

跨国公司

跨国公司的

经营策略研究

■ 主编 朱钟棣

湖南大学出版社

跨国公司经营策略研究

朱钟棣 主编

湖南大学出版社

2000年·长沙

目书在版编目(CIP)数据

跨国公司经营策略研究/朱钟棣主编 —长沙:湖南大学出版社,2000 7

ISBN 7-81053-291-X

I 跨… II.朱… III 跨国公司-经营策略-研究 IV
F276 7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 34493 号

跨国公司经营策略研究

Kuaguo Gongsı Jingying Celue Yanjiu

朱钟棣 王 编

☐责任编辑 谌鹏飞

☐出版发行 湖南大学出版社

社址 长沙市岳麓山 邮码 410082

电话 0731—8821691 0731—8821315

☐经 销 湖南省新华书店

☐印 装 宁乡印刷厂

☐开本 850×1168 32 开 ☐印张 9 25 ☐字数 224 千

☐版次 2000 年 8 月第 1 版 ☐2000 年 8 月第 1 次印刷

☐印数 1-1 000 册

☐书号 ISBN 7-81053-291-X/F·20

☐定价 12 00 元

(湖南大学版图书凡有印装差错,请向承印厂调换)

前 言

《跨国公司经营策略研究》是一本专著。本书是我国学者对跨国公司最新经营策略研究的成果汇编。之所以要作这方面的研究,是因为当代世界经济的主宰——跨国公司的经营业务和经营策略不但在国际市场上发展迅速,而且已经大量渗透到我国的国内市场上来。这种情况,需要相应的研究工作不断跟上。这本专著,是在上海财经大学世界经济研究所所长、国际经济与贸易专业博士生导师朱钟棣教授 1997 年由华东理工大学出版社出版的《跨国公司研究》(英文版)的基础上,邀请了一些在各领域内对跨国公司经营策略研究有造诣的学者,再次深入研究的成果。这种研究,已经从当前普遍的大量的对跨国公司仅仅作宏观研究的基础上,深入到对其内部和外部经营策略的微观研究。

本书的第一章描述了迄今为止跨国公司的发展轨迹以及 21 世纪的发展趋势,第二章是跨国公司有关理论的回顾与评论,第三章全面分析了跨国公司的各种营销策略。第四到第六章则转入跨国公司财务策略的研究,包括第四章的各种融资策略研究,第五章以投资为主要研究对象的跨国公司各种资金运

用策略的研究,以及第六章的跨国公司收购兼并策略的研究。最后两章则是跨国公司在华投资策略的研究,包括第七章跨国公司在华投资策略变化情况的研究,以及第八章跨国公司在华投资策略对我国出口贸易影响的研究和我国相应对策的研究。

本书适合于在政府部门和企业界从事对外经济贸易工作的同志阅读,也能用作国际经济与贸易专业的本科生、研究生和教师的教学与科研参考。由于大部分内容的表达方式比较通俗,想深入探索跨国公司内在运作机制的读者不会在本书的阅读过程中发现太多的困难。甚至已经在涉外企业工作的读者,也会发现本书为他们提供了一个全面观察跨国公司决策过程的机会,为他们提供了一个长期在跨国公司某一部门工作永远得不到的观察整个公司运作机理的“第三只眼”。

朱钟棣

目 次

第一章 跨国公司的过去,现在和未来

第一节 跨国公司的历史	1
第二节 当代跨国公司的发展概况	3
第三节 新世纪的跨国公司	25

第二章 跨国公司理论研究的演变

第一节 跨国公司理论的演进	39
第二节 垄断优势论	41
第三节 产品生命周期理论	44
第四节 内部化理论	47
第五节 边际产业扩张理论	51
第六节 国际生产折衷理论	56
第七节 其他跨国公司理论	60
第八节 对跨国公司理论的评价	62

第三章 跨国公司营销策略研究

第一节 国际市场开拓策略	66
第二节 国际市场营销组合策略	71
第三节 跨国公司的内部贸易与转移价格	85
第四节 信息社会的国际营销	93

第四章 跨国公司融资策略分析

第一节 跨国公司融资战略分析	100
第二节 跨国公司融资的外汇风险分析	104
第三节 跨国公司融资渠道分析	112
第四节 跨国公司融资成本的计算与分析	119

