

学校编号: 10384

分类号_____密级_____

学 号: K20007301

UDC_____

厦 门 大 学
硕 士 学 位 论 文

我国外向型企业竞争力提升途径研究

-----以我国家电企业为例

**A Study on the Competence Enhancement of
Extro-Oriented Enterprise in Our Country
----For Example of Compliance Enterprises**

杨 剑 宇

指导教师姓名: 郭朝阳 副教授

专业名称: 企 业 管 理

论文提交时间: 2005 年 4 月

论文答辩时间: 2005 年 5 月

学位授予日期: 2005 年 月

答辩委员会主席: _____

评 阅 人: _____

2005 年 4 月

厦门大学学位论文原创性声明

兹提交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文而产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

内容提要

在我国现代化建设的总战略中，外向型经济占有突出的战略地位。改革开放二十多年来，我国企业外向经营、国际化趋势令人瞩目，全国(特别是珠江三角洲、长江三角洲等区域)外向型企业蓬勃兴起。作为外向型经济微观基础的外向型企业，置身国际、国内双重复杂多变的环境，竞争力的提高与否是其生存、发展和竞争成败的关键。

外向型企业可定义为：生产过程基本立足于国内，商品交换活动面向国际市场，积极参与国际分工与国际竞争，以出口为导向的出口创汇企业。与企业国际化相比较，两者因参与国际分工的程度差异而导致性质区别，但其界限是相对的。大致而言，外向型企业的外延更为广泛，既包括高级形态的外向经营：即企业国际化，以境外直接投资和跨国经营为标志；也包括低级形态的外向经营：以产品销售由国内市场向国际市场倾斜为标志。而所谓竞争能力是指企业在以某一产品或服务进占国际市场的过程中，逐步形成的在质量、价格、技术、信息、售后服务、包装、规模经济、促销手段等诸多方面竞争能力的总和，企业在国际市场上的竞争力是多方面因素共同发挥作用的结果。本文简要的阐述了竞争力的相关理论发展，为下文对实际情况的阐述及案例分析做了理论上的铺垫。

随着我国在 2001 年加入 WTO，成为世界贸易组织的正式会员国，我国企业尤其是外向型企业所处的国际国内环境也就随之发生了很大的变化，外向型企业本身所存在的问题也更突出显现了出来。因此，本文在这种大背景下，分析了我国外向型企业在入世后所面临的国际国内环境变化，并指出了为适应这种环境的变化我国外向型企业目前所存在的问题及其差距；接着对我国外向型企业竞争力的现状进行了简要的分析，为竞争力提升的阐述确立了基本方向。

提出问题的目的在于解决问题，本文最终的目的是要找到适合于我国国情的提升外向型企业竞争力的途径，以使我国外向型企业适应新的国际

国内环境的变化，以立于不败之地。因此，在分析了我国家电企业成功的原因，借鉴他们成功的经验，同时在参考理论与结合我国实际情况的基础上，笔者对提高我国外向型企业竞争力的各种因素进行了具体的分析，从而提出了我国外向型企业竞争力提升的具体途径和对策建议。

关键词：外向型企业；竞争力

厦门大学博硕士论文摘要库

ABSTRACT

Extro-Oriented economy is very important in the modernization construction in our country, and the Extro-Oriented enterprises have taken a more and more important role in the modernization construction in our country. Therefore, How to improve the Extro-Oriented enterprises' competence not only is necessary to the development for itself, but also is the key to the whole economic development of our country.

In order to improve the Extro-Oriented enterprise's competence, This article has analyzed such questions as follows: First, it defined the definition of the Extro-Oriented enterprise as well as discussed two kinds of different ideas of the Extro-Oriented enterprise; Then, it studied the theory about competence, including its definition, commitments and development etc. Second, This article has analyzed the change of international environment and home environment after our country becoming one member of WTO and the problems existing in the Extro-Oriented enterprise; Then, author studied the Extro-Oriented enterprise in the new environment as well as the situation of the competence now. Third, author offered some suggestions about how to improve competence of the Extro-Oriented enterprise in our country on the bases of analyzing the factors of the Competence Enhancement of Extro-Oriented Enterprise.

