

中日

王吉法 等著

企业竞争力 比较研究

山东大学出版社
Shandong University Press

中日企业竞争力比较研究

王吉法 等著

山东大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中日企业竞争力比较研究/王吉法等著. —济南:
山东大学出版社, 2004. 12
ISBN 7-5607-2903-7

I. 中…

II. 王…

III. 企业经济—市场竞争—对比研究—中国、日本

IV. F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 131029 号

山东大学出版社出版发行

(山东省济南市山大南路 27 号 邮政编码:250100)

山东省新华书店经销

安丘市九州印刷包装有限公司印刷

787×960 毫米 1/16 19 印张 359 千字

2004 年 12 月第 1 版 2004 年 12 月第 1 次印刷

印数:1—3000 册

定价:30.00 元

版权所有,盗印必究

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社营销部负责调换

前 言

日本经济走过了十年持续低迷,日本企业还有竞争力吗?改革开放二十多年以来,中国经过了持续高速发展,现在已经完全融入经济全球化的大潮,中国能否继续快速发展并成为世界工厂?中日企业共同面临着日趋激烈的国际竞争环境,中国企业在竞争力方面与日本企业的主要差距在哪里?中日企业如何走合作与竞争之路并谋求各自的竞争优势?这是中日经济界、企业界乃至两国人民共同关注的重要问题,也是本书的主题。为此,我们从分析企业竞争力的相关要素入手,重点研究了中日企业竞争力的现状及其发展趋势,比较研究了中日双方企业的核心竞争力,并且阐明了提高中日企业核心竞争力的途径和策略。

本书的研究既沿循了现有企业竞争力理论的脉络,又有所超越,并着力对中日企业的核心竞争力——知识产权进行了比较研究。本书的写作顺序是从理论到实践,从抽象到具体。前三章侧重于理论部分,后四章则侧重于实证。其逻辑起点是企业竞争理论、知识产权理论等,其最终目的是要说明中日企业如何才能互利互补,共同提升在国际上的竞争力。

本书是我主持的山东省社会科学规划项目“中日企业竞争力比较研究”的结项成果。由于是课题成果,因此书中有部分章节是由课题组其他成员执笔。山东大学经济学院张丽娟老师撰写了第二章部分内容和第七章;山东财政学院经济系刘峰老师撰写了第二章部分内容;我的研究生荣梅、张伟参与了第一章、第四章的写作。上述内容均由我进行了修改和审定。

本书写作过程中,作者参考了国内外学者的大量论著、调查报告(包括互联网上的相关资料),并吸收了其中一些研究成果,在此特对他们表示诚挚的谢意。

在课题研究过程和本书出版过程中,日本北海学园东北亚研究中心的川端俊一郎教授、力提普·买买提研究员,国务院国有资产监督管理委员会政策法规局张德霖局长,《中国工业经济》副主编李海舰教授,山东大学威海分校商学院院长张东辉教授,以及山东大学威海分校山荣昭二老师、徐希峰老师、李玉玲老师等,或提供了宝贵意见,或帮助收集、翻译了一些资料,在此一并表示衷心的感谢。

由于作者水平所限,加之两国资料收集、翻译的局限,书中谬误与不足之处,恳请专家和读者批评指教。

王吉法

2004 年秋于山东大学威海分校

目 录

导 言	(1)
一、问题的提出	(1)
二、本研究的意义	(4)
三、研究方法	(5)
四、关于可比性的分析	(6)
第一章 企业竞争力的理论考察	(8)
一、企业竞争力的理论考察	(8)
二、企业竞争力的其他相关概念考察	(16)
第二章 企业竞争力的相关要素考察	(27)
一、企业竞争力的外部相关要素考察	(27)
二、企业竞争力内部相关要素考察	(51)
第三章 企业核心竞争力考察:知识产权	(74)
一、知识产权的基本理论和法律制度	(74)
二、知识产权对企业竞争力具有决定性作用	(87)
三、以知识产权为基础的企业核心竞争力的特征和获取方式	(100)
四、知识产权对企业核心竞争力的构筑	(103)
第四章 中国企业竞争力的实证分析	(111)
一、中国企业竞争力的现状	(111)

