

《中国制造业企业国际化战略》 编委会

主 编 郭重庆 刘人怀

编 委	陈晓田	钱清泉	何继善	刘大响
	饶芳权	王众托	王礼恒	刘源张
	李京文	汪应洛	陆佑楣	张寿荣
	陈清泉	王方华	李从东	薛求知
	谢 康	赵海峰		

图书在版编目 (CIP) 数据

中国制造业企业国际化战略：第五届中国青年科技企业家管理论坛文集 / 郭重庆，刘人怀主编. —广州：暨南大学出版社，2005.9
ISBN 7 - 81079 - 612 - 7

I. 中... II. ①郭...②刘... III. 制造工业—工业企业—国际化—
经济发展战略—中国—文集 IV. F426.4 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 095767 号

出版发行：暨南大学出版社

地 址：中国广州暨南大学
电 话：总编室 (8620) 85221601 85226581
营销部 (8620) 85227972 85220602 (邮购)
传 真：(8620) 85221583 (办公室) 85223774 (营销部)
邮 编：510630
网 址：<http://www.jnupress.com> <http://press.jnu.edu.cn>

排 版：暨南大学出版社照排中心
印 刷：

开 本：787mm × 1092mm 1/18
印 张：25.5
字 数：471 千
版 次：2005 年 9 月第 1 版
印 次：2005 年 9 月第 1 次

定 价：66.00 元

(暨大版图书如有印装质量问题，请与出版社营销部联系调换)

目 录

序 言	郭重庆 (1)
长江三角洲地区制造业企业国际化现状调查	上海交通大学管理学院 (1)
珠江三角洲地区制造业企业国际化战略实证研究	暨南大学管理学院 (53)
中国企业海外并购的动因和模式分析 ——基于 29 个并购案例	薛求知 (85)
培养工程管理人才, 助力中国制造业国际化发展	俞 冰 李 昭 (109)
珠三角制造业企业国际化经营影响因素分析	胡 军 张 伟 刘 蔚 黎正忠 (117)
The Different Managerial Efficiency and Effect : A Pilot Study in Suzhou District of How the China's Mainland Man- agers and the Non-mainland Managers Play the Management Roles Based on the Competing Values Framework	Shang Huping , Li Jingping , Du Xiaoyan , Fang Ling (130)
制造业国际化的信息支持平台及相关案例研究	李从东 吴伟强 (148)
中国对外直接投资主体、区位、行业和市场进入方式的战略选择	陈浪南 谢绵陞 (166)
中国企业跨国并购中的无形资源协同效应分析 ——以 TCL 集团跨国并购为例	刘文纲 (185)
我国钢铁企业的全球技术协同研究	郭新有 邢宗辉 (198)
国际化背景下我国制造业技能人才发展战略研究	罗永泰 (204)

国际化背景下发展我国高附加值现代制造业的研究	梁 强 (215)
全球制造条件下的制造成本分析	唐 娟 郭新有 (223)
从跨国并购和多元化看中国制造企业的国际化	杨 鹏 (231)
基于企业资源关系的母子公司特征分析	杨建华 (236)
论品牌差异化与广东工业企业国际化经营	余凤翥 (245)
我国制造业中小企业创新能力与竞争力研究	马 宁 (254)
研发全球化是经济全球化的新趋势	张彦仲 (263)
利用 ERP 系统, 实现制造企业国际化经营中的组织管理模式趋同	王惠芬 (271)
全球化经营的中国制造业企业如何应对反倾销	
——以广东家具制造业为例	罗 磊 何亦名 (279)
对促进我国制造业国际化的产业政策选择的思考	
——从对外直接投资的角度来考察	朱卫平 杨亚平 (304)
由格兰仕和 TCL 透视珠江三角洲家电企业的国际化经营	徐咏梅 杨建功 (319)
中国制造业现状与国际化对策初探	程伟团 (331)
产品构造、文化禀赋与制造业的产业内国际分工	
——对国际分工理论的一种扩展	张 捷 刘凤翔 (338)
中国纺织制衣业国际化经营战略与竞争策略	龚唯平 (353)
汇率升值与制造业集群的转移	
——国际上的经验及其对中国的启示	陈雪梅 (368)
制造业企业国际化过程中的法律风险分析	符启林 刘亚莉 (388)

