# 9.我国民营企业发展趋势

来源：网络 作者：烟雨迷离 更新时间：2024-06-27

*第一篇：9.我国民营企业发展趋势我国民营企业发展趋势2024-02-18林其“民营经济”是一个大范畴，它是相对于传统的国有、国营经济而言的，侧重从经营方式、经营机制上划分企业的类型。“民营经济”又与“非公有制经济”有交叉，它不仅包括个体、...*

**第一篇：9.我国民营企业发展趋势**

我国民营企业发展趋势

2024-02-18林其

“民营经济”是一个大范畴，它是相对于传统的国有、国营经济而言的，侧重从经营方式、经营机制上划分企业的类型。“民营经济”又与“非公有制经济”有交叉，它不仅包括个体、私营经济，也包括国有民营、乡镇企业等经济成分。今天所讲的“民营经济”，主要指的是个体、私营经济。

第一个问题，民营经济发展概况及其地位作用。

来自国家工商总局的统计资料显示：截至今年4月，全国共登记个体工商户2584万户，注册资金达6550亿元，从业人员5112万人；共登记私营企业504万户，占全国企业总数的58.6%，注册资本（金）78907亿元，从业人员6663万人。从企业的组织形式上看，越来越多的私营企业采用了现代企业制度，其中，私营有限责任公司393万户，占私营企业总数的77.9%；私营股份有限公司1532户，比2024年增加7.8%；个人独资企业98万户，占私营企业总数19.4%；合伙企业13万户，占私营企业总数2.6%。从发展模式上看，私营企业已经逐步从单纯追求量的扩张，向经营上规模、技术上水平、产品上档次、管理高效益的方向发展。

私营经济发展到这个水平，是相当不容易的。回顾改革开放20多年，私营经济的发展，可以划分为四个阶段：

第一阶段是1978年—1987年，这一阶段个体工商户开始出现，其标志是1982年《中华人民共和国宪法》赋予个体经济合法地位。

第二阶段是以1987年中共十三大和1988年全国人大《宪法修正案》赋予私营企业合法地位为起点，私营企业在全国各地迅速发展。

第三阶段是以1997年中共十五大和1998年全国人大再次通过《宪法修正案》为标志，将个体、私营等非公有制经济确定为“社会主义市场经济的重要组成部分”。此后，各地个体私营经济更加迅猛发展。

第四个阶段是国务院公布非公有制经济“三十六条”后，非公有制经济得到全面体制保障。

改革开放30年来，民营经济对发展社会生产，方便人民生活，扩大劳动就业，发挥了越来越大的作用。

一是在发展社会生产力方面发挥了重要作用。民营经济创造了大量社会财富。2024年，我国非公有制经济城镇固定投资总量58265.9亿元，占全社会城镇固定资产投资总额比重的62.3%。2024年以来，非公有制经济投资平均每年增长29.1%，高于同期全社会固定资产投资20.2%的增长水平。2024年1～3月，非公有制经济（不包括个体工商户）进出口总额3365.6亿美元，占全国进出口总额比重的73.5%。其中，私营企业进出口总额663亿美元，同比增长44%，占全国进出口总额比重的14.5%；外商投资企业进出口总额2702.6亿美元，同比增长23.3%，占全国进出口总额的59%。2024年，我国非公有制经济占全国GDP比重为65%。其中，个体私营经济占全国GDP比重49.7%；外商和港澳台经济占全国GDP比重约为15%。2024年，个体工商业总产值10731.6亿元，比上年增长

9.4%；私营企业总产值31855.1亿元，比上年增长16.1%。2024年，我国非公有经济（不包括规模以下私营企业及个体工商户）实现工业增加值3.93万亿元，占全国工业增加值总额比重的49.3%。其中，外资企业工业增加值2.3万亿元，同比增长16.5%；规模以上私营企业工业增加值1.63万亿元，同比增长25%，高于全国8.2个百分点。截止到2024年，在全国40个传统工业行业中，私营经济已在27个行业中经济比重超过50%，在轻工纺织、普通机械、建筑、运输、商贸服务等行业已占70%以上。

二是在方便人民生活，满足人民多样化需求方面发挥了积极作用。2024年，我国非公有制经济（不包括外商投资企业）实现社会消费品零售额33523.6亿元，占全国社会消费品零售总额（76410亿元）比重的43.9%。其中，个体工商户社会消费品零售额15836.5亿元，下降11.5%；私营企业社会消费品零售额17687.1亿元，增长14.2%。内地市场商品琳琅满目，民营经济功不可没。

三是在解决社会就业方面发挥了巨大作用。截止到2024年底，我国城镇非公有制经济从业人员23780.4万人，占全国城镇就业人数比重84.0%。其中，个体工商户从业人员5159.7万人；私营企业从业人员6586.3万人（截止到2024年3月底，私营企业从业人员已达到6663.4万人）；外资企业从业人员2700万人；港澳台等其他从业人员9334.4万人。1978年以来，我国公有经济就业人数以每年3%的平均速度递减，而非公有经济就业人数以每年3.1%的平均速度递增。截至2024年底，城镇公有制单位就业人数仅有7298万人（其中国有单位就业人数为6488万人）。目前，全国城镇新增就业岗位80%以上由非公有制经济吸纳。这对稳定中国社会所起到的作用是无可替代的。

四是在纳税方面做出了贡献。2024年，我国非公有制经济（不包括港澳台及国有控股企业的非国有部分）共缴纳税收总额12666.84亿元，占全国税收总额37636亿元（不包括关税、耕地占用税和契税）比重的33.6%。其中，个体工商户缴纳税收总额1194.7亿元，同比增长18.6%；私营企业缴纳税收总额3495.2亿元，同比增长28.6%（2024年1季度，私营企业税收总额达1557.9亿元，同比增长36.6%）；外资企业缴纳税收总额7976.94亿元，同比增长24.81%。

