

吴永林◆著

缔造强者

中国跨国公司成长的

现实选择

经济管理出版社

JINGJI GUANLI CHUBANSHE

缔造强者

——中国跨国公司成长的现实选择

吴永林 著

经济管理出版社

责任编辑：谭 伟

版式设计：蒋 方

责任校对：孟赤平

图书在版编目(CIP)数据

缔造强者：中国跨国公司成长的现实选择/吴永林著

北京：经济管理出版社，2000.4

ISBN 7-80118-967-1

I. 缔... II. 吴... III. 跨国公司-发展-研究-中国
IV. F279.247

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 04951 号

· 缔 造 强 者 · ——中国跨国公司成长的现实选择 吴永林 著

出版：经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编：100035)

发行：经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷：中央党校印刷厂

850×1168 毫米 1/32 9.5 印张 235 千字

2000 年 4 月第 1 版 2000 年 4 月北京第 1 次印刷

印数：1—4000 册

ISBN7-80118-967-1/F·913

定价：19.00 元

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社发行部负责调换。

通讯地址：北京阜外月坛北小街 2 号 邮编：100836

联系电话：(010)68022974

卷 首 语

本书从产业组织的角度,以企业市场的竞争与垄断为主线,以中国企业作为研究对象,以国内市场、国际市场及开放经济条件下的企业成长环境为前提,从中国经济发展、经济体制改革、市场体系的健全与完善、经济全球化和世界经济一体化的视野,以历史唯物主义和辩证唯物主义以及归纳演绎、比较借鉴、继承与发展、共性与个性、实证与理论相结合的分析方法,以中国企业如何成长出跨国公司为研究目的,在总结和分析国外跨国公司的成长原因、市场行为规律的基础上,集中对中国跨国公司与企业国际化成长、中国跨国公司成长面临的问题和市场行为、组织制度、创新机制、市场政策等若干中国跨国公司成长问题进行了分析。认为,市场结构、市场行为和市场绩效的交互作用激发着企业的成长冲动,以市场驱动作为外力,以成长需要作为内因,通过竞争与垄断的市场过程,体现出企业在时间与空间上的成长过程规律;而中国企业成长为跨国公司的核心问题,在于内部化与外部化的市场整合、协同与联盟的市场组织以及对外直接投资的策略和方式等有效的市场行为,在于建立以现代企业制度为目标模式的企业制度、形成母子关系体系、构筑以全球取向的组织架构和创新机制等科学的组织制度,在于以促进效率竞争、完善竞争制度和竞争政策为主旨的政府行为以及构筑大企业体制以有效催育中国跨国公司成长等有利的市场政策。

本书基于这样一个逻辑思路:跨国公司的成长过程及规律是什么——中国企业为什么要和能否成长出跨国公司——中国跨国

公司成长面临着怎样的矛盾和问题——从改革和发展的角度这些问题怎样解决。本书的逻辑起点是中国企业,目标是中国企业在现实环境条件下怎样成长出跨国公司。由此,本书共分三大部分:第一部分由一、二章构成,主要总结和分析国外跨国公司的成长轨迹、规律及其问题,从市场的角度,考察跨国公司的成长理论,回答国外跨国公司是怎样成长的并伴随着一种怎样的环境变迁,以资对中国跨国公司的成长问题进行研究中的借鉴;第二部分由三、四章构成,集中阐述中国跨国公司的概念、条件、成长潜力及成长所面临的主要现实问题,回答中国企业为什么要成长出跨国公司和面对着怎样的矛盾;第三部分由五、六、七、八章构成,主要针对中国跨国公司成长的市场行为、组织制度、创新机制和市场政策等四个方面的核心问题,深入分析中国跨国公司到底怎样成长的理论和策略。这样,全书共有八章。

第一章,跨国公司与跨国公司成长。本着总结、借鉴及探本求源的原则,从三个层面剖析了国外跨国公司的形成、成长规律和阶段特征以及与之相关的基本范畴问题。指出,跨国公司不是一夜间形成的,它是一个历史范畴,跨国公司是企业与国际分工、国际市场和国际贸易交互作用结果的一种企业组织形式,其产生、存在、成长的动力,在于深刻的生产力和生产关系矛盾以及促进社会生产力发展的技术进步和企业谋求竞争与垄断的市场驱动;跨国公司的成长是一个过程,是人类社会生产力和生产关系不断相互适应和不断发展的一种历史的必然,市场驱动和成长需要是百余年间跨国公司的成长规律;而跨国公司成长的过程性,无不体现着不断与环境相适应,并对经营资源进行整合、通过竞争与垄断努力寻求经营优势和实现企业成长目标的成长特性。

