

导论

一、面对全球竞争的时代

20 世纪 80 年代以来，全球经济出现自由化和市场化改革的浪潮，特别是冷战的结束使各国之间进行经济合作的政治性障碍削弱，中国、独联体、东欧国家和许多发展中国家市场经济体制的改革使全球经济合作的体制性障碍大大减少，各国的贸易和投资联系空前加强，经济全球化再次驶入了快车道。所谓经济全球化，是指世界各国或各地区取消或放松对商品、服务、资本、信息、技术等方面国际流动的管制，经济相互联系和相互依赖日益加深，导致全球范围内各种要素价格逐步趋同的经济现象，主要表现为国际贸易自由化、生产和经营跨国化以及金融一体化的趋势。从根本上说，经济全球化是生产社会化和商品经济发展的产物，是世界经济发展的客观趋势，谁也回避不了，都得参与进去。WTO 的形成与发展集中体现了经济全球化的历史进程，WTO 也是经济全球化的标志与载体。与 GATT 相比，WTO 大大扩展了贸易自由化的领域，完善了国际贸易及与其相关的各种规则，把覆盖范围从货物贸易扩大到服务贸易和知识产权领域，大大完善了国际贸易争端解决机制，形成了一个法制化的国际经济贸易体制。WTO 又是一个具有成长性的国际组织。不仅其成员不断扩大，作为全球多边贸易体制更有代表性，而且它还通过组织成员方的谈判使其自身不断适应经济全球化发展的需

要。在多哈启动的新一轮多边贸易谈判就说明了这一点。已经提出的各个议题都反映了经济全球化的新发展，如农产品与服务贸易协议完善问题、区域经济集团、贸易与环境、贸易与投资、竞争政策、政府采购透明度、贸易便利化、药品知识产权，等等。这些议题出自经济全球化发展的需要，国际协议的达成将使全球化更加稳定合理地向前发展。

在过去 20 多年中，我国实行对外开放政策，经济从封闭走向开放，并逐步扩大开放的广度和深度，融入国际分工体系，成为经济全球化进程的主动参与者，较好地把握了国际产业结构调整带来的机遇，在扩大进出口贸易、吸收外商直接投资和沿海地区开放等方面取得显著成效，促进了经济高速增长，成为经济全球化当中受益最大的发展中国家之一。我国的国际贸易规模在过去 20 多年里扩大了约 22 倍，世界排名从开放之初的第 32 位上升到目前的第 9 位，年均利用外商直接投资从 80 年代初的不到 20 亿美元，上升到现在的 500 多亿美元，成为世界第一大外商投资东道国。我国通过积极参与国际分工与合作，吸收外国投资与扩大国际贸易，有力地促进了国内产业结构升级，创造了大量新的就业机会，推动了国内经济体制改革，提高了国民经济运行效率，增强了综合国力，使我国在国际经济与政治事务中能够发挥更大作用。

2001 年我国加入了 WTO，标志着我国对外开放进入一个新的阶段，也意味着我国参与经济全球化的进程将进一步加快，表现在：一是由有限范围和有限领域内的开放，转变为全方位的开放；二是由以试点为特征的政策性开放，转变为法律框架下的可预见的开放，即按承诺时间表开放；三是由单方面为主的自我开放，转变为中国与世贸组织成员之间双向的相互开放。这些变化必然引起竞争范围和竞争规则的变化。

——单个企业之间的竞争转变为企业群体之间的竞争。过去，由于国内市场发育不成熟，市场竞争主要是单个企业之间的竞争，片面强调排斥竞争对手。现在，由于经济全球化进程的加快，企业竞争环境更为复杂和多变性，仅仅依靠自身的力量来获得企业发展所需要的资源和能力，变得越来越昂贵和困难，企业与供应商、客户和合作伙伴之间的相互依赖性不断增强，传统的追求单一企业的利益最大化已不合时宜，即使是大型知名企业也在某种程度上需要寻求外部资源以建立竞争力，战略联盟、战略合作伙伴的作用日益重要。因此，如今国际市场的竞争，强调的是合作竞争，是一个跨国集团与另一个跨国集团之间的竞争、一个供应链与另一个供应链之间的竞争、一个连锁组织与另一个连锁组织之间的竞争、一个物流配送体系与另一个物流配送体系之间的竞争。一个企业所参与的群体规模越强大，运行效率越

