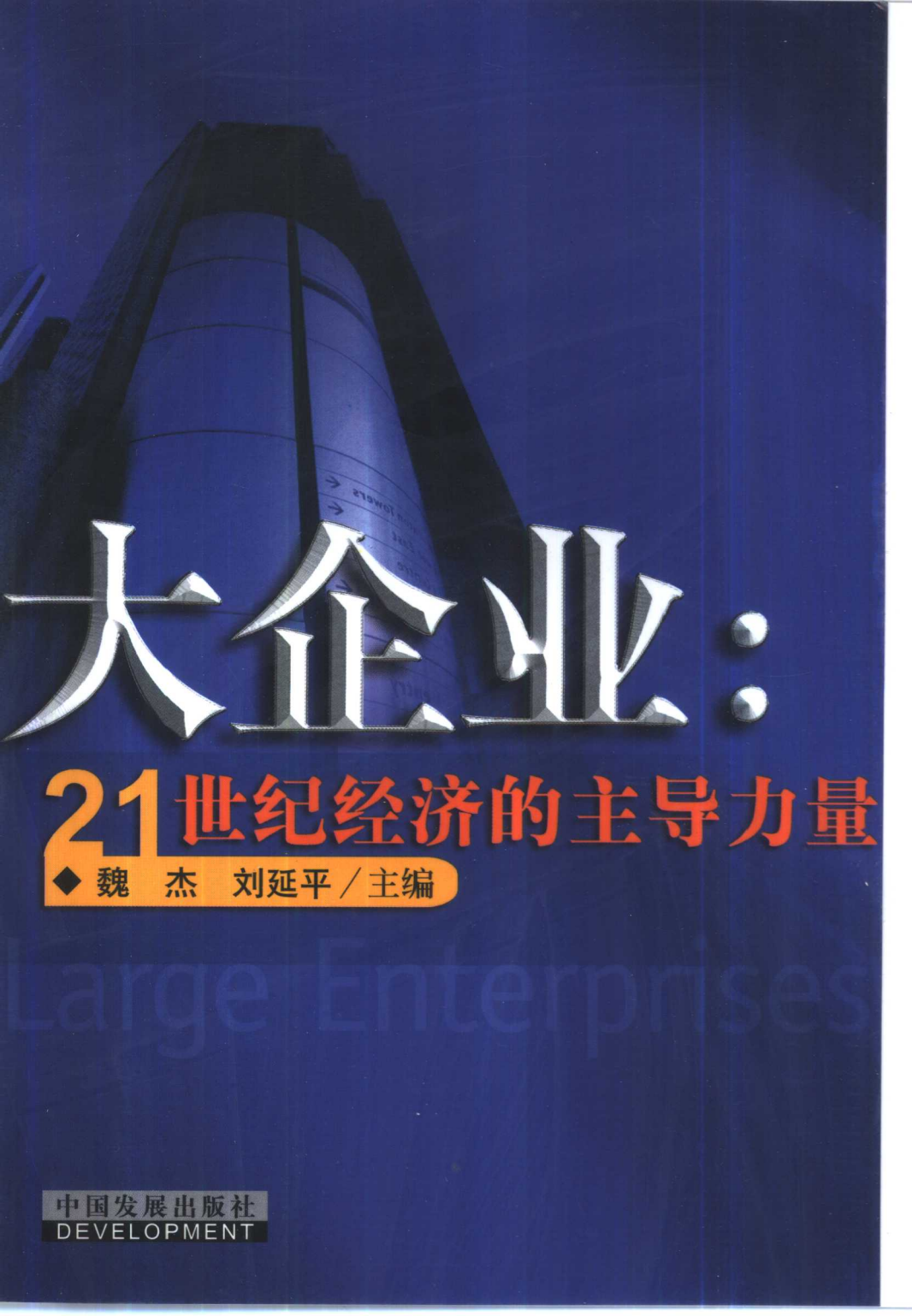




大企业：

21世纪经济的主导力量

◆ 魏 杰 刘延平 / 主编

中国发展出版社
DEVELOPMENT

大企业：

21世纪经济的主导力量

◆魏 杰 刘延平/主编 ◆唐永忠 张 弼/副主编

图书在版编目 (CIP) 数据

大企业：21 世纪经济的主导力量/魏杰，刘延平主编.
北京：中国发展出版社，2002.1

ISBN 7-80087-512-1

I. 大… II. ①魏…②刘… III. 大型企业 - 经济发展 - 研究 - 中国 IV. F279.24

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 071611 号

中国发展出版社出版发行

(北京市西城区赵登禹路金果胡同 8 号)

