

在“金牌”与效益间的抉择

——美日企业竞争力倒转引起的思考

The Choice between“Gold Medal”and Efficiency

朱煜善
(国务院发展研究中心上海发展研究所,研究员 上海 200020)

当前,我国正在实施的大企业大集团战略,加快培育大企业,是克服企业规模小、分散经营和推动产业升级的重大举措,也是我国企业参与国际竞争、同国际大公司抗衡的紧迫任务。与此同时,我们常在报刊上看到一些大企业把入围世界 500 强作为奋斗目标。有鉴于此,对世界 500 家大企业的情况分别进行一些分析似很有必要。

近几年来,美国《幸福》杂志公布的“世界 500 家大公司排名榜”上,出现了一个很值得经济界和企业界人士注意和思考的问题。即 80 年代以来长期居于世界经济之冠的日本,其入围世界 500 强的企业比例连年下降,而美国则连年上升(见表)。

日、美 1994~1996 入围世界 500 强企业变化情况比较

	1994 年	1995 年	1996 年
日 本	149	141	126
美 国	151	153	162

可以看到,日本入围世界 500 强的企业数,3 年中减少了 23 家,而美国则增加了 11 家,且位次也出现了变化。多年来雄居世界 500 强冠亚军的日本“三菱商事”和“三井物产”,在 1996 年终于让位于美国的通用汽车和福特汽车。这一现象说明了什么?有人以为:主要是日元汇率下跌、经济增长不平衡。笔者以为,汇率下跌等固然是一个原因,但 1994~1995 年时,日元和美元的汇率之比不是曾创历史水平吗?为什么日本入围世界 500 强的企业也已减少了呢?

其实,就在 1992 年初任日本首相的宫泽喜一访美回国,在电视屏幕上嘲笑美国的工人懒惰,美国的企业管理落后、没有竞争力时,日美两国企业的经营管理已经在发生戏剧性的变化:日本企业中居于 500 强前列的大公司庞大的销售收入背后,所获得的销售利润率都低得惊人。下面仅就 1994~1996 年居于世界 500 强前 10 位企业的销售利润率

进行比较,就可明白个中道理。

1994 年世界 500 强前 10 位企业销售利润率比较

名次	公 司	国别	销售收入 (百万美元)	利 润		
				百万美元	销售利润率	名次
1	三菱商事	日本	175 835.6	218.7	0.124%	311
2	三井物产	日本	171 490.5	263.8	0.154%	283
3	伊藤忠商事	日本	167 824.7	81.6	0.049%	400
4	住友商事	日本	162 475.9	73.2	0.045%	408
5	通用汽车	美国	154 951.2	4 900.6	3.162%	4
6	丸 红	日本	150 187.2	104.4	0.069%	373
7	福特汽车	美国	128 439.0	5 308.0	4.132%	2
8	埃克森石油	美国	101 459.0	5 100.0	5.026%	3
9	岩井商事	日本	100 875.5	52.7	0.052%	419
10	荷/英壳牌	英/荷	94 881.3	6 235.6	6.572%	1

1995 年世界 500 强前 10 位企业销售利润率比较

名次	公 司	国别	销售收入 (百万美元)	利 润			名次
				百万美元	销售利润率		
1	三菱商事	日本	184 365.2	346.2	0.187%	284	
2	三井物产	日本	181 518.7	314.8	0.173%	294	
3	伊藤忠商事	日本	169 164.6	121.2	0.071%	396	
4	通用汽车	美国	168 828.6	6 880.7	4.075%	2	
5	住友商事	日本	167 530.7	210.5	0.126%	348	
6	丸 红	日本	161 057.4	156.6	0.097%	374	
7	福特汽车	美国	137 137.0	4 139.0	3.018%	7	
8	丰田汽车	日本	111 052.0	2 662.4	2.397%	23	
9	埃克森石油	美国	110 009.0	6 470.0	5.881%	4	
10	荷/英壳牌	英/荷	109 833.7	6 904.6	6.286%	1	

我们知道,利润是企业经营成果的主要反映,

是支撑企业发展的基石。从一定意义上讲,利润率的高低,往往就是企业竞争力强弱的反映。1994~1996年连续三年入围世界500强前10位的企业,日本有5家、美国有3家,我们若以这8家企业三年中的销售利润进行比较,就可以看到美日企业竞争力倒转的趋向。

1996年世界500强前10位企业销售利润率比较

名次	公 司	国别	销售收入 (百万美元)	利 润		名次
				百万美元	销售利润率	
1	通用汽车	美国	168 369.0	4 963.0	2.948%	
2	福特汽车	美国	146 991.0	4 446.0	3.024%	
3	三井物产	日本	144 942.8	321.9	0.222%	
4	三菱商事	日本	140 203.7	394.1	0.281%	
5	伊藤忠商事	日本	135 542.1	110.9	0.082%	
6	荷/英壳牌	英/荷	128 174.5	8 887.1	6.933%	
7	丸 红	日本	124 026.9	178.6	0.144%	
8	埃克森石油	美国	119 434.0	7 510.0	6.287%	
9	住友商事	日本	119 281.3	-1 292.8	-0.0%	
10	丰田汽车	日本	108 702.0	3 426.2	3.152%	

