

现代经济贸易系列教材

# 中国特色的现代企业管理理论与发展战略

廖力平 廖庆薪 编著

中山大学出版社

F279.23  
L470

# 中国特色的现代企业管理理论与发展战略

廖力平 廖庆薪 编著

中山大学出版社

·广州·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

中国特色的现代企业管理理论与发展战略/廖力平, 廖庆薪编著. —  
广州: 中山大学出版社, 2004.8

(现代经济贸易系列教材)

ISBN 7-306-02322-5

I. 中… II. ①廖…②廖… III. 企业管理-中国-高等学校-教材  
IV. F279.23

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 061432 号

---

策 划: 郝 言

责任编辑: 浩 然

封面设计: 方 竹

责任校对: 张 辉

责任技编: 黄少伟

出版发行: 中山大学出版社

编辑部电话 (020) 84111996, 84113349

发行部电话 (020) 84111998, 84111160

地 址: 广州市新港西路 135 号

邮 编: 510275 传真: (020) 84036565

印 刷 者: 中山大学印刷厂

经 销 者: 广东新华发行集团

规 格: 850mm × 1168mm 1/32 7.375 印张 170 千字

版次印次: 2004 年 8 月第 1 版 2004 年 8 月第 1 次印刷

定 价: 14.90 元 印数: 1-4000 册

---

本书如有印装质量问题影响阅读, 请寄回出版社调换

## 内容提要

本书比较系统地介绍了中国特色的现代企业、中国特色的现代企业管理理论、西方现代企业管理理论，以及中国特色的现代企业发展战略。

本书特点是内容新颖、理论联系实际、通俗易懂，具理论性与实用性。

本书可供高等学校工商管理、企业管理等专业作教材，也可作企业管理人员工作用书和党政干部培训用书，对于自学企业管理的读者亦是一本理想的入门读物。

## 前 言

本书所称中国特色的现代企业，是指在社会主义市场经济条件下的、与中国特色社会主义制度相结合的现代企业。

全书共分三编。

上编是“什么是中国特色的现代企业”。主要阐述中国特色的现代企业与西方现代市场经济条件下的、与资本主义制度相结合的现代企业，既有本质区别，又有共同点。其共同点是，源自两者都是市场经济条件下的社会化大生产的产物、同处于经济全球化的大环境中，具有的共同特征；其本质区别就在于所处社会制度的不同而产生的不同特点。

中编是“中国特色的现代企业管理理论”。主要阐述现代企业管理理论的形成与基本概念，以及中国特色现代企业管理理论与西方现代企业管理理论的联系与差异；介绍了中国历代管理思想特别是儒学与《孙子兵法》中的管理思想对现代企业管理理论的深远影响，以及社会主义市场经济条件下的中国现代企业制度理论、马克思主义的跨国经营理论与在中国改革开放政策指引下的“引进来”与“走出去”相结合的跨国经营理论。同时，还介绍了可供中国企业借鉴和学习的“丛林”式的西方现代企业管理理论，包括西方跨国经营理论。

下编是“中国特色的现代企业发展战略”。除阐述现代企业发展战略的基本概念和主要内容外，还着重根据我国企业实际，以各种不同类型的企业为例，阐述其不同类型的战略模式和经验。

本书的特点是，既介绍中国和西方现代企业管理理论，又介绍中国优秀的传统管理思想和中国社会主义企业文化，力求做到

理论与实际相结合、力求通俗易懂，具有理论与实用价值。

在编写本书的过程中，我们参考了书后所附的文献及一些资料，在此谨向有关作者和有关单位深表谢忱。由于作者水平有限，如有不妥之处，请予批评指正。

作者

2004年5月于广东外语外贸大学

# 目 录

前 言	(1)
-----	-----

## 上编 什么是中国特色的现代企业

<b>第一章 中国特色的现代企业</b>	(1)
第一节 现代市场经济与社会主义市场经济	(2)
第二节 西方现代企业与中国特色的现代企业	(8)
第三节 中国特色的现代企业目前存在的主要问题	(18)
<b>第二章 中国特色的现代企业类型</b>	(30)
第一节 国有独资企业	(30)
第二节 乡镇企业	(31)
第三节 私营企业	(34)
第四节 中外合资经营企业	(37)
第五节 中外合作经营企业	(40)
第六节 外资企业	(43)
第七节 有限责任公司	(46)
第八节 股份有限公司	(50)
第九节 跨国公司	(55)

