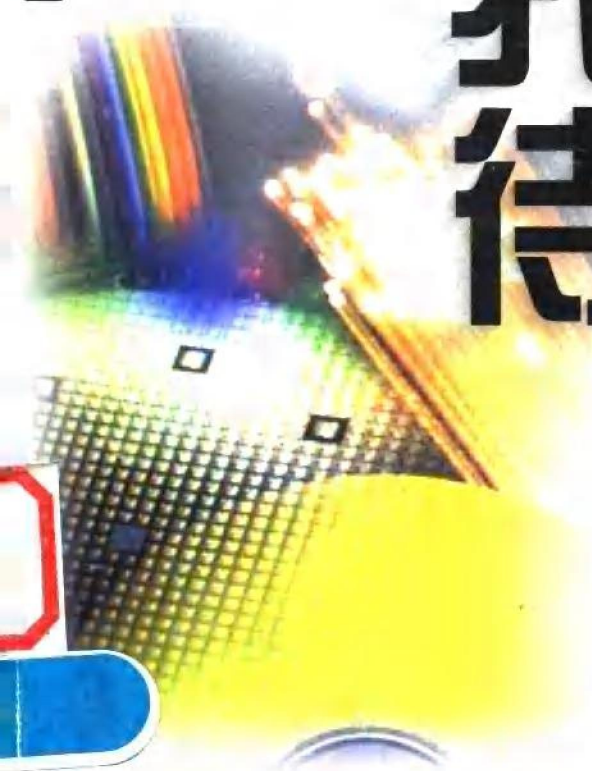


产业重组 时不我待

王小强 著



中国人民大学出版社

产业重组 时不我待

王小强 著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

产业重组, 时不我待/王小强 著
北京: 中国人民大学出版社, 1998

ISBN 7-300-02578-1/F · 803

I. 产...

II. 王...

III. 产业结构-调整-中国

IV. F121

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (98) 第 03282 号

产业重组, 时不我待

王小强 著

出 版: 中国人民大学出版社
(北京海淀路 157 号 邮码 100080)
发 行: 新华书店总店北京发行所
印 刷: 北京市丰台区印刷厂

开本: 850×1168 毫米 1/32 印张: 9.625 插页 1
1998 年 4 月第 1 版 1998 年 4 月第 1 次印刷
字数: 248 000

定价: 18.00 元
(图书出现印装问题, 本社负责调换)

目 录

作者的话.....	1
产业重组，时不我待.....	4
内容提要.....	4
一、与人为善的基本出发点.....	5
二、跨国公司的性质变化.....	7
三、传统研究的两点不足.....	9
四、“民族工业”和“战略产业”的定义.....	12
五、产业重组的任务.....	15
六、产业重组的紧迫性.....	21
七、机制转变与产业重组的步调.....	27
八、值得研究的有关问题.....	32
波音兼并麦道的启示.....	56
内容提要.....	56
一、麦道太小？.....	57
二、竞争——图什么？.....	59
三、竞争——拼什么？.....	62
四、启示我们什么？.....	64
德国电讯上市的启示.....	73
内容提要.....	73

一、电讯业的产业化	76
二、电讯产业竞争全球化	80
三、电讯经营企业化	85
四、对我们的启发	90
德国钢铁重组的启示	100
内容提要	100
一、克虏伯兼并蒂森?	101
二、欧洲钢铁重组?	104
三、中国钢铁重组?	108
四千万电视生产能力何去何从?	116
内容提要	116
一、现有电视将被淘汰?	117
二、研究开发的规模效益	122
三、产业整合与研究院所重组	129
四、产业政策与技术路线	130
进入 21 世纪的严峻挑战	144
内容提要	144
一、全球经济一体化	146
二、经济自由化	158
三、与 WTO 共舞?	162
四、“全球信息社会”	181
五、信息产业化	183
六、进入 21 世纪的三个问题	200
四年时间，美国军工重组完成	264

