

中国石油产业竞争力的国际比较

杨 嵘

摘要: 加入世界贸易组织标志着中国石油产业市场国际化进入了一个新的阶段,国际石油市场的发展趋势将对中国石油产业产生深刻的影响。面对国际石油竞争愈演愈烈,较强的产业国际竞争力是取得国际石油竞争胜利的 necessary 保证。但是不论是从竞争实力、竞争潜力,还是从竞争环境来看,中国石油产业与国外相比均具有较大差距。因此,实施大石油公司战略,加强科技创新以及构建多层次的战略联盟是我们市场国际化条件下提高石油产业竞争力的重要保证。

关键词: 石油产业 竞争力 国际比较

中国已经加入世界贸易组织(WTO),在中国石油产业正处于加速市场国际化之际,中国市场将是国际资本必争之地,国际竞争国内化问题必将深入、升级,中国石油产业将面临更为严重和更为严峻的挑战。本文将中国石油产业置于国际市场大环境中加以研究,通过分析国际市场对中国石油产业的影响和中国石油产业国际竞争力的优劣,探讨在市场国际化条件下提高石油产业竞争力的有效途径。

一、市场国际化对石油产业的影响

中国加入世界贸易组织标志着中国石油产业的国际化进入了一个新的阶段。从国际经济学的角度来看,中国石油产业市场国际化的实质是:国际上的石油企业可以充分利用我国经济所提供的各种要素及机遇,同时,我国石油企业也可以充分利用国际经济为自己所提供的各种机遇和因素。后者不仅仅表现为我国石油企业对国际市场及国际上的先进技术及管理等因素的充分利用,而且也表现为国际石油市场发展对中国石油产业的深刻影响。

(一) 国际竞争越来越演化为各国大公司、大集团相互之间的竞争

全球经济正在以科技进步为动力,以跨国公司为载体,加速调整、优化和升级。随着经济全球化进程的加快,世界各国的经济活动更加紧密地联系在一起,生产国际化推动了世界范围内生产要素的国际流动和优化组合。各国的产业结构、产品结构、企业结构、技术结构正在随之发生重大变化,资本聚集、产业集中和市场垄断的程度越来越高,形成了一批具有国际竞争力的大公司、大集团。一个国家的经济实力与竞争能力,集中体现在这些大公司和大集团的实力与国际竞争力上。

(二) 国际石油市场的竞争将是跨国石油公司寡头主导型竞争

对于世界石油产业来说,由于石油资源地理分布的不均性、石油产品的标准性和石油产业资金、技术以及风险的高度密集性,使得跨国石油公司在整个产业中的地位尤为重要。20世纪80年代以来,由于国际市场油价长期走低,跨国石油公司在本土和其他国家的勘探发现少,较高的发现成本和较低的石油价格使一些石油公司利润锐减。于是,一股猛烈的兼并重组之风贯穿整个80年代,并在90年代愈演愈烈。仅1998年至2000年,大石油公司大规模的合并就有8次,总

金额达3058亿美元。经过一系列的兼并重组,基本形成了以埃克森莫比尔、英国石油公司(British Petroleum,简称BP公司)、英荷壳牌、道达尔菲纳埃尔夫和雪佛龙德士古5大超巨型公司垄断世界石油市场的新格局。目前,以上述五大公司为主的跨国石油公司控制了世界30%以上的石油工业产值,其贸易量和直接投资金额超过了全世界的2/3,并拥有80%以上的世界石油石化先进技术。世界石油业的竞争,主要表现为这些巨型跨国石油公司之间的抗争。并且由于兼并活动的加剧,跨国石油公司有向更高层次、更大规模的国际石油寡头垄断发展的趋势。这些世界石油市场中的巨头,将对国际石油市场的发展产生深远的影响。

值得注意的是,这些年来,国际大石油公司的经济增长方式发生了重大变化,从过去单纯靠投资规模扩张取胜的增长方式,转变为主要通过资产购并进行低成本扩张,实现资源、业务的优化整合,做大做强主业,增强公司的核心竞争力。这是当今跨国石油公司发展壮大的一条成功之路。

(三) 世界石油市场进入壁垒依然存在

20世纪70年代初期的“石油资源枯竭论”,曾一度笼罩了整个石油世界。三十多年过去了,其间全世界共产出原油777亿吨,但世界剩余石油可采储量却从827亿吨增至2000年的1421亿吨,按照目前的产量水平还可以稳定生产40年。这主要是由于勘探开发技术进步,使新区的勘探成功率和老区的采收率大大提高。从今后大的走势来看,2020年前世界石油供需可保持基本平衡,国际石油价格平均水平可能在18~22美元/桶左右,略高于过去15年平均18美元/桶的水平,石油公司发展的市场环境将好于20世纪90年代。

