第 1 章　产业竞争力研究的理论基础

提升一个国家或地区综合竞争力的核心在于提升其经济竞争力，而提升经济竞争力的关键又在于提升产业竞争力，因此，一个国家或地区培育和增强产业竞争力对提升国家的综合国力或地区的综合实力具有非常重要的意义。

20 世纪 80 年代尤其是 90 年代以来，出于应对国际竞争压力的需要，一些发达国家和发展中国家纷纷开展对产业竞争力的研究，产业竞争力研究正逐渐成为各国政府、产业和学术界关注的热点之一。近几年来，我国政府、产业和学术界对产业竞争力的研究也十分重视，取得了一系列重要成果。

本章对产业竞争力研究的理论基础，包括产业竞争力的经济学含义、产业竞争力的来源和产业竞争力的分析模型等，进行分析和探讨；在此基础上，阐明本书的研究方法、思路和分析框架。

1.1　产业竞争力的经济学含义

1.1.1　竞争的含义

在中文里“竞争”一词最早出现在《庄子·齐物论》中，文中有“有竞有争”之说。郭象注曰：“并逐曰竞，对辩曰争。”可见，在古汉语中，竞和争原本是两个单音节词，两个词含义相近，但也有区别：“竞”重在行为，“争”重在言辞。后来，随着

需要全本请访问 www.ertongbook.com

历史的演进，竞和争才逐渐变成一个词。

在古希腊也出现过“竞争”一词。亚里士多德在《政治学》一书中就使用了“竞争”和“垄断”这一对范畴，并已认识到“垄断’是由于没有人‘去同他竞争”。① 在讨论正义时，他还提到“优胜劣汰的规律”。② 不过，在西方直到斯密的《国富论》和达尔文的《物种起源》出版后，竞争的本质和作用才为越来越多的人所认识，才出现许多关于竞争的著名论述。当斯密在1776年将经济学变成一门综合的科学时，他对于竞争已经有了一个轮廓性的概念。例如，他认为一种商品供给的减少会引起价格上涨的原因，是因为这样会在买者之间形成竞争，买者会出高价竞相购买；同样，供给过大了，价格就会下跌，是因为卖者的竞争。在《物种起源》一书中，达尔文提出了“物竞天择，适者生存”的以自然选择为基础的进化学说，这是关于自然竞争的学说。德国社会市场经济学派的艾哈德·路德维希在《来自竞争的繁荣》一书中指出：一种竞争的经济制度是所有经济制度中最经济、同时又是最民主的制度。竞争是获致繁荣和保证繁荣最有效的手段。凡没有竞争的地方，就没有进步。革命导师马克思和恩格斯也曾论述过竞争。马克思指出：“在商品生产者的社会里，一般的社会生产关系是这样的：生产者把他们的产品当作商品，从而当作价值来对待，而且通过这种物的形式，把他们的私人劳动当作等同的人类劳动来互相发生关系。”③“社会分工则使独立的商品生产者互相对立，他们不承认任何别的权威，只承认竞争的权威，只承认他们互相利益的压力加在他们身上的强制，正如

① 亚里士多德：《政治学》，商务印书馆1965年版，第35页。
② 亚里士多德：《政治学》，商务印书馆1965年版，第16页。
③ 马克思：《资本论》第1卷，人民出版社1975年版，第96页。

在动物界中一切反对一切的战争多少是一切物种的生存条件一样。’① 恩格斯认为：“竞争是经济学家的主要范畴，是他最宠爱的女儿,他始终爱抚着她。’②

汪涛认为，所谓竞争，是指一种发生在个人（或团体或国家）间的争胜行为。只要有两个或两个以上的不同利益团体在为某种大家都要达到的目标而奋斗，就会有竞争。经济学意义上的竞争，是指经济主体在市场上为实现自身的经济利益和既定目标而不断进行的角逐过程。③ 美国学者斯蒂格勒对“竞争”作了如下描述：“竞争系个人（或集团或国家）间的角逐，凡两方或多方力图取得并非各方均能获得的某些东西时，就会有竞争。”④

张金昌则认为，竞争是两个或两个以上主体为了某一目标或利益而进行的争夺或较量。一个竞争关系的成立最起码需要有三个要素：一是利益独立的竞争主体，即谁和谁竞争；二是竞争对象，即竞争什么；三是竞争结果，即利益或对象最后是如何分配的。⑤

