



企业蓝皮书®

LUE BOOK OF CHINA'S ENTERPRISES

中国企业竞争力报告 (2010)

金融危机冲击下的企业竞争力

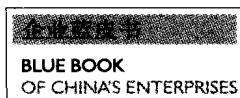
权威机构 · 品牌图书 · 每年新版

ANNUAL REPORT
ON CHINA'S ENTERPRISES
COMPETITIVENESS
(2010)



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

2010
版



中国企业竞争力报告 (2010)

金融危机冲击下的企业竞争力



社会科学文献出版社
SOCIAL SCIENCES ACADEMIC PRESS (CHINA)

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业竞争力报告. 2010, 金融危机冲击下的企业竞争力/
金碚主编. —北京: 社会科学文献出版社, 2010. 11
(企业蓝皮书)
ISBN 978-7-5097-1908-4

I. ①中… II. ①金… III. ①企业经济-市场竞争-研究
报告-中国-2010 IV. ①F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 213011 号

企业蓝皮书

中国企业竞争力报告 (2010)

——金融危机冲击下的企业竞争力

主 编 / 金 碚

出 版 人 / 谢寿光

总 编 辑 / 邹东涛

出 版 者 / 社会科学文献出版社

地 址 / 北京市西城区北三环中路甲 29 号院 3 号楼华龙大厦

邮政编码 / 100029

网 址 / <http://www.ssap.com.cn>

网站支持 / (010) 59367077

责任部门 / 皮书出版中心 (010) 59367127

电子信箱 / pishubu@ssap.cn

项目经理 / 邓泳红

责任编辑 / 丁 凡 蔡继辉

责任校对 / 王洪强

责任印制 / 蔡 静 董 然 米 扬

品牌推广 / 蔡继辉

总 经 销 / 社会科学文献出版社发行部

(010) 59367081 59367089

经 销 / 各地书店

读者服务 / 读者服务中心 (010) 59367028

排 版 / 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷 / 北京季蜂印刷有限公司

开 本 / 787mm × 1092mm 1/16

印 张 / 27.5

字 数 / 484 千字

版 次 / 2010 年 11 月第 1 版

印 次 / 2010 年 11 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5097-1908-4

定 价 / 69.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误,
请与本社读者服务中心联系更换



版权所有 翻印必究

法律声明

“皮书系列”（含蓝皮书、绿皮书、黄皮书）为社会科学文献出版社按年份出版的品牌图书。社会科学文献出版社拥有该系列图书的专有出版权和网络传播权，其 LOGO（) 与“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称已在中华人民共和国工商行政管理总局商标局登记注册，社会科学文献出版社合法拥有其商标专用权，任何复制、模仿或以其他方式侵害（) 和“经济蓝皮书”、“社会蓝皮书”等皮书名称商标专有权及其外观设计的行为均属于侵权行为，社会科学文献出版社将采取法律手段追究其法律责任，维护合法权益。

欢迎社会各界人士对侵犯社会科学文献出版社上述权利的违法行为进行举报。电话：010-59367121。

社会科学文献出版社

法律顾问：北京市大成律师事务所

本书特别说明

本书是中国社会科学院产业与企业竞争力研究中心研究人员根据中国产业及企业的统计与调查数据所作的学术研究成果。本书内容及附录是对企业竞争力的研究及监测结果，而不是一般意义上的排行榜，也并非投资指南。

企业蓝皮书编撰委员会

主 编 金 碚

副 主 编 李 钢

中国社会科学院中国产业与企业竞争力研究中心撰稿专家

(按姓氏笔画排序)

王 磊	王佳佳	王燕梅	田利华	刘戒骄
刘 昶	李 钢	李鹏飞	李新娥	杨维富
张其仔	张晓雪	张航燕	陈 志	陈晓东
范 辉	金 碚	原 磊	党 鹏	黄群慧
梁泳梅	寇建东	董 军	董敏杰	廖建辉
薛 凌				

