

国有企业的改革之路

从1978年改革开放之后,中国进入第二个黄金发展时期。中国的工业化模式开始发生变化,从国家工业化转向混合工业化或全社会工业化,即政府和私人共同发动工业化,可以称之为“双轨战略”:一方面改革国有企业,成为中国经济改革的中心环节,“抓大放小”,“小规模私有化”,“局部私有化”;另一方面是大力发展非国有经济,“大规模民营化、非国有化”,成为中国经济增长的新来源、新成分、新机制。

直到进入21世纪,国有企业才迎来了第二个黄金发展时期。在这之前,国有企业改革经历了相当艰难的探索过程,与国有企业所形成特定的政治条件、经济条件、制度条件、组织条件等是密不可分的。2003年成立国务院国资委,统领国有企业发展。党的十六大报告要求“国家要制定法律法规,建立中央政府和地方政府分别代表国家履行出资人职责,享有所有者权益,权利、义务和责任相统一,管资产和管人、管事相结合的国有资产管理体制。关系国民经济命脉和国家安全的重大国有企业、基础设施和重要自然资源等,由中央政府代表国家履行出资人职责。其他国有资产由地方政府代表国家履行出资人职责。中央政府和省、市(地)两级地方政府设立国有资产管理机构。”根据这一要求,2003年3月10日,十届全国人大一次会议第三次会议经表决,设立国务院国有资产监督管理委员会。

实践证明,这是中国国有企业能够集体崛起、迅速崛起、大规模崛起的重要制度安排。由此,中国国有企业进入了新的黄金发展时期。

可以形象地讲,中国作为东方巨人,无论是其工业化道路还是所有制经济成分,都是从“一条腿走路”转向“两条腿走路”,越走越远,越走越强,越走越远。不仅有82家国有企业进入世界500强,而且还有9家民营企业进入世界500强,从而构成居世界第二的“中国兵团”,不久之后将取代“美国兵团”成为世界第一大兵团。这就大大不同于东欧和前苏联全面私有化、彻底私有化,砍掉公有制这条腿,换上一条假腿,最后沦为西方跨国公司的打工仔,其中东欧国家已经沦为典型的依附性经济国家,更是典型的依附性政治国家。

这表明“道路至关重要”,不同的道路就会有不同的结果。从这个意义上看,尽管中国国企改革之艰难、之复杂、之长久,但仍然是“人间正道”,这就需要坚定不移的沿着这条道路走下去,使中国国企成为不仅是历史上最强大的力量,更是世界上最强大的力量。

国有企业改革的目标与战略

国有企业的改革需要更加明确的目标,这就是打造一批世界水平的跨国公司。这既是过去十几年国企改革成功的根本目标,更是未来十年国企改革的核心目标。

2002年党的十六大报告明确提出:“形成一批有实力的跨国公司企业和著名品牌”(江泽民,2002);2007年党的十七大报告也明确提出:“鼓励发展具有国际竞争力的大型企业集团”(胡锦涛,2007);2012年党的十八大报告更加明确提出:“不断增强国有经济活力、控制力、影响力;加快‘走出去’步伐,增强企业国际化经营能力,培育一批世界水平的跨国公司”(胡锦涛,2012)。

那么,我们如何根据党中央所提出的战略目标,来确立国有企业的战略定位和核心目标?

首先,我们要明确国企特别是央企的战略地位。在国内,国企是国有经济的重要组成部分。从行业上看,国企是行业发展的领先者和排头兵,成为发展方式转型和科技创新等领域的引领者和带动者;从区域和产业上看,国企是带动区域经济发展的引擎,缩小地区发展差距的重要力量。

在国内,中央企业是国有经济的核心部分,是国民经济的战略支柱。在国际上,中央企业是中国兵团的野战军,就是要与西方跨国公司竞争,打破他们对经济的长期垄断,我们也要跟他们合作,但一定要形成中国兵团的航空母舰群。与此同时,也有相当大的发展潜力。

从国际视角看,上述定位还要体现以下几个方面:一是世界级企业,即进入世界500强企业,主要经营指标和业绩达到世界500强的“门槛”,并让位次不断上升;二是进入世界同行业前10名,成为同行业的领先者,并引领世界潮流;三是具有世界核心技术、国际标准和知名品牌,如进入世界1500强技术企业、世界品牌500强企业,又如提供国际标准。将“中国技术”变为“世界技术”,将“中国品牌”变为“世界品牌”,将“中国标准”变为“世界标准”,则既是重中之重,又是长久之策。

