

中国地质大学(武汉)学术著作出版基金资助

民营 企业

科技竞争力 理论与实践

吕军 庄小丽 李门楼 李杰 编著

Minying Qiye
Keji Jingzhengli
Lilun yu Shijian



中国地质大学出版社
ZHONGGUO DIZHI DAXUE CHUBANSHE

中国地质大学(武汉)学术著作出版社基金资助出版

民营企业科技 竞争力理论与实践

MINYING QIYE KEJI
JINGZHONGLI LILUN YU SHIJIAN

吕 军 庄小丽 编著
李门楼 李 杰



中国地质大学出版社

内容简介

本书系统介绍了我国民营企业的发展历程,深入探讨了民营企业发展与科技竞争力培育的相关关系,研究分析了影响民营企业科技竞争力的主要因素,构建了民营企业科技竞争力的评价指标体系和评价模型,并以深圳华为集团和江苏沙钢集团为例,进行了验证。在此基础上,本书研究了中国高科技产业和中国传统产业的民营企业科技竞争力演化规律;从国家、市场和企业等角度,剖析了民营企业培育科技竞争力的环境因素;从环境、供给、基础设施和需求四个方面,提出了民营企业培育科技竞争力的政策支撑体系。

图书在版编目(CIP)数据

民营企业科技竞争力理论与实践/吕军等编著. —武汉:中国地质大学出版社,2007.11

ISBN 978-7-5625-2221-8

I. 民…

II. 吕…

III. 私营企业-技术革新-竞争-研究-中国

IV. F279.245

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 176510 号

民营企业科技竞争力理论与实践

吕 军 庄小丽 编 著
李门楼 李 杰

责任编辑:谌福兴

技术编辑:阮一飞

责任校对:张咏梅

出版发行:中国地质大学出版社(武汉市洪山区鲁磨路 388 号)

邮政编码:430074

电话:(027)67883511

传真:67883580

E-mail: cbb@cug.edu.cn

经 销:全国新华书店

http://www.cugp.cn

开本:850 毫米×1168 毫米 1/32

字数:273 千字 印张:10.5

版次:2007 年 11 月第 1 版

印次:2007 年 11 月第 1 次印刷

印刷:武汉市教文印刷厂

印数:1—500 册

ISBN 978-7-5625-2221-8

定价:35.00 元

如有印装质量问题请与印刷厂联系调换

目 录

第一章 绪 论	(1)
第一节 民营企业及其性质	(1)
第二节 民营企业发展及其制度意义	(3)
第三节 中国民营企业发展面临的挑战	(9)
第四节 本书的研究思路、研究内容及研究方法	(15)
第二章 民营企业发展与科技竞争力培育	(20)
第一节 民营企业发展与科技竞争力培育:理论推导	(21)
第二节 民营企业发展与科技竞争力培育:实证分析	(23)
第三章 民营企业科技竞争力系统评价	(31)
第一节 相关概念的内涵和构成要素	(31)
第二节 民营企业科技竞争力的内涵和构成要素	(39)
第三节 民营企业科技竞争力评价指标体系	(43)
第四节 民营企业科技竞争力模糊综合评价模型	(57)
第五节 民营企业科技竞争力模糊综合评价的实证分析	(70)
第四章 民营企业科技竞争力演化分析	(80)
第一节 民营科技企业科技竞争力演化分析	(80)
第二节 民营科技企业科技竞争力演化实证分析:华为探索	(99)
第三节 中国传统产业民营企业科技竞争力演化分析	(121)

