



《企业管理与企业发展》丛书
IYE GUANLI YU QIYE FAZHAN CONGSHU

企业竞争力评价 理论与方法

主编 师萍 副主编 谢兴龙 杨洵 张昌荣



经济科学出版社



企业竞争力评价与提升案例丛书

企业竞争力评价与提升案例丛书

企业竞争力评价 理论与方法

主编 陈明 副主编 陈明生 陈明生 陈明生



中国财政经济出版社

西北大学“211 工程”重点支持项目

《企业管理与企业发展》丛书

丛书主编：王正斌 师 萍

企业竞争力 评价理论与方法

主 编 师 萍

副主编 谢兴龙 杨 洵 张昌荣

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

企业竞争力评价理论与方法 / 主编师萍.
北京: 经济科学出版社, 2005. 3
(企业管理与企业发展)
ISBN 7 - 5058 - 4746 - 5

I. 企… II. ①师… III. 企业 - 市场
竞争 - 评价 - 研究 VI. F270

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 015161 号

责任编辑：王 岩

责任校对：杨晓莹

版式设计：代小卫

技术编辑：王世伟

企业竞争力评价理论与方法

主 编 师 萍

副主编 谢兴龙 杨 洵 张昌荣

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

电子邮件：esp@esp.com.cn

北京欣舒印务有限公司印刷

河北三河三佳装订厂装订

880 × 1230 32 开 8.25 印张 220000 字

2005 年 3 月第一版 2005 年 3 月第一次印刷

ISBN 7-5058-4746-5/F · 4018 定价：15.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

丛 书 编 委 会

顾 问：白永秀 张 炜

丛书主编：王正斌 师 萍

编 委：（以姓氏笔画为序）

卜小军 王正斌 师 萍

李树民 齐捧虎 安立仁

杜跃平 赵守国 郝 索

张晓明 郭世辉 顾 颖

惠 宁 樊 涛 薛来前

《企业管理与企业发展》

丛书总序

管理学作为一门独立学科，要比经济学晚一个多世纪。企业管理产生于机器生产的工厂。1880年泰勒（F. W. Taylor）在米德维尔钢铁公司进行了著名的“生铁搬运试验”，总结形成了“泰勒制”的核心，进而于1911年出版了《科学管理原理》，全面阐述了他的管理思想与理论，标志着企业管理从经验管理迈向科学管理，从此也开始了企业管理的专门系统研究。

企业管理理论在企业实践的需求拉动下不断拓展与创新，经历了科学管理和行为科学阶段后，进入了现代管理阶段。现代企业管理理论是现代企业组织、现代生产技术和现代市场环境的产物。企业规模的扩大，生产过程的自动化，产品生产周期的缩短，市场竞争力的加剧，催生了企业管理的不同流派，如：管理过程学派、经验主义（案例）管理流派、社会系统学派、管理科学学派、系统理论学派、决策理论学派、权变理论学派、经理角色学派、群体行为学派等等，孔茨（H. Koontz）称之为“管理理论丛林”。此后，企业管理研究的视角、层面和方法发生了新的变化，更加注重管理的人本、创新、系统、差

异、信息、整合与全球化特征等。安索夫 (Asoff) 《公司战略》(1965) 的出版, 把“战略”概念引入了企业管理学, 企业管理进入关注战略管理时期。哈佛大学商学院迈克尔·E·波特 (M. E. Porter) 教授的《竞争战略》(1980) 等著作把战略管理推向高峰。20 世纪 80 年代初, 美国加州大学教授威廉·大内在《Z 理论》书中, 首先提出了企业文化因素的巨大意义, 随后《公司文化》、《追求卓越》、《美国企业精神》等一批著作出版。进入 20 世纪 90 年代, 企业核心竞争力理论、企业再造理论、学习型组织理论、虚拟组织理论、知识管理理论、战略联盟理论等更是层出不穷。

在一般企业管理理论发展的同时, 企业管理各专业领域的理论、工具与方法也不断创新。20 世纪 80 年代后期尤其是 90 年代以来, 代表性的有: 绩效管理、薪酬管理、员工持股计划、实物期权、公司治理、企业资本结构、平衡积分卡、研发管理、西格玛管理、敏捷制造、精益生产、计算机集成制造、大规模定制、界面管理、清洁生产、业务外包、顾客价值管理、客户关系管理、顾客忠诚度管理、顾客满意度管理、网络营销、绿色营销、关系营销、整合营销、服务营销、复直营销、连锁经营、标杆管理、供应链管理、需求管理、风险管理、项目管理、危机管理、企业资源管理、技术创新管理、执行力、领导力、企业并购、企业社会责任、跨文化管理等, 使企业管理理论更丰富, 对企业管理实践的影响更大。