## 中编 中国特色的现代企业管理理论

<b>第三章 现代企业管理理论的基本概念</b>	(58)
第一节 现代企业管理理论的形成	(58)
第二节 中国与西方现代企业管理理论的异同	(63)
<b>第四章 中国历代管理思想及其对现代企业管理的影响</b>	(66)

第一节	中国古代管理思想的形成与发展 .....	(66)
第二节	中国历代管理思想对现代企业管理理论的影响 .....	(71)
第三节	《孙子兵法》中的管理思想精髓 .....	(76)
<b>第五章</b>	<b>中国现代企业制度理论 .....</b>	<b>(96)</b>
第一节	中国现代企业制度理论的形成过程 .....	(96)
第二节	中国现代企业制度理论的主要内容 .....	(99)
第三节	中国现代企业制度理论的主要特点 .....	(109)
<b>第六章</b>	<b>中国现代企业跨国经营理论 .....</b>	<b>(116)</b>
第一节	马克思主义的跨国经营理论 .....	(116)
第二节	“引进来”和“走出去”的跨国经营理论 .....	(125)
第三节	中国企业跨国经营的基本经验 .....	(137)
<b>第七章</b>	<b>可供中国企业借鉴的西方现代企业管理理论 .....</b>	<b>(141)</b>
第一节	西方科学管理理论 .....	(142)
第二节	西方行为科学管理理论 .....	(145)
第三节	当代西方管理理论的综合趋势 .....	(153)
<b>第八章</b>	<b>可供中国企业借鉴的西方现代企业跨国经营理论 .....</b>	<b>(163)</b>
第一节	比较优势理论 .....	(163)
第二节	要素禀赋理论 .....	(164)
第三节	产品生命周期理论 .....	(165)
第四节	边际产业理论 .....	(166)
第五节	垄断优势理论 .....	(169)
第六节	内部化理论 .....	(172)
第七节	国际生产折衷理论 .....	(175)
第八节	企业国际化阶段理论 .....	(177)



## 下编 中国特色的现代企业发展战略

<b>第九章 现代企业发展战略概述</b> .....	(179)
第一节 现代企业发展战略的概念和内容 .....	(179)
第二节 制定企业发展战略的指导思想 and 主要依据 .....	(183)
第三节 企业战略的实施与管理 .....	(185)
第四节 企业战略转型 .....	(187)
<b>第十章 从成功企业实践看中国现代企业发展战略模式</b> .....	(190)
第一节 非股权式联盟战略模式——四川长虹集团为例 .....	(191)
第二节 混合品牌战略模式——青岛双星集团为例 .....	(193)
第三节 自创名牌、全面实施国际化战略模式 ——青岛海尔集团为例 .....	(196)
第四节 贴牌生产战略模式——广东格兰仕集团为例 .....	(200)
第五节 “入网”战略模式——浙江万向集团为例 .....	(203)
第六节 国际分包战略模式——中国航空工业总公司为例 .....	(206)
第七节 “集中优势、攻击一点”战略模式 ——联想集团为例 .....	(209)
第八节 开放型渐进式战略模式——广东康佳集团为例 .....	(213)
第九节 优势互补、强强联合战略模式 ——广东 TCL 集团为例 .....	(215)

第十节 产品开路、寻求联盟战略模式	
——天津天士力集团为例 .....	(219)
第十一节 “走出去”和“内转外”战略模式	
——重庆嘉陵集团为例 .....	(220)
主要参考文献 .....	(223)

