



普通高等教育经济与管理类规划教材

MANAGEMENT 国际经营学

程宝栋 宋维明 主 编
田明华 郭秀君 副主编

PUTONG GAODENG JIAOYU
JINGJI YU GUANLILEI
GUIHUA JIAOCAI



清华大学出版社

<http://www.tup.tsinghua.edu.cn>



北京交通大学出版社

<http://press.bjtu.edu.cn>

普通高等教育经济与管理类规划教材

国际经营学

程宝栋 宋维明 主 编
田明华 郭秀君 副主编

清华大学出版社
北京交通大学出版社

• 北京 •

内 容 简 介

本书主要讨论了企业国际经营理论与实践问题。全书共分为 11 章, 其中第 1 章为绪论, 主要论述企业国际经营的背景、概念、原因及类型; 第 2 章介绍了国际经营宏观环境、中观环境及微观环境; 第 3 章介绍了商品贸易型、契约交易型及投资型三种国际市场进入方式; 第 4 章论述了企业国际直接投资的相关理论与实践问题; 第 5 章论述了企业国际竞争力相关理论与战略选择问题; 第 6 章介绍了国际战略联盟概念、形成动因及类型; 第 7 章至第 10 章, 介绍了国际市场营销管理、组织管理、财务管理及人力资源管理; 第 11 章讨论了中国企业国际经营问题。

本书资料翔实、逻辑清晰、语言流畅、可读性强, 可作为大专院校国际贸易、工商管理、市场营销等专业的教材, 也可以作为国际企业管理人员的参考书。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签, 无标签者不得销售。

版权所有, 侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目 (CIP) 数据

国际经营学/程宝栋, 宋维明主编. — 北京: 清华大学出版社; 北京交通大学出版社, 2010.8

(普通高等教育经济与管理类规划教材)

ISBN 978-7-5121-0164-7

I. 国… II. ①程… ②宋… III. ①国际企业-企业管理-高等学校-教材
IV. ①F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 125104 号

责任编辑: 黎 丹 特邀编辑: 衣紫燕

出版发行: 清华大学出版社 邮编: 100084 电话: 010-62776969

北京交通大学出版社 邮编: 100044 电话: 010-51686414

印刷者: 北京瑞达方舟印务有限公司

经 销: 全国新华书店

开 本: 185×230 印张: 16.75 字数: 375 千字

版 次: 2010 年 8 月第 1 版 2010 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5121-0164-7/F·664

印 数: 1~4 000 册 定价: 26.00 元

本书如有质量问题, 请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评, 我们表示欢迎和感谢。
投诉电话: 010-51686043, 51686008; 传真: 010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

前 言

自从人类步入奴隶社会,便出现了以商品进出口为代表的国际经营活动。由于科技水平、交通运输、通信技术等方面的限制,国际经营活动在几千年的漫长岁月中,发展缓慢。直到第二次世界大战以后,国际经营才在经营的规模和组织结构上出现了飞速的发展。当前,以跨国公司迅速发展为特征的企业国际化经营活动成为世界经济活动的一大潮流,也构成了世界经济一体化进程的重要内容。在世界经济一体化的大趋势下,传统的以国内资源和市场为基础的企业发展模式,正在被积极参与国际资源配置并以国际市场作为竞争基础的企业发展模式所代替。特别是在世界贸易组织的协调机制下,资源、市场的竞争被放在了超越国界的范围内,企业必须拥有国际竞争的能力,才可能在激烈竞争的环境下求得生存和发展。

从 20 世纪 70 年代末我国实行改革开放政策后,国际企业纷纷将中国作为拓展自己国际经营事业的重要场所。根据商务部统计数据,自 1978—2007 年,世界 500 强企业中的 480 家企业已经在中国进行了投资。30 年来,中国累计使用外资 7 600 亿美元,位居发展中国家之首,居世界第二位。国际企业的进入客观上对我国经济的发展起到了其他增长方式难以替代的推动作用。更重要的是,伴随国际企业进入所带来的“溢出效应”,无形中促进了我国企业参与国际竞争意识和能力的形成,部分企业逐渐走上了国际经营之路。尽管我国企业的国际经营,特别是跨国公司的起步,比发达国家落后很多年,经营规模和实力差距悬殊,但进入 21 世纪以来,我国企业的国际经营活动获得了迅猛的发展。根据商务部统计数据,我国非金融类对外直接投资从 2003 年的 28.5 亿美元快速增长到 2009 年的 433 亿美元。我国企业的国际经营活动已经从最初在国外开店推销,拓展到今天的资源开发、生产加工、交通运输、金融服务等多行业、多层次的国际经营格局。

