

中国社会科学院重大课题研究成果

竞争力经济学

Economics of
Competitiveness

金 碚 / 等著

广东经济出版社

竞争力经济学

Economics of Competitiveness

金 碚 / 等著

广东经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

竞争力经济学/金碚等著. —广州: 广东经济出版社,
2003.5

ISBN 7-80677-447-5

I. 竞… II. 金… III. 竞争-研究 IV. F038.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 029050 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 5 楼)
经销	广东新华发行集团公司
印刷	广东惠阳印刷厂 (惠州市南坛西路 17 号)
开本	787 毫米×1092 毫米 1/16
印张	33.25 2 插页
字数	613 000 字
版次	2003 年 5 月第 1 版
印次	2003 年 5 月第 1 次
印数	1~5 000 册
书号	ISBN 7-80677-447-5 / F·861
定价	58.00 元

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市合群一马路 111 号省图批 107 号

电话: [020] 83780718 83790316 邮政编码: 510100

邮购地址: 广州市东湖西路邮局 29 号信箱 邮政编码: 510100

(广东经世图书发行中心)

• 版权所有 翻印必究 •

序 言

1995年,我们开始研究产业和企业的竞争力问题,中国社会科学院将其列入重点科研项目。该研究项目的成果受到学术界较高的评价。研究报告《中国工业国际竞争力分析》获“孙冶方经济科学奖”。专著《中国工业国际竞争力——理论、方法与实证研究》获全国“五个一工程”奖。此后,在国内,竞争力成为越来越热门的研究领域。我们也一直继续进行着这方面的研究。2002年,中国社会科学院设立了重大课题研究项目,我们的研究又被列为其中之一。

当我们在原有的基础上,将研究水平再提高一个层次的时候,发现研究的进一步深入是一项十分困难的工作。近几年来,许多学者、研究机构和企业都在进行这方面的研究,关于竞争力的文献大量涌现,关于竞争力的研究也确实取得了不少的成果。但是,大家似乎都还基本上是在同一个水平上的重复:所使用的理论基本上是国外一些学者的已有发现,对竞争力的评价使用的是国外研究机构所采用的指标体系,或者是根据自己的假说构建一套类似的指标体系。还有大量的文章,则是对竞争力的一般性议论或者是对一些实践经验的总结。真正能够在理论上,特别是在学术理论上有所突破,在研究方法上有所创新的成果并不多见。总之,关于竞争力研究的成果和文献数量的大量增加,并没有反映研究水平相应程度的提高。

为了使对竞争力的研究深入下去,有所创新,有所贡献,我们设想了一个与众不同的研究线路和研究方法,即对竞争力进行多方位的综合性研究(参阅附录)。

第一,对竞争力进行深层理论的探讨,即从经济学的基础理论上,讨论研究竞争力的理论框架和逻辑结构;并且,将有关经济学学科和管理理论的分析框架和分析工具应用于对竞争力的研究。换句话说,我们力图把竞争力放在经济学的理论体系框架中进行剖析和观察,一方面对竞争力现象进行理论研究;另一方面,也要发现经济学究竟能够在多大程度上对竞争力做出有说服力的解释,即经济学在解释竞争力上的有效

性和局限性。本书主要反映了这方面的研究成果。

第二，企业家们办企业的实践经验和企业家们关于企业竞争力的深刻思考，是竞争力研究非常有价值的素材。如果我们能够把这样的素材集中起来，并且进行有序的组合，就有可能使之升华为极为珍贵的智慧财富。为了发掘这样的智慧财富，我们组织《中国经营报》的一批记者，进行了一次系列性主题报道。这次大规模的报道活动以“竞争力的源泉”为主题，围绕企业竞争力各个层面的问题，分专题采访全国百名以上的知名企业家，通过深度访谈，力求较全面地反映中国企业家群体对企业竞争力问题的认识。这方面的成果将在《中国经营报》和另一部专著中发表。

