

企业跨国经营

原理·实务·案例

沈 波 胡廷峰 编著



经济科学出版社

403249

企业跨国经营

原理 · 实务 · 案例

沈 / 斌 编著
胡廷峰

经济科学出版社

责任编辑：张 虹

责任校对：段健瑛

封面设计：黄 俊

版式设计：代小卫

技术编辑：贾志坚

企业跨国经营

原理·实务·案例

沈 波 胡廷峰 编著

*

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

北京市平谷县胶印厂印刷

*

850×1168毫米 32开 10.25印张 250000字

1997年4月第一版 1997年4月第一次印刷

印数：0001—5000册

ISBN 7-5058-1129-0/G·188 定价：14.70元

图书在版编目 (CIP) 数据

企业跨国经营原理·实务·案例/沈波, 胡廷峰编著.

北京: 经济科学出版社, 1997. 3

ISBN 7-5058-1129-0

I. 企… I. ①沈… ②胡… II. ①跨国公司-企业管理-基本知识②跨国公司-企业管理-经验 N. F276-7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (97) 第 02136 号

DZ28/14

序

企业经营国际化是第二次世界大战后世界经济发展中的一个重要现象，作为跨国经营的组织载体和国际竞争主体的跨国公司凭借它巨大的生产规模、先进的科学技术、全球性经营战略和现代化的经营管理，通过对外直接投资，将触角伸向全世界各个角落和领域，对世界经济发展产生了极其重要的影响。根据联合国贸发会议 1994 年 10 月发表的《世界投资报告》，跨国公司的产值占全球总产值的 1/3，销售额达 48000 亿美元，高于世界商品的贸易总额，全球跨国公司网络是由 37000 家母公司组成的，这些母公司控制着 20 多万家外国分公司（不包括无数非股权联系的分公司），三分之二的母公司（26000 家）来自西方 14 个发达工业化国家，100 家最大的跨国公司控制着对外直接投资的 1/3 左右，它们拥有 34000 亿美元资产（1992 年年底数），此外，跨国公司占有世界工业研究成果的 80%，生产技术的 90%，国际技术转让的四分之三和对发展中国家技术贸易的 90%，并且世界贸易的一半是在跨国公司之间进行的，同时，跨国公司的经营规模也在不断扩大。世界最大的几十家跨国公司，它们往往在 20 个以上的国家设有几十家、乃至几百家子公司，它们的年销售额超过了欧洲几个中等发达资本主义国家同年的国民生产总值。以 1992 年世界最大的一家跨国公司——美国通用汽车公司为例，它的资产总额达 1910 亿美元，雇佣职工人数达 75 万人，年销售额为 1328 亿美元，超过了同年丹麦的国民生产总值。由此可见，企业国际化经营的组织载体跨国公司已成为国际投资、国际生产与贸易以及国际技术转让中最活跃、最有影响的力量。

改革开放以来，跨国公司对我们已不再陌生，它与我国改革开放和经济建设的关系越来越密切，在我国经济建设过程中，一方面需要吸引外国跨国公司来我国投资举办独资、合资、合作企业，以解决我国经济发展所需的资金，并带动我国企业的技术、管理、服务、人才素质的提高；另一方面，随着我国向社会主义市场经济体制转变，以及即将恢复在世界贸易组织中的地位，我们的企业必然要面向市场，走向世界，开展国际化经营，举办海外企业，逐步建立和发展我们自己的跨国公司。例如，到 90 年代初我国已在世界五大洲的近 90 个国家和地区兴办了 801 家非贸易企业，投资达 10 多亿美元。但总体来看，由于我国企业开展国际化经营刚起步，经验不足，因此，学习和研究跨国公司的理论知识，借鉴西方发达国家跨国公司经营管理成功经验，对促进我们改革开放、经济建设和企业迈向国际市场竞争具有十分重要的意义。

沈波、胡廷峰同志编著的《企业跨国经营：原理·实务·案例》一书以博采众长、熔为一炉、贴近实际、锐意求新的写作指导思想，用独特的体系和多维的分析方法，较全面系统地介绍了现代跨国公司的基本概念、跨国公司对外直接投资理论、跨国经营环境、投资融资、进入方式、战略规划、组织管理、国际结算、跨国税收；以及技术转让、营销、人事、财务等策略，还探讨了我国企业跨国经营的对策。全书理论联系实际，重点放在探讨发达国家企业跨国经营管理方面的经验上，内容具有科学性、系统性和实践性，文笔简明流畅，使读者能较全面地掌握跨国公司的基本概念、发展道路、经营环境、运行管理机制、经营策略等跨国经营管理各个方面的应用知识，以便进一步研究和实践具有中国特色的企业跨国经营的运行模式。同时，本书作者还撰写和采编了一部分中外企业经营管理的典型案例作为本书的一个重要组成部分，这些案例主要集中在投资、营销、战略管理三个方面，也兼顾到技术开发、组织结构、环境分析、内部管理等其他方面，将

