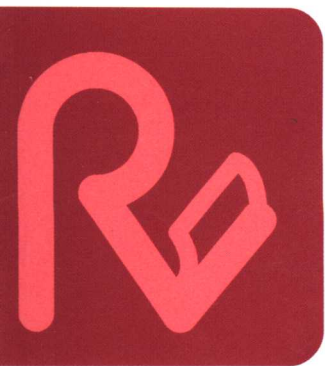


高 职 高 专
国 际 贸 易 专 业
系 列 教 材



跨国公司已成为当代世界四大市场上的主要供应商和收购商。跨国公司的国际化经营是世界经济全球化的主要推进因素之一。其国际化经营的基本特征是以投资为导向。通过国际化生产和跨国化经营的模式，改变了传统的国内生产和对外交换的模式。

跨国公司 国际化经营

Internationalized Operation of TNCs

林 康 编著



对外经济贸易大学出版社

高职高专国际贸易专业系列教材

跨国公司 国际化经营

林 康 编著

对外经济贸易大学出版社

(京) 新登字 182 号

图书在版编目 (CIP) 数据

跨国公司国际化经营/林康编著. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2006
高职高专国际贸易专业系列教材
ISBN 7-81078-777-2

I. 跨... II. 林... III. 跨国公司 - 企业管理 - 高等学校: 技术学校 - 教材 IV. F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 137770 号

© 2006 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

跨国公司国际化经营

林 康 编著

责任编辑: 王 婕

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010 - 64492338

发行部电话: 010 - 64492342

网址: <http://www.uibep.com>

E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装

新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 170mm × 228mm

17.75 印张 326 千字

2006 年 11 月北京第 1 版

2006 年 11 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-777-2

印数: 0 001 - 5 000 册

定价: 29.00 元

出版说明

教材是体现教学内容和教学要求的知识载体,是进行教学的基本工具,是提高教学质量的重要保证。对外经济贸易大学出版社根据教育部有关教育事业“十一五”规划的发展要求,积极贯彻适应教学改革和课程建设发展的方针,面向大力推动我国职业教育培养实用高技能专门人才的实际需要,特邀请对外经济贸易大学具有多年丰富教学和实战经验的骨干教师,经过两年多的精心策划准备,隆重推出了本套“高职高专国际贸易专业系列教材”。

本套教材共17本,涵盖国际贸易专业高职高专教学所有必修课程,具体包括:《国际贸易》、《国际贸易实务》、《国际运输货物保险》、《国际金融》、《国际结算》、《国际贸易单证》、《国际货物运输》、《海关实务》、《外贸函电》、《中国对外贸易》、《中国主要贸易伙伴的经贸制度》、《国际商法》、《跨国公司国际化经营》、《国际投资》、《国际市场营销》、《国际商务谈判》和《世界贸易组织概论》。其中,《国际贸易》、《国际金融》、《海关实务》、《国际市场营销》、《国际商务谈判》5本书已经入选“普通高等教育‘十一五’国家级规划教材”。

本套教材的开发自始至终坚持“实现知识、技能和素质的融会贯通”这一指导思想。整套书的编写遵循各学科专业的发展规律和教学特色,努力向广大读者和教师呈现一套融高品质、系统性、实用性于一体的专业课程教材。为强化知识的掌握,本套书每章后均配有“问题与思考”、“案例分析”等实战板块,同时若干教材还设有“深度阅读推荐”栏目以满足读者深入学习的需要。针对职业教育特色,本套教材内容凝练,篇幅适中,适合教学进度的安排。

我们希望本套教材的推出能为国际贸易专业广大师生带来有益的帮助。如果您在使用过程中发现任何问题或有任何改进意见,欢迎您及时同各位作者或我社联系,帮助我们进一步完善本套教材的后续开发,在此我们深表感谢。