但是,由于起步晚、经验不足,中国企业的国际经营以合资合作为主,主要集中在贸易领域,技术水平较低,相对发达国家而言,平均投资水平偏低,大多数以中小型项目为主,发展后劲不足,抵御风险能力较差。据不完全统计,我国的海外企业中盈利的占 55%,其中多为非生产性企业;收支平衡的占 28%;亏损企业占 17%。这种现象反映了我国企业国际竞争力和国际经营能力等方面与国际先进企业相比距离还相当大。主要原因是一方面我国企业国际经营实力不足,另一方面也由于我国企业对国际经营战略的认识不足,并且基于这种认识的国际经营能力的学习和运用效率较低。为了提高企业国际经营的能力,首先需要提高企业经营者经营思想和经营管理视野的国际化水平,这就需要学习和研究国际经营的理论并将理论运用于实践。正是基于这个认识,本书作者希望通过系统地介绍当今国际经营学最新的理论,研究和讨论国际经营实践中存在的问题,为关心国际经营、国际竞争力等问题的读者提供一个学习有关知识的教材。

本书的总体框架由程宝栋负责设计，宋维明最后审定，各章节具体分工如下：第1章由程宝栋、宋维明共同编写；第2、7、10章由田明华编写；第3、4、5章由郭秀君编写；第6、8、9、11章由程宝栋编写。另外，北京林业大学经济管理学院国际贸易专业硕士研究生鲁艳增参与了书稿的文字校对工作。

本书配有教学课件和相关的教学资源，有需要的读者可以从网站 <http://press.bjtu.edu.cn> 下载或与 cbsld@jg.bjtu.edu.cn 联系。

本书的读者对象包括高等院校国际经济与贸易、工商管理等专业教师、高年级学生和研究生，企业与政府相关部门的管理人员和各类咨询公司的研究人员等。

本书在编写过程中，参考了大量国内外有关国际经营和国际竞争力的专著、教材和论文，恕不能一一列出，在此谨致以由衷的敬意和谢意。希望本书的出版对相关专业师生掌握国际经营学的最新动向、系统知识和专业技能提供帮助，对提高中国企业管理人员国际经营管理水平、推进中国企业国际化进程有所助益。

作者

2010年6月

目 录

第 1 章 绪论	(1)
1.1 国际经营学的产生和发展	(2)
1.2 企业国际经营的原因及类型	(5)
1.3 国际经营组织	(8)
思考题	(10)
第 2 章 国际经营环境	(11)
2.1 国际经营环境概述.....	(12)
2.2 国际经营宏观环境.....	(15)
2.3 国际经营中观环境.....	(20)
2.4 国际经营微观环境.....	(28)
2.5 国际经营环境风险评估与规避.....	(31)
思考题	(37)
第 3 章 国际市场进入方式及选择	(38)
3.1 国际市场进入方式.....	(39)
3.2 国际市场进入方式的选择.....	(49)
思考题	(58)
第 4 章 国际经营的高级形式：国际直接投资	(59)
4.1 国际直接投资概述.....	(60)
4.2 国际直接投资理论综述.....	(64)
4.3 国际直接投资的利弊分析和政府政策.....	(74)
4.4 国际直接投资的动机.....	(79)
思考题	(83)

第 5 章 国际经营战略与竞争力	(84)
5.1 国际竞争战略理论	(86)
5.2 企业经营战略分析	(99)
5.3 国际经营战略的内部影响因素分析	(111)
5.4 国际竞争战略的类型及选择	(115)
思考题	(123)
第 6 章 国际经营中的战略联盟	(124)
6.1 战略联盟的内涵及特点	(125)
6.2 战略联盟的目标与动因	(127)
6.3 战略联盟伙伴的选择	(130)
6.4 战略联盟类型的选择	(135)
6.5 战略联盟的管理	(138)
思考题	(147)
第 7 章 国际市场营销管理	(148)
7.1 国际市场营销概论	(150)
7.2 国际目标市场决策	(152)
7.3 国际市场营销组合策略	(158)
思考题	(167)
第 8 章 国际企业组织管理	(168)
8.1 企业组织结构设计的—般原理	(169)
8.2 国际企业组织结构类型及选择	(174)
8.3 国际企业组织控制策略	(188)
思考题	(195)
第 9 章 国际财务管理	(197)
9.1 国际企业财务管理职能及控制	(199)
9.2 国际融资策略	(202)
9.3 国际税收策略	(209)

