

Introduction to Transnational Corporation



高等学校国际经济与贸易专业系列教材

跨国公司概论

主 编 杨 清

副主编 秦嗣毅 董 仡

高等教育出版社

Introduction to Transnational Corporation



高等学校国际经济与贸易专业系列教材

跨国公司概论

KUAGUO GONGSI GAILUN

主 编 杨 清

副主编 秦嗣毅 董 仝

高等教育出版社·北京

内容提要

本书为高等学校国际经济与贸易专业系列教材之一。本书全面地阐述了跨国公司发展和运作的基本内容,详细地介绍了跨国公司的基本理论。本书内容既包括跨国公司的发展过程及趋势、跨国公司在国际经济中的地位及其与母国和东道国的关系,也包括跨国公司的直接投资、战略联盟、国际并购、内部贸易及技术转移等跨国公司的特有行为;既包括跨国公司的基本理论介绍,也包括跨国公司的组织结构、经营环境 and 特点、文化特征等。本书可作为国际经济与贸易专业本科生的教学用书,也可作为普通高校其他相关专业本科生和相关在职人员自学用书。

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司概论 / 杨清主编. —北京:高等教育出版社, 2016. 9

ISBN 978-7-04-046353-8

I. ①跨… II. ①杨… 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(2016)第215330号

策划编辑 刘自挥 责任编辑 刘自挥 熊柏根 封面设计 张文豪 责任印制 高忠富

出版发行 高等教育出版社
社 址 北京市西城区德外大街4号
邮政编码 100120
印 刷 杭州广育多莉印刷有限公司
开 本 787mm×1092mm 1/16
印 张 17.25
字 数 384千字
购书热线 021-56717287
010-58581118

咨询电话 400-810-0598
网 址 <http://www.hep.edu.cn>
<http://www.hep.com.cn>
<http://www.hep.com.cn/shanghai>
网上订购 <http://www.landraco.com>
<http://www.landraco.com.cn>
版 次 2016年9月第1版
印 次 2016年9月第1次印刷
定 价 35.00元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换

版权所有 侵权必究

物 料 号 46353-00

前言

全球化是当今社会发展的重要趋势,经济全球化浪潮正在席卷整个世界。各国经济与世界市场的联系日益紧密,跨国公司作为国际经济的一个重要经济实体,既是经济全球化和国际市场中的重要角色,也是经济全球化的直接推动者。20世纪80年代以来,跨国公司经历了快速的发展,带动了国际直接投资的极大膨胀,其发展速度远远高于全球贸易的发展速度,迅速形成了国际生产体系,在全球构成了极富效率的产业链。一方面,跨国公司的所有权优势得到充分发挥,也通过技术外溢,让东道国和消费者普遍受益;另一方面,跨国公司通过内部化优势,将最先进的技术牢牢控制在自己手中,在全球不断获取垄断收益。同时,发展中国家的跨国公司也在发挥小规模生产技术等优势,在国际市场进行直接投资,取得一席之地,形成蓬勃发展之势。跨国公司的对外直接投资形成了巨大的国际生产规模,又促进了国际贸易的发展、资本的流动和技术的传播。可以说,跨国公司是促进产品、资本和要素流动的使者,是知识、文化和信息传播的载体。

认识和了解跨国公司现象已经是高校教学的重要内容,研究跨国公司应该是国际经济及其相关专业的前沿问题。完整透彻地认识和理解跨国公司发展和运作,掌握跨国公司理论及其发展,是理解当今国际经济问题的基本要求。本教材作者是在高校长期从事跨国公司教学和研究的专业人员,在各自专业教学和理论探索的基础上,形成了本教材的体系和内容。本教材具有以下特色:

1. 体系完整。本教材全面地阐述了跨国公司发展、运作的各个方面,其一是跨国公司的发展过程及趋势、跨国公司在国际经济中的地位及其与母国和东道国的关系;其二是跨国公司的直接投资、国际并购、战略联盟、技术转移及内部贸易等跨国公司的特有行为;其三是跨国公司的基本理论介绍;其四是跨国公司的组织结构、经营环境和特点、跨国公司的文化特征等。

