

理想中国丛书

# 成就与梦想：中国企业家成长40年

李 兰 主编

清华大学出版社  
北 京

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13701121933

### 图书在版编目（CIP）数据

成就与梦想：中国企业家成长40年 / 李兰主编. — 北京：清华大学出版社，2019

（理想中国丛书）

ISBN 978-7-302-53065-7

I. ①成… II. ①李… III. ①企业家—生平事迹—中国—现代 IV. ①K825.38

中国版本图书馆 CIP 数据核字（2019）第 101785 号

责任编辑：左玉冰

封面设计：李召霞

版式设计：方加青

责任校对：王荣静

责任印制：杨 艳

出版发行：清华大学出版社

网 址：<http://www.tup.com.cn>，<http://www.wqbook.com>

地 址：北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编：100084

社 总 机：010-62770175 邮 购：010-62786544

投稿与读者服务：010-62776969，[c-service@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:c-service@tup.tsinghua.edu.cn)

质 量 反 馈：010-62772015，[zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn](mailto:zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn)

印 刷 者：三河市铭诚印务有限公司

装 订 者：三河市启晨纸制品加工有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：148mm×210mm 印 张：8.375 字 数：223 千字

版 次：2019 年 7 月第 1 版 印 次：2019 年 7 月第 1 次印刷

定 价：89.00 元

---

产品编号：083578-01



## 编委会

创始团队及常务编委会成员（按汉语拼音逆序排列）：

- 庄贵军 西安交通大学管理学院  
赵旭东 中国人民大学社会与人口学院人类学研究所  
郁义鸿 复旦大学管理学院  
杨福泉 云南省社会科学院  
沈开艳 上海社会科学院经济研究所  
彭泗清 北京大学光华管理学院  
李 兰 国务院发展研究中心公共管理与人力资源研究所  
雷 明 北京大学光华管理学院  
范秀成 复旦大学管理学院  
丁 敏 美国宾州州立大学 Smeal 商学院、复旦大学管理学院

执行编辑：

- 徐 婕 复旦大学管理学院



## 理想中国丛书的使命与定位

经过三十多年的快速发展，中国现实社会正处于发展模式转变的新阶段。在此关键时期，本丛书试图以科学的方法和负责任的态度，反思历史，分析现状，提出对未来中国社会的理想建构，这已成为中国当下的一个重要课题。在此背景下，本丛书以有中国特色的公正发展为主旨，汇集各个学科资深学者的集体智慧，从多个方面共同描绘理想中国的宏伟蓝图。

本丛书根植于学术研究之上的长期积累，深度反映中国经济、政治、社会和文化等诸多方面，强调前瞻性的观察和思考，兼具思想性、建设性、创新性及社会责任感。每本著作聚焦于一个主题，并努力达到如下四个目标：（1）追溯、反思并梳理历史脉络；（2）深刻记录剖析中国现实；（3）清晰描绘未来的理想；（4）担当社会责任，为社会发展提供新的思路和建议。

以上使命和目标将成为我们恒久不变的追求。

理想中国丛书编委会

2017年6月19日



# 新时代企业家队伍肩负重要的使命

谢伏瞻

中国社会科学院院长、学部主席团主席

我国的改革开放已经走过40年波澜壮阔的历程，我们国家的面貌、人民的面貌发生了根本性变化。中国经济以年均9.6%的增长率保持了长达40年的快速增长，人民生活水平得到极大提高，经济体制实现了从高度集中的计划经济体制到社会主义市场经济体制的伟大转变，全方位、深层次、宽领域、高水平的对外开放格局基本形成，探索并形成了中国特色社会主义发展道路和发展模式。

伴随着改革开放的时代大潮，中国企业家队伍迅速成长壮大。40年来，我国企业改革作为经济体制改革的中心环节，深刻影响和推动了许多重要领域的改革，谱写了创新发展的辉煌篇章；40年来，我国企业家勇立潮头，敢为人先，开拓进取，作为时代的弄潮儿，书写了一个又一个现代传奇，成为推动我国经济社会发展的重要力量。

从我国企业家队伍成长的历程看，前进的道路虽然充满艰辛，但每前进一步都留下了深深的足迹。从十一届三中全会到党的十四大召开之前，这一时期的国有企业改革

以放权让利为重点，不断探索多种责任制形式；民营企业在国民经济中的地位和作用受到重视，民营企业开始起步并快速发展，“温州模式”“苏南模式”以及以联想、四通为代表的中关村民营科技企业受到广泛关注；花旗银行、德国大众等外商投资企业开始进入我国。由此，中华人民共和国成立后新一代中国企业家队伍正式登上历史舞台并获得初步发展。从党的十四大到党的十六大召开之前，我们党提出经济体制改革的目标就是建立社会主义市场经济体制。我国企业改革和发展进入一个新的时期，也是我国国有企业改革发展最艰难、最关键的时期，国有企业大范围进入市场，迈开了战略性结构调整和制度创新的新步伐；民营企业成为社会主义市场经济的重要组成部分，获得迅猛发展；世界 500 强企业中有 400 多家在华投资。从这一阶段开始，中国企业家队伍在市场经济的洗礼和锤炼中不断成长。从党的十六大到党的十八大召开之前，这十年间，中国成长为世界第二大经济体，经济总量占世界经济的比重由 4.4% 提高到 10.4%，中国超过美国成为全球制造业第一大国，具有国际竞争力的大企业迅速增加。国有企业改革调整取得显著成果，民营企业发展壮大，外资企业继续发挥重要作用。2012 年《财富》世界 500 强中，中国大陆企业（含香港）上榜 73 家。这一时期，中国企业在积极融入全球化的进程中不断拼搏，中国企业家队伍也在全球竞争中变得更加强壮。

党的十八大以来，中国特色社会主义进入新时代，全面深化改革纳入“四个全面”的战略布局，我国经济发展进入新常态，进入高质量发展的新阶段，在供给侧改革和创新驱动战略的引领下，我国企业转型升级步伐显著加快，一大批优秀的企业家在激烈的市场竞争中带领企业不断创新，打造出一批具有核心竞争力的企业，中国企业家队伍不断成熟、崛起并走向世界。新的历史起点和新时代要求企业家承担新的历史使命，弘扬企业家精神。习近平总书记在系列重要讲话中多次提到“企业家精神”“企业家作用”“企业家才能”等关键词，体现了以习近平同志为核心的党中央在治国理政过程中对企业家群体

的高度重视。

时势造英雄，40年波澜壮阔的企业改革，造就了一支富有创新创业精神的企业家队伍，这是改革开放40年取得的重大成果之一。我国改革发展的稳步推进，为勤于奋斗、敢于创业的人们提供了广阔的历史舞台，成就了一代又一代的中国企业家，既包括国有企业的企业家，也包括民营企业的企业家。随着经济体制改革逐步深化，我国企业家队伍不断发展壮大，各方面素质不断提升。40年的改革实践充分表明，企业家是我国企业发展的重要参与者和直接推动者，是我国市场经济体制建设的探索者。他们率先冲破旧观念、旧体制的束缚，对旧的生产方式进行“创造性破坏”，成为推动社会进步的重要力量，可以肯定地说，“实现现代化的宏伟目标，必须始终不渝地坚持发挥企业家队伍的独特作用”。

在看到巨大成绩和进步的时候，必须居安思危，清醒地看到面临的困难和挑战。当前，中国经济正处于调整的关键时期，中国企业面临着前所未有的发展机遇，同时在前进的道路上也充满艰巨的挑战，对中国企业家的成长提出了更高要求。在这样的历史时刻，回顾中国企业家成长和企业环境变化的历程，梳理企业家在成长过程中取得的成就、存在的问题与需要突破的“瓶颈”，了解企业家的期望与建议，对于更好地培育企业家队伍，弘扬企业家精神，从而更好地推动中国经济迈向高质量发展阶段，实现“两个一百年”的奋斗目标和中华民族伟大复兴的中国梦，具有十分重要的意义。

要进行这种思考和总结，需要历史眼光和科学方法，更需要翔实的数据分析和充足的信息素材作为支持。中国企业家调查系统专注于以中国企业家为主要对象的调查研究工作已经进行了25年，进行了大量实证性的问卷调查和相关分析，获得了很多重要的第一手数据和资料。特别需要强调的是，这种关注和研究不是一次性的、截面式的，而是连续性的、持之以恒的。从推动改革的进程讲，这项工作对我们改革政策的制定和完善提供了大量宝贵的第一手信息；从对改革的回

顾讲，这项工作为我们留下了一套真实和完整的过程记录。正因如此，中国企业家调查系统所做的这些工作是非常有价值的，为中国企业家队伍的成长与发展做出了积极贡献。

《成就与梦想：中国企业家成长40年》一书以中国企业家调查系统连续25年的调查数据为基础，通过大量翔实、客观的第一手数据，真实记录了中国企业家的成长轨迹、企业家对经济社会各方面问题的看法，以及对宏观经济环境的评价等内容，从企业家的独特视野对改革开放40年特别是近25年我国企业改革发展和经营环境变迁情况进行了系统回顾和总结。这是对改革开放40年历程的重要回顾，也是对新中国成立70周年的献礼，相信本书能带给关心中国企业家成长的读者更多思考和启示。

习近平总书记说，“我们全面深化改革，就要激发市场蕴藏的活力。市场活力来自于人，特别是来自于企业家，来自于企业家精神”。全社会越来越重视和关注企业家群体和企业家精神，也希望这项富有时代意义和历史价值的工作持续下去，越做越好，结出更加丰硕的成果。





# 前 言

国务院发展研究中心

公共管理与人力资源研究所副所长、研究员 李 兰

中国在40年的改革开放进程中，经济社会发展取得了显著成果，人民生活水平发生了深刻变化，企业家队伍也完成了孕育、发展、壮大并走向成熟的成长过程，逐渐成为推动中国经济发展、制度变革和社会进步的重要力量。

25年前，党的十四届三中全会作出了建立社会主义市场经济体制这一重大历史决定，第一次将“造就企业家队伍”作为重要目标提出。进入新时代，党的十九大对全面深化改革作出新的战略部署，并明确提出“激发和保护企业家精神”。中国企业家调查系统课题组紧随历史的步伐，于1993年开启了对全国企业家的大规模连续追踪调查工作，25年来，课题组已初步建立起企业家对宏观经济、企业外部环境判断的追踪体系以及企业家人才成长规律的研究体系，这些连续性的数据具有历史对比性，为政策制定和决策参考提供了大量宝贵的数据信息，为我国经济改革历程和企业发展、企业家成长轨迹的回顾留下了一

系列真实、完整、形象、科学的数据记录。可以说，25年的调查工作，见证了中国经济的持续快速增长，见证了中国企业的发展之路，见证了中国企业家队伍的成长与壮大，更见证了中国改革开放的伟大变革。展望未来，中国企业家调查系统课题组将继续秉持“为政府决策提供科学依据，为理论研究提供实证数据，为中国企业家队伍的成长与发展提供指导与支持”的信念，继续为促进中国企业家队伍健康成长、促进中国经济持续健康发展，为实现中华民族伟大复兴而努力。

本书以中国改革开放40年的社会经济变迁和企业发展为主要背景，以中国企业家调查系统课题组1993年至2017年的调查内容和主要发现为基础，并参考了《中国统计年鉴》《中国科技统计年鉴》、世界知识产权统计数据、德勤《2016年全球制造业竞争力指数》等，采用理论与实证相结合的方式，以大规模企业法人代表调查翔实的第一手数据，记录了改革开放40年来中国企业家群体的成长历程、代际特征、企业家精神的演变，分析了中国企业家成长环境的变化和企业发展面临的营商环境的变化，通过构建企业创新动向指数深入分析了进入新常态以来企业在创新和转型方面做出的努力以及面临的困难和挑战等，展现了进入新时代中国企业家对未来的梦想与期待。本书的出版将为相关政府部门的政策研究和研究机构的学术探索提供重要的依据和宝贵的资料。同时，本书也可以作为企业领导人的读物，有助于更好地了解企业家成长及企业发展所处的外部环境变迁，更好地带领企业迈向新征程。

一项调查工作能够坚持25年，其间充满了艰辛和挑战，在此，特别要感谢课题组的顾问、专家们，感谢每年持续参与问卷填写工作的企业家们，还要感谢北京卓越企业家成长研究基金会对这项工作多年的支持。25度春秋，一路走来，时常心存感恩，也满怀慰藉。这么多年来，每一项艰苦的具体工作中，都能感受到支持和参与其中的各位领导、专家、企业家及工作团队的那份严谨和投入，感受到他们

对国家发展的一种责任感和使命感；从一组组沉甸甸的数据中，都能感受到中国企业家们产业报国的那份动力和追求，感受到优秀的企业家们不断提升自身能力与素质，带领企业克服重重困难勇往直前的努力与坚持。正是他们的努力和带动，才有了我们更好的生活和国家的繁荣强大，企业家们的劳动成果值得我们珍惜。

正值中华人民共和国成立 70 周年，谨以此书献给我们亲爱的祖国一份生日礼物！



# 目 录 |

## 第一篇 总 论

### 成就与梦想：中国企业家成长40年


引言	3
第一章 变革、成长与贡献	7
第一节 企业发展环境持续改善	7
第二节 企业家成长环境不断改善，企业家精神内涵 不断丰富	14
第三节 企业家对社会经济发展作出重大贡献	24
第二章 新时代、新机遇、新挑战	43
第一节 新旧动能转换成必然趋势	44
第二节 消费结构升级推动企业创新转型	46
第三节 市场与技术变革促进创新	48
第四节 短期行为导向是影响企业创新的最主要障碍	50
第三章 学习、创新与引领	53
第一节 企业家期待进一步深化改革，改善营商环境	53
第二节 开拓创新，促进企业高质量发展	61

第三节 终身学习，弘扬企业家精神·····	72
结语：迈向企业家队伍成长的新时代·····	83

## 第二篇 分 论

### 中国企业创新动向指数研究

第四章 新常态下的企业创新（2015）·····	86
第五章 中国企业创新动向指数（2016）·····	140
第六章 中国企业创新动向指数（2017）·····	180
附录一 中国企业家调查系统历年调查对象基本情况·····	232
附录二 “中国企业创新动向指数”指标体系的构建·····	243
附录三 中国企业家调查系统历年调查热点事件·····	246
附录四 不同代际企业家的差异综合比较·····	250

The page features decorative cloud patterns in the corners, rendered in a light gray line-art style. These clouds are stylized and layered, with some appearing to be behind the text. The overall aesthetic is clean and traditional, typical of a formal Chinese publication.

第一篇 总 论

**成就与梦想：中国企业家  
成长40年**

本篇以中国改革开放 40 年的社会经济变迁和企业发展为主要背景，以中国企业家调查系统课题组自 1993 年到 2017 年的调查内容和主要发现为基础，从企业家成长历程、新时代环境变化与企业家新的历史使命三个方面，总结了中国企业家队伍的成长轨迹，分析了其中的变化因素及存在的问题，并提出了相应的政策建议。



# | 引 言 |

2018 年是中国改革开放 40 周年，是我国改革事业承前启后，继往开来的关键节点。习近平总书记在亚洲太平洋经济合作组织工商领导人峰会上指出：“我们全面深化改革，就要激发市场蕴藏的活力。市场活力来自于人，特别是来自于企业家，来自于企业家精神。”40 年来，伴随着市场化改革的进程，中国经济持续快速增长，中国企业家队伍经历了孕育、发展、壮大并走向成熟的成长过程，逐渐成为推动中国经济发展、制度变革和社会进步的重要力量。40 年后的今天，中国特色社会主义进入新时代，中国经济进入从高速增长转向高质量发展的关键时期，这是我国经济社会发展新的历史方位，中国企业面临着前所未有的发展机遇，同时在前进的道路上也充满艰巨的挑战，对中国企业家的成长提出了更高的要求。在这样的历史时刻，回顾中国企业家成长和企业环境变化的历程，梳理企业家在成长过程中取得的成就、存在的问题与需要突破的“瓶颈”，了解企业家的期望与建议，对于实现“两个一百年”的奋斗目标和中华民族伟大复兴的“中国梦”，具有十分重要的意义。中国企业家调查系统课题组自 20 世纪 90 年代开始对企业家进行连续追踪调查，为这种总结和思考提供了丰富的素材。

中国企业家调查系统课题组自 1993 年成立以来，遵循“长期、客观、高效、无偿”的工作原则，坚持进行每年一度的企业家问卷追踪调查，

及时、全面、客观、准确地反映企业家对宏观经济政策和经济体制改革的意见与建议，深入研究和把握我国企业家队伍的变化情况与成长发展规律，为政府决策提供科学依据，为理论研究提供实证数据，为中国企业家队伍的健康成长提供支持。调查内容主要涉及了企业家对宏观经济形势、企业经营状况的判断及对未来发展的预期，企业家对企业经营外部环境的评价、对宏观经济政策及经济体制改革成效的看法，以及对进一步深化改革的意见和建议。同时，还涉及了与企业家成长相关的问题，包括企业家行为特征、素质与能力状况，企业家队伍建设的职业化、制度化与市场化，企业家激励与约束机制，企业家价值取向，企业家精神，企业家个人学习、组织学习和企业文化塑造，以及企业社会责任、企业信用、企业发展战略、企业创新与转型等多方面内容。

25年来，调查工作得到了多个部委和机构的大力支持，得到了广大企业家的积极响应和理论学术界专家的参与与帮助，受到了社会各方面的广泛关注。在调查工作实施过程中，中国企业家调查系统课题组广泛听取政府部门、学术界、企业界的意见，精心设计调查问卷，科学抽取调查样本，及时组织座谈会和试调查，确保了调查的科学性。在样本选取方面，以全国范围内（不包括港澳台地区）的企业为调查总体，以企业法人代表为主的企业家群体为调查对象，按照企业的行业、规模分布进行分层随机抽样，25年来，每年回收有效问卷数量平均3 000份左右<sup>①</sup>。调查问卷多由企业法定代表人填答，保证了回收问卷的质量（25年调查对象基本情况见附录一）。

本篇以中国改革开放40年的社会经济变迁和企业发展为主要背景，以中国企业家调查系统课题组自1993年到2017年的调查内容和主要发现为基础，并参考了《中国统计年鉴》《中国科技统计年鉴》、世界知识产权统计数据、德勤《2016年全球制造业竞争力指数》等，从企业家成长历程、环境变化与企业家历史使命三个方面，总结了中

---

<sup>①</sup> 本调查在首次随机抽样的基础上，此后每年均采用固定样本追踪调查方式开展调查，同时每年根据固定样本中企业自然消亡的情况对样本进行随机轮换。

国企业家队伍的成長軌跡，分析了其中變化因素及存在的問題，並提出了相應的政策建議。

中國企業家調查系統課題組長期追蹤調查結果顯示：隨着市場化改革的不斷深入和全球化的積極推進，現代企業制度逐步建立並不斷完善，企業營商環境和企業家成長環境有所改善。對中國企業家40年的成長歷程分析表明，經過多年的發展，中國企業家隊伍不斷壯大，素質也有了明顯提升：一是企業家使命感和角色意識不斷增強，事業目標更加遠大，堅持不懈、積極進取成為企業家群體的精神風尚；二是企業家戰略決策能力顯著提升，決策模式明顯優化，採取主動探索型戰略的企業家比重不斷上升；三是企業家創新能力與綜合素質不斷增強，完成了從基於實踐經驗管理的經營者向基於現代系統管理知識的企業家的飛躍；四是企業家社會責任意識不斷增強，回報社會的綜合比重不斷上升，在企業家群體中關注生態環境、重視員工發展、參與社會公益漸成風尚；五是企業家精神內涵不斷深化和豐富，實現了從冒險開拓、吃苦耐勞到持續創新、精益求精的演進，誠信、造福社會等更多邁向美好生活所必需的現代商業文明，正逐漸成為不少優秀企業家的價值共識和不懈追求。

調查表明，改革開放40年來，企業家為中國經濟的發展與轉型作出了巨大貢獻，成為推動社會進步的重要力量：一是促進了中國經濟取得持續40年舉世矚目的快速增長，促進了就業和人民生活水平的提高；二是推進了市場化的發展進程，促進了市場經濟體制的建立；三是有力地促進了國家創新能力的提升，企業逐步成長為創新的主體，正由“製造”優勢向“智造”優勢轉變；四是推動了現代企業管理制度的建立，促進了企業經營效率的提升；五是推動全球化發展，使中國全面融入世界經濟格局，有效地配合了“一帶一路”倡議向縱深發展；六是不斷提升商業文明水平，特別是契約精神和規則意識的增強，促進了社會的進步。

进入新时代，中国企业面临的外部环境发生了巨大变化，机遇与挑战并存，主要表现在：经济增长模式发生根本转变，传统的粗放式的以过度资源消耗、环境破坏为代价的以及以低廉的人工成本为优势的发展模式不可持续；消费结构升级带来市场环境的深刻变革；新技术革命带来了新产业、新商业模式、新业态发展的历史机遇；全球经济格局的变化以及中国在世界经济中的地位提升，使中国企业国际化进入新阶段。这些环境的变化从多个角度、多个层面给企业的创新发展带来了压力和动力，对企业家成长提出了更高的要求。