邮编：100035 电话：66180781

北京地质印刷厂印刷 各地新华书店经销

2002 年 1 月第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

开本：1/32 850 × 1168mm 印张：10

字数：231 千字 印数：1—5000 册

定价：19.80 元

本社图书如有印装差错，可向发行部调换

前 言

1998年10月份，我在中国发展出版社出版了《面对资本之翼》一书，我在书中提出了这样一个观点：就企业发展来说，21世纪将是企业大型化的世纪，大企业主导21世纪经济。我的这个观点引起了该社极大的兴趣，提出能否就这个观点形成一本关于大企业发展的专著。我感到这个提议甚好，就组织了几位同志完成了此书。

企业大型化和大企业主导21世纪经济，这已是大势所趋，目前国际经济多方面的情况均证明了这一点。在这种情况下，我们如果不去认真考虑这个问题，不去推动中国大企业的形成和发展，我们就很难在国际竞争中具有较强的竞争力。有人以韩国大企业出问题而否定我们发展大企业的必要性，韩国大企业出问题并不是大企业的发展方向有什么问题，而是韩国大企业发展的模式存在问题，不能因此而否定我国发展大企业的必要性。也有人认为，我国应该以发展中小企业为主，不应发展大企业。实际上发展大企业与发展中小企业并不矛盾，以大企业为主导，并不是不要中小企业，恰恰是中小企业需要有大企业的主导作用，只有大企业的主导作

用发挥好了，才能有中小企业的大力发展，二者是相辅相成的。

企业大型化是以强为核心的，大与强相依存。也就是说，大的目的是为了强，强又离不开大。大而不强不能算作大，强而不大也不是真正的强。在现在世界经济一体化的条件下，不大的企业是不能作为影响较大市场范围的强企业的。因此，发展大企业既要强调大，更要强调强。正是基于这样的认识，我们在此书中总结了全世界大企业的发展经验与教训，对我国发展大企业提出了一些政策性建议。但是，由于时间及能力方面的问题，此书并不完全成熟，只能仅供参考。

魏 杰

2001.10.1

MAI 195/03

目 录

导论：大企业主导 21 世纪经济	1
第一节 大企业的含义	2
第二节 大企业的优势	9
第三节 国外大企业的最新发展	28
第四节 我国大企业发展的基本要求	33

第一篇 大企业发展的三大模式

第一章 美国大企业称雄世界之道	43
第一节 美国大企业的发展历史	43
第二节 资本市场：美国大企业发展的基础	50
第三节 科技进步：美国大企业发展的动力	57
第四节 资产重组：美国大企业发展的主要途径	69
第五节 政府干预：美国大企业发展的制度环境	82
第二章 日本大企业异军突起之路	91
第一节 日本大企业的发展历史	91
第二节 主办银行体制：日本大企业发展的 金融支持	96
第三节 企业文化：日本大企业发展的内在 凝聚力	102

第四节 企业系列体制: 日本大企业发展的基本形式	112
第五节 产业政策: 日本大企业发展的政府导向	119
第三章 韩国大企业快速崛起之谜	129
第一节 韩国大企业的发展历史	129
第二节 举债经营: 韩国大企业发展的前提条件	134
第三节 赶超精神: 韩国大企业发展的主观要求	142
第四节 多元化经营: 韩国大企业发展的战略选择	148
第五节 政企关系对韩国大企业发展的推动	154
第四章 国外大企业发展模式对中国的启示	163
第一节 扩大资金来源, 保障大企业发展	163
第二节 建立和完善激励机制, 促进大企业发展	167
第三节 鼓励资本扩张, 加速大企业发展	171
第四节 发挥政府作用, 推动大企业发展	180

