

中共云南省委党校  
云南行政学院 学科建设资助出版项目

许  
林  
◎  
著



# 中国民营企业

## 竞争与持续发展能力论析

 云南出版集团  
 云南人民出版社

zhongguo minyingqiye  
jingzheng yu chixu  
fazhan nengli lunxi



中共云南省委党校  
云南行政学院 学科建设资助出版项目

许  
林  
◎  
著



# 中国民营企业

## 竞争与持续发展能力论析

 云南出版集团  
 云南人民出版社

zhongguo minyingqiye  
jingzheng yu chixu  
fazhan nengli lunxi



图书在版编目 ( CIP ) 数据

中国民营企业竞争与持续发展能力论析 / 许林著.  
—昆明: 云南人民出版社, 2014.4  
ISBN 978-7-222-11786-0

I. ①中… II. ①许… III. ①民营企业 - 企业竞争 -  
可持续性发展 - 研究 - 中国 IV. ①F279.245

中国版本图书馆CIP数据核字 ( 2014 ) 第050682号

出品人: 刘大伟  
责任编辑: 陈 迟  
责任校对: 陶汝昌  
责任印制: 杨 立

装帧设计:   
shitou816@hotmail.com

书名	中国民营企业竞争与持续发展能力论析
作者	许 林 著
出版	云南出版集团公司 云南人民出版社
发行	云南人民出版社
地址	昆明市环城西路609号
网址	www.ynpph.com.cn
E-mail	ynrms@sina.com
邮编	650034
开本	787 × 1092 1/16
印张	12.75
字数	220千
版次	2014年4月第1版第1次印刷
印刷	昆明天泰彩印包装有限公司
书号	ISBN 978-7-222-11786-0
定价	30.00元

# 目 录

序	(1)
第一章 导 论	(7)
一、研究背景	(7)
二、研究目的和意义	(19)
三、研究思路、研究方法和逻辑框架	(20)
四、研究的难点与创新	(22)
第二章 民营企业竞争力	(26)
一、国内外代表性观点	(26)
二、几个相关范畴的比较	(28)
三、企业竞争力结构	(30)
四、企业竞争力的本质与源泉	(35)
五、中国民营企业竞争力现实特征	(39)
第三章 民营企业可持续发展分析	(41)
一、可持续发展问题在现代企业管理学中的地位	(41)
二、企业可持续发展的内涵	(43)
三、企业可持续发展的理论基础	(44)
四、企业竞争优势是可持续发展的来源	(48)
五、民营企业可持续发展现实因素分析	(52)
六、民营企业可持续发展的现代管理程式	(55)
第四章 民营企业竞争与持续发展能力衍化范式	(63)
一、民营企业竞争力与可持续发展的逻辑关系	(63)
二、民营企业竞争与持续发展能力衍化的实证研究	(64)

第五章 民营企业竞争与持续发展能力的现实偏差·····	(73)
一、历史文化约束·····	(73)
二、制度失衡·····	(75)
第六章 战略联盟——民营企业竞争与持续发展能力·····	(77)
一、战略联盟的时代背景·····	(77)
二、战略联盟的演进形态·····	(78)
三、战略联盟是提升民营企业竞争与持续发展能力的途径·····	(79)
第七章 供应链管理——民营企业竞争与持续发展能力·····	(82)
一、供应链的内涵及其发展·····	(82)
二、物流供应链管理的含义、目标及与传统物流管理的区别·····	(83)
三、实施物流供应链管理的必要性·····	(83)
四、加强物流供应链管理的措施·····	(84)
第八章 信息化——民营企业竞争与持续发展能力·····	(87)
一、企业信息化对企业竞争与持续发展能力的影响·····	(87)
二、信息技术的发展及企业信息化趋势·····	(90)
第九章 电子商务——民营企业竞争与持续发展能力·····	(91)
一、电子商务对民营企业竞争与持续发展能力的影响·····	(91)
二、电子商务的竞争优势·····	(92)
第十章 品牌——民营企业竞争与持续发展能力·····	(94)
一、民营企业提升品牌竞争力所面临的困难·····	(94)
二、民营企业提升品牌竞争力的意义·····	(96)
第十一章 企业文化——民营企业竞争与持续发展能力·····	(98)
一、企业文化的概念·····	(98)
二、企业文化的功能·····	(99)

