

B

BLUE BOOK OF CHINA'S ENTERPRISES
COMPETITIVENESS

企
业
蓝
皮
书

中国企业竞争力报告

(2003)

竞争力的性质和源泉



主 编 / 金 碚

社 会 科 学 文 献 出 版 社
SOCIAL SCIENCES DOCUMENTATION PUBLISHING HOUSE

企业蓝皮书

中国企业 竞争力报告(2003)

——竞争力的性质和源泉

主 编 金 碚
副主编 李佩钰 冯玉明

社会科学文献出版社

·企业蓝皮书·

中国企业竞争力报告(2003)

——竞争力的性质和源泉

主 编 / 金 碚

副 主 编 / 李佩钰 冯玉明

出 版 人 / 谢寿光

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市东城区先晓胡同 10 号

邮政编码 / 100005

网 址 / <http://www.ssdph.com.cn>

责任部门 / 皮书事业部

(010)85117872

项目经理 / 邓泳红

责任编辑 / 邓泳红 陈斗仁 宋娜 宋培军

责任印制 / 盖永东

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010)65139961 65139963

经 销 / 各地书店

读者服务 / 客户服务中心

(010)65285539

法律顾问 / 北京建元律师事务所

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京美通印刷有限公司

开 本 / 787×1092 毫米 1/16 开

印 张 / 22.75

字 数 / 349 千字

版 次 / 2003 年 11 月第 1 版

印 次 / 2003 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 7-80149-964-6/F·040

定 价 / 39.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误，
请与本社客户服务中心联系更换



版权所有 翻印必究

图书在版编目(CIP)数据

中国企业竞争力报告(2003): 竞争力的性质和源泉/金碚主编.
- 北京: 社会科学文献出版社, 2003.11
(企业蓝皮书)

