

经济研究丛书

JINGJIXUE YANJIU CONGSHU

# 中央企业战略重组及其 国际竞争力提升研究

**Z** HONGYANG QIYE ZHANLUE CHONGZU JIQI  
GUOJI JINGZHONGLI TISHENG YANJIU

邹俊 著

 经济日报出版社

经济学研究丛书

JINGJIXUE YANJIU CONGSHU

# 中央企业战略重组及其 国际竞争力提升研究

**Z** HONGYANG QIYE ZHANLUE CHONGZU JIQI  
GUOJI JINGZHONGLI TISHENG YANJIU

邹俊 著



经济日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中央企业战略重组及其国际竞争力提升研究 / 邹俊  
著. —北京: 经济日报出版社, 2015.9  
ISBN 978-7-80257-875-3

I. ①中… II. ①邹… III. ①国有企业—企业重组—  
国际竞争力—研究—中国 IV. ①F279.241

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 223331 号

中央企业战略重组及其国际竞争力提升研究

|        |                                   |
|--------|-----------------------------------|
| 作 者    | 邹 俊                               |
| 责任编辑   | 赵 灿                               |
| 出版发行   | 经济日报出版社                           |
| 地 址    | 北京市西城区右安门内大街 65 号 (邮政编码: 100054)  |
| 电 话    | 010-63567960 (编辑部) 63516959 (发行部) |
| 网 址    | www.edpbook.com.cn                |
| E-mail | edpbook@126.com                   |
| 经 销    | 全国新华书店                            |
| 印 刷    | 北京天正元印务有限公司                       |
| 开 本    | 710×1000mm 1/16                   |
| 印 张    | 14.75                             |
| 字 数    | 222 千字                            |
| 版 次    | 2016 年 1 月第一版                     |
| 印 次    | 2016 年 1 月第一次印刷                   |
| 书 号    | ISBN 978-7-80257-875-3            |
| 定 价    | 45.00 元                           |

版权所有 盗版必究 印装有误 负责调换

# 目 录

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 导 论                             | 1  |
| 第一章 相关理论与文献综述                   | 10 |
| 第一节 相关基本概念界定                    | 10 |
| 第二节 企业重组理论                      | 15 |
| 第三节 国际竞争力理论                     | 21 |
| 第四节 关于企业重组的文献综述                 | 25 |
| 第五节 关于企业竞争力的文献综述                | 30 |
| 第二章 国有企业性质与功能定位                 | 35 |
| 第一节 企业性质的再思考                    | 35 |
| 第二节 国有企业性质再认识                   | 45 |
| 第三节 中央企业的功能定位                   | 50 |
| 第三章 中央企业战略重组历程                  | 58 |
| 第一节 中央企业战略重组起步阶段(2003 年~2004 年) | 58 |
| 第二节 中央企业战略重组发展阶段(2005 年~2007 年) | 60 |
| 第三节 中央企业战略重组深化阶段(2008 年~2010 年) | 61 |
| 第四节 中央企业战略重组攻坚阶段(2011 年至今)      | 63 |
| 第四章 中央企业战略重组的理论分析               | 65 |
| 第一节 中央企业战略重组的动因                 | 65 |
| 第二节 中央企业战略重组的不确定性分析             | 70 |
| 第三节 中央企业战略重组的规模与垄断边界分析          | 75 |