第十二章 民营企业竞争与持续发展能力评价模型·····	(100)
一、企业竞争力一般评价方法·····	(100)
二、民营企业竞争与持续发展能力评价方法·····	(103)
三、民营企业竞争与持续发展能力评价指标体系的基本构成·····	(104)
四、民营企业竞争与持续发展能力评价模型构建·····	(109)
五、民营企业竞争与持续发展能力评价方法与步骤·····	(110)
第十三章 中国地区民营企业竞争与持续发展能力评价·····	(113)
一、国外区域竞争力研究经验·····	(113)
二、理论框架和评价思路·····	(115)
三、中国地区民营企业竞争与持续发展能力评价过程·····	(117)
第十四章 国内外民（私）营企业模式解析·····	(122)
一、中国民营经济模式·····	(122)
二、中国农业企业模式·····	(138)
三、中国港澳台地区与东南亚华人企业模式·····	(149)
四、国外代表性企业模式·····	(154)
第十五章 民营企业竞争与持续发展能力提升的对策建议·····	(165)
一、制度创新·····	(165)
二、管理创新·····	(174)
三、技术创新·····	(176)
四、环境创新·····	(182)
五、文化创新·····	(184)
第十六章 结论与讨论·····	(188)
一、本书的基本结论·····	(188)
二、有待进一步讨论的问题·····	(189)
图表索引·····	(191)
参考文献·····	(192)
后 记·····	(198)

# 序

王雅鹏

随着经济全球化和科学技术的不断发展，企业所面临的外部环境发生了巨大变化，竞争更加激烈；相互之间的联系、影响和作用更加紧密、深刻和重要。这对加入WTO不久的中国企业的生存和发展提出了更高的要求 and 标准。如何提升企业的竞争优势，进而实现企业的可持续发展已成为企业界、学术界和政府面临的重大理论和实践课题。

可持续发展这一名词是从发展经济学中借用过来的。从发展经济学的意义来说，可持续发展是指能够保证资源与环境长期增长，是既能满足当代人的需求，又不损害后代人满足需求能力的发展。当人们将发展经济学的可持续发展这一概念引入企业的发展研究时，其含义有所变化。所谓企业可持续发展，也称企业可持续成长，是指在企业的生产经营活动中，既要考虑近期市场的扩大和利润的增加，又要考虑企业总价值的不断提高和企业长期稳定健康的发展，并且企业在实现效益、利润增长的同时，做到与人口、环境、生态相协调、相一致的发展。这一定义需要从以下三个方面来理解：（1）企业可持续发展的目的是发展。发展是指事物由小到大、由简单到复杂、由低级到高级的变化。它不仅表现为“量”的扩大，即经营资源单纯量的增加，表现为资产的增值、销售额的增加、盈利的提高、人员的增多等，而且表现为“质”的提高，即经营资源性质的变化、结构的重构、支配主体的革新等，表现为企业创新能力的增强、环境适应能力的提升、企业总价值的提高等。（2）企业可持续发展的核心是可持续。可持续是指企业内部支持发展的各种要素是可接替、可继承的，即潜力巨大、后劲充足。它表现为较长的时间跨度。一个企业即使在很短的时间内，规模迅速扩张，但由于超越了自己的事业规模，动摇了正常发展的根基，缺少了潜力和后劲，最终也难逃短命的厄运。（3）企业可持续发展的前提是保持竞争优势。身处激烈市场竞争中的企业，只有在与竞争对手的竞争中显现、确立并维持其强劲的竞争优势，才能够持续地生存和发展。在绿色消费渐入佳境的今天，产品的环境指标、

环境标志、生命周期等已成为企业竞争优势的基本要素。因此，企业竞争优势要由四要素[Q（质量）、C（成本）、T（时效）、S（服务）]转向五要素[Q（质量）、C（成本）、T（时效）、S（服务）、E（环境）]。

