

21世纪高等院校国际经济与贸易专业精品教材
省级精品课程教材



跨国公司经营与管理

Management and Administration of TNCs

任永菊 主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press



21世纪高等院校国际经济与贸易专业精品教材
省级精品课程教材



跨国公司经营与管理

Management and Administration of TNCs

任永菊 主编

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连



© 任永菊 2012

图书在版编目 (CIP) 数据

跨国公司经营与管理 / 任永菊主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2012. 7

(21 世纪高等院校国际经济与贸易专业精品教材)

ISBN 978-7-5654-0866-3

I. 跨… II. 任… III. 跨国公司-经营管理-高等学校-教材
IV. F276. 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 141048 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连华伟印刷有限公司印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm×240mm

字数: 265 千字

印张: 13 1/4

2012 年 7 月第 1 版

2012 年 7 月第 1 次印刷

责任编辑: 蔡 丽 王昭元 张爱华

责任校对: 何 群 毛 杰

封面设计: 冀贵收

版式设计: 钟福建

ISBN 978-7-5654-0866-3

定价: 28.00 元

前 言

自第二次世界大战之后，跨国公司得到迅速发展，它们通过对外直接投资，在全球每个角落建立了众多的分支机构，形成了比较完善的生产经营网络，影响着母国、东道国和世界经济的发展。从某种程度来讲，跨国公司的发展将全球各种层次的经济体，包括发达经济体、发展中经济体、转型期经济体以及经济弱小的经济体连接成一个整体，使它们彼此不再独立，而是相互影响、相互作用。因此，跨国公司的活动和影响越来越受到各界的关注。

正是在这个大前提下，我们为本科高年级学生开设了“跨国公司与国际直接投资”这门课程。但是经过几年的教学实践，感觉国内这方面的优秀教材很多，但是却不能完全满足我们的需要，因此萌发了编写一本相关教材的想法。经过和兄弟院校相关授课教师商讨，最后决定大家一起努力完成这项工作，并将教材定名为《跨国公司经营与管理》。

本教材重点介绍了跨国公司微观和宏观两个方面经营与管理的相关经验。其具体特点是：（1）理论联系实际。每章理论介绍之后，均安排了国内外跨国公司在国际化经营中成功与失败的具体案例分析。（2）统计数据的穿插使用。在书中，我们结合使用了历史数据和最新的统计数据，便于读者从历史和现实两个角度来了解相关内容。（3）适用范围较广。本书既有理论知识的介绍，也有案例分析，同时适合于理论工作者和实务工作者使用。（4）难度适中。本书着眼于基本概念、基本理论，以及对实际问题的解释，难度适宜，适合高等院校经济、管理类专业本科高年级同学以及低年级研究生使用。

本书由天津商业大学经济学院任永菊主编，由天津商业大学、天津科技大学和天津外国语大学三校联合编写，共计十章，具体分工如下：前言，第三、五、六、七、九、十章由任永菊完成；第一、二章由鲁学博和任永菊共同完成；第四章由华欣完成；第八章由朱丽和任永菊共同完成。

在编写《跨国公司经营与管理》一书的过程中，我们参考了众多国内外优秀教材和相关资料，并得到南开大学跨国公司研究中心原副主任张岩贵教授的大力支持，在此深表谢意。当然文责自负。

编 者
2012 年 4 月

目 录

第一章 跨国公司简介	1
学习目标	1
第一节 跨国公司的含义	1
第二节 跨国公司的类型	2
第三节 跨国公司的特征	4
第四节 跨国公司的衡量指标	7
第五节 跨国公司的形成与发展	8
关键术语	18
复习思考题	18
第二章 跨国公司的对外直接投资	20
学习目标	20
第一节 对外直接投资概述	20
第二节 对外直接投资的动机	23
第三节 对外直接投资的影响因素	26
第四节 案例——沃尔玛的国际投资之路	31
关键术语	35
复习思考题	35
第三章 跨国公司的对外直接投资理论	36
学习目标	36
第一节 垄断优势理论	36
第二节 产品生命周期理论	41
第三节 内部化理论	43
第四节 国际生产折中理论	46
第五节 小岛清比较优势投资论	49
第六节 跨国公司直接投资理论的新发展	51
第七节 案例——英国石油公司利用三大优势对外扩张 & 日本三洋电机 公司的发展壮大	53

