

工商管理硕士MBA

系·列·教·材

跨国公司管理

MANAGEMENT
OF TRANSNATIONAL
CORPORATIONS

原毅军 编著

第三版

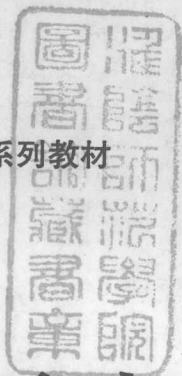
MBA



大连理工大学出版社 Dalian University of Technology Press

1022100

工商管理硕士(MBA)系列教材



跨国公司管理

(第3版)

原毅军 编著



淮阴师范学院图书馆1022100

大连理工大学出版社

0018901

© 原毅军 2004

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司管理 / 原毅军编著. —3 版. —大连: 大连理工大学出版社, 2004.2

工商管理硕士(MBA)系列教材

ISBN 7-5611-1463-X

I. 跨… II. 原… III. 跨国公司—企业管理—研究生—教材 IV. F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 073048 号

大连理工大学出版社出版

地址: 大连市凌水河 邮政编码: 116024

电话: 0411-4708842 传真: 0411-4701466 邮购: 0411-4707961

E-mail: dutp@mail.dlptt.ln.cn URL: <http://www.dutp.cn>

大连理工印刷有限公司印刷 大连理工大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 227mm 印张: 16.75 字数: 322 千字

印数: 25 001 ~ 31 000

1999 年 1 月第 1 版

2004 年 2 月第 3 版

2004 年 2 月第 6 次印刷

责任编辑: 汪会武 赵 静

责任校对: 林 丽

封面设计: 孙宝福

版式设计: 宋 蕾

定 价: 22.00 元

总结经验，联系国情，
博采众长，努力开发
我国工商管理教材。

袁宝华

一九八四年四月

工商管理硕士(MBA) 系列教材编委会

名誉顾问 袁宝华
成思危
威廉·H·纽曼

顾问 (按姓氏笔画排列)
王众托 杨锡山
郑绍濂 赵纯均
殷起鸣 黄梯云

主 编 余凯成

副主编 栾庆伟

编 委 (按姓氏笔画排列)
王海山 汤正如 仲秋雁
汪克夷 肖洪钧 武春友
金 镐 侯铁珊 原毅军
韩大卫 蒋中权 戴大双

序

工商管理硕士(MBA)教育制度是由美国首创的。经过几十年的发展
与改进,已经成为一套相当完整的教育体系。尽管它仍有其不足,目
前正根据新的信息时代及经济全球化的发展在继续调整、更新与改善之
中,但它已成为美国乃至几乎整个发达国家培养高级企业管理人才的有效
手段,已成为不争的事实。

MBA教育的特点,首先在于它具有鲜明而独特的目标,即造就高级
综合管理(General Management)人才。它不同于以培养高级研究专家为
主的其他硕士教育制度,是职业培养性的,因而具有明确的应用与实践
的导向性。其培养对象是有一定管理实践阅历的中、青年管理者,经二
至三年MBA系统深造,仍回到企业管理的岗位中去,因此是“从企业来,
回企业去的”。因为目标是造就位于决策层的、跨职能的高层经理,它讲
授的管理理论广而不深,但却十分强调可操作的具体管理技能的培训。
基于上述独特目标,MBA教育发展了相应的教学方法论原则及与之配
套的一系列亲验性教学方法,或称参与式、行动式教学法,在传统的课堂
系统讲授之外,大量使用案例教学、角色扮演、模拟练习等新型教学活
动。

MBA制度引入我国,始于20世纪80年代初。为适应改革开放的新
形势,邓小平以无产阶级战略家的远见与胆识,早在1978年末访美时,
就亲自向当时的美国总统卡特提出,由美方派遣管理教育专家来华,培
训我国企业管理干部。此建议得到卡特及其继任里根与布什总统的积
极响应。大连理工大学有幸被双方选中为建立中美合作进行高级管理
培训的单位,于1980年成立了“中国工业科技管理大连培训中心”,并被
指定为引进美国管理理论、技术及教育制度的正式窗口。在中美合作的
头五年,办起了学制为八个月的“厂长/经理讲习班”。它是按照MBA教
育的框架设计的,涵盖MBA教育中所有的核心课程,被称为“迷你型”