序 言

中国正处在一个前所未有的重要战略机遇期，一个大规模的经济和社会发展的高潮正在形成。就像世界银行《2020 年的中国》所描述的那样：“今后 20 多年，将是中国产生激烈变化的时期。如果经济按政府的预测年均增长为 6% ~ 7% 的话，其经济规模在这段时期内将扩大 7 倍。中国将可能在仅用 1/4 世纪的时间内完成像拉丁美洲这样一个地区用了 65 年、经济合作与发展组织国家（OECD）用了 80 年才完成的经济转型。到 2020 年，中国可能是世界第二大进口国和出口国；其居民购买力可能会超过整个欧洲；在世界金融市场上，作为资本的提供者和使用者，中国可以和大多数工业国家竞争。”美好的蓝图和良好的态势更需要我们保持清醒的头脑，从战略的高度总揽全局，抓住各种发展机遇，充分发挥自身的优势，走出一条具有中国特色的可持续发展之路。

制造业在中国经济和社会发展乃至整个人类文明发展过程中起着举足轻重的作用。可以说，没有制造业的发展就没有全人类的现代物质文明，没有制造能力的民族是没有竞争力的民族。在“知识经济”风靡全球时，日本作家牧野升出版过一本著作《制造业是永远》，引起了广泛的争议。不管争议如何，人类文明必须建立在丰富的物质基础之上，而丰富的物质基础不会从天而降，必须靠人类勤劳的双手去创造。正如宋健院士在《中国制造》一书的序言中所说的，如果生产、消费和生活都可以虚幻化，那么人类社会可以逐渐脱离人间烟火而升华至丹书符篆了……不管科学技术取得多么大的成就，也不论我们的理想多么远大和高尚，人都是血肉之躯，只能遵守生物学规律，永远不可能摆脱生物的本性：摄食、消化、吸收、代谢、排泄、感觉、运动、生产和繁衍后代等一系列生命活动。中国是一个拥有 13 亿人口的大国，占世界人口的 1/5。对于这样的一个大国而言，不发展制造业是无法想象的。更何况，中国是一个尚处于发展中的国家，还远远没有完成工业化的进程。中国的制造业虽然也取得了长足的进步和显著的成效，并为中国经济的快速发展作出了重大贡献，但与发达国家相比还有相当大的差距。我国制造业的规模虽已名列世界第 4 位，但总体规模仅相当于美国的 1/4、日本的 1/2 强；制造业的人均劳动生产率我国仅为美国的 1/25、日本的 1/26、德国的 1/20。因

此，中国不仅要发展制造业，而且要大力发展。事实上，即使在工业化国家，他们也有约 1/4 的人口从事制造业，大约 70% ~ 80% 的物质财富来自制造业。

中国发展制造业既有来自内部的压力，又有来自外部的挑战。西方国家在发展制造业进而实现工业化的过程中，走过了一条以高消耗、高污染为代价的经济增长之路，虽然实现了工业化和现代化，却被证明是不可持续的。罗马俱乐部的著名报告《增长的极限》深刻地揭示了这一点，并引发了人们对可持续发展的呼唤和关注。中国是一个资源严重不足的国家，人口密度约是世界平均水平的 3 倍，而可耕地、水资源和森林面积分别只有世界人均水平的 50%、24% 和 14%；能源矿产资源也严重短缺，超过一半的石油要靠进口；支持工业化的 45 种主要矿产品中有 25 种短缺。中国的环境状况也不容乐观：土地资源大规模退化，水土流失和酸雨现象严重；自然灾害频繁，自 20 世纪 90 年代以来自然灾害造成的直接经济损失约占 GDP 的 3% ~ 5%；城市空气质量远低于国际标准，中国一些大城市的大气悬浮物和二氧化硫浓度已超过世界卫生组织及中国国家标准的 2 ~ 5 倍，中国已成为世界第二大二氧化碳排放国。所有这些表明，中国发展制造业绝对不可以重蹈西方国家的覆辙，国内的资源和环境状况也不可能承载西方式的发展。再从外部看，全球化正在席卷整个世界，不管你喜欢不喜欢，赞成不赞成，它事实上已成为一种不可抵挡的潮流。全球化对我国制造业发展的影响将是全面而深刻的，既有机遇又有挑战，关键是要看如何去面对它。就像李光耀先生所言：“全球化的竞争将促使中国国内的企业提高效率和生产力，但同时也使过时的工厂遭到毁灭，导致失业和各种社会问题。然而，结果却会使中国脱颖而出，成为 21 世纪全球货物、服务、资金、人才及思想等交流的最主要竞争者。”