|                                                      |     |
|------------------------------------------------------|-----|
| <b>第五章 中央企业国际竞争力理论分析</b> .....                       | 88  |
| 第一节 中央企业国际化发展现状与问题 .....                             | 88  |
| 第二节 中央企业国际竞争力现状与问题分析 .....                           | 95  |
| 第三节 中央企业国际竞争力评价指标体系构建 .....                          | 106 |
| <b>第六章 中央企业战略重组与国际竞争力提升:一个交易成本的考察</b> ...            | 116 |
| 第一节 零交易成本下企业战略重组问题分析 .....                           | 116 |
| 第二节 正交易成本下企业战略重组问题分析 .....                           | 122 |
| 第三节 正交易成本下央企战略重组与国际竞争力提升的<br>机理分析 .....              | 133 |
| 第四节 中央企业战略重组与国际竞争力提升的博弈分析 .....                      | 153 |
| <b>第七章 中央企业战略重组与国际竞争力提升的案例分析</b> .....               | 158 |
| 第一节 战略重组成功提升中央企业国际竞争力的案例分析 .....                     | 158 |
| 第二节 战略重组拖累中央企业国际竞争力提升的失败案例<br>分析 .....               | 169 |
| 第三节 案例比较与启示 .....                                    | 180 |
| <b>第八章 深入推进中央企业战略重组及其国际竞争力提升的<br/>    对策建议</b> ..... | 183 |
| 第一节 中央企业战略重组模式创新 .....                               | 183 |
| 第二节 中央企业战略重组与公司治理结构完善 .....                          | 189 |
| 第三节 中央企业跨国经营制度创新 .....                               | 194 |
| 第四节 中央企业战略重组与技术创新融合发展 .....                          | 198 |
| 第五节 大力推进中央企业混合所有制改革 .....                            | 202 |
| <b>结 论</b> .....                                     | 210 |
| <b>参考文献</b> .....                                    | 214 |
| <b>后 记</b> .....                                     | 231 |

# 导 论

## 一、研究的背景及意义

### (一) 研究的背景

在经济全球化的浪潮下,我国国有企业国际竞争力问题逐渐成为学界、企业和政府关注的热点问题。竞争力是企业生存和发展的决定性因素。在激烈的市场竞争中,只有那些经营灵活、不断创新、富有竞争力的企业才能长期生存;而那些缺乏活力,反应迟缓,缺乏创新,没有竞争力的企业终将被市场淘汰。传统经济学中,不管是古典经济学还是新古典经济学都承认企业的性质就是资本、劳动等各要素的组合,利润的最大化是它们一致的追求目标。在新制度经济学中,1937年科斯在其《企业的性质》一书中超越了传统经济学,认为企业的存在的根源是能够节约交易费用,因而成为替代市场的一种制度安排,从而在企业与市场之间搭起了一座桥梁。在马克思主义经济学的语境中,企业不过是资本存在的一种形式,企业的本质就是资本的存在和发展的最佳媒介,资本家无非是资本的人格化,企业就是资本家追逐剩余价值最大化的载体。<sup>①</sup>由此可见,传统经济学理论“殊途同归”,基本把企业目标认定为“追求利润最大化”,因而不断提高企业竞争力便伴随这一目标应运而生。

当前企业国际竞争不仅仅是传统意义上在国际市场的竞争,既使在国

---

<sup>①</sup> 张春敏,刘文纪.从国有企业的性质看国有企业的社会责任[J].前沿,2007(12): 81.



内市场也充满了国际竞争，越来越展现出“国内市场竞争国际化，国际市场竞争国内化”的特点。近年来，中央企业改革发展不断取得进步，截至2015年7月，中央企业已由最初的196家重组整合为111家。面对复杂的国内外环境，资源配置能力明显提高，中央企业经济效益和整体实力大幅提升，截至2013年进入世界500强的企业由10家增加到45家。然而，近年来，伴随中央企业业绩的逐步提高和央企的多元化发展，“国进民退”的批判声音逐渐兴起，与此同时中央企业行政垄断、效率低下以及大而不“强”等问题逐步显现，因此关于中央企业国际竞争力提升以及未来改革方向越来越引起政府和学术界的重视。虽然企业竞争力问题一直以来是理论界和实业界研究和关注的热点，但针对中央企业国际竞争力的研究却较少，尤其研究中央企业战略重组与提升央企国际竞争力关系问题的就更缺乏。后金融危机时代，国际市场存在大量的战略重组的机遇，但也暗藏着风险，如何抓住历史机遇有效提升中央企业国际竞争力，培育一批具有自主知识产权、知名品牌和国际竞争力较强的大企业集团，是一个迫切需要研究和实践的课题。