关键术语	57
复习思考题	57
第四章 跨国公司的组织与管理	58
学习目标	58
第一节 组织概述	58
第二节 跨国公司的法律组织形态	64
第三节 管理组织结构的类型	67
第四节 管理组织结构的创新	75
第五节 跨国公司的管理	82
第六节 案例——组织革新对中国海尔公司成功的重要作用	86
关键术语	90
复习思考题	90
第五章 跨国公司的内部国际贸易和转移价格	91
学习目标	91
第一节 跨国公司的内部国际贸易	91
第二节 跨国公司的转移价格	95
第三节 案例——搜索引擎巨头谷歌避税案	101
关键术语	104
复习思考题	104
第六章 跨国公司的技术转让	105
学习目标	105
第一节 跨国公司技术转让概述	105
第二节 跨国公司技术转让的方式	111
第三节 跨国公司技术转让的定价和支付	115
第四节 跨国公司技术转让的相关策略	118
第五节 案例——美国惠普公司跨国经营中的技术转让	121
关键术语	123
复习思考题	123
第七章 跨国公司的战略联盟	124
学习目标	124
第一节 战略联盟概述	124
第二节 战略联盟的理论	128
第三节 战略联盟的目标和动因	130
第四节 案例——美国通用汽车公司的跨国战略联盟	133
关键术语	136
复习思考题	136

第八章 跨国公司的跨国并购	137
学习目标	137
第一节 跨国并购概述	137
第二节 跨国并购的特点	139
第三节 跨国并购的理论	156
第四节 案例——伊莱克斯电器公司创造的跨国并购之纪录	162
关键术语	166
复习思考题	166
第九章 发展中经济体的跨国公司	167
学习目标	167
第一节 发展中经济体跨国公司的发展历程	167
第二节 发展中经济体跨国公司的特点	171
第三节 发展中经济体跨国公司的发展趋势	174
第四节 案例——韩国三星集团的跨国之路	177
关键术语	180
复习思考题	180
第十章 中国的跨国公司及其投资经营	181
学习目标	181
第一节 中国跨国公司的发展历程	181
第二节 中国跨国公司对外直接投资的特点	184
第三节 中国跨国公司对外直接投资的动机和方式	190
第四节 中国跨国公司的发展趋势	197
第五节 案例——华为的研发扩张	198
关键术语	200
复习思考题	200
主要参考文献	201

第一章

跨国公司简介

学习目标

- ◆ 重点掌握跨国公司的定义、特征。
- ◆ 掌握跨国公司的分类、衡量指标。
- ◆ 了解跨国公司的形成、发展。

第一节 跨国公司的含义

第二次世界大战之后，世界范围内涌现出了一批从事跨国生产经营活动的企业实体（business entity），人们把它称为国际公司（international corporation）、国际企业（international business）、多国企业（multinational enterprise）、全球企业（global enterprise）和宇宙公司（cosmo-corporation）。直到1974年，联合国经济与社会理事会才开会做出决定，采用“跨国公司”这一名称，自此，“跨国公司”成为联合国关于从事国际生产经营活动的统一名称。

那么何谓跨国公司呢？1984年，联合国在《跨国公司行为守则草案》中对跨国公司做出了界定，即：包括两国或更多国家以上实体的国有、私有或混合所有制企业，不论这些实体的法律形式和活动领域如何，它们都在一个多决策中心体系下运营。在此决策体系下，各实体通过所有权或其他方式彼此紧密联系在一起，其中一个或多个实体得以对其他实体的活动产生重要影响，特别是与其他实体分享知识、资源和责任等（An enterprise whether of public, private or mixed ownership, comprising entities in two or more countries, regardless of the legal form and fields of activity of these entities, which operates under a system of decision-making centers, in which the entities are so linked, by ownership or otherwise, that one or more of them may be able to exercise a significant influence over the activities of others, and, in particular, to share knowledge, resources and responsibilities with others.）。

