

ZHONGGUO QIYE GUOJIHUA
ZHANLUE YANJIU

中国企业国际化 战略研究

——基于后发型企业国际化的视角

王 莉 林汉川/著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

中国企业国际化战略研究

——基于后发型企业国际化的视角

王莉 林汉川 著



中国经济出版社
CHINA ECONOMIC PUBLISHING HOUSE

北京

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业国际化战略研究: 基于后发型企业国际化的视角/王莉, 林汉川著
北京: 中国经济出版社, 2010. 4

ISBN 978 - 7 - 5017 - 9559 - 8

I. 中… II. ①王…②林… III. 企业经济—国际化—经济发展战略—研究—
中国 IV. F279. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 176055 号

责任编辑 刘一玲

责任印制 石星岳

封面设计 巢新强

出版发行 中国经济出版社

印刷者 潮河印业有限公司

经销者 各地新华书店

开 本 880mm × 1230mm 1/32

印 张 14. 25

版 次 2010 年 4 月第 1 版

印 次 2010 年 4 月第 1 次

书 号 ISBN 978 - 7 - 5017 - 9559 - 8/F · 8399

定 价 38. 00 元

中国经济出版社 网址 www.economyph.com 社址 北京市西城区百万庄北街 3 号 邮编 100037

本版图书如存在印装质量问题, 请与本社发行中心联系调换 (联系电话: 010 - 68319116)

版权所有 盗版必究 (举报电话: 010 - 68359418 010 - 68319282)

国家版权局反盗版举报中心 (举报电话: 12390)

服务热线: 010 - 68344225 88386794

本书得到：

对外经济贸易大学北京企业国际化经营研究基地

项目资助

对外经济贸易大学第三期“211 工程”项目资助

对外经济贸易大学校级重点项目资助

前 言

20 世纪 80 年代兴起的经济全球化,使世界经济以全球版图配置资源,表现出极强的经济活力,正在经历史无前例的大规模重新分工:从不同产业的全球分工,到产业内的全球分工,又发展到企业之内的全球分工。据统计,目前全球企业国际化主体的跨国公司有 6 万多家,遍布全球的子公司(分机构)达 50 多万家,这些跨国公司的产值占全球总产值的 40%,占全球国际贸易总额的 60%,占全球国际技术贸易的 70%。企业国际化促进了国际技术转移、国际贸易发展、资本的跨国流动和资源的全球配置。企业国际化正在深刻地改变着世界经济格局,推动着世界经济的增长,加深了各国企业之间的依存程度,加强了世界经济的战略调整,促进了各国区域性和全球性政策体系的改革和形成。

进入 21 世纪初叶,中国企业国际化进入关键时期,正面临着新的形势,其中既蕴藏着新的机遇与条件,也包含着新的挑战 and 困难:一方面经济全球化为中国企业在全球范围内配置资源、促进中国企业国际化发展提供了机遇;另一方面,全球化所加剧的市场竞争,给那些一直受本国政府保护的企业的生存带来了威胁。如何抓住机遇、趋利避害,在占领新市场、占有稀缺资源等的竞争中取胜,已成

为中国企业国际化所面临的严峻课题。

经过 30 多年改革开放的发展,中国企业国际化已渡过了初步发展阶段,正在进入进一步发展与完善的新阶段:①中国经济实力的不断壮大,人均 GDP 突破 3 000 美元,为企业国际化奠定了雄厚的物质基础;②企业重组改制和外贸体制深化改革,为企业国际化创造了条件;③中国经济持续高速增长且政治稳定为企业国际化提供了广阔的空间;④中国对外开放 30 多年,在投资、生产、管理、人才等各方面形成的一定的比较优势提高了企业国际化的国际竞争力;⑤中国作为后发型企业国际化国家,可以总结、借鉴、学习世界各国经验,发挥后发优势;⑥特别是加入 WTO 后,已经使中国市场与国际市场接轨,中国将由过去的“引进来”为主战略,转变为“引进来”与“走出去”相结合的全方位战略;⑦企业国际化战略已是中国经济发展战略的重要组成部分。

从本书检索资料可知,以往研究企业国际化战略理论的流派存在两方面问题:一是在研究背景上,大都以 20 世纪 90 年代以前的全球社会经济技术现状为背景,对在经济全球化下企业国际化战略的动机、内容赋予新的特点研究不够;二是在研究对象上大都以发达国家跨国公司的跨国经营战略为研究对象,对发展中国家企业国际化战略研究较少,而研究像中国这样全方位、多层次、持续 30 多年改革开放,充满巨大潜力国家的企业国际化战略则更少。然而,从理论和实践上看,中国企业国际化与其他发达国家和发展中国家的内部、外部条件是不同的:第一,中国是全球最大的发展中国家,属于后发型企业国际化,在竞争