第二篇 大企业的存在基础及形成方式

第五章 建立现代产权制度	188
第一节 现代产权制度的含义	188
第二节 建立现代产权制度的意义	197
第三节 建立现代产权制度的原则	208
第四节 建立现代产权制度的方式	210
第六章 运用资本纽带与产品纽带组建企业集团	217
第一节 运用资本纽带组建企业集团的意义	219
第二节 运用资本纽带组建企业集团的原则与方式	222

第三节	运用产品纽带组建企业集团的意义	226
第四节	运用产品纽带组建企业集团的原则与 方式	231
第七章	实施资产重组	234
第一节	自我积累与资产重组	234
第二节	实施资产重组的意义	239
第三节	实施资产重组的原则	242
第四节	实施资产重组的方式	245

第三篇 政府与大企业的关系

第八章	政府应保护大企业的改制	252
第一节	政府的经济职能	252
第二节	改制的积极作用	259
第三节	改制的原则与方式	261
第九章	政府应完善社会保障	272
第一节	社会保障的含义	272
第二节	完善社会保障的积极作用	275
第三节	完善社会保障的原则与方式	280
第十章	政府应维护公平竞争	291
第一节	竞争与有序竞争	291
第二节	维护有序竞争的积极作用	299
第三节	维护有序竞争的法律	304

导论：大企业主导 21 世纪经济

在当前，说起大企业，人们自然会提及《财富》杂志每年评选出的世界 500 强。《财富》杂志是美国时代华纳公司旗下一份财经期刊，在世界财经界具有极高的权威性。自 1995 年起，《财富》杂志每年 7 月份都要公布上一年度的世界最大企业 500 家，一般简称世界 500 强。同年，《财富》杂志还创办了《财富》全球论坛，每年举办一次，邀请入选上一年度世界 500 强的大企业参加。

1999 年 9 月 27 日至 29 日，美国《财富》杂志首次在中国上海举办了《财富》全球论坛，入围《财富》世界 500 强的 60 家大企业来到中国，就中国未来 50 年的发展各抒己见。这次论坛引起了中国对大企业问题的强烈关注，也激发了中国企业努力入围世界 500 强的远大志向。由于中国即将加入世界贸易组织，中国企业将不得不在国内市场上直接与世界大企业展开面对面的竞争。在这种条件下，如果不希望中国市场完全由世界大企业占领，就必须力争在较短的时间内形成一大批中国自己的世界大企业。因此，发展大企业的问题，实际上已经成为事关中国未来命运的大课题。

第一节 大企业的含义

大企业无疑是人们在研究经济现象时使用最频繁的词汇之一，然而这一词汇却无法在目前权威的经济辞典中找到。产生这一现象的主要原因，在于与企业一词相比，大企业并不是一个严格意义上的经济学概念。由于本书以中国的大企业发展作为研究主题，因而就不得不首先对大企业的含义进行必要的说明。

一、大企业的通常含义

由于从一般的意义上理解，大企业就是指规模巨大的企业，因而要说明大企业的含义，关键就是要明确什么样的企业规模才能称得上巨大。这首先需要做好两项基础工作：一是选择合理的评价范围，即企业规模在什么范围内可以称得上巨大。二是选择恰当的衡量指标，即以什么指标来判断企业规模是否巨大。

评价的标准不同，得出的结论自然也就不同，例如中国第一汽车制造厂，它的汽车生产能力在中国的汽车企业中，甚至是在整个第三世界的汽车企业中，都可以称得上是规模巨大，然而从全球的角度来看，却只能说是规模很小。纵观国际上大企业评选的历史，就可以发现评价范围实际上是在逐步扩大，最终扩大到全球。以《财富》杂志为例：1955 年，《财富》杂志首次开始进行上一年度大企业的评选，当时其评选范围有两大局限，一是局限在美国，二是局限在工业领域，所评选的大企业称为美国工业 500 强；1990 年，《财富》杂志将评选范围扩大到全球的工业企业，所评选的大企业称为世界工业 500 强；1995 年，《财富》杂志终于将评选范围扩大为全球的所有