9.4 国际营运资金管理	(211)
9.5 外汇风险控制策略	(214)
思考题	(218)
第 10 章 国际人力资源管理	(219)
10.1 国际人力资源管理概述	(220)
10.2 海外经理人员的管理	(224)
10.3 国际劳工管理	(229)
10.4 国际人力资源的跨文化管理	(232)
思考题	(235)
第 11 章 中国企业的国际经营	(236)
11.1 中国企业国际经营的必然性	(237)
11.2 中国企业国际经营的现状	(240)
11.3 中国企业国际经营的发展趋势	(247)
思考题	(255)
参考文献	(256)

第 1 章

绪 论

导入案例：

海尔集团的国际化发展

海尔集团源于 1984 年引进德国利勃海尔电冰箱生产技术成立的青岛电冰箱总厂，在张瑞敏的领导下，先后实施名牌战略、多元化战略，迅速发展成为中国家电行业的排头兵，继而实施国际化战略，瞄准国际市场，1986 年海尔电冰箱首次出口就获得了 300 万美元的销售额，增加了海尔开拓国际市场的勇气和信心。为了更好地开拓国际市场，海尔先后取得了美国、欧盟、日本、澳大利亚、俄罗斯等国家和地区共 18 类的产品认证，如 ISO9001 质量体系认证（1992）、ISO14001 国际环境质量体系认证（1996）、欧盟 EN45001 实验室认证（1996）、加拿大 CSA 全权认证（1998）等，使其产品可以畅通无阻地出口到全世界的 87 个国家和地区。在出口取得巨大成功后，海尔开始把目光瞄准国际投资的领域。1996 年 12 月，印度尼西亚海尔保罗有限公司在雅加达成立；1997 年 6 月菲律宾海尔 LKG 电气有限公司成立；1997 年 8 月马来西亚海尔工业（亚西安）有限公司成立；1997 年 11 月南斯拉夫海尔空调厂建立；1998 年 2 月海尔中东有限公司在伊朗成立；1999 年 4 月，海尔在美国南卡罗来纳州投资建立了电冰箱生产公司，在世界市场最大也是竞争最为激烈的美国实现了实质性的跨国经营。2005 年，海尔全球营业额实现 1 039 亿元（128 亿美元），产品从 1984 年的单一冰箱发展到拥有包括白色家电、黑色家电、米色家电在内的 96 大门类、15 100 多个规格的产品群，并出口到世界 100 多个国家和地区，旗下拥有 240 多家法人单位，在全球 30 多个国家建立了全球贸易中心 56 个、设计中心 18 个、工业园 10 个、工厂 48 个、服务网点 11 976 个及营销网点。

58 800个；其中海外工厂 12 个、营销网点 38 000 个，全球员工总数超过 5 万人，已成为在海内外享有较高美誉的跨国企业集团。

2005 年年底，海尔进入第 4 个战略阶段——全球化品牌战略阶段。1993 年海尔品牌成为首批中国驰名商标，海尔品牌旗下冰箱、空调、洗衣机、电视机、热水器、计算机、手机、家居集成等 18 个产品被评为中国名牌，其中海尔冰箱、洗衣机还被国家质检总局评为首批中国世界名牌。2005 年海尔被英国《金融时报》评为“中国十大世界级品牌”之首。在世界品牌实验室独家编制的 2005 年度“世界品牌 500 强”中，海尔再次入围世界品牌百强，居第 89 位。2006 年在《亚洲华尔街日报》组织评选的“亚洲企业 200 强”中，海尔连续第 4 年荣登“中国内地企业综合领导力”排行榜榜首。2002 年以来，海尔品牌价值连续 4 年蝉联中国最有价值品牌榜首，2006 年品牌价值高达 749 亿元，已跻身世界级品牌行列，其影响力正随着全球市场的扩张而快速上升。目前，海尔有 9 种产品在中国市场位居行业之首，3 种产品在世界市场占有率居行业前 3 位，是世界第四大白色家电制造商，累计申请专利突破 7 000 项（其中发明专利 1 234 项），主持或参与了 115 项国家标准的编制修订，制定行业及其他标准 397 项。

