

2 热点透析 Hot Dialysis

2014 中国制造业企业 500 强发布

总体规模增幅提升 盈利水平未有大起色

日前,中国企业联合会、中国企业家协会按照国际惯例连续第 10 次推出了中国制造业企业 500 强。与 2013 中国制造业企业 500 强相比,2014 中国制造业企业 500 强的整体增长速度有所提高,但由于企业发展状况分化、不少企业营业收入负增长,入围门槛有所下降。经济效益扭转连续两年的下滑局面,较上年增长 7.84%。2014 中国制造业企业 500 强呈现如下特点:

1. 总体规模增幅提升,但十年中入围门槛第二次降低

2014 中国制造业企业 500 强营业收入总额 26.1 万亿元,比上年增长了 11.57%,与上年 7.68%的增长速度相比,增幅上涨了 3.89 个百分点;资产总额达到 23.7 万亿元,比上年增长了 10.73%;从业人数达到 1281 万人,比上年增加了 17 万人。

中国制造业企业 500 强的入围门槛由最初的 20.2 亿元提高到 2014 年的 67.1 亿元,十年间增长了 2 倍多。而这中间只有两年的入围门槛是降低的,第一次出现在 2010 年的榜单中,入围门槛由上年的 48.6 亿元下降为 41.6 亿元,下降了 14.40%;第二次就出现在 2014 中国制造业企业 500 强中,入围门槛由上年的 70.6 亿元下降为 67.1 亿元,下降了 4.96%。这两次入围门槛的下降也反映了当时国际国内经济形势的动荡对我国实体经济的影响。

2. 总体经济效益扭转连续两年下滑局面,但盈利水平未有大起色

2014 中国制造业企业 500 强共实现净利

润 5610.2 亿元,比上年的 5202.9 亿元提高了 407.3 亿元,增长 7.84%,一改前两年净利润总额连续下降的趋势。

从人均实现利润看,2014 中国制造业企业 500 强人均利润为 4.37 万元,比上年增长 了 9.25%;从收入利润率看,2014 中国制造业企业 500 强平均收入利润率为 2.15%,比上年略降 0.08 个百分点;从资产利润率来看,2014 中国制造业企业 500 强平均资产利润率为 2.36%,比上年略降 0.07 个百分点。从人均营业收入看,2014 中国制造业企业 500 强人均营业收入为 203 万元,比上年提高了 9.73%,这也反映了营业收入总额的增长速度比员工人数的增长速度要快。

从总体上看,2014 中国制造业企业 500 强的总体经济效益并没有延续前两年经济效益下滑的态势。不过,虽然总体经济效益略有提升,但盈利水平几乎与上年持平,并未有大起色。可以看到,国内外经济形势的持续恶化,对我国实体经济特别是制造业企业产生的重大影响仍然在持续。

3. 行业分布较为分散,各行业地位长期稳定

从 40 个行业中所分布的企业数目来看,2014 中国制造业企业 500 强的行业分布比较分散。入围企业数最多的行业,仍然是“黑色冶金及压延加工业”,共有 72 家企业入围,比上年少 9 家。该行业已经连续十年占据入围企业最多的地位。十年来,由于我国经济结构不断进行调整,钢铁行业并购重组现象频出,使得

该行业入围的企业数连年递减,但依然没有改变其在中国制造业企业 500 强中的行业地位。

入围企业数排在第 2 至第 5 位的行业分别是“一般有色冶金及压延加工业”42 家,“化学原料及化学制品制造业”37 家,“电力、电气等设备、机械、元器件及光伏、电池、线缆制造业”29 家,“汽车及零配件制造业”28 家。以上提到的 5 个行业,近五年来一直都排在入围企业数最多的前 5 位,只是位次稍有变化。

入围企业数最少的行业是“乳制品加工业”和“办公、影像等电子设备、元器件制造业”,只有 1 家企业入围。其次是“轨道交通设备及零部件制造业”,“电梯及运输、仓储设备与设施制造业”,和“农林机械、设备及零配件制造业”等 3 个行业,分别有 2 家企业入围。这一现象与去年基本一致。