对外经济贸易大学出版社

前 言

跨国公司已成为当代世界四大市场（资本市场、商品市场、技术市场和服务市场）上的主要供应商和收购商。跨国公司的国际化经营是世界经济全球化的主要推进因素之一。其国际化经营的基本特征是以投资为导向，通过国际化生产和跨国化经营的模式，改变了传统的国内生产和对外交换的模式。国际化经营表现为：跨国公司股权多国化，相互持股，你中有我，我中有你。将其专业化生产和销售网络分布于世界各地，分工制造零部件，定点加工装配，定向销售产品，以世界市场和消费者作为其角逐的目标。正如 IBM 首席执行官萨姆·帕米萨诺在 2006 年 5 ~ 6 月《外交》杂志中所写：IBM 是一个新的组织形式，即“全球整合企业”（the globally integrated enterprise），IBM 在全球范围内整合生产和经营，并向消费者提供价值和服务。这种新的技术和商业模式使企业将各种职能和业务分别对待，企业能够把他们进行分解，判断自身需要在哪些方面做得最好，哪些方面适合交给合作方去做，然后再以新的方式重新组合在一起。这种新的国际商业模式不是简单地剥离非核心业务，也不是劳动力套利（即把工作转移到工资较低的区域）。

全球化是一个利益分配的博弈过程。中国利用了经济全球化中的有利因素，化解了全球化中的风险，使经济呈现出“五高”，即经济高增长、高出口、高进口、高储蓄和高投资的增长势态。目前，中国将近 30% 的石油、45% 的铁矿石以及 10 类有色金属中的 40% 需要进口。中国作为世界上最大原材料进口国，客观上具备确立世界原材料期货市场定价中心的条件。然而，国际原材料定价权始终在伦敦和纽约。因此，只要中国资本市场欠发达的状况不改善，中国面临原材料危机的状况就难以摆脱。

中国改革开放，经历了“请进来”和“接轨”两个阶段之后，中国开始“走出去”了。“走出去”从战略上讲，要跨越被动接受国际环境的阶段，积极主动地造就一个有利于国家利益的国际环境，开拓在国际社会中的影响力。从经济上讲，要促进企业经营和资金运作的国际化，追求企业自身内部的发展和提升自身外部的国际地位。利用贸易顺差和外汇储备日益增加的优势，大力鼓励有条件的国内企业走出去，采用跨国并购、参股、控股、战略联盟和建立创新企业等方式，取得国际市场上原材料生产和市场的主导权，真正成为一个

2 跨国公司国际化经营 ▶▶▶

有影响力的国家。

中国企业通过“走出去”，要努力组建中国式的新型跨国公司。一个国家如果没有世界级的跨国公司，将很难在国际竞争中站住脚，越来越被动直至挨打。中国的大企业集团应努力争取入围全球 500 强。全球 500 强企业是一种荣誉，更是一种经济实力。它不但是企业的荣誉和实力，更是国家的荣誉和实力。在中国企业出海远航的同时，还要坚持技术创新，创造世界级的名牌产品。没有强大的本国工业，没有自己的拳头产品，这个国家是没有前途的。中国要成为世界经济贸易强国，既要有中国特色的跨国公司，又要有国际名牌产品，两者缺一不可。这关系到民族的尊严，体现着民族的素质，象征着国家的实力。

《跨国公司国际化经营》一书重点介绍跨国公司的宏观经营环境，跨国公司的经营战略，国际投资策略、国际营销策略、国际化企业内部交易，国际技术转让和国际技术贸易，政府对跨国公司的政策调控以及中国企业跨国经营之路等内容。本书注重理论联系实际，深入浅出，扩大视野，提高分析问题和解决问题的能力。本书还安插了国内外大型企业在国际化经营中的成功与失败的案例，每章都列有学习目标，并配有问题与思考题，以加深读者对知识点的了解和掌握。

在本书的编写过程中，乔荣贞教授、大雄教授、林在志律师等对本书提出了众多宝贵意见。殷强、唐璽、陆峥嵘、安幻颖、乔颂、史春茹等同志参与了部分编写工作。在此向支持本书写作和出版的同志表示感谢。

作者多年从事跨国公司的教学和研究工作，出版多本有关跨国公司的著作和论文。本书适用于从事国际经济贸易的工作人员以及高职高专国际经济贸易、世界经济专业的师生学习和研究。由于作者水平有限，纰缪挂漏，在所难免，敬请读者予以指正。