笔者认为，一种竞争活动的成立至少需要有四个要素：一是竞争主体，回答谁来竞争的问题；二是竞争客体，亦即竞争对象，回答竞争什么的问题；三是竞争目的，回答为什么进行竞争的问题；四是竞争的战略、策略、手段和方法，回答怎样进行竞争的问题。为此，可对竞争作如下定义：竞争是两个或两个以上

① 马克思：《资本论》第 1 卷，人民出版社 1975 年版，第 394～395 页。

② 《马克思恩格斯全集》第 1 卷，人民出版社 1956 年版，第 611～612 页。

③ 汪涛著：《竞争的演进——从对抗的竞争到合作的竞争》，武汉大学出版社 2002 年版，第 19 页。

④ 《简明帕氏新经济学辞典》，中国经济出版社 1991 年版，第 684 页。转引自汪涛著：《竞争的演进——从对抗的竞争到合作的竞争》，武汉大学出版社 2002 年版，第 19 页。

⑤ 张金昌著：《国际竞争力评价的理论和方法》，经济科学出版社 2002 年版，第 34 页。

的竞争主体为了达到某种竞争目的，通过制定和实施一定的竞争战略和策略，运用一定的竞争手段及方法，围绕某个特定的竞争客体所进行的争夺或较量。

1.1.2 竞争力的含义

关于竞争力，经济学界也没有统一的定义。曾任职于美国产业竞争力委员会（Commission on Industrial Competitiveness）的波特教授有过这样的描述：“各界对‘竞争力’的定义，还缺乏共识。对企业而言，竞争力意味着以全球化战略，在世界市场中竞争的能力；许多国会议员则认为，竞争力指的是国家在进出口贸易上实现顺差；有些经济学家又有另一套说法，他们认为，竞争力意味着根据汇率变动调整，形成低廉的单位劳动力成本。由于各方对竞争力的认定不同，大家花了不少力气讨论究竟是否有竞争力的问题。”“对于竞争力的辩论仍在继续，迄今还没有消退的迹象。’①

经合组织（OECD）提出下述有关竞争力的一般定义：“面对国际竞争，支持企业、产业、地区、国家或超国家区域在可持续发展的基础上进行相对较高的要素收入生产和较高要素利用水平的能力。’②

美国竞争力委员会提出了关于竞争力定义的建议：“在一国公民的生活水平可以在长期内得到可持续性地提高的同时，该国生产可以经受国际市场考验的货物与服务的经济能力。”③

① ［美］迈克尔·波特（Michael E. Porter）著，李明轩、邱如美译：《国家竞争优势》，华夏出版社 2002 年版，第 2页。

②转引自裴光著：《中国保险业竞争力研究》，中国金融出版社 2002年版，第 3页。

③转引自裴光著：《中国保险业竞争力研究》，中国金融出版社 2002 年版，第 3页。

张金昌根据现有文献,把对国际竞争力的定义归纳为九种:[①]

一是从国际贸易角度出发，定义为一种比较优势；

二是从国际贸易角度出发，定义为出口份额及其增长；

三是从企业角度出发，定义为企业的一种能力；

四是从国家角度出发，定义为提高居民收入和生活水平的能力；

五是从过程角度出发，定义为创新能力；

六是从效率角度出发，定义为生产率（生产力）；

七是从动态角度观察，定义为一个过程；

八是从生产要素角度来看，定义为对要素的吸引力；

九是定义为一种综合能力。

在此基础上，他给出了竞争力的定义：和竞争概念一样，竞争力也可以看作是两个或两个以上竞争主体在追求一个或多个竞争对象的过程中所表现出来的力量，即竞争力就是竞争主体在竞争过程中所表现出来的力量。这一定义有四个层次的含义：第一，竞争力是竞争主体之间相互比较、较量才有可能存在的一个概念，没有竞争主体之间的相互较量、竞争，也就不存在竞争主体的竞争力问题；第二，竞争力是指某个竞争主体的竞争力量，从单个竞争主体自身的角度来讲，竞争过程中其所表现出来的竞争力量是他的能力或素质的表现；第三，从竞争主体争夺的竞争对象来看，竞争主体的竞争力是对竞争对象的吸引力或获取力；第四，从竞争的结果来看，竞争力是竞争主体最终取得某种收益或某种利益的能力。[②]

①张金昌著：《国际竞争力评价的理论和方法》，经济科学出版社 2002 年版，第 21～25 页。

②张金昌著：《国际竞争力评价的理论和方法》，经济科学出版社 2002 年版，第 34～35 页。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