高，运行成本越低，企业的竞争力就越强。

——区域市场的竞争转变为全国统一市场的竞争。过去，由于我国经济体制处于转轨过程中，沿着市场经济这一大方向“摸着石头过河”，市场化程度总体上是不断提高。但是，体制改革是从某一部门、某一地区率先突破，逐步推进，再加上地方和部门利益的影响，地方和部门保护主义屡禁不止，全国市场被地方和部门所分割，全国统一的市场并没有完全形成。因此，过去的竞争在某种程度上说是区域市场的竞争。加入 WTO，我国所作的承诺就是：“遵守规则、开放市场”，实质是我国的经济必须按 WTO 的原则向国际社会实行逐步的、全方位的开放，我国的经济政策、经济法规、经济运行机制、经济体制要逐步符合 WTO 的原则，地方保护主义和部门保护主义将受到抑制，进一步形成全国统一的、开放的、竞争有序的市场，企业在区域市场的竞争将进一步转变为在全国统一市场的竞争。

——国内市场竞争转变为全球市场竞争。加入 WTO 后，中国和其他 WTO 成员互相开放的程度进一步加大。一方面我国企业要走出去，我国商品和服务会更多地进入国际市场，国民经济发展对国际市场的依赖程度将进一步提高；另一方面 WTO 成员要进来，我国按照入世的承诺将进一步扩大对外开放的范围和领域，实行国民待遇原则和最惠国待遇原则，更多的跨国公司进入中国市场，外国商品和服务也进一步进入我国市场。因此，国内市场国际化，成为全球大市场的一个组成部分，企业竞争的范围从本国扩大到了全球，竞争的对手也不再以本国为界。即使企业不出国门，市场竞争也是国际化的。面对相互融合的国际大市场，面对全球范围内实力雄厚的跨国公司，企业原有的本土优势被明显地削弱，曾经在政策保护下拥有的市场份额也面临强烈的冲击。

二、关键是培育核心竞争力

经济全球化的发展，把各个国家或地区、各种不同类型的企业都不同程度地引入全球竞争的体系中，并在激烈的竞争和较量中调整各个国家或地区、各个企业在全竞争体系中的地位。在全球竞争的时代，要从经济全球化获得最大利益，减少对自身利益的损害，并保持持续的发展，关键是培育核心竞争力，形成克敌制胜的独特优势

什么是核心竞争力呢？“核心竞争力”（core competence 或 core competencies）这个概念^① 最早是 1990 年普拉哈拉德（C. K. Prahalad）和哈默（Gary Hamel）在《企业的核心竞争力》一文中提出的。他们研究的是多元化经营的一种模式，即所有进入的产业都有一个共同的圆心——企业核心竞争力。根据他们的界定，企业核心竞争力是指“组织中的积累性学识，特别是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”。实际上，他们在文章中着重分析的是一些日本公司如何围绕核心技术进入多种相关行业的情况，如佳能公司的光、图像、微处理一体化的能力，索尼公司的微缩能力，本田公司的发动机能力等。由于普拉哈拉德和哈默只是给出一个描述性的概念，而不是清晰地界定这个概念，因此，近十几年来，国内外不少学者试图进一步清晰、明确地定义核心竞争力。例如，克雷恩（Klein, 1998）认为，核心竞争力是各种技能的相互关系所构成的网络；萨昂切兹（Sanchez, 1996）等人认为，核心竞争力是各种资产与技能的协调配置；库姆斯（Coombs, 1996）认为，核心竞争力是各种能力的组合；伦纳德-巴顿（Leonard-Barton, 2000）认为，核心能力是一个系统，包括员工的技能、物理体系中的知识、管理系统和价值观四种形式的技术竞争力；麦肯锡管理咨询公司认为，核心能力是某一组织内部一系列技能和知识的结合，它具有使一项或多项业务达到世界一流水平的能力。在国内，不同学者对“核心竞争力”这一概念的理解，差异也很大。有的认为，企业核心竞争力是一种企业以独特方式运用和配置的特殊资源，包括企业内部有形的和无形的资源，具有有价值性、稀缺性、不可复制性的资源是企业获得持续竞争优势的关键因素；有的认为，核心竞争力是企业一系列能力的综合，包括开发独特产品、发展独特技术和独特营销等方面的能力，资源是能力发挥的基础，能力的差异是企业持续竞争优势的源泉；有的认为，核心竞争力是以企业核心价值观为主导的，旨在为顾客提供更大（更多、更好）的消费者剩余的企业核心能力的体系；有的认为，企业体制与制度才是最基础的核心竞争力，保证企业具有永久的活力、决策的科学性、企业发展方向的正确性，其他竞争力只是在此平台上的延伸；有的认为，核心竞争力是指一个企业的创新能力，能够不断创造新产品和提供新服务以适应市场的能力，不断创新管理的能