KEY WORDS: Extro-Oriented enterprise; competence.

厦门大学博硕士学位论文摘要库

目 录

第一章 绪论	1
第一节 选题与研究意义	1
第二节 论文结构安排	2
第二章 相关理论回顾	4
第一节 外向型企业的界定	4
第二节 外向型企业的相关理论研究	7
第三节 竞争力的基本理论研究	8
第三章 我国外向型企业现状分析	17
第一节 外向型企业面临外部环境的变化分析	17
第二节 我国外向型企业存在的问题分析	21
第三节 外向型企业的竞争力现状分析	24
第四章 成功外向型企业的经验分析	27
第一节 中国家电企业发展概况	27
第二节 我国家电企业国际竞争力提升的成功经验	28
第五章 提升外向型企业竞争力的途径	35
第一节 提升我国外向型企业竞争力的相关因素分析	35
第二节 提升我国外向型企业竞争力的对策建议	39
结 束 语	48
参考文献:	49
后 记	53

第一章 绪论

第三次科技革命促进了世界性的生产力的大发展，电脑、卫星及互联网等现代通信技术，缩小了世界的空间与时间的差距，国际经济联系更为密切，从产品贸易到要素流动，从国际贸易到跨国投资，全球化不断深入到世界经济的每个角落。全球化与信息化已成为世界经济发展的必然趋势。而随着全球化的发展，国际竞争比以往任何时间都更加激烈。面对激烈的国际竞争，各国政府加快了产业结构调整的步伐，各国企业则大胆创新，努力提升自身的国际竞争力。

全球化浪潮使得国际竞争空前激烈，因为全球化模糊了主权国家的地理市场界限，统一的世界市场正在形成，复杂激烈的国际竞争成为时代的基本特征，依赖本国市场发展本土化经济的国家，必将失去自己最后的自留地。在新的形势下，决定生存和发展的决定性因素只有一个：提升国际竞争力。

第一节 选题与研究意义

我国在经过 20 多年的改革开放后，市场经济体制得到了逐步的完善；而十几年的艰苦谈判，终于使我国于 2001 年成功加入 WTO，成为世界贸易组织的正式会员国。这种国内国际环境的变化将使我国的企业尤其是外向型企业将迎接新的机遇和挑战，面临新的环境。在这种新的环境下，外向型企业如何应对？如何完善自己、提高自身的竞争力以使其具备竞争优势？本研究试图在理论与实际相结合的基础上提出外向型企业竞争力提升的对策建议。

近期对于外向型企业研究的文献可谓汗牛充栋，对于竞争力做出研究的理论也是数不胜数，然而对外向型企业的竞争力做出深入研究的文献却比较薄弱，要么是纯理论型的，只对外向型企业及竞争力做出解释，要么

是纯实证型的，文章的论述缺乏理论的支撑，要么又只探讨了外向型企业的某一方面的竞争力，看不到完整的竞争力轮廓……因此，本研究在理论上的意义是力图全面的、完整的构建外向型企业竞争力的框架，并且提出提升我国外向型企业竞争力的对策建议。

理论研究终究是为现实服务的。我国外向型企业在进入新环境的过程中面临许多问题，这些问题既包括企业本身所固有的问题，比如说企业结构、制度等，也包括新环境的出现给企业所带来的问题，比如说入世在给企业带来新的机遇的同时，也使企业面临新的挑战。因此，在理论研究的基础上，本文针对外向型企业所存在的实际问题做出了相应的探讨，实现理论为现实服务的目的。

第二节 论文结构安排

本文开篇对相关的理论研究进行了回顾，界定了外向型企业的内涵。关于外向型企业的内涵，一般认为外向型企业是指生产过程基本立足于国内，商品交换活动面向国际市场，积极参与国际分工与国际竞争，以出口为导向的出口创汇企业。对于竞争力理论的发展过程，本文从国内外的总体研究成果上做出了回顾，同时对不同的观点也加以解释。企业竞争力的研究主要包括 3 个流派，即：强调国家环境、强调产业特性、强调企业组织特性和战略^①。这两部分内容构成了第二章的主要内容。

在第三章中，笔者分析了我国外向型企业的现状，包括三个内容：其一，对我国外向型企业所面临的外部环境变化的分析，本文所指的外部环境主要是相对于企业本身所形成的内部环境而言的。那么这种外部环境就包括国内国外两个大环境。其二，探讨了我国外向型企业目前所存在的问题，以找到改善自己的切入点；其三，分析了我国外向型企业的竞争力现

^① Nachum L, Jones G G, Dunning J H. The International Competitiveness of the UK and its multi international enterprises [J]. Structural Change And Economic Dynamics, 2001, (12), 277-294.