调查同时发现，企业发展和企业家成长过程中还存在一些问题：一是创新生态仍需不断优化，短期行为导向和创新人才缺乏，成为影响企业创新最主要的障碍；二是自主创新体系尚未完全建立，创新能力仍需加强，相当多的企业还没有形成良好的品牌形象；三是产权制度改革仍需深化，国有企业改革任重道远，民营企业治理结构亟须优化；四是生态环境保护和企业社会责任意识等方面有待进一步加强；五是企业家的健康与心理状态值得重视，需要进一步平衡事业与生活的关系。

为推动企业发展与企业家成长，建议：全社会要形成尊重企业家、理解企业家、关怀企业家、支持企业家的社会氛围，尊重企业家的特殊劳动，重视企业家的社会价值，充分肯定企业家队伍对中国经济社会发展所作出的贡献；在企业发展的环境上，进一步深化改革开放，营造更加良好的营商环境和创新环境，特别是完善知识产权保护政策，弘扬杜绝山寨、鼓励试错、宽容失败的创新文化，助力企业创新转型升级；在企业发展的目标上，改变短期行为导向，尤其是单纯追求利润增长的模式，注重企业可持续发展；在企业发展的方式上，坚定恒心，保持定力，坚持做精主业，追求高质量发展；在企业家综合素质的提升上，坚持终身学习，提高综合素质，积极顺应环境变化，从关注企业规模的扩张转为质量的提升、品牌的拓展与产业标准的制定，大力弘扬企业家精神，共建中国现代商业文明。

## 第一章 |

# 变革、成长与贡献

党的十一届三中全会作出把党和国家的工作重心转移到经济建设上来、实行改革开放的历史性决策。在此过程中，市场化、全球化不断深化，国有企业改革全面推进，民营企业得到快速发展，推进了社会主义市场经济体制的建立和完善，创造了举世瞩目的经济发展奇迹。本章以改革开放 40 年为主要背景，以中国企业家调查系统课题组连续 25 年的调查数据为基础，揭示了企业环境变化、企业家队伍的成长以及他们所取得的成就和贡献。

## 第一节 企业发展环境持续改善

### 一、建立并不断完善现代企业制度

中国企业的改革与发展，是在从计划经济向市场经济转型的过程中逐步进行的。企业要想发展，首先要在制度层面建立现代企业制度。1992 年，国家颁布了两个重要文件——《有限责任公司暂行管理条例》和《股份有限公司暂行条例》，标志着中国开始建立真正的现代企业

制度。随后，1993年颁布的《中华人民共和国公司法》进一步加速了企业发展的进程。中国企业家调查系统课题组25年长期追踪调查涉及股份制改造、理顺产权关系、转换企业经营机制、完善公司治理结构、建立现代企业制度等诸多方面。

在企业改革初期，我国主要是通过国有企业制度变革方式，打破计划经济时代形成的旧体制的束缚，建立基本的企业制度。在1994年的调查中，关于“搞活国有大中型企业的关键”的问题，60.3%的企业家选择“理顺产权关系，建立现代企业制度”；企业家认识到，建立现代企业制度的难点和重点在于产权制度改革及配套改革，71.6%的企业家支持“国有企业破产制度”；当时，65.5%的企业“有打算”进行股份制改造。1996年的调查显示，76.4%的企业家对股份制改革持正面评价态度。1998年的调查表明，59.3%的企业家认为自己的企业“完成了公司制改造”。2005年，78.6%的企业家正面评价“股权分置改革”。

另外，促进民营企业等非国有经济发展的制度改革不断深入推进。2003年，32.8%的非国有企业表示“已经参与”和“打算参与”兼并国有企业。2010年颁布的新“非公36条”促进了非国有经济的发展。2010年的调查数据显示，40.7%的企业家表示“非常了解”和“比较了解”新“非公36条”。2011年的调查数据表明，41.2%的企业家认为民营企业应该主动利用新“非公36条”等政策促进自身发展。在2014年推出混合所有制后，当年有58.3%的企业表示“已经参与”和“打算参与”混合所有制改革。

在建立现代企业基本制度的同时，我国实施了大量的配套改革，主要集中于垄断性行业改革、产权制度改革、投资体制改革、健全社会保障体系、土地制度改革、金融体制改革、财税体制改革等方面。历年调查数据显示，在健全社会保障体系（评价均值为2.32，4分制）和产权制度改革（2.22）方面成效较大，其他方面的配套改革均呈现不断改善的趋势（表1-1）。

表 1-1 企业家对有关改革成效的评价

%

项 目	年 份	效果 很好	效果 较好	有些 效果	尚未 见效	评价值	评价 均值
垄断性行业改革	2015	2.60	14.50	48.30	34.60	1.85	1.63
	2007—2009	0.60	5.67	31.73	61.97	1.45	
	2004—2006	0.90	8.93	38.30	51.90	1.59	
产权制度改革	2007—2009	2.97	29.37	55.83	11.87	2.24	2.22
	2004—2006	2.97	28.67	53.53	14.33	2.19	
投资体制改革	2007—2009	2.37	25.33	54.10	18.20	2.12	1.96
	2004—2006	1.67	24.33	53.40	20.57	2.07	
	2002	1.50	17.30	42.70	26.70	1.70	
健全社会保障体系	2007—2009	6.67	35.17	49.53	8.60	2.40	2.32
	2004—2006	3.73	30.77	50.53	14.93	2.23	
土地制度改革	2007—2009	2.77	21.73	50.30	25.20	2.02	1.99
	2004—2006	2.60	18.50	50.90	27.95	1.96	
金融体制改革	2007—2009	2.47	23.93	51.10	22.50	2.06	1.94
	2004—2006	1.50	16.65	47.45	34.40	1.86	
	2002	2.40	23.90	41.50	26.60	1.91	
财税体制改革	2015	5.10	21.60	47.90	25.40	2.06	1.99
	2007—2009	2.63	22.70	50.13	24.57	2.04	
	2004—2006	2.35	16.55	47.05	34.05	1.88	
国有企业改革	2007—2009	3.87	25.93	51.30	18.87	2.15	2.09
	2004—2006	3.25	21.65	52.20	22.90	2.06	
	2002	4.80	20.50	51.60	21.80	2.06	

注：表中第3～6列的数据为企业家选择相应答案的比重，第7列的数据是以4分制（“效果很好”×4+“效果较好”×3+“有些效果”×2+“尚未见效”）/100计算得出的。分值越大，表示企业家认为该项改革成效越大，反之则越小。下同。

随着改革的深入，现代企业制度变革的主要任务不断向更高层次上的制度创新转变。2006年的调查显示，企业家对自己“企业治理结构比较健全”的符合程度的评分为5.34（总分为7分），表明建立现代企业制度已经取得一定成效。59%的企业家支持2007年推出的《中

华人民共和国物权法》，认为该法从根本上可以保护个人财产安全。2009年的调查数据表明，42.9%的企业家对创业板的推出持正面态度。随后，88%的企业家认为，新环保法的实施“成效很大”和“成效较大”。

## 二、市场化程度总体呈上升趋势

市场化指数是衡量市场经济制度确立的一个重要指标。调查分析发现，我国的市场化进程从1997年到2014年，总体呈逐年稳步上升趋势（图1-1）。

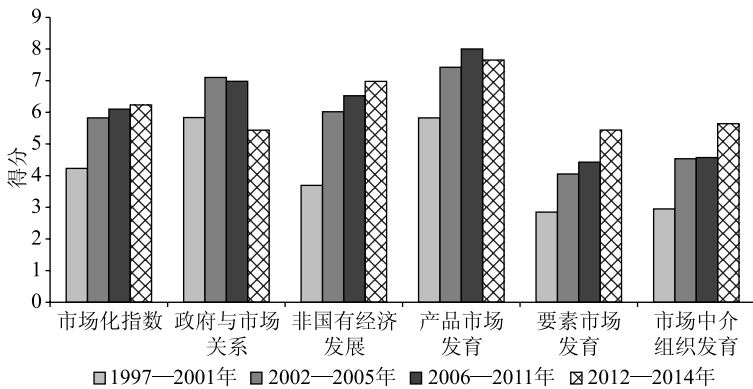


图 1-1 市场化指数

从具体指数来看，非国有经济的发展和产品市场的发育得以长足发展，要素市场的发育以及市场中介组织的发育也呈现出显著良好态势。这些方面的改善推动了市场化的进步，为企业发展赢得了宝贵的空间和时间。

## 三、政府职能转变促进企业发展

在促进企业持续健康发展方面，各级政府部门的作用至关重要。



关于政府机构改革、政府职能转变 2002—2015 年调查数据显示，政府职能转变初见成效（表 1-2）。

表 1-2 企业家对政府机构改革与政府职能转变成效的评价

调查时间	效果很好	效果较好	有些效果	尚未见效	评价值
2015 年	6.60	23.10	47.60	22.70	2.14
2007—2009 年	4.00	23.97	55.40	16.60	2.15
2004—2006 年	2.77	23.43	56.57	17.20	2.12
2002 年	2.10	15.10	48.80	32.70	1.84

调查还了解了企业家认为最容易和最难打交道的部门。关于企业家认为最容易打交道的部门，1997 年的调查显示，排在前三位的是银行、工商以及上级主管部门，而 2013 年排在前三位的是上级主管部门、国资委以及新闻单位；关于企业家认为最难打交道的部门，1997 年排在前三位的是税务、环保和公安，2013 年排在前三位的依次是税务、电力、银行。比较两次调查（以“容易”减去“困难”的比重构建评价值）分析发现，商务部、上级主管部门以及新闻单位是综合评价最容易打交道的部门，而银行、街道以及电力部门变为综合评价最难打交道的部门。这种变化可能体现出企业在经营过程中对金融、社区以及能源等外部资源的依赖程度在增加（表 1-3）。

表 1-3 在办企业的过程中，企业家认为最容易和最难打交道的部门 %

部 门	1997 年			2013 年			变化值 (2013— 1997 年)
	容易	困难	容易—困难	容易	困难	容易—困难	
上级主管部门	27.56	11.22	16.34	52.23	10.02	42.21	25.87
经委 / 商务部	8.81	1.21	7.6	41.01	0.87	40.14	32.54
新闻单位	11.13	7.09	4.04	27.13	6.6	20.53	16.49
计委 / 发改委	4.48	3.73	0.75	18.34	1.96	16.38	15.63
社会团体	23.50	3.63	19.87	21.75	5.37	16.38	-3.49

续表

部 门	1997 年			2013 年			变化值 (2013— 1997 年)
	容易	困难	容易—困难	容易	困难	容易—困难	
工商	38.89	19.09	19.8	24.00	11.34	12.66	-7.14
邮电	19.38	1.55	17.83	14.34	4.42	9.92	-7.91
外贸	12.11	9.27	2.84	6.67	3.01	3.66	0.82
技术监督	9.23	23.59	-14.36	7.36	9.61	-2.25	12.11
交通	7.36	7.02	0.34	5.98	9.74	-3.76	-4.10
审计	2.82	5.91	-3.09	5.89	10.15	-4.26	-1.17
银行	49.26	18.99	30.27	23.08	28.32	-5.24	-35.51
海关	2.98	10.18	-7.20	1.98	10.15	-8.17	-0.97
检察院	1.18	8.90	-7.72	1.89	10.47	-8.58	-0.86
街道	24.62	4.30	20.32	5.38	15.62	-10.24	-30.56
法院	1.64	20.63	-18.99	2.21	20.26	-18.05	0.94
环保	3.37	28.66	-25.29	2.07	20.31	-18.24	7.05
公安	4.88	25.17	-20.29	4.6	23.18	-18.58	1.71
税务	20.56	46.88	-26.32	12.46	38.21	-25.75	0.57
电力	13.75	22.92	-9.17	4.64	37.11	-32.47	-23.3

调查表明，一方面企业家认为政府的一些职能部门在行政体制改革方面取得了较好的成效；另一方面企业家期待政府相关部门能够进一步加快职能转变的步伐，减少政府对资源的直接配置，加强各类公共服务的提供，尽快实现建设服务型政府的目标。

#### 四、企业营商环境有所改善，仍存较大提升空间

企业可持续发展依赖于有效的要素市场、强劲的创新动力和能力以及有效的金融投融资市场。在社会主义市场经济条件下，还需要考

考虑到政府的有效干预，并尽量减少盲目干预，导致“有形的手”干扰“无形的手”发挥作用。中国企业家调查系统课题组 2003—2017 年对企业可持续发展外部环境进行了追踪调查，包括企业税收及摊派负担、金融融资环境、知识产权保护以及技术创新支持等。本章利用这些指标的综合值构建了营商环境指数（总分 100 分）。分析表明，随着改革开放的不断深入，企业外部营商环境呈总体改善的趋势（图 1-2）。

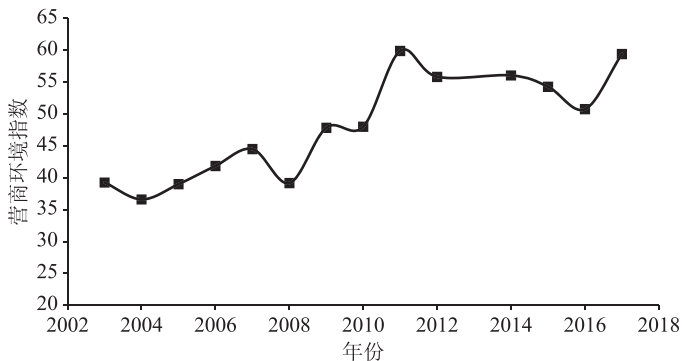


图 1-2 营商环境指数变化

具体来说，2003—2017 年调查数据显示，仅有 16.6% 的被调查企业家认为近十几年来企业的税收及摊派负担情况有所好转，并且在 2014 年到 2017 年间有 26.2% 的被调查企业家表示企业税收负担“有所增加”或“显著增加”，30.1% 的企业家反映非税费用“有所增加”或“显著增加”，87.9% 的企业家反映人工成本“有所增加”或“显著增加”，希望加大力度减轻企业负担。调查还发现，企业家对技术创新支持和金融融资环境的评价从 2012 年开始稳中有升，对知识产权保护的评价从 2016 年呈明显提高的趋势，表明国家提高知识产权保护、刺激企业创新方面的政策产生了一定的效果。总体来看，尽管企业家认为企业营商环境在过去 15 年总体上有改善趋势，但企业家对营商环境指数的打分还较低，表明改善营商环境还任重道远。

## 第二节 企业家成长环境不断改善，企业家精神内涵不断丰富

### 一、外部环境持续改善促进企业家队伍不断成长

企业家队伍的成长需要良好的外部环境。对比 2002 年至 2017 年的 6 次调查结果可以发现，企业家大都对成长环境评价比较积极。细分来看，对企业家队伍成长较有利的环境是经济体制（历年评价均值为 3.34，5 分制）、市场环境（3.25）以及政策环境（3.20）。2007 年后，对法律环境和文化环境的评价有所提高，但对社会舆论（历年评价均值为 3.08）的评价相对不高，亟须改善（表 1-4）。

2017 年的调查显示，多数企业家认为“经济体制”是企业家队伍成长的最重要因素，从总体上看，认为其“很有利”“比较有利”和“一般”的企业家占 87.7%。企业家对“政策环境”的重要性总体评价值为 3.39，仅次于“经济体制”的重要性，有近五成企业家认为“政策环境”对企业家队伍成长是有利的，尤其对民营企业的影响较显著。民营企业对“市场环境”的评价值打分最低，说明民营企业对市场环境的改进仍有较高期待。“社会舆论”评价值在 2017 年调查中得分最低（3.13），表明企业家期待进一步改善社会环境，国有企业的企业家这种期待更为强烈（表 1-4）。

表 1-4 当前下列因素对企业家队伍成长的影响（评价值）

影响因素	2017 年	2014 年	2013 年	2011 年	2007 年	2002 年	评价均值
经济体制	3.47	2.99	3.34	3.10	3.77	3.38	3.34
市场环境	3.26	3.00	3.16	3.03	3.61	3.42	3.25
政策环境	3.39	2.92	3.18	3.02	3.54	3.17	3.20
文化环境	3.31	2.92	3.15	3.05	3.28	3.15	3.14

续表

影响因素	2017年	2014年	2013年	2011年	2007年	2002年	评价均值
法律环境	3.28	3.11	3.02	3.03	3.27	2.97	3.11
社会舆论	3.13	3.04	3.04	2.94	3.24	3.09	3.08
综合得分	3.27	3.00	3.15	3.03	3.45	3.20	3.18

注：表中数据是以5分制计算（很有利=5，比较有利=4，一般=3，不太有利=2，很不利=1）得出的。分值越大，表示对此项的评价越高。

1993年，党的十四届三中全会明确提出“要造就企业家队伍”的历史任务。正是在这样的背景下，中国企业家调查系统课题组开始了以企业家为主体的年度追踪调查。调查结果显示，经过25年的发展，2002年到2013年间，企业家认为我国企业家的数量有了显著增长，比重从49.12%上升到73.6%。同时，近半数企业家认为我国企业家的素质有显著提升，这一比重在近年稳定在53%左右。

调查结果显示，对于自己是否可以称作企业家，也就是企业家的自我认同，从1999年的62.6%，下降到2008年的45.7%，一直延续到2017年的45.2%，表明企业家对于自我身份认同提出更高要求，回归理性认识。与此同时，数据显示，企业家的信心，也就是“是否愿意继续做一名企业家”的比重，从2011年开始逐年上升，但从2014年开始有所下降（图1-3）。

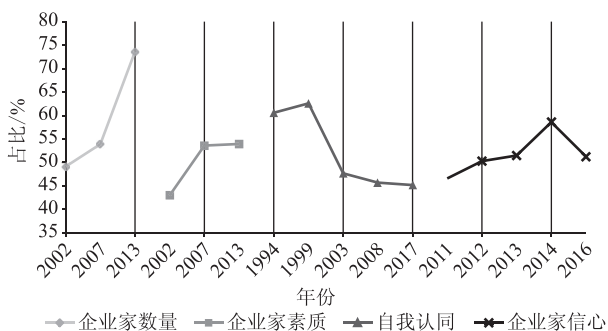


图 1-3 企业家对自我地位的认知

对企业家综合地位的调查结果表明，1993年到2012年，企业家群体对“经济地位”“社会地位”的满意度呈显著上升趋势，而对“政治地位”的满意度呈现较为平稳态势，这一结果也和企业家身份认同的理性回归相互印证（表1-5）。

表 1-5 企业家对经济、社会及政治地位的满意程度 %

名称及调查时间		不满意	一般	满意	评价值
经济地位	1993年	42.7	32.9	24.4	1.82
	1994年	40.6	31.9	27.4	1.87
	1996年	32.8	36.9	30.3	1.98
	2002年	12.5	39.8	47.7	2.35
	2007年	12.4	46.9	40.6	2.28
	2012年	21.1	40.5	38.4	2.17
社会地位	1993年	27.8	26.2	46	2.18
	1994年	17.9	47.7	34.4	2.17
	1996年	11.4	45.3	43.4	2.32
	2002年	11.9	48.2	39.7	2.27
	2007年	17.6	43.6	38.7	2.21
	2012年	21.5	30.2	48.3	2.27
政治地位	1993年	18.1	48.8	33.2	2.15
	1994年	15.3	49.3	35.4	2.20
	1996年	14.7	52.2	33.1	2.18
	2002年	42.7	32.9	24.4	1.82
	2007年	40.6	31.9	27.4	1.87
	2012年	32.8	36.9	30.3	1.98

注：表中第3～5列的数据为企业家选择相应答案的比重，第6列的数据是以3分制（“满意”×3 + “一般”×2 + “不满意”）/100计算得出的。分值越大，表示企业家对此类型地位越满意，反之则越不满意。下同。

为了更全面了解企业家的工作状态和特征，调查还请企业家对自己周围企业家选择不同形容词进行描述，包括正面的词语和负面的词语。调查结果表明，积极正面的词汇，企业家选择前五位的依次是“坚持不懈的”“有活力的”“坚强的”“专心的”以及“有雄心壮志的”，表明企业家群体的精神状态积极，是富有进取精神的（表 1-6）。

表 1-6 对周围企业家的描述（2017 年，按经济类型与发展阶段分组）%

形容企业家的 词语	总体	经济类型			发展阶段			
		国有企业	民营企业	外资企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期
坚持不懈的	55.69	58.59	56.09	56.60	62.77	57.34	56.58	48.53
有活力的	52.78	54.55	52.50	50.94	48.94	53.71	56.41	34.56
坚强的	43.33	46.46	43.12	35.85	40.43	49.40	40.68	35.29
专心的	41.74	44.44	41.45	37.74	40.43	43.35	43.76	30.15
有雄心壮志的	40.49	40.40	39.26	49.06	45.74	43.52	37.61	34.56
主动的	22.85	27.27	22.52	28.30	21.28	26.42	21.37	14.71
自豪的	22.22	22.22	21.65	18.87	21.28	22.11	23.25	17.65
热情奔放的	16.46	18.18	16.74	15.09	27.66	16.23	15.04	15.44
坚决的	15.69	13.13	15.60	11.32	17.02	16.06	15.04	14.71
高兴的	6.04	2.02	6.57	1.89	4.26	7.08	5.81	5.15
其他	0.63	0.00	0.61	1.89	0.00	0.52	0.85	0.74

