

本书由上海社会科学院

“黄逸峰科研出版基金”资助出版

90年代全球经济竞争 与企业经营国际化

贺次平 著

上海社会科学院出版社

429535

(沪)新登字302号

责任编辑 陈国梁

封面设计 邹越非

90年代全球经济竞争与企业经营国际化

贺次平 著

上海社会科学院出版社出版

(上海淮海中路622弄7号)

新华书店上海发行所发行 上海社会科学院印刷厂印刷

开本 850×1168 1/32 印张 7.75 字数 192千字

1994年12月第1版 1994年12月第1次印刷

印数 1—800

ISBN7—80515—968—8/I·108

定价: 7.70元

序

经过12年的改革开放，我国已经在经济上取得了举世瞩目的成就，其中一个重要的发展是，我国经济同世界经济的联系日益密切。改革前的1978年，我国进出口总额仅为 206 亿美元，在国民生产总值中所占比重是微不足道的。而到1991年，进出口总额已上升到1357亿美元，是改革前的 6.6 倍。在国民生产总值中的比重已达 1/3。

很明显，随着我国参与世界经济范围不断扩大，我国许多企业，包括国营大中型企业、乡镇企业和三资企业也日益面向国际市场，出口产品在总产值中的比重也迅速上升，有不少企业已成为以出口为主的外向型企业。上海、广东和其它沿海省市，在扩大出口的基础上，更进一步向海外挺进，实行企业的跨国经营。我国整个经济和各地企业的这种外向发展方兴未艾。可以相信，它必将在更大的规模上推动我国经济的加速发展，并在同国际经济的交流中登上一个新的台阶。

在这种形势下，我国广大企业特别是企业中的各类管理人员和科技人员，都需要更全面、更系统地了解世界经济，了解我国经济同世界经济的联系，了解国际市场的特点和经营方式。兵法云：“知彼知己，百战不殆”，只有了解世界，才能成功地进入世界，在世界经济中占有一席之地。正是从这一目标出发，我向读者推荐《90年代全球经济竞争与企业经营国际化》这本书。因为该书将能较好地满足上述要求。

全书分为国际、国内和企业三大篇，共18章。完全是从企业

需要了解世界和熟悉世界出发的。在国际篇中，作者对世界经济全球化和区域化的发展趋势，对国际贸易的地区分布和进出口产品的结构变换，对跨国公司在世界经济中的地位及其经营特点，都有比较全面的分析，特别是对决定各国在世界经济中的竞争能力的主要因素做了很有启发意义的阐述。在国内篇中，作者以我国经济如何同世界经济衔接这一观点出发，比较系统地阐述了改革以后，我国经济发展的新特点，对外开放的新格局，企业集团的崛起和我国企业的外向型发展，以及面对一系列的机会与挑战。在企业篇中，论述了在新的国内外环境下，企业实施经营国际化的主要方面，其中对培养国际型人才和造就21世纪企业经理的分析，对刚进入国际竞争市场的我国企业来说，是很有实际参考价值的。

当前，我国经济正处在新的发展阶段，积极进入和参与国际竞争的企业越来越多，企业经营国际化问题也越来越显得重要。我愿借本书出版之际，祝愿有更好的这类新作问世。

徐之河

一九九二年五月

前 言

这几年，我在从事工业经济研究的过程中，对国内各种企业，特别是大中型企业进行了调查研究，并且有机会去香港访问，对那里的中小企业也作过一些初步的考察。在和许多企业家、管理学者讨论企业经营问题时，我经常思考：为什么有些企业有飞跃的发展，而有些企业却停滞不前？进而又使我想到，为什么一些国家和地区的经济和企业总是处于繁荣兴旺状态，而另一些国家和地区的经济和企业却是日落西山，缺乏竞争能力？针对这些问题，我读了一些书，请教了许多企业家、专家和同行，慢慢地懂得了，随着世界经济发展的全球化和地区化，凡是成功的企业，特别是那些大中型企业都必然与国内，特别是与国际市场有十分密切的联系，他们都具有全球的视野和国际化的经营方式。开始我以为，西方发达国家的大企业，尤其是那些大型的跨国公司比较容易进入世界市场，并能在竞争中占据优势地位。我们国家的企业进入就比较困难。1988年，我国提出在沿海实施外向型经济发展战略时，国外有些专家就认为这已为时过晚。因为80年代世界经济形势已十分严峻。何况中国作为发展中国家，企业的竞争能力十分差。但是，近几年的发展事实证明，我国不论是国营企业，合资企业，还是乡镇企业都在开始走向国际舞台。我国的许多产品竞争能力正日益增强，不仅在亚洲市场上，而且也在美国市场上日益挤占一定的地位。我们还看到，我国企业虽然才开始参与国际经济循环，才开始扩大出口，进入国际市场，但象广东以及其它沿海地区已有了飞跃的发展。这些事实更引起我进