五是在回报社会、从事社会公益事业方面发挥了积极作用。不少民营企业发扬先富帮后富的精神，投资光彩事业，到中西部贫困地区投资兴办企业或从事其他社会公益事业。到2024年6月，累计到位投资资金1247亿元，比2024年6月增长178亿元；安置就业479万人，增加179万人；帮助脱贫769．8万人，增加221万人；捐赠财物170亿元，增加近40亿元。

六是在促进人们思想观念的转变、促进市场经济体制的建立方面发挥了积极

作用。个体私营企业是市场经济最早的实践者。从这个意义上说，个体、私营经济为打破单一成分的、高度集中统一的计划经济体制发挥了不可抹杀的作用。正是由于民营经济在中国社会发展中发挥了重要作用，民营经济在中国内地所处的地位也逐步提高。包括民营科技企业的创业人员和技术人员、个体户和私营企业主在内的新的社会阶层中的广大人员，成为中国特色社会主义事业的建设者。

当然，我们也要看到民营经济发展中还存在许多不足和问题。这些不足和问题主要表现在：

首先是地区发展不平衡。民营企业大多数分布在东部沿海地区，广东、浙江、江苏三省的私营企业数均超过20万户，东部地区的民营企业占了全国民营企业的70%以上，而广大中西部地区民营企业数量却不到30%；

第二是产业分布不尽合理。从事第一产业的私营企业仅占私企户数的2.25%，第二产业占39.43%，第三产业占总户数的58.32%。第二产业仍然是传统制造业居多数，第三产业中主要是从事商贸零售和餐饮业。第三是民营企业的规模还很小，自有资金还不足。私营企业平均每户注册资本金才100万元左右，平均每户用工人数仅为12人左右。个体工商户注册资本金平均只有1万元左右，只能做些小买卖；

第四是管理落后，许多企业还是家族式管理，作坊式经营，面临着制度创新和管理创新的艰巨任务；

第五是许多民营企业信息不灵，在激烈的市场竞争中，或者盲目决策，或者难以找到适当的投资项目，对今后的投资方向感到困惑。

第二个大问题，关于民营经济的发展趋势。

当前，民营经济正面临着前所未有的发展机遇。中国加入WTO，实施西部大开发战略，国有经济实行战略性改组，经济结构进行战略性调整，国民经济增长方式转变，这些都为民营经济的发展提供了广阔的空间。未来若干年之内，中国民营经济将呈显出以下发展趋势：

趋势之一，民营企业在数量上将有一个大发展。这是因为，中国政府已明确表示，凡符合国家法律法规、产业政策以及入世后对外资开放的行业和投资领域，都要对个体私营企业开放，市场准入将大大放宽；国家制定了西部大开发的规划和相应的优惠政策，为民营企业的发展提供了一个广阔的舞台。发展小城镇的战略，将促进民营经济的发展。中国内地12亿多人口，8亿多在农村。要改变这种状况，必须建设一大批中小城镇。加快小城镇建设，有利于农民离土不离乡地发展二、三产业，有利于农村富余劳动力的转移，也有利于农业产业化的龙头企业扩大产品市场。建设中小城镇主要依靠民间投资，这正是民营企业发展的大好机遇。

趋势之二，民营经济产业结构和行业分布将会更加合理。随着科教兴国战略的实施，内地将出现一大批民营高科技企业。当前很多民营企业都在进行转型，一批海外留学归国人员纷纷创办科技型企业。全国53个国家级高新技术开发区，吸引了大批留学归国创业人员，仅广东省就吸收了2千多名留学归国创业人员。随着对民营企业进出口限制的解除，将出现一大批从事进出口业务的民营企业。产业分布上，除了第一、第三产业以外，随着国有企业改革深化，民营企业将通过兼并、租赁、收购、承包等方式参与国企改组改造，进入第二产业，民营企业将出现一、二、三产业合理分布、共同发展的局面。

趋势之三，民营经济质量将有一个大的飞跃。随着短缺经济的结束，卖方市场转向买方市场，很多民营企业都在进行“二次创业”，进行技术创新、管理创新和制度创新。提高质量，增加适销品种，已成为民营企业发展的新的趋势。一是更加重视企业的品牌和信用；二是推进专业化分工，形成产业化、低成本、高质量的生产组织体制；三是规范管理，提升企业素质。许多民营企业正在着力于推进企业管理信息化，以财务管理和营销管理为重点，提高管理水平；四是进行制度变革，通过企业股权多元化吸纳人才，建立规范的现代企业制度。随着经济体制改革的深入，今后，纯粹国有的企业和纯粹私营的企业数量都会逐步减少，大量出现的是混合型的股份制的企业。将会在新的基础上，形成新的所有权与经营权的分离，中国将出现庞大的企业管理阶层人员，民营企业将真正走出家族式管理的局限性。民营企业的组织形式将会发生质的转变。

**第二篇：我国酒店发展趋势**

二、目前供需基本平衡根据奥组委的要求，到2024年北京举办奥运会时星级酒店应达到800家，客房数应达到13万间。2024年，北京有超过4500间客房总量作为新增供给进入市场，2024年该供给量预计为7，000间。而截至目前，北京已经拥有853家星级酒店，客房数量已达到17万余间，从静态角度来看，北京的酒店业市场已经达到奥运的接待要求，供需总量基本平衡。从动态的角度分析，强劲经济增长推动的商务活动和旅游是北京酒店市场未来增长的主要原因，特别是新兴的会议、展览、奖励旅游预计将接替奥运成为酒店业的主要需求来源。同时加速的基础设施改造建设将在长期内支持旅游业的增长。北京将不会导致雅典、悉尼、亚特兰大、巴塞罗那各地高档酒店都在奥运会后两三年出现大面积空置现象。