有助于广大读者加深理解国际大企业跨国经营的理论和方法，也可提供给教师在讲授这门专业课时加以选择，使用案例教学，提高学生分析问题和解决问题的能力。

总的说来，沈波、胡廷峰同志编著的这部《企业跨国经营：原理·实务·案例》是目前我国有较高学术价值和实用价值的一部书，它的出版无疑将对我国企业跨国经营理论研究、教学以及推动广大企业走出国门，进行全球投资经营管理，登上国际市场竞争大舞台产生积极的影响。

刘冀生

1996年8月

前 言

战后半个世纪以来的世界经济发展表明，任何一个国家都不能只依靠其本国的资源、资金、技术、人才、信息、市场来谋求其自身经济的发展。的确，随着生产力的迅猛发展，社会分工的深化，带动了生产要素在全球范围的重新配置，生产和资本的活动突破了国域疆界，实现了经济国际化。毫无疑问，跨国企业正是实现国际化投资、经营、和管理的组织载体和主导力量，它的跨国性经营活动不但使传统的国际经济格局发生了新的演变，同时也使企业经营管理从理论到方法都产生了更大的变革。

改革开放以来，中国与国外发达国家的经济技术合作发展很快，许多企业如首都钢铁公司、中国化工进出口总公司等已走上了跨国经营的道路。随着改革开放在广度和深度上的拓展和我国即将加入世界贸易组织，势必有更多企业走上国际化经营的道路，然而，由于我国企业跨国经营经验不足加上理论研究的滞后，使绝大多数企业经营管理人员对国际化经营管理十分陌生。显然，在理论与实践的基础上探讨发达国家跨国公司在国际化投资经营中的成功经验和成熟理论、方法，对于我国外向型企业借鉴国际企业发展的一般规律和惯例，掌握跨国经营的一般理论与方法，以发展具有中国特色的社会主义跨国公司具有十分重要的意义。

鉴于上述认识，我们编著了《企业跨国经营：原理·实务·案例》这部教材，其目的是为广大企业经营管理人员、国家干部和在校大中专学生提供一本比较简明系统地介绍跨国公司经营管理理论与方法的参考书。同时为了便于读者深入掌握理论，本书配合一定篇幅的中外企业经营管理案例，供学习思考。

具体来说，本书分为两大部分：第一部分为原理与实务部分，即从跨国经营基本理论讲起，然后逐一讨论跨国经营的环境、跨国投资与融资、资金筹措、进入别国市场方式、经营战略、组织、策略以及我国企业国际化经营的对策等等涉及跨国公司全球经营管理的主要基本问题。第二部分为案例部分，重点放在跨国营销管理的案例编写上，同时，在调查我国中外合资企业经营管理的基礎上撰写了两个营销综合案例。

全书的编著由沈波、胡廷峰完成，汤铁山、季晓云同志也参加了部分案例的编写工作，最后由沈波编撰并定稿。我们衷心希望本书能为中国企业跨国经营起到铺路架桥的作用，当然，由于我们水平所限，加上付梓仓促，疏漏和谬误之处，在属难免，恳请广大读者批评指正，我们将不胜感激。

最后，我们感谢经济科学出版社的大力支持、关心、帮助和指导，使我们积累的教学与科研成果能够有机会与广大读者见面。

沈 波

胡廷峰

1996年4月于南京

上篇·原理与实务

1

第一节	对外直接投资的含义、特点、类型和动机	53
第二节	投资环境评估	55
第三节	投资项目的研究	65
第四节	国际直接投资方式	72
第五章	企业跨国经营的筹资	79
第一节	跨国经营筹资的媒介机构	79
第二节	跨国经营的筹资渠道	82
第三节	跨国经营的筹资决策	90
第六章	跨国经营的进入模式	99
第一节	贸易经营进入模式	99
第二节	契约式经营进入模式	100
第三节	投资式进入模式	104
第四节	跨国经营进入模式的选择	105
第七章	跨国经营的股权参与形式	112
第一节	国际独资企业	112
第二节	国际合资企业	116
第三节	跨国经营股权参与形式的选择	119
第四节	跨国经营的非股权参与形式	123
第八章	跨国经营的战略与组织	125
第一节	跨国经营战略规划的含义、内容和分类	125
第二节	战略规划的制定	131
第三节	跨国经营的组织结构	134
第四节	跨国经营组织结构的选择	141
第九章	跨国经营管理策略	144
第一节	跨国经营的技术转让策略	144
第二节	营销策略	148
第三节	转移价格策略	153
第四节	内部资金调拨策略	158
第五节	人事策略	163