笔者认为，从竞争的含义出发，某一特定竞争主体在竞争中是否具有竞争力或竞争力的强弱，主要有三个标志：一是在竞争目的上，该竞争主体是否有效地实现了竞争的目的，如获取更多的盈利或更高的市场份额等；二是在竞争客体上，该竞争主体是否拥有相对于竞争对手更高的生产力；三是在竞争的战略、策略、手段和方法上，该竞争主体是否采用了有别于竞争对手的战略、策略、手段和方法。由此，可对竞争力作如下定义：竞争力是某一特定竞争主体通过采用有别于竞争对手的战略、策略、手段和方法，拥有相对于竞争对手更高的生产力，从而有效实现竞争目的的能力。

1.1.3 竞争力的类别

竞争力可从不同角度进行分类，从竞争主体的角度看，可以把竞争力分为国家之间区域性合作组织的竞争力、国家竞争力、地区竞争力、产业竞争力、企业竞争力和产品竞争力等。

国家之间区域性合作组织的竞争力是指区域性合作组织之间在国际竞争中所表现出来的能力。随着经济全球化和区域经济一体化的发展，越来越多的国家之间区域性合作组织向独立的利益主体的方向发展，这些利益主体之间的关系将从过去不存在竞争关系向存在竞争关系转换。国家竞争力是指国家之间在国际竞争中所表现出来的能力。地区竞争力是指一国内地区与地区之间在竞争中所表现出来的能力。产业竞争力是指国家之间区域性合作组织、国家或地区的特定产业之间在竞争中所表现出来的能力。企业竞争力是指企业之间在市场竞争过程中所表现出来的能力。产品竞争力是指竞争主体（生产者）所提供的同类产品之间在市场竞争中所表现出来的能力。

1.1.4 产业竞争力的含义

从目前所出版或发表的文献看，关于产业竞争力的内涵，也没有形成统一定义，主要有下述五种观点：①

一是“国家环境说”。“国家环境说”的主要代表是波特。从其出版的著作看，他并没有直接地给产业竞争力下一个简单明了的定义，但他从产业和企业的角度研究国家竞争力问题，认为国家竞争力取决于产业和企业的竞争优势，而产业和企业的竞争优势又取决于“国家环境”。他在 1990 年出版的巨著《国家竞争优势》中指出：本书的主要任务是解释一国的经济环境、组织、机构与政策在产业竞争优势中所扮演的角色，并找出一个国家可以维持产业竞争优势的那些因素。他根据对 10 个国家上百种产业发展历史的研究，归纳出著名的“钻石模型”（Diamonds Framework），以分析国家如何在特定领域建立竞争优势。

二是“生产力＋市场力说”：“生产力＋市场力说”的代表人物是中国社会科学院工经所的金碚博士。他对产业国际竞争力的定义作了详细阐述，认为产业国际竞争力是在国际间自由贸易条件下（或在排除了贸易壁垒因素的假设条件下），一国特定产业以其相对于他国的更高生产力，向国际市场提供符合消费者（包括生产性消费者）或购买者需求的更多产品，并持续地获得盈利的能力。显然，这一定义包含了两个内容：生产力和市场力（“盈利的能力”）。

三是“比较优势和竞争优势说”。“比较优势和竞争优势说”的代表人物是中国社会科学院的裴长洪博士。他指出：产业竞争力是指属地产业的比较优势和它的一般市场绝对竞争优势的总和。

①刘小铁、欧阳康：《产业竞争力研究综述》，《当代财经》2003 年第 11 期。

四是“综合生产能力说”。中共浙江省委党校盛世豪教授认为，产业竞争力是指某一产业在区域之间的竞争中，在合理、公正的市场条件下，能够提供有效产品和服务的能力；并进一步指出，产业竞争力是产业的供给能力、价格能力、投资盈利能力的综合。

五是“效率能力创新说”。四川师范学院张超副教授认为：“产业竞争力是指属于不同国家的同类产业之间效率、生产能力和创新能力的比较，以及在国际间自由贸易条件下各国同类产业最终在产品市场上的竞争能力”。①