但也必须看到,由于世界石油资源分布不均,剩余石油可采储量和可采资源量主要分布在中东地区,而石油消费量则主要集中在美国、亚太和欧洲地区,局部地区特别是亚太地区石油供需矛盾将会更加突出,这必将推动石油市场的国际化进程。然而,国际石油市场并不是畅通无阻的,由于石油产业自身的技术经济特点以及石油资源的稀缺性和战略性特点,使得国际石油市场存在着种种进入壁垒。一方面,东道国原有石油企业的竞争结构会对跨国公司的新进入者有直接的影响;另一方面,东道国政府现行的和可能采取的产业政策、外国投资政策以及环保政策、技术指标等均可对进入企业造成不利的影响。加之近几年来,国际上正在掀起一场新的世界石油资源争夺战,包括中东、俄罗斯、中亚、非

洲在内的大部分最有利的含油气地区,基本上都被国际大石油公司抢先占领。这些对中国石油企业进入国际石油市场、拓展海外石油业务将会构成一定的压力。

从以上分析可以得到的一般结论是:随着经济全球化进程的加快,国际竞争越来越演化为各国的大公司、大集团相互之间的竞争,资本聚集、产业集中和市场垄断的程度越来越高,跨国石油公司寡头主导型竞争将成为国际石油竞争的主要形式。市场的国际化趋势意味着中国石油市场将融入世界石油市场之中,成为世界石油市场不可分割的组成部分。在市场国际化进程中,中国石油企业既要走出国门,参与国际市场竞争,又要打开国门,应对国外石油公司进入的竞争。此时较强的产业国际竞争力是取得国际石油竞争的必要保证。

二、中国石油产业国际竞争力评价

(一) 石油产业国际竞争力评价依据

20世纪80年代以来世界经济论坛(World Economic Forum, WEF)和瑞士国际管理开发学院(International Institute for Management Development, IMD)在国际竞争力评价研究方面影响巨大。其研究开发的国际竞争力评价原则、方法和指标体系等已经得到学术界的广泛关注,其公布的《世界竞争力报告》在国际社会产生了巨大影响。IMD和WEF开发设计了包括8类200多个指标的国际竞争力评价指标体系。《中国国际竞争力发展报告(1998)》基本上沿用了IMD和WEF开发的评价方法和体系,对中国国际竞争力进行了比较深入的研究。

借鉴上述竞争力评价体系,本文认为中国石油产业国际竞争力的评价指标体系应该包括竞争实力指标、竞争潜力指标、竞争环境指标和竞争动态指标。之所以设计上述四方面指标体系是考虑到,竞争实力指标是一个静态的能力比较,截止在某一时间点上,各个国家的石油产业整体竞争力水平会有很大差距,这也是人们常用的国际竞争力概念。而事实上由于每个国家发展石油产业所具备的资源优势(如丰富的油气资源、廉价的劳动力、发达的相关产业等)和人为的能动因素(诸如技术创新能力等)是各不相同的,所以提升石油产业国际竞争力的潜力也各不相同,本文称之为竞争的潜力指标。在一个国家发展石油产业过程中政府的政策措施、经济贸易条件以及其他不可预见的事件有可能对石油产业的发展起到举足轻重的作用,本文称这些产业内不可控制的因素指标为竞争环境指标。在以往的产业国际竞争力分析中只注重对静态指标的研究,本文认为产业的国际竞争力培育和提升应该是一个动态的过程,因此有必要设计一个动态评价指标,以显示出产业发展的趋势和方向。中国石油产业国际竞争力指标体系如图1所示。

其中竞争实力指标指从石油产业整体看,把可利用的资源优势转化为竞争优势的能力。本文将其分为市场竞争能力、资金运用能力和技术创新能力三个方面。

竞争潜力指标包括技术创新潜力和资源优势潜力两个方面。

石油产业国际竞争环境指标包括经济贸易环境、先进技术环境、政治经济环境和国内相关产业的发展水平等四个方面。

对于国际竞争力的动态研究实际上就是对上述三方面指标发展趋势的研究,以把握一个产业成长的方向和过程,所以动态指标应该是上述三方面指标在各个时期的环比增

长或其他指数指标。

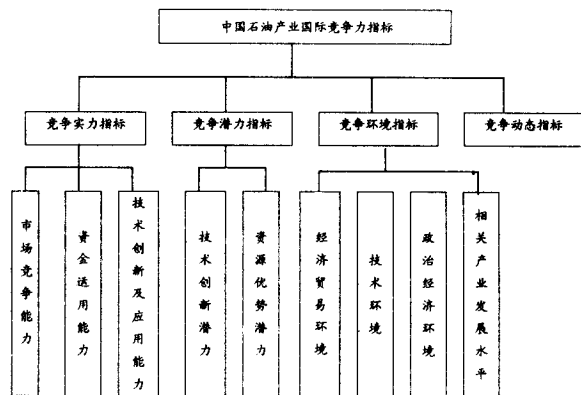


图1 中国石油产业国际竞争力指标体系

(二) 中国石油产业国际竞争力比较分析

对于以石油勘探开发为主营业务的石油产业来说,国际竞争力的表现不同于一般制造业,油气资源占有量对于石油产业生存和发展具有非同寻常的意义;油气开采和加工过程中低代价、高效率的增值能力,对于石油产业的国际竞争力具有决定性的影响。