第二章,跨国公司成长与市场。本章从市场不完全性、竞争性、市场结构和内部化、对外直接投资等市场行为以及若干理论等层面,论证了跨国公司成长与市场的交互作用关系,分析了市场以

怎样的机制驱动着跨国公司的成长、壮大。指出,跨国公司无不是在现实市场条件下孕育、产生、成长和发展,现实市场的不完全性,驱使着跨国公司将其国际分工内部化、生产过程国际化;现实市场的竞争性,又驱使着跨国公司通过内部化、对外直接投资等行为强化自身的各种优势去谋求竞争与垄断;竞争是企业成长的内在动力,也是企业对市场做出的本能反应,企业对成长目标的追求是竞争的目的。认为,市场结构、市场行为和市场绩效的互动机制以及竞争与垄断运动过程的矛盾和冲突,使跨国公司在市场的驱动下得以成长。

第三章,中国跨国公司与企业国际化成长。本章集中阐述了中国跨国公司的判定,中国企业跨国经营的状况,中国跨国公司成长的共性与个性和战略阶段等问题。指出,中国目前尚没有真正意义上的跨国公司,中国跨国公司还只是处于初始成长阶段,而中国企业跨国经营的实践活动,已经为中国跨国公司的成长打下了坚实的基础;中国跨国公司的成长,无论是现实环境和成长条件,还是成长机制,都具有明显区别于国外跨国公司成长的个性和特殊性。认为,中国跨国公司的成长应当是先国内后国外,先成长起具有一定竞争实力的大企业,后成长出跨国公司;中国跨国公司成长战略阶段应当是从培植优势的集团化到成长起步的国际化,再到成长壮大的全球化。

第四章,中国跨国公司成长面临的问题。本章从市场结构和市场行为相互作用及竞争与垄断的层面,透析中国跨国公司成长所面临的市场冲突和问题,考察作为中国跨国公司成长母体的中国企业的现状和成长矛盾。认为,影响我国企业成长进而成长出中国跨国公司的制约因素,主要来自市场环境和市场条件、外部产业组织和相关产业政策、技术进步和企业内部的经营管理水平。指出,国内市场经济体系依然存在着有碍中国跨国公司成长的客观不利因素;而复杂多变的国际市场和开放经济中的市场环境,对

中国跨国公司成长又带有极其强烈的挑战性和紧迫性;作为中国跨国公司成长母体的中国企业,也存在着规模优势不强、经营效率不高、科技进步优势较弱、体制制约仍然存在等影响中国跨国公司成长的问题。

第五章,中国跨国公司成长的市场行为。本章从企业市场行为的角度,集中阐述了中国企业通过内部化与外部化的市场整合行为、建立市场协同机制的市场组织行为、确立对外直接投资策略和方式的海外扩张行为等中国跨国公司怎样成长的市场行为问题。认为,从国内层面的角度,中国跨国公司成长的一个重要课题就是企业集中;通过内部化的市场整合行为,使我国过度分散的市场竞争样态向有序的有利于中国跨国公司成长的寡占型市场结构转化,并使企业提升市场势力和市场竞争能力;通过协同与联盟等市场组织行为,在国内市场中形成“以大带小”的格局,并积极参与国际战略联盟,积聚优势和能量,成长和发展起一批具有一定实力、具有一定竞争优势和市场影响力的大企业大集团;就国际层面而言,制定企业对外直接投资策略,选择合理的投资方式,则是中国跨国公司成长的市场行为的重要组成部分。

第六章,中国跨国公司成长的组织制度。本章从中国的国情出发,以确立企业的市场主体地位作为切入点,集中阐述了企业制度、母子关系、组织架构等构成中国跨国公司组织形式和组织制度的基本因素,从企业组织制度的角度,分析了中国跨国公司怎样成长问题。认为,企业市场主体地位和组织制度,构成了企业与市场之间的关系,决定着中国跨国公司成长行为的内在冲动和有效性。组织制度的基础是现代企业制度;有效性的前提是构筑中国跨国公司与国家、中国跨国公司与构成自身的企业以及中国跨国公司与通过合资、合作等形式成立的子公司之间的母子关系结构;组织架构形式应趋向于全球性组织的全球化组织形态;组织制度的核心是建立包含技术创新、产品创新、制度创新和组织创新在内

