第一图书网, tushu007.com

<<中央企业国际竞争力研究>>

图书基本信息

书名：<<中央企业国际竞争力研究>>

13位ISBN编号：9787513603928

10位ISBN编号：7513603928

出版时间：2011-1

出版时间：中国经济

作者：刘文炳

页数：266

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

前言　　20世纪80年代以来，信息技术和高科技产业迅猛发展，推动了全球经济一体化格局的形成，各国经济之间的相互依赖关系更加密切。
中国经济也越来越与世界经济紧密的融为一体。
2008年发生的国际金融危机使我们更加深切地体会到全球经济一体化的深入程度。
　　经济全球化的巨大渗透力是任何一个国家无法阻挡和回避的。
中国企业要加快发展，必须融入国际分工，走向国际市场。
因此，无论是变革中的国有企业，还是成长中的民营企业，如何积极参与国际竞争，提高在全球配置资源的能力，是一个亟待实践的重大问题，也是一个需要探索和研究的理论课题。
对于正在朝着国际化发展的中央企业而言，这个问题显得尤为迫切。
　　中央企业是历史形成的，在向社会主义市场经济体制转轨过程中，通过实施政企分开、推进公司制股份制改革、减轻企业历史负担等重大改革举措，中央企业的市场主体地位初步形成，市场竞争能力明显提高。
但在总体布局结构方面，还存在一些突出问题。
中央企业在国民经济行业中分布过宽，部分企业主业不突出、竞争力不强、规模小、效益差，企业组织结构和资源配置不合理，功能不完善。
为此，国务院国资委成立以来，一直把中央企业的调整和重组作为一项重要工作。
重点是推动中央企业之间的重组，着力调整国有经济的布局和结构，优化资源配置。
与此同时，中央企业之间的非主业资产重组和中央企业内部资源整合，以及中央企业与地方国有企业、民营企业、境外企业等其他各类企业的并购重组也日趋活跃。
　　那么，中央企业并购重组是否取得预期效果？
如何运用并购重组手段，提升中央企业的国际竞争力？
本书结合案例分析对相关问题进行了研究。
　　企业国际竞争力的内涵是本书研究的出发点。
在明确企业竞争力与企业国际竞争力边界的基础上，进而指出中央企业国际竞争力的核心是通过市场手段掌控该行业全球资源的能力，其竞争对手主要是世界500强企业。
　　在企业国际竞争力概念基础上，通过对企业国际竞争力构成要素、形成过程的研究，结合已有企业国际竞争力形成的理论研究基础，提出企业国际竞争力的形成机制及逻辑模型。
进一步从并购重组战略目标、并购重组过程的研究，提出了并购重组提升企业国际竞争力的机理。
　　基于企业国际竞争力的构成要素、并购重组提升中央企业国际竞争力的机理，本书提出了中央企业国际竞争力的评价指标体系。
同时，对中央企业国内及海外并购重组历程进行了分析，并将中央企业与世界500强企业的并购重组进行了比较分析。
分别采用典型案例和中央企业数据实证分析方法，对中央企业并购重组与国际竞争力的关系进行了检验，最后根据实证结果提出了政策建议。
　　国有企业改革是一个世界性难题，对于中国尤其如此。
很多人已为此付出了巨大心血，应该说，国有企业改革取得了令世人瞩目的成就，并积累了丰富的经验。
但如何更快、更有效地融入国际分工体系，这是我们面临的更加艰巨的任务。
可以说，中央企业的国际化进程才刚刚起步，从全球竞争的角度看，特别是与先进的跨国公司相比，其核心竞争力和国际竞争力不强。
因此，培育和发展一批具有国际竞争力的世界一流企业任重而道远，需要我们付出更加艰苦的努力。
　　多年以来，我一直从事国有企业改革重组的实务工作，参与了国有企业改革重组、兼并破产有关法律法规和政策的起草制定，以及重大企业并购重组项目的组织实施。
长期的实践促使我不断思考，更培养了我对国有企业改革这项事业的热爱。
正是这种热爱，激励我不断探索，奋勇前行。