三、结构性不平衡或在奥运后显现

北京现有的853家星级酒店中五星56家,四星133家，三星265家,二星340家,一星59家。现有的56家五星级酒店中23家属于新建酒店，新建酒店的增长速度达到41%;四星级酒店新建16家，增长11%;新增三星级酒店数增长1.3%。由此可见，五星级酒店市场的增量远超过酒店市场的平均增量，可以预计的是，随着奥运会后国际游客的减少，五星级酒店市场的竞争程度将进一步加剧，受此影响包括四星在内的高星级酒店市场的宽幅格局调整在所难免。

我们的观点：

一、部分一线城市的酒店业发展接近或超过了发展高峰期自2024年开始，酒店业的景气周期已经持续7年，在此期间高星级酒店得到了迅猛的发展。仅2024年，在年底前开工全国待评、在建、待建四、五星级饭店就达到1107家，其中相当于五星级的554家，是2024年全国五星级饭店总量的1.9倍。根据浩华数据分析过去五年，中国5星级酒店市场的房价增长速度快于4星和3星。2024年至2024年期间，5星级酒店平均房价的年增长率为6%，同比4星和3星酒店分别为5%和4%，因此5星与其他星级酒店的房价差距进一步拉大。

我们认为，高星级酒店的兴建与开业仍将保持惯性的增长趋势，并在部分二线城市有进一步发展的可能，但从整体发展来看高星级酒店已经或即将进入高峰期。而除了国家旅游局颁布并于2024年率先批准三家白金五星酒店外，一大批的国际精品酒店也将出现，将极大的丰富高端酒店市场。朱美拉(Jumeirah)宣布其在亚太区的首家酒店、位于上海新天地、2024年8月1日开业的朱美拉汉唐新天地酒店平均房价将在400美元左右。新加坡悦榕控股有限公司也于近日宣布将首次进军中国城市高端酒店市场，首家城市酒店将于明年在北京开业。

**第三篇：我国电子商务发展趋势**

我国电子商务的发展历程

组名：308会所

组员：陈培 周小兵 张乐乐

李哲 吴自祥 施泉隆

韩锋 组长：周小兵 分工：

资料搜集：李哲 吴自祥 施泉隆

文字截图：陈培 张乐乐

观点阐述：韩锋 Word编辑：周小兵

我国电子商务的发展历程

导语：中国电子商务始于1997年。如果说美国电子商务是“商务推动型”，那么中国电子商务则更多的是“技术拉动型”，这是在发展模式上中国电子商务与美国电子商务的最大不同。了解这一不同点是很重要的，这是中国电子商务发展的一大特点，也是理解中国电子商务应用与发展的一把钥匙。在1997年和1998年，中国电子商务的主体正是一些IT厂商和媒体，它们以各种方式进行电子商务的“启蒙教育”，激发和引导人们对电子商务的认识、兴趣和需求。经过这一阶段，在1999年和2024年，以网站为主要特征的电子商务服务商在风险资本的介入下成为中国电子商务最早的应用者，成为这一阶段中国电子商务的主体。

一、萌芽与起步期(1997-1999年)：

特征：业内公认的说法是，国内第一批电子商务网站的创办时期始于1997年起步的三年。当时互联网全新的引入概念鼓舞了第一批新经济的创业者，他们认为传统的贸易信息会借助互联网进行交流和传播，商机无限。于是，从1997年到1999年，美商网、中国化工网、8848、阿里巴巴、易趣网、当当网等知名电子商务网站先后涌现。

数据：据中国B2B研究中心调查显示：在目前已经成立的电子商务网站当中，有5.2%创办于20世纪90年代。该阶段无疑是我国电子商务的萌芽与起步时期。

二、冰冻与调整期(2024-2024年)：

特征：2024-2024年，在互联网泡沫破灭的大背景下，电子商务的发展也受到严重影响，创业者的信心经受了严峻的挑战，尤其是部分严重依靠外来投资“输血”，而自身尚未找到盈利模式具备“造血”功能的企业，经历了冰与火的严峻考验。于是，包括8848、美商网、阿里巴巴在内的知名电子商务网站进入残酷的寒冬阶段，而依靠“会员+广告”模式的行业网站集群，则大都实现了集体盈利，安然度过了互联网最为艰难的“寒潮”时期。

三、复苏与回暖期(2024-2024年)：

特征：电子商务经历低谷后，在2024年一场突如其来的“非典”后，出现了快速复苏回暖，部分电子商务网站也在经历过泡沫破裂后，更加谨慎务实地对待盈利模式和低成本经营。

数据：据中国B2B研究中心调查显示：目前现有电子商务网站总数占现有网站总数30.1%，应用电子商务的企业会员数量开始明显增加，2024年成为不少电子商务网站尤其是B2B网站的“营收平衡年”，该阶段无疑是我国电子商务的冰冻与调整期。

四、崛起与高速发展期(2024-2024年)：

特征：互联网环境的改善、理念的普及给电子商务带来巨大的发展机遇，各类电子商务平台会员数量迅速增加，大部分B2B行业电子商务网站开始实现盈利。而专注B2B的网盛生意宝与阿里巴巴的先后上市成功引发的“财富效应”，更是大大激发了创业者与投资者对电子商务的热情。IPO的梦想、行业良性竞争和创业投资热情高涨这“三架马车”，大大推动了我国行业电子商务进入新一轮高速发展与商业模式创新阶段，衍生出更为丰富的服务形式与盈利模式，而电子商务网站数量也快速增加。

数据：据中国B2B研究中心调查显示：仅2024年，国内各类电子商务网站的创办数量就超过了现有网站总数的30.3%。该阶段正是我国电子商务的崛起与高速发展阶段。

五、转型与升级期(2024-2024年)：

特征：全球金融海啸的不期而至，全球经济环境迅速恶化，致使我国相当多的中小企业举步维艰，尤其是外贸出口企业随之受到极大阻碍。作为互联网产业中与传统产业关联度最高的电子商务，也难免独善其身。受产业链波及，外贸在线B2B首当其冲，以沱沱网、万国商业网、慧聪宁波网、阿里巴巴为代表的出口导向型电子商务服务商，纷纷或关闭、或裁员重组、或增长放缓。