中国社会科学院中国产业与企业竞争力研究中心数据及资料组

组 长 杜培枫 李学宾 王伟华

成 员 邓 娴 高 楠 李丽娟

主要编撰者简介

金碚 经济学博士。中国社会科学院工业经济研究所研究员，所长；中国社会科学院研究生院教授，博士生导师。中国经营报社社长。*China Economist*（英文·双月刊）主编。

已出版《宏观筹资与经济发展》、《中国工业化经济分析》、《中国工业国际竞争力——理论、方法与实证研究》、《何去何从——当代中国的国有企业问题》、《中国工业化的道路》、《产业组织经济学》、《国有企业根本改革论》、《报业经济学》、《竞争力经济学》、《新编工业经济学》、《竞争秩序与竞争政策》、*The International Competitiveness of Chinese Industry* 等学术著作 30 多部。主持编写中国社会科学院工业经济研究所《中国工业发展报告》（年度）、《中国企业竞争力报告》（年度）。科研成果中有 15 项获全国精神文明“五个一工程”著作奖、中国出版政府奖、中国社会科学院优秀成果奖、中国图书奖、孙冶方经济科学奖等国家级和部级优秀成果奖。并被授予多项个人奖励和荣誉。

兼任中国工业经济学会副会长，中国区域经济学会副会长，国家新闻出版总署报业管理专家顾问，中华人民共和国卫生部管理专家委员会委员。

内容摘要

2008 年席卷全球的经济危机，使全世界几乎所有的经济体和企业都面临了巨大挑战。在危机的发源地美国，即便是一些世界级的大企业大集团也难以幸免于难而无奈倒闭。巨大的冲击使各个国家都出现了不同程度的经济衰退。为了走出危机，各国政府采取了一系列强有力的宏观调控措施，各国企业也使出浑身解数以求在危机中生存和发展。在这样的背景下，我们很欣慰地看到，2009 年，中国在世界经济中率先复苏，中国的产业与企业国际竞争力不仅没有下降，还获得了提升。因此，人们迫切地想知道，由危机所揭示的经济规律是什么，在经济危机的冲击之下，什么才是行之有效的企业竞争力提升之道。

本报告认为，对于中国而言，这场危机也许不完全是一件坏事，至少危机使那些不顾国情而盲目谈产业升级的人开始反思中国目前发展的方向与道路是什么。在危机中，中国工业表现良好，不仅快速恢复了生产，而且国际竞争力也得到了进一步提升。我们认为，中国经济能在本次全球经济危机中率先复苏，最重要的原因有两条：一是中国宏观经济政策对经济危机的快速反应及有力执行；二是中国企业积极应对危机。中国有一大批创业型企业家，拥有很强的对企业的控制力和对市场变化的敏感力，从而能够帮助企业在经济波动中争取主动，把企业的决策快速转变为企业的行动，从而迅速有效地应对危机。可以说中国企业家群体的表现也是中国经济率先复苏的重要微观基础。在后危机时代，中国的制造业将面临气候变化与重化工业加速发展的挑战、贸易保护主义加速回潮与中国出口增长压力加大的挑战，以及比较优势变化与产业升级的挑战。但是，我们仍然对中国经济在今后 15~20 年内保持高速增长怀有信心。因为，中国人均 GDP 相对发达国家要低很多，中国在相当长的时间内仍旧是发展中国家；而且中国经济快速发展也具有组织保护（政府的执行能力）和人力资源的基础。可以说，经过本次金融危机的冲击，中国经济的发展基础更加坚实；“后危机时期”，中国企业竞争力提升步伐也将更快。

利用上市公司 2009 年年报和 2010 年半年报财务数据指标,《中国企业竞争力报告(2010)》对 1151 家上市公司的竞争力进行了跟踪和监测。从最新的监测结果来看,1151 家上市公司的基础竞争力继续呈现明显的梯队结构。和 2009 年监测结果相比,上市公司的规模竞争力水平出现回升,但是效率竞争力和增长竞争力水平均有所下降。这一方面说明在国外金融危机冲击和国内刺激政策双重作用下,中国上市公司顽强应对外部市场环境变化的效果显现,另一方面也说明中国上市公司无论是在经营效率还是在调整产业结构实现平稳增长方面,都尚未摆脱危机影响。上市公司竞争力整体水平有所下滑,但也有部分规模较小、富有效率、增长迅猛的上市公司敏锐地捕捉到经济调整中出现的发展机遇,实现了跨越式发展,提升了中国上市公司的整体竞争力,相比之下,部分规模庞大的传统强势上市公司,在应对复杂多变的外部环境方面则略逊一筹。

