

Introduction to Transnational Corporations

跨国公司概论

董瑾 彭红斌 编著



清华大学出版社

*Introduction to
Transnational Corporations*

跨国公司概论

董瑾
彭红斌
编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书系统阐述了跨国公司的法律形式与组织结构、跨国公司的对外直接投资、跨国公司进入市场模式、跨国公司战略联盟、跨国公司营销管理、跨国公司技术管理、跨国公司人力资源管理、跨国公司财务管理等内容,并对中国企业的对外直接投资和跨国经营做了分析。本书在阐述跨国公司基本理论和一般运行规律的同时,也介绍了一些实用性操作。

本书适合高等院校经济、管理类及相关专业的学生使用,也可供从事跨国经营业务的专业人士阅读。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司概论/董瑾,彭红斌编著. —北京:清华大学出版社,2015

21世纪国际经济与贸易学专业新编教程

ISBN 978-7-302-39546-1

I. ①跨… II. ①董… ②彭… III. ①跨国公司-概论-高等学校-教材 IV. ①F276.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第059679号



责任编辑:杜春杰

封面设计:刘超

版式设计:魏远

责任校对:王颖

责任印制:何芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市少明印务有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:17

字 数:421千字

版 次:2015年8月第1版

印 次:2015年8月第1次印刷

印 数:1~3000

定 价:36.00元

产品编号:053388-01

前 言

随着经济全球化的发展,跨国公司在世界经济贸易中的作用日益突出。跨国公司是国际直接投资活动的主体,也是国际贸易和国际技术转让的主要承担者。它以雄厚的资金、先进的技术、庞大的全球生产贸易网络,深刻影响着世界经济以及各国经济的发展。在我国全面深化改革开放的背景下,很多企业都需要和跨国公司打交道。近年来,越来越多的中国企业走出国门,一些有实力的企业甚至已成为世界范围内较有影响的跨国公司。因此,深入学习和研究跨国公司的发展历史、成长规律、基本理论,把握跨国公司的运营特点,学习跨国公司管理的先进理念与方法,是十分必要的。

为了进一步推进跨国公司的教学和研究,我们在借鉴国内外优秀同类专著和教材的基础上,并结合多年的教学实践,编写了《跨国公司概论》一书,供高等院校经济、管理类及相关专业的学生使用。本书的特点是:第一,注重理论与实际相结合,紧密联系跨国公司的发展变化。在阐述基本理论的同时,也介绍了实用性的操作。第二,重点突出、简明扼要、深入浅出,尽可能地在有限的篇幅内突出重点问题。第三,每章均设有“扩展阅读”和“案例分析”,以扩展学生的视野,启发学生思考,提高学生分析与解决问题的能力。

本书由北京理工大学管理与经济学院董瑾教授、彭红斌副教授编写,其中,董瑾负责第1、3、7、8、9章的编写,彭红斌负责第2、4、5、6、10、11章的编写。赵其蕙同学为本书的资料收集和校对做了大量工作。

特别需要指出的是,本书在编写过程中参阅了一些国内外文献,书中未能一一注明,在此我们对文献的作者表示深深的谢意!

由于我们的水平和能力有限,书中难免存在疏漏和不足之处,恳请读者批评指正,以便进一步修订完善。

编 者
2015年1月

目 录

第1章 跨国公司概述	1
1.1 跨国公司的概念	1
1.1.1 跨国公司名称的由来	1
1.1.2 跨国公司的判断标准	2
1.1.3 跨国公司的定义	3
扩展阅读 1-1: 2013《财富》世界 500 强排行榜分析	4
1.2 跨国公司的特征与类型	5
1.2.1 跨国公司的特征	5
1.2.2 跨国公司的主要类型	7
1.3 跨国公司的历史演变与发展趋势	10
1.3.1 跨国公司的雏形	10
1.3.2 跨国公司的最初发展	10
1.3.3 两次世界大战之间跨国公司的缓慢发展	11
1.3.4 第二次世界大战后跨国公司的迅速发展	11
1.3.5 跨国公司发展的新趋势	12
扩展阅读 1-2: 美国电报电话公司	14
1.4 跨国公司在世界经济中的影响	14
1.4.1 跨国公司对世界经济整体的影响	15
1.4.2 跨国公司发展对母国和东道国经济的影响	16
本章小结	18
复习思考题	18
案例分析 宜家的全球战略	18
第2章 跨国公司对外直接投资理论	21
2.1 垄断优势理论	21
2.1.1 垄断优势理论的前提假设条件	21
2.1.2 垄断优势理论的优势要素分析	23
2.1.3 垄断优势理论的贡献与局限性	23
扩展阅读 2-1: 雀巢收购惠氏奶粉案例中体现的垄断优势	24
2.2 内部化理论	26
2.2.1 内部化理论的由来及其含义	26
2.2.2 市场内部化理论的基本假设	26
2.2.3 市场内部化的动因和实现条件	27

