

中国人民大学

〈世界一流企业评价体系与中国上市公司
建设世界一流企业发展指数研究〉
2025（发布版）

中国人民大学课题组
2025 年 9 月

目录

世界一流企业评价体系与中国上市公司建设世界一流企业发展指数研究	3
一、研究背景	3
二、世界一流企业的界定	4
三、世界一流企业评价的 SUPER 模型	8
四、世界一流企业评价指标体系构建	11
五、中国上市公司建设世界一流企业发展指数的测算与分析	12

世界一流企业评价体系与中国上市公司建设世界一流企业发展指数研究

孟庆斌

（中国人民大学商学院，北京 100872）

一、研究背景

企业是价值创造的主体，是国家强盛的基石，推动中华民族伟大复兴离不开企业这一坚实的基础。习近平总书记高度重视企业的发展，在各地考察期间，都会深入企业一线调研，了解企业真实的经营管理状况，认真倾听企业界的声音，鼓励企业积极进取、深化改革、练好内功、持续创新，为企业经营管理工作提供科学指导。

中国经济高质量发展和现代化强国建设，离不开一大批世界一流企业的不断涌现和发展壮大。习近平总书记高度重视世界一流企业的建设问题，发表了一系列重要的论述，对企业界人士寄予了殷切的期望：“企业家爱国有多种实现形式，但首先是办好一流企业，带领企业奋力拼搏、力争一流，实现质量更好、效益更高、竞争力更强、影响力更大的发展”¹。其中，对于国有企业，习近平总书记强调：“深化国有企业改革，发展混合所有制经济，培育具有全球竞争力的世界一流企业”²；对于民营企业，习近平总书记指出：“要拓展国际视野，增强创新能力和核心竞争力，形成更多具有全球竞争力的世界一流企业”³。

事实上，近些年来，我们欣喜地看到，在建设世界一流企业的征程中，无论是在机遇把握、市场开拓，还是在发展速度、经营规模上，中国企业都表现出明显的优势。但在产品竞争力、品牌影响力、创新引领力、治理科学性等方面，与世界一流水平相比，中国企业总体而言仍存在着许多不足，甚至明显的差距。到目前为止，仍有不少企业主要凭借机会导向而迅速做大规模，面临着较严重的“大而不强”问题，特别是抗风险能力较弱；在科技创新与品牌建设上投入不足，导致企业差异化竞争优势不明显，过于依赖低价格竞争，既影响企业的盈利能力，又容易引发恶性竞争；未能有效地将敢闯敢拼与规范治理有机结合在一起，催生

¹ 习近平.在企业家座谈会上的讲话[M].人民出版社,2020.

² 习近平.决胜全面建成小康社会 夺取新时代中国特色社会主义伟大胜利[M].人民出版社,2017.

³ 习近平.在民营企业座谈会上的讲话[M].人民出版社,2018.

了不少昙花一现的“流星企业”，“基业长青”成为它们遥不可及的梦想。

2022年2月28日，习近平总书记主持召开中央全面深化改革委员会第二十四次会议，审议通过了《关于加快建设世界一流企业的指导意见》（下文简称为《意见》），明确提出“加快建设一批产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代的世界一流企业”⁴的目标。《意见》所确定的“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”16字方针，既为我国如何加快建设世界一流企业勾画了美好的蓝图，为中国企业向世界一流企业迈进指明了具体的努力方向，也为评价一个企业是否真正成长为世界一流企业提供了基本的判断标准。其中，产品卓越是中国企业高质量发展的基本立足点，是中国企业成长为世界一流企业的坚固基石；品牌卓著是中国企业不断发展壮大的长期积淀，是中国企业成长为世界一流企业所倚赖的强大软实力；创新领先是中国企业持续增长的引擎，是中国企业成长为世界一流企业的原动力；治理现代为中国企业的可持续发展保驾护航，是中国企业成长为世界一流企业的体制机制保障。

为了加快建设世界一流企业的进程，需要按照《意见》所确定的大政方针，构建世界一流企业评价模型，建立一整套科学、被广泛认可的评价指标体系。唯有如此，才能清晰地判断某个企业在建设世界一流企业的进程中所处的真实水平，找出与世界一流企业相比所存在的客观差距，明确企业未来工作的重心和持续改进的着力点。

二、世界一流企业的界定

世界级企业（The world-class enterprises）的概念最早被 Newman & Chen 提出，他们认为，世界级企业往往符合规模合理、产品优质、服务周到、管理柔性化等特征；能够遵循国际市场秩序，具有保持核心竞争力的能力，且能在国内外市场中参与到国际级企业之间的竞争⁵。在美国《商业词典》中，“世界一流企业”被定义为：能够成为其他企业的标准和标杆的企业。一些专业性媒体及中介机构结合全球企业实践，从实践运用层面构建世界一流企业的指标体系（或特征），阐述其对世界一流企业的理解和认识。例如，《财富》采用创新能力、产品和服

⁴ 加快建设世界一流企业 加强基础学科人才培养[N].人民日报，2022-3-1.

⁵ Newman, W. H., M. J. Chen. World-Class Enterprises: Resource Conversion and Balanced Integration, Challenges for Global Enterprise in the 21st Century[C]. Academy of Management National Meetings, 1999.

