

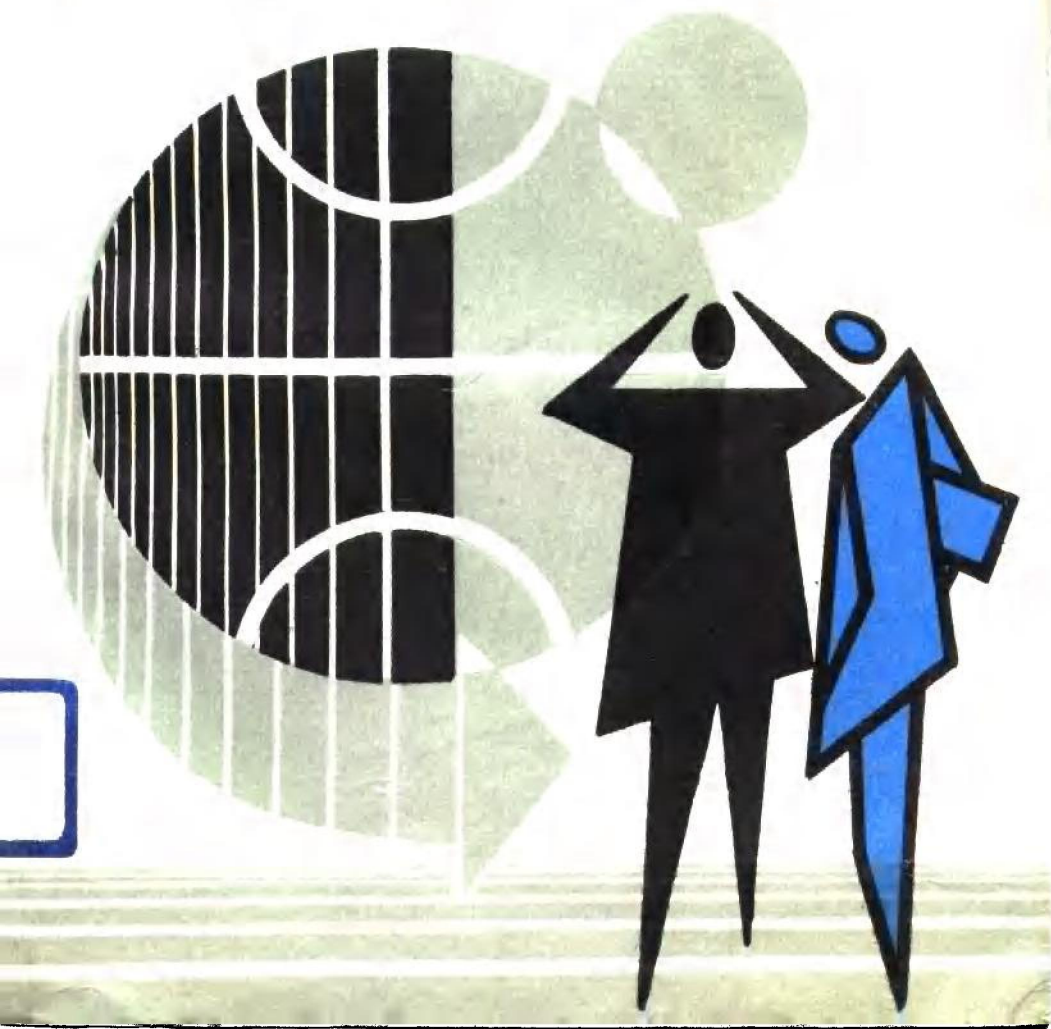
中国展望出版社

走向世界

——中国企业发展大趋势

主 编 王守安

副主编 王劲松



走向世界

——中国企业发展大趋势

主 编 王守安

副主编 王劲松

中国发展出版社

一九八九年·北京

内 容 提 要

《走向世界——中国企业发展大趋势》分上编和下编两部分。上编作者从理论上系统阐述了企业国际化经营的必要性、可能性、模式、渠道、策略和措施；下编阐述了我国部分优秀企业的外向型发展战略模式。

走向世界——中国企业发展大趋势

主编 王守安 副主编 王劲松

●
中国对外出版社出版

(北京西城区太平桥大街4号)

吉林省物资学校印刷厂印刷

新华书店北京发行所发行

开本850×1168毫米 1/32 印张10 字数254(千)