状。

第四章是案例分析，本文以我国家电企业为例，分析了对于我国外向型企业来说具有较普遍意义的成功经验。

最后，作者在理论联系实际的基础上，提出了我国外向型企业提升竞争力的具体途径和对策建议。

厦门大学博硕士论文摘要库

第二章 相关理论回顾

本章深入分析外向型企业的内涵，由此对外向型企业进行界定，并阐述了竞争力的相关理论发展，为下文分析我国外向型企业的竞争力状况及竞争力提升的对策建议做了理论上的铺垫。

第一节 外向型企业的界定

所谓外向型企业是指生产过程基本立足于国内，商品交换活动面向国际市场，积极参与国际分工与国际竞争，以出口为导向的出口创汇企业。

对于什么是外向型企业，目前理论界存在着不同的观点：一种观点认为外向型企业是指生产过程基本立足于国内，商品交换活动面向国际市场，积极参与国际分工与国际竞争，以出口为导向的出口创汇企业。这些观点有着一定的理论价值，但也有明显的缺憾。第一，从总体上来说，外向型企业应该是以国际市场为导向的，这个导向作用不仅仅是指商品的交换活动以及出口创汇，深层次上的含义应该是企业能按照世界经济的发展规律，按国际标准使产品结构不断地处于动态的合理化与高度化之中；第二，仅一定时期内，产品出口到国际市场上换取外汇的企业还不能称之为完整意义上的外向型企业。外向型企业本身就意味着能力，即跨国界优化组合生产要素的能力和在国际市场上持续的综合竞争的能力。因而，另外一种观点认为所谓外向型企业应该是以技术进步为依托，以国际市场为导向，由某一具有国际竞争力的高质量的产品或服务打开国际市场，并通过不断的跨国界的生产要素的优化组合，在国际市场上逐步地形成持续的综合的竞争能力，实现外向型的技术、经济良性循环的企业。本文认为第一种观点比较符合我国的基本国情，因此采用了第一种观点。

应当强调指出：我们着重于外向型企业的能力，即跨国界组合生产要

素的能力和在国际市场上持续的全面的竞争能力，而这两个能力的形成与提高又是受诸多因素影响的。

首先，企业作为国民经济的细胞，它的生产经营活动离不开市场，它的外向化对一国经济的外向化具有奠基作用。然而，任何一个国家都不可能拥有其经济发展所需要的一切资源，一国生产要素的稀缺性又成为企业依赖国内市场的障碍。当企业在国内市场上获得的生产要素与在国际市场上获得的生产要素相比不具备“比较优势”或在国内市场上根本得不到某些生产要素时，便要谋求对国际市场上的资源进行跨国界的优化组合，参与国际分工，参与国际竞争。这不仅是一国经济发展的必然，也是世界经济发展规律所决定的。然而，即使剔除贸易保护因素，开放的世界市场虽然给许多不同国家的企业提供了公平的参与机会，也未必所有的企业都具备跨国界组合生产要素的能力。这一方面取决于企业固有的经济、技术基础、科研生产体制、外贸体制等，还取决于企业所生产的产品状况、企业家的外向经营意识以及对国际市场上经济情报、信息的评估能力、销售渠道的畅通与否、包装是否得体、售后服务是否周到、决策是否正确等等，所以说它是各因素综合作用的结果。

