

上”原则，也不一味地追求技术。它们将市场和技术视为两个同等重要的驱动力。而只有少数的大公司认为市场和技术两者同样重要。

“隐形冠军”认为，倘若技术主宰一切，工程师们就会疏远客户，客户将蒙受损失。但若让一门心思扑在客户身上的营销人员独揽大权，又会不利于技术的发展。理想状态是，让懂技术的人与客户进行密切、频繁的接触和交流。

(4) 依靠自身的技术能力

德国中小企业认为可以凭自己的力量进军新市场，解决生产及研发问题，而且相信这样做能够强化自身的产品知识，并维护公司的市场霸主地位。

德国中小企业的一个显著特点是喜欢“制造”，而不喜欢“购买”。

(5) 企业与员工之间建立相互依赖的关系

隐形冠军的所有者兼管理者通常与员工生长在同一小镇里，因此他们之间的关系要比大公司中的劳资关系亲密得多。在这些公司中，罢工和劳资纠纷极其罕见，管理层在处理内部问题上所花费的精力自然比大公司要少得多。

三、德国中小企业规模不大，但很强

通过上面的表述，我们可以看到，虽然德国很多中小企业规模不大，但是它们的竞争力很强，在其所在领域，具有很强的技术竞争力。

例如：2015年《商业周刊》曾评出的30家最具实力、成长最快的德国中小企业中，位列第三名的Mobotix股份公司（Mobotix股份公司开发和销售基

于网络的视频监控系统，是该行业全球领先的供应商），它在2002年的业绩是300万欧元（约2400万人民币），2012年的业绩是8160万欧元（约6.72亿人民币），它十年里平均年增长率：39.14%，它在2012年员工是336人，人均产值约200万人民币，足见其竞争力之大。

德国企业在市场走的是“技术驱动、品质占领市场”的模式，这与德国以高品质的制造业著称的风格一致，即使是中小企业也遵循这一路线，它们在所处的技术领域往往占据中高端市场，拥有丰厚的收益和利润空间。

这些德国的中小企业注重技术、注重市场和客户、注重全球市场开拓、注重员工关系。这种模式，让他们无论是在外部市场，还是内部，都具备很强的竞争力，占据行业竞争力的上游位置。

四、中国小企业则相反，规模不大，也不强

与德国中小企业相比，中国的中小企业则是既不大、也不强。

中国存在众多的中小企业，这些中小企业与德国企业同样是规模不大，但是在行业中的地位，远远达不到德国中小企业的地位，缺乏技术竞争力、市场拓展能力、良好的企业文化与氛围，是众多国内中小企业的通病，也成为中国众多中小企业进一步拓展的阻碍。

技术竞争力的缺乏、市场拓展能力的缺乏，良好企业文化的缺乏，让企业无论是在行业中的级别、还是市场中的级别，都处于末端，极易受到市场冲击、洗牌、和淘汰，导致企业生命周期不长。

五、国家职业教育体系+企业追求精神

德国这种独特的中小企业传奇背后，与国家的职业教育体系、企业追求精神都有关系。

一方面，作为制造业强国，德国向来注重制造业人才的培养，其“双元制”职业教育体系为制造业源源不断地输送着高质量的人才。

无论是其对职业技术教育的注重，还是其教育模式，都值得思索。

任正非曾描述参观过的一个工学院，“德国斯图加特工程院院长带我去参观一个德国工学院，大学一年级入学的学生，他们都在车间里面对着图纸做零件，把这些零件装到汽车上去跑，跑完回来再评价多少分。经过这一轮，再开始学几何学、理论力学、结构力学等学科，所以德国制造的汽车永远是无敌天下”。

我们可以对照一下国内工科教育，对比两者的差距，这种对实践的重视、基础的重视，与我们国家工科教育中的实践对比，注重基础应用能力的对比，相差确实不小。注重技术追求和企业的长远追求

除了国家在制造业教育体系上的注重，德国中小企业本身，它们的企业精神中，也相对比较务实，更注重长远发展、内功的打造，它们相对少了一份浮躁，多了一份踏实、下苦功。

掌握行业内最顶尖的技术，打造质量最高的产品是它们矢志不渝的信条，许多中小企业都是家族企业，有着悠久历史，把企业做成一份长久的事业耕耘，同时，这些中小企业普遍都拥有较长期的发展战略，这些追求，无论是技术追求、还是事业追求、以及长远规划的注重，都不亚于优秀的大