根据上述定义，一个企业是否是跨国公司需要具备如下条件：①必须包括在两个或多个国家经营的企业实体，不论这些实体的法律形式和活动领域如何；②在一

个决策体系下运行，具有协调政策和共同战略；③各实体通过所有权或其他方式结合在一起，并分享知识、资源和责任。

可见，该定义强调的是企业内部管理、战略实施的统一，但同时也突出了与外部建立联系时的控制问题。应该说，联合国的上述综合性定义确实比较合理地把有关的要素都包括进去了，既点明了跨国性及在跨国经营下的独有经营和管理特征，又强调了控制力，特别是其涉足的行业的广泛性，这也是该定义目前仍被人们普遍接受的原因所在。

除去联合国的定义之外，国内外许多学者和机构还从不同角度对跨国公司进行了界定，这里不一一列出。

第二节 跨国公司的类型

一、按跨国经营项目分类

按跨国经营项目可以划分为经营资源型、加工制造型和服务提供型。

1. 经营资源型

经营资源型跨国公司的生产经营活动，主要涉及种植业和矿产、石油采掘业等自然资源型的行业。寻求自然资源，是进行对外直接投资和跨国公司参与其他形式上游（勘探和采掘）活动的主要动机。跨国公司寻求资源有的是为了满足其下游冶炼或制造活动的自身需要，有的是为了直接在东道国、母国或国际市场上销售矿产品，还有的是为了保障母国对能源或其他矿物质的战略需要（由该国政府拟定的战略需要）。

跨国公司涉足采掘业的历史盛衰交错。20 世纪初，这些产业在我国直接投资中所占份额最大，这反映出殖民强国的公司进行国际扩张。第二次世界大战后，随着越来越多的前殖民地获得独立和石油输出组织的创建，这种类型跨国公司的支配地位衰落了，采掘业在全球外国直接投资中的份额也随之下降。从 20 世纪 70 年代中期开始，石油、天然气和金属采矿业在全世界外国直接投资中的份额不断下跌，因为其他部门的增长速度很快。然而，由于矿产品价格上升的原因，采矿业在全球外国直接投资中的份额近年来有所增长，尽管仍远远低于服务业和制造业。

世界上一些最大的跨国公司都活跃于采掘业，过去 10 年中在资源采掘方面新出现了一些跨国公司，发展中国家和经济转型国家也不逊色。跨国公司在采掘业进行投资的驱动力的决定因素因经营活动、产业和公司不同而有所不同。例如，亚洲国家有的跨国公司近期向海外扩张的一个主要驱动力就是满足战略需要。

2. 加工制造型

这类跨国公司的生产经营活动，主要涉及机械、运输设备和电器产品等加工制造行业。20 世纪 50 年代后，跨国公司多转向了制造业和服务业。

3. 服务提供型

这类跨国公司的生产经营活动,主要涉及技术、信息、贸易、广告、咨询、金融和运输等行业。目前,这一类型的跨国公司在日益增多。

二、按跨国经营结构分类

1. 横向型^①

这类跨国公司的母公司和子公司所从事的生产经营活动属于同一行业领域,内部很少有专业分工,但在公司内部转移技术、销售技能和商标专利等。服务提供型的跨国公司往往属于这种类型。世界上著名的横向型跨国公司有可口可乐、百事可乐、肯德基、麦当劳、雀巢等。

2. 垂直型

这类跨国公司的母公司和子公司各自生产经营不同的产品和业务,但其产品和业务具有关联性。母公司和子公司之间实行纵向一体化专业分工。纵向一体化有两种含义:一是指组织结构的现存状态,即指单个经营单位向某种产品的生产和经销各阶段的延伸程度;二是指行为或行动,即指企业通过纵向兼并或新建设施进入另一生产或经销阶段的行动,如石油的勘探、开采、提炼和加工,又如电子产品零部件的装配、测试、包装和运输等。

3. 混合型

这类跨国公司的母公司和子公司所生产或经营的产品和业务无关联性。混合型跨国公司是企业在世界范围内实行多样化经营的结果。这类跨国公司的特点是可以分散经营风险,增强公司规模扩大的潜力。日本三菱重工企业便属于这一类型的跨国公司。该公司2009年1月1日至2009年12月31日的销售情况是:海洋部门占8%,核能部门占23%,机械和钢结构部门占20%,宇宙部门占17%,车辆、机床等产业部门占29%,其他产业占3%。