优势、外国市场进入方式和所有权制度等方面都与先发展型企业国际化有明显不同;第二,中国通过 20 多年的改革开放,经济总量、企业体制都已发生翻天覆地的变化。而大批外国直接投资的涌入,更使中国企业的国内竞争变为国际竞争;第三,正如前面所述,中国企业国际化正进入重要的阶段转换期,中国企业国际化正以年均 30% 多的增长率快速发展。加之世界经济自 20 世纪 80 年代中期后发生的巨大变化,即全球化,信息化,社会“温饱化”的集成,这一切都对传统的企业国际化理论提出了历史性的重大挑战。因此,通过本书的研究,期望产生两个方面的意义:①创建经济全球化下中国后发型企业国际化战略的理论体系,丰富世界企业国际化的理论,特别是对发展中国家的跨国公司理论;②在总结全球发达国家和发展中国家企业国际化战略理论的基础上,紧密结合中国的实际背景,为中国企业制定和实施国际化战略,提供既博采众长、又符合中国特色的操作性强的战略方案与政策措施。本书对各级政府和广大企业制定企业国际化战略具有重要参考意义。

本书由我负责设计,王莉博士具体撰写各章节,付子墨与林安霖两位研究生撰写了两个案例。由于本书涉及中国后发型企业国际化战略中的许多新问题,还有许多问题需要进一步探索与创新,加之我们的水平有限,因此,书中难免存在不少错误,敬请批评指正。

林汉川

2009 年 8 月于北京

目 录

CONTENTS

第一章 导 论 / 1

第一节 研究背景与选题意义	1
一、研究背景	1
二、研究的理论与实践意义	5
第二节 本书研究思路、方法与创新	8
一、研究思路	8
二、研究方法	10
三、数据与资料来源	11
四、研究创新	12
第三节 中国后发型企业国际化的相关概念	13
一、企业国际化与企业国际化战略	13
二、跨国公司与跨国经营	15
三、“走出去”战略	16
四、后发企业与后发型企业国际化	17
五、整合与整合优势	19

第二章 中国后发型企业国际化战略的理论基础 / 20

第一节 跨国经营优势理论的适用性	20
------------------------	----

一、发达国家跨国经营优势理论	20
二、发展中国家跨国经营优势理论	30
三、跨国经营优势理论对中国后发型企业国际化的理论适用性	33
第二节 企业国际化理论的适用性	40
一、企业国际化理论	40
二、国内学者对企业国际化理论的研究	47
第三节 基于整合优势的中国后发型企业国际化的分析框架	50
一、后发型企业国际化经营环境的变化与主流理论的局限	50
二、后发型优势理论的启示	55
三、基于企业竞争优势的战略管理理论演化的启示	61
四、基于整合优势的中国后发型企业国际化的分析框架	66
第三章 中国后发型企业国际化的区位战略 /	70
第一节 企业国际化区位优势与影响因素的动态演化	70
一、企业国际化区位优势与影响因素	70
二、企业国际化区位选择中优势因素的动态演化	83
三、企业国际化中次国家层面区位优势分析	89

第二节 中国后发型企业国际化的战略动因与

区位选择 95

一、企业国际化的战略动因及区位选择 95

二、结合战略动因的区位选择因素分析 110

三、中国后发型企业国际化的战略动因与

区位选择 113

第三节 中国后发型企业国际化的

区位战略 130

一、全球对外直接投资区位分布格局 130

二、中国企业国际化的区位分布现状 133

三、中国后发型企业国际化的多元区位

选择战略 140

四、中国后发型企业国际化多元区位进入战略 142

五、中国后发型企业国际化的区位选择与

集群分析 149

六、中国后发型企业国际化的多元地域战略 153

第四章 中国后发型企业国际化的产业战略 / 167

第一节 中国后发型企业国际化产业选择分析 167

一、全球产业发展趋势分析 167

二、企业国际化产业选择的经验借鉴 171

三、中国企业国际化行业分布现状 183

四、中国后发型企业国际化的产业选择基准 190

第二节 中国后发型企业国际化的

产业竞争力分析 194



一、中国后发型企业国际化的产业竞争力	
分析框架	194
二、中国纺织服装行业的国际竞争力分析	199
第三节 中国后发型企业国际化的产业战略	207
一、关联与中国后发型企业国际化产业	
优势的带动	208
二、战略联盟与中国后发型企业国际化产业	
优势的提升	216
三、跨国并购与中国后发型企业国际化产业	
优势的互补	226
四、利基战略与中国后发型企业国际化产业	
优势的培育	235
第五章 中国后发型企业国际化的组织管理战略 /	242
第一节 中国后发型企业国际化组织管理	
优势战略	242
一、后发型企业国际化与组织管理优势的发挥	242
二、企业国际化组织设计的发展趋势	244
三、企业国际化组织结构变革的影响因素	248
四、中国后发型企业国际化的组织结构与	
优势发挥	255
第二节 中国后发型企业国际化的人力资源	
优势战略	263
一、国际人力资源管理与企业可持续竞争优势	264
二、跨国公司全球化下的人力资源管理趋向	268

