

高等院校经济学管理学系列教材
GAODENG YUANXIAO JINGJIXUE GUANLIXUE XILIE JIAOCAI

跨国经营 与管理

KUAGUO JINGYING YU GUANLI

朱晋伟 ⊙主 编
汤卫君 徐海俊 ⊙副主编



跨国经营 与管理

KUAGUO JINGYING YU GUANLI

朱晋伟 〇主 编

汤卫君 徐海俊 〇副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

跨国经营与管理/朱晋伟主编;汤卫君,徐海俊副主编. —北京:北京大学出版社,2011.9

(高等院校经济学管理学系列教材)

ISBN 978 - 7 - 301 - 19244 - 3

I. ①跨… II. ①朱… ②汤… ③徐… III. ①跨国公司 - 跨国经营 - 高等学校 - 教材 ②跨国公司 - 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(2011)第 140912 号

书 名: 跨国经营与管理

著作责任者: 朱晋伟 主编 汤卫君 徐海俊 副主编

责任编辑: 黄 蔚 王业龙

标准书号: ISBN 978 - 7 - 301 - 19244 - 3/F · 2823

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路 205 号 100871

网 址: <http://www.pup.cn> 电子邮箱: law@pup.pku.edu.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62752027

出版部 62754962

印 刷 者: 河北滦县鑫华书刊印刷厂

经 销 者: 新华书店

730 毫米 × 980 毫米 16 开本 20.5 印张 390 千字

2011 年 9 月第 1 版 2011 年 9 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010 - 62752024 电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

进入 21 世纪以来,随着技术的飞跃、跨文化交流的增多,以及国家间投资壁垒的降低,国与国之间的经济交流空前频繁,对外直接投资活动日趋活跃,跨国经营活动从广度和深度上超过了历史上任何一个时期。经营管理者只有树立全球化竞争与合作的理念,了解各国政治经济的差异,把握跨文化交流的技能,掌握跨国经营的基本原理和方法,才能迎接前所未有的机遇和挑战。

中国自改革开放以来,从打开国门、吸引外资,到放眼世界、实施“走出去”战略,跨国经营已经从遥不可及的概念变为企业日常事务。从“三资”企业的运营中,人们感受到了不同文化、不同管理模式对中国传统企业管理方式的冲击,我们既体验到优秀跨国公司长盛不衰的经营之道,也目睹一些世界知名品牌在中国败走麦城。随着改革开放政策的深入,中国综合国力的增强,企业国际竞争力的提高,越来越多的中国企业跨出国门,在海外进行直接投资,涌现出一批具有全球视野和远见卓识的企业家,跨国经营成为中国企业发展的一个主题词。

古丝绸之路,为实现国与国之间的物物交换,人们要跋山涉水、战胜戈壁风沙。现代的陆海空交通,实现了人、设备、产品等短时间内跨国流动;通过视频会议,分布在全球各地的不同肤色的分公司员工可以喝着咖啡交流沟通。“地球是平的”,一些企业把研发中心放在美国、设计中心放在欧洲、制造中心放在中国、服务中心放在印度,实施跨国经营战略。可以说现代经营管理从领域和范围上超越了历史上任何一个时期。

在全球竞争环境下,越来越多的人开始从事跨国经营及其相关联的活动,所有的企业,包括所有经营业务都在国内的企业,都会受国际市场和来自海外的跨国经营企业的影响,经营者迫切需要了解跨国经营的概念、原理、原则、方法和规律。为此,近年来越来越多的大学、企业和机构开始开设跨国经营的相关课程。本教材是在多年执教的基础上,参考了国内外相关教材和资料,根据跨国经营活动的新特点编写而成。

本教材旨在培养学生国际化的视野,增强跨文化理解能力,掌握跨国经营的基本知识,重点介绍跨国经营的理论、知识、思路和方法,使读者掌握跨国经营的一般规律。适合作为大专院校企业管理、国际商务或其他相关专业的本科生、研究生教材,同时,也适合于理论研究者、经济管理工作者和企业经营管理实务人员。