企业管理的理论、工具与方法大多诞生于经济强国, 美国企业管理理论占据了全球企业管理的主导地位。其原因主要有两个方面: 一是美国拥有一大批高瞻远瞩、追求卓越、目标明确、不断创新、以人为本、规范务实、基业常青的公司, 如波音公司 (Boeing)、花旗银行 (Citicorp)、福特汽车公司 (Ford)、通用电器公司 (General Electric)、惠普公司 (Hewlett-Packard)、IBM 公司、强生公司 (Johnson)、默克制药 (Merck)、摩托罗拉公司 (Motorola)、3M 公司、宝洁公司 (Procter & Gamble)、沃尔玛公司 (Wal-Mart)、迪斯尼公司 (Walt Disney) 等; 二是美国大学商学院

的管理学者和管理咨询公司的咨询专家，以实验方法和实证方法研究美国企业及其运作管理，进行系统总结和理论提升，并与学术刊物、商业期刊和出版公司等合作把研究成果推向全球。

日本的企业管理在全球之所以有话语权和重要地位，既与日本一批企业如丰田、东芝、索尼、柯达、富士等，在战后学习西方企业技术与管理时，对技术直接拿来模仿，管理结合日本国情与文化，从而成为世界级企业有关，也与日本学者在接受了西方管理理论与方法教育后，从日本企业管理的需要和日本文化实际出发进行针对性强地创新研究而非简单模仿有关。

中国已经成长起来一批优秀企业，如联想、海尔、万科、华为、TCL、格兰仕、娃哈哈等，这些企业虽然只有20年左右的历史，与世界一流企业还有相当大差距，如海尔与GE、联想与戴尔、华为与思科、娃哈哈与可口可乐、格兰仕与沃尔玛、TCL与诺基亚等，但他们的竞争力、成长性已令全球关注。全球化竞争时代，这些中国一流企业在技术、产品（服务）、流程创新的同时，需要在企业管理上提升，以适应技术、产品（服务）流程和市场变化。同时，众多的中国其他企业在成长过程中也迫切需要管理支持。这是对中国大学商学院的管理学者和管理咨询公司的咨询专家的挑战，也提供了管理理论、工具与方法创新的机会。纵观世界经济发展历史，一个国家经济的持续高速增长，必然诞生一批全球著名企业家和世界级企业，也必然诞生有全球话语权的管理学家和管理理论。

西北大学是一个有着百年历史的西部高校，早在1912年就建立了商科，培育了一批又一批企业管理人才。西北大学经济管理学院在长期发展过程中形成了自由、严谨、务实、创新的学术风气，提倡教师和学生以科学精神和方法，结合实际、与时俱进、不拘形式、自圆其说地开展研究。中小企业创业与成长、公司治理、国有企业改革、企业资本结构、西部企业发展、绩效评价、技术创新管理、旅游企业管理等，形成了自己的特色。

中国正处在令人激动的时代，企业管理更是令人兴奋的领域。我们计划用3~5年的时间推出一批企业管理研究著作，内容涉及企业管理的多个方面和多个层次，风格各异，以为中国企业管理理论发展和服务中国企业管理实践尽微薄之力。

王正斌 师 萍

2004年10月于西北大学

目 录

第1章 企业竞争力的经济学解释

- 1.1 企业竞争力的经济学内涵 (1)
- 1.2 企业的比较优势和竞争优势 (14)
- 1.3 波特的竞争力理论 (22)
- 1.4 企业竞争力的其他经济理论解释 (29)

第2章 企业竞争力要素分析 (38)

- 2.1 企业规模、影响能力与企业竞争力 (38)
- 2.2 学习创新能力与企业竞争力 (52)
- 2.3 经营管理、组织协调能力与企业竞争力 (62)
- 2.4 抗风险、应变能力与企业竞争力 (72)

第3章 企业核心竞争力与国际竞争力 (81)

- 3.1 企业核心竞争力 (81)
- 3.2 企业国际竞争力 (97)