## （二）研究意义

当前中央企业是我国国有经济的主体，是国有经济保持对国民经济的影响力、控制力和带动力的中坚力量。在当前全球竞争的背景下，国务院国资委要求中央企业积极“走出去”，实施跨国经营战略，充分利用国内外两个市场、两种资源，提高国际竞争力。培育和发展具有国际竞争力的大企业集团，迅速提升中央企业的国际竞争力可以采取的措施有很多种，但从国际跨国公司发展的经验来看，积极实施战略重组是企业快速成长的必经之路，也是一项重要的企业战略举措。中央企业对我国国民经济有着重要影响，研究中央企业战略重组及其国际竞争力提升问题不仅具有重要理论价值，也有着重大现实意义。

1. 理论意义。深化国有经济改革，明确国有经济功能定位是近年政府和学术界关注和探讨的热点问题。作为国有经济中坚力量的中央企业，社会各界对中央企业的经营业绩褒贬不一。近年来，关于如何界定中央企业的边界、如何规范中央企业的扩张行为、如何实施“走出去”发展战略、如何监管中央企业海外资产等等成为政府、企业家和学术界讨论的热



点。因而本书在理论研究方面，第一，从产业组织视角分析现代企业性质的演变，进而拓展了对国有企业性质及其功能的认识和理解；第二，本书运用交易成本分析框架对中央企业战略重组的动因、国际竞争力提升的影响以及两者互动关系的作用机理进行了分析，具有一定的理论价值；第三，本书运用市场结构理论分析央企战略重组的规模与垄断问题，从理论上有力回应了央企“垄断论”“国进民退论”等片面观点；最后，本书分析了为降低交易成本，提高治理效率，深入推进中央企业战略重组及其国际竞争力提升的相应的制度安排和制度创新，具有一定理论价值。

2. 现实意义。十八大报告中明确指出：“加快走出去步伐，增强企业国际化经营能力，培育一批世界水平的跨国公司。”一方面，从目前我国非公经济整体发展水平来看，大多数民营企业国际竞争力较弱，难以有力参与国际市场竞争，而中央企业则是我国参与国际市场竞争的主力军，也是保障国家经济安全的主导力量。因此，本书研究中央企业国际竞争力问题具有突出的现实意义；另外一方面，在后金融危机时代，国内外市场存在大量并购重组机会，如何通过战略重组快速有效提升央企国际竞争力是摆在企业与政府相关部门面前的现实问题，必须予以重视，因此本书也试图对这一现实问题进行一些有益的探索；最后，为了正确比较和评价中央企业国际竞争力，本书将从央企的一般性和特殊性考虑，建立一套适合中央企业的国际竞争力的评价指标体系，从而为中央企业提升国际竞争力提供一套科学合理的参考标准，对中央企业发展具有现实参考意义，也为相关管理部门监督考核和宏观决策提供参考依据。同时，在国有经济战略性调整的背景下，中央企业的分类改革、重组的模式创新、技术创新以及混合所有制改革都对其国际竞争力提升具有重要影响，因而本书研究对于宏观决策部门指导和监督中央企业战略重组具有一定的参考价值。

## 二、本书的研究思路和研究方法

### （一）本书的研究思路和基本框架

1. 本书写作的基本思路。本书对中央企业战略重组及其国际竞争力提升问题进行研究的基本思路是首先对相关概念和内涵进行界定和说明，这是本书相关研究的前提和基础。其次，对企业重组和国际竞争力相关理



论和文献进行系统梳理,为本书研究打下理论基础。再次,通过对国有企业性质的拓展研究,科学合理地界定中央企业的功能,从而为本书后续研究做好铺垫。接下来,本书通过深入分析中央企业战略重组和国际竞争力提升的相关理论和实践问题,从而为深入剖析两者的互动关系奠定基础。之后,本书将着重分析交易成本对央企战略重组与国际竞争力的重要影响,并说明两者的互动关系,从而拓展了中央企业国际竞争力研究的视角。随后,选取两家典型中央企业做案例对比研究,从实践角度分析和说明战略重组对快速提升央企国际竞争力的有效性和风险性。最后,在综合前面研究的基础上,对深入推进中央企业战略重组及其国际竞争力提升提出相关对策建议。

