

Strategies for Chinese
Enterprises Going Global

提高企业

张晓堂 ◆ 著

国际竞争力

Strategies for Chinese
Enterprises Going Global



经济科学出版社
Economic Science Press

提高企业国际竞争力

STRATEGIES FOR CHINESE

- ◇ 什么是企业国际竞争力?
- ◇ 如何评价企业的国际竞争力?
- ◇ 是什么决定着企业国际竞争力?
- ◇ 中国企业如何培育和提高自己的国际竞争力?
- ◇ 正确认识企业的差异, 本着具体情况具体分析的原则, 研究提高中国企业国际竞争力的实施方略。

ISBN 7-5058-5210-8



9 787505 852105 >

ISBN 7-5058-5210-8

F·4478 定价: 45.00 元

F279.23
Z216

Strategies for Chinese
Enterprises Going Global

提高企业 国际竞争力

张晓堂 ◆ 著



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

提高企业国际竞争力 / 张晓堂著. —北京: 经济科学出版社, 2005. 11

ISBN 7-5058-5210-8

I. 提... II. 张... III. 企业经济-国际市场-市场竞争-研究-中国 IV. F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 119069 号

责任编辑: 莫霓舫

责任校对: 王肖楠

版式设计: 代小卫

技术编辑: 邱 天

提高企业国际竞争力

张晓堂 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100036

总编室电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京欣舒印务有限公司印刷

河北三河德利装订厂装订

787 × 1092 16 开 24.25 印张 400000 字

2005 年 11 月第一版 2005 年 11 月第一次印刷

印数: 0001—4000 册

ISBN 7-5058-5210-8/F·4478 定价: 45.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

绪 论

竞争，是一个非常普遍的概念，大千世界，竞争无处不在，物竞天择，适者生存。人类就是在竞争中生存和发展，不但要适应大自然给予人类的现实环境与其它动物争夺生存空间，而且人类社会内部更是充满了纷争，不是表现为尔虞我诈就是表现为兵戎相见，至于和平共处与公平竞争则通常是纯洁善良的人们的一种美好愿望与追求。造物主给予我们地球的资源有限，凡能满足人类欲望的东西总是表现为相对稀缺。然而，古今中外的人们，不论民族、不论男女、不论老少、不论职业、不论贫富、不论文化、欲望却都是无限的。地球提供资源的有限性与人类欲望的无限性，决定了人们竞争的普遍性、持久性和残酷性。

企业，是一种以盈利为目的的经济组织，由形形色色的人们组成，而盈利就是更多地获得社会财富，占有社会财富，享用社会财富，最大限度地填补无底的欲壑，满足自己方方面面的追求、欲望，用经济学家的话说就是提高福利水平。从这个意义上说，企业之间的竞争，更为普遍、更为激烈。中国近代爱国主义思想家、大商人郑观应把企业之间的竞争称之为“商战”，就是对企业激烈竞争的高度概括。中国企业之间有竞争，尽管竞争的起点和终点都不相同，但经历市场经济的时间较短，就竞争程度而言显然没有发达资本主义国家企业之间竞争激烈，国内市场竞争刚刚打了几天价格战就叫苦不迭，稍有风吹草动，政府就百般干预，不让企业破产！如今，中国企业必须面对国内市场开放的现实，与跨国公司展开竞争，对手变了，规则变了，竞争的残酷程度也自然会随之提高。

中国，虽然是一个具有五千多年文明历史的古老国家，也曾辉煌鼎盛，但自明



Contents

绪 论	· 1 ·
第 1 章	
→ 走向世界：国际竞争力的提出	· 1 ·
第 2 章	
→ 界定概念：企业国际竞争力	· 16 ·
第 3 章	
→ 见仁见智：国际竞争力理论	· 33 ·
第 4 章	
→ 一家之言：国际竞争力指标	· 56 ·
第 5 章	
→ 分析强弱：国际竞争力比较	· 78 ·
第 6 章	
→ 推波助澜：发挥政府职能	· 106 ·
第 7 章	
→ 夯实基础：建立现代企业制度	· 144 ·
第 8 章	
→ 抓住灵魂：制定国际竞争战略	· 168 ·