## 二、企业家创新能力与综合素质不断增强

在 1997 年、2002 年和 2009 年的调查中，都涉及了企业家对自己各方面能力的评价。当问及“作为企业经营者，您认为自己最强的三项能力是什么”时，调查结果显示，“强项能力”中，企业家选择比重较高的“决策能力”“组织协调能力”与企业的内部管理关系更密切。

与此同时，与企业的市场开拓、客户沟通、技术创新以及动态适应环境变化关系密切的能力，如“市场营销能力”“创新能力”与“学习能力”在企业家的能力结构中比重不断增加，这反映了我国企业家能力结构的一些变化特征：内部管理能力强，对外开拓能力也在不断增强，完成了从基于实践经验管理的经营者向基于现代系统管理知识的企业家的飞跃。在市场化改革不断深化、国际化竞争不断加剧的环境下，企业家能力结构的优化有利于企业进一步发展壮大（表 1-7）。

表 1-7 企业家认为自己最强的能力 %

1997 年		2002 年		2009 年	
决策能力	27.17	决策能力	21.73	决策能力	20.42
组织协调能力	18.76	组织协调能力	21.69	组织协调能力	18.27
知人善任能力	13.71	创新能力	11.62	预见能力	11.91
创新能力	8.16	知人善任能力	11.21	学习能力	11.83
市场营销能力	7.80	市场营销能力	8.97	市场营销能力	9.92
学习能力	4.71	学习能力	6.96	创新能力	9.04

### 三、企业家社会责任意识不断提高

新时代对企业家成长提出了更高的要求，能否主动承担责任，履行全面的企业社会责任成为全社会共同关注的问题。令人欣慰的是，在社会经济发展的过程中，企业家群体表现出不断强化的责任意识和勇于担当精神。中国企业家调查系统课题组 25 年的追踪调查为这一结论提供了持续的历史数据支撑。

关于“您做企业是为了什么”的历年调查数据显示，企业家对自我职业目标内涵的理解在 1999—2011 年不断拓展、丰富。具体而言，1999 年时，企业家做企业“满足自我实现需要”的比重较高（40.44%），其次是“回报股东、员工等”（26.41%），最后是“回报社会”（18.94%）。2007 年和 2011 年的数据都显示，企业家在选择做企业的目的时，自



我实现的需要比重不断下降，而回报他人和社会的综合比重不断上升。由此可见，企业家在不断成长进步中，社会责任意识不断增强，希望通过做企业更好地帮助他人实现价值（表 1-8）。

表 1-8 企业家对“做企业是为了什么”的选择 %

做企业的目的	1999 年	2007 年	2011 年
满足安全需要	8.65	6.59	14.68
满足尊重需要	4.08	1.19	2.57
满足自我实现需要	40.44	13.91	17.89
回报股东、员工等	26.41	56.56	49.67
回报社会	18.94	19.87	15.13

企业家群体的社会责任意识也体现在他们对企业家身份的认识上。2008 年的调查数据显示，80.1% 的企业家“非常同意”和“比较同意”应该积极承担社会责任。这种意识还体现在他们企业的行为特征上。2012 年的调查数据显示，48.1% 的企业“参与公益活动，捐助慈善事业”，72.6% 的企业“加强企业的污染治理”，86.4% 的企业“维护员工权益”，以及 89.6% 的企业“最大限度满足顾客的需要”。

#### 四、企业家精神内涵不断深化、丰富

“企业家精神”是企业家组织创立、经营管理和持续发展企业潜在的重要综合素质体现，它是一种重要而特殊的无形生产要素，对深化改革、激发市场活力、实现经济社会持续健康发展具有重要意义。

不同时期的企业家精神具有不同的本质内涵。对企业家精神的调查结果显示，总体来说，改革开放初期，对企业家精神的理解选择最多的三个是：勇担风险、奉献、善抓机会；互联网时代对企业家精神的表述选择最多的三个是：创新、善抓机会、勇于突破，这两个时期企业家精神的共同显著特征是强调冒险、突破，符合企业家凭借改革开放所释放的政策红利快速实现企业发展的特点（表 1-9）。

表 1-9 各个时代的企业家精神

%

企业家精神关键词	改革开放初期				互联网时代 (21世纪初)				双创时代 (党的十八大以来)			
	总体	国有企业	民营企业	外资企业	总体	国有企业	民营企业	外资企业	总体	国有企业	民营企业	外资企业
勇担风险	50	57	50	51	24	28	22	30	18	22	17	22
奉献	42	43	41	28	8	10	9	0	21	15	22	13
善抓机会	41	60	40	51	35	30	35	36	21	19	19	24
敬业	41	37	41	43	21	24	21	28	18	25	17	20
节俭	40	34	41	43	5	4	5	4	8	11	8	0
渴望成功	31	28	31	38	25	30	24	28	16	20	15	20
坚韧	29	19	30	34	11	11	11	6	16	19	16	16
诚信	24	18	25	15	29	29	29	23	42	46	42	40
自我实现	21	23	21	21	30	24	31	43	24	20	24	31
勇于突破	18	25	17	26	35	30	35	45	29	32	30	27
造福社会	14	7	14	11	14	15	15	11	28	22	28	27
创新	9	13	9	11	64	64	63	57	56	62	56	60
与众不同	9	8	9	6	31	36	31	38	26	22	25	29
精益求精	8	8	7	4	17	15	17	13	42	38	43	49

注：为了方便排版，这里百分比取整。下同。

双创时代企业家精神的特征最重要的三个是：创新、诚信、精益求精。对比“互联网时代”与“双创时代”，我们发现，善抓机会、与众不同、自我实现等关注企业家自身发展的特征，正在被精益求精、造福社会等关注人、企业、社会以及更广阔的人类福祉的特征所代替。总体来看，随着市场经济的发展，创新、精益求精等给企业带来持续竞争优势的能力越来越得到重视，诚信、造福社会等更多的迈向美好生活所必需的现代商业文明，正逐渐成为不少优秀企业家的价值共识和不懈追求。

## 五、企业家代际特征明显，整体素质不断提升

为了更好地刻画不同代际的企业家特征，本章从多个维度综合比

较了中国企业家调查系统课题组历年的调查数据。调查分析发现，企业家群体可以分为明显的四代：第一代是改革开放前，也就是担任一把手的时间在1978年以前；第二代是改革开放初期，即1978—1999年的企业家；第三代是“入世”以后，也就是2000—2011年，属于“互联网时代”企业家；第四代从2012年开始，也就是党的十八大以后的“双创时代”企业家（见附录四）。

限于篇幅，我们仅讨论各群体的企业家在方差分析等数据上存在显著差异的结论。例如，在企业家特性方面，改革开放初期的企业家和“双创时代”企业家具有非常鲜明的特性。具体来说，改革开放初期的企业家具有较高的先动性，能“经常领先于他人觉察到创新机会”（得分3.47，5分制），韧性较强（得分3.98），说明这一群体的企业家在改革开放的过程中不仅锻炼积累了机会捕捉能力，而且也因为历经磨难而更加具有抗挫能力。相对来说，“双创时代”企业家的先动性就要低于其他时代企业家（得分3.29），在韧性上也相对较低（得分3.79）。同时，调查也显示，改革开放初期的企业家“只有当结果是可预见的”时候才会行动，表明他们在冒险性上相对更加理性慎重（得分2.73），而“互联网时代”企业家的冒险性较高（得分2.95）。

在企业家能力方面，“双创时代”企业家在“决策能力”（得分68.61，百分制）和“创新能力”（得分60.58）上明显强于其他群组的企业家，表明“双创时代”的企业家在企业管理决策以及创新等方面都得到了长足的进步。在决策能力和创新能力方面，“互联网时代”的企业家也有较好表现，得分分别为64.85和56.07，位居第二位。改革开放前的企业家创新能力较弱（得分35.66）。同时，改革开放初期的企业家在资本运作能力上得分较高（得分80.87），而“双创时代”企业家在此项能力上得分较低，说明资本运作能力的提升一方面需要时间和历练，另一方面也需要有资本才能有学习机会。“双创时代”企业家可能由于缺乏资本的大量积累而未能有效提高资本运作能力。此外，改革开放初期的企业家抗压耐挫能力（得分77.75）和资源整合

能力（得分 72.86）较强，而“互联网时代”的企业家资源整合能力较弱（得分 64.23）。

企业家时间和精力的分配也体现出不同时代企业家的特点。调查显示，改革开放初期的企业家分配在企业内部综合管理（35.99%）以及创新相关活动（19.03%）的时间较多，而“双创时代”企业家分配在企业内部综合管理的时间较少，仅有 31.24%，这主要是由于“双创时代”企业家把时间较多分配到了“同行交流等各种学习”（14.34%）、“企业客户交流、采购、投资等活动”（26.60%），以及“与各政府部门及其工作人员打交道”（15.35%）。改革开放前的企业家也把时间较多花费在“与各政府部门及其工作人员打交道”上（14.70%）。

由于不同时代企业家的特性、能力和时间精力分配的不同，他们所经营企业的重点、社会责任意识以及所选择的战略可能存在较大不同。调查数据显示，改革开放初期的企业家同时注重“员工满意度”（66.08%）和“顾客满意度”（75.85%），而“双创时代”企业家对“顾客满意度”的关注（66.42%）高于“员工满意度”（44.54%）。同时，调查数据显示，改革开放初期的企业家在“职工教育培训费用”上的投入显著少于其他群组的企业家，仅占销售收入的 1.86%，而“双创时代”企业家在“职工教育培训费用”上的投入最高，达到销售收入的 7.05%。这些数据说明，改革开始初期的企业家虽然主观上注重员工，但客观上仍然将大量资源投放到了如何保证顾客满意上，对员工发展投入有限；“双创时代”的企业家则通过大量增加员工投入，提升员工素质，以更好地促进顾客满意，这在一定程度上体现出时代的进步，体现出现代企业的新型员工—组织契约关系。

企业家经营企业的关键在于战略。基于外界环境的变化以及企业家的态度、预期反应与实际行为，本章对战略管理理论中经典的 Miles-Snow 的战略类型进行修改，将不同企业家的战略选择分成四类，分别是：反应型战略、机会型战略、谨慎型战略和探索型战略（其中，反应型战略为被动型战略，机会型战略、谨慎型战略和探索型战略为

主动型战略)<sup>①</sup>。

调查显示, 总体而言, 改革开放前的企业家反应型战略和机会型战略并重, 改革开放时代的企业家主要采用机会型战略, 而“互联网时代”和“双创时代”企业家同时采用谨慎型战略和探索型战略。具体来说, 在反应型战略方面, 改革开放前的企业家得分是4.2(10分制), 显著高于改革开放时代企业家(得分2.85)和“互联网时代”企业家(得分1.67), 两两样本t检验分别在0.10和0.001水平上显著。需要注意的是, “双创时代”企业家的反应型战略有所增加(得分2.92); 在机会型战略方面, 改革开放前的企业家和改革开放时代的企业家得分都较高, 分别是5.59和5.56, 显著高于“互联网时代”企业家(得分3.77), 而“双创时代”企业家的得分尽管较低(得分4.38), 但由于样本较小, 未能通过差异显著性检验; 在谨慎型战略方面, “双创时代”企业家得分较高(得分9.85), 其次是“互联网时代”企业家(得分7.95), 显著高于改革开放前和改革开放时代的企业家; 同样地, 在探索型战略方面, “双创时代”企业家得分较高(得分9.05), 其次是“互联网时代”企业家(得分7.53), 显著高于改革开放前和改革开放时代的企业家。

关于企业国际化战略的调查显示, “互联网时代”和“双创时代”企业家较少使用国际化战略, 没有国际化的比重分别为25.52%和34.31%, 而一旦两类企业家使用国际化战略, 他们通常使用要求较高的战略模式。“互联网时代”企业家较多使用“承包工程”(7.95%),

---

① 反应型战略的企业对外部环境缺乏控制, 没有一个系统化的战略设计与组织规划。除非迫不得已, 企业不会就外部环境的变化作出调整, 或外界环境一旦变化, 就转向其他行业或地区经营。反应型战略是一种被动型战略选择, 而在主动型战略选择中又存在三种不同的类型: 一种是机会型战略的企业, 这类企业时刻关注外界环境变化, 关注和捕捉可能的机会, 而不关心使用什么方式实现机会; 另一种是探索型战略的企业, 这类企业致力于发现和发掘新产品与新市场机会, 通常利用其核心竞争力, 如市场能力和研发能力, 实现企业目标; 还有一种企业执行的是谨慎型战略, 位于机会型战略和探索型战略之间, 规避风险、捕捉机会的同时又能提供创新产品和服务。

而“双创时代”企业家较多使用“直接投资”（6.57%）和“国际收购或兼并”（5.11%）。相反，改革开放时代企业家主要依靠出口实现国际化（43.15%）。关于企业非市场战略的调查显示，改革开放前和改革开放时代的企业家仍然较多依赖政府获得资源与支持（得分均值 3.76，5 分制），而互联网时代的企业家较少依靠赢取政府支持来经营企业（得分 3.27，在 0.05 水平上显著较低）。

### 第三节 企业家对社会经济发展作出重大贡献

经过 40 年的改革开放，中国取得了举世瞩目的成就，保持年均 9% 以上的持续高速增长，占全球经济的比重也由 2.7% 迅速提高到目前的近 15%。在企业发展环境持续改善和企业家队伍不断成长、壮大的背景下，中国的企业和企业家在社会经济发展的过程中起到了举足轻重的作用，尤其在以下五个方面作出了突出的成就和贡献。

#### 一、推进市场化进程

##### 1. 促进市场经济体制建立

改革开放 40 年来，中国的企业和企业家在参与社会变革、助推经济转型与社会发展等方面作出了巨大的成就与贡献。2017 年的调查显示，企业家认为，国有企业对中国社会的进步作出的贡献排在前三位的是：“增强了国家的经济实力”（75.66%）、“确保了国有资产的保值增值”（56.83%）、“提升了中国企业在世界上的竞争力”（53.62%）。同时，民营企业对中国社会的进步作出的贡献排在前三位的是：“促进了人民生活水平的提高”（71.02%）、“造就了一大批优秀的企业家”（62.03%）、“促进了中国市场经济体制的建立”（50.81%）（表 1-10）。

表 1-10 我国企业发展对中国社会的贡献

%

企业发展对社会的贡献	国有企业认知				民营企业认知				
	总体	国有企业	民营企业	外资企业	总体	国有企业	民营企业	外资企业	
促进了人民生活水平的提高	2017年	32.15	59.34	29.52	30.43	71.02	60.26	72.62	75.51
	2013年	33.98	50.77	30.56	37.16	70.79	49.12	72.91	64.74
造就了一大批优秀的企业家	2017年	11.18	14.29	10.19	13.04	62.03	74.36	61.77	63.27
	2013年	17.3	22.19	16.47	18.24	56.89	47.06	55.39	25.64
促进了中国市场经济体制的建立	2017年	45.72	53.85	43.8	43.48	50.81	50	51.3	46.94
	2013年	43.38	49.74	42.58	35.81	61.55	62.94	61.96	59.62
促进了经济体制改革进程	2017年	37.42	37.36	38.13	32.61	43.12	50	41.79	44.9
	2013年	38.41	42.09	37.65	37.16	50.45	56.47	49.92	48.72
增强了国家的经济实力	2017年	75.66	80.22	74.89	86.96	42.2	30.77	43.71	34.69
	2013年	77.29	82.91	75.47	85.14	46.65	25.59	48.99	32.69
促进了工业化、城镇化的发展	2017年	36.43	38.46	35.92	36.96	41.51	38.46	42.27	34.69
	2013年	32.58	35.97	31.66	36.49	45.43	42.35	46.66	35.26
形成全球最大的制造业基地	2017年	30.67	21.98	31.93	26.09	38.66	46.15	38.04	46.94
	2013年	28.5	21.17	29.85	25.0	42.54	48.24	41.34	51.92

续表

企业发展对社会的贡献	国有企业认知				民营企业认知			
	总体	国有企业	民营企业	外资企业	总体	国有企业	民营企业	外资企业
	2017年	27.88	39.56	27.21	39.13	36.28	20.51	38.71
2013年	27.00	40.56	24.48	27.03	29.54	20.59	32.45	17.95
2017年	53.62	42.86	55.15	47.83	26.98	28.21	25.55	28.57
2013年	54.95	42.6	57.42	59.46	23.33	47.94	22.71	45.51
2017年	28.54	24.18	29.31	30.43	25.37	23.08	24.69	42.86
2013年	29.76	30.36	29.85	25.68	30.69	39.12	28.18	46.79
2017年	12.66	5.49	12.71	10.87	24.06	28.21	23.05	30.61
2013年	10.59	7.4	11.05	10.81	15.93	7.94	14.81	2.56
2017年	32.65	18.68	34.87	19.57	23.44	34.62	21.9	28.57
2013年	27.72	10.97	30.96	27.03	15.41	19.71	14.33	16.03
2017年	56.83	57.14	56.72	73.91	3.31	2.56	3.36	0
2013年	55.12	54.85	55.61	50.68	2.28	27.06	2.33	42.31



对比 2013 年和 2017 年的数据可以看出，无论国有企业还是民营企业，对于中国企业作出的成就和贡献在大部分指标上呈认同感逐渐加强的趋势，例如，国有企业认知显著提升的是“建立了一批世界级的中国品牌”（上升了 4.93%）和“促进了工业化、城镇化的发展”（上升了 3.85%）；民营企业认知显著提升的是“提高了中国商业文明的水平”（上升了 8.13%）、“建立了一批世界级的中国品牌”（上升了 8.03%）、“较好地履行了企业社会责任”（上升了 6.74%）。

## 2. 推动产权制度改革

社会主义市场经济的市场化进程发展还需要对产权制度等方面深入改革。关于企业家对“最需要改革的”方向的历年调查表明，在改革初期，企业家认为“最需要”改革的是转换政府职能、产权制度、社会保障体系以及垄断性行业改革。近年数据显示，产权制度已经不再是企业家认为最紧迫的改革方向，社会保障体系、垄断性行业等方面的改革迫切性也在逐渐下降。与之相反的是，促进民营企业发展与金融体制等方面的改革紧迫性日益攀升。同时，转换政府职能的紧迫性虽有所下降，但仍处于高位水平（图 1-4）。

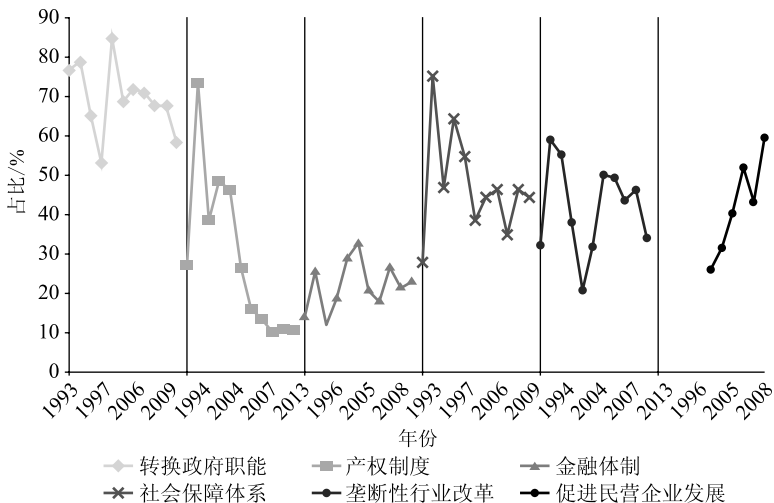


图 1-4 企业家认为最需要改革的方向

### 3. 突破区域行政分割，促进全国市场融合

市场化进程的显著特征是全国有效市场的建立。随着市场经济的进一步推进，我国经济发展在总体上体现出全国市场融为一体的趋势。企业家针对全国经营活动中面临区域行政限制的调查表明，2007年以前，一线发达地区如北京、上海行政限制较多，而在2007年以后，上述地区行政限制有所减少，全国市场融合趋势明显。同时可以看出，广东、江苏、山东、浙江等经济发达区域的行政限制最低，体现出市场经济的活力释放与区域行政限制密切相关（表 1-11）。

## 二、促进国家创新能力提升

### 1. 企业逐步成长为创新主体

2016年世界知识产权统计数据显示，从受理专利申请的国家 and 地区有关数量来看，中国申请数较2015年增长21.5%，达134万项，连续6年占据首位，成为带动世界专利申请数攀升的主要力量。尤其值得一提的是，中国的发明专利申请和授权数量呈现出逐年强劲增长的势头（图 1-5）。