为了客观地评价中国石油产业的国际竞争力,我们以国内两家大型石油集团公司中石油和中石化为代表(中国海洋石油总公司规模太小,缺乏可比性),选择了世界上竞争能力最强的7家国际大石油公司:埃克森莫比尔、英荷壳牌、BP公司、道达尔菲纳埃尔夫、雪佛龙、德士古公司,以及埃尼公司为参照,从竞争实力、竞争潜力和竞争环境等三个方面,进行比较分析,以便找出差距和不足,确定提升中国石油产业国际竞争力的目标。

1. 竞争实力比较

(1) 市场竞争能力

市场竞争能力实质是指石油企业的规模实力。石油是稀缺产品,供不应求,石油企业规模越大,其市场竞争能力越强。我们以油气总产量、原油产量、天然气产量、原油加工量、油品销售量、上下游规模结构等指标来比较分析中国石油产业的市场竞争实力(见表1)。

石油产业的市场竞争能力主要体现在原油产量、原油加工量和油品销售量上。从表1可以看出,中石油股份公司的原油产量以及中石化股份公司的原油加工量(总量大,但平均炼油厂规模小)在国际大石油公司中居于领先水平。但天然气生产明显落后。从平均数来看,中国两家石油公司天然气产量不足7家国外石油公司平均数的1/5。

国外领先的石油公司如埃克森莫比尔、英荷壳牌、BP等既注重发展生产,也非常重视产品的销售,在保证自产货物顺利销售的同时,还从事原油、天然气和油品的转手贸易,所以这些石油公司在世界上的油品销售市场占有率较高。与它们相比,中国石油公司油品销售规模较小(中石油和中石化两家平均不足7家国外公司平均数的1/4),市场占有率很低。国际大石油公司上下游规模结构均呈原油产量<原油加工量<油品销售量的趋势,但中国石油公司正好相反,其上下游规模结构呈原油产量>原油加工量>油品销售量的状态(中石油较明显,中石化原油加工量虽大于原油产量,但油品销售量却大大低于原油加工量)。造成这种规模结构的原因主要是体制的因素,但从中也反映出中国石油产业市场竞争能力与国外的差距。

表 1

市场竞争能力比较分析表

公司 指标	埃克森 莫比尔	英荷壳牌	BP	道达尔菲 纳埃尔夫	雪佛龙	德士古	埃尼公司	中石油 股份	中石化 股份	七大国际 公司平均	* * 两大中国 公司平均
油气总产量 (万吨油当量)	21 385	18 070	15 980	10 620	7 534	5 736	5 935	12 235	3 620	12 180	7 928
原油产量 (万吨油当量)	12 765	11 370	9 640	7 165	5 793	4 000	3 740	11 110	3 388	7 782	7 249
天然气产量 (亿立方米)	1 068	849	786	388.5	255.1	193	244	188	22.72	541	105
原油加工量 (万吨)	28 090	14 555	14 580	12 006	6 762	6 563	3 381	8 420	10 507	12 276	9 464
油品销售量 (万吨)	39 965	27 870	29 295	17 824	10 480	15 625	5 346	4 637	6 769	20 915	5 703
上下游规模结构											
原油产量	1 2.21 3.13	1 1.29 2.45	1 1.51 3.04	1 1.67 2.49	1 1.17 1.81	1 1.64 3.91	1 0.9 1.43	1 0.76 0.42	1 3.1 1.99	1 1.58 2.69	1 1.3 0.78
原油加工量											
油品销售量											
* 油品销售市场 占有率 (%)	18.3	12.8	13.4	8.2	4.8	7.2	2.4	2	3.1	9.6	2.55

说明: * * 中海油规模太小,缺乏可比性,故此栏仅为中石油和中石化两家石油公司的平均数。

* 由于全球总销售量资料无法获得,油品市场占有率采用该公司油品销售量除以全球(不含前苏联国家)油品消费量(2000 年全球油品消费量为 2 184.9 百万吨, BP 能源统计)。

资料来源: BP 阿莫科公司资料采自公司 2000 年年报, 68 页; 英荷壳牌公司资料采自公司 2000 年年报, 58 ~ 59、63 页; 埃克森莫比尔公司资料采自公司 2000 年年报, 35 ~ 36 页。中油集团资料采自股份公司 2000 年年报, 39 ~ 40 页; 中石油和中海油资料采自股份公司 2000 年年报。

(2) 资金运用能力

根据表 2, 就资产规模来看, 在 9 家石油公司中, 中石油股份公司排名第 5, 中石化股份公司排名第 7, 但在总收入排名中, 中石油股份公司却退居第 8, 中石化股份公司退居第 9。

与国际石油公司相比, 中国石油公司的总体盈利水平也处于落后地位。两家中国石油公司平均运用资本回报率为 12.75%, 仅相当于 7 家国际石油公司平均数的 68.5%。

在资本利用效率方面, 两家中国石油公司平均总资产周转率和平均流动资产周转率仅是 7 家国际石油公司平均水平的 1/2, 存货资产周转率是它们的 1/3。在劳动生产率方面, 两家中国石油公司平均员工人数为 47.46 万人, 但人均营业收入和人均净利润不及 7 家国际石油公司平均水平的 1/18 和 1/14, 与国外石油公司相比, 这两项指标存在相当大的差距。