的创新机制。

第七章,中国跨国公司成长的创新机制。本章从如何构筑中国企业创新机制的角度,集中阐述了创新与市场领先、创新与科技进步、创新与管理变革等创新优势以及创新风险、创新系统、创新动力和创新组织等问题。指出,竞争优势的秘密是创新,创新的核心是企业提升竞争优势,目的是在市场竞争中得以不断成长。认为,无论是国内市场的整合行为,还是国际市场的扩张行为,创新都是中国跨国公司能否成长的基础性前提,特别是在科学技术迅猛发展的今天,创新愈发显得必要和重要。中国跨国公司成长环境的巨大变革和变迁,要求中国跨国公司成长必须以创新为核心,建立包含技术创新、产品创新、制度创新和组织创新在内的创新机制。其中,最重要、最关键也是最为核心的应当是制度创新。

第八章,中国跨国公司成长的市场政策。本章从中国企业和中国跨国公司怎样成长的角度,集中分析了政府的作用等问题。认为,政府行为的核心是制定一系列市场政策,确立竞争制度和市场竞争体系,形成对中国跨国公司成长有效催育的市场效率竞争以及政策格局。指出,中国跨国公司的成长不仅需要企业自身的努力,也需要政府加以扶持和催育;不仅需要一系列有效措施的保证,更需要强有力改革政策的推动;如何处理好政府与企业的关系,政府应当制定什么样的市场政策和产业政策,才是中国跨国公司成长的关键之所在。提出,政策的重心应当是构筑大企业体制,形成“以大带小”的专业化分工与市场协同。

培育一流企业 走向经济强国

中国需要有自己的跨国公司,这不仅是经济全球化和世界经济一体化发展趋势所迫,更是中国经济发展和走向强国之列的必然。跨国公司产生一百年间,特别是第二次世界大战之后得到空前的发展,联合国《1998 年世界投资报告》显示,目前,全球 5.3 万家跨国公司,45 万家海外分支机构,控制了全世界生产的 40%,国际贸易的 60%,国际投资的 90%,国际技术贸易的 60%,国际技术转让的 80%,科技研究及开发的近 90%;约 70%的跨国公司来自发达国家,一个跨国公司的资本相当于一个中等水平国家的资产;世界排名最大 500 家公司中,美、日、德、法、英五国占 80%以上,年利润增长率超过 15%。跨国公司以资金、技术等强大的实力抢占世界市场,有人称其为“新殖民主义”。我国要成为世界经济大国,发展跨国公司势所必然,不仅有利于增强综合国力,也有利于改变世界经济格局,建立新的国际经济秩序。我国的经济体制改革已经走过了二十个春秋,社会主义市场经济体制的确立、进一步改革和发展以及中国企业跨国经营的实践,不仅呼唤着中国跨国公司的成长,也为中国成长出跨国公司提供着条件,使得中国跨国公司的成长问题有着很强烈的现实性和紧迫性。基于此,着力对中国跨国公司的成长问题进行研究,意义重大。

(一)

跨国公司强大而独特的作用为世人所关注,也引致国内外学者浓厚的研究兴趣,从比较广泛的范围和视角考察并分析跨国公司百余年的成长史,形成了比较丰富的理论。比如邓宁的国际生产折衷理论认为,跨国公司产生和发展的原因,在于所有权、内部化和区位等三大优势;巴克利和卡森的内部化理论指出,现实市场的不完全性引致企业的内部化行为,从而产生了跨国公司;海默和金德尔伯格的垄断优势理论,则把跨国公司产生和发展的直接原因归结为追求和拥有垄断优势;国内学者林叶提出,比较优势之间相互替代性的大小,各国之间比较优势差异的存在,是决定跨国公司发展的主要因素。我认为,跨国公司成长的基本因素是成长需要和市场驱动。内因是成长需要,即社会化大生产、资本集中积聚、规模经济以及企业不断追求利益的需要;外因是市场竞争与垄断矛盾运动的驱动,构成跨国公司成长的必然性。