面对国内的资源环境状况和全球化的挑战，中国制造业正在积极谋求国际化经营之路，并已取得初步成效。根据联合国贸发会议 2003 年公布的数据，1980—2002 年间，中国共吸收外商直接投资 4 480 亿美元，占全球直接投资总额的 6.3%；2003 年突破 600 亿美元，首次成为全球吸引外资第一的国家。其中，制造业实际利用外商直接投资额约占全部外商投资额的 70%。制造业且是中国对外贸易的主体，20 世纪 90 年代以来制造业出口占全国外贸出口的比率一直维持在 80% 以上，2004 年更高达 91.2%。另外，中国对外直接投资也有长足的进展，制造业无疑也是其中的主力。据商务部和国家统计局发布的《2003 年度中国对外直接投资统计公报》显示，累计对外直接投资净额为 332 亿美元，但是我们同时也应该注意到，中国制造业的国际化之路还很漫长，还有许多战略性的问题亟待加以认真探讨。比如，民族工业与全球制造业的关系、自主创新与技术引进的关系、发展高技术产业还是比较优势

产业、如何面对资源和环境的制约以及如何更大力度地“走出去”等问题。

本届中国青年科技企业家管理论坛（深圳）的主题“中国制造业企业国际化战略”就是基于这样的考虑而确立的。本届论坛由中国工程院和深圳市政府主办，国家自然科学基金委员会资助，中国工程院工程管理学部、国家自然科学基金委员会管理科学部、教育部科技委员会管理科学部承办，深圳中国工程院院士活动基地、中国工程院广州院士咨询中心、暨南大学管理学院和上海交通大学管理学院协办。其中，暨南大学为本次论坛的成功组织做了大量的工作。国家自然科学基金委员会管理科学部资助的研究成果《长江三角洲地区制造业企业国际化现状调查》和《珠江三角洲地区制造业企业国际化战略研究》将作为论坛的主题报告。在此基础上，论坛还向社会各界广泛征集了研究论文，并汇集成本文集公开出版。相信本文集的出版将会为推动我国制造业的国际化经营，促进我国制造业企业更好地融入全球化的浪潮之中，为提升我国制造业企业的国际竞争力提供有益的借鉴。

郭重庆

2005年8月10日

长江三角洲地区制造业企业 国际化现状调查

上海交通大学管理学院

“长江三角洲地区制造业企业国际化现状调查”课题组

摘 要：世界经济发展的趋势表明，制造业是一个国家经济发展的基石，也是增强国家竞争力的基础。在工业化国家，约有 1/4 的人口从事制造业，70% ~ 80% 的物质财富来自于制造业。在 20 世纪，制造业曾给美国、日本和欧洲带来了巨大的经济发展和市场繁荣。目前，我国正处在工业化的中期阶段，制造业仍然是国民经济的主体和支柱。无论是从制造业占国民生产总值和财政收入的比重，还是从扩大就业、保持社会稳定的角度来看，我们都可以肯定地说，至少在 21 世纪的前 50 年制造业仍然是我国国民经济增长的主要动力。

中国制造业是近年来发展较快、吸引外资较多的产业门类。根据联合国贸发会议 2003 年公布的数字显示，1980—2002 年期间，全球直接投资总额达 7.1 万亿美元，中国共吸收 4 480 亿美元；2002 年度引进外资突破 500 亿美元；2003 年度突破 600 亿美元，首次成为全球引资第一的国家。制造业还是中国对外贸易的主体，自 20 世纪 90 年代以来，制造业的出口一直维持在 80% 以上，占中国外汇收入的 75%。2004 年，我国制造业出口占全国外贸出口比率更是高达 91.2%，吸纳外商实际直接投资额约占全部外商投资额中的 70%。中国制造业正在越来越深刻、越来越广泛地融入国际分工体系之中，中国市场也发展成为国际市场的重要组成部分。

虽然我国制造业近 20 年来进步显著，取得了重大发展，但是，应该看到，我国制造业与世界主要制造业强国仍有差距。从制造业规模来看，我国制造业虽然目前名列世界第 4 位，但总体规模仅相当于美国的 1/5，日本的 1/4 强；制造业的人均劳动生产率远远落后于欧美发达国家以及日本，仅为美国的 1/25、日本的 1/26、德国的 1/20；我国制造业的增加值总额仅为欧盟的 1/5、美国的 1/5 强、日本的 1/3；在制造业技术发展水平方面差距更大。