2. 本书写作的基本框架。全书除去导论和主要研究结论外,共分为八章。

在导论中,首先,阐述本书写作的背景和意义;其次,对本书研究思路、基本框架和研究方法进行了介绍;最后,指出了本书的主要创新和不足之处。

第一章主要是相关理论与文献综述。本章首先对中央企业由来及其概念进行界定,进而对中央企业国际竞争力和中央企业战略重组的内涵和概念进行界定和相关说明;其次,企业重组、竞争力相关理论进行回顾和梳理,并对近年来关于企业重组和竞争力问题的研究文献进行综述,从而为本书的研究打下坚实的理论和文献基础。

第二章主要分析国有企业的性质与功能定位。首先,从产业组织视角对传统的企业性质问题进行深入考察,从产业组织的演化发展角度探讨不同时代产业组织的发展的特点,进而对现代企业性质进行再思考;其次,在对现代企业性质反思的基础上,对国有企业性质从一般性质和特殊性质两方面进行重新认识;最后,对中央企业功能定位问题进行深入分析,先从宏观的对国有经济定位着手,然后再探讨中央企业的功能定位。

第三章主要回顾和总结了中央企业战略重组的历程。本章对从2003国务院国资委正式成立后中央企业经历的几次特点鲜明的战略重组历程划分为起步阶段(2003~2004年)、发展阶段(2005~2007年)、深化阶段(2008~2010年)和攻坚阶段(2011年至今),并进行归纳总结。



第四章主要对中央企业战略重组问题进行理论分析。首先,本章从企业自身、产业组织发展以及国家竞争三个层面分析了中央企业战略重组的动因问题;其次,对中央企业战略重组的不确定性进行了分析,指出战略重组中存在交易成本、规模经济、产业结构和人力资本等方面的不确定性问题;最后,着重分析了中央企业战略重组的规模与垄断边界问题,从市场结构角度分析中央企业的规模边界问题,并指出中央企业战略重组可以在生产成本和交易成本上实现规模经济,然后从市场势力、是否存在垄断利润和可竞争市场构建三个角度分析了中央企业战略重组是否会带来垄断问题。

第五章主要对中央企业国际竞争力问题进行理论分析。首先,本章分析了中央企业国际化发展的现状及其存在的问题,以及加快国际化发展的对策;其次,分析了中央企业国际竞争力现状与进一步提升存在的瓶颈;最后,研究构建中央企业国际竞争力评价指标体系,从资源、能力和创新三个核心要素出发,以央企资源、跨国经营能力、技术创新以及组织制度创新四个核心指标为中心来构建适合中央企业的国际竞争力评价指标体系,共分为十一个一级指标和四十一个二级指标。

第六章主要从交易成本角度考察中央企业战略重组与国际竞争力提升问题。首先,分析零交易成本下的市场模型和企业对重组战略的选择,发现零交易成本下企业重组战略并非是企业的最优选择;其次,分析了在现实世界的正交易成本下的市场模型和企业对重组战略的选择,发现正交易成本下企业若要迅速提升竞争力,获取竞争优势,战略重组就会成为企业的理性选择;再次,着重分析了正交易成本下中央企业战略重组与国际竞争力提升的互动机理,分析了战略重组对中央企业交易成本的影响,以及战略重组对国际竞争力提升的作用机理;最后,对中央企业战略重组与国际竞争力提升进行博弈分析,主要进行了中央企业战略重组的选择、市场阻扰、囚徒困境和动态博弈分析。

第七章主要是中央企业战略重组与国际竞争力提升的案例对比分析。本章选取了正反两方面的案例来分析中央企业战略重组提升国际竞争力的着力点和关键点。一个是中国建材集团大力推进战略重组,通过战略重组获得协同效应,提高资源使用效率,提升了技术创新能力,优化了公司治