二、中国企业竞争力评价	(123)
三、中国企业竞争力与日本等国的主要差距	(135)
四、中国与“世界工厂”	(144)
五、国内外对“中国制造”的评价	(151)
第五章 日本企业竞争力的实证研究	(154)
一、日本经济与日本企业的概况	(154)
二、日本的产业结构与企业竞争力	(160)
三、日本企业的经营机制与企业竞争力	(169)
四、知识产权是日本企业竞争力的不竭源泉	(172)
五、日本企业竞争力的总体评价	(195)
第六章 中日企业知识产权竞争力比较	(210)
一、中国与日本知识产权国家战略分析	(210)
二、中日企业知识产权获取能力比较	(219)
三、中日企业知识产权管理与保护的比较	(234)
四、中日企业知识产权利用方面的比较	(242)
五、中日两国知识产权情况的调查分析	(264)
第七章 提升中日企业核心竞争力的对策研究	(275)
一、提升中国企业竞争力的对策与途径	(275)
二、提升日本企业竞争力的对策与途径	(283)
三、结束语:21 世纪是中日企业的黄金时代	(288)
主要参考文献	(292)

导 言

一、问题的提出

竞争是市场经济的灵魂,也是市场经济的永恒主题。世界各国因资源的有限性与竞争手段的无限性、竞争目标的无限性、竞争时空的无限性,从而使得竞争愈演愈烈,渗透到人类社会生活的方方面面。第二次世界大战以后,由于新的世界政治、经济格局的形成,战争作为竞争的特例和极端的手段被严格限制了,然而竞争却变得空前激烈、空前深刻。竞争在国家实质上表现为综合国力的较量,而综合国力的支撑却是科技与经济的竞争,是一个国家知识与技术的创新能力的较量,说到底还是知识产权的竞争。中国领导人最近指出,“未来世界的竞争,是知识产权的竞争”。

企业是市场经济的主体,也是一国综合国力竞争的实际担当者。经济的全球化、WTO 的成立、国际统一市场及统一竞争规则的形成,将企业的竞争推向了高端,也推到了绝路。“天地悠悠,过客匆匆,潮起又潮落”,百年名店已是凤毛麟角,40 年前的跨国公司 500 强,剩下的不足 2%。五年前的世界 500 强,已有 1/3 遭淘汰。据统计,欧美企业的平均寿命是 40 年,而中国企业的平均寿命仅为 8 年。北京中关村注册的 6000 家企业,寿命超过 8 年的不足 3%。谋求企业常胜不败,策划取得竞争优势,不只是企业家的梦想,也是经济理论、企业理论专家学者的不懈追求。企业竞争力理论正是在这一背景下提出并逐渐成熟发展起来的。同时,企业竞争力理论也是在竞争理论基础上发展和完善的,从古典政治经济学家到当代西方经济学家,都对竞争理论发展作出了重要贡献。在自由资本主义阶段,西方经济学家都高举自由放任的大旗,主张完全的自由竞争和自由贸易。随着市场经济的发展,他们又提出了不完全竞争和垄断竞争等理论,使得竞争理论不断完善,并为企业竞争理论的提出和发展作出了理论上重要的铺垫。

企业竞争力理论可以追溯到亚当·斯密 1776 年出版的《国民财富的性质和原因的研究》中提出的劳动分工理论。依据该理论,企业内部分工的性质和程度是限制规模经济主要因素和决定企业成长的规模前限。1920 年,阿尔弗雷德·马歇尔(Alfred Marshall)创立了“企业内在成长论”。其后,20 世纪 60 年代初期,出现了以钱德勒(A. D. Chandler)、安索夫(Igor. Ansoff)和安德鲁斯(K. Andrews)为代表的战略管理理论。该理论被认为是企业谋求竞争优势的关键。20 世纪 80 年代,世界首席竞争战略思想家、美国国家商学院教授迈克尔·波特(Michael E. Porter)认为,企业竞争力——产业竞争力主要来自企业外部,提出了其竞争结构的分析模型,并提出了成长领先、差异化、集中化等一般性的竞争战略。1990 年,美国密执安大学商业管理研究院的管理学教授普拉哈拉德(C. K. Prahalad)和伦敦商学院的战略管理学教授哈默(Gary Hamel)从企业动态发展的战略角度提出企业核心竞争力理论,并出版了《公司核心竞争力》。这是对企业竞争力理论的发展和丰富。普拉哈拉德(C. K. Prahalad)和哈默(Gary Hamel)认为,企业的核心竞争力是“能使企业为顾客带来特别利益的一类独有的技能和技术,是组织的积累性学识,特别是关于如何协调不同的生产技能和有机结合多种技术流派的学识”。具体地说,核心竞争力是指能给企业带来市场竞争优势的诸多要素系统的有机融合。

