

<<中国民营企业竞争力报告No.5>>

图书基本信息

书名：<<中国民营企业竞争力报告No.5>>

13位ISBN编号：9787509704455

10位ISBN编号：7509704456

出版时间：2008-11

出版时间：社会科学文献出版社

作者：刘迎秋，徐志祥 主编

页数：347

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

经济学将企业经营空间由国内向国外、由一国向多国的扩展过程解释为企业的国际化。

“走出去”则是我国决策者及学术界对企业国际化的一种具有中国特色的通俗说法。

关于企业国际化的研究文献主要集中在两个方面：一个方面集中于企业国际化决定因素的研究，其主旨是论证和说明企业为什么要走国际化道路，国际化能给企业带来什么收益；另一个方面集中于对企业国际化过程的探索，主要是论证和阐明这一过程是如何发展的和包括哪些阶段等。

美国麻省理工学院教授海默（Stephan Hymer）于1960年在他的博士论文中，借助垄断优势理论，分析了对外直接投资的“微观”条件。

他认为，美国企业之所以对外直接投资，主要是因为这些企业拥有比其他国家的同类企业更有利的垄断优势，包括品牌优势、专利或技术以及团队管理技巧、规模经济、垂直联合等。

就是说，企业要成功“走出去”必须具有比目标地区或东道国同类企业更大的优势。

R·弗农的产品生命周期理论 在说明一国企业为什么要“走出去”的原因时，主要针对发达国家的情况做出了解释。

该理论把产品生命周期分为新产品阶段、成熟产品阶段和标准化产品阶段三个阶段。

这一理论表明，企业在其产品生命周期的创新或早期阶段应利用技术垄断优势在国内生产、销售并对外出口；而随着时间的推移，企业难免遭遇接踵而至的国内模仿或技术跟进，这时它就应当通过FDI，逐步将生产转移到国外，从事跨国生产，以达到用空间换取时间，然后再转而在国内投资生产新产品。

日本学者小岛清的“边际产业”转移理论，对产业资本国际间的转移及其原因做出了分析。

他认为，海外直接投资企业所在国家和地区的生产成本和劳动力成本上升，产业结构升级、货币升值，使传统产业丧失了继续留在当地发展的优势，因此，这些企业为了生存和发展，必须寻找新的具有比较生产优势的国家和地区“安家落户”，从而产生了“投资推力”。

另一些可以提供大量廉价资源、劳动力、庞大市场，同时有着许多政策优惠的国家，对这些投资形成了拉力。

从而促成了寻求比较优势的制造业的转移。

上述理论对我国实施“走出去”战略具有一定的借鉴意义：在微观上，这些理论指出了企业如何在“走出去”的不同阶段，安排其产品的本地生产或异地生产；在宏观上，这些理论则提醒政府需要留住什么和放行什么。

根据邓宁的投资发展周期理论，一个国家的对外投资是有条件的，只有当这个国家的人均GNP水平达到一定高度时，也就是说，当一国人均GNP达到2000-4750美元时，企业开始出现对外投资的快速增长；而当人均GNP超过4750美元时，对外投资将进入持续增长阶段。

<<中国民营企业竞争力报告No.5>>

内容概要

如果说20世纪80年代后期我国政府为民营企业“松绑”，有力地促进了民营企业“起飞”和民营经济发展的话，那么近年来中国政府提出实施“走出去”战略，将历史地成为民营企业获得新的更大发展的重要机遇。

调查表明，在通往国际化的道路上，我国民营企业已经迈出了第一步，尽管到目前为止多数民营企业的“走出去”还仍然处于初级阶段，绝大多数民营企业“走出去”的途径还主要是借道外贸出口，即便是那些已经着手从事海外投资的企业，大多涉足的也还是贸易型、资源型投资领域，且投资规模仍普遍偏小，民营企业的国际化发展还有很长一段路程要走，但其发展前景十分广阔。

必须从这个现实出发，制定相应政策，以积极引导和鼓励我国民营企业“走出去”，并由此带动我国经济发展。

这是课题组在今年开展问卷调查和企业考察并进行深入研究后所得出的一个基本结论。

作者简介

刘迎秋 著名经济学家，南开大学经济学博士，中国社会科学院研究员，中国民营企业竞争力研究课题组组长，第一届至第六届中国民营企业峰会组委会执行主任。

历任中国社会科学院经济研究所宏观经济研究室主任、呼伦贝尔盟副盟长、科研局副局长和中国社会科学院民营经济研究中心副主任和主任、中国社会科学院研究生院副院长和常务副院长等职。