内容提要..... 264

一、为全球竞争而集中..... 265

二、波音兼并麦道以后..... 272

三、欧洲军工一筹莫展..... 276

四、我们应该学什么？ 282

作 者 的 话

20 世纪的世界，分裂成资本主义和社会主义两大阵营。1990 年苏联解体，冷战结束，当时的美国总统布什提出建立“世界新秩序”(World New Order)。几年过去了，除了亨廷顿《文明的冲突》一类的文章，人们至今无法对这个“世界新秩序”给出清晰的定义。然而，和平使长程性跨国投资成为可能。90 年代以来，外商直接投资在全球范围内突飞猛进，全球经济一体化进程突飞猛进，全球范围的经济自由化改革开放突飞猛进。突飞猛进的速度和程度，随着信息技术日新月异的发展带来的第三次产业革命，远远超过了人们重新定义“世界新秩序”的速度。坚持特殊道路、坚持改革开放的中国，奇迹般地赶上了这个历史潮流，从 1993 年开始，连续几年，中国成为仅次于美国的第二大资本输入国。1996 年，中国吸引外资占整个发展中国家吸引外资的一半以上。新的发展机会由此而来，新的挑战也由此而来。

在全球经济一体化的进程中，跨国公司成为现代大企业生存的一般形式。国内市场国际跨国公司竞争，是我国 90 年代改革开放的新环境。产品总量名列世界前茅，企业规模名列世界后茅，成为我国战略产业振兴的基本障碍。部门分割、地方割据是我国经济体制多年难以解决的痼疾。今天，在全球改革开放的背景下，在跨国公司大举进入的情况下，到了非解决不可的时候。产业重组，任重而时不我待，是这本论文集大声疾呼的主题。

本论文集的几篇文章，从不同的认识角度，提出产业重组的必要性和紧迫性。我们必须下大的决心，在一个很短的时间里，根

本改变产业过于分散、企业规模过小的现状，在一些战略产业，重新组合成与我国已有生产能力相匹配的大企业。然而，这只是“万里长征的第一步”。在规模、技术特别是跨国经营方面处于明显劣势的情况下，我国产业整合之后的大企业，还不可能立即与全球经营的跨国公司正面相拼。在 21 世纪你死我活的全球经济竞争中，我国产业在整体上，尚处于战略防御阶段。中国战略产业的振兴，要打一场持久战。需要有新时代内容的坚定正确的政治方向和灵活机动的战略战术，需要有野战军主力、根据地、游击队、敌后武工队的多元组合和协同作战，需要有审时度势的战略结盟和统一战线。这本论文集所要说的是“狼来了”。下一步的任务，不是如何打狼，重新闭关锁国，而是要“与狼共舞”，在和平和对外开放的环境下，最大限度地充分利用外资，实现中华民族的产业振兴。1997 年 9 月 18 日，美国国务卿奥尔布莱特公开而自信地说：“对我们国家最好的选择不是去诅咒全球经济一体化，而是去驾驭它，使它为美国服务。”* 美国要使全球经济一体化为美国的利益服务，我们为什么不应该、不可以使全球经济一体化为中国的产业振兴服务？所以，在开放环境下，展开若干战略产业的发展战略研究，是实现中国产业振兴的题中应有之义。

从 1994 年 4 月到 1997 年 8 月，作者兼任香港理工大学中国商业中心客座研究员。在国家经济体制改革委员会有关领导的支持下，组织了“对外开放环境下的产业发展”课题组。该课题由香港理工大学中国商业中心资助。寓居香港的南怀瑾老先生、上海远见投资管理顾问有限公司（总经理姚钢）、《中国农民》杂志社（社长陈越光）、《中国税务》杂志社（社长张木生）先后资助部分经费。本书的几篇文章，先后在《参阅文稿》印出，得到北

* Nancy Dunne 1997: “Fast track ‘key to U. S. global role’”, *Financial Time* 1997 年 9 月 19 日，第 7 页。

京惠泰国际投资顾问有限公司董事长李三友的大力支持。

在几篇文章的研究写作过程中，中国社会科学院经济文化研究中心主任邓英淘，香港理工大学中国商业中心主任陈文鸿博士，英国剑桥大学嘉丁管理学院教授彼得·诺兰（Peter Nolan）博士，日本三井物产化工事业部黄晓京，中国国家经济体制改革委员会经济体制和管理研究所副研究员许钢博士、高世楫博士与作者多次讨论，提供宝贵意见，并多次提供有关资料。作者特别从与邓英淘的多次讨论中，得到许多重要的启发。经济体制和管理研究所科研处副处长、助理研究员王建梅绘制了大部分图表，并承担了课题组大量繁杂的管理和辅助工作。对一些文章，一些身居领导岗位的朋友曾经多次提出非常中恳的意见。