本教材有以下几个特色：

1. 理论的权威性。结合跨国经营发展的最新动态和国内外的相关经典理论,从跨国经营的基本理论、战略战术、职能管理等方面,介绍基本概念、判断和框架模型,力求准确把握理论实质。

2. 案例的新颖性。每章节附有引导案例和章后案例,案例以反映 21 世纪知识经济和全球化背景新特点的案例为主,所选案例具有代表性(国内外知名企业)、新颖性(多数为近两年发生的)和启发性(便于思考讨论),利于学生分析跨国经营的相关问题。

3. 内容的聚焦性。本教材突出跨国经营所特有的管理问题,紧紧围绕“跨国”二字展开。突破了把跨国经营视为“跨国公司的经营”的概念范畴,把一般企业的跨国经营问题融入教材当中。同时,采用了国际国内权威部门发布的最新统计资料和信息,以使读者把握全球跨国经营的最新动态。

4. 教学的便利性。制作与教材相匹配的课件,便于教师讲授;每章附有学习目的和课后练习,便于学生把握要点;每个案例后有思考题或讨论题,便于课堂讨论;章后附有参考文献,便于学生拓展视野。

本教材由朱晋伟主编,汤卫君和徐海俊为副主编,具体分工如下:朱晋伟(第 1、3、4、6、7、8、9、13 章)、汤卫君(第 2、5、10、11、12 章)、徐海俊(第 1、2、5、10、11、12 章),最后由朱晋伟统稿。江南大学硕士研究生吴梅、蒋荣状、何建森、刘靖、丁蓉菁等是本书第一批读者,完成了本书的校对和 PPT 制作工作,北京大学出版社黄蔚编辑为本书的出版付出了大量辛勤劳动,在此表示衷心感谢。

最后应当说明,笔者在编写本书时虽然力图遵循科学、严谨和创新的原则,但是由于学识有限,书中可能会有疏漏和错误之处,恳请读者不吝指正。

目 录

第一章 跨国经营概论	(1)
第一节 跨国公司的定义	(2)
第二节 跨国经营的定义与作用	(5)
第三节 跨国经营的发展历史	(7)
第四节 跨国公司对世界经济的影响	(17)
第二章 跨国经营的基本理论	(27)
第一节 基于国际贸易的跨国经营理论	(29)
第二节 基于 FDI 的跨国经营理论	(35)
第三节 基于发展中国家和地区的跨国经营理论	(39)
第三章 跨国进入模式	(45)
第一节 出口进入模式	(47)
第二节 契约进入模式	(50)
第三节 投资进入模式	(56)
第四章 跨国战略联盟	(66)
第一节 跨国战略联盟的概念	(68)
第二节 跨国战略联盟的特点和形式	(71)
第三节 跨国战略联盟的建立和管理	(77)
第五章 跨国兼并与收购	(88)
第一节 跨国并购对世界经济的影响	(91)
第二节 跨国并购类型划分	(92)
第三节 跨国并购的动因分析	(94)
第四节 当前跨国并购特点	(95)
第五节 跨国并购应注意的问题	(99)
第六章 跨文化管理	(106)
第一节 文化与跨文化管理	(108)
第二节 霍夫施泰德的国家文化模型	(114)

第三节	特朗皮纳斯的文化架构理论	(120)
第四节	价值取向理论和需要导向理论	(126)
第七章	跨国商业伦理与企业社会责任	(137)
第一节	跨国经营中的商业伦理	(139)
第二节	跨国经营企业的社会责任	(145)
第三节	国际企业社会责任规则体系	(151)
第八章	跨国人力资源管理	(163)
第一节	跨国人力资源管理的概念	(166)
第二节	跨国人力资源管理的政策取向	(169)
第三节	跨国人力资源管理的主要职能	(173)
第四节	外派人员的管理	(180)
第九章	研发国际化与技术转让	(190)
第一节	研发国际化的动因与效应	(193)
第二节	研发国际化的类型及趋势	(197)
第三节	国际技术转让	(201)
第四节	国际技术转让定价	(205)
第十章	跨国经营企业的内部贸易	(213)
第一节	跨国经营企业的内部贸易	(214)
第二节	跨国经营企业的转移定价	(221)
第三节	应对在华外资企业转移定价的策略	(227)
第十一章	国际市场营销	(238)
第一节	跨国经营企业的营销战略	(239)
第二节	国际市场细分	(242)
第三节	跨国经营企业的产品战略	(246)
第四节	跨国经营企业的渠道管理	(255)
第五节	跨国经营企业的定价策略	(258)
第六节	跨国经营企业的促销策略	(265)
第十二章	跨国经营的组织管理	(273)
第一节	跨国经营企业组织结构概述	(277)
第二节	跨国经营企业的组织结构形式	(281)
第三节	跨国经营企业组织结构的设计与选择	(287)

