

# 中国世界 500 强九大亮点及与美国企业差距

作者 李锦

8月10日，最新的《财富》世界500强排行榜发布，今年排行榜最引人注目的变化无疑是中国大陆企业实现了历史性跨越。今年，中国大陆（含香港）公司数量达到124家，历史上第一次超过美国（121家）。加上中国台湾地区企业，我国共有133家公司上榜。

去年中国（包括台湾）在内上榜企业129家，直接登顶，超过美国，成为世界第一。从仰望500强、追赶500强、入榜500强，到现在领先500强，这是一个百年来未有之大变局。

世界500强榜单就像是企业界的奥运会，展示着大国实力的此消彼长。世界500强企业名单公布是观察全球最大企业的最新发展趋势的一个窗口。今年《财富》世界500强排行榜企业的营业收入达到33万亿美元，创下历史新高，接近中美两国GDP的总和。

研究世界500强，是我连续10年的习惯了。我以为，从发展趋势看，整个经济形势出现龙头企业强者恒强的局面。前年我还说世界500强将进入中美日德英法六国的“战国格局”，今年要说的是“两强时代”。这时候，就可以理解美国对中国的态度了。

进入排行榜的门槛（最低销售收入）也从248亿美元提高到254亿美元。中国的世界500强企业超过美国，成为世界第一，意味着中国经济在全球的地位持续提升，展示了中国经济的韧性。然而，美国在500强的数量上略少，质量上却很强，这也提醒我们，中美经济的竞争是长久的，甚至是异常残酷的。

从重要性上而言，世界500强大约占据了全球生产的40%、国际贸易的50%、国际技术贸易的60%和国际直接投资的90%。这些企业代表了一个国家的经济实力，是最大的经济“名片”。同时，世界500强榜单又是一面特殊的镜子，能够折射出中国企业的AB面。

现在这个榜单最大的亮点就是，中国企业上榜数量以前所未有的速度向前推进。中国经济总量的迅速增加，中国企业的规模也越来越大。从来没有哪个国家如中国这般，如此迅速地增加排行榜中的企业数量。

第二亮点是，国有企业尤其中央企业是主力军，雄踞前五强中有三强是中央企业。榜单上，沃尔玛连续第七年成为全球最大公司，中国石化仍位列第二，国家电网上升至第三位，中国石油位列第四，而壳牌石油下降至第五位。毫无疑问，国有企业依然是中国国力的中坚

力量。在上榜的大陆企业中，国有企业占到近七成，体现了中国以公有制为主体的鲜明特色。而在全球经济洗牌的过程中，中国上榜企业尤其是国有企业持续增多、排名普遍提升，呈现出强劲增长势头。这说明中国国有企业在做“大”的方面，仍保持着高歌猛进的势头。

第三亮点是，中国企业发展势头强劲，新上榜的公司多是地方国企。目前，央企数量进一步缩减至97家，其中已进入500强的为48家，因此增加空间有限，而地方国企与民企是增加的主要力量。

每个省在国企改革中，最大的动作就是大集团重组，都想把自己的交通运输、能源等行业做大。各省增加是必然趋势，类似厦门建发、厦门国贸、新疆广汇和山西焦煤集团。安徽去年一下子进了海螺集团、铜陵有色两家。今年新上榜的中国公司有8家，分别是上海建工、深圳投资控股、盛虹、山东钢铁、上海医药、广西投资、中国核工业和中煤能源，全部是国企。

显然民营企业势头比前年有所下降。前三年，民营企业速度的上涨速度快。人们注意到2019世界500强企业中国民营企业占28家，数量并不多，但名气比较大。去年排名跃升最快的前十家公司中有六家都来自中国，全部是民营企业。

去年世界有25家新上榜和重新上榜公司，13家首次上榜的中国公司分别是：国家开发银行、中国中车集团、青山控股集团、金川集团、珠海格力电器、安徽海螺集团、华夏保险公司、铜陵有色金属集团、山西焦煤集团、小米集团、海亮集团、中国通用技术（集团）、台塑石化公司。

