

试论研究与提高中国企业竞争力的现实意义与紧迫性

贺晓琴

内容提要 本文主要对企业国际竞争力提出的背景、内涵,以及提高中国企业国际竞争力的现实意义与紧迫性,以及提高中国企业国际竞争力需要解决的若干问题等进行了积极的分析探讨。作者认为,加强对“企业国际竞争力”问题研究,提高我国企业的国际竞争力之所以显得那么紧迫,主要是因为:企业国际化发展的需要、竞争更趋国际化、人才争夺与市场竞争更趋激烈、企业追求可持续发展的需要、创新成为发展主流。在经济全球化及中国入世的背景下,中国企业只有加速提升自身的竞争能力,才能在全球竞争中赢得生存与发展空间。

关键词 中国企业 竞争力 现实意义 紧迫性

作者简介 贺晓琴,上海社会科学院世界经济研究所副研究员。

中图分类号:F27 **文献标识码:**A **文章编号:**1007-6964[2004]11-041012-0831

在当今经济全球化这个充满竞争的时代,“竞争力”已成为各种媒体及人们日常生活中频繁使用的词语。个人、企业、民族乃至国家都在思考着同样的问题:如何取得自己的竞争优势?经济学家、管理学家、政治家们则在不断地为此寻找理论和实际的佐证。作为国家、产业国际竞争力基础的企业竞争力问题,已引起国内外的广泛关注。经过近20多年的发展,中国企业的竞争实力尽管有了较大的提高,但与西方国家以及新兴工业化国家或地区的企业相比仍有很大的差距,尤其是在国际市场上的竞争力还相当薄弱。因此,如何进一步提高中国企业的国际竞争力,已成为中国经济进一步崛起迫切需要研究解决的问题。本文将就“企业国际竞争力”的主要内涵、提高中国企业竞争力的现实意义与紧迫性等问题做一分析探讨。

一、企业国际竞争力的提出与主要内涵

有关“企业国际竞争力”问题的研究,虽然可以追溯到上世纪20年代,但只有进入80年代特别是80年

代末以后,西方发达国家的企业才掀起了研究企业发展战略的热潮。在日趋激烈的国际竞争中,由于长久生存发展受到严重威胁,企业发展战略开始重视企业如何保持长久竞争力。直接推动企业竞争力理论发展的原因主要有两方面:一是由于经济学界对企业非对称性产生极大的兴趣,知识在企业中的重要性得到强调,经济理论研究取得了新进展,使得企业竞争力理论引起了经济学界的广泛兴趣;二是国际化和信息技术的快速发展、技术创新日益加快、企业的组织形式、竞争战略的变化等,使得管理实践开始转向侧重于环境因素的企业竞争力的国际比较,及侧重企业内部的核心竞争力问题。

国内对企业竞争力的研究始于20世纪80年代的企业活力研究,90年代中期受国家竞争力研究的推动,受波特竞争战略和竞争优势理论的影响,逐步引发了对竞争力理论的探索,而到90年代末受哈默核心能力理论的影响,又掀起了对核心竞争能力的研究热潮,随之而来的便是企业和政府对企业提升核心竞争力的高度关注。尽管不同学者阐释企业竞争力以及核心竞

争力的层次与角度不同,研究方法和手段各异,对企业核心能力的识别标准等问题还未完全达成共识,但是,企业竞争力蕴涵的基本思想是非常明确的,即着重价值创造,倡导创新,关注社会责任,兼顾长期利益与短期利益,强调系统整体对外部环境的应变力,追求自身发展与外部环境的动态和谐。简言之,其实质就是企业在满足用户需求的过程中动态适应环境变化的能力。