2. 重视跨国公司理论。本教材对国际上流行的跨国公司理论作了介绍,涉及经典的跨国公司理论、相关联的跨国公司理论以及发展中国家的跨国公司理论等,在其他相关的章节对跨国公司战略联盟和跨国并购理论也作了较详细的介绍。这可方便读者对当今跨国公司理论有一个基本的了解。

3. 注重创新。各相关部分,除了对基本问题的介绍,还有不少是作者的研究心得,这里既有较新的文献和权威研究报告的观点,也有作者个人的研究成果贡献。所以,从体系、表述和观点等都具有创新的内容。

本教材共十一章,各章之间既有内在的逻辑联系,又各自独立成体系,相互关联,彼此衔接。第一、二章主要介绍跨国公司的基本问题及其发展过程,涉及跨国公司的特征、类型、跨国公司的FDI行为及其与国际经济主体的关系等,使读者对跨国公司有个

基本的了解;第三章详细地介绍了有关跨国公司理论,涉及主流的跨国公司理论、相关的跨国公司学说和发展中国家的跨国公司理论,读者由此可以了解跨国公司理论的概貌;第四、第五章介绍了企业经营国际化的基本路径和企业成为跨国公司的基本实践形式,读者可由此了解一个企业成长为跨国公司的基本过程;第六、七、八、九章分别介绍了跨国公司的战略联盟、并购、内部贸易及转移价格和跨国公司的技术转移及研发全球化等,读者由此了解跨国公司的富有特色的典型行为;第十和十一章分别介绍跨国公司的经营和企业文化,这些方面亦涉及跨国公司在海外经营的成败,读者由此可以明白跨国公司经营问题的关键所在。

本教材注重语言的规范性和通俗性,使读者既可接受到规范的学术引导,又易于阅读和自学,既能够构建基本的理论体系,又能够拓宽知识面。适合作为高等学校国际经济与贸易及其相关专业的教材,也适合作为研究生相关课程的教材,还可供企业有关人员和相关研究人员阅读参考。

本教材由杨清任主编,秦嗣毅、董佺任副主编。本教材的写作分工为,杨清负责第一、第三章的编写,秦嗣毅负责第四、第六、第七、第十、第十一章的编写,董佺负责第二、第五、第八、第九章的编写,杨清对全书做了最后的调整和统稿。研究生欧阳彬、何晓旭等参加了资料的搜集和文档的编排等工作。

本教材的编写参考了大量的国内外文献,借鉴和阅读了相关的教材和研究报告,在此对这些文献的作者和研究者表示感谢!

由于作者的水平和学识的局限,教材难免存在缺陷和不足,甚至错误,在此敬请读者指正和批评。

编 者

2016年7月

目 录

第一章 绪论	001
第一节 跨国公司的概念、性质及特征	001
第二节 跨国公司的形式、类型与结构	010
第三节 跨国公司与国际直接投资	020
本章小结	024
思考题	024
案例	025
第二章 跨国公司的发展及经济地位	026
第一节 跨国公司的发展历程	026
第二节 跨国公司的地位和作用	028
第三节 跨国公司与国家经济	030
第四节 21 世纪初期跨国公司的发展趋势	037
本章小结	044
思考题	044
案例	045
第三章 国际直接投资基本理论	047
第一节 国际直接投资经典理论	047
第二节 其他有关的 FDI 学说	056
第三节 发展中国家的 FDI 理论	064
第四节 跨国公司理论的发展	068
本章小结	070
思考题	071
案例	072
第四章 企业国际化经营与产业国际化	073
第一节 企业国际化经营	073
第二节 跨国公司国际化经营的理论及战略	077
第三节 企业国际化经营的特征与程度的衡量	080