## 上编 什么是中国特色的现代企业

### 第一章 中国特色的现代企业

现代企业是在现代市场经济条件下社会化大生产的产物，西方现代企业是随着欧洲产业革命的兴起、机器大工业的建立提高生产社会化的程度而逐步形成的。

中国特色的现代企业不是一般的西方现代企业，它与西方现代企业既有共同点，又有不同之处。中国特色的现代企业特色在哪里？简单说来，特色就在它是在社会主义市场经济条件下的现代企业，它是由社会主义计划经济向社会主义市场经济转型的或在社会主义市场经济条件下成长起来的现代企业。它包括各种不同类型、不同性质、不同国籍依法建立的企业。它与西方现代企业的共同点，就在于都是市场经济条件下社会化大生产的产物。这是我们在探讨中国特色的现代企业管理理论与发展战略时必须首先认真探讨和明确的问题。特别应该强调的是，必须从中国的国情出发，又要从经济全球化和社会化大生产的视角，用马克思主义唯物辩证法的观点和方法去探讨和阐述；既要明确现代市场经济与社会主义市场经济的异同，又要明确西方现代企业与中国特色的现代企业的异同，才能正确理解和认识中国特色的现代企业管理理论与西方现代企业管理理论的关联与融合，才能正确地制定中国特色的现代企业发展战略，从而使中国企业在经济全球化的大潮中健康快速地走向世界。

## 第一节 现代市场经济与社会主义市场经济

中国特色的现代企业是社会主义市场经济条件下的现代企业，它与现代市场经济条件下的西方现代企业既有不同点又有共同点。关键就在于一个是处于社会主义市场经济条件下的企业；一个是处于资本主义市场经济条件下的企业。因此，首先必须明确什么是现代市场经济，什么是社会主义市场经济，以及两者的共同点和不同点。

### 一、什么是现代市场经济

现代市场经济是一种开放型经济。由于经济生活的国际化，使各国本着互惠互利的原则进入国际大循环。它不仅表现在国际间的货物贸易上，还表现在国际间资金流动、技术转让、服务贸易、信息和人才交流等各个方面。这就必然要求世界各国按照世界上统一的游戏规则办事，遵循市场上起作用的一系列规律，如价值规律、供求规律、利润规律等办事。

从本质上说，市场经济是以市场为基础配置资源的经济。资源有两种：一种是取之不尽的资源，如空气；另一种是有限的资源，如劳动力、原材料、电力、土地、技术、矿藏等。有限的资源要合理使用，分配到最需要的环节和地方上去。改革开放前，我国采取的是由国家计划分配的办法。其弊端是，统得太死，长官意志，忽视市场的作用，不利于发挥各方面的积极性。改革开放后，采取市场分配的方式，利用价值规律，利润规律，利润高就生产，亏本就不干，供大于求就少产或停产，求大于供就多产。资源得到合理配置。这种市场分配的好处有两点：一是不以人的意志为转移，较具客观性，符合价值规律，按照市场运行，

物多价贱，物少价贵；二是自动性，市场本身自动按价值规律、供求规律运行，从而引导企业经济行为运行。但按市场分配也有弊端：一是滞后性，事后才清楚，容易产生波动；二是局部性，企业看市场价格来决定行为，只考虑本企业的利润，不考虑别的企业利益和全国的利益。因此，市场经济机制也不是万能的，需要国家政府从客观上加以调控。

市场经济指的是一种运行机制，可以说，市场经济都是商品经济，而且只有充分发达的商品经济才能成为市场经济。在市场经济条件下，有发达的市场体系，包括统一的商品市场、发达的资金市场、技术市场、劳务市场和信息知识产权市场，以及统一的、开放的国内市场和国际市场。这种市场在资源配置中起基础作用。可以说，商品经济只有发展到形成完整的市场体系、信息灵通、统一规则及统一开放的市场，才能称为市场经济，具体说，市场经济是一种发达的商品经济，它是以社会化大生产为基础的。