第四节 传统产业民营企业科技竞争力演化实证分析:沙钢之路.....	(131)
第五章 中国民营企业培育科技竞争力的环境研究.....	(144)
第一节 企业环境概述.....	(144)
第二节 国家创新体系与民营企业科技竞争力.....	(149)
第三节 市场竞争与民营企业科技竞争力.....	(177)
第四节 创新型组织与民营企业科技竞争力.....	(185)
第五节 民营企业、投资人主导角色与民营企业科技竞争力.....	(194)
第六节 产权制度、要素分配制度与民营企业培育科技竞争力.....	(206)
第六章 民营企业培育科技竞争力的路径选择.....	(216)
第一节 路径依赖效应的经济学解释.....	(216)
第二节 民营企业培育科技竞争力路径选择原则.....	(221)
第三节 民营企业培育科技竞争力的技术变迁路径选择.....	(224)
第四节 民营企业培育科技竞争力的制度变迁路径选择.....	(236)
第五节 民营企业培育科技竞争力的融资路径选择.....	(241)
第六节 民营企业培育科技竞争力的知识产权路径选择.....	(248)
第七节 民营企业培育科技竞争力的人力资源路径选择.....	(256)
第八节 民营企业培育科技竞争力的企业文化路径选择.....	(262)
第九节 民营企业培育科技竞争力的路径选择组合.....	(266)

第七章 民营企业培育科技竞争力的政策支持体系·····	(267)
第一节 发达国家和地区民营企业培育科技竞争力政策借鉴 ·····	(267)
第二节 我国民营企业培育科技竞争力的政策概述 ·····	(279)
第三节 民营企业培育科技竞争力政策体系的设计 ·····	(283)
第四节 民营企业培育科技竞争力的政策体系·····	(290)
第八章 总结与研究展望·····	(312)
第一节 总结及创新点·····	(312)
第二节 研究展望·····	(314)
参考文献·····	(316)

第一章 绪 论

第一节 民营企业及其性质

民营企业,从所有制的角度特别是企业的财产所有权分析,即是企业财产的占有权、使用权、收益权和转让权归民间经济人,而非国家所有。20世纪80年代英国开始了大规模的国有企业私有化,将企业的所有权由国家所有向民众所有转化。自此之后,传统的私有化理论在市场理论体系中得到了发展。一般认为由于不完全信息、交易费用和国有企业中产权的不明确,代理问题在国有企业中比在民营企业里要严重得多,结果是国有企业的内部效率会比民营企业低,而且,国有企业的存在是以社会福利作为目标的。为此,改进企业的内部效率往往是国有企业私有化的理论依据,而且,市场竞争是一个自然选择的过程,它使企业降低成本,使无效率的企业要么变得有效率,要么被淘汰出所在行业;同时,消费者可以在某种产品的不同供应者之间进行选择,这就从整体上增进了社会福利。由于外部环境的变化,尤其是意识形态的改变,20世纪80年代,前计划经济体制国家开始了向市场经济的转型,国有企业普遍存在于各个行业的状况逐渐改变。在中国,这就是经济民营化过程。

那么,在中国究竟什么样的企业才是民营企业,民营企业的范围包括哪些企业类型,不同的学者持不同的观点。总体来说,国内学者对于民营企业的范围划分有3种不同的观点。第一种观点认为,民营企业即是民间团体或人士经营的企业。这说明除了国有企业、国有联营企业和国有独资公司等国有国营的企业之外,其余类型的企

业均可视为民营企业,具体包括集体企业,股份制合作制企业,国有与集体联营企业,私营企业,个体、乡镇等其他内资企业,港澳台投资企业和外商投资企业等^①。第二种观点认为,在第一种观点的基础上,应该将港澳台资企业和外商投资企业排除在民营企业之外。第三种观点认为,民营企业的范围应该是在第二种观点的基础上,排除国有民营企业(如联想集团)。

上述三种对民营企业的划分观点,有的范围过宽,有的过窄。本研究认为,在界定民营企业时,至少要涉及三个方面的企业形态^②。因此,民营企业是指其财产的占有权、使用权、收益权和转让权归民间经济人而非国家所有的那些企业。其实质是指民间私人投资、民间私人经营、民间私人享受投资收益、民间私人承担风险的法人经济实体。据此,我国民营企业应包括4类:一是民营化的国有企业。先后经历了国营、抓大放小、国有大中型企业的股份化等改革、改制的国有企业,它们的国有性质已发生转变。二是港澳台资企业。随着对外开放的深入,外资企业、港澳台资企业纷纷进入,并对中国的经济发展起着重要的推动作用。然而,外商投资企业的最终收益权并非属于我国国民,在统计我国民营企业时理应排除在外,而港、澳、台商属于我国民营经济人,因此港澳台资企业,理应作为我国民营企业