2000 年 3 月，江泽民主席在人大会议上提出实施“走出去”战略，为我国制造业的进一步发展指明了前进的方向。而我国加入 WTO 以后，制造业面

临全方位的开放态势，企业即使是在“家门口”也面临着激烈的国际竞争，这一现状使制造业“走出去”战略的实施显得尤为迫切。

长三角是我国经济发展最快的地区，是我国制造业发展水平较高的地区之一，同时也是我国制造业与国际接轨、参与国际分工较多的地区之一。现阶段，长三角制造业面临着如何进行产业升级、更好地创造价值的问题。本报告将立足于长三角地区的制造业发展现状，从国家、区域以及产业三个角度，全方位地对长三角制造业国际化问题进行深入的理论和实证研究。研究主要回答以下问题：作为国际化进程中的后兴国家，国外制造业企业的国际化经验能够给我们以怎样的启示？我国的制造业国际化之路和发达国家有何不同？长三角地区的制造业发展有何特色？作为我国制造业发展水平最高的地区之一，长三角地区制造业应选择怎样的国际化道路以提升其在全球市场中的竞争力？

关键词：制造业 企业国际化 外向路径 潜在竞争力

一、前言

（一）研究的目的与意义

随着经济全球化的深入发展，作为工业发展和经济增长基础的制造业，也进入全球化的结构调整时期，各国制造业企业都在积极参与国际分工，纷纷在加强国内经营的同时关注海外经营。中国是世界上制造业发展速度最快的国家之一，据统计，自1985年以来，中国制造业增加值年均增长13%（UNIDIO，2003）。2002年，中国制造业增加值完成3万亿元人民币，仅次于美国、日本、德国列世界第四位，占全球5%，而在全世界当年新增制造品出口总额中占29%。此外，中国的贸易伙伴也几乎遍布世界所有国家和地区。1980年超过1亿美元的国家及地区仅为29个，到2001年已经跃升为86个（姜培峰等，2003）。可见，中国制造业在国际市场上发挥着不可替代的作用，中国制造业企业的国际化经营也取得了令世人瞩目的成就。但是，应该看到，中国制造业企业在实施国际化经营过程中还存在着诸多问题，如国际化经营模式单一、发展不均衡、政策配套体系有待完善等，这些问题严重制约着我国制造业企业国际竞争力的持续提升。

受中国工程院和国家自然科学基金委员会的委托，上海交通大学管理学院承担了“长江三角洲地区制造业企业国际化现状调查”的研究课题。

本课题试图通过对长江三角洲地区制造业企业的国际化现状进行实证考

察,对企业国际化战略选择和模式进行分析,对影响制造业企业国际化经营的因素进行研究,寻求其中的关键因素。并对长江三角洲制造业企业国际化战略及其与相关要素的关系进行分析,最后基于实证研究结果,提出提升长江三角洲地区制造业企业的国际化决策效果、改善国际化绩效的对策及建议。

(二) 概念的界定

1. 长江三角洲地区

从狭义看,长江三角洲地区包括上海、江苏以及浙江三省市的 16 个城市在内的江浙沪一带的广阔区域(参见表 1)。

表 1 长江三角洲地区构成

省(直辖市)	城市	备注
上海	上海	
江苏	南京、扬州、镇江、南通、泰州、苏州、无锡、常州	
浙江	杭州、嘉兴、湖州、宁波、绍兴、舟山、台州	

从广义看,长江三角洲经济圈包括了江浙沪三个省级行政区,从自然地理的整体性上看,甚至可以包括安徽、江西和福建的局部地区。

本项目研究范围将以上述 16 个城市为中心的长三角地区为主要背景,涵盖江苏省和浙江省的若干个其他城市,对该区域制造业企业国际化现状进行调查。

2. 国际化与制造业

企业国际化经营,是企业以国际市场为导向,国际性地利用生产要素,积极参与国际分工和国际竞争的过程(王增涛,2003)。它是以获取国际经营利益为主的经营方式,同时也是有意识地以国际市场信息和国际市场需求为决策依据的经营行为。其最终的发展方向是不以某一国家或地区的市场为主,而是旨在建立整体优化的全球经营系统。

