

世界一流企业的要素、指标和试算

□何志毅

国家强大的基础在于经济，经济强大的支撑在于产业领军企业，尤其是世界一流的产业领军企业。目前，在全球范围内,还没有“世界一流企业”的提法和标准。因此,我们首先要厘清世界一流企业的内涵、标准、人选范围、参照对象、数量规模等，并制定加快建设世界一流企业的目标、政策和战略路径。

鉴于世界一流企业的研究不能停留在定性分析的阶段，具体的原则和方法数据有测算依据,因此,本研究对世界一流企业的要素及其对应的量化体系及指标，在各种数据标准下列出11套试算和比较表格。试算的范围涵盖全球158家产业冠军企业、632家产业领军企业，从中选取了符合某些标准的60家企业、36家具有百年历史的企业、12家根据严格标准筛选的企业。此外,也对中国的18家产业冠军企业及89家全球产业领军企业、11家央企示范企业等进行了试算，以期寻找世界一流企业的备选单位及中国建设世界一流企业的备选单位。

一、世界一流企业的概念和范围

世界一流企业的主体单位是企业，其比较范围在于全球，必须获得全球的广泛认可。此外，一流是指处于顶尖地位的极少数,因此,世界一流企业必须是全球范围内处于产业领先地位的极少数企业，其领先地位必须具有持续性，具备一定的公信力,必须有适当的定量标准。对于以企业形态存在，但使命在于解决公共事业和其他社会问题的“社会型企业”，本研究将单列分析。