从综合竞争力百强的行业分布来看,百强公司主要集中在机械行业、石油化学塑胶塑料业、房地产业、医药生物制品业和批发零售贸易业。另一方面,中国区域竞争力出现了不同程度的变化,在广东、北京、上海、山东等省份仍然保持区域竞争力突出优势的同时,西藏、河南、内蒙古等省份的竞争力得到了明显提升,而宁夏、新疆等省份的竞争力则相对下滑。

本报告不仅对热点行业的企业竞争力进行了分析,还对三一重工、金风科技、上海汽车的企业竞争力进行了深度的案例研究。

目 录



第一篇 总论

第一章	企业竞争力监测的理论与方法	金 砫	李 钢 / 001
第二章	后金融危机时期的企业竞争力及经济前景	金 砫	李 钢 / 010
第三章	企业竞争力监测结果分析总报告	黄群慧	李新娥 / 023

第二篇 行业

第四章	采掘业与冶炼行业企业竞争力分析	张其仔	王 磊 / 048
第五章	能源行业企业竞争力分析		李鹏飞 / 068
第六章	化工行业企业竞争力报告	张晓雪	刘戒骄 / 086
第七章	纺织行业企业竞争力分析		梁泳梅 / 112
第八章	机械行业企业竞争力分析		王燕梅 / 144
第九章	汽车行业竞争力分析	刘 昶	原 磊 / 168
第十章	电子信息产业竞争力分析		陈 志 / 185
第十一章	房地产业企业竞争力分析	陈晓东	田利华 / 207
第十二章	金融行业企业竞争力分析	范 辉	王佳佳 / 224
第十三章	文化产业企业竞争力分析		杨维富 / 250

第三篇 企业

第十四章	三一重工：“重剑”长舞的秘诀	党 鹏	/ 270
------	----------------------	-----	-------



第十五章	金风科技：从高速成长到耐力长跑	董 军 / 282
第十六章	上海汽车：自主创新之路	寇建东 薛 凌 / 295

第四篇 专题

第十七章	金融危机以来中国产业国际竞争力的变化趋势	董敏杰 / 307
第十八章	吸引外资与中国产业竞争力的提升	梁泳梅 / 319
第十九章	“走出去”战略与中国产业竞争力提升	张航燕 / 331
第二十章	中国企业生存状况与环境调研	李 钢 廖建辉 / 341

附 录

附录一	2010 年沪深两市主板上市公司竞争力 300 强	/ 361
附录二	2010 年沪深两市主板上市公司基础竞争力监测标准值	/ 371
附录三	2010 年中小板公司基础竞争力监测标准值	/ 405
附录四	2010 年创业板公司基础竞争力监测标准值	/ 418

皮书数据库阅读使用指南



CONTENTS



I General Review

- Chapter 1 Theory and method for enterprise competitiveness
monitoring *Jin Bei, Li Gang / 001*
- Chapter 2 Prospect of Chinese enterprises' competitiveness
in the post-crisis era *Jin Bei, Li Gang / 010*
- Chapter 3 General report on the monitoring result
of enterprise competitiveness *Huang Qunhui, Li Xin'e / 023*

II Industry

- Chapter 4 Enterprise competitiveness analysis of the mining
and smelting industry *Zhang Qixi, Wang Lei / 048*
- Chapter 5 Enterprise competitiveness analysis of the energy industry
Li Pengfei / 068
- Chapter 6 Enterprise competitiveness report of the chemical industry
Zhang Xiaoxue, Liu Jiejiao / 086
- Chapter 7 Enterprise competitiveness analysis of the textile industry
Liang Yongmei / 112
- Chapter 8 Enterprise competitiveness analysis of the machinery industry
Wang Yanmei / 144