跨国公司成长是企业竞争与垄断的市场过程,是企业与企业、企业与市场、企业与政府政策行为的矛盾冲突,并且,是这些矛盾冲突不断得以解决的市场过程。因此,成长问题涉及到市场结构、市场行为和市场绩效的交互作用,是企业在这种交互作用过程中的一种认知、反应的运动过程。市场结构要求企业大中小间的协同,大企业是“领头雁”;市场行为注重有效竞争,既反对垄断又反对过度竞争;市场绩效要求优化和合理配置资源,注重效率。社会主义市场经济理应利用市场手段推动跨国公司成长。中国跨国公司的成长过程,无不体现出作为母体的企业从竞争到垄断再到寡占的市场成长轨迹。竞争与垄断,不仅来自于企业自身,也来自于政府的政策规制,正是这种交织在一起的矛盾性,使得市场呈现出市场结构——市场行为——市场绩效的交互作用规律,并驱动着

跨国公司成长。

中国的市场经济尚处于不断健全、完善的过程中,中国的企业也有待进一步深化改革,更有待进一步成长壮大。如果说,在过去的 20 年我国企业是以不断深化改革为特征的话,那么,今后伴随着改革的深入,成长问题将是我国企业的核心特质问题。因此,本研究所研究的核心命题是中国如何成长出跨国公司,主张:在成长需要和市场驱动的作用下,先有大公司大集团,在此基础上才会成长出真正意义上的中国跨国公司。在中国,没有大企业的成长,没有大企业的国际化成长,就不可能有中国跨国公司。

(二)

跨国公司的成长是一个过程,在这个成长过程中,至少可以表现出六个方面的特征。由单体到群体(集团)的组织特征;资产、经营规模、销售收入、利润或者资产存量及产出等从小到大的规模特征;体现在竞争能力和竞争效率的不断提高、市场占有率不断扩大的由弱到强的市场特征;经营领域不断扩大、市场地域广度不断增加并由国内到国外的范围特征;广泛吸纳资产、股权多元化的由单厂制到现代公司制的制度特征;由以本土为主到牢固树立全球经营理念并按照全球经营发展战略统一组织实施的管理特征。

然而,令人遗憾的是,至今国际经济学界对什么是跨国公司仍然没有一个统一的定论。我认为,一家企业通过对外直接投资,使它有权控制国外企业的生产经营活动,并以全球经营理念为基础,按照统一的企业发展战略和决策系统对海外企业进行统一经营管理和控制,在集团内转移并优化配置经营资源,并把这个过程所获得的能产生效益的资产分布到许多国家,称这样的企业即为跨国公司。

中国跨国公司是以中国企业为母体,以利用国际资源和发展

中国经济为目的,体现国家政治和经济政策,通过对外直接投资,在海外不同的国家和地区建立生产和经营性的各种所有制形式的子公司,并按照统一的全球发展战略实施决策体系的一体化企业组织。

按照这样的定义,中国目前还没有真正意义上的跨国公司。一是中国的跨国经营企业的发展战略多以本土为主,统一的全球经营决策体系和管理运行系统尚没有确立;二是在企业内部基本上没有跨国的资源转移;三是全球经营理念尚没有形成。而导致中国尚没有真正意义上的跨国公司的社会经济原因更是多种多样。改革开放前的计划经济体制及“调剂余缺”的外经思想;西方国家的经济封锁和制裁把我国排除在世界经济及国际市场之外;尚处于不断完善和健全过程中的市场经济体系,市场结构尚不足以驱动企业成长为中国的跨国公司;中国的企业也处于不断改革过程中,经营者谋求企业成长的冲动不强,经营理念和管理思想陈旧、落后;企业的制度和机制不活;创新动力不足等等。

有中国特色的社会主义市场经济体制及中国企业的现状,决定了中国跨国公司应当是这样一种成长轨迹:中国企业的国内成长——国际化成长——跨国成长——跨国公司的成长——跨国公司的全球化成长。作为一种战略安排,中国跨国公司成长的近期目标应当是“抓大”,努力催育大企业大集团的成长;近中期目标应当是积极开拓国际市场,促进中国企业的跨国经营实践,鼓励对外直接投资;远期目标是成长出具有一定实力、有一定影响力和有较强竞争能力的中国跨国公司。在这个过程中,使中国企业成长,使中国市场竞争有序化,使中国民族工业振兴,使中国经济强盛,屹立于世界经济之林。

(三)