为了适应战略变化，立足“创新驱动”的海尔集团不断对其组织结构进行调整，历经直线职能制、事业部制、本部制 3 个阶段，目前正进行业务流程再造。在创新实践中，海尔探索实施的“OEC”管理模式、“市场链”管理及“人单合一”发展模式均引起了国际管理界的高度关注。美国哈佛大学、南加州大学，瑞士 IMD 国际管理学院，法国欧洲管理学院，日本神户大学等商学院专门对其进行案例研究。海尔“市场链”管理被纳入欧盟案例库，“人单合一”发展模式为解决全球商业的库存和逾期应收提供创新思维，被国际管理界誉为“号准全球商业脉搏”的管理模式。

问题：

- (1) 在海尔的迅猛发展过程中，出口贸易和国际投资有什么作用？
- (2) 海尔迅猛发展的历史背景是什么？
- (3) 海尔的国际经营活动经历了哪些阶段？

1.1 国际经营学的产生和发展

1.1.1 国际经营学产生和发展的背景

国际经营的历史发展过程可以分为以下几个时期。

1. 国际经营的起源 (19 世纪 60 年代至 1913 年)

企业国际经营的起源最早可追溯到公元 16 世纪末 17 世纪初的特许公司 (Chartered Company)。当时的特许公司享有王室赋予的某种贸易特权, 业务规模较大, 以贸易和航运业为主, 后来逐步扩大到金融业, 业务区域范围拓展至各海外殖民地。著名的特许公司有东印度公司、英国皇家非洲公司、英国的哈得孙湾公司、荷兰东印度公司及英资汇丰银行。近代的国际经营开始于德国的拜耳化学公司。1865 年该公司投资购买了美国纽约爱尔班尼的苯胺工厂的股票, 并于不久后把它吞并为自己的工厂。1866 年瑞典的阿佛列·诺贝尔公司在德国汉堡开办了一家炸药工厂。1867 年美国胜家 (Singer) 缝纫机公司在苏格兰设立了制造厂, 以较低价格在苏格兰生产, 再以此为基地供应欧洲和其他地区市场。1880 年胜家缝纫机公司又在伦敦设立了一家庞大的销售机构, 负责亚洲、非洲、南美洲一部分及欧洲大部分销售业务。之后, 帝国化学公司、联合利华公司、爱迪生电气公司、雀巢公司等也先后开始了跨国生产和经营。

19 世纪末 20 世纪初, 越来越多的企业纷纷进行海外投资, 在海外设立制造厂及销售机构, 进行跨国经营。在这期间出现了至今仍具影响力的大型跨国公司, 包括美孚石油公司、福特汽车公司、通用电气公司、西屋公司、西门子公司、巴斯夫公司 (BASF) 及英荷壳牌公司 (Shell) 等。

从 19 世纪末到第一次世界大战之前, 资本主义各国对外投资总额为 440 亿美元, 其中英国为 183 亿美元, 居首位; 法国为 87 亿美元, 居第二位; 其他依次为德国 56 亿美元和美国 35 亿美元。投资地区大多是殖民地、半殖民地和其他经济落后的国家。投资行业主要集中于铁路、矿业等。以美国为例, 在第一次世界大战前夕, 美国在矿业上的投资额占其对外直接投资总额的 27%。

2. 两次世界大战期间的国际经营 (1914—1945 年)

第一次世界大战爆发至第二次世界大战结束期间, 总体来看, 企业国际经营处于低谷状态, 全球对外直接投资增长缓慢。1913—1938 年间, 全球对外直接投资额仅增加了 70 亿美元, 年均增长率仅为 0.6%。

在西欧国家企业海外投资增长缓慢之时, 美国企业的国际经营却有了长足的发展。主要原因是欧洲的两次世界大战导致欧洲一些参战国出售部分海外投资企业。而发生于 1920—1921 年、1929—1933 年及 1937—1938 年的三次世界经济危机, 进一步限制了欧洲主要资本输出国的国际经营活动。欧洲主要资本输出国的对外直接投资在全球直接投资中所占的比重由 1914 年的 76% 降至 1938 年的 63%。而同一时期, 美国所占比重则由 18% 上升为 28%。据统计, 1913 年美国 187 家制造业大公司在海外的分支机构有 116 家, 而 1938 年达到了 715 家, 到 1938 年美国海外直接投资增至 73 亿美元, 占世界对外直接投资总额的 27.7%, 仅次于英国 (39.6%), 占世界第二位。