第4章 企业竞争力评价体系和评价指标	(103)
4.1 企业竞争力评价体系	(103)
4.2 企业竞争力评价指标	(105)
4.3 指标数据的收集和整理	(116)
第5章 企业竞争力评价——综合指数法	(124)
5.1 综合指数法的基本步骤	(124)
5.2 综合指数法的应用——××石油企业 竞争力评价	(126)
5.3 综合评价与排序	(134)
第6章 企业竞争力评价——主成分分析法	(136)
6.1 主成分分析法的内容	(136)
6.2 主成分分析法的基本步骤	(141)
6.3 主成分分析法的应用——××工程技术 企业竞争力评价	(145)
第7章 企业竞争力评价——层次分析法	(150)
7.1 层次分析法的基本原理	(150)
7.2 层次分析法的步骤	(154)
7.3 层次分析法的计算方法	(160)
7.4 层次分析法的应用——××医药 企业竞争力评价	(165)
7.5 层次分析法的应用——香港创业板上市 企业竞争力评价	(172)
第8章 企业竞争力评价——模糊数学法	(185)
8.1 模糊数学法的应用步骤	(185)

8.2	模糊数学法的应用——××零售 企业竞争力评价	(187)
8.3	模糊数学法的应用——××外贸 企业竞争力评价	(200)
第9章	企业竞争力评价——BP 人工神经 网络法与函数建模	(204)
9.1	BP 人工神经网络法	(204)
9.2	函数建模及分析	(213)
附录	IMD 的国际竞争力指标体系 (英汉对照)	(221)
	参考文献	(242)

第1章 企业竞争力的经济学解释

发展一批具有国际竞争力的企业集团，是我国经济发展的一项重要战略目标，是贯彻党中央、国务院关于国有经济战略性改组、促进企业结构调整方针的具体体现。因此，提升“企业竞争力”已经成为我国上上下下一致奋斗的目标。

1.1 企业竞争力的经济学内涵

1.1.1 企业竞争力的提出

企业竞争力（Competence Ability of Enterprise）是指企业在市场竞争中具有，支撑企业保持可持续生存和发展的能力。具体是指企业在竞争环境下，以比其他竞争者更有吸引力的价格和质量来进行设计、生产并销售货物以及提供服务的能力和机会。也就是说，企业竞争力是企业是在市场经济的竞争环境中，相对于其他竞争对手所表现出来的生存能力和持续发展能力的总和。

企业的英文原词是 Enterprise，这个词不但指从事商业活动的经济组织，而且包含有“进取”、“冒险”精神之意。在市场经济中，企业的生产经营过程本身就是一种进取、冒险的竞争过程，可以说，竞争是企业这一概念所包容的含义之一。^①

^① 胡大立：《企业竞争力论》，经济管理出版社 2001 年版，第 9 页。

由于竞争力的概念提出的时间还不长,对其解释也各不同。从竞争力在经济学上的基本含义来看,竞争力的理论基础是竞争理论。传统的经济学家把竞争力视为企业在占有基本生产要素——劳动力、资金和自然资源方面所拥有的相对优势。早在古希腊时期,亚里士多德的《政治学》一书中就出现了“竞争”和“垄断”这两个概念,并已认识到垄断是没有人“去同他竞争”。亚当·斯密(Adam Smith)提出比较优势的概念,强调在国际间,一个国家的出口要有竞争力,就必须要有相对较低的生产成本。李嘉图(D. Ricardo)则强化了比较优势的概念,其著名的比较优势理论(Comparative Advantage Theory)已在某种意义上展开了国际竞争的研究。20世纪初,熊彼特(Schumpeter)引入创新概念,构建出动态和不断进化的竞争论点,熊彼特突出地强调了企业家精神(Entrepreneurship)是扮演经济发展引擎的关键角色。罗伯特·索洛(Robert Solow)通过研究,分析了1948~1982年美国经济发展的基本增长要素,特别强调了专有技术(Know-How)和劳动力教育的重要性。20世纪80年代以来,美国哈佛大学波特(M. E. Porter)教授又提出了竞争优势理论,把竞争力研究推上了一个新的高度。可以说,许多学者的贡献已使人们对竞争力在经济学上的理解不断深化。

美国哈佛大学的迈克尔·波特在《竞争优势》一书中指出,“企业竞争力归根到底来源于企业为客户所创造的超过顾客支付成本的价值。而超额价值或者产生于以低于对手的价格向顾客提供同等的价值,或者是企业能够凭借其为顾客提供的独特的、更高的利益而获得的高价补偿”。^①由此可见,迈克尔·波特教授的“企业竞争力”概念有几层含义:首先,企业竞争力就是企业为客户所创造的超过顾客支付价格的正的价值;其次,企业所获得的补偿必须超过其生产成本;最后,塑造和提升企业竞争力的两种基本途