第五章 跨国公司投资策略研究

第一节	跨国公司资金的内部转移与分配战略	130
第二节	跨国公司对外投资的资金预算与项目评估 ...	137
第三节	跨国公司对外直接投资的财务管理与控制 ...	148
第四节	跨国公司对外间接投资——国际证券投资 分析	154

第六章 跨国公司购并策略研究

第一节	跨国公司购并动机的理论分析	164
第二节	跨国公司现金购并的决策	176
第三节	跨国公司换股购并的决策	203
第四节	跨国公司的购并融资方式	215
第五节	跨国公司实施购并后的经营管理	222

第七章 跨国公司在中国投资策略的演变

第一节	跨国公司在华投资特征及成因分析	227
第二节	跨国公司的市场进入策略	237
第三节	跨国公司在华投资策略的演进及取向	244
第四节	跨国公司在华投资遇到的问题与面临的挑战	250

第八章 跨国公司对我国出口贸易的影响及我国的相应策略

第一节	中国出口贸易状况分析	256
第二节	跨国公司在华投资对中国出口贸易的贡献 及影响	261
第三节	政府对跨国投资监管的经济分析——收益 与成本分析	270
第四节	促进我国出口贸易可持续发展的几点建议 ...	274

第一章 跨国公司的过去,现在和未来

第一节 跨国公司的历史

一、早期的贸易型跨国公司

历史上最早的跨国公司产生在 15 世纪末 16 世纪初。地理大发现和航海技术的发展,使得西班牙、葡萄牙、荷兰和英国的一批冒险家纷纷从事海外经商和远洋运输。当时的跨国公司具有两个显著特点。一是以贸易为主,有些甚至以武装贸易为主,掠夺和贸易兼而有之。二是在当时重商主义横行的历史条件下各国严禁金银输出购买进口商品,海外经商的公司要得到皇家特许权才能经营国际贸易,因此这些跨国贸易公司又被叫做特许公司(Chartered Companies)。东印度公司(East India Company)和哈德逊湾公司(Hudson's Bay Company)就是早期跨国公司的典范。

也有学者认为早期的贸易型大公司不是真正含义的跨国公司。即使是东印度公司这样的大公司,它在伦敦的船厂和印度的工厂有着大量的生产性投资,但以贸易为主要业务,因而只能被看成是贸易型大公司,不能被看成今天以跨国直接投资和跨国生产为主要经营活动的跨国公司。更有甚者,一位著名的跨国公司研究者海默(Stephen Hymer)进一步认为,以生产性的海外投资例如海外种植园和矿业投资为己任的跨国投资公司,也不能被看成今天含义上的跨国公司,因为这些公司的生产活动

不以产业革命以后的机器大工业为基础。

二、早期的制造业跨国公司

尽管机器大工业产生在英国,但是美国 1776 年独立以后工业生产能力迅速提高,对外制造业的投资也在 19 世纪中开始,几乎与英国同时起步。美国一位学者威尔金斯(Mira Wilkins)在 1970 年指出,美国最早的海外制造业投资是康涅狄格州一家制造军火的工厂 1852 年在英国设立的分厂,但是不到五年这家分厂就出售给了英国人。美国最早最成功的跨国投资是胜家(Singer)缝纫机厂。早在 19 世纪 50 年代中期,胜家就在加拿大、拉丁美洲和欧洲设立销售点。1867 年,它在英国的格拉斯哥设立了第一家工厂。

早期跨国投资考虑的主要因素是东道国的文化背景和政治环境,东道国和投资国之间的贸易联系和位置距离。例如,1914 年之前的美国海外制造业有 51.7% 投资在西欧,27% 在北美,8.1% 在拉丁美洲。英国的海外制造业则有 41.7% 投资在欧洲,15.3% 在北美,16.2% 在拉丁美洲。英国作为一个传统的海外投资国家,其对外直接投资的数量一直领先于其他国家。这种情况,一直持续到第二次世界大战以后。

三、20 世纪对外直接投资的发展

20 世纪对外直接投资的迅速增长可以用表 1-1 来说明。

表 1-1 1914~1983 年各投资国累计的投资金额估计^① (单位:亿美元)