务质量、管理水平、社区与环境责任、吸引与留住人才、国际化经营等指标来评判世界一流企业⁶。麦肯锡提出，世界一流企业是战略导向、执行能力、进取活力的综合，包括“三标准”：做大（规模）；做强（业绩不俗、产品、品牌、价值）；基业长青（愿景、价值观、使命与文化、治理与管理体系）⁷。德勤提出“九要素”评价标准体系，这九个要素包括：战略决策、领导力建设、公司治理、运营与控制、国际化、人才管理、品牌与客户、创新管理、经营绩效⁸。汤森路透于 2016 年发布的百强创新名单则主要针对创新能力进行评价，认为世界一流企业应该在技术创新能力和技术应用整合能力两方面都有所建树⁹。罗兰贝格提出，世界一流企业的特征应包括：海外收入份额、跨地区经营利润分配、管理团队整合、拥有综合且独特的发展战略计划、全球品牌或形象影响、全球技术影响力、国际化发展治理模式、跨公司合作与拓展合作伙伴关系等¹⁰。波士顿咨询认为，世界一流企业需要具备：充裕的资本流通、跨行业信息洞察、集团管理人才储备与集团品牌价值¹¹。德鲁克研究会也于 2020 年提出了美国企业一流管理的标准，包括客户满意、员工发展、创新研发、社会责任、财务实力等五个方面¹²。

国外有关世界一流企业的研究和实践探索为我国培育世界一流企业提供了有力借鉴。然而，我国的基本国情决定了中国企业在企业管理和价值导向上的特殊性。这就要求，将中国企业培育成世界一流企业既需要充分遵循国际惯例，借鉴国外优秀经验，又需要充分考虑中国国情，具备中国特色，探索一条适合自身特点、具备本土特色的世界一流企业发展之路。一些国内学者在这方面做出了有益的探索。张文魁提出了世界一流企业的 8 个特征：竞争、份额、价值、产业（事业/社会贡献）、品牌、人才、机制和文化¹³。周原冰提出了世界一流企业的 7 个要素：战略管理能力和领导力、有机协调的业务体系、协同效应和整体优势、高效的集团管控和资源配置能力、持续创新能力、风险管控体系、企业文化¹⁴。高玉婷从做大、做强、做优以及世界一流品牌等四个方面出发，对世界 500 强中的

⁶ 《财富》杂志官网，<https://fortune.com/fortune500/2022/search/>

⁷ 麦肯锡. 完善系统对标, 推动管理转型, 打造世界一流企业[R]. 2012.

⁸ 德勤. 对标世界一流企业: 做优做强, 管理提升之路[M]. 经济管理出版社, 2014.

⁹ 汤森路透官网，<https://www.thomsonreuters.cn/zh/press-releases/top-100-technology.html>

¹⁰ 罗兰贝格. 中国如何造就全球龙头企业[J]. 中国工业评论, 2017(7):18-25.

¹¹ 波士顿咨询公司. 打造全球一流的价值创造型企业集团[R]. 2017.

¹² 德鲁克研究会官网，<https://www.drucker.institute/2020-drucker-institute-company-ranking/>

¹³ 张文魁. 世界一流企业八个特征[M]. 港口经济, 2012(2):26.

¹⁴ 周原冰. 怎样才算“国际一流企业”[J]. 企业文明, 2012(3):103-104.

中国企业与外国企业开展对比分析，提出了“一个标杆、两个层次、四个维度”的一流央企评价指标¹⁵。黄群慧等从价值导向、资源基础、动态能力、战略柔性等四个方面，构筑了一套世界一流企业的指标体系¹⁶。崔新建和欧阳慧敏则对比了《财富》世界 500 强榜单和中国企业联合会发布的中国企业 500 强榜单，分析了我国一流企业与世界一流企业的差距，并指出企业应从规模、效益、创新、国际化和品牌等五个维度出发，来提升自己的竞争力¹⁷。姜迪等在结合江苏省优秀企业建设经验与多个世界一流企业评价指标体系的基础上，指出我国企业在国际化、创新等方面的竞争力有待提升，因此，世界一流企业建设的标准应该包括规模、效益、效率、创新、国际化等五个方面¹⁸。这些学者从不同的角度出发，对世界一流企业的特征进行了描述，为本研究提供了有价值的参考。但不容忽视的是，世界一流企业的建设离不开党和国家的大力支持，对世界一流企业内涵与特征的界定需要得到权威部门的参与、认可与支持。

在这方面，国务院国资委提出了世界一流企业需要具备的 13 项要素：（1）建立起规范健全的法人治理结构；（2）主业突出，具有较强核心竞争力；（3）自主创新能力强，拥有自主知识产权的核心技术；（4）发展战略性新兴产业具有明显优势；（5）国际化经营与运作能力较强，跨国指数较高；（6）拥有国际知名品牌；（7）具有合理的经济规模与较强的盈利能力；（8）内部改革适应国际竞争要求，激励约束机制健全；（9）集中有效的集团管控模式；（10）风险管理体系完善，具有较强风险管控能力；（11）管理信息化处于较高水平；（12）重视领导力建设，建立起学习型组织；（13）具有先进独特的企业文化和较强的社会责任¹⁹，为国有企业加快建设世界一流企业指明了方向，但并未涉及其他所有制类型的企业。而中央全面深化改革委员会第二十四次会议在《意见》中所确定的建设世界一流企业 16 字方针则涵盖了各种所有制类型的企业，具有极高的包容性、权威性，且言简意赅，提出了明确的目标与清晰的标准，对企业的高质量发展做出了准确的刻画，不但回答了当前中国如何打造世界一流企业、依据哪

¹⁵ 高玉婷. 中央企业国际竞争力的多维度评价——与世界 500 强企业进行对比分析[J]. 中国流通经济, 2016(9):116-126.