第三，对过去的统计分析成果进行延伸性研究。先沿着以前的分析思路，运用基本相同的分析方法和统计模型，对最近五年来中国工业国际竞争力状况进行跟踪分析。在跟踪分析中不仅发现了许多新现象、新问题，而且，可以对过去的理论、方法和分析工具进行检验，发现需要完善和改进之处。这样，就可以使竞争力的研究有一个连续性的观察基础。这一研究成果主要反映在本书第三章的附录《中国工业国际竞争力变化的新趋势》中。

第四，采取专家设计和经营者直接参与相结合的方式，即由专家设计问卷，向经营者进行问卷调查，在此基础上形成竞争力评价的指标体系，对企业竞争力进行量化评价和监测。这方面的成果将在《中国经营报》上陆续发表。并且，在此基础上，《中国经营报》成立了一个常设的“竞争力工作室”，将竞争力研究的学术成果推广应用到企业竞争力评价和监测的实践中，其中，“《中国经营报》企业竞争力监测系统”已成为一个具有一定影响力的应用项目。

关于竞争力分析的基本理论和方法还被运用于一些相关问题的研究。2002—2003年，我们接受国家新闻出版总署的委托，建立一个《报纸评估指标体系》。该评估方式和指标体系直接运用于报纸的宏观管理和政府管制过程。

自2001年以来，在中国社会科学院重大课题研究项目《产业与企业竞争力研究》的框架内，系统地研究竞争力经济学是我们的工作重点之一。现在摆在读者们手上的这本《竞争力经济学》就是我们所完成的核心成果。

从2001年起，我就一直在考虑：对于竞争力这个极为复杂的问题，经济学究竟有多大的解释能力？经济学的分析基础是“理性人”假设，这意味着，在经济学的理论框架内，人和人在本质上是一样的，企业和企业性质上也是相同的。所有微观经济主体的行为都是高度理性，追求最优（除非受到某种不可克服的限制）的，甚至被假定没有任何智力上的差别。但是，竞争力要说的却恰恰是：企业与企业是不同的，即有的企业竞争力强，有的企

业竞争力弱。所以,如果应用经济学理论和方法来研究竞争力,则涉及到了经济学根本的逻辑基础。可以说,竞争力研究对于经济学的挑战是根本性的:以理性假定为基础的经济学如何解释竞争力的性质?

围绕这个问题,我们组织了多次讨论会,进行了广泛深入的研讨。我们发现,最可行的研究方法是,从对经济学及其各个重要分支学科的基本理论的探讨入手,对竞争力问题进行尽可能透彻的理论剖析。由于认识到对竞争力的研究必然会超越经济学,进入管理学的领域,所以,对管理学的探讨也应纳入研究范围。竞争力的深入研究还会广泛地涉及政治、文化、民族、价值观、伦理等问题,特别是企业文化对竞争力的影响非常大,但是如果我们将研究的范围无限制地扩大,就会大大超出我们的把握能力。所以,本书的研究仅限定在经济学以及同经济学密切相关的管理学范围之内。而将文化等非“理性”因素的研究留待今后再做专门研究。

全书由我设计主题和框架,并制定了各篇章提纲。初稿写作的分工是:第一篇:金碚;其中,第三章附录部分由我的两位博士生李钢和秦宇完成统计分析,并提供初稿。第二篇:刘戒骄;第三篇:杨丹晖;第四篇:魏后凯;第五篇:黄群慧;第六篇:曹建海。初稿完成后,由我进行修改和统稿,有的章节进行了合并和调整,少数章节的内容做了较大的改写。