4. 绝大部分行业的盈利能力持续下降,各行业间的显著差距仍然存在

收入利润率和资产利润率是两个能够反映企业盈利能力的指标。从收入利润率来看,2014 中国制造业企业 500 强的平均收入利润率是 2.15%。平均收入利润率高于 10%的行业只有“酿酒制造业”,其行业平均收入利润率达到了 11.52%,虽然比上年减少了 3.18 个百分点,但这也是其连续六年在这一指标上排在第一位。除此之外,“饮料加工业”和“烟草加工业”的行业平均收入利润率也接近 10%,分别达到 9.92%和 9.86%。除以上三个行业之外,行业平均收入利润率高于 2.15%的还有“乳制品加工业”等 20 个行业。另外,还有 17 个行业的平均

收入利润率低于 2.15%,其中,行业平均收入利润率最低的仍然是“黑色冶金及压延加工业”(仅为 0.31%)。与去年相比,行业平均收入利润率低于平均数的行业比去年多了 3 个。

从资产利润率来看,2014 中国制造业企业 500 强的平均资产利润率为 2.36%。平均资产利润率高于 10%的行业有 3 个,其中“饮料加工业”的行业平均资产利润率最高,为 17.09%;另外,“塑料制品业”的行业平均资产利润率为 11.02%，“烟草加工业”的行业平均资产利润率为 10.94%。除以上三个行业之外,还有 18 个行业的平均资产利润率高于 2.36%。另外,有 19 行业的平均资产利润率低于 2.36%,其中“黑色冶金及压延加工业”的行业平均资产利润率最低,为 0.30%。

5. 2014 中国制造业企业 500 强的区域结构与分布特征

中国制造业企业 500 强的企业总部分布格局与中国地区经济的发展程度基本保持一致,并且长期以来始终稳定在一种发展相对不均衡的状态上,这种不均衡状态与地区经济发展的差异性一样在短期内不会改变。

6. 国有企业在数量上占据主导地位,税收贡献民营企业无法超越

入围 2014 中国制造业企业 500 强的 205 家国有企业的营业收入总额为 17.0 万亿元,占总量的 65.35%;净利润总额达到 3086.8 亿元,占总量的 55.02%;资产总额为 17.3 万亿元,占总量的 72.82%;纳税总额达到 1.4 万亿元,占总量的 81.95%。而 295 家民营企业的营

业收入总额为 9.0 万亿元,仅占总量的 34.65%;利润总额达到 2523.4 亿元,占总量的 44.98%;资产总额为 6.5 万亿元,占总量的 27.18%;纳税总额达到 3046.4 亿元,占总量的 18.05%。205 家国有企业的平均营业规模和资产规模为 831.7 亿元和 843.4 亿元,分别是民营企业(306.4 亿元和 218.8 亿元)的 2.71 倍和 3.85 倍。

在全部制造业 500 强中,国有企业以 65.35%的收入份额贡献了 81.95%的纳税份额,百元收入纳税率为 8.11 元,是民营企业(3.37 元)的 2.41 倍。虽然国有企业所占份额较上年(85.07%)有所降低,但绝对优势依然无法超越。国有企业的收入利税率((纳税总额+净利润)/营业收入)为 9.93%,明显高于民营企业 6.16%的水平。

7. 研发投入费用有所增加,但研发投入增长率持续降低

2014 中国制造业企业 500 强中有 466 家填报了研发投入数据,共投入研发费用总额为 4496.0 亿元,比上年的 4273.6 亿元提高了 5.20%,增速低于上年的 8.95%;平均研发费用为 9.65 亿元,比上年增长了 6.04%。

随着营业收入增长率的降低,众多企业的研发投入增长率延续上年下降的态势。在填报数据的 466 家企业中,虽然有一定数量的企业自身研发投入的水平有提高,但整体水平仍然在走“下坡路”。

(中企联)

2014 中国服务业企业 500 强发布

连续第二年超过制造业增速 现代服务业占比继续增加

日前,在 2014 中国企业 500 强发布会暨中国大企业高峰会上,中国企业联合会、中国企业家协会连续第 10 次向社会发布“中国服务业企业 500 强”名单。与 2013 中国服务业企业 500 强相比较,2014 中国服务业企业 500 强,营业收入增长稍有放缓,但仍然超过制造业 500 强增速,净利润总体增幅继续回升,利润出现负增长的企业数量有所减少,亏损企业数量有较大缩减。整体而言,服务业企业的获利能力在向中间集中,越来越多的企业能够获得平均利润。与此同时,现代服务业占服务业的比重,在上一年达到 50.23%后,在 2014 中国服务业企业 500 强榜单中又一次超过 50%,达到 52.66%。