国 家	1914 年		1938 年		1960 年		1983 年	
发达国家	143.02	100%	263.50	100%	629.00	99.0%	5552.00	97.4%
美 国	26.52	18.5%	73.00	27.7%	319.00	48.3%	2270.00	39.6%
英 国	65.00	45.5%	105.00	39.8%	108.00	16.3%	954.00	16.7%

^① John H. Dunning, Explaining International Production London, Unwin Hyman, 1988 p. 74

国 家	1914 年		1938 年		1960 年		1983 年	
德 国	15.00	10.5%	3.50	1.3%	8.00	1.2%	403.00	7.0%
法 国	17.50	12.2%	25.00	9.5%	41.00	6.2%	299.00	5.2%
日 本	2.00	0.1%	7.50	2.8%	5.00	0.8%	322.00	5.6%
发展中国家	-	-	-	-	7.00	1.1%	176.00	2.6%

第二节 当代跨国公司的发展概况

一、当代跨国公司的发展概况

20 世纪 80 年代和 90 年代,跨国公司经历了一个良好的发展时期。据联合国《1995 年世界投资报告》报道,全世界已有 4 万家母公司和 25 万家外国子公司,1995 年对外直接投资累计 2.6 万亿美元,全球销售额达 5.2 万亿美元。跨国公司在全球经济中的作用还可以从联合国贸易与发展会议秘书处的以下一些数据中看出来:1995 年,跨国公司的生产总值占全球各国国内生产总值的 25%;跨国公司内部的贸易占了世界贸易总额的三分之一,不同跨国公司相互之间的贸易占了世界贸易总额的另外一个三分之一;全世界 80% 的民用研究和开发活动是在跨国公司系统内进行的;跨国公司的商业发明占全球 50% 左右。

世界贸易组织 1997 年初发表的《贸易与外国直接投资》年度专题报告认为:以跨国公司为主的全球对外直接投资总额,从 1973 年到 1995 年增加了 12 倍,而全球贸易总额增长仅 8.5 倍。每年对外投资的总额从 1985 年的 600 亿美元增加到 1995 年的 3 150 亿美元。其中,73% 的对外直接投资来自工业化发达国家,而新兴的发展中国家和地区吸收的外国直接投资为 1 120 亿美元。跨国公司的发展不但表现在对外投资总量上的增加,而且从每个跨国公司的销售收入、资产规模等具体数据来

看,其发展规模也令人刮目相看。表 1-2 选择了美国《财富》杂志 1998 年度全球 500 家最大公司中的前 25 名。

表 1-2 1996 年度全球 25 家大公司排名^①

排名 1998 年	排名 1997 年	公 司 名 称	总部	年销售收入 (亿美元)	利润 (亿美元)	资产 (亿美元)	雇员数 (亿美元)
1	1	通用汽车	美国	1 613.15	29.56	2 573.89	594.0
2	17	戴姆勒-克莱斯勒	德国	1 546.15	56.56	1 597.38	441.5
3	2	福特汽车	美国	1 444.16	220.71	2 375.49	345.2
4	8	沃尔-马特百货公司	美国	1 392.08	44.30	492.71	910.0
5	3	三井物产	日本	1 093.73	2.33	562.64	32.9
6	6	伊藤忠商事	日本	1 087.49	-2.67	568.47	5.7
7	4	三菱商社	日本	1 071.84	2.44	746.65	36.0
8	7	埃克森石油	美国	1 006.97	63.70	926.30	79.0
9	12	通用电气	美国	1 004.69	92.96	3 559.35	293.0
10	11	丰田汽车	日本	997.40	27.87	1 245.62	183.9
11	5	荷兰皇家/壳牌	英/荷	936.92	3.50	1 100.68	102.0
12	9	丸红	日本	935.69	-9.21	549.79	65.0
13	10	住友商社	日本	890.21	-1.02	455.02	30.7
14	14	IBM	美国	816.67	63.28	861.00	291.1
15	16	安盛	法国	787.29	17.02	4 518.75	87.9
16	58	花旗集团	美国	764.31	58.07	6 686.41	170.1
17	22	大众汽车	德国	763.06	12.61	704.59	297.9
18	15	日本电报电话	日本	761.19	47.15	1 470.11	224.4
19	20	英美石油	英国	683.04	32.60	845.00	96.7
20	13	日商岩井	日本	677.42	-7.71	393.28	19.5
21	19	日本生命保险	日本	662.99	8.28	3 628.09	71.0
22	24	西门子	德国	660.38	3.70	670.24	416.0
23	28	安联保险	德国	648.75	20.22	4 024.11	105.9
24	21	日立	日本	624.10	-26.51	816.96	328.4
25	27	美国邮政总局	美国	600.72	5.50	545.43	904.6