ISBN 7-80149-964-6

I. 中… II. 金… III. 企业经济-市场竞争-研究-中国
IV. F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2003)第 082644 号

编委会组成人员

主 编：金 碚

副 主 编：李佩钰 冯玉明

撰 稿 专 家：（按姓氏笔画排序）

闫 峻 李 钢 朱 彤 刘戒骄 汪晓春
金 碚 张余文 张其仔 赵 英 黄群慧

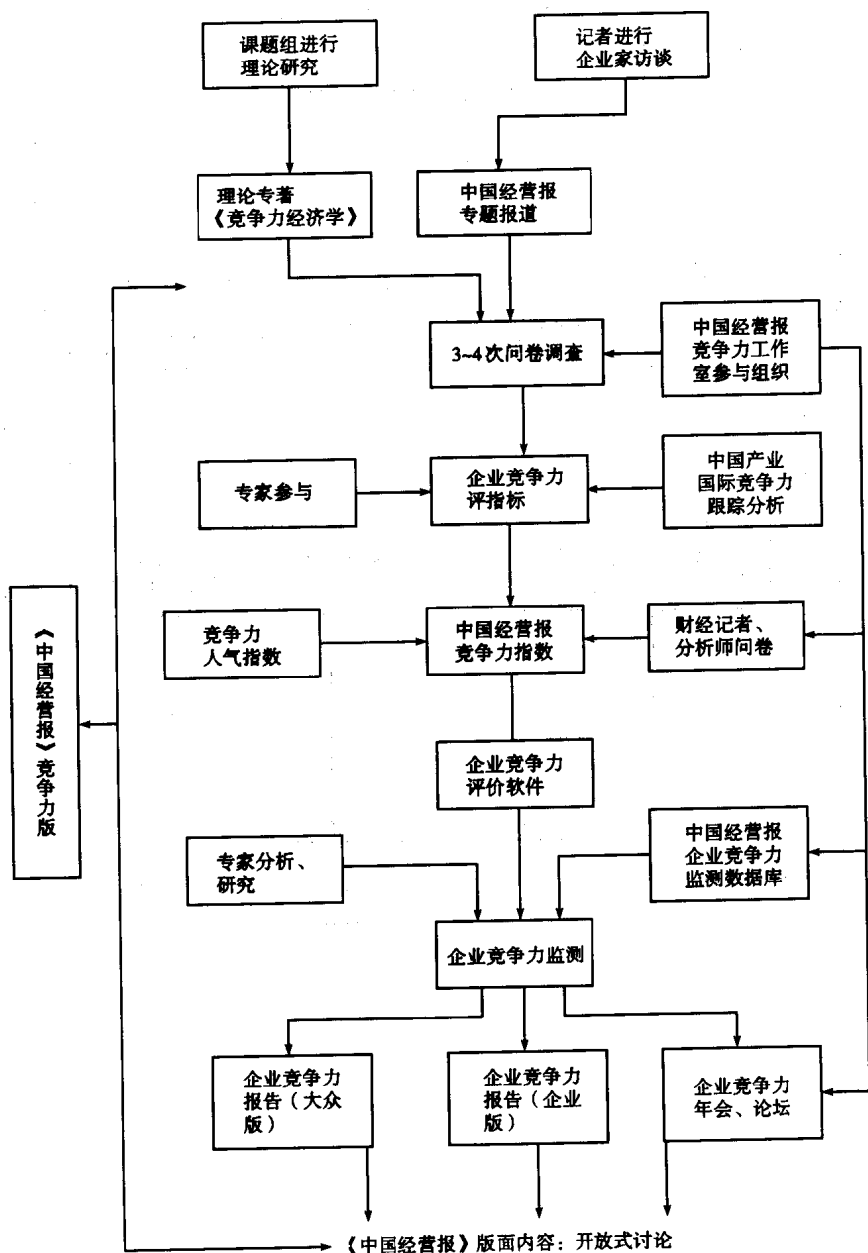
数据采集组：

组 长：冯玉明

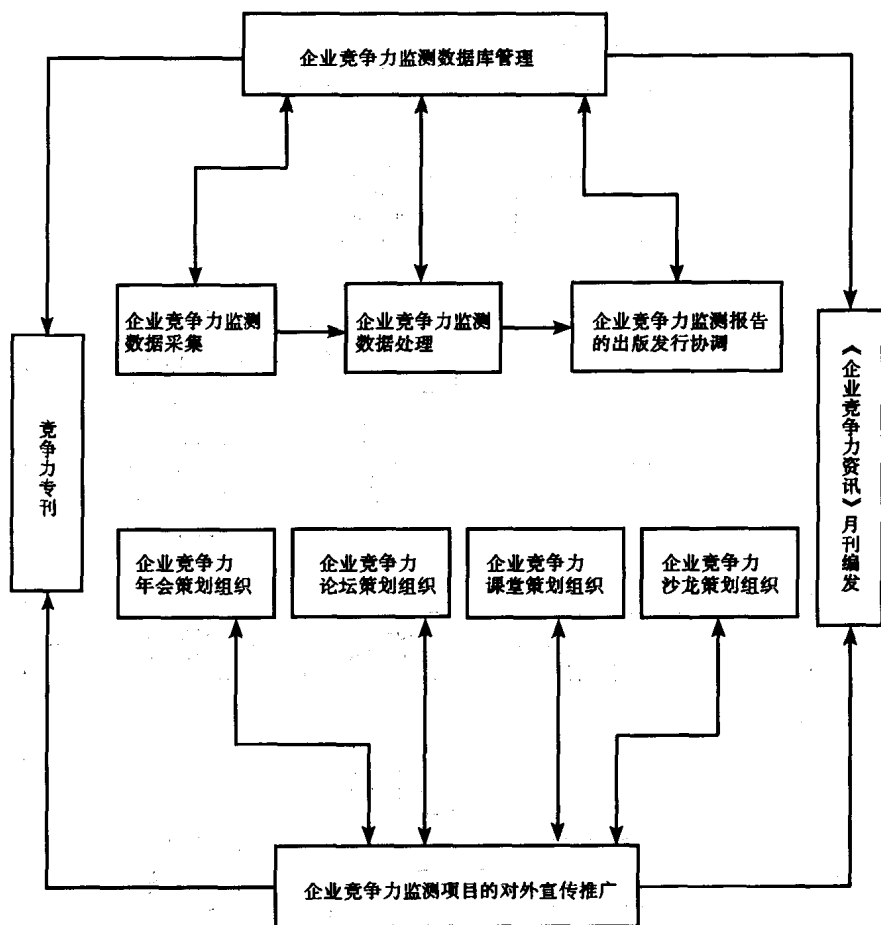
核 心 成 员：黄丽华 王梦来 张 博

程序供应商：中科软件集团北京中科软件有限公司

企业竞争力项目框架图



企业竞争力监测工作框架图



序 言

本书是在中国社会科学院工业经济研究所和《中国经营报》共同研究开发的“中国经营报企业竞争力监测体系”首期监测结果的基础上形成的研究报告。中国经营报企业竞争力监测体系是以中国社会科学院重大课题的研究成果为理论基础^①所开发的一个应用项目。《中国经营报》社充分依赖其主办单位——中国社会科学院工业经济研究所的专家力量，专门成立了项目的常设执行机构：竞争力工作室，负责项目的数据库建设管理、专家研究的辅助、各项调查的设计及调查数据的统计处理、项目的推广应用等工作。