第四节 产业国际化	085
本章小结	089
思考题	090
案例	090
第五章 跨国公司对外直接投资的实践形式	094
第一节 企业跨国发展的机理	094
第二节 企业跨国发展的一般动机和类型	096
第三节 现代跨国公司的发展模式与外部条件	097
第四节 发展中国家(地区)跨国公司的对外直接投资	101
本章小结	110
思考题	110
案例	111
第六章 跨国公司战略联盟	113
第一节 跨国公司战略联盟的概念、特点和类型	113
第二节 跨国公司战略联盟理论、经济效应、竞争与垄断	123
第三节 跨国公司战略联盟的目标、动因与发展趋势	129
第四节 中国企业与跨国公司的战略联盟	133
本章小结	137
思考题	138
案例	138
第七章 跨国公司与兼并收购	141
第一节 并购的概念与分类	141
第二节 跨国并购的特征和趋势	147
第三节 跨国并购的动机和理论	151
第四节 跨国并购对世界及东道国经济的影响	155
本章小结	158
思考题	159
案例	159
第八章 跨国公司内部贸易和转移价格	162
第一节 跨国公司内部贸易的概念及特征	162
第二节 跨国公司内部贸易理论及动机	165
第三节 跨国公司内部转移价格	168
第四节 跨国公司内部贸易的国际影响和各国对内部贸易的约束	173

第五节 转移价格的确定	175
本章小结	179
思考题	179
案例	180
第九章 跨国公司技术转移及其研发全球化	181
第一节 跨国公司技术转移概念	181
第二节 跨国公司技术转移的分类、动因及其影响因素	183
第三节 跨国公司与国际技术转让	186
第四节 跨国公司研发的国际化	190
本章小结	197
思考题	198
案例	198
第十章 跨国公司经营环境与经营模式	200
第一节 东道国经营环境评估	200
第二节 跨国经营风险与防范	212
第三节 跨国经营模式	217
第四节 跨国公司的管理组织结构	222
本章小结	238
思考题	239
案例	239
第十一章 跨国公司的企业文化	242
第一节 企业文化与跨国公司企业文化	242
第二节 跨国公司企业文化与跨国经营活动	252
第三节 跨国公司的跨文化管理	254
本章小结	258
思考题	259
案例	260
参考文献	263

第一章 绪 论

本章重点:

1. 跨国公司的概念
2. 跨国公司与国际直接投资

跨国公司已经成为国际经济体系中的核心角色,它实际上也是经济全球化的推动者。一个国家要全面融入和深度参与全球的经济活动、在国际经济中取得一席之地,必须加快促进跨国公司的发展,必须正确地全面地认识跨国公司,了解其基本概念、发展过程、基本成长途径和运行理念。

第一节 跨国公司的概念、性质及特征

一、跨国公司的概念

在经济全球化的时代,世界各国的经济相互依存、相互影响,各国之间因此也建立了紧密的联系。经济全球化可以看作是一种过程,在这个过程中,各国经济、市场、技术都越来越具有全球性特征,民族性和地方性在减少,各国企业的经营必然受到全球化的影响,各国的消费者也在享受全球化带来的福利。

经济全球化具体表现在四个方面。一是生产国际化:全球化使得各国企业的视野开阔,加上科技的快速发展,企业生产很快进入世界市场,世界经济结构发生巨大变化,促使生产要素跨国流动,从而对生产超越国界提出了内在要求,成为推动经济全球化的根本动力;二是贸易自由化:随着国际生产的纵深发展,全球货物贸易、服务贸易,技术贸易的加速发展,经济全球化促进了世界多边贸易体制的形成,从而加快了国际贸易的增长速度,促进了全球贸易自由化的发展,统一的国际贸易准则也由此形成;三是金融网络化:为适应跨国公司的投资和全球化生产的需要,大量的金融业务跨国界进行,世界性的金融机构网络由此形成,世界各主要金融市场在时间上相互接续、价格上相互联动,尤其是外汇市场已经成为世界上最具流动性和全天候的市场;四是科技全球化:随着国际生产全球格局的形成,跨国公司将其科技资源在全球范围内的优化配置,形成经济全球化最新拓展和进展迅速的领域,先进技术和研发能力的大规模跨国界转移,使得