2.2.4	内部化理论的贡献与局限性	28
2.3	产品生命周期理论	29
2.3.1	产品生命周期理论的内容	29
2.3.2	产品生命周期理论的发展	30
2.3.3	对产品生命周期理论的评价	31
2.4	国际生产折中理论	31
2.4.1	国际生产折中理论的基本内容	31
2.4.2	综合理论关于国际生产方式选择的结论	32
2.4.3	国际生产折中理论的贡献与局限性	33
	扩展阅读 2-2: 约翰·哈里·邓宁简介	33
2.5	边际产业扩张理论	34
2.5.1	边际产业扩张理论的主要内容	34
2.5.2	边际产业扩张理论的推论	35
2.5.3	边际产业扩张理论的贡献与局限性	36
	扩展阅读 2-3: 中国抽纱山东进出口公司的产业扩张: 进军孟加拉国	36
2.6	国际直接投资发展阶段理论	38
2.6.1	邓宁的国际直接发展阶段理论	38
2.6.2	国际直接投资发展阶段理论的发展	39
2.7	投资诱发要素组合理论	40
2.7.1	理论要点	40
2.7.2	理论贡献	41
2.7.3	理论局限性	41
2.8	补充性的对外直接投资理论	41
2.8.1	小规模技术理论	41
2.8.2	技术地方化理论	42
2.8.3	规模经济理论	43
2.8.4	市场控制理论	43
2.8.5	国家利益优先取得论	44
	本章小结	45
	复习思考题	45
	案例分析 海尔风靡全球有缘由	46
第3章	跨国公司的法律形式和组织结构	48
3.1	跨国公司的法律形式	48
3.1.1	企业的法律形式	48
3.1.2	跨国公司的法律组织形式	50
3.2	跨国公司组织结构形式	51
3.2.1	跨国公司组织结构的演变	51
3.2.2	跨国公司组织结构的基本形式	52

扩展阅读 3-1: 陶氏公司依靠“邪恶”的矩阵组织制胜.....	58
3.2.3 跨国公司组织结构的新发展.....	59
扩展阅读 3-2: 社交运作机制——通用电气打造内部无边界组织的利器.....	62
3.3 跨国公司组织结构的选择.....	63
3.3.1 跨国公司组织结构的选择原则.....	63
3.3.2 影响跨国公司组织结构选择的主要因素.....	65
本章小结.....	66
复习思考题.....	67
案例分析 海尔公司的创新组织结构.....	67
第4章 跨国公司对外直接投资及投资决策分析	70
4.1 跨国公司的对外直接投资.....	70
4.1.1 跨国公司对外直接投资的含义与特点.....	70
4.1.2 对外直接投资的类型.....	70
扩展阅读 4-1: 对外直接投资与对外间接投资的区别.....	71
4.2 跨国公司对外直接投资环境.....	72
4.2.1 跨国公司对外直接投资环境的含义及其类型.....	72
扩展阅读 4-2: 投资软环境与硬环境指什么.....	72
4.2.2 对外直接投资环境的内容.....	73
4.2.3 对外直接投资环境的评价方法.....	75
扩展阅读 4-3: 中国投资环境恶化了吗.....	81
4.3 投资项目的可行性研究.....	85
4.3.1 项目可行性研究的含义.....	85
4.3.2 项目可行性研究的内容.....	85
4.3.3 项目可行性研究的程序.....	87
4.4 投资项目决策方法.....	87
4.4.1 确定型决策.....	88
4.4.2 非确定型决策.....	88
4.4.3 风险型决策.....	88
本章小结.....	89
复习思考题.....	90
案例分析 瑞士联邦投资市场.....	90
第5章 跨国公司海外市场的进入模式	94
5.1 跨国公司海外市场进入模式.....	94
5.1.1 商品出口进入模式.....	94
扩展阅读 5-1: 非关税措施的特点及发展趋势.....	96
5.1.2 股权式进入模式.....	97
扩展阅读 5-2: 独资经营的基本优势与不足.....	98