第十三章 全球运营与国际采购	(298)
第一节 全球运营管理	(300)
第二节 全球化制造	(302)
第三节 全球供应链	(308)
第四节 国际采购	(311)

第一章 跨国经营概论

【本章学习目的】

通过本章学习,你应该能够:

- 把握跨国公司和跨国经营的含义
- 了解跨国公司的发展历史
- 了解跨国公司在世界经济中的地位与作用
- 分析跨国公司对发达国家与发展中国家的影响

引导案例

2010 中国跨国企业排行榜发布^①

复旦大学管理学院和美国哥伦比亚大学 Vale 可持续投资中心今天联合发布“2010 中国跨国企业排行榜”。该排名是全球新兴市场跨国企业排名的一部分,本年度,印度、巴西、阿根廷、韩国、以色列、墨西哥、俄罗斯、土耳其等国的排名已经公布,其他地区的排名将会在年前陆续公布。

调研显示,截至 2008 年底,入榜的 18 家中国跨国企业拥有将近 1340 亿美元海外资产,171939 名海外雇员和 112 亿美元海外销售额。其中最大的四家国企——中信集团、中国远洋运输(集团)公司、中国建筑工程总公司和中国石油天然气集团公司,在 2006—2008 年连续三年保持了排名前四。国有企业在国际化进程中继续扮演着重要角色。

同时,这份榜单上还有两家今年新上榜的企业:中国铁道建筑总公司、北京控股有限公司。与去年相同,此份榜单的企业主要由国企或国家控股的企业组成,混合型企业仅联想、海尔、中兴通讯三家。

这 18 家企业的行业分布也是较为均衡的:有 6 家企业属于劳动密集型行业(建筑、房地产、交通和仓储);6 家企业属于能源类行业(石油和天然气、金属和金属制品);4 家企业属于制造类行业(电脑和相关产品、汽车、家用电器、电信产品);2 家多元化经营的企业。

^① 参见卑佳:《“2010 中国跨国企业排行榜”发布》, <http://sh.people.com.cn/GB/176738/13443556.html>, 2010 年 12 月 9 日访问。

中国对外直接投资从 2001 年加入世贸组织、政府推出“走出去”政策起开始发展。2009 年投资总额达 480 亿美元,使得中国内地在 2009 年成为仅次于香港地区新兴市场的第二大对外投资流量主体。2010 年,中国的对外直接投资持续增长。在前三季度,中国跨国企业在 118 个国家和地区投资了 363 亿美元总额(比上一年同期增长 9.4%)。

中国跨国企业在过去的几年中已经活跃地参加了跨国界收购交易,其主要目的是收购海外核心资产。最近几年,对于中国大量外汇储备(2.5 万亿美元)越来越有效的管理也成为海外投资发展的一个日趋重要的动因。2009 年最大的 10 笔跨国界收购金额达到了 177 亿美元。和前两年相似,投资的主要行业为自然资源行业,特别是能源行业。这显示中国的自然资源供给企业积极参与了跨国界能源储备。

排名项目的中国负责人薛求知教授表示,中国跨国公司正在成为全球跨国公司群体中的新兴力量,尽管仍不太成熟,但它们是世界经济格局中崛起的中国力量的显示和代表,中国在世界经济地位中提升必然伴随着一批中国跨国公司的涌现和发展。

思考题

1. “走出去”的企业都可以称为跨国公司吗?
2. 中国出现了越来越多的跨国公司,你如何看待这一现象?