现有的国内外研究成果也认为,在发展多边的竞争环境中,能够长久生存并且发展壮大的企业,一定具有极强的竞争力。其中,既体现出企业自身的基础素质、能力高低,也反映了企业对不断变化的环境的动态适应能力,对市场、产品、技术、组织、人力资源、文化乃至战略不同程度的创新。内部与外部双重因素的动态和谐是企业竞争力的核心理念,所以企业竞争力就是企业在一定环境中的生存发展能力。这种力量表现为一定环境下企业持续拥有的、适应顾客需求的独特资产形成的产品和服务优势。此外,尽管企业外部环境在相当程度上决定着企业竞争力的大小。但是对于个体企业而言,改变外部环境的能力相对有限,其竞争力强弱与企业内部资源、制度对外部环境的适应情况密切相关。所以,在企业不能对环境重新选择,或者说政府退出市场存在障碍的情况下,企业竞争力主要取决于内部因素的竞争力。

有鉴于此,以企业竞争力标准衡量企业的优劣,决不仅仅在于企业规模的大小、产品市场占有率的高低、利润的多少、股票市值的多寡,而在于企业拥有多少决定现在与未来竞争力强弱的优质资源、能力、环境支撑因素。换个角度表述的话,动态企业竞争力,本质上就是投入产出过程中长期优于竞争对手,获得顾客、员工、股东以及公众满意的能力。而顾客、员工、股东及公众四大主体的满意与忠诚不仅仅是企业维持生命的重要源泉,而且是企业长期获得超额收益并不断发展壮大的重要支撑力量。

综合各类分析,笔者认为所谓企业竞争力应包括以下内容:

其一,国家和产业的竞争力最终体现并落实在企业上,企业的成功会带来产业的成功进而是国家的繁荣,道理很显然,企业是国家的经济细胞,是创造价值的地方。

其二,由于“力”是可以测度的,所以,企业竞争力是当代经济学、战略管理学、比较统计学融合的结果。它超越了经济学意义上的相对静态竞争范畴,强调企

业动态竞争状态下比较优势的持续性,以及企业内部与外部环境的动态协调性。它将企业竞争条件、外部机会与威胁同企业战略选择紧密地联系起来。

其三,企业核心竞争力是企业内部那些独特性、超群性、适应性因素持续作用的结果。对于不同企业,企业核心竞争力既可能是某种关键资源(如美国 INTEL 公司的芯片技术),也可能是某种独特能力(如可口可乐的规范化管理),这些资源或能力是企业利润来源的决定因素。如果企业的竞争优势以核心竞争力为基础,那么企业就易于获得和保持较强的竞争力。但是,不随环境应变固守自身独特性导致的核心僵化,则可能带来致命的威胁。同样,过度创新也不是竞争力理论所倡导的。所以,企业竞争力理论提倡应对环境的强化核心能力以及适度创新。

其四,企业竞争力差异源于企业的异质性,即内部资源、能力以及外部环境初始状况和变化的差异。以资本为代表的实物资源的状况对企业从事的业务领域、范围起着重要的决定作用;人力资源是企业新价值产生的源泉,企业家是极其特殊的人力资源、是企业竞争力的重要决定因素;无形资产是没有实物形态、有价值且能给企业带来价值增值的一类资源,与人力资源的质量密切相关。组织能力和个人能力反映企业组织及个人培植资源的效率和有效性,与组织制度、企业文化以及社会环境密不可分,其中不依赖于个人因素的组织能力乃是企业持续竞争优势的重要来源。外部环境是企业赖以生存的各种外部要素的综合,其中政府管理与产业链环境是两个重要因素。

二、研究与提高企业国际竞争力的现实意义

毋庸置疑,在向社会主义市场经济过渡的进程中,对中国企业国际竞争力理论、方法以及实证进行深入系统的分析研究,有着重大而深远的战略意义,它不仅关系着中国企业个体在国内国际市场的命运,而且关系着中国企业总体以及国家国际竞争力的基础,同时还关系着国有企业在国民经济中的主导地位。