行深入思考。我感到，现在世界经济发展、贸易分布格局在发生深刻的变化，我国企业的经营环境和机会也在发生深刻的变化。因此，中国的企业要发展，也需要有全球的视野，也要把自己放到全球范围内来考虑，这样，采取的经营战略、管理方法才能是真正先进的，企业发展面临的机会也就更加广阔。尽管他们会面对严峻的世界市场挑战，但可以在国际竞争中锤炼，经受考验。也只有这样，才能煎熬出有竞争力的企业。

我写本书的目的，就是从扩大企业视野的角度，从全球经济竞争和企业经营国际化角度，来分析一些国家和企业取得成功的原因。中国古代著名战略家孙子说过：“知己知彼，百战不殆”。知己，就是要了解客观世界。一个企业要进入国际市场，就要了解世界经济格局，了解全球贸易分布，了解竞争规则和决定竞争能力的重要因素，只有全面了解国际市场，才能将自己产品打进去，使自己立于不败之地。知己，从广义说，首先要知道我们国家在改革开放之后经济出现了什么样的变化。实际上，经过10年发展，中国经济与世界经济在很大程度上已经联结在一起了，中国的外贸出口额在国民生产总值中的比重已越来越高，外贸出口已经成为推动我国经济增长的一个很重要因素和动力。从狭义说，知己还要了解自己企业走向世界的素质和优势。这样“知己知彼”，才能“百战不殆”。本书的目的就是想把我在阅读、研究、调查和考察中的一些感受和想法奉献给我们的企业，希望能起到“抛砖引玉”的作用。

愿我国有更多企业投身世界经济的洪流中去！

愿我国有更多企业在国际竞争中显示出英雄本色！

目 录

前言

国际篇

第一章 90年代企业应树立全球观念	3
第一节 新的发展阶段，新型的商品市场	3
第二节 国际市场与新型经济发展的动力	7
第三节 经济进步与竞争能力是个动态发展过程	9
第四节 中国10年开放成果引起全球的注目	12
第五节 两种资源两个市场是中国企业家应有的全球视野	13
第二章 90年代世界经济格局及结构变化	15
第一节 世界各国经济实力的分布及其发展趋势	15
第二节 世界主要的区域性经济集团	17
第三节 世界主要国家的产业结构及其特征	22
第四节 世界各国的经济兴衰及其政策选择	27
第五节 世界经济全球化中的资源争夺	28
第三章 90年代国际贸易分布及发展趋势	32
第一节 全球国际贸易的分布和变动	32
第二节 全球主要的区域性贸易集团	36
第三节 全球主要国家的出口结构和进口结构	39
第四节 国际市场中的实物贸易、技术贸易和外汇交易	43
第五节 国际贸易与经济增长	46

第四章 全球跨国公司的崛起及其经营战略	48
第一节 在全球经济一体化和区域化下的跨国公司	48
第二节 跨国公司的形成原因与发展过程	50
第三节 跨国公司与国际贸易的发展	55
第四节 跨国公司与资金流动和技术转移	57
第五节 跨国公司的管理方式和经营策略	58
第六节 跨国公司在当前发展的新特征	61
第七节 跨国公司是推进企业经营国际化的一个有效组织形式	63
第五章 发展中国家的外向型战略	65
第一节 国际贸易中的乘数效应	65
第二节 国际贸易中的比较利益原则	66
第三节 国际贸易中的外资利用原则	69
第四节 国际贸易中的初级产品出口战略	72
第五节 国际贸易中的进口替代战略	76
第六节 国际贸易中的出口主导型战略	80
第六章 世界各国的国际竞争能力及其在全球的排名表	84
第一节 经济竞争已成为全球在90年代最重要的竞争领域	84
第二节 决定世界各国国际竞争能力的主要因素	88
第三节 世界各国在全球竞争中的排名表	95
第四节 决定世界各国企业竞争能力的主要因素	98
第五节 世界各国企业竞争能力的排名表	100
第六节 国际竞争能力的排名表给予我们的启示	101