有的学者把 core competence 或 core competencies 译为“核心能力”，而有的学者译为“核心竞争力”。为了与“competence”的动词形式“compete”的词义（竞争）相一致，也为了避免把“competence”（能力）简单地等同于“capability”（能力）从而避免在介绍或引用国外理论将“core competency”（核心竞争力）与“core capability”（核心能力）混为一谈，本书赞同把 core competence 或 core competencies 译为“核心竞争力”。

力，不断创新营销手段的能力，创新是核心竞争力的灵魂。

可见，有关企业核心竞争力的研究和著述虽然很多，但“核心竞争力”这一概念的内涵至今仍不十分清晰，核心竞争力理论还不成体系。首先，对核心竞争力的研究处于“盲人摸象”的状态，核心竞争力到底是一种资源、一种能力、一种技术，还是一种文化、制度，不同的学者所理解的“核心竞争力”相距甚远。当然，有一点是肯定的，现在大家使用“核心竞争力”这个词时，已经不再限于普拉哈拉德和哈默原来所指的多元化公司的核心技术能力。竞争力是成功的原因，核心竞争力则是持续成功的原因。其次，对“核心竞争力”概念的表述玄而又玄。核心竞争力具有“买不到，仿不了，代替不了，变不了”，“模糊因果关系”等特点。根据这样的特点，品牌不是核心竞争力，因为品牌可以买卖、可以模仿、可以替换；技术、人才不是核心竞争力，因为技术和人才不仅可以流动，还可以模仿、可以替换；能力不是核心竞争力，因为能力不管是企业能力还是个人能力，都要依存于人身上，既可以是自己培养的，还可以借助于其他人和机构来培养。另一方面，核心竞争力的因果关系是模糊的、不可确定的，也就是说核心竞争力的来源是不可认知的。既然是不可认知的，又如何揭示它的规律性呢？研究核心竞争力又有什么意义呢？企业又怎么去培育和提升核心竞争力呢？正因为如此，有的人把“核心竞争力”形容为美人，增一分则太肥，减一分则太瘦，至于美人到底长什么样，您就自个儿想象去吧。再次，事后“诸葛亮”，对核心竞争力的研究，普遍带有明显的事后追溯的特征，通过简单地描述某个企业的成功与失败来判定核心竞争力，但对企业而言，关键的问题不是过去如何，而是现在、将来怎么办？总之，理论界对核心竞争力的研究，好像走进了一条死胡同。

实际上，企业是在一定制度下运用自身拥有的资源、能力为顾客创造有价值的产品或服务并从中获得回报的组织，资源、能力、制度对企业而言都是不可少的要素。

——资源。包括物质性资源、非物质性资源等，是企业生存和发展的基础。物质性资源包括土地、厂房等不动产，生产设备、运输工具等固定资产，原材料、产品、流动资金等流动资产。非物质性资源包括商誉、品牌、专利、技术秘密、商标、积累的学识和经验等，也包括良好的上下游关系、分销渠道等。资源是企业生存和发展的基础，没有资源就谈不上企业。

——能力。是决定资源利用效率的基本因素。企业能力包括技术创新能力、生产制造能力、服务能力和管理能力等。技术创新能力是企业研究与开发能力（R&D）及产品创新和工艺创新能力。生产制造能力是企业将创

新意识和成果转化为产品的能力。服务能力是企业为了将其产品推向市场而提供的具有一定特色的服务。管理能力是指企业计划决策、领导指挥、组织协调、监督控制和管理激励的能力,使各种资源、能力与制度有机结合起来,提高资源利用效率,创造顾客价值。企业能力是决定资源利用效率的基本因素,是以一定的资源为基础的。