企业可持续发展是一个对环境变化的适应过程，与环境激烈冲突的企业难以可持续发展，企业必须培养敏锐的感知力，善于构造企业生态。企业生态是指企业生存和发展的和谐环境，包括内生环境和外生环境。美国当代管理大师彼得·德鲁克说过：“企业之间的生存发展如同自然界中各种生物物种之间的生存与发展，它们均是一种‘生态关系’”。任何珍惜“生命”的生命体，必然会精心呵护其生态环境。现实生活中，生命组织与环境是难分彼此的，只有和谐相融，生命才有不竭之源，企业才能可持续发展。正所谓“物竞天择，适者生存”。从企业内生环境来说，就是要确立企业使命，保持企业员工的使命感不衰。企业使命感的兴衰决定了企业能否有奋发向上的进取心。企业使命的确立，能够聚合人心，使企业的每个员工都培养出真诚奉献和投入的精神。常言道：“人心齐，泰山移”。“人心齐”是企业可持续发展的重要条件。现实生活中，有了正确的企业使命，就能使企业在同行业中处于领先地位，起到主导作用。如海尔提出“真诚到永远”的企业使命。这句话成了每位海尔人的行为标准，也是海尔人的奋斗目标，就是这样一句口号，激励着海尔人不断努力，促使海尔不断发展壮大。相反，没有企业使命，或企业使命滞后，可能带来企业的衰败。如引发闻名的三株危机的“成都事件”从本质上讲就是企业价值观和使命感滞后于业务快速增长而导致的。与一些分析家指出的企业危机公关的意识和能力欠缺无关，它是员工行为缺乏正确的价值观和使命感的引导而导致的。即使运用了高明的危机公关技巧化解了“成都事件”，明天可能还会出现更多的类似事件，企业仍难逃危机的厄运。

从企业外生环境来说，就是要改变传统的把“自我”与“环境”完全割裂的意识，确立“共生”意识。首先，要超越传统的竞争意识，构建新型的竞合（Coopetition）关系。市场乃企业生存与发展的依托，良好的市场环境是企业可持续发展的生态条件。在市场经济条件下，企业必须正确认识和有效解决产业链上下游及同行企业之间的相互竞争与合作关系，采取“宽容”战略，建立新型的竞合关系。长期以来，许多企业把商场比作战场，在竞争中力求消灭对手，结果却是两败俱伤。其实，市场竞争并非都是你死我活，完全可以追求双赢结局。一个企业可持续发展及惊人业绩的取得并不一定以其他企业的经营惨败为代价。如20世纪90年代，面对外部竞争环境的不断恶

化，苹果公司总裁乔布斯推出“苹果联盟生态系统”战略，取得了实质性效果。IBM公司相继建立了以个人电脑为中心的战略联盟共同体，从产品开发、制造到销售，形成整体质量保证体系，带动了群体企业经营效益的迅猛增长。因此，今天的企业要实现可持续发展，就必须建立起一种“伙伴式”的市场关系，使企业置身于一个共同进化、互利共生的“企业生态圈”之中。其次，要改变传统的发展模式，建立绿色企业。企业不仅仅是社会财富的创造者，而且是资源和能源的最大消耗者，也是污染物的最大排放者。随着政府环境管理的加强和社会绿色消费的兴起，企业的环境行为将愈发关系到企业的生存和发展。正如美孚石油公司总裁所说：“对一个企业，良好的环境表现不是一种可有可无的选择，它是一个不可缺的基本要求，没有任何企业的未来是安全的，除非它的环保表现是可以接受的。在我们看来，建立绿色企业是唯一出路与必然选择。”因此，企业应该在其经营活动的各个层次、各个方面采用新的经营模式即绿色经营。这样，不仅可以促进经济发展，而且，还可以推动社会发展和生态环境发展，使经济效益和社会效益、环境效益有机统一。世界上一些具有超前意识的企业，正是顺应世界绿色趋势，通过战略调整和技术开发，大力发展绿色产业、环保产业等，不断开拓一个又一个新的利润增长点，实现了企业的可持续发展。