竞争与垄断既是企业成长的市场环境,又是企业成长壮大的行为过程,本书试图竭力强调这一过程的动态性,并用竞争与垄断的思想贯穿整个本书的内容体系,以此为主线阐述中国跨国公司成长和发展这一核心命题。本书基于这样一个逻辑思路:跨国公司的成长过程及规律是什么——中国企业为什么要和能否成长出跨国公司——中国跨国公司成长面临着怎样的矛盾和问题——从改革和发展的角度这些问题怎样解决。本书研究的逻辑起点是中国企业,目标是中国企业在现实环境条件下怎样成长出跨国公司。由此,本书共分三大部分:第一部分由一、二章构成,主要总结和析国外跨国公司的成长轨迹及其问题,从市场的角度,考察跨国公司的成长理论,回答国外跨国公司是怎样成长的并伴随着一种怎样的环境变迁,以资对中国跨国公司的成长问题进行研究中的借鉴;第二部分由三、四章构成,集中阐述中国跨国公司的概念、条件、成长潜力及成长所面临的主要现实问题,回答中国企业为什么要成长出跨国公司和面对着怎样的矛盾;第三部分由五、六、七、八章构成,主要针对中国跨国公司成长的市场行为、组织制度和市场政策等三个方面的核心问题,深入分析中国跨国公司到底怎样成长的理论和策略。

这样,本书从产业组织的角度并以产业组织理论体系和方法为分析手段,以历史唯物主义和辩证唯物主义以及归纳演绎、比较借鉴、继承与发展、共性与个性、实证与理论相结合为分析方法。论证中国跨国公司成长是企业内有成长需要外有市场驱动的结果;中国企业的成长、中国企业的国际化成长及全球化成长是中国跨国公司成长的必要条件,而成长环境的压力和竞争与垄断的矛盾冲突则是中国跨国公司成长的充分条件;内部化式的市场集中、

“以大带小”的市场协同及国际战略联盟、科学合理的组织制度、积极有效的对外直接投资是中国跨国公司成长的途径;构筑大企业体制、形成有效竞争和效率竞争的市场环境及市场政策格局,将有利于中国跨国公司成长。

(四)

理论来源于实践又指导实践。然而,对中国跨国公司成长问题进行研究存在诸多困难,主要表现在:一是中国跨国公司尚处于成长的初始阶段,中国企业的跨国经营水平甚至国际化经营水平还不是很高,实践的时间不长,使得个案的系统实证分析相当困难,甚至连对策分析的实证依据也相当匮乏;二是中国的企业还处于不断深化改革的过程中,中国的市场经济体制远没有健全和完善,多种矛盾和问题交织在一起,增加了对中国跨国公司成长个性问题的研究难度;三是对中国跨国公司成长问题的研究文献极少,使得研究中的比较和讨论的对象缺乏,借鉴国外跨国公司成长经验和规律,又形成了中国企业以及时代特征和成长环境与国外跨国公司成长过程不同的研究困境。中国跨国公司实践的成熟性和理论研究的不完备性,决定了本书观点的探索性,加之本人的学识和水平所限,文中疏漏甚至谬误在所难免,权当引玉之砖,引起更多理论界同仁和实业界人士的兴趣和参与,以期早日成长出中国的跨国公司。

如何让更多的中国企业进入世界 500 强?

海尔、联想能否成为世界一流跨国公司?

没有大批的跨国企业,难成经济强国!

21 世纪的竞争将是跨国大公司的竞争!

封面设计·郑虹
DESIGNER H·ZHENG

◎ 责任编辑·谭 伟



作者简介

吴永林，男，1960年4月出生于河北省唐山市；经济学博士，副教授；现在北方工业大学主要从事产业经济与组织、企业投资方向的教学和科研工作。著有《企业集团凝聚力》等著作三部，在《经济论坛》、《财经科学》、《集团经济研究》等中外学术期刊上发表论文近四十篇。

目 录

绪 论 培育一流企业 走向经济强国	(1)
第一章 跨国公司与跨国公司成长	(1)
一、跨国公司溯源	(1)
二、跨国公司的成长历程	(8)
(一)跨国公司成长的历史进程	(9)
(二)跨国公司成长的历史必然	(10)
(三)跨国公司成长的阶段特征	(14)
(四)世纪之交跨国公司成长的新特点新趋势	(16)
三、基本范畴的辨析	(20)
(一)企业国际化经营与跨国经营	(20)
(二)经营资源与市场竞争	(22)
(三)跨国公司与企业成长	(25)
第二章 跨国公司成长与市场	(31)
一、对市场的理性认识	(31)
(一)市场的不完全性	(32)
(二)市场的竞争性	(36)
二、跨国公司成长与市场结构	(38)
(一)市场结构的核心特质	(38)
(二)市场结构的理论评析	(40)
(三)市场结构不同类型的比较分析	(43)
三、跨国公司成长与市场内部化行为	(45)
(一)企业内部化行为与内部化理论	(45)