三、按跨国经营范围分类

1. 工业型跨国公司

跨国公司形成的基础是对外直接投资,工业型跨国公司就是通过在海外工业领域中投资而形成的跨国经营企业。

2. 综合商社型跨国公司

综合商社是一个以贸易为主,多种经营,集贸易、金融、工业、运输、保险业务于一体的企业集团。它集商业资本、金融资本和产业资本于一身,具有交易职能、金融职能和情报职能。最早的综合商社产生于日本,是日本独特的政治、经济和文化的历史发展产物。

^① 本段改编自张素芳:《跨国公司与跨国经营》,6~7页,北京,经济管理出版社,2009。

第三节 跨国公司的特征

跨国公司作为从事国际化生产的企业组织，要对产品的生产、营销、资金筹措及资金投放等各种经济活动进行国际化的安排。西方企业跨国化的过程也就是垄断资本统治国际化的过程，它标志着剩余价值的生产和实现已经国际化了，反映了现代资本主义积累规律在国际范围内的作用大大加强。发展中国家和地区的跨国公司体现着民族资本主义的生产关系，它是民族资本发展外向型经济的必然结果，标志着民族资本已经壮大，进入了比较成熟的阶段。苏联在解体前，有两类跨国公司，一类设在“互经会”（CMEA）内；另一类则面向资本主义世界。前者是苏联统治集团在“互经会”内推行大国沙文主义，操纵会员国经济命脉的工具；后者则是借助高度集中的政治、经济权利在国际市场上牟利的组织。我国的跨国公司还处在初步发展时期，它是我国大企业沿着国际化、集团化道路发展的结果，它的内部关系在不同程度上体现着公有制的性质，但在国际环境中它必须按照资本主义的市场规则经营，因此它的企业行为体现了国家资本主义的性质。尽管有上述各种不同生产关系的体系，但作为一种现代化的国际企业组织形式，在经营活动方面，它大体上仍具有共同的特征。

一、全球化的战略目标

所谓全球化（globalization）战略，就是在世界范围内有效配置公司的一揽子资源，将公司的要素优势与国外的政治、关税、非关税壁垒和生产要素优势等投资环境的差异条件联系起来考虑，优势互补，使有限的要素资源发挥最大的效用，使公司的整体利益达到最大化。跨国公司的战略以整个世界市场为目标，总公司对整个公司的投资计划、生产安排、价格体系、市场分布、利润分配、研制方向以及重大的决策实行高度集中、统一的管理。跨国公司在作出经营决策时，所考虑的不是一时一地的局部得失，而是整个公司在全球的最大利益。总公司在评价子公司或分公司的业绩时，主要考虑其对总公司的贡献程度，而不一定是其自身盈利多少。关心的不仅是公司目前的经营状况，而且更关注公司未来的发展。也就是说，它所追求的是公司长期的、整体的利益。例如，跨国公司使用“交叉补贴”，即以甲产品或地区的盈利补贴乙产品或地区的亏损，以达到整体利益最大化。^①

跨国公司在实现全球化战略目标的过程中，必定要有资源（商品、劳务、资本、技术等）跨越国界的转移，因此，跨国公司在指导各个业务环节、协调国外分支机构的经济活动中，要有“全球思维（global thinking）”和“全球心态（global habit of mind）”。