3. 第二次世界大战后的国际经营 (1945 年后)

第二次世界大战后, 美国凭借其在战争期间大大膨胀起来的经济、军事和政治实力, 攫取了资本主义世界的霸主地位。西欧战后经济的恢复, 为美国企业对外直接投资创造了极为

有利的条件。在战后 10 年间,美国对外直接投资获得了空前发展。这一时期,国际经营几乎就是美国企业的代名词。1950 年美国对外直接投资总额达到 118 亿美元。20 世纪 50 年代后,随着西欧和日本经济的恢复和发展,它们的对外直接投资也很快发展起来,从而使美国的霸主地位受到动摇。20 世纪 60 年代后,美国对外直接投资在西方发达国家中的比重略有下降,从 1967 年的 55% 降到 1971 年的 52%,而同一时期,日本所占比重则由 1.3% 上升到 2.7%,德国所占比重由 2.8% 上升到 4.4%。

20 世纪 70 年代后,国际经营进入多极化发展阶段。一方面,美国企业在对外直接投资中的地位相对下降,西欧和日本企业地位上升,形成了美国、日本、西欧“三足鼎立”的国际投资格局。另一方面,发展中国家如亚洲四小龙、南美的巴西等也开始了以对外直接投资为特征的国际经营活动,使得发达国家对跨国经营活动的垄断被冲破,国际经营进入了一个十分复杂的时期。

4. 21 世纪后的国际经营 (2000 年后)

进入 21 世纪以来,随着世界政治、经济和技术的发展变化,尤其是信息技术日新月异的发展,促进了世界范围内经济资源配置体系的变化,同时也引起了各国在世界经济秩序中位置的变化,并直接促进经济全球化和企业经营国际化趋势进一步加强,从而使各国企业的国际经营活动具有了新的特征。

① 发达国家企业的国际经营活动进一步发展,以国际企业强强联合作为特征的全球性联合经营迅速扩展。

② 发展中国家的企业国际化步伐加速,特别是中国参与国际竞争的势头迅猛。

③ 虽然主宰国际经营的仍然是发达国家的企业,它们在技术、管理和市场方面的优势仍然强大,但是发展中国家企业国际经营活动已经逐步成为国际竞争新的力量。

④ 新兴的电子网络产业正在兴起,国际竞争的焦点集中在电子信息化方面。

⑤ 技术、产业规模和经营的选择,已经成为企业国际竞争的主要方面。

国际经营环境的变化和国际经营活动的新特征,为国际经营学的研究提供了良好的实践条件和变革机会,从而直接促进了国际经营学的发展,尤其在发展中国家对外投资理论、产业选择理论、国际竞争理论、国际联合与协作理论等方面新的研究,对提高国际经营学理论结构的科学性,丰富学说的内容有着重要的意义。

1.1.2 国际经营的概念

尽管国际经营活动已有百余年的历史,但是国际经营学理论体系建立的历史却较短。因此,对国际经营的理论认识至今仍然是仁者见仁,智者见智。具有代表性的见解主要有以下 3 个方面。

1. S. Robock 等人的见解

在《国际经营和多国企业》一书中,S. Robock 等认为:“国际经营是企业超越国境线的包括

商品、服务、资本、人力资源等交易,以及技术转让和人力资源管理等在内的各项事业活动”。

2. J. Fayerweather 的见解

在《国际经营管理》一书中,Fayerweather指出:“尽管人们可以给国际经营一个复杂的定义,但是它只有一个最基本的特征,即它是涉及两个或更多国家的经营活动,或者说其经营活动被国界以某种方式所分割。”

3. R. Robinson 的见解

R. Robinson 在他的著作《国际经营管理》中提出:“国际经营是企业在一个以上的国家或殖民地区内,对公共社会或个人产生影响的经营活动”。

比较上述见解,前两者强调国际经营是企业超越国境线的经营活动;后者强调国际经营是企业不同国家的经营活动。虽然在表述上两个见解有所不同,但在认为国际经营是在超越国境线开展经营活动的意义上没有本质差异。因此,可以将国际经营概念归纳如下:国际经营是企业超越国境线在两个以上国家同时开展的经营活动。

1.2 企业国际经营的原因及类型

1.2.1 企业国际经营的原因

不同的企业走向国际化的具体原因千差万别,出于各自不同的考虑,受到各种不同因素的驱使。但是,无论出于何种原因,企业的国际化经营从根本上说都是出于整体战略的考虑,即为了寻求更大范围的竞争优势。企业国际化的动因包括以下4个。