表 2

资金运用能力分析表(2000 年)

公司 指标	埃克森 莫比尔	英荷 壳牌	BP	道达尔菲 纳埃尔夫	雪佛龙	德士古	埃尼 公司	中石油 股份	中石化 股份	七大国际 公司平均	两大中国 公司平均
总资产(亿美元)	1 490	1 225	1 439	824	413	309	563.6	793	420.1	894.8	606.6
总收入(亿美元)	2 104	1 492	1 481	1 058.3	481	511	458.5	417	397.7	1 083.7	407.4
净利润(亿美元)	177.2	127.2	118.7	70.6	51.9	25.4	53.3	58.1	22.9	90	40.5
员工总数(万人)	10	9.5	10.72	12.33	2.82	1.9	7	44.1	50.82	7.75	47.46
人均营业收入(万美元/人)	210	157.05	138.16	85.83	170.82	268.79	65.52	9.45	7.82	156.6	8.6
人均净利润(万美元/人)	17.72	13.39	11.07	5.73	18.43	13.36	7.61	1.32	0.45	12.5	0.89
平均运用资本回报率 (%)	20	19.5	15.7	16.7	20.8	16.2	21.5	15.5	10.0	18.6	12.75
总资产周转率(次/年)	1.26	1.31	1.26	1.31	1.23	1.66	0.87	0.42	0.94	1.27	0.68
流动资产周转率(次/年)	5.86	4.93	3.6	3.38	6.16	7.25	2.45	2.16	2.45	4.8	2.3
存货周转率(次/年)	11.05	10.58	13.4	8.28	25.46	38.68	10.08	7.33	4.50	16.79	5.9

资料来源: 同表 1。

(3) 科技创新能力

技术创新能力可以从产业关键技术水平进行考察。中国石油企业的勘探开发科技创新能力基本上处于或接近世界先进水平, 但炼油化工技术较国际先进水平有 10 - 15 年的差距。目前, 中国石油企业在勘探开发主体技术方面已经形成了一套具有中国特色的陆相油气地质理论, 在大型非均质砂岩油田、复式油气区滚动勘探开发以及低渗透和特低渗透油田开发等配套技术上已处于世界领先水平; 在储层预测技术、欠平衡钻井和成像测井技术、定向井和水平井钻井技术等方面基本跟踪世界先进水平。但在炼油化工技术方面与世界先进水平存在 10 - 15 年以上的差距, 特别是石油化工工艺尚未形成成套技术, 基本没有自己的自主知识产权, 技术开发能力很差, 严重影响了中国石油企业的盈利能力和市场竞争能力。

从产业竞争实力比较分析可以看出, 除了原油产量居于世界领先水平以外, 中国石油产业市场竞争能力、资金运用能力以及技术创新能力均较差, 产业竞争实力不足。

2. 竞争潜力比较

竞争潜力可以从资源潜力和技术创新潜力两个方面加以分析。

(1) 资源潜力

从表 3 可以看出, 中国石油公司具有较强的资源潜力。中石油集团公司油气剩余可采储量、油气储量替代率、油气储采比不仅在国内石油公司(与中石化相比)中拥有绝对的优势, 而且在国际上也处于领先水平。目前, 中石油集团公司拥有的油气剩余可采储量, 已经达到埃克森莫比尔、壳牌和 BP 平均 25 亿吨以上的水平, 跨入了世界超大型石油公司的行列。其中原油剩余可采储量 17.89 亿吨, 储采比(剩余可采储量/当年产量)为 17.2 年, 两项指标均高于埃克森莫比尔、壳牌和 BP 的水平。2000 年中石油集团的天然气剩余可采储量为 9 992 亿立方米, 与埃克森莫比尔、壳牌和 BP 平均近 1.5 万亿立方米的水平相比尚有相当大的差距, 但明显高于道达尔菲纳埃尔夫、埃尼、雪佛龙和德士古等公司平均不足 4 000 亿立方米的水平。1996 - 2000 年间, 中石油集团

的平均油气储量接替率(当年新增可采储量/油气产量)为198%,而5家国际大石油公司都介于108~180%之间,表明中石油集团可持续发展的后续资源接替状况明显好于国外大石油公司,资源潜力较优。

但是必须看到,中石油集团的储量结构及品位相对较差。特别是原油探明储量多为“三低”储量(低渗透、低孔隙

度、低采收率),且资源分散,缺乏整装的战略储量接替区。随着主力油田进入开采中后期,原油产量的持续稳定增长存在较大隐忧。同时,我们也应该看到,中国的另一家大型石油公司——中石化,在资源潜力上与国际石油公司相比差距较大,这成为其提高国际竞争力的重要制约因素。

表3 资源潜力比较分析表(2000年)