在这样的概念下，我们可以对世界一流企业设置三个前置性入选条件：

第一，世界一流企业的人选范围必须是上市公司,非上市公司可能存在结构不够完善、不够现代,企业数据的公信力不足,全球的可比性较差的问题。

第二，世界一流企业应该是产业内的佼佼者,是产业冠军企业或者具有相当地位、具有特色的,处于全球产业前四名的领军企业。

第三，这种一流不应该是暂时性的,企业应该具备一定的历史发展和产业领先地位的历史。

二、对世界一流企业的基本要素测量指标的相关思考

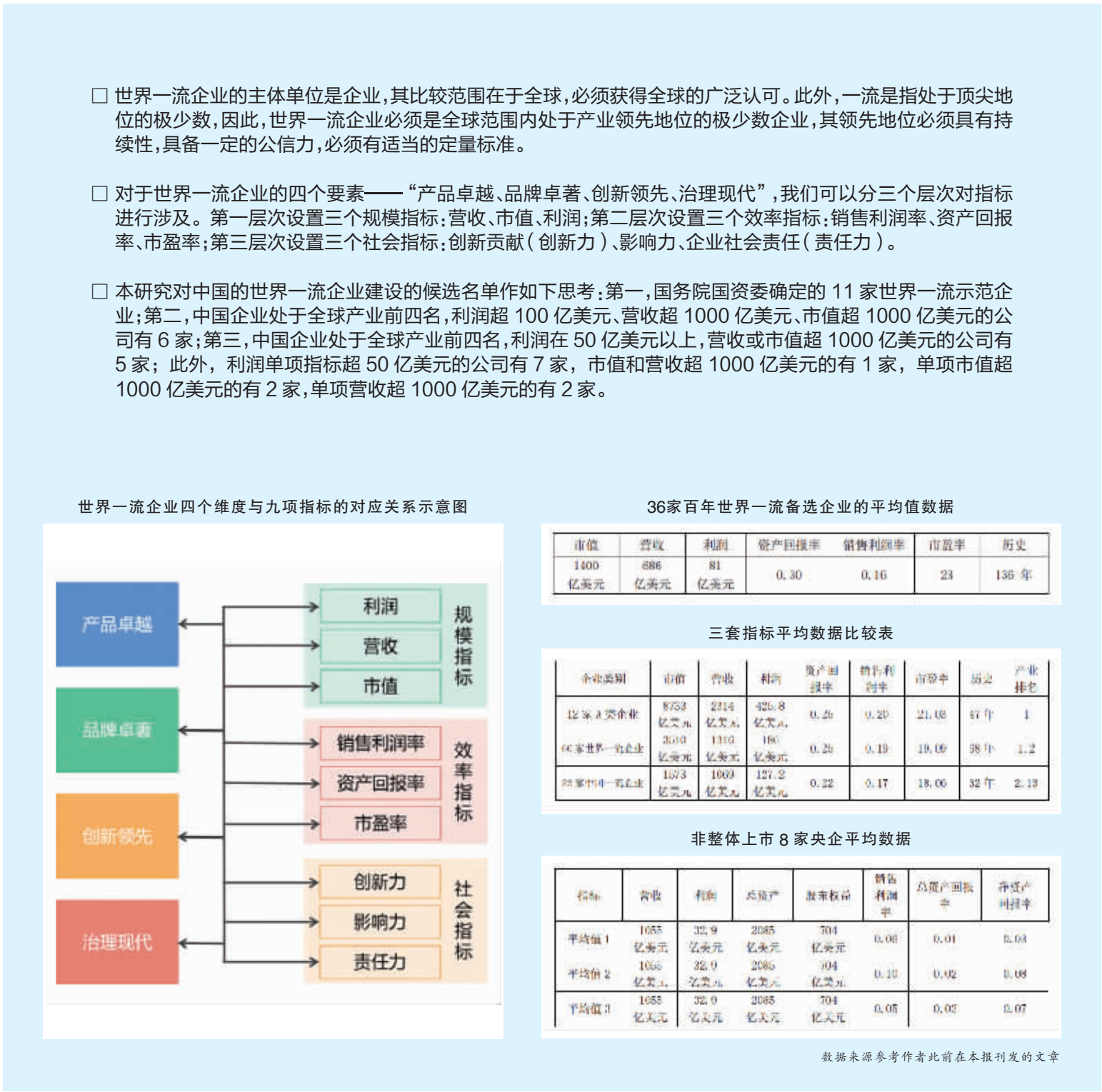
世界一流企业的基本要素可以从多角度、多维度进行提炼表述。中央全面深化改革委员会第二十四次会议提出，世界一流企业的要素是“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”。我们以此为淮，对这四个要素进行分析解读，并探索与之相关的定性和定量评价指标体系。

我们首先思考这四个要素和具体测量指标的关系。

第一，因果关系。在这些要素和测量指标中,有些是因,有些是果。例如产品卓越、品牌卓著是果,创新领先、治理现代是因。细化至各项具体指标,可能一因导致多果,或者多因导致一果。例如，治理现代的因,可能导致产品卓越、品牌卓著、创新领先。创新领先的因,可能导致产品卓越、品牌卓著。我们可以把创新领先和治理现代作为世界一流企业的前置性筛选条件。例如,要达到治理现代的条件,首先应该具备上市公司的基本要求,然后满足ESG标准中关于公司治理的要求。由于上市公司的信息披露要求,它必须接受社会公众和舆论的监督检验，因而具有较高的公信力。此外,只有具备合理的、与时俱进的现代公司治理结构，才能从制度上保证公司的长治久安。创新领先,则意味着公司在创新方面有持续不断的高强度的创新投入、有各种专利和知识产权，以此支撑产品的卓越性和品牌的卓著性,支撑企业效益的显著性。创新领先主要体现在结果上,因此在指标的选取中,我们以结果性指标为主。创新领先很大程度上体现在处于产业的领先地位。

第二，定性与定量关系。产品的卓越程度,可以用定量指标测量,更重要的是在于产品被市场的接受程度可以量化，例如产品的全球销售规模 and 用户愿意接受的溢价程度；品牌的卓越程度也可以定量或者半量化,例如,产品的溢价程度也有品牌溢价的部分，在同等条件下,用户有接受某些特定品牌的取向。创新领先在因的方面可以用研发费用投入和专利与知识产权的数量进行测算，在果的方面可以通过产品的技术指标先进性表达。它也是影响产品销售规模和销售溢价的重要因素。治理现代要素可以采用定性和半定量的方法进行测量。治理现代是企业长期发展的制度性保证。在指标的选取上,应该以定量性指标为主,只有在不可量化的情况下,采用定性评价方法。