① 摘自《经济日报》1999 年 7 月 28 日 A4 版。

根据《财富》杂志的统计。1998 年度,全球 500 家大型跨国公司的销售总收入为 114 634 亿美元,总利润达 4 403 亿美元,总资产 389 893 亿美元,雇员总数达 39 685 624 人。500 家大公司的规模之大,可以从按销售收入排名第 500 位的美国诺斯罗普-格鲁曼公司其销售年收入也有 89.02 亿美元这一点上看出。大公司来自 29 个国家,其中美国有 185 家,占 37%,高于 1997 年的 35%。在利润超过 60 亿美元的 7 家跨国公司中,美国占了 6 家。欧洲有 170 家。与 1997 年相比,这些公司在欧洲经济增长缓慢的情况下,依靠出口,销售年收入增长了 6.4%,利润增长了 13%。日本在 500 家中占了 100 家,比 1997 年减少了 12 家。韩国有 9 家,比 1997 年少了 3 家。中国挤入 500 家的有 6 家,比 1997 年增加了两家。其中,中国石油化工集团首次进入,名列 73 位。中国工商银行名列 160 位,中国银行名列 171 位,中国化工进出口总公司名列 304 位,中国粮油进出口总公司名列 362 位,香港怡和有限公司名列 402 位。这 500 家大公司 1998 年的年销售收入仅比 1997 年增长了 5.6%,比 1997 年 12% 的增长率低了许多。

1997 年下半年爆发的亚洲金融危机,使得东亚国家的跨国公司实力大大削弱。与此相反,美国经济却在 90 年代以来走出了个强劲的走势,其跨国公司的实力大增。表 1-3 列出了美国 1998 年销售额最大的 25 家跨国企业的数据。

表 1-3 1998 年美国销售额最大的 25 家跨国企业(单位:百万美元)^①

名次	企业名称	1998 年销售收入	利润	资产
1	通用汽车公司	161 315.0	2 956.0	257 389.0
2	福特汽车公司	144 416.0	22 071.0	237 545.0
3	沃尔-马特百货公司	139 208.0	4 430.0	49 271.0
4	埃克森石油公司	100 697.0	6 370.0	92 630.0
5	通用电器公司	100 694.0	9 296.0	355 935.0
6	国际商用机器公司	81 667.0	6 328.0	86 100.0
7	花旗银行集团	76 431.0	5 807.0	668 641.0
8	菲利普·莫里斯公司	57 813.0	5 372.0	59 920.0
9	波音公司	56 154.0	1 120.0	36 672.0
10	美国电话电报公司	53 588.0	6 398.0	59 550.0
11	美洲银行集团	50 777.0	5 165.0	617 679.0
12	州立农业人寿保险公司	48 113.0	1 319.0	111 376.1
13	美孚石油公司	47 678.0	1 704.0	42 754.0
14	惠普公司	47 061.0	2 945.0	33 673.0
15	西尔斯-罗巴克公司	41 322.0	1 048.0	37 675.0
16	美国杜邦公司	39 130.0	4 480.0	39 724.0
17	宝洁公司	37 154.0	3 780.0	30 966.0
18	美国教师退休基金会	35 889.1	840.4	249 714.6
19	梅里尔-林奇公司	35 853.0	1 259.0	299 804.0
20	美国万全保险公司	34 427.0	1 106.0	279 422.0
21	凯马特公司	33 674.0	568.0	14 166.0
22	美国国际集团	33 296.0	3 765.6	194 398.0
23	美国大通银行	32 379.0	3 782.0	365 875.0
24	德士古石油公司	31 707.0	578.0	28 570.0
25	贝尔大西洋公司	31 565.9	2 965.3	55 143.9