^① 本段改编自王林生：《跨国经营理论与实务》，45～48页，北京，对外经贸大学出版社，2002。

二、一体化的生产经营体系

跨国公司实现其全球战略的关键在于实施“公司内部一体化（integration）”。这一原则要求实行高度的管理体制，即以母公司为中心，把遍布世界各地的分支机构和子公司统一为一个整体，把投资、科研、生产、销售和服务等经营活动进行一体化部署以达到管理成本更低、管理效率更高的目的。其中，跨国公司的生产经营体系实际上是企业内部分工在国际范围内的再现，母公司与国外的附属公司之间以及各附属公司之间的交易正是上述分工的表现形式，也必须通过这种内部交易，跨国公司才能作为一个国际化生产体系正常运转。因为跨国公司的经营不仅要涉及国内经营中必须要面临的环境因素，更为重要的是它还必须面临东道国环境因素的差异和国际环境因素的变化。特别在外部市场不完善的条件下，跨国公司更会鼓励其各分支机构之间的内部贸易。从商品贸易来看，由于内部交易成本低于外部交易成本，同时为了避税，跨国公司内部交易占国际贸易的比重越来越高。从技术转移来看，跨国公司转移到国外的技术主要流向其拥有多数或全部股权的国外子公司。借助于内部贸易，特别是良好的内部经营信息平台，跨国公司能够及时准确地了解其在全球范围的生产经营动向，加强全球化经营的计划性、预见性，同时也有利于跨国公司对其全球生产经营体系的有效控制。

三、国际化的经营业务

跨国公司运用其掌控的巨额资本实行国际化（internationalization）经营业务。资本的本性就是扩张，它要冲破在其扩张道路上的一切地理的、民族的障碍，进行其漫无止境的对外渗透。跨国公司对外扩张有两条途径：一是商品出口；二是海外投资和海外生产。为了扩大商品输出，它在国外建立销售公司，这种销售公司是最简单的所有权式投资，其作用有三：推销母公司和母国的产品；了解当地市场行情，收集所在国的经济和商业情报；扩大公司的影响，作为进一步向外投资的跳板。

这种销售机构的规模主要取决于母公司的规模、产品的类型、公司本身所处的发展阶段以及当地市场的消费需求。

随着竞争的加剧，向外输出商品为主的做法已经满足不了争夺世界市场的需要，跨国公司已越来越多地利用海外直接投资建立工业企业以代替直接的商品输出。海外直接生产与跨国公司从母国出口相比较，更符合跨国公司全球战略的需要和最大限度地扩大盈利的需要。跨国公司是当今全球经贸活动的主体，也是经济全球化趋势的主要推动者。全球出口贸易的1/3由跨国公司完成，另外1/3出口贸易的完成也与跨国公司的全球化生产经营紧密相关。跨国公司占据着全球跨国直接投资的90%、全球贸易总量的65%、全球技术交易总量的80%和全球高新技术交易总量的95%以上。跨国公司的产品在一个国家设计，产品的零部件在其他一些国家生产，然后再运到另一个国家组装。这时的产品是真正意义上的国际产品，它是

采用最先进的技术设计,利用最廉价的劳动力和原材料,由最熟练的工人生产的最好的产品。

四、多样化的经营活动

企业的多样化 (diversification) 经营活动分为三种类型:一是产品扩展多样化,指企业的业务扩展到与现有产品生产或需求有一定程度联系的产品领域;二是地域市场扩展多样化,指一处产品的销售扩展到不同地理区域的市场中;三是混合多样化,指企业的业务扩展到与现有产品的生产和需求不相关的产品领域。从营销学的角度说,为了适应不同层次、不同类型的市场需求,同一产品还需要进行“级差化”(differentiation),如不同的档次、款式等,这也就是将市场“细分化”(segmentation)。但是还需注意另一种趋势的存在,那就是许多国家消费的同步化。西方发达国家经济水平较接近,居民人均收入差别不大,生活方式相似,故一项新产品在甲国市场推出后,会很快诱致乙国、丙国的消费者购买,这就是所谓“示范效应”(demonstration effect)。同步化与级差化、多样化并不矛盾,而是相辅相成的,这也充分反映在跨国公司的经营活动中。例如,可口可乐、麦当劳、雀巢、宝洁等都采取了“全球产品—地方口味”(global product and local tastes)的营销战略,首先要使自己的产品具有“全球性”的形象,成为“世界产品”,故使用统一的商标及广告中某些统一的标志和形象,在这个前提下,推出系列化产品,实现多样化、级差化,以适应不同国家、不同类型消费者的需要。即使同一规格的商品,为了迎合当地口味,也可作某些调整。例如,肯德基炸鸡快餐为了适应日本人的口味,在菜单中取消了土豆泥,对凉拌卷心菜则少放糖。