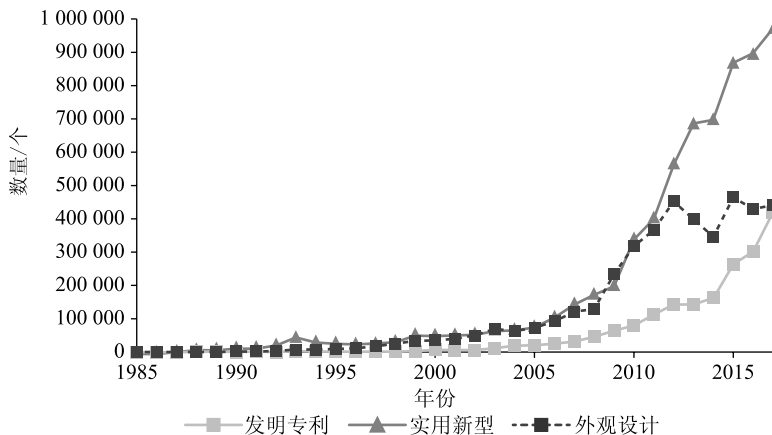


图 1-5 中国专利授权数量（1985—2017 年）

表 1-11 区域行政限制得分情况 (均值)

	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2011年	
上海	2.67	北京	2.71	上海	2.38	上海	2.19	天津	2.83	新疆	4.53
北京	2.03	上海	1.96	河南	1.59	湖南	2.03	湖南	2.32	上海	3.00
河南	1.66	河南	1.94	新疆	1.59	北京	1.91	上海	2.24	新疆	2.48
青海	1.43	新疆	1.91	黑龙江	1.55	黑龙江	1.89	北京	2.15	黑龙江	2.14
新疆	1.41	天津	1.35	天津	1.54	新疆	1.71	新疆	2.11	贵州	2.06
山西	1.28	湖北	1.34	北京	1.52	安徽	1.60	山西	1.63	山西	1.91
黑龙江	1.26	黑龙江	1.29	内蒙古	1.46	吉林	1.53	河南	1.59	北京	1.88
安徽	1.24	山西	1.23	山西	1.42	湖北	1.51	贵州	1.52	湖南	1.78
贵州	1.17	贵州	1.21	安徽	1.32	内蒙古	1.51	黑龙江	1.49	内蒙古	1.68
吉林	1.09	湖南	1.18	甘肃	1.30	江西	1.34	陕西	1.40	河南	1.63
天津	1.08	宁夏	1.15	贵州	1.30	天津	1.34	安徽	1.22	江西	1.22
江西	1.05	甘肃	1.12	江西	1.25	河南	1.29	甘肃	1.20	宁夏	1.54
湖北	1.05	辽宁	1.05	湖南	1.16	甘肃	1.26	湖北	1.25	辽宁	1.53
甘肃	1.01	吉林	1.03	吉林	1.15	吉林	1.25	云南	1.11	河北	1.35
湖南	0.94	陕西	1.01	陕西	1.14	河北	1.23	贵州	1.17	河北	1.24
内蒙古	0.93	安徽	1.00	湖北	1.06	辽宁	1.19	江西	1.16	重庆	1.22
陕西	0.92	内蒙古	0.97	辽宁	0.90	黑龙江	1.07	辽宁	1.03	甘肃	1.15
四川	0.82	江西	0.88	河北	0.88	陕西	0.96	江西	1.02	安徽	1.04
辽宁	0.77	河北	0.77	四川	0.86	宁夏	0.87	甘肃	0.95	云南	0.95
重庆	0.75	四川	0.74	广西	0.85	重庆	0.87	河北	0.93	吉林	0.95

续表

	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年	2007年	2008年	2009年	2011年					
河北	0.73	0.72	0.75	重庆	0.73	四川	0.82	福建	0.81	广西	0.75	重庆	0.80	福建	0.89
福建	0.71	0.70	0.71	云南	0.69	四川	0.79	广西	0.74	四川	0.72	四川	0.79	云南	0.84
广西	0.68	0.66	0.67	福建	0.67	广西	0.70	四川	0.71	福建	0.69	广西	0.78	河北	0.74
云南	0.66	0.60	0.67	广东	0.65	山东	0.65	宁夏	0.62	宁夏	0.68	山东	0.62	四川	0.74
广东	0.65	0.57	0.60	山东	0.59	广东	0.61	福建	0.58	江苏	0.53	福建	0.60	山东	0.58
江苏	0.63	0.55	0.57	重庆	0.50	江苏	0.53	江苏	0.57	广东	0.49	广东	0.60	广东	0.51
山东	0.60	0.46	0.54	江苏	0.50	福建	0.48	山东	0.53	山东	0.49	江苏	0.40	江苏	0.38
浙江	0.60	0.37	0.37	浙江	0.33	浙江	0.38	浙江	0.37	浙江	0.31	浙江	0.34	浙江	0.33

注：2010年没有题目，2001年未获取填写企业的所在省份，补充后可以计算。西藏、青海、海南因样本太少，在当前方法下最后结果成为极端值，最后呈现时去除。

计算方法：

A省所有企业填写的“企业产品在外地销售时，在哪些省份遇到行政限制”的所有答案省份数量N，其中B省数量为 $n_1$ ，则A省到B省受到的行政限制系数为 $n_1/N$ 。所有省份A省样本企业占当年所有样本比重 $w_1$ ，B省样本企业占当年所有样本比重 $w_2$ 。

$$B省的综合行政限制系数 = \left( \sum_{i=1}^{n-1} \frac{n_i \times w_1}{N} \right) / w_2, \text{ 各省计算方法类似。}$$

此方法基于各省样本企业数量是依照各省企业实际数量的等比重抽样，样本比重反映各省企业数量相对情况，企业数量越多的省份往往市场也更大，吸引更多企业进入，同时企业数量越多的省份越可能向外省开拓的假设。具体而言，江苏企业到某省X受到的行政限制系数在汇总31个省市（自治区，不含港、澳、台）时，权重更大，因为江苏企业相比其他省份（如贵州）更可能进行跨省经营，更有发言权，同时除以某省X的样本比重来尽量消除某省X市场规模吸引更多企业的偏差。

更为重要的是，从2000年开始，国内各类企业研发经费支出总额已开始占全国的60%，并逐年攀高，企业作为创新主体的核心地位得以稳步确立（图1-6）。

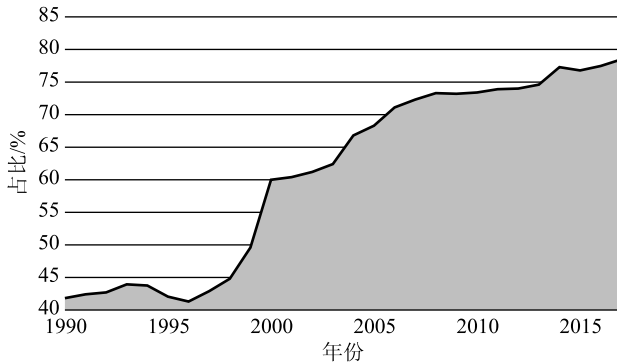


图 1-6 企业研发经费支出占全国支出之比

## 2. 创新在企业竞争中的作用不断增强

对企业竞争优势来源的历年调查发现，政府关系的重要性降低，企业的制造能力作为企业竞争优势的比重从2004年顶峰开始迅速下降，与之相反的是，企业的创新能力和企业文化正迅速成为企业竞争优势的来源，体现出中国企业正由“制造”优势向“智造”优势的转变（图1-7）。

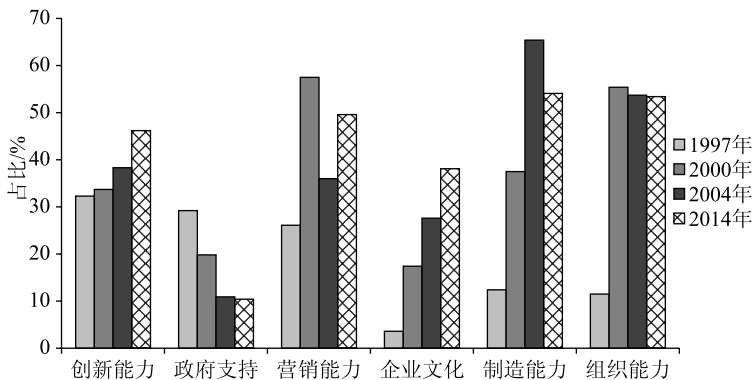


图 1-7 企业竞争优势来源

### 3. 从引进消化吸收向自主创新转变

关于企业新产品的开发方式，对比 2000 年和 2014 年的调查发现，企业采用各类新产品开发方式的比重排序基本相同：最普遍的新产品开发方式是“企业内部开发”，随后依次是“与国内高校院所合作开发”“与国内企业合作开发”“国内引进”“与国外企业合作开发”“购买国内研究机构成果”和“与国外高校院所合作开发”。调查表明，从 2000 年至 2014 年，自主研发和依托国内力量进行研发一直是我国企业开发新产品的主要方式，而国外引进与合作仅仅是辅助的方式（表 1-12）。

## 三、推动全球化发展，优化对外经济结构

改革开放 40 年来，不断开放的国内外市场促使中国经济逐步融入世界经济体系之中。特别是加入 WTO（世界贸易组织）以后，中国经济已经迅速成为世界经济的重要成员，中国企业也进入了全球竞争的舞台。中国的对外贸易体制改革不断深入。1994 年的调查显示，中国企业在产品出口方面遇到了很多障碍，首先是“没有出口权”，比重高达 42.1%，在此背景下，仅有 31.2% 的企业家对“复关”持正面态度。即使是到 1996 年，仍然有 86.9% 的企业家对全球经济一体化保持静观其变的态度。

随着对外贸易体制的不断放宽，中国企业逐渐获得了出口贸易自主权，国际市场已经成为很多企业重要的销售市场。对 1997—2017 年企业国际化的调查显示，从 2005 年开始，样本企业的产品出口海外的比重有了质的提升（接近 50%），随后在 2010 年后略有下降，这可能与国内需求的增长和国际贸易保护主义的抬头有关。同时，从 2005 年开始，海外销售占样本企业总销售的比重稳定在 40% 左右（图 1-8）。

表 1-12 2014 年与 2000 年新产品开发方式对比 %

新产品开发方式	总体		地区						规模					
			东部地区		中部地区		西部地区		大型企业		中型企业		小型企业	
			2000年	2014年	2000年	2014年	2000年	2014年	2000年	2014年	2000年	2014年	2000年	2014年
企业内部开发	48.9	84.1	50.0	85.4	47.1	80.1	47.8	83.1	50.8	82.8	46.9	84.9	50.8	84.0
与国内高等院校合作开发	35.0	43.7	35.8	41.7	35.9	49.2	31.3	46.0	42.8	56.0	34.2	46.3	29.2	40.1
与国内其他企业合作开发	21.2	30.0	19.9	29.3	21.8	31.3	25.5	31.8	16.2	34.0	21.6	31.1	25.5	28.7
国内引进	20.1	25.5	17.0	22.8	23.5	32.0	25.0	30.1	15.2	28.7	22.2	27.0	21.0	24.1
国外引进	16.8	15.7	19.8	17.4	12.0	12.9	14.5	10.5	26.6	23.5	15.0	17.1	10.8	13.6
与国外企业合作开发	9.1	9.5	10.9	11.1	7.5	6.6	5.7	5.4	12.1	14.6	8.8	11.2	6.8	7.9
购买国内机构成果	8.4	14.7	7.4	14.0	10.1	18.3	9.0	12.8	6.6	17.9	8.7	13.4	9.7	14.6
与国外高等院校合作开发	2.3	2.5	2.3	2.9	2.6	1.7	1.8	1.7	2.7	3.7	2.7	3.0	1.4	2.1

注：表中数据基于 2000 年和 2014 年两次企业经营管理者年度追踪调查问卷；数值为选择某类新产品开发方式的企业比重，按 2000 年总体情况降序排列。

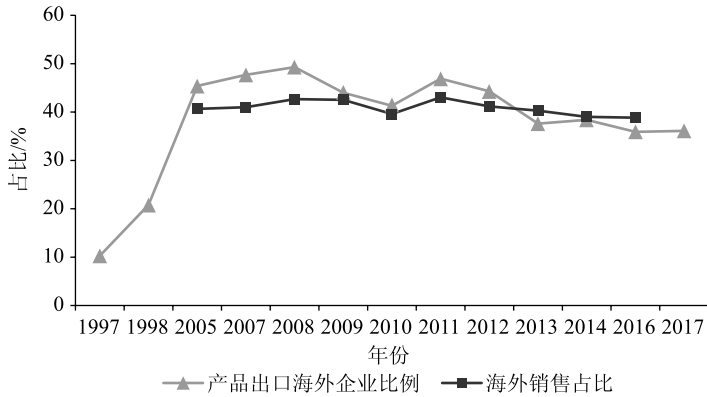


图 1-8 企业产品出口与海外销售情况

在企业不断融入国际竞争的背景下，中国经济的全球化进程不断加快。2017 年我国进出口总额已超过 27.79 万亿元人民币，在 GDP（国内生产总值）中所占比重超过 30%，中国经济的发展已经成为世界经济新的重要推动力量。同时，世界经济形势的变化对中国经济的影响程度也不断加大。以 2008 年全球金融危机为例，关于“全球金融危机对中国经济的不利影响”，57.4% 的企业家认为不利影响“很大”和“较大”。2009 年的调查数据进一步显示，赞同上述观点的企业家比重上升到 71.7%。

全球化也对中国经济产生了积极影响。1999—2003 年连续 5 年的调查数据显示，关于“加入 WTO 对企业经营状况的影响”，年均约 38.6% 的企业家认为“好转”，比认为“恶化”的多 12.6 个百分点。对于非国有企业而言，积极影响还要更大些，认为“好转”的比认为“恶化”的多 22.3 个百分点。

更为重要的指标是中国企业走出去的方式。通过对 2008 年和 2017 年的数据比较发现，中国企业国际化的方式，在收购兼并、直接投资和战略联盟等方式上呈现出长足的发展，表明中国企业国际化的能力不断提升（图 1-9）。



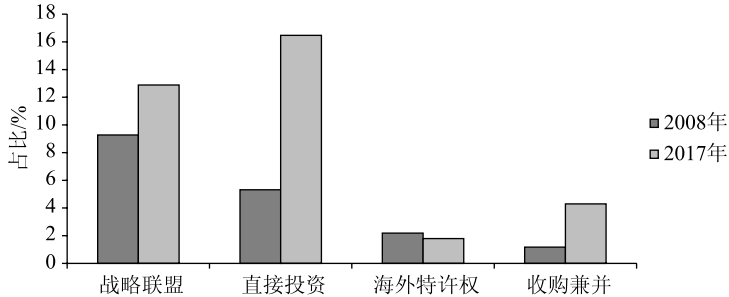


图 1-9 企业国际化的方式

#### 四、完善现代企业管理制度

在国家层面，党和政府主要是在基本制度方面建立现代企业制度。而在企业微观层面，是每个企业在其内部不断建立和完善现代企业管理制度的过程，涉及企业经营自主权的落实、企业法人财产权的建立、产权关系的明确、公司治理结构的完善、优胜劣汰用人机制的改革以及分配机制的合理化过程。

对比 1998 年和 2013 年关于“改革开放以来，企业内部改革情况”的调查数据显示，“企业经营自主权”“明确产权关系”和“企业法人财产权”实现的程度较高，2013 年评价价值分别为 2.74、2.68 和 2.61（3 分制），其次改善程度较好的是“完善公司治理结构”。此外，“优胜劣汰的用人机制”以及“合理有效的分配机制”等现代企业管理制度仍然有较大改进空间（表 1-13）。

表 1-13 企业家对改革开放以来企业内部改革进展情况的判断

企业内部改革		完全实现	部分实现	没有实现	评价价值
企业经营自主权	2013 年	75.2	23.5	1.3	2.74
	1998 年	59.5	38.2	2.3	2.57
企业法人财产权	2013 年	65.8	29.2	4.9	2.61
	1998 年	41.3	39.5	19.2	2.22

续表

企业内部改革		完全实现	部分实现	没有实现	评价值
明确产权关系	2013年	71.8	24.7	3.5	2.68
	1998年	44.0	35.8	20.2	2.24
完善公司治理结构	2013年	41.8	53.5	4.7	2.37
	1998年	29.5	48.9	21.6	2.08
优胜劣汰的用人机制	2013年	29.7	58.8	11.5	2.18
	1998年	30.4	53.0	16.6	2.14
合理有效的分配机制	2013年	31.9	61.8	6.2	2.26
	1998年	27.4	60.4	12.2	2.15

现代企业管理制度的主要特征包括企业领导人的选拔与任命。中国企业家调查系统课题组 1993—2015 年连续 23 年的追踪调查数据显示，企业的董事长或总理由主管部门任命的比重逐年下降，从 1993 年的 85.8% 下降到 2015 年的 7.8%，由董事会任命的比重从 1998 年开始有了显著提升，稳定在平均 40.8% 的水平，而通过自己创业成为董事长或总经理的企业家比重逐年增加（图 1-10）。

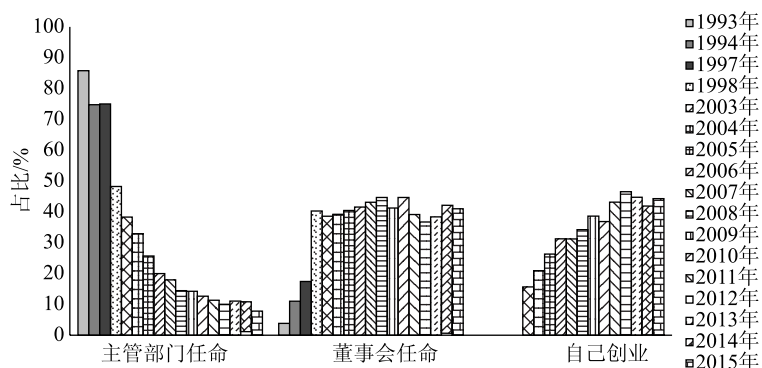


图 1-10 企业家的就职方式

企业高管的任命主要由董事会任命，反映出企业治理制度的建立与完善。2001 年的调查数据显示，在股份有限公司和有限责任公司，

55.8%的企业有董事会，45.6%的企业有监事会，57.2%的企业有工会，38.8%的企业有股东大会，21.5%的企业有职工代表大会。治理结构的不断完善改变了决策机制。1999年的调查显示，28.9%的企业中董事会是最高决策组织形式，其次是党政组织（22.5%），再次是股东大会（15.5%）和经理办公会（15.9%），最后是职工代表大会（13.9%）。与之形成对比的是，2013年的调查数据显示，45.7%的企业由董事长和总经理决策，38.3%的企业依靠董事会决策，而上级和党政组织决策的比重下降到6.7%。

激励经理人员不断努力工作的薪酬制度是现代企业管理制度的核心组成部分。在改革开放初期，计划经济体制下平均分配的观念仍然比较顽固。1996年关于“假如按照合同您应该得到相当数目的收入”的调查显示，有43.3%的企业家表示“不敢拿”，理由主要集中在“怕影响干群关系”（35.6%）和“与职工收入差距太大”（34.5%）。根据2007—2017年连续10年的追踪数据调查显示，企业家拥有股份的比重越来越多，2017年有超过45%的企业家拥有高于51%的企业股份。对企业家激励的薪酬制度体系也越来越丰富多样。调查显示，股权加期权的激励模式，从1999年的只占6.45%上升到2002年的19.01%，一直到2013年的30.34%。正是随着激励制度的不断完善，企业家的公平感知才会越来越强。调查显示，1993年，有38.2%的企业家认为“自己的才能、责任和风险没有得到应有的报酬”，而到了2013年，这一比重下降到11%，充分说明薪酬制度的不断完善给企业家带来的激励（图1-11）。

## 五、入世后商业信用环境明显改善

关于1996—2017年企业所处的商业信用环境的调查发现，从2001年开始，企业的商业信用环境有了显著的改善。与之相对应的是，企业面临的不正当竞争大致保持平稳下降趋势（图1-12）。