笔者认为，按竞争主体和竞争范围的不同，产业竞争力有产业国际竞争力和国内区域产业竞争力之分。从笔者对竞争力的定义出发，产业国际竞争力是指某一国家之间区域性合作组织或国家，在特定产业的国际市场竞争中，通过采用有别于竞争对手的战略、策略、手段和方法，拥有相对于竞争对手更高的生产力，从而有效实现竞争目的的能力；国内区域产业竞争力则是指国内某一区域，在特定产业的国内市场竞争中，通过采用有别于竞争对手的战略、策略、手段和方法，拥有相对于竞争对手更高的生产力，从而有效实现竞争目的的能力。本书所考察的对象是国内区域产业竞争力，主要研究西部地区的产业在国内市场竞争中的竞争力问题。

①张超：《提升产业竞争力的理论与政策探微》，《宏观经济研究》2002年第5期。

1.2 产业竞争力的来源

1.2.1 国际贸易理论对国家竞争力（产业国际竞争力）来源的解释

古典贸易理论对国家竞争力（产业国际竞争力）来源的解释①

比较优势论

比较优势学说是说明在国际贸易中各国产业竞争优势的最经典的理论。亚当·斯密（Adam Smith）是这一学说的创始人，但他属于绝对优势学派。他认为，不同国家以其拥有的绝对优势基础上的国际分工进行贸易，双方都能得到益处。他强调劳动分工的作用，认为分工可以提高劳动生产率，增加社会财富，而分工的基本原则是人们专门生产各自具有优势的产品，然后进行交换，结果大家在分工和交换中都能获得比自己生产一切产品多得多的利益。亚当·斯密认为，个人之间分工的原则也同样适应于国家之间的分工，当其他国家的产品比本国生产的同类产品便宜时，就应该输出本国在有利条件下生产的产品去交换其他国家的产品。换言之，一国应该生产自己绝对成本低的产品去交换本国必需，但自己绝对成本高的产品。

亚当·斯密的绝对优势的概念存在一定的问题，它无法解释当一国在所有产品上都具有较高的生产率，而另一国在所有的产品上生产成本都高于其他国家时的国际贸易情况。

为了更好地解释国际贸易，大卫·李嘉图（David Ricardo）完善了亚当·斯密的绝对优势的概念，将其演化发展为比较优势概

① 参见张文忠、杨荫凯编著：《挑战 WTO——中国产业竞争力再造》，科学出版社 2001 年版，第 16～18页。

念。李嘉图认为，市场机制会把一个国家的资源配置到那些具有相对较高生产率的产业中去。这就意味着一个国家可能仍会进口一种它在世界生产成本最低的商品，而因为它在生产其他商品上更有效率。在李嘉图的理论中，贸易是建立在不同国家之间劳动生产率的差异之上的。现代经济学家对李嘉图理论的解释是假定：不同国家，一种生产要素（劳动），而生产同一种商品的所需劳动量的差异。李嘉图把这种差异归因于不同国家的环境或“气候”特别有利于某些产业的无需解释的差异。

比较优势理论似乎能够说明一个国家产业的竞争力是来源于具有相对优势的产业，但究竟是具有竞争力的产业在生产成本上具有优势，还是在生产成本上具有优势的企业才具有竞争力？该理论似乎难以说明。另外，该理论模型假定生产技术是给定的外在变量，企业的报酬与生产规模大小无关，仅考虑了劳动这一生产要素，将生产成本的差异作为分析问题的中心，认为生产成本的差异是源于商品生产中劳动生产率的差异。很显然理论相对简单，并不能很好地说明区域间的贸易和产业竞争力的来源。

要素禀赋论

对比较优势理论加以进一步发展和完善的学者是赫克歇尔（Heckscher）和俄林（Ohlin）。他们认为，劳动不是比较优势形成的惟一因素，把其他要素的作用也进行了考虑，创立了要素禀赋理论。该理论认为，在同一产品不同区域的生产函数相同的前提条件下，同一区域生产不同产品的各部门所使用的技术不同，因此在不同产品的生产中所投入的生产要素的比例也不同。产品的劳动成本占其价值的份额较大的，为劳动密集型产品；使用资本较多的为资本密集型产品。另外，不同区域生产要素禀赋不同，供给量丰富的要素，其相对价格较低，密集使用这一要素的产品相对成本必然也低；而供给量较少的生产要素，相对价格较高，密集使用这一要素的产品的相对成本也必然高。

资本丰裕的国家具有生产资本密集型产品的比较优势；劳动资源丰富的国家具有生产劳动密集型产品的比较优势。不同的国家专门生产密集使用其相对丰裕要素而较少使用自己稀缺要素的产品，以换回其要素比例正好相反的产品，这就是基于要素禀赋论基础上的地域分工理论。