首期研究报告采集了国内 1220 余家 A/B 股上市公司 1999～2003 年的年报数据，进行了财经记者和中国经营报读者的人气指数调查，从各个角度监测企业的竞争力状况，不仅从总体上对各行业的企业竞争力进行监测，而且对若干产业的企业竞争力状况进行了深入分析，发现了许多值得重视的现象和问题，获得了非常有价值的研究结论。

本书由金碚确定总体思路和框架，《中国经营报》竞争力工作室承担数据库的建立和维护工作，并组织问卷调查和数据处理。以下专家承担了相关研究工作和初稿的撰写：第一章：金碚，第二章：金碚、李钢，第三章：黄群慧，第四章：李钢、冯玉明，第五章：李钢，第六章：李钢，第七章：赵英，第八章：张其仔，第九章：张余文，第十章：闫峻，第十一章：汪晓春，第十二章：刘戒骄，第十三章：朱彤。初稿完成后，由金碚负责统稿和总纂，李钢和冯玉明协助主编进行文稿的技术性处理。

本项目的首期监测结果将以《中国企业竞争力报告（2003）》大众版和企业版两种形式出版。本书即为《中国企业竞争力报告（2003）》大众版。《中国企业竞争力报告（2003）》企业版（含电子

^① 该项研究成果主要反映在以下两部学术专著中：金碚主编：《中国工业国际竞争力——理论、方法与实证研究》，经济管理出版社，1997；金碚等：《竞争力经济学》，广东经济出版社，2003。

版)包含更全面丰富的内容和全部监测数据,并且编制了资料查询和数据处理软件,读者可以根据自己的需求,调用有关数据,进行不同地区、不同产业和不同指标类型的竞争力分析。

我们的企业竞争力监测工作得到了社会各界的广泛关注与支持。2003年2月22日,中国社会科学院工业经济研究所和中国经营报主办了一次本项目的论坛,有关高校、科研单位的学者、企业家以及政府部门官员等就企业竞争力监测问题进行了深入研讨,并对本项目的开展提出了许多宝贵的意见和建议。

在本书出版之际,不仅要曾给予我们多方面支持和帮助的中国社会科学院工业经济研究所科研处和办公室表示衷心的感谢,而且,特别要感谢本项目的各位顾问。他们是:国务院发展研究中心党组书记、副主任陈清泰,中国社会科学院副院长陈佳贵,国家统计局副局长邱晓华,中国社会科学院原副院长,中欧工商管理学院院长刘吉,国家统计局国际统计信息中心主任李启明,国务院发展研究中心产业部部长刘世锦,中国社会科学院工业经济研究所所长吕政,科技部科技促进发展研究中心主任王元,中国人民大学经济学院院长杨瑞龙,台湾全球华人竞争力基金会董事长石滋宜,国家经贸委经济发展研究中心主任王忠明,北京航空航天大学经济管理学院教授任若恩,中国奶业协会副理事长王怀宝,中国家电协会理事长霍杜芳,冶金经济发展研究中心副主任刘静海,房地产业协会副会长兼秘书长顾云昌,机械工业协会专务委员周凯,海尔集团首席执行官张瑞敏,联想控股有限公司总裁柳传志,上海宝钢股份公司总裁艾宝俊,联想控股有限公司常务副总裁李勤,联想集团有限公司总裁杨元庆,中国网络通信有限公司总裁田溯宁,招商银行行长马蔚华,蒙牛乳业董事长兼总裁牛根生,万通地产集团董事局主席冯仑,泰康人寿保险股份有限公司董事长陈东升,杉杉集团董事长郑永刚,前新浪网首席执行官茅道临,新浪首席执行官汪延,招商局董事长秦晓,小天鹅集团高级副总裁徐源,太平洋人寿北京公司总经理李洪林等。

他们中的大多数人都出席了2003年2月22日的企业竞争力论坛。刘世锦、杨瑞龙、王元、任若恩、艾宝俊、马蔚华、柳传志、汪延等多次接受中国经营报竞争力项目的咨询采访。陈清泰、陈佳贵、邱晓华、刘吉、石滋宜等在项目启动之初就对其价值给予很高评价,并对项目的发展提出了中肯的意见和建议。