第三，规模指标与效率指标关系。世界一流企业必须在全球范围内具有影响力，尤其对所在产业具有巨大的影响力。没有规模就谈不上影响力。企业的规模主要在于市场规模、市值规模、利润规模。但世界一流企业不仅要有规模,还应具有优异的效率表现,以体



现管理水平的优异。企业的效率指标主要在于销售利润率、资产回报率、市盈率,可以用规模综合系数和效率综合系数来表达企业的规模水平和效率水平。规模指标还可以分为相对规模和绝对规模，相对规模是在产业中的规模,在一些小产业内,即使产业冠军的规模也相对不大。绝对规模是所有产业横向比较的规模。在考虑评价世界一流企业时必须两者兼顾。在指标选取上,应以规模性指标为先,效率性指标为后。因为在小规模情况下形成高效率指标，与大规模情况下形成的高效率指标不具备可比性。

第四,经济指标与社会指标关系。世界一流企业不仅拥有较好的经济指标，还应担负一系列社会责任。因此,对世界一流企业至少有三条非经济指标要求：革命性创新贡献、全球影响力、企业社会责任。

第五,数据指标繁简与层级的关系。一个评价体系必然需要多项指标,但是不能过于繁琐。例如GDP、基尼系数、恩格尔系数都是单一指标。在考虑世界一流企业的评价指标时,应进行分层思考，而不是在同一层次上并列所有条件进行比较。应设置规模指标,并在一定规模和规则的前提下,进行效率指标校验,排除效率指标低下的企业,再用社会指标进行校验,排除不符合社会指标的企业。

第六，世界一流企业的质量标准与数量的关系。世界一流企业的数量多少为宜?这是相对的,没有绝对标准,标准越高,数量越少。世界一流企业必须是极少数，是全球公认的真正佼佼者。全球上市公司约5万家,1%是500家左右,0.1%是50家左右。按照GICS产业分类标准,四级产业为158个,有些产业规模太小,很难形成有世界影响力的世界一流企业，有些产业可能产生不相伯仲、各具特色的领军企业。因此,全球的世界一流企业数量应该在50到100家之间为宜。

三、四个维度和九项参考指标的基本对应关系

对于世界一流企业的四个要素——“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”，我们可以在上文论述的前置条件下，分三个层次对指标进行涉及。第一层次设置三个规模指标：营收、市值、利润；第二层次设置三个效率指标：销售利润率、资产回报率、市盈率；第三层次设置三个社会指标：创新贡献（创新力）、影响力、企业社会责任（责任力）。

我们不追求九项指标与四个要素的一一对应,例如产品卓越可能体现在多项指标上,品牌卓著也体现在多项指标上。在因果关系上,治理现代更多是导致各种结果的因。另外,关于指标之间的相关性问题，事实上我们很难找到企业结果指标的完全独立性，但是可以区分指标的主次性，次要指标对主要指标起适当的修正作用。例如,利润率可以对利润规模起修正作用；在同一产业内,利润规模大,利润率低的企业则未必是一流企业。

在社会性指标方面,创新贡献（创新力）主要指对产业和社会的革命性创新贡献，影响力主要指品牌的全球美誉度，责任力主要指企业的社会责任。这三项社会性指标可以定性测评，或者借鉴第三方机构的测评结果。

四、对全球范围内世界一流企业测算

用规模指标来筛选世界一流企业，标准是利润超100亿美元、市值超1000亿美元、营收超1000亿美元，全球符合这个标准的企业只有13家：亚马逊、家得宝、联合健康、摩根大通、伯克希尔哈撒韦、微软、苹果、威瑞森、康卡斯特、谷歌、中国平安、丰田、沙特阿美。鉴于沙特阿美具有明显的资源垄断优势和国家经营特征，予以剔除后,符合标准的企业共有12家,可称之为世界一流A类备选企业。这12家企业平均利润为426亿美元，平均市值为8733亿美元,平均营收为2314亿美元,平均资产回报率为0.25,平均销售利润率为0.20,平均市盈率为21.03。