1. 营业收入增长稍有放缓,但连续第二年超过制造业增速

2014 中国服务业企业 500 强的规模增长依然显著,实现营业收入总额达 235582 亿元,资产总额达到 1476232 亿元,与上年相比较,分别增长 15.05%和 18.84%。营业收入增长较上年略有放缓,但增幅仍然高于制造业 500 强 12.38%的营业收入增长速度;企业纳税总额为 14253 亿元,占全国税收 110497 亿元的 12.89%,相较于 2013 年企业纳税总额 12709 亿元占全国税收 110740 亿元的 11.48%,占比增加了 1.41 个百分点。但 500 家服务业企业的平均员工人数增幅却区别于营收、资产的增幅,增长率为-1.70%,较上年 3.10%的增幅明显下降。2014 中国服务业企

业 500 强入围门槛为 26.13 亿元,较上年的 24.16 亿元增加 1.97 亿元,增幅有较大提高。

2. 净利润总体增幅继续提高

2014 中国服务业企业 500 强实现净利润(指归属母公司净利润,下同)总额为 17824 亿元,较上年增长 15.20%,比上年提高 1.57 个百分点;人均利润为 14.53 万元,较上年的 12.55 万元,增长 15.78%,与上年 11.10%的增长率相比有显著增加。

另外,2014 中国服务业企业 500 强有 17 家企业亏损,相比较上一年亏损 24 家,亏损数量有所缩减。

3. 房地产业居第一大行业,零售业和银行业次之

2014 中国服务业企业 500 强中,含有企业数量排名前 10 的行业包括:房地产业(53 家);商业零售业(51 家);银行业(43 家);能源(电、热、燃气等)供应、开发、减排及再循环服务业(23 家);生产资料内外贸易(23 家);金属内外贸易(23 家);商务服务业(22 家);汽车和摩托车商贸、维修保养及租赁业(21 家);生活消费品(家用、文体、玩具、工艺品、珠宝等)内外批发及商贸业(19 家);物流、仓储(18 家)。

相比于上年,上述 10 个行业所包含的企业数量出现了较大的变化,其中:房地产业增加 4 家,跻身企业数量最多的第一行业。银行业增加 4 家,在上年增加 5 家之后再次大幅增加,表现出金融行业近几年的蓬勃发展。而

生活消费品内外贸批发从上年的 29 家急剧减少到 19 家,一方面说明外围经济不景气对中国贸易的冲击,另一方面也说明贸易行业在中国服务业行业中地位相对下降。

4. 现代服务业占比继续增加,第二次超过 50%

以信息传输、计算机服务和软件业;金融业;房地产业租赁和商务服务业;科学研究、技术服务和地质勘探业;水利、环境和公共设施管理业;教育;卫生、社会保障和社会福利业;文化、教育和娱乐业为代表的现代服务业在最近几年获得了较为明显的发展。通过统计 2009-2014 中国服务业企业 500 强数据,可以发现,现代服务业占服务业的比重越来越高,从 2009 中国服务业企业 500 强的 44.33%增加到上一年 的 50.21%,有逐渐上升的趋势,今年榜单中现代服务业所占比例第二次超过 50%,达到 52.66%,提高 2.5 个百分点。这体现除了服务业内部结构不断优化的趋势,但对传统服务业而言,如何实现快速转型也迫在眉睫。但剔除掉银行业的现代服务业的发展形势仍不容乐观,占比仅为 29.73%,值得思考,在现代服务业不断发展的同时,由银行业一家独大所导致的内部结构失衡应该成为关注的焦点。

5. 服务业 500 强利润在银行业高度集中

在 39 个行业之中,2014 服务业 500 强的利润在银行业过度集中。500 家企业之中,银行业有 43 家,占有企业数量的 8.6%,而银



行业的利润 12652 亿元,占 500 强利润 17832 亿元的 70.95%。换句话说,中国服务业 500 强中,银行业用仅有的 43 家企业,即不到一成的企业数量贡献了七成以上利润。这个特征在十年前就有,并在近几年愈加明显。2009 年时,银行业利润占 500 强利润的 58%,到 2014 年,这一比重已经达到 70.95%,并在近六年中呈现上升态势。

6. 服务业 500 强地区分布向中西部转移

和上年相比,2014 中国服务业企业 500 强地区分布在向中西部倾斜,东部数量减少 10 家,为 354 家,其他地区分别为中部增加 2 家,西部增加 8 家;东北部增加 2 家。