普拉哈拉德和哈默的核心竞争力理论将企业竞争力理论发展到了一个新的阶段。在企业竞争力理论研究的影响和推动下,国外成立了许多研究机构并开展了企业竞争力的实证研究及其相关的理论研究。目前,公认的国际上比较权威的有关企业竞争力的研究机构主要有:①世界经济论坛(World Economic Forum)。该论坛自 1979 年以来,每年发表《世界竞争力报告》(*The Global Competitiveness Report*),对世界主要国家的经济竞争力进行排序,全面地比较世界各国及其企业的优劣势。②瑞士洛桑国际管理学院(International Management Development,简称 IMD),从 20 世纪 70 年代末 80 年代初,开始从事竞争力方面的研究。1989 年以来每年以出版《世界竞争力年鉴》(*World Competitiveness Yearbook*)的形式发表数据及评价结果。③美国《财富》(*Fortune*)杂志从 1954 年起就对企业进行排名,由最初对美国企业的排名,发展到对全球企业 500 强排名,并每年发布排名结果。④来源于美国著名的媒体集团 Mo. Graw-Hill 的《商业周刊》(*Business Week*)是全球最大的财经类周刊之一。该刊每年推出全球股票市值最大的 1000 家公司排名。⑤美国商业杂志《福布斯》(*Forbes*)杂志综合了《财富》和《商业周刊》的评价体系,每年以被评价公司的营业额、利润、资产额和股票市值作为评价指标并分别进行排名。

国内早在 20 世纪 80 年代就开始了企业活力研究;90 年代中期受国家竞争

力研究的推动,受波特竞争战略和竞争力理论的影响,逐渐引发了对竞争力理论的探索;90年代末受哈默核心能力的影响,掀起了对核心竞争能力的研究热潮,随之而来的便是企业和政府对企业提升核心竞争力的高度关注。虽对企业核心能力的识别标准等问题还未达成共识,但其研究却不同层面、不同角度丰富和发展了企业竞争力的理论体系、基本内涵和指标评价体系,从而使得企业竞争力理论更加系统,更加完善,也更加成熟。国内比较有影响的研究机构和专家学者及其研究成果主要有:

1. 主要研究机构及其成果

(1)原国家经贸委经济研究中心。该中心设计的企业竞争力指标体系包括五大分类及若干子类,具体分解为79个评价指标。其研究成果主要是《中国大中型企业国际竞争力评价报告》。

(2)中国社会科学院工业经济研究所。该所1995年就致力于这方面的研究,并发表了《中国工业竞争力分析》、《中国产业与企业国际竞争力研究》、《中国工业国际竞争力——理论、方法与实证研究》、《中国企业竞争力报告(2003)》等重要的学术成果。

(3)中国人民大学竞争力评价与研究中心。该中心于1996年开始研究中国国际竞争力的发展变化,主要研究成果是系列出版的《中国国际竞争力发展报告》。

(4)中国企业联合会。中国企业联合会研究开发的全国企业竞争力指标体系包括经济效益、财务状况、管理水平、科技进步、员工素质、对外开放程度、社会效益等七个大方面。中国企业联合会与中国企业家协会自2002年起联合推出中国企业500强,2003年又联合推出《中国企业发展报告》和中国500强企业。