①本文中出现的企业类型名称均来自于我国现行的统计报表制度中的《法人单位情况》表。该表将法人企业的登记注册类型,分为三大类、22种。第一大类:内资企业,包括国有企业、集体企业、股份合作制企业、集体联营企业、国有与集体联营企业、其他联营企业、国有独资公司、其他有限责任公司、股份有限公司、私有独资企业、私营合伙企业、私营有限责任公司、私营股份有限公司和其他内资企业合资共14种;第二大类:港澳台资企业,包括与港澳台商合资经营企业、与港澳台商合作经营企业、港澳台商独资企业和港澳台商投资股份有限公司共4种;第三大类:外商投资企业,包括中外合资经营企业、中外合作经营企业、外资企业、外商投资股份有限公司共4种。

②三种企业形态分别是经济形态(即出资主体,也就是我们通常所说的所有制形式)、经营形态(即经营主体,实际上是我们通常所说的经营方法)、法律形态(即法人主体,就是我们通常所说的法人类别)。

的一部分。三是个体户和改革以后迅速成长起来的私营企业,他们是民营企业的主体。四是集体企业。集体企业本身并不属于国家所有,只是在以计划经济和公有制为主要标志的社会主义时期被作为需要进一步改造的公有制的一种较为低级的形式。根据企业财产权的界定以及改革后的社会分配制度,集体企业的所有权、收益权、转让权都属于一定民众的现实,集体企业也应属于民营企业的范畴。

根据以上分析,按照注册类型,我国民营企业是指除内资企业中国有或者国有独资、国有联营、国有与集体联营等及外商投资企业外,包括集体企业、私营企业以及股份有限公司、股份合作企业和港澳台商投资企业等。值得说明的是,由于我国民营企业的发展是随着计划经济向市场经济转换和对外开放中逐步发展起来的,部分民营企业从所有制的角度看,包含着国家、外资企业、港澳台资的经济成分,由于统计资料的欠缺,这些经济成分的存在会使相关研究不精确;但由于本文主要是构建民营企业科技竞争力系统评价的指标体系和数学模型。因此,并不会影响结果的正确性。

第二节 民营企业发展及其制度意义

中国民营企业的发展是从1978年中国的改革开放开始的,民营企业的迅速崛起是我国改革开放时代出现的具有重大历史意义的社会经济现象。改革前,私营企业由于与我国计划经济流通体制和公有制的社会主义经济制度相对立而被消除。1978年,全国私营企业已绝迹,个体工商业者仅有14万人。随着改革开放的深入,现代企业制度的引进,人们意识到国家不能直接经营企业,原有的国营企业逐渐被国有所替代,而且部分国有企业通过下放、拍卖、租赁、承包等多种形式从原有领域大规模退出,加之国家政策的大力扶持,民营企业经历了“几乎绝迹”到“有益补充”再到“重要组成部分”的历史性飞跃,且其对国民经济的作用不可替代。

一、基于政策变迁的民营企业发展历程

中国的民营经济与改革开放同步,与中国市场经济改革一同成长。伴随着改革开放的进程,党和国家对民营企业发展的政策、法律随之变化。基于政策变迁的视角,可以将民营企业经历的历史性飞跃和地位转变大致分为以下4个阶段。

(一)自发萌芽阶段(1978—1986年)