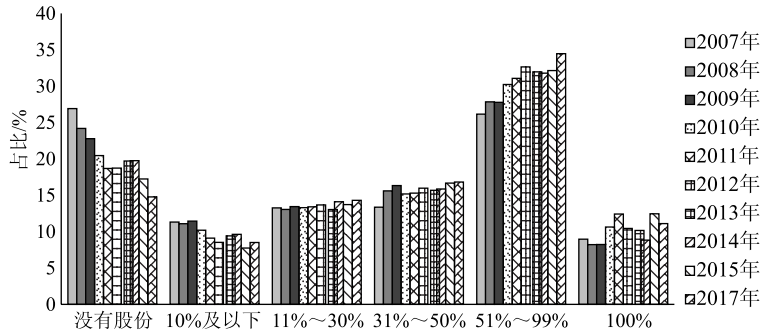


图 1-11 企业家的持股情况

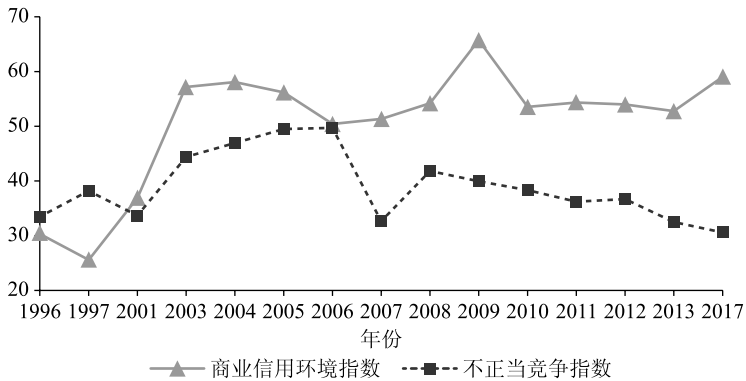


图 1-12 企业所处的商业信用环境

在取得成绩的同时，历年调查也显示，大多数企业家已经意识到企业在各项管理和创新上的差距。例如，2013年关于“企业各方面的表现与行业中世界一流企业的差距”的调查数据显示，中国企业与世界一流企业较大的差距体现在“企业品牌和产品品牌”（评价值为3.26，5分制，分数越大，差距越大）、“管理团队”（3.25）、“持续创造股东利润”（3.23）、“市场竞争优势”（3.23）以及“不断推出新产品和服务”的创新能力（3.21）等方面（表 1-14）。

表 1-14 企业各方面的表现与行业中世界一流企业的差距 %

企业各方面的表现	非常大	比较大	一般	比较小	非常小	评价值
有优良的企业品牌和产品品牌	9.5	32.5	37.1	16.5	4.3	3.26
有优秀的管理团队	6.5	31.6	44.7	14.5	2.7	3.25
能为股东持续创造高于行业平均水平的价值回报	11.0	26.9	40.8	15.9	5.3	3.23
在市场竞争中处于领先地位	11.3	29.0	37.6	16.0	6.2	3.23
不断推出新的产品和服务,为企业带来持续价值	8.1	31.5	37.9	18.0	4.5	3.21
企业各个层面有很强的执行战略的能力	6.1	28.6	47.2	15.2	3.0	3.20
有优秀的企业领导人	6.2	30.4	43.8	15.9	3.6	3.20
有明确的企业愿景和清晰的企业战略	7.1	32.1	38.1	18.0	4.7	3.19
能够有效应对外部环境变化,不断创新	5.7	30.8	43.0	17.0	3.6	3.18
有良好的企业文化和价值观来支撑企业战略	6.5	30.2	41.5	17.5	4.3	3.17
最大限度地发挥了现有资源和资产的潜力	6.4	28.4	43.4	17.6	4.1	3.15
环境保护方面处于行业领先水平	6.7	27.0	43.8	17.1	5.5	3.12
有效履行企业社会责任	6.1	29.9	38.6	18.8	6.6	3.10
国际化程度高,在全球市场有比较大的影响力	20.2	19.3	23.0	19.2	18.4	3.04

总体来看,在技术方面,虽然有一些企业已经达到世界先进水平,但是大多数企业家认为企业的自主创新能力不强,还没有形成高效的技术创新体系和品牌形象;在制度方面,大多数企业的产权制度改革和公司治理结构的规范化还任重道远,优秀领导人、管理团队和人才仍然匮乏;在管理方面,企业管理的组织方式、决策方式和技术手段等都有待改善;在利益相关者方面,大多数企业最大化利用资源的能力、

环境保护以及履行企业社会责任仍存在较大提升空间。

此外，值得重视的是，调查发现，企业家在带领企业取得快速发展的同时，用于工作的时间占据了生活的绝大部分，常常处于“风雨兼程”的状况，致使企业家的工作倦怠水平较高，健康状况堪忧。关于目前的工作状况，企业家对“工作让我感到身心疲惫”的评价值最高（2.92），且民营企业尤为突出（表 1-15）。

表 1-15 对自己目前工作状态的判断（2017 年，按经济类型分组）%

企业家的工作状态		几乎没有	很少	有时	经常	十分频繁	总是	评价值
工作让我感到身心疲惫	总体	8.20	21.70	46.80	18.30	3.30	1.70	2.92
	国有企业	6.00	25.00	56.00	12.00	0.00	1.00	2.78
	民营企业	8.40	21.40	46.00	18.80	3.60	1.80	2.93
下班时我感到精疲力竭	总体	10.00	30.50	39.90	15.30	2.20	2.20	2.76
	国有企业	5.00	39.00	37.00	16.00	2.00	1.00	2.74
	民营企业	10.40	29.80	40.10	15.30	2.20	2.30	2.76
早晨起床不得不面对一天的工作，我感到很累	总体	19.20	34.70	28.00	14.00	1.90	2.20	2.51
	国有企业	17.20	37.40	31.30	11.10	2.00	1.00	2.46
	民营企业	19.40	34.50	27.70	14.20	1.90	2.30	2.52
整天工作对我来说压力非常大	总体	12.90	28.50	36.40	16.10	2.60	3.50	2.78
	国有企业	10.10	21.20	52.50	13.10	2.00	1.00	2.78
	民营企业	13.10	29.20	35.00	16.30	2.70	3.70	2.77
工作让我有快要崩溃的感觉	总体	42.20	33.00	19.70	2.90	0.80	1.40	1.91
	国有企业	42.00	33.00	19.00	3.00	2.00	1.00	1.93
	民营企业	42.20	33.00	19.80	2.90	0.70	1.40	1.91
我对工作越来越不感兴趣了	总体	41.50	30.20	22.60	4.20	0.70	0.80	1.95
	国有企业	38.80	33.70	19.40	7.10	1.00	0.00	1.98
	民营企业	41.70	29.90	22.90	4.00	0.70	0.90	1.95
我对工作不像之前那么热心了	总体	33.30	30.50	27.90	6.10	0.90	1.20	2.14
	国有企业	29.00	36.00	28.00	6.00	1.00	0.00	2.14
	民营企业	33.70	30.00	27.90	6.10	1.00	1.20	2.14

续表

企业家的工作状态		几乎没有	很少	有时	经常	十分频繁	总是	评价值
我对自己所做工作的意义持怀疑态度	总体	48.40	29.30	16.20	4.40	0.70	1.00	1.83
	国有企业	47.00	31.00	12.00	8.00	2.00	0.00	1.87
	民营企业	48.50	29.20	16.50	4.10	0.60	1.10	1.82
我对自己所做工作的贡献越来越不关心	总体	49.20	29.50	14.70	4.70	0.70	1.20	1.82
	国有企业	46.50	31.30	15.20	5.10	2.00	0.00	1.85
	民营企业	49.40	29.30	14.60	4.70	0.60	1.30	1.81

为了更全面了解企业家的工作状态和特征，调查还请企业家对其周围企业家用不同形容词进行描述，包括正面的词语和负面的词语。调查结果表明，在负面词汇的描述方面，企业家选择前五位的依次是“紧张的”“心烦/苦恼的”“疑虑重重”“悲观失望”以及“挫折感强”。调查表明，企业家群体在积极进取的同时，面临着很大的发展压力。企业衰退期的企业家“心烦/苦恼的、疑虑重重、悲观失望、挫折感强、心情沮丧和烦躁易怒”的感觉最强，尤其是在中小企业最为显著（表 1-16）。

表 1-16 对周围企业家的描述（2017 年，按经济类型与发展阶段分组）%

形容企业家的词语	总体	经济类型			发展阶段			
		国有企业	民营企业	外资企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期
紧张的	25.00	23.23	26.64	16.98	21.28	22.63	28.21	27.21
心烦/苦恼的	19.31	20.20	19.63	24.53	19.15	16.41	19.83	29.41
疑虑重重	16.88	13.13	17.35	28.30	15.96	14.16	16.41	30.88
悲观失望	16.74	10.10	18.05	11.32	12.77	13.99	16.75	28.68
挫折感强	9.51	6.06	9.82	11.32	10.64	8.29	10.26	11.03
心情沮丧	8.68	9.09	8.94	5.66	4.26	6.39	9.74	16.91
烦躁易怒	8.61	11.11	8.41	11.32	7.45	7.43	9.40	12.50
神经过敏的	3.82	5.05	3.59	3.77	8.51	3.11	3.42	4.41
有负罪感的	2.78	1.01	3.07	0.00	1.06	2.94	2.56	4.41

续表

形容企业家的 词语	总体	经济类型			发展阶段			
		国有 企业	民营 企业	外资 企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期
羞愧的	1.74	2.02	1.23	0.00	0.00	1.55	1.03	1.47
其他	0.63	0.00	0.61	1.89	0.00	0.52	0.85	0.74

1994年关于企业家健康水平的调查显示，67.8%的企业家反映自己身体“很好”和“好”，而2017年关于企业家身体状况的调查显示，28.8%的企业家患有高血压、27.1%的企业家患有高血脂、26.2%的企业家患有慢性胃炎；与2002年的调查数据相比，目前企业家高血压、白内障、糖尿病及动脉硬化等病症上升比重较多。表明企业家群体经营企业的压力越来越大，身体健康状况处于较差水平（图1-13）。

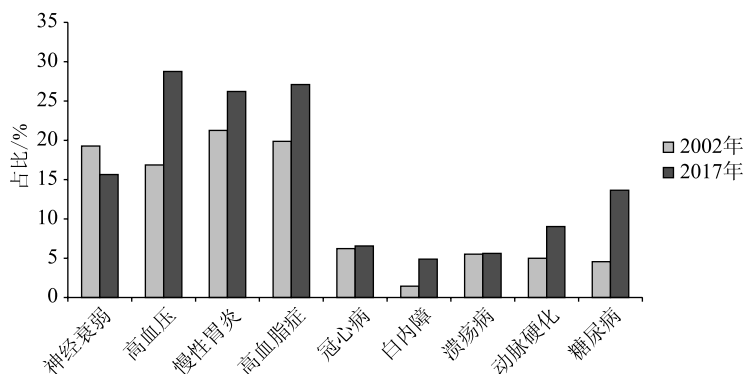


图 1-13 企业家身体健康状况



## 第二章 |

# 新时代、新机遇、新挑战

国际金融危机爆发后，国际市场环境和国内要素条件都发生变化，原有主要依靠要素投入、外需拉动、投资拉动、规模扩张的增长模式越来越受到制约，迫切需要转变发展方式、优化经济结构、转换增长动力。党的十九大后，我国企业发展面临新环境：增长速度要从高速转向中高速，发展方式要从规模速度型转向质量效率型，经济结构调整要从增量扩能为主转向调整存量、做优增量并举，发展动力要从主要依靠资源和低成本劳动力等要素投入转向创新驱动。在此背景下，本章从四个方面描绘企业在新时代可能面临的环境变化。

2017年关于企业家对新环境认识的调查也表明，80%以上的企业家同意“当前环境给企业家带来了新挑战”，七成以上企业家认为，“当前环境要求我们必须改变工作方式”，逾半企业家赞同，“当前环境迫使我们必须停下来思考”，评价价值依次为4.20、3.86、3.46（5分制）（表2-1）。其中，国有企业对“当前环境迫使我们必须停下来思考”的认同程度较低，而外资企业对“当前环境要求我们必须改变工作方式”的认同程度相对较高（表2-1）。

表 2-1 企业家对与环境有关说法的认同程度

%

对与环境有关说法的认同程度		很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	评价值
当前环境给企业家带来了新挑战	总体	0.50	1.60	10.30	52.30	35.30	4.20
	国有企业	0.00	0.00	15.00	53.00	32.00	4.17
	民营企业	0.60	1.40	9.60	51.80	36.60	4.22
	外资企业	0.00	0.00	9.40	64.20	26.40	4.17
当前环境迫使我们必须停下来思考	总体	5.20	14.00	27.60	36.70	16.60	3.46
	国有企业	9.10	14.10	27.30	38.40	11.10	3.28
	民营企业	5.20	14.20	27.50	35.70	17.40	3.46
	外资企业	0.00	17.00	32.10	37.70	13.20	3.47
当前环境要求我们必须改变工作方式	总体	0.60	4.20	23.20	52.20	19.80	3.86
	国有企业	1.00	4.00	23.00	56.00	16.00	3.82
	民营企业	0.60	4.10	23.20	52.00	20.10	3.87
	外资企业	0.00	5.70	24.50	41.50	28.30	3.92

## 第一节 新旧动能转换成必然趋势

2012年关于推动经济发展要素作用的调查显示，“改革开放”是过去30年对经济发展作用最大的要素（评价值为4.50，5分制），其次是“资本投入”（4.26）、“自然资源利用”（4.08）以及“劳动力投入”（3.97）。这一结果表明，传统的经济发展模式属于粗放型，以过度资源消耗、环境破坏为代价，以低廉的人工成本为优势。

关于“未来推动经济发展”要素的调查表明，“科技创新”（评价值2.91，3分制）将是未来推动经济发展最重要的要素，其次是“企业家的创新”（2.83），再次是“改革开放”（2.50）。与之对比的是，

“劳动力投入”（1.71）、“自然资源利用”（1.96）以及“地方政府间的竞争”（1.95）作用显著下降。可以看出，新时代的经济发 展动能将是全新的，原有的企业发展模式将面临巨大的挑战，创新转型升级迫在眉睫（表 2-2）。

表 2-2 企业家关于过去和未来推动经济发展要素作用的判断

推动经济发展的要素	过去 30 年对推动经济发展的作用						未来对推动经济发展的作用				
	非常小	←	←→	→	非常大	评价值	下降	不变	上升	评价值	
改革开放	0.7	1.9	9.2	23.2	65.0	4.50	8.2	34.1	57.7	2.50	
资本投入	1.6	3.9	12.5	31.2	50.9	4.26	23.5	27.8	48.7	2.25	
自然资源利用	2.1	6.5	17.9	28.4	45.2	4.08	37.8	28.0	34.2	1.96	
劳动力投入	2.8	6.2	20.3	32.4	38.3	3.97	49.5	30.5	20.0	1.71	
企业家的创新	2.8	7.1	19.3	36.5	34.2	3.92	2.2	13.0	84.8	2.83	
科技创新	5.4	12.6	24.0	25.7	32.4	3.67	1.0	7.1	91.9	2.91	
地方政府间的竞争	7.8	11.7	33.6	29.0	18.0	3.38	30.8	43.4	25.8	1.95	

2017 年调查显示，大部分企业家对新时代持乐观态度，65.4% 的企业家认为“未来世界会越来越好”。在对新时代的关键词描述中，以发展为内核的“创新”“开放”“和谐”成为出现频率最高的词汇，分别是 8.53%、4.36% 及 3.37%（表 2-3）。

表 2-3 企业家描述新时代的关键词

关键词	词频	占比 /%	关键词	词频	占比 /%
创新	309	8.53	变化	46	1.27
开放	158	4.36	挑战	43	1.19
和谐	122	3.37	幸福	41	1.13
平等	87	2.40	变革	40	1.10

续表

关键词	词频	占比 /%	关键词	词频	占比 /%
发展	79	2.18	诚信	39	1.08
责任	75	2.07	浮躁	35	0.97
竞争	72	1.99	以人为本	35	0.97
自由	69	1.90	日新月异	32	0.88
机遇	62	1.71	分享	31	0.86
法治	59	1.63	坚持	31	0.86

## 第二节 消费结构升级推动企业创新转型

环境的变动也将迫使企业不得不创新寻求出路。本章考察了消费结构升级与技术竞争变化对企业创新的影响。

2016年关于消费结构升级的调查显示，平均而言，逾七成企业家认为与5年前相比企业客户的消费结构发生“较大”和“很大”变化。变化最大的是“服务需求的提升”“环保要求的提升”以及“个性化需求的提升”，调查表明，我国消费结构正在进行着巨大的变迁，消费升级势不可当。进一步分析表明，消费结构升级与企业计划未来一年创新投入之间存在显著的正相关关系（在0.001水平上显著），说明我国企业存在明显的需求引致型创新动力（表2-4）。

表 2-4 与 5 年前相比，企业主要客户需求的变化（2016 年）

企业主要客户需求	很小	较小	没变化	较大	很大	与企业计划未来一年创新投入相关性		
						总体创新投入	研发投入	人员培训投入
需求偏好的变化	4.45	19.78	20.31	48.62	6.84	0.12***	0.09***	0.09***
服务需求的提升	0.63	4.41	11.66	66.75	16.54	0.19***	0.15***	0.18***
健康要求的提升	1.46	4.70	25.46	54.92	13.46	0.16***	0.13***	0.18***

续表

企业主要客户需求	很小	较小	没变化	较大	很大	与企业计划未来一年创新投入相关性		
						总体创新投入	研发投入	人员培训投入
环保要求的提升	0.96	3.79	18.28	58.58	18.39	0.15***	0.13***	0.17***
品牌关注度的提升	0.90	4.68	19.05	58.54	16.82	0.13***	0.10***	0.14***
个性化需求的提升	1.06	5.62	17.70	55.75	19.87	0.17***	0.17***	0.20***

注：表中数据基于2016年企业家年度追踪调查问卷；第2~6列数据为选择相应答案的比重（%），第7~9列数据为相关系数，\*\*\*代表 $P \leq 0.01$ ；\*\*代表 $P \leq 0.05$ ；\*代表 $P \leq 0.10$ 。

对消费结构升级和企业创新努力之间的相关关系分析表明，从2008年到2017年，环境的易变性、不确定性、复杂性大大提高，评价价值呈逐渐递增的趋势。2017年，72.8%的企业家认为“很难预测顾客需求及产品偏好的变化”，而2008年这一比重仅为29%（表2-5）。

表2-5 消费结构升级与企业创新努力之间的相关关系分析 %

对需求变化的认同程度		非常不同意	←	↔	→	非常同意	评价价值	创新努力
很难预测顾客需求及产品偏好的变化	2008年	10.8	28.6	31.6	20.7	8.3	2.87	-0.017
	2009年	7.2	25.6	38.4	20.0	8.8	2.98	-0.022
	2014年	0.7	5.3	18.7	59.0	16.4	3.85	-0.005
	2017年	0.6	6.6	19.9	55.7	17.1	3.82	0.055*
市场需求增长非常快	2008年	12.2	20.5	32.1	22.3	12.8	3.03	-0.013
	2009年	17.7	25.7	31.8	16.6	8.2	2.72	-0.017
潜在的市场需求较大	2008年	21.4	33.6	25.4	13.9	5.7	2.49	-0.003
	2009年	7.0	16.9	29.6	32.2	14.4	3.30	0.005
满足顾客的需求需要高度定制化	2014年	1.6	7.1	28.0	46.6	16.7	3.70	0.067**
	2017年	1.2	7.9	27.7	46.1	17.1	3.70	0.069*

同时，调查数据显示，2008年和2009年，需求端的变化与企业创新努力之间的相关关系统计不显著（统计指标P值大于0.10），而从2014年开始，消费者需求的变化以及定制化需求的产生与企业的创新努力显著正相关（在0.05和0.01水平上显著）。这些结果表明，金融危机之后，消费结构升级趋势日益明显，与之相适应的是企业不断加大创新力度。

### 第三节 市场与技术变革促进创新

企业选择哪种创新战略或方式首先来源于对创新压力的感知。对企业创新压力来源的调查表明，九成以上的企业家认为，创新的主要压力来源于竞争（评价值为4.37，5分制），其次是提高企业在供应链中的地位（4.19），再次是客户（4.02）和员工（3.51），最后是投资方（2.97）和政府（2.51），以上结果再一次表明，市场驱动是企业创新动力的重要源泉（表2-6）。

表 2-6 对于贵企业创新的描述，您在多大程度上同意以下说法（2016年）%

对企业创新有关说法认同程度	很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	评价值
如果不创新，我们将在竞争中失去优势	0.75	1.82	5.98	42.82	48.64	4.37
拥有高水平的创新能力将提高我们在供应链中的地位	0.38	2.2	10.41	51.91	35.1	4.19
创新主要为了满足客户的需求	1.32	5.83	10.97	53.52	28.35	4.02
如果不创新，员工会认为我们面临环境威胁	2.16	10.57	32.04	44.28	10.95	3.51
创新主要为了满足投资方的需求	7.85	22.36	40.01	24.74	5.04	2.97
创新主要为了响应政府政策需求	18.76	29.78	36.56	11.72	3.17	2.51

对技术变化的调查显示，近七成企业家认为当前技术变化很快以及技术竞争激烈，从2008年到2017年呈递增的趋势。同时，调查分析显示，技术变革在10年前不影响企业的创新努力，而在10年后的今天，技术变化和新产品的推出，显著增强企业的创新努力（在0.01水平上显著）（表2-7）。这表明，技术驱动创新正在成为未来趋势。

