省纳税百强排行榜》，2006年3月31日《大众日报》。

人民币,实现利润 8588 万元,使周围上百万农民致富,创造了闻名全国的“诸城模式”,跃入全国企业 500 强,排名 397 位。山东供销社在全省广大农村建立了各种各样的农业基地上百个,每年向城市供应丰富的蔬菜、水果、禽肉、蛋、奶、水产品等,基本上满足了城市市场的需要,从而使城乡关系、工农关系更加密切、更加融洽了。

二、企业核心竞争力的内涵、特点和评价指标体系

(一) 定义和内涵

企业核心竞争力,又称企业核心能力,是由美国企业战略管理学家 C·K·普拉哈拉德和 G·哈默尔提出的。他们在 1990 年发表的《公司核心竞争力》一文中,第一次给企业核心竞争力做出了比较规范的定义。即企业核心竞争力是“企业组织中的积累性学识,特别是关于如何协调不同的生产技能和有机整合多种技术的学识”,并据此获得超越其他竞争对手的独特能力;是建立在企业核心资源基础之上,企业的智力、技术、产品、管理、文化的综合优势在市场上的反映。^①

随着信息技术革命和企业竞争实践的发展,人们对企业核心竞争力的研究日趋深入,呈现出“百花齐放、百家争鸣”的大好形势。迈克尔·波特、巴特、克姆斯、安德鲁·坎贝尔、福斯、贺尼等世界著名企业战略管理学家对企业核心竞争力进行精心研究,发表了许多颇有水平的成果,丰富和发展了企业核心竞争力理论。他们都对企业核心竞争力的定义作了自己的表述,巴特(Barton)认为:企业核心竞争力是使企业独具特色并为企业带来竞争优势的知识体系。它包括技术系统、管理系统、价值观系统、技巧与知识系统。克姆斯(Coombs)认为:企业核心竞争力是企业能力的一个特定组合,是企业市场域和企业技术域相互作用的特定经验的积累,它既具有技术特性又具有组织特性……^②显然,管理学家们对企业核心竞争力定义的概括和抽象具有逻辑上的一致性和内容上的兼容性,但又不完全相同。我国部分专家学者最近几年也

^① 转引自周婷:《贸易核心竞争力探讨》,《对外经济贸易大学学报》2001 年第 4 期,第 7 页。

^② 参阅杨浩、戴一明:《企业核心专长论》,上海财经大学出版社 2000 年版,第 37~38 页。

开始研究,他们从理论和实践的結合上概括企业核心竞争力,有的认为企业核心竞争力“是企业独具的、支撑企业可持续性竞争优势的核心能力,这种能力来自企业特有的技能、知识(包括企业的管理、文化等)的集合(或组合、整合),是企业长期形成的,蕴涵于企业内质中的能力。”^①“所谓核心竞争力,就是指一个企业在社会生存发展中的独特之处,此企业不同于彼企业的地方。”^②核心竞争力是“指企业开发独特技术、生产独特产品和发展独特营销手段的能力。”^③“企业核心竞争力,是不断创新形成的竞争能力。”^④“核心竞争力就是能使企业为客户带来特别利益的一类独有技能和技术,并能使企业持续研发新产品以满足客户的需要从而提高市场占有率。”^⑤“企业核心竞争力是企业所特有的知识和知识的应用的根本性的本领能力。”^⑥“核心竞争力是企业组织中的集合性知识,特别是关于如何协调多样化生产经营技术和有机结合多种技术流的知识。”^⑦“企业核心竞争力,是在企业战略指导下,对企业所具有的与众不同的技术和能力的整合,它能为客户提供特有的产品与服务。它是企业员工具有的核心能力的组合,是企业可持续发展的关键因素。”^⑧