中国人民大学出版社总编辑王霁热心出版这本论文集。梁晶热情推荐和联络。责任编辑杨国亮做了大量细致的编辑工作。

正是这些前辈、领导、朋友和同事们的信任、理解、支持和帮助，在道义上鼓舞着作者坚持研究和写作。作者在一系列调查研究工作中，得到过许许多多地方和企业的领导和实际工作者的热心帮助，如果说这本小册子能够给人些许启发，那是和所有这些提到名字的和更多无法提到名字的同志们的帮助分不开的。当然，作者本人对书中的观点和错误负责。

一九九七年十二月

于北京

产业重组，时不我待^{*}

内 容 提 要

随着跨国公司大举进入，中国产业的发展路线，在研究意义上，面临新的挑战。国家之间的比较优势，过去通过国际贸易实现；现在，越来越多地通过跨国公司内部的跨国分工体系来实现。这种变化使得“民族工业”、“战略产业”、“国产化”等许多约定俗成的概念，需要重新研究、重新定义。

在对外开放的环境中，跨国公司来华合资，参与国内市场竞争。与跨国公司比，我国企业在规模上，跨行业、跨地区和跨国经营的产业范围上，很难与跨国公司抗衡。这里的问题，不是企业要有一个由小到大的发展过程。中国目前的生产能力，在钢铁、煤炭、化工、建材以及彩电等主要产业，已经名列世界前茅。不相匹配的是，我国的企业规模太小。譬

* 本文是在“开放环境中的产业发展”课题组的研究提纲基础上整理而成。中国社会科学院经济文化研究中心主任邓英淘、香港理工大学中国商业中心主任陈文鸿博士、英国剑桥大学发展研究协会主席彼得·诺兰（Peter Nolan）博士、日本三井物产化工事业部黄晓京与作者多次讨论，提出宝贵意见和提供有关资料。中国社会科学院经济研究所副研究员张平，国家经济体制改革委员会经济体制和管理研究所副研究员许钢博士、高世楫博士参加讨论；助理研究员王建梅、卢禾查阅部分资料和绘图。文中有些数据未注明出处，为作者在不同部门和企业调查研究中得来。本文曾于1996年10月21日印《参阅文稿》No. 96（8）。收入本书时，笔者补充了一些新材料，作了一些文字修改。

如,1994年,我国钢材生产仅次于日本,超过美国,是韩国的三倍,法国的五倍。它们的主要钢铁企业,新日铁、美钢联、普项、法国的于齐诺·尔萨西洛尔,都跻身世界500强,我们一家也没有。其他行业的情况,也是如此。这种条件下,散兵游勇式的分散合资,被动地纳入跨国公司的国际分工体系,对中国产业的长期发展会产生什么影响,值得研究。

现代企业制度的演进特点是大型化和跨国化。近年来,世界各国大企业之间的兼并、合并和联合,风起云涌。激烈的国际竞争,要求企业具有大范围调度资源和负担高昂研究开发费用的能力;没有一定的规模和产业结构,就无法作为独立的企业存活。过去,我国企业之间的产业联系(如行业分工与产品调拨)通过计划体制实现。工业部门既是政府部门,也是大托拉斯。割断这种技术联系,分散的单位往往不能成为独立生存的企业,自负盈亏。因此,企业经营机制的转变,应当与产业重组相结合。在跨国公司大举进入的形势下,重新组合出与我国现有生产能力相匹配的大企业和企业集团,已成当务之急。

跨国公司的进入,提出一系列具有理论和实践意义的研究课题。中国产业的发展路线,需要有国际政治经济背景的战略研究。

在对外开放的环境中,90年代以来,跨国公司大举进入。中国产业发展的基本路线,成为理论研究的当务之急。

一、与人为善的基本出发点

用我方的眼光看,在开放的环境下,跨国公司瓜分市场、壅

断产业。中国产业的发展路线，面临一系列不确定因素的挑战。从外方的角度看，中国经济持续 18 年高速增长，连续几年成为仅次于美国的世界第二大资本流入国。12 亿人口具有任何西方国家都没有经验和能力把握市场的潜力。偌大的中国，一方面，“黑洞”般地吸纳巨额外资；一方面，廉价产品出口无法遏制地增长。一些为失业大伤脑筋的西方国家，自然会产生“资本流出去、产品打进来”的印象。[1]