1. 有助于中国企业适应入世发展的需要

入世后,随着中国市场对外开放力度的加大,发达国家的产品必将大量涌入中国市场,因此中国企业要生存发展,就必须在国内市场的国际竞争中争夺生存空间,与发达国家的巨型企业同台竞争。然而,中国企业的现状却是:居于中坚地位的国有企业,总体经营状

况是 1/3 亏损, 1/3 持平, 仅有 1/3 的企业盈利, 而企业的体制改革尚未完成, 企业的社会负担非常沉重; 其他类型的企业尽管发展迅速, 但整体实力还不强大。面对入世后带来的严峻挑战和机遇, 不仅中国企业应进一步提高自身的素质, 而且中国政府更应为企业进一步提高竞争力, 走出国门, 跨国经营创造条件, 从而加大我国企业竞争取胜的机会。

2. 有助于提高国有企业的士气

提高企业竞争力, 对提高国有企业的士气, 尽快转变不利竞争位势, 具有重要作用。改革开放、市场经济如洪水般冲击着中国企业, 特别是国有企业。在国内市场竞争中, 一些大型国有企业甚至无力与一些新兴的乡镇企业抗衡, 不少国有企业士气低落, 将原因归咎于体制束缚。体制障碍、社会负担固然是企业竞争力的制约因素之一, 但是面对那些破产的国有企业, 面对那些高速发展的三资企业, 仅仅从体制上找原因, 显然不能让人信服。在各类企业竞争的不同结果后面, 可能还存在着体制原因以外的支撑力量。如果这些力量确实存在并发挥重要作用, 如果中国企业能够集中精力强化那些力量, 那么中国的国有企业就有望提升在竞争中的地位。

3. 服务于企业战略管理

研究企业竞争力, 是企业战略管理的需要。在现实国际国内环境的作用与影响下, 中国企业持久生存与发展的压力越来越大。在改革任务尚未完成以及两种体制磨擦碰撞的特殊历史条件下, 中国企业特别是国有企业发展遇到了前所未有的困难, 国有企业提高竞争力的任务非常艰巨。正如记者对海尔总裁张瑞敏的采访报告所写的那样: “在竞争风暴随时来临的企业丛林里, 赢得一时的风骚已属不容易, 长盛不衰就更加困难, 而要在长盛不衰中被载入中国的企业史册, 成为对后来者进行正面教育的典范, 则更为稀有。”

中国企业与成熟市场经济国家的企业相比, 其诞生、成长、发展环境以及整体发展水平截然不同, 源于国际企业实践的最新的企业管理理论、管理理论以及方法还不能全盘搬来指导中国企业的战略管理。中国企业迫切需要相应的竞争力理论及方法来指导竞争实践, 尽快培育和提高自己的竞争力以获得稳步生存、快速成长和持久发展。

4. 作为企业的管理手段

研究企业竞争力, 对提高企业日常管理水平和积极的作用。将企业竞争力理论体现出的企业整体、动态

成长性思想应用于企业管理之中, 除了对企业长期战略管理有深刻的影响之外, 通过定期发布对企业竞争力的跟踪信息, 还能对企业有关部门产生激励、自律以及推动竞争的作用, 在相当程度上改变传统管理方式, 使管理工作变得更加明朗而易于推进。同时, 竞争本身又会带动技术创新、管理创新的产生, 而创新无疑是企业永葆青春、获得持续生存和发展的源泉。

5. 支持国家竞争力研究

企业竞争力研究, 是国家竞争力研究的重要内容。随着以经济为中心内容的国际竞争日趋激烈, 20 世纪 80 年代兴起的国家国际竞争力比较研究, 越来越引起各国政府、企业家的重视, 它们纷纷投巨资竞相展开研究, 有力地推动了国际竞争力的研究, 各种理论、方法、角度的探讨层出不穷。在入世以及经济全球化的背景下, 作为世界最大发展中国家的中国, 非常有希望通过提高企业竞争力来提高国家的国际竞争力, 而企业竞争力的主要来源就是企业内部的创新与企业的国际化程度。