科学技术广泛传播和溢出。经济全球化带来了三种效应：一是世界各国经济联系的紧密，相互依赖程度日益加强；二是各国经济运行规则不断趋于一致；三是国际经济协调机制不断强化，各种多边或区域组织对世界经济的协调和约束作用越来越强。全球化的意义在于促进全球经济的发展，而跨国公司是经济全球化的主要推动者。

跨国公司的概念，一般认为是 20 世纪 50 年代末由美国的田纳西河管理局局长戴维·E. 莱利索尔首先提出。他在卡耐基工业大学经营管理学院创立 10 周年的纪念大会上的演讲指出，跨越国界从事生产经营活动的组织，已不再是单纯一国的企业，而是“多国”的公司了，并在其演讲内容发表的论文中首次使用了“multinational corporation”（多国公司）这个概念。随后，美国《商业周刊》（Business Week）出版了一期关于跨国公司的专辑，从此，“跨国公司”这个概念逐渐流行起来，并在学术界广泛使用。

跨国公司是指在一个以上的国家和境外地区拥有或控制投资主体并实施跨国或全球战略的企业。

跨国公司是对其投资主体能够施加实质性影响，进而可以在全球范围推行其战略的企业，所以对投资主体具有控制权是跨国公司概念的核心。企业对海外公司拥有控制权，意味着有权确定海外公司的经营者或管理者，这样就可以有效推进和实施母公司的经营战略。控制权的实现，通常按照股份比重确定，对于非股权投资跨国公司，则以合同形式约定。

跨国公司与企业的规模没有关系，企业只要实现了对外直接投资，并对投资主体能够实施有效控制，这个企业就由国内企业成长为跨国公司。但通常规模比较大、能力比较强、具有明显优势的企业更容易成长为跨国公司，而且大型跨国公司从投资、生产、经营到研发、管理和市场开拓，都有较完整的体系，成为研究跨国公司的主要对象。

跨国公司带来了国际贸易的快速发展、技术的广泛扩散、资源的有效配置，可以说，在当今经济全球化的背景下，跨国公司是商品、资金、技术流动的载体，也是知识、文化、观念的传播者。

二、跨国公司的相关定义与名称

不同的研究者从不同的角度对跨国公司有不同定义表述。

（一）跨国公司的相关定义

1. 学者的定义

（1）弗农（Raymond Vernon）的定义

弗农认为，跨国公司是控制着一大群在不同国籍的子公司的母公司。这个公司群体，对共同拥有的人力和财力资源实行统筹使用，并根据一个共同战略目标行事。公司规模也是重要的，这样，每一群的销售额在 1 亿美元以下者，不被认为是跨国公司。跨国公司一般拥有相当广泛的区域分布，区域分布只是在本国基地以外的一个或两个国家，也不被视为跨国公司。这是一个非常严格的定义，对公司的规模和区域的范围都作了明确的限定。其后，在 1986 年出版的《跨国公司的经济环境》中，对控股公司的定义加以补充和发展，将控股公司的主要特征归纳为三点：以共同的所有权

为纽带相互联结;依赖于共同的资源,如资本和信用、信息和系统,商标和专利等;受控于共同的战略目标。显然,弗农的定义主要是发达国家那些规模巨大、实力雄厚的巨型跨国公司。

(2) 邓宁(J. H. Dunning)的定义

邓宁认为,跨国公司就是从事对外直接投资,并在一个以上国家拥有或控制从事增值企业的公司。这个定义只是强调跨国这一地理概念,即在一个以上国家建有下属分支企业和机构的国际经营企业。而并未考虑企业规模大小,市场势力强弱等因素。

邓宁主张一个宽泛的定义,认为对许多对跨国公司的定义加了一些因素的绑定或限定,而这些限定的属性对跨国公司而言并不是唯一的。实际上,邓宁的定义更具有通用性,也更符合统计的意义。现有的外商直接投资(foreign direct investment, FDI)统计都是所有的跨国公司对外直接投资的结果。