西方国家的优越意识，根深蒂固。1990 年，日本在美国的直接投资剧增。美国舆论大哗。一期《商业周刊》的封面，竟是这样一幅漫画：一位短腿倭寇，撅着屁股，在美国地图上乱插膏药旗。其时，日本在美外资排名第七位，远低于英、德、法、加拿大等经济实力不如日本的西方国家（*New York Time* 1990 年 7 月 17 日）。对中国的崛起，西方自然会更增加一层意识形态的不适。目前，全世界仅存四个社会主义国家，三个是美国二战以后的交战国。除了越南刚刚解禁外，古巴和朝鲜至今仍与美国处于敌国状态。西方的反共斗争持续了一个世纪；而且，通过兰博等越战影片、007 等反苏影片，将敌对意识娱乐性地深入人心。在这种背景下，美国视中国为“非市场经济国家”。美国商务部把我国国有外贸公司当成非市场经济体制下的政府行为，认为它们的出口经常有政府补贴。欧洲共同体理事会通过的 3420/83 法规视社会主义国家为“国营贸易国家”，明确规定实行严格的贸易壁垒政策。尽管我国外贸发展迅速，每年外贸总额占全球贸易额的比例仅为 2.5% 左右。自 1979 年欧洲共同体对中国出口的糖精发起首例“反倾销”调查以来，外国对华提起的“反倾销”案已近 200 起，涉及产品种类 4 000 多种。案件之多、品种之广，为世界前茅。近几年，中国商品只占美国进口市场总量的 3% 左右，美国对华的反倾销案件却占其案件总数的 20%（张经鹏 1996，刘建伟 1996）。[2]所以，在这样的国际环境里，中华民族的振兴，显然不

应主动采取与人为敌的挑战姿态。研究我国产业的发展路线，应当本着互利互惠、与世界经济融为一体的原则，尽可能减少中华民族崛起所引起的警惕和不安。

二、跨国公司的性质变化

如今，37 000 个跨国公司在世界各国拥有 20 万个工厂和 3/4 的民间技术发明。全世界 10% 非农业雇员为跨国公司工作。^[3] 跨国公司的总产值相当于全球 GNP 的 25%~30%，相当于非农业贸易的 60%，超过全世界各国的出口总额（Dunning 和 Sauvant, 1996, 第 11 页）。中国产业的发展，想重新关起门来，不和跨国公司打交道，即便是可能的，也是不明智的。因此，讨论对外开放环境中，我国产业的发展路线，具体地说，就是如何在与跨国公司打交道的过程中求生存、求发展。

与跨国公司的交道怎么打？首先碰到的问题是：跨国公司是什么？传统的跨国公司与帝国主义的殖民统治相联系。跨国公司所代表的特定帝国主义国家的政治利益十分明显（如英国的东印度公司）。^[4] 近 30 年来，随着经济全球化的浪潮，“企业跨国化”获得突飞猛进的发展。^[5] 1991 年，美国国会对上市企业营业额超过 1 000 万美元的 1 928 家美国公司进行调查。调查涵盖了全球 2/3 以上的美国公司的营业额，涵盖了大多数员工超过 500 人的美国企业。调查结果表明，1979—1989 年，1 928 家公司中只有 742 家（38%）保留企业本体，没有被兼并或倒闭。活下来的企业里，444 家（66%）是跨国公司。总计，跨国企业的存活率比没有“跨国”的本土企业高 50%。跨国公司的营业额成长率和利润率分别为 8.8% 和 9.4%；本土企业只有 5.5% 和 7.1%。由于“跨国”比不“跨国”强，1979—1989 年，样本企业的海外研究开发活动增长了六倍（Moran 和 Riesenberger 1994, 第 43 页）。不仅大企业