伴随着技术的进步、经济的发展、市场拓展和投资障碍的减少,企业的生产经营活动范围不断扩大,越来越多的企业突破国界的限制,开始了人员、资金、产品、原材料的跨国界流动,产生了跨国经营行为,形成了一批跨国公司。本章重点介绍跨国公司和跨国经营的相关概念。

第一节 跨国公司的定义

《2009 年世界投资报告》显示,2008 年全世界共有约 82000 家跨国公司,其国外子公司共计 810000 家。这些公司在世界经济中发挥主要作用,跨国公司国外子公司的出口估计占全世界商品和服务出口总量的 1/3,全球雇员人数达到 7700 万人,超过德国劳动力总数的两倍。^① 20 世纪 90 年代以来,跨国公司的外国直接投资每年都在 2800 亿—4300 亿美元左右,世界上 100 个最大经济实体

^① 参见联合国贸易发展会议:《2009 年世界投资报告》,第 10 页。

中,51个是跨国公司,49个是主权国家。一些跨国公司总裁富可敌国,世界经济的全球化使得跨国公司在其中扮演着越来越重要的角色。

自20世纪80年代以来,来自发展中国家和转型经济国家的企业越来越多地加入国际生产的行列中,来自这些国家和地区的跨国公司正在迅速成长,已经成为世界经济发展的主要动力之一和重要的支撑力量。

一、跨国公司的定义

按照联合国下的定义,跨国公司(Transnational Corporations, TNCs)就是在两个或两个以上国家里拥有并管理一些经济单位的企业。一般以一国总公司为基地,通过输出资本在其他国家设立分公司或控制当地企业使之成为其子公司,从事跨国界的生产、销售和其他业务活动。^①有些报刊和学者常使用“多国公司”(Multinational Corporations, MNC)来表述,又称国际公司(International Corporations)、国际企业(International Business)、全球企业(Global Enterprises)或宇宙公司(Cosmo-corporations)。

一般而言,跨国公司有三个基本特征:

1. 它是由两个或两个以上国家的经济实体所组成。跨国公司与国内公司的真正区别在于,它建立一个内部组织来经营各种跨国界的业务,而且实行内部化交易,而不是通过公开市场完成上述这些交易。

2. 在一个统一的决策体系下,拥有共同战略和配套政策。企业战略(Strategy)和组织一体化(Organizational Integration)对跨国公司而言很重要。

3. 它的各个经济实体通过股权或其他方式相互联系的一个或多个经济实体能够对其他实体施加有效的影响。各个经济实体之间能够共享知识、资源和信息,并且需要共同承担责任和风险。

二、跨国公司的判断标准

跨国公司是指由两个或两个以上国家的经济实体所组成,从事生产、销售和其他经营活动的国际性大型企业。在判断一个企业是否是跨国公司时,我们通常需要考虑以下标准:

(一) 结构标准

结构标准(Structural Criteria)主要将“地区分布”、“在国外拥有生产或服务设施”和“所有权”等结构性要素作为划分跨国经营与国内(单一)经营的尺度。

1. 地区分布

哈佛大学的“美国多国公司研究项目”认为,必须在六个国家以上设有子公

^① 参见杨宇光主编:《联合国辞典》,黑龙江人民出版社1998年版,第152—153页。

司或附属企业才算是真正的跨国公司。弗农教授认为,在各国经济以至世界的经济发展中,主权国家无所作为,而跨国公司却做出了突出的贡献。他认为能够被称为跨国公司的企业应该有相当广泛的地区分布,如果一个母公司仅仅和本国基地以外的一个或两个国家有股权关系,则不能认定它为多国企业或跨国公司。