编 者

2006 年 10 月于北京

目 录

CONTENTS

第一章 国际化经营企业的典范——跨国公司 / 1

第一节 跨国公司的定义、性质和特征 / 1

第二节 国际化企业的形成与发展 / 8

第三节 跨国公司的组织形式 / 12

问题与思考 / 22

案例分析 / 24

第二章 现代企业国际化经营的宏观环境 / 27

第一节 世界经济全球化与企业跨国化 / 27

第二节 跨国公司在国际化经营中的地位和作用 / 38

第三节 跨国公司在世界市场上的竞争优势 / 43

问题与思考 / 50

案例分析 / 51

第三章 企业国际化竞争的战略与策略 / 54

第一节 跨国公司的全球战略 / 54

第二节 企业的所有权策略 / 64

第三节 企业的国际战略联盟 / 67

第四节 国际化经营的产品策略 / 72

第五节 国际化经营的市场策略 / 76

问题与思考 / 80

案例分析 / 82

第四章 企业国际化经营中的国际资本流动 / 84

第一节 国外直接投资 / 84

第二节 国外直接投资的基本类型 / 93

第三节 国际合资经营企业 / 103

目 录

CONTENTS

第四节 国外证券投资 / 112

问题与思考 / 117

案例分析 / 119

第五章 国际投资的选择与决策 / 122

第一节 投资环境的分析与决策 / 122

第二节 国外投资项目可行性研究 / 127

第三节 国外投资环境的评估方法 / 131

第四节 国外投资保证与保险制度 / 135

问题与思考 / 141

案例分析 / 142

第六章 跨国公司的内部贸易与转移价格 / 145

第一节 跨国公司的内部贸易 / 145

第二节 跨国公司转移价格 / 149

第三节 跨国公司转移价格的经济利益 / 152

第四节 各国政府对跨国公司转移价格的管理 / 156

问题与思考 / 158

案例分析 / 159

第七章 国际技术转让与国际技术贸易 / 162

第一节 跨国公司国际技术转让 / 162

第二节 跨国公司国际技术贸易 / 167

第三节 跨国公司国际技术贸易的价格与支付 / 175

第四节 跨国公司国际技术贸易的签约与履约 / 179

问题与思考 / 184

案例分析 / 186

CONTENTS

目 录

第八章 企业国际化经营的营销策略 / 188

- 第一节 跨国公司的营销策略 / 188
- 第二节 跨国公司营销的价格策略 / 194
- 第三节 跨国公司营销的促销决策 / 200
- 第四节 跨国公司的营销调研 / 203
- 问题与思考 / 212
- 案例分析 / 214

第九章 国际化企业的政策管理 / 218

- 第一节 政府对国际化企业的政策调控 / 218
- 第二节 东道国政府对国际化企业的政策调控 / 223
- 第三节 母国政府对国际化企业的政策调控 / 230
- 第四节 国际社会对国际化企业的政策调控 / 233
- 问题与思考 / 240
- 案例分析 / 241

第十章 中国企业“走出去”战略 / 245

- 第一节 中国企业走出国门之路 / 245
- 第二节 建设有中国特色的跨国公司 / 252
- 第三节 中国国际化企业的经营与管理 / 257
- 问题与思考 / 264
- 案例分析 / 265

参考答案 / 268

主要参考文献 / 272

第一章

国际化经营企业的典范 ——跨国公司

学习目标

掌握跨国公司对全球生产国际化和资本国际化的推动作用，跨国公司在国际竞争中的优势。熟悉跨国公司的法律形式和组织结构。了解跨国公司在国际贸易中的垄断地位和竞争优势。

第一节 跨国公司的定义、 性质和特征

一、跨国公司的名称

第二次世界大战后，有人把从事跨国生产经营活动的企业实体（Business Entity），称为多国企业（Multinational Enterprises）、国际公司（International Corporations）、国际企业（International Business）、全球企业（Global Enterprises）和宇宙公司（Cosmo-corporations），亦有人称之为跨国公司（Transnational Corporations，简称TNCs）。联合国经济及社会理事会（简称经社理事会）于20世纪70年代初召开会议，会上较全面地讨论了跨国公司的定义及各种准则。一些代表在辩论中赞成使用“跨国公司”的概念，其理由是：在拉丁美洲国家中，“多国公司”是指那些在安第斯条约组织赞助下，由该组织成员共同创办和经营的公司；

而那些主要以一国为基地从事跨国生产经营活动的公司,应称“跨国公司”。经社理事会同意这些代表的意见,并于1974年作出决定,采用“跨国公司”这一名称,并设立一个政府间的跨国公司委员会和跨国公司中心,作为永久性的机构。自此,“跨国公司”取代了“多国公司”,成为联合国统一名称。

跨国公司与国际公司的概念既有相同点,又有不同点。跨国公司强调其国际性和多国性。国际性(Internationality)是指在国与国之间开展业务活动;多国性(Multinationality)是指在许多不同的国家开展业务活动。而国际公司仅仅具有国际性这一个特征。