企业发展的动力来自创新，只有不断创新，企业才能实现可持续发展。所谓创新就是建立一种“新的生产函数”，生产函数即生产要素的一种组合比率 $[P=f(a, b, c, \dots, n)]$ 。也就是说，创新是将一种从来没有过的生产要素和生产条件的“新组合”引入生产体系，通过市场谋取潜在利润的活动和过程。（包括引入新产品、引进新技术、开拓新市场、开拓并利用新的原材料、采用新的生产组织和管理方式）根据创新理论鼻祖熊彼特的观点，创新意味着发展。管理大师德鲁克在分析美国汽车工业为什么在20世纪80年代败给日本时指出，底特律汽车工业的失败是因为自己不能从以往成功的桎梏中解脱出来，一味地坚持社会经济细分市场理论而对日本企业提出的按生活方式进行设计的做法不屑一顾。因此，企业“要么创新，要么死亡”。但是，创新贵在持续，只有不断创新，永不停息的蜕变，才能为企业的发展提供持久动力。持续创新是指企业在一个相当长的时期内，持续不断地推出、实施创新项目（包括产品、工艺、原料、组织、管理、制度、市场等），并不断地实现创新效益的过程。通过持续创新，企业可以突破制约其可持续发展的障碍，如：通过观念创新可以带来企业内部对传统固定思维模式的突破和

对企业的消费者及服务对象的思维定势的改造；通过原材料创新可以突破自然资源、原材料的限制；通过技术创新可以获得技术上的优势；通过市场创新可以突破市场容量的极限等。因此，在创新方面能否实现时间上和效益上的持续性，决定着企业能否可持续发展。在企业实践中，国际上那些成功实现上百年持续发展的著名企业，比如松下公司、杜邦公司、通用汽车公司、IBM等无一不是通过持续创新发展起来的。改革开放以来，中国也有一批优秀企业通过持续创新实现了十几年的持续发展，例如双汇集团、新飞集团、上海宝钢等。企业可持续发展的动力来自于创新能力，而创新能力又取决于企业获得知识及应用知识的能力，而这一切的基础则是如何有效的学习。知识和能力都有一定的时效性，企业应该通过不断的学习和提高，改进和创造新的能力。可见，学习为创新之源，组织学习是企业创新发展的基础，它影响并决定着企业持续创新过程的各个方面。正如阿里·德赫斯所说：“唯一持久的竞争优势，或许是具备比你的竞争对手学习得更快的能力。”因此，不断提升企业的学习能力，使企业向学习型组织迈进，是企业成功实施持续创新，实现可持续发展的根本。那么，如何提升企业的学习能力，使企业转变成为一个学习型组织？美国著名学者彼得·圣吉的论述最具代表性。他在其1990年出版的专著《第五项修炼》一书中，系统地阐述了学习型组织理论。认为企业要成为学习型组织，必须进行五项修炼，即：（1）自我超越——实现心灵深处的渴望；（2）改善心智模式——用新眼光看问题；（3）建立共同愿景——打造生命共同体；（4）开展团队学习——激发群体智慧；（5）系统思考——用整体和动态的观点对待组织发展。学习型组织是一种愿景驱动型的、符合人性的、善于不断学习的、能够创造未来的和高度柔性的组织，它是一种未来成功企业的模式。现实中，构建学习型企业，首先要塑造企业的强势文化及共同愿景。只有建立强势文化及共同愿景，才能保证员工所进行的学习实践与企业目标相一致。其次要积极组建知识联盟。这将有助于企业之间的学习和知识共享，使企业能够开展系统思考，同时可以帮助企业扩展和改善自己的基本能力，从战略上创造新的核心能力。再次要努力转变观念。学习观念滞后是学习型企业难以建立的最大障碍，为此必须重视对员工的教育培训，鼓励他们创新观念。最后要进行制度创新。建立健全学习制度是学习型企业建设中的根本性和全局性问题，要使学习制度与考核评价制度、工资福利制度、人事组织制度有效衔接，形成科学的学习激励机制。此外还要建立员工的教育培训援助制度。