第 9 章	重视前提：选择合适的行业	· 185 ·
第 10 章	找准空间：占据有利的区位	· 198 ·
第 11 章	强化保障：实现最佳规模	· 215 ·
第 12 章	坚持正途：走专业化道路	· 238 ·
第 13 章	把握关键：推进信息化建设	· 260 ·
第 14 章	围绕核心：充分开发利用人才	· 283 ·
第 15 章	深掘源泉：不断技术创新	· 297 ·
第 16 章	牢记根本：优化产品和服务	· 322 ·
第 17 章	突出重点：全面控制成本	· 346 ·

第1章

走向世界：国际竞争力的提出

企业的国际竞争与统一的世界市场水乳交融密不可分，没有企业谈不上企业竞争，没有市场同样不存在竞争；没有统一的世界市场，当然也就无所谓企业的国际竞争；没有企业的国际竞争，无疑也就没有企业的国际竞争力问题。市场经济在向纵深发展，世界经济的一体化在不断强化，企业之间的竞争从狭小的地方市场已经扩展到世界市场，已经从传统的平面竞争走向立体交叉竞争。于是，竞争力的研究从企业经营者的实践感悟成为专家学者的研究对象。竞争力问题一旦提出，就立即引起了人们的普遍关注，并取得了很多研究成果。

一、国际竞争力问题的提出

满足市场需求是企业存在的理由，获得利润是企业追求的根本。国际市场竞争在众多形形色色的竞争者之间展开，因此国际市场争夺战实际上是一场各国企业的“混战”，要在混战中生存和发展就必须具有国际竞争力。

（一）企业国际竞争的激烈化

中世纪末期，欧洲国家诞生了以盈利为目的的经济组织，它们打破了行会的束缚，开始了资本主义性质的生产。18世纪欧洲爆发了以蒸汽机为代表的第一次工业革命，生产力水平极大地提高，纺织、钢铁等工业部门的劳动生产率提高数百倍

不等，工业革命所带来的生产力比此前几十个世纪所创造的生产力总和还要大。工业革命的直接结果就是第一次在世界上建立了近代大机器工业体系，它与以往的手工业生产不同，它本身就是一种世界性的生产。在竞争规律的作用下，资本主义大机器工业需要不间断地扩大再生产，它的庞大的生产能力所创造的商品价值是任何生产国家自身无法实现的，不但堆积如山的庞大商品使国内市场相对狭小，而且大机器工业所需要的原料和材料是任何国家都无法自给自足的。因而，它需要一个不断扩大的市场，这就必然驱使它从国内市场奔向国际市场。换句话说，大机器工业创造了生产国家对世界市场的强烈渴求。棉花、羊毛、矿砂、煤炭、钢铁、棉纱、棉布、机器等生产要素成为国际贸易的主体，资本主义各国扩大再生产已与世界市场密不可分。大机器工业不但使世界市场和国际贸易成为欧美资本主义各国扩大再生产的必备条件，而且还把不同程度闭关锁国的国家卷入世界资本主义经济体系。俄罗斯、日本、印度、中国等许多落后国家和地区，不论封建主义多么强大，也不论文化多有特色，都主动地或被动地进入了世界资本主义经济体系。

世界市场一旦形成，企业竞争就超越了国界，开始了国际竞争，尽管19世纪中叶的世界市场未被开拓的处女地尚多，但企业之间的国际竞争已经在许多领域和层面展开。19世纪下半叶，以发电机、电动机、电灯、电报、电话为代表的第二次科技革命暴发，又极大地推动了世界工业生产的发展，有世界工厂之美誉的英国尽管仍在发展，但这个工厂的大机器相继被法国、美国、德国等其它国家搬走建立了分厂，甚至当时中国的洋务运动也努力模仿欧美国家向中国移植大机器工业，世界各国的经济贸易联系更加紧密。到了19世纪末20世纪初，欧美各国对世界市场已经瓜分完毕，自由资本主义向垄断资本主义过渡，国际间接投资向直接投资过渡，企业之间的平面竞争向立体交叉竞争过渡。

20世纪下半叶，暴发了以电子计算机、生命科学、原子能的和平利用等为代表的第三次科技革命。世界各国纷纷进入了工业化时期，先是日本经济腾飞，随后是亚洲四小龙崛起，亚非拉各国也都不同程度地改革开放，建立起市场经济制度。跨国公司如雨后春笋般地发展起来，据联合国有关机构2003年统计，全球跨国公司已达6.5万多家，其子公司约80多万家，几乎垄断了跨国直接投资（约占全球跨国直接投资的90%），产值已占全球总产值的1/3以上，跨国公司内部和相互贸易已占世界贸易的60%以上，控制世界新技术和知识产权的70%以上。特别是一些巨型跨国公司的实力超过许多发展中国家，甚至相当于若干个国家。有人说世界