到2020年,国有企业改革与发展的具体目标为“创建一批拥有核心技术、具有知名品牌的世界一流跨国企业”,即进入世界500强的国有企业数量比现在翻一番,在世界500强50个行业中的“中国兵团”分布数翻一番,在世界品牌500强中的“中国品牌”翻一番。

国企改革需要突破传统的国内视角,应当放在全球化条件下、国际竞争背景下、中国企业走出去的大趋势下,中国特别是国有企业充分利用“两个资源”、积极开拓“两个市场”、学会利用“两个规则”,从中国企业到跨国企业,再到全球企业(指海外,包括中国港澳台地区)销售收入(包括出口额)和资产总额(包括无形资产)占一半以上。国有企业改革不能为了改革而改革,为了混合而混合,改革本身需要有明确的目标和战略定位。

衡量改革方案是否是好方案,要看是否能实现改革目标,不是为了搞改革而改革。为此我们提出这个目标,就是三个有利于,即“有利于提高国际竞争力、核心创新能力、国际影响力”。好的改革应当有助于实现三个有利于,改革方案应该是目标导向、问题导向、途径导向。国有企业改革不是封闭的国内环境下的“国民互动”,而是应着眼开放条件下参与国际竞争。

因此,国有企业改革、国资体制改革都不是为了改革而改革,而是要实现以上国家目标。从这个意义上来看,改革是实现目标的手段,改革是达到目标的途径。



胡鞍钢

现阶段国企改革最主要的是要明确国企的功能定位及国有经济的战略布局这两个核心问题。在全球视野下,国有企业的改革目标就是提高三个力:国际竞争力、创新力和国际影响力。这三个能力关系到中国是否能打破西方世界的国际资本垄断。而国有经济的战略布局要从国内视角转向全球视角,从国内大布局转向国际大布局。未来30年是中国投资世界的阶段,我们更要强调国企在全球范围配置资源,发挥更大的作用和影响力。

在上述国内外背景下,国企改革的核心目标是什么?可以归纳为至少三个核心目标:一是进入世界500强的中国企业数不断增加,到2020年,《财富》世界500强企业榜单上中国国企能否达到150家;二是在全球50个行业内中国国企能不能进入全世界同行业前10名;三是在自主创新方面取得重大进展,中国企业创造出国际品牌,特别是打造自己的国际品牌。这些量化指标既是设计国企改革的核心目标,又是成为评估国有企业改革是否成功的主要参考和指标。

发投入与人才集中度。

从世界技术1500强企业看,2007年中国PCT入围仅有19家,到2012年已经达到了116家,研发支出入围从8家提高至54家,也显示了中国在促进自主创新方面取得了明显的进步。与此同时,也有相当大的发展潜力。

从世界品牌500强企业看,2007年中国有12家,到2012年提高至23家,其中央企有9家(见表2)。这反映出中国企业取得了较大的品牌提升和进步,未来在围绕“世界一流、中国特色、知名品牌”的战略目标发展转型的过程中,要更加注重品牌的塑造,提升品牌知名度。但品牌的塑造是长期的,品牌的树立是一个企业深层次的成功,中国企业的品牌树立之路任重而道远。

我们的研究也表明,企业兴、国家兴,企业强、国家强。根据中国GDP占世界总量比重曲线与中国在世界500强企业营业收入比重曲线比较看,两条曲线均呈上升趋势,尤其是在进入21世纪之后呈现了加速上升趋势,反映了“时势造英雄”,其中在2011年之后,后者曲线超过了前者,也开始显示了“英雄造时势”,两者的相互关系反映了中国崛起本质就是企业崛起,企业崛起推动了中国崛起。因此,实践是检验正确与错误的标准,这说明党的十六大以来所实行的国企改革与国资体制改革决策是正确的,更是成功的,也显示了集小胜为中胜,集中胜为大胜。

特别需要指出的是,未来国企改革、国资体制改革决策是否正确、是否成功,最重要的标志和标准就是中国在世界500强主要指标的比重能否持续上升,并全面超过美国和欧盟(28国)。这是可检验的、可评估的。

在国家崛起和全球竞争的大背景下,中国国有企业改革不能为了改革而改革。改革本身需要有明确的目标,即到2020年,进入世界500强的国有企业数量比现在翻一番、在世界500强50个行业中的“中国兵团”分布数翻一番、在世界品牌500强中的“中国品牌”翻一番。