¹⁶ 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.

¹⁷ 崔新建, 欧阳慧敏. 中国培育具有全球竞争力的世界一流企业:进展、差距和策略[J]. 经济动态, 2020(5):28-40.

¹⁸ 姜迪, 李向辉, 徐寅, 李旭东. 基于多维评价模型分析的世界一流企业培育路径研究——以江苏省为例[J]. 现代管理科学, 2022(3):118-126.

¹⁹ 国务院国资委. 做强做优中央企业、培育具有国际竞争力的世界一流企业要素指引[Z]. 2013.

些标准打造世界一流企业的问题，而且也指明了未来很长一段时间之内如何推动我国企业成长为引领世界的“伟大的公司”、打造长盛不衰的“百年老店”的具体发展路径。

围绕中央 16 字方针，本研究认为，世界一流企业是指在特定的行业或业务领域内，持续保持全球领先的产品竞争力、品牌影响力、创新驱动动力，具有良好治理结构、获得广泛认可并成为其他企业学习标杆的企业。“产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代”高度概括了世界一流企业的基本特征，在逻辑上层层递进，从表象到内核，从成果到原因，其中，“产品卓越”与“品牌卓著”为世界一流企业的表象特征，体现了世界一流企业建设的外在成果；“创新领先”与“治理现代”为世界一流企业的内核特征，回答了世界一流企业之所以成功的背后原因。

1、产品卓越

卓越的产品是企业的立身之本，也是企业发展的不二法门。企业的根本使命就在于提供优质的产品，满足客户的需求，推动经济社会的发展。建设世界一流企业不能脱离企业的基本出发点——提供优质的产品，满足客户价值诉求，世界一流企业必须提供远超一般产品的高品质产品。所谓高品质，就是与同类产品相比，质量更好，性能更优，附加价值更多，能够给客户带来更有效的效用满足、更舒心的使用体验、更愉悦的精神享受。因此，企业应打造出一系列具有高附加价值、具备高科技含量、拥有核心竞争力的产品。高品质的产品需要先进科技与卓越工艺的加持，先进的科技从设计源头上确保了产品的精良，卓越的工艺有助于让设计精良的产品实现大批量生产。世界一流企业必须能够为市场提供高品质的产品，这些产品不但应该能够满足大多数人的需求，而且应具备足够的差异化。差异化体现为具有优于其他企业所提供的产品的性能，甚至拥有其他同类产品所不具备的性能。

2、品牌卓著

品牌建设是我国有效实现经济结构的转型升级、由经济大国向经济强国转化的必由之路。卓著的品牌是支撑企业发展的软实力，是企业重要的无形资产，是企业提升竞争力、有效占领市场的重要武器，因此，世界一流的企业离不开卓著的品牌。建设品牌卓著企业，是建设品牌强国的重要支撑。在当前竞争激烈的商业世界里，企业必须依靠品牌获得客户认可，提高客户忠诚，增强客户黏性。品牌建设应从品牌知名度和品牌认同度两个方面入手。广告宣传能够提升品牌知名

度，有助于企业“做大”品牌；持续提升产品的品质，为企业的品牌打下坚实的基础，同时，不断地赋予品牌更多的文化内涵，以契合目标客户的价值诉求，让品牌具有深厚的文化底蕴，日复一日地积累企业声誉，打造“金字招牌”，才能赢得客户的青睐，获得客户的品牌认同度，有助于企业“做强”品牌。打造一个成功的品牌并非易事，品牌形象的确立需要一代乃至几代人持续不断的奋斗，品牌卓著有赖于企业优良传统与现代时尚的有机融合，并藉此形成独特的品牌魅力。因此，品牌建设不仅需要企业传承辉煌历史，而且需要企业不断与时俱进，融入各种现代元素。

3、创新领先

创新领先是国家发展的发动机，也是企业高质量成长的原动力。经济学家熊彼特认为，创新是企业发展的第一生产力，企业必须以创新为灵魂。无论是产品卓越还是品牌卓著，都需要创新引领。企业如果墨守成规，就意味着可能被市场淘汰，只有激流勇进、用创新应对不断变化的市场，将创新融入企业文化，才能在激烈的全球竞争中立于不败之地。创新依托科技，科技依靠人才，创新领先要求企业以研发为驱动力，高度重视人才队伍建设。为此，企业需在内部培育创新的沃土，确立创新的文化，加大研发投入，建立相对宽容的创新评价体系、灵活多样的创新工作机制以及具有吸引力的人才激励机制，在关键核心技术上取得重大突破，同时，还必须坚持创新的市场导向，准确预测、把握需求的变化趋势。

4、治理现代

治理现代是企业可持续发展的有力保障，为加快建设世界一流企业保驾护航。企业要在特定行业或业务领域内形成全球领先的产品竞争力、品牌影响力、创新驱动动力，获得广大客户和社会公众的认可，离不开现代化治理体系这一强大的支撑。这就要求企业真正建立起现代企业制度，构建科学、合理的治理结构，形成有效的激励约束机制，更好地满足各利益相关者的合理诉求，有效地防范各种可能的风险。当然，对于中国企业而言，治理现代不能简单地照搬西方企业的标准，而应该采用具有中国特色的治理模式，体现中国的制度优势，特别是对于数量众多的国有企业而言，治理现代必须把加强党的领导和完善公司治理统一起来。