前三位富豪的个人资产相当于后数48个国家GDP的总和并非子虚乌有。世界各国企业之间的市场竞争到了空前激烈的程度，大浪淘沙使得企业不得不为生存而苦苦挣扎。1954年美国《财富》评选的10大企业，现如今只有通用汽车和通用电器两家还在龙虎榜上，8家已经被淘汰出局。这说明企业的国际竞争是异常激烈，虽非一定你死我活，但实属残酷无情。

（二）中国已经成为市场经济国家

计划经济时代，中国企业是国营企业，是国有经济单元，不存在市场竞争问题。如果说国有企业之间有竞争，也仅仅是争取国家投资的竞争、企业级别的竞争、完成国家指令性计划的评优竞争、各种荣誉称号的竞争。国有企业虽然也进入世界市场，但根本不计算成本，生产基本上属于政治任务，因而也就无所谓企业的国际竞争，更谈不上什么竞争力问题。

中国从1978年开始的改革开放政策，为私营企业的产生和发展奠定了思想和社会基础，个体工商户迅速发展。国有企业虽然仍是国民经济的重要组成部分，且效益也有明显好转，但已经不是计划经济时代一统天下的局面。个体私营经济在传统观念的鄙视之下、在庞大的国有企业的重压之下、在国家政策的不平等待遇之下、艰难曲折地为自己的发展披荆斩棘。

以广大农村联产承包责任制为起点的改革极大地调动了亿万农民的生产积极性，也造就了最早的一批专业户，随后在城镇涌现出一批个体工商户。人们的收入迅速有了明显的增加，饱尝长期的短缺经济之苦的国人突然间产生了对各种商品的巨大渴求，形成了对各种产品的巨大需求，大量的商业机会随之涌现。20世纪80年代中期，一些个体工商户在工商行政管理局开始申请并获得私营企业的营业执照。但是，计划体制还坚如磐石，政策上对私营经济的限制仍然很多，加之长期的“左”倾思想影响，人们仍然把个体工商户和“做买卖”视为左道旁门甚至是鸡鸣狗盗。所以，初期的个体工商户绝大多数并非远见卓识下的一种追求和选择，十之八九是在没有正当工作和没有稳定收入条件下不得已而为之的一种无奈。许多个体工商户在经营过程中，小本运作，手段原始，弄虚作假，强买强卖，有的甚至接近路劫。然而，最先富起来的一部分人充分利用“双轨制”，在原始资本积累的历史进程中迈出了一步又一步。经过十多年时间，历尽千辛万苦，到90年代初，许多个体工商户积累了远远超出人们想像力的资本，时有“万元户不算户，十万元是

穷户，百万元刚起步，千万元才叫富”的说法。这一时期，中国的私营经济有了初步的发展。

90年代初我国决定建立社会主义市场经济制度。改革迈出了一大步，上了一个新台阶，中国私营企业生存和发展的空间更加广阔。为了适应形势发展，更好地调整新的经济关系，国家修订宪法，将原宪法中“在法律规定范围内的城乡劳动者个体经济，是社会主义公有制经济的补充，国家保护个体经济的合法权力和利益。”修正为“在法律规定范围内的个体经济、私营经济等非公有制经济，是社会主义市场经济的重要组成部分。”从此，中国的私营企业取得了合理合法的身份。随后，从中央到地方都出台了不少鼓励、推动私营经济发展的新政策、新措施，中国私营经济迎来了新的春天。这一时期，一批颇具实力的私营企业集团涌现出来，带动整个私营经济实现快速的发展。进入21世纪以后，私营经济更呈现加速发展的态势，已经成为支撑国民经济的重要力量，目前，国有企业、私营企业、外商投资企业是三分天下各有其一。

实际上，改革开放之初，以个体户面貌出现的新生力量就已经成为市场经济燎原之势的星星之火，就开始孕育着市场经济体系。80年代的“价格双轨制”实际上已经敲响了计划经济的丧钟，在“价格双轨制”的生死攸关的较量中，市场经济充满了无限的生命力，一些国有企业失去了垄断地位。进入90年代，各种所有制的企业都开始自负盈亏，社会生产和资源配置不是由国家的某个政府机构闭门造车，而是由市场这只“看不见的手”在调控。目前，商品市场体系和生产要素市场体系基本建立起来，绝大多数商品和服务价格由市场竞争决定。政府在中国市场经济的健康发展中建立起宏观经济调控体系，基本上实现了从计划指令向主要运用经济手段、法律手段和必要行政手段的转变；从直接调控向间接调控转变，综合运用税收、利率、价格和投资政策等调节经济运行。宏观调节重点由干预微观经济转向调节市场供求总量变动转变。资本、技术和管理等生产要素参与分配的新制度正在形成，各种劳动收入与合法的非劳动收入得到国家保护和社会认可。分配领域坚持以效率和贡献为导向，再分配领域侧重维护社会公正。