理结构,从而使企业国际竞争力不断提升;另一个是中国中钢集团公司,战略重组活动中盲目扩张、战略目标短浅,重组后整合乏力导致企业内部管理混乱,治理结构不完善,内部监督机制失效,最终不但没有提升公司国际竞争力反而拖累了公司经营业绩,致使企业国际竞争力下降。通过这两个案例对比研究我们发现了很多有益的启示。

第八章主要是深入推进中央企业战略重组及其国际竞争力提升的对策研究。为了有效推进中央企业战略重组,打造一批具有国际竞争力的世界一流的跨国企业,中央企业有许多方面需要配套改革,进行系统的体制和机制创新。本章提出了中央企业战略重组模式创新,公司治理结构完善、跨国经营制度创新、技术创新融合发展以及大力推进中央企业混合所有制改革等对策建议。

最后,对本书的全部内容和相关结论作简要总结。

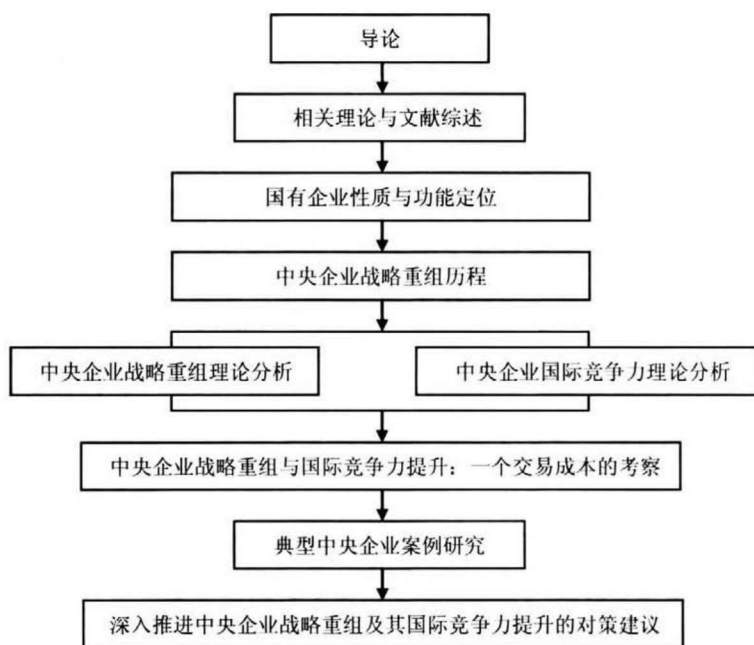


图 1-1 本书研究的基本框架图

## (二) 本书的研究方法

本书的研究以经济学理论为基础,综合运用管理学、政治学等学科理论和研究方法,进行了多学科交叉研究。围绕本书的研究主题和研究目



的，本书坚持理论与实践相结合，中外相结合，历史、现状及未来趋势相结合为基本导向，采用以下研究方法：

1. 规范分析和实证分析相结合。通过对现有企业重组理论和企业国际竞争力理论的梳理，多学科结合，从中寻求有机结合，探寻一般规律、提炼理论观点。对中央企业战略重组和国际竞争力提升的相关性进行理论分析研究。另外，通过收集和整理各种统计年鉴和网络数据资料，利用大量数据和客观事实阐述战略重组对中央企业国际竞争力的影响，进而有力佐证相关论点的客观性和有效性。

2. 动态分析与静态分析相结合。本书研究一个比较典型的特点就是动静结合。通过大量的资料、数据和逻辑推理，对中央企业战略重组问题进行历史性地动态分析，避免纯粹静态研究的缺点与局限性。另外，在分析央企战略重组与国际竞争力互动关系的作用机理中，既静态地分析企业内部重组战略对国际竞争力影响，又动态地从博弈论角度分析市场竞争中央企业的战略选择，从而有力地证明了两者的互动关系。