国内篇

第七章 中国经济发展的新阶段	105
第一节 中国在世界中的经济地位正在发生新的变化	105

第二节	中国的产业结构正在发生新的变化·····	109
第三节	中国的经济体制正在发生新的变化·····	111
第四节	中国的商品价格正在发生新的变化·····	117
第五节	中国经济与世界经济的关系正在 发生新的变化·····	119
第八章	中国经济格局的新变化·····	122
第一节	中国经济发展新格局形成的外部条件·····	122
第二节	中国经济发展新格局的形成与发展过程·····	125
第三节	我国经济新格局的特点及其影响·····	127
第四节	我国经济发展新格局的地区分布·····	128
第五节	90年代对外开放的重点及长江经济带·····	131
第九章	中国国内市场的发展与对外贸易的分布·····	134
第一节	改革后市场对生产的导向作用日益显著·····	134
第二节	市场结构在改革中不断发生深刻变化·····	136
第三节	国内各类市场的形成和发展·····	138
第四节	我国国内市场和对外贸易的区域分布·····	140
第五节	我国出口贸易在世界各地的分布·····	142
第六节	国内市场和国外市场的衔接·····	143
第十章	中国经济的外向型发展战略与扩大出口对策·····	145
第一节	外向型经济发展是我国经济发展 战略的重要组成部分·····	145
第二节	我国发展外向型经济的主要优势 和存在的限制·····	148
第三节	发展外向型经济的模式与产品结构选择·····	152
第四节	我国产品出口的地区选择和市场开拓·····	156
第五节	利用外资、引进技术、扩大出口 ——实现外向型经济发展的良性循环·····	160
第十一章	中国经济的横向联合与企业集团的崛起·····	166

第一节	企业集团——横向经济联合的高级形式·····	166
第二节	企业集团的基本模式和我国企业 集团的主要特点·····	169
第三节	企业集团在经济发展中的地位和作用·····	171
第四节	企业集团的经营方式·····	172
第五节	我国的跨国企业与跨国公司·····	173

企业篇

第十二章	企业经营的国际化·····	179
第一节	企业经营的外部环境分析·····	179
第二节	90年代世界经济发展和商品需求预测·····	181
第三节	90年代世界热销商品分析·····	183
第四节	企业经营战略的全球化·····	184
第五节	推行企业经营国际化的方式·····	187
第十三章	企业决策的国际化·····	190
第一节	决策在企业国际化中的地位和作用·····	190
第二节	企业决策的层次与分类·····	191
第三节	企业决策应遵循的程序·····	193
第四节	企业中个体决策与群体决策方式·····	194
第五节	企业决策者的素质与个性·····	195
第十四章	企业信息和情报的国际化·····	197
第一节	信息是制定企业经营战略和科学决策的基础·····	197
第二节	信息与国际竞争·····	198
第三节	信息的特征和收集的系统化·····	200
第四节	信息的取得和加工·····	201
第五节	企业要有高级的信息人员·····	202
第十五章	全球经济竞争与国际型人才·····	203
第一节	培养国际型人才日益受到各国企业的关注·····	203

第二节	国际型人才的主要特征·····	205
第三节	培养和吸引国际型人才的方法和途径·····	206
第四节	发展中国家培养和引进人才之道·····	208
第五节	企业领导在国际竞争中的用人之道·····	209
第十六章	企业体制、机构与经营国际化 ·····	212
第一节	对企业体制和机构国际化的要求·····	212
第二节	企业体制和组织机构的变革·····	213
第三节	企业体制和组织机构发展的新趋势·····	215
第四节	公司内部人际关系的新变化·····	216
第五节	企业内部人事制度和职工权益的新变化·····	218
第十七章	国际型的企业经理 ·····	220
第一节	美国眼中21世纪企业经理的模式·····	220
第二节	企业经理应该具有企业家精神·····	221
第三节	企业经理的个体素质·····	224
第四节	企业经理层的群体结构·····	225
第五节	欧洲和日本的新一代经理·····	226
第六节	领导要善于发挥智囊团的作用·····	228