全球化视野下国企改革目标

胡鞍钢

现阶段,中国国有企业改革的主要任务是要明确国企的功能定位及国有经济的战略布局这两大问题。在国家崛起和全球竞争的大背景下,中国国有企业改革不能为了改革而改革,为了混合而混合,改革本身需要有明确的目标和战略定位。而国有企业的改革目标就是提高三个力:国际竞争力、创新力和国际影响力,因为这三个

能力关系到中国是否能打破西方国际资本的垄断。国有企业,特别是中央企业的发展逻辑和发展轨迹基本是:从追随者到追赶者,再到超越者,最终要成为领先者。到2020年,国有企业改革与发展的具体目标是“创建一批拥有核心技术、具有知名品牌的世界一流跨国企业”,即进入世界500强的国有企业数量比现在翻一番,在世界500强50个行业中的“中国兵团”分布数翻一番,在世界品牌500强中的“中国品牌”翻一番。

国企改革的国际背景

中国经济持续快速发展,即将超过美国成为世界第一大经济体,中国经济发展已经越来越紧密地同世界经济发展相融合。因此认识中国经济发展特别是国有企业改革也势必必要在全球视野下、国际公开竞争背景下认识和讨论。

2015年将是国有企业改革的元年,很多问题要重新讨论,无论是国有企业改革还是国有资产管理体制改革的问题,都要从全球视角来认识。至少与十年前国资委成立时的大背景已经大为不同,中国早已从国内竞争走向国际竞争,从世界第八大贸易体成为第一大贸易体,从世界第六大经济体已经成为第二大经济体,从中国在世界500强企业数不足世界的2%到世界的1/5。未来十年,中国不仅有希望成为世界第一大经济体,而且中国在世界500强企业数也有望超过美国成为世界第一。这就是讨论国企改革、国资体制改革的基本立足点和出发点。

国家间的经济竞争实质上表现为企业间的市场竞争,大国之间的国际竞争也突出表现为其跨国公司在全球市场的公开角力,如同世界经济奥运会、企业奥运会的公开竞争。在中国这样一个大国,需要具有超强企业竞争力的超级国有企业,这样才能使我们

在激烈的国际竞争中立于不败之地,并能打破欧美日三大经济体的垄断地位。

世界上谁最害怕中国的国有企业?谁又最恨中国的国有企业?我们来看一看国际上的奇谈怪论:

一是“加速中国国有企业消亡论”。早在2000年9月19日,时任美国总统的克林顿在参议院对中国永久正常贸易关系(PNTR)议案进行最后表决通过后的电视讲话中说,如果中国能够加入世界贸易组织,外部竞争能够加速中国国有企业的消亡,并促进中国私有经济进一步进入市场,这将对政府和人民的日常生活产生影响,并强化中国内部要求改进劳工标准、人权、环境保护和法制方面的呼声,美国公司也可以通过直接的方式,对中国施加更多的影响。

二是“中国国家资本主义论”。伊恩·布雷默(Ian Bremner,欧亚集团总裁)在《自由市场的终结:谁将在政府与企业战争中获胜?》(2010)一书中,将中国实行的宏观经济调控下的市场经济视为典型的国家资本主义(state capitalism),是自由市场经济和计划经济之外的第三种模式。他把这种模式解释为由政府控制市场,公司的存在,只不过是服务于政治目的而已。他认为,

在国际金融危机过程中,国家资本主义的确在兴起,不只是中国,也包括俄罗斯、印度、沙特阿拉伯、阿根廷等大国,或多或少都在采取国家资本主义。为此,西方跨国公司在过去几十年所拥有的全球优势地位将受到严重的挑战。他和德温·T·斯图尔特(卡内基道德准则和国际事务委员会项目主任)发表文章称中国为“全世界排名首位的国家资本主义的实践者”,在这个体系中,政府利用国有企业和国有投资工具主导市场活动。中国使国家资本主义具备了全球性意义。

毫无疑问,打击排斥妖魔化中国国有企业一直是西方国家政府和国际垄断资本的基本战略,我们只能针锋相对,寸土(指国内市场和国际市场)必争,在全球范围内发挥这一特有的经济优势、市场优势。