3. 案例分析方法。不同企业的发展具有不同的特点，但是不同企业的成功与失败却可以折射出普遍规律，典型案例可以为探索规律提供生动的例证。本书将选取两家典型中央企业进行深入的案例分析。通过对中国建材集团和中国中钢集团两家中央企业战略重组对国际竞争力提升的实际效果的案例对比分析，总结成功的经验和失败的教训。

4. 比较分析法。在本书研究中我们将贯穿比较研究的方法，诸如：在中央企业重组问题上，同一企业在不同时期的纵向比较；不同企业的横向比较；以及国内外企业的综合比较。通过一系列的比较研究，揭示出企业战略重组问题的演变及其对企业竞争力的影响和发展趋势。

### 三、本书的创新之处与不足之处

#### （一）本书可能的创新

总体上，通过研究，力求在以下几方面有所突破和创新：

1. 拓展对国有企业性质的认识和理解，打破传统的把企业、产业与市场三者割裂的观点，力求在理论上有所突破。本书系统总结和回顾了关于企业性质研究的传统观点，并且摒弃传统把企业与市场局限为“非此即



彼”关系的观点，进而从产业组织视角对现代企业性质进行了重新审视。在此基础上，从一般性质和特殊性质两方面来全面认识国有企业性质问题，并指出从一般性质来看，作为产业组织中的国有企业是具有明显合作性和人格化特征的生产和交易的结合体；从特殊性质来看，国有企业是具有明显的政治性和社会服务性的特殊企业。从而进一步将中央企业的功能定位为生产功能、控制功能、技术创新功能、增进社会福利功能和提升国家竞争力功能等。

2. 较全面地回顾和总结了中央企业战略重组的历程，并根据不同特点划分为四个阶段，力求对实践具有指导意义。关于我国国有企业改革重组是一个持久而富有争议的话题，过去许多研究国有企业重组往往不加区分中央企业和地方国有企业，而实际上中央企业的功能定位与地方国有企业有着显著区别。本书详细梳理和总结了从2003年国务院国资委正式成立以来中央企业的战略重组历程，并根据不同阶段重组的不同特点分为起步阶段、发展阶段、深化阶段和攻坚阶段。力求对中央企业战略重组相关理论和实践研究能有所突破。

3. 对于中央企业战略重组与国际竞争力提升中的突出理论和实践问题进行研究。在中央企业战略重组中常常伴随“国进民退”和“央企垄断论”等片面观点，本书在开放条件下，从市场结构角度分析面对国际竞争央企的规模边界问题，从市场势力、垄断利润以及可竞争市场构建角度分析央企战略重组是否真存在垄断问题，具有一定的创新性。另外，以往的研究在企业国际竞争力的评价上往往笼统谈之，对国有和民营不加区分，而考虑到我国中央企业的特殊性，有些理论的指标体系对中央企业的适用性往往受到很大局限。因此，本书围绕中央企业发展特点创新了一套中央企业的国际竞争力的评价指标体系，以求为对中央企业国际竞争力的考察提供科学有效的观测点。

4. 深入剖析了中央企业战略重组和国际竞争力提升的互动机理。现有的研究大都从不同角度阐释企业国际竞争力问题，这些理论为我们理解中央企业国际竞争力提供了有益的视角。但是由于中央企业的特殊性，以往的研究很少将交易成本、战略重组与央企国际竞争力提升三者之间互动关系结合起来考察。本书将运用交易成本分析框架对央企战略重组与国际



竞争力提升进行深入研究，并说明两者的互动关系及其作用机理；并通过静态和动态的战略重组博弈分析，有力地解释了市场竞争中中央企业战略重组选择的合理性和必然性，从而拓展关于中央企业战略重组与国际竞争力提升研究的视角。

5. 从理论联系实际角度出发，对深入推进中央企业战略重组及其国际竞争力提升提出相应对策建议。本书以中央企业改革发展现状为基础，以提升国际竞争力为目标，对深入推进中央企业战略重组进行系统的制度创新和制度安排是本书的一个创新之处。本书认为深入推进央企战略重组要与重组模式创新、央企分类改革、跨国经营、公司治理结构完善以及技术创新有机结合并进行相应制度创新；另外，在战略重组中要大力推进中央企业混合所有制改革，并进行相应制度安排。