而与此同时，在外贸转内销与扩大内需、降低销售成本的指引下，内贸在线B2B与垂直细分B2C却获得了新一轮高速发展，不少B2C服务商获得了数目可观的VC的资本青睐，传统厂商也纷纷涉水，B2C由此取得了前所未有的发展与繁荣。而C2C领域，随着搜索引擎巨头百度的进入，使得网购用户获得了更多的选择空间，行业竞争更加激烈化。

数据：据中国B2B研究中心调查显示：仅在此二年不到时间内创建的电子商务网站占现有网站总数的22.3%，且有75.4%的电子商务网站专注于细分行业的B2C。该时期电子商务行业优胜劣汰步伐加快，模式、产品、服务等创新层出不穷。无疑，该阶段是我国电子商务的转型与升级时期。

六、中国电子商务行业增速迅猛

从中国整体经济状况来看，网络经济的增长速度远高于实体经济，网络经济中的电子商务增速远高于品牌广告等行业增速。据艾瑞咨询公布数据显示，2024年到2024年，中国电子商务行业年均复合增长率达到54%，高于移动互联网的35.8%、品牌网络广告33.8%，以及网络游戏的40.8%。艾瑞预测2024年到2024年，电子商务行业年均复合增长率将达74.3%，低于移动互联网的91.8%，但高于品牌网络广告41.7%、网络游戏的20.1%，电子商务将继续担当网络经济增长主力。

从网络经济各部分构成来看，2024年电子商务在网络经济市场中占比为22%，到2024年已提升至25.7%，预期这一比例在2024年将上涨至40.8%。与此同时，网络游戏、品牌网络广告所占份额逐渐下滑，占比越来越小。具体如下图所示： 电子商务行业快速增长背后是中国网购人群的增加。艾瑞数据显示，2024年中国网购用户约5500万人，2024年这一数据已增长到1.09亿人，预期2024年将达2.45亿人。具体如下图所示：

网购用户数量的持续增长，便捷支付通道的打通，物流仓储快递发展，客观环境的改善成为中国电子商务发展新动力。DCCI数据显示，2024年中国网络购物市场交易规模达462.6亿元，占网络消费比例为11.6%，2024年占比上升至37.6%，预期2024年这一比例将上升至78.1%。具体如下图所示：

（一）中国电子商务第三波热潮

在中国电商发展历史上，总共经历三波热潮：第一波始于1999年，主要代表电商为易趣网、8848、卓越网、当当网等，随互联网泡沫破裂进入低谷；第二波始于2024年，在阿里巴巴上市示范效应下，众多风险资本进入电商领域，服装、3C、母婴等门类均出现垂直B2C，此波在2024经济危机期间进入调整期；第三波始于2024年，以京东等电商巨额融资为标志，B2C、团购两大领域新公司不断涌现。

a.B2C模式。在传统品牌商对电子商务比较陌生年代，电商需要用户自身去贡献内容，无论是淘宝还是易趣，都采用C2C模式吸引买家，积累丰富商品种类，再借此吸引更广泛消费人群。随着电子商务发展，越来越多传统品牌商开始尝试线上零售模式，同时淘宝等C2C平台客观培养出细分市场用户群，B2C逐渐成为主流。与C2C相比，B2C卖家更正规、产品质量更好、服务更有保障。

据艾瑞数据显示，2024年中国网络购物市场中B2C占比为6.8%，预期2024年占比至少上涨至30%。具体如下图：

B2C包括综合类B2C（或称平台类B2C）与垂直类B2C。综合类B2C包括淘宝商城、京东商城、卓越亚马逊及当当网等，其共同特征是大而全（部分正在努力向大而全转型），试图在同一个平台上纳入尽可能多的品类。据艾瑞最新公布数据，此四家综合类B2C占据2024年中国B2C交易额排行榜前4位。具体如下图：

作为B2C领域里的重量级选手，综合类B2C增长极其迅速。2024年京东商城交易额仅13.2亿元，2024年就超过100亿；凡客2024年增长300%，2024年销售目标再增长100%；淘宝商城销售额在2024年增幅则超400%。

垂直B2C共同特点为：专注于某一特定领域，例如3C、服装、母婴、奢侈品等，迅速扩充商品品类，并以做成细分领域第一名为目标，争夺综合类B2C的具体门类生意。在过去的1-2年时间中，垂直B2C成为创业者首选，切入领域越来越细，比如鞋类B2C、袜子B2C、运动服饰B2C。举例来看垂直B2C的增幅：鞋类B2C乐淘2024年销售额为1亿元，2024年预期销售额翻5倍，达到5亿元；奢侈品B2C走秀网2024年销售额4000万元，2024年2亿元，2024年预期销售额翻5倍，达10亿元。

b.团购模式。2024年是中国的“团购元年”，首家团购网站满座网于2024年1月成立，此后美团网、拉手网、糯米网等纷纷上线，到下半年形成“千团大战”格局。简单说，团购网站充当着网上消费信息集散中心功能，它将线下市场（购物中心、餐馆等等）搬上网络，再组织线上用户集体砍价，取得消费优惠。团购网站收入模式主要依靠收取提成。团购模式在中国的迅速兴起，与其简单可模仿的模式有关，也与团购盈利时间短特点有关。以下为中国电子商务研究中心统计数据：

（二）电子商务的内容和实践

电子商务直接涉及到国家法律、贸易、金融、物资、流通、信息交流、基础设施等诸方面。因此，电子商务的推进需要建立良好的电子商务环境。

电子商务实际上是把人们在传统办公室、商场、银行以及管理部门等地地方进行的商务活动搬到一个公共媒体上，即计算机互连网络上进行。电子商务的范围十分广泛，包括网上管理、网上银行、网上订货、网上交易、网上营销、市场、广告、直至末端家庭银行、购物及远程办公。电子商务的应用可分为业务到业务、业务到消费者和信息发布三个方面。

