

论国有企业高质量发展

黄速建，肖红军，王欣

[摘要] 经济从高速增长阶段转向高质量发展阶段是中国特色社会主义迈入新时代的鲜明特征，而经济高质量发展归根结底需要通过企业高质量发展予以实现。作为中国特色社会主义经济的“顶梁柱”，国有企业高质量发展直接关系深化国有企业改革的成败和宏观层面的经济高质量发展能否成功实现。本文从目标状态和发展范式两个角度对“企业高质量发展”进行了界定，识别出企业高质量发展的七个核心特质，即社会价值驱动、资源能力突出、产品服务一流、透明开放运营、管理机制有效、综合绩效卓越和社会声誉良好。结合国有企业作为特殊企业的性质和功能，国有企业高质量发展表现出多层次性、多样性和多重约束性三个方面的特殊性；同时，国有企业高质量发展有其应然性，既是关键外部环境深刻变化对国有企业发展的倒逼作用，也是国有企业适应世界一流企业发展趋势的规律使然，更是破解国有企业发展难题的内生要求。本文最后构建了实现国有企业高质量发展的逻辑框架，提出要以国有企业个体发展的动力转换、战略转型、效率变革、能力再造、管理创新和形象重塑为核心途径，以形成三个必要条件、提供三类制度供给和构建三维社会生态为支撑环境，推动国有企业高质量发展在个体层面和整体层面得到真正实现。

[关键词] 质量；国有企业；高质量发展；改革

[中图分类号]F123 **[文献标识码]**A **[文章编号]**1006-480X(2018)10-0019-23

一、引言

经济从高速增长阶段转向高质量发展阶段是中国特色社会主义迈入新时代的鲜明特征，也是中国经济发展迎来的历史性转变。高质量发展在相当长一段时间将成为中国经济发展的重大战略方向，随之而来的质量变革、效率变革和动力变革则成为中国经济发展“补短板”的重点。由于“质量”涵盖了微观、中观和宏观三个层次，如微观层面的产品质量、企业质量，中观层面的产业发展质量、工业化质量，宏观层面的经济增长质量、国民经济运行质量、经济发展质量(任保平, 2018)，因此“高质量发展”虽然是以宏观层面的经济高质量发展为缘起而提出，但它必然也涵盖中观层面的产业高质量发展和微观层面的企业高质量发展，形成贯穿微观、中观和宏观的高质量发展完整体系。特别是企业是宏观经济发展的微观主体，是中观产业发展的基本组织，经济高质量发展归根结蒂需

[收稿日期] 2018-06-27

[基金项目] 国家自然科学基金面上项目“竞争性国有企业的混合所有制改革研究”(批准号 71472186)；国家社会科学基金重大项目“国有企业改革和制度创新研究”(批准号 15ZDA026)。

[作者简介] 黄速建，中国社会科学院工业经济研究所研究员，博士生导师；肖红军，中国社会科学院工业经济研究所副研究员，管理学博士；王欣，中国社会科学院工业经济研究所副研究员，管理学博士。通讯作者：肖红军，电子邮箱：xiaohjxiaohj@126.com。感谢匿名评审专家和编辑部的宝贵意见，当然文责自负。

要通过企业高质量发展予以实现。无论是推动经济发展方式转变、经济结构优化和增长动力转换,还是实施质量变革、效率变革和动力变革,都离不开企业的主体性作用,其成功与否的关键在于企业,在于能否实现企业高质量发展。然而,目前对于高质量发展的研究基本上都聚焦于宏观层面的经济高质量发展,包括高质量发展的经济学分析(金碚,2018)、经济高质量发展的价值理论(吴金明,2018)、经济高质量发展的基本特质与支撑要素(刘志彪,2018)、经济高质量发展的制度逻辑(杜爱国,2018)、经济高质量发展的评判体系与测度(任保平和李禹墨,2018;师博和任保平,2018)、经济高质量发展的动力转换(陈昌兵,2018;蒲晓晔和Fidrmuc,2018)和效率变革(贺晓宇和沈坤荣,2018;茹少峰等,2018)、经济高质量发展的实现途径(任保平和文丰安,2018;任保平和李禹墨,2018;刘友金和周健,2018)等,甚少对微观层面的企业高质量发展进行专门研究。当然,在经济学之外,虽然管理学中没有专门提出企业高质量发展概念,但对企业成长、企业竞争力、世界一流企业、可持续发展等领域的研究都与企业高质量发展密切相关,为开展企业高质量发展研究提供了有力支撑。不过,这些研究领域和视角毕竟与企业高质量发展不同,企业高质量发展作为一个新概念和一种新范式,迫切需要进行专门的系统性研究。

经济从高速增长转向高质量发展,既是经济体制改革不断推进的结果,也对进一步深化经济体制改革提出了新要求。长期以来,作为经济体制改革的中心环节和重要方面,国有企业改革不仅在宏观上推进了社会主义市场经济体制的建立和完善,保证了经济发展的稳定运行,增强了整体经济的国际竞争力(黄速建,2008),为经济高质量发展提供了必要的条件和强有力的支撑,而且在微观上将十分僵化和脆弱的国有企业从极度困境中“拉出来”,培育和打造了一批具有较强活力、控制力、影响力和抗风险能力的新型国有企业,同时催生与激活了一批颇具创造力、成长性与竞争力的民营企业,为推动企业高质量发展奠定了坚实的基础。然而,国有企业总体上仍然存在“大而不强”、布局偏“重”、体制不顺、机制不活、动力不足、发展方式粗放的突出问题,而国有企业改革则在经历放权让利、制度创新、国资监管和分类改革等四个具有历史意义的阶段(黄群慧,2018)之后,步入了深水区和攻坚期,目标方向是要通过体制机制改革、发展方式转变和强身健体,推动国有企业迈向高质量发展。实际上,无论是战略主义的改革思维还是实用主义的改革思维(张文魁,2008),新时代深化国有企业改革的目标取向和重大举措都在向推动国有企业高质量发展方向收敛。从目标取向看,推动国有资本做强做优做大、培育具有全球竞争力的世界一流企业和增强国有经济活力、控制力、影响力、抗风险能力,实质都是国有企业高质量发展的表征性反映或内质性要求。从重大举措看,当前深化国有企业改革的五大重点即调整优化国有经济布局、完善公司治理等现代企业制度、推进以混合所有制为重点的产权制度改革、分类改革以及完善国有资产管理体制,本质都是推动国有企业高质量发展的制度变革与制度优化。2018年政府工作报告就明确提出,“国有企业要通过改革创新,走在高质量发展前列”。由此可见,高质量发展已经成为深化国有企业改革的内在要求,是新时代国有企业改革和发展的目标范式。国有企业高质量发展诚然已经转变成新时代中国经济发展和深化改革的一个重大命题,但正如对一般性企业高质量发展缺乏研究一样,国有企业高质量发展还未得到学界应有的关注,对国有企业高质量发展的普遍规律和特殊规律、深化国有企业改革与国有企业高质量发展的内在逻辑关系、国有企业高质量发展的实现路径等具有重大意义的现实问题,亟需进行清晰、深入和系统的研究。

二、对企业高质量发展的理解

自从党的十九大报告提出“高质量发展”概念以来,学者们对宏观层面的经济高质量发展概念

进行了不同视角的理解和界定,而对微观层面的企业高质量发展概念却缺乏探究。与此同时,一些政策敏感性强的企业尤其是国有企业,与时俱进地以高质量发展为导向,提出自身的高质量发展战略与行动部署。但深究来看,它们中的绝大部分对“企业高质量发展”缺乏科学理解,很多都停留在简单套用与囫圇吞枣的层面,因此,有必要对企业高质量发展的内涵与特征进行深入研究和解构。

1. 企业高质量发展的内涵

企业高质量发展是一个具有包容性的概念,由“企业”、“高质量”、“发展”等多个概念复合而成,虽然直观上人们似乎容易意会其涵义,但真正界定与科学把握却并不容易,往往会出现认知上的分歧,无法形成统一的观点。但是,无论何种认知,界定企业高质量发展都需要回溯到对“企业发展质量”的理解,而后者则需要进一步追溯到对“质量”这一元概念的定义和认识。

(1)对质量的再理解。质量在本源意义上有两种涵义:第一种是从主体角度出发,质量被用来度量物体所含物质的多少或物体惯性的大小,表明质量主体的内在属性,即主体保持自身的运动状态,这也是解释质量概念的自然属性视角;第二种是从客体角度出发,质量被用来判断事物、产品或工作的优劣程度,表明质量主体的外在属性,即主体满足客体的程度,这也是解释质量概念的社会属性视角(程文广和赵捷,2012;任保平等,2017)。显然,无论是作为经济现象的微观主体,还是作为内嵌于社会的机构组织,对于涉及企业的质量认知和理解都强调质量的社会属性视角,即采用质量的第二种涵义。从这种意义上看,质量概念涉及价值判断,本质上是对经济事物或社会事物的社会价值的判断(任保平,2018),反映经济事物或社会事物的优劣程度。质量的本源涵义应用于不同载体就产生了多个衍生概念,企业发展质量概念亦是如此生成。从演变来看,质量概念经历了从最初的微观产品质量拓展到“大质量”(Big Quality)的过程(鲍悦华和陈强,2009),形成从狭义质量到广义质量的“质量伞”,而企业发展质量就是“质量伞”之下的一个概念构件。与此同时,质量的内涵也不断丰富和动态变化,从以克劳斯比和田口玄一为代表的客观质量论者强调“产品的有用性”,转向以休哈特、朱兰、戴明、费根堡姆和石川馨为代表的主观质量论者重视“产品能够满足顾客和社会需要的程度”,质量关注重点从最初关注产品本身到关注顾客,再到关注利益相关方,最新则关注整个社会(杨幽红,2013)。比如,国际标准化组织在最新的ISO9000:2015标准中指出,质量不仅包括产品预期的功能和性能,还涉及顾客的价值和利益感知,它通过满足顾客、利益相关方、社会的需求和期望而创造价值。质量内涵的演进表明,一方面,社会价值判断日益成为质量概念的核心,对企业发展质量的理解尤其需要以合理的社会价值判断体系为基础,包括以功利主义为核心的现实价值判断和基于人本主义发展观的终极价值判断(任保平等,2017);另一方面,质量应当同时反映质量主体的本体固有特性和客体的价值感知特性,企业发展质量概念也应该同时涵盖Shewhart(1939)所区分的客观质量和主观质量、郭克莎(1992)所界定的绝对质量和相对质量。

(2)对企业发展质量的认知。按照质量的本源涵义,所谓企业发展质量,就是“企业发展的优劣程度”。从主观质量或相对质量视角,传统上“优劣程度”界定主要包括企业绩效观、企业竞争力观、企业效率或生产率观三种观点,强调效益最大化的现实价值判断,而最新的企业社会责任观或利益相关方理论则对“优劣程度”评价进行拓展,将企业创造的社会价值和利益相关方价值作为重要评价维度,突出以人为本的终极价值判断。从客观质量或绝对质量视角,“企业发展的优劣程度”评价不能仅仅停留在静态的、现实的、表征性的企业创造经济价值和社会价值水平上,更不能仅仅关注绝对量或相对量的扩张,而应该重视企业持续创造经济价值和社会价值的动态能力,强调企业成长的素质、活力和能力等企业本质性特征,这与经典的企业成长观和竞争优势理论也相符合。概括而言,企业发展质量是企业一定时期内开展经营和追求发展过程中所展现出来的经济价值和社会