三、世界一流企业评价的 SUPER 模型

《意见》所提出的 16 字方针是对世界一流企业特征的高度概括，也是评价世界一流企业的有效标准。为了更好地落实中央精神，本研究提出世界一流企业评价的 SUPER 模型（见图 1）。其中，“S”即“产品卓越”（Superior product），“U”即“品牌卓著”（Uppermost brand），“P”即“创新领先”（Perfect innovation），“E”即“治理现代”（Effective governance），“R”即“参与者”（Racer），代表着每一家奋斗在勇创世界一流企业之路上的企业，这 5 个首字母组成在一起，构成“SUPER”一词，英文之意为“超级”，与“世界一流企业”所强调的“一流”高度吻合。其中，前四个字母分别对应《意见》所提出的 16 字方针所涉及的四个方面——产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代，与中央精神高度一致，世界一流企业的标准是在世界范围内的产品一流、品牌一流、创新一流、治理一流。正如习总书记在 2022 年新年贺词中指出的：“中华民族伟大复兴绝不是轻轻松松、敲锣打鼓就能实现的”²⁰，对于企业而言也是一样，只有努力奋斗，脚踏实地，才能真正将世界一流企业的宏伟蓝图变为客观现实。因此，第五个字母“R”强调的是：中国企业要想跻身世界一流企业之列，需要勇于、敢于、善于以“参与者”的姿态，躬身入局，在全球舞台上与同行业公司展开同台竞技，通过自己不懈的努力，靠实力取胜，凭业绩说话；即便已经幸运地跻身世界一流企业之列，也必须清楚“逆水行舟，不进则退”的道理，不能有丝毫的松懈，需要持续努力，才能屹立于潮头而不倒。

²⁰ 习近平. 这一年，意义非凡[N].人民日报, 2022-1-1.

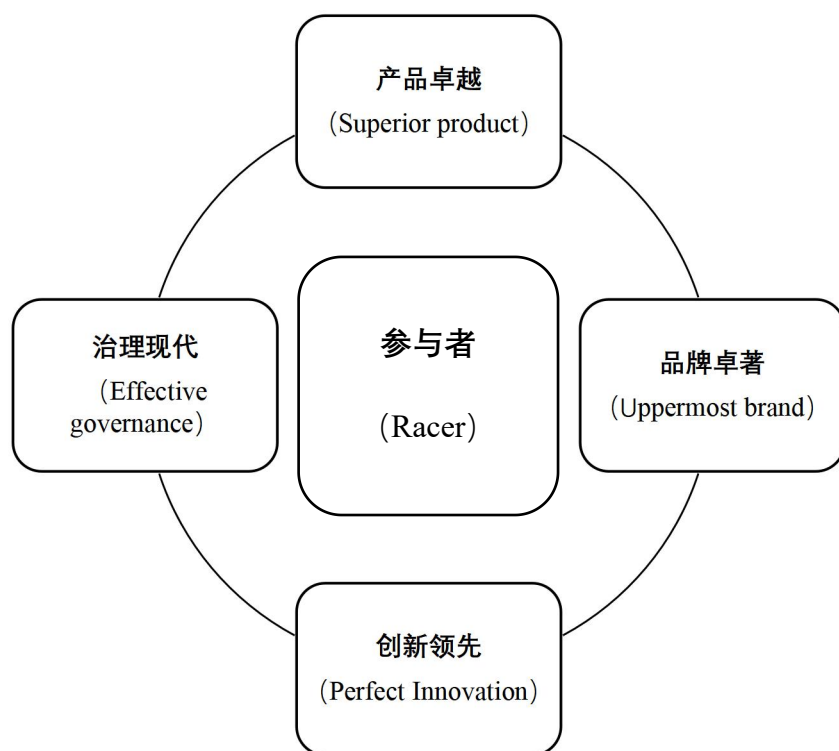


图 1 世界一流企业评价的 SUPER 模型

SUPER 模型对世界一流企业的评价，实现了以下四个方面的平衡：

首先，动因指标与结果指标之间的平衡。创新与治理维度属于动因指标，产品与品牌维度属于结果指标。企业在创新上持续、高效投入，在治理上约束、激励到位，必然会提升产品的性能、品质、市场竞争力以及品牌的知名度、认同度。

其次，外部群体与内部群体之间的平衡。产品与品牌维度侧重于企业在外部群体中的影响力，创新与治理维度则是由内部群体决定的。企业只有坚持市场导向，持续倾听客户的声音，了解客户需求的变化，把握市场发展的方向，提升企业品牌的知名度、认同度，才能在激烈的竞争中脱颖而出。但是打铁还需自身硬，世界一流企业的建立离不开企业自身的努力、精进，只有持续地坚持创新导向，提升治理水平，才能够为企业的可持续发展练就扎实的内功。

再次，长期指标与短期指标之间的平衡。产品维度侧重于市场占有率、盈利能力等反映企业当前绩效水平的指标，而品牌、创新与治理维度则侧重于成立年限、是否为中国 500 强、研发投入、研发产出、股权结构、董事会构成及高管配置等反映或影响企业长期绩效水平的指标。

最后，财务指标与非财务指标之间的平衡。产品、品牌维度以财务指标的衡量为主，辅以一定的非财务指标，创新与治理维度则更多地关注非财务指标。

四、世界一流企业评价指标体系构建

1、指标选取的原则

在具体指标选取的过程中，本研究遵循以下一些基本原则：

（1）可比性原则

用相对精炼的指标体系准确反映出世界一流企业的综合特征和整体状况，各指标在不同行业的企业、不同所有制的企业、国内外企业之间具有较强的可比性。

（2）导向性原则

各指标具有较强的导向性，能够清晰地指引企业未来在建设世界一流企业的进程中的具体努力方向。

（3）系统性原则

各指标之间要有特定的逻辑关系，它们不但要从不同的侧面反映出世界一流企业的主要特征和状态，而且还要反映这些特征和状态之间的内在联系。每一特征由一组指标构成，各指标之间既相互独立，又彼此联系，共同构成一个有机统一体。