指标	公司	埃克森莫比尔	英荷壳牌	BP	道达尔菲纳埃尔夫	雪佛龙	德士古	埃尼公司	中石油股份	中石化股份	七大国际石油公司平均	两家中国石油公司平均
油气总储量(亿吨油当量)		29.43	26.20	20.50	14.74	9.28	7.55	8.23	25.96	4.27	16.56	15.12
油气储量替代率%(近3年的平均水平)		108	162	111	156	147	150	180	198	-	-	-
原油剩余可采储量(亿吨)		16.67	13.36	10.47	9.53	6.85	5.43	4.69	17.89	4.04	9.57	10.97
原油储采比(年)		12.84	11.46	10.07	13.31	11.82	13.59	12.54	17.20	11.92	12.23	14.56
天然气剩余可采储量(亿立方米)		15 810	15 928	12 428	6 459	2 704	2 347	4 180	9 992	282.7	8 551	5 137
天然气储采比(年)		15.25	18.34	16.32	16.63	10.60	11.11	17.13	72.10	12.44	15.05	42.22
炼油能力(万吨)		28 209	14 615	15 950	12 578	7 574	6 588	3 889	10 661	13 022	12 772	11 842
炼油能力占世界份额(%)		6.9	3.6	5	3.1	1.9	1.6	0.96	2.6	3.1	3.3	2.9

注:油气储量替代率=当年新增可采储量/油气产量

资料来源:同表1。

(2) 技术创新潜力

技术创新潜力指标包括技术开发人员比例和技术开发经费比例。

技术开发人员比例=(技术开发人员数/年末从业人员数)×100%

技术开发经费比例=(技术开发经费支出/产品销售收入)×100%

根据《中国科技年鉴》(2000年版)的有关资料,我国石油产业技术创新的相关情况见表4。

表4 技术创新潜力分析表(1998年)

	技术开发人员比例(%)		技术开发经费比例(%)
	技术人员比例(%)	研发人员比例(%)	
石油天然气开采业	12.26	4.4	1.4
石油加工业	16.05	6.2	0.7
全国	8.9	4.1	1.5
国外	10~20	2~8	4~7

资料来源:《中国科技年鉴》(2000)。

从研究开发和技术人员的比例看,1998年石油开采业研究开发人员占行业从业人员的4.4%,技术人员占行业从业人员的12.26%,研究开发人员与技术人员之比为1:2.8;石油加工业研究开发人员占行业从业人员的6.2%,技术人员占行业从业人员的16.05%,研究开发人员与技术人员之比为1:2.6。国外从事研究开发人员占从业人员的2~8%,技术人员占从业人员的10~20%,二者之比为1:4。由此可见,石油产业(包括开采业和加工业)技术开发人员的比例达到了国际先进水平。

从技术开发经费比例看,1998年,石油开采业技术开发经费比例为1.4%,而石油加工业技术开发经费比重不足1%,均低于全国平均水平。

技术开发经费占销售收入的比重是衡量企业技术创新潜力的一个指标。在国际范围内,企业技术开发经费占销售收入比重在5%以上才具有较强的竞争力。我国石油企业与国内其他国有企业情况类似,技术开发经费投入严重不足。1998年,中石化集团公司的销售收入为340亿美元,技术开发经费投入仅约3亿美元,占销售收入的比重不足1%。而国外石油公司的技术开发经费投入一般都占销售收入的4~7%。

所以,我国石油产业要想与国外抗衡,必须加大技术开

发活动的经费投入。必要的资金支撑是产业技术创新的前提和保证,并且只有大量和持续的技术开发经费投入,才能够使我国石油产业积累起一定的技术创新能力。

3. 竞争环境分析

从经济贸易环境看,中国石油产业面临的最大冲击是加入WTO,加入世界贸易组织使中国长期依靠高关税壁垒和非关税壁垒封闭的石油市场成为世界石油市场的一部分,石油产业将失去关税和非关税的双重保护。具体来讲,按照加入WTO的协议,我国要在5年内取消进口石油配额和进口数量限制,减让石油石化产品进口关税水平,逐步开放国内成品油市场和其他石化产品的批发、零售环节,估计约有40%的石油和化工产品将面临成本比我国低1/3的国外同类产品的严重冲击。减让关税、取消非关税壁垒以及给予外国公司贸易权及分销权,将直接导致大量石油石化产品进口,市场价格下跌,并将给中国石油产业带来持续而深远的不良影响。当然,这种冲击同时也为石油产业的发展带来机遇,迫使石油产业尽快转变观念,重新制定发展战略,直接并主动参与国际竞争和国际合作。