价值实现效率与水平,以及企业持续成长和持续创造价值的素质能力。显然,企业发展质量是一个时域性概念,即对企业发展质量的评价与测度必须置于一定的时间范围内,当然这一时间段可以是短期,也可以是中长期;企业发展质量也是一个中性概念,即企业发展质量可以依据企业表现区分为高与低、优与劣;企业发展质量还是一个综合性概念,即企业发展质量全面反映企业的现实价值实现水平与未来价值创造潜力,既包括企业发展的表征性要素,又内含企业成长的本质性基因。

(3)对企业高质量发展的界定。从企业发展质量概念推演到对企业高质量发展的理解时,需要区分企业高质量发展作为状态性概念和过程(行为)性概念的差异。从前者来看,高质量发展在经济层面的提出即由高速增长阶段转向高质量发展阶段,说明高质量发展是区别于高速增长的一种经济发展质态(金碚,2018),包括经济发展的高质量、改革开放的高质量、城乡发展的高质量、生态环境的高质量和人民生活的高质量(任保平和李禹墨,2018)。类似的,企业高质量发展也可以认为是企业发展的一种新状态,即企业实现或处于高水平、高层次、卓越的企业发展质量的状态。在这种意义上,企业高质量发展是相对于低水平、低层次、低质量的企业发展而言,是企业发展追求的目标状态或理想状态。从后者来看,由于高质量发展是在中国传统上依靠要素投入拉动经济的粗放型发展方式难以为继和新时代社会主要矛盾发生转化背景下提出的,被认为是与“创新、协调、绿色、开放、共享”发展理念相契合(师博和张冰瑶,2018)并强调“质量第一、效益优先”的新型发展(贺晓宇和沈坤荣,2018),因此高质量发展是实现经济提质增效的新的发展范式。与此相似,企业高质量发展亦可看作企业发展的一种新范式,即企业以实现高水平、高层次、卓越的企业发展质量为目标,超越以往只重视企业规模扩张、仅依靠增加要素投入的粗放式发展方式,走提供高品质产品和服务、强调经济价值和社会价值创造效率与水平、重视塑造企业持续成长的素质能力的道路。在这种意义上,企业高质量发展是一种合意的企业发展导向和范式选择,是企业集约型发展范式、内涵式发展范式和可持续发展范式的集成。综合状态性概念与过程性概念的界定,企业高质量发展可以定义为:企业追求高水平、高层次、高效率的经济价值和社会价值创造,以及塑造卓越的企业持续成长和持续价值创造素质能力的目标状态或发展范式。需要指出的是,虽然企业发展质量的评价与测度可以是短期或中长期,但企业高质量发展需要在一个较长时间域内予以审视与界定,因此通常是一个中长期概念。此外,企业高质量发展中的“企业”指的是特定企业个体,而非企业界,因此属于微观层面的概念。

2. 企业高质量发展的特征

企业高质量发展是一个综合性、集成性、动态性概念,代表着企业发展的新潮流、新方向、新范式和新规律,是新时代建设卓越企业和世界一流企业的“中国方案”。更加清晰地理解企业高质量发展概念,需要从现代企业发展的基本逻辑和运行规律来揭示与解构企业高质量发展的特征。

(1)企业高质量发展的刻画维度。虽然现实中企业高质量发展因为企业的异质性而存在个体差异,但在更高的群体层面上应当存在共同的特质。根据以上定义,企业高质量发展涉及企业发展系统、价值实现层次和价值对象范围,这也构成刻画企业高质量发展的三个维度。一是“五好”的企业发展系统。按照现代企业的运行和发展规律,企业发展系统由发展动力、能力要素、行为表现、机制保障和绩效结果等各要素构成。企业高质量发展是全方位的高质量,意味着企业发展系统各要素具有高质量特点,具体表现为“五好”:**“想做好”**,即从动力上有意愿、有想法去做好,这是基础;**“能做好”**,即从能力上有要素、有支撑去做好,这是条件;**“行动好”**,即从行为上真正落实好、表现好,这是关键;**“持续好”**,即从机制上保证一贯地做好、自觉地做好,这是保障;**“成效好”**,即从绩效上展现出好的结果、好的效果,这是根本。二是三层次的价值实现。企业高质量发展意味着企业首先具有强大

的价值创造能力和卓越的价值创造水平,能够致力于对可持续发展的贡献(ISO,2010),最大限度地创造包括经济价值和社会价值的综合价值,这是价值实现的基础层次;其次是高度重视并持续提升运营透明度,善于开展价值沟通,能够让利益相关方和社会了解企业创造综合价值的努力与结果,这是价值实现的中间层次;最后是赢得利益相关方和社会的利益认同、情感认同、价值认同,增进利益相关方和社会对企业的理解与合作,夯实企业可持续发展的社会基础,这是价值实现的最高层次。三是全视域的价值对象。无论是经济发展还是企业发展,都需要解决“发展为了谁”和“发展依靠谁”的问题,即价值对象问题。从现实来看,任何企业的发展都是企业与利益相关方和社会互动的结果,是企业与环境共同演化的过程(肖红军等,2015)。因此,企业高质量发展要求企业必须超越以往以自我为中心和纯粹内部视野,树立外部视野和具备换位思考能力,对于任何重大决策和活动都应当从企业视角、利益相关方视角和社会视角进行全方位统筹考虑。企业高质量发展要求企业无论是在理念认知、能力要素、行为表现、机制保障和绩效结果上,还是在价值创造、价值沟通和价值认同上,都应当从企业视角、利益相关方视角和社会视角进行全面审视,既充分考虑内部与外部对企业运营的核心需求,又协调配置内部与外部对企业发展的资源供给,形成企业与利益相关方和社会良好协同互动、共创共享多层多元价值的发展格局。

(2)企业高质量发展的七大特质。综合企业发展系统、价值实现层次和价值对象范围三个维度,企业高质量发展表现出以下七大明显特质,如图1所示。

社会价值驱动。企业是经济功能与社会功能融为一体的组织(李伟阳,2010),企业发展动力有外源性动力和内生性动力两种,但企业高质量发展意味着内生性的使命驱动和自我驱动是企业发展的核心动力源泉。企业高质量发展要求企业坚持社会价值本位而非纯粹企业利益最大化的发展理念,以社会价值为引领,置身于经济社会发展大局中定位自身的角色与使命,洞察、预知、挖掘社会需求,将参与解决社会问题、创造社会价值、贡献社会进步作为企业存在与发展的出发点。由于社会需要和问题往往可以转化为有利可图的商业机会,因此企业在社会价值引领下,往往可以用创新的方案解决社会问题和满足社会需要,同时也为企业带来可观的财务价值,创造企业与社会双赢的共享价值,推动企业与社会的协调可持续发展。由此可见,强烈的使命感、高度的责任感和无限的进取心是驱动企业高质量发展的根本动力,最终将企业塑造成为自我驱动、价值引领的进取型企业。

资源能力突出。按照资源基础观,具有价值性、稀缺性、不可完全模仿性和组织性的战略资源(Barney,2002)是企业获取持续竞争优势的来源,而企业能力理论则认为,配置、开发、保护、使用和整合资源的能力特别是核心能力(Prahalad and Hamel,1990)和动态能力(Teece et al.,1997)是企业竞争优势的深层来源。对于现实中的企业,资源基础和动态能力都是企业成长甚至世界一流企业成功的基因(黄群慧等,2017)。因此,企业高质量发展要求企业培育和具备异质性的

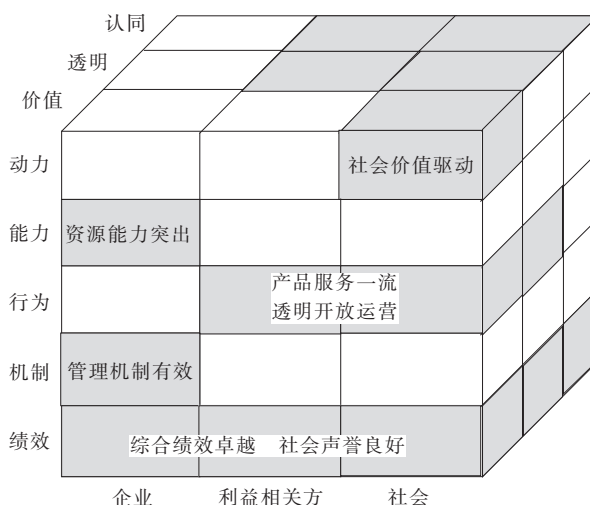


图1 企业高质量发展的特质模型

战略资源、独特的核心能力和突出的动态能力,能够构筑形成竞争优势和适应外部环境变化,保证企业持续有能力将引领社会价值的理念落地。高质量的战略资源意味着企业更加重视和强调人才、信息、数据、信誉、品牌、用户参与等软实力资源,将其打造成为支撑企业战略和运营的关键性要素。高水平的核心能力和动态能力意味着企业拥有较强的整合能力(内外部资源整合与优化配置能力)、创新能力(技术创新、服务创新以及解决方案创新的能力)和适应能力(动态适应内外部环境变化、善于与外部环境共演的能力)。

产品服务一流。企业存在的目的在于其核心社会功能,能够提供质量合意性(金碚,2018)的产品与服务。企业高质量发展意味着企业善于依托自身的资源能力优势去充分发挥核心社会功能,为社会提供高品质的、具有一流水平的产品与服务。企业高质量发展要求企业培育和拥有强烈的工匠精神,对产品与服务品质的追求永不止步,特别是高度重视产品与服务提供的有效和高效(李伟阳,2010)。有效,首先是坚持需求导向,所提供的产品与服务符合客户所需和社会所需,甚至引导形成合理的客户需求和社会需求;其次是功能质量先进,所提供的产品与服务安全、稳定、优质、技术水平高。高效,就是不断提高生产运营效率,降低产品与服务的综合成本,所提供的产品与服务具有经济合理性和绿色环保性。

透明开放运营。正如“企业目的必然存在于企业自身之外”(Drucker,1973),企业的价值也存在于企业之外,企业的价值只有被利益相关方和社会所认可与认同,才可以说是具有真正意义的价值。无论是基于合法性理论还是资源依赖理论,企业都需要通过透明开放运营来赢得利益相关方了解、理解、认同和支持。因此,企业高质量发展必然要求企业着眼于实现一流的产品服务提供,对利益相关方和社会保持足够的透明度与开放度。一方面,企业应当加强与利益相关方沟通,开展透明运营,关注利益相关方的多元期望与诉求,并在产品与服务提供过程中予以充分考虑,从而赢得利益相关方和社会对企业运营的了解、理解与认同;另一方面,企业需要高度重视利益相关方参与,实施开放运营,既充分发挥利益相关方的互补性优势,使其为企业的产品与服务提供做出贡献,又通过相互合作为利益相关方创造价值,从而共同发现价值、共同创造价值、共同分享价值,实现高层次的互利共赢。

管理机制有效。充沛的活力是企业竞争优势中最为重要的部分(Porter,1990),而活力来源于主动求变的创新和灵活高效的管理机制。企业高质量发展要求企业与时俱进地开展管理模式创新,虽然不刻意追求最为前瞻和最为领先的管理机制,但需要建立具有一定先进性、符合企业实际需要的管理机制。企业所构建的合意的管理机制通常包括五个方面:治理有效,即公司治理结构与治理机制能够保证权力的制衡和决策的科学性,组织结构与运行规程能够适应企业发展战略需要;管理科学,即形成一套具有自身特色、具有一定先进性的管理模式,从战略管理、基础管理、职能管理、专项管理、赋权赋能等方面构建起一套合意的管理系统,拥有一套行之有效的管理方法;制度规范,即建立起一套完整规范的制度体系,并能够真正得到有效落实,制度的激励约束功能得到充分发挥;流程合理,即拥有一套符合行业发展规律、满足企业管理规律、基于企业客观实际的业务运营和企业管理体系,形成“流程管事”的良好格局;文化优秀,即打造形成积极健康、充满活力、务实求真、追求卓越的企业文化,企业文化的导向功能、凝聚功能、激励功能、约束功能、辐射功能和整合功能得到充分展现,形成文化治企的新模式。