市场经济是商品经济发展到一定程度的产物，必须具备如下条件：①发育完全的市场体系；②合理的价格体系；③健全的市场组织结构和完善的市场法律法规。同时，商品的实现依赖于市场，商品价格要通过市场决定，商品流通和货币流通量的调节要通过市场完成，经济当事人的利益要通过市场来调剂，企业好坏要通过市场规律来评判，经济当事人的行为要通过市场规则来约束，国家政府对经济的宏观调控要通过经济杠杆来实现。

市场经济的一般特征是：

(1) 市场经济活动的主体是商品交易活动的推动者，这一主体由商品生产者、商品经营者和商品消费者组成。他们有各自不同的经济利益，正确处理交易活动当事人之间的利益关系，是保证商品生产和社会再生产顺利进行的关键。

(2) 市场经济活动的客体是商品交易的物质内容。它是由各

种类型的商品及等价物的货币构成的，在以货币为媒介的商品流通中，使用价值和交换价值的矛盾是通过商品和货币的外在矛盾表现出来的。只有流通中的商品构成和供求构成相衔接和货币流通量与商品流通量相适应，才能保持市场的稳定。

(3) 市场经济的普遍规律，即价值规律、供求规律、竞争规律、自愿让渡规律，等等，都要通过市场发挥作用，只有自觉依据和运用这些规律从事经营活动，才能有利于生产经营的扩大。

(4) 供求矛盾是市场经济活动中的主要矛盾。供求矛盾的存在和发展，直接制约和影响其他各种矛盾的运动。因此，正确处理市场经济问题的核心内容是促进供求关系的协调发展，实现供求的基本平衡。

(5) 市场容量的大小受人口、购买力和购买欲望的制约。一个国家或地区人口的多少是决定市场供求的基本因素，但必须将人口同人均购买力的高低结合起来考察，才能确定市场可容量的大小，而要把市场可容量变为现实的市场需求或市场容量，还取决于消费者的购买欲望。只有实现上述三要素（人口、购买力和购买欲望）的结合，才能使观念上的市场变为现实的市场。

(6) 市场交易的内容随着社会生产力和商品经济的发展而日益广泛和复杂。特别是在社会生产力和商品经济高度发达的今天，不仅有物质产品的交易，还有资本、劳务、技术、信息、知识产权等的交易。交易的结果，有的实现了所有权的转移、有的只是取得了有限期或无限期的使用权。总之，市场经济活动随着社会生产力的不断发展而日益广泛和复杂，这一趋势对存在商品货币关系的任何社会都是一致的。

(7) 现代市场经济是一种法律经济，企业与企业之间、企业与政府之间、企业与消费者之间的经济关系，企业的全部经济活动要由法律加以规定。这些法律都具有相对的稳定性和不可侵犯性。整个社会的经济运行活动都要纳入法律的轨道。

### 二、什么是社会主义市场经济

社会主义市场经济是指建立在社会主义制度条件下或社会主义制度基础上的市场经济。它是与社会主义基本政治经济制度结合在一起的。这就必然会体现出中国企业生产关系的特色和中国国情的特点。在经济上，“社会主义经济制度的基础是生产资料的社会主义公有制，即全民所有制和劳动群众集体所有制。社会主义公有制消灭人剥削人的制度，实行各尽所能、按劳分配的原则。国家在社会主义初级阶段，坚持公有制为主体、多种所有制经济共同发展的基本经济制度，坚持按劳分配为主体、多种分配方式共存的分配制度”（见《宪法》第6条）。在政治上，它是“工人阶级领导的、以工农联盟为基础的人民民主专政的社会主义国家。社会主义制度是中华人民共和国的根本制度。禁止任何组织或者个人破坏社会主义制度”（见《宪法》第1条）。在社会主义初级阶段，中国实行的社会主义市场经济，它是具有市场经济的共性的，它同资本主义条件下的市场经济，在运用机制上是相通和相似的。国家既要保障国有经济、集体经济的巩固和发展，也要保障个体经济、私营经济等非公有制经济的合法权利和利益。鼓励、支持和引导非公有制经济的发展，并对非公有制经济依法实行监督和管理。