从不同的行业来说,全球最大的 5 家商业银行,石油公司,航空公司,汽车及零部件公司和电信公司情况见表 1-4。

^① 资料来自《经济参考报》1999 年 4 月 27 日第三版。

表 1-4 五大行业全球最大的 5 家公司情况^①

行业排名	500 家排名	公司名称	国家	销售收入 (亿美元)	利润 (亿美元)
1	35	美洲银行	美国	507.77	51.65
2	37	瑞士信贷银行	瑞士	491.43	21.17
3	42	德意志银行	德国	451.65	18.79
4	47	汇丰银行	英国	433.38	43.16
5	72	荷兰银行	荷兰	342.35	19.93
1	8	埃克森石油	美国	1 006.97	63.70
2	11	荷兰皇家/壳牌	英/荷	936.92	3.50
3	19	英美石油	英国	683.04	32.60
4	40	美孚石油	美国	476.78	17.04
5	66	埃尔夫·阿奎丹	法国	358.64	6.01
1	196	美洲航空	美国	192.05	13.14
2	217	联合航空	美国	175.61	8.21
3	275	英国航空	英国	147.48	3.41
4	297	德尔塔航空	美国	141.38	10.01
5	337	汉莎航空	德国	128.77	8.13
1	1	通用汽车	美国	1 613.15	29.56
2	2	戴姆勒-克莱斯勒	德国	1 546.15	56.56
3	3	福特汽车	美国	1 444.16	220.71
4	10	丰田汽车	日本	997.40	27.87
5	17	大众汽车	德国	763.06	12.61
1	18	日本电报电话	日本	761.19	47.15
2	30	美国电报电话	美国	535.88	63.98
3	53	德国电信	德国	397.10	24.94
4	82	贝尔-大西洋	美国	315.66	29.65
5	104	SBC 通讯	美国	287.77	40.23

二、跨国公司不断发展变化的结构

随着跨国公司海外业务的发展,其内部组织结构也在不断地发展变化。以生产型的跨国企业为例,最早的跨国经营企业

^① 资料来源《经济日报》1997 年 7 月 28 日 A4 版。

的结构形式是国际销售分部结构,其后是产品线布点结构,地区管理结构,职能管理结构和混合结构。跨国公司内部组织结构的这种不断的调整 and 变化,目的是不断适应国际市场上日益发展变化的业务和竞争。

(一)国际销售分部结构

国际销售分部是原来以国内生产和国内销售为主的企业所增设的一个负责海外销售的国际分部。随着生产型企业在产业革命以后生产能力的迅速提高,随着国内狭小的市场的趋于饱和和竞争的加剧,生产型企业迫切需要增设一个机构专门负责在海外销售国内的剩余产品。增设国际销售分部的跨国经营企业,只是在海外销售,尚未在海外设厂生产;其主要业务面向国内市场,海外业务所占份额不多。图 1-1 描绘了生产企业为负责海外销售所设的国际分部。