（4）动态性原则

要衡量世界一流企业的长期发展状况，就需要采用能够反映较长时间跨度的相关指标。因此，指标的选择要充分考虑到动态变化的特点，引入时间维度指标。

（5）可操作性原则

评价指标既不能过多过细，使指标过于繁琐；又不能过少过简，避免指标信息遗漏，出现错误、不真实现象，各指标的内涵边界要清楚。评价指标应尽可能清晰明了，能够量化的应量化，不能量化的应尽可能明确，以减少歧义、勘误的发生。所有指标均需要考虑资料搜集的便利程度。

2、指标选取的思路

基于 SUPER 模型，本研究采用定性加定量的遴选模式，来构建世界一流企业评价指标体系。具体而言，针对产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代这 4 个一级指标，根据过往成果积累以及企业发展实践经验，结合相关学者、政府部门、媒体以及国际咨询机构所提出的评价标准与指标，我们首先提出了一个涵

盖 80 余个具体指标的评价体系，在此基础上，于 2022 年 5-11 月召集来自国家部委、知名高校、行业学会、咨询公司、企业界的专家、学者近 50 人次召开了 4 次座谈会，进一步优化了相应的二级指标与三级指标，得出了一个包括 9 个二级指标、53 个三级指标的评价体系。由于不同指标之间存在强弱不一的互相相关性，我们利用部分中国上市公司的数据进行了测试，定量考察各指标的重要性程度，同时，考虑到指标数据不全的问题，对重要性程度不高及数据不全的指标予以删除，最终得出了涵盖 4 个一级指标、9 个二级指标、38 个三级指标在内的世界一流企业评价指标体系。

五、中国上市公司建设世界一流企业发展指数的测算与分析

为了有效地判断中国上市公司在建设世界一流企业的进程中所处的真实水平，并为其未来的持续改进指明努力的方向，本研究利用世界一流企业评价的 SUPER 模型，采用上述指标体系，按年度对中国 2012-2024 年上市交易的所有公司在建设世界一流企业的进程中的发展指数进行了测量。在计算过程中，采取分行业、按照单一指标排序计算相对优劣，然后再加总计算行业排序的方法对建设世界一流企业发展指数进行测算。其中，所涉及的行业按照证监会行业分类方法，制造业采用二级行业分类，其他行业采用一级行业分类，此外，由于居民服务、修理和其他服务业（O）所涉及企业数量过少，综合（S）中企业主营业务差距过大，本项目予以删除，由此共得到 47 个行业（见表 1）。

表 1 行业分类

代码	行业名称
A	农、林、牧、渔业
B	采矿业
C	制造业
C13	农副食品加工业
C14	食品制造业
C15	酒、饮料和精制茶制造业
C16	烟草制品业
C17	纺织业
C18	纺织服装、服饰业
C19	皮革、毛皮、羽毛及其制品和制鞋业
C20	木材加工和木、竹、藤、棕、草制品业

C21	家具制造业
C22	造纸和纸制品业
C23	印刷和记录媒介复制业
C24	文教、工美、体育和娱乐用品制造业
C25	石油加工、炼焦和核燃料加工业
C26	化学原料和化学制品制造业
C27	医药制造业
C28	化学纤维制造业
C29	橡胶和塑料制品业
C30	非金属矿物制品业
C31	黑色金属冶炼和压延加工业
C32	有色金属冶炼和压延加工业
C33	金属制品业
C34	通用设备制造业
C35	专用设备制造业
C36	汽车制造业
C37	铁路、船舶、航空航天和其他运输设备制造业
C38	电气机械和器材制造业
C39	计算机、通信和其他电子设备制造业
C40	仪器仪表制造业
C41	其他制造业
C42	废弃资源综合利用业
C43	金属制品、机械和设备修理业
D	电力、热力、燃气及水生产和供应业
E	建筑业
F	批发和零售业
G	交通运输、仓储和邮政业
H	住宿和餐饮业
I	信息传输、软件和信息技术服务业
J	金融业
K	房地产业
L	租赁和商务服务业
M	科学研究和技术服务业
N	水利、环境和公共设施管理业
P	教育
Q	卫生和社会工作
R	文化、体育和娱乐业

总得分及各单项得分的描述性统计见表 3，总得分分布状况见图 2，中国上市公司建设世界一流企业发展指数排名前 300 公司总得分及各单项得分见图 3-图 7。

表 3 描述性统计

项目	样本数量	平均值	标准差	最小值	最大值
产品卓越	5420.000	156.748	39.694	75.000	250.000
品牌卓著	5420.000	155.848	21.735	88.889	241.667
创新领先	5420.000	155.828	30.066	75.000	230.556
治理现代	5420.000	169.413	26.502	84.091	236.364
总得分	5420.000	641.978	81.010	382.323	898.828