(5)北京大学企业管理案例研究中心与《经济观察》报联合推出“中国最受尊敬企业”评价体系。

2. 专家学者的主要研究成果

中国社会科学院工业经济研究所金碚著《中国工业国际竞争力——理论与方法与实证研究》(经济管理出版社1997年版);金碚主编的《中国企业竞争力报告(2003)——竞争力的性质和源泉》(社会科学文献出版社2003年版)。另外,这方面的其他专著还有:2001年,胡大力在经济管理出版社出版了他的力作《企业竞争力论》;2000年,范法旺在人民出版社推出了《企业竞争论》;同年,王与君在江西人民出版社出版了《中国经济国际竞争力》;2002年,李显君在企业管理出版社出版了《国富之源——企业竞争力》;等等。

二、本研究的意义

我们的研究力图在前人研究成果的基础上有所创新。一是研究视角独特。将现有的理论研究和实证分析的视角拓宽,从中日两国企业竞争力的理论和实践着眼进行分析比较,试图增加研究成果的科学性、规律性,并增强其对企业竞争力现实的指导性。二是与当前研究中片面强调某一方面因素作用不同,鲜明地提出了企业竞争力是一种综合能力和素质,多种要素共同作用方能取得竞争优势。三是在强调综合因素、综合作用的同时,突出强调了知识产权是企业的核心竞争力,或者说是企业竞争诸多因素中的核心因素。企业拥有知识产权量多与少,利用知识产权能力的强与弱,获取知识产权能力的优与劣,从根本上决定了企业竞争力的强弱和优劣。本研究成果认为,企业竞争力是企业长期的市场竞争中形成的,以知识产权为核心的,多种因素共同作用并促使企业持续发展的综合能力。企业竞争力具有综合性、持续性、知识性和动态性等特征。

企业竞争力的决定因素分为外部决定因素、内部决定因素、核心决定因素。外部决定因素主要包括制度因素、产业政策因素等。内部决定因素主要包括企业人力资源因素、企业文化因素、企业管理因素、产品创新因素等。核心决定因素是企业的知识产权。

本课题的现实意义主要体现在以下几个方面:

首先,通过中日企业竞争力方面的比较,找出中日企业之间的差距,并寻求中国企业提升竞争力的良策。中国加入 WTO 之后,中国企业面临全球竞争的新环境,中国企业需要熟悉国际新规则,了解新对手,适应日趋激烈的竞争环境,更重要的是找出自己同世界 500 强等跨国公司的差距所在,从而苦练内功,不断培养巩固和提升其竞争力。

其次,日本在 20 世纪 60 年代到 80 年代创造了东亚经济奇迹,其企业竞争力在世界名列前茅,但近年来有人对日本企业竞争力产生了质疑。美国《财富》新公布的世界 500 强中,近几年,其企业约有 100 多家,约占 20% 以上,仅次于美国(约 150 家,约占 31%)。早在 20 世纪 80 年代,日本就已经成为世界第二经济大国。虽然自 90 年代以来,日本经济增长缓慢,甚至出现负增长,日本企业在亚洲金融风暴中受到重创,少数企业甚至破产倒闭,但是,日本企业竞争力仍保持较强的优势。自 2003 年起,日本经济也开始复苏,走出低谷。日本企业何以能长期保持竞争优势,其竞争力的决定因素何在? 20 世纪 90 年代日本经济萧条与企业竞争力有何关联? 其重大的和深层次的原因都需要认真研究。现在,许多人对日本是否还有竞争力提出质疑。美国哈佛战略管理大师迈克尔·

波特就认为,日本原有的许多优势现在已经变成了劣势。我们不同意这样的说法。当竞争可以无拘无束地进行时,日本曾经有过在最高水平的竞争中获得成功以及国民生产力迅速提高的历史。在许多领域里,日本公司仍有竞争力,日本公司经过几十年的累计投资,在商业创新领域内已经步入了世界顶级水平,拥有很高的国际专利比例和人均科学文献资料出处的比例。日本企业家精神也呈上升趋势,日本的工人和管理人员几乎都受过良好的大学教育并且特别有献身精神。

最后,通过理论研究和实证分析,寻求企业获取竞争优势、提升竞争力的真谛所在,力图避免企业走入提升竞争力的误区,引导企业在知识产权获取和利用方面,特别是引导企业在建立和完善现代企业制度的基础上,下最大功夫和和气力,夺取知识产权高地,将企业技术创新和国际知名品牌的培育,当作企业竞争力的核心要素。抓住知识产权这一企业竞争力的关键,经过若干年的努力,使得中国企业竞争力能有显著的提升。