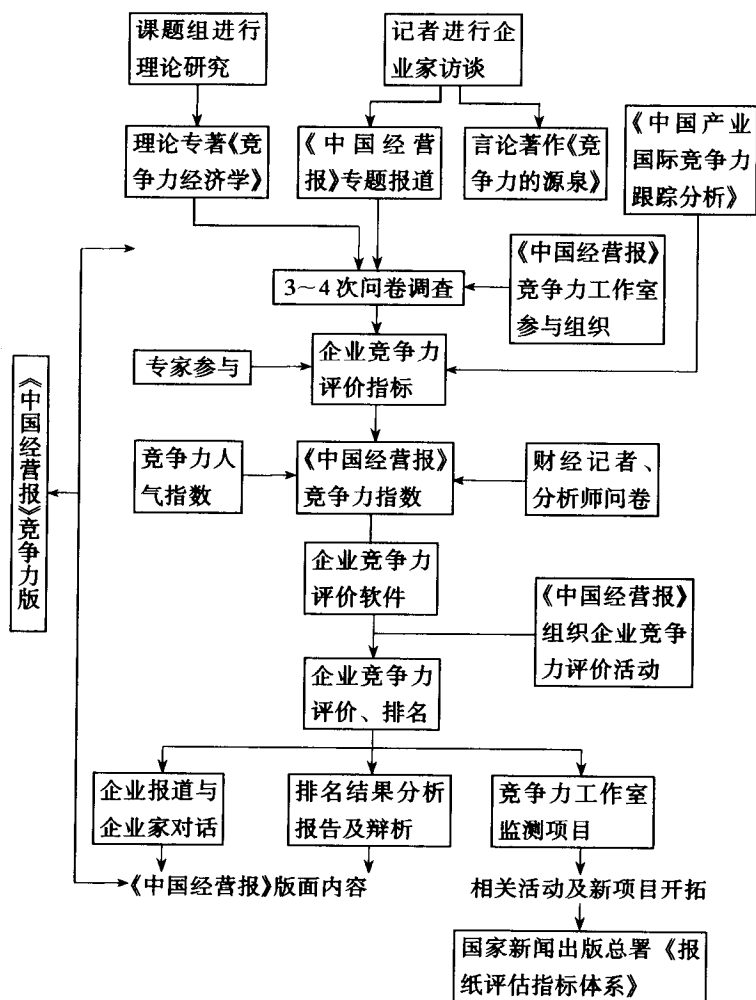
按照课题的计划进度,我们于2003年初完成了这部《竞争力经济学》专著。在此过程中,我们深切地感受到这一研究的理论难度,而在脱稿时,我们更加感觉到,对这一问题的研究还远未最终完成。

本书的贡献主要有两点:一是系统剖析和论述了经济学及其各主要分支学科在竞争力研究方面所取得成果,以及将有可能作出的进一步的理论贡献。二是开拓了一个竞争力经济学的专门研究领域,它决不只是一个在一定的时期内就可以最终完成的研究课题或项目,而是有可能发展为一门专门的学科分支,具有长久的研究价值和广阔的探索空间。因为,本书论证了:在竞争力研究领域,经济学可以有其专门的研究对象、特殊的假定前提(抽象条件)和逻辑线路、专门的理论模型和分析工具,以及非常广泛的应用范围。

金 碚

2003年2月10日于北京海淀区世纪城

附录 竞争力项目框架及工作程序



目 录

第一篇 总 论

第一章 经济学的性质及其对竞争力的解释

一、经济学能否解释竞争力	(4)
二、经济学怎样解释竞争力	(8)
三、建立竞争力研究的经济学范式	(12)
结论	(16)

第二章 企业竞争力的性质

一、关于企业竞争力的定义	(20)
二、企业竞争力的“宽度”和“密度”	(21)
三、企业竞争力的四类要素	(22)
四、评价企业竞争力的基本方法	(24)
五、核心能力(核心竞争力)与竞争力的关系	(26)
六、企业竞争力理论的逻辑基础	(27)
结论	(29)

第三章 产业竞争力的性质

一、产业竞争力的研究对象	(32)
二、决定产业竞争力的两类因素：比较优势和竞争优势	(34)
三、产业竞争力的经济实质	(35)
四、产业竞争力分析的理论框架	(37)

五、产业发展阶段对产业竞争力的影响	(39)
结论	(40)
附：中国工业国际竞争力变化的新趋势	(42)
一、工业生产能力和供求	(42)
二、工业品的整体出口竞争力	(44)
三、出口商品竞争力的结构分析	(49)
四、中国工业品市场占有率分析	(58)
五、单位产品价格变动所反映的制成品质量水平	(67)
六、进出口商品价格比较所反映的质量水平	(71)
七、工业制成品的贸易结构分析	(79)
八、工业品的贸易竞争指数和变差指数	(86)
九、影响工业品竞争力的其他因素	(93)
结论	(102)