(3) 凯夫斯(Richard E. Caves)的定义

凯夫斯认为,跨国公司是控制并管理地处最少在两个国家的生产场地的公司。并且在其对定义的解释中,强调跨国公司对其商务决策具有最高的协调等级;同时,一家公司,它自己是跨国企业,但也可能是另一家企业的控股子公司。

凯夫斯也使用了一个最简单和宽松的定义,他甚至考虑到了国际直接投资的统计问题。他注意到,跨国公司有时会选择控制海外分支机构一个比较小的比例,而不同的国家对其海外“直接投资”的统计都有各自对企业占有海外资产所有权最低比例的规定,达到这个比例的便进行统计,以在国际收支账户统计中区别于“证券投资”。但是,凯夫斯的定义是以生产制造企业为对象的定义,尽管在跨国公司的研究中,由于制造业具有“典型性”和“完整性”,所以多以制造业企业为解析对象,但是服务业跨国公司已经具有广泛的发展并且地位和影响力日益上升,作为跨国公司的定义只是以制造业为对象则显得不够完整。

(4) 巴克利和卡森(Peter J. Buckley & Mark Casson)的定义

巴克利和卡森指出,跨国公司一般指在多个国家拥有并控制生产或经营活动的企业。他们用跨国公司与托拉斯和卡特尔进行比较,指出托拉斯和卡特尔主要是在国内范围发展,其国际性经营活动是由一个松散的联合组织领导,而不像跨国公司是由一个具有法人资格的总部直接控制。

巴克利和卡森的研究运用了交易成本的概念,分析了跨国公司内部市场形成的条件和必要性,也就自然在定义中强调跨国公司控制投资主体的内涵。而内部市场的形成,又使得各国政府对跨国公司进行控制或制定法律对其加以限制是困难的。所以,对各国政府而言,最有效的控制跨国公司的方法是制定一项超国家的产业政策。然而,制定任何一项有效的政策前提是对跨国公司行为的理解。

2. 机构(联合国)的定义

关于跨国公司的定义,联合国也经历了一个过程。

(1) 1973 年的定义

在联合国秘书处为知名人士小组准备的一份文件中,将跨国公司定义为:跨国公司是在两个或更多国家里控制有工厂、矿山、销售机构和其他资产的企业。

(2) 1974 年的定义

在联合国秘书长指定的知名人士小组 1974 年提交的报告中,给跨国公司的定义为:跨国公司是在其基地所在国之外拥有或控制着生产或服务设施的企业。这样的企业并不总是股份联合的公司或私人公司,他们也可以是合作社或国有的实体。

(3) 1983 年的定义

1983 年,联合国跨国公司中心在其《世界发展中的跨国公司》研究报告中给出一个定义,指出跨国公司应该符合以下三点:

① 包括设在两个或两个以上国家的实体,不管这些实体的法律形式和领域如何。

② 在一个决策体系中进行经营,能通过一个或几个决策中心采取一致对策和共同战略。

③ 各实体通过股权或其他方式形成联系,使其中的一个或几个实体有可能对别的实体施加重大影响,特别是同其他实体分享知识资源和分担责任。

上述的“实体”既可以是母公司,也可以是子公司或分支机构。

(4) 1986 年的定义

在联合国 1986 年制定的《跨国公司行为守则》(United Nations Code of Conduct on Transnational Corporations)中对跨国公司的定义是:“本守则中使用的跨国公司一词是指由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,不论此等实体的法律形式和活动领域如何;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使企业内部协调一致的政策和共同的战略得以实现;该企业中各个实体通过所有权或其他方式结合在一起,从而其中一个或多个实体得以对其他实体的活动施行有效的影响,特别是与别的实体分享知识、资源和责任。”

联合国的定义也是比较宽泛的,主要体现跨国公司的运行和结构特征,不限定其规模、地理分布、销售能力和所有制的性质等。强调定义中所提出的三点的共性,这对于各国政府制定相关政策和国际直接投资的统计具有指导性和权威性。