- Chapter 9 Enterprise competitiveness analysis of the auto-industry
Liu Chang, Yuan Lei / 168
- Chapter 10 Enterprise competitiveness analysis of the electronic
information industry
Chen Z. / 185
- Chapter 11 Enterprise competitiveness analysis of the real
estate industry
Chen Xiaodong, Tian Libua / 207
- Chapter 12 Enterprise competitiveness analysis of the
financial industry
Fan Hui, Wang Jiajia / 224
- Chapter 13 Enterprise competitiveness analysis of the cultural industry
Yang Weifu / 250

III Enterprises

- Chapter 14 The secret of SANY group
Dang Peng / 270
- Chapter 15 Xinjiang Goldwind Science & Technology: from fast
growth to endurance racing
Dong Jun / 282
- Chapter 16 Shanghai Automotive Industry Corporation:
Independent innovation
Kou Jiandong, Xue Ling / 295

IV Special topics

- Chapter 17 Changes of Chinese industry's international competitiveness
since the financial crisis
Dong Minjie / 307
- Chapter 18 The relationship between attracting foreign investment
and enhancing the competitiveness
of China's industry
Liang Yongmei / 319
- Chapter 19 The relationship between "Go global" strategy and enhancing
the competitiveness of China's industry
Zhang Hangyan / 331
- Chapter 20 The latest survey of the international competitiveness
of Chinese enterprises
Li Gang, Liao Jianhui / 341



Appendix

Appendix 1	2010 Top 300 Competitive Companies Listed on the Main Board of Shanghai and Shenzhen Stock Markets	/ 361
Appendix 2	2010 Standard Value of Monitoring of the Basic Competitiveness of Companies Listed on the Main Board of Shanghai and Shenzhen Stock Markets	/ 371
Appendix 3	2010 Standard Value of Monitoring of the Basic Competitiveness of Companies Listed on the SME Board of Shenzhen Stock Markets	/ 405
Appendix 4	2010 Standard Value of Monitoring of the Basic Competitiveness of Companies Listed on the Growth Enterprise Market of Shenzhen Stock Markets	/ 418

第一篇 总论



I GENERAL REVIEW

第一章 企业竞争力监测的理论与方法

金 碚 李 钢

从 2003 年起，以中国社会科学院工业经济研究所专家及以其为主体的中国社会科学院产业与企业竞争力研究中心与中国经营报社共同开始进行企业竞争力监测项目，截至目前，连续 7 年对中国企业竞争力进行监测。通过对企业竞争力的监测，发现中国企业竞争力的现状和变化趋势，以及与企业竞争力相关的重要现象和问题，发布了企业竞争力项目的研究成果，从而能更好地帮助企业提升竞争力。2010 年是第 8 次发表研究报告。本年度的中国企业竞争力报告以 2010 年企业竞争力监测结果为背景，专注于探讨金融危机冲击下的中国企业竞争力的提升之道。

企业竞争力研究主要集中于两个方面，即企业竞争力表现的测评与企业竞争力源泉的探求。当然，这两个方面也不是完全独立，在监测过程中可能会发现一些新的问题，从而促进我们进一步研究企业竞争力来源及其变化趋势；对企业竞



争力来源进行研究，也有助于我们对竞争力的概念及表现形成有更深入的理解，从而推进企业竞争力研究的理论进展和形成更科学的监测方法。

一 竞争力的概念、源泉与表现

在我们的研究中将企业竞争力定义为：在竞争性市场中，一个企业所具有的能够持续地比其他企业更有效地向市场提供产品或服务，并获得盈利与自身发展的综合素质和条件。企业竞争力是企业生存和发展的长期决定因素。当然，企业经营的成败也不是唯一地由其竞争力所决定，例如，市场条件（特别是市场的非经济性垄断和封闭）和机遇、外部环境的偶然性变动、企业决策的不确定性后果等也会对一个企业经营的成败产生重大的甚至是决定性的影响。但是，从科学的意义上说，竞争力是决定企业经营成败和命运的所有因果关系中最基本和最关键的因素。