2. 国外生产或服务设施

联合国等其他一些国际组织并不要求跨国公司的机构必须分布在六个国家以上,而是更强调必须在两个或两个以上国家拥有生产或服务设施。跨国公司强调的是生产设施的综合,而不仅仅是市场的组合。跨国公司往往依赖于专业化生产,使用一个地方的廉价劳动力、另一个地方的廉价材料、市场和资金来源,充分利用世界各地的技术、资源、劳动力和市场优势,将公司的生产和经营活动建立在全球基础上,利用国际分工和资源的全球性配置,建立起庞大的全球生产网络体系,使经济全球化在深度和广度上都得到拓展和加强。

也就是说,仅仅同很多国家有进出口贸易,而并不在这些国家拥有生产或服务设施,就只能算是贸易公司。如果拥有生产或服务设施,而不参与经营管理,则只是单纯的国际控股公司。

3. 所有权

采取“所有权”衡量尺度时,包含着两层不同的含义,即资产的所有权形式与企业母国所属地。目前世界上最大的100家非金融业跨国公司几乎都设在发达国家,这主要是出于对企业母国所在地的考虑。

关于企业的国籍有各种不同的说法。美国学者梅森劳基认为跨国或多国公司的股权应是多国公民所有,管理权也应是多国性的;麻省理工学院的金德伯格教授则认为,跨国或多国公司的特征是“无国籍性”,即“并不忠于哪一个国家,也没有一个国家使它感到特别亲近”。以联合利华(Unilever)公司和英荷皇家壳牌石油公司(Royal Dutch/Shell Group)为例,实际上这两个公司都是在两个国家注册登记的“双重国籍公司”。

(二) 经营绩效标准

经营绩效标准(Performance Characteristics Criteria)是指跨国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”。常用的是跨国指数(TNI)和国际化指数(II):跨国指数是三个比率的平均数,即国外资产与总资产比率、国外销售额与总销售额比率、国外雇员数与总雇员数比率;国际化指标(II)是指国外子公司数目除以子公司总数的比率。表1-1反映了按海外资产排名的非金融类跨国公司世界十强的跨国指数和国际化指数。

表 1-1 2006 年按国外资产排名的非金融类跨国公司世界十强

排名	公司名称	母国名称	跨国指数(%)	国际化指数(%)
1	通用电器	美国	53	70
2	英国石油公司	英国	80	64
3	丰田汽车公司	日本	45	40
4	壳牌公司	英国/荷兰	70	56
5	埃克森美孚公司	美国	68	80
6	福特汽车公司	美国	50	66
7	沃达丰集体	英国	85	23
8	道尔达	法国	74	72
9	法国电力公司	法国	35	80
10	沃尔玛	美国	41	90

资料来源:联合国贸发会议:《2008 年世界投资报告:跨国公司与基础设施的挑战》,附表 A. I. 15。

第二节 跨国经营的定义与作用

一、跨国经营的定义

跨国经营常被理解为跨国公司的经营活动,把从事跨国经营活动的企业和跨国公司画上等号。实际上,跨国公司的形成需要经历一个较长的时间过程,按国际通行标准认定,要有国外业务和业绩的一定量的积累。而在达到跨国公司这一标准之前,该企业已经进行了较长时间的、大规模和大范围的跨国经营活动。所以,跨国经营应早于跨国公司而存在。如此,单纯把跨国经营界定为跨国公司的经营活动可能有失准确。

跨国经营又往往被理解为企业的涉外经营活动。除了纯粹以国内市场为目标、生产经营活动局限在国内范围的企业外,一般企业在当代国际经贸交流日益扩大和加快的大环境下,涉外经营活动也日益增多。但涉外经营一般是以国内作为基地的,在国内经营基础上加上进出口经营,它并不一定需要在国外拥有经营基地。所以,把跨国经营界定为企业的涉外经营活动也不妥。

狭义上看,跨国经营是企业通过对外直接投资开创国外经营基地所从事的有目的的经济活动。跨国经营最重要的特征是企业对外直接投资并开创国外经营基地,跨国经营表现为产品、劳务、资本、技术等要素超越了本国范围,在国际间传递与转化。本书所述的跨国经营是以此定义为准的,从这一概念出发,进出口经营一般不采用对外直接投资的手段和方式,不突破以本国为生产经营基地