(二) 跨国公司的名称

从各种相关的文献资料看,相关的研究者和机构根据跨国公司的经济活动和经营特点设计出各种名称。

跨国公司: Transnational Corporation (TNC) 联合国确认,广泛使用

国际公司: International Corporation

多国公司: Multinational Corporation (MNC) 广泛使用

全球公司: Global Corporation

宇宙公司: Cosmo-corporation

国际企业: International Business

多国企业: Multinational Enterprise (MNE) 广泛使用

跨国企业: Transnational Enterprise (TNE) 较多使用

全球企业: Global Enterprise

世界公司: World Corporation

超国家公司: Super-national Corporations

联合国早在 20 世纪 70 年代初期注意到跨国公司快速发展这一现象,其经济与社会理事会通过决议,由联合国秘书长指定一个由知名人士组成的小组,研究“多国公司的作用及其对发展过程,尤其是发展中国家的发展过程和国际关系的影响”,该小组于 1973 年提交的题为《多国公司对发展和国际关系的影响》的报告中,使用的是“多国公司”(multinational corporation)的表达。但在 1974 年 8 月 2 日联合国经社理事会第 57 届会议上讨论该小组报告时,一些拉美国家的代表提出,在拉美国家,“多国公司”特指那些在安第斯条约组织(The Andean Group)帮助下,由该组织成员共同创立与经营的公司,认为那些主要以一国为基地,从事跨国生产经营活动的公司应称为“跨国公司”(transnational corporation)。联合国经济与社会理事会采纳了上述建议,并决定将相关名称统一为“跨国公司”,并设立政府间的跨国公司委员会和跨国公司中心,作为永久性机构。自此,联合国的有关文件与出版物都统一使用“跨国公司”名称。但在学术文献中,MNE、MNC、TNE 和 TNC 都很常用。

三、跨国公司的性质

跨国公司作为一种经济现象,具有其自身的根本性质,这些内在的本质使得跨国公司在国际经济活动中表现出自身的特性。

(一) 跨国公司是一种企业

跨国公司是一种跨国界经营的企业,根本目的是为了获得经营利润。企业本质上是一种资源配置机制,只是跨国公司是一种跨国界的国际性企业,因此它的资源配置功能和效率是通过其国际战略的推行来实现。跨国公司通过对国际资源的配置和国际市场的占领,获得巨额的利润。对跨国公司而言,企业与市场这两种资源配置机制都是国际化的,因此跨国公司具有比一般企业更广阔的空间,加上其自身的创新机制的作用,跨国公司获取利润的效率更高,发展的空间更大。

(二) 跨国公司是国际经济活动的主导者

跨国公司是经济全球化的主要推动者,也是主导全球经济的主要角色。首先,跨国公司推动了要素的全球流动,促进了资源的优化配置,一定程度上协调了全球产业的布局。20 世纪 90 年代后期以来,跨国公司将生产制造环节大规模转移,东南亚成为制造业国际转移的最大承接地,随后跨国公司还将转移延伸到了研发、设计、采购、销售和售后服务等环节。据统计,2014 年流入东南亚主要国家新加坡、印尼、马来西亚、菲律宾、泰国和越南的 FDI 总额达 1 280 亿美元,中国的 FDI 流入总额为 1 195.6 亿美元,而全球的 FDI 规模达到 1.23 万亿美元。这些投资激发了东道国潜在的比较优势,全球资源得到有效配置。其次,跨国公司推动了国际贸易的发展,世界贸易规模不断扩大。跨国公司的对外直接投资,绝大多数产生投资与贸易的互补效应,导致东道国的进出口规模明显增加,同时,跨国公司的内部贸易也得到极大发展。据统计,跨国公司在全球贸易中所占比重超过 70%,而国际贸易中有 30%~40%是控股公司的内部贸易。再次,推动了科技的国际交流,促进了生产力的发展。跨国公司的对外直接投资,通常都会产生技术溢出效应,给东道国带来相对先进的生产技术,跨国公司在东道国里的研发基地,也在培养和训练当地的技术人员,形成科学技术的国际传播,为东道国的生产力进