1. 优化资源配置

资源在国际间的不均匀分布与流动障碍的存在,是促进企业国际化经营的基本动因。一个国家不可能拥有一切满足自己需要的资源。同时,在一国资源禀赋有限的前提下,由于技术等条件的差异和变化,使得一国不同部门对资源需求不同而且不断变化。一国内部如果资源在各部门之间能够顺利转移,就可能造成部门发展的不均衡;如果不能顺利转移,则会导致富裕资源的浪费。因此,通过企业国际化经营可以有效地缓解该国经济发展因资源约束而出现的均衡现象。

资源禀赋在总量和结构上的差异形成了企业通过国际范围内资源配置获取利益的动力。企业获取国际间资源配置利益的方式有两种:一种是通过贸易方式间接取得,另一种是通过转移生产要素方式直接取得。但是,前者常常因各国出口能力的差异、商品流动的成本及贸易壁垒而使资源的有效配置受到限制,而后者则打破了这种限制。企业通过国际化经营,可以跨越国界对资源进行优化组合,使经营利益最大化。

2. 延长产品生命周期

美国经济学家雷蒙德·费农(Raymond Vernon)的产品生命周期论认为,一个新产品

的技术发展大致经过三个阶段：新产品阶段、成熟阶段、标准化阶段。相应地，产品也具有特定的市场生命周期，这一周期大体可以被区分为导入期、成长期、成熟期和衰退期四个阶段。在不同的阶段，产品的比较优势和竞争条件各不相同，决定着产品生产、出口及对外直接投资的动机、流向和时间。第一阶段，包括导入期和成长期前期，是产品技术的新产品阶段。在这个阶段，生产集中在产品诞生地（国内）生产。因为这时的产品工艺需要进一步改进和定型，需要对市场信息进行及时的反馈。同时，在竞争方面处于垄断阶段，产品具有垄断优势，可以通过国内生产出口获得垄断利益。第二阶段，包括成长期后期和成熟期，是产品技术的成熟阶段。在这个阶段，生产工艺和技术不再需要进行更多的改进，企业的生产能力不断扩大，国内市场趋于饱和，国内外模仿者大量出现，竞争日趋激烈。在出口成为主要生产目标的同时，原进口国为了保护本国正在兴起的同类产品生产者利益，进口限制扩大，迫使出口国开始将部分生产向国外转移。第三阶段为衰退期，是产品技术的高度标准化阶段。在这个阶段，生产工艺规范化，生产技术在国内外逐步得到普及，成本价格因素成为竞争的主要手段。相对于还处于产品成长期的国家来说，原产品生产国已经完全丧失了竞争优势，产品在国内市场已经进入了衰退阶段。为了继续保持市场份额，原产品生产国会将生产转移到资源更丰富、更便宜的国家，进行更高层次的国际经营活动。

通过产品生命周期与生产在国际间转移的关系可以看出，延长产品生命周期是企业国际化经营的重要原因之一。

3. 发挥综合优势

利用企业内外部及国内外的综合优势，是一国企业开展国际经营的主要动机之一。

英国里丁大学教授约翰·邓宁（John H. Dunning）在所有权优势和内部化优势理论的基础上，进一步导入区位优势理论，构建了国际生产折衷理论。他认为，企业所有权优势、内部化优势和区位特定优势是企业实施国际生产的基础。所有权优势含义来自海默（Stephen Herbert Hymer）的垄断优势理论，是指企业拥有的或能够获得的外国企业所不具备或无法获得的资产及其所有权。包括专利权、商标权、生产秘诀等可以转让的所有权，以及技术创新能力、营销技能和规模经济等不可转让的所有权。内部化优势是英国经济学家巴克利（Peter J. Buckley）等人提出的，是指由于存在着市场失灵情况，企业可以通过建立内部市场，发挥自有的所有权优势，达到节约交易成本的目的。区位优势是指因生产地点的不同选择而形成的竞争优势。邓宁指出，区位优势并不是企业本身所拥有，而是由东道国特有。包括两个方面：一是东道国不可移动的要素禀赋优势，如地理位置、自然资源等；二是东道国政府政策灵活、优惠等形成的优势。邓宁认为，正是为了在不同情况下发挥企业已有或可能获得的上述“三种优势”，促进了企业国际经营活动的开展。