从国内视角看,推动和深化国有企业进一步发展和改革,提高国有企业竞争力,是中国经济社会转型的必然要求,同时也是中国经济社会保持持续稳定、繁荣的关键来源和重要动力。2013年,全国国有企业数占全国实有企业总数的1%,却创造了34.4%的全国税收,29.4%的全国财政收入,为13.6亿人民所分享,人均财政收入2794元。

表1 中国国有企业国际竞争力的行业分布(2013年)

优势行业 (6个)	一般行业 (21个)	弱势行业 (23个行业未进入世界500强)
工程与建筑	工业机械; 制药	食品店和杂货店
金属产品	船舶; 炼油; 能源	航空; 半导体、电子元件
贸易	公用设施	批发; 保健; 批发; 食品
批发商: 多元化	其他: 电子、电气设备	人寿与健康保险(互助)
网络、通讯设备	专业零售	食品生产; 铁路运输
采矿、原油生产	建材、玻璃	食品; 消费产品; 油气设备与服务
	航天与防务	娱乐; 烟草; 饮料
	多元化金融	保健; 保险和管理医保
	综合商业	批发; 电子、办公设备
	车辆与零部件	建筑和农业机械; 家居、个人用品
	人寿与健康保险(股份)	食品; 饮食服务业
	电信; 化学品	雇佣帮助; 管道运输
	快递; 包裹与货运	网络服务和零售; 保健; 医疗设施
	银行; 商业储蓄	计算机软件; 信息技术服务
	计算机、办公设备	保健; 药品和其他服务
	财产与意外保险(股份)	财产与意外保险(互助)

图1 各国世界500强企业相对于国内行业总产值的集中度水平

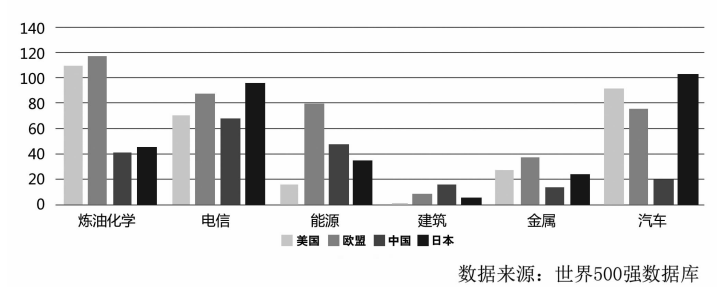


表2 中国企业进入技术1500强和品牌500强分布情况

技术1500强	2012		2007	
	R&D支出排名入围企业数	PCT申请排名入围企业数	R&D支出排名入围企业数	PCT申请排名入围企业数
央企合计	21	9	5	2
非央企合计	33	107	3	17
中国(大陆)合计	54	116	8	19
品牌500强	Brand Finance 入围企业数	世界品牌实验室 入围企业数	Brand Finance 入围企业数	世界品牌实验室 入围企业数
央企合计	12	9	4	5
非央企合计	16	14	6	7
中国(大陆)合计	28	23	10	12

中国企业在世界500强格局中的差距

从中国国有企业在世界500强企业的50个行业分布中看(见表1),优势行业有6个,一般行业21个,弱势行业23个(中国国有企业均未能进入世界500强),这表明从国际视角看,即使是竞争性行业,也需要中国国有企业进入世界500强,与欧美日国际资本开展竞争,这也反映了在这些领域中中国国有企业国际竞争力还远不够,还需要做大做强做优,担当中国兵团的历史使命。这也成为中国国企改革的核心目标之一,也是衡量改革成功的重要标志之一。

从具体的行业集中度来看,与美欧日的世界500强企业相比,中国世界500强企业的市场集中度水平仍存在较大的差距,按行业世界500强企业营业收入与各国行业总产值的比值计算,中国企业在炼油、电信、能源、金属等行业的集中度水平显著低于美国、欧盟和日本的500强企业(见图1),今后要着力解决在世界市场上集中度太低的软肋。因此,中国国有企业不是简单的打破国内市场垄断的问题,而是在国际市场如何提高行业集中度、企业集中度,从而打破西方国际资本的行业垄断、市场垄断。特别是在那些空白的竞争性行业,国企改革不是实行退出战略而是实行进攻战略,也不是要在国内市场与民企竞争,而是要在世界市场与欧美日国际资本竞争。

因此今后国企改革及国有经济布局的基本方向仍然是提高行业集中度,特别是那些重要行业和关键领域的集中度,形成优势行业优势产业,占领关键领域制高点,尤其是提高空白行业的集中度,填补空白行业,在世界竞争性行业占有一席之地,进一步提高研