制造业企业的国际化包括内向路径与外向路径两个方面。内向路径是指通过引进外国企业的产品、资本、技术和人才等要素逐步实现企业的国际化,使企业成为全球供应链中的组成部分;外向路径是指通过中国企业的优势要素走向国际市场,主动把市场由国内向国际延伸,通过知识和经验的学习与累积,实现企业的国际化(周尚志,2003)。就国际化方式看,也有人把企业国际化分为国际贸易、对外经济与技术合作和海外直接投资(FDI)三种方式(孙志毅等,2004)。

本项目中的“国际化”将着重研究外向路径,即制造业企业通过优势要素(如产品、技术、投资等)走向国际市场,研究不包括内向路径。

二、国际化相关理论

从国际间的经济活动出现开始，大量的专家学者从不同的视角对国际化经营做了很多深入而又富有成效的研究。研究的层面从宏观到中、微观，从国家到企业；研究的领域涉及跨国经营的动机、跨国经营的条件以及跨国经营策略选择等。由于跨国经营活动始于欧美发达国家，所以有关发达国家企业国际化的理论研究一直占据着国际化理论研究的主流位置。随着时间的推移、社会的进步，以及经济活动的飞速发展，发展中国家的企业跨国经营活动大量出现，运用传统的国际化理论已经不足以解释这一现象，实践走在了理论的前面。因而，对发展中国家国际化理论的研究也引起了学者们的广泛关注。

（一）贸易及投资理论中有关国际化方面的研究

1. 宏观层面的国际化理论

宏观层面的国际化理论包括新古典主义和马克思主义学说、国际产品生命周期论、边际产业扩张论等，各种理论的主要观点及其局限性可见表2。

表2 宏观层面的国际化理论

	主要观点	主要局限
新古典主义和马克思主义学说	立足于国家层面，主要解释了发达国家向欠发达国家投资的动机和原因：发达国家由于资本充裕、劳动力成本高，从而导致向欠发达国家的投资，以追求更高的利润率	不能圆满地解释经济发展阶段和要素禀赋相似的工业化国家之间不断增长的国际生产；仅用“过剩资本”的存在不足以说明跨国公司从事海外直接投资的必要前提和物质基础
国际产品生命周期模型（Vernon）	立足于国家层面，较好地解释了美国战后对外投资的动机和区位选择，按照产品发展历程——开发期、成熟期、衰退期，跨国经营逐步从发达国家向相近的工业化国家，最后向发展中国家转移	仅仅考察了美国企业的情况，不能解释欧洲、日本海外投资的情形；仅涉及对进口替代型投资的研究

(续上表)

	主要观点	主要局限
边际产业扩张论 (小岛清)	从产业层面,解释了日本海外投资的区位选择:一国应从已经或即将处于比较劣势的产业——边际产业,开始向外转移;提出了国际直接投资的两种类型:进口替代型(美国式)和出口导向型(日本式)	按照比较优势的原则从事国际分工和国际生产,容易使发展中国家深陷“比较优势”的陷阱

2. 微观层面的国际化理论

微观层面研究的国际化理论包括:海默(Hymer, 1960)提出的垄断优势理论,英国里丁大学学者巴克莱和卡森(Peter & Casson, 1976)提出的内部化理论,以及邓宁(Dunning, 1981)提出的国际生产折中理论。这些理论从企业层面解释了跨国公司海外投资的条件、动机和决定因素。尤其邓宁汲取各家之长提出的国际生产折中理论,更是成为微观主流优势的代表。该理论认为,企业要想进行国际直接投资,就必须同时具备所有权优势、内部化优势和区位优势。

(二) 从技术角度出发的发展中国家国际化理论

20世纪80年代以来,发展中国家的对外直接投资有了很大发展,原有的理论无法给出令人满意的答案,于是相继出现了许多研究发展中国家国际直接投资的理论,其中以威尔斯(Wells, 1986)的小规模技术论和拉奥(Lall, 1983)的技术地方化理论为代表。

(1) 小规模技术论。威尔斯认为,不仅大规模生产中的现代化技术是企业的竞争优势,而且适合小规模生产的技术同样可能在竞争中占有优势。原因在于:发展中国家的制成品市场规模小、需求量有限,小规模市场中的发展中国家的企业技术具有劳动密集、成本较低、灵活性高等特点,与大企业相比反而具有相对优势。

(2) 技术地方化理论。拉奥的技术地方化理论提出,发展中国家企业在引进技术后又进行了适当的改造、消化和创新,经过创新后的技术在小规模生产条件下创造出更高的经济效益,更加符合发展中国家市场的要素结构及价格、消费品位和购买能力、产品质量和品质要求,因而比发达国家的产品更具竞争优势。