企业竞争力监测是一项探索性的工作。对我们来说,这项工作

刚刚开始，还有许多未知的领域等待着我们去发现和认识。本书所发表的企业竞争力监测结果仅包括国内上市公司，未涵盖非上市公司及企业集团，所以，首期监测报告更重要的价值在于其方法论的意义，在于为今后的长期监测工作奠定了一个科学基础。而且，在我们已经进入的领域，已经获得的知识中，也难免有错误的认识和判断。我们非常真诚地希望读者能帮助我们发现其中的不足和错误之处，以利于我们今后的工作。中国经营报将开辟专门的版面对我们的监测结果进行讨论，欢迎提出批评和建议。

企业竞争力监测是一个长期项目。我们将每年发布企业竞争力监测结果和《中国企业竞争力报告》，并对各行业的企业竞争进行深入分析和研究，以此作为对中国经济发展和企业竞争力提升的一个贡献。

金 碚

2003年8月26日

目 录

序 言	1
第一章 概念与逻辑：企业竞争力研究的理论与方法	1
一 竞争力研究的经济学方法	1
二 企业竞争力的定义	6
三 企业竞争力的“宽度”和“密度”	8
四 企业竞争力的四类要素以及核心竞争力	9
五 评价企业竞争力的基本方法	13
附录：“中国产业与企业国际竞争力研究”课题取得 丰硕成果	16
第二章 数字的作用：企业竞争力监测的理论与方法	19
一 企业竞争力监测的基本原理和指标体系的逻辑	19
二 企业竞争力监测的几个操作性问题	24
三 首期监测企业的范围和监测指标的选取	26
四 不同行业企业竞争力比较的依据	30
五 数据的处理方式	34
六 企业竞争力监测的意义和运用价值	36
附录：我国上市公司净资产收益率分布实证分析 ——以电子通讯行业为例	39

第三章	实力的显示：基础数据监测结果及分析	53
一	竞争力“五个集团”的划分	53
二	上市公司竞争力百强的行业分析	58
三	上市公司竞争力状况的区域分析	63
四	结论与若干说明	67
第四章	人气与品牌：人气指数问卷调查的统计分析	69
一	人气指数问卷调查的统计结果	69
二	人气指数统计结果分析	81
第五章	优势与前景：全行业企业竞争力的综合评价	88
一	CBCI 综合指数总体分析	88
二	基础数据及调查数据对综合竞争力的影响	92
三	各地区企业综合竞争力分析	96
四	不同行业企业竞争力情况	98
第六章	技术与效率：通讯电子产业企业竞争力分析	101
一	通讯电子行业基础数据分析	101
二	人气指数及竞争力综合指数分析	135
第七章	开放与合作：汽车制造业企业竞争力分析	140
一	对汽车工业企业竞争力的总体分析	140
二	对汽车工业不同领域企业竞争力的结构性分析	142
三	对汽车工业企业竞争力的个体分析	145
第八章	战略与规模：食品酿酒产业企业竞争力分析	151
一	规模竞争力、效益竞争力与企业竞争力	151
二	食品酿酒企业的类型：基于基础数据的竞争 监测分类	155
三	食品酿酒企业的人气指数	163

四 影响食品酿酒行业企业竞争优势的因素	169
第九章 研发与跟进：医药产业企业竞争力分析	176
一 近几年来中国医药行业的整体发展态势	177
二 监测体系指标的经济含义分析	180
三 我国医药上市公司的国际地位和比较优势	192
第十章 收益与风险：金融业企业竞争力分析	195
一 监测范围	196
二 总体结果	196
三 结构分析	197
四 指标分析	199
五 人气指数分析	203
六 最优企业分析	205
七 国内比较	207
八 国际比较	210
九 有效性评价	214
十 结论与指引	215
第十一章 区位与要素：房地产业企业竞争力分析	220
一 监测映像	220
二 企业解读：CBCM 与房地产企业	231
三 产业解读：中国房地产企业的产业环境	239
四 结束语	242
附表	244
第十二章 转型与连锁：商业企业竞争力分析	248
一 中国商业上市公司的竞争态势	249
二 决定商业企业竞争力的关键因素	267
三 发展连锁、善用品牌是百货业走出困境的两个轮子	276

第十三章 资源与服务：旅游上市公司竞争力测评结果分析	284
一 企业 CBCI 指数与旅游行业竞争力	284
二 旅游上市公司竞争力等级划分	287
三 旅游企业竞争力的结构分布	289
四 旅游企业竞争力的人气指数分析	297
五 重点企业竞争力变动趋势分析	298
参考文献	305
附录一：名词说明	311
附录二：CBCI 数据系统说明	313
附录三：竞争力监测数据	316