综合绩效卓越。无论是社会价值驱动还是作为集约型发展范式、内涵式发展范式和可持续发展范式的集成,企业高质量发展都要求企业不是仅仅关注自身的财务绩效,而是强调范围更广、内容更全的综合绩效,成为卓越综合绩效的创造者。综合绩效卓越主要体现在三个层次:从企业自身来

看,企业应当具有高水平、行业领先甚至世界一流的经济绩效,尤其是拥有较高的市场地位和优异的成长性、盈利性、效率性指标,保持企业运营的健康性与健壮性,能够充分维持和支撑企业持续的自我发展;从利益相关方层次来看,企业应当创造可观的利益相关方价值,增强利益相关方的价值获得感,满足利益相关方的多元价值偏好和诉求;从社会层次来看,企业应当最大限度地实现高水平的社会绩效,包括对经济发展的间接贡献、对社会进步的促进作用和对环境保护的直接与间接效应。企业高质量发展还意味着企业以最少的全要素投入创造最大的综合绩效产出,具有一流的全要素综合绩效产出率。

社会声誉良好。良好的社会声誉是企业重要的无形资产和软实力,能够为企业的可持续发展创造良好的社会环境。企业高质量发展要求企业高度重视社会形象与品牌声誉的塑造,努力获取社会高度认同、长期赢得广泛尊重、形成良好社会声誉,将自身打造成为对经济社会发展和人民生活品质提升具有重要影响力、拥有强大行业领导力和广泛社会带动力的企业。良好社会声誉的塑造要求企业通过负责任的行为,向利益相关方和社会展现负责任的企业形象,赢得利益相关方和社会的良好形象感知;通过透明运营和开放运营,尊重利益相关方和社会对企业的知情权、监督权和参与权,赢得利益相关方和社会的高度心理认同;通过匹配性的品牌建设,提升品牌的认知度、美誉度和知名度,赢得利益相关方和社会的卓越品牌口碑。企业高质量发展意味着内外部对企业的真心认同、真心尊重、真心信赖、真心支持,真正体现出企业具有卓越的品牌价值和社会影响力。

三、国有企业高质量发展的特殊性

国有企业是国民经济的重要支柱,是中国特色社会主义经济的“顶梁柱”,是推进社会主义现代化强国建设、保障人民共同利益的重要力量。国有企业改革和发展直接关系到中国经济能否实现高质量发展、“人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾”能否得到有效解决、社会主义现代化强国建设能否顺利推进。推动国有企业高质量发展成为一项具有全局性、战略性、时代性、现实性的紧迫任务,而完成这一任务的前提是能够有效把握国有企业高质量发展的基本规律和特殊性。国有企业作为特殊企业的性质和功能(金碚,1999),决定国有企业高质量发展不仅拥有一般性企业高质量发展的特点,而且具有其固有的特殊性和差异化表现,突出体现为多层次性、多样性和多重约束性。

1. 国有企业高质量发展的多层次性

无论是谈及国有企业改革还是国有企业发展,都需要区分四个层次或概念,即国有经济、国有资本、国有企业整体和国有企业个体,它们往往意味着不同层次国有企业改革与发展的方向、思路、重点和方式的差异性。相应地,国有企业高质量发展也应当包括和区分出四个层次,即国有经济高质量发展、国有资本高质量发展、国有企业整体高质量发展和国有企业个体高质量发展,这与一般性企业高质量发展主要意指企业个体高质量发展具有显著不同。

(1)宏观层面的国有经济高质量发展。按照中国宪法规定,“国有经济,即社会主义全民所有制经济”,它一方面是一种生产社会化程度更高的所有制形态(王生升,2018),另一方面也是整个经济大系统中的一个个子系统。作为一种经济类型,国有经济高质量发展更多地属于宏观层面的经济高质量发展范畴,需要反映和遵循经济高质量发展的规律与要求。根据经济高质量发展的定义,即“能够更好地满足人民不断增长的真实需要的经济发展方式、结构和动力状态”(金碚,2018),国有经济高质量发展意味着国有经济宏观层面需要进行重“质”轻“量”的战略性调整,不仅要转变国有经济发展方式、推进国有经济布局结构优化、升级国有经济发展动力(黄群慧,2016),而且应当通过强调经济

发展的本真理性(金碚,2018)来更好地满足人民日益增长和升级的实质需要。国有经济高质量发展主要反映在更优地实现国有经济整体功能和高效率,塑造高水平的国有经济活力、控制力、影响力和抗风险能力。

(2)中观层面的国有资本高质量发展和国有企业整体高质量发展。国有资本和国有企业整体都属于“集合”或群体概念,因此国有资本高质量发展和国有企业整体高质量发展都属于中观层面的高质量发展范畴。对于国有资本高质量发展,国有资本是国有经济在资本层面的承载形式,国有经济的布局优化、结构调整和战略性重组都需要通过国有资本的投资与运营优化予以实现。国有资本高质量发展意味着做强做优做大国有资本,体现为合理的国有资本投向和高效的国有资本运营。前者要求从实现国有经济整体功能和增强国有经济活力出发,推动国有资本更多投向关系国家安全、国民经济命脉、国计民生的重要行业和关键领域,向战略性、前瞻性产业和优势产业集中;后者要求提高国有资本配置运营效率,获取较优的国有资本回报率。对于国有企业整体高质量发展,由于国有企业群体是国有资本的主要载体,国有企业做强做优做大与国有资本做强做优做大具有一致性(宋方敏,2018),因此国有资本高质量发展的实现很大程度上取决于国有企业整体高质量发展。国有企业整体高质量发展抽象掉了特定国有企业个体的行为特征和运行规律,更多地是从整体层面反映国有企业群体的运行和发展状态,强调国有企业群体在国家经济社会发展中的功能定位(如“六个力量”)实现到位,整体的经济价值和社会价值创造能力、效率与水平表现较好,保持总体的国有资产增值处于一个较优水平,国有企业群体在整体上实现“强、优、大”。

(3)微观层面的国有企业个体高质量发展。无论是国有经济、国有资本还是国有企业整体,最终的载体还是微观层面的一个个特定国有企业,累积性的和耦合性的国有企业个体高质量发展将会推动形成国有企业整体、国有资本和国有经济高质量发展。一方面,国有企业个体首先是“企业”,遵循普适性的企业发展规律,因此国有企业个体高质量发展应当符合一般性企业高质量发展的意涵和要求,具备一般性企业高质量发展的七大共性特质,即社会价值驱动、资源能力突出、产品服务一流、透明开放运营、管理机制有效、综合绩效卓越和社会声誉良好。另一方面,国有企业个体毕竟拥有国有性质的特殊性,其决策目标、运行逻辑和约束条件都有别于一般性企业,因此国有企业个体高质量发展除了具有一般性企业高质量发展的泛化特征外,在企业高质量发展不同刻画维度上、不同特质要素上都有其特殊的具体表现,同时在实现方式上也与一般性企业高质量发展有所差异。

(4)国有企业高质量发展四个层次的逻辑关系。由国有企业高质量发展四个层次的界定可以看出,国有经济高质量发展、国有资本高质量发展和国有企业整体高质量发展皆是一种目标状态,属于状态性概念,而国有企业个体高质量发展则既是一种目标状态,又是一种发展范式,同时属于状态性概念和过程性概念。从它们之间的相互关系看(如图2所示),四个层次自上而下体现为导向与任务关系,即某一层次的推进需要以上面若干层次为目标导向,同时以紧邻的上一层次为任务要求;自下而上体现为实现方式与支撑要素关系,即某一层次的推进是实现紧邻的上一层次的主要方式,同时也是上面若干层次推进的支撑要素。本文的国有企业高质量发展概念囊括了四个层次,但最为主要的是指国有企业个体高质量发展。

2. 国有企业高质量发展的多样性

企业的使命性质和功能定位会直接决定企业运行的制度逻辑,而制度逻辑则会通过组织场域对企业的行为活动如战略、结构、实践等产生影响(Greenwood et al.,2011),并进一步影响企业发展质量。当谈及一般性企业高质量发展时,往往将企业看做经过社会化建构的经济组织,抽象掉企业使命性质和功能定位的异质性,强调纵向视角下制度逻辑的同质性因素(王涛和陈金亮,2018),而

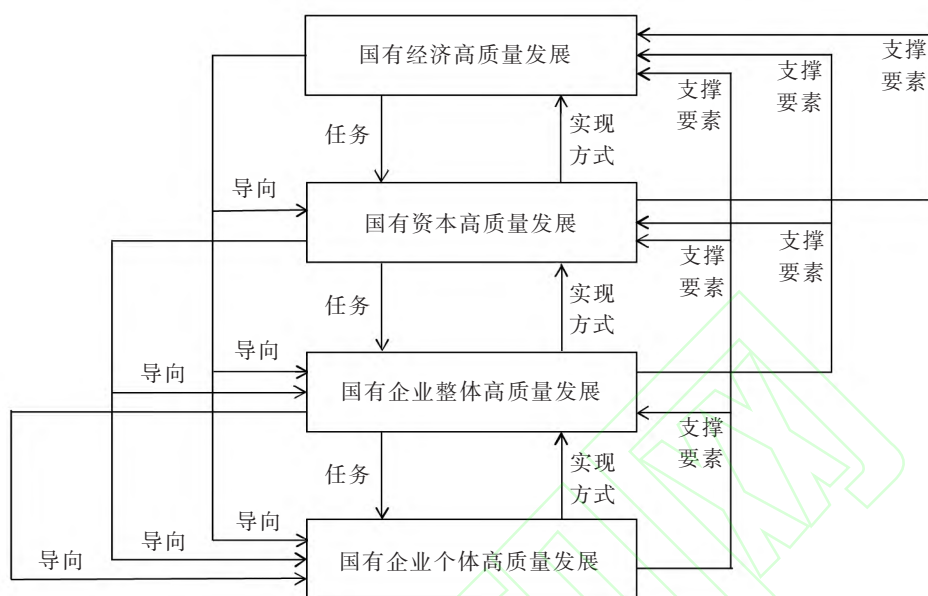


图 2 国有企业高质量发展四层次的逻辑关系

且,即使一般性企业对使命性质和功能定位进行差异化选择,也是企业个体的自主选择,因此存在普遍意义上的企业高质量发展目标状态或范式的趋同。然而,尽管国有企业整体上都具有“国家使命”,但“国家使命”所赋予国有企业个体的内容却千差万别,这意味着国有企业个体的“国家使命”和功能定位是外部赋予的、多样化的,其差异性在国有企业个体的现实运行中不得不考虑。使命性质和功能定位的异质性一方面使得国有企业分类成为深化国有企业改革和推动国有企业发展的逻辑起点,另一方面也导致国有企业个体运行的制度逻辑差异,从而引起国有企业个体高质量发展的差异化与多样化。

国有企业分类的逻辑和依据可以有不同视角,相应的分类也就多种多样,但目前达成共识的是以使命要求和功能定位作为国有企业分类的依据。虽然依据使命要求和功能定位差异的国有企业分类也有“两分法”、“三分法”和“两两分法”(盛毅,2014)的差别,但它们大同小异,本质上都类似。根据 2015 年出台的《关于国有企业功能界定与分类的指导意见》,国有企业可以划分为公益类国有企业、商业一类国有企业和商业二类国有企业三种类型,它们因为运行的制度逻辑差别而在一般性企业高质量发展的七个特质上表现出差异性。