的特征,虽然开展跨国界的贸易活动,但严格意义上看,不能称为跨国经营活动。同时,许多中小企业,虽然从规模、跨国指数等方面衡量还不能称为跨国公司,但是,只要在国外进行直接投资,其所从事的活动都可以被称为跨国经营活动。

当然,在现实经济活动当中,一般也可以从广义上把跨国经营分为三个阶段:(1)商品国际化阶段:企业通过间接出口或直接出口,将本企业的产品打入国际市场,并有较稳定的市场份额。(2)国外生产经营阶段:企业通过兼并、绿地投资等方式,在国外开展生产经营活动。(3)跨国公司阶段:形成一定规模,在不同的国家和地区设有子公司或分支机构,从事国外生产、销售活动;总公司对于子(分)公司具有直接控制力;企业的经营战略和目标是跨国界、跨民族和全球性的,在全球范围内优化配置资源,获取最大利润。

二、跨国经营的作用

跨国经营是企业发展壮大,成长为跨国公司的必经之路。对于企业在激烈竞争的世界市场上立于不败之地,不断扩大全球的市场占有份额,实现全球战略目标,具有重要意义。

1. 跨国经营有利于开拓国外市场,提高全球市场占有率。在海外进行直接投资、建设生产经营基地,可以绕过关税壁垒和各种形式的贸易保护,将产品和服务成功就地输出,并通过该国市场向其他集团成员国或有关国家出口。这样就大大开拓了国外市场,不断提高全球市场占有率。

2. 跨国经营有利于扩大生产的规模,延长产品的寿命周期。通过跨国经营,国外各生产基地可以承接越来越多的生产订单,从而促进生产规模不断扩大,实现规模经济效益。同时,由于各国之间在经济发展、产业结构、技术水平和消费能力等方面都存在着差异,企业在跨国经营时,可以将在本国或某国已处在成熟期后期甚至进入衰退期的产品转移到其他生产水平较低的国家,从而尽可能延长产品的寿命周期,为企业带来长期的盈利。

3. 跨国经营有利于在世界范围内配置和调度生产要素,提高企业的国际竞争力。跨国经营可以利用一些国家的资源优势,在全球范围内获取所需的能源和原料;可以将某些劳动密集型产品的生产、加工或装配转移到劳动力多、工资低的国家,降低企业的生产成本;可以到技术资源和信息资源占优势的国家直接投资建立新技术、新产品的研发基地,便于就近学习和掌握新工艺、新技术、新技能、新信息,从而加快企业新产品开发步伐。

4. 跨国经营有利于实现范围经济,增强企业应对风险的能力。企业到国外直接投资开办生产经营基地,所面临的风险比单纯在国内经营和涉外经营要大。但由于企业的跨国经营往往采用多国化、多样化和多目标的战略和对策,所以从整体看,可以实现跨地区带来的范围经济效益,提高企业的应变能力,减少经营风险。

近年来,随着全球经济一体化进程的加快,从海外销售额、雇员人数和资产在内的各项跨国经营指标看,均呈上升趋势(如表 1-2 所示)。据联合国贸发会议估计,2010 年外国子公司在全球的销售额和增加值分别达到了 33 万亿美元和 7 万亿美元。它们的出口额超过 6 万亿美元,约占全球出口总额的三分之一。全球跨国公司在国内和国外创造的增值约为 16 万亿美元——约占全球 GDP 的四分之一。可见,跨国经营在世界经济中起着举足轻重的作用。