现代石油产业是一个技术密集型的产业集合体,其未来发展的速度与质量不可能再直接取决于自然资源、硬件技术甚至资本的多少,而直接依赖于对知识、技术等软件资源的创新、形成和利用。为了把握和利用知识经济所带来的发展机遇,西方各大石油公司采取了面向知识和高科技的产业结构调整。从中国石油产业的技术环境看,大多数的理论和前沿技术基本上是跟踪国外,缺少创新,缺乏竞争优势。据石油天然气集团公司1998年的经济结构研究报告统计,在石油集团公司勘探、开发、炼化主体产业有代表性的29项技术中,上游主体技术竞争力强的占13.8%,竞争力中等的占4.5%,竞争力弱的占51.7%;在石油炼制和石油化工等下游方面,与国外相比总体上存在5-10年的差距,主要石油化工艺尚未形成具有自主知识产权的成套技术;炼油虽然主要依靠自主开发技术,但仍相当于发达国家20世纪80年代末期水平;产品技术开发薄弱,普遍存在质量档次低,品种牌号少等问题。面对速度发展极快的世界石油产业,一方面,如果我们不加大技术创新力度会使差距越来越大;另一方面,我们可以直接引进最先进的技术并在此基础上消化吸收,可以站在更高的起点上以更大加速度进步,但是实现这一点就必须采取有力的石油产业技术策略。

从政治经济环境看,加入 WTO 以后,国内市场与国际市场接轨,主要经济法规和经济政策将逐步与全球经济运行规则趋于一致。这就要求我国政府在体制上、法律政策上消除影响石油产业发展的障碍,诸如地域分割、投融资体制以及税收体制等,而且对石油资源的合理利用、成品油的供应和消费、成品油经营者的资格和产品质量保证等配套的法律法规规章尚不健全,只有通过立法,并采取有效的经济发展政策和产业政策,才能得到加入 WTO 的积极效果。

石油产业国际竞争力还受到其相关产业的发展水平的影响。石油产业是基础性产业,国民经济其他部门的发展都会对其产生波及影响,尤其是交通、汽车、纺织、医药、机械制造等行业。这些相关产业的发展,为石油产业的发展提供了发展的契机,对提高石油产业国际竞争力有着重要的意义。反过来,石油产业的发展,也会极大地促进这些相关产业的发展。据统计,1991 - 1997 年,中国石油消费量年平均增长率达到 8.04%,石油消费弹性系数达到 0.7。而且随着能源优质化要求的提高,石油需求增长正在加速,1995 - 1997 年石油消费增长率均为 10.71%,1997 年增长率进一步上升到 12.94%,如果未来几年中国国内生产总值增长率达 7%,石油需求增长率将达到 5%。从这些数据可以看出国民经济其他部门对石油产业的发展有强烈的要求,石油产业不加快发展,将会成为制约国民经济发展的瓶颈。

4. 竞争动态指标

本文对中国石油产业竞争实力和竞争潜力的分析,均是以 2000 年的数据为基础,是一种静态分析,而任何一个产业的国际竞争力都有一个发展和提升的过程,从这一点考虑,应该对其进行动态分析。由于资料获取的困难以及近年来世界石油产业变化十分快速,动态比较工作难度较大。但是,我们仅仅从中国石油产业近年来的发展看,其国际竞争力呈明显的上升趋势。

上述对比分析结果表明,中国石油产业在资源潜力上具有较明显的竞争优势,但在市场竞争能力、资金运用能力、技术创新能力等方面存在较大差距。从国际比较来看,中国石油公司(主要是中石油集团)的上游业务已经具备了相当的国际竞争能力:油气储量和原油产量已与埃克森莫比尔、壳牌和 BP 三个超大型国际石油公司基本相当;天然气产量虽有较大差距,但资源潜力很大,天然气业务将迎来快速增长时期。但是,也应当清醒地认识到,中国石油公司的整体规模、经营收入、净利润等方面,特别是原油加工业务盈利能力、市场营销规模和技术创新能力与国际石油公司相比差距非常明显,资本运营效率和劳动生产效率也有待进一步提高。

三、提高中国石油产业竞争力的对策

基于对国际石油市场发展趋势和中国石油产业国际竞争力的比较分析,一方面,市场国际化要求我国从事国际化经营的企业具有相当的经济规模;而另一方面,中国石油产业的国际竞争力较弱,在市场国际化的实际进程中,则表现为企业规模小,上游竞争不足,下游竞争过度,与有效竞争相差甚远。因此,在市场国际化条件下,提高我国石油产业竞争力的思路是:培育几家经济实力雄厚,具有国际水平的大型石油公司,作为跨国经营的主力,以充分利用国际市场所提供的规模经济潜力;加强技术开发人才的培养,增加技术开发投入,以提高石油产业的技术创新能力;构建多层次战略联盟,减少国内石油企业间及国内外石油企业间的摩擦与

交易费用,以协同竞争力冲破国际石油市场上的重重进入壁垒,增强与国际市场上寡头垄断企业的竞争能力。

(一) 实施大石油公司战略,提高规模经济效益

随着中国石油产业的重组,形成了中石油集团公司、中石化集团公司和中国海洋石油总公司三足鼎立的格局。目前,中石油集团拥有油气剩余可采储量 25.96 亿吨油当量,原油产量 1.1 亿吨,原油加工能力 1.087 亿吨,2000 年加工原油 8420 万吨。中石化集团拥有油气剩余可采储量 4.27 亿吨油当量,原油产量 3388 万吨,原油加工能力 1.3 亿吨,2000 年加工原油 1.0507 亿吨。海洋石油公司拥有油气剩余可采储量 2.41 亿吨油当量,2000 年原油产量 1031 万吨,还没有下游工业。从油品消费市场看,南方市场约占全国 75%,北方市场只有 25%。中石化集团的企业一般位于南方,中石油集团的企业一般都分布在北方。显然,中石油集团拥有资源优势,中石化集团拥有下游及市场优势。重组后的石油、石化集团拥有总资产都已超过 5000 亿元,销售收入超过 3000 亿元,是国内的“巨无霸”。但与国际大石油公司相比,在销售收入上又有很大差距(见表 1 及表 2)。