企业，这实际上也是德国中小企业成功的关键。

这一点，国内中小企业相对缺乏这种务实、实干的精神，更多一些浮躁，一些企业更甚至不下苦功、不注重内功的打磨、不注重沉淀和积累，更迷信于各种漫天飞的思维，期望于各种速成的概念，唯独缺工匠精神的追求，缺踏实、苦功的投入，差距也就拉开了。

制造业更需要一份踏实、长期的耕耘、投入，是一个长期需要长期默默坚守、最后厚积薄发的行业，它相比金融、娱乐等行业，制造业投资大、周期长、见效慢，但一旦形成领先优势，很难被后来者赶超。

德国中小企业技术占领行业至高点的模式，如同苹果在手机行业中的状况——规模并非最大、但却是全球最赚钱的手机，苹果占据全球智能手

机规模不到15%，但是它却占据了行业高达90%的净利润。

这些都是值得国内中小企业学习和深思的，德国中小企业的模式——规模不大、但占据行业制高点，获得很高的份额和利润，值得中国企业深思，还有他们注重技术、注重市场、注重拓展、注重员工关系等，而这些恰恰是企业竞争力的关键，都值得中国中小企业深思。T

(上接第07页)

调性，提高政策执行效果。

(六) 发挥体制机制优势，实施制造业产品质量提高基础工程

按照制造业发展应充分发挥集中力量办大事的制度优势和超大规模的市场优势，以筑牢产业基础能力为根本的国家要求，编制“十四五”制造业产品质量发展规划，实施若干重点工程，集中解决质量关键短板。①实施世界级质量品牌高端工程，以具有竞争优势的行业为载体，鼓励和引

导企业利用互联网、大数据等信息技术，针对消费者需求，在产品的设计、制造、销售、服务等环节加强质量安全追溯与可视化管理；强化标准执行、合格评定与市场监管，增强消费者对传统产品质量安全的认同度，提高中国制造品牌的质量影响力。②实施新兴产业质量筑基工程，重点围绕人工智能、增材制造、自动驾驶汽车等领域产业化过程普遍存在的一致性、可靠性、安全性、制造成熟度等具体问题，

开展技术攻关，整体提升新兴产业的产业链质量保证能力；建立若干质量共性技术平台，针对创新企业面临的关键共性技术问题，提供专业化解决方案。③实施数字化质量管理赋能工程，引导企业补齐精益质量管理短板，大力支持质量领先企业在产品设计、产品制造、供应链管理等环节开展数字化质量管理创新，形成适合中国制造业企业发展特点的理论体系、标准体系、技术体系、工具体系。T

(上接第16页)

国家重大技术专项和国家重大工程项目，将我国集技术、产业和市场相结合的自主技术标准推向国际，争取在高端装备制造、新能源装备等领域提出一批国际标准提案，抢占未来发展制高点。

四是要充分发挥行业组织的重要作用。鼓励行业协会与境外同业组织和单位建立双边和多边联系，积极开展产业信息交流和合作项目对接活

动。发挥专业优势，协助有关部门及时开展机械工业税则税目及进出口关税政策调整工作。以维护产业安全为目标，动态跟踪分析重点领域对外贸易情况、国际贸易摩擦情况，及时上报给有关部门以便做出应对。充分发挥政府与企业间的桥梁纽带作用，通过组建海外办事处、组织召开产能合作推进会等形式，助推行业企业积极参

与共建“一带一路”。积极推进行业参与多双边自由贸易区建设，引导行业企业积极参加RCEP培训，了解有关规则和利好政策；认真分析该协定实施对产业发展产生的不利影响及诸多挑战。T

中国机械工业联合会 规划编制办公室
电话: 010-85800757
邮箱: zhaojunping@cmif.org.cn

中国企业与世界一流的差距及发展路径

来源: 工信头条 发布日期: 2022-08-22



图片来源: 视觉中国

8月3日,《财富》全球同步发布了最新的世界500强排行榜。依据这份榜单的各项数据,人们可以深入了解全球最大企业的最新发展趋势,了解中国和世界大公司的竞争趋势、优劣势和潜在差距。