第六节 规避风险策略.....	169
第十章 跨国经营的国际结算	177
第一节 国际结算的含义、分类与特点.....	177
第二节 国际结算中的票据.....	179
第三节 国际结算方式.....	187
第十一章 跨国经营与国际税收	203
第一节 国际税收的含义和种类.....	203
第二节 国际重叠征税的规避方法.....	208
第三节 合法国际避税及其“避税地”的利用.....	211
第四节 避免双重征税的协定.....	215
第十二章 我国企业跨国经营战略	216
第一节 我国企业对外投资的回顾.....	218
第二节 我国企业跨国经营的发展战略.....	220

下篇 · 案例

案例说明	231
市场定位与营销策略	233
南京新蕾化妆品有限公司案例.....	233
航新精密机器公司吸尘器分厂案例.....	241
发展战略	247
奥突浦欧公司案例.....	247
日本多美工业股份公司案例.....	252
消费者行为分析	259
汉密尔顿工具公司案例.....	259
市场细分与目标市场	267
美勒啤酒公司案例.....	267
产品策略	269
美国汽车公司的吉普车案例.....	269

分销渠道策略	271
三菱汽车美国案例.....	271
阿派克斯国际公司案例.....	274
上海施乐复印机有限公司案例.....	278
促销策略	283
PPP 比萨饼案例	283
跨国经营的计划、组织、控制	296
日本本田技研工业案例.....	296
英特咖啡公司案例.....	299
柯达胶卷的情报研究.....	305
TDK 的奇迹	307
附录	
主要参考书目与资料.....	312

上 篇

原理与实务

第一章 企业跨国经营概述

企业跨国经营是经济活动国际化的一个重要特征，是第二次世界大战以来国际经济中最引人注目的现象，也是社会生产力发展和科学技术进步所带来的各国对外开放、分工与协作深化的必然产物。反过来，企业跨国经营也对世界经济和贸易增长以及分工与协作的深化产生了深刻的影响。研究企业跨国经营的含义及其组织载体——跨国公司的含义、分类、性质、特点，了解它在当今世界经济发展中的地位和作用，对于我国企业走向国际市场，参与竞争具有十分重要的意义。

第一节 跨国经营的组织载体——跨国公司的含义和分类

企业跨国经营就是企业在母国之外凭借所拥有或控制的生产或服务设施或企业进行跨越国界的生产、销售、劳务、融资、技术转让等各种经营活动。显然，企业要跨越国界从事各种经营活动必然要借助某一组织载体才能进行，这一组织载体是第二次世界大战以后发展起来的一种国际企业组织形式，各国称呼不一，如“多国公司”、“国际公司”、“宇宙公司”、“世界公司”、“全球企业”、“跨国公司”等等不一而足。经联合国经济及社会理事会研究决定，自1974年以后，联合国正式刊物、文件都一律采用“跨国公司”这一名称来称呼企业跨国经营的组织载体，所以本教材也采用“跨国公司”这个正式名称。

一、跨国公司的定义标准

关于跨国公司的定义,各国学者与政府有不同的理解和认识,众说纷纭,这也不足为怪,因为跨国经营活动的历史毕竟是短暂的,而且由于跨国经营超越了不同政治、经济、法律和文化界线,其本质属性和基本特征十分复杂,人们大都从各自不同的角度对它进行观察和概括,所以很难对跨国公司的定义作出统一的回答。下面先介绍几种主要定义标准,然后再说明联合国对跨国公司所下的明确定义。

1. 结构性定义标准。

一般凡采用“地区分布数量”、“生产或服务设施”、“所有权”等作为跨国公司定义标准的,都可归纳于结构标准。

(1) 地区分布数量。例如,美国哈佛大学的“美国多国公司研究项目”认为,必须在6个国家以上设有子公司或附属企业,才算真正的跨国公司,而欧盟认为至少在两国拥有生产设施的企业,可称为跨国公司。

(2) 生产或服务设施。联合国、欧盟、经合组织的有关跨国公司的文件中,都强调跨国公司是生产设施的综合,而不仅仅是市场的组合,因为企业如果仅与其他国家发生进出口贸易,而在其他国家拥有生产或服务设施,那只能算是贸易公司,如拥有生产或服务设施,而不参与管理,即有财产所有权,而无经营管理权,那只是单纯的国际控股公司。

(3) 所有权。以所有权作为跨国公司定义标准有两个含义:一个是指企业属于哪个国家的公民所有,即企业的国籍属谁,例如有的学者认为跨国公司经理人员的国籍必须来自一国以上,所有权分散在不同国籍人士手里。而有的学者则认为跨国公司的特征是“无国籍性”,即不忠于哪一个国家。另一个含义是指资产的所有权形式,即国营、私营、合作、合伙、股份公司等形式。目前,在联合国正式文件以及西方国际企业管理教材中,对跨国公司的