国际经贸业务主要包括商品转移、知识产权转让和资本投资等。通常,国际贸易公司从事商品的进出口贸易;国际技术咨询公司从事知识产权转让;跨国公司通过对外直接投资,在东道国进行产品制造和销售活动,能最有效地使资金、商品、劳务、技术、信息和人力实现全球一体化的效果(Global Integration Effect)。^①

“多国企业”这一名称通常为西方学者所使用。指的是该企业在许多国家从事经营活动。“国际公司”常使用于企业界,它与“多国公司”、“跨国公司”等名称,是可以通用的,有的人将国际公司特指母公司的国际部或地区部(International or Regional Division)。“国际企业”一词流行于我国的港澳台地区。“全球公司”、“世界公司”和“宇宙公司”,常常是通用的,它们都以全球竞争环境为出发点制定企业经营战略,企业的业务面向全球,实施全球取向(Global Orientation)。

二、跨国公司的定义

跨国公司的称谓多种多样,1974年后,联合国将之统称为跨国公司,但关于跨国公司的定义,仍然是见仁见智、众说纷纭。各国对跨国公司的定义有不同的标准和尺度,大体上可以概括为三种标准下的定义。

(一) 结构标准 (Structural Criteria)

凡采用“企业的跨国程度”、“企业的所有权”、“高级经理人员的国籍”和“企业的组织形式”等作为划分跨国经营的标准与尺度的,都属于结构性标准。

1. 企业的跨国程度

一个企业必须在两个以上的国家进行制造和销售业务才能算跨国公司。

2. 企业的所有权

一般认为,跨国公司应当由众多国家的国民拥有所有权。经济合作与发展组织认为,跨国公司“通常包括所有权属于私人的、国有的、公私合营的公司或

^① [美] 刘易斯·威尔斯. 第三世界跨国公司. 上海: 上海翻译公司, 1996: 128.

其他的实体”。

3. 企业高级经理人员的国籍

跨国公司企业的高级经理人员必须是来自一国以上的国民。合资经营的企业其所有权和控制权自然会分散到不同国籍人士手里。

4. 企业的组织形式

跨国企业的组织形式以全球性地区和全球性产品为基础。其实体的法律形式,可以是合资、有限、无限、合作社、公私合营等。在制造业中,海外企业最流行的形式是在当地组建子公司。

(二) 营业实绩标准 (Performance Characteristics Criteria)

跨国公司营业实绩标准是指公司的国外活动在整个公司业务活动中,其资产额、销售额、生产值(产品和劳务)、盈利额和雇员人数应占若干百分比以上才算“多国”。较多人主张25%以上为衡量标准。但是,按动态数列分析,某些公司可能在某一特定的时点上合格,但在另一时点则不合格。

在规模标准限定上,一般将营业额超过1亿美元的称之为跨国公司,例如美国弗农(Raymond Vernon)教授认为:“……销售额低于1亿美元的这类公司不值得引起注意。”^①联合国贸发会1993年称营业额在10亿美元以上的为跨国公司,即“10亿美元俱乐部”(Billion Dollar Club)。^②2003年美国通用电器公司市值已达2942.2亿美元。但值得注意的是,根据《财富》杂志的统计数据,不同时期的公司营业额差别很大。

(三) 行为标准 (Behavioural Characteristics Criteria)

此标准是指凡是跨国公司都应有全球战略目标和动机,公司按照全球目标公平处置世界各地所出现的机遇与挑战。公司经营活动由一国走向多国,直至定位于全球化目标,一般需要经历以下三个阶段。

1. “民族中心”(Ethnocentric)

公司业务活动以母国为中心进行决策,优先考虑母国企业的利益,按母国的处事方法开展经营。

2. “多元中心”(Polycentric)

公司所有决策,既考虑母国的利益,也兼顾众多国外子公司的要求,其好处是充分利用当地资源和环境优势。

^① 联合国跨国公司中心:《跨国公司在世界发展事业的作用》,1989:46。

^② UNCTAD. small and medium-sized TNC: role, impact and policy implications. New York: United Nations Publication, 1993: 1.