《财富》1995年首次发布世界500强排行榜,到现在已有28年,上榜中国企业由最初的3家变成今年的145家,实现了历史性的跨越。作为对比,美国今年共计124家公司上榜,比上一年增加2家。两国加在一起,达269家。今年榜单的一大亮点,是中国企业的营收总和超过美国企业。上榜中国企业的营收占500家企业总营收的31%,而美国企业占总营收的30%,中国首次超过美国。

然而,今年中国大陆(含香港)公司数量增长下滑,相比去年增长11家,今年只增加了1家。从近十年的情况看,每年上榜企业的总数增加五六家以上才算正常。只增加1家,表明上榜中国企业的总数新增已经到达顶峰,不会出现太大幅度的变化。稳居榜首

虽然毫无疑问,然而量的增长潜力也是有限的。

在这个时候,我们要保持清醒的头脑,不能陶醉于目前企业数量的世界第一。

今年2月28日,中央全面深化改革委员会召开第二十四次会议,审议通过了《关于加快建设世界一流企业的指导意见》,把建设世界一流企业作为一个阶段的行动纲领提出来,并且把它和建设社会主义现代化国家目标联系起来。

从发展质量上看,不少中企离世界一流企业的差距不小,尤其以利润指标为考察依据,差距更是明显。分析《财富》世界500强排行榜,可以了解中国大公司与世界一流企业的差距分别在什么地方,有利于明确未来目标与发展路径。

以美国作为参照,我们可以从四个维度来看差距。

第一个维度,上榜中美企业的对比,差距主要在利润。中国大陆上榜企业平均销售收益率为5.1%,总资产收益率为1.15%,净资产收益率则为9.5%。三个指标都落后于《财富》世界500强平均水平。与美国公司相比,上榜124家美国公司的三个指标分别为11%、3.21%和21.9%,经营状况明显优于上榜中国企业。我们从利润这一最重要指标比较,中国公司盈利能力与世界500强公司平均水平的差距拉

大。中国145家公司上榜公司平均利润约41亿美元,虽然与自身相比有所提升,然而世界500强平均利润同期上升至62亿美元。与上榜美国企业相比,中国企业利润差距更加明显。2022年《财富》世界500强上的美国124家企业平均利润高达100.5亿美元,几乎接近中国上榜企业的2.5倍。中国上榜企业利润及其增速远低于美国和世界平均水平。

如果说速度和规模的增长可以量化,而质量的增长难以量化。这几年,高质量发展的导向鲜明树立。国务院国资委发挥经营业绩考核指挥棒作用,构建起以“两利四率”为主的高质量发展指标体系。“两利”就是利润总额、净利润。“四率”就是营业收入利润率、资产负债率、研发投入强度、全员劳动生产率。这四个指标,非常清楚,利润是高质量发展的一个主要导向。引导企业切实转变发展方式,从过去侧重追求规模速度转到聚焦提升发展质量上来,努力实现高质量的稳增长。

第二个维度,实体经济的差距。上榜中企利润率排前十的公司,除了腾讯、台积电和华为外,全部是商业银行。今年进入榜单的中国银行共有10家,这10家银行利润占全部上榜中国大陆企业利润总额的41.7%,上榜银行利润占比仍然很高。如果不计算银行所得利润,2021年中国大陆上榜

的非银行企业126家平均利润只有26亿美元。作为对比，117家美国非银行企业平均利润近92亿美元，相比去年差距增大，超过中国大陆非银行企业的3.5倍。

第三个维度，国企和民企盈利能力的差距。今年有86家国企上榜，平均营业收入923亿美元，营业利润39.5亿美元，总资产4,153亿美元，净资产508亿美元。与此同时，上榜的50家民企这四个数字分别为614亿美元、44.2亿美元、2,608亿美元和349亿美元。根据这些数据，可以计算出上榜民企的销售收益率是7.2%，总资产收益率是1.7%，净资产收益率是12.7%。上榜国企的三个指标则分别为4.3%、0.95%和7.8%。显然，上榜民企的经营状况优于国企，盈利能力强于国企。当然，我们应当看到，中国的国有企业承担着社会责任，非市场因素使得国有企业付出重大代价。而民企中大企业盈利能力强也不代表整个民企盈利能力，民企中两极分化严重，出现冰火两重天现象。国企中盈利能力强的也不在少数。譬如中海油从建立起按照全球一流企业的标准和市场化国际化的方向不断改革，从而大大提高了企业的全球竞争力。2022年中海油进入世界500强排行榜第65位，当年利润92亿美元，其销售收益率达到7.2%，总资产收益率达到4.3%，净资产收益率达到9.2%。中海油的经营状况优于不少国企和民企，与埃克森美孚、英国石油等世界著名石油公司的经营水平接近或持平。