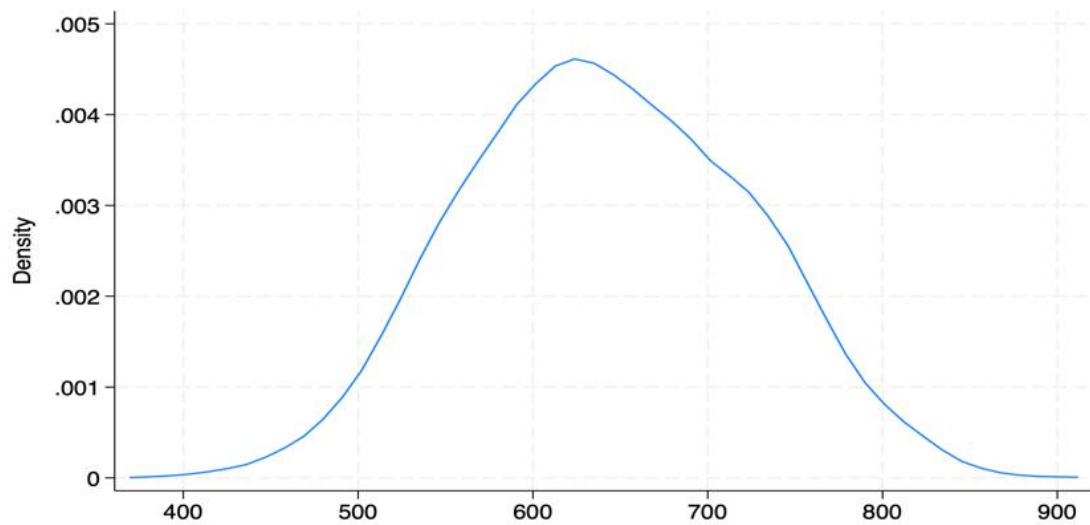


图 2 2024 年全体上市公司总得分密度分布（基于核光滑方法）

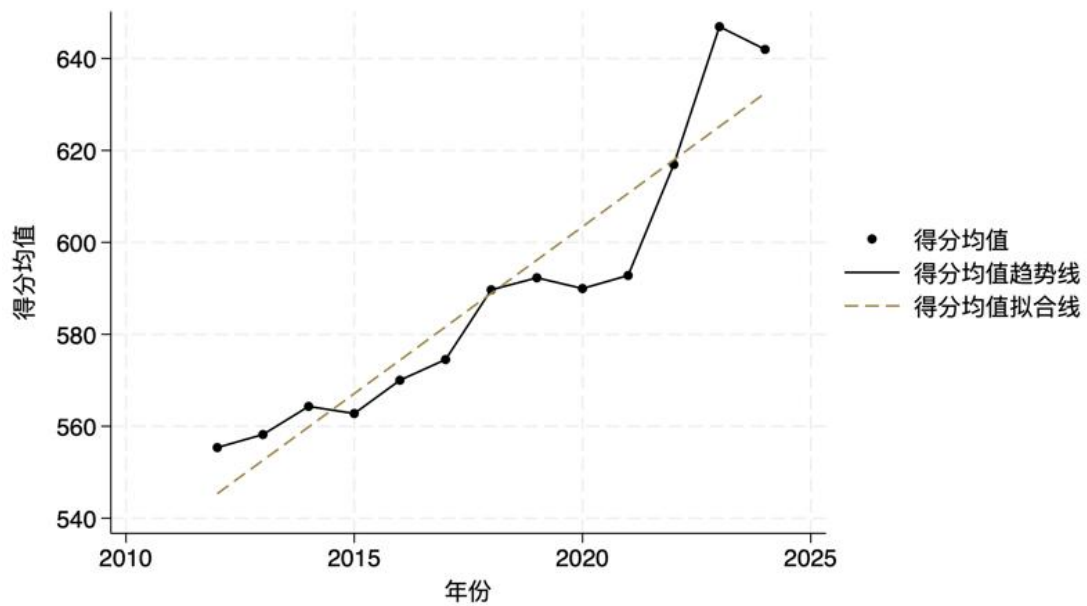


图 3 中国上市公司建设世界一流企业发展指数排名前 300 公司总得分

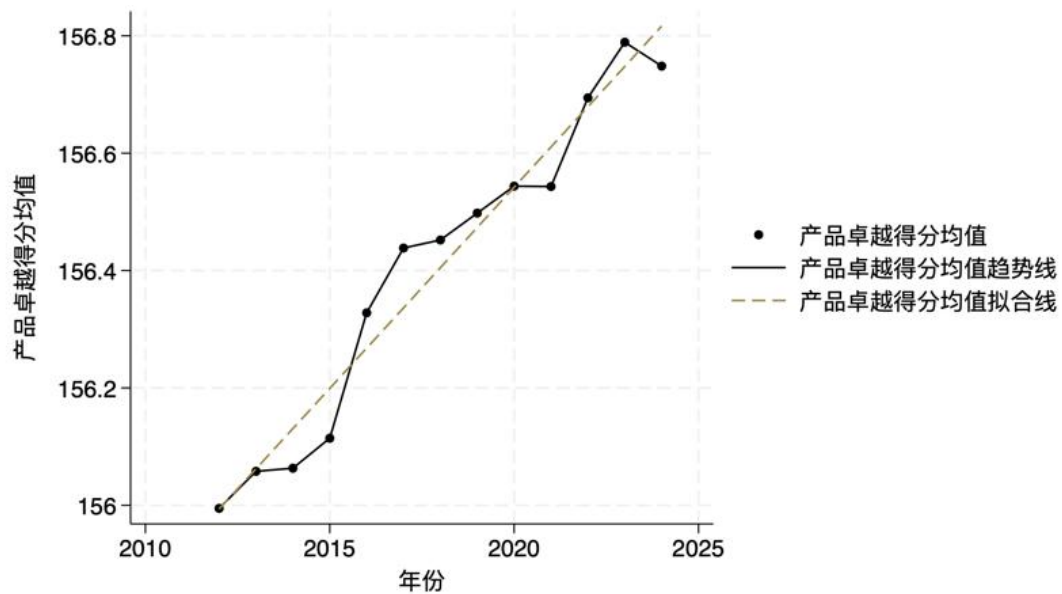


图 4 中国上市公司建设世界一流企业发展指数排名前 300 公司产品卓越得分

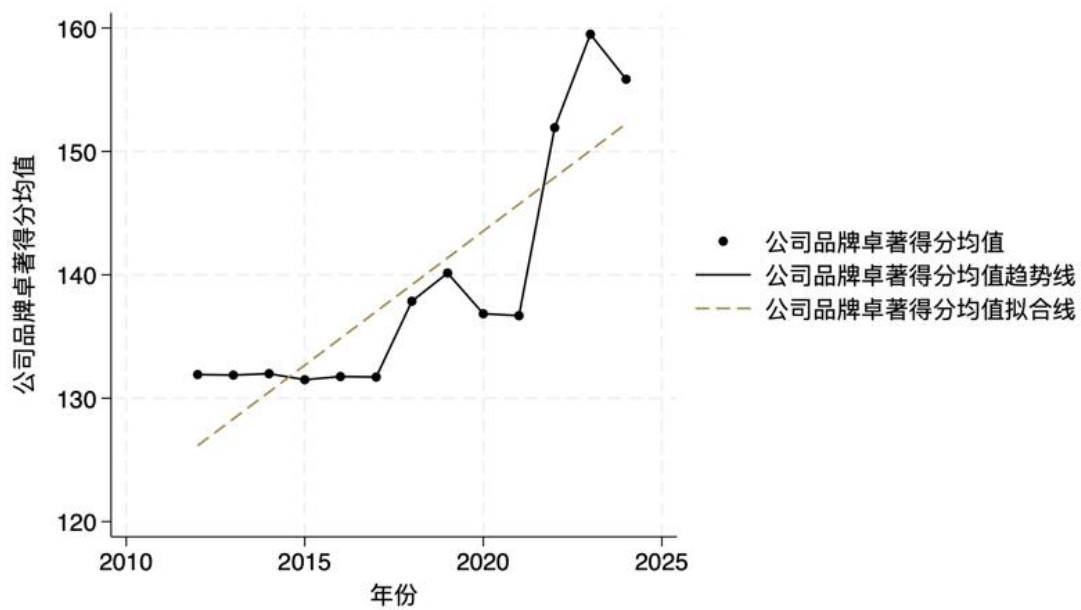


图 5 中国上市公司建设世界一流企业发展指数排名前 300 公司品牌卓著得分

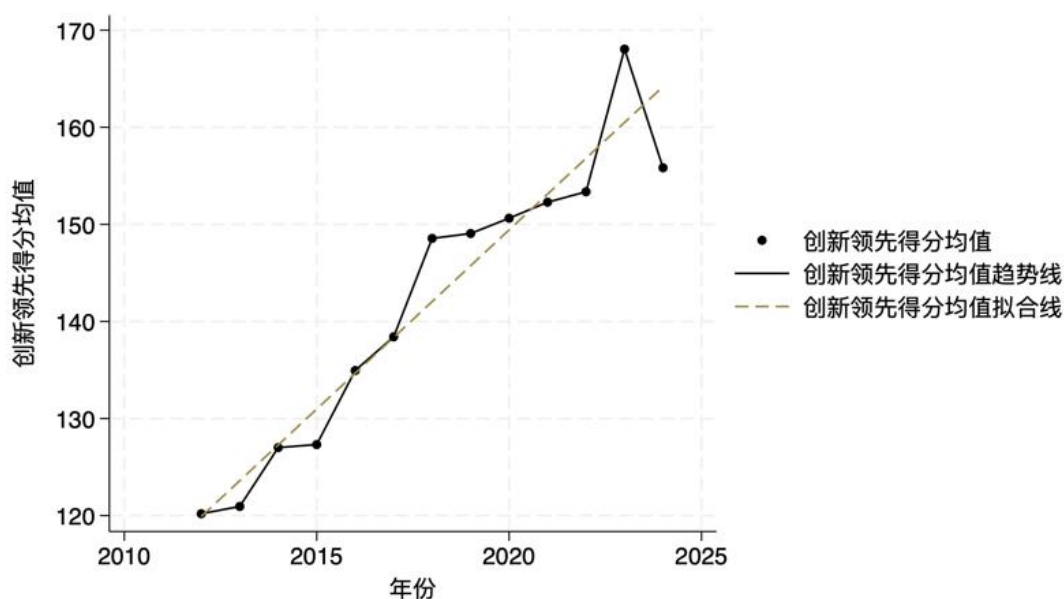


图 6 中国上市公司建设世界一流企业发展指数排名前 300 公司创新领先得分

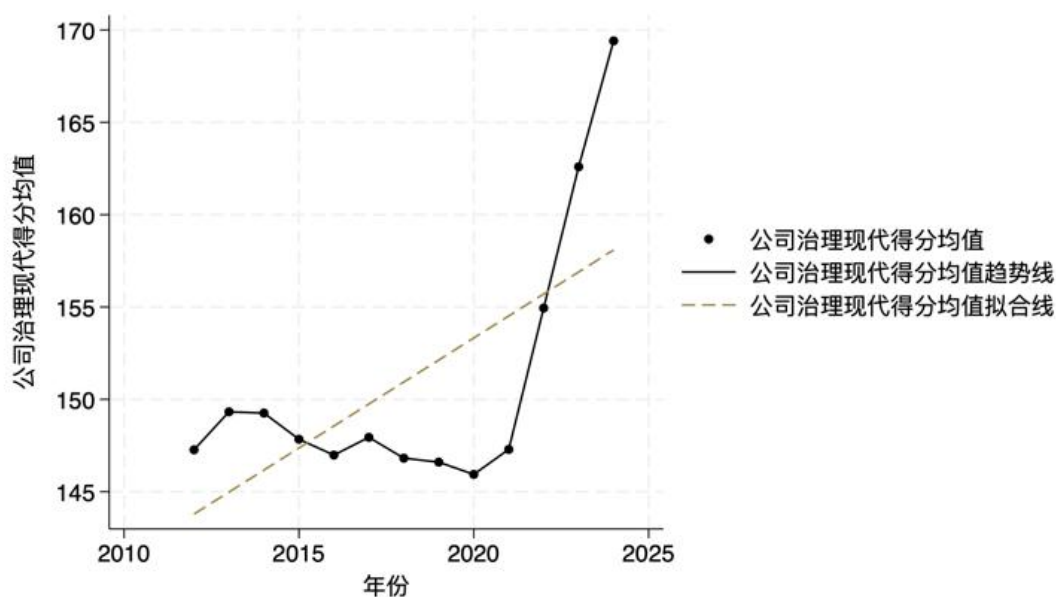


图 7 中国上市公司建设世界一流企业发展指数排名前 300 公司治理现代得分

从表 3 可以看到，各单项指标的均值和标准差之间不存在数量级差异，且最高最低分数之间的极差基本与均值相近，说明各个维度均具备一定的变异度，本项目计算结果具有可靠性。从图 2 可以看到，全体上市公司总得分近似于正态分布，但其分布略往左偏，这与在现实当中，中等水平的公司占大多数，远超大多数企业的优秀企业往往较少的状况是一致的。