国务院研究室副主任江小涓在2004年9月18日中国企业竞争力年会上说，判定一个国家是否属于市场经济国家有三个标准：第一，规则标准。是由政府配置市场资源还是由市场配置资源。中国市场经济的建设过程是逐步推进的，消费品市场的形成和逐步完善，使消费品市场需求决定价格，价格由市场的供需关系决定。不

仅商品的价格由市场供求关系决定，要素的价格也由市场供求关系来决定。目前我国有92%的商品和生产资料的价格是由市场决定的。从各种所有制地位及产权平等的角度来说还不尽如人意，在企业产权交易的层面还存在着不平等。第二，行为标准。企业目标从完成计划到追求利润；企业要对市场要素价格的变化敏感，并对投入要素的组合同步进行调整；亏损企业不能长期存在于市场。第三，绩效标准。绩效标准要求市场经济中，要有不同行业利润平均化的趋势。如果资源不能流动的话，行业之间就不能形成平均利润。各个行业的利润平均化是市场经济要素能否畅通流动的非常重要的标志。从这些标准来判断，中国已经达到了市场经济的基本要求。不单从西方市场经济国家规则来判断，即使加上企业标准和绩效标准，都可以认为中国达到了市场经济的基本要求。

目前，我国已经是一个无可争辩的市场经济国家，进入90年代以来，我国企业所进行的竞争，主要是市场的竞争，近年来，企业争夺市场、争夺顾客的竞争已经到了相当激烈的程度，一轮又一轮的价格大战，一轮又一轮的广告大战，都是市场竞争激烈化的标志。

（三）中国企业已经置身于世界市场

中国封建社会的统治阶级长期奉行重农抑商政策，自然经济居于绝对的统治地位，明代中后期虽然在沿海沿江一带出现了资本主义生产关系的萌芽，但在中国封建社会超稳定的体系内没有打开缺口、长足进展。鸦片战争后，中国五口通商，自然经济开始迅速瓦解，一批买办商人出现在中国社会，外商在中国出现了争夺市场的竞争，同时也出现了中国商人与外国商人之间的竞争。尽管当时中国仅仅有一批在为外商在华推销商品和购买原料材料而形成的所谓买办性质的企业，有一批在洋务运动中出现的军工企业，但在不同企业之间还是有竞争，有时也表现得很激烈。当时的爱国主义商人郑观应在《盛世危言》中提出了“初学商战与外人，继则与外人商战”的警世名言。清末民初，民族资产阶级崭露头角，在以上海为中心的大都市，企业间的竞争是相当激烈的。

抗日战争全面爆发，十年经济建设的良好局面荡然无存，打乱了中国企业健康发展的轨迹，企业的竞争和国际竞争也就相对淡化。抗日战争胜利，灾难深重的中国又陷入内战之中。新中国建立后，欧美各国对新生的中华人民共和国进行封锁扼杀，除了与当时的苏联和东欧国家有调拨性极强的经济建设贸易交往外，中国人民

只能自力更生。随后由于左倾路线占上风，中苏关系又破裂，中国几乎处于闭关锁国的状态。

1978年，中国改革开放，开始打开国门，与世界市场建立日益广泛的联系，逐步融入世界经济体系。经过二十多年的开放，中国的进出口总额已经超过万亿美元大关，成为世界前三大的贸易国，累计利用外资金额也高达数千亿美元，成为发展中国家利用外资最多的国家，外商投资企业已经成为中国先进生产力的代表，为中国的现代化建设在客观上作出了很大的贡献。中国对外经济贸易的依存度越来越高，已经达到70%，对外经济贸易已经成为社会主义现代化建设的必备条件，是扩大再生产不可分割的重要组成部分。1978年以来的进出口额及对外贸易依存度情况见表1-1：