企业，所评选的大企业才被称为《财富》杂志世界 500 强。

衡量的指标不同，衡量的结果同样也就不同，例如中国鞍山钢铁公司，其在岗及退休员工合计超过 40 万，以员工人数作为企业规模的衡量指标，鞍山钢铁公司可以称得上是全世界规模最大的企业之一，然而以销售额作为衡量指标，它却不可能被视为世界大企业。国际上大企业评选的衡量指标实际上是在趋于统一，最终统一到销售额。仍以《财富》杂志为例：在 1995 以前，《财富》杂志对工业企业和服务业企业是分别评选的，其中对于工业企业以销售额作为衡量指标，对于服务业企业，又根据服务的内容，划分为一般服务业、银行业、储蓄业、特殊金融业、保险业、零售业、交通运输业和公用行业等 8 类，对于一般服务业、零售业和交通运输业，仍然以销售额作为衡量指标，而对于银行业、储蓄业、特殊金融业、保险业和公用行业，则以资产额作为衡量指标；1995 年以后，则统一以销售额作为衡量指标。

《财富》杂志之所以在 1995 年将评选范围扩展为全球所有行业，将衡量指标统一为销售额，一方面是为了适应经济全球化的大趋势，另一方面也是为了适应大企业经营内容日益多元化的大趋势。实际上，也正是由于准确地适应了世界经济和世界大企业发展的趋势，才使得《财富》杂志的大企业排行榜成为世界的权威。

以全球作为评价空间，以销售额作为衡量指标，判断一家企业的规模是否巨大，还要看其规模在世界上的地位。衡量一家企业规模的世界地位，有两种方法，一是总体评价，二是行业评价。前者就是指不分行业，全球所有企业一律按销售额进行排列，如果能够排入前 500 名，就能出现在《财富》杂志的世界 500 强排行榜上。后者就是指在各个具体行业内按销售额

进行排列。《财富》杂志在公布世界 500 强排行榜的同时，也对这 500 强按行业进行排列。此外，在一些重要行业中，也同样存在着本行业权威的国际评选机构，它们对本行业世界大企业进行评选，如英国的财经期刊《银行家》杂志每年公布上一年度世界大银行 1000 家。目前，国际上已经形成了各种权威的大企业评选活动。从这个意义上来讲，现在判断一家企业的规模是否巨大很简单，即或者其规模可以入围《财富》杂志评选的世界 500 强，或者可以入围其他各行业国际权威机构评选的世界大企业名录。

一般来说，《财富》杂志的评选活动最具有权威性。因此，简而言之，所谓大企业，在目前，即在 1994 年以后，就是指以销售额作为企业规模的衡量指标，可以入围《财富》杂志世界 500 强的企业。

当然，大企业的历史要比《财富》杂志推出世界大企业 500 强排行榜的历史悠久得多，不过，这一排行榜的推出，对于大企业的发展和大型企业问题的研究却有着重要的意义，这就是使大企业一词有了明确的范围和统一的尺度。在 1954 年以前，大企业只是一个模糊的概念，人们知道存在着大企业，也知道这些企业的巨大影响，但是难以确定哪些企业是大企业。在 1954 年至 1994 年期间，大企业一词不是一个统一的概念，因为大企业的评价范围和衡量指标都不统一。这样，在回顾大企业历史的时候，在 1954 年以前，大企业就是泛指那些对经济发展有着巨大影响的企业，不过，这时大企业的范围是不明确的；在 1954 年至 1994 年期间，大企业就是指入围了《财富》杂志工业与服务行业排行榜的企业，虽然这时大企业的范围是明确的，但是尺度并不统一。

二、大企业一词的三个基本特征

从 1995 年首次推出世界 500 强排行榜算起,《财富》杂志对大企业的评选活动已经举办了 5 次,如果将这 5 份世界 500 强排行榜作一对比,就会发现大企业一词与企业一词相比,应该具有三个基本特征。