这种多样化的经验是根据生产、销售过程的内在需要,将有关联的生产联系起来,进而向其他行业渗透,形成生产多种产品的综合体系。这种经营方式的好处是:①增强跨国公司总的经济潜力,防止过剩资本的形成,确保公司顺利发展,有利于全球战略目标的实现;②有利于资金合理流动和分配,提高生产要素和副产品的利用率;③便于分散风险,稳定企业经济效益;④可以充分利用生产余力,延长产品生命周期,增加利润;⑤能够节省共同费用,增加企业的机动性。

五、杠杆化的资本控制

跨国公司借助“参与制”,以少量自有资本(采用直接投资的方式)控制他人的巨额资本,即杠杆化经营。列宁曾经指出,为控制一个公司需占有40%的股份。而从如今的跨国公司所支配的外部资本和外部利润来看,为控制一个公司所需要占有的股份已经降到10%~25%。美国商务部研究报告证实,美国跨国公司国外分支机构的资产相当于其对外直接投资累计总额的5~6倍。跨国公司利用自己手中的金融资本,控制他人的巨额资本,把触角伸向世界市场的任何一个角落。

跨国公司作为控股公司,控制海外子公司并以这种方式建立控制的金字塔。为了对别的公司实行控制,就必须要有个不大的股票控制额,这样,该资本就能够

对超过自己许多倍的资本实行控制。公司完全不把少量股票持有者看作有权插手公司事务的业主，而是把他们看作有权得到一部分企业收入的人。甚至持有大宗股票的人，通常不仅不关心他们所持有股票公司的业务，而且甚至往往不知道它们究竟是些什么样的公司。这是股权分散过程的一种表现。占有股票可以和行使控制权联系在一起，但也不是必然的，因为控制权不是占有股票的结果，而是完成所有权职能的结果。大公司股权广为分散妨碍了股票持有者真正行使自己的权利。因为大量的股票持有者实际上既不能任免公司的经营者，也不能对经营者实行控制。在最大的公司中，股票持有者的人数高达 10 万，而在美国电话电报公司中则超过 100 万。绝大部分的股票持有者拥有的股份很少，他们实际上对公司生产资料所有权的支配和对这些生产资料生产出来的产品的支配，都丝毫没有影响。他们购买股票的目的与在银行和其他信贷机构储蓄的目的相似。

第四节 跨国公司的衡量指标

从概念可以看出，跨国公司具有国际化经营的本质特征，对如何衡量跨国公司国际化经营的程度一直是学术界关注的重要问题之一，最常使用的是以下几个指标。

一、跨国经营指数

跨国经营指数（transnationality index, TNI）是根据一家企业的国外资产比重、对外销售比重和国外雇员比重这几个参数所计算的算术平均值。

$$\text{跨国经营指数} = \left(\frac{\text{国外资产}}{\text{总资产}} + \frac{\text{国外销售额}}{\text{总销售额}} + \frac{\text{国外雇用人数}}{\text{雇员总数}} \right) / 3 \times 100\%$$

跨国经营指数反映的是跨国公司的国外经营规模与国内经营规模的相对大小。其中国外资产比重、国外销售比重和国外雇员比重共同构成该指数的三个要素，影响这三个要素的因素必然影响跨国经营指数。^① 这些影响因素包括：

（1）母国国内市场大小。对于国内市场较小的企业来讲，母国市场无法满足企业发展需要的市场规模和竞争条件，企业必将其中一部分生产经营活动移到国外；母国市场较大的，该国企业则不如母国市场较小国家企业那么急迫。

（2）产品生命周期。处于产品生命周期不同阶段的产品生产和销售存在差异，以致处于不同阶段的跨国经营指数有所不同。在产品生命周期第三阶段，技术已经成熟，生产已经标准化，跨国公司开始将产品生产和销售转移至母国之外的其他国家。