5.1.3 契约型市场进入模式.....	99
扩展阅读 5-3: 华为——契约式进入模式的分析.....	101
5.2 跨国并购与新建投资.....	103
5.2.1 跨国并购的含义.....	104
5.2.2 跨国并购类型与特点.....	104
扩展阅读 5-4: 新兴市场跨国并购首超发达国家.....	106
扩展阅读 5-5: 2012 年世界十大“最惹眼”跨国并购案例.....	107
5.2.3 新建投资及其特点.....	109
5.2.4 收购兼并方式与新建方式的选择.....	110
5.3 跨国公司海外市场进入模式选择的影响因素.....	111
5.3.1 跨国公司的内部因素.....	111
5.3.2 外部环境因素.....	113
本章小结.....	114
复习思考题.....	114
案例分析 同仁堂的跨国经营战略.....	114
第 6 章 跨国公司战略联盟.....	117
6.1 跨国公司战略联盟的含义、分类及特点.....	117
6.1.1 战略联盟的含义.....	117
6.1.2 战略联盟的分类.....	118
6.1.3 战略联盟的主要特点.....	120
扩展阅读 6-1: 国际战略联盟的性质.....	122
6.2 跨国公司战略联盟的形成背景与原因.....	122
6.2.1 跨国公司战略联盟的形成和发展背景.....	122
6.2.2 跨国战略联盟形成的原因.....	124
扩展阅读 6-2: 从惠普经验看战略联盟管理.....	128
6.3 战略联盟的风险及其防范.....	129
6.3.1 战略联盟存在的问题.....	129
6.3.2 风险防范的机制.....	131
6.4 跨国公司国际战略联盟的理论解释.....	134
6.4.1 关于跨国公司战略联盟的主要理论.....	134
6.4.2 关于跨国公司战略联盟的其他理论.....	135
本章小结.....	136
复习思考题.....	137
案例分析 家电企业海尔与三洋的战略联盟.....	137
第 7 章 跨国公司的营销管理.....	142
7.1 跨国公司营销战略的类型与选择.....	142
7.1.1 跨国公司的标准化营销战略.....	142

7.1.2 跨国公司的本土化营销战略.....	143
扩展阅读 7-1: 宝洁公司的本土化营销	144
7.1.3 跨国公司的全球本土化营销战略.....	146
7.1.4 跨国公司国际营销战略选择的主要因素.....	146
7.2 跨国公司目标市场研究与选择.....	147
7.2.1 跨国公司的国际市场细分策略.....	147
扩展阅读 7-2: 麦当劳的国际市场细分	149
7.2.2 跨国公司的国际目标市场选择策略.....	150
7.2.3 跨国公司的国际市场定位策略.....	152
7.3 跨国公司的国际营销组合策略.....	154
7.3.1 跨国公司的产品策略.....	154
扩展阅读 7-3: 马狮公司的产品策略	156
7.3.2 跨国公司的定价策略.....	157
扩展阅读 7-4: 葛兰素史克(中国)通过转移定价牟取暴利.....	160
7.3.3 跨国公司的营销渠道策略.....	162
7.3.4 跨国公司的国际促销策略.....	163
本章小结	165
复习思考题	166
案例分析 H&M 公司: 互联网营销成功的故事	166
第 8 章 跨国公司的技术管理	169
8.1 跨国公司技术管理概述.....	169
8.1.1 技术的含义与分类.....	169
8.1.2 跨国公司技术管理的主要内容及重要性.....	170
8.2 跨国公司的研究与开发管理.....	171
8.2.1 跨国公司研究与开发的界定.....	171
8.2.2 跨国公司的研发模式.....	172
8.2.3 跨国公司研究与开发的新特点.....	173
扩展阅读 8-1: 跨国公司在华研发新战略	174
8.2.4 跨国公司对研发过程的管理.....	176
8.2.5 跨国公司对研发成果的利用与保护.....	179
扩展阅读 8-2: 思科公司专利战略	181
8.3 跨国公司的技术转让.....	182
8.3.1 跨国公司技术转让的内容.....	183
8.3.2 跨国公司技术转让的方式.....	184
8.3.3 跨国公司技术转让策略.....	186
本章小结	189
复习思考题	190
案例分析 通用电气在中国的研究与开发.....	190