重视国家国际竞争力的研究显然不能离开对企业竞争力的研究, 无论是最初将企业竞争力等同于国家竞争力, 还是后来视企业竞争力为一国国际竞争力的基础, 对企业竞争力的研究不仅是在微观层次本身对企业竞争力探索, 而且在一定程度上也是在宏观层次上对国家国际竞争力研究的支持。因为, 企业竞争力是国家竞争力的核心体现。首先, 竞争力的诸多支柱因素都服务于经济的发展, 而企业竞争力的增强是经济发展的核心体现; 其次, 由于当今世界是一个开放的世界, 在全球化快速发展的情况下, 企业已经不再单单是某一个国家的企业, 企业的舞台也不再受疆界的限制, 在某一地区取得竞争优势已经不再是大型企业经营的目标, 在更广阔的世界市场上取得自己的地位才是企业具有竞争力的体现。因此, 国家竞争力、企业竞争力是一组密切联系不可分割的概念。

三、提高中国国有企业竞争力的迫切性

必须指出的是, 在经济全球化以及信息技术飞速发展的背景下, 经营全球化、组织虚拟化、市场一体化等已成为现代企业竞争的鲜明特征, 企业规模的大小已经不是决定成败的重要因素。因此, 中小企业应用现代信息技术可以在全球范围内快速而灵活地组织大规模的市场活动, 从而拥有了与大企业同台竞争的条件。

相反,顾客对反应速度的高度重视,使大企业不得不朝着业务流程再造、组织扁平化努力。显然,在已经变化了的竞争环境中,规模大势力强的企业并不一定具有竞争力。面对入世冲击,中国企业、特别是大型国有企业能否在国内市场演绎的国际竞争中争得生存发展的空间,不仅仅是企业自身的生存发展问题,更是关系中国民族产业、乃至国民经济基础的战略性课题。解决上述难题的根本出路还在于企业是否具有足够强大的竞争力量,并且能否在急剧变化的市场竞争中保持强势地位。

正因为如此,如何提高“企业国际竞争力”在近十年来一直是我国企业界、理论界和政府部门高度关注和认真研究的问题。可以想象,在经济全球化以及中国经济持续快速发展的大背景下,如果我们不对企业持续生存发展的国际环境,或者说企业国际竞争环境的变化加强研究,提出切实可行的对策措施,不从根本上提高我国企业的国际竞争力,那么我国企业就难以适应国际环境的变化,就难以在竞争激烈的国际市场上立足,其结果是,中国整体经济的发展,中国的整个现代化进程就会受到影响。

毫无疑问,加强对“企业国际竞争力”问题研究,提高我国企业的国际竞争力之所以显得那么紧迫,主要是基于以下几个方面的考虑。

1. 企业国际化发展的需要

经济全球化趋势作为当今世界经济历史的客观进程,其主要特点就是生产的全球化。而企业国际化作为经济增长和生产的原动力,在创造就业机会,发展新兴科技,积累物质财富等方面都发挥着关键作用,成为以生产全球化为主要特点的经济全球化的主导力量。

企业国际化,意味着企业以出口为导向,瞄准世界市场,实行跨国经营,国际性地利用生产要素和管理技能,积极参与国际分工和国际竞争,在复杂多变的世界政治、经济、技术环境中,具有自我生存和发展的能力。实行跨国经营,这不仅是企业国际化,也是衡量企业有无国际竞争力的重要标志之一。

企业国际化是开放经济的必然趋势。当代科技革命所创造的各种条件,使得劳动和生产要素的国际一体化日益成为一种支配企业发展进程的规律。生产国际化是整个世界相互依存日益深化的一种表现。第二次世界大战后,国际贸易和直接投资飞速增长,跨国公司遍布全球,这不仅是发达国家的经济现象,而且也发