（3）政治环境。政治环境主要取决于母国政府和东道国政府双方对于跨国公司对外直接投资的态度，态度不同采取的政策亦不同，如果母国采取限制政策，那

^① 本段改编自杨大楷：《国际投资学》，90 页，上海，上海财经大学出版社，2003。

么跨国公司跨国经营指数自然就低；相反如果采取鼓励政策，该国跨国公司跨国经营指数自然就高。

(4) 国内外要素相对价格。当国内生产要素的价格较国外高时，跨国公司的生产经营活动便会向国外转移，这是 FDI 产生的一个直接原因。

二、网络分布指数

网络分布指数 (network distribution index) 是用以反映公司经营所涉及的东道国的数量。

$$\text{网络分布指数} = N/N^* \times 100\%$$

式中：N 为公司国外分支机构所在的国家数；N* 为公司有可能建立国外分支机构的国家数，即世界上有 FDI 输入的国家数，实际运算中，从已接受 FDI 输入存量的国家数目中减去 1（排除母国）即可得出 N*。

三、外向程度比率

外向程度比率 (outward significance ratio, OSR) 是用来反映一个行业或企业在海外与国内产量、资产、销售、雇员数其中之一的相对比率。

$$\text{OSR} = \frac{\text{一个行业或企业的海外产量}}{(\text{或资产、销售、雇员数})} \bigg/ \frac{\text{该行业或企业在其母国的产量}}{(\text{或资产、销售、雇员数})}$$

四、研究与开发支出的国内外比率

研究与开发支出的国内外比率 (R&DR) 是用来反映一个行业或企业投资于国外分支机构研究与开发费用占其国内外总研究与开发费用的相对比率。

$$\text{R\&DR} = \frac{\text{一个行业或企业的海外 R\&D 费用开支}}{\text{该行业或企业的国内外 R\&D 费用开支总额}}$$

以上指标反映了公司国际化经营的不同方面，其中前两项指标最常用，但它们不能完整和全面地说明公司国际化经营的“深度”。要了解国际化经营的“深度”，还需要其他指标的配合，如第四项指标 R&DR 就非常关键。研究表明，跨国公司规模与其经营的国际化程度呈现一定的负相关关系。

第五节 跨国公司的形成与发展

21 世纪是全球企业跨国经营的鼎盛时期，一切高水平、高层次、大规模的贸易与投资活动，均将以跨国公司为主题或载体进行。跨国公司作为企业国际化经营的产物，在世界经济的发展过程中已具有决定性的作用，其发展速度异常迅猛，因此有必要对跨国公司的形成与发展进行回顾、总结和展望。

一、早期的跨国公司

跨国公司不是普遍存在于任何社会之中，而是以社会化大生产和市场经济为特

征的社会的产物。跨国公司也不是突然出现的，而是在漫长、复杂的发展过程中逐渐形成的。新的企业组织——特权贸易公司的出现，意味着以往商人个人冒险事业的消亡和现代企业的诞生。

特权贸易公司是指 17、18 世纪重商主义时期，由英国皇室赐予特权，对海外殖民地贸易享有独占权利的公司。其中最有影响的特权贸易公司是英国东印度公司，东印度公司垄断了英国与中国及印度的贸易，并且对印度行使政府职能，它有权组建军队并行使司法权，并有税收权。除东印度公司外，当时著名的特权贸易公司在非洲有英国皇家非洲公司，在西北有英国的哈德逊湾公司，在荷兰有荷属东印度公司等。这些公司以经营贸易和航运业为主，并逐步扩大到银行、金融业，如 1864 年成立的汇丰银行等。它们的活动范围由一国到另一国，由沿海伸向内地，并在所在地扶植亲信（在中国称之为买办，在君士坦丁堡称之为向导，在西非沿海地区称之为试用中间人）。

特权贸易公司不利于各国民族经济的发展，因此遭到各国反对。1856 年英国正式颁布股份公司条例，随后大批股份公司纷纷出现，这标志着现代资本主义企业问世。1865 年，德国的弗雷德里克·贝尔化学公司在美国纽约州的奥尔班尼开设了一家制造苯胺的工厂；1866 年，瑞典的阿弗列·诺贝尔公司在德国的汉堡开办了一家炸药工厂；1867 年，美国的胜家（Singer）缝纫机公司在苏格兰的格拉斯哥建立了缝纫机装配厂。西方把这三家公司看成是对外直接投资的先驱。