第9章 跨国公司的人力资源管理	193
9.1 跨国公司人力资源管理的概念与特点	193
9.1.1 跨国公司人力资源管理的概念	193
9.1.2 跨国公司人力资源管理的特点	194
9.2 跨国公司人力资源管理的模式	195
9.2.1 民族中心模式	195
9.2.2 多元中心模式	196
9.2.3 地区中心模式	196
9.2.4 全球中心模式	197
9.2.5 混合中心模式	197
9.3 跨国公司人员外派管理	198
9.3.1 跨国公司人员外派应注意的问题	198
9.3.2 跨国公司外派人员的遴选	199
9.3.3 跨国公司外派人员的培训	200
9.3.4 跨国公司外派人员的薪酬	200
9.3.5 跨国公司外派人员的归国安置	201
扩展阅读 9-1: TCL 公司的外派管理秘籍	202
9.4 跨国公司人员配置本土化	204
9.4.1 跨国公司人员配置本土化的动因	204
9.4.2 跨国公司人员配置本土化的具体做法	205
扩展阅读 9-2: 美国宝洁公司的人力资源本土化	207
9.5 国际劳资关系	208
9.5.1 劳资关系的含义	208
9.5.2 工会组织的类型与特点	209
9.5.3 处理好与东道国工会的关系	209
本章小结	210
复习思考题	211
案例分析 驻外管理人员布赖恩·迈克阿里斯特的生活	211
第10章 跨国公司财务管理	213
10.1 跨国公司财务管理概述	213
10.1.1 跨国公司财务管理的含义及其内容	213
10.1.2 跨国公司财务管理目标	213
10.1.3 跨国公司财务管理的职能	214
10.1.4 跨国公司财务管理的特点	214
10.1.5 跨国公司财务管理体制	215
扩展阅读 10-1: 美国跨国公司财务控制方式特点	217
10.2 跨国公司的融资管理	217

10.2.1 跨国公司的资金来源.....	217
10.2.2 跨国公司的融资方式.....	219
扩展阅读 10-2: 外国债券与欧洲债券的区别	221
10.3 跨国公司的财务转移管理.....	222
10.3.1 跨国公司财务转移及其目的.....	222
10.3.2 跨国公司财务转移的方式.....	222
10.4 跨国公司的现金流量管理.....	223
10.4.1 跨国公司现金流量管理的含义.....	223
10.4.2 跨国公司外部现金流量管理.....	224
10.4.3 跨国公司内部现金流量管理.....	224
10.5 跨国公司的外汇风险管理.....	226
10.5.1 汇率变动预测需要考虑的因素.....	226
10.5.2 外汇风险的类型.....	227
10.5.3 外汇风险管理的措施.....	228
本章小结	229
复习思考题	230
案例分析 转移价格案例分析——斯沃琪 (SWATCH) 集团避税案.....	230
第 11 章 中国企业的对外直接投资与跨国经营	232
11.1 中国企业对外直接投资与跨国经营的战略意义.....	232
11.1.1 中国企业对外直接投资与跨国经营是适应经济全球化的必然选择	232
11.1.2 中国企业对外直接投资与跨国经营有利于中国对外贸易的发展	233
11.1.3 中国企业对外直接投资与跨国经营有利于学习国外先进技术	233
11.1.4 中国企业对外直接投资与跨国经营有利于节约矿产资源.....	234
11.2 中国企业对外直接投资的发展历程与现状.....	234
11.2.1 中国对外直接投资的发展历程.....	234
11.2.2 中国企业对外直接投资现状.....	237
11.3 中国企业对外直接投资与跨国经营的特点.....	238
11.3.1 起步晚, 发展速度快.....	238
11.3.2 投资主体多元化.....	241
11.3.3 投资方式以合资经营为主, 跨国并购逐渐成为重要方式	241
11.3.4 投资遍布全球近八成的国家和地区, 投资存量高度集中	242
11.3.5 投资规模相对较小.....	243
扩展阅读 11-1: 首份中国企业跨国指数发布 企业跨国经营水平低.....	243
11.3.6 投资行业分布广泛, 门类齐全, 投资产业相对集中	243
扩展阅读 11-2: 中国在 2007—2010 三年中在境外投资和并购的过程中 有失败也有成功.....	244
11.4 中国企业对外直接投资与跨国经营中的问题及障碍.....	245
11.4.1 政治因素是中国企业境外直接投资和跨国经营最难应对的因素	245