生在发展中国家。跨国经营已成为战后新的经济力量之一。

企业国际化是企业根据经营环境变化进行适应性调整的结果。目前,一些国家贸易保护主义抬头,各种名目的非关税壁垒达千余种,其中主要包括直接和间接两类。前者是由进口国直接对进口商品的数量或金额加以限制,迫使出口国实行“自动”限制出口;后者则对进口商品制定严格的条例。发展中国家生产出口商品的企业一般都具有以下特征:在大多数国外市场是相对的新来者;出口货物大多是劳动密集型产品;出口产品的品种较为单一,过于集中在少数几种商品上,而且又极不稳定地只销往少数几个市场。因此,出口常受非关税壁垒之害。此外,一些发达国家借口发展中国家的出口商品内部成本价格较低,不能进行公平竞争,对发展中国家产品实行反倾销。因此,发展中国家的产品出口还受关税壁垒之害。特别需要指出的是,20世纪90年代以来,欧洲、北美许多国家实行区域性联合,在联合体内部实行大统一,打破了国与国之间的各种壁垒,但对联合体外部的国家强化了关税与非关税壁垒。因此,对外贸易必然导致对外投资。只有将国际贸易和国际投资结合起来,实行跨国经营,发展中国家的企业才能绕开各种壁垒,以积极的姿态适应国际市场的变化。

2. 竞争更趋国际化

经济全球化、竞争的日趋激烈以及信息技术的飞速发展是推动企业国际化的主要力量。经济全球化发展对加大各国对外开放的广度和深度起着极大的推动作用,从而使得企业与企业之间的跨国联系更加频繁和密切,企业的国际化趋势增强。激烈的竞争促使企业在更为广阔的国际市场上寻求更多的生存发展的机会,从而加快了企业的国际化进程。互联网、电子通信以及电子商务的发展极大地拓宽了企业可交易领域,企业可以在全球范围内组织生产经营活动,而不必拘泥于地域限制,甚至小企业可以通过世界范围内的分工协作来完成过去只有大企业才能涉足的大宗生意。总之,现代信息技术为企业的国际化发展提供了有利条件。

面对企业的国际化发展趋势,企业之间的沟通也需要适应国际化的要求,所以,掌握国际惯例、国际语言、国际管理等企业员工应有的国际化素质,已成为企业有否国际竞争力的最基本的问题。因此,中国等发展中国家的企业要想获得发展,就必须注重员工,特别是

高层管理人员的国际化能力、走国际化之路,在竞争异常激烈的国际市场上,经受考验。变竞争为动力,在竞争中求得更快、更好地发展。

3.人才争夺与市场竞争更趋激烈

无论是国与国,还是企业与企业之间的竞争说到底都是人才的竞争,而经济全球化使得这一竞争日趋激烈。从国家与地区层面来看,随着经济全球化的发展,各国纷纷放松市场准入,跨国公司大规模进驻。发展中国家人才一方面流向外资公司;另一方面,高科技人员大量移民发达国家,或在发达国家滞留不归。信息产业将是21世纪发展的重要产业,而目前,由于全球范围内都缺乏信息业的技术人员,这就促使发达国家极力从发展中国家争夺有才干的专业技术人员,如德国从2000年8月份开始,实行绿卡制度,决定从欧盟以外的地区引进最多2万名信息技术人才。英国也在讨论实行同样的制度。日本、新加坡、韩国等国家都加入了抢夺人才的行列。这些国家想效法美国的做法,通过充分利用移民的技能而走在信息技术革命的前列。发展中国家的技术人员很容易被国外的高薪吸引走。从企业层面来看,跨国公司以其资金充裕、设施一流等优厚待遇,从世界各地网罗其所需的各类人才,从而使不同的人才源源不断地流入跨国公司。中国等广大发展中国家的企业在其发展过程中,也需要各类人才,但由于他们各方面条件远不如西方跨国公司,因此,在经济全球化的背景下,中国等发展中国家的企业正面临着人才引进和流失的双重困难,即一方面,中高级人才不容易引进;另一方面,如果不采取切实有效的措施,原有的人才也有可能流失。总之,一个没有国际竞争力的企业是很难留住人才的。