竞争力是一个非常复杂的现象，竞争力可以不同的假设条件为前提，从不同层面进行分析和研究。那么，在理论上如何解释为什么一些企业能够长期地比另一些企业拥有更高的市场占有率和盈利率呢？经典的主流经济学所进行的研究和分析是以假定“企业同质”为基本逻辑前提的，即假定企业都是具有经济人理性的、精于计算的，并按微观经济学的原理和方法进行决策和行动。但竞争力研究的目的是要解释“企业异质”，即为什么有些企业竞争力强，有些企业竞争力弱；或者，什么样的企业能够具有长久的竞争力，什么样的企业一定不会有竞争力。在经济学领域内，竞争力的实质就是经济效率或者生产率的差异，对竞争力的经济学研究主要集中于：成本—价格和差异化现象。如果引入不确定性则可以延伸到对“企业家”的创新和承担风险能力的研究。如果将竞争力研究深入到企业内部，进入管理经济学和企业经济学的领域，则形成了经济学同管理学相结合的研究范式。而当深入到对竞争力的一些原生性因素的研究，即探讨企业“核心能力”时，则是将经典经济学所不涉及的因素——理念、价值观、文化等非理性因素引入了竞争力研究领域。

企业竞争力监测则是试图以数量化的方法，对企业竞争力的总体及分类状况进行全景式的观察和分析。考虑到数据的来源和质量，起先我们的监测以国内上市公司为起点和基础，希望通过对上市公司竞争力的监测分析，获得对中国企业竞争力管中窥豹的影像，进而将分析研究的视野逐步扩大到更广的范围。从 2006 年起我



们企业竞争力监测已经不再局限于国内上市公司，也包括部分非上市企业；从 2007 年起，我们的研究范围进一步扩大，即把监测范围逐步扩大到海外上市公司。这将使得企业竞争力研究建立在更广泛的企业竞争力监测的数据基础之上。

用数字说话，即用数字来反映企业竞争力状况，是人们对竞争力分析和评价的一个普遍的期望，因为人们相信：数字胜于强辩，没有数字就没有说服力。从连续四年的中国企业竞争力监测成果可以看到，对企业竞争力状况进行持续的量化观察，从数字分析入手，进行全景式研究，进而发现具有重要意义的倾向性现象和问题，引导进一步的深入研究，是一条非常有价值的竞争力研究路线。但企业竞争力监测的目的不仅是监测出企业竞争力的强弱，更重要的是分析出企业竞争力强弱的原因。因而我们不仅利用显示性指标对企业的竞争力进行监测，还希望能探求不同企业竞争力差距存在的原因，从而帮助企业提升竞争力。在前三年对企业竞争力进行监测过程中我们积累了大量的企业竞争力的数据与资料，也不断完善了我们的监测方法；从 2006 年起企业竞争力项目开始更加注重研究竞争力来源，每年针对一个问题进行深入而全面的研究。今年（2010 年）企业竞争力报告的主题是探求金融危机冲击下的中国企业竞争力的提升之道。从 2007 年下半年开始的次贷危机，到 2008 年下半年已经演化成全球性的金融危机。最近的数据显示，美国从 2009 年第三季度已经从本轮危机上开始复苏；2009 年中国 GDP 9.1% 的增长率也表明中国已经在本轮危机中率先复苏。经过本轮金融危机，中国的产业与企业的国际竞争力不仅没有下降，而且得到了进一步提升。因而我们希望通过检测数据对金融危机的冲击下中国企业竞争力提升的原因和路径进行深入分析和研究。

二 竞争力监测的理论与方法

（一）竞争力监测基本逻辑

企业竞争力测评或监测的基本逻辑是：首先要尽可能地用比较综合性的测评指标，特别是具有显示性的指标，把企业在市场竞争中的业绩即竞争力的结果表现出来，这是企业竞争力强弱的最终的显示性的表现。就像比赛打球一样，得分多少是运动员或者球队竞争力的显示性表现。你打赢了，得了更多的分，就是你竞争力的显示性指标，可以直接地说明你有较强的竞争力。