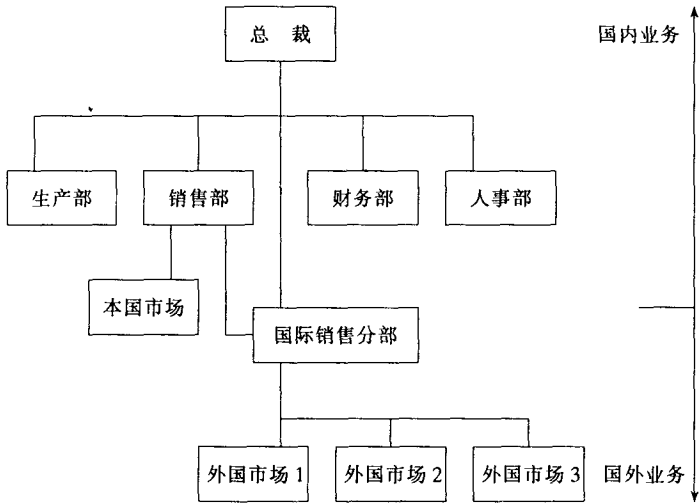


图 1-1 国际销售分部结构

(二)产品线布点结构

产品线布点结构指生产型企业在多元化的发展过程中,某一或某些强项产品、产品线率先跨出国门,到其他国家去设点生产时所具有的一种组织结构。具有这种组织结构的企业,跨出了在国外生产的第一步,是真正的生产型的跨国企业。英美等发达国家,工业发展比较早,技术水平和产品质量都比较高,为企业的跨国生产提供了可能性;国内市场的饱和以及竞争的加剧,使得投入生产型企业的资本平均利润不断降低,是这些企业寻求国外市场以获取较高利润的必要性。跨国企业为了管理好分布在世界各地的该产品线的生产,在每个地区设立一个分支机构,负责该地区的生产和销售。各个地区的分支机构由于当时交通和通讯上的限制,相互之间缺乏必要的统筹和协调。这时的跨国企业或跨国公司主要是通过总部来协调世界各地的生产和销售。图 1-2 表示这种产品线布点结构。

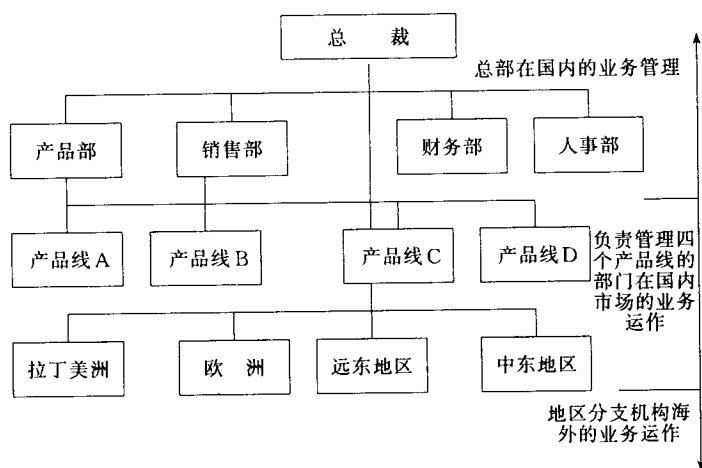


图 1-2 产品线布点结构

(三)地区管理结构

产品线布点结构只适合于生产型跨国企业跨国布点生产的初期阶段,只适合于海外生产的产品线不多,布点数量也不多时的公司业务运作。随着跨国公司的进一步跨出国门,随着在海外生产的产品线增加和公司在世界各地的布点数量增加,同一地区不同的生产点和销售点需要公司在当地设立一个地区派出机构或分公司来协调统筹,跨国公司内部的管理结构也相应地转化为地区管理结构。地区派出机构或分公司在总部直接领导下负责该地区的生产和销售,总部的其他职能部门,只是协助总裁做好各项工作。由于世界各国的经济发展水平和消费结构非常不一样,公司在各地适销对路的产品也不一样,因此各地区生产和销售的产品组合可能完全不一样。然而,为了尽收规模效益,一些研究开发工作和昂贵的大型设备还是集中在总部。为了防止技术秘密的泄漏和控制加工质量,一些关键部件的设计和加工也可能集中在总部。图 1-3 表示跨国公司的地区管理结构。

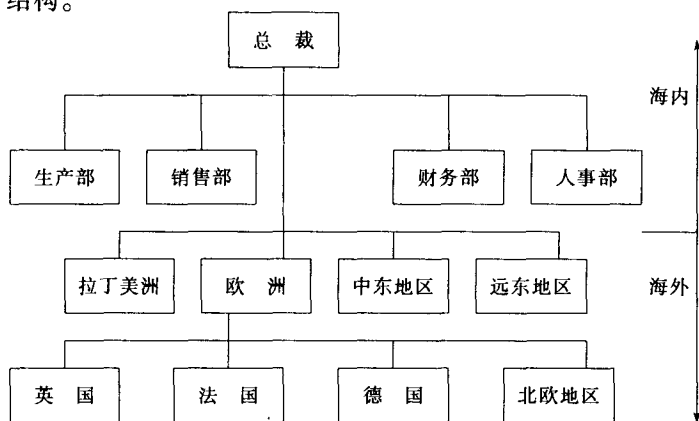


图 1-3 地区管理结构