4. 扩大企业市场空间

企业从事国际化活动最直接的动因是开发海外市场。当国内市场饱和时，企业会积极为现有的产品和服务寻找新的顾客。国内市场的饱和可以分为两种：一种是自然饱和，一种是外界因素限制的饱和。当快餐行业的年收入增长率降低时，各种不同的快餐业，如麦当劳、

必胜客等都开始向俄罗斯、日本、中国、印度等国家扩展市场。这种现象属于自然饱和。美国的法律限制导致本身蓬勃发展的烟草市场逐渐稳定化,美国的烟草企业开始在东欧、亚洲等地区寻找市场以保证一定的销售量。这种现象属于外界因素限制的饱和。当前,随着技术的快速发展,现有商品的生命周期越来越短,所以很多公司在发展国内市场的同时也向国外市场渗透,以尽量赶在下一代商品出来之前赢取更多的利润。

1.2.2 企业国际经营的类型及发展层次性

1. 企业国际经营的时间发展顺序

企业国际经营从发展的时间顺序来看,是分层次展开的,即企业国际经营的水平有一个由低到高的变化过程。一般来说,企业国际经营在发展轨迹上通常要经历四个阶段:一是在国际经营的初始阶段,企业主要依靠专业性贸易公司作为中介,与国外企业进行小额交易,在企业内部不设立专门机构,有限的业务只需少数人员即可完成;二是随着对外交易量的增长,企业开始尝试独立从事国际经营活动,并建立专门业务机构进行对外交易;三是企业向国外派遣人员,在国外设立办事机构和销售公司,直接参与国际性的商品生产与销售活动,但这时的经营还是以商品销售为中心的;四是随着对外直接投资的增加,企业把自己的一部分生产、管理职能转向海外,生产与经营活动是在全球性战略指导下进行的,企业的全部活动已被纳入国际经营体系中。

与上述发展阶段相联系,企业国际经营的具体形式也有一个从初级到高级的演进过程。第一种是间接出口形式。这时其产品虽走出国界,但企业并不直接参与产品的国际营销活动。这种形式的国际经营成本低、风险小,但企业控制海外营销活动的能力也极为有限,因为企业产品在国外的销售价格、销售渠道、广告促销等决策权都掌握在他人手中。第二种是直接出口形式。在这种形式下,生产企业以不同的程度直接参与其出口产品的国际营销活动。与间接出口相比,这种形式所需资金、所担风险都较大,而有利的是企业对其出口产品的经营管理拥有部分或全部的控制权。第三种是技术转移,它是企业国际经营所采取的一种普遍形式。其做法是,通过签订合同,向国外企业提供生产该出口产品所必需的技术和专利,而后由出让企业向使用方收取相应费用和报酬。这种方式不要求企业大量投资或参与管理,企业亦可快速占领多个市场。第四种形式,也是最高层次的国际经营方式,是企业的对外直接投资。这是指企业用股份控制的办法直接参与目标国的生产,从事跨国经营活动。对于企业来说,这种形式的国际经营需要大量的投资,也需要承担极大的风险。但在产销计划、营销策略的制定及经营管理上,企业都拥有最大限度的控制权与自主权。

2. 企业国际经营的空间发展顺序

国际经营从发展的空间顺序来看,又分为内向型和外向型两种不同类型。最初,当一个企业作出扩张和国际经营的决策时,最易采用的做法是吸引国外资本,在国内建立多个工厂,开展某种形式的国际合作经营活动。由于这种形式的国际经营活动是企业在国内与外国

资本打交道,所以称之为内向型的国际经营。这种类型的国际经营也包括企业在国内通过本国出口管理机构、大型贸易公司,以及国外公司驻本国的采购处、分公司和分支机构销售产品的活动。与内向型国际经营不同,外向型国际经营指的是企业的生产与经营活动走向国界,走向全世界。一般来说,企业的国际经营多是由近及远,由内向型起步,逐渐发展到外向型经营的。

进入成熟阶段的企业国际经营,是内向型经营与外向型经营同时进行的。抑或说,伴随资本的国际性流动,企业的国际经营是在国内与国际两个市场同时展开的。对于企业来说,两者不过是利用比较利益的不同途径而已。“二战”后,资本国际流动呈现出许多新变化,其中资本国际流动的普遍性与交错性就是其中的重要特点。资本流动的普遍性,是指资本的流动区域和流动范围越来越广,以及参与资本输出和输入的国家越来越多。而资本国际流动的交错性,是相对于“二战”前国际资本单纯由发达国家向发展中国家流入、由资本输出国向资本输入国注入的历史而言的。“二战”后资本国际流动的单向性已日趋为资本国际流动的交错性所取代。资本国际流动的这些变化与特点,决定了各国企业的国际经营活动并非在单一的国内或国外市场进行,而是内向型国际经营与外向型国际经营同时展开。