——制度。制度的本质是指人与人之间结成的社会关系的总和。在一定历史阶段,人与人之间结成的社会关系是复杂多样的,包括经济关系、政治关系、文化关系、宗教关系、国家关系、宗法关系、家庭婚姻关系等等,与此相应的就有经济制度、政治制度、文化制度、宗教制度、国家制度、宗法制度、家庭婚姻制度等。康芒斯认为,“可以把制度解释为‘集体行动控制个人行动’”。“集体行动的种类和范围甚广,从无组织的习俗到那许多有组织的所谓‘运行中的机构’,例如家庭、公司、控股公司、同业协会、工会、联邦储备银行、‘联合事业的集团’以及国家。大家所共有的原则或多或少是个体行动受集体行为的控制。”^①他认为,“业务规则”这个名词适合于表示一切集体行动所共有的那种因、果或目的的普遍原则。“业务规则在一种制度的历史上是不断改变的,包括国家和一切私人组织在内,对不同的制度,业务规则不同。”“不管它们有什么不同以及用什么不同的名义,却有一点相同:它们指出个人能或不能做、必须这样或必须不这样做、可以或不可以做的事,由集体行动使其实现。”“集体行动在无组织的习俗形式中比在有组织的团体中还要更普遍一些。”从这些论述中可见,“制度”这一个概念具有以下内涵:习俗是制度的重要形式之一,可以表现为没有约束力的惯例,也可以表现为有约束力的道德准则;习俗是同特定的文化模式和社会过程密切相关的;规则是制度的另一核心内容,具有强制性或约束性,并主要由法律法规、组织安排和政策来表现;制度是和集体行动联系在一起,也就是说,它被社会中众人所接受或遵守;制度规定了人们应该做什么或不应该做什么,必须做什么或必须不做什么。制度决定了资源配置的方式,也影响企业能力发挥的程度。

资源、能力和制度的有机结合,决定了企业的整体实力。市场竞争就是企业彼此之间实力的较量。企业要参与市场竞争,都离不开资源、能力和制度这些要素,但能够在激烈的市场竞争中胜出,并能够持续保持优势的企业,肯定在某些要素上比其他企业更具有优势。与其他企业相比,企业如果拥有优势资源,就具有更强的市场竞争优势,如企业独占制造产品的专利或

^① [美]康芒斯:《制度经济学》商务印书馆1962年版,第87、89、90页。

拥有从事某项业务的特许权，运输企业拥有一条好的线路，等等。与其他企业相比，企业如果拥有更强的运作资源的能力，就能够更有效地利用资源，创造更多的价值，也具有更强的市场竞争优势。与其他企业相比，企业如果具有更好的制度，就能够使资源和能力更好地发挥作用，也具有更强的市场竞争优势。因此，我们认为，“核心竞争力”并不是什么玄虚的概念，也不是局限于某一个要素而排斥其他要素，而是泛指一个企业比同行做得更好、能够带来持续成功的某方面的资源、能力和制度。核心竞争力具有以下特点：

(1) 关联性。核心竞争力不是孤立的，而是企业综合竞争力的一部分。不论是什么类型的企业，不论采取何种形式来安排价值链活动，企业价值链都是一条完整的链。与之相应，企业竞争力也是一个系统化的资源、能力和制度的有机结合，而核心竞争力是其中的特殊部分和突出环节，核心竞争力不能够脱离系统竞争力单独存在。只有研究开发，没有相应的生产和市场手段相配合，企业是不可能取得成功的，提高核心竞争力更是空中楼阁。在 80 年代美国企业竞争不过日本，并不是缺少技术，而是缺少先进的生产工艺和顺畅的营销渠道。

(2) 相对性。核心竞争力是相对于竞争伙伴或对手而言，某个企业具有资源、能力和制度某个方面的优势。

(3) 动态性。在经济发展的不同阶段和不同的市场竞争环境，构成核心竞争力的因素是不同的。过去曾经构成核心竞争力的因素，现在可能不是构成企业核心竞争力的因素。

(4) 多样性。核心竞争力可能是资源、能力和制度等要素中某单一体，也可能是这些要素的组合物。在不同的产业，构成核心竞争力的要素也是有区别的。

(5) 价值性。构成企业核心竞争力的要素能够使该企业提高企业效率、降低成本和创造价值方面比竞争对手做得更好，给顾客创造更多的价值。

(6) 独特性。企业核心竞争力作为特定企业个性化发展的产物，必须是企业所特有的，不易被竞争对手所模仿。否则，这种竞争力就很脆弱，难以给企业创造较大和持续的竞争优势。