1994~1996连续三年入围世界500强前10位5家日本企业销售利润率情况

公 司	1994~1996 销售总额	1994~1996 利润总额	利润率
三菱商事	5 004.045 亿美元	9.59 亿美元	0.191%
三井物产	4 979.52 亿美元	9.00 亿美元	0.18%
伊藤忠商事	4 725.314 亿美元	3.137 亿美元	0.066%
住友商事	4 492.871 亿美元	-10.091 亿美元	-0.224%
丸 红	4 352.717 亿美元	4.396 亿美元	0.100%

1994~1996连续三年入围世界500强前10位3家美国企业销售利润率情况

公 司	1994~1996 销售总额	1994~1996 利润总额	利润率
通用汽车	4 921.488 亿美元	167.443 亿美元	3.402%
福特汽车	4 125.67 亿美元	138.93 亿美元	3.367%
埃克森	3 309.93 亿美元	190.8 亿美元	5.766%

有人认为,利润率是企业竞争力的天平,这是很有道理的。当1992年日本首相嘲笑美国企业缺乏竞争力时,美国最大的企业通用和福特汽车等正处于严重亏损阶段。这一年,通用的经营收入达

1 237.8 亿美元,亏损 44.52 亿美元,亏损率为 3.59%;福特的经营收入 1 038.34 亿美元,亏损 42.49 亿美元,亏损率为 4.09%。1993 年以后,美国企业就逐步摆脱困境,其销售利润率呈上升趋势,1996 年度世界 500 强的销售总收入为 114 348 亿美元,比 1995 年仅增加 0.5%,这是自 1990 年评选 500 强以来增幅最小的一年。但是,这一年的总利润达 4 044 亿美元,平均销售利润率为 3.536%,比上一年度增长 25.1%,而在获利最大的 50 家最大公司中,美国就占了 31 家(若按销售收入排列,美国在前 50 位中的企业仅 13 家)。居于 500 强前 10 位的三家美国大公司,其平均销售利润率为 4.17%,明显高于世界 500 家大公司的平均销售利润率。

企业的竞争力,特别是一个国家具有影响力的大型跨国公司的竞争力,涉及到这个国家社会经济发展的方方面面,往往是国家竞争力的重要砝码。80 年代以来,在国际竞争力排行榜上,日本曾长期居于领先地位。可是自 1994 年以来,先是让位于美国,继之又落在新加坡和香港之后。1997 年 5 月 21 日,总部设在日内瓦的世界经济论坛发表的年度报告,公布了 1997 年国际竞争力排行榜,日本竟又落到了加拿大、新西兰、瑞士、挪威等国家后面,为第 14 位。世界经济论坛把竞争力定义为一个国家或地区“创造人均持续高速增长经济的能力”,认为竞争力强的国家和地区的共同特点是“权力机构和所实施的政策都以促进长期增长为目标”。并用经济的开放程度、政府作用、金融市场和发展水平、基础设施的质量、技术水平、企业管理质量、劳动力市场的灵活性以及政治司法制度的健全程度等 8 大类共 155 项指标作为尺度来衡量。可见,日本企业竞争力的下降已影响了国家的综合实力。

那末,美国企业在 90 年代又是如何摆脱困境,重新取得竞争优势的呢? 美国的企业家们是这样回答的:“二次大战结束后,美国领导了世界经济,无论在成本、质量、技术上均在世界领先,几乎没有任何竞争对手。80 年代后,发现日本公司对美国形成了强有力的挑战,这种挑战先是在钢铁、汽车、机械、化工等传统工业。接着,在美国人引为自豪的电视、激光、录像机以及半导体、集成电路、计算机等市场上,美国也被日本取代而失去了优势地位,有的甚至连立锥之地都没有。面对激烈的挑战,美国公司首先用新技术武装自己。到 1994 年,美国办公室和家庭中使用的计算机已到 1 亿台之多,超过了全世界除美国以外国家和地区拥有计算机的总和。几乎所有公司都建立了自己内部的计算机网络,并与地区的、国家的、跨国的网络相联接,实现了信息的快速处理、传递和共享”。接着,正如美国汉密尔顿标准公司副总裁布莱斯特所说:“我们要扭转局面,从羁绊中解脱。要以全然不同的方式做事,要倾