7. 国有企业在金融、交通运输、文化传媒、公用事业等行业处于绝对优势地位

在近年来的服务业 500 强的榜单中,国有企业一直占据着大多数席位,而“国退民进”或者“国进民退”的只是很短暂的一个征兆。在金融、交通运输、文化传媒、公用事业、电信、教育科研等行业国有企业一直处于绝对优势地位。2014 年中国服务业 500 强榜单中,在上述几个行业,国有企业的企业数量远远超过民营企业,其中在文化产业、港口服务、水上运输、电信、航空等细分行业,民营企业的入围数为 0。相比较而言,在房地产、汽车维修租赁、外贸(除粮油农产品)等三大行业,民营企业占据着一定优势,这和国家在这几个行业的放开政策不无关系,但也仅仅是这几个少数的行业,民营服务大企业获得了较为迅速的发展。

(中企联)

2014 中国 100 大跨国公司发布

入围门槛为 21 亿元,比上年的 14.91 亿元提高了 6.09 亿元 跨国化程度落后于世界平均水平

为了贯彻党的十八届三中全会精神,发展我国大型跨国公司,提高国际化经营水平,同时为社会各界提供我国大企业跨国经营水平及其相关信息,中国企业联合会 2014 年继续推出中国跨国公司分析报告。

中国跨国公司分析报告以中国企业联合会每年推出的“中国 100 大跨国公司及跨国指数”作为分析重点。“中国 100 大跨国公司及跨国指数”是中国企业联合会在中国企业 500 强、中国制造业企业 500 强、中国服务业企业 500 强的基础上,依据企业自愿申报的数据,参照联合国贸易和发展组织的标准产生的。中国 100 大跨国公司是由拥有海外资产、海外营业收入、海外员工数的非金融企业,依据企业海外资产总额的多少排序产生,跨国指数则按照(海外营业收入÷营业收入总额+海外资产÷资产总额+海外员工÷员工总数)÷3×100%计算得出。

1. 2014 中国 100 大跨国公司及跨国指数基本情况

根据发布的榜单,中国石油天然气集团公司、中国石油化工集团公司、中国海洋石油总公司、中国中信集团有限公司、中国中化集团公司、中国远洋运输(集团)总公司、中国铝业公司、中国五矿集团公司、中国保利集团公司、浙江吉利控股集团有限公司位列 2014 中国 100 大跨国公司前 10 位。得益于 2013 年完成的加拿大尼克森公司并购项目,中国海洋石油总公司的海外资产排名由去年的第四位上升至第三位,而 2014 中国 100 大跨国公司的前三强也全由石油和

石化企业包揽。

在 2014 中国 100 大跨国公司中,跨国指数排名前 10 位的企业分别是浙江吉利控股集团有限公司、中国中化集团公司、宁波均胜投资集团有限公司、中国大连国际经济技术合作集团有限公司、中国远洋运输(集团)总公司、天津聚龙嘉华投资集团有限公司、卧龙控股集团有限公司、山东如意科技集团有限公司、中国海洋石油总公司、中兴通讯股份有限公司。其中浙江吉利控股集团有限公司的跨国指数仍居首位,达到 67.61%。

海外营业收入排名前 10 位的企业分别是中国石油天然气集团公司、中国石油化工集团公司、中国中化集团公司、中国海洋石油总公司、浙江吉利控股集团有限公司、中国远洋运输(集团)总公司、中国兵器工业集团公司、中国兵器装备集团公司、中国五矿集团公司、宝钢集团有限公司。海外员工数排名前 10 位的企业分别是中国石油天然气集团公司、中国中信集团有限公司、中国石油化工集团公司、中粮集团有限公司、中国中材集团有限公司、中国电力建设集团有限公司、浙江吉利控股集团有限公司、大连万达集团股份有限公司、中国建筑股份有限公司、中国航空工业集团公司。

2014 中国 100 大跨国公司入围门槛为 21 亿元,比上年的 14.91 亿元提高了 6.09 亿元;2014 中国 100 大跨国公司平均跨国指数为 13.60%,比上年的 13.98%下降了 0.38 个百分点;2014 中国 100 大跨国公司共拥有海外资产 52473 亿元,比 2013 中国 100 大跨国

公司的海外资产 44869 亿元增长了 16.95%,占 100 大跨国公司总资产 358156 亿元的 14.65%,比上年提高 0.04 个百分点;实现海外收入 50074 亿元,比 2013 中国 100 大跨国公司的海外收入 47796 亿元增长了 4.77%,占 100 大跨国公司总收入 240045 亿元的 20.86%,比上年下降了 1.39 个百分点;海外员工 723932 人,比 2013 中国 100 大跨国公司的海外员工 624209 人增长了 15.98%,占 100 大跨国公司总员工数 13676356 人的 5.29%,比上年提高 0.23 个百分点。