(7) 延展性。核心竞争力能够为企业一系列产品或服务提供支持，而不是只为一项产品提供支持。

(8) 持续性。构成核心竞争力的要素不是偶然的机遇带来的，是企业经过较长时期的积累形成的，虽然不是“长生不老”，但在一定时期内相对稳定，能够给企业带来持续的竞争优势。

三、国家核心竞争力和企业核心竞争力

“核心竞争力”这一概念，最早是企业战略管理的一个概念。但是，现在这一概念的外延和内涵已经有了很大的扩展。在内涵上，如上所述，核心竞争力已经扩展到资源、能力和制度等方面；在外延上，扩展到企业、区域和国家。有的在“企业核心竞争力”概念的基础上提出了“区域核心竞争力”^①和“国家核心竞争力”^②等概念。在经济全球化进程不断加快的今天，竞争的范围已经突破了一个国家或地区狭小的市场，扩展到全球的大市场，这是生产社会化和商品经济发展的客观趋势。区域经济是一个国家经济的组成部分，地方政府是从属于中央政府的，地方政府的政策要服从于国家经济政策。同时，国家具有明确的边界，而区域经济的边界不是很清晰。如果按照行政区划来划分区域经济，在市场经济条件下是很不科学的，因为在市场机制作用下，资源的流动、配置和集中，产业的分布格局的形成、产业集群的形成，已经突破了行政区划的界线，形成了许多跨行政区划的“经济圈”。因此，从全球市场竞争的角度看，一个国家内部的区域经济不能成为独立的竞争主体。我们认为，竞争的主体可以分为国家和企业。特别是在经济全球化进程不断加快的今天，国家作为一个竞争主体，越来越明显。从表面上看，直接参与国际竞争的都是企业，国家不参与国际竞争。实际上，国家根据本国的比较优势，通过完善外部经济秩序、建设配套基础设施、调整法律政策、优化经济结构，以实现全球范围内的资源优化配置，获取最大的比较经济利益。特别是在 WTO 等多边谈判和双边谈判中，虽然在某些特殊情况下一个国家存在多个独立的关税区，但多数还是以国家作为主体进行谈判的。因此，国家实际上也是国际竞争的主体。

与此相适应，考察竞争力也要从国家竞争力和企业竞争力两个角度进行。国家竞争力是指一个国家在参与国际竞争中所表现出来的整体竞争能力，以及国家为本国企业在国际市场竞争提供一种有效的环境支持能力。国

赵修卫：“关于发展区域核心竞争力的探讨”，《中国软科学》2001年第10期。

中国人民大学竞争力与评价研究中心研究组：《国际竞争力发展报告（2001）》，中国人民大学出版社2001年版，第4页。

家之间竞争的范围是国际市场，因此说国家竞争力实际上就是指一个国家经济的国际竞争力。企业竞争力是指一个企业在市场上表现出来的竞争能力。企业竞争的范围，既包括国内市场，也包括国际市场。在经济全球化的今天，国内市场具有国际化的趋势，企业在国内市场上的竞争力最终要表现为在国际市场上的竞争力。竞争意味着竞争主体面对面地进行较量，较量的结果通过客体的直观比较体现出来。竞争的客体最终是产品（包括服务），产品的市场占有率即是国际竞争力的判断指标。产品直接由企业提供，因此用产品的国际市场占有率（即企业某产品的出口总值占全世界该产品出口总值的比率）来衡量企业的国际竞争力是合理的。国家竞争力最终也要以产品竞争力为基础，没有产品的国际竞争力，就没有国家的国际竞争力。但是，一个产品在国际市场上有竞争力，并不能说这个国家在国际上有竞争力。我们认为，从国家的国际竞争力角度看，其客体应当是整个国民经济在国际市场上的竞争力。从实践上看，在国家层次上，外部经济秩序的建立、配套基础设施的建设、法律政策的调整，很少是针对某个企业或某个产品的，而是针对整个国民经济的，至少是针对产业的。