4.企业追求可持续发展的需要

一个企业是否具有可持续生存发展的能力,是衡量一个企业是否具有国际竞争力的标志。因此,可持续发展已成为企业致力追求的目标。在剧烈变化的环境中,企业一时的发达容易获得,但要保持和提高,实现稳步发展却非易事。在信息技术推动下,企业外部环境的变化速度加快,参与竞争的企业增加也使竞争更加激烈,企业的生存压力,尤其是长期生存压力越来越大。企业追求的目标仅停留于短期的利润目标、市场份额目标,并不能保证企业长期的生存不成问题。因此,追求可持续发展已成为企业最重要的发展战略之一。

当今世界,越来越多的人关切环境持续开发的问题,经济与环境协调发展的可持续发展战略已成为公

共议题,倍受社会重视。虽然许多国家从产业政策、法律、规范和市场两个方面向企业提出了保护人类生存环境的要求,同时也为绿色行动提供了获利机会。ISO14000作为环境体系认可证明,在很大程度上已成为企业进入国际市场的通行证,没有通过认证的企业很容易被其排斥在国际市场之外,企业的生存发展空间也将日趋狭窄。因此,不认真注重环境保护的企业,其自身也难以获得持久的生存发展。

5.创新成为发展主流

企业创新成为企业追求发展的主要途径。在一次对经理人员的调查中,日本经理人员认为竞争优势来源的首位将是创造全新产品和崭新的企业竞争力。现代信息技术以及管理信息系统在企业的应用,使更多的员工便于利用专业知识投身于企业各项活动的改进和创新活动之中。任何一个企业都不可能长期拥有某项特殊技术优势,越来越强的模仿、复制、追赶能力,迫使企业必须不断开发新的、其他企业短期内不易模仿与复制的产品、技术,并拥有营销、市场、管理、人才、企业文化等竞争优势,才有可能获得较为丰厚的利润、较大的生存发展空间和较有利的竞争地位。

四、提高中国企业竞争力需要解决的几个问题

改革开放20年,中国的企业的实力与竞争力均有了较大的提高,但不可否认的是,与西方发达国家的企业相比,中国企业的竞争力还是很弱的。在当今经济全球化以及中国入世的背景下,在中国大门不断向外敞开、跨国公司纷纷抢滩中国市场的形势下,中国企业惟有不断提高自身的竞争力,否则,中国企业将在我们这个充满竞争的国度里被剥夺生存权。从目前中国企业发展的状况来看,笔者认为,中国企业应在以下几方面进一步努力:

1.进一步提高产业工人的整体技术水准

对国外先进技术吸收消化以及自主创新能力差,是我国企业竞争力弱的特征之一。然而,为什么我国企业的吸收能力与创新能力如此之低?根本原因就在于产业工人的整体技术水平偏低。一个没有经过工业革命国家迅速实施工业化的最大瓶颈,不是传统基础设施,不是资本数量,而是产业工人的技术能力——新经济的本质特征亦在于此。目前,印度信息产业工人已达

28万之多,而我国技术工人占工人总数的比例只有3%,美国和日本的这一比例则都在25%。上海是我国最大的工业城市,可她的技术工人占全部产业工人的比重已经下降到历史最低点。一个国家的企业在整体上缺乏技术能力,必然形成在非市场经济条件下的地区间产业的严重同构,而大量近乎同一性的产品涌向一个有限购买力的市场,必然就是形成买方市场的基本原因,也是大量过剩产品以及过剩生产能力形成的基本原因。