## （二）本书的不足之处

1. 中央企业战略重组及其国际竞争力提升问题是一个理论性、实践性和系统性很强的研究工作。由于中央企业的特殊性，其产业布局 and 战略调整一直在持续，而且中央企业改革发展往往与政府改革息息相关，在研究中关于政府自身改革对中央企业重组和国际竞争力提升的影响阐述较少，在今后的研究中可以进一步拓展。

2. 在研究中央企业国际竞争力评价指标体系问题时，笔者基本采用的是笼统的指标概念体系，没有细化采用财务类指标进行分析，定性的指标概念体系可以涵盖广泛，对界定问题具有显著作用，而财务类指标具有结果性和综合性，所以在今后研究中如何处理定量和定性的问题，把财务类指标和非财务类指标结合起来，并赋予不同的权重，以使评价中央企业国际竞争力更客观、更全面，值得进一步深入研究和探讨。

3. 本书研究以中央企业为样本，国内相关的研究较少，中央企业的特殊性导致在数据收集上存在不少困难，加之相关计量模型不成熟和本人学术能力的局限，因此缺乏相关计量实证研究是本书的一个重要不足。如何获取详实的数据是保证研究客观、科学的前提，今后需要在相关的学术研究中，对实证研究予以更多关注，用量化数据指标提高研究的可信度和说服力，也是对理论分析有效的佐证。

# 第一章 相关理论与文献综述

## 第一节 相关基本概念界定

### 一、中央企业的由来及其概念界定

当前中央企业常常成为社会热议的话题，原因就在于中央企业涉及的行业和领域对我国经济以及社会公众的影响很大。中央企业是在中国经济改革发展过程中出现的，中央企业的改革发展问题也是我国经济体制改革的重要内容。

1. 中央企业的由来。中央企业从企业属性上说与一般国有企业是没有区别的，它也一样具有国有企业所有的功能和作用，但是从中央企业所处行业和领域来看，其对国民经济的影响要远远大于一般国有企业。“中央企业”这一称谓并非一直存在，而主要是在 2003 年国务院国资委正式成立之后，在官方文件和相关媒体中逐渐出现和传播。“中央企业”这一称谓主要是按照出资人的不同和政府的管理权限来划分的，中央企业主要由中央政府出资并履行监督管理职责的国有企业，而地方国有企业主要由地方政府出资并监督管理的国有企业。

2. 中央企业概念界定。所谓中央企业，从广义上来说包括三类：一是由国务院国资委直接监督管理的国有企业；二是由银监会、保监会、证监会等管理的国有企业，属于金融行业；三是由国务院其他部委管理的国



有企业，如烟草、黄金、铁路客货运等行业。狭义的中央企业，通常是指由国务院国资委监督管理的企业。<sup>①</sup> 在日常经济生活中，我们常常关注和讨论的“中央企业”一大都是指国务院国资委直接监管的国有企业。因此，本书研究和探讨的问题都是围绕着狭义的中央企业展开。这类中央企业是产权属于国家、管理权直接归属中央政府的国有企业，即由现在的国务院国有资产监督管理委员会行使出资人职责的特大型与大型国有企业。<sup>②</sup>

## 二、中央企业国际竞争力的内涵界定

国际竞争力是相对于国内竞争力而言的，其实国际竞争力是一个悠久的历史话题，其理论渊源可以追溯到亚当·斯密在《国富论》中提出的“绝对成本说”和大卫·李嘉图在《政治经济学及赋税原理》提出的“比较成本说”。随着世界经济一体化趋势不断加强，国际贸易活动越发深入而频繁，各国经济竞争也逐步加剧，二十世纪七十年代，美国开始关注国际竞争力问题研究，并逐步成为世界关注的热点，同时关于国际竞争力的相关理论也不断涌现，诸如竞争优势理论、核心竞争力理论等。而随着国际竞争力问题研究的不断深入，关于这一问题逐步从企业、产业和国家不同层面展开，因此也形成了不同角度的对国际竞争力概念的阐释。具体如下表：