目前，中国市场已经是世界市场的重要组成部分，中国企业不论在国际市场经营还是在国内市场经营，也不论中国企业是否已经意识到，都已经参与到世界市场的角逐之中。中国先是把外国企业“请进来”，经过20多年的先进管理经验的学习和生产能力的积蓄，中国企业开始“走出去”，直接正面参与国际市场竞争。中国加入世界贸易组织，中国市场与全球市场正在迅速融为一体，中国企业不论是否准备就绪，不论是否愿意，都要面对来自全球跨国公司的竞争，可以说中国企业参与全球竞争的时代已经到来。从发展阶段上来说，发达国家已经进入知识经济时代，而我们国家还远远没有完成工业化。由此，我国企业同欧美发达国家相比在很多方面还有一定的差距。早在一个世纪以前欧美国家的企业就已经四海为家到处创业了，而我国绝大多数企业至今也没有走出国门半步；发达的欧美企业由于技术先进已经成为各种产品的标准制定者，而我国企业还不完全了解这些标准；欧美发达国家的企业已经充分尊重知识产权和遵守国际惯例，我国企业还十分缺乏知识产权的保护意识，对国际惯例也是一知半解；欧美发达国家的企业已经完全进入到市场营销观念阶段，而我国企业还基本处在推销与产品观念阶段，只有少数企业开始形成市场营销观念。总之，大部分中国企业在市场环境、政策环境、技术水平、管理理念、资本实力、企业战略、运作模式等各方面均存在着巨大的差距。因此，中国的企业面临着一场“起点不一致，而终点却一致”的生死竞赛。

表 1-1

进出口额及对外贸易依存度

单位：亿元人民币

年 份	国内生产总值	进出口总额	外贸依存度 (%)
1978	3 624.1	355.0	9.80
1979	4 038.2	454.6	11.26
1980	4 517.8	570	12.62
1981	4 862.4	735.3	15.12
1982	5 294.7	771.3	14.57
1983	5 934.5	860.1	14.49
1984	7 171	1 201	16.75
1985	8 964.4	2 066.7	23.05
1986	10 202.2	2 580.4	25.29
1987	11 952.5	3 084.2	25.78
1988	14 928.3	3 821.8	25.60
1989	16 909.2	4 155.9	24.58
1990	18 547.9	5 560	29.98
1991	21 617.8	7 226	33.43
1992	26 638.1	9 120	34.24
1993	34 634.4	11 271	32.54
1994	46 759.4	20 382	43.59
1995	58 478.1	23 500	40.19
1996	67 884.6	24 134	35.55
1997	74 462.6	26 967	36.22
1998	78 345.2	26 850	34.27
1999	82 067.5	29 896	36.43
2000	89 468.1	39 273	43.90
2001	97 314.8	42 183.6	43.35
2002	104 791	51 378.2	49.03
2003	116 694	70 448.2	60.37
2004	136 515	95 496.9	69.95

资料来源：根据《中国统计年鉴》、《中国对外经济贸易年鉴》、中华人民共和国商务部网站相关数据整理计算。

目前世界上绝大多数国家与中国有经济贸易关系,世界 500 强企业中已经有 450 多家来华投资,甚至许多世界一流的大企业把亚太地区总部或研究与开发中心设在中国。截止到 2004 年年底,全国累计批准设立外商投资企业 508 941 家,合同外资金额 10 966 亿美元,实际使用外资金额 5 621 亿美元。

表 1-2

中国实际利用外资金额

单位:亿美元

年 份	金 额	年 份	金 额
1979 ~ 1982	18	1994	338
1983	9	1995	375
1984	14	1996	417
1985	20	1997	453
1986	22	1998	455
1987	23	1999	403
1988	32	2000	407
1989	34	2001	469
1990	35	2002	527
1991	44	2003	535
1992	110	2004	606
1993	275	总计	5 621

资料来源: <http://www.mofcom.gov.cn>。

与此同时,中国的企业也正在走向世界,尽管中国企业在海外投资的总金额还比较少,但增速很快。2003 年中国对外直接投资总额 29 亿美元,扣除对外直接投资企业对外境内投资主体的反向投资,投资净额为 28.5 亿美元,比上年增长 5.5%;2004 年中国对外直接投资总额 55.3 亿美元,扣除对外直接投资企业对外境内投资主体的反向投资,投资净额为 55 亿美元,比 2003 年增长 93%。截至 2004 年,中国累计对外直接投资总额 449 亿美元,扣除对外直接投资企业对外境内投资主体的反向投资,累计对外直接投资净额 448 亿美元。据联合国贸发会议(UNCTAD)发布的 2004 年世界投资报告显示,以 2003 年全球外国直接投资流出存量为基础进行测算,2004 年中国对外直接投资分别相当于全球对外直接投资流量、存量的 0.9% 和 0.55%。