三、研究方法

毋庸讳言,虽然企业竞争力的研究高潮迭起,而且成果颇丰,但研究方法及其研究成果仍存在诸多缺陷。一是现有的研究方法由于受国际上有关竞争力研究方法及其成果的影响,大多侧重于量的研究,即侧重于指标体系并加以量化的研究。虽然成果直观,说服力强,但缺乏理论高度,并且系统性不强,逻辑结构不够严谨,特别是有的指标体系过于繁琐和庞杂,从而大大影响了其现实的指导性和参考性。而且,指标体系及其子项目涉及是否科学,数据处理是否客观都会对评价结果产生较大的影响。二是现有的研究借鉴国外的研究成果较多,自主创新较少,有的局限于国内外成功企业的经验总结,其研究成果缺乏理论深度和普遍的指导意义。

一般说来,企业竞争力的研究方法概括起来,主要是两个方面:一是从量的方面开展研究,进行相关评价。二是从质的方面进行研究。本书根据课题的目标要求、内容、结构等选择了第二种,即从质的方面研究和评价企业竞争力。其具体方法为要素分析法、差距比较法、内涵解析法、图表说明法、案例剖析法等。该研究方法的优点在于可以进行理论展开,增强其研究结论的深刻性和针对性,摆脱“数据”依赖及其数据误差所带来评价结果的偏差。其缺点主要在于研究结果不如数字直观,不如数字说服力强,而且研究结论容易带有主观片面性。

四、关于可比性的分析

对中日企业竞争力比较的疑虑主要来自两个方面:一是中日企业之间是否存在竞争关系,两者之间到底是竞争关系还是互补关系?二是中国企业与日本企业竞争差距如此明显,有比较的必要吗?

前述的研究意义已经对第二个问题作出了回答。至于第一个问题,我们不妨先作如下回顾。2002年11月在第七次中日产业研讨会上,中日企业联合会常务副会长兼理事长张彦宁在基调报告中指出:“中日经贸关系基本上属于互补型,双方的结构不同,各自的优势不同……”这是带有策略性的评论。同年12月11日《日本工业新闻》也撰文指出:“在现阶段,日中关系与其说是竞争关系,不如说是补充关系。例如,以美国从日本和中国的进口来说,日本和中国处于竞争关系的产品只不过占16%,处于补充关系的商品则占84%。”小泉首相2002年4月在博鳌亚洲论坛年会上也说,中日两国完全是一种互补互利关系。

实际上,从文字上推敲,互补互利也好,互补型也罢,都没有否定竞争关系,而且都应该是以竞争为前提的。在经济全球化、市场竞争全球化的今天,如果不承认中日之间的竞争关系,不是策略上的忽略,就是别有用心地掩饰。

在我们看来,中日企业之间可比因素已远远多于不可比因素。首先,从企业共同面临的外部环境考察。①中国与日本都是市场经济国家,均具备市场经济的一般特征和条件。②以中国加入WTO为主要标志,中国与日本均积极融入经济全球化,并且都已成为经济全球化的积极推动者。两国面临着共同的国际竞争规则和环境,面临着统一的国际市场,及共同的经济资源。其次,从企业内部考察。①中国企业改制面已达80%以上,中日两国企业现在均实行相同的企业制度,虽然日本企业制度经营有“三大法宝”(终生雇佣制、年功序列制和按企业组织工会),但就基本企业制度而言,与中国的现代企业制度并无不同。②就企业层次看,无论是企业竞争、原材料能源与经济资源的竞争,还是产品销售市场的竞争,都越来越趋同。③两国企业拥有的各种商业信息、技术信息和竞争性信息,也越来越趋于对称。④两国企业之间不仅有竞争,而且有合作。无论是三洋和海尔,还是Panasonic(松下)与TCL、住友商事与海信、三井物产和上海广电集团的合作,都标志着中日两国企业合作的广阔前景,也代表着现代企业竞争的一种新的潮流,即竞争中有合作,在合作中进行竞争。

对中日企业竞争力进行比较研究的目的,不是为比高低、比强弱。实际上,中日企业竞争力的强弱、高低就总体上而言,是不言而喻的,也是不争的事实。而本课题进行比较研究的目的已在前文言明。