三、中国后发型企业国际化的人力资源战略	272
第三节 中国后发型企业国际化的跨文化管理	
优势战略	279
一、国际企业跨文化管理与竞争优势	280
二、跨文化管理模式与原则	286
三、中国后发型企业国际化的跨文化管理	
战略选择	290
第六章 中国后发型企业国际化基于整合优势的	
实证分析 / 301	
第一节 研究对象与典型案例的选择	301
第二节 中国企业 500 强国际化方式分析	303
第三节 中国后发型企业国际化基于整合优势的	
典型案例分析	308
一、华为国际化中的整合优势战略	308
二、海尔国际化的整合优势战略	316
三、万向国际化的整合优势战略	319
四、中集集团国际化的整合优势战略	325
五、中国机床制造企业的海外并购成功模式及其	
关键因素的研究	328
六、中国高新技术企业的三种国际化	
经营模式的比较研究	344
第七章 中国后发型企业国际化的政策支持体系 / 360	
第一节 国外企业国际化的政策及启示	360



一、发达国家企业国际化的相关促进政策与服务体系	360
二、发展中国家企业国际化的相关促进政策与服务体系	373
三、国外企业国际化政策的启示	378
第二节 构建中国后发型企业国际化的政策支持体系	380
一、政府对后发企业作用的相关理论	380
二、中国企业国际化的政策沿革	382
三、中国企业国际化的政策体系分析	388
四、中国后发型企业国际化政策支持体系的完善	400
第八章 金融危机与中国后发型企业的国际化 / 412	
第一节 金融危机对中国后发型企业国际化的影响	412
一、美国的次贷危机与全球金融危机	412
二、金融危机对中国后发型企业国际化的挑战与机遇	414
第二节 金融危机背景下中国后发型企业国际化的对策分析	421
一、金融危机背景下中国后发型企业国际化的侧重点	421
二、金融危机背景下中国政府相应的对策分析	426
主要参考文献 / 431	

第一章

导 论

第一节 研究背景与选题意义

一、研究背景

(一)经济全球化促进发展中国家和转型经济体企业国际化的迅猛发展

20 世纪 80 年代兴起的经济全球化,使世界经济以全球配置资源,表现出极强的经济活力,正在经历史无前例的大规模重新分工:从不同产业的全球分工,到产业内的全球分工,又发展到企业之内的全球分工。跨国企业是经济全球化的主要载体与动力。《2008 年世界投资报告》指出,全球 7.9 万家跨国公司及其 7.9 万家国外分支机构继续进行海外扩张,其 FDI 股本 2007 年达 15 万亿美元。贸发会议估计,跨国公司的销售总额为 31 万亿美元,比 2006 年增长 21%。其全球分支机构 2007 年产值占全球 GDP 的 11%,雇员达 8200 万人。可见,经济全球化、企业国际化正在深刻地改变着世界经济格局,加深了各国企业之间的依存程度,促进了各区域和全球性政策体系的改革和形成。

一些发展中国家和地区积极开放本国市场,努力参与经济全

球化,这也为企业国际化提供了广阔的发展空间。经济全球化下,出现一个最显著的特点就是来自发展中国家和转型期经济体的外国直接投资开始不断增加。改变了长期以来的一种观念,即外国直接投资一直是发达国家的资金和技术流向发展中国家的一个重要渠道。联合国贸发会议《2008 年世界投资报告》指出,主要得益于亚洲跨国公司的海外扩张,发展中国家作为外国直接投资来源的重要性继续增加,流出量创 2530 亿美元的新高。这些投资来源地主要包括:中国香港特别行政区、俄罗斯、新加坡、中国台湾、巴西和中国内地。尽管世界跨国公司总体上仍由发达国家的企业所主导,但这种状况正在发生变化,来自新兴经济体的大型跨国公司在迅速国际化,在世界跨国公司百强榜上,来自发展中经济体的企业数量不断增加。而且,发展中国家最大的 100 家跨国公司的增长尤为迅速,2006 年国外资产估计为 5700 亿美元,比 2005 年高出 21%。