研究国家竞争力和企业竞争力的方法和目的也是有区别的。研究企业竞争力，既要从生产的角度研究如何尽可能地开发新产品，提高质量，减少成本，提高效率，也要从市场的角度研究企业打开市场的策略和途径；既要从资金方面研究资金融通和资金营运，并取得竞争上的优势，也要从产业组织方面研究什么样的企业组织形态能够充分发挥规模经济效益而避免过分集中，等等。研究国家竞争力，要从国民经济发展的角度研究如何发挥政府的作用，根据相对比较优势、现有产业结构状况、产业关联度、产业的发展远景等因素，优化经济结构，提高资源配置效率；要研究如何改善国民经济发展所面临的外部秩序、配套基础设施，提高国民素质，完善法律政策等外部环境的支持能力。

在竞争力构成要素中，一个国家相对于其他国家而言，要存在一个或多个优势要素才能使该国家在国际竞争中保持持续的优势；一个企业相对于其他企业而言，要存在一个或多个优势要素才能使企业保持持续的竞争优势。从这个角度看，与国家竞争力和企业竞争力相对应，也存在国家核心竞争力和企业核心竞争力。国家竞争力主要考察的是一个国家在国际市场上的综合竞争实力，也就是影响国家竞争力的各个要素的总体情况及其相互关系。国家核心竞争力主要考察的是一个国家相对于其他国家，能够持续保持竞争优势的主要因素是什么。一个国家的竞争力取决于多种因素，包括生产要素、经济规模和国内市场规模、产业结构、基础设施、科学技术、国民素质、文

化传统、政治经济制度和法律政策等，但并非所有这些因素都可以成为国家核心竞争力的源泉，只有相对于其他国家而言具有优势的那些因素，才成为一个国家经济能够胜出其他国家的关键要素，才成为国家核心竞争力的源泉。企业竞争力主要考察一个企业在市场上的综合竞争实力，也就是影响企业竞争力的各个要素的总体情况及其相互关系。企业核心竞争力主要考察的是一个企业相对于其他企业，能够持续保持竞争优势的主要因素是什么。资源、能力和制度等都是企业竞争力的来源，但并非所有的资源都可以成为企业核心竞争力的源泉，只有相对于其他企业而言具有优势的那些要素，才成为一个企业战胜其他企业的关键要素，才成为企业核心竞争力的源泉。处在不同产业的企业所要求的核心竞争力可能有所不同，不同成功企业背后所拥有的核心竞争力也可能有所不同。

核心产品是企业核心竞争力的客体，它是一种或几种核心竞争力核心产品的物质体现。核心产品是最终产品的重要组成部分，是联系核心竞争力与最终产品的纽带。对于一个多元化的企业而言，不可能每种产品都是核心产品，只有一个或少数几个产品是核心产品。有学者曾对企业核心竞争力、核心产品、最终产品的关系作过一个著名而生动的比喻：“一个实行多元化经营的公司犹如一棵大树，树干和主树枝是核心产品，树叶、花和果实就是最终产品，提供养分和稳定性的根部系统就是核心竞争力。”由此可见，企业核心产品是企业核心竞争力的主要表现。对一个国家而言，无论发达国家还是发展中国家或地区，都不可能使所有的产业具有国际竞争力，只有一些产业具有国际竞争力，并决定了该国在国际经济中的地位。这些具有国际竞争力的产业是国家核心竞争力的最终体现，是国家核心竞争力的载体。因此，若干具有国际竞争力的产业是国家核心竞争力的客体。

国家核心竞争力和企业核心竞争力之间，既有区别，又存在着不可分割的联系。说它们有区别是因为二者在竞争主体、竞争客体，以及考察分析的方法和目的是不同的。说它们有联系，是因为：一是国家核心竞争力要以企业核心竞争力为基础，没有企业核心竞争力，就没有国家核心竞争力。一方面，具有国际竞争力的产业，是由一些企业核心产品集合形成的；另一方面，要通过企业不断发现、培育新的产业，并形成核心竞争力，才能不断产生新的具有国际竞争力的产业。二是企业核心竞争力要以国家核心竞争力为条件。企业之间的竞争不仅仅是企业之间的竞争，也是产业之间的竞争。在科技创新日新月异、全球经济结构正在大规模调整的条件下，一个企业能否在市场上取得成功，除了企业自身的努力外，还取决于产业的发展情况。处在一个成长中的产业，企业就比较容易取得成功；处在一个成熟或衰退的产