企业可持续发展必须有赖于竞争优势。根据美国著名战略家迈克尔·波特的观点，竞争优势“来源于企业为顾客（消费者）创造的超过其成本的价值。价值是客户愿意支付的价钱，而超额价值产生于以低于对手的价格提供同等的效益，或者所提供的独特的效益补偿高价而有余”。一般说来，提高产品价值有两种方式：一是提高现有产品的质量，降低现有产品的成本，以提高现有产品的性价比，给消费者带来更多的价值。但是，产品质量的提高和成本的降低都是有限的，因此通过这一方式给消费者带来的价值提高也是有限的。二是着眼于产品本身的变化，不断开发新产品，从而不断适应并引导消费需求，这种方式给消费者带来的价值增加则没有极限。因此，企业要实现可持续发展，就必须通过这种方式营造企业的长期竞争优势，而这就必须构建、培育企业自身的核心竞争力。

企业核心竞争力是指企业长期积累而成的一种开发独特技术、发展独特产品和使用独特营销手段的能力。它一般以企业的核心技术为基础，通过企业经营决策、生产制造、市场营销、组织管理等方面的协同作用，使企业获得持续竞争优势的能力。企业核心竞争力的主要特征是：（1）独特性。核心竞争力为企业独自所拥有，使竞争力独树一帜。它是企业在发展过程中长期培育和积淀而成的，蕴含于企业文化，融合在企业深层，为企业员工所专有，难以被竞争对手模仿。（2）价值性。核心竞争力富有战略价值。一方面它能为用户带来长期性的独特价值、效益，即对用户的核心利益有关键性的贡献；另一方面它能为企业创造长期的竞争优势，为企业创造出高于同业平均利润水平的超值利润。（3）延展性。核心竞争力是一种基础性的能力，是一个坚实的“平台”，能为企业高效开发出一系列新的最终产品，满足未来新型市场的需要，从而为通往广阔的市场提供潜在的通道。拥有强大的核心竞争力，意味着企业在参与依赖核心竞争力的最佳产品市场上拥有了选择权。

核心竞争力对企业可持续发展有着重要意义。首先它超越了具体的产品和服务，以及企业内部所有的业务单元，将企业之间的竞争直接升华为企业整体实力的对抗，其中核心竞争力是对抗的根本。其次核心竞争力可以增强相关产品在市场上的竞争地位，促进相关的技术创新而使企业获得利益。最后当市场不断变化，新技术层出不穷，竞争不断加剧时，核心竞争力能够维持企业的生存和发展。

企业核心竞争力的构建模式有两个：（1）自我发展构建企业内在核心竞争力。首先，企业要将资源集中于关键领域。核心竞争力战略观念不鼓励企业

进入那些与其核心优势缺乏较强战略关联的业务领域，只有建立在现存优势基础上的战略才会引导企业获取或保持持久的战略优势。所以，企业应更多地考虑自己的资源，在自己拥有一定优势的领域中经营，而不是简单地考虑市场吸引力，盲目进入其他领域。春都集团的失败主要就在于它丢失了火腿肠这一主业，陷入了“多元化陷阱”。其次，加快内部能力的积累。企业核心竞争力不是事先设计好的，而是从无数与该核心竞争力相关的、自发的、具有高度不确定性的积累过程中产生出来的。因此，企业过去的的能力积累将会对企业未来的核心竞争力发展产生重要影响。最后，以核心竞争力为依据，优化组织结构，强化核心竞争力。企业是一个能力的集合，而不是业务的组合，因而围绕核心竞争力的需要，进行组织设立和职责确定更有利于核心竞争力的形成及强化。

(2) 兼并收购拥有企业所需要的某种专长的企业，或与拥有核心技术的企业建立战略联盟。在受到企业内部资源和能力的约束及传统观念的束缚，通过自我发展构建核心竞争力困难很大或时间不允许时，企业可以吸收外部资源，在较短时间内获得必要的的能力要素。企业通过并购可以直接获得相应的核心竞争力，并通过核心竞争力在本企业的利用，扩大核心竞争力的作用范围。如果企业已存在被并购企业相类似的核心竞争力，并购更能促进企业原有核心竞争力的发展。企业战略联盟可以使企业获得相应的学习机会，有利于扩大企业规模，扩大核心竞争力的利用范围，促进企业形成新的核心竞争力或强化原有的核心竞争力。