现代工业的发展有两个基本的特点。一个是产品链越向下发展,科技含量越高,附加值也越高,这就促使企业重视对下游产品的深度开发。产品链不仅包括生产环节,更包括产品销售及其为顾客提供的服务,从而实现品牌所带来的无形资产的增值。另一个是市场开发是企业生存发展的基本条件,企业只有把自己建立在千百万用户之上,才能立于不败之地。上下游一体化经营的大石油公司模式正是现代工业一般特点和石油产业内在规律的必然选择。石油产业是一个勘探、开发、炼油、化工、销售完整的产品链,下游产品的高附加值以及占领市场的驱动力,使得石油公司必然重视下游以及销售环节。同时为了规避油价波动带来的经济风险,促使石油公司走上下游、销售一体化的道路。竞争的结果,少数大石油公司通过不断扩大市场份额,控制销售市场而取得竞争优势,迫使中小石油公司只能把好储量、原油卖给大石油公司,最终导致大石油公司“采的油比找的油多,炼的油比采的油多,卖的油比炼的油更多”的特点。

我国从 1993 年开始已经变成了石油净进口国。有关专家预测,2010 年我国石油产需缺口将达到 1 亿吨,国内石油生产的弱势和市场需求的快速增长,迫使国内石油企业必须走发达国家“上下游一体化经营的大石油公司模式”的道路。为此,我们应该加强石油勘探开发,努力实现增储上产,进一步强化中国石油公司上游业务的竞争优势地位;同时,加快推进炼油化工行业的结构调整,提高炼厂规模和行业集中度。在做好上述两项工作的同时,要大力开拓市场,加快建设营销网络,全面增强中国石油公司的市场竞争力和对市场的控制力,不断提高市场占有率。

(二) 大力推进技术创新,提高石油企业核心竞争力

大公司要具有很强的国际竞争力,必须培育自己的核心能力。所谓核心能力,又称核心竞争力,主要指企业在生产经营过程中的积累性知识和能力,尤其是关于如何协调不同的生产技能和整合多种技术的知识和能力,并据此创造出超越其他竞争对手的独特的经营理念、技术、产品和服务。纵观国际上成功的大公司和企业集团,尽管成长途径千差万别,主营领域各不相同,但都有一个共同的特点,那就是都具有强烈的创新精神。它们经过长期积累和不懈努力,形成了自己的核心能力。正是这种核心能力使它们能立于不败之地,永葆青春与活力。

石油企业普遍以技术创新作为生存发展和提高经济效益的最主要的手段之一,技术创新已经成为石油产业发展的最持久、最根本的动力。世界油气产量每上一个台阶都依赖于新理论、新技术的推动,而保持技术的领先地位,一直是国外大石油公司长盛不衰并发展壮大的保证。国外的大石油公司特别是跨国石油公司都是靠创新形成自己的核心竞争力,靠核心竞争力塑造知名品牌,靠知名品牌提升自己的竞争优势和无形资产。所以,技术创新是企业核心竞争力的源泉。毫无疑问,企业核心能力的形成离不开体制创新和管理创新,但是,关键还是依靠技术创新。企业必须通过技术创新,形成和发展自己的核心技术,并以此为基础,形成自己的特色产品和特色服务。当前,我国石油产业技术创新能力与世界先进水平相比还有较大差距,这在很大程度上限制了我国石油产业的发展和国际竞争力的提高。为了加快我国石油产业的发展步伐,提高核心竞争力,我们必须依靠科技进步,提高石油科技效益。具体地说,(1)应加强技术开发人才的培养与管理。(2)增加科技投入,加强科技投资管理。一方面,应增加科技投入,多渠道、多层次筹集科技发展资金,努力提高科研投入的比例和总水平;另一方面,还应加强科研经费的管理,提高科技投资的经济效益。(3)加强科技合作,发展技术交流市场,加快科技成果的推广。(4)改进科技组织管理工作。应针对石油工业多学科、多专业、技术高度密集的特点,建立多学科工作人员组成的研究实体,使所有成员能够在知识、能力等方面取长补短,既发挥个体优势又发挥协同优势。

(三) 构建多层次战略联盟,降低进入壁垒

管理学家彼得·德鲁克在1995年指出,工商业正在发生的最伟大的变革,不是以所有权为基础的企业关系的出现,而是以合作伙伴关系为基础的企业关系的加速度增加。全球知名的麦肯锡公司的管理顾问经过广泛的调查认为,完全损人利己的竞争时代已经结束。企业之间的过度竞争已不能保证赢家在这场达尔文式的游戏中拥有最低成本、最佳产品或服务以及最高利润。事实上,长期势均力敌的斗争的结果,只会使财力智力枯竭,难以应付下一轮的竞争的创新。在未来市场经济中,企业之间的竞争应当是“双赢”或“全赢”的合作性竞争,战略联盟成为企业发展的首要选择。