改革开放以前非公有制经济被看成是社会主义公有制经济的异己力量,没有发展空间,1978年,全国从事个体经济的仅有14万人,在国民经济中的地位无足轻重。在此之前我国宪法只承认公有制经济,没有承认个体经济的合法地位。十一届三中全会以后,农村开始改革,大批知青返城,就业成了大问题。对非公有制经济的认识有了变化,鉴于它们的存在有利于缓解就业压力,提供商品供给和生活服务以满足城乡经济的复苏以及人们物质生活的改善而形成的巨大需求,增加人民收入和国家税收,从而被看作是社会主义公有制经济的有益补充。1982年《宪法》第十一条明确规定“在法律规定范围内的城乡劳动者、个体经济,是社会主义公有制经济的有益补充”,从而确定了个体经济的合法性。从限制、取缔到允许发展,是很大的进步,这是一个认识上的飞跃。从不承认个体经济到承认个体经济,这是民营经济的初创期。在这个特殊的阶段,由于市场短缺,个体私营企业发展很快。由于当时非公有制经济的发展与社会主义经济主流意识形态的对立,民营企业的发展受到了政策上的诸多限制,比如规定个体经营户所雇佣的工人不能超过8个,在信贷、市场准入等方面也是困难重重。双轨制下的机会使民营企业得到了迅速发展,但仍然处于初步发展和积累的阶段,总体规模偏小,一般都是注册资本几万到几十万元的小型企业。

总的来说,该阶段中,宪法修正案确立了私营经济的合法地位,但这时还没有出现民营经济的提法。

(二)起步探索阶段(1987—1992 年)

个体经济做大之后必然要出现雇工,占有更多的生产资料。为此社会争论了很长时间,焦点是私营企业能否雇工、雇多少工人、是不是有剥削。由于个体经济“对于发展社会生产、方便人民生活、扩大劳动就业具有不可替代的作用”,也因为其他成分企业的迅速增长和农村改革的成功激励着中国的改革深化,1987 年党的“十三大”表明:“鼓励城乡合作经济、个体经济和私营经济等多种经济成分更快发展。”1988 年修宪后,《宪法》第十一条增加规定:“国家允许私营经济在法律规定范围内存在和发展。私营经济是社会主义公有制经济的补充。国家保护私营经济的合法的权利和利益。”承认了私营经济的合法性,从而推动了民营经济的快速发展。1988 年全国有近 20 万户私营企业。1989 年动乱后,由于姓资姓社问题的讨论,个体私营企业户数大幅下降,只剩下 8 万多户。邓小平南巡提出三个“有利于”,指出计划与市场都是手段。以邓小平在 1992 年的南巡讲话以及“十四大”确定的市场经济体制为标志,随着人们思想认识的提高,中国进一步加大了改革开放的力度,民营企业进入了一个加速发展的新时期。在此背景下,合资、合作企业,股份制企业等多种所有制企业得到迅速发展,民营经济的多样性和丰富性呈现出来,其在社会经济中的积极作用得到社会各界认可。另一方面,国营企业的弊端越来越受到关注。随着国有企业改革的深入,抓大放小的实施,民营企业进入更多的经营领域,在国民经济中的地位迅速上升。

这个阶段是我国经济发展战略的调整时期。在这个阶段内,买方市场逐渐形成,市场日益规范化,民营企业开始将技术作为要素资源的投入比重不断上升,促使民营企业快速成长壮大。

(三)高速发展阶段(1993—2001 年)

1997 年 9 月 12 日至 18 日,党的“十五大”召开,其报告在所有制上有重大突破。第一,指出个体私营经济是社会主义市场经济的重要组成部分,而过去个体私营经济只是补充。从 1988 年承认私营

经济到 1998 年承认私营经济是社会主义市场经济体制的重要组成部分,用了十年的时间。第二,确立了公有制经济为主体、多种经济成分共同发展的基本经济制度。为此,1999 年第三次修改的《宪法》第十一条规定:“在法律规定范围内的个体经济、私营经济等非公有制经济,是社会主义市场经济的重要组成部分。国家保护个体经济、私营经济的合法的权利和利益。”这些都充分肯定了民营经济的作用和地位。此时民营企业迅猛发展,且增长速度极快。