许林同志的《中国民营企业竞争与持续发展能力论析》一书，是作者根据近几年亲赴部分有典型意义的、不同类型的民营企业，经过实地调查所得的第一手材料，以定性定量相结合、规范分析与实证分析相结合的方法，对现阶段我国民营企业发展现状及其竞争力提升途径等重大理论问题进行分析和理论概括的著作。由于民营企业发展还处在继续完善的实践中，此时所做的分析和论断，诚然很难说已臻于完全成熟的境界，但作为一种探索性分析和论证，却是很可贵的。在此书即将问世之时，略叙数语以为序。

2012年3月

# 第一章 导 论

## 一、研究背景

21世纪，我国全面进入市场经济。在社会经济生活中，大量的民营企业不断涌现，为国民经济注入了活力，同时，也有大量的民营企业不断退出消亡。民营企业作为国家经济单元中数量最多的群体，能否持续健康发展，不仅是所有民营企业经营者需要认真对待的课题，更是国家需要考虑的问题。

### （一）民营企业界定

“民营企业”是一个在中国使用频率很高，但在学术上含义并不明确、规范，在法律上也没有明确定义的概念。而作为一本研究民营企业的书，有必要对它的存在形态及概念范畴尽可能地做出约定。笔者认为，其概念有广义和狭义之分。狭义的民营企业单指私营企业。广义的民营企业指非国营企业，包括个体工商户、私营企业、乡镇企业、农业企业和三资企业等等。我国《民法通则》第26条规定：“公民在法律允许的范围内，依法经核准登记，从事工商业经营的，为个体工商户。”《中华人民共和国私营企业暂行条例》规定的私营企业，是指企业资产属于私人所有，雇工8人以上的营利性组织。《中华人民共和国乡镇企业法》所称的乡镇企业，是指农村集体经济组织或者农民投资为主在乡镇（包括所辖村）举办的承担支援农业义务的各类企业。三资企业包括外商独资企业、中外合资企业和中外合作企业。根据《中华人民共和国外资企业法》、《中华人民共和国中外合资经营企业法》、《中华人民共和国中外合作经营企业法》等规定，指经中国政府批准，在中国境内创设或共同经营的企业。前科技部部长徐冠华在一次会议中指出，“我们所说的民营企业，主要指的是管理体制，有国有的民营，有股份制的民营，也有私有的民营。民营企业的‘民营’是一种管理体制，而不是所有制的说法。它的含义集中反映在自主经营，自负盈亏，自己做决策，

适应市场的变化，进行独立的经营管理。”<sup>1</sup>这也是目前学术界最为流行的一种观点，即认为民营企业仅仅是一种与资产经营有关的经济形式，其范畴不涉及生产资料归属问题，即不涉及所有制问题。它的经营方式可以是国有民营，也可以是民有民营，更多地强调了其经营特征，意味着由“民”作为经营主体，从事经营管理活动。但是，研究民营企业的概念又不可能不与所有制发生联系。一个重要原因，长期以来中国一直以所有制性质来区分不同的经济成分。因此，我们对20世纪80年代以后出现的民营企业进行概念上界定的时候，同样需要从其所有制的归属角度入手加以分析，理清其发展的历史脉络，从而使明确其基本的概念范围。当然，我们注重民营企业的所有制属性，并不意味着民营企业就是为民所有的企业，也不意味着民营企业的实质就是所谓的私营企业。正如前面所指出的，民营企业的概念显然在内涵和外延上都要比私营企业大得多，而私营企业以及个体企业是民营企业最重要的两种表现形式，也将是我们研究民营企业特别是进行数量比较时的重点。本书在“民营企业”这一概念的应用上主要以广义的为主，但也不排除部分行文需要的狭义概念，其区分主要取决于具体的语境。

### 1. “民营”有关的概念

随着民营企业的迅速发展，与民营企业相关的民营、民营经济等概念已经被人们广泛使用。这些概念属于与市场经济运行相匹配的经济范畴，但由于理解角度不同，民营企业相关概念在使用上比较混乱。因此，有必要对民营企业及其相关概念的内涵做出科学的说明。