如此，整个 80 年代，美国利润率最高的 100 家中小企业，海外投资每年平均增长 20% (Reich 1991, 第 121 页)。从世界范围说，过去 30 年间，外商直接投资的增长速度超过 DNP 和出口的增长速度 (Dunning 和 Sauvant 1996, 第 11 页)。据联合国跨国公司中心的数据，1983—1989 年，外商直接投资每年增长 28.9%；全球出口和 GDP 的年增长率只有 9.4% 和 7.8% (UNCTC 1991, 第 82 页)。^[6]跨国公司日益成为现代大企业生存和发展的一般形式。

企业跨国化与本地市场国际化相辅相成。现在，参与国际竞争已经不用“走出国门”。二战以后，贸易自由化的发展，使各国的“国内市场”为国际产品所充斥。虽然有发达国家的贸易保护主义重新抬头，各种形式的直接投资，仍然使国际竞争在诸多国家的“国内市场”愈演愈烈。譬如，1993 年，世界最大 100 家企业中 (*Fortune* 500)，一半以上的企业海外销售额超过销售总额的 50%。ABB、雀巢 (Nestle) 和菲利普 (Philips) 的海外销售超过企业销售总额的 90%。在这 100 家里，18 家公司一半以上的资产在海外，19 家一半以上的员工在海外。100 家总计，48.4% 的销售和 37.8% 的资产在海外 (UNCTAD 1993, 第 28 页)。于是，“民族国家已经不再是有意义的经济活动单元” (Ohmae 1995, 第 131 页)。企业，如果仅靠组织有限的本土资源去和全球范围调度资源的跨国公司竞争，显而易见，将处于不利地位 (Porter 1990)。

从单纯为出口生产到全球范围内分工生产，是跨国公司性质的重大变化。^[7]譬如，美国的海外投资企业，在全球的年销售总额超过一万亿，相当于美国出口总额的 4 倍，近年贸易逆差的 7 倍~8 倍 (Reich 1995b, 第 173 页)。所以，1986—1988 年，美国公司海外的研究开发 (R&D) 费用增长了 33%，美国本土只增加了 6%。与此同时，外国公司也到美国求发展。1977 年，在美国的外国公司，制造业增值 (value added) 和就业各占美国的 3.5%；1989

年上升为 11% 和 10%。从企业所有权上说, 1993 年排名世界最大 100 家企业 (*Fortune* 500) 里的美国公司, 一半在海外上市 (Ruigrok 和 Tulder 1995, 第 156 页)。1977 年, 美国非金融企业股权的 2% 为外国投资者所有, 1988 年升到 9%, 1995 年到 15% 左右 (Reich 1991, 127~128 页)。目前, 美国投资者手中, 已有 10% 是外国企业的股票和证券; 未来 10 年, 将升为 25%。仅 1989 年一年, 美、英、日、德跨国的股权投资就增加了 20% (Reich 1995a, 144~146 页)。^[8]加上在产品层面上的合作、联合、合资, 跨国公司之间越发呈现出一种你中有我、我中有你、分不清你我的复杂图景。^[9]克林顿的前任工业政策顾问 (现任劳动秘书) 罗伯特·瑞克 (Robert Reich) 甚至乐观地宣传: 企业组织全球化, “将使人们无法区分哪个公司是美国 (或英国、或法国、或日本、或西德) 公司, 哪个产品是美国 (或英国、或法国、或日本、或西德) 的产品” …… “今天, 公司的生产决策和所在地选择, 必须考虑的是全球竞争, 不是对国家效忠” (1995a, 第 110 页; 1995b, 第 161 页; 1991, 第 110 页)。^[10]

跨国公司唯利是图的企业利益与发达国家政治化了的国家利益之间的差距, 哪怕仅仅是微妙的, 也是值得高度重视的研究课题。一般而言, 东方社会可以在经济上——在互惠互利、互相依赖的意义上——与西方融为一体; 在政治制度、意识形态和文化上则很难融会贯通。从我国的实际情况出发, 利用经济的利益关系以克服或软化政治制度、意识形态和文化上的发展障碍, 是区别跨国公司与公司所属发达国家的意义所在。

三、传统研究的两点不足

关于跨国公司与发展中国家关系的理论研究, 一般涉及的传统命题是, 跨国公司剥削发展中国家、控制发展中国家的经济命

脉以及发展中国家的产业发展在技术上陷入对跨国公司的依赖，等等（Fenkins 1991，Caves 1996）。将传统研究成果应用到我国今天的产业发展问题，有两点值得注意：