1、业务到业务：

业务到业务是企业与企业之间的商务活动。包括定货、合同、结算、协作、管理等内容。电子商务可直接进行网上订货、结算和交货，从而缩短商务运行周期、提高业务效率。密切厂商、市场与批发商之间的联系。有益于提供一体化商业服务，特别是连锁经营服务。

2、业务到消费者：

业务到消费者是直接面对最终消费者的形式。电子商务是一种基于信息的商业进程，它通过网络广告、市场开发、网络订货和网络客户服务加强与客户的联系。节省时间和劳动及商业服务。目前这种服务主要涉及诸如机票顶订、旅店注册、网上书店、网上商场等服务。

3、信息发布：

在电子商务中，新型的基于信息的产品既方便查询又非常实用，如电子书籍、应用软件和应用信息等。电子商务和媒体相互结合起来，共同开发市场与服务。基于信息的电子商务新模型开创了电子商务营销、网上广告和网上消费的新型社会市场活动。

4、网上管理：通过互连网络的通信基础，人们可以进行远程事务管理，例如网上理财、网上咨询、网上教学、网上医疗、网上投资、网上娱乐、网上生活等。电子商务产生一种新型的市场，它表现为：

1、提供网络上的在线浏览、产品选择与电子货币支护的新方式;

2、创造公共网络上的新产品与新服务;

3、提供公共网络上安全传输信息;

4、创造数字经济环境和生活环境;

5、形成网上数字消费市场。

现在许多网上银行、网上商场、网上书店已经开业，网上营销、网上广告正在发展。人们正逐步进入电子商务时代，进行远程办公、网上购物、网上交易和网上消费等活动。

七、电子商务展望

21世纪将进入电子商务时代，是社会发展的必然，我们将别无选择地生活在电子商务时代。如何面对电子商务方式、如何适应数字化生存并积极参与电子商务时代的国际竞争，是涉及到每个人、每个企业、部门及国家发展与生存的重大问题，也是国家管理部门现在应该规划、并促进其发展的战略问题。

目前电子商务在国际上已经得到迅速发展和实践，将在国际商贸和社会生活中占据主导地位。估计到2024年电子化贸易额将有上千亿美圆的交易量，并形成世界性电子商务环境。国内电子商务的研究逐渐深入，实践上已经有所行动。我国的管理部门应密切国际合作、制定相应法律、法规和技术标准，及时营造良好的电子商务环境;商务部门和应充分认识到电子商务的社会、经济和生活等方面的特点、电子商务活动的方式方法、以及电子商务的发展和应用表现，促使管理人员熟悉电子商务环境、逐步进入电子商务的活动方式、进行电子商务管理、最终能参与电子商务时代的国际竞争。

**第四篇：我国民营企业企业文化建设浅析[推荐]**

我国民营企业企业文化建设浅析

摘要：进入21世纪，我国中小企业发展迅速，对过敏经济的发展起到了重要作用。本文对企业文化的内涵进行阐释，分析我国中小企业企业文化建设中存在的问题，并具有针对性的提出有效解决措施。

关键词：企业文化；中小企业；执行力

1、企业文化概述

1.1企业文化的定义

所谓企业文化是指企业个性意识及内涵的总称。具体指企业全体员工在企业运行过程中所培育形成的、与企业组织行为相关联的、并事实上成为全体员工主流意识而被共同遵守的最高目标、价值体系、基本信念及企业组织行为规范的总[1]。

1.2企业文化特点

1.2.1员工具有广泛认同的价值观。只有企业经过长期积累，得到企业员工认同的才是这个企业的真正企业文化。但是，在实际工作过程中许多高层管理者或者企业家都不赞同的行为或者准则，依然会要求自己的下属去执行那并不被大家认同的标准。这种情况之下，经过再长时间的发展，中小企业也不会形成自己真正的企业文化，更不会拥有自己企业独立的性格。

1.2.2以价值观为指导，并在其指导下实践与行动。有些中小企业言行不一，不能在价值观指导下成功的实践与验证。在许多中小企业中，也许规章制度制定的很好，但是得不到真正的践行。公司老板承诺员工的事情到最后并没有实现，反之，员工就会消极怠工，从主观意识中要求自己降低工作效率。最终的结果就是，员工工作效率下降，生产能力降低，企业利润下降，形成一种恶性循环。因此，我国中小企业要去不断践行自己的企业文化，不要失信于自己的员工。

1.2.3简洁明了，容易理解。中小企业在建设企业文化的过程中一定要简单明了，让自己企业的每一位员工容易记住。简单明了的企业文化更容易让自己员工从主观上接受，如果一旦中小企业企业文化核心内容过于冗长，员工就会在主观上抗拒接受，情感上要求自己不去记忆。这样不利于自己企业文化的建设和践行。我们我可借鉴一下知名企业的企业文化，比如海尔-真诚到永远，诺基亚的-科技以人为本，长城汽车的狼兔文化。

2、我国中小企业企业文化建设存在的问题

随着时间的发展，我国中小企业企业文化建设取得了进步，但依然存在一些问题，是需要我国中小企业要解决。

2.1企业文化建设忽视长远利益

我国中小企业大部分是成立时间不长，企业自身的人、财、物等资源并不丰富。而且中小企业融资困难，很难去借助外力发展，中小企业的发展通常情况下都是通过自己积累财富为主要发展途径。在这种情况之下，中小企业优先考虑的是如何将自己有限的人力资源、财务资源、物质资源等进行最合理与最有效的配置，然后使自己资本积累能够在最短的时间内完成。