(或袖珍型)MBA,是MBA制度的理念与实践引入我国之始。在实行这一制度时,数以千计的高级管理干部被现代管理理论与技术武装起来,分赴全国不同岗位,对改革开放起了重大推动作用。1984年起,根据美国教授在大连讲学的记录而整理出版的一套现代企业管理系列教材,发行逾百万册,对广大读者起了重大的启蒙作用。当时国家指派了来自许多其他院校的大量管理教师来我校,一方面协助教学工作的开展,另一方面也受到了初步的现代管理教育,成为各校的骨干教研力量。

2

中美在大连合作进入第二个五年的1984年,国家又决定在我校引入正式的MBA制度。在两国政府支持下,办起了大连理工大学与美国布法罗纽约州立大学合作的MBA班,于八年中共办了五期三年制的MBA班,培养了216名中国首批MBA毕业生,他们正在各个岗位上发挥着积极作用。

根据我国经济发展的需要,经过试点与探索,MBA教育制度正在蓬勃发展中。从今年起,将有56所管理学院被批准举办MBA教育,因此,迫切需要系统的MBA成套教材。作为最早接触与引进现代MBA制度的大连理工大学,通过“请进来,派出去”的方式,已培养出一批既了解世界企业管理前沿知识,又熟悉中国国情的师资队伍,因此我们编写出版这套“MBA系列教材”是有很好基础的。

这套系列教材力求做到整体统一、信息前沿、应用导向、目标明确、突出重点、博采众长、结合国情,内容与方法相辅相成。

我们恳请此套丛书的使用者——广大管理教师、学员与读者向我们提出批评与建议,以便再版时日臻完善,是所至盼。

余凯成

1998年4月

第3版说明

1

本书自1999年出版以来,受到社会各界的一致关注和好评,被多所兄弟院校及其他单位选作教材,在此,对广大读者的厚爱表示最真诚的谢意。

近几年,随着经济全球化的进程不断加快,国际经济格局和商业环境有了很大变化,对跨国公司的发展创造了新的机遇,也提出了新的挑战。面对这些机遇和挑战,企业界的管理者和学术界的学者为企业的跨国经营积极寻求新理念、新方法和新机制,使得跨国公司管理无论理论上还是实践中都有了长足发展。2001年,中国加入世界贸易组织,中国经济进一步融入到世界经济之中,为国外企业进入中国市场,也为中国企业走向国际市场营造了更为宽松的环境。

应读者的要求,本次修订注重把有关跨国公司发展的一些理论动态充实到书中。在书的内容和结构上,主要进行了如下修改:

(1)增加了一章,即第2版书中第9章中的第1节经过充实,成为本版书的第9章:“跨国公司的跨文化管理”;

(2)本版书第10章:“跨国公司未来发展面临的挑战”保留了第2版第9章中的第2节:“全球经济中的跨国公司管理”和第3节:“跨国公司的未来发展”,并增加了一节:“跨国公司的商业道德与社会责任”;

(3)压缩了案例的数量,删除了第2版的案例5和案例6。

由于时间仓促,错误和疏漏在所难免,敬请广大读者批评指正。

原毅军

2004年2月

前言

1

“跨国公司”已成为一个家喻户晓的名词。在实行对外开放政策二十年后的中国,跨国公司的影响几乎渗透到了经济生活的各个领域。国外著名跨国公司陆续进入中国市场,在带来新的技术、产品、管理方法和理念的同时,也给中国企业带来了挑战和竞争压力。深入研究这些跨国公司成功的经验,有针对性地制定战略,应付它们的挑战和竞争,已是中国企业的一项刻不容缓的任务。

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、复杂的国际经济发展过程中逐渐形成的。现代意义上的跨国公司的发展虽然已有上百年历史,但只是在第二次世界大战后,尤其是在 80 年代以来全球经济一体化趋势的推动下,才进入高度发展时期。在 90 年代,跨国公司在世界经济中的影响与日俱增。许多全球性行业中的跨国公司已占据了垄断地位;少数大型跨国公司实力之雄厚,达到了富可敌国的程度。跨国公司的发展及其产生的影响引起了人们愈来愈普遍的关注。