民营——与官营或者国营相对应的概念，在现阶段主要指非国营。据目前所知，在我国，民营一词最早出现在30年代初，王春圃在其所著《经济救国论》一书中首次使用<sup>2</sup>。他把不由国民党政府经营的企业称为民营。民营这一概念在改革开放后首次使用是在1993年6月，国家科委和国家体改委曾经发布了一个文件《关于大力发展民营科技企业若干问题的决定》，这个文件使用了“民营科技企业”这个新概念。

民营企业——是国营企业的对称，指除国家直接经营管理的企业以外所有企业的总称。本书对民营企业做出了如下具有中国特色的概括：（1）民营企业是以非国有企业为基本构成的。（2）民营企业是公有和私有混合的企业，它涵盖了“公有”的大部分和“私有”的全部，具有“二不四自四权”

1 徐冠华在2001年中国民营企业发展高峰论坛上的讲话。

2 王春圃：《经济救国论》，商务印书馆，1945年版，第16—17页。

的显著特征，即：不要国家编制、不要国家经费；自愿结合、自筹资金、自主经营、自负盈亏；独立决策权、自主经营权、与效益挂钩的分配权、择优录用的人事权。这样一个概念无疑既考虑了经营方式，也考虑了所有制。

民营经济——与官营经济或者国营经济相对应的概念。在我国现阶段，民营经济指除国有国营以外的所有制形式和经营方式的总称。若做一更简明的定义，则民营经济应是非国营经济。著名经济学家于光远对民营经济的表述是“我赞成使用民营经济这个名词，它是包括国家所有制之外的所有其他社会所有制，也包括所有制经济的一个总称。民营经济也还不等于民有经济，因为如果民间人士对国有企业进行承包经营或者把国有企业租赁过来从事经营，这样的经营也包括在民营经济这个概念之中”<sup>1</sup>。

## 2. 民营企业的主要类型

现实中，民营企业大体上包括9种具体形式：

(1) 个体工商户和私营企业。按照规定，二者的区别是，前者不雇工或者雇工在7人以下，后者雇工在8人以上，私营企业有独资、合伙和有限责任公司三种。

(2) 乡镇企业。我国改革开放以来一个重要的收获是乡镇企业发展起来了，根据最近国家统计局提供的资料，乡镇企业在我国工业总产值中所占比重，已经由1985年的17.7%增加到2010年的42.5%。

(3) 新、老集体企业。特别是其中的“民办集体”是彻底的民营。有的老集体企业上面还有一个主管部门，政企不分，所以老集体企业还没有完全“民营”，它还有一个改“官办”为“民办”的老大难问题。

(4) 合作制或者股份合作制企业。股份合作制是群众的创造，实质是合作制。目前，全国城乡已经有400万个股份合作制企业，是劳动合作和资本合作的有机结合，受到群众的欢迎。

(5) 民营科技企业。这是发展高新技术产业的生力军，对于实现科技成果向现实生产力的转化有重要作用，也是我国新的生产力增长点。它们的特点是自筹资金、自我结合、独立核算、自负盈亏，同市场完全融为一体，而且是智力劳动，产品科技含量高、竞争力强。

(6) 国家不控股的股份制企业。

(7) 外资经济，即“三资”企业。

(8) 国有民营企业。

1 于光远：《于光远经济学文选》，经济科学出版社，2001年版，第66—67页。

(9) 农业企业。指使用一定劳动资料，由农民或者农民家庭（联合）自主经营、自负盈亏、独立核算，从事商品性农业生产以及与农产品直接相关的经济组织。农业企业是从经营和管理角度说的，不等同于我国以前甚至现在还存在的国营农场和农业合作社，它更大意义上只是一种社会活动的组织形式，是一种农村社区或者一个家庭、几个家庭的联合，可以是法人企业（公司），也可以是非法人企业。通常有三类农业企业：一是农产品生产企业；二是农产品加工企业；三是农产品流通企业，即农产品的运输与销售企业。这三类企业并不总是截然分开的，可以是混合型或者从某种类型发展为混合类型。