表 1-2 1990—2010 年全球跨国经营主要指标

项 目	按时价计算的价值 (10 亿美元)					年增长率或回报率变化 (百分比)				
	1990	2005—2007 (平均)	2008	2009	2010	1991— 1995	1996— 2000	2001— 2005	2009	2010
直接外资流入量	207	1472	1744	1185	1244	22.5	40.1	5.3	-32.1	4.9
直接外资流出量	241	1487	1911	1171	1323	16.9	36.3	9.1	-38.7	13.1
内向直接外资存量	2081	14407	15295	17950	19141	9.4	18.8	13.4	17.4	6.6
外向直接外资存量	2094	15705	15988	19197	20408	11.9	18.3	14.7	20.1	6.3
内向直接外资的收入	75	990	1066	945	1137	35.1	13.1	32.0	-11.3	20.3
内向直接外资的回 报率	6.6	5.9	7.3	7.0	7.3	-0.5	0.0	0.1	-0.3	0.3
外向直接外资的收入	122	1083	1113	1037	1251	19.9	10.1	31.3	-6.8	20.6
外向直接外资的回 报率	7.3	6.2	7.0	6.9	7.2	-0.4	0.0	0.0	-0.2	0.3
跨界并购	99	703	707	250	339	49.1	64.0	0.6	-64.7	35.7
外国子公司销售额	5105	21293	33300	30213	32960	8.2	7.1	14.9	-9.3	9.1
外国子公司总产值	1019	3570	6216	6129	6636	3.6	7.9	10.9	-1.4	8.3
外国子公司总资产	4602	43324	64423	53601	56998	13.1	19.6	15.5	-16.8	6.3
外国子公司出口额	1498	5003	6599	5262	6239	8.6	3.6	14.7	-20.3	18.6
外国子公司雇员 (千人)	21470	55001	64484	66688	68218	2.9	11.8	4.1	3.4	2.3
国内生产总值	22206	50338	61147	57920	62909	6.0	1.4	9.9	-5.3	8.6
固定资本形成总值	5109	11208	13999	12735	13940	5.1	1.3	10.7	-9.0	9.5
特许权和许可证收费	29	155	191	187	191	14.6	10.0	13.6	-1.9	1.7
货物和服务出口额	4382	15008	19794	15783	18713	8.1	3.7	14.7	-20.3	18.6

资料来源:联合国贸发会议:《2011 年世界投资报告》。

第三节 跨国经营的发展历史

一、跨国经营的起源

人类最早的跨国经营活动可追溯至古代埃及、希腊等与远东地区之间的经济往来,但企业的跨国经营则是近代才发生的,最为有名的就是英国的东印度

公司。

1. 英国东印度公司的起源与发展

英国东印度公司成立于 1600 年,成立初始就取得与印度和中国贸易的独占权,起初主要经营贸易和航运业,后来发展到银行金融业的经营,触及范围十分广泛。曾经在大约二百五十年的时间内,英国东印度公司是亚洲最大的公司,在印度和中国的市场上有着举足轻重的作用。

英国东印度公司受英国王室的特许,不仅从事商业贸易,还得到在印度领土上的管理权、收税权以及民政机关的人事任命权;不仅享有贸易独占权,还有权代表政府订立通商条约和和约,有权筹建军队、建立堡垒和行使司法权,甚至代表政府对外宣战。英国东印度公司的诸多特权到了 19 世纪初被相继取消,主要是由于当时英国新兴工业资本的迅速发展,经济和社会状况发生了较大的变化。1858 年该公司被撤销,它对英国在印度领土的管理权也保留到此时为止。

2. 荷兰东印度公司的起源与发展

当时在印度和东南亚,名称叫东印度公司的不只英国一家,除英国外,还有葡萄牙、荷兰、丹麦、法国的东印度公司,但以英国和荷兰的东印度公司为最大。

在荷兰建立的商业公司中,最著名的就是荷兰东印度公司和西印度公司。荷兰东印度公司成立于 1602 年,当时的创业资本为 650 万盾,实行股份制度,由荷兰经营东印度贸易的几家大公司合并而成。该公司虽名为商业公司,但在经济、政治和军事上都享有特权。它在东印度群岛和好望角一带拥有十分强大的势力,并曾用军事手段侵占爪哇、马鲁古群岛和中国的台湾,与印度、暹罗和日本都建立了广泛的联系。该公司在经营上几乎完全垄断了东方的香料,并且还在东南亚一带拥有许多规模巨大的种植园,在当地进行生产,然后把大量的东方香料和种植园中的产品运到欧洲销售。17 世纪 30、40 年代,荷兰东印度公司达到全盛时期,与英国的东印度公司并称,为当时世界上最大的海外公司之一。