3. “全球中心” (Geocentric)

公司所有决策, 出自于“全球思维” (Global Thinking)、“全球心态” (A Global Habit of Mind), 以全球利益为目标, 母国企业和国外企业相互配合、相互依存、协作经营。公司只有进入“全球中心”, 才称得上真正的跨国公司。

跨国公司以盈利为最终目标, 若能既获得盈利, 又增加社会福利, 公司会乐于采取一举两得的决策。但是, 实际上这两项目标往往相互矛盾, 相互抵触。通常, 在鱼和熊掌二者不可兼得的情况下, 公司的抉择, 必将是在舍社会福利之目标, 而取自身盈利之目标。

在 1978 年联合国秘书处准备的一份研究报告中, 跨国公司一词被定义为: “凡是在两个或两个以上国家里控制有工厂、矿山、销售机构等类似财产的所有企业。”另外, 亚太经济合作组织的知名人士小组把跨国公司定义为: “在国外拥有和控制生产或服务机构的企业, 它们不一定是股份公司或私人企业, 它们也可能是合作企业或国有企业。”

……
相关链接

1986 年联合国《跨国公司行为守则》(United Nations Code of Conduct on Transnational Corporations) 对跨国公司的定义是:

“本守则中使用的跨国公司一词系指在两国或更多国家之间组成的公营、私营或混合所有制的企业实体, 不论此等实体的法律形式和活动领域如何, 该企业在—个决策体系下运营, 通过一个或一个以上的决策中心使企业内部协调一致的政策和共同的战略得以实现; 该企业中各个实体通过所有权或其他方式结合在一起, 从而其中的一个或多个实体得以对其他实体的活动施行有效的影晌, 特别是与别的实体分享知识、资源和责任。”

经过十几年热烈争论, 世界各国就跨国公司定义的三个基本要素取得了一致的意见, 它们是:

其一, 跨国公司是指一个工商企业, 组成这个企业的实体在两个或两个以上的国家经营业务, 而不论其采取何种法律形式经营, 也不论其在哪—经济部门

经营；

其二，这种企业有一个中央决策体系，因而具有共同的政策，该政策反映企业的全球战略目标；

其三，这种企业的各个实体分享资源、信息并分担责任。但目前各国尚未就企业的动机、规模和所有权等问题取得一致意见。

此外，1980年以来，邓宁（John Harry Dunning）、巴克列（Peter J. Buckley）、卡索恩（Mark C. Casson）等西方专家教授提出一种新的看法：一国际公司未必一定通过拥有海外股份而成为跨国公司，通过租赁和管理合同形式，同样可以成为跨国公司。因此，在他们看来，某些形式的纯对外贸易（租赁、特许、管理合同）劳务公司，虽然没有传统定义所要求的海外股份或控制权，仍可以列为跨国公司。

三、跨国公司的性质与特征

（一）跨国公司的性质

西方跨国公司就其性质而论，是资本主义私有制的垄断企业，为了争夺国外市场、掠夺海外资源、攫取高额垄断利润，通过对外直接投资和在世界各地设立分支机构而形成的一个从国内到国外、从生产到销售无所不包的超国家的特殊的企业经营体系。在不同类型的国家，跨国公司的性质也有所差异。具体来说有如下几种：

（1）西方跨国公司是资本在国际规模上的集中和积聚的产物，也是垄断资本国际化和跨国化过程的产物。

（2）发展中国家和地区的企业走上国际化的道路，形成和发展了自己的跨国企业。这类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，反映了发展中国家的民族资本已经国际化且成为国际分工中的一股重要力量。

（3）在我国，跨国公司是在实行对外开放和外贸体制改革的过程中发展起来的。随着我国经济体制改革的深化，已经形成了许多具有一定实力的跨国集团企业。这些企业采用“请进来”或“走出去”的方式，沿着国际化、集团化和实业化道路发展。我国跨国公司具有公有制的性质，在世界市场上按照资本主义市场经济体制进行运作，体现了国家资本主义的性质。

（二）跨国公司的特征

跨国公司不同于单国公司之处首先是跨国性。跨国公司以母国为基地，将其实体分布于不同的国家或地区，在多国从事投资活动，由一国的某一大型企业为

其控制、管理和指挥中心。跨国公司经营的主要特征有以下几种。

1. 跨国公司实行全球性战略和集中性管理

首先,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、研制方向等重大的决策,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润。公司最高决策机构是董事会,它对整个公司各个实体拥有高度集中的管理权。