(1)公益类国有企业高质量发展。公益类国有企业承载的是最大化公共利益和最优保障社会民生的使命要求和功能定位,是弥补和矫正“市场失灵”的工具,主要提供基础性的公共产品和服务,属于偏向较高公共利益的组织场域(王涛和陈金亮,2018)。由于公共利益制度逻辑处于强势甚至主导地位,公益类国有企业高质量发展的特点具体表现为:①企业发展动力来源于社会价值驱动的基础层次即社会责任驱动,是一种对国家、对社会、对人民负责任的义务感和责任感驱动企业不断追求进步。②资源能力突出要求企业重视提供公共产品和公共服务的基础保障能力,将全部资源和精力都投入到公共产品和公共服务提供上,强调提供公共产品和公共服务的方式创新、流程创新、服务创新和手段创新。③产品服务一流是企业高质量发展的关键,表现为高效率地提供高品质的公共产品和公共服务,满足人民群众日益提高的公共产品和公共服务需求。④企业透明开放运营非常关

键,高公共性要求保持高透明度,尤其是要有效满足社会公众对企业提供公共产品和公共服务的知情权、参与权和监督权。⑤管理机制有效更加强调高效和有效的外部监督机制、问责机制,以及以方便人民群众为导向的规范性公共产品和公共服务提供流程。⑥综合绩效卓越主要表现为最大限度地创造社会价值,既包括公共产品和公共服务的提供与保障水平、满足人民对公共产品和公共服务的需求程度,也包括相应的成本控制和营运效率,追求以更少的投入创造更多的社会价值。⑦社会声誉良好来源于社会公众对企业提供公共产品和公共服务的感知及其需求满足程度,表明企业提供公共产品和公共服务的质量与效率获得社会公众认可。

(2)商业一类国有企业高质量发展。商业一类国有企业处于充分竞争行业和领域,提供的是具有竞争性和消费上排他性的私人产品(中国宏观经济分析与预测课题组,2017),除了“国有”性质特殊性外,与一般性企业具有最大相似性,承载的是以国有资产保值增值为核心要求的“市场盈利”的使命要求和功能定位(黄群慧和余菁,2013),属于偏向较高市场经济的组织场域(王涛和陈金亮,2018)。受到处于强势甚至主导地位的市场经济制度逻辑作用,商业一类国有企业高质量发展的特点具体表现为:①社会价值驱动来源于企业家精神,是企业对全球性和区域性社会问题或可持续发展问题的关注、将社会问题转化为商业机会的敏感性驱动企业不断发展,属于高度自主驱动型和高层次社会价值驱动型。②资源能力突出强调企业构建相对竞争对手更优的战略资源、核心能力和动态能力,打造突出的双元创新能力、环境共演能力、战略柔性能力和商业化运作能力,形成能够生发和获取持续竞争优势的能力体系。③产品服务一流要求企业以创新的产品、服务或方案解决社会问题,生产和提供具有高品质、高附加值、高可靠性的“饱含责任感”的产品或服务,产品和服务品质在行业内甚至全球处于一流水平,能够很好地满足用户的高层次需求。④透明开放运营意味着企业需要保持适宜的透明度,满足利益相关方的差别化沟通和参与需求,重视打造具有竞争优势、保持活力、动态开放的商业生态圈,形成企业与利益相关方、生态圈成员的共赢式合作。⑤管理机制有效更加强调构建适应环境动态变化和市场竞争要求的、前瞻性与现实性兼具的企业管理模式,特别是要求建立和创新科学高效的公司治理体系、灵活的运营机制、先进的管理方法和匹配的企业文化。⑥综合绩效卓越突出效益和效率导向,强调企业取得和保持一流的经营业绩、全要素生产率、市场竞争力和国有资产保值增值能力,同时关注利益相关方价值创造水平和通过企业运行对解决社会问题的贡献。⑦社会声誉良好意味着企业相对竞争对手具有更优的品牌知名度、认知度和美誉度,赢得利益相关方更高的利益认同、情感认同和价值认同,建立起一流的社会形象和获得广泛的社会尊重。

(3)商业二类国有企业高质量发展。商业二类国有企业介于公益类国有企业和商业一类国有企业之间,属于非完全竞争领域的特定功能企业,承载的是保障国家安全、主导国民经济命脉、完成特殊任务、支撑经济赶超的使命要求和功能定位,是政府参与和干预经济的重要手段(黄速建和余菁,2006),处于公共利益和市场经济叠加的组织场域(王涛和陈金亮,2018)。商业二类国有企业的运行受到公共利益制度逻辑和市场经济制度逻辑的双重平衡作用,其高质量发展的特点具体表现为:①企业发展动力融合多个层次,社会价值驱动既包括基础层次的承担社会责任驱动,也包括将社会问题转化为商业机会的高层次社会价值驱动。②资源能力突出强调企业拥有执行国家经济意志和重大专项任务、参与市场经济二者相融合的战略资源、核心能力和动态能力,尤其要求企业具备双元运作能力,重视关键领域的技术创新能力、产业化能力和商业化运作能力。③产品服务一流要求企业提供行业内一流、具有较强竞争力的产品和服务,能够高水平地满足人民群众或特定用户的需要以及执行国家战略任务的需要。④透明开放运营则因企而异,对于与人民群众利益密切相关的、

处于自然垄断行业的商业企业,需要保持高度的公众透明,而对于保障国家安全与国民经济运行、执行国家战略任务的商业类企业,则应在利益相关方范围内保持合理适度的透明。⑤管理机制有效既要求企业建立能够动态适应市场竞争的、具有行业领先性的企业管理模式和运行机制,又强调构建有效的外部监督机制和问责机制。⑥综合绩效卓越要求企业具有较优的经营业绩、全要素生产率、市场竞争力和国有资产保值增值能力,在行业内处于领先水平,同时要求企业保障国家安全与国民经济运行、执行国家战略任务、提供基础设施服务的特殊功能得到充分发挥,创造出较高的社会价值。⑦社会声誉良好既来源于社会公众认可企业在发挥保障国家安全与国民经济运行、执行国家战略任务、提供基础设施服务等特殊功能方面的表现,也表明企业拥有比竞争对手更优的品牌知名度、认知度和美誉度。

3. 国有企业高质量发展的多重约束性

企业高质量发展既是一个具有一定标准设定的绝对概念,又是一个与以往发展状态或范式相比较的相对概念,这意味着企业需要从原有的相对低质量发展状态演进到新的高质量发展状态,从以往相对粗放的发展范式转变为新的高质量发展范式。企业高质量发展的实现过程实际上是企业成长从量变向质变的跨越,而这一过程受到企业发展动力与阻力相互作用强度的影响,特别是形成阻力的制约性因素往往更需要关注。从企业高质量发展的约束条件来看,国有企业由于历史成因、现实制约和特殊性质,相对一般性企业高质量发展具有更多重的制约因素,突出表现为更强的路径依赖、制度依赖和社会依赖。

(1)更强的路径依赖。路径依赖是一个普遍的经济社会现象,企业发展和组织成长过程中也经常出现路径依赖现象甚至多元路径依赖(Multiple Path Dependence)问题。路径依赖在企业场域是指企业“继续从事同样事情”的趋势,这要么是由企业拥有完成某项任务的能力或知识决定的,要么是因为企业无法从历史中摆脱出来(Winter,2006),通常是资源陷入、认知局限和行为惯性的组合(Sydow and Koch,2009)。无论对于国有企业还是一般性企业,由于路径依赖会产生资源惰性和惯例惰性(Gilbert,2005)、群体思维、认知锚定、粘性和组织弹性缺乏等一系列问题(Arthur,1989),而企业的资源存量、认知思维和行为活动一旦形成对发展范式的路径依赖,就可能对发展范式转变的行为被排除在企业选择之外,因此路径依赖很大程度上会影响企业进行发展范式转变或发展状态跃升,成为阻碍企业高质量发展实现的制约因素。进一步地,对于国有企业特别是公益类国有企业和商业二类国有企业来说,一方面由于长期的历史积淀、根深蒂固的观念和一贯的行为方式,其相对一般性企业具有更高程度的资源陷入、认知局限和行为惯性,另一方面国有企业的改革发展尤其是组织变革会遭受更为强烈和更为复杂的利益集团阻挠,而地方政府行为更是会增加国有企业转变发展范式的不确定性,这两个方面共同导致国有企业相对一般性企业具有更强的发展路径依赖。相应的,国有企业高质量发展的实现会受到更高程度的路径依赖影响,通常属于高度路径依赖类型。

(2)更强的制度依赖。根据新制度组织理论,企业的生存与发展依赖于制度环境,制度会深刻影响企业的战略、组织结构与分工结构、新技术投资等,进而对企业的全要素生产率产生影响(Cull and Xu,2005)。从企业高质量发展来看,通过组织转型与技术创新来提高全要素生产率是企业实现发展范式转变的关键,因此制度环境也是实现企业高质量发展的重要影响因素。但是,并不是所有行业、所有类型的企业都会受到制度环境的相同程度影响(魏婧恬等,2017),制度依赖性表现出企业差异性。虽然经过改革开放四十年的强制性制度变迁和诱致性制度变迁,国有企业面临的正式制度和非正式制度已经向市场经济体制方向大步迈进,但在转型时期的制度环境中,政府与企业的关系、产权制度、企业领导人的任命机制等制度安排仍在深刻变革中,对于国有企业发展具有重大影

响。一方面,国有企业的特殊性意味着政府与企业关系调整的创新,隐性的政策性负担、预算软约束等对商业一类国有企业高质量发展形成影响,而公益类和商业二类国有企业的高质量发展更是高度依赖于政企关系的调整方向;另一方面,产权制度、企业领导人的任命机制都是国有企业最基础的、具有决定意义的制度安排,而深化产权制度改革与企业领导人的任命机制改革都不是国有企业个体所能自主选择和决定的,而是高度甚至完全依赖于整体的国有企业制度改革方向和改革进程。因此,相对一般性企业,国有企业高质量发展的实现具有更高层次的制度依赖性,深受正式制度与非正式制度的变革方向影响。

(3)更强的社会依赖。任何企业都是以某种方式嵌入于社会中,企业的生存和发展离不开企业与社会之间关系的有效处理,企业在社会网络中的结构性嵌入和关系性嵌入一定程度上决定了企业的经济性和创新绩效(Owen-Smith and Powell, 2004),进而对企业发展质量产生重要影响。企业高质量发展需要构建高质量的企业与社会之间关系,企业发展范式的转变则意味着企业的社会网络嵌入需要创新和升级。相对一般性企业,脱胎于计划经济体制的国有企业属于社会化建构程度更高的企业,公益类国有企业和商业二类国有企业本身就应该为社会公众提供公共性或基础性的产品与服务,商业一类国有企业也被社会公众预期赋予更多的社会义务和社会责任,因此国有企业与更广泛的社会公众拥有千丝万缕的联结,社会网络嵌入赋予国有企业更为重要的意义。与此同时,随着社会转型由改革开放初期的单位社会转向后单位社会,再到社会主义和谐社会建设,直至现今向“共同体社会”迈进,国有企业与社会之间的关系也应随之相应调整,而能否成功调整对国有企业的发展质量影响重大。比如,虽然剥离社会负担和社会职能一直是国有企业改革的重要内容,这一问题总体上也都获得了解决,但现实中仍有不少国有企业面临社会性的历史遗留问题,而其中很多问题都是“难啃的骨头”,涉及较多社会群体的利益和社会问题。显然,无论是国有企业与社会之间关系的历史演化,还是国有企业与社会公众之间的现实关系,国有企业的社会网络嵌入相对一般性企业都更为特殊,国有企业高质量发展的实现具有更高的社会依赖性。