表 1-3 截至 2004 年中国累计对外直接投资净额 448 亿美元中的
前二十位的国家或地区

序 号	国家或地区	累计净额 (亿美元)	百分比 (%)
1	中国香港	303.93	67.84
2	开曼群岛	66.60	14.87
3	英属维尔京群岛	10.89	2.43
4	美国	6.70	1.50
5	中国澳门	6.25	1.40
6	韩国	5.62	1.25
7	澳大利亚	4.95	1.10
8	新加坡	2.41	0.54
9	百慕大群岛	1.85	0.41
10	泰国	1.82	0.41
11	苏丹	1.72	0.38
12	越南	1.60	0.36
13	赞比亚	1.48	0.33
14	日本	1.39	0.31
15	德国	1.29	0.29
16	西班牙	1.23	0.27
17	秘鲁	1.26	0.28
18	墨西哥	1.25	0.28
19	俄罗斯	1.23	0.27
20	马来西亚	1.23	0.27

单位：亿美元

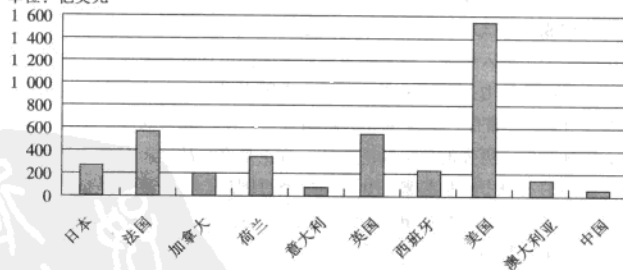


图 1-1 中国与发达国家对外直接投资情况比较

资料来源：2004 年中国对外直接投资数据来源于商务部统计数据，其它国家对外直接投资统计数据来源于联合国贸发会议 2004 年世界投资报告。

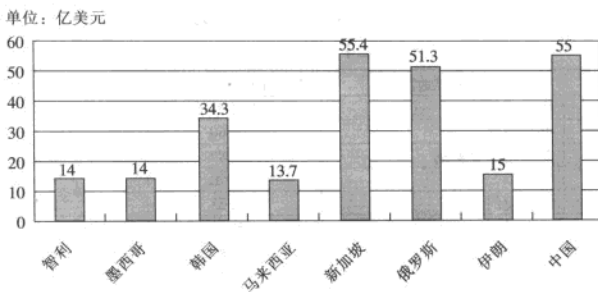


图 1-2 中国与发展中国家对外直接投资比较

由于中国工业化的高度开放性，“国际贸易导向”的国际分工方式正在向“国际投资导向”的国际分工方式发展，比较优势的经济实质将发生根本性的改变。中国全方位地参与国际分工体系，使得国际资本和跨国公司可以无障碍地进入中国，大规模地“采购”劳动、土地等廉价资源；直接享用中国的比较优势；在中国市场上展开“世界大战”。由于存在巨大的市场潜力和商业机会，中国成为跨国公司的“兵家必争之地”，在一定意义上甚至可以说，不到中国“参战”的公司称不上是世界级企业。由于外国企业的大量进入，在中国市场上形成了中国企业同中国企业的竞争、中国企业同外国企业的竞争、外国企业同外国企业之间的立体交叉竞争格局，构成了中国制造业市场竞争的独特画面。

外国跨国公司进入中国，越来越多地获取中国市场的资源优势，必然可以显著地增强其自身的竞争力。从这一意义上说，中国市场的全方位开放，特别是投资领域的大幅度开放，“哺育”着全世界的跨国公司，使之成为规模扩张更快、经济实力更大、国际竞争力更强的超级经济实体，真正是富可敌国。在这一过程中，中国企业也在激烈的竞争中成长起来，并且力争通过国际合作，逐步提高在产业价值链上的地位，实现产业升级和竞争力的提升。

总之，从工业革命开始的两百多年来，企业的国际竞争日趋激烈，在很多情况下是你死我活。我国企业参与国际竞争的进程从 19 世纪末就开始了，不幸的是由于帝国主义的入侵、封建社会残余的沉渣泛起及极“左”思潮的影响，这种进程曾一度又一度地被打断。随着中国改革开放的步步深入，中国企业的竞争范围不断