第四章 中国工业化过程中的竞争力问题

一、中国工业化的独特性	(108)
二、中国工业的低成本、低价格优势	(111)
三、中国成为吸引国际资本最多的发展中国家	(114)
四、企业和产业国际竞争关系的变化	(119)
五、中国区域间的竞争力现象	(121)
结论	(123)

第二篇 产业组织经济学

第五章 产业组织经济学对竞争力的解释

一、竞争力的产业组织源泉	(128)
二、竞争力的五种基本来源和价值链分析	(140)
三、垂直结构与竞争力	(146)
四、厂商策略行为与竞争力	(153)
结论	(156)

第六章 产业生命周期与企业竞争力

一、产业生命周期与企业竞争力的组合分析	(162)
二、与产业生命周期相联系的企业生命周期	(165)
三、产业生命周期对企业竞争战略的影响	(169)
结论	(174)

第七章 市场结构与企业竞争力

一、经济学对市场结构的认识	(178)
二、寡头厂商的长期竞争行为和短期竞争行为	(184)
三、寡头厂商同时决定产量时的竞争力分析	(187)
四、寡头厂商先后决定产量时的竞争力分析	(191)
五、在位企业与潜在进入者之间的竞争力分析	(195)
六、产品差异的竞争力分析	(198)
七、卡特尔成员的竞争力分析	(203)
结论	(209)

第八章 兼容性和网络效应的竞争力分析

一、基本模型的建立	(215)
二、模型对企业竞争的策略含义	(219)
三、若干历史实例和兼容竞争的提出	(222)
四、兼容竞争的博弈形式	(224)
五、兼容程度相同条件下的博弈构式	(230)
六、兼容对企业竞争的策略意义	(232)
结论	(233)

第九章 规模经济、范围经济与竞争力

一、规模经济与范围经济的概念	(235)
二、规模经济和范围经济的解释与测度	(240)
三、规模经济和范围经济对产业竞争力的影响	(248)
四、规模经济和范围经济对企业竞争力的影响	(251)
结论	(254)

第三篇 国际经济学与发展经济学

第十章 国际经济学对竞争力的解释

- 一、国际经济学对竞争力的分析：方法与视角 (259)
- 二、关税理论对竞争力的解释 (260)
- 三、汇率变动对竞争力的影响 (265)
- 四、资本国际流动与资本市场开放对竞争力的影响 (267)
- 五、经济全球化趋势与国际竞争的新特点 (269)
- 结论 (275)

第十一章 国际贸易理论对竞争力的解释

- 一、早期国际贸易理论的观点：重商主义及其批判 (279)
- 二、古典贸易理论的解释：从绝对优势到比较优势 (280)
- 三、新古典贸易理论：比较优势形成的另一种条件 (284)
- 四、新贸易理论：不完全竞争、产业内贸易与竞争优势 (285)
- 结论 (290)
- 附：中国出口增长迅速，在世界排名中的位次不断上升 (291)

第十二章 国际直接投资理论对竞争力的分析

- 一、国际直接投资理论的基本假定 (293)
- 二、国际直接投资理论对竞争力的解释 (294)
- 三、海外直接投资对企业竞争力的强化作用 (301)
- 四、跨国公司竞争力的来源与表现 (308)
- 结论 (312)

第十三章 发展经济学对竞争力的解释

- 一、发展中国家及其特征 (315)
- 二、发展中国家竞争力的来源 (316)
- 三、东亚与拉美模式的比较 (326)
- 四、在经济全球化背景下提高竞争力 (331)

结论	(333)
附：东亚国家和地区出口竞争力的变化	(335)

第四篇 区域经济学与区位经济学

第十四章 区域经济学的基本假定和对竞争力的解释

一、区域经济学的三个基本假定	(345)
二、区域理论对竞争力的解释	(349)
三、从区域经济学看竞争力的差异	(353)
结论	(360)

第十五章 区位经济学对竞争力的分析

一、区位理论的主要流派	(363)
二、企业区位选择对竞争力的影响	(367)
三、价值链、区位战略与竞争力	(371)
结论	(376)