#### 1. 社会主义市场经济的主要表现

(1) 企业是市场的主体，以获取最佳利润为目标，它要坚持有利于发展社会主义社会生产力，有利于增加社会主义国家的综合国力，有利于提高人民的生活水平。

(2) 企业以市场为导向，一切听从市场指挥，要有市场意识，对市场信息作出灵敏反应，迅速提出适合市场需要的经营方针和决策。

(3) 企业具有自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的

经营机制。

## 2. 社会主义市场经济的基本特征

(1) 以公有制经济为主体，多种经济成份并存，平等竞争，共同发展。

(2) 国有资产产权明晰化，实现两权分离，这是实现公有经济与现代市场经济对接的基本条件。

(3) 一切生产要素市场化，包括资金、劳动力、土地、矿产资源、技术等，都要进入市场，这是社会主义市场经济正常运行的条件。

(4) 以市场机制作为社会资源配置的基本形式，经济计划的作用是指导性的，主要是维护宏观经济协调发展的方向，纠正市场的盲目性和自发性，以便更好地发展基础工业和公益事业。

(5) 实现经济关系法制化，社会主义市场经济排斥各种形式的垄断和不正当竞争，要求建立统一的、开放的市场体系及优胜劣汰的竞争机制，通过引进、吸收，建立一套符合国际惯例和规则，并同现代市场经济运行相适应的社会主义市场规则和法律体系。

(6) 社会所有成员按公平与效率相结合的原则进行分配，确立社会主义初级阶段分配制度，按劳动、资本、技术和管理等生产要素，按贡献参与分配的原则，完善按劳分配为主体、多种分配方式并存的分配制度。坚持效率优先、兼顾公平，既要提倡奉献精神，又要落实分配政策；既要反对平均主义，又要防止收入悬殊。初次分配注重效率，发挥市场的作用，鼓励一部分人通过诚实劳动、合法经营先富起来。再分配注重公平，加强政府对收入分配的调节职能，调节差距过大的收入。规范分配秩序，合理调节少数垄断性行业的过高收入，取缔非法收入。以共同富裕为目标，扩大中等收入者的比重，提高低收入者的收入水平。



### 三、现代市场经济与社会主义市场经济的异同

从上述“什么是现代市场经济”和“什么是社会主义市场经济”的阐述中，可以清楚地看出两者的异同就在于现代市场经济中包含着资本主义市场经济和社会主义市场经济，而市场经济是两种不同社会制度共同存在的基础，即都是市场经济条件下的社会化大生产产物，这就是两者的共同点和一致性。同时，由于社会制度不同，两者又必然存在差异和不一致性，这种差异和不一致性主要表现在：一是所有制的主体不同。即社会主义市场经济的所有制主体是公有制，资本主义市场经济的所有制主体是私有制。二是分配的主体不同。即前者以按劳分配为主，后者以按资分配为主。三是政权性质不同。即前者是人民民主专政的政权，它保护以公有制为主体的多种经济成分共存的市场经济；后者是资产阶级专政的政权，它保护以私有制为基础的市场经济。四是对市场作用的认知不同。即前者认为市场机制的盲目性、自发性、滞后性和局部性需要国家政府从客观上加以调控；后者则强调完全自由的市场调节。实际上，完全自由的市场是不存在的。

社会主义市场经济和资本主义市场经济都是社会化大生产基础上的现代市场经济。因此，有关社会化大生产的企业经营管理的经验、科学理论、实用技术、资金资源和发展战略模式，我们都可有选择地使用、学习和借鉴。因为现代市场经济是人类在长期的社会实践活动中的一种创造，是人类智慧共同文明的成果，是人类的实践经验总结和共同财富，它并不因国家社会政治经济制度的差异而失去其有效性和作用。