跨国公司管理,是一门从企业跨国管理角度研究跨国公司的新兴学科。有关跨国公司管理的系统研究只是近三十年才逐渐开展起来的。由于跨国公司的管理活动涉及面广,究竟哪些管理活动属于跨国公司管理研究的内容,在各国学者中并没有达成共识。从不同角度研究跨国公司的生产经营活动,就形成了不同的理论。例如,对外直接投资理论主要研究跨国公司对外直接投资的动因和资金流向;国际财务主要研究跨国公司的财务活动。可以说,跨国公司管理是以国际贸易、对外直接投

资、国际金融、国际市场营销、战略管理和生产管理等多门学科知识和研究方法为基础发展起来的。

本书作为工商管理硕士研究生的系列教材,在内容的取舍和章节的安排上进行了一些探索,力求把这一学科领域的最新研究成果系统地提供给读者。

首先,本书详尽阐述了国际公司、多国公司、全球公司和跨国公司的概念,并在各有关章节从不同角度论述了它们之间的联系与区别。

其次,本书的大部分内容是以近几年国外出版的有关跨国公司管理的著作和教科书为基础编写的,体现了这一领域中理论研究的最新动态。

第三,本书的内容取舍尽量避免与其他相关学科内容重叠,以便能够更好突出企业跨国管理的特征。例如,书中舍弃了有关国际财务管理、国际贸易和国际金融的内容,充实了跨国购并、跨国战略联盟、人力资源管理等内容。

跨国公司管理是一个内容需要不断更新的学科领域。我希望所做的上述努力能够使读者从本书的阅读中获得更大收益,同时也希望读者对书中的不妥之处给予批评指正。

最后,需要特别指出的是,曲洪敏讲师为本书编写了两篇案例,在此表示由衷的感谢。

编著者

1999年1月

目 录

1	第1章 绪论	31
1	1.1 跨国公司的概念	31
1	1.1.1 跨国公司的名称	31
4	1.1.2 跨国公司的定义	31
5	1.1.3 跨国公司的跨国程度	31
6	1.2 跨国公司的特征与类型	31
6	1.2.1 跨国公司的特征	31
8	1.2.2 跨国公司的类型	31
11	1.3 跨国公司的产生与发展	31
11	1.3.1 跨国公司形成的最初时期	31
13	1.3.2 两次世界大战之间的逐渐成熟时期	31
14	1.3.3 1945年~1960年:第二次世界大战后的恢复发展时期	31
15	1.3.4 20世纪60年代~90年代:全球化发展时期	31
17	1.4 跨国公司对世界经济的影响	31
18	1.4.1 加速了资本的国际流动	31
18	1.4.2 扩大了国际贸易	31
19	1.4.3 促进了经济全球化的发展	31
21	第2章 跨国公司对外直接投资(上)	31
21	2.1 对外直接投资的含义	31
21	2.1.1 对外直接投资的定义	31
22	2.1.2 对外直接投资与对外间接投资	31
22	2.1.3 对外直接投资的资金来源	31
23	2.2 对外直接投资的动因与条件	31
23	2.2.1 对外直接投资的传统动因	31

26 2.2.2 对外直接投资的战略性动因

27 2.2.3 对外直接投资的前提条件

28 2.3 对外直接投资的理论解释

28 2.3.1 垄断优势理论

29 2.3.2 产品寿命周期理论

32 2.3.3 内部化理论

33 2.3.4 国际生产折中理论

37 2.4 企业的国际化进程

37 2.4.1 增值链

38 2.4.2 企业国际化进程分析

45 第3章 跨国公司对外直接投资(下)