1. 大企业一词隐含着强烈的时效性。一家企业只要存在,它就是企业,这是不因时间变化而变化的,而一家企业是否是大企业,却可以因为时间的变化而变化。《财富》杂志的评选活动每年进行一次,每年都会有许多前一年度没有入围的企业挤入,同样也必然有同样数量的前一年度入围企业被挤出,例如 1998 年,就有 54 家新企业入围,同样有 54 家被挤出。那些被挤出去的企业无非有三种可能性:大部分是落伍了;一部分是破产了,如韩国大宇汽车公司;还有一部分是被兼并了,如美国克莱斯勒汽车公司。这样,一家在去年还可以称得上大企业的企业,即使是还存在,也不一定在今年仍然可以称得上大企业。

2. 大企业一词蕴含着持续的发展性。一家企业即使是一直处于不发展的状态,它仍然是企业,而一家企业要想成为大企业或者是保持大企业的称号,就必须不断发展。将自 1995 年以来的 5 份《财富》杂志世界 500 强排行榜进行对比,就可以发现,最小的大企业(即排名第 500 位的大企业)的销售额就一直在不断地增长。1994 年,最小的大企业的销售额是 78 亿美元,而到了 1998 年,最小的大企业的销售额上升到 89 亿美元。这样,那些曾经成为大企业的企业,如果不能持续地发展,必将被从大企业的名单中淘汰出去,如日本在 1998 年就有 12 家企业被淘汰出排行榜。

3. 大企业一词体现着明确的比较性。一家企业之所以是

企业，在于它符合创办企业的条件，这并不需要和其他企业相比较，而一家企业要想发展成为大企业，却必须要和其他企业相比较。在《财富》杂志大企业评选活动中落选的那些企业，大部分仍然取得了一定的发展，如传统的夕阳产业中的一些企业，问题只是它们的发展速度落后于其他企业，从而导致其无法挤入世界大企业的名录。这样，对于一个虽然能够持续发展的企业，只要其发展速度逊于其他企业，它仍然可能无法成为大企业或者是从大企业名单中被淘汰出来。

三、大企业一词的两个相近词汇

还有两个含义与大企业十分接近的经济词汇，即大公司和大企业集团。实际上，入围《财富》杂志世界 500 强的大企业，同时也都是大公司和大企业集团。当然，这三个词汇之间还是有一些内在差别的。对这三个词汇进行对比，将有助于从更深的角度理解大企业的含义。

先看大企业与大公司两个词汇的对比。公司是企业的一种存在形式，公司必然都是企业，但是企业不一定是公司。如果从最简单的角度来看，大企业就是规模巨大的企业，大公司就是规模巨大的公司。似乎可以这样认为，大公司必然就是大企业，而大企业不一定就是大公司。然而实际上目前几乎所有的大企业都是以大公司的形式存在着。大企业与大公司的这种关系充分表明，公司化几乎就是一家企业想要发展成为大企业的必然发展道路。因此，一家企业要想发展成为大企业，不仅仅需要持续不断地扩大企业规模，也需要进行公司化变革。从这个意义来讲，大公司一词应该比大企业一词更为深刻地揭示了那些规模巨大企业的内在特征。

再看大企业与大企业集团两个词汇的对比。如果简单地理解，大企业只是一家企业，而大企业集团则包括许多的企业，

两者之间不可能是一回事。然而，世界大企业的发展历史普遍表明，一家企业发展成为大企业的历史，基本上也就是这家企业组建以自己为核心的企业集团的历史。在现代市场经济完善的国家，都要求大企业或者说是大公司，在公布企业经营年报时，必须包括其控股的其他企业或公司。《财富》杂志排列世界 500 强所依据的销售额，实际上都是大企业与其所控股企业的合并销售额。也就是说，大企业实际上必然是大企业集团。因此，与大企业一词相比，大企业集团一词也从另一个侧面更为深刻地揭示了大企业发展的特征。不过，大企业集团不仅包括以某个大企业为核心所组建的企业集团，还包括由这些企业集团所组建的范围更大的企业集团，如日本的三菱企业集团、住友企业集团等，只是这种大企业集团不会作为一个整体来参加世界大企业的评选。