认真分析研究上述观点可以看出,每一个定义都有合理性,也都有一定的片面性或不完善性。综合各种观点,加以丰富和发展,我们认为:企业核心竞争力是企业个性化成长与发展过程中逐渐积累起来的企业特有的资源、资金、技术、知识、管理和运作机制的有机融合体,是能使企业保持长期稳定的竞争优势、获得稳定高额利润的竞争力。它决定企业的整体能力和发展前景,是企业获得、维持竞争优势的基础和源泉。剖析这一定义的内涵,主要包括九大要素:核心科技竞争力,是企业核心竞争力的基石,是核心之核心,主要包括 R&D 能力、产品和工艺创新能力等;信息竞争力,主要包括信息技术水平、信息化基础设施、信息资源开发利用等;战略决策能力,准确预测产业和

① 申红、吴艳玲:《核心竞争力“点铁成金”》,2001年12月24日《大众日报》。

② 陈金水:《企业必须增强自身核心竞争力》,2001年12月27日《国际商报》。

③ 张淑红:《核心能力企业保持持续竞争优势的关键》,《发展论坛》2002年第3期,第37页。

④ 刘昆、付丽:《技术创新企业核心竞争力不断增强的源泉》,2002年9月27日《光明日报》。

⑤ 朱战备等:《知识管理与企业核心竞争力》,《中国信息导报》2001年第12期,第8页。

⑥ 吴礼民、张婷婷:《谈我国企业核心竞争力的培育》,《武汉工业学院学报》2005年第6期,第89页。

⑦ 吴振顺:《对提升大企业核心竞争力的思考》,《中国流通经济》2005年第3期,第41页。

⑧ 李志宏:《企业培训——企业核心竞争力形成的保证》,《现代管理科学》2006年第2期,第97页。

市场变化趋势,制定和实施正确战略和策略,合理配置资源;组织协调能力,主要包括企业文化、管理风格和激励机制等,其作用是通过组织管理的程序化、规范化,将企业活动的各要素融入企业核心竞争力之中;核心生产制造能力,是企业核心竞争力的关键,因为它决定着能否生产出高质量、低成本的产品;核心市场营销能力,涉及企业营销过程、营销网络及渠道的管理和调控,直接决定着企业能否将内部优势转化为市场优势;核心产品竞争力,是企业核心竞争力的载体和实物表现,主要表现为核心产品的国际国内市场占有率;知识创新和管理能力,主要是探寻如何获取自己所需要的知识,并在企业内共享、流动和创新的能力,随着信息化的发展,知识的地位越来越重要,这就要求把企业办成学习型组织,不断学习,不断创新;核心响应能力,是企业及时、灵敏、快速、恰当应对重要事件、机会及外部挑战的能力……

(二) 主要特点

企业核心竞争力是企业特有的、以知识和技术为基础的综合能力,是支持企业赖以生存和持续发展并获取高额利润的能力。现代企业之间的竞争,实质就是它们之间核心竞争力之间的较量,具备强大核心竞争力的企业就能在日趋激烈的竞争中取得可持续性竞争优势,把握住竞争的主动权,从而立于不败之地。企业核心竞争力具有以下主要特点。

1. 顾客价值性。核心竞争力,可将能量不断渗透到最终产品上,从而为市场源源不断的提供新产品,“为最终产品顾客利益做出关键性的贡献”(普拉哈拉德和哈默尔语),即给最终顾客带来实惠。只有确实能给顾客带来根本性实惠的技能,才能形成核心竞争力。例如,日本本田汽车公司生产的发动机节省燃料、反应灵敏、速度快捷、操作简便、噪音及震动小,能为顾客带来高价值的利益,因此形成了核心竞争力。

2. 异质性,或称独特性。作为特定企业个性化成长与发展过程的产物,企业核心竞争力既有技术特性又有组织特性,很难被竞争对手模仿或复制,更无法通过市场进行买卖,有人称之为“仿不了,偷不去,买不来”。企业核心竞争力的异质性,不仅决定了企业的差异性,而且决定了企业的效率差异和收益差异。

3. 延展性。企业核心竞争力“能为企业提供进入多个潜在市场的途径”,产生很强的“溢出效应”(普拉哈拉德和哈默尔语)。它能派生出许多以其为中心的技术、产品和产业,使企业在一系列产品市场上拥有主动选择权和竞争优