本研究的困难主要在于两个方面。一是资料方面,即中日企业内部资料搜集。因涉及企业商业秘密,一些有助于本课题展开深入的有价值的资料缺乏。二是中日企业数量繁多,仅中国大型工业企业在 2004 年就达 1948 家,私营中、小企业达 8 万家,其他行业其他类型的企业不计其数,日本的企业,据 1991 年统计,日本全国有 210 万家法人企业,另有 1521 家上市公司,加之企业竞争力涉及因素较多,评价指标体系庞杂,故本书的研究仍将有一定的局限性。

第一章 企业竞争力的理论考察

当今世界,随着经济一体化和贸易全球化的加快,市场竞争日趋激烈,竞争力越来越成为企业的有力武器,竞争力的强弱关系到企业乃至国家和民族的荣辱与兴亡。“商场如战场”,对一些处于“战场”中的企业、集团来说,如何更高效地、更迅速地占领市场中有利的“高地”,成为关系到企业自身生死存亡的重要课题。“优胜劣汰”的自然法则在市场规律的操纵下,越来越体现得淋漓尽致,如何在日益激烈的市场竞争中分得“一杯羹”,如何在全球化的竞争中保存自己的优势,也正成为所有企业奋斗的目标。这就要求企业在全球化的竞争中不断增强和提高企业的竞争力,提升企业的核心竞争力,尤其是要拥有自主知识产权体系。只有不断增强和提升企业的竞争力,才能在激烈的市场竞争中始终立于不败之地。但是,如何正确地理解企业竞争力呢?企业竞争力的特征都有哪些呢?企业竞争力与其他相关的国家竞争力、城市竞争力以及企业国际竞争力的具体关系又是如何体现的呢?本章将逐一介绍这几方面的理论观点和看法。

一、企业竞争力的理论考察

企业是市场的主体,竞争是市场的本质特征。企业作为市场的核心主体,竞争自然贯穿其生命周期的全过程。在经济学的鼻祖亚当·斯密于1776年出版的《国民财富的性质和原因》一书中,可以窥见对企业竞争力研究的渊源。但是,到目前为止,关于企业竞争力的理论研究国内外学术界尚未形成完整的体系,基本上都是基于某一方面或是蕴含在其他理论中稍有涉及的研究。在实践上,实业界(大企业和大集团公司)和政府是最早关注企业竞争力问题的,这一方面的考察早在国际竞争尚未形成的时期就开始了,因为市场规律决定了“优胜劣汰”的必然结果,一个没有竞争力的企业迟早会被淘汰,“竞争的结果是使得资本一部分转入胜利者手中,一部分归于消灭”。紧接着是政府对企业竞争力的研究和

关注,但政府对企业竞争力的关注明显不同于企业,其特点表现在一般性和宏观性的把握上,并且大多仅限于关注自身利益的关联性方面。同时,各国政府针对自身的不同经济特点的表现也不一样,其中较早提出企业竞争力问题的是日本政府。早在二战之后,日本政府便对企业竞争力进行了广泛的研究。1948年日本政府设立了中小企业厅;1948年9月又制定了“中小企业的审查及实施指导要领”和“中小企业诊断实施基本要领”;1974年,日本通产省政策局企业行动科实施了企业综合经营的调查与评价活动。日本政府对企业竞争力的关注和研究以及日本企业竞争实力的提升使得日本在20世纪80年代成为最具竞争力的国家。对企业竞争力的研究和关注程度远远高于日本的美国政府虽然起步晚,但是其影响力却是日本无法企及的。1979年,美国总统签署“贸易协定(草案)”,明确提出增强美国竞争力的政策;1983年6月,成立了“工业竞争能力总统委员会”;1985年,提出了《全球竞争:新的现实》的报告;1981年,美国国会又设立了一个新的立法机构,以维和提高美国产业竞争力方面的实力。

实业界和政府对企业竞争力的关注,不仅提升了本国的竞争力,也在学术界领域推动了对这一问题的理性分析和研究。但到目前国内外学术界对企业竞争力理论研究还没有形成系统和严密的体系,即尚未形成企业竞争力的统一理论。本章主要从企业竞争力的基本概念以及其特征和与其相关的几个概念入手,对企业竞争力从理论层面上进行粗略的研究,并提出了自己独特的关于企业竞争力的观点和看法。