从图 3-图 7 可以看到：第一，总体上看，2012-2024 年这 10 余年间，得益于我国工业化的完成、国民经济的成长，总得分以及产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代各单项得分在总体上均呈现出上升趋势，说明中国企业已经在总体和各个维度上快速与国际接轨，成长为现代企业。

第二，产品卓越得分在 2022 年后重拾升势，说明企业盈利能力、经营规模已经在疫后得以修复。

第三、品牌卓著得分在 2020、2021 年略有下滑，其原因在于：面对新冠疫情，我国拒绝“躺平”，采取了与西方国家不同的人民健康、人民生命至上的防疫政策，在一定程度上牺牲了短期的经济增长和企业营利。随着中国走出新冠疫情，以及一系列经济政策的实施，2022 年该项得分已经走出下滑趋势，2023 年在全面恢复经济建设常态之后，更是有了显著上涨。

第四，2020 年新冠疫情爆发以来，创新领先得分在高水平上保持平稳，说明虽然面临外界经济环境挑战，但企业仍不断提升技术水平、挖掘内生增长潜力。2023 年中国走出疫情，企业经营环境得以改善之后，创新领先得分迅速、大幅提升，说明中国企业已经走上自发创新驱动的轨道。这与近年来汽车等高端制造领域我们的感受是一致的。

第五、治理现代得分上升较快，值得注意的是进入疫情之后加速提升，这反映了企业为应对外生冲击和挑战，从公司治理入手，夯实长期增长基础，与国家提出的高质量发展战略是一致的。