该书得以出版，就我个人来讲，也正是出于对国有企业改革事业的热爱和执着追求。

该书的出版，凝聚了太多人的心血，可以说是大家努力的结果。

在成书之际，谨对所有给予我帮助的人深表谢意！

感谢我的夫人、儿子及家人的无私付出，使我得以在做好工作的同时，坚持完成了书稿的写作。特别是家父念念不忘，时常嘱咐我再忙也不要忘记读书学习，使我不敢懈怠。

感谢北京交通大学经济管理学院教授、中国企业兼并重组研究中心主任张秋生老师。张教授作为国内专门研究企业并购重组的权威学者，提出了许多真知灼见。

感谢中国社科院康荣平教授、中国人民大学邓荣霖教授，为本书的写作与出版提出了宝贵意见。

感谢北京交通大学经济管理学院中国企业兼并重组研究中心的张金鑫、崔永梅、谢纪刚等老师，帮我完成了许多繁杂数据的收集整理与分析。

感谢国资委的领导和同事们，他们的指点启迪了我的思维，开阔了我的视野，尤其要感谢尊敬的邵宁副主任亲自作序，不仅给本书增添了光彩，更多的是给了我鞭策和鼓励。

中国五矿、中国石油、中粮集团提供了并购重组的经典案例，中国经济出版社乔卫兵博士为本书的出版提出了许多好的建议，在此也一并致谢。

由于自己水平有限，书中肯定存在许多不足的地方，也请读者提出宝贵意见，我将加以改进。

刘文炳　　2010年12月27日

内容概要

近年来，中央企业加大了并购重组和结构调整步伐，积极实施“走出去”战略，形成了一批具有较强国际竞争力的大公司大企业集团。
但是与大型跨国公司相比，目前相当一部分中央企业的国际竞争力还有较大的差距。
因此，在经济全球化背景下，中央企业必须勇于和善于参与国际竞争，通过有效实施并购重组，尽快缩小差距，增强国际竞争力，以应对跨国公司的挑战。
　　本书记录了中央企业并购重组的历程和典型案例，从论述并购重组与中央企业国际竞争力的关系出发，揭示了并购重组提升国际竞争力的机理，构建了中央企业国际竞争力的评价指标体系，同时将中央企业与世界500强企业典型并购重组案例进行比较，并通过实证分析，提出了政策建议。
总体而言，本书理论与实践相结合，既可以作为学术界的重要参考，也对指导相关实务有重要价值。

作者简介

刘文炳，河南省汝州市人，管理学博士。
1993年至今，先后供职于国家经贸委、国务院国资委。
现任国务院国资委企业改革局副局长。
曾参与国有企业改革重组、兼并破产有关法律法规和政策的起草制定，以及重大企业并购重组项目的组织实施。
研究领域为国有企业改革与发展、企业并购重组等。

书籍目录

序言前言第一章　企业竞争力相关概念及理论　第一节　企业、产业、国家竞争力及其关系　　一、企业竞争力　　二、产业竞争力　　三、国家竞争力　　四、三者之间的关系　第二节　企业竞争力与企业国际竞争力　　一、企业国际竞争力的概念　　二、企业竞争力与企业国际竞争力的关系　第三节　企业竞争力基础理论　　一、国外企业竞争力的理论研究　　二、国内企业竞争力的理论研究第二章　中央企业并购重组与国际竞争力的关系　第一节　企业国际竞争力的形成过程　　一、企业国际竞争力构成的相关研究　　二、企业国际竞争力构成要素与传导机制　　三、企业国际竞争力形成过程　　四、企业国际竞争力形成机制与逻辑模型　第二节　并购重组提升企业国际竞争力的机理　　一、并购重组与企业国际竞争力关系　　二、并购重组提升企业国际竞争力的路径　第三节　中央企业并购重组与国际竞争力提升　　一、中央企业定位与并购重组目标　　二、中央企业的布局和结构　　三、中央企业并购重组应解决的核心问题　案例：中粮集团并购重组提升国际竞争力分析第三章　中央企业并购重组历程　第一节　中央企业国内并购重组　　一、中央企业国内并购重组历史进程　　二、中央企业国内并购重组的特点和应注意的问题　第二节　中央企业海外并购　　一、中央企业海外并购的总体状况　　二、中央企业海外并购如何提升国际竞争力　　三、中央企业海外并购的国内外比较　　四、中央企业海外并购存在的主要问题和建议　案例：中国石油海外并购分析第四章　中央企业与世界500强企业并购重组比较　第一节　中央企业与世界500强企业整体比较　　一、世界500强企业概况　　二、经济地位比较　　三、并购重组比较　　四、企业机制比较　第二节　中央企业与世界500强企业并购重组案例比较　　一、巴西淡水河谷公司并购重组案例　　二、中国五矿集团公司并购重组案例　　三、案例比较与启示第五章　中央企业国际竞争力评价指标体系第六章　中央企业并购重组与国际竞争力的实证分析结语附表参考文献

章节摘录

第一节　企业、产业、国家竞争力及其关系　　竞争力文献通常将竞争力分为企业、产业与国家竞争力等三个层次（Francis，Tharakan，1989（i）；Mcletridge，1995~）。
从经济学的视角看，企业竞争力是在微观层次上的具体概念，产业竞争力则是中观层次的探讨，而从宏观层次上讨论的国家竞争力，已经超出经济活动空间的范围，从不同的分析目的出发，它可以被赋予更多的内容。