在这里，我们可以更为具体地阐述一下跨国界组合生产要素的能力。广义的生产要素不仅包括生产资料要素、劳动力要素，还应该包括资金要素、技术要素、信息要素等。拿技术要素来说，发展中国家为数众多的企业的生产经营活动受技术要素的制约程度较重。因为发展中国家大都技术基础薄弱，技术水平低，对企业产品在国际市场上的价格竞争优势与非价格竞争优势形成约束。企业要有效地参与国际竞争，就必须面向国际市场的有效需求进口国外的先进技术，并投入科研资金进行消化吸收，形成自己的技术能力，再以新的技术产品投入国际市场。国际技术市场的形成与发展，以及技术产品供给的增加，为发展中国家的企业利用国际技术资源提供了条件，但也不是所有进行技术进口的企业都能取得良好的效果。事

实上，有些国家相当一部分企业的技术进口是不成功或是负效益的。技术进口对企业外向能力的培养及外向化的实践没起到积极的作用，甚至许多企业内向型的技术、经济良性循环也未形成。所以，我们指的跨国界组合生产要素的能力必须是能面对国际市场的有效需求，成功地利用世界市场上的各种生产要素，进行资源的优化组合以实现企业外向化经营的能力。它不是任何企业都具备的，但却是企业外向化的基本内容之一，同时也是企业产品在国际市场上拥有持续的综合竞争力的前提。

其次，我们还着重地强调了企业产品在国际市场上持续的全面的竞争能力。公平竞争、优胜劣汰是市场竞争法则，质量是企业产品的灵魂，是产品竞争力的基础。而在世界经济技术联系日益广泛的今天，产品能否跻身世界市场，已不再仅仅取决于产品自身的质量状况这一单一因素，它还取决于产品的价格水平、信息准确快捷与否、售后服务是否周到、销售渠道是否畅通、包装是否得体、履约能力、同类产品及其替代品的市场供求状况等等。因而，世界经济的发展为企业外向化提供大好机遇的同时，也提出了更高的要求，那就是要求外向型企业的产品在国际市场上要具有综合竞争的能力。

综合竞争力是一个相对的概念。因为国际市场具有多层次性。不同层次的市场在产品的需求数量、质量、售后服务等方面的标准会由于市场发展的技术含量的特征不同而各不相同。因而，企业产品的综合竞争能力是相对其所要进入的一定层次的目标市场而言的。在发展中国家市场上具有综合竞争能力的产品，在发达国家就未必具有市场。而且具有综合优势的产品，尽管一般地说，都有着较高的技术含量和附加价值，但也不能保证其在发展中国家市场或不发达国家市场上就一定能站稳脚跟，辟一方市场。所以，综合竞争能力是一个相对的概念。是相对不同层次的市场及不同层次的市场需求而言的，只不过产品综合竞争能力的绝对提高会使产品具有更高级更广阔的市场而已。

第二节 外向型企业的相关理论研究

至今为止关于外向型企业的理论可谓“百花齐放、百家争鸣”，但归纳起来关于外向型企业的理论精髓主要体现在以下几个方面：

一、以国际市场为导向

这不仅仅是指外向型企业的生产要素以及产品的国际性，而且从广义上来讲，外向型企业的生产过程、交换过程、销售过程以及与之相关的因素均是以国际市场为导向的。一方面，从国际市场的供求考察，外向型企业要以国际市场为导向来调整产品结构，以与国际市场的有效需求结构相适应，而且能随时掌握有效需求的变化趋势，同时还要随时掌握国际市场上同类产品供给的变化态势，搜集一些重要的经济情报、了解供求方各自的优势和劣势，知己知彼，竞争取胜。另一方面，从与企业生产经营正相关的信息技术、包装技术、促销技术等方面考察，其国际化的特点也较强，也需要外向型企业能按国际市场要求来运作。最后，外向型企业必须具有规模经济的特点及其组织管理方式也都必须服从于与国际市场上生产同类产品的不同企业之间争夺市场份额的竞争需要。因而，以国际市场为导向的外向型企业无论是生产过程、流通过程还是与之相关的各方面都具有国际化的特征。

二、产品具有“四高”的特点

世界经济的发展、科技革命的进步以及产业结构的不断调整，已直接影响到世界市场需求的变化，使许多靠出口劳动密集型产品的国家在国际市场上的优势逐步丧失。在这种情况下，外向型企业的产品跨入国际市场就必须具有高科技含量、高附加值、高辐射力、高竞争力。也就是说，从企业产品自身来看，一定要有较高的科技含量。对科技含量较高的产品需求的增加，是国际市场发展的趋势；科技含量高的产品其附加价值也高，