在此阶段,中小企业和民营科技企业受到政策的强力支持。但在该阶段后期,民营企业发展速度有所放缓,国有经济民营化有较大发展。

(四)全面发展阶段(2002 年至今)

2002 年,中共“十六大”召开,其报告明确提出:“必须毫不动摇地支持、鼓励和引导非公有制经济发展。”2003 年,十六届三中全会又提出完善公有制为主体、多种所有制经济共同发展的基本经济制度,大力发展国际资本、集体资本和非公有资本等参股的混合所有制经济,大力发展和积极引导非公有制经济。这些国家政策的调整和中国加入 WTO,推动了第四次修宪。2004 年修改后的《宪法》第十一条明确指出:“国家保护个体经济、私营经济等非公有制经济的合法的权利和利益。国家鼓励、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。”《宪法》第十三条规定:“公民的合法私有财产不受侵犯”,“国家依照法律规定保护公民的私有财产权和继承权”,确立了各种经济成分的平等,从而扫除了对民营经济的制度歧视,民营企业获得了“国民待遇”,民营经济的发展有了更大的空间。政府制定了强化社会主义市场经济的政策,提出了对经济结构的调整构想及对所有制的再认识,从中央到地方都出台了不少鼓励、推动民营企业发展的政策和措施。民营企业在良好和宽松的政策环境下,进入了全面发展的新时期。

在这一阶段,第一,以高科技产业为代表的民营企业取得了迅猛

的发展,如我国的联想集团和华为公司;第二,伴随着我国经济形势的持续走强,中国社会出现了前所未有的稳定局面,市场急剧扩大,使得大型跨国公司纷纷进入中国市场,中国市场的竞争日益激烈,给民营企业的发展带来了强大的驱动力;第三,海归人员不断增加,他们成功地在中国创业,如网易、搜狐等网络高科技公司就是在这样的背景下发展起来的。

上述分析表明:党和政府都从法律和政治上肯定了民营企业的性质、地位和作用。正是由于民营企业享受的这种“国民待遇”,才促使民营企业数量不断增加、规模不断扩大、效益不断提高、产业结构日趋合理、经营管理水平不断上升,优势日趋明显。

二、民营企业发展的制度意义

中国民营经济从无到有,逐步发展,已形成一定规模,已经成为我国经济发展中的一个重要组成部分。近5年来,作为民营企业代表的私营企业和股份制企业的工业增加值年度增长率分别达到22.8%和16.5%,明显高于国有及国有控股企业14.2%的水平。统计数据表明,尽管民营经济占用社会资源的比重仅有1/3,但它对GDP增长的贡献已经占到2/3。如2005年,民营企业对国民经济的贡献率超过60%;吸纳就业人口超过1亿;民营工业企业完成规模以上工业增加值以及利润的一半以上;各类民营企业已经实现了我国70%以上的对外出口;在全社会城镇固定资产投资方面,各类民营企业的投资比重也超过了40%。民营经济的快速发展对近两年我国经济连续保持9.5%的高速增长发挥了十分重要的作用,而且,不论是在传统产业,还是在高新技术产业,民营企业的成分都越来越大,产业结构由主要从事第三产业,逐步向第一、第二产业发展,日益趋向合理,并随着国有企业退出某些行业和中国加入WTO,空间分布日益国际化。民营企业的发展还具有如下重要的制度意义:

(一)改变了中国的所有制结构

中国民营企业的发展过程,也是中国的经济制度变迁和市场体

系建立的过程。我国的改革进程是由计划经济向市场经济演变的过程。市场经济的核心是通过市场的手段实现社会资源高效、合理的配置。计划经济向市场经济转轨,有一个很重要的指标就是民营企业的比例。按照经济理论,所有公有企业是以非盈利为目的,或者不以盈利为主要目的。国有企业的目标是非利润的。民营经济的发展及其在中国经济中主体地位的确立是市场经济的必然要求,是深化经济体制改革的目标。中国的渐进式改革,采取价格双轨制和设立经济特区的办法,在计划经济调节的内容、数量不触动从而确保相关团体的利益得到维护的前提下,使社会整体“帕累托改进”成为可能,降低了改革的成本,推动了中国经济的发展。中国的市场经济成分的比重提高,民营企业和民营经济的发展,相对地改变了国有企业及其相关机构在国民经济中的地位,也促进了政府对经济控制范围和职能的调整。由于非公有制经济的一切生产经营活动都须通过市场去实现,与市场经济天然相容,互为发展条件。从发展的趋势看,中国民营企业在国民经济中的作用将更加重要。公有制经济出于自身的诸多因素,在非公有制经济存在和发展的条件下,随着市场的发展和市场经济体制的建立,经历了国营、国有和国家控股的历史蜕变之后,破除行业垄断和市场垄断,会逐步纳入市场经济的运行轨道,不同所有制的企业在竞争性的行业中真正地竞争已成为一种大势所趋。

(二)推动了生产要素的市场化

在推进中国市场经济体系建立和完善的过程中,民营企业的经营目标就是实现资本增值、追求资本收益最大化,它完全在市场经济中生存、发展,经营活动以市场为导向并通过市场获取生产要素,改变了价格要素在计划经济下严重的扭曲和变形。民营企业的发展过程即是生产要素越来越以价格信号进行配置的市场化过程。以劳动力为例,改革以前,雇工经营是非法的。企业的职工是企业的主人,是社会主义的“领导阶级”,企业的建立和员工的安排是根据组织的

安排。在党的“十三大”报告中,提出了“以公有制为主体发展多种所有制经济”、“允许私营经济的存在和发展”的观点,使民营经济开始过渡到合法的阶段,民营企业可以雇佣 8 人以下从事经营活动;党的“十四大”报告、“十五大”报告逐步正式确认了民营经济的重要地位和作用,充分肯定了其在增加就业和发展经济中的重大作用。

第三节 中国民营企业发展面临的挑战

民营企业经过改革开放后得到了快速发展,已形成越来越强的经济实力,在我国的国民经济宏观格局中占有着越来越重要的地位。因为直接接触市场,没有活力的企业将被淘汰,这使存在于市场竞争中的民营企业必须充满活力,再加上中国民营企业已经进入一个新的历史时期,致使我国民营企业在发展过程中将会面临着诸多挑战。

一、外部环境的改变

从外部环境分析,中国加入 WTO,党的十六届三中全会提出股份制就是公有制,而且是我们社会在改革进程中成为公有制主要实现形式,非公有制经济可以平等进入各个市场领域,这给了民营企业越来越大的发展空间。然而,随着新世纪的到来,知识经济已经成为全球不可遏制的发展潮流,信息技术的突飞猛进推动着经济的超常规发展,民营企业如何在新一轮的经济全球化的竞争格局中实现可持续发展,并为我国最终实现经济的振兴和全面繁荣做出更大的贡献,是民营企业在定位企业的发展战略时应高度关注的课题。从民营企业自身的发展规模看,民营企业中虽然也涌现出一批中等规模企业甚至大型企业,但由于发展的时间较短和政策准入等条件约束,多数还处于初创期,规模以中小型居多。根据国家统计局 2000 年资料,它们平均雇工 15 人,注册资本 90 万元,个别的已达上百亿资产。从所属行业来看,中国的民营企业大多集中在第三产业以及新兴高科技产业中。这一方面是由于一些传统行业国有大中型企业经营甚

至垄断多年,民营企业的发展空间较小,进入壁垒较高;而另一方面,第三产业和非传统行业的政策、资金、规模经济等壁垒较低,且竞争环境相对较为激烈,比较适宜小型和灵活的企业生存。但是整体规模比较小、实力比较弱、抗风险能力比较差的民营企业如何在国际市场国内化、国内竞争国际化的激烈市场竞争中生存并获得可持续发展,如何适应技术驱动的技术经济时代的发展要求,是理论研究和实际工作中不可回避的重大现实问题。目前,中国民营企业面临的挑战主要来自以下方面。