前 言

这几年，我在从事工业经济研究的过程中，对国内各种企业，特别是大中型企业进行了调查研究；并且有机会去香港访问，对那里的中小企业也作过一些初步的考察。在和许多企业家、管理学者讨论企业经营问题时，我经常思考：为什么有些企业有飞跃的发展，而有些企业却停滞不前？进而又使我想到了，为什么一些国家和地区的经济和企业总是处于繁荣兴旺状态，而另一些国家和地区的经济和企业却是日落西山，缺乏竞争能力？针对这些问题，我读了一些书，请教了许多企业家、专家和同行，慢慢地懂得了，随着世界经济全球化的地区化，凡是成功的企业，特别是那些大中型企业都必然与国内，特别是与国际市场有十分密切的联系，他们都具有全球的视野和国际化的经营方式。开始我以为，西方发达国家的大企业，尤其是那些大型的跨国公司比较容易进入世界市场，并能在竞争中占据优势地位。我们国家的企业进入就比较困难。1988年，我国提出在沿海实施外向型经济发展战略时，国外有些专家就认为这已为时过晚。因为80年代世界经济形势已十分严峻。何况中国作为发展中国家，企业的竞争能力十分差。但是，近几年的发展事实证明，我国不论是国营企业，合资企业，还是乡镇企业都在开始走向国际舞台。我国的许多产品竞争能力正日益增强，不仅在亚洲市场上，而且也在美国市场上日益挤占一定的地位。我们还看到，我国企业虽然才开始参与国际经济循环，才开始扩大出口，进入国际市场，但象广东以及其它沿海地区已有了飞跃的发展。这些事实更引起我进

行深入思考。我感到，现在世界经济发展、贸易分布格局在发生深刻的变化，我国企业的经营环境和机会也在发生深刻的变化。因此，中国的企业要发展，也需要有全球的视野，也要把自己放到全球范围内来考虑，这样，采取的经营战略、管理方法才能是真正先进的，企业发展面临的机会也就更加广阔。尽管他们会面对严峻的世界市场挑战，但可以在国际竞争中锤炼，经受考验。也只有这样，才能煎熬出有竞争力的企业。

我写本书的目的，就是从扩大企业视野的角度，从全球经济竞争和企业经营国际化角度，来分析一些国家和企业取得成功的原因。中国古代著名战略家孙子说过：“知己知彼，百战不殆”。知己，就是要了解客观世界。一个企业要进入国际市场，就要了解世界经济格局，了解全球贸易分布，了解竞争规则和决定竞争能力的重要因素，只有全面了解国际市场，才能将自己产品打进去，使自己立于不败之地。知己，从广义说，首先要知道我们国家在改革开放之后经济出现了什么样的变化。实际上，经过10年发展，中国经济与世界经济在很大程度上已经联结在一起了，中国的外贸出口额在国民生产总值中的比重已越来越高，外贸出口已经成为推动我国经济增长的一个很重要因素和动力。从狭义说，知己还要了解自己企业走向世界的素质和优势。这样“知己知彼”，才能“百战不殆”。本书的目的就是想把我在阅读、研究、调查和考察中的一些感受和想法奉献给我们的企业，希望能起到“抛砖引玉”的作用。

愿我国有更多企业投身世界经济的洪流中去！

愿我国有更多企业在国际竞争中显示出英雄本色！

第一章 90年代企业应树立全球观念

从80年代开始，我国许多企业已经注意到，不仅国际市场，而且国内市场也正在出现一系列新的发展。中国一些产品不仅在国外市场碰到各种竞争上的劲敌，而且在国内市场上，外国产品和国内产品的竞争也是很激烈的。在机械电机产品方面，美国、日本、法国的电站设备、运输设备同国内产品在竞争；在耐用消费品方面，从电视机、冰箱、洗衣机到大型音响设备、空调设备，到各类汽车更进行着激烈的市场争夺；就是在日常用品方面，从食品、饮料到各式品种的化妆品也无一不在开展着生死斗争。这种渗透到各个战线的竞争画面告诉我们，随着世界经济的全球化和各国产品在对方市场上的互相竞争，在90年代，一个企业在它的经营方针和经营战略中必需具有全球观念。这不仅对从事出口并希望在国外市场上大显身手的企业是重要的，而且对从事国内经营的其主要产品在国内市场上销售的企业同样是必不可少的。这是因为，我们的国内市场已形成了一个初步开放的市场，在这个开放的市场中，任何中国企业的产品，不仅面对着其他中国企业产品、中外合资企业产品，而且面对着国外输进产品的激烈竞争，因此，作为90年代的企业和企业家，如果不了解国际经济的发展阶段和当前发展的态势，不了解国际上产品的变化、升级和更新的状态，不了解国内市场的竞争态势，是很难经营成功的。