2. 中国大企业国际化的差距

第一,跨国化程度远远落后于世界平均水平。2014 中国 100 大跨国公司的平均跨国指数,不仅远远低于 2014 世界 100 大跨国公司的平均跨国指数 64.55%,而且远远低于 2014 发展中国家 100 大跨国公司的平均跨国指数 54.22%。2014 中国 100 大跨国公司中跨国指数在 30%以上的只有 11 家,达到 2014 世界 100 大跨国公司平均跨国指数的企业只有 1 家,达到 2014 发展中国家 100 大跨国公司平均跨国指数的企业也只有 2 家,还有 22 家企业的跨国指数没有超过 5%。

除此之外,中国 100 大跨国公司的海外资产规模仍有待提高,海外经营业绩也亟待改善。2014 中国 100 大跨国公司的入围门槛只有 21 亿元,而 2014 世界 100 大跨国公司的入围门槛高达 2101.25 亿元、2014 发展中国家 100 大跨国公司的入围门槛也达到 233.11 亿元。

第二,在技术、品牌和管理上缺乏企业核

心竞争优势。当前公认的世界级跨国公司无一例外都拥有自己的企业核心竞争优势,这些核心竞争优势或者体现在产品和技术创新方面,或者体现在品牌和营销方面,或者体现在经营管理方面。与世界级跨国公司相比,当前中国跨国公司仍然主要体现为“大而不强”,规模庞大但缺少拿得出手的“撒手锏”即企业的核心竞争优势。

具体来看,中国跨国公司与世界级跨国公司在竞争优势方面主要差在技术、品牌和管理上。一缺技术。相当一部分中国跨国公司的技术创新能力还不够强,尚未开发出突破性的原创技术,或者仍然处在追赶阶段;二缺品牌。当前越来越多的中国企业已经意识到品牌的重要性,然而拥有世界一流品牌的中国跨国公司仍然不多;三缺管理。无论是生产管理、研发管理还是营销管理,中国跨国公司均存在不小差距。

第三,企业影响力和全球行业地位尚待提升。全球行业领导企业往往是整个行业的技术领先者、商业模式首创者、行业价值链的组织者和控制者。与世界级跨国公司相比,当前中国跨国公司的生产经营规模位居世界前列,但其全球影响力却远远不够,尤其缺少全球行业领导企业。

第四,企业国际化经营能力仍显不足。国际化经营或者全球化经营是跨国公司的主要特征。中国大企业能否成为世界级跨国公司主要也取决于其国际化经营的成败。当前中国跨国公司的国际化经营能力尚显不足,存在不少问题。归纳起来,主要体现在:部分企

业市场开拓力度不够,信息搜集和投资环境考察不到位,投资决策不科学和不规范;企业组织僵化,缺乏灵活性,对全球产业变革无法及时反应和调整;不重视跨文化整合和当地化经营,不清楚或未合理履行企业社会责任;疏于风险管理和应对;缺乏科学有效的国际化经营绩效考核与人力资源管理等等。

第五,国际化经营意识和理念不足。当前中国跨国公司的跨国化程度普遍不高,视野的限制导致相当一部分管理人员缺乏国际化经营意识。归纳起来,国际化经营意识和理念包括:(1)全球意识:从全球资源配置的视角出发从事企业经营和决策,而全球意识是跨国公司区别于国内企业的重要特点;(2)品牌意识:树立“品牌高于一切”的企业经营意识,树好品牌、用好品牌,让企业品牌成为提升企业全球资源配置能力的推手;(3)风险意识:任何企业国际化经营活动都潜藏着各种风险,要识别主要风险并未雨绸缪做好防范和应对;(4)竞合意识:中国跨国公司在国际化经营过程中要注意协调和合作,在正常竞争的同时避免无序发展和恶性竞争。即便是国外跨国公司对手也可以在竞争中加强合作,如华为、中兴、海尔等中国公司分别与境外跨国公司合作搞的联合实验室和技术联盟等;(5)公关意识:特别重视企业软实力的建设,主动出击做好东道国的公关工作,不仅要重视东道国的领导层,也要特别注意照顾当地的民众关切,提高中国跨国公司在当地的综合形象。

(中企联)