一、企业竞争力　　企业竞争力是从微观基础层次上研究竞争力，竞争主体是企业。
Philipselznik（1957）提出，企业竞争力是能使一个企业比其他企业做得更好的特殊物质（能力），其后Ingor Ansoff~和Kennerth AndreWS　20世纪60年代和70年代的研究中对企业竞争力概念进行了推广。

（一）国际机构的定义　　世界经济论坛（以下简称“ WEF ”）在《关于竞争力的报告（1985年）》中指出，企业竞争力是指企业在目前和未来，在各自的环境中以比它们国内和国外的竞争者更有价格和质量优势来进行设计、生产并销售货物以及提供服务的能力和机会。
随后在WEF和瑞士洛桑国际管理与发展学院（以下简称“ IMD ”）合作推出的《国际竞争力研究报告》中将企业竞争力定义为 ” 一个公司在世界市场上均衡地生产出比其他竞争对手更多的财富“ ，认为企业竞争力既产生于企业内部效率，又取决于国内产业和部门的环境，具体而言，企业竞争力取决于变革因素、变革过程、环境、企业自信心和工业序位结构这五种不同因素的组合。

1983年6月，美国总统里根任命了一个由30名成员组成的 ” 产业竞争能力总统委员会 ”，该委员会在1985年1月提出的一个题为 ” 全球竞争新的现实“ 的报告中，将企业竞争力定义为：在自由良好的市场条件下，企业能够在国际市场上提供好的产品、好的服务，同时又能提高本国人民生活水平的能力。

（二）国外学者的定义　　国外学者对企业竞争力的研究著述颇多，例如前美国竞争力委员会主席George M.C.Fish认为，企业竞争力是指企业具有比竞争对手更强的获取、创造、应用知识的能力。
美国哈佛大学肯尼迪政府学院企业与政府研究中心A.M.SpeHee（1988）认为，企业竞争力是指一国企业在国际市场上可贸易的能力。

Michael E.Porter则将企业竞争力归结或等同于企业竞争优势，认为 ” 企业竞争优势归根结底来源于企业为客户愿意创造的超过其成本的价值。
价值是客户愿意支付的价钱，而超额价值产生于以低于对手的价格提供同等的效益，或者所提供的独特的效益补偿高价而有余。
企业竞争优势有两种基本形式，即成本领先和标新立异“ ①。

Carmichael（1978）、Cohen和zyman（1989）②、Cohen和Carmichael等基本都认为，企业竞争力是指该企业能够在建立和保持市场地位的同时获得利润的能力，强调是竞争结果。

Prahalad和Hamel（1990）③更看重产业和企业组织能力的重要性，认为企业真正的竞争力是企业内部存在的一组独特的、难以仿制的、有价值的核心技术和技能。

Hideo Yamashita（1998）①强调竞争力是一种比较能力，认为竞争力是企业在公平、自由的市场上保持长期的、稳定的优势的能力。

（三）国内学者的定义　　国内学者对企业竞争力定义进行界定大量出现在21世纪初期，例如，罗国勋（1999）将企业竞争力定义为企业和企业家在适应、协调和驾驭外部环境的过程中，成功地从事经营活动的能力②。
张志强、吴健中（1999）认为，企业竞争力是指独立经营的企业在市场经济环境中相对于其竞争对手所表现出来的生存能力和持续发展能力的综合③。
韩中和（2000）将企业竞争力定义为企业面向市场和顾客，合理地利用企业内外部的经营资源，提供市场和顾客所需要的产品和服务，在与竞争对手的角逐中建立竞争优势的能力，④。

胡大立（2001）认为企业竞争力是作为独立经济实体的企业，在市场竞争过程中，通过自身要素的优化及与外部环境的交互作用，在有限的市场资源配置中占有相对优势，进而处于良性循环的可持续发展状态的能力⑤。

李显君（2002）将企业竞争力分成三种类型：强势竞争力、均势竞争力和弱势竞争力。

其中，强势竞争力是指企业比其竞争对手具有更强的竞争能力；均势竞争力是指企业与其竞争对手的竞争能力相等或相近；弱势竞争力是指企业比其竞争对手的竞争能力弱。

金碚（2003）认为，企业竞争力是指在竞争性市场中，一个企业所具有的能够持续地比其他企业更有效地向市场（消费者，包括生产性消费者）提供产品或服务，并获得赢利和自身发展的综合素质。

卢进勇（2003）认为，企业竞争力是指一个企业通过对自身及外部资源的整合，在特定环境中比其竞争者更成功地进行产品和服务的生产与销售的能力，即能够更好地满足用户和消费者的需求从而促使企业持续发展的能力和优势。

……

第一图书网, tushu007.com

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