四、国有企业高质量发展的应然性

经过四十年的改革开放,国有企业发展进入到一个多重情境交汇的“历史关口”,既有中国特色社会主义进入新时代的时代新情境,又有新一轮工业革命大幕逐渐开启和逆全球化倾向正在暗流涌动的全球新现象,既有世界一流企业竞争方式和发展范式不断迈向高端的演化新趋势,又有国有企业改革迈入深水区和攻坚期并在争议中继续深化前行的探索新要求。时代新情境、全球新现象、演化新趋势和探索新要求共同构成了新时代国有企业发展的情境新集合,对国有企业重新审视自身的发展方向、发展道路和发展范式提出了新要求。这意味着从应然视角回答“要不要”推动国有企业高质量发展,对于国有企业成功跨越“历史关口”和再上发展新台阶至关重要。

1. 关键外部环境深刻变化的倒逼效应

无论是环境适应理论还是环境选择理论,都表明企业发展与外部环境息息相关,尤其是战略性和关键性的外部环境。战略性、关键性外部环境的深刻变化要求企业必须进行适应性的变革或重新进行环境选择,否则就可能被环境所“抛弃”或者遭受难以承受的致命一击,企业发展质量更是可能无法逃离剧烈恶化的命运。国有企业发展作为国有企业与多重外部环境因素共同演化的过程,必然会受到战略性、关键性外部环境深刻变化的强烈影响,必须做出适应性甚至前瞻性的自我变革。实际上,近些年来国有企业发展的战略性、关键性外部环境的确正在经历转折性或“跳跃式”变化,对国有企业进行发展范式转型、突破以往低端“锁定”的粗放式发展道路形成倒逼,国有企业高质量发

展成为响应环境倒逼的客观需要和开展适应性变革的战略抉择。

(1) 经济发展阶段重大转变的直接倒逼。经济从高速增长阶段转向高质量发展阶段不仅是对中国经济的一个重大判断和战略定位,而且是中国已经发生、正在经历和将要实现的实实在在的巨大转折。相对高速增长阶段,经济高质量发展阶段不再是解决“落后的生产力”问题,也不需要所谓的“非理性繁荣”,而是要破解“不平衡、不协调、不充分、不可持续”的难题(金碚,2018),实现更高质量、更有效率、更加公平、更可持续发展。经济高质量发展阶段将至少出现六个方面的重大变化:发展思想的转变,即由忽略经济发展的本真性质转向以人民为中心的本真复兴(金碚,2018);发展动力的转变,即由要素投入驱动转向创新驱动;发展方向的转变,即由数量追赶转向质量追赶;发展重点的转变,即由规模扩张转向结构升级;发展速度的转变,即由高速增长转向中速增长;发展方式的转变,即由缺乏对社会和环境包容性的增长转向对社会和环境负责任的可持续发展。对于作为国民经济重要支柱的国有企业来说,中国经济迈向高质量发展阶段一方面需要依托国有企业高质量发展的强力支撑,另一方面也意味着国有企业发展面临的战略性、关键性经济环境出现了非连续性的深刻变化,对国有企业变革发展范式形成强烈的直接倒逼。经济高质量发展的前置性环境因素要求国有企业进行适应性或前瞻性的变革,加快推进发展理念、发展动力、发展布局、发展方式、发展重点和发展绩效的“质量升级”与“价值升级”,转向或实现企业高质量发展。由此可见,国有企业高质量发展是国有企业适应与支持中国经济发展阶段重大转变、应对经济高质量发展引致系列环境因素深刻变化的应有之义。

(2) 新工业革命大范围推进的深层倒逼。工业革命是以通用目的技术的突破为基础,并往往表现为能源技术变革和通信技术变革共同引发的经济社会转型。工业革命所蕴含的“重大的”技术范式转变及其开辟的巨大技术机会和广泛应用前景(黄群慧和贺俊,2013),必然会引起技术路线、生产方式、产业组织方式、市场需求、商业模式、管理范式、社会资源配置机制等方面的变革,因此是影响企业发展的战略性、关键性外部环境。对于新一轮工业革命,无论是基于技术经济范式转变(黄群慧和贺俊,2013)、康德拉季耶夫长波对应的技术革命浪潮(贾根良,2013)等界定的第三次工业革命,还是以技术创新范式和生产率变化为依据(张其仔,2018)、以革命性新技术的诞生为基础(李金华,2018)等区分的第四次工业革命,本质上都是数字化、网络化、智能化的信息技术革命和绿色化的可再生能源革命共同导致的生产生活方式变化和经济社会的巨大变革。从历史演变角度看,虽然以往每次工业革命也都带来产品、企业、产业、经济、人民生活方面的“质量”提升,但总体上都是以提高生产效率获取规模扩张和量的增加为核心与重点。新工业革命则完全不同,它通过由采摘果实类创新范式转向组合式创新范式(张其仔,2018)、由大规模生产转向大规模定制和全球化个性化制造、由工厂化生产转向社会化生产,引起产业形态和产业组织的全面变革,实质上是推动经济发展迈向高质量和高级化。正因如此,世界一些主要国家都在积极推进和应对新一轮工业革命,如美国推出了《先进制造业国家战略规划》和修订了《美国创新战略》、日本发布了《日本再兴战略》和《机器人新战略》、德国实施了“工业4.0战略”、英国推出了“英国工业2050战略”、法国发布了《新工业法国》、西班牙实施了“工业连接4.0”、韩国推行了“制造业创新3.0战略”、俄罗斯公布了《国家技术计划》、印度发布了《印度制造计划》、中国则实施了“中国制造2025”。新一轮工业革命的大范围扩散和加速推进对国有企业发展的战略性、关键性外部环境产生了深层次影响,从根本上要求国有企业由上一轮工业革命情境下以规模扩张为重点的发展范式转向新一轮工业革命背景下的高质量发展范式。

(3) 竞争中立规则挑战加剧的潜在倒逼。竞争中立规则(Competitive Neutrality)最早由澳大利亚

提出并付诸实施,指的是在商业竞争中政府要一视同仁地对待国有企业和私营企业,不能因为国有企业的所有权地位而使其享受私营企业无法享受到的竞争优势。之后,竞争中立规则在欧盟、美国等多个国家和地区得到推广,主要以国内立法或政策形式存在,目前超过 3/4 的 OECD 成员国已经以竞争法或竞争政策的方式,保证国有企业和私营企业拥有平等的权利义务和市场地位(孙燕芬, 2017)。随着竞争中立不断获得认可,竞争中立规则不仅成为 OECD 呼吁国际社会采纳的国际倡导性规则,而且越来越多地变成区域自由贸易的国际约束性规则。最具代表性的是最初协商的《跨太平洋伙伴关系协定》(TPP)和《跨大西洋贸易与投资伙伴关系协定》(TTIP),以及最终签署的缩减版 TPP 即《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》(CPTPP),它们均对竞争中立做出了约束性要求。比如,CPTPP 设立了独立于“竞争政策”的“国有企业和指定垄断”专章内容,涵盖商业性考量与非歧视对待、豁免与公正规定、非商业援助等多项竞争中立的内容。而且,从最新的中美贸易摩擦发生与演变角度,美国在自己所设定的“游戏规则”上越来越倾向于超越“竞争中立”而走向“竞争限制”。从中国来看,虽然竞争中立没有在相关的正式文件中予以明确,但深化经济体制改革对发挥市场在资源配置中的决定性作用的强调、对“逐步确立竞争政策的基础性地位”的要求、公平竞争审查制度的推出以及社会对私营企业获得公平竞争环境的期望,都说明竞争中立规则在国内正不断得到应用。对于具有更强制度依赖和社会依赖的中国商业类国有企业来说,竞争中立规则在国外的日益流行特别是成为区域自由贸易的国际约束性规则,将对其“走出去”战略和国际化运营形成潜在的巨大挑战;而竞争中立规则在国内的应用范围逐步扩大以及未来可能得到正式构建,必将要求商业类国有企业抛弃依靠政府的特殊政策获取竞争优势的固有思维和习惯,转而改变和变革以往的发展范式,培育和塑造自身的战略资源、核心能力、动态能力,走高质量发展之路。

2. 世界一流企业发展趋势的规律使然

“做强做优做大”和“培育具有全球竞争力的世界一流企业”的国有企业改革与发展目标要求对世界一流企业的发展趋势与规律进行研究,因为世界一流企业集合了现实中最为前瞻、最为先进的企业发展与管理特质,很大程度上代表着未来企业发展的方向。分析来看,尽管不同世界一流企业个体在发展方向、演进路径、特质表现等具体维度上呈现出差异性,但在更高的群体共同特征与发展规律上却向“高质量发展”收敛,高质量发展成为世界一流企业发展的基本潮流和共同趋势。这意味着国有企业高质量发展是顺应世界一流企业发展大潮流、大趋势的需要,是把握、遵循、践行、检验与深化世界一流企业发展基本规律的需要。

(1)静态视角:高质量发展是世界一流企业的基本特质。基本特质反映出世界一流企业在静态层面的“领先状态”,刻画出世界一流企业是一个“什么样的企业”的轮廓。鉴于目前已有多个学者或机构对世界一流企业、世界级企业、卓越企业等企业的特征属性进行了研究,本文借鉴社会学研究中的质性研究方法,对世界一流企业、世界级企业、卓越企业的 17 份典型文本进行分析,并将各类特征属性进行重新编码和分类,然后再进行合并。结果显示^①,世界一流企业、世界级企业、卓越企业的所有特征要素几乎都能归入“社会价值驱动、资源能力突出、产品服务一流、透明开放运营、管理机制有效、综合绩效卓越、社会声誉良好”。也就是说,企业高质量发展作为一种目标状态,是世界一流企业拥有的共同特征,是国有企业迈向世界一流企业必须培育和打造的基本特质。

(2)动态视角:世界一流企业转向高质量发展范式竞争。世界一流企业都是在长时间的竞争中成长和产生的,竞争范式的转变最能反映其运营、管理甚至成长的演变过程,能够较好地动态反映世界一流企业发展的趋势变化。纵观世界一流企业竞争范式的演变,总体上呈现如下的基本规律:

^① 17 份典型文本的总结列表未列出,如有需要,可向作者索取。

竞争焦点由价格竞争、成本竞争到产品竞争、份额竞争,再到质量竞争、服务竞争,再到时间竞争、基于用户参与的竞争,再到社会责任竞争、品牌形象竞争;竞争层次由企业个体间竞争到价值链之间竞争、产业链之间竞争,再到生态圈之间竞争;竞争优势由显性的成本优势、差异化优势到隐性的战略资源优势、核心能力优势、动态能力优势;竞争形式由“零和博弈”竞争到“正和博弈”竞争合作;竞争环境由相对稳定的环境到低度动态的环境,再到复杂动态的环境,再到超竞争环境。从竞争范式各要素的变化看,世界一流企业的竞争范式呈现动态优化、逐步高级化的规律特点,也是不断适应经济社会发展动态转型的结果。如果更深层次地透视和挖掘,世界一流企业的竞争范式演变可以集中概括为由单点竞争到多点竞争再到系统性竞争,最新的趋势则是发展范式竞争,越来越向包容性竞争和可持续竞争方向发展。无论是基于用户参与的竞争、社会责任竞争、品牌形象竞争,还是生态圈之间竞争,抑或是战略资源、核心能力、动态能力的竞争优势,以及“正和博弈”竞争合作,都属于企业高质量发展的重要构成要素和维度,这意味着世界一流企业的竞争范式越来越向高质量发展范式竞争演进,表现为更高层次、更加系统、更可持续的竞争。国有企业要迈向世界一流企业,就必须适应世界一流企业竞争范式演变的趋势和规律,转变与重塑竞争范式,构建和形成更新更具持久竞争力的高质量发展范式。