第四个维度，中美上榜公司的行业结构差异。通过中美行业结构对比可以发现：中国有19家金属制品上榜企业，平均利润只有11亿美元；美国在

该分类下仅有纽柯一家钢铁企业，其利润达到70亿美元。中国有12家建筑工程公司和6家煤炭开采公司，美国在这些类别下均无上榜公司。同时，榜单上的房地产企业均来自中国。但是今年中国房地产企业一共只有5家，比上年少了3家。相比去年，这些房地产公司平均营业收入有所上升，达到678.8亿美元。但是平均利润下降，减少到28.7亿美元。

从这四个维度比较，我们可以得出更加清晰的认识，容易建立起一个比较的坐标系。改革开放40多年来，中国企业从无到有，从小到大。加入世贸组织20多年来，随着中国经济融入全球，中国企业得到了前所未有的发展机遇与成长空间。中国企业成为全球规模最大的企业群体。企业的成长壮大，使得中国在短短一代人的时间里崛起为全球第二大经济体。《财富》世界500强排行榜见证了中国企业的这一成长历程。但是通过中国与美国进入世界500强榜单的企业比较，可以看出中企与世界一流企业比较，科技水平低，发展质量低，盈利能力弱，实体经济盈利能力弱，竞争力不强，产业结构陈旧。

分析今年上榜世界500强的中国公司，还可以发现一个鲜明特点：中国的大公司仍然处在扩张阶段，“重组”是成为世界500强企业与名次上升的强大动力。

去年中国中化和中国化工分列为151名、161名。2021年5月，两家企业合并，组建为新的中国中化控股，企业规模实力提升明显，位列2022年榜单的31名，跃升一百多位。

近年来，中国宝武在钢铁行业开展了系列并购重组，先后重组了武钢、

马钢、八钢、韶钢、重钢、鄂钢、太钢等企业，形成了“钢铁航母编队”。2022年，中国宝武位列44位，较上年提高28位。

2022年的《财富》世界500强企业中，共有39家地方国企入围。山东高速，它由两家省属企业合并而成。蜀道投资由四川省交通投资集团、四川省铁路产业投资集团重组而成。中泰集团前身为新疆烧碱厂，2020年，新疆粮油集团整体划归中泰集团。

这告诉我们一个趋向，在今后一些年，在世界500强中，央企的总增长基本上是静止状态，主要靠地方国企和民企，而国企主要是省级国企。随着大范围的重组，各省国有企业按主业集中到一个头部企业，按行业分别集中到一个企业去。在今后三年内，这种势头将继续增长。

建设世界一流企业的实现路径

总体看，2022年《财富》世界500强排行榜上的中国企业数量增加、规模扩大。我们通过美国企业发展情况看到，全球产业链正在重组，全球企业竞争规则也将重构。未来的中国大公司必然将面临更严峻的挑战。疫情反复，全球经济陷入低迷，在不确定性的时代，企业经营面临着各种冲击和诸多挑战。如何逆势而上、破局制胜，是当前很多企业亟待破解、攸关存亡的重要命题。我们应该清醒地看到全球企业发展新趋势，看到我们的企业与美国等全球企业的差距，从而积极应对新的竞争和新的挑战。

打造世界一流企业，要加快结构调整，建立现代化的经济体系。不少上榜中国企业处于工业化城市化时期传统产业。房地产行业、建筑材料、金属

制品、矿业、工程建设等行业迅速崛起。近年来，随着工业化和城市化基本完成，这些行业所属企业经营业绩下滑。房地产企业以及上述在工业化和城市化中崛起的企业发展空间受到挤压。因为制造业是工业中最为核心的产业，直接体现了一个国家的工业能力。在基础产业中，“中国制造”急需升级。比如，工程机械领域，美国上榜3家，虽然中国徐州重工、三一集团、中联重科的工程机械产品越来越好，市场也越来越大，但是相比起美国的CAT（工程机械）、帕卡（重载卡车）和迪尔（农业机械），国内三家仍然没有进入500强。