业中，企业取得成功的难度就很大。从国际市场角度看，产业是否在国际市场上具有竞争力，能否根据国情和科技发展趋势不断培育新的具有国际竞争力的产业，在很大程度上决定了企业是否具有核心竞争力。一个产业在国际市场上具有竞争力，产业内的企业就比较容易拥有优势要素，比较容易构建企业核心竞争力。相反，一个产业在国际市场上不具有竞争力，产业内的企业就比较难于占有优势要素，比较难于构建企业核心竞争力。

四、本书的结构和体系

尽管理论界对“核心竞争力”的概念和理论还有很大的争议和分歧，并且还将继续争论下去。这种争论，对于核心竞争力理论的发展是必须的、有益的。但是，如果过多地抠字眼、过多地拘泥于某些已有的见解，不利于核心竞争力理论的发展和在实践中的运用。核心竞争力理论的研究和运用，也要大胆探索，百家争鸣，与时俱进。我们在充分比较分析和借鉴理论界已有研究成果的基础上，根据我们对核心竞争力理论的理解，不揣浅见，撰写了这本书，以期抛砖引玉。

根据我们对核心竞争力的理解，本书分为上下两篇。上篇围绕国家核心竞争力这一主题，分为六章。1~3章结合我国的实际情况，主要分析国家核心竞争力研究的战略意义、形成条件和政府的作用。4~6章从我国产业发展的现状出发，从国内外比较的角度，分别分析了我国农业、制造业、服务业及其主要部门的国际竞争力，分析了提高我国产业国际竞争力的对策建议。下篇围绕企业核心竞争力这一主题，分为五章。7章综合分析企业核心竞争力理论的形成和发展过程，以及国内外理论界对企业核心竞争力研究概况及其现实意义，提出了我们对企业核心竞争力理论的思考。8~11章在借鉴国内外研究成果的基础上，从我国企业的实际出发，分别从技术创新、制度创新、管理创新和文化创新等四个方面探讨了企业如何培育核心竞争力的问题。为了便于理解，我们在每一章后面都选编了经典的案例。

上篇

国家核心竞争力

第 1 章

国家核心竞争力： 决胜 21 世纪的战略选择

一、国际竞争力与国家核心竞争力

1. 国际竞争力：世界各国关注的焦点

在商品经济条件下，竞争是经济发展的动力。通过竞争，优者胜，劣者汰，从而实现经济资源的优化配置和经济利益的再分配。随着社会生产力的发展，商品生产和商品交换越出了国界，竞争在世界范围内展开，推动了经济全球化的发展。20 世纪 80 年代以来，伴随着全球经济自由化和市场化改革的浪潮，各国的贸易和投资联系空前加强，经济全球化再次驶入了快车道。同 19 世纪末 20 世纪初出现的经济全球化相比，无论是赖以支持的物质技术基础、参与的国家数量和范围，还是在各国或各地区经济联系的紧密程度方面，当前的经济全球化都是史无前例的。经济全球化所形成的是一个以自由竞争为本质特征的世界经济体系，这是社会生产力和商品经济发展的必然规律，是大势所趋，不以个别国家的意志为转移。在这个经济体系中，各个国家的经济实力、经济发展阶段和产业特征不同，在国际分工中的地位也不同，所获得的利益也截然不同，并随着各个国家经济发展而动态地、逐渐地进行调整。采取正确发展战略和政策、能够发挥本国优势的国家，就能够

壮大自己的竞争力，在经济全球化中将居于主动地位，并从中获得更大的利益；如果这个国家发展战略失误，不能发挥本国优势，就会丧失自己的竞争力，在国际分工中处于不利的地位，在经济全球化中丧失更多的利益。因此，各个国家无疑都十分关心本国在国际分工体系中的地位，关心本国在国际竞争中的优势和劣势。在这样的背景下，“国际竞争力”成为近年来各国政府、媒体和研究部门经常讨论的话题。