19 世纪末到 20 世纪初的 13 年内，许多企业纷纷开始跨国经营，进行海外投资，设立海外制造厂及销售机构。这些公司的市场范围和生产地已从国内延伸至国外，开始实行国内工厂与国外工厂同时生产和同时销售，成为世界上第一批以对外直接投资为主要特征的跨国公司。今天活跃在世界经济舞台的知名企业和巨型跨国公司，有一半以上在那个时期就已经成了跨国公司，如美国的美孚石油公司、福特汽车公司、通用电气公司、西屋公司等，欧洲的西子子公司、巴斯夫（BASF）公司、雀巢公司、飞利浦公司、英荷壳牌（Shell）公司等。

当时，跨国公司对外直接投资的流向主要是经济落后的国家和地区。例如，在 1914 年的对外直接投资累计总额中，投向发展中国家的占 62.8%，其中，英国和欧洲其他国家主要投向各自的殖民地和附属国，对外直接投资的行业分布主要集中在铁路、公用事业、矿山、石油业和农业，这一时期制造业所占比重还较低。

二、两次世界大战期间的跨国公司

第一次世界大战的爆发使许多企业跨国经营进程处于停滞状态，大公司因战争几乎停止了对外投资。第一次世界大战后至第二次世界大战爆发，由于各国医治战争创伤及第一次世界大战后 1920—1921 年、1929—1933 年和 1937—1938 年的三次世界性经济危机等因素的影响，出现了世界性的金融秩序混乱，对外投资数额徘徊不前，增长缓慢。从整体来看，全球对外投资总额增幅不大，间接投资停滞不前，但对外直接投资绝对额却增加了两倍，而且在对外投资中所占比重有较大提高。比

如 1913 年,美国对外直接投资额仅为 35 亿美元,居于英国、法国和德国之后;1938 年,美国对外直接投资额上升为 120 亿美元,居第二位,仅次于英国(如表 1—1 所示)。同时,对外直接投资的范围扩大,对制造业投资比重有较大提高,尤其是美国的变化更为明显。美国 1914 年对外直接投资以矿业居首位,1940 年即以制造业为首位。

表 1—1

主要资本主义国家两次世界大战期间对外投资额

单位:亿美元

国 别	1913 年	1938 年
英国	180	230
法国	90	40
德国	58	10
美国	35	120
其他国家合计	77	130
总计	440	530

资料来源 [苏] 伊诺泽姆采夫等:《现代垄断资本主义政治经济学》,下册,杨庆发译校,102 页,上海,上海译文出版公司,1978。

随着各国企业实力的增长,在一些实力接近的部门如铝制品、电气设备、化学和重型机械等,纷纷建立国际卡特尔以维护相互的利益。其内容也从单纯限制产量和价格发展到分割世界市场和投资场所等方面。而在各国企业发展不平衡的工业部门,国际卡特尔则很少出现。如在汽车工业,通用和福特这两家美国企业拥有很强的技术和市场销售方面的优势,在此期间,这两家公司迅速扩大了在欧洲的直接投资。

三、第二次世界大战后到 20 世纪 70 年代的跨国公司

第二次世界大战以后,跨国公司经历了空前发展的新时期。这一时期,由于第三次科技革命的发生和国际分工的进一步深化,跨国公司的发展呈现出一些新的特点。^①

1. 跨国公司数量增多,规模不断扩大

据联合国跨国公司中心的资料,主要发达国家的跨国公司 1969 年有 7 276 家,到 1978 年已达到 10 727 家。自 20 世纪 60 年代开始,发达国家跨国公司子公司的数目快速增长,从 1969 年的 2.73 万家增加到 1980 年的 9.8 万家。1972 年,年销售额 10 亿美元以上的制造业(含石油业)跨国公司有 211 家,1976 年此种规模的工矿业跨国公司已达 422 家。同时,在一些资本密集型和技术密集型的工业中,整个世界的生产集中在几家或十几家巨型跨国公司手中,如 1980 年农机工业世界销售总额的 80% 以上集中在 11 家跨国公司手中。在 10 家最大的计算机跨国公司总

^① 本段改编自毕红毅:《跨国公司经营理论与实务》,10~13 页,北京,经济科学出版社,2006。