2.2中小企业文化建设执行力弱，稳定性不足

我国中小企业在建设企业文化方面不是很积极，并没有把企业文化建设摆放到足够高的地位。但是随着我国越来越多专家和企业开始深入研究中小企业企业文化建设问题，我国一下中小企业开始重视企业文化建设，并在自己企业管理的实际中开始建设本企业真正的企业文化。虽然中小企业对企业文化越来越重视，但是能够真正成功的建设起自己企业文化的中小企业少之又少。之所以造成这种局面，其中最主要的就是在建设企业文化过程中企业文化被深深的受到领导风格的影响。所以企业文化建设的稳定性与持续性不足，这样就没有办法对员工形成持续稳定的影响，不利于优秀企业文化的形成。

2.3中小企业家族式管理制约了企业文化的发展

我国中小企业在性质上绝大部分都是属于民营企业，其大多都是以家庭经济为原始资本积累发展起来的，还会深受我国传统家庭伦理文化的影响，最后导致我国中小企业大部分都是家族式企业或者是合伙制企业。创业初期的果断决策、灵活的管理方式是符合企业发展规律的，具有其存在的价值，但是随着企业规模不断扩大和竞争环境的不断加剧，家族式企业管理的弊端就慢慢显示出来了。在家族式管理中，企业管理的好坏取决于企业领导者的素质，因此没有制度性的方法。由于企业文化建设不完善，影响着企业对于人才的选择和留人，进而影响中小企业长远发展。

3、中小企业企业文化建设解决措施

中小企业要对员工参与程度更加重视，让每一位员工都意识到自己企业文化建设所承担的角色，以此来提升自己企业文化建设，最终达到提升中小企业核心能力的目的。本文针对中小企业企业文化在建设过程中存在的问题，提出了一下几条具有针对性的措施。

3.1着眼企业文化发展战略，培育企业文化

中小企业在规划自己未来发展蓝图时，一定要把企业文化建设考虑在内，要把企业文化建设作为发展战略的核心内容之一。要对企业文化有自己公司的顶层设计，能够使自己的企业文化建设形成一个连续发展的机制。避免出现企业领导者影响企业文化建设和企业文化内涵不断变化的现象。最重要的是要与时俱进，在新的历史发展阶段不断丰富企业文化的内涵，要使企业文化跟上时代发展的内涵。着眼于企业文化来制定中小企业发展战略，规划中小企业未来三到五年的发展蓝图，以此来培育起中小企业的企业精神。因此，中小企业文化建设要考虑长远，制定长远规划。

3.2中小企业建立执行文化并提升执行力

执行力是指贯彻战略意图，完成预定目标的操作能力，它是把企业的战略规划转化为效益和成果的关键。执行文化是企业文化的重要组成部分，同时也是体现企业文化是否到位的重要标准。执行文化是企业文化与行为的统一，是把“执行”作为所有行为的最高准则和终极目标的文化。缺少执行文化，企业文化也就没有了生命力。执行的主体是人，人的思想决定行动，而文化能改变人的思想。提升执行力离不开优秀的执行文化。目前很多企业把建立执行文化作为企业文化建设的突破口是正确的选择。中小企业只有加强自己执行力，坚持自己企业文化建设相关规定，提高企业文化建设的稳定性。

3.3建立学习型组织，优化企业文化建设

要想将消除老板意识思维影响企业文化建设的弊端，优化中小企业企业文化建设，可以从两个方面进行改善。首先，中小企业着力建立学习型组织。在现在大数据时代，经济的发展要求组织或者员工要有足够的知识水平跟上时代的发展。在当今时代，全球化发展进程加快，中小企业面临着更加惨烈的竞争环境。无论是信息、市场、资本还是人力资源等方面都面临着巨大挑战，所以企业就要不断去学习，学习先进的管理方法，建立优秀企业文化。不学习新知识有可能就会被市场淘汰。现在最重要的竞争就是人才的竞争，优秀的企业文化可以吸引更多的人才来企业。企业家不仅自己要有很好的学习能力，还要培养自己员工的学习能力，建立学习型组织。迎接越来越多的挑战，做好准备抓住机遇，不断壮大企业规模。

此外，老板意识肯定会影响到这个企业的企业文化，如果老板意识上升到企业家意识那么就会对中小企业的发展形成良好的作用。中小企业在不断发展壮大的过程中要不断的消除家族式管理的弊端，建立良好企业文化，建立科学合理的管理制度。

4、总结

我国中小企业文化建设对中小企业的发展意义重大，中小企业一定要注重企业文化的建设并采取有效的方法建设好企业文化。建立起优秀的企业文化，可以为企业吸引更多有用人才、留住企业发展的有用之才，促进企业的长远发展。（作者单位：河北大学）

参考文献：

[1]胡本勇，郑循刚.学习型组织的企业文化构建[J].技术经济与管理研究，2024.[2]马红雨.中小企业文化建设研究[J].内蒙古科技与经济，2024.24.[3]曹蓉.我国企业文化建设存在的问题及思考[J].商场现代化，2024.

**第五篇：入世后我国人才市场发展趋势**

文章标题：入世后我国人才市场发展趋势

加入WTO后，我国各行各业将面临进一步改革开放，人才市场面临的形势将是人才结构调整加快、人才国际化日益明显、人才资源配置方式更趋市场化、人才中介组织多元化。机遇和挑战并存的双重影响，必然促使我国人才市场朝着加强人才市场机制建设、促进政府职能转变、提高人才市场的整体服务水平方向转变，以适应即将到来的国际竞争的需要。

我国加入世界贸易组织后，在人才领域，将会促进中外人才市场的融通，扩大市场资源，有利于加速人才资源配置的市场化进程，促进人才市场体系的建立和完善，有利于创造人才市场发展的体制环境，促进人才中介组织的竞争力和服务手段、技术的提升。

一、入世给我国人才市场带来的影响

从总体上讲加入WTO将掀起和推动中国的又一轮改革，加速经济结构的调整，带来技术、资金和管理模式引进上的便利和迅速发展，从而带动投资增长和出口的增长，推动中国经济的发展和就业增长，给我国人才市场带来了新的机遇和挑战。主要表现为：