按照上述理论，各个国家都应密集地使用它拥有的比别国丰富的生产要素生产产品，并参与国际分工就可获得比较利益，即出口具有相对比较优势的产品并进口那些不具有比较优势的产品。

在自由贸易情况下，市场竞争的结果是实现最佳的国际分工，产品的价格和要素价格在世界各国趋于统一（要素价格的均等化），并且，各个国家在国际分工中逐渐形成自己的优势产业。由此可见，产业竞争力似乎是来源于生产要素的禀赋。

要素禀赋理论尽管存在诸多问题，但它是解释产业竞争力来源的最基本理论。资源、劳动力和资本禀赋在说明不同发展阶段产业竞争力来源时，所起的作用会发生相应的变化，在 19 世纪资源和劳动力要素的充裕程度可能是产业竞争力的主要来源；在当今世界产业竞争力则主要来源于技术和人才的充裕。

新贸易理论对国家竞争力（产业国际竞争力）来源的解释①

要素禀赋理论解释了生产要素禀赋不同的国家之间进行贸易的原因，但却不能解释为什么大部分国际贸易却发生在要素禀赋相同或相近的国家之间（如发达国家之间），以及同一产品在一个国家既出口又进口（称为产业内贸易）的情况，而这两种贸易在 20世纪 60 年代以来发展很快。另外，根据要素禀赋理论的中

①参见：张金昌著：《国际竞争力评价的理论和方法》，经济科学出版社 2002 年版，第 47～51 页；张文忠、杨荫凯编著：《挑战 WTO—— 中国产业竞争力再造》，科学出版社 2001 年版，第 20～23 页。

需要全本请访问 www.ertongbook.com

心论点，各国都应密集地使用它拥有的比别国丰富的生产要素生产产品，从而在国际分工中获得比较利益。对此，经济学家里昂惕夫（W·W·Leontief）利用美国 1947 年的资料对要素禀赋理论进行了验证。里昂惕夫预计美国作为世界上资本丰裕的国家应该出口资本密集型产品，进口劳动密集型产品。但是，验证的结果是美国进口产业每个劳动力使用的资本要比出口产业高出 30%。这就是所谓的里昂惕夫之迷。为了解释这些现象和问题，更好地说明各国间贸易产生的源泉，许多经济学者不断完善传统贸易理论，产生了新贸易理论。在新贸易理论中具有代表性的有：人力资本论、技术差距论、产品周期论和规模优势理论等。

人力资本论

人力资本论认为，作为生产要素的劳动力所具有的劳动技能存在极大的差别。工人的劳动技能、知识水平、业务能力等通常是通过教育和培训等途径获得和提高的，因此，在教育、培训等方面的投资就像投入生产的有形资本一样会不断获得效益。这种收益同样是由一种资本带来的，即人力资本。它主要体现在人所掌握的知识和技能上。因此，在计算某部门劳动所含的人均资本量时，不仅要计算有形资本，而且也要计算该部门劳动所含的人力资本。事实上，美国最充裕的要素不是里昂惕夫所计算的有形资本，而是其报酬被里昂惕夫计入劳动成本中的人力资本。由于技能和追加的有形资本同样可以提高劳动生产率，因此，对人的累积投资应该看作是资本的一部分。当人力资本追加到有形资本上时，产品的要素密集程度就发生了变化。美国出口产品比进口产品的技能密集程度更大，说明美国出口产业大量使用了专门技能的、包含更多人力资本的熟练劳动。与其他国家的资源禀赋相比，美国最丰裕的要素不是资本，而是高度熟练的技术劳动者。人力资本论说明，在一个国家产业竞争力的来源中，人力资本起着更大的作用。

技术差距论

技术差距理论最初是由波斯纳（M·V·Posner）提出的。波斯纳认为，除了劳动和资本投入的差别之外，还存在着技术投入上的差别。技术领先国家进行技术创新后，研究出新产品，然后凭着技术领先优势，他们向国外出口这种新产品。然而当国外渐渐熟悉并通过技术合作、跨国公司的对外直接投资等途径掌握了这些高新技术之后，就能模仿生产这些产品，从而减少进口，并且最终凭借着低廉的劳动力成本优势反而向技术领先国家出口该产品。到此，技术领先国的创新利润完全消失，但它不断引入更新的产品和工艺流程，又制造出新一轮的技术差距，如此周而复始，循环下去。这一理论说明，国家之间的竞争优势来源于技术创新方面的差距。