步提供了基础条件。据统计,跨国公司是促进国际技术贸易发展中最活跃、最有影响的力量,它控制了全球工艺研制的80%、生产技术的90%,国际技术贸易的75%以上属于与跨国公司有关的技术转让。最后,推动了国际经济合作,促进各国经济发展。跨国公司的对外直接投资,使得东道国与母国以及相关的企业之间建立必然的联系,形成合作关系,这种合作就是全球化的表现。

(三) 跨国公司是广泛复杂的国际经济关系的联结者

跨国公司作为一个经济实体,要在国际市场拓展,推行其国际战略,就必然要在国际舞台上与各种组织、机构建立广泛的国际经济联系。

1. 跨国公司与政府的联系

一方面,跨国公司与母国政府的关系是依赖与保护的关系,跨国公司的对外直接投资对母国而言是一种经济对外扩张的形式,母国政府自然会对本国跨国公司在海外经营的环境和资产的安全性予以关注,并履行保护的职责,这自然引发了母国与东道国之间的联系。另一方面,跨国公司在东道国开展生产经营,必须遵守当地的法律和规则,适应当地的环境,必须与东道国政府和地方政府建立联系,很多时候还会扩展这种联系。

2. 跨国公司与有关国际社会、经济组织的联系

跨国公司作为国际性的经济实体,其经济活动必然会与国际社会、经济组织等发生关系,这些关系影响到跨国公司本身的经营,也与国际社会、经济的运行秩序相关联。如WTO的《服务贸易总协定》(GATS)与《与贸易相关的投资措施协议》(TRIMs)两个协定的签署与实施为跨国公司的发展提供了契机。两个协定均以最惠国待遇、国民待遇和透明度等原则作为基础,要求成员国取消限制服务贸易的措施和与限制货物贸易有关的投资措施。除此之外的《跨大西洋贸易与投资伙伴协议》(TTIP)和《跨太平洋伙伴关系协议》(TPP)都涉及跨国公司的国际直接投资问题。

3. 母公司之间的联系

跨国公司在国际市场共同参与各种经济活动,进行经营,形成竞争关系,尤其在科技高速发展、经济规模巨大、相互依赖加深的背景下,这种竞争是竞合关系。相互合作共同发展成为主流,其形式就是建立战略联盟,发挥各自的优势,开辟新的领域,保持领先地位,而战略联盟的建立又加深了相互之间的进一步融合。

4. 跨国公司与其他企业的联系

跨国公司在东道国开展经营,实际上是与东道国的企业进行合作与竞争,跨国公司与当地企业搞好关系,开展良性竞争,便能与当地企业分享市场,共享利益,获得资源支持,进行友好合作,产生协同效应。与地方企业建立协调的关系,可以有效地降低海外经营的成本,提高经济效益。

5. 跨国公司与社会公众的联系

跨国公司作为企业法人,首先与自己的员工发生联系,应建立协调的关系,营造良好的工作环境和形成积极的企业文化,关心职工个体的利益和成长;其次会与社会公众发生联系,企业为公众提供的产品与服务的质量,直接关系到公司的声誉与形象,单纯地追求经济利益的企业,最终将难以善终;最后企业的社会责任和公益行为,如企业的