(一)企业竞争力的概念

20世纪80年代初,美国哈佛商学院教授迈克尔·波特(Michael E. Porter)《竞争战略》的出版以及瑞士洛桑国际管理学院(IMD)举行的世界经济论坛年会,可以看作是对竞争力理论研究的开始。最早提及企业竞争力概念的是美国学者史蒂芬·海默(Stephen H. Hymer),但其并没有进行规范的专门研究。对企业竞争力进行了较为系统研究的还是美国的迈克尔·波特(Michael E. Porter),其企业竞争力理论主要由三个核心内容构成:企业竞争定于行业的五种竞争力量;创造获取竞争优势的三个基本战略;“价值链”优势与竞争优势来源。但到现在为止,对企业竞争力概念的理解和研究,不同的学术流派,其定义和理解也不尽完全相同,主要可以从以下几点来分析:

1. 国外学术界对企业竞争力的看法

企业竞争力是一个看起来简单但却难以准确定义的概念,国外的专家、学者从不同角度予以阐述。

美国学者史宾斯(A. M. Spence)教授认为,企业竞争力是指一国企业在国

际市场上可贸易的能力。美国《产业竞争力总统委员会报告》认为,企业竞争力是指“在自由良好的市场条件下,企业能够在国际市场上提供好的产品、好的服务,同时又能提高本国人民生活水平的能力”。美国竞争力委员会主席乔治·菲什(George M. C. Fish)认为,企业竞争力是指企业具有较竞争对手更强的获取、创造、应用知识的能力。而哈佛大学的迈克尔·波特(Michael E. Porter)则仅从强势竞争力的角度进行了界定,认为企业竞争优势是指“一个公司在产业内所处的优势位置”。显而易见,波特的企业竞争概念定义最为直接。日本东京大学教授藤本隆宏认为,企业的竞争力可以从静态能力、改善能力、进化能力三个层次来分析;世界经济论坛(WEF)1985年在《关于竞争力的报告》中指出,企业的竞争力是指“企业在目前和未来,在各自环境中以比它们国内和国外的竞争者更有价格和质量优势来进行设计生产并销售货物以及提供服务的能力和机会”,而在1990年《国际竞争力报告》中又把企业竞争力定义为“一个公司在世界市场上均衡地生产出比其竞争对手更多的财富”。这一概念是从企业最终目标和国家福利的角度进行界定的,同时也把竞争力等同于竞争优势。

瑞士洛桑国际管理开发学院(IMD)的定义是:把企业竞争力主要划分为五个方面:第一方面是生产效率;第二方面是劳动成本;第三方面是公司的绩效,包括规模、公司信誉、价格质量比等一些关键指标来体现业绩;第四方面是管理效率;第五方面是公司的战略和文化,其中包括战略、营销文化、企业文化、社会责任、企业家精神、社会价值观等等。

2. 国内学术界对企业竞争力的看法

作为我国研究竞争力问题最早的学者之一的金碚教授,主要研究对象是工业品国际竞争力,即产业及产品层次上的竞争力,他认为,(产品或产业)国际竞争力是指“在国际间生产贸易条件下,一国特定产业的产品所具有的开拓市场,占据市场并以此获得利润的能力”^①。由于产品和产业均是以企业为依托和基础的,因此这个定义也可视为金碚对企业竞争力的定义。另外,金碚教授对企业竞争力的准确定义,是指在竞争性市场中,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(消费者,包括生产性消费者)提供产品和服务,并获得盈利和自身发展的综合素质能力。

金碚教授主编的《中国企业竞争力报告(2003)》认为,企业竞争力主要包含五个基本含义:第一,企业竞争力所涉及的产业是竞争的和开放的市场,在垄断和封闭的市场中,谈不上企业竞争力;第二,企业竞争力的实质是一个企业同其他企业相比较的生产率(或工作效率);第三,企业竞争力体现在消费者价值(市

^① 李显君:《国富之源:企业竞争力》,企业管理出版社2002年版,第35页。