1989年5月北京第1版 1989年5月第1次印刷

印数1—5000

ISBN 7-5050-0537-5/F·244 定价4.50元

编写人员

主 编	王守安		
副 主 编	王劲松		
编写成员	徐有泮	左长林	王果青
	杨守文	张自友	李成玉
	李圣华	宋兆滨	赵春学
	刘文德	刘庆波	吴 文

前 言

中国企业向哪里发展？这不仅是企业界十分关心的问题，而且也是理论界十分关注的大课题。中国企业在中国跨越了漫长的历史长河，经过创建、组合与发展，已经由简单的手工操作发展到现代化生产手段的应用；由手工作坊发展到现代化大工厂；由一家一户的个体经营发展到百人、千人、乃至上万人共同经营的生产群体；由自产自用的自然经济的载体发展到为社会提供产品并进行交换的商品经济的载体。毫无疑问，中国企业在经过了几个社会发展阶段以后，已经有了飞跃性的发展，并成为中国社会经济生活中的重要组成部分。新中国成立后，企业开始具有社会主义的本质和特征，因而充满了生机和活力。经过40年的建设与发展特别是经过10年的改革，中国企业内部机制进一步完善，并出现了新的飞跃性的发展。可以预见，随着企业改革的深化，中国企业作为独立经营的经济实体必将得到更大的发展，并将在国民经济发展中发挥更大的作用。那么，今后中国企业向哪里发展呢？这正是本书试

图回答的问题。我们对中国企业未来发展趋势的研究，不完全是指上述意义上的发展，即不是从企业内部经营、管理和生产角度去研究，对此，已有过许多学者进行了精辟的阐述，我们试图从中国企业经营的地域上进行时空性的探讨和研究。

中国企业在960多万平方公里的土地上，已经经营了数千年，那么是否永远固守家园，而不探求拓宽新的生产经营区域呢？这个问题，人们并没有真正从理论和实践结合上给予深刻的认识。我们认为，中国企业不能走闭关锁国的道路，应当跨越国界，走向世界，实现国际化经营，这是中国企业发展的趋势。一个国家的企业不仅局限于本国内的生产和经营，而且还要进入国际市场进行国际化生产和经营，这是社会化大生产发展规律决定的，是世界范围内商品经济发展的必然产物，是社会分工的结果。到国外去经营，这已经成为世界上许多国家所走的一条成功道路。那些经济发达的国家，较早地将企业推向世界，并且有了突飞猛进的发展，已经把我们远远地甩在了后面。如果我们不思进取，不开阔视野，不拓宽经营领域，不主动地进入国际市场，只在国内争有限的资源、有限的市场，在内部互

相竞争，那么，中国的企业要想有更大的发展，要想赶上并超过世界先进水平，无疑于是一种梦幻。其结果，我们没有走出去，而人家则冲进国门，争我们的原料，争我们的市场，争我们的人才。如果发展到这一步，与其说中国的企业没有发展，不如说是在倒退。当然，国际上各国企业之间的经济往来是必然的，互相投资，互建工厂，是正常的。但是只有输入而无输出，只让人家进，没有我们出，长此下去，我们将在新的世界经济大战中打败仗。因此，本书极力主张驱动企业走向世界，尽快进入国际市场。中国企业走向世界应当在若干年内形成一股不可遏止的大潮流，这股潮流涌向世界，让中国企业渗入各个国家之中。当这股潮流汹涌澎湃地涌向世界时，则意味着中国企业已攀上了新的历史高峰，中国经济也会同时得到新的大发展。我们认为，这个大趋势必将到来。让中国企业走向世界，在国际市场激烈竞争中立足并得到发展，并不是一件容易的事情，需要十几年、甚至几十年或更长时间的艰苦奋争，才有可能使这一趋势变为现实。

中国企业如何才能实现走向世界的愿望呢？本书分上下两篇论证了这一问题。上编从理论上阐述并分析了中国企业发展的趋势；下编则从实

践上对某一个企业如何走向世界的问题进行了分析和探讨。全书从我国的国情和企业的实际情况分析入手，对中国企业进入国际市场，实现国际化经营的必然性进行了理论上的阐述；对于国内外经济为中国企业进入国际市场提供的机遇、条件和制约因素进行了分析，使人们感知中国企业走向世界的机遇与挑战并存；对中国企业进入国际市场的渠道及方式进行了介绍，并对如何选择最佳渠道和方式进行了探讨；本书重点研究了中国企业外向型经济发展战略模式。本书不赞同固守某一种战略模式，也不赞同多元化的组合战略模式，而是从企业发展的动态分析出发，提出了“梯度推进”战略模式，即由低向高、由浅入深的一种战略向另一种战略推进的构想；本书最后对实施企业外向型经济发展战略，使企业顺利地进入国际市场的策略和措施进行了对策研究。上述问题的研究，既有整体研究，即把中国企业作为一个整体去研究，又有个体研究，即对某一个企业进行单一研究。事实上，任何一种理论或战略构想，只能起到原则上的指导作用，而具体落实到一个企业还有许多问题进行详细的探讨。本书注重了后者，因此，请来国内较有影响的企业家，对本企业如何发展外向型经济，如何进入国