1.3 国际经营组织

在当代国际经营舞台上,活跃着各种各样的国际经营组织,最为常见的如跨国公司、多国公司、国际企业等,它们名称不同、结构相异、控制方式各有侧重,但都是国际经营的基本单位,是国际经营赖以发生和发展的基础。目前,世界上对于各种国际经营组织的定义尚有一定的争议,在此仅介绍最为常见的一些观点。

1.3.1 多国公司

多国公司在许多文献中与跨国公司通用,指由一总部控制但其经营活动扩展到许多国家的一类公司。它在不同的场合有不同的定义,但衡量的内容大致有以下几方面。

① 结构标准。包括地区结构标准、所有权结构标准和股权结构标准。地区结构标准强调的是企业国际经营的区域;所有权结构标准主要强调企业所有权的多国性;股权结构标准主要强调企业拥有国外企业的股份比例。

② 业绩特征。是以企业在全球经营业绩状况来界定,通常以国外资产、国外销售额、国外雇员人数及国外利润分别在企业总资产、总销售额、总雇员数及总利润中所占的比重为判断标准。

③ 行为特征。公司是否以整个世界作为其业务活动的范围;最高管理层是否从全球化角度制定公司战略等。

1.3.2 跨国公司

跨国公司是国际经营中经常遇到的经济实体,不同机构或学者对跨国公司作出了不同的定义。联合国跨国公司委员会对其所下的定义为:跨国公司是一个由经济实体构成的工商企业,它具有3个主要特征:在两个或两个以上的国家间进行经营活动,而不管其经济实体的法律形式或经营范围如何;由一个或一个以上的决策中心通过决策系统对其所属经济实体实施有效的控制,并通过所有权或经济实体间的其他联系来贯彻全球战略;在经济实体间分享情报和财富,并共同分担风险。著名跨国公司研究专家、英国里丁大学教授约翰·邓宁在1971年从企业跨越国家界限从事直接生产经营活动的角度给跨国公司下了一下定义,即跨国公司就是在一个以上的国家拥有或者控制生产设施(如工厂、矿山、炼油厂、销售机构、办事处等)的一个企业。与邓宁的定义基本相似的是英国学者胡德(N. Hood)和杨(S. Young)于1979年在《多国企业经济学》中对跨国公司所下的定义:“跨国公司是指在一个以上国家拥有(全部或部分)控制和管理能产生收益的资产的企业,这就是从事国际生产,即通过对外直接投资、筹资进行的国际生产。”

1.3.3 国际企业

国际企业是相对于国内企业而言的,它泛指一切在两个或两个以上国家和地区从事经营活动的工商企业。国际企业是从从事国际经营活动的经济实体的统称,包括国际公司、多国公司、跨国公司和全球公司等处于不同国际化演进阶段的企业。可以说,国际企业是一切国际经营组织的代名词。因此,一个国际企业可能不是跨国公司,但任何跨国公司必然是国际企业,跨国公司是国际企业发展的高级阶段,是企业国际化程度较高的组织形式。

根据国际企业经营活动的内容和国外管理权的状态,可以将国际企业分成两大类:一类是不享有国外管理权的国际企业,如单纯从事进出口贸易的企业、从事国际证券投资的企业、知识产权国际性转让的企业等;另一类是享有国外管理权的国际企业,如从事国际直接投资、国际保险、国际仓储和运输、国际租赁业等活动的企业,这些公司称为跨国公司(Transnational Corporations)或多国公司(Multinational Corporations)。前一类虽然从事着与国际市场相关的活动,但是它们主要还是从事传统的国际经营活动,通常是以所有权为基础的贸易性活动,或者说主要是获取所有权收益的经营活动,通常不涉及经营权或管理权问题。因此,这类企业主要体现的是在国与国之间开展贸易性活动的国际性,是国际企业的初级形式。而后一类企业,则不仅要取得所有权利益,更重要的是要获取经营权或管理权利益。因此,这类企业不仅体现贸易的国际性,而且体现在许多不同国家开展国际生产经营活动的国际性。