通过对大企业、大公司和大企业集团这三个词汇的对比，可以知道一家企业发展成为大企业的过程，实际上是一个从存在形式到企业关系都发生了深刻变化的过程。从这个意义来讲，大企业一词不如另外两个词汇更为深刻，不过，由于它是使用最广泛的，也由于这三个词汇十分接近，因此，本书仍然以大企业作为核心词汇。当然，有时也会使用另外两个词汇，它们的基本含义是相同的。

四、中国大企业的含义

如果翻开近两年《财富》杂志世界大企业的排行榜，就会发现榜上的中国企业（这里不包括香港企业和台湾企业）只有很少的几家，如在 1999 年公布的排行榜上，中国企业只有 5 家，这就是说，如果严格按照目前大企业的权威含义来要求，中国的大企业实在是太少。

这一情形与人们一般的理解，即中国有几千家大企业，有

着巨大的差别。产生这种区别的关键在于人们对大企业的不同理解。在中国传统的经济观念中，生产能力是关于企业规模最重要的衡量指标，因此，中国对大企业的确定，就是规定一个生产能力的具体数量，只要一家企业投产时的生产能力达到这一数量，它就是大企业，如中国规定生产能力达到 100 万吨的钢铁企业就是大型钢铁企业。以这种标准来衡量，中国有几千家大企业。这种对大企业的确定方式，有着三个基本特征。

首先，它是非时效性的。一家生产能力达到大企业标准的企业自投产之日起，它就将一直是大企业。在传统经济条件下，大企业是不可能破产的，而且国家还在不断兴建新的大企业，因此，这种非时效性的确定方式，必然会给人一种错觉，即中国的大企业越来越多了。显然，这种方式已经不可能适合目前这种不断变化着的社会环境。

其次，它是非发展性的。一家企业的生产能力只要达到这个数量，它就是大企业，而不管它是否继续发展。由于国民经济是发展的，企业的生产能力也必然是不断扩大的，因此，这种非发展性的确定方式，也必然会给人以另一种错觉，即中国大企业的规模越来越大了。显然，这种方式已经不适合目前这种迅猛发展的时代背景。

再次，它是非比较性的。在数量标准之下，一家企业是否是大企业只决定于自身的生产能力，并不需要与其他企业进行比较。在传统的短缺经济条件下，产品不愁销路，生产能力大自然经济实力强，因此，这种非比较性的确定方式，必然会给人以错觉，即中国大企业的经济实力是十分强大的。显然，这种方式已经不适合目前这种相对过剩的经济形势。

经济全球化的大潮流将迫使中国企业与世界大企业进行正面竞争，在这种条件下，大企业的含义应该是统一的，中国大

企业的含义只能是指来自中国的世界级大企业。应该说符合这一含义的中国大企业还只有区区几家。然而，即使是这几家上榜企业，从生产效率和管理水平来说，与发达国家大企业仍然有十分巨大的差距，例如排行榜上最靠前的中国石化集团公司，它是一家石化企业，其人均收入只有世界最大的石化企业，即美国埃克森公司的 3%。因此，中国真正意义上的世界大企业还没有形成。

不过，展望未来，作为世界上最大的潜在市场，中国市场完全可以发育出一大批真正的世界大企业的。本书的目的，就是希望能为中国发育出一大批真正的世界大企业提一点有益的建议。因此，本书所说的中国大企业，特别是指作为中国企业的未来发展目标的大企业，就是指那种来自中国的真正的世界大企业。当然，这还不是眼前的现实。在面对现实和回顾历史的时候，中国大企业的含义还只能是指原来意义上的中国大企业。

第二节 大企业的优势

在现代市场经济体系中，企业是市场的主导者，企业体系的发展状况决定着现代市场体系的性质。对于中国来说，选择恰当的企业体系发展模式，是建设社会主义市场经济体制的重大课题之一。

20 世纪 90 年代初，韩国经济异军突起，引起了中国的强烈关注。在韩国经济迅速崛起的各种经验中，大企业优先发展战略无疑是其中重要的一条。结合对日本经济发展的研究，使中国的一部分理论界和决策圈的人士认为，大力推动大企业的发展，应该是中国经济迅速崛起的重要选择。然而，进入 90