以如此高的标准筛选出12家世界一流企业备选企业,在数量上似乎偏少。此外,我们把以下四类企业作为世界一流B类备选企业：一是产业冠军,且符合利润超100亿美元、市值或营收其中一项超1000亿美元标准的企业有9家；二是产业冠军，符合利润在50亿美元到100亿美元之间,市值或营收超1000亿美元标准的企业有27家；三是产业冠军,符合利润超100亿美元、但市值和营收都低于1000亿美元标准企业的有3家；四是非全球产业冠军但处于产业前四名,符合利润超100亿美元、市值和营收二项均超1000亿美元标准的企业有9家。以上共计48家企业。

世界一流A类加B类的备选企业共有60家,其平均历史为65.7年,平均利润为186亿美元，平均市值为3510亿美元，平均营收为1316亿美元,平均资产回报率为0.25,平均销

售利润率为0.20,平均市盈率为20.46。

在60家企业中,美国企业33家,中国企业10家,日本企业3家,德国企业3家,法国企业2家,荷兰、瑞士、韩国、巴西、丹麦、爱尔兰、英国、印度、澳大利亚各1家。

五、关于世界一流企业的领军时间及百年企业

我们对60家世界一流A类和B类备选企业进行了时间维度为10年和20年的数据分析。在12家A类企业中,20年前就成为产业冠军的有7家,分别是伯克希尔哈撒韦、微软、家得宝、联合健康、威瑞森、丰田、康卡斯特;10年前成为产业冠军的增加了谷歌、苹果。在60家企业中,20年来都是产业冠军的有21家;10年来是产业冠军的有12家。此外,20年来都是产业前四名的企业还有10家。以上三类企业共计43家,占总数的72%。除了属于高速发展阶段的个别产业（例如互联网零售）和个别国家之外,世界一流企业在20年来保持领先是大概率事件。

根据测算,列在60家世界一流企业备选名单中的中国企业在20年前只有3家上市,分别是中国移动（第1名）、中国石油（第5名）、茅台（第9名）,平均产业排名是第5名;在10年前,除阿里巴巴外有7家上市,平均产业排名是1.86名，排位最前的是中国工商银行和中国移动（第1名）。

全球632家产业前四名的领军企业中,我们选取158家全球产业冠军企业,以及44家符合市值超1000亿美元、营收超1000亿美元、利润超100亿美元其中一项指标的领军企业。在这202家企业中,生存时间长达100年以上的企业有36家,分布在8个一级产业中。在这36家百年企业中,有全球产业冠军29家,亚军2家,季军3家,殿军2家。其中大众比较熟知的企业有高盛、强生、戴姆勒奔驰、罗氏、宝洁、雀巢、诺华、可口可乐、百事、洛克希德马丁、西门子、三菱等。

六、中国的世界一流企业候选名单

参照我们对于全球范围内世界一流企业设置的标准，世界一流企业必须是上市公司，必须是产业冠军或者具有一定规模和特色的产业前四名企业，但考虑到中国企业的特点，我们对中国的世界一流企业建设的候选名单

作如下思考。

第一，国务院国资委确定的世界一流示范企业。国务院国资委于2018年在央企中挑选了11家世界一流示范企业,开展创建中国世界一流示范企业的工作。11家企业为:航天科技、中国石油、国家电网、中国三峡集团、国家能源集团、中国移动、中国宝武、中航集团、中国建筑、中国中车集团、中广核。

第二,中国企业处于全球产业前四名,利润超100亿美元、营收超1000亿美元、市值超1000亿美元的公司有6家,全球产业第1名的有中国平安,全球产业第2名的有工商银行、阿里巴巴、中国移动、中国石油,全球第3名的有建设银行。