表 1.1 国外关于国际竞争力的不同定义

| 作者或单位           | 涵 义                                                                   | 资料来源                      |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------|
| 美国总统产业竞争力委员会    | 国际竞争力是在自由良好的市场条件，能够在国际市场上提供好的产品、好的服务的同时又能提高本国人民生活水平的能力                | 《关于产业国际竞争力的总统委员会报告》(1985) |
| 世界经济论坛<br>(WEF) | 国际竞争力是企业主目前和未来在各自的环境中以比它们国内和国外的竞争者更有吸引力的价格和质量来进行设计生产并销售货物以及提供服务的能力和机会 | 《国际竞争力报告》(1985)           |

① 郑海航，孟领，中央企业重组的历史沿革及发展研究 [J]，财经问题研究，2011 (3)：105.

② 陆俊华，中央企业重组的目标和运行机制研究 [J]，中国行政管理，2006 (6)：98.



| 作者或单位                     | 涵 义                                                                                                                                                                      | 资料来源                                                          |
|---------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| 瑞士洛桑国际<br>管理开发学院<br>(IMD) | 国际竞争力被定义为一国或一个企业在全<br>球市场上较竞争对手获得更多财富的能力;<br>或者一个国家在其特有的经济与社会结构<br>里,依靠自然资源禀赋以创造附加价值;<br>或者着重于改善国内经济环境条件以吸引<br>国外投资;或者依靠国内内部型经济 and 发<br>展国际型经济,以创造并提高附加价值,增<br>加一国财富的能力 | 《环境保护与产业国际竞争理<br>论与实证分析》                                      |
| 经合组织<br>(OECD)            | 国际竞争力的一般定义为:面对国际竞争,<br>支持企业、产业、地区、国家或超国家区<br>域在可持续发展的基础上进行相对较高的<br>要素收入生产和较高要素利用水平的能力                                                                                    | 《中国保险竞争力研究》                                                   |
| 欧洲货币基金<br>委员会             | 国际竞争力是企业目前和未来在各自环境<br>中,以比其国内外的厂、竞争者更具吸引<br>力的价格和质量来进行设计、生产和销售<br>产品及提供服务的能力,是某一国家为了<br>维持、增加国家实际收入,在自由公正的<br>条件下,生产的产品和提供的服务符合国<br>际市场要求的程度                             | 《中国银行业国际竞争力研<br>究》                                            |
| 阿基米                       | 国际竞争力被定义为该国出口占世界出口<br>的份额及其增长                                                                                                                                            | 《产业竞争力》                                                       |
| 卡米舍尔                      | 国际竞争力是一个国家的企业或者产业在<br>国际市场上销售其产品的能力                                                                                                                                      | Canada's Manufacturing Sector;<br>Performance in the 1970s    |
| 石原正太郎                     | 竞争力是企业公平、自由的市场上保持<br>长期的、稳定的能力                                                                                                                                           | Competitiveness and Corporate<br>Culture, Ashgate, brookfield |
| 费格伯格                      | 国际竞争力是一个国家在不出现国际收支<br>平衡困难的情况下,实现诸如收入和就业<br>增长等中心经济政策目标的能力                                                                                                               | International Competitiveness<br>CriticalSurvey               |
| 玻克雷                       | 竞争力被定义为是一个将潜力转化为业绩<br>的过程,一个竞争潜力、竞争过程和竞争<br>业绩相互作用的过程                                                                                                                    | International Competitiveness;<br>A Criticalsurvey            |
| 闽滋                        | 国际竞争力被定义为劳动、资本、技术等<br>要素的吸引力                                                                                                                                             | Competitiveness: Concepts and<br>Measures                     |

资料来源:姜爱林.竞争力与国际竞争力的几个基本问题[J].经济纵横,2003(11):51-52.