表 2-7 市场竞争、技术变革与企业创新努力 %

对市场竞争技术变革与企业创新等说法的认同程度		非常不同意	←	↔	→	非常同意	评价值	创新努力
企业之间的市场竞争非常激烈	2008年	65.4	24.3	8	1.5	0.7	1.48	-0.004
	2009年	1.2	3.3	10.1	26.1	59.4	4.40	0.001
	2014年	1.0	4.3	10.5	53.4	30.8	4.09	-0.046*
	2017年	0.70	2.60	12.50	54.90	29.40	4.10	0.025
竞争对手的市场行为难以预测	2008年	13.6	29.6	33.3	18.2	5.3	2.72	-0.01
	2009年	4.6	19.6	34.3	27.7	13.7	3.26	0.012
新企业进入较多	2008年	20.6	30.3	27.6	15.3	6.2	2.56	0.007
	2014年	4.1	17	27.6	38.1	13.1	3.39	-0.028
	2017年	4.00	19.20	27.60	36.70	12.50	3.35	0.032
技术变化非常迅速	2008年	22.6	29.6	29.1	14.2	4.5	2.48	0.028
	2009年	3.8	11.5	28.1	34.2	22.4	3.60	0.013
	2014年	0.8	8.4	27.4	44.7	18.6	3.72	0.098**
	2017年	0.80	9.20	24.00	45.20	20.80	3.76	0.143**
技术发展趋势很难预测	2008年	10.9	23.7	34.9	22.7	7.8	2.93	0.007
	2009年	6.6	25.5	35.9	21.7	10.3	3.04	-0.002
技术环境很不确定	2008年	9.3	22	38.8	22.8	7.0	2.96	0.018
	2009年	6.1	17.8	35	24.1	17.0	3.28	0.018
新技术的涌现和新产品的推出很普遍	2014年	1.3	10.1	29.4	46.1	13.1	3.60	0.083**
	2017年	1.10	9.50	23.20	48.20	18.10	3.73	0.123**

注：表中数据基于2016年企业家年度追踪调查问卷；第3~7列数据为选择相应答案的比重（%），第9列数据为相关系数，\*\*\*代表 $P \leq 0.01$ ；\*\*代表 $P \leq 0.05$ ；\*代表 $P \leq 0.10$ 。

## 第四节 短期行为导向是影响企业创新的最主要障碍

创新环境的发展仍然不容乐观。对比 2000 年和 2014 年“关于企业对妨碍创新工作因素的认识”的调查发现：

第一，无论是 2000 年还是 2014 年，大多数企业家认为“创新人才缺乏”是妨碍创新工作的最重要因素（表 2-8）；

第二，经过 15 年的发展，2000 年排在第二位的“创新资金引进渠道不畅”（40.7%），在 2014 年的调查中下降到倒数第二位（23%），这表明企业获得外部创新资金的渠道得到了一定程度的改善（表 2-8）；

第三，企业对良好外部创新环境的需求越来越高，集中体现在更多的企业家认为“缺乏鼓励创新的社会环境”（从 36.8% 上升到 41.3%）、“创新风险与收益不对称”（从 24.7% 上升到 40.2%）、“知识产权保障不力”（从 16.1% 上升到 26.5%）等是妨碍创新工作的重要因素（表 2-8）；

第四，其他可能妨碍创新工作的因素还包括“创新动力不足”“难以获得合适的技术”“缺乏健全的创新组织体系”以及“难以选择创新目标”等（表 2-8）。

2017 年针对抑制企业创新的要素分析表明：第一，大多数企业家认为“创新人才缺乏”是抑制企业创新的最重要因素，认为“较强”和“很强”的企业家占比为 81.49%，这一结果与 2000 年、2014 年的调查结果变化不大，人才缺乏一直是企业创新的主要障碍。第二，近八成的企业家认为“市场竞争秩序混乱”对企业创新具有“较强”和“很强”的抑制作用，这一结果说明我国一些企业之间无序或不顾规则地“模仿”、低成本竞争，极不利于企业创新的实施。第三，近七成的企业家选择“急功近利和短期行为的文化氛围”和“创新失败的风险过大”，



表 2-8 2014 年与 2000 年妨碍创新工作的因素对比 %

妨碍创新工作的因素	总体		地区						规模					
			东部地区		中部地区		西部地区		大型企业		中型企业		小型企业	
	2000 年	2014 年	2000 年	2014 年	2000 年	2014 年	2000 年	2014 年	2000 年	2014 年	2000 年	2014 年	2000 年	2014 年
创新人才缺乏	59.4	60.7	60.1	59.0	59.1	63.5	58.2	65.5	63.8	71.6	59.2	63.4	56.0	57.3
创新资金引进渠道不畅	40.7	23.0	37.0	20.4	46.3	30.5	43.5	25.0	35.5	17.5	42.2	22.6	43.1	24.1
缺乏鼓励创新的社会环境	36.8	41.3	35.2	40.3	37.8	42.7	39.6	44.6	38.5	45.5	36.7	40.2	35.6	41.1
难以获得合适的技术	25.4	25.2	25.3	23.8	24.5	27.6	26.3	29.1	21.9	23.9	24.7	26.0	29.8	25.1
创新风险与收益不对称	24.7	40.2	25.3	40.8	23.5	37.1	25.4	41.2	27.4	43.3	24.5	39.8	22.7	39.8
创新动力不足	23.2	30.0	23.1	28.3	23.7	33.0	22.3	34.8	27.4	38.1	23.0	31.0	19.5	28.1
缺乏健全的创新组织体系	20.1	23.2	20.2	21.9	19.8	24.5	21.0	28.4	22.7	30.6	19.6	24.3	18.2	21.3
难以选择创新目标	20.1	22.2	19.5	22.8	20.2	21.4	21.4	20.3	17.0	20.5	19.5	20.8	24.2	23.2
知识产权保障不力	16.1	26.5	19.0	28.4	11.4	20.8	14.8	25.3	16.7	25.0	15.6	25.9	16.5	27.1

注：表中数据基于 2000 年和 2014 年两次企业经营者年度追踪调查问卷；数值为选择某类因素妨碍创新工作的企业比重，按 2000 年总体情况降序排列。

排在抑制企业创新关键要素的第三梯队。第四，企业家对行业与政策环境的准确把握，也会影响企业创新。调查表明，近六成的企业家认为“国企占较大市场份额”和“政策变化大难把握”会抑制企业创新。第五，“缺乏对创新的信心”“创新投融资机制不健全”以及“财务管理制度过严”都被企业家认为会不同程度地抑制创新，而超七成的企业家认为“民企/外企占较大市场份额”对企业创新的抑制作用“很弱”甚至“没影响”（表 2-9）。这表明，提高企业创新意愿与动力的根本在于通过改善创新环境、塑造创新文化、改变企业行为的短期导向，引导企业长期创新发展。

表 2-9 抑制创新的企业内外部因素（2017 年） %

抑制创新的企业内外部因素	很弱	较弱	没影响	较强	很强	很强 + 较强	评价值
缺乏创新人才	1.81	7.63	9.07	55.89	25.60	81.49	3.96
市场竞争秩序混乱	1.39	9.38	9.81	57.14	22.28	79.42	3.90
急功近利和短期行为的文化氛围	2.71	12.03	17.67	46.02	21.57	67.59	3.72
创新失败的风险过大	1.24	11.85	19.72	50.65	16.54	67.19	3.69
知识产权保护不力	1.96	11.85	19.57	51.03	15.60	66.63	3.66
国企占较大市场份额	2.56	9.64	30.70	35.66	21.45	57.11	3.64
政策变化大难把握	1.62	12.93	24.89	46.92	13.64	60.56	3.58
缺乏对创新的信心	2.38	16.47	23.67	47.40	10.08	57.48	3.46
创新投融资机制不健全	5.05	17.67	15.64	51.54	10.10	61.64	3.44
财务管理制度过严	2.69	16.11	48.81	27.86	4.53	32.39	3.15
民企/外企占较大市场份额	6.91	21.74	43.36	24.78	3.21	27.99	2.96

注：评价值是由（“很强”×5 + “较强”×4 + “没影响”×3 + “较弱”×2 + “很弱”）/100 计算得出的，最高为 5 分，最低为 1 分，分值越高，表示该项活动越多，反之则越少。下同。

## 第三章 |

# 学习、创新与引领

为了应对新时代环境变化带来的挑战，克服企业发展和企业家成长过程中存在的问题，适应和引领新时代高质量发展，不仅需要企业家努力提高综合素质、弘扬企业家精神、转变企业发展目标与内在动力，同时也需要得到政府部门和社会各方面的理解与支持，共同营造有利于企业持续发展和企业家健康成长的新环境。

## 第一节 企业家期待进一步深化改革，改善营商环境

### 一、营商环境与企业创新意愿关联密切

2014年调查分析了企业家对当前宏观环境的判断与企业未来创新意愿的相关关系。分析结果显示，企业家对经济体制、法律体制、政策体制、社会舆论、文化环境和市场环境六个方面的宏观环境的评价与企业未来增加创新投入、引进人才和更新设备呈正相关关系，调查表明，企业家对宏观环境的判断越有利，企业未来的创新意愿越强（表 3-1）。

表 3-1 企业家对当前宏观环境的判断与企业未来创新意愿的关系 (2014 年) %

宏观环境	很不利	较不利	一般	较有利	很有利	与企业未来创新意愿的相关性		
						创新投入意愿	引进人才意愿	更新设备意愿
经济体制	7.4	20.3	38.0	31.3	3.1	0.04	0.08***	0.06**
法律体制	6.8	22.5	46.9	21.6	2.2	0.01	0.05**	0.08***
政策体制	5.1	19.5	41.7	29.0	4.7	0.04	0.10***	0.06**
社会舆论	5.2	20.4	50.1	22.2	2.2	0.00	0.07***	0.02
文化环境	2.6	14.3	56.0	24.8	2.3	0.02	0.07***	0.05**
市场环境	5.9	23.1	39.0	27.6	4.4	0.07***	0.12***	0.05**

注：表中数据基于 2014 年企业经营者年度追踪调查问卷；第 2~6 列数据为选择相应答案的比重（%），第 7~第 9 列数据为相关系数，\*\*\* 代表  $P \leq 0.001$ ；\*\* 代表  $P \leq 0.01$ ；\* 代表  $P \leq 0.05$ 。

政府简政放权能为企业提供更多的市场机会、更公平的经营环境、更明确的市场主体权益、更透明的信用机制和更高效的法制环境。本次调查了解了企业家对 2014 年以来政府进一步加快简政放权相关措施的评价，及与企业未来创新意愿的相关关系。调查分析显示，政府简政放权的各项措施整体上都与企业未来创新意愿呈正相关关系。因此，政府加大简政放权的力度，有利于提高企业未来的创新意愿（表 3-2）。

表 3-2 政府简政放权成效与企业未来创新意愿的关系 (2014 年) %

政府简政放权有关措施	没有成效	成效较小	成效较大	成效很大	与企业未来创新意愿的相关性		
					创新投入意愿	引进人才意愿	更新设备意愿
继续放宽市场准入	9.2	43.5	40.9	6.4	0.07***	0.08***	0.04
坚决纠正妨碍竞争的规定	15.2	50.0	29.6	5.2	0.03	0.06***	0.05**
强化市场主体责任	14.6	47.9	32.6	4.9	0.03	0.06***	0.03
建立守信激励和失信惩戒机制	18.2	50.1	26.4	5.3	0.03	0.04*	0.05**
消除多头和重复执法	19.2	48.2	28.0	4.6	0.04	0.04	0.06***

注：表中数据基于 2014 年企业经营者年度追踪调查问卷；第 2~5 列数据为选择相应答案的比重（%），第 6~8 列数据为相关系数，\*\*\* 代表  $P \leq 0.001$ ；\*\* 代表  $P \leq 0.01$ ；\* 代表  $P \leq 0.05$ 。

为此，政府需要加快推进简政放权、完善法治环境，保护企业创新的权益。要进一步加快简政放权的步伐，特别是在放宽市场准入、维护公平竞争、强化市场主体责任、建立信用体系、提高执法效率等方面加大改革力度；同时加快立法步伐、加大立法力度，维护企业的正当权益和企业家的人身及财产安全；加强知识产权的保护，保障创新者的利益；加大执法力度，保证相关法规的执行落实，为企业家创业和企业创新营造一个公平、公正的法制环境和发展空间。

## 二、政府政策支持助力企业创新转型升级

为了解政府支持创新政策措施对企业未来创新意愿的影响，2014年调查了企业家对当地政府支持创新政策措施的评价，及与企业未来创新意愿的相关关系。调查分析显示，政府支持创新政策措施与企业增加创新投入和引进人才均有显著的正相关关系，但政府支持创新政策措施与企业是否将更新设备没有相关关系。政府创新政策措施的有力支持更多的是影响企业增加创新投入的信心及对人才的投资，相反，更新设备等反映企业追求产能或效率的创新投入受政府创新政策措施的影响相对较小。因此，加大创新政策支持力度，可以助力推动企业创新和转型（表 3-3）。

表 3-3 政府支持创新政策与企业未来创新意愿的关系（2014 年） %

政府支持企业创新政策	很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	与企业未来创新意愿的相关性		
						创新投入意愿	引进人才意愿	更新设备意愿
政府为企业提供了所需技术信息与支持	15.3	25.2	37.9	19.1	2.5	0.04*	0.12***	0.02
政府为企业创新提供了重要的资金支持	19.1	28.7	34.1	14.8	3.3	0.07***	0.11***	0.01

续表

政府支持企业创新政策	很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	与企业未来创新意愿的相关性		
						创新投入意愿	引进人才意愿	更新设备意愿
政府为企业吸引创新人才提供了支持	14.5	25.4	40.0	16.7	3.5	0.06***	0.11***	0.01

注：表中数据基于 2014 年企业经营者年度追踪调查问卷；第 2～6 列数据为选择相应答案的比重（%），第 7～9 列数据为相关系数，\*\*\* 代表  $P \leq 0.001$ ；\*\* 代表  $P \leq 0.01$ ；\* 代表  $P \leq 0.05$ 。

对政府政策支持与企业创新意愿的相关关系分析表明，政府营造良好创新环境与企业总体创新投入存在显著相关关系（在 0.05 水平上显著），与企业研发投入之间不存在相关关系，而与人员培训投入存在显著相关关系（在 0.01 水平上显著）（表 3-4）。

表 3-4 政府创新支持政策与企业创新的关系（2016 年） %

政府支持企业创新政策	很差	较差	较好	很好	与企业计划未来一年创新投入相关性		
					总体创新投入	研发投入	人员培训投入
研发费用税收减免	7.32	34.98	53.34	4.36	0.08***	0.05*	0.06**
土地使用等政策优惠	12.13	40.96	43.69	3.22	0.05*	~ 0.00	0.06**
推动产学研结合	6.66	38.49	50.08	4.76	0.07**	0.04	0.07**
人才政策	7.11	35.45	51.45	5.98	0.07***	0.04	0.07**

注：表中数据基于 2016 年企业家年度追踪调查问卷；第 2～5 列数据为选择相应答案的比重（%），第 6～8 列数据为相关系数，\*\*\* 代表  $P \leq 0.01$ ；\*\* 代表  $P \leq 0.05$ ；\* 代表  $P \leq 0.10$ 。

综合上述结果，政府仍需大力落实创新支持政策，同时，加快金融财税体制改革，为企业创新提供资金支持。构建多层次的金融市场体系，扩大和完善企业的直接融资渠道；规范和完善民间金融体系，逐步引导民间资本成立社区银行服务小微企业，同时加强对于民间资

本的规范与监管；切实落实税收激励政策，完善税收抵扣、减免和加速折旧等政策，加大对企业自主创新投入的所得税前抵扣力度；不断加大财政科技投入，并加强监管，确保资金用于企业创新的相关领域。

### 三、期望加大知识产权保护力度

本章对企业的外部创新环境从知识产权保护、创新支持政策和创新文化等方面进行分析。调查表明，2016年，近半数（46.92%）企业家认为所在地的知识产权保护法规比较完善，认为“十分完善”的占0.73%，“不够完善”的占46.76%，“很不完善”的占5.6%。相比于2015年的调查，企业家对于知识产权保护法规完善性的认识变化不大（表3-5）。

表 3-5 企业家对所在地知识产权保护完善程度的判断 %

地区分组	年份	十分完善	比较完善	不够完善	很不完善	评价值	与创新投入相关性分析
总体	2016	0.73	46.92	46.76	5.60	3.22	0.09***
	2015	1.40	47.20	46.90	4.50	3.18	0.06**
东部地区企业	2016	0.62	49.69	44.34	5.35	3.18	
	2015	1.50	48.70	45.20	4.60	3.16	
中部地区企业	2016	1.34	42.51	51.68	4.47	3.24	
	2015	1.20	45.30	49.00	4.50	3.21	
西部地区企业	2016	0.28	43.89	48.06	7.78	3.29	
	2015	1.70	44.10	49.70	4.50	3.21	

对企业更具实际意义的是企业所在地知识产权保护法规的执行情况。调查表明，企业家认为所在地知识产权保护法规的执行“比较严格”的占42.54%，“十分严格”的占1.57%，“不够严格”的占49.87%，“很不严格”的占6.02%，相比于2015年的调查结果没有太大变化（表3-6）。

表 3-6 企业家对所在地知识产权保护法规执行情况的判断 %

地区分组 / 年份		十分严格	比较严格	不够严格	很不严格	评价值	与创新投入相关性分析
总体	2016	1.57	42.54	49.87	6.02	3.25	0.09***
	2015	1.50	44.50	49.00	5.00	3.22	0.05*
东部地区企业	2016	1.57	42.54	49.87	6.02	3.25	
	2015	1.30	46.40	47.40	4.90	3.20	
中部地区企业	2016	1.58	38.91	54.07	5.43	3.29	
	2015	0.90	42.30	51.90	4.90	3.26	
西部地区企业	2016	2.81	38.48	50.28	8.43	3.30	
	2015	2.90	40.80	51.00	5.30	3.23	

关于知识产权保护与企业创新投入的相关关系分析表明，知识产权保护法规越完善，执行越严格，企业的创新投入就越多，企业的创新绩效也越好，两者的相关系数分别在 0.05 和 0.001 水平上显著。这些数据表明，企业家期待政府能够抓紧培育创新人才，塑造宽松的创新金融环境，打造良好的知识产权保护环境，降低企业创新风险，为充分发挥创新驱动的巨大力量而努力。

#### 四、弘扬勇担风险、宽容失败、杜绝山寨的创新文化

相关关系的分析表明，对创新失败的容忍度、鼓励冒险和开拓进取的程度能够显著正向影响企业绩效（在 0.01 水平显著）。2016 年相较于 2015 年的调查结果，企业家认为我国总体上对创新失败的容忍度有明显下降。具体而言，认为企业所在地对创新失败的容忍度“很低”的企业家占 6.45%， “较低”的占 49.53%， “较高”的占 38.89%， “很高”的占 5.14%（表 3-7）。



表 3-7 企业家对所在地创新文化的判断

%

创新文化			很低	较低	较高	很高	评价值	企业绩效
对创新失败的容忍度	总体	2016 年	6.45	49.53	38.89	5.14	3.03	0.11**
		2015 年	6.40	43.00	45.30	5.30	3.12	0.08**
	东部地区企业	2016 年	5.86	52.43	37.12	4.59	3.01	
		2015 年	6.10	40.00	48.60	5.30	3.16	
	中部地区企业	2016 年	7.03	45.35	42.4	5.22	3.07	
		2015 年	6.20	50.10	39.60	4.10	3.02	
	西部地区企业	2016 年	7.56	45.66	40.06	6.72	3.07	
		2015 年	8.00	44.10	41.10	6.80	3.08	
鼓励冒险和开拓进取的程度	总体	2016 年	5.43	33.42	54.05	7.10	3.29	0.10**
		2015 年	8.80	54.40	32.20	4.60	2.91	0.14**
	东部地区企业	2016 年	4.82	33.84	54.55	6.79	3.29	
		2015 年	8.60	53.00	33.90	4.50	2.93	
	中部地区企业	2016 年	5.69	32.35	55.13	6.83	3.29	
		2015 年	8.10	57.90	29.00	5.00	2.89	
	西部地区企业	2016 年	7.02	33.43	51.12	8.43	3.26	
		2015 年	10.30	54.80	30.30	4.60	2.87	

注：“对创新失败的容忍度”及“鼓励冒险和开拓进取的程度”的评价值是由（“很高”×4 + “较高”×3 + “较低”×2 + “很低”）/100×1.25 计算得出的，最高为 5 分，最低为 1 分，分值越高，表示企业对创新失败的容忍度、鼓励冒险和开拓进取的程度越高，反之则越低。

对企业所在地鼓励冒险和开拓进取程度的调查表明，认为企业所在地鼓励冒险和开拓进取的程度“很低”的企业家占 5.43%， “较低”的占 33.42%， “较高”的占 54.05%， “很高”的占 7.1%。总体而言，相较于 2015 年，2016 年社会对冒险和开拓进取的鼓励程度呈显著增长态势（表 3-7）。