第三,中国企业处于全球产业前四名,利润在50亿美元以上,营收或市值超1000亿美元的公司有5家,全球产业第1名的有中国建筑、贵州茅台，全球产业第2名的有华为和中国人寿,全球产业第3名的有腾讯。

此外,利润单项指标超50亿美元的公司有7家,全球产业第1名的有中国神华、万科、海螺水泥，全球产业第2名的有中远海控、中海油、中海外发展,全球产业第4名的有碧桂园。市值和营收超1000亿美元的有1家，为京东集团;单项市值超1000亿美元的有2家,全球产业第2名的宁德时代、五粮液；单项营收超1000亿美元的有2家,中国中铁、中国交建。以上共计12家企业。

以上四个范围共有34家企业,其中含有未整体上市的央企8家。国务院国资委11家名单中的中国石油、中国移动、中国建筑与全球产业企业名单重复,因此,按照以上口径计算，中国世界一流企业备选名单初步为31家,其中上市公司为23家。

国企和央企有重要及特殊的作用，不能简单地经济指标作为主要评价条件。本研究中,处于非整体上市公司地位的8家央企为：国家电网、航天科技、国家能投、宝武钢铁、中国中车、中国广核集团、中国航空集团、中国长江三峡集团。

本研究对这8家央企相关数据设置了三套平均值。平均值1为8家企业规模指标和效率指标的平均值；平均值2为8家企业规模指标和7家企业效率指标（剔除负值、中国国航）的平均值；平均值3为8家企业规模指标和6家企业效率指标（剔除负值、异常高值、中国国航、长江三峡）的平均值。依据数据测算,8家企业的主要数据指标，尤其是效率指标与上述三类世界一流企业备选单位差距较大。以平均值1为参考,可见其营收较低,利润是上述前三套指标的四分之一至十分之一，销售利润率是三分之一左右,净资产回报率是六分之一左右。从总资产回报率与净资产回报率看，财务杠杆的作用很大。

鉴于央企的特殊性，其选取标准可能要加大社会性指标的分量，与整体上市或市场化程度较高的企业采用分轨制的办法对待。但是,部分央企也要在一定条件下争取整体上市或拥有代表其水平的旗舰性上市公司，并努力提升整体效率和效益。

七、关于本研究的下一步工作

一、本研究暂不涉及如何设定中国的世界一流企业的建设目标、时间表和战略路径,集中于研究世界一流企业的要素、指标和标杆企业。下一步需要参考全球范围的各个不同产业的世界一流企业的历史发展数据和相关信息，开展关于目标、时间表、战略路径的研究。本研究不认为存在所谓建设世界一流企业的通用模式，这在不同的产业、对于不同的企业是个性化的课题,例如:需要改善现代治理结构、需要加大创新投入、需要提升企业家精神、需要加强品牌建设、需要加大全球化比重、需要加大并购力度、需要加大政府扶持等。

二、世界一流企业的质量门槛高低、数量多寡与研究者的主观预期有关。预期世界一流企业有500家和50家会有截然不同的结果。

三、对于非上市公司的世界一流企业如何评价,有待于进一步研究,尤其是央企。由于其所承担的独特殊使命,需要另辟赛道,设立独特的评价指标体系,加大社会性指标的分量,设立专门的发展目标,探索独特的发展方法和路径。

四、对于世界一流企业的四个要素指标及其相关性、对应性关系和各种测算,仍然需要进一步研究,使之更加合理。可以考虑适当增加产业规模不大但极具引领性的创新性企业，而不是企业综合指标。

五、关于三个社会性指标问题,需要进一步分析研究其定性和定量化评价体系，使之具备可评价性和公信力。

六、对于指标体系中的市值、美元汇率计算等企业不能把握的指标是否应纳入范围，值得进一步推敲，尽管本研究采用了年平均市值和年平均汇率的方法降低波动的影响。且本研究认为这些指标无法回避。

（作者系清华大学全球产业研究院首席专家、北京大学教授、南方科技大学兼职教授）