3. 早期跨国公司的历史烙印

英国和荷兰的东印度公司可以看做是比较典型的最早期的跨国公司。除了东印度公司以外,当时还有其他一些类似的公司,都是在英国或欧洲以外的地区从事商业活动,如英国的皇家非洲公司、哈德逊湾公司等。

东印度公司距今虽已近四百年,撤销也有近一个半世纪,但它对后来的跨国公司有着不可低估的影响,在 19 世纪和 20 世纪美国和欧洲的大型跨国公司身上,都可以找到它的一些影子。英国东印度公司曾在印度拥有领土管辖权、司法权,并拥有军队,19 世纪和 20 世纪的许多欧美跨国公司在亚洲、非洲和拉丁美洲的一些国家也曾拥有商业以外的权力,并直接影响东道国的政权和社会制度。尤其是在非洲和拉丁美洲,一些巨型跨国公司往往可以操纵某些国家的政权,推出自己的代言人组织政府。所以,直到现在,在不少发展中国家,尤其是在非洲

和拉丁美洲,民族主义的政府对跨国公司始终心有余悸而抱有戒心,即使这些国家的经济发展渴望外资,但也不敢让跨国公司轻易进入。

二、近代跨国公司的发展

1. 19 世纪跨国公司的形成与发展

世界上第一家跨国公司——美国胜家缝纫机公司出现于 1868 年。美国胜家缝纫机公司是由美国发明家伊萨卡·辛加和 E. 克拉克于 1863 年创建,专门生产家用缝纫机,因产品适应市场需要,很快销售到美国以外的欧洲市场。为了占领更多的国际市场,同时为了防止欧洲的一些厂商仿造,胜家公司 1868 年在苏格兰格拉斯哥设立了第一个美国以外的工厂,并于 1880 年在英国伦敦设立专门负责欧洲和亚洲销售业务的分公司,首创“当地生产,当地销售”的商业形式。继胜家公司之后,还有德国的史尔公司(在美国纽约州设立分厂)、杜邦公司和爱迪生公司(这两家公司均在加拿大设立分厂)等。

19 世纪末和 20 世纪最初的十三年内,美国国内的大企业不断出现,半数以上的大公司开始在海外投资,在国外设立工厂或分公司;欧洲的一些大企业也开始向欧洲以外的地区投资。这些公司的市场范围已由国内延伸到国外,生产地也扩展到国外,纷纷开始实行国内工厂与国外工厂同时生产、同时销售的运作,成了世界上第一批的跨国公司。活跃在当今世界经济舞台上的知名企业和巨型跨国公司,有一半以上在那个时期就已成了跨国公司(主要针对美国和欧洲的公司而言),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,欧洲的西门子公司、巴斯夫公司、雀巢公司、飞利浦公司、英荷壳牌公司等。

2. 跨国公司在欧美国家出现的原因

19 世纪末和 20 世纪初正是欧美国家开始大量资本输出的时期。公司规模巨型化,国内市场便显得狭小,于是开始到国外开辟市场。为牢固占领国外市场,也为了冲破对方国家的关税障碍,这些巨型公司纷纷选择了到国外直接投资建厂的方式,从而逐步演化为典型的跨国公司。例如,西屋公司在英国的分厂曾经是英国最大的工厂(20 世纪初);美孚石油公司在第一次世界大战爆发前曾是欧洲最大的石油公司;在英国的福特汽车公司子公司也曾是英国最大的汽车公司;德国的西门子公司在 19 世纪末不仅是欧洲最大的电讯公司,它在美国的子公司也占据美国很大的一块电讯市场;而当时美国的 AT&T 的地位还没有今天这么高。

第一次世界大战之前的约三十年里,欧洲和美国出现了一大批的跨国公司,这和这一时期发达资本主义国家的企业规模迅速扩大有很大关系。企业规模的迅速扩大,使得这些公司具有资本实力对外投资,在国外纷纷设立工厂或子公司。尤其是美国,一些企业在这一段时间内通过合并或兼并的方式形成了巨型