(三) 比较优势及竞争优势理论:国际化

1. 比较优势理论与“比较优势陷阱”

基于要素禀赋的比较优势理论(Ricardo等, 1817)认为,发展中国家缺

少资本和技术，但有自然资源和劳动力资源丰富便宜的优势。发达国家则具有资本和技术方面的优势。因此，比较优势的贸易格局一般表现为：发达国家进口劳动密集型或自然资源型产品，出口资本或技术密集型产品。发展中国家则进口资本或技术密集型产品而出口自然资源型或劳动密集型产品。

比较优势理论反映了经济学的逻辑，它论证了在自由贸易条件下如何充分发挥市场价格机制的作用以实现稀缺资源在国际范围内的最优配置。因而长期以来，比较优势理论指导着发达国家和发展中国家的国际化选择。但是完全按照比较优势选择相符合的产业和技术结构，或是仅仅满足于这些要素，将会使得发展中国家陷入“比较优势的陷阱”，国家经济难以得到持续、健康的发展。

2. 竞争优势理论与国际竞争

20 世纪 80 年代以来，哈佛大学商学院教授迈克尔·波特提出了著名的竞争优势理论。该理论认为，一国兴衰的根本原因在于能否在国际市场中取得竞争优势。竞争优势形成的关键在于能否使主导产业具有优势，优势产业的建立有赖于提高生产效率，提高生产效率的源泉在于企业是否具有创新机制和充分的创新能力。波特还提出了企业获取竞争优势的三种战略，竞争优势理论分别从国家、产业及企业三个层面论述了竞争优势的培育和竞争战略的运用技巧，对于各国国际化战略的选择和国际竞争优势的获取具有重大的指导意义。

（四）国际化理论研究的新进展

1. 国际分工理论的新发展

传统的国际分工理论以国家之间不同的资源禀赋为基础，主要研究产业间的国际分工，认为各国应根据各自的资源特点，选择有优势的产业参与国际分工和贸易。但是随着新技术革命，特别是信息技术和交通运输技术的发展，以及经济全球化的蔓延，国际化交易费用大幅降低，国际分工呈现出许多新的特点和趋势：传统的垂直型分工正向混合型分工转变，呈现出产业间分工、产业内分工与产品内分工并存的多层次的崭新格局；在新型国际分工的格局下，传统的国际间产业转移正相应地演进为产业链条、产品工序的分解与全球化配置；在新型国际分工的格局下，一个国家或地区国际分工地位的提升将主要表现为产业链条或产品工序所处地位及增值能力的提升。

2. 全球价值链理论

价值链（Porter, 1985；1990）是指从产品的设计到生产、销售直至最终消费使用的过程中所有创造价值的活动范围。全球价值链是将视角延伸到全球经济一体化的框架中，讨论产品在全球范围内的价值创造过程。一般来说，

发达国家（创新中心和设计中心）处于价值链的高端，可以获得大部分的附加值，而中国等发展中国家（制造中心）则处于价值链的中、低端，只能获得少量的附加值。大部分附加值流入发达国家以后，形成强大的购买力，进而成为其国内经济增长的持久推动力，从而形成良性循环。而包括中国在内的发展中国家由于获得的附加值甚少，不利于其国内需求的稳定增长，使其国内经济状况进一步恶化，从而陷入恶性循环。

3. 集群竞争理论

20 世纪 70 年代以后，产业集群的研究已经成为地区或国家竞争力研究以及区域经济研究非常重要的前沿课题。著名战略管理专家迈克尔·波特指出，在当今经济全球化的背景下，各国竞争优势形态都是以产业集群的面貌出现的，当代国际经济的竞争实质上就是产业集群的竞争。产业集群是区域国际竞争优势的源泉。产业集群在加强专业化、降低成本以及创新等方面的独特优势已经成为其参与国际竞争并占据重要地位的重要保障。

（五）不同国家制造业国际化经验比较

西方发达国家的企业很早就开始实施国际化战略，至于国际化战略的模式，则由于各国的经济发展水平和企业所处的发展时期不同，企业的内部因素和面临的外部环境不同而有所不同。正因为这些因素共同作用从而影响着企业进军海外市场所应采取的国际化模式。