第四亮点是，除了北京外，500强集中在长三角、珠三角与环渤海地区。广东省佛山市顺德区北 镇就有两家世界500强——碧桂园和美的，上榜企业中，北京54家、上海9家多为国企；山东5家、山西4家多为煤炭钢铁国企；广东13家、江苏4家、浙江4家，民企居多。3家厦门企业——厦门建发（第234位）、厦门国贸（第284位）、厦门象屿（第298位），排名相较2019年度均有提升。

去年重庆、成都、长沙、合肥、哈尔滨、沈阳等城市，没有一家世界500强总部。整个东北地区只有鞍钢和一汽，而西南一家世界500强都没有。粤港澳大湾区共22家企业入围，总数有增加。从所在城市看，今年山东的5家上榜企业，有2家总部位于济南，邹城、滨州、青岛各有1家。山东经济形势虽然发展不快，但

还是东北不可比的。

第五亮点是，大多数中国企业排名继续在上升。在今年的榜单中，榜单中前30强的中国企业包括：中石化（第2位）、国家电网（第3位）、中石油（第4位）、中国建筑（第18位）、中国平安（第21位）、中国工商银行（第24位）、鸿海（第26位）、中国建设银行（第30位）。

榜单显示，互联网企业大幅提升，京东集团位居第102位，阿里巴巴位居第132位，腾讯控股位居第197位，京东集团、阿里巴巴、腾讯控股依旧保持中国互联网公司中的前三名。资料显示，在去年的榜单中，京东排名第139，阿里排名第182，腾讯排名第237，互联网三强的排名均有所提升，而排序并没有发生变化。京东集团的排名再次提升至102位，位居中国零售及互联网行业第一、全球互联网行业第三。

第六亮点是，中国企业平均销售收入和平均净资产两项指标达到了《财富》世界500强的平均水平。中国大陆公司平均销售收入达到669亿美元，与自身去年数字相比有所提升。与世界500强公司横向比较，中国企业平均销售收入和平均净资产两项指标达到了《财富》世界500强的平均水平。

销售收益率和净资产收益率两个指标，开始扭转近年来的下行趋势。与世界500强横向比较，2018年，中国上榜企业平均销售收入与净资产两项指标也与世界500强上榜企业数值基本持平；与传统经济大国的上榜企业相比，上榜中国企业在销售规模和资产规模已经不输日本、英国、法国与德国企业。

第七个亮点，中美互联网大公司同步上升，阿里巴巴很为显眼。阿里巴巴、腾讯、海尔、中国航天科技集团等企业颇为争气，这也是为数不多在企业数量上我国可以与美国正面抗衡不落下的前沿领域。

近10年，我们见证了2008年的联想、2010年的华为、2016年的京东、2017年的阿里巴巴、腾讯等民营企业的接踵登场，同时大洋彼岸也经历了GAP、LOEWS、摩托罗拉等巨头的衰落。

作为对比，今年上榜的互联网相关公司共有7家，分别是美国的亚马逊、Alphabet公司、Facebook公司，以及来自中国的京东集团、阿里巴巴集团、腾讯控股有限公司和小米集团。这些中美互联网大公司的排名较去年均有提升。小米紧随阿里巴巴其后，上升46位。阿里、小米成为2019年成长最快的世界互联网公司。其中排名提升幅度最大的是阿里

巴巴，上升50位。在利润率榜上，排名最高的是台积电，伯克希尔-哈撒韦位居第二，辉瑞利润率同比大幅提升位列第三。阿里巴巴以近29%的利润率位列第五。

第八个亮点是，具有全球竞争力的“世界一流企业”目标的引领，使得国企发展势头强劲。入围世界500强榜单的航运企业只有2家，其中，中国远洋海运集团有限公司是投资经营公司改革试点单位。山东的兖矿集团是山东省首家国有资产授权经营企业，这属于改革领先企业。国网、中建等都是具有全球竞争力的世界一流企业的试点单位。

第九个亮点是，实体经济上升，上榜银行利润占比已经明显下降。去年，中国上榜公司的近半数利润来自银行。银行赚的钱远高于从事实体经济的企业，这也是中国经济存在着的一个隐患。今年进入榜单的中国银行共有10家，工、农、建三大中国银行继续位列利润榜前10位。这10家银行利润占全部上榜中国大陆企业利润总额的44%。相比往年占比50%以上，今年上榜银行利润占比已经明显下降。贵州茅台以46.38%的利润率成为2020年《财富》中国500强利润率最高的实体公司。