“国际竞争力”这个概念的产生，并逐步流行，其根源在于第二次世界大战以来各个国家在国际分工体系中地位的变化及其在国际竞争中利益关系的调整。二战以后，以美国为首的老牌资本主义国家在国际分工体系中处于主导地位，因此它们大力推动自由贸易，以获取更大的利益。自由贸易的发展，也为一些国家经济的振兴和繁荣创造了条件。作为战败国的日本和德国在经济上的迅速恢复和崛起，亚洲“四小龙”等新兴工业化国家或地区经济的起飞，都得益于二战后相对自由的贸易环境。这些国家经济的崛起，在国际分工中逐步占据有利地位，对原来的国际分工体系提出了挑战，也是对许多老牌资本主义国家经济的挑战。最早直接感受到冲击的是经济上处于世界霸主地位的美国。“国际竞争力”这一特定概念的频繁使用，正是从 20 世纪 70 年代末自美国首先开始的。1978 年，美国技术评价局根据白宫和国会的要求，开始研究美国工业的国际竞争状况，并于 1980 年形成《美国竞争力研究》的报告，对美国国际竞争力的现状表现出极大的担忧。1983 年，美国白宫设立“关于产业竞争力总统委员会”，专门研究微观经济领域如何提高国际竞争力，并在宏观上为政府提供政策建议。1985 年，该委员会推出具有广泛影响的《总统委员会关于产业竞争力的报告》。自此之后，如何提高美国的国际竞争力，恢复美国的霸主地位，就成为美国政府的重要议题，并通过推动高新技术产业发展，调整对外贸易政策等措施，实施其战略意图，有时甚至直接或间接地参与企业开拓国际市场活动。

在美国之后，另一个对国际竞争力问题高度重视的是英国，英国上议院组成了一个关于海外贸易的特别委员会，专门负责组织和筹划对英国产业竞争能力的研究，并于 1985 年形成了一份较有影响的《奥丁顿报告》，对英国在海外贸易中的竞争力状况进行了全方位的实证和计量分析。与此同时，英国的经济与社会研究会于 1983 年联合英国的多所大学和研究中心，发起了一个包含 20 多个专题内容的大型科研项目，对英国的竞争力进行全面研究。

在美英的带动下，国际竞争力问题迅速成为一个全球范围内普遍关注的焦点议题，日本、澳大利亚、德国、法国、韩国、新加坡、香港、印度、巴

西等国家和地区，都对这一问题展开研究，形成了一股世界性的热潮。^①

但是，由于国际竞争力是一个综合性很强的概念，因而对其定义众说纷纭，至今没有一个统一的定论。

经合组织在其出版的《科学、技术和竞争能力》中对国际竞争力下的定义是：“国家经济的竞争能力是建立在国内从事外贸的企业竞争能力之上的，但是远非国内企业竞争能力的简单累加或平均的结果。”

美国的“关于工业竞争能力的总统委员会报告”的定义是：国际竞争力是“某一国为了维持、增加国民的实际收入，在自由、公正的市场条件下，生产的产品和提供的服务符合国际市场要求的程度。”

美国工程研究院的定义是：“一国的国际竞争能力就是该国能够生产和提供经得起国际市场考验的商品和服务，同时维持和提高其公民实际收入的水平。”^②

世界经济论坛(WEF)和瑞士国际管理发展学院(IMD)于1994年联合发表的《1994年国际竞争力报告》对国际竞争力下的定义是：国际竞争力是指一国或一公司在世界市场上均衡地生产出比其竞争对手更多财富的能力。

世界经济论坛(WEF)于1997年发布的《世界竞争力报告》关于国际竞争力的定义是：一国通过管理资产和经济过程、吸引力和扩张力、全球性和就近性以及通过把这些关系整合到经济和社会模型中去创造增加值和由此增加国民财富的能力。

国内学者对一国(地区)的国际竞争力的一般看法是：在自由和公平的市场条件下，能够生产适应国际市场检验的、同时又能扩大其国民实际收入的商品和服务的能力和程度。国家层次上的国际竞争力是具备较高生产力，从而使国民能够得到较高实际收入的经济能力。这种竞争力是与提高生活水平、扩大就业机会和一国维持国际义务的能力相联系的。

综合上述的分析，国际竞争力这一概念的内涵是：国际竞争力的主体是国家和企业两个层次。^②国际竞争力较量的范围是在经济领域，较量的空间是国际市场，立足点是本国。国际竞争的对象是一个国家在国际市场上所提供的产品或服务及其集合即产业。国际竞争力的形成过程是一个国家诸多方面在内的复杂过程，一个国家经济的现有实力、发展潜力和社会经济

黄先荣：“国际竞争力研究的现状及其对中国的启示”，《复旦学报》(社会科学版)1997年第2期。

② 邓启惠：“国际竞争力的若干问题刍议”，《社会科学家》1994年第6期。