（一）、人才结构调整加快，人才流动进入一个新的活跃期。入世以后，我国产业结构将会面临大的调整，这直接影响到就业结构的变化，进而极大地改变人才资源的分布和结构状况；农业和一些传统工业如汽车、机械、石油、冶金等面临冲击，将不可避免带来减员；而纺织、服装、旅游、外贸和服务业会得到发展。另一方面，高新技术人才、熟悉国际市场的高级经济管理人才以及法律、金融、保险等人才将出现短缺，这种需求的变化将促使人才流动日益加快。因此加入WTO还将进一步推动经济结构调整和就业结构变化，即人才在不同行业之间的转移和人员在职业、职位上的转变。

（二）、人才国际化的趋势日益明显。入世将使国内市场的开放程度不断提高，资金、技术、人才的流动将从国内转向国际，“人才无国界”的特点将日益突出。国家的户口政策将进一步开放，最近，国家计委和财政部又作出了取消外来务工人员的7项费用的决定，预示着户口将不再是制约人才流动的主要障碍。国际人才流动日渐频繁，并且呈现出从发展中国家流向发达国家的特点。人才需求将由国内企业转向国内外企业，国内各行各业的外向型人才需求将会大大增加，人才供给将由国内人才扩展到世界范围的各类人才。

（三）、人才竞争异常激烈。随着开放的扩大，以人才争夺为核心的国际竞争愈演愈烈，并呈现出国际、国内竞争相互交织的特点。争夺的重点主要是高层次人才，对我国这样一个人口资源丰富而人才资源相对缺乏的发展中国家来说，将使本来紧缺的人才更加紧缺。发达国家不断变化策略，在世界范围内挖掘人才。例如，在美国硅谷的二十多万就业人员中约有六万中国人，占美国一流人才的四分之一强。在据资料介绍，现已出现美国、德国和东南亚国家的很多公司直接把手伸到国内市场的新动态。他们到上海等地的名牌高校招聘毕业生出国就业，条件优厚，一切手续由公司代办，有的还承诺可以取得永久居留权。加上外国公司以其经济实力、财团资本和人才本土化策略，与国内企业争夺人才，我国将面临人才流失的冲击。

（四）、人才资源配置方式更趋市场化。开放市场将使资源优化配置规律发挥作用的空间扩大，公平竞争、自由选择的原则会在各个领域得到体现。人才流动的国别界限、所有制界限、户籍界限将逐步被打破，人才资源配置方式要求与之相适应，使市场这只“无形的手”发挥重要作用。实现人才资源配置市场化，是入世后人才资源配置的迫切要求。

（五）、人才中介组织多元化。有关专家分析，入世后人才中介组织将开始新一轮的“洗牌”。按照国民待遇原则，市场准入是平等的，人才中介服务业无疑是我国入世后外商最感兴趣的领域之一。对各国、各地、各类企业实行“普惠制”和“国际待遇”，意味着地方政府对本行政区域的其他成员方的人才中介服务机构必须给予与本国、本地区人才中介服务机构相同的待遇。将出现政府所属人才中介机构、非公有制人才中介机构、外资人才中介机构并存的情况，政府人事部门所属人才流动服务机构所具有的行政优势将逐步消失，面临着国外人才中介组织和国内非政府所属人才中介组织的双重竞争，迫切需要提高竞争力，在运作方式上向市场化转变。

（六）、除了这些具体的影响，入世还给人才市场带来了更深层次的影响，即机制性和体制性的影响。入世要求我国经济运行机制和体制框架与国际通行规则看齐，这意味着我国需要在法律、规则和产业结构等方面进行全面调整。这种调整是在一定程度上的被动性开放、规则性、体制性开放。目前，我国市场经济的法律架构和体制架构正在逐步建立。市场基础薄弱，市场体系不完善，特别是人才市场机制尚不成熟，不能有效地发挥作用；市场层次不高，没有形成应有的规模；市场服务比较粗放，这些都不能适应加入WTO以后与国际竞争的需要。同样，入世使政府的管理体制也面临严峻的挑战。首先，表现在宏观调控能力不强、市场监管能力不足、管理队伍的能力不适应需要等方面。以我们现在的条件与西方发达国家的市场相对接，存在着很大的风险。其次，人才市场作为要素市场，其发育发展程度受到市场经济发展的影响和制约。据有关专家的分析，我国经济市场化程度总体上为50％----60％，与我国目标市场化程度80％----85％还有很大距离。地区

发展的不平衡性，制约统一开放的人才市场的形成。第三，人才市场机制建设有赖于各项改革的深化，如户籍改革、现代企业制度的建立，事业单位用人制度的改革等，不可能孤军深入。第四，今后人才中介组织将面临挑战。人才市场必须加快解决自身的能力建设问题，增强竞争力，保持竞争优势，这关系到人才中介机构的生存问题。这种机遇与挑战并存的双重影响，也将深刻地反映在我国人才资源开发领域，对我国的人才市场将产生重大影响。

入世后人才市场发展的基本思路和建议

江泽民总书记曾指出，当今和未来的世界竞争，从根本上说是人才的竞争。重视人才及人才市场，反映了当今经济社会发展的趋势，谁抢占了世界高科技人才制高点，谁就成为未来真正的赢家。

因此，在新的世纪里，人才市场发展的基本思路是：以机制建设为中心，加快政府职能转变和中介组织转型，促进人才市场服务上水平和人才中介服务队伍能力建设。

（一）、以吸引人才、用好人才为出发点，加强人才市场机制建设。根据形势发展的要求，目前的首要任务是结合实际，研究人才市场发展的宏观规划，明确人才市场发展的目标和步骤，促进人才市场的跨越式发展，必须强调人才资源配置市场化，加大创新力度，加强人才市场机制建设。