11.4.2	中国金融国际化水平低, 跨国企业国际融资能力不足	245
11.4.3	中国企业技术创新不足, 缺乏拥有自主知识产权的核心技术	246
11.4.4	企业不重视培育自己的品牌	246
扩展阅读 11-3: 2014 年世界品牌 500 强排行榜揭晓 (新闻稿)		247
11.4.5	中国企业境外直接投资与跨国经营活动中的跨文化冲突问题比较严重	248
11.5	中国企业对外直接投资与跨国经营的对策	249
11.5.1	加强境外直接投资战略管理, 选择正确的境外投资模式	249
11.5.2	完善中国境外直接投资法规, 加强和规范管理体制	251
11.5.3	完善境外投资企业管理的配套政策措施	251
11.5.4	建立和完善境外直接投资企业信息咨询服务网络	251
本章小结		252
复习思考题		252
案例分析 中海油竞购优尼科功败垂成		252
参考文献		256

第 1 章 跨国公司概述

学习要点

- ◇ 跨国公司的定义
- ◇ 跨国公司的特征
- ◇ 跨国公司的产生与发展
- ◇ 跨国公司对世界经济的影响

1.1 跨国公司的概念

1.1.1 跨国公司名称的由来

第二次世界大战以后，越来越多的企业跨越国界从事经营活动，出现了一批跨国公司。在英文文献中，有关跨国公司的名称多种多样，如跨国公司（Transnational Corporations, TNCs）、多国公司（Multinational Corporations, MNCs）、多国企业（Multinational Enterprise）、国际公司（International Firms）、超国家公司（Super-national Corporations）、宇宙公司（Cosmos Corporations）等。在这些不同的名称中，使用最为普遍的是跨国公司和多国公司。

1960 年 4 月，时任美国田纳西河谷管理局局长的大卫·李良瑟（David E. Lilienthal）在美国卡内基工业大学发表演讲时指出：“跨越国界从事生产经营活动的经济组织已不再是一国单纯的企业，而是‘跨国’的企业……多国经营的趋势正日益加强，企业管理方式也需要作出相应的调整 and 改变。”后来该演讲稿以“多国企业”为题，被收录到《管理与公司》的论文集中。

1965 年，美国哈佛大学成立了跨国公司研究中心，对跨国公司进行了较为深入的研究，并出版了不少专著和论文。在这些专著和论文中，均采用“多国”名称。实际上，20 世纪 60—80 年代，在西方的许多文献中，“多国”和“跨国”这两个词是混用的，而且采用较多的还是“多国”一词。

20 世纪 70 年代初，联合国的一些相关机构也开始进行跨国公司的研究。1973 年，联合国秘书处提供了一份题为《世界发展中的多国公司》的报告。在该报告中采用“多国公司”的称谓。在 1974 年讨论这份报告时，拉丁美洲国家的一些代表提出以“跨国公司”一词代替原来的“多国公司”，其理由是在拉丁美洲一体化文件中，“多国公司”一词专指安第斯条约国家组织成员国联合创办和经营的多国公司。联合国经济社会理事会最终采纳了这个建议，并在联合国的有关文件中统一采用“跨国公司”一词。不过，“多国公司”一词仍在学术界

和企业界广泛使用。

1974 年, 联合国经济社会理事会作出决议, 要求联合国及其各个附属机构统一使用“跨国公司”这个名称, 以突出其不同于只在一国范围内从事经营活动的“跨国性”特征。