第一节 新的经济发展阶段，新型的商品市场

企业经营要树立全球观念，首先要了解世界经济目前的发展

阶段，要了解面对的新型的商品市场。

一、新的经济发展阶段及其主要特征

国内外不少专家认为，世界经济已进入第三个重要发展阶段，也就是说，从农业社会——农业经济，发展到工业社会——工业经济，现在开始进入以发展信息经济为主的信息社会。当然，世界各国经济的发展是不平衡的，目前世界上还有许多国家处于农业社会——农业经济阶段，有些国家处于以工业经济为主的工业社会阶段。但是，世界上一些经济发达的国家已开始进入后工业社会，也就是专家们经常说的信息社会。虽然对信息经济、信息社会的概念在理论上是有争论的，但信息业的高度发展，正在对全球经济、对国际市场的一体化、对市场各种信息的快速传递产生巨大影响。对于这些发展，任何企业都是不能掉以轻心的。我们必须清醒地看到，现在一次新的技术革命和新的产业革命正在席卷全球，正因为这场革命，使世界上各行各业的经济都发生了重要的变化，一方面出现了一大批以新技术为基础的新型产业，包括微电子、生物工程、新型材料、航天工业、海洋工程、新型能源等。这些以新技术为基础的新型工业，都是属于知识密集、技术密集的产业。它们的特点是消耗能源较少，而主要依靠人的智慧、人的技术、人的知识。因此，目前世界上以新技术为基础的新型产业已成为整个经济的领航产业、带头产业，已成为世界市场上竞争的主力。据有关专家预计：到 90 年代末 21 世纪初，世界新技术革命或叫做新产业革命，将出现一个更大的飞跃。面对这全新的经济发展阶段，作为中国的企业、中国的企业家，谁不注重新型技术、新兴行业的发展，谁就会落伍。一个国家不注意，一个地区不注意，这个国家和地区也会落后。

新技术，新兴产业不但本身是个巨大的飞跃，而且由于微电子这个有特殊性质的行业作为领头，因此它又必然扩展和渗透到各种传统工业里面去。新型技术和各种传统工业相结合，就会

改造传统工业，使原来的传统工业发生深刻的变化。同时，也会创造出一系列新型产品。如以微电子为基础的微型电脑和机械工业中一般的机床相结合，就会产生新型的自动化数控机床，生产效率就会成倍、成十倍地提高。新型技术和其它传统工业相结合，同样会产生一系列高性能的新产品。如果我们注意一下近几年国内外市场的话，或者进一步深入了解一下世界上著名的高等院校和研究机构正在开发的新技术、新产品的话，那末，以新型技术为基础的新产品真是层出不穷：各种新型材料加工成的高性能产品；比合金钢更高级的新型陶瓷产品；高性能的金属和非金属产品；各种灵活实用的微机产品；用途广泛的智能加工设备；微型和新型结构设备；高清晰度成像和显示技术；高性能计算网络技术；传感器和信息处理技术；数据存储和处理技术；生物工程和新型医疗技术等等。

需要对企业家们特别提到的是，新技术革命还对企业的组织结构，产品开发战略、技术设备选择和市场开拓都产生了深远的影响。新技术革命正在使世界经济发展、各国竞争的格局和企业的未来产生革命性的巨大的改变。面对这样一个新技术革命，作为一个国家，一个企业都应该引起高度的重视。尽管有的国家或有的地区还以农业经济或工业经济为主，但由于新型技术，新型产业的出现，使原来农业经济向工业经济发展，工业经济向信息社会发展的路子和速度都会有很大的改变。如果我们及时注意到这种产业的发展，及时将这些新型的技术运用到农业和传统工业中去，那么就有可能加快农业的发展，加快原有传统工业的发展，就有可能使我们的整个经济，整个社会加速前进，更快地接近世界先进水平。因此，对一个企业来讲，要建立全球经营的观点，首先就要对世界上出现的新型经济有个清晰的了解，并把新技术革命作为自己一切经营活动的出发点。

二、新的市场与新的产品