际市场的具体问题进行了探讨，这是很有意义的。在参加本书编写的企业中，有工业企业，也有外贸企业；有重工业企业，也有轻纺工业企业；有中央所属企业，也有地方所属企业。有的企业已步入国际市场，在国际化经营中已迈出了成功的第一步；有的企业已开始起步，并已构思出本企业对外发展的总体设想。上述企业是我国比较有代表性的企业，他们的经营、设想，无疑会对更多的企业顺畅地进入国际市场有指导性的帮助和启迪。中国企业发展大趋势，是一个涉及面很广泛的大课题，尽管我们仅从进入国际市场一个侧面进行了探讨，也只能是初步的，非常粗浅的。本书只能作为一个开端，相信会有更多的学者和企业家，对此进行高层次的研究和探讨，我们愿意和大家一起将中国企业发展趋势问题的研究工作推向新阶段，为我国企业的发展共同努力！

目 录

前 言

上 编

一、国际化经营：中国企业发展的目

标导向..... (1)

(一) 生产社会化的客观要求..... (1)

(二) 世界现代经济发展的必然趋势..... (6)

(三) 我国经济发展的需要..... (9)

二、机遇与挑战：中国企业国际化经营

的大环境..... (15)

(一) 机遇——中国企业走向世界的诱因..... (15)

(二) 挑战——中国企业走向世界的屏障..... (20)

三、梯度推进：中国企业外向型经济

发展战略模式..... (25)

(一) 进出口战略——进口替代战略向出口导向战
略推进..... (26)

- (二) 产业战略——劳动密集型战略向资金技术密集型战略推进…………… (30)
- (三) 资金战略——引进外资战略向投资导向战略推进…………… (34)
- (四) 区域战略——沿海地区带动内地…………… (37)

四、进入国际市场的渠道：中国企业国

际化经营的形式及选择…………… (40)

- (一) 进入国际市场渠道的认识…………… (40)
- (二) 中国企业进入国际市场渠道的选择…………… (48)

五、制定策略：筑起通往世界的成功

之路…………… (52)

- (一) 市场营销策略——集中市场与多元化市场并进…………… (52)
- (二) 出口产品策略——优化产品结构…………… (59)
- (三) 价格与质量策略——灵活性…………… (62)
- (四) 引进技术策略——走技贸结合的路子…………… (66)
- (五) 组织推进策略——大兵团协同作战…………… (69)

六、制定措施：为企业走向世界插上腾

飞的翅膀…………… (75)

- (一) 强化企业外向意识和竞争意识…………… (75)
- (二) 加强国际经营信息的收集和传递…………… (76)
- (三) 按国际惯例办事…………… (77)

(四) 重视外向型人才的培养…………… (80)

(五) 加强宏观管理…………… (81)

下 编

七、让中国电线电缆走向世界：电缆生

产企业外向型经济发展模式…………… (83)

(一) 历史的回顾…………… (83)

(二) 位居的劣势和潜在的优势…………… (85)

(三) 面临的市场环境和外向型经济发展战略
设想…………… (90)

(四) 可行的对策和相应的措施…………… (103)

八、让变压器在国际市场竞争中求发展：

变压器生产企业外向型经济
发展模式…………… (108)

(一) 正确认识国际贸易市场形势，增强发展外向
型经济的紧迫感…………… (109)

(二) 正确对待有利因素和不利因素，扬长避短，
抓住机遇…………… (110)

(三) 选准市场，抓住重点，在竞争中开拓国际
市场…………… (113)

(四) 充分利用地利、人和之优势，牢固占领国
内外贸易市场…………… (114)

(五) 全面提高企业素质，加速外向型企业
建设…………… (116)

九、实施全球战略：轻合金加工企业外

向型经济发展模式 (120)

(一) 历史的回顾 (121)

(二) 优势与劣势的分析 (122)