第十六章 产业转移与竞争力的关系

一、产业转移的类型及其发展趋势	(380)
二、产业转移的原因	(382)
三、产业转移对企业竞争力的影响	(385)
四、产业转移对区域竞争力的影响	(388)
五、公司总部迁移对竞争力的影响	(391)
结论	(396)

第十七章 产业集群与竞争力的关系

一、产业集群的概念及类型	(399)
二、产业集群的形成及理论解释	(404)
三、产业集群的竞争优势及其来源	(409)
四、产业集群对竞争力的影响	(414)
结论	(417)

第五篇 企业管理经济学

第十八章 经济学、管理学与企业竞争力

- 一、企业管理学与经济学不同的研究方法 (423)
- 二、企业管理经济学的竞争力分析框架 (427)
- 三、核心竞争力研究的管理学价值 (431)
- 结论 (435)

第十九章 竞争优势理论与战略管理经济学

- 一、以企业竞争优势为轴心的战略管理演进轨迹 (437)
- 二、对竞争优势的管理经济学分析 (442)
- 三、基于核心能力的战略管理问题 (449)
- 结论 (453)

第二十章 组织学习、企业家精神与核心能力

- 一、知识的经济学分析与企业知识理论 (455)
- 二、创新理论与核心能力的动态性 (460)
- 三、企业家创新精神主导的组织学习 (463)
- 四、竞争力研究超越经济学 (465)
- 结论 (466)

第六篇 国家干预与产权经济学

第二十一章 国家干预、经济制度及其与竞争力的关系

- 一、市场机制与国家干预的经济学理论 (472)
- 二、同竞争力密切相关的经济制度和国家政策 (476)
- 三、政府政策在提高产业竞争力方面所能发挥的作用 (483)

四、政府管制的经济学与产业竞争力	(487)
结论	(496)

第二十二章 国有企业与竞争力

一、国有企业的市场化改革及其竞争地位	(499)
二、国有企业的产业定位	(502)
三、影响国有企业竞争力的因素分析	(505)
结论	(508)

第二十三章 产权经济学对竞争力的解释

一、产权是一种有效的竞争法则	(511)
二、产权、企业所有权、公司治理与企业竞争力	(514)
三、不同所有制下企业竞争力的比较	(516)
结论	(519)

第一篇

总

论

第一章 经济学的性质及其对竞争力的解释

提 要

经典的经济学所进行的研究和分析是以假定“企业同质”为基本逻辑前提的，即假定企业都是具有经济人理性的、精于计算的、并按微观经济学的原理和方法进行决策和行动。但竞争力研究的目的却是要解释“企业异质”，即为什么有些企业竞争力强，有些企业竞争力弱；或者，什么样的企业能够具有长久的竞争力，什么样的企业一定不会有竞争力。经济学理论体系是一个从抽象到具体，即逐步放松假设条件的逻辑框架。对竞争力可以不同的假设条件为前提，从不同层面进行分析和研究。经济学的各个分支学科都可以对竞争力研究作出贡献，但由于各分支学科的假设前提和分析工具不同，所以，所关注的影响竞争力的主要因素也有一定的区别。竞争力经济学的研究可以分为三个层次：竞争力理论经济学、竞争力应用经济学和竞争力研究。在抽象层次上的研究主要运用理论经济学的逻辑方法，而当进入较具体层次的研究领域，则越来越倾向于经济学和管理学的结合。

从20世纪90年代末以来，“竞争力”或者“国际竞争力”成为一个非常热门的话题。经济学家、管理学家、企业家、政府官员、甚至普通百姓……几乎人人都在说“竞争力”，人人都可以对“竞争力”发议论，说道理，作判断。问题是，如果把“竞争力”作为一个科学研究的课题，或者，如果要求在较严格的科学意义上讨论竞争力现象，那么，在有关学科发展目前所能达到的水平上，运用科学所能使用的研究方法和分析工具，我们对“竞争力”的解释和分析究竟能够获得怎样的研究成果呢？换句话说，运用现有的科学研究方法和分析工具，我们能够对竞争力现象作出合乎理论逻辑和符合客观现实的解释吗？这一问题直接关系到有关竞争力的讨论，是否具有坚实的科学基础和严格的学科规范？