现任中国社会科学院学位委员会秘书长，中国社会科学院研究生院院长，中国社会科学院民营经济研究中心主任，博士生导师，南开大学、山东大学、西南财大、中山大学、北京交通大学、河南大学等多所著名大学兼职或客座教授。

1993年被评为享受国务院特殊津贴专家，1996年被评为中国社会科学院院级有突出贡献专家。

长期从事宏观经济理论与政策研究，创造性提出“总需求变动的供给效应曲线”和货币供给倍数理论；长期关注中国民营经济发展，主持全国性跟踪调研并连续5年编辑出版《中国民营企业竞争力报告》。

自1980年发表第一篇学术论文以来，先后研究完成并出版学术专著18部（包括合著）、译著2部，辞书1部，国内外公开发表学术论文360多篇。

其中，多项学术成果获国家和省部级优秀科研成果奖，为我国经济理论建设、政府政策改进和国民经济发展作出了重要贡献。

书籍目录

序 言第一篇 中国民营企业“走出去”与竞争力研究报告总报告 中国民营企业“走出去”与竞争力分析 第一节 问题的提出及研究的意义 第二节 企业国际化与竞争力文献综述 第三节 中国民营企业“走出去”战略的回顾与现状 第四节 现阶段制约民营企业“走出去”的因素分析 第五节 基本结论和主要政策建议分报告一 民营企业“走出去”与竞争力提升：从国内到国际 第一节 我国民营企业“走出去”的历程、特点及作用 第二节 基于调研数据分析我国民营企业“走出去”的现状与特点 第三节 民营企业出口战略的影响因素 第四节 结论分报告二 民营企业“走出去”与金融财政支持 第一节 “走出去”的融资信贷支持 第二节 “走出去”的保险支持 第三节 “走出去”的财政支持 第四节 “走出去”的税收支持 第五节 “走出去”的外汇支持 第六节 结论及建议分报告三 民营企业“走出去”与竞争力提升：政府与非政府组织的作用 第一节 政府在支持民营企业“走出去”过程中的作用 第二节 非政府组织在支持民营企业“走出去”过程中的作用 第三节 “走出去”过程中政府与非政府组织服务存在的问题 第四节 政府和非政府组织服务于民营企业“走出去”的对策建议分报告四 民营企业“走出去”与竞争力提升：国际经验 第一节 引言 第二节 企业国际化基本理论 第三节 美国的企业国际化经验 第四节 日本的企业国际化基本经验 第五节 欧盟中小企业的国际化经验 第六节 我国民营企业“走出去”的基本现实分析 第七节 结论分报告五 民营企业“走出去”与竞争力提升：地域和行业选择 第一节 民营企业“走出去”与提升竞争力的国际背景 第二节 民营企业“走出去”的地域和行业选择与提升竞争力 第三节 民营企业“走出去”与提升竞争力遇到的问题 第四节 民营企业“走出去”与提升竞争力的战略选择 第五节 民营企业“走出去”与提升竞争力的政策建议分报告六 民营企业“走出去”与竞争力提升：模式选择 第一节 民营企业与“走出去”模式选择 第二节 民营企业“走出去”模式选择实证分析 第三节 民营企业“走出去”模式选择的问题和建议分报告七 民营企业“走出去”与竞争力提升：本土化 第一节 引言 第二节 跨国公司本土化发展的基本内容和主要做法 第三节 中国民营企业“走出去”本土化发展的经济理性 第四节 影响“走出去”民营企业提升国际竞争力的本土化因素 第五节 中国民营企业“走出去”本土化发展面临的挑战和问题 第六节 中国民营企业“走出去”本土化发展的建议分报告八 治理结构、出口选择与民营企业生产效率 第一节 问题的提出与民营企业全要素生产率的计算 第二节 出口企业与未出口企业是否存在生产效率差异 第三节 企业出口是否存在自选择效应 第四节 民营企业出口是否存在学习效应 第五节 结论及相应的政策含义分报告九 民营企业“走出去”与竞争力提升：机遇与风险 第一节 民营企业“走出去”的机遇 第二节 民营企业“走出去”的风险 第三节 提升民营企业把握机遇、规避风险的能力 第四节 小结分报告十 2008年民营企业“走出去”竞争力指数及50强企业分析 第一节 50强企业遴选基本情况 第二节 民营企业“走出去”竞争力指数模型设计 第三节 民营企业“走出去”竞争力50强基本特征分析 第四节 民营企业“走出去”50强竞争力指数及其分项指数的分析 第五节 改进和提升我国民营企业“走出去”竞争力的对策建议第二篇 中国民营企业“走出去”与竞争力50强典型案例介绍 案例一 步步为营多元发展 案例二 内增实力外拓市场 案例三 第三只眼睛看世界 案例四 争创世界知名品牌、打造国际一流企业 案例五 一业为主多元拓展 案例六 品质成就卓越 案例七 精益求精创造完美 案例八 战略成就未来细节决定成败 案例九 中非合作着眼双赢 案例十 以品牌取胜 案例十一 深度开展全球技术合作 案例十二 不断超越迈向国际化大集团 案例十三 三箭齐发 案例十四 “走出去”获得发展新机遇第三篇 附录附录 中国民营企业“走出去”竞争力指数及指标体系说明附录 中国民营企业综合竞争力指数及其指标体系的说明后记