2. 培育和创造自己的品牌

在世界范围内缺少具有竞争力的品牌,这是中国企业国际竞争力薄弱的鲜明标志之一。随着中国经济的发展,生产制造能力的提高,中国的产品已远销世界各地,也就是说现在,在世界各地都能够看到中国的产品在销售;但在世界有名的品牌中,却没有中国的品牌。因此,中国企业要想成为一个世界级的公司,在世界舞台上占有一席之地,就一定要有自己的叫得响的品牌,并以此来增加自己的竞争力和知名度。

3. 提高企业的核心竞争力

我国企业技术创新能力弱,缺少核心技术,在激烈竞争的国际市场上,极易受到市场变化的冲击。如中国机电产品出口所占比重已超过百分之五十,但其中拥有自主知识产权的产品所占比重仍然偏低。比如彩电,全国每年生产4000万,但是彩电有104项关键技术,国内能够掌握的占60%;手机每年出口8000万部,但是手机有65项关键技术,国内只掌握了50%左右;DVD关键技术国内掌握的还不到16%,核心技术都在国外企业手中。因此,提高技术创新能力,提高企业的核心竞争力,已成为提高我国企业国际竞争力迫切需要解决的问题。

4. 扶持、加快中小企业的发展

目前,国内中小企业普遍规模较小,技术落后,竞争力较弱,开展国际合作的广度和深度不够。但需要指出的是,不管什么产业,中小企业都是行业的基础,其竞争力的强弱关系到整个产业的竞争力。只有中小企业的快速、高质量的发展,以及在国际合作与竞争中得到健康发展,整个产业才会具有竞争力。

5. 实现经济增长方式的转变

我国目前尚未完全摆脱粗放型经营方式。一些产业仍主要依靠高投入,尤其是资源的高消耗来支撑经济高速增长,以产品的数量扩张和低价来取胜,这势必加剧经济增长与资源、环境之间的矛盾,不符合当今世

界经济发展的趋势和潮流,也难以维持长久的竞争优势。粗放型的增长模式不利于我国企业国际竞争力的提高。中国的GDP占世界总量4%,但是石油消费世界第二,占全世界的石油消耗量的7%,发电量消耗占13%,钢材消耗占27%,水泥消耗占40%,煤炭消耗占31%。因此,我们必须尽快实现经济增长方式的转变,即由粗放型向质量型的转变。

6. 加快中国国有企业市场化的步伐

目前,我国企业在管理理念、营销方式以及现代企业制度建设方面与跨国公司还有较大差距,这也是企业竞争力的一个重要方面。近年来,中国引进了大量的先进生产设备,形成了一定的生产规模和能力,但部分产业由于管理落后影响了整个产业国际竞争力的提高。此外,中国企业面临着对国际上各类标准不适应的问题,技术标准、环保标准、设备标准等全面不适应。在这一点上,不能一说国际标准就说是发达国家对中国设置的壁垒,就是要压制中国,不让中国发展等等。国际上各类标准都是代表着生产力发展方向的,与我国的发展目标是一致的。由于我国企业不适应国际上的各类标准,竞争力受到严重的削弱。

总而言之,中国经济的持续高速增长,国家经济实力的大幅提升,国内市场的巨大开发潜力以及中国入世等,一方面强烈吸引着国际资本和人才的流入,成为全球经济亮点;另一方面,跨国公司的纷纷抢滩必将对中国企业形成冲击。因此,在关税与非关税壁垒逐步降低甚至取消的进程中,加速提升自身的竞争能力将是中国企业赢得生存空间的必由之路。□

(责任编辑:陆福英)

参考文献:

3. 彭绍仲、李振华:“决定企业国际竞争力的主要因素”,《开放导报》2001年第2期。
4. [美] 卢志扬、鲍勇剑:《对中国企业国际竞争力的考察》,《开放导报》2001年第11期。
6. 赵彦云:“如何提升中国企业国际竞争力”,《开放导报》2002年第10期。
7. 金润圭:《全球战略——跨国公司与中国企业国际化》,高等教育出版社1999年12月版。
8. 华伟:《世纪交锋——国家竞争力报告》,东方出版中心1999年12月版。