3. 破解国有企业发展难题的内生要求

国有企业改革的持续深入推进促使国有企业不断发展壮大,无论是结构布局、资产规模、效益水平还是经营机制、发展活力、红利释放都有巨大的进步和改善,为国有企业未来的进一步发展奠定了基础。然而,受制于多种因素的约束和长期的路径依赖,目前国有企业发展仍然存在多个方面的问题,既有一直存在、妨碍国有企业嬗变的“大而不强”难题,又有经历四十年改革之后、不得不面对的“中年之惑”问题,还有长期饱受诟病、根深蒂固的发展方式“粗放陋习”。破解这些问题需要深化国有企业改革,而国有企业高质量发展正是发展理念和发展范式变革的最优方向,是破解国有企业发展难题的必然之路。

(1) 破解“大而不强”问题的需要。无论是从整体视角还是个体角度,国有企业用“巨大”来形容都当之无愧。对于前者,根据财政部公布的数据,2017年中国的国有企业营业总收入超过52万亿元,而截至2018年7月,国有企业资产总额已经将近173万亿元,无论是收入规模还是资产规模都十分庞大;对于后者,在2018年《财富》杂志主要以营业收入排名的“世界500强”中,中央企业和地方国有企业达到73家,其中国家电网公司、中国石化和中国石油更是分别位居第二位、第三位和第四位,可以说是名副其实的世界“大企业”。然而,国有企业的“大”并没有必然带来“强”,2018年进入“世界500强”的中央企业和地方国有企业,2017年平均利润只有14.4亿美元,即使是进入其中的48家中央企业,2017年平均利润也只有15.9亿美元,而“世界500强”企业同期的平均利润为37.6亿美元,由此可见,与世界一流企业相比,中国国有企业的盈利能力和效益水平还有较大的差距。与此同时,根据中国企业联合会、中国企业家协会发布的《2018中国企业500强分析报告》,包括国有企业在内的中国500强企业国际化程度、技术创新能力等方面依然相对较弱,与世界500强企业差距较大。“大而不强”的问题不仅使得国有企业在与世界一流企业竞争中处于劣势,而且也对国有企业的健康可持续发展造成困扰。正因如此,“做强”才置于“做强做优做大国有资本”的首位,而“做强”的关键是要推动国有企业提升发展质量,从做大规模偏好转向企业高质量发展。

(2) 破解“中年之惑”问题的需要。国有企业改革的目的是要让国有企业增强自身的素质能力、适应多变的外部环境,四十年的改革也的确推动一批国有企业实现了脱胎换骨、焕然一新。但不得不承认,许多国有企业经过多轮的改革效果仍不理想,不仅难以适应高度动态的外部环境变化,而

且自身长期积累的老问题和改革引致的新问题复杂交织,部分企业发展陷入生命周期的缓慢甚至停滞阶段,出现了类似个体人一样的“中年之感”甚至“中年危机”。一部分曾经经历改革获得新生的国有企业,在短暂的“红火”之后由于企业运营和发展不能与时俱进,也陷入“中年之感”甚至“中年危机”。国有企业的“中年之感”或“中年危机”突出表现在三个方面:一是改革或改变的速度无法跟上外部环境变化的步伐,特别是处于技术更替或技术革命频繁的行业或领域的国有企业,面临被新时代、新环境“抛弃”的风险;二是随着企业规模的扩张,一些国有企业患上严重的“大企业病”,机构臃肿、决策缓慢、官僚文化、行动僵化、协调困难,出现严重的“X非效率”现象,不仅缺乏活力与创新,甚至会使企业面临生存危机;三是思想理念陈旧,过分相信和依赖经验,不愿意也不善于接受新思维和新方法,企业心智模式“衰老”,知识技能陈旧,与时代要求脱轨。“中年之感”或“中年危机”的破解需要国有企业通过改革创新和转型发展来实现“中年再出发”,否则就极有可能出现“温水煮青蛙”现象,而改革创新和转型发展的方向则是企业高质量发展。

(3)破解“粗放陋习”问题的需要。得益于中国经济长期保持的高速增长,一些国有企业依靠粗放式发展范式不断地“做大”,但随着中国经济进入高质量发展的新阶段,一些国有企业长期形成的粗放式发展“陋习”已经无法适应和难以为继,成为制约国有企业进一步发展的障碍。一些国有企业粗放式发展的“陋习”突出表现在四个方面:一是一些国有企业习惯于在价值链和产业链上的“低端锁定”,而一些国有企业在进行“高端攀升”尝试受到“高端挤压”与受挫后又返回价值链和产业链中低端环节,结果导致低端产能过剩,产品附加值较低,企业发展陷入低层次的“简单化”;二是一些国有企业缺乏工匠精神,对工艺流程、产品质量缺乏精益求精的精神,与行业内世界一流企业的产品质量和技术含量相比仍有明显差距,甚至一些国有企业存在“粗制滥造”的行为;三是一些国有企业依然坚持依靠大量要素投入、大规模投资而获取企业规模扩张的发展道路,甚至仍然坚持以牺牲生态环境为代价来换取企业的发展,全要素生产率低下,企业可持续发展动力与能力不足;四是一些国有企业社会责任理念与意识淡薄,社会责任缺失现象时有发生,甚至出现严重的打破“底线”行为,对利益相关方和社会带来不良影响。国有企业要想在中国经济高质量发展的新阶段和新一轮工业革命加速推进的情境下获得竞争力与竞争优势,彻底改变粗放式发展“陋习”已经势在必行,而企业高质量发展则是破解这一“陋习”的必然方向和战略选择。

五、国有企业高质量发展的实现性

国有企业高质量发展在理念和实践上具有合意性,在逻辑和思路中具有自洽性,是与深化国有企业改革高度契合的前瞻性发展思想和发展范式。然而,即便是最为前瞻、最为先进的发展思想和发展范式,最为重要和关键的仍然是现实中如何实现的问题。国有企业高质量发展亦是如此,但其实现却颇具挑战性,并不是“水到渠成”的轻松之事,而是需要国有企业个体、政府和社会共同投入、相互协作、共克困难,尤其需要各个主体各安其身、各就其位、各尽其能、各得其所,共同推动国有企业高质量发展在个体层面和整体层面得到真正实现。

1. 合理的实现逻辑框架

按照一般性企业高质量发展的基本要求和主要规律,结合国有企业高质量发展的特殊性,实现国有企业高质量发展的关键逻辑如下(如图3所示):①应当沿着微观—中观—宏观的层次递进路径予以实现,即国有企业个体高质量发展—国有企业整体高质量发展—国有资本高质量发展—国有经济高质量发展。②实现国有企业个体高质量发展的核心是企业个体变革,因为只有真正意义的变革才能使国有企业个体从一种发展范式跃升至另一种更高级的发展范式。企业个体变革应当是

全方位的,包括形成企业高质量发展范式的动力转换、战略转型、效率变革、能力再造、管理创新和形象重塑。③国有企业个体变革的成功实施需要具备必要的基础条件,既包括国有企业个体要成为真正的独立市场主体,又涵盖对国有企业个体进行科学合理和针对性的分类界定,还要求能够推动和实施企业个体变革的企业家精神。④国有企业个体变革的推进和基础条件的实现,都需要有合意的制度供给和制度安排作为支撑,包括关系最为直接的国有企业制度创新和国有资产管理体制改革,以及关系较为密切的深化经济体制改革。⑤国有企业个体变革的推进、基础条件的实现和制度供给的完善,都离不开健康和适宜的社会生态,社会对国有企业改革和发展形成合理预期、积极行动支持、主动投入参与对于实现国有企业高质量发展至关重要。⑥社会生态、制度供给、基础条件和国有企业个体变革之间并不是简单的单向线性影响关系,而是相互作用共同演化关系,存在多重非线性影响。

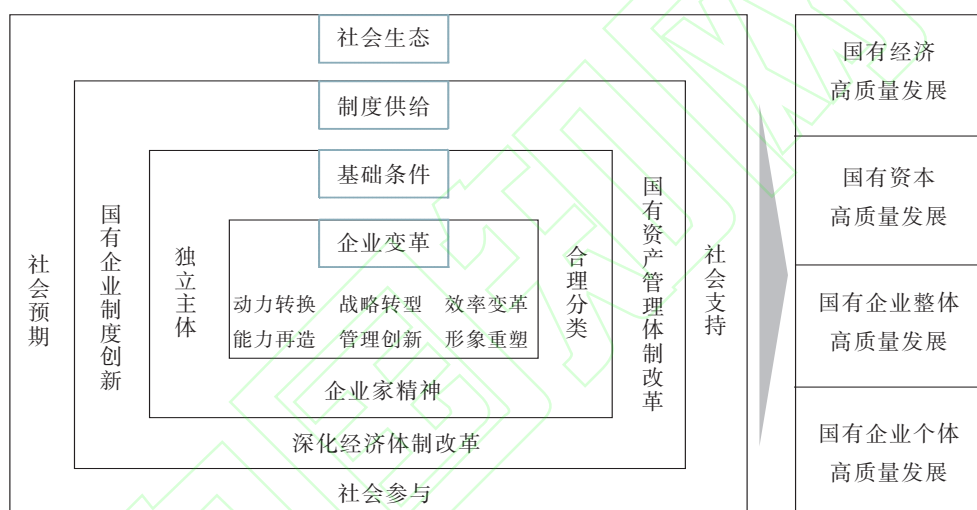


图3 实现国有企业高质量发展的逻辑框架

2. 需要全面的企业变革

全方位变革要求国有企业个体重视组织记忆的“新陈代谢”,积极改变思维惯性和行为惯性,打破“惯性枷锁”,推动组织惯例由自我复制转向新的搜寻,从而实现从以往发展范式的“低端锁定”中脱离出来,转向高级形态的企业高质量发展。国有企业个体的全方位变革主要包括:

(1)动力转换,打造高自我驱动型企业。动力转换是实现国有企业高质量发展的起点,国有企业高质量发展需要有高质量的发展驱动力,需要从以往支撑规模型发展范式的动力转换到支撑质量效益型发展范式的动力。国有企业发展动力转换的基本方向是由外源性要素驱动转换为内生型自我驱动,具体包括:①动力来源转换,即由外部驱动转向内生驱动,前者主要是市场竞争倒逼、外部制度要求、上级任务要求、社会压力回应,后者则是企业家精神驱动、企业精神驱动、自我驱动。②动力性质转换,即由任务驱动转向使命驱动,前者将推动企业发展看做是国家或上级公司赋予的任务,以被动执行任务或满足工作要求的方式开展企业运营,后者则是在国家经济社会发展大局中定位企业发展的价值,将最大化服务国家战略和解决社会问题内化为企业使命,以高度的使命感、责任感、价值感驱动企业发展。③动力内容转换,即由要素驱动转向创新驱动,前者是主要依靠各种资源投入、大规模投资支撑企业发展,后者则是将创新作为第一动力,以技术创新、管理创新、制度创

新和人才创新驱动企业发展。④动力主体转换,即由领导驱动转向全员驱动,前者是指领导是企业发展的唯一发动机,企业发展的动力来源完全依托领导层,员工属于被动执行主体,缺乏推动企业发展的自主渴望,后者是指既有领导作为驱动企业发展的发动机,又有各层级员工将企业发展作为个人实现平台的驱动力,形成全员从内心深处“想”企业发展好的意愿。