打造世界一流企业，要发展消费产业，提高中国消费贡献。世界五百强企业，美国消费类企业有19家。而我们日常生活中经常光顾的商超、饮料、食品、文娱、个人护理、服装等常见的消费品公司中，没有中国品牌的身影。工业革命之后的现代经济体，没办法离开消费。美国以科技为代表的高级制造业的确很强，但这并不是美国经济最大的支柱，实际上，美国GDP的70%都是靠居民消费撑起来的。也就是说，三亿美国民众的消费规模约等于整个中国的GDP，而中国消费对GDP的贡献，只有34%。

打造世界一流企业，要专注核心技术与创新能力，掌握自主核心技术。核心技术仍然是最重要的。高科技产业已经成为了中美竞争的“主战场”。以半导体为代表的高科技产业无疑已经成为了未来的发展方向。中国头部的高科技制造业企业中，有一半都是合资，半导体行业更是只有台积电一棵独苗。而美国，已经到了产业发展的最后阶段：淘汰了基础产业，制造

业完全渗透进入了国际市场，高科技产业成为了主要产业。延续去年对ICT公司（信息和通信技术产业企业）的关注，在这个全球竞争最为激烈的高新技术产业领域中，美国有19家上榜企业，平均营业收入1,262亿美元，平均利润达到237亿美元。中国有12家ICT企业上榜，平均营业收入787亿美元，利润77亿美元。该类别下美国公司平均利润是中国的三倍；考虑到美国及其他发达国家掌握着产业的核心零部件以及关键技术，并且对中国企业的监管持续加强，中国ICT企业需要持续努力以减小与美国西方国家企业的差距。当中国企业巩固了世界500强的领先地位之时，特别需要看到我国企业的弱点，从而转换思路，更加关注打造“专精特新”的中小企业，而不是片面追求企业的规模。要支持引导行业领军企业和掌握关键核心技术的专精特新企业深化改革、强化创新，加大培育力度。

打造世界一流企业，要抓住国计民生行业，快速做大。强大的基础产业可以保证一个国家不至于陷入空心化，但也意味着整个国家仍然处于粗犷低科技生产的阶段。我们注意，世界四大粮商“ABCD”中，前三家都是美国企业。全球一半以上的粮食交易都掌握在美国人手中。除了规模，“四大粮商”还掌握了从上游育种到下游经销的渠道，可以说是完全控制了全球的粮食市场，还掌握着粮食的定价权——如果中国没有“耕地红线”和战略粮食储备，那之后的日子不可想象。虽然中国的粮食安全有充分的保障，但我们在粮食安全上依旧必须谨慎小心，希望能有一家中国企业进入“四大粮商”的圈子之中。

打造世界一流企业，要强化盈利能力，增强竞争力。世界一流企业必须是全球市场的领导者，各项经济指标都要领先。世界一流企业不仅体现在资产、营业收入等规模指标上，而且要体现在效益、潜力等发展质量方面的指标上。我们要看到，由于不少国企是通过主管部门主导合并或重组，而不是在市场竞争中做强、做大，因而这些企业规模虽然越来越大，但是盈利能力以及与盈利水平密切相关的销售收益率、总资产收益率和净资产收益率三个指标并没有同步提升。上榜的中国国有企业数量大，占有上榜中国企业数量60%以上。上榜国有企业经营业绩不佳，必然会拉大中国企业与美国等发达国家企业经营业绩的差距。

打造世界一流企业，要坚持深化改革，全面激发企业活力动力。在排名位次的变化上，今年上升最快的是鞍钢集团，跃升183位，位列第217位。鞍钢集团是国资国企改革三年行动中的典型。他们加强改革系统集成和有效运用，以“三类清单”为抓手完善公司治理机制，健全市场化经营机制，推动产业布局优化和结构调整，全面激发企业活力动力，改革红利加速释放。2021年营业收入、经营利润分别首次突破3000亿元、300亿元关口；2022年一季度净利润同比增长13.29%，创历史同期最好水平。应当继续以改革促发展，大力推动市场化改革，着力打造精干高效的组织架构，全面推行经理层成员任期制和契约化管理，推动三项制度改革走深走实，通过混合所有制方式进一步完善体制和机制建设，通过持续深化改革，改出新活力、改出高效率、改出好机制，