① 迈克尔·E·波特:《竞争优势》,华夏出版社1997年版,第2页。

径，是低成本和差异化。

戴维·贝赞可等人在其合著的《公司战略经济学》一书中指出，企业竞争力的具体表现是企业的利润水平超过了该行业平均水平。^①企业竞争力真正来源于比其竞争对手具有创造更大价值的能力，并且当企业能够把其创造的价值有效地向消费者让渡时，企业也会同时赚得更高利润和更高的利润率。^②由此可见，戴维·贝赞可等人认为，企业竞争力，是指企业凭借其比竞争对手具有创造更大价值的能力而获得更高利润和利润率的能力。

西屋·S·马瑟和艾尔弗雷德·凯尼恩在合著的《创造价值——新时代企业的经营战略》一书中指出，“许多人把这种必需的超正常水平的金融业绩称为‘竞争优势’。此处，我们回避采用这种表达。因为它没有准确地表达财务意义，也没有特别强调降低成本的必要性。这种必需的财务业绩被称为‘创造价值’，而达到此目标的产品或公司被称为‘价值创造者’。”^③由此可见，西屋和艾尔弗雷德认为，企业竞争力即为其创造价值的能力，企业具有竞争力的表现，是企业创造的超过正常水平的经营业绩。除此之外，他们还同时指出，企业竞争力是通过企业低资本成本获得的。

乔·L·皮尔斯等人在其合著的《管理宝典——开创管理新纪元的36部经典著作集粹》一书中指出，“企业竞争力是指能使一个企业在其行业中抓住机遇、克服困难，从而能长期获取超额利润的能力、资源、关系以及决策”。^④在他们看来，企业竞争力是由多种要素决定的，这些要素包括企业的能力、资源、关系以及决策，它们能够帮助企业抓住机遇、克服困难并使之长期获取超额利润。

①② 戴维·贝赞可、戴维·德雷诺夫、马克·尚利：《公司战略经济学》，北京大学出版社1999年版，第372、373页。

③ 西屋·S·马瑟、艾尔弗雷德·凯尼恩：《创造价值——新时代企业的经营战略》，天津人民出版社1999年版，第185~186页。

④ 乔·L·皮尔斯、约翰·W·纽斯特朗：《管理宝典——开创管理新纪元的36部经典著作集粹》，东北财经大学出版社1998年版，第155页。

因此，企业竞争力具体表现为能够长期获得超额利润的能力。

综上所述，由于研究角度不同，学者们对企业竞争力概念的论述也存在明显的差异。尽管如此，共性的认识是：（1）企业竞争力产生于竞争性的市场环境中，是企业之间竞争的结果；（2）企业竞争力，具体表现为企业能够获取超过同行业平均利润率水平的能力；（3）企业竞争力提升的基本途径是低成本和差异化战略；（4）具有竞争力的企业能为顾客、股东、员工、供应商、政府和社会等企业利益相关方创造更多的价值。

1.1.2 企业竞争力的经济学解释

从现有的资料来看，最早关注企业竞争力问题的是美国。最早的竞争力研究是针对企业竞争力而言的。早在1978年，应白宫和参议院的要求，美国技术评价局就开始了美国企业竞争力的研究。1979年，美国总统签署的贸易协定（草案）明确规定：总统应向国会报告有关影响美国企业在世界市场竞争能力的因素，以及增强美国国家竞争力的政策。1983年，美国总统建立了一个由30名专家组成的“关于工业竞争力的总统委员会”，开始专门研究竞争力问题。此外，美国其他众多的学术机构和商业机构也纷纷开展了竞争力的研究，如美国工程研究院和纽约证券交易所分别进行了题为《国际竞争能力的技术发展》和《美国高技术产业竞争能力之评价》的研究。至20世纪80年代中期，日本、德国也分别以竞争对手为主要对象，开始了对企业竞争力的研究。

1. 基本概念的界定。基于企业竞争力获得和提升的基本途径是低成本和差异化两种基本的竞争战略这样一个事实，我们认为，企业竞争力可分解为：由低成本竞争战略带来的企业竞争力和由差异化战略带来的企业竞争力两种形式，本研究分别将它们称为“低成本竞争力”和“差异化竞争力”。并以此作为从经济学的角度分析企业竞争力的起点。在分析之前，需要定义如下概念：