相关关系的分析也表明，对“山寨”产品的接受程度和企业间产品模仿程度与企业绩效呈显著负相关（在 0.01 水平显著）。调查显示，超过六成企业家表示企业所在地对“山寨”产品的接受程度较低和很低，

相较于 2015 年的调查结果呈微弱改善趋势（表 3-8）。

对企业间产品模仿程度的调查显示，认为企业间产品模仿程度“很普遍”的企业家占 17.4%，“较普遍”的占 60.92%，“较少见”的占 19.54%，“很少见”的占 2.14%，说明总体上企业间产品模仿的程度很高，并且相较于 2015 年的调查没有结果显著改善（表 3-8）。

表 3-8 企业家对所在地“山寨”产品的接受程度和企业间相互模仿程度的判断 %

对“山寨”和模仿的接受程度		年份	很高	较高	较低	很低	评价值	企业绩效
对“山寨”产品的接受程度	总体	2016	3.00	34.51	44.40	18.10	3.47	-0.07**
		2015	2.60	38.30	42.90	16.20	3.41	0.03
	东部地区企业	2016	2.71	31.46	48.19	17.63	3.51	
		2015	2.20	35.90	45.50	16.40	3.45	
	中部地区企业	2016	3.19	38.95	39.86	18.00	3.41	
		2015	2.60	41.10	38.90	17.40	3.39	
	西部地区企业	2016	3.65	38.48	38.20	19.66	3.42	
		2015	4.10	43.00	38.70	14.20	3.29	
		年份	很普遍	较普遍	较少见	很少见	评价值	企业绩效
企业间产品模仿程度	总体	2016	17.40	60.92	19.54	2.14	2.58	-0.08**
		2015	18.90	61.70	16.40	3.00	2.54	-0.037
	东部地区企业	2016	18.05	62.20	17.69	2.06	2.55	
		2015	19.10	62.30	16.10	2.50	2.53	
	中部地区企业	2016	17.79	60.59	19.37	2.25	2.58	
		2015	19.60	58.90	18.00	3.50	2.57	
	西部地区企业	2016	14.81	57.26	25.64	2.28	2.69	
		2015	17.00	63.50	15.40	4.10	2.58	

注：1.“对‘山寨’产品的接受程度”的评价值是由（“很低”×4 + “较低”×3 + “较高”×2 + “很高”）/100×1.25 计算得出的，最高为 5 分，最低为 1 分，分值越高，表示企业对山寨产品的接受程度越低，反之则越高。

2.“企业间产品模仿程度”的评价值是由（“很少见”×4 + “较少见”×3 + “较普遍”×2 + “很普遍”）/100×1.25 计算得出的，最高为 5 分，最低为 1 分，分值越高，表示企业间产品模仿程度越低，反之则越高。

## 第二节 开拓创新，促进企业高质量发展

### 一、改变短期行为导向，注重企业可持续发展

短期行为导向不仅在区域层面上存在，而且在企业内部也不利于企业的长期发展。中国企业家调查系统课题组在 2015—2017 年连续对企业的短期行为进行了追踪观测。调查结果显示，我国大部分企业有中长期发展规划。具体而言，平均只有 9.8% 的企业没有企业发展规划，而发展规划在“3 年以内”的比重平均占 40.2%，在“5 年以内”的比重平均占 28.3%（表 3-9）。

表 3-9 企业发展规划的目标期限 %

短期行为导向	年份	没有规划	1 年以内	3 年以内	5 年以内	10 年以内	10 年以上	创新投入	创新绩效
发展规划的目标期限	2017	10.0	14.0	40.7	25.2	5.8	4.4	0.22 <sup>***</sup>	0.12 <sup>***</sup>
	2016	12.8	12.9	35.3	30.1	5.1	3.7	0.18 <sup>***</sup>	0.12 <sup>***</sup>
	2015	6.6	6.0	44.7	29.6	6.2	6.8	0.19 <sup>***</sup>	0.11 <sup>***</sup>
短期资源分配	年份	是	否	创新投入	创新绩效				
分配资源实现短期获利比实现长期发展更重要	2017	35.0	65.0	-0.15 <sup>***</sup>	-0.07 <sup>**</sup>				
	2016	43.0	57.0	-0.18 <sup>**</sup>	-0.09 <sup>***</sup>				
	2015	34.8	65.2	-0.14 <sup>**</sup>	-0.07 <sup>***</sup>				
“赢在当下”比长期竞争优势更重要	2017	38.9	61.1	-0.14 <sup>**</sup>	-0.05 <sup>*</sup>				
	2016	43.7	56.3	-0.15 <sup>***</sup>	-0.07 <sup>**</sup>				
	2015	38.3	61.7	-0.15 <sup>***</sup>	-0.05 <sup>*</sup>				

相关关系分析表明，企业的发展规划越长期，企业的创新投入越多，企业创新绩效也就越好，连续 3 年的相关系数都稳定在 0.001 水平上

显著。同时，调查显示，仍有平均 37.6% 的企业家认为，“分配资源实现短期获利比实现长期发展更重要”，这一类企业不仅在创新投入上较少，而且在下一年度的创新绩效上表现较差（在 0.01 或 0.001 水平上统计显著）。此外，也有平均 40.3% 的企业家赞同“‘赢在当下’比长期竞争优势更重要”，这类短期导向的企业创新投入较少，同样也在下一年度的创新绩效表现较差（在 0.05 或 0.01 水平上统计显著）。这些数据表明，提高企业创新意愿与绩效的根本在于企业自身改变短期导向的行为，制定长期发展规划，将资源分配到有利于长远发展的方向上。

## 二、多措并举，促进创新水平不断提高

中国企业家调查系统课题组 2015 年开始依据国内外企业创新研究的经典理论框架，构建了“中国企业创新动向指数”，并于 2016 年首次发布。在此基础上，2018 年继续推出“中国企业创新动向指数”，数据基于 2017 年调研数据。在构建“中国企业创新动向指数”时，我们力求使“中国企业创新动向指数”能够尽量反映当前经济社会形势下企业对创新环境的解读、创新投入的意愿、创新管理的实践以及创新效果的满意程度（详细指标体系见附录二）。

调查显示，2017 年“中国企业创新动向指数”得分为 56.06。历史数据表明，2015 年企业创新动向指数的得分是 54.95，说明我国企业已持续迈入创新活跃期<sup>①</sup>。

---

① 参照世界知识产权组织关于全球创新指数的构建，我们利用阈值法构建无量纲创新动向指数各指标。由于企业家对每道问题的打分在 1 ~ 5，创新动向指数的临界值为 50 分，即  $\frac{3-1}{5-1} \times 100$ 。我们认为，创新活跃期的判断标准可以以创新动向指数得分 50 分为界线，大于 50 分表明企业进入创新活跃期。这一论断与我国研发投入占 GDP 比重从 2014 年达到 2.1%，国家迈入创新活跃期的现实相一致。具体指标计算详见附录二。

值得注意的是，对比不同经济类型企业，国有企业创新投入意愿仍高于非国有企业，并且两者的差距不断拉大，得分从相差 4.64 扩大到 5.33；对比不同规模企业，大型企业创新投入意愿仍明显高于中小型企业，两者的差距也在不断扩大，得分从相差 7.04 扩大到 8.68；对比不同发展阶段的企业，创业成长期企业创新投入意愿仍高于成熟期企业，并且两者的差距不断拉大，得分从相差 4.83 扩大到 7.25（表 3-10）。这些数据表明，创新投入的体制、规模及发展阶段差异进一步拉大，未来企业的“跟跑、并跑和领跑”划分将更加明显。一旦在创新分化的过程中没有跟上，企业在未来很难再有领先的可能。

2015—2017 年连续三年对创新在企业生产经营各方面表现所起作用的调查表明，企业家认为创新对于企业八个方面的作用都较为显著，这说明企业越来越需要依赖创新参与竞争。其中，企业家认为创新对于企业“提高了产品或服务质量”和“提高了对健康和安全的影响”方面的作用最为显著，平均评价值分别为 3.64 和 3.56；其次是“提高了生产或服务在业务流程上的灵活性”“进入了新市场或提高了市场份额”“扩大了产品或服务的类别”；其他依次是“降低了对环境的负面影响”“降低了单位产出的材料和能源的消耗”和“降低了单位产出的劳动力成本”。数据表明，企业创新实效更多体现在提高产品或服务质量等增加价值的这一端，而较少体现在降低成本、提高效率等方面，说明企业创新的成效结构正在逐渐优化（表 3-11）。

表 3-10 创新动向指数总体情况

创新动向指数及 指标	创新动向指数		创新环境		创新潜力		创新投入		创新战略		创新效果	
	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015
调查年份	56.06	54.95	45.33	45.33	65.63	64.68	62.61	67.83	46.99	38.60	59.74	58.33
总体	56.53	57.19	45.88	46.61	67.19	65.25	64.72	71.90	44.58	43.89	60.29	58.30
国有企业	55.86	54.41	45.21	45.06	65.39	64.38	62.65	67.26	46.61	37.29	59.42	58.04
大型企业	60.93	61.1	46.54	46.34	70.96	69.1	68.79	74.21	54.85	50.29	63.53	65.54
中小型企业	55.59	54.3	45.20	45.21	65.08	64.21	61.99	67.17	46.30	37.37	59.36	57.55
创业成长长期企业	57.64	57.03	45.18	45.45	67.86	66.7	63.88	71.43	48.92	40.99	62.36	60.60
成熟期企业	55.94	54.83	45.63	45.22	65.29	64.67	62.92	66.60	46.91	38.98	58.95	58.69
滞缓期企业	49.83	47.38	45.24	45.44	57.76	57.28	55.61	57.20	39.53	28.30	51.01	48.67
资源密集型行业	55.72	54.97	44.74	45.05	65.55	65.43	62.26	66.27	46.30	38.59	59.75	59.52
劳动密集型行业	54.63	53.49	45.73	45.58	64.89	64.10	60.15	66.54	45.09	35.28	57.31	55.94
技术密集型行业	57.72	56.63	45.77	45.72	66.23	64.86	64.81	70.56	50.25	42.42	61.56	59.57

表 3-11 创新在以下各方面表现起到的作用

%

创新表现 / 年份		没有作用	较小	中等	较大	作用很大	评价值
扩大了产品或服务的类别	2017	2.5	14.5	37.0	37.2	8.8	3.35
	2016	2.6	10.6	32.8	45.4	8.6	3.47
	2015	3.2	16.4	36.3	35.3	8.7	3.30
进入了新市场或提高了市场份额	2017	2.2	16.2	34.7	37.3	9.6	3.36
	2016	2.6	11.1	30.7	45.7	9.9	3.49
	2015	4.6	17.6	35.8	34.0	8.0	3.23
提高了产品或服务的质量	2017	0.9	6.5	32.0	48.3	12.3	3.65
	2016	1.2	4.6	23.9	56.8	13.5	3.77
	2015	2.1	9.3	35.0	44.0	9.6	3.50
提高了生产或服务在业务流程上的灵活性	2017	1.6	11.2	39.2	39.3	8.7	3.42
	2016	1.7	7.1	38.4	44.0	8.8	3.51
	2015	2.7	11.7	42.3	36.2	7.1	3.33
降低了单位产出的劳动力成本	2017	4.5	22.4	39.6	27.4	6.2	3.09
	2016	2.9	16.2	37.7	35.8	7.4	3.29
	2015	5.8	21.5	41.8	25.6	5.3	3.03
降低了单位产出的材料和能源的消耗	2017	4.5	22.6	42.2	24.1	6.6	3.06
	2016	2.9	15.1	38.9	35.7	7.5	3.30
	2015	4.7	19.9	41.4	28.6	5.4	3.10
降低了对环境的负面影响	2017	3.3	12.1	35.9	38.3	10.4	3.40
	2016	3.2	10.3	36.0	39.2	11.4	3.46
	2015	4.4	13.1	36.4	36.6	9.5	3.34
提高了对健康和安全的影 响	2017	2.2	9.2	32.9	42.7	12.9	3.55
	2016	2.7	6.4	31.4	44.0	15.5	3.63
	2015	3.6	9.7	33.3	40.7	12.8	3.50

企业创新投入是为了在未来能够提供有创新性和竞争力的产品与服务，并获得更好的经营绩效。调查分析了 2008 年到 2014 年期间，连续两年参加问卷调查的企业，其前一年创新意愿及其实际研发费用投入占销售收入比重、大学生员工占比、研发投入及新产品销售占比

的变化情况等，与第二年的盈利情况、生产状况以及创新绩效的相关关系。总体而言，在前一年调查中表示有增加创新投入和引进创新人才意愿的企业，其在第二年的创新产出（新产品销售比重的变化情况）显著好于在前一年调查中表示没有增加创新投入和引进创新人才意愿的企业。同时，企业前一年研发投入的增加对促进企业第二年的创新产出有显著的正向作用。企业前一年的更新设备意愿、大学生员工占比与实际研发费用占销售收入比重的提高，同样可以促进企业第二年的创新产出。调查分析表明，企业创新意愿及创新投入对企业经营绩效和创新产出均有较为显著的正向影响（表 3-12）。

表 3-12 企业前一年创新意愿及创新投入与企业第二年创新产出的相关性

第二年 新产品比重	前一年创新意愿			前一年大学 以上员工 比重	前一年研发 投入比重
	增加创新 投入	引进人才	更新设备		
2014	0.11***	0.06*	0.04	0.04	0.30***
2013	0.17***	0.05	0.08**	0.06*	0.29***
2012	0.18***	0.15***	0.02	0.12***	0.34***
2011	0.23***	0.10***	0.07*	0.04	0.36***
2010	0.23***	0.06	0.07*	0.07*	0.32***
2009	0.08**	0.08**	0.03	0.10***	0.21***

注：表中数据基于 2008—2014 年企业经营者年度追踪调查问卷；前一年和第二年数据分别基于相邻两年的调查问卷；第 2～6 列数据为相关系数，\*\*\* 代表  $P \leq 0.001$ ；\*\* 代表  $P \leq 0.01$ ；\* 代表  $P \leq 0.05$ 。

此外，我们还对同时参与 2013 年和 2014 年调查的 1 376 家企业的数据做了进一步回归分析，在控制了企业所在行业、企业规模（企业员工数）、企业类型（国有企业、民营企业、外商及中国港澳台投资企业）、企业实际研发投入等因素之后，分析结果表明，有创新意愿的企业比没有创新意愿的企业在下一年度的新产品销售收入占总销售收入的比重上高 2.5%～6.1%。



调查分析发现，前一年有引进创新人才意愿的企业，其第二年的生产状况（停产、半停产、正常运作、超负荷生产）显著好于前一年表示没有引进创新人才意愿的企业。在多数年份中，企业前一年所表现出的增加创新投入意愿或更新设备意愿，对企业第二年的生产状况同样有促进作用，但效果并不显著。同时，前一年创新投入增加及新产品销售比重增加的企业第二年的生产状况显著较好。近三年来，提高大学生员工占比对企业第二年的生产状况有较为显著的促进作用（表 3-13）。

表 3-13 前一年企业创新意愿及创新投入与第二年企业生产状况的相关性

第二年 生产状况	前一年创新意愿			前一年 大学以上 员工比重	前一年 研发投入 比重	前一年新 产品比重
	增加创新 投入	引进人才	更新设备			
2014	0.06**	0.12***	0.02	0.11***	0.22***	0.16***
2013	0.04	0.10***	0.05	0.12***	0.19***	0.20***
2012	0.04	0.13***	0.02	0.06*	0.18***	0.10***
2011	0.04	0.07*	0.01	0.06	0.15***	0.13***
2010	0.05	0.03	0.04	0.06	0.19***	0.22***
2009	0.04	0.09**	0.03	0.09**	0.06	0.06

注：表中数据基于 2008—2014 年企业经营者年度追踪调查问卷；前一年和第二年数据分别基于相邻两年的调查问卷；第 2～7 列数据为相关系数，\*\*\* 代表  $P \leq 0.001$ ；\*\* 代表  $P \leq 0.01$ ；\* 代表  $P \leq 0.05$ 。

调查分析还发现，前一年有增加创新投入和引进创新人才意愿的企业，其第二年的盈利状况（严重亏损、亏损、收支平衡、略有盈余、较大盈利）显著好于前一年调查中表示没有增加创新投入和引进创新人才意愿的企业。在多数年份中，大学生员工占比对企业第二年的盈利状况同样有促进作用。更为重要的是，在前一年研发投入增加及新产品销售比重增加的企业，第二年的盈利状况显著较好，表明企业创新投入对其经营绩效有正向的促进作用（表 3-14）。

表 3-14 前一年企业创新意愿及创新投入与第二年企业盈利状况的相关性

第二年 盈利状况	前一年创新意愿			前一年 大学以上 员工比重	前一年 研发投入 比重	前一年新 产品比重
	增加创新 投入	引进人才	更新设备			
2014	0.06**	0.13***	0.03	0.04	0.23***	0.16***
2013	0.10***	0.11***	0.08**	0.10***	0.21***	0.20***
2012	0.10***	0.07**	0	0.08**	0.22***	0.22***
2011	0.12***	0.04	0.03	0.13***	0.17***	0.17***
2010	0.11***	0.07*	0.09**	0.04	0.18***	0.16***
2009	0.03	0.04	0	0.05	0.13***	0.13***

注：表中数据基于 2008—2014 年企业经营者年度追踪调查问卷；前一年和第二年数据分别基于相邻两年的调查问卷；第 2～7 列数据为相关系数，\*\*\* 代表  $P \leq 0.001$ ；\*\* 代表  $P \leq 0.01$ ；\* 代表  $P \leq 0.05$ 。

### 三、促进创新与企业盈利增长的良性循环

2017 年关于企业家所关注的企业生产经营活动的调查显示，总体而言，企业家较为关注的生产经营活动依次是：利润增长（70.94%）、市场开拓（59.61%）、员工满意度（54.45%）、营业收入增长（46.78%）以及新产品开发（46.78%）。但是，利用相关关系分析，我们发现，对利润增长、员工满意度以及营业收入增长的关注，与企业绩效之间的关系统计上并没有显著性。对资产保值增值的过度关注甚至会损害企业绩效（显著负相关，在 0.01 水平上显著）。相反，对新产品开发、环境保护和顾客满意度的关注，能够显著提高企业绩效。数据表明，企业在当前环境下需要对利益相关者的权衡作出较好的平衡，尤其是需要注重内涵式发展，而不能仅仅关注短期利润本身（表 3-15）。

表 3-15 企业发展过程中关注的生产经营活动 (2017 年) %

关注的生产经营活动	总体	经济类型			发展阶段				企业绩效
		国有企业	民营企业	外资企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期	
利润增长	70.94	73.74	70.99	75.47	70.10	71.26	70.37	69.85	0.018
市场开拓	59.61	71.72	59.48	43.40	62.89	62.35	58.59	51.47	0.065*
员工满意度	54.45	64.65	61.37	69.81	49.48	61.51	63.64	66.18	0.028
营业收入增长	46.78	40.40	47.98	47.17	45.36	47.39	46.30	50.00	-0.050
新产品开发	46.78	41.41	46.70	33.96	41.24	50.25	51.68	33.82	0.081**
资产保值增值	30.48	43.43	29.96	24.53	28.87	29.24	30.64	38.24	-0.086**
顾客满意度	26.75	59.60	75.28	75.47	75.26	74.29	74.75	70.59	0.086**
环境保护	23.96	24.24	27.12	24.53	19.59	24.87	28.96	26.47	0.058*
税收增长	11.00	3.03	12.36	7.55	12.37	11.60	10.27	10.29	0.046
就业	5.84	8.08	5.24	28.30	7.22	5.21	5.39	9.56	-0.050
供应商满意度	2.58	10.10	13.65	20.75	18.56	14.79	11.11	17.65	-0.001

对于企业未来发展方向的展望,近七成企业首先朝着“使顾客满意”的方向努力,其次是“使员工幸福”,随后分别是“品牌化”“造福社会”“科技创新”“环境友好”,标志着中国企业朝着好的方向发展,有利于解决我国社会的主要矛盾,实现经济社会发展的平衡性和充分性(表 3-16)。

表 3-16 对企业未来发展方向的预计 (2017 年) %

企业未来发展方向	总体	经济类型			发展阶段			
		国有企业	民营企业	外资企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期
使顾客满意	69.88	65.00	71.12	81.13	59.78	66.55	75.17	71.43
使员工幸福	64.61	65.00	65.57	64.15	48.91	63.85	68.75	60.90