产品周期论

雷蒙德·弗农（Raymond Vernon）于 20 世纪 60 年代提出了产品周期论。他认为产品一般都要经过与生命周期类似的产生、发展、衰退和消亡的周期。他论述了美国与其他先进国家和发展中国家之间的贸易结构和生产区位的变化。他认为，贸易结构的变化随着新产品开发阶段、产品成熟阶段和产品标准化阶段这一生产循环的企业区位变化而变化。在新产品开发阶段，因为产品还未进入标准化阶段，对生产的必需投入和产品的设计不确定，另外，市场的最终规模也是一个未知数。也就是说，生产投入和产品的设计具有一定的伸缩性，接近市场和外部经济是不可缺少的条件。因此，接近市场的生产区位，即在美国本土布局是最理想的区位选择。在产品成熟阶段，随着产品的标准化的发展和大量生产带来的规模经济，使得产品在其他先进国家的市场不断形成和扩大。由于从美国的输出增加，输入国会采取各种贸易保护政策限制输入。为了避免市场丧失，在这一阶段企业的生产区位向其他的先进国家转移。当产品的生产进入了标准化阶段，接近市

场和外部经济的必要性减少，为了追求低廉的劳动费用，企业将会把生产区位向发展中国家转移。

规模优势论

保罗·克鲁格曼（Paul Krugman）等人用内在规模经济（Internal Economies of Scale，单个企业的规模经济）和外在规模经济（External Economies of Scale，整个行业规模扩大所带来的成本下降）来解释发达国家和产业内贸易的情况。他们认为，基于国内市场所建立的规模经济在产品出口之后市场会迅速扩大，在生产继续存在规模经济性的情况下，产量增加使产品的平均成本进一步降低，因而增强了其在国际市场上的竞争能力。由于产业内产品的差异性和多样性，使任何一国都不能囊括一个行业的全部产品，在存在产品生产的规模经济的情况下，竞争的结果是使一个国家专业化于产业内的某一个或几个产品的生产，这就使发达国家之间进行产业内贸易成为必然。规模优势理论表明，在资本密集和技术密集领域，专业化于生产某一种或几种产品，形成规模优势，更加有利于国际竞争力的提高。

1.2.2 波特理论对产业竞争力来源的解释①

波特在反思古典贸易理论与新贸易理论的基础上，提出了解释国家（的产业或企业）在国际市场上取得竞争优势的“钻石模型”（Diamonds Framework），也称为“菱形模型”。“钻石模型”由四个基本决定因素和两个辅助因素组成。四个基本决定因素是：生产要素，需求条件，企业战略、结构和竞争，相关与支持性产业。如图 1—1 所示。

① 参见［美］迈克尔·波特（Michael E. Porter）著，李明轩、邱如美译：《国家竞争优势》，华夏出版社 2002 年版，第 67～121 页。

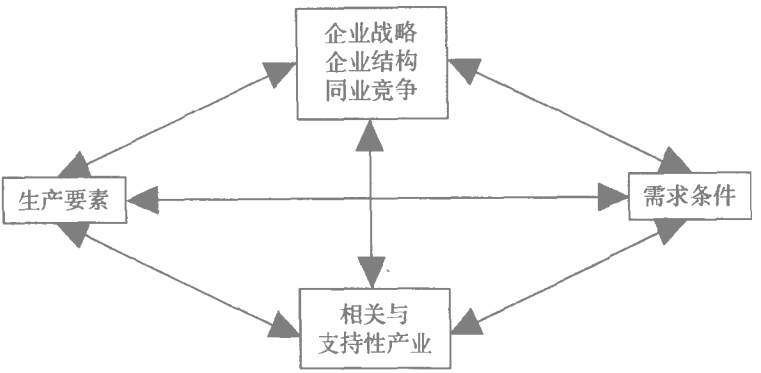


图 1-1　波特竞争优势“钻石模型”