45 3.1 跨国公司的国外参股形式

45 3.1.1 参股形式的类型

48 3.1.2 参股形式的选择

50 3.2 跨国收购与兼并

50 3.2.1 西方国家企业跨国购并的趋势

52 3.2.2 跨国购并的利与弊

53 3.2.3 跨国购并的成功要素

55 3.2.4 跨国购并的法律环境

57 3.3 合资企业的设计与管理

57 3.3.1 合资企业的类型

60 3.3.2 合资企业的设计

63 3.3.3 合资企业的管理

66 3.4 跨国战略联盟

66 3.4.1 战略联盟的概念

67 3.4.2 跨国战略联盟的发展

69 3.4.3 建立成功的跨国战略联盟

71 第4章 跨国经营环境

71 4.1 跨国经营的环境因素

71 4.1.1 经济因素

74	4.1.2 政治因素	150
76	4.1.3 社会文化因素	150
79	4.1.4 法律因素	150
80	4.1.5 自然因素	150
81	4.2 经济全球化的环境压力	151
81	4.2.1 全球化的经济因素	151
83	4.2.2 跨国经营环境的类型	151
85	4.2.3 跨国性行业的形成	151
86	4.3 应付政府干预的对策	152
87	4.3.1 讨价还价能力	152
87	4.3.2 应付东道国政府干预的对策	152
90	4.3.3 政治性策略	152
91	4.3.4 对母公司的影响	152
92	第5章 跨国公司的战略管理	153
92	5.1 跨国公司战略及其管理过程	153
92	5.1.1 战略的概念	153
95	5.1.2 战略的类型	153
98	5.1.3 战略管理	153
102	5.2 建立世界范围的竞争优势	153
103	5.2.1 跨国经营的目标	153
105	5.2.2 跨国经营的手段	153
107	5.2.3 战略性任务	153
109	5.3 战略规划	154
109	5.3.1 战略计划与经营计划	154
110	5.3.2 战略计划的发展阶段	154
111	5.3.3 制定战略规划的模式	154
112	5.4 全球战略与多国战略	154
112	5.4.1 全球战略	154
116	5.4.2 多国战略	154
117	5.4.3 全球战略与多国战略的对比	154

120 第6章 跨国公司的组织管理

120 6.1 跨国公司组织结构的演变

120 6.1.1 组织结构的含义

122 6.1.2 组织结构的演变过程

124 6.2 跨国公司组织结构的基本形式及其选择

124 6.2.1 组织结构的基本形式

129 6.2.2 组织结构的選擇

131 6.3 对子公司的控制

132 6.3.1 跨国公司的管理传统

134 6.3.2 集权与分权

138 6.3.3 国外子公司的所有权结构

140 6.4 建立跨国组织管理能力

140 6.4.1 跨国经营对组织管理能力的挑战

141 6.4.2 跨国公司组织结构

143 6.4.3 跨国公司的骨架、生理和心理

145 6.4.4 对组织变化过程的管理

147 第7章 跨国公司的经营管理

147 7.1 经营管理面临的挑战

147 7.1.1 传统经营管理过程

149 7.1.2 跨国经营管理面临的挑战

152 7.2 跨国公司的生产管理

152 7.2.1 跨国生产的标准化

154 7.2.2 跨国生产的本地化

154 7.2.3 工厂设计

156 7.2.4 技术开发与转移

159 7.3 跨国公司营销管理

159 7.3.1 跨国市场营销调研

162 7.3.2 国际市场细分及定位

164 7.3.3 跨国公司的市场营销组合管理

169 7.4 跨国公司的内部转移价格

169	7.4.1	跨国公司内部贸易	015
170	7.4.2	转移价格的作用	015
172	7.4.3	影响转移价格实施的因素	015
173	7.4.4	转移价格的制定	015
174	第8章 跨国公司的人力资源管理		015
174	8.1	管理人员应具备的素质和能力	015
174	8.1.1	具备必要的跨国经营知识	015
175	8.1.2	具备制定和实施跨国经营战略的能力	015
176	8.1.3	具备跨文化管理的能力	015
177	8.1.4	具备很强的组织设计与管理能力	015
178	8.1.5	具备在公司内部相互学习和转移知识的能力	015
178	8.1.6	具备与不同国家管理人员配合工作的能力	015
179	8.2	国外子公司经理的选派	015
179	8.2.1	国外子公司经理的来源	015
181	8.2.2	国外工作的得失	015
182	8.2.3	国外任职经理的激励	015
184	8.3	管理人员的培训	015
184	8.3.1	对外派管理人员的培训	015
187	8.3.2	对东道国招聘的管理人员的培训	015
187	8.4	人力资源开发与管理	015
188	8.4.1	人力资源开发与管理的典型模式	015
190	8.4.2	人力资源管理面临的主要挑战	015
195	第9章 跨国公司的跨文化管理		015
195	9.1	文化与管理	015
195	9.1.1	文化与管理的关系	015
197	9.1.2	文化差异	015
203	9.1.3	文化差异与文化冲突	015
204	9.2	国家文化差异的衡量	015
207	9.3	跨文化管理理论	015
207	9.3.1	跨文化管理的内涵	015