(三) 实施全球战略的构想 (135)

十、以进带出，以出养进：航空企业外

向型经济发展模式 (141)

(一) 历史的回顾 (141)

(二) 发展外向型经济的优势与劣势 (145)

(三) 发展外向型经济的战略构想 (150)

(四) 航空企业发展外向型经济的对策 (155)

十一、立足国内，走向世界：石油化工

企业外向型经济发展模式 (163)

(一) 科学决策 (164)

(二) 扬优势，弃劣势，筑通跻身世界之路 (168)

(三) 树立新观念，迎接新挑战 (173)

十二、推出名优产品，占领国际市场：造

纸企业外向型经济发展模式 (177)

(一) 发展外向型经济是振兴造纸工业的重要
途径 (178)

- (二) 发展外向型经济的有利条件和不利因素…… (182)
- (三) 造纸企业发展外向型经济的战略构想…… (186)
- (四) 造纸企业发展外向型经济的对策与措施…… (191)

十三、在国内与国际经济的双循环中求

发展：炭素企业外向经济

发展模式…… (197)

- (一) 以敏锐开阔的视野，感知企业面临的全新使命…… (198)
- (二) 以开拓求实的精神，谋化进入国际市场的战略构想…… (201)
- (三) 以切实有效的战略措施，铺筑通向国际市场的成功之路…… (203)

十四、企业腾飞的新路子：毛纺企业外

向型经济发展模式…… (207)

- (一) 历史的启示…… (207)
- (二) 发展外向型经济的战略依据…… (211)
- (三) 发展外向型经济的战略构思…… (215)
- (四) 发展外向型经济的战略对策…… (219)

十五、走出国门，跻身世界市场：棉纺

企业外向型经济发展模式…… (224)

- (一) 发展外向型经济的可能性…… (225)
- (二) 发展外向型经济的必要性…… (227)

- (三) 发展外向型经济的战略构想…………… (231)
- (四) 发展外向型经济的战略措施…………… (233)

十六、乘时用势，走向世界：森林工业

企业外向型经济发展模式…………… (239)

- (一) 回顾过去——成绩虽在，但仅是“零”的突破…………… (239)
- (二) 面对现实——虽有“机遇”，但挑战与之并存…………… (242)
- (三) 确立战略——立足于辨析“优势”和“劣势”…………… (245)
- (四) 采取对策——认真处理好“五大关系”…… (249)

十七、发挥优势，建立产品出口体系：森

林工业企业外向型经

济发展又一模式…………… (253)

- (一) 发展外向型经济的回顾…………… (253)
- (二) 发展外向型经济大有可为…………… (255)
- (三) 发展外向型经济的战略构想…………… (259)
- (四) 发展外向型经济的措施与对策…………… (262)

十八、为纺织品走向世界铺路架桥：外贸

企业发展模式…………… (267)

- (一) 历史的回顾…………… (267)
- (二) 全新的使命…………… (270)

(三) 基本条件.....	(272)
(四) 战略构想.....	(278)
(五) 战略对策.....	(279)
(六) 职工培训.....	(294)
后 记.....	(296)

一、国际化经营：中国企业发展的目标 导向

让中国企业走向世界，发展外向型经济，实现生产经营国际化，这是中国企业进入80年代后的新趋向，也是中国企业今后发展的必然趋势。通过实施外向型经济发展战略，驱动中国企业越出国界，向世界延伸，乃至建立中国的国际性企业，即中国的跨国公司或跨国企业集团，不仅是企业自身发展的需要，而且也是整个国民经济发展的需要。它符合并反映了社会生产力发展规律，是生产社会化、国际化和商品经济发展的要求，反映了我国经济发展，特别是对外开放的需要，适应了国际分工和世界经济格局的变化。可以预见，加入国际经济发展行列的中国企业，必将发挥作为推动我国现代化建设车轮的“引擎”作用，并将在国际经济舞台上释放出更大的能量。

（一）生产社会化的客观要求

我国在发展外向型经济的过程中，让企业走向世界，实行国际化经营，这是生产社会化的必然产物和客观要求，是在世界范围内实现生产经营国际化的必然结果。在商品经济条件下，随着生产社会化程度的不断提高，任何民族国家都有着向生产国际化发展的趋势。社会化大生产的一个根本特点就是交换的扩大和各国间经济联系的加深。由于各种原因，没有一个国家能够拥有发展本国经济所需要的全部资源、资金和技术，任何一个国家都需