1.1.2 跨国公司的判断标准

何谓跨国公司, 主要有以下三种判断标准。

1. 结构性标准

结构性标准即根据一家公司的地理区域、活动范围、资产的所有权性质以及股权比例等标准来判断是否属于跨国公司。英国学者邓宁认为, 跨国公司就是在一个以上的国家拥有或控制生产设施(如工厂、矿山、炼油厂、销售机构、办事处等)的企业, 这一定义过于宽泛。而美国哈佛大学多国企业研究中心则认为, 只有那些在六个以上的国家设有子公司、分公司及其他形式的附属机构的大型企业才能称作跨国公司。欧洲共同体于 1973 年采用的标准是, 跨国公司至少要在两个国家拥有生产设施。

不少学者认为, 不仅要从公司活动的地理范围来考察是否为跨国公司, 还要从企业所有权的角度判断。一般而言, 一个跨国公司要有两国或两国以上的所有者拥有其所有权。如果一个企业实现跨国生产经营, 但所有权完全属于一国居民, 则这个企业不能被称作跨国公司。至于一家公司要拥有国外企业股份的多少才算跨国公司, 不同国家的标准不尽相同。在美国规定 10% 以上, 而加拿大规定为 50%。目前普遍接受的标准是国际货币基金组织确定的 25%。

2. 业绩性标准

业绩性标准是根据公司的资产总额、销售额、收益(利润)或雇员人数中来自国外的绝对数或相对比例来判断公司是否具有“跨国性”。跨国公司一般都是指规模大、分布广、国际化程度高、经营影响大的国际企业。弗农(Vernon)认为应考虑企业在海外业务的绝对额。判定是否为跨国公司不仅要看海外业务的绝对额, 更要看海外业务所占比重。目前多数专家学者的观点是国外资产总额、销售额、利润或雇员人数的比例应占 25% 以上。

不少学者以跨国化指数(Transnationality Index, TNI)来反映企业的国际化经营业绩。跨国化指数反映跨国公司海外经营活动的经济强度, 是衡量海外业务在公司整体业务地位的重要指标。联合国贸易与发展委员会(UNCTAD), 每年要对全球 100 家最大的跨国公司的国外总资产与跨国化指数进行排序。

跨国化指数由三个指标构成: 国外资产占公司总资产的百分比; 国外销售额占公司总销售额的百分比; 国外雇员人数占公司雇员总人数的百分比。跨国化指数的计算方法如下:

跨国化指数 = (国外资产/总资产 + 国外销售额/总销售额 + 国外雇员数/总雇员数) / 3 × 100%

跨国化指数可以用来综合评价企业国际化程度, 通常跨国化指数越高, 企业的国际化程度就越高。

3. 行为特征标准

行为特征标准即基于公司高级决策机构的行为特征来判断是否属于跨国公司。例如, 母

公司与子公司是否处于同一决策体系，是否具有共同的战略与协调关系；是否从全球角度来制定企业的生产经营战略，是否对人力、物力和财力等资源配置实行统筹使用等。

1.1.3 跨国公司的定义

联合国跨国公司委员会在 1977 年起草，经多次修改并于 1986 年最终定稿的《跨国公司行为守则草案》中对跨国公司做了如下定义：“跨国公司指由在两个或更多国家的实体所组成的公营、私营或混合所有制企业，不论这些实体的法律形式和活动如何；该企业在一个决策体系下运营，通过一个或一个以上的决策中心得以具有一致的政策和共同的战略；该企业中各个实体通过所有权或其他方式结合在一起，从而其中一个或更多的实体得以对其他实体的活动施加有效的影响，特别是与别的实体分享知识、资源和责任。”

联合国跨国公司委员会的定义包含了三个要素：

第一，跨国公司是一个工商企业，组成该企业的实体在两个或两个以上的国家内开展营业务，而不论其采取何种法律形式经营（即不管它是私营的还是国有的，不管它是独资的还是采取合资或合作经营的组织形式），也不论其在哪一个经济部门经营。

第二，跨国公司要有一个中央决策体系，并且具有能反映企业全球战略目标的政策。

第三，跨国公司的各个实体通过股权或其他形式形成联系，使其中的一个或几个实体能够对其他实体产生重要影响，并与其他实体分享资源、信息，分担责任。

这一定义并未对公司规模、跨越国界的程度及所有权等问题进行严格界定，这样最大限度地囊括了跨国经营的企业。因此，这一定义既适用于那些实力雄厚、规模庞大的大型跨国公司，也适用于那些实力相对较弱的中小跨国公司。