1. 美国制造业国际化经验研究——高利润为目标

二战后，一方面欧洲需要美国的经济援助；另一方面美国本土支持战争的缘故，美国企业获得了迅速发展，新技术层出不穷，大企业规模急剧膨胀，资金积累增多，逐步具备了开拓国际市场的能力。在这种历史背景下，首先是国内企业面临着日益饱和的国内市场和自己不断扩张的生产规模，迫切需要打开国际市场实现跨国经营，为此，许多企业开始制定自己的国际化战略。其次，美国政府作为企业发展的强大后盾，采取了一系列措施支持其跨国公司的对外扩张，从而成为推动战后美国跨国公司迅速发展的重要动力。另外，整个国际经济环境在这一时期也发生了巨大变化。金融全球化的不断发展，使各国金融市场有机地联系在一起，金融市场连续 24 小时运营，大大便利了美国跨国公司在全球范围内管理其公司体系的筹资和资金配置。

美国跨国企业成长战略的次序是：A 对先进国家销售产品，输入原料或零件；B 到先进国家生产，从母国或第三国输入原料或零件，而对地主国、第三国及母国销售产品；C 对发展中国家销售产品，输入原料或零件；D 到发展中国家生产，从母国或第三国输入原料或零件，而对地主国、第三国、母国销售产品。

美国跨国企业经营的基本态度是：①确保知识密集型的产品技术独占；②技术不输出、不供给，而确保以技术合作方式获得管理控制权；③以技术独占为背景对世界市场采取垄断支配；④依靠地主国政府对产业化实施的进行程度而转换生产地，以及为了各生产地的产品标准程度的差异，形成生产特别化；⑤以世界市场为对象统一调配控制。可以看出，美国企业跨国经营，高度强调技术的独占性、转移产品的后期性以及由先进国向发展中国家逐步转移的秩序性。

2. 日韩制造业国际化经验研究——资源和市场导向

日本自然资源匮乏，国内市场狭小，因此，庞大的国民经济如果离开了企业国际化的支撑是难以实现和完成的。日本的“国际化”正逢世界范围内科学技术的高度发展，以及由此而产生的信息时代到来，这一特定的历史条件为日本提供了机遇。与此同时，国际社会的相互依存关系也有显著的增强，打破了国界的“经济圈”相继形成。

日本跨国企业成长战略与美国有较大差异。根据日本关西大学江厦健一教授的看法，日本企业采取不同于美国的战略（参见前文）。其特征是：其一，扩大世界市场为主的经营战略。美国的跨国企业以高利润为主要目标，所以采取 ADCB 战略；日本跨国企业以占有世界市场为主要目标，所以采用 ADCB 战略。其二，在先进国市场，日本企业采取高品质产品竞争 A。日本企业在美国跨国企业成长战略的 A 期的外销过程中，获得间接技术转移和 B 期中获得直接技术转移，将从美国企业获得的技术积极消化、改良、创新，制造出比美国导入技术更优秀的产品，而在先进国市场以商品质量和美国竞争。其三，早于美国进入发展中国家生产，以大量生产的廉价产品占领发展中国家市场。当美国跨国企业成长战略进入 C 时期，从先进国生产到发展中国家销售时，日本企业充分考虑发展中国家消费程度，直接到发展中国家生产廉价产品，在发展中国家市场和美国企业产品进行价格竞争，击败美国，打开发展中国家市场。其四，由于日本企业技术属于后进技术，所以其利用第三国拓展国际市场 C，以避免关税和配额的限制。其五，产品均在成长期开始转移，这与美国企业在产品成长后期才开始转移有明显的不同。由此可见，日本跨国企业战略理念的着眼点在市场，有了广大国际市场的支持，日本企业就有能力开发出更新更高的技术，使它能在跨国投资中有巨大的吸引力和主动权。

韩国企业同日本企业相比较，韩国企业具有相似的历史背景。但是韩国国内市场更为狭小，大约是日本国内市场的 1/3，美国的 1/38，只在国内发展就想获得高成长是不可能的。由于韩国的海外投资起步较日本晚，因而外

部条件发生了很大变化，国际化历程显得更为艰难。韩国对外投资的地区主要集中在北美和亚洲，占到其投资总额的 80% 以上，同时向其他地区也有一些扩张。不同的市场，韩国企业的投资动机也不相同。在欧美市场以开拓市场为主，其比例占 29.3%，海外子公司的主要目标是适应当地集团化经济和确保新产品市场。另外，为了实现企业发展战略和获取先进技术的跨国经营占 28.7%，为避免进口限制的占 18.2%，比重也较大。而在亚洲等发展中国家和地区的海外经营，其主要动机是获取成本效益，降低劳动密集型产业在国内生产的成本；其次是扩大海外销售市场；再次是利用比较优势，把国内已落后的技术和设备输往相对落后地区，利用当地的条件进行生产。