(一)经济全球化

当前,经济全球化趋势已不可逆转,加速了生产要素在世界范围的自由流动,世界统一市场逐步形成,经济资源实现全球配置,加强了国际分工的广度和深度,必将改变我国企业特别是民营企业生存和发展的宏观环境。中国加入世贸组织是我国经济真正融入世界经济的重要标志,中国企业将在更大范围和更深程度上参与国际竞争和合作,中国市场运行规则将与国际市场全面接轨,资金、人力、技术等生产要素和自然资源可在全球范围内优化配置,中国制造业的比较优势也日益成为全球共享性资源,国际制造业向中国转移已成必然趋势。中国广阔的市场也成为国际跨国公司必争之地,跨国公司势必大举进入中国。目前世界 500 强企业已有 80% 进入中国,参与国内市场的角逐。同时,随着国有企业改革的不断深化,部分国有企业大大增强了竞争力。民营企业的生存、发展必须适应日益激烈的全球市场竞争,走向国际市场是民营企业拓展其生长发展空间的必然选择,以此提高自己的市场竞争力和发展空间。然而,过剩经济的全面来临使民营企业迎来了争夺市场的竞争时代。在短缺经济时代,旺盛的市场需求曾创造出不少民营企业发家的神话,一些民营企业只凭借一两个产品驰骋市场,就可攫取高额利润迅速致富。另外,中国过剩经济的来临,企业充裕的生产能力,使传统市场的空隙越来越狭小,通过技术、管理、营销等方面的创新,去开拓新市场、占领扩

张新市场成为每个企业发展的重要手段,也是分摊技术开发成本实现其规模效益的内在要求。民营企业要实现自身的二次创业,就必须树立“放眼世界、走向国际市场”的全球化发展理念。在经济全球化的自由开放世界里,国际市场与国内市场的边界日趋模糊,企业无论是否走出国门都意味着是站在国际市场大舞台上,面对的竞争对手都是全球性的。发展对外贸易、进行跨国投资、实行国际合作是常常采用的走向国际市场的一种策略,实行技术专业化、产品特色化、层次多元化等战略更是民营企业拓展市场空间的根本出路。民营企业应充分认识到产品种类单一、技术可替代性的 OEM 生产商是难以在产业分工,尤其是国际化产业分工竞争中保持竞争优势的。

(二) 市场结构的变化

市场为企业发展提供可能的资金、劳动力等要素以及上游产品的供应等,同时也是企业的重要信息来源和产品的消费者。现代企业的正常运营离不开各类供应者和消费者等要素形成的外部组织。根据波特的竞争理论,购买方、供应商的还价能力,来自替代品、已有竞争者和新竞争者的威胁决定着企业的竞争能力。公平竞争的结果是优化选择、优胜劣汰。在一个相对封闭的市场环境中,企业可以通过价格战扩大市场份额和品牌知名度。但在开放条件下,没有新产品、新技术、低成本是无法取胜的。在自由市场原则约束下,产品、资源在全球范围内的流动使得竞争优势与技术优势紧密结合。企业的生存与发展在于其技术创新能力。能否不断推出新产品,是考证企业竞争能力的重要标准,也是检验企业核心竞争能力、动态竞争能力、自生能力的重要依据。技术与社会的现实发展,尤其是现代高新技术的出现,带来了消费者需求特征和生产者供给特征的变化,市场的均衡是在变化的消费者与变化的供应商之间的动态均衡,这种变化的直接结果是使产品生命周期曲线的形状发生了变化,生命周期变短、阶段性特征消失、饱和消费量降低、盈亏平衡点和利润峰值点提前,形成了以快变为核心特征的实时变化的市场环境。这一迹象