第六，从发展指数前 100 公司中可以看到，软件类、汽车类、医药类等科技企业占比较高。其原因在于：这些行业国际竞争更为激烈，为了保持竞争优势，至少是不被淘汰出局，行业中的参与者在产品卓越、品牌卓著、创新领先、治理现代各方面比其他行业中的企业都做出了更大的努力，使得这些行业中的优秀企业得以齐头并进。

第七，2024 年几项得分出现小幅下降，在一定程度上反映了当下经济转型和企业财务的压力，可以预期 2024 年下半年稳增长组合拳的效果将在 2025 年得以显现。

由于跨行业之间进行公司的对比缺乏一致性，本研究按照前述行业分类方法（见表 2），将各行业建设世界一流企业发展指数 2022 年总得分排名前 5% 的公

司（对于那些公司数量过少的行业，列出的是行业中排名前三位的公司）列出。由于上市公司数量众多，本研究无法逐一对参与评价的每家公司进行详尽的分析，但从得分当中可以看到，得分靠前的公司基本都是大众心目中的“好公司”，ST 公司大都排名靠后，这与直觉是一致的。此外，本研究还利用计算得到的建设世界一流企业发展指数从高到低选取前 300 家公司，考察其市场表现（见图 8）。12 年来，发展指数排名靠前的 300 家公司综合上涨超过 350%，与沪深 300 之间产生了超过 300% 的超额收益，年化收益 13.43%。实际上，沪深 300 本身就是质地较好的蓝筹、白马股，而发展指数排名前 300 公司的表现能够远超沪深 300，也从一个侧面说明了本研究所测算的中国上市公司建设世界一流企业发展指数具有较强的可信度。



图 8 中国上市公司建设世界一流企业发展指数排名前 300 公司与沪深 300 的净值对比