1、规范人才市场内部建设。随着国家人事制度改革的进一步深化，作为一个中介服务机构，人才市场必然会成为独立的运行主体，这就需要我们提供的每一项服务都符合市场经济“游戏规则”的要求，人才市场必须以优异的服务质量、多样的服务项目赢得市场。服务的规范化表现为服务的标准化，要建立一套科学合理、切实可行、功能完善的服务体系，为人才的委托推荐、代理录用、培训等工作制订程序化流程及规范说明，既保证人才服务的效率，又体现人才市场化运作的规范。今年初，南方人才市场在国内率先获得了ISO9002质量管理体系认证，首开人才服务行业创立质量品牌的先河，标志着我们人才市场也正向着科学化的管理模式方向努力。

2、建立和完善人才市场供求、价格和信息三大机制，并使其发挥作用。首先，构建人才市场供求机制，打破人才单位、部门所有，实现人才供给主体个人化；同时通过企事业单位人事制度改革，落实单位用人自主权，推进人才市场需求主体真正到位。其次，要发挥市场价格的导向作用，对各类人才的市场工资进行规范化的调查和整理，并定期或不定期公开发布有信度的市场工资信息。按照市场经济规律，根据人才市场的供需变化，研究制定不同地区、不同行业、不同单位、不同层次人才的市场工资指导价。再次，抓好信息网络建设，充分发挥人才供求信息在市场调节中的作用，为政府决策、单位用人和个人择业，以及人才培养提供准确及时的信息反馈和指导。

3、重点抓好高层次人才市场建设。高层次人才是人才争夺的重点，掌握高层次人才流向对于国家发展具有重要意义。因此我们要从讲政治的高度切实抓好。一方面引导创建有一定规模和实力的人才中介集团公司，增强国内人才中介组织的竞争力；另一方面整合现有企业经营者人才市场和高新技术人才市场的力量，发挥整体效应，抢占市场份额，与将来进入我国的跨国人才公司相抗衡，有效地保护国内人才，同时参与国际人才竞争，吸引和挖掘国际型人才。

4、抢占制高点，发挥人才高地作用。面对国内市场经济发展的不平衡性，要通过市场机制的作用，形成若干人才高地，以优惠的政策、良好的发展空间和宽松的环境吸引人才，使人才特别是高级人才适当聚集，以避免人才的过度流失。

（二）、以深化改革、创建市场环境为出发点，促进政府职能的转变。

有评论说，国家与国家之间分散的企业竞争，正在逐步发展为以集中形式表现出来的政府之间的竞争。要提高政府在国际市场上的竞争能力，必须提高政府管理的效率和质量。因此，人才市场机制建设很大程度上要依赖政府的改革。我国的市场经济体制是在政府推动下建立的。入世后，政府可以通过体制创新和深化改革，加大国有企业人事制度改革的指导力度，进行分配制度、户籍制度等项改革，消除各种体制性障碍，为人才市场发展创造良好的体制、政策、市场等环境。要转变政府管理观念，将与计划经济相适应的管理观念转变到符合市场经济和世贸规则要求的管理观念，学会运用行政的、法律的、经济的手段管理市场；转变政府管理职能，根据人才市场建设需要，逐步把主要精力放在加强宏观调控、建立市场秩序、加强市场规划、建立公共服务体系等方面，正确履行职能。转变政府管理方式，由原来单纯的“行政----控制型管理”转到“行政----控制和规则----服务相结合型管理”。

首先是在创造环境上下功夫。要创造法治环境，加强立法和执法力度，在实施《人才市场管理规定》的基础上，加快制定出台全国统一的人才市场管理法规，并以此为中心建立内容完善、相互配套的人才市场法律法规体系。通过建立健全人才市场管理制度，建立和维护人才市场秩序，加强政策研究，根据实际需要，制定促进人才流动和人才市场建设的有关政策。建立市场准入制度，积极发展多种所有制形式的人才中介组织，创造公平竞争的市场环境。

其次，对市场建设可以从“办”市场转为“放”市场，转为引导扶持，如引导市场的联合和高层次人才市场建设。建立信息发布制度，加大对人才市场信息网络建设的投入，扶持信息网络市场的形成，逐步实现全国人才市场信息共享。利用现代信息技术手段，积极发展网络人才市场，开展网络人才交流活动，提高人才服务的信息化水平。

再次，以加快发展、提升质量为出发点，提高人才市场的整体服务水平。高层次人才市场必须提高服务水平，强化服务意识，树立服务观念，在服务手段、服务规程、服务标准等方面，都要有所思考，有所动作。当然，人才市场的服务是要有效益的，包括我们常说的社会效益、人才效益和经济效益。通过一定形式，例如在适当的时候，开展人才市场“创优、创名牌”活动，明确人才中介服务的操作规程，实行标准化管理，促进人才市场提升质量，增强竞争力。基础性市场还要以提高成交率为目标，采取多种方式促进人才与单位的双向选择、合理流动，这样人才市场才有生命力。因此，我们必须尽快地建立起一套适应市场发展需要的网络化、标准化服务体系，真正的把服务公开化、明朗化，从而树立起人才市场的品牌形象。

最后，加快培养和建立一支熟悉人事业务、懂得市场经济运作程序的人才市场管理队伍。要加强对现有队伍的能力建设，实行职业资格认证制度，开展人才服务从业人员持证上岗，不断提高行业人员的素质和能力，进而提高整个行业水平；注重培养队伍的法律意识、竞争意识和服务意识，努力挖掘队伍潜能；培养造就我们自己的专家队伍，努力学习各种人才服务技术，提高服务水平和综合竞争实力；学习熟悉国际法和世贸规则，能够运用这些规则维护国家利益和自身权益，适应即将到来的国际竞争的需要。

《入世后我国人才市场发展趋势》来源于feisuxs，欢迎阅读入世后我国人才市场发展趋势。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找