Contents

Perface	1
Chapter One Concept and Logic: Theory and Method for Study on Competitiveness of Enterprises	1
1. Economics Method for Study on Competitiveness	1
2. Definition of Competitiveness of Enterprises	6
3. “Width” and “Density” of Competitiveness of Enterprises	8
4. Four Key Elements for Competitiveness of Enterprises and its Core Competitiveness	9
5. Basic Method to Evaluate the Competitiveness of Enterprises	13
Annex: Fruitful Achievement under the Topic of Study on International Competitiveness of Chinese Industries and Enterprises	16
Chapter Two Application of Figures: Theory and Method for Monitoring Competitiveness of Enterprises	19
1. Basic Theory and Logic of Index System to Monitor Competitiveness of Enterprises	19
2. Several Operational Issues during Monitoring Competitiveness of Enterprises	24
3. Scope of First Batch of Enterprises for Monitoring and Choice of Index	26
4. Basis to Compare the Competitiveness of Enterprises in Different Industries	30
5. Method to Handle the Data	34
6. Significance and its Value to Monitor the Competitiveness of Enterprises	36
Annex: Analysis Substantial Evidence of Distribution of Net Capital Earnings Ratio of Chinese Listed Companies	39

Chapter Three	Demonstration of Capabilities: Basic Data	
	Monitoring Outcome and Analysis	53
1.	Division of "the Group of Five" in Competitiveness	53
2.	Industries Analysis for Top 100 Listed Companies of Competitiveness	58
3.	Regions Analysis for the Competitiveness Status of Listed Companies	63
4.	Conclusion and Several Explanations	67
Chapter Four	Popularity and Brand: Analysis of Statistics from Questionnaire on Popularity Index	69
1.	Statistics Outcome of Questionnaire on Popularity Index	69
2.	Analysis on Statistics Outcome of Questionnaire on Popularity Index	81
Chapter Five	Advantages and Perspective: Comprehensive Evaluation on Competitiveness of Chinese Enterprises	88
1.	Overall Analysis on CBCI Comprehensive Index	88
2.	Impact to Comprehensive Competitiveness by Basic Data and Investigation Figures	92
3.	Analysis on Comprehensive Competitiveness of Enterprises in Different Regions	96
4.	Situation of Competitiveness of Enterprises in Different Industries	98
Chapter Six	Technology and Efficiency: Analysis of Competitiveness of Enterprises in the Tele-Communication and Electronic Industry	101
1.	Analysis Report of Basic Data in the Tele-Communication and Electronic Industry	101
2.	Analysis on Popularity Index and Comprehensive Index of Competitiveness	135
Chapter Seven	Opening and Cooperation: Analysis of Competitiveness of Enterprises in the Automobile Industry	140
1.	Overall Analysis on Competitiveness of Automobile Enterprises	140

2. Structural Analysis on Competitiveness of Automobile Enterprises in Different Fields	142
3. Individual Analysis on Competitiveness of Automobile Enterprises	145

Chapter Eight Strategy and Scale: Analysis of Competitiveness of Enterprises in Food and Wine-Making

Industry	151
1. Scale Competitiveness, Profitability Competitiveness and Enterprises Competitiveness	151
2. Types of Food and Wine-Making Enterprises: Competitiveness Monitoring Classification according to Basic Data	155
3. Popularity Index of Food and Wine-Making Enterprises	163
4. Factors Influencing Competitive Advantages of Food and Wine-Making Enterprises	169

Chapter Nine Research & Development and Follow-up: Analysis of Competitiveness of Enterprises in

Pharmaceutical Industry	176
1. Overall Development Trend of Chinese Pharmaceutical Industry in Recent Years	177
2. Analysis of Economic Meaning on Index of Monitoring System	180
3. World Position and Comparative Advantages for Chinese Pharmaceutical Listed Companies	192

Chapter Ten Earnings and Risks: Analysis of Competitiveness of Enterprises in Financial Industry

1. Monitoring Scope	196
2. Overall Result	196
3. Structure Analysis	197
4. Index Analysis	199
5. Analysis of Popularity Index	203
6. Analysis of Best Enterprises	205
7. Domestic Comparison	207
8. International Comparison	210
9. Evaluation of Effectiveness	214
10. Conclusion and Advice	215