战略联盟是两个或两个以上企业为了达到共同的目标采取的相互合作、共担风险、共享利益的联合行动。具体来讲,战略联盟就是指企业之间达成的既超出正常交易,可是又达不到合并程度的长期协议,包括合资、许可证、供应协议、营销协议和其他各种协议。结盟企业在进行某些方面合作的同时,在各自的主线产品和核心业务上又保持各自的独立性,其最终目的是通过合作或联盟来增强自身的竞争能力,实现自己的经营目标。企业的竞争优势来自企业的价值链。一般而言,企业价值链的重组配置和战略环节的转换需要克服一系列制度、技术和资金、时间等方面的困难。而战略联盟则利用其他企业的现有优势为己用,靠的是自身的实力和优势,交易成本相对较低。当然不可否认战略联盟方式存在一定的机会成本,企业可能因此而失去自我发展的某些机会。

近年来,国际石油市场兼并重组浪潮高涨,但在大规模兼并重组活动展开的同时,不乏有大量的石油公司构建战略联盟的例子,如埃尼公司和俄罗斯天然气公司1998年签订协议在一些国家合作进行勘探开发天然气,并运输和销售;英荷壳牌和美国雪佛龙公司签订合作协议,在里海从事石油

勘探、生产和运输业务等。许多联盟的成功经验表明,战略联盟不仅能使石油企业摆脱资金短缺、技术储备不足、环境和政治风险不断加剧的困境,而且是企业迈向成功的一条捷径。目前世界石油产业领域运作较多的有四种战略联盟方式:多学科综合管理组、外包、合资经营和能源一体化经营等。中国石油企业可以借鉴国际战略联盟的方式,通过与国内不同石油企业、外资企业、外国跨国公司建立不同层次的战略联盟,达到优势创新的目的。国内不同石油企业在价值链的不同环节各具优势,其间建立战略联盟,可以实现优势互补,增强中国石油企业整体的价值创造能力。同时,通过石油企业之间建立战略联盟,还有助于实现规模经济,在较短时间内以较低的成本迅速增强企业战略环节上的竞争优势,增强中国石油企业整体的国际竞争力。国内石油企业之间的战略联盟,有助于较快地形成具有一定资产规模和竞争优势的大型石油公司,条件成熟时,可以发展成以资产为纽带的跨国石油公司,进而同国际上大型跨国石油公司建立战略联盟,参与高水平的国际竞争与合作。境内中资石油企业亦可以与外资企业建立战略联盟式的合作关系,借助外方的营销网络进入国际石油市场,或利用外方母公司的技术优势,迅速提高自身的技术水平等。战略联盟的高级形式是国内实力雄厚的大石油公司与国外大型跨国石油公司在勘探开发、石油加工、管输、技术开发、市场营销等方面建立的伙伴关系。大型跨国石油公司,尤其是处于行业领导地位者,如埃克森美孚、英荷壳牌、BP等,其市场地位和技术垄断优势非一般企业所能比。与其进行战略合作,有利于中国石油企业开拓国际市场、获取先进技术、加强国际竞争地位,降低进入壁垒。

四、结论

石油是人类社会赖以生存和发展的重要能源,被称为工业的“血液”,现代文明的基础。中国石油产业经过半个多世纪的快速发展,取得了举世瞩目的巨大成就,成为推动国民经济发展和工业化进程的战略性基础产业。进入新世纪,中国加入了WTO,中国石油经济已融入到国际石油经济的大循环之中。面对严峻的石油资源形势和国际石油竞争愈演愈烈的巨大压力,较强的产业国际竞争力是取得国际石油竞争胜利的必要保证。但是不论是从竞争实力、竞争潜力,还是从竞争环境来看,中国石油产业与国外相比均具有较大差距。因此,实施大石油公司战略,加强科技创新以及构建多层次的战略联盟是我们在市场国际化条件下提高石油产业竞争力的重要保证。

参考文献:

1. [美]迈克尔·波特:《竞争优势》,中文版,北京,华夏出版社,1997。
2. 胡大立:《企业竞争力论》,北京,经济管理出版社,2001。
3. 余永定、郑秉文:《中国“入世”研究报告:进入WTO的中国产业》,263~268页,北京,社会科学文献出版社,2000。
4. 钟艳阳:《“入世”对石油石化业的影响与对策》,载《石油企业管理》,1999(6)。
5. 丁贵明、王玉新:《石油企业面临的严峻形势及改革调整方向》,北京,石油工业出版社,1999。
6. 国家经贸委行业规划司:《中国石油工业“十五”规划》,载《国际石油经济》,2001(7)。
7. 国家经贸委行业规划司:《中国石化工业“十五”规划》,载《国际石油经济》,2001(7)。

(作者单位:西安石油学院经济管理系 西安 710065)
(责任编辑:Q)