(2)战略转型,打造高站位前瞻型企业。战略转型是实现国有企业高质量发展的基础,国有企业高质量发展需要企业从传统战略管理范式转向发展型战略(Developmental Strategy)管理范式,确立前瞻性与现实性兼具、适应环境甚至改变环境、符合企业实际的清晰发展战略。国有企业战略转型需要区分三种类型的企业:①公益类国有企业的战略转型重点是在国家对国有经济布局调整优化的前提下,深刻把握所从事的行业或领域发展规律,准确定位企业的角色和提供公共产品与服务的长远发展目标,尤其是依据所在行业或领域最新发展趋势进行发展方向调整与优化。②商业一类国有企业的战略转型重点是根据外部宏观环境的变化、行业发展规律与趋势的变化,基于竞争要求和企业的资源能力基础,调整优化企业的业务布局,既需要进行新业务领域的前瞻性战略布局,也要求对原有业务的价值链或产业链升级,同时必须构架合理有效的竞争战略。③商业二类国有企业的战略转型重点需要兼顾公益类国有企业和商业一类国有企业的战略转型思路,在国家对企业所从事行业或领域确定的前提下,考虑行业或领域的竞争属性,二元地平衡公共性发展战略与竞争性发展战略,实现企业整体战略的最优。④推动国际化战略转型升级,创新国际化进入模式,优化国际化组织方式、国际化运营方式、国际化竞争方式和国际化管理方式,提升国际化程度、层次和效果,积极打造形成全球竞争力。

(3)效率变革,打造高价值集约型企业。效率变革是实现国有企业高质量发展的关键,国有企业高质量发展要求企业拥有一流的全要素生产率和社会价值创造水平,需要企业以效率导向和价值导向开展运营。国有企业效率变革的具体要求包括:①效率认知变革,即由以往将效率片面等同财务收益的认知转变为强调全要素生产率、科技进步贡献率。②效率生成变革,即由以往强调单一领域效率、单一要素效率、单一类型效率转变为企业整体效率、全领域生成效率、全方位协同效率。③运营效率变革,即产品生产与提供、企业运营全过程追求更高效、更经济、更安全、更清洁、更和谐,不断提升技术效率和改善管理效率,实现企业整体运营效率的提升。④配置效率变革,即推动要素的市场化配置、全球化配置,强调资源整合、集约利用和高效循环,重视资源节约和投入产出比,追求高水平的全要素生产率。此外,企业的绩效管理应突出效率导向、价值导向,让效率变革贯穿和落实于员工个体、部门或单位、公司整体之中。

(4)能力再造,打造高层次创新型企业。能力再造是实现国有企业高质量发展的根本,国有企业高质量发展要求企业拥有突出的战略资源、核心能力和动态能力,需要企业全方位打造一流的内在素质。国有企业能力再造的重点方向包括:①培育和构建以高素质人才为基础的战略资源群,将资源边界由“供给侧”拓展至“需求侧”,注重用户参与、数据、平台、关系资本等适应新工业革命兴起背景下的战略资源打造,形成区别于竞争对手、支撑企业高质量发展的资源基础。②提升企业技术创新能力,优化企业技术创新范式,注重原始创新、集成创新和引进消化吸收再创新相结合,强调创新协同和二元创新,善于平衡面向未来的探索式创新与改进当下的利用式创新,以及采用不同架构方式的构建型创新(Architectural Innovation)与替换核心元件的模组型创新(Modular Innovation),提升技术创新的广度、深度、高度和远度。③培养和打造高层次与异质性的商业化能力,构建具有行业领先性的、创造性的商业模式,能够将企业解决社会问题、抓住商业机会的美好构想转化成现实的商业运作。④重视从长远视角培育和构建企业生态系统,建立强大、健康、可持续的商业生态圈,动

态优化商业生态圈的共生、互生和重生功能,推动企业竞争由“点”上的竞争优势向系统的生态优势转化。

(5)管理创新,打造高品质活力型企业。管理创新是实现国有企业高质量发展的保障,国有企业高质量发展要求企业勇于、敢于和善于进行管理变革,破除国有企业体制机制和管理上长期存在的弊病,构建灵活高效、适合行业特征、满足竞争需求的企业管理模式。国有企业管理创新的重点包括:①适应组织演变的新趋势和行业发展的新特点,推进组织形态变革,打造形成适于赋权赋能、善于动态优化的组织模式。②完善公司治理。公益类国有企业、商业一类国有企业和商业二类国有企业根据自身特点分别构建合理的、适合的公司治理架构,完善董事会治理,推动公司治理实质性地从行政型治理转向经济型治理。③优化集团管控模式。公益类国有企业、商业一类国有企业和商业二类国有企业分别建立差别化的集团管控体系,持续优化集团管控流程,形成体系结构完善、流程运转高效、权力配置合理、协同效应显著的适宜企业客观发展需要的集团管控模式。④对标世界一流企业,平衡集权与分权、柔性规范、激励与约束、探索与利用、有序与即兴的双重需要,优化甚至重构企业管理体系,完善管理制度、管理流程,创新管理方法、管理工具,推动企业管理水平向行业一流甚至世界一流迈进。⑤打造“进取型+和谐型+国际化+国企化”的企业文化。公益类国有企业、商业一类国有企业和商业二类国有企业需要分别构建适宜自身特点的物质文化、制度文化和精神文化,同时通过管理制度与企业文化的契合,推动企业文化持续一贯地在不同层级与个体予以落地,形成不同层级与个体的高度心理认同。

(6)形象重塑,打造高认同共益型企业。形象重塑是实现国有企业高质量发展的支撑,国有企业高质量发展需要企业赢得利益相关方和社会高度的利益认同、情感认同和价值认同,获得广泛的社会尊重和影响力。国有企业形象重塑的目标方向是要彻底改变利益相关方和社会公众对国有企业的刻板印象,由不良传统国企的形象转变为焕然一新的新国企形象。国有企业形象重塑的重点包括:①转变形象塑造的方式,由以往企业自我认知视角转向外部利益相关方和社会视角,由以往封闭式自我塑造转变为外部参与式塑造,由以往只强调“做”转变为“做”与“说”同步推进。②塑造具有高度责任感和卓越责任绩效的企业形象,以战略性企业社会责任、共享价值、社会创新、共益企业等范式开展社会责任实践,积极推动社会责任议题嵌入和管理嵌入,创造高水平的利益相关方价值和社会价值。③塑造透明开放、友好互动的企业形象,以增进利益相关方和社会公众的亲近感、体验感、认同感为着眼点,建立与完善透明度管理体系,创新社会沟通载体、方式和渠道,改变“写谁谁看、谁写谁看”的传统沟通困境以及国有企业“高高在上”的原有形象。④塑造具有高认知度、知名度和美誉度的一流企业品牌,特别是商业类国有企业,需要全面加强品牌管理,打造具有竞争优势的产品品牌和企业品牌,提升品牌资产与品牌价值,增进顾客的品牌忠诚度。

3. 需要合意的支撑环境

相对一般性企业,国有企业高质量发展具有更强的路径依赖、制度依赖和社会依赖特点,国有企业个体变革和国有企业高质量发展的实现需要企业同时“利用依赖”和“摆脱依赖”,特别是要通过外部改革避免出现国有企业“带着镣铐跳舞”现象,让国有企业在合意的外部支持下打消顾虑、破除束缚、“轻装上阵”,以更大的自主权集中精力谋取企业高质量发展。

(1)必要的基础条件。从独立市场主体看,实现国有企业高质量发展的前提条件是国有企业必须拥有独立市场主体地位。然而,从以建立现代企业制度为目标的国有企业改革要求推动“国有企业成为自主经营、自负盈亏、自我发展、自我约束的法人实体和市场竞争主体”,到新时代深化国有企业改革要求“国有企业真正成为依法自主经营、自负盈亏、自担风险、自我约束、自我发展的独立

市场主体”，国有企业建立独立市场主体地位的改革一直在进行，但现实中一些国有企业仍然没有成为真正意义上的独立市场主体。因此，未来需要进一步推动和落实政企分开、政资分开、所有权与经营权分离，依法依规落实企业自主权，积极推动和创造条件完善企业市场化经营机制，促进商业类国有企业按市场化要求开展商业化运作，公平参与市场竞争，推动国有企业真正成为独立市场主体。从合理分类界定来看，国有企业个体的类别属性不同决定企业高质量发展的内涵特征、内容表现与实现方式存在差异，国有企业个体的变革方向和重点也会相应不同，因此合理的类别属性界定也是实现国有企业高质量发展的前提。然而，现实中国有企业分类往往由政府主导、企业参与，国有企业个体往往无法自主确定自身的类别，最终的类别界定决定权通常归于政府。这就要求政府在对国有企业个体进行类别属性界定时，应当更加充分地与企业进行沟通协商，使类别属性界定更加科学、更加周全、更加精细，更加符合企业实际，更加有利于企业功能实现和未来高质量发展。从企业家精神来看，无论是国有企业个体变革的成功发动与顺利实施，还是争取或推动形成有利于企业高质量发展的外部支持，都离不开企业家精神和企业家作用。理论上讲，当国有企业成为真正意义的独立市场主体时，企业应当可以按照市场规则自主选择、聘用具有“企业家精神”的经营管理者，甚至可以通过巨大的战略性投入来培育和激发企业家精神。但是，现实中受制于独立市场主体地位不到位、国有企业领导人员任命机制改革不到位、企业家精神的市场供给不足，有的国有企业个体往往只能“碰运气”地被赋予、被配置具有“企业家精神”的经营管理者。这意味着需要深化国有企业领导人员培养、任命与考核机制改革，加快建立职业经理人制度，营造尊重和激励企业家精神的社会氛围，在更大范围培育、配置和保护企业家精神，为推动国有企业高质量发展提供更多、更强劲、更持久的“发动机”。

(2)有效的制度供给。从国有企业制度创新看，国有企业个体的管理创新、制度创新、机制创新一定程度上会受到国有企业整体制度安排的影响，尤其是公益类国有企业和商业二类国有企业，其战略构想和管理机制更是很大程度上会受到国有企业整体制度安排的制约，因此，应以推进国有企业高质量发展为导向，对国有企业整体制度安排和制度设计进行创新、优化。国有企业制度创新的重点是要积极落实分类改革的顶层设计，差异化推进公益类国有企业、商业一类国有企业、商业二类国有企业的产权制度改革、公司治理改革、定责考核制度改革和“三项制度”改革，稳步推进商业类国有企业的混合所有制改革，激发国有企业的内生活力。从国有资产管理体制改革看，国有资本投向与国有经济布局会对国有企业尤其是公益类国有企业和商业二类国有企业的战略转型形成导向与约束，国有资产监督管理模式则会对国有企业的运营方式和行为方式产生影响，因此，需要着眼于推进国有企业高质量发展的角度，继续优化国有资本和国有经济的结构布局，完善国有资产管理体制。国有资产管理体制改革的重点是要加快推进以管资产、管企业为主的监管模式向以管资本为主的监管模式转变，制度化、规范化和系统化地加强以管资本为主的国有资产监管，积极推进和不断深化国有资本投资运营公司的综合性改革，从而既提高监管效能，确保国有资产保值增值，防止国有资产流失，又增强国有企业积极性、主动性，提升国有企业发展活力。从经济体制改革看，宏观层面的政绩观、经济制度环境、政府效能都是实现国有企业高质量发展的重要影响因素，需要进一步深化改革与持续优化。经济体制改革的重点主要是要推动政绩观的转变，由以往唯GDP论、唯增长速度论转向高质量发展的政绩观；继续深化非竞争性行业与领域改革，进一步加强民营企业产权保护，积极引入和推进“竞争中立”政策，营造“国民共进”的公平竞争环境，坚决反对“民营经济离场论”，缓解“民营企业焦虑症”，构建国有企业与民营企业相互促进、共同发展的经济生态；进一步推进“放管服”改革，不断提升政府效能，持续优化企业发展环境，最大限度激发市场活力和国有企