生产要素

波特认为，生产要素有两种分类方式。第一种分类方式是将它们分为初级生产要素（basic factor）和高级生产要素（advanced factor)。初级生产要素包括：天然资源、气候、地理位置、非技术人工与半技术人工、融资等；高级生产要素则包括：现代化通信的基础设施、高等教育人力（如电脑科学家和工程师）以及各大学研究所等。初级生产要素和高级生产要素的区别在于，前者是被动继承的或只需要简单的私人或社会投资就能拥有。但是在国家或企业的竞争力上，这类生产要素的重要性已经越来越低。这主要是因为对初级生产要素的需求减少，供给量却相对地增加，而且跨国企业已能通过全球市场网络取得这些生产要素。高级生产要素对竞争优势的重要性就高多了。企业若要以独树一帜的产品或独特的生产技术等换得高层次的竞争优势，非得借助高级生产要素不可。高级生产要素不如初级生产要素普遍，原因是它需要先在人力和资本上大量而持续地投资。

第二种分类方式是根据它们的专业程度分为一般性生产要素（generalized factor）和专业型生产要素（specialized factor）。一般性生产要素包括：公路系统、融资、受过大学教育而且上进心强的员工，它们可以被用在任何一种产业上。而专业型生产要素则限制在技术型人力、先进的基础设施、专业知识领域以及其他定义更明确且针对单一产业的因素。专业型生产要素提供产业更具决定性和持续力的竞争优势基础。一般性生产要素虽然能提供最基本的优势，但是这些优势很多国家都有，效果相对不甚显著。专业型生产要素要求更明确、通常风险也更高的私人或社会性资本。

需求条件

国内需求市场是产业竞争优势的第二个关键要素。国内需求市场是产业发展的动力，它会刺激企业改进和创新，这可以从以下三点来看：

国内市场的性质

国内市场的性质如客户的需求形态包括三个方面：一是本国需求是否具有全球性。当一个国家的内需市场与国际市场的主要需求相同、而其他国家却没有这样的条件时，这个国家的厂商就比较容易获得竞争优势。例如，瑞典能在远距高压电传输（HVDC）设备产业中领先全球，原因就是该国的钢铁、造纸等能源密集型产业与发电厂所在地、人口密集的南部地区距离甚远。地理特色助长了瑞典在这个产业环节中的需求。二是本国需求是否挑剔。内行而挑剔的客户是本国厂商追求高质量、完美的产品造型和精致服务的压力来源。以日本为例，由于音响是社会地位的象征，日本消费者对音响器材的选购十分讲究，他们信息丰富，货比三家，而且要最新、最好的款式。制造商为了迎合消费者对质量的期望而快速改善产品，为满足消费者对机型的需求又密集推出新产品。因此挑剔型客户既有助于维持厂商的竞争优

势，更是创造竞争优势的动力。三是本国需求是否具有超前性。如果本土客户的需求领先于其他国家，在未来可能带动各地同类型的需求，这也将是本土企业的优势。例如，由于日本政府的大力宣传，加上法令的规范，日本消费者很早就重视到节约能源的问题。日本厂商因此被迫面对这种趋势，极力改善产品的能源效率。其他国家则要到第一次能源危机后才警醒到问题的严重。

国内市场的大小与成长速度

国内市场的大小与成长速度可从以下五个方面来看：一是母国市场规模。国内市场规模有如一把双刃剑，一方面具有激励厂商进行投资、再投资的动力，因此是产业国际竞争力的一大优势；另一方面，庞大的国内市场所带来的丰富机会，也可能导致厂商丧失向外拓展的意愿，这就形成不利于国际竞争的因素。二是客户的多寡。国内市场的客户越多，对产业竞争力的帮助就越大；反之，如果国内市场被一两家大客户垄断，则对产业的竞争力有害无益。三是母国市场的需求成长。快速的内需成长，可以鼓励厂商投资，勇敢而果断地引进科技、更新设备，并兴建更大型、更有效率的厂房。反之，当一个国家的市场成长趋缓时，厂商的扩张也趋于保守，并担心引进新技术会造成现有设备、人力的闲置。四是国内市场的提早需求。本国市场最先对某项产品或服务产生需求，会使本国企业比外国竞争对手更早行动，发展该产业，进而产生满足其他国家客户需求的能力。及早发现需求的竞争优势是，企业可以因此抢先建立大量生产设备并累积经验。五是国内市场提前饱和。国内市场的提早饱和迫使企业继续创新和升级。一个饱和的国内市场会带给企业高度压力，迫使它们降低售价、创新产品造型、加强产品功能，并在推出新一代产品时，增加更多客户购买的诱因。国内市场饱和带来的另一个影响是，企业将被迫从本土走向国际市场，以维持成长或消化丰盛的

需要全本请访问 www.ertongbook.com