第一，传统研究基本上没有把跨国公司唯利是图的企业利益与发达国家政治化了的国家利益区分开来，从而把跨国公司与发展中国家的关系，等同于发达国家与发展中国家的关系。^[11]这种将跨国公司当成东印度公司的讨论，无法包容现代企业跨国化的发展。从殖民、出口到跨国范围的生产分工，跨国公司的行为逻辑发生了变化。1982—1990年，美国跨国公司出口占美国制造业出口的2/3（ECAT 1993，第17页），其中很大部分是跨国公司在公司内部跨国范围的产品调度。整个80年代，英国跨国公司实现了英国80%的出口。美国跨国公司实现了美国75%的出口和50%以上的进口。日本跨国公司内部的产品调度占日本进出口总额的30%以上（Lecraw 和 Morrison 1996，第75页）。^[12]在李嘉图时代，不同国家的比较利益，通过国际贸易实现。因此，后进的发展中国家有“进口替代”、“出口导向”等与贸易有关的发展战略的讨论。如今，不同国家的比较优势，越来越大的一部分，在跨国公司的分工体系内部实现。为了充分实现海外投资的比较优势，跨国公司往往主动帮助自己的海外投资企业“国产化”，使这些合资、独资企业尽快达到质量标准，加强公司自己的国际竞争能力。我们可以买到不少索尼或松下的电器“Made in Malaysia”或“Made in Singapore”。从中可以看到跨国公司海外投资“国产化”的一片苦心。松下公司从1979年开始，致力于在华投资的“中国化”（Chinalization），制定了六条具体的实施原则，包括努力提高在华合资企业的“国产化率”（王志乐编 1996，249～258页）。跨国公司行为逻辑的这种变化，对“进口替代”、“出口导向”、“国产化”等传统命题提出新的理论挑战。

第二，传统研究的对象基本上是中小发展中国家的经验，从

未涉及我国这样一个拥有 12 亿人口的大国。譬如，四五家跨国公司曾经把巴西和墨西哥百万辆规模的汽车市场瓜分，分割成 20 万~30 万辆一块。这样，当地汽车工业发展再好，市场规模受到限制，难以成长出具有挑战能力的大型企业，只能屈居从属地位，永无还手之力。中国一个大省，就能有一亿人口。目前全国百万辆规模的汽车市场，即使被几家大公司分割，将来仍有可能依托硕大无朋的市场潜力，发育成就能够挑战回去的汽车工业。[13]

中国人口相当于欧洲、美国和前苏联的总和。[14]这为超越传统研究的现成结论，留下发挥想象力的余地。英国剑桥大学发展学会主席彼得·诺兰博士 (Peter Nolan) 在讨论中，提出“外资本地化”的假设 (foreign-capital localization)。照他的说法，譬如，1995 年，可口可乐在中国碳酸饮料市场的占有率达 23% (Nolan 1995)。1994 年，可口可乐的卫生标准成为中国软包装饮料的行业管理标准。1996 年年初，可口可乐又开发了以中国果、菜、茶为原料的天然饮料 (张可佳 1996)。结果，据诺兰说，到 1997 年，可口可乐在中国碳酸饮料的市场份额已经超过 70%。如果 12 亿中国人一起大喝特喝可乐产品，可乐产品在中国的销售将超过可乐公司在世界任何地区的销售额。可乐的生产、研究开发 (R&D) 以及资本势必要向中国集中。可乐公司的中国员工越来越多，海内外华人在公司内部管理和决策的地位越来越高。随着中国生产和开发的可乐产品向其他地区推进和“返销”，随着以中国为根据地和出发点的新一轮市场开拓，最后，可口可乐自己的“国籍”会越来越模糊不清。

上述假设合乎逻辑。实行起来，需要哪些条件和政策，值得研究。[15]可口可乐是美国文化的象征，消化起来，不大容易。可是，从一些海外华人和港台投资企业的发展前景看，真不能说完全没有“外资本地化”的可能。譬如，在华已有 130 家企业的正大集团，“国籍”就可能越来越不清楚。台湾省顶新集团（“康师