跨国公司是指以母国为基地，通过对外直接投资在国外设立子公司或其他分支机构，在全球战略目标下从事跨国生产与经营活动的企业。它与只在一国范围内从事生产经营的公司以及单纯从事货物与服务进出口或仅向海外转让技术或仅对国外企业提供资金融通业务的公司存在明显的差别。2013 年世界最大的 10 家跨国公司如表 1-1 所示。

表 1-1 2013 年世界最大的 10 家跨国公司

排 名	公 司 名 称	营业收入 (百万美元)	利润(百 万美元)	国 家
1	荷兰皇家壳牌石油公司 (ROYAL DUTCH SHELL)	481 700.0	26 562.0	荷兰
2	沃尔玛 (WAL-MART STORES)	469 162.0	16 999.0	美国
3	埃克森美孚 (EXXON MOBIL)	449 886.0	44 880.0	美国
4	中国石油化工集团公司 (SINOPEC GROUP)	428 167.4	8 221.1	中国
5	中国石油天然气集团公司 (CHINA NATIONAL PETROLEUM)	408 630.0	18 195.9	中国
6	英国石油公司 (BP)	388 285.0	11 582.0	英国
7	国家电网公司 (STATE GRID)	298 448.8	12 317.9	中国
8	丰田汽车公司 (TOYOTA MOTOR)	265 701.8	11 586.6	日本
9	大众公司 (VOLKSWAGEN)	247 613.3	27 909.1	德国
10	道达尔公司 (TOTAL)	234 277.5	13 743.2	法国

资料来源：2013 年《财富》世界 500 强。



扩展阅读 1-1: 2013《财富》世界 500 强排行榜分析

美国《财富》杂志每年都会按照企业的年销售收入评选全球规模最大的 500 家跨国公司，也就是俗称的“世界 500 强”。“世界 500 强”的评选结果揭示了全球各个国家、各个行业的发展情况，也在一定程度上代表了下一年经济的发展趋势。2013 年“世界 500 强”排行榜按照截止日不晚于 2013 年 3 月 31 日的财务年度的营业收入对公司进行排名。所有上榜公司必须公布其财务数据并将部分或全部数字提交政府机构。数字以各公司报告为准，比较对象为最初报告的上一年数字。

通过观察、比较 2013 年及之前的排行榜，我们发现了以下特点。

1. 世界 500 强的总收入增加，入围门槛提高，但总利润下降

2013 年世界 500 强企业总收入比上一年提高了 2.77%，并且从 2010 年起到 2013 年，世界 500 强最后一名的营业收入分别为 171 亿美元、194 亿美元、220 亿美元和 232 亿美元，同比增长分别为 13.5%、13.4%和 5.45%，呈逐年上升趋势。但其总利润却有所下跌，跌幅为 5.5%。这说明经历了 2008—2009 年的全球金融危机和严重衰退，世界经济仍处于转型和调整期，世界经济低速增长的态势依然在延续，导致同比增速出现下滑。

2. “世界 500 强”进入寡头时代

在地区分布方面，2013 年世界 500 强企业中，美、中、日、欧盟上榜企业之和为 444 席，占了全部 500 强企业近 90%的份额。2013 年入围“世界 500 强”数量由高到低的国家依次是：美国 132 家、中国 95 家、日本 62 家、法国 31 家、德国 29 家、英国 27 家、瑞士 14 家、韩国 14 家、荷兰 12 家、加拿大 9 家。

3. 以中国为代表的发展中国家势头强劲

2013 年，发展中国家上榜企业数量已从 1994 年的 21 家增加到 129 家，近 20 年间翻了六番。而发达国家上榜企业则减少了 108 家，下降至 371 家。其中，2013 年上榜的发展中国家企业中，中国企业占了超过 74%的席位。

2013 年，中国 95 家企业有超过 85%的企业排名大幅上升或与 2012 年持平，只有 14 家企业排名下降。而在世界前 20 个相比 2012 年排名上升最快的企业里，中国占了 10 个名额，包括绿地控股集团有限公司（上升 121 名）、山东能源集团有限公司（上升 79 名）、招商银行（上升 77 名）、交通银行（上升 73 名）等。