其次,公司内部有极强的相互联系性。跨国公司内部各实体之间具有密切的联系性,子公司根据母公司的全球战略制定各自的经营计划及措施,而母公司与子公司、子公司与子公司之间,采用合同、协议等形式相互联系起来,从而使公司内部的各个实体能与其他实体分享资源和分担责任。公司在海外设立的大量子公司受控于母公司,在分工协作的基础上,公司内部各单位的业务融为一体,相辅相成。

2. 跨国公司利用直接投资争夺世界市场

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、文化的障碍,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的投资,其作用有三:

- (1) 推销母公司和母国的产品;
- (2) 了解当地市场行情,收集所在国的经济和商业情报;
- (3) 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。与跨国公司从母国出口相比较,海外直接生产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。

3. 跨国公司以少量的自有资本控制他人的巨额资本

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来控制他人的巨额资本。列宁曾经指出,为控制一个公司需要占有40%的股份。而如今的跨国公司所支配的外部资本和外部利润表明,为控制一个公司所需要占有的股份已降到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。要对别的公司实行控制，就必须有一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是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，通常也不关心他们所持有股票公司的业务，有时甚至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。占有股票可以同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。在大公司中，股票持有者的人数常常高达 10 万，如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。

4. 跨国公司拥有先进技术，以确保其保持竞争优势

科技的发展及其实际应用，导致企业技术的进步和组织机构的合理化。企业推广新技术，首先是用机器设备替代活劳动，然后逐步发展到用更完善的机器设备替代原有的机器设备。

跨国公司在世界市场上，若要保持优势，或从一种优势转向另一种优势，就必须在研究与开发新技术、新工艺、新产品中始终保持领先地位，否则，它将在激烈的国际竞争中败北。因此，跨国公司对外投资以开发新技术为其经营的主要武器，并且影响所在国有关的产业部门；反过来，科学技术的发展加强了国际分工和协作，促进了跨国公司的发展。

跨国公司欲保持技术优势，须仰赖巨额的研究开发投资及特有的技术战略。研究开发投资是新技术产生的摇篮。跨国公司把研究与开发视为明天的产品，投资研究开发就等于投资于未来，投资于市场竞争力。通常研究与开发费用占公司销售总额的 5% ~ 10%。同时，跨国公司始终牢牢控制新技术部门的生产和销售。据统计，最大的 866 家跨国公司其国外总产值中 60% 集中在先进技术部门（其中石油部门为 37%，化学和制药部门为 12%，电子和电器产品部门为 7%），22% 集中在中等技术水平部门（其中汽车业为 9%），而简单的技术部门仅占 18%（其中食品加工业为 9%）。

5. 巨型跨国公司向综合型多种经营发展

跨国公司废弃单一产品生产,实行多种产品生产的生产结构。综合型多种经营,是指母公司内部、母公司和子公司各自生产不同种类的产品,甚至经营彼此毫不相干的不同行业。20世纪70年代以来,综合型多种经营的跨国公司迅猛发展,其业务经营范围,形象地说,就是“从方便面到导弹”,几乎无所不包。

这种综合型多种经营,其特点是根据生产、销售过程内在的需要,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。综合型多种经营的好处是:

- (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与分配,提高生产要素和副产品的利用率;
- (3) 便于分散风险,稳定企业经济收益;
- (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。

跨国公司多种经营的发展,表明一种新的竞争形式——结构竞争的出现,即通过控制多部门的生产结构,争夺销售市场,从而使其成为多目标生产经营综合体。

6. 多数跨国公司朝着突出主业、剥离非主业方向发展

跨国公司突出主业,是要努力开发公司“核心业务”。目前很多跨国公司推行“开发主业,剥离非主业”的经营理念。

核心主业是指公司所经营的业务中占据主导地位的业务,也就是公司的强项。通常衡量公司核心主业的标准有:(1)公司核心业务销售额占企业总销售额的30%以上;(2)该项业务占同行业的市场份额(Market Shares)不低于25%;(3)在同行业中的排名为前几名。

总之,跨国公司从全球利益目标出发,把“世界市场战略”、“产品多样化战略”和“技术转让战略”有机地结合起来,力图获得最大的经济利益。这就是它的主要特征。

第二节 国际化企业的形成与发展

跨国公司是资本主义进入垄断时期的产物,跨国公司的形成与资本输出密切相关,对外直接投资是跨国公司产生和发展的前提,但仅有对外直接投资,不一