听顾客,要员工参与,要改变设计制造的方法,改变对企业程序的思考方法”。

归根到底,美国企业要告别工业时代,创建信息时代的经营管理方法。90年代以来,一场被称之为“重新构建公司”的变革大潮终于在美国企业中掀起了。“重新构建公司”就是企业通过重新设计和整合工作程序,建立能够充分体现个人价值的团队式组织,并层层扩大这种组织,直到整个公司都按照新的原则构建起来,最终形成新型的公司组织的创新过程。“重新构建公司”需要两个基本前提:一是信息化,包括信息集成的原则和信息化手段;二是知识化,要求处在新的程序和新的团队集体中的人们,必须具有同等视野、同等素质和共同的价值观念,便于在共同的经营活动中产生共同的语言和进行自我协调。

自“重新构建公司”的企业管理变革以来,美日两国企业竞争力的倒转就出现了。最先是1992年,美国英特尔公司取代日本公司成为世界最大的半导体制造商。紧接着,在1993年后,美国的通用、福特、克莱斯勒三大汽车公司也先后扭亏为盈,且销量增长。1994年时,美国已在新一代计算机芯片、软件,各种新型计算机和网络技术、移动通讯技术、高清晰度电视技术以及生物技术等高新技术领域,在国际市场上占尽优势。现在,美国信息产业所创造的产值约已占国内生产总值的40~50%。

(上接第51页)

策。可根据出口创汇的多少,经济效益的高低,实行差别税率;对为出口农产品及其加工品而进口的良种、饲料、加工机械、设备等可减免关税,对加工增值的出口农产品减轻税收等。在信贷方面,考虑到农业生产周期长的特点,应为出口农产品生产优先提供低息长期贷款。世界银行等国际性组织、机构提供的低息、无息贷款应优先安排出口农产品生产基地和加工项目。建立和完善出口信贷和出口信用保险制度,为农产品出口开拓新市场提供保障。

7. 加快基础设施建设,为创汇农业发展创造条件。基础设施是保证及时传递信息,准确、完好交货,顺利进行对外贸易的前提条件。我国因交通运输条件不佳,常常出现出口农产品受损、贻误交货期等情况,水果、蔬菜等时间性强的农产品,则常常因运输时间长,延误销售时机,使品质下降而卖不出好价钱。这既造成了严重的经济损失,又损害了商业信誉。因此,通过多种形式,搞好道路、码头等基础设施建设,尤其是建立一个快速、准时的航空运输网,是一项对创汇农业的发展具有现实意义和长远意义的基础性工作。(责任编辑 孙立明)

信息化的管理变革帮助美国人夺回了在传统产业中失去的阵地。1992年以来,美国的经济增长率和创造的就业机会都高于日本和欧洲,而美国的经济增长和就业并不是主要靠大量投资。如1993年净投资占国内生产总值的比率,美国为3.4%,德国为5.7%,日本为15.4%。在就业结构方面,也有了很大变化。50年代时,美国服务业占就业人口的50%,现在已达80%。在“重新构建公司”的企业中,土地、厂房、存货对企业不再重要,职工的专业知识和文化素质却成了经济增长的关键。据估算,现在美国职工中60%属于知识型的,在每10个新创造的就业机会中,有8个与信息产业有关。

现在,我国不少大企业正在积极走向世界,参与国际市场的竞争,有的已提出了在2000年前后跻身世界500强的奋斗目标。但是,美日企业竞争力倒转这一现象告诉我们:一方面当今国际间的经济竞争主要是在大公司之间进行的;另一方面,“500强”好比奥林匹克的“金牌”,在瞬息万变、竞争激烈的国际市场上,更应注重的是效益。我国企业的追求目标,应是实实在在的有实力、有效益和质量的500强,即既要看重“金牌”,更要立足效益。何况只有个别几家企业可能进入“500强”;对于绝大多数的我国企业来说,眼下唯一追求的目标,只能是提高效益。(责任编辑 蔡德诚)

(上接第56页)

此,储备粮的抛售,不论在产区,还是在销区,都会起到稳定市场的作用。销区市场由均衡转为紧张需要一定时间,消费需求不可能一下子猛增,供求关系的改变,也不可能一夜之间发生。销区市场的某种变动趋向,很快就会引起产区市场的反应。因此,单从有利于抛售来讲,国家粮食储备建在销区还是建在产区,并不会有太大的区别,最为关键的是要建立统一的粮食市场和灵活的储备调节机制。

如果从有利于专储粮的收购来讲,储备库的布局应主要在产区。粮食是一种全年基本均衡消费的商品,其最终需求的渐进性和平稳性,为粮食在区域之间的调运留下了充足的时间。但粮食的收购则不同。生产的季节性使其收购也产生很强的季节性。如果将储备库建在销区,在收获季节要在短时间内将大量的粮食运到销区,不仅会造成突增的运输压力,而且还得在产区建立足够的周转仓容,显然不经济。

(责任编辑 肖庆山)