210	9.3.2 跨文化管理理论的起源	1.4.7	131
212	9.3.3 国外跨文化管理理论中的主要观点	2.4.7	131
217	9.3.4 国内跨文化管理理论	3.4.7	132
219	9.4 文化特征与管理模式的跨国比较	4.4.7	133
219	9.4.1 文化特征的跨国比较	5.4.7	134
221	9.4.2 中国“三资”企业的跨文化管理	6.4.7	134
225	第10章 跨国公司未来发展面临的挑战	7.4.7	135
225	10.1 全球经济中的跨国公司管理	8.4.7	135
225	10.1.1 全球经济发展的五个阶段	9.4.7	136
227	10.1.2 跨国公司的全球业务管理	10.4.7	137
229	10.1.3 跨国公司的全球职能管理	11.4.7	138
230	10.1.4 国外子公司的管理	12.4.7	138
231	10.1.5 公司总部的管理	13.4.7	139
233	10.2 跨国公司的未来发展	14.4.7	139
234	10.2.1 企业家管理过程	15.4.7	140
236	10.2.2 一体化管理过程	16.4.7	140
237	10.2.3 革新管理过程	17.4.7	141
240	10.3 跨国公司的商业道德与社会责任	18.4.7	141
241	10.3.1 跨国公司的商业道德和社会责任	19.4.7	142
243	10.3.2 商业道德哲学	20.4.7	142
244	10.3.3 商业道德和社会责任的国别差异	21.4.7	143
246	10.3.4 跨国公司的指导性商业道德	22.4.7	143
247	10.3.5 跨国公司管理人员的个人商业道德	23.4.7	144

第1章 绪论

1.1 跨国公司的概念

1.1.1 跨国公司的名称

跨国公司是首先在西方经济发达国家产生和发展起来的一种企业实体。在这些国家中,有关跨国公司的研究已有几十年历史。然而,迄今为止,尚未形成统一名称。在英文文献中,有关跨国公司的名称多种多样,其中最常见的有四种:国际公司(International Corporation)、多国公司(Multinational Corporation)、全球公司(Global Corporation)和跨国公司(Transnational Corporation)。不同名称虽然都表示从事跨国经营活动的企业,但其内涵却存在较大差别。这种差别产生于跨国公司在不同发展阶段上的演变历史,以及不同的企业跨国经营战略。

1. 国际公司

在跨国公司发展的早期阶段,国外业务在企业的全部业务中所占比重较小,企业基本以母公司在母国的业务为主,国外子公司和分公司通常围绕如何增强母公司的竞争实力组织生产经营活动,如保证原材料供应,提供低成本零部件,增加母公司产品的国外销售,等等。与业务完全局限于一国的公司相比,这种从事有限跨国生产经营活动的企业被称做国际公司。

国际公司的国际化生产经营过程可以用国际产品寿命周期理论来解释。企业根据国内市场需求研制新产品,开拓新产品的国内市场。当产品的国内市场趋于饱和,企业便转向开拓产品的国际市场,由产品出口到出售产品技术或专利许可证,直至对外直接投资。母公司把技术和设备转移到国外子公司,通过国外生产降低成本,再将产品返销母国或其他国家市场。这种以产品寿命周期为基础,立足于国内市场开展跨国经营业务的思想,形成了国际公司的跨国经营战略,或称国际战