业活力。

(3)适宜的社会生态。从社会预期看,社会公众对国有企业的认知和预期会通过压力传导机制作用于国有企业,对国有企业的运行方式和行为方式产生影响,特别是不合理的社会预期可能会对国有企业个体的变革创新形成障碍,因此,实现国有企业高质量发展要求科学引导社会公众理性认识国有企业,形成对国有企业功能承担与行为方式的合理预期。社会预期引导的重点是要提升国有企业改革的公众透明度,增进社会公众对国有企业与国有企业改革的了解和认识,改变社会公众对国有企业长期持有的刻板印象,避免社会公众对国有企业功能认知与行为预期出现偏差,防止“预期不足”和“预期过度”的双重陷阱,为推进国有企业高质量发展营造健康良性的社会舆论环境。从社会支持看,社会公众和机构构成了国有企业直接或间接、现实或潜在的客户群体,客户群体的消费行为、采购行为、投资行为和“用脚投票”方式都会对国有企业形成有效的市场激励与约束,从而影响国有企业对发展方式的选择和对发展质量的追求。实现国有企业高质量发展需要社会公众和机构以升级消费行为、采购行为和投资行为的方式支持国有企业向高质量发展转型,重点是要引导与推动社会公众和机构采取可持续消费、可持续采购、可持续投资等更高层次的行为范式,形成对国有企业高质量发展的市场激励。从社会参与看,社会公众、非政府组织、非营利组织、公众媒体都是国有企业社会网络和生态系统中的节点与成员,是国有企业的直接或间接利益相关方,国有企业个体的变革创新离不开它们的参与。推动社会参与的重点是要构建有效的社会参与合作机制(如产学研合作机制),既激发社会公众、非政府组织、非营利组织、公众媒体参与合作的意愿,又规范它们参与合作的行为,确保国有企业与社会公众和机构的合作能够实现互利共赢,进而促进国有企业迈向高质量发展。

[参考文献]

- [1]鲍悦华,陈强.质量概念的嬗变与城市发展质量[J].同济大学学报(社会科学版),2009,(12):46-52.
- [2]陈昌兵.新时代我国经济高质量发展动力转换研究[J].上海经济研究,2018,(5):16-24.
- [3]程文广,赵捷.高等教育质量:内涵、外延及其意义[J].湖北社会科学,2012,(11):174-178.
- [4]杜爱国.中国经济高质量发展的制度逻辑与前景展望[J].学习与实践,2018,(7):5-13.
- [5]郭克莎.质量经济学概论[M].广州:广东人民出版社,1992.
- [6]贺晓宇,沈坤荣.现代化经济体系、全要素生产率与高质量发展[J].上海经济研究,2018,(6):25-34.
- [7]黄群慧.“十三五”时期新一轮国有经济战略性调整研究[J].北京交通大学学报(社会科学版),2016,(4):1-14.
- [8]黄群慧.“新国企”是怎样炼成的——中国国有企业改革40年回顾[J].中国经济学人,2018,(1):58-83.
- [9]黄群慧,贺俊.“第三次工业革命”与中国经济发展战略调整[J].中国工业经济,2013,(1):5-18.
- [10]黄群慧,余菁.新时期的新思路:国有企业分类改革与治理[J].中国工业经济,2013,(11):5-17.
- [11]黄群慧,余菁,王涛.培育世界一流企业:国际经验与中国情境[J].中国工业经济,2017,(11):5-25.
- [12]黄速建.国有企业改革三十年:成就、问题与趋势[J].首都经济贸易大学学报,2008,(6):5-22.
- [13]黄速建,余菁.国有企业的性质、目标与社会责任[J].中国工业经济,2006,(2):68-76.
- [14]贾根良.第三次工业革命与新型工业化道路的新思维[J].中国人民大学学报,2013,(2):43-52.
- [15]金碚.关于“高质量发展”的经济学研究[J].中国工业经济,2018,(4):5-18.
- [16]金碚.论国有企业是特殊企业[J].学习与探索,1999,(3):11-14.
- [17]李金华.第四次工业革命的兴起与中国的行动选择[J].新疆师范大学学报(哲学社会科学版),2018,(5):77-86.
- [18]李伟阳.基于企业本质的企业社会责任边界研究[J].中国工业经济,2010,(9):89-100.
- [19]刘友金,周健.“换道超车”:新时代经济高质量发展路径创新[J].湖南科技大学学报(社会科学版),2018,(1):49-57.

- [20]刘志彪. 理解高质量发展:基本特征、支撑要素与当前重点问题[J]. 学术月刊, 2018,(7):39-45.
- [21]蒲晓晔, Fidrmuc, J. 中国经济高质量发展的动力结构优化机理研究[J]. 西北大学学报(哲学社会科学版), 2018,(1):113-118.
- [22]任保平. 新时代高质量发展的政治经济学理论逻辑及其现实性[J]. 人文杂志, 2018,(2):26-34.
- [23]任保平,李禹墨. 新时代我国高质量发展评判体系的构建及其转型路径[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2018,(5):105-113.
- [24]任保平,魏婕,郭晗. 超越数量:质量经济学的范式与标准研究[M]. 北京:人民出版社, 2017.
- [25]任保平,文丰安. 新时代中国高质量发展的判断标准、决定因素与实现途径[J]. 改革, 2018,(4):5-16.
- [26]茹少峰,魏博阳,刘家旗. 以效率变革为核心的我国经济高质量发展的实现路径[J]. 陕西师范大学学报(哲学社会科学版), 2018,(5):114-125.
- [27]盛毅. 新一轮国有企业分类改革思路发凡[J]. 改革, 2014,(12):44-51.
- [28]师博,任保平. 中国省际经济高质量发展的测度与分析[J]. 经济问题, 2018,(4):1-6.
- [29]师博,张冰瑶. 新时代、新动能、新经济——当前中国经济高质量发展解析[J]. 上海经济研究, 2018,(5):25-33.
- [30]宋方敏. 论“国有企业做强做优做大”和“国有资本做强做优做大”的一致性[J]. 政治经济学评论, 2018,(3):3-15.
- [31]孙燕芬. 关于竞争中立规则的中外发展与启示[D]. 长春,吉林大学, 2017.
- [32]王生升. 经济发展新时代离不开国有经济和民营经济的共同发展[N]. 光明日报, 2018-02-07.
- [33]王涛,陈金亮. 二元制度逻辑与多中心融合情境的组织合法性——兼论国有企业分类改革[J]. 经济管理, 2018,(8):38-54.
- [34]魏婧恬,葛鹏,王健. 制度环境、制度依赖性与企业全要素生产率[J]. 统计研究, 2017,(5):38-48.
- [35]吴金明. “二维五元”价值分析模型——关于支撑我国高质量发展的基本理论研究[J]. 湖南社会科学, 2018,(3):113-129.
- [36]肖红军,李伟阳,胡叶琳. 真命题还是伪命题:企业社会责任检验的新思路[J]. 中国工业经济, 2015,(2):102-114.
- [37]杨幽红. 创新质量理论框架:概念、内涵和特点[J]. 科研管理, 2013,(12):320-325.
- [38]张其仔. 第四次工业革命与产业政策的转型[J]. 天津社会科学, 2018,(1):96-104.
- [39]张文魁. 国有企业改革30年的中国范式及其挑战[J]. 改革, 2008,(10):5-18.
- [40]中国宏观经济分析与预测课题组. 新时期新国企的新改革思路[J]. 经济理论与经济管理, 2017,(5):5-24.
- [41]Arthur, W. B. Competing Technologies, Increasing Returns, and Lock-in by Historical Events [J]. *Economic Journal*, 1989,99(394):116-131.
- [42]Barney, J. B. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage* (2nd Ed.)[M]. New York: Pearson Education, Inc., 2002.
- [43]Cull, R., and L. C. Xu. Institutions, Ownership, and Finance: The Determinants of Profit Reinvestment among Chinese Firms[J]. *Journal of Financial Economics*, 2005,77(7):117-146.
- [44]Drucker, P. F. *Management Task, Responsibilities and Practices*[M]. New York: Harper & Row, Inc., 1973.
- [45]Gilbert, C. G. Unbundling the Structure of Inertia: Resource versus Routine Rigidity [J]. *Academy of Management Journal*, 2005,48(5):741-763.
- [46]Greenwood, R., M. and F. Raynard. Kodcih. Institutional Complexity and Organizational Responses[J]. *Academy of Management Annals*, 2011,5(1):317-371.
- [47]ISO. ISO26000: Guidance on Social Responsibility[R]. Geneva: ISO, 2010.
- [48]Owen-Smith, J., and W. W. Powell. Knowledge Networks as Channels and Conduits: The Effects of Spillovers in the Boston Biotechnology Community[J]. *Organization Science*, 2004,15(1):5-21.
- [49]Porter, M. E. *The Competitive Advantage of Nations*[M]. New York: The Free Press, 1990.

- [50]Prahalad, C. K., and G. Hamel. The Core Competence of the Corporation[J]. Harvard Business Review, 1990, 68(3):235-256.
- [51]Shewhart, W. A. Statistical Method from the Viewpoint of Quality Control[M]. Washington, D.C.: The Graduate School, the Department of Agriculture, 1939.
- [52]Sydow, J., and J. Koch. Organizational Path Dependence: Opening the Black Box[J]. Academy of Management Review, 2009,34(4):689-709.
- [53]Teece, D. J. G. Pisano, and A. Shuen. Dynamic Capabilities and Strategic Management [J]. Strategic Management Journal, 1997,18(7):509-533.
- [54]Winter, S. G. Toward a Neo-Schumpeterian Theory of the Firm [J]. Industrial and Corporate Change, 2006,15(1):125-141.

Study on High-Quality Development of the State-Owned Enterprises

HUANG Su-jian, XIAO Hong-jun, WANG Xin

(Institute of Industrial Economics CASS, Beijing 100836, China)

Abstract: The transition of China's economy from a rapid growth stage to a high-quality development stage is a distinctive feature of socialism with Chinese characteristics for a new era. The high-quality development of economy has to be achieved through the high-quality development of enterprises. China's SOEs are the backbone of socialist economy with Chinese characteristics, the high-quality development of which is directly related to the successful implementation of deepening the reform of SOEs and high-quality development of the macro economy. This paper defines the "high-quality development of enterprises" from the perspective of target state and development paradigm, and identifies seven core characteristics of high-quality development of enterprises, which are social value-driven, outstanding resource capability, first-class product and service, transparent and open operating, effective management mechanism, excellent comprehensive performance and good social reputation. Based on the nature and functions of SOEs as special enterprises, the high-quality development of SOEs presents the particularity of multi-level, diversity and multi-restriction. Furthermore, the high-quality development of SOEs has its necessity. Firstly, it is the forced effect for SOEs to confront the profound changes of key external environments. Secondly, it is the inevitable law for SOEs to adapt to the developing trend of world-class enterprises. Thirdly, it is the endogenous requirement for SOEs to solve the development problems. At last, this paper establishes a logical framework for achieving the high-quality development of SOEs, and proposes to promote the high-quality development of SOEs to be truly implemented in both the individual level and the overall level. On the one hand, the individual SOE should develop through key approaches of power conversion, strategy transformation, efficiency change, capacity reengineering, management innovation and image reconstruction. On the other hand, there should be a supporting environment including three necessary conditions, three types of institutions and three-dimensional social ecology.

Key Words: quality; state-owned enterprises; high-quality development; reform

JEL Classification: D21 L20 M10

[责任编辑:湘学]