中国首先不可妄自菲薄，但更不能妄自尊大。我们500强的实力与美国的差距还是很大的。

在科技竞争上，美国优势明显，中国追赶快速，然而差距明显，中国要追赶一段时间。从这次世界500强企业来看，美国的苹果排名位列科技公司第一。美国微软与中国华为紧靠。目前，电商与AI的繁荣并不能掩盖中国在前沿科技领域的劣势。

在互联网软件和服务、Fintech等行业中，中国的新兴企业数量还不到美国的零头。生命健康领域中国的独角兽数量也几乎是美国的三分之一，许多核心技术仍被美国垄断，且中国估值最高的健康领域独角兽还是家中美合资企业——北京汇影互联科技有限公司。

在产业势头上，美国大公司有72个不同领域的企业选手，具多样性和均衡性，中国只覆盖了35个行业，房地产业势头强劲。中国有数量众多的金属制品企业、工程建筑企业、汽车企业和房地产企业，上榜美国企业在这些产业或者没有，或者极少。

世界500强上榜房企均来自中国，去年上升最快的是来自中国的房企碧桂园。今年共有5家房地产公司上榜，其中，碧桂园从177位提升到147位，位列

全球房地产行业第一。这是继2017年首次登上《财富》世界500强榜单之后，碧桂园榜单排名连续四年提升。而在净资产收益率（ROE）榜上，碧桂园也以26.2%的净资产收益率在房地产行业居首，在上榜的133家中国企业中，位居前列。碧桂园排名得以连续提升来源于其营业收入的强势且稳定增长。统计显示，从2016年到2019年，碧桂园的营收从1530.9亿元增长至4859.1亿元，涨幅达217.4%；净利润从136.6亿元增长至61.2亿元，涨幅达348%。对于碧桂园是喜事，对于中国产业结构调整来说，则显示出艰难来。

如果考虑到中国和美国上榜企业平均雇用员工数量的差别，上述差距进一步扩大。2019年美国上榜企业平均雇用员工139,113人，中国上榜企业平均雇用员工179,469人。中国企业的员工人数是美国的1.29倍。美国企业人均销售收入56万美元，中国企业人均销售收入只有37万美元；美国企业人均利润4.3万美元，中国企业人均利润只有1.95万美元。中国企业的人均销售收入和利润与美国企业相比还有很大差距。

从产业结构看，中国仍然处在工业化中期，上榜的多为传统行业，中国产业结构缺乏可持续发展的竞争力。美国的产业结构是后工业化发展阶段的产业结构，而中国的产业结构还处在工业化阶段。中美两国企业都集中在能源矿业、商业贸易、银行、保险、航空与防务等5个产业。从行业来看，中国的上榜企业集中在资源垄断性行业及金融部门，包括大家熟知的“三桶油”、五矿集团、中国铁路、太平洋建设等，以及国有四大银行。且多年来，挑起500强的大梁的始终是国企，格局少有变化。而美国除了早年由于大都会人寿、安泰保险、花旗等企业在保险、银行等领域就建立了优势之外，近5年来，电信、计算机等高科技行业进步也十分显著。

与美国相比，中国在民生关注度上不足。美国在保健、制药、食品等生命健康领域优势显著，且还在持续加强。比如，自1989年中国引进的乙肝疫苗来自于美国的默沙东公司，可降胆固醇、血脂的“全球最畅销药”立普妥，以及我们常吃的钙尔奇等保健品，均来自美国的辉瑞制药。不仅如此，美国在信息技术服务、半导体等前沿领域也在持续发力，高通、英特尔等芯片垄断企业正是美国制裁中兴、华为的底气所在，而中国的半导体企业是来自台湾的台积电，信息技术服务还有待实现突破。[E]