续表

企业未来发展方向	总体	经济类型			发展阶段			
		国有企业	民营企业	外资企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期
品牌化	38.65	33.00	39.29	28.30	41.30	42.40	37.33	25.56
造福社会	37.75	34.00	38.77	32.08	43.48	41.05	34.97	34.59
科技创新	37.54	42.00	35.56	35.85	28.26	42.74	36.82	27.07
环境友好	33.87	38.00	33.82	39.62	16.30	29.56	40.88	34.59
财务健康	31.44	22.00	32.44	39.62	32.61	28.89	33.78	30.08
人工智能化	20.06	13.00	19.95	11.32	11.96	23.82	18.07	18.80
使供应商满意	19.64	15.00	19.60	26.42	15.22	19.59	19.76	21.05
国际化	19.57	26.00	18.65	20.75	13.04	21.11	20.44	14.29
多元化	16.38	13.00	16.65	9.43	21.74	18.75	14.36	9.02
偏服务型企业	14.64	18.00	14.83	13.21	25.00	16.72	11.15	15.04
业务集中	14.23	22.00	13.53	20.75	9.78	12.84	16.22	15.79
开放自由	6.66	8.00	6.42	3.77	16.30	6.59	6.25	3.01
其他	0.35	2.00	0.26	0.00	0.00	0.17	0.34	1.50

关于未来企业转型升级的方向，2017年调查结果显示，企业家选择比重最高的前三位是：“做精核心业务”（58.96%）、“数量增长转向质量增长”（54.12%）和“传统转向人工智能”（44.01%），其余依次是“供给导向转向需求导向”（34.60%）、“重资产转向轻资产”（20.69%）、“依靠政府转向依靠市场”（19.31%）、“制造业转向服务业”（17.30%）、“金融创新”（13.36%）、“实体经济转向虚拟经济”（7.47%）等（表 3-17、表 3-18）。

表 3-17 关于未来企业转型升级方向的判断

(2017 年, 按经济类型与发展阶段分组)

%

企业转型升级方向	总体	经济类型			发展阶段			
		国有企业	民营企业	外资企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期
做精核心业务	58.96	53.00	59.62	69.23	58.70	57.44	63.48	47.76
数量增长转向质量增长	54.12	53.00	55.16	59.62	39.13	51.11	57.34	65.67
传统转向人工智能	44.01	39.00	43.79	51.92	40.22	47.18	42.32	39.55
供给导向转向需求导向	34.60	42.00	34.00	38.46	23.91	34.02	34.98	41.04
重资产转向轻资产	20.69	18.00	20.45	11.54	28.26	20.85	18.60	24.63
依靠政府转向依靠市场	19.31	25.00	19.41	15.38	21.74	18.29	19.11	23.13
制造业转向服务业	17.30	20.00	17.40	21.15	21.74	17.61	16.21	18.66
金融创新	13.36	19.00	12.67	1.92	20.65	15.90	11.77	5.97
实体经济转向虚拟经济	7.47	10.00	6.99	3.85	11.96	9.23	5.29	5.97
其他	1.18	2.00	1.22	0.00	1.09	0.68	1.54	1.49

表 3-18 关于未来企业转型升级方向的判断

(2017 年, 按地区与规模分组)

%

企业转型升级方向	总体	地区			规模		
		东部地区	中部地区	西部地区	大型企业	中型企业	小型企业
做精核心业务	58.96	60.35	57.91	54.87	74.17	59.33	56.44
数量增长转向质量增长	54.12	54.49	52.53	54.87	59.60	59.05	51.18
传统转向人工智能	44.01	46.73	42.09	35.84	37.09	42.62	45.60
供给导向转向需求导向	34.60	34.00	35.76	35.40	40.40	40.67	31.33
重资产转向轻资产	20.69	19.16	22.78	23.89	19.87	21.17	20.71

续表

企业转型升级方向	总体	地 区			规 模		
		东部地区	中部地区	西部地区	大型企业	中型企业	小型企业
依靠政府转向依靠市场	19.31	18.27	21.20	20.80	15.23	18.94	20.17
制造业转向服务业	17.30	15.84	16.77	23.89	7.95	14.21	20.06
金融创新	13.36	11.85	15.19	16.81	15.23	14.48	12.55
实体经济转向虚拟经济	7.47	7.31	7.59	7.96	2.65	8.08	8.05
其他	1.18	1.11	0.95	1.77	1.99	1.11	1.07

### 第三节 终身学习，弘扬企业家精神

#### 一、多数企业家积极顺应环境变化

把握和适应新时代的首要任务是认清形势、熟知新的环境特性。2017年关于企业家认识当前环境的调查表明，80%以上的企业家同意“应对当前环境需要新思路、新办法”以及“企业家需要转变角色，虚心学习”，评价价值分别为4.10和4.19。同时，55.6%的企业家认为，“企业要积极主动影响国家政策，营造环境”（评价价值为3.56），民营企业主动影响的意愿较高。

调查表明，虽然绝大多数企业家意识到需要作出改变，但是仍有一大部分企业家还持等待、观望的态度（表3-19）。

表 3-19 企业家对有关环境应对描述的认同程度（2017年） %

应对环境的措施		很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	评价价值
应对当前环境需要 新思路、新办法	总体	0.50	2.60	13.90	52.40	30.60	4.10
	国有企业	0.00	3.00	11.00	51.00	35.00	4.18
	民营企业	0.70	2.00	14.20	52.90	30.20	4.10
	外资企业	0.00	3.80	5.70	56.60	34.00	4.21

续表

应对环境的措施		很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	评价值
企业要积极主动影响国家政策，营造环境	总体	4.30	10.00	30.20	37.30	18.30	3.56
	国有企业	2.00	14.00	31.00	39.00	14.00	3.49
	民营企业	4.50	9.50	29.30	37.60	19.10	3.57
	外资企业	1.90	11.30	45.30	30.20	11.30	3.38
企业家需要转变角色，虚心学习	总体	0.70	1.70	12.00	49.50	36.20	4.19
	国有企业	0.00	1.00	13.00	58.00	28.00	4.13
	民营企业	0.90	1.70	12.50	47.20	37.70	4.19
	外资企业	0.00	0.00	5.70	69.80	24.50	4.19
我对新一代年轻创业者很有信心	总体	1.80	6.10	27.70	40.40	24.00	3.79
	国有企业	0.00	2.00	23.20	49.50	25.30	3.98
	民营企业	2.20	6.50	28.30	39.50	23.50	3.76
	外资企业	1.90	7.50	28.30	47.20	15.10	3.66

## 二、强化企业家身份认同，坚定企业创新发展信念

创新是企业长期发展的动力，它反映了企业家对企业未来增长的信心和自身发展的信念。对企业未来增长没有信心的企业家不会把大量资源投入回报期长的创新活动中，而对企业家群体未来发展信念不确定的企业家也不会把精力花在创新活动上。

调查从企业家对企业家群体前途的信心和所从事的事业的信心两方面，衡量了企业家对未来的信心。调查分析表明，总体而言，身份认同越高的企业家未来增加创新投入、引进创新人才和更新设备的可能性越高（表 3-20）。

表 3-20 企业家信心与企业未来创新意愿的关系（2014 年） %

对企业家群体前途的信心	很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	与企业未来创新意愿的相关性		
						创新投入意愿	引进人才意愿	更新设备意愿
愿意做实业的企业家越来越少	2.9	11.0	18.3	45.5	22.4	-0.02	-0.08***	0.01
再给我一次机会，我仍愿意做企业家	7.3	12.0	20.7	42.2	17.8	0.07***	0.11***	0.01
我希望我的子女成为企业家	9.0	18.3	35.6	26.6	10.4	0.06**	0.12***	0.07***
企业家对所从事的事业的信心	很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	与企业未来创新意愿的相关性		
						创新投入意愿	引进人才意愿	更新设备意愿
我对自己现在的事业不感兴趣	38.5	37.4	15.6	6.5	2.0	-0.10***	-0.09***	-0.01
我觉得自己的事业很有意义	0.7	2.1	17.1	48.5	31.6	0.11***	0.12***	0.01
我经常感到很有成就感	2.1	8.6	33.1	43.3	12.9	0.05**	0.08***	0.01

注：表中数据基于 2014 年企业经营者年度追踪调查问卷；第 2～6 列数据为选择相应答案的比重（%），第 7～9 列数据为相关系数，\*\*\* 代表  $P \leq 0.001$ ；\*\* 代表  $P \leq 0.01$ ；\* 代表  $P \leq 0.05$ 。

### 三、面临新时代的挑战，企业家综合素质亟待提升

企业家面对困惑时，通常会寻求商业之外的思想资源的支持，这些思想资源主要包括：科学、哲学、历史、艺术和宗教等。调查结果显示，企业家选择比重较高的是：科学（76.76%）、哲学（65.41%）、历史（63.70%）和儒家（41.42%），其余依次是佛教、兵家、道教、艺术等（表 3-21）。



表 3-21 面临困惑时企业家常常从以下思想资源寻求支持 (2017 年) %

思想资源	总体	经济类型			发展阶段			
		国有企业	民营企业	外资企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期
科学	76.76	80.00	77.23	76.92	72.04	76.33	77.42	77.78
哲学	65.41	75.00	65.29	55.77	59.14	64.17	67.74	65.19
历史	63.70	76.00	63.49	69.23	72.04	61.33	64.18	68.15
儒家	41.42	43.00	42.27	40.38	32.26	41.00	45.33	31.11
佛教	23.10	18.00	23.71	36.54	23.66	24.50	22.41	14.81
兵家	21.12	19.00	21.65	15.38	16.13	19.83	22.92	20.00
道教	18.59	16.00	18.56	17.31	23.66	20.50	16.13	19.26
艺术	17.70	19.00	17.44	7.69	25.81	19.00	16.81	10.37
法家	9.91	15.00	9.71	13.46	6.45	8.33	11.21	12.59
宗教	6.29	3.00	6.87	7.69	9.68	6.00	6.11	7.41
其他	2.73	2.00	2.84	0.00	1.08	2.83	2.89	3.70
墨家	1.78	0.00	1.80	1.92	1.08	2.00	1.70	1.48
基督教	1.64	1.00	1.72	3.85	1.08	1.17	1.87	8.15
天主教	0.27	1.00	0.09	0.00	0.00	0.33	0.51	0.00
伊斯兰教	0.21	0.00	0.17	0.00	1.08	0.17	0.00	1.48

此外, 2017 年的调查数据也显示, 企业家认为自己最需加强的能力第一名是“创新能力”(49.37%), 第二名是“把握方向能力”(48.89%), 第三名是“组织管理能力”。这和企业面临的新时代环境有关: 环境易变, 不确定性高, 越来越复杂, 同时迫使企业不得不创新(表 3-22)。

表 3-22 企业家需要提升的能力或素质 (2017 年) %

需提升的能力或素质	总体	经济类型			发展阶段			
		国有企业	民营企业	外资企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期
创新能力	49.37	58.95	46.94	65.38	49.46	48.26	50.51	51.15
把握方向能力	48.89	44.21	49.47	57.69	44.09	48.78	51.19	42.75
组织管理能力	45.61	38.95	46.32	48.08	45.16	46.17	45.73	41.22

续表

需提升的能力 或素质	总体	经济类型			发展阶段			
		国有企业	民营企业	外资企业	创业期	成长期	成熟期	衰退期
决策能力	41.57	48.42	41.86	36.54	35.48	37.63	44.88	45.04
资源整合能力	31.82	33.68	31.35	28.85	40.86	37.63	27.47	22.90
应对危机能力	26.11	17.89	27.41	21.15	23.66	23.87	27.30	36.64
资本运作能力	23.12	23.16	23.29	17.31	30.11	26.83	18.60	21.37
抗压耐挫能力	21.10	21.05	21.54	19.23	18.28	17.42	22.70	32.06
并购整合能力	3.41	6.32	2.89	1.92	4.30	3.14	3.24	3.05

#### 四、企业家从关注规模和速度转向质量与效益

企业家对自身行为特征描述的认同程度的调查表明，超过六成企业家认为，“变化有利于我的企业”（评价值为 3.76）以及“能够随时从容地应对变化”（评价值为 3.76）。同时，超五成企业家表示，“我对企业中发生的任何变化都开诚布公”（评价值为 3.66）。这种主动拥抱变化，对变化泰然处之的态度，都能显著促进企业绩效（在 0.01 水平上显著）。此外，“事情的重要程度优先于事情的紧急程度”，也与企业绩效显著正相关，表明企业家应该改进工作方式，从原来关注紧急事务的“救火队长”的角色转变过来，着重思考企业的重大发展方向，关注那些对企业发展有重大影响的事情，从效率观转变为效果观（表 3-23）。

表 3-23 企业家对自身行为特征的描述（2017 年） %

自身行为特征		很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	评价值	企业绩效
我对企业中发生的任何变化都开诚布公	总体	1.60	10.90	23.10	48.00	16.30	3.66	0.18*
	国有企业	2.00	8.00	23.00	53.00	14.00	3.69	
	民营企业	1.80	10.80	22.60	47.90	16.90	3.67	
	外资企业	0.00	13.20	17.00	52.80	17.00	3.74	

续表

自身行为特征		很不同意	较不同意	中立	较同意	很同意	评价值	企业绩效
我总是期待着我的工作角色能发生变化	总体	3.90	14.40	37.50	34.60	9.60	3.32	0.09**
	国有企业	1.00	17.20	40.40	35.40	6.10	3.29	
	民营企业	4.10	14.70	35.50	35.50	10.20	3.33	
	外资企业	0.00	17.60	39.20	39.20	3.90	3.29	
我认为变化有利于我的企业	总体	1.10	5.00	27.20	50.20	16.50	3.76	0.18**
	国有企业	0.00	1.00	31.30	53.50	14.10	3.80	
	民营企业	1.10	4.90	25.10	51.50	17.40	3.79	
	外资企业	0.00	7.50	41.50	39.60	11.30	3.54	
我能够随时从容地应对变化	总体	0.60	4.50	27.20	53.40	14.30	3.76	0.31**
	国有企业	0.00	3.00	26.00	58.00	13.00	3.81	
	民营企业	0.80	4.50	27.80	52.70	14.20	3.75	
	外资企业	0.00	7.50	24.50	58.50	9.40	3.70	
事情的重要程度优先于事情的紧急程度	总体	3.60	12.60	28.60	40.20	14.90	3.50	0.13**
	国有企业	6.10	8.10	43.40	30.30	12.10	3.34	
	民营企业	3.80	12.50	27.40	41.30	15.00	3.51	
	外资企业	0.00	11.30	28.30	43.40	17.00	3.66	

2013年的调查了解了企业家对于“能够领导企业在未来持续健康发展的企业家最应该具备的特质”的看法(图3-1)。调查分析发现,选择比重超过20%的有11项特质,而其中最重要的是团队影响力,包括“领导团队合作”“有效激励员工”“包容尊重不同意见”等。企业的创新和发展模式转变是一项艰巨持久的系统工程,需要企业付出长期的努力和较高的成本,需要得到管理团队和全体员工的大力支持。其次是战略领导力,尤其是“全球思维与战略眼光”。如上所述,大多数企业家认识到,要建立“创新和应变优势”,亟待提高“国际市场的竞争力”。以往靠价格优势进军国际市场的做法已经无法持续,企业家需要了解国际市场的新趋势和新需求,通过新的战略定位,为国际市场提供新价值,为中国企业在全球市场建立新优势。

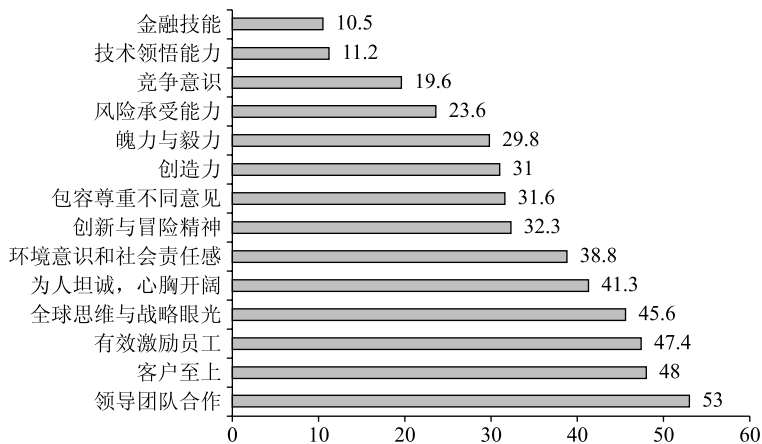


图 3-1 能够领导企业持续健康发展的企业家最应具备的特质 (2013 年, %)

创新战略是保障企业进行充分创新投入和取得良好创新成果的关键因素。企业仍需要加强战略领导力, 如果资源分配不当, 创新战略也有可能伤害企业绩效。为此, 本书考察了两种创新战略类型: 渐进式创新战略和突破式创新战略<sup>①</sup>。调查结果显示, 36.4%的企业采取渐进式与突破式创新并重的创新模式, 而采取渐进式创新模式为主导的企业(28.6%)比采取突破式创新模式为主导的企业(8.3%)多 20 个百分点。此外, 尚有 26.7%的企业没有明确的创新模式。调查表明, 我国企业在创新模式方面主要以渐进式创新模式为主, 而对技术突破有重要影响的突破式创新在企业创新模式中尚未占主要地位(表 3-24)。进一步的相关关系分析也表明, 如果没有领导团队的重视及明确的创新模式, 就不能有效地提高企业绩效(相关系数统计不显著)。

<sup>①</sup> 渐进式创新战略通常指企业经常把一些改进程度不高的产品推向市场或创新投入向渐进式创新产品倾斜, 而突破式创新战略指企业经常推出一些创新程度高的产品或创新投入向突破式创新产品倾斜。

表 3-24 企业创新战略（2014 年） %

创新战略及 创新模式	总体	地 区		规 模		经 济 类 型			发 展 阶 段			企业 绩效			
		东部 地区	中部 地区	西部 地区	大型 企业	中型 企业	小型 企业	国有及 控股	外国 企业	外商及中 国港澳台	民营 企业		创业期	成长期	成熟期
企业对创新战略的重视程度															
高管有清晰的 的创新战略	67.6	67.6	67.2	68.4	70.6	71.4	65.2	69.3	69.8	66.7	70.6	72.7	65.2	54.7	0.273**
高管经常开 会讨论创新 战略	56.7	57.0	54.9	60.7	53.9	55.3	51.3	56.5	53.2	63.3	53.7	43.8	0.254**		
高管把创新 作为头等 大事	56.1	56.9	55.2	53.6	57.9	55.7	56.0	54.4	56.0	56.0	59.3	60.0	53.4	50.7	0.252**
企业创新模式															
渐进式创新 模式主导	28.6	28.6	30.0	26.5	33.5	33.5	25.3	32.8	31.0	28.4	26.1	30.1	29.3	19.2	0.242**
突破式创新 模式主导	8.3	7.7	9.2	9.9	8.3	8.3	8.2	7.9	11.5	8.6	10.3	8.9	7.1	9.6	0.320**
渐进式与突 破式创新模 式并重	36.4	37.3	33.7	36.0	37.2	34.2	37.4	34.0	31.9	36.2	39.3	40.1	34.3	27.8	0.270**
创新模式尚 不明确	26.7	26.4	27.1	27.6	21.0	24.0	29.1	25.3	25.6	26.8	24.3	20.9	29.3	43.4	0.068

2015年关于“企业高层管理团队对创新活动的管理情况”的调查显示，高管团队对创新活动的管理显著促进企业绩效（在0.01水平上显著）。高层管理团队使用最多的三种创新管理方法包括：“培育很好的员工信任关系”（以5分制计算，评价值为4.00）、“建立良好的员工团队关系”（评价值为3.97）和“对员工创新表现进行积极反馈”（评价值为3.92），表明企业高层管理团队更善于通过营造创新氛围来促进企业创新，而相对较弱的是“对员工创新提出了明确的要求”（评价值为3.64）（表3-25）。未来，企业家可以从管理员工创新的方法入手，努力提高领导能力。

表 3-25 企业高层管理团队对创新活动的管理情况（2015年） %

创新活动管理	很不符合	较不符合	中立	较符合	很符合	评价值	企业绩效
培育很好的员工信任关系	0.6	2.6	15.5	58.3	23.0	4.00	0.352**
建立良好的员工团队关系	0.5	3.0	16.7	58.4	21.4	3.97	0.358**
对员工创新表现进行积极反馈	1.1	3.2	15.4	62.8	17.5	3.92	0.341**
采取措施充分鼓励员工积极创新	1.3	5.1	21.7	58.9	13.0	3.77	0.402**
营造以创新为目标的氛围	0.8	5.6	26.0	53.5	14.1	3.75	0.301**
对员工创新提出了明确的要求	1.0	7.5	29.1	51.5	10.9	3.64	0.298**

## 五、共建未来中国商业文明

新时代的发展呼唤着现代商业文明。而目前关于新时代的中国商业文明尚没有系统性的讨论。2017年关于“最能代表未来中国商业文明的特点”调查结果显示，按企业家选择比重高低排序，排在前五位的依次是“契约精神”（63.74%）、“责任”（56.18%）、“法治精神”（52.54%）、“生态和谐”（52.34%）和“以人为本”（45.74%）（表3-26、表3-27）。这些关键词代表了中国未来商业文明的走向，而现代商业