(二)加入 WTO 后,中国经济发展的内外部环境发生了深刻变化

2001 年 12 月 11 日,中国正式成为 WTO 的一员,标志中国的对外开放进入新的阶段。WTO 的加入,跨国公司在华投资的全面布局,市场竞争在国内、国际两个层面展开,对于中国企业必然产生深远影响。中国将逐步履行相关协议,在降低关税的同时,逐步取消非关税壁垒,如进口许可证、配额、外汇管制等,放宽市场条件和领域,开放服务业部门的市场准入,提高了电信、保险、证券等企业的外资股权比例,对外资银行在 2006 年后给予全部国民待遇;重构涉外法律体系,逐步提高中国有关外资政策的透明度和稳定性。跨国公司在华投资涉及领域越来越广,从交通、通信等基础部门和能源、原材料等基础产业到汽车、石化、机械、电子、房地产等支柱产业及商业、餐饮等都有跨国公司的投资。加上中国巨大的市场空间,低廉的劳动成本,相对完备的基础设施,促使越来越多

国外企业转向中国生产研发。根据联合国贸发会议《2008 年世界投资报告》,中国在 2007 年吸引外资 840 亿美元,位于美国、英国、法国、加拿大和荷兰之后,居世界第六位,继续成为发展中国家吸收外国直接投资最多的国家。2006 年中国实现对外直接投资只有 161 亿美元,居全球第十八位;2007 年在全球外国直接投资流出量排行中居第十九位。这表明中国企业正在“走出去”,但“引进来”仍是中国参与全球化的主要形式,从这个侧面也反映出中国的外向型经济在微观层面基本处于由外商投资整合中国产业和资源而形成的一种被动式的国际化过程。^①

在越加开放的环境下,国内竞争国际化、国际竞争国内化已经显现。中国企业在相对封闭条件下,依赖国内的某些特殊政策而形成的弱势方面不断显现。伴随日益激烈的市场竞争,赢利空间的不断缩小,中国企业需要战略性思维,整合各种优势资源,做大做强。加入 WTO 后,中国进入国际市场的障碍减少,为企业开展国际化经营提供更大的发展空间。中国企业全球竞争时代已经到来,国际化战略将成为企业生存与发展的关键举措。

(三)企业国际化战略已经是中国经济发展战略的重要组成部分

早在 20 世纪 80 年代,国家就明确提出了要发展中国企业的跨国经营,党的十四届五中全会肯定了跨国经营是实现国家经济循环增长的重要方式,但由于当时管理体制的不完善和战略研究的滞后以及官倒盛行等原因,出现了国内资本输出到国外导致国有资产流失问题;在党的十六大报告中,江泽民提出要坚持“引进来”和“走出去”战略相结合,全面提高对外开放水平的战略;党的十六届三中全会的“决定”,“十一五”规划纲要再次说明要“继续实施

^① 国务院发展研究中心企业研究所课题组:《中国企业国际化战略》,人民出版社,2006 年,第 2 页。

走出去战略”，“促进中国跨国公司的发展”，“支持有条件的企业对外直接投资和跨国经营”。在党的十七大报告中，胡锦涛指出，要把“引进来”和“走出去”更好结合起来，扩大开放领域，优化开放结构，提高开放质量，完善内外联动、互利共赢、安全高效的开放型经济体系，形成经济全球化条件下参与国际经济合作和竞争新优势。创新利用外资方式，对外投资和合作方式，支持企业在研发、生产、销售等方面开展国际化经营，加快培育中国的跨国公司和国际知名品牌，积极开展国际能源资源互利合作等。这就将中国企业国际化战略的动机和目标提高到了国家经济发展战略的高度，有利于中国经济结构和资源优化配置，有利于增强中国经济发展的动力和后劲，有利于国家的长久发展和安全。因此，中国企业国际化战略成为国家发展战略的重要组成部分，是国家发展战略在全球的延伸和体现。

（四）中国企业国际化进入关键转换期

进入 21 世纪，中国企业国际化正面临着新的形势，其中既蕴藏着新的机遇与条件，也包含着新的挑战和困难：一方面经济全球化为中国企业在全球范围内配置资源、促进中国企业国际化发展提供了机遇；另一方面，全球化所加剧的市场竞争，给那些一直受本国政府保护的企业的生存带来了威胁。如何抓住机遇、趋利避害，在占领新市场、占有稀缺资源等的竞争中取胜，已成为中国企业国际化所面临的严峻课题。

经过 20 多年改革开放，中国经济实力不断壮大，人均国内生产总值突破 3000 美元，经济持续高速增长且政治稳定，企业重组改制和外贸体制改革等都为企业国际化奠定了基础；中国对外开放 30 多年，通过外资对中国企业的示范效应、竞争效应、关联效应、培训作用等，使得中国在投资、生产、管理、人才等各个方面形成了一定的比较优势，提高了企业国际竞争力；作为后发型企业国际化，中国还可以总结、借鉴、学习世界经验，发挥后发优势；特别