## 上市公司要避瓜田李下之嫌

作者 木木

“瓜田不纳履，李下不正冠”，是曹植写的《君子行》里脍炙人口的两句诗。这两句诗的意思也很直白，即，身处利益之下，最好不要做容易引起别人怀疑的事情。证券市场是利益聚集之地，上市公司身处其间，也要心存谨慎，时刻避免瓜田李下之嫌，这既是在市场中安身立命的一个重要支点，也是维系整个市场体系健康运转的关键。

避嫌的根本目的，是为了牢牢维系相互间的信任关系。一方的举动，惹起另一方（或几方）的疑心，这几乎是一切信任关系被瓦解掉的肇始。相互间的信任没有了，随后的变数就很多，许多事情就不好办，许多风险就不可控。对此，上市公司要有底线意识。

要维持住与投资者、中介、市场、

监管方之间的信任关系，一方面，上市公司要力争在一切行动上避嫌，尽量避免“瓜田纳履”“李下正冠”之事的发，不主动制造威胁双方信任关系的破坏因子；另一方面，如果经营活动有可能造成别人的误解，上市公司就一定要尽可能地详细信披，别怕麻烦，身处瓜田李下，鞋帽需要处理了，先扯着嗓子四面吼几声，完事后，再四下嚷嚷几句，如果能向着天边的云彩挥挥手，当然就更好。

上市公司有心若此，被信任的基础就一定很牢固；有了这层信任关系的加持，即使有一天上市公司真的口说无凭，想摘个瓜果救一时之急，习惯性地大大方方广告告之一下，估计问题也不大——市场原本就有这样的功能。证券市场格外看重信息披露的质量，根本原因正在于此。相互间的充分信任，是维持这个市场正常运转的源动力；只要信任在，

具体问题都办好。

中国证券市场发展到今天，尤其在注册制改革不断深入推进的背景下，不断强化这个源动力就至关重要。不过，这个道理虽然很浅显，但在现实中，还是有上市公司或有心、或无意地试探这个市场重要支柱的牢固性。在既往的实践中，也确实有许多试探者因为各式各样的小动作而获得或大或小的私利，市场被一而再再而三地冒犯，似乎“自愈能力”也格外强，这大约就给了一些上市公司一种错觉——抓住机会偷偷摸个瓜果，是不占白不占的大便宜。这确实是一种错觉。尤其是在市场防范机制日渐完善的当下，这种错觉就错得更离谱儿。

心存侥幸，是一些人的先天病。有这种先天病的人，总会顽固地认为自己是那个自外于历史规律、自外于制度规范的幸运儿。于是，被抓住的“偷瓜贼”再多，吓阻作用似乎也不大。对这种心

存贵恙者，市场各方恐怕就要时刻警惕，只要见其腰弯、手欲抬，马上就大声喝止、甚至远远甩过去一支“没羽箭”，总被如此盯防，先天病要发作，估计就不大容易，时间长了，或许就能除了病根儿。

当然，一些上市公司的无心之失，也确实存在，毕竟身边瓜果太多，举手投足间也难免有所疏忽。对这种不小心惹人误会的举动，市场各方一方面要综合发力，继续强化预防、提醒的机制，把这样的疏失以及可能造成的影响，尽可能地限制在比较小的范围，避免对市场造成根本性的伤害；另一方面，对那些记性格外不好、总有类似失误之举者，恐怕也要在制度上制定一些有效的惩罚措施。

从市场的现实情况看，相较有心“犯病”，这种无心之失对市场信任关系的危害同样不小，这种无心之失多起来，

市场一样要出大问题。从这个角度看，金发科技关于巨额口罩出口美国合同的信息披露，前前后后、多多少少都是有瑕疵的。否则，此事也不会引起市场的巨大反响，合同终止的信息披露后，也不会火速引来交易所的监管函。

从目前的一些舆论反应看，金发科技巨额出口合同忽来忽去之事，显然已经影响到上市公司与投资者之间的信任关系，有投资者甚至由此联想到当年的“杭萧钢构事件”，双方信任关系遭到破坏的程度，由此可见一斑。也正是因为这一点，这件事、这个不知避嫌的无心之失，就对市场有了普遍的警示意义。类似的事情，只有越早、越彻底地予以解决，投资者、市场遭受的消极影响才能控制在一定的范围内，避免引起更大的危害。[E]

（转自证券时报网）