3. 印度制造业国际化经验研究——渠道导向

印度企业海外投资的目标非常明确：开辟新市场，扩大生产规模；获取新的技术和专门知识；获取品牌和国外的销售网，而更为传统的目标还包括绕过某个国家的关税壁垒等。

与中国相比，印度无疑具有英语语言的优势，但更重要的是印度企业家的“国际化”特性，一家规模很小的企业可能都会从全球视角去思考问题。私营企业是海外投资“主力”，印度进行海外投资的企业主要以私有企业（包括已上市的，但控股权仍在企业家个人手中的公众公司）为主，这是因为在印度经济中，家族企业至今仍占据着统治地位，其规模占印度企业总数的 70% 以上，总产值超过了印度 GDP 的 40%。此外，与中国民营企业相比，印度私人企业获得银行贷款相对而言更容易，从而方便了它们实现海外扩张。国际性收购成为其主要增长策略。

印度企业的海外投资，从 20 世纪 90 年代开始进入快速增长阶段。从 1991 年的 0.6 亿美元增加到 2003 年的 51 亿美元，而自 2003 年起，印度各行各业的海外收购开始出现前所未有的增长，特别是在汽车零部件、制药、运输和电信等行业。参与并购的印度企业往往都是行业内排名前三位的企业，这表明他们已取得了走出国内市场的经济和经营实力。从印度目前海外投资的行业分布来看，有 55% 的投资分布于制造业领域（中国贸易型和资源型投资占海外直接投资的 60%）。这与国际上工业类企业在跨国公司中所处的主体地位和巨大规模基本一致。

更为重要的是，印度企业拥有大量的国际化人才储备，包括具有长期海外工作经验、熟知国际商业惯例的管理型人才，而他们正是企业拓展海外市场的灵魂人物。在印度国内经济难以吸收那么多高学历人才的年代里，印度大批最优秀的专业人才都流向海外，他们中有很多都已成为跨国企业的高层管理人员，还有一些在美国自己创办了公司。这些印度的海外精英凭借对

国际市场以及印度国内情况的了解，为印度企业走向海外创造了机会。可以说，他们是推动印度软件企业走向国际市场的最初力量，也是引导企业走向海外的桥梁。

通过以上的国别分析，我们可以比较不同国家制造业国际化的特点，基本情况如表 3 所示：

表 3 不同国家制造业国际化特点比较

	经济发展水平	国际化动因	海外经营的顺序	海外经营特点
美国	发达的大国经济	生产能力、资本过剩，高利润为目标	从先进国家向发展中国家逐步转移	强调技术独占性、在产品成长后期开始转移
日韩	后兴的小国经济	资源和市场导向	边际产业扩张，不同国家采取不同战略进入	后兴技术、产品均在成长期开始转移，海外经营以中小企业为主体
印度	发展中大国经济	渠道导向，获取技术、品牌及销售网络	主要集中于周边的发展中国家，少量的投资于发达国家	国际化人才储备丰富，以家族企业为海外经营主体

以上对不同国家制造业国际化发展历程的分析，为我国制造业国际化发展提供了很多有益的经验和指导：

(1) 先发国无论是在资金上，还是技术上都具有绝对的领先优势，而后兴国家通常在各方面都处于劣势，因而制造业国际化对于后者而言，更多的是一个获取或提升自身竞争优势的过程。

(2) “小国经济”由于自身市场和资源的局限，通常将国际化战略置于影响国家经济存亡的重要位置。而“大国经济”则由于国内市场的广阔，通常缺乏国际化经营的动力，尤其对于像印度、中国这样的发展中大国来说，有限的资金和资源导致了国际化选择的复杂性和多层次性。

(3) 不同经济发展水平的国家，国际化经营的动机、区位以及策略选择都将有所不同。而在国际化的道路上，时机的选择也至关重要，恰当的时机选择将会大大有助于国际化的发展。

(4) 不论哪个国家，在制造业国际化的进程中，政府的推动作用都不可忽视。

(六) 对于国际化理论研究的评价

自 20 世纪 50 年代以来，西方学者以发达国家企业国际化经营活动为研