中国上榜企业的总收入达 5.2 万亿美元，占到了 500 强企业总收入的 17%。在 2013 年新上榜的 31 家公司中，18 家新进的的中国公司占据了新上榜公司总数的 60%左右，中国新上榜公司的数量在所有国家和地区中排在第一位。

4. 主要国家进入 500 强企业的数量有所变化

自 1955 年以来，世界 500 强一直比较稳定地被美国、欧洲、日本等一些发达国家的大公司所牢牢占领着，然而进入 21 世纪以来，中国企业异军突起。与中国企业的快速增长相比，美国上榜公司数量在连续 10 年下滑后 2013 年与上一年持平，132 家企业上榜。美国上榜企业的总收入约为 8.6 万亿美元，占世界 500 强企业总收入的 28%。美国 2013 年共有 6 家老牌 500 强企业落榜，又有 6 家公司上榜。而中国 2012 年上榜的企业仅 2 家台湾公司落榜，2013 年又新晋 18 家企业。日本是 2013 年落榜企业最多的国家，共有 7 家公司落榜，仅 1 家公司上榜。

由于笼罩在债务危机的阴影之下，欧洲入围企业的数量也有所减少，2013 年共有 155 家

企业入围,比2012年减少了6家。英、法、德三国的企业数量之和也从往年的91家以上下滑到了87家。前三强的企业数量总体上差距不大,基本都保持在30家左右。在世界500强企业中,2013年德国企业所占数量比去年减少了3家,法国减少了1家,英国则与去年持平。

近10年来,美国和日本上榜企业数量不断下滑,欧盟诸国上榜企业缓慢下降,中国企业的数量则保持了持续的增长,在2013年世界500强的榜单中,中国以95家的上榜数目稳居第二。但中国企业竞争力相对较弱,大而不强的问题比较突出。

5. 2013年世界500强企业的行业分布较为集中

2013年世界500强企业,主要集中在金融、能源与汽车制造业。其中从事银行—商业储蓄的有54家,从事炼油、采矿、原油等能源行业的企业共68家,从事车辆与零部件行业的企业有32家,这几个行业的企业数量约占世界500强的31%。

从世界范围来看,2013年世界500强中,银行业位列第一,在全部52个行业中独占鳌头,银行业共有54家公司上榜。而中国的银行更成了世界500强的最大赢家。

资料来源:中国企业研究院。李锦,罗小清,2013-7-18, <http://www.betterlin.com/info.aspx?id=9703>。引用时有删减。

1.2 跨国公司的特征与类型

1.2.1 跨国公司的特征

跨国公司与生产经营活动全部局限于一国的国内企业相比存在许多差异,这些差异和它们各自所面临的政治、经济、技术及社会环境有着密切关系。国内企业处于一国政治和社会体系中,文化、经济结构、商业惯例和政府政策较为一致。尽管在一些大国,这些因素在不同地区之间也存在差异,但这种差异远远小于跨国公司必须面对的不同东道国之间的差异。这就决定了跨国公司在经营战略、组织结构、运行机制等方面与国内公司存在诸多不同之处。

跨国公司数量众多,发展历史各异,行业分布不同,因而具有不同的特点,但跨国公司的基本特征可以归纳为以下几点。

1. 战略全球化

在国际分工不断深化的条件下,跨国公司凭借其雄厚的资金、技术、组织与管理等方面的力量,通过对外直接投资在海外设立子公司与分支机构,形成研究、生产与服务一体化的国际网络,并在母公司控制下从事跨国经营活动。跨国公司实行全球战略,即从全球角度出发,利用不同国家和地区的区位优势,将价值链上的各个环节和职能分散和配置在世界不同国家和地区,使它们有机地结合起来,努力降低生产经营成本,以期获得和保持长期、稳定的全球竞争优势,实现全球效率最大化。

跨国公司着眼于全球市场,合理安排有限资源,抓住全球性机遇,进行全球性选择和部署,确定全球性战略目标。总部根据自己的全球战略目标,在全球范围内发现每一个市场机会,合理评估、慎重选择投资区位和投资项目,以期充分发挥自身与东道国的优势;在全球范围内最大限度地利用各种资源,进行合理的分工,组织生产和销售。而遍及全球的各个子公司与分支机构则围绕着全球战略目标从事生产和经营。跨国公司的重大经营决策都以实现