可以使企业资金利润率提高，创造更多的外汇收入，而且外向型企业本身就是一个以创汇为最高原则的经济组织；高辐射力，一方面是指外向型企业的产品对国内同类产品的质量提高具有传、帮、带作用，因为外向型企业本身对一国经济的外向化就有带动作用，另一方面是指外向型企业可以以一种或几种产品为中心，形成多样化的跨国经营，增加市场份额；高竞争力主要是指产品在价格和非价格竞争方面，外向型企业要有较强的优势。如果低成本是指产品价格竞争力的话，那么高科技含量、高增值力、高辐射力则主要是指产品的非价格竞争力。

三、以技术引进、实现技术进步为基础

中国作为一个发展中国家，其外向型企业发展的历史实践表明，技术是制约企业外向能力及外向化的一个重要因素。这一方面表现为我国技术市场刚刚建立，技术要素的流通体制和运行机制还很不健全，技术市场上的供需双方沟通渠道很窄，国内技术市场上技术交易的操作也并未形成定式，相关的法律法规也不尽完善、配套；另一方面，我国的技术总体水平较低，与世界经济发展对技术的要求之间还存在着很大差距，且转化为现实生产力的能力较差。科学技术在世界范围内突飞猛进已不允许我们事事从头做起，所以，捷径就是进口国外的先进技术，并进行有效地消化、吸收、创新，跳跃性地提高自己的技术起点，形成自己的“后发优势”，以“四高”产品来开拓国际市场，也就是说，通过技术进口和对引进技术的不断创新，促进新产品的升级换代，增强外向型企业的国际竞争力，这不是可为可不为的事情，而是我国外向型企业发展的必由之路。

第三节 竞争力的基本理论研究

所谓竞争能力是指企业在以某一产品或服务进占国际市场的过程中，逐步形成的在质量、价格、技术、信息、售后服务、包装、规模经济、促

销手段等诸多方面竞争能力的总和，企业在国际市场上的竞争力是多方面因素共同发挥作用的结果。中国许多高质量的产品由于包装低劣在国际市场上只能出现在地摊上，更有一些产品质量虽好，但由于促销技术不过硬，致使供需脱节，无人问津。随着世界产品结构和需求结构、层次的变化，在技术进步速度加快、新产品层出不穷的激烈竞争中，一个已经初步形成外向型生产、经营能力和规模的企业，如不注重经常的技术创新、产品的升级换代、新产品的开发、信息的搜集与整理、促销渠道的拓宽等，它必将失去已有的国际市场。像一颗流星，只能发出瞬间的光芒。

一、企业竞争力研究的理论渊源

竞争力是一个复杂而又难以严格界定的概念，在理论和实践上并没有一个统一的定义，对于不同的研究层次和不同的研究角度而言，有不同的内涵^①。在企业层次的研究中，对于企业竞争力概念的认识基本上一致，即企业竞争力是企业与竞争者相比长期经营绩效的反映，在企业层次开展竞争力的研究在近年得到了国内外学者的重视，并从不同的角度开展了多方面的研究，目前企业竞争力研究主要包括3个流派：

1. 以新古典经济学和产业组织理论为基础，在企业同质的假设前提下研究企业竞争力，强调在比较优势的基础上企业对产业竞争结构的适应，认为企业竞争力研究的重点在于产业竞争结构的分析，企业的竞争力体现在价格、成本及生产率等方面的竞争。

2. 以企业管理理论特别是企业战略管理理论为基础，在企业异质性假设前提下，强调企业组织、战略、资源、能力等差异对企业竞争力的影响。从早期的强调战略与企业组织结构之间的匹配提高企业竞争力的战略—组织结构—绩效的分析逻辑，逐步发展到强调资源、能力—战略—绩效的分析逻辑，认为企业特有的、稀缺的、难以模仿和替代的资源和能力是企业

^① Bolotho A. The Assessment: International Competitiveness [J]. Oxford Review of Economic Policy, 1996, 12(3):1-16.

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库