## （二）民营企业与国有企业效率之比较

民营企业与国有企业之间的比较，究竟哪一个更有效率？这个问题，不同的角度有不同的反映。目前主流的经济学界，无论在理论还是经验研究方面已经得出一个基本的结论：一个国家的资源要得到有效的配置，一定主要靠民间的力量、自由企业制度下的力量来推进它的发展。本书还要强调一个观点，任何一种组织形态，是不是有效，只有通过市场竞争去检验。当给予平等的条件以后，哪些企业能够活下去，哪些企业没有办法活下去，在竞争的市场经济当中，没有效率的体制就会被淘汰。

### 1. 一般分析

从总体来看，企业的效率可以从企业在劳动力市场、金融市场、产品市场上的竞争力反映出来。如果竞争力强，则说明具有效率，反之则缺乏效率。劳动力市场的竞争力表现在现有人才队伍的忠诚度（可以用员工流动率表示）和对潜在人才的吸引力；金融市场的竞争力表现在融资和配置资本的能力；产品市场的竞争力包括产品研制开发、品牌效应、销售网络。

劳动力市场。民营企业在劳动力市场上的表现可以用员工流动率和对潜在人才的吸引力来表示。调查显示，民营企业的员工，工作三年以上的只有15%左右，一年以上的占25%，一年以下的占75%，其中1/2是三个月就离开企业。社会人士甚至下岗工人都不愿在民营企业工作，认为其条件艰苦、工资低微、没有保障，虽然一些民营企业采取了一些措施，如分房、配股，但效果甚微。

金融市场。从融资的角度，民营企业不仅需要提供直接融资服务的资本市场，而且还需要提供银行间接服务的资金市场。目前，我国金融体系仍以四大国有商业银行为主，股票市场为辅，这样的金融体系无法满足民营企业融资的需求。虽然，2009年3月份，中国证监会宣布取消发行配额制，开始由

承销商决定新股的发行时间和定价，但迄今为止，能上市的民营企业仍寥寥无几。目前我国银行体制也非常不利于为民营企业提供间接融资，在全部银行信贷资产中，非国有经济使用的比例不到30%，而且，同样一笔贷款，无论是50万还是5000万，其审批核查程序几乎是相同的。这样，民营企业的单位资金交易成本相对较高，在金融市场上的被动局面也就形成了。

产品市场。在一个领域，拥有专有技术，形成专利产品，创出品牌，占领一个稳定的市场，形成专业化优势而提高效率，使竞争对手望而却步，这就是自己的竞争力。具体分析我国民营企业，一般存在三种情况：（1）多数企业资源比较紧缺或严重紧缺，技术创新、生产、营销、盈利等能力不足，也就谈不上资源与能力的转换；（2）少数企业具有一定的资源优势，但却不能很好地将资源优势转化为能力优势，资源的有效整合能力低，因而难以形成较强的核心竞争力，企业的持续发展受到影响；（3）极少数企业能够有效地将资源优势转化为能力优势，如技术创新能力、主业突出、拥有知名品牌和自主知识产权、市场开拓能力强、具有持续赢利能力和抗风险能力等。总之，我国民营企业的特点是以短、平、快为主，由于规模小、资金单薄，大多数企业产品市场的竞争力弱。

## 2. 数量分析

以柯布-道格拉斯生产函数为基础，建立制度因素内生化的生产函数模型，并利用OLS估计和主成分分析的方法对民营企业生产函数进行回归分析，从投入和产出两个方面分析我国民营企业核心竞争力。我们将制度因素定量化并引入生产函数，即将制度因素内生化的生产函数模型，建立如下模型：

$$P=eI^aL^bK^c \quad (1)$$

其中，P、e、I、L和K分别表示产出、系数、制度因素、劳动力的投入和资本的投入，a、b和c分别表示制度的产出弹性、劳动力的产出弹性和资本的产出弹性。

对（1）式两边分别取自然对数，得：

$$\ln P = \ln e + a \ln I + b \ln L + c \ln K \quad (2)$$

然后在（2）式的右边加上一个随机干扰项 $\epsilon$ ，得：

$$\ln P = \ln e + a \ln I + b \ln L + c \ln K + \epsilon \quad (3)$$

式（3）为我们所需要的计量模型，运用此模型对民营企业的产出能力进行实证分析。

制度因素对经济增长的影响主要是由于制度变迁所带来的一系列影响，