章节摘录

第一篇 中国民营企业“走出去”与竞争力研究报告 总报告 中国民营企业“走出去”与竞争力分析 第一节 问题的提出及研究的意义 虽然以发达国家为主导、以跨国公司为主要载体的经济全球化过程仍在继续,但“经济新全球化”过程也已经悄然而至。

这种情况表明,越来越频繁的国与国、地区与地区之间的经济往来及其更大范围的发展,是当今世界经济发展的主要潮流。

在这个大潮流中,中国选择了“走出去”战略。

经济学界有专家曾将企业经营空间由国内向国外、由一国向多国的扩展过程解释为企业国际化。

“走出去”,是我国实际工作部门和学术界对企业国际化发展现象的一种中国式通俗说法,意在将其与“引进来”相对应。

“走出去”战略也称为跨国经营战略、国际化经营战略、海外经营战略或全球化经营战略。

经济全球化过程的核心内容就是生产要素的全球流动与配置、产业结构的全球性调整和转移、企业价值链和产业链在世界范围内的布局和重组,这一切都将在全球范围内形成统一的市场运行规则。

制造业在全球不同国家和地区的转移,目的在于追求一种比较生产优势。

由技术创新能力导致的企业生产力水平的不同,直接决定了某些制造业生产具有较强的竞争力,而另外一些制造业生产的竞争力则需要靠低劳动力成本和低土地使用成本来获得。

而这些需要依靠廉价劳动力价格和土地使用价格才能维持其竞争力的企业,为了获取较低的生产要素,就要在能够提供低要素价格的国家之间转移自己的企业,以获取比较生产优势和比较竞争优势。

从目前制造业在全球不同国家和地区的转移发展来看,自第二次世界大战以来,制造业在全球范围内大的转移共发生过两次。

一次是在20世纪60年代,一些不再具有比较生产优势的制造业,从北美和欧洲的工业化国家向亚洲的日本、韩国、新加坡和中国的台湾转移。

另一次是20世纪80年代初期,曾经在第一次转移中作为承接者的国家和地区所承接的那些制造业,又开始向以中国为主的更具有比较发展优势的国家转移。

我国经济对外开放起源于引进外国的生产技术和产业资本。

“文化大革命”结束后,百废待兴的中国经济既需要国外的先进技术、先进的管理方法,更需要短缺的资本。

作为我国对外开放的重要举措,改革初期外国产业资本被允许进入我国投资设厂。

在长达20多年的时间内,我国主要是利用国内具有比较优势的生产要素和市场潜力,吸引那些发达国家和地区的企业,重组我国的生产要素,使我国成功地加入了国际市场的产业布局,并借助外资企业的投资、采购、定牌生产、来料加工等方式使我国的产业、产品与国际市场对接。

这就是人们通。

所说的“引进来”。

通过“引进来”,积极参与全球化竞争,我国经济已经成为经济全球化的受益者。

在经济全球化的背景下,仅靠贸易已难使一国经济在国际竞争中保持强势。

同时,仅靠引进外资参与全球分工体系,也只能被动地接受发达国家的战略布局。

经过数十年的改革,我国经济进入了一个新的发展阶段。

短缺经济的结束引发了传统产业的普遍过剩,调整产业结构、开拓国际市场、寻找新的经济增长点已经成为我国经济进一步发展的关键。

发达国家的经验表明,在工业化的中后期,推动企业、产业国际化,推动对外直接投资是保障经济持续发展的有效途径。

.....

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>