环保意识,关心贫困群体的行为等,都会给企业积极的效应。

(四) 跨国公司的边界模糊

跨国公司的最终发展是无边界性,具体表现在以下几方面。

1. 公司之间相互持股,跨国公司无国籍化

跨国公司普遍实行股权结构,特别是大型的跨国公司,其股权结构极其复杂和分散,随之出现的就是管理阶层的多元化,根据股权结构和人员结构难以判断公司的所属边界。正如 ABB 公司前首席执行官 P. 巴纳维克所言:“ABB 是一个没有地区中心、不受国籍限制的公司,我们是一个具有全球协调中心的国家公司联盟。我们是一个瑞士公司吗? 我们的总部在苏黎世,但仅有 100 位专业人士在总部工作,我们也不会增加那里的人数。那我们是一家瑞典公司吗? 我是 CEO 并出生在瑞典,但我们董事会的八个人中只有两个瑞典人。或许我们是一家美国公司,我们的财务报告是用美元反映的,ABB 的官方语言是英语,我们所有高层会议中都使用英语。……但我的看法是,ABB 什么都不是,又什么都是。我们不是无家可归者,我们是一个有很多‘家’的公司”。

2. 公司活动的指向多维化

跨国公司的许多经济活动,如经营的交易方向、要素的流动方向、原材料采购的区域、利润的流动方向,由原来的有规律的流动,即资金、技术等要素从发达国家流向发展中国家,产品利润等从发展中国家流向发达国家,变为多向流动,即发达国家之间的相互交易和流动,以及发达国家与发展中国家之间的相互交易和流动。交易的指向和要素的流动无明确的边界,更具有不确定性。

3. 公司的空间组织网络化

随着跨国公司全球战略的推行,越来越多的跨国公司已经发展成为以全球总部、各大洲总部、国家地区总部和国家内区域级总部为结点的多层面、复杂的网络系统。在这种网络式的组织结构中,母公司总部的地位和角色在发生变化,更多的时候,母公司总部担负着协调整个企业系统各方面运行的职能,进行战略规划或品牌经营等,但它已经逐渐失去了具体的管理和决策的核心地位。网络化的组织结构使得公司的边界不清晰。

4. 跨国公司的国际性与民族性并存

跨国公司的民族性主要源于跨国公司的母国特征和强烈的国家文化。而使企业表现出民族性的是核心管理人员。一些著名的跨国公司,如宝洁(Procter & Gamble)、三菱公司(Mitsubishi Corp)或西门子(Siemens),其核心管理团队共有的某种倾向,会反映出各自国家和社会的法律、文化和心照不宣的标准。而从东道国的立场来看,这些企业通常被认为反映了其来源地的特质或民族性,例如,美国的企业表现出创造性,德国的企业追求精准,斯堪的纳维亚国家的企业具有可靠性和文化敏感性等。

跨国公司的国际性是显著的,其经营活动的区域具有国际性,其经营管理的雇员具有国际性,其原材料的来源和经营的产品也必然是国际化的。

四、跨国公司的特征

跨国公司作为一个国际性经济实体,在不同的领域进行经营,从结构、技术、经营模

式和经营结果上都有差异,跨国公司作为一个整体,具有共同的特征。

(一) 全球性的战略目标

跨国公司,特别是大型跨国公司,都具有全球的整体战略目标,并按照这个整体的战略目标进行布局,开发或渗透到不同的市场和领域。根据市场的变化和竞争的需要,跨国公司通常立足全球,对生产经营实行全球性战略安排,把国际市场和资源纳入其全球的战略安排之中。有时,为了整体战略目标的实现,会牺牲部分子公司的利益。为了实现其全球经营战略,在全球范围内设置生产基地和销售机构,建立国际商务信息网络,构建全球研究开发体系,积极参与国际经济合作与竞争。例如,跨国公司实施打造全球产业链战略,通过在全球最适宜的地点设置营销服务、制造组装、研发设计等中心,形成了全球产业链。营销服务全球化往往是跨国公司最先开展的全球化行动。从过去的多国经营转向全球经营,迅速进入和占领正在形成的全球市场,特别是进入全球新兴市场。积极地把营销网络覆盖到全球的新兴市场,例如,金砖国家、东南亚地区、东欧及非洲部分地区,吸纳新的市场资源。再如,通过并购战略使跨国公司快速成长。为加强企业核心竞争力,跨国公司往往放弃或退出某些业务领域,通过与其他企业建立战略联盟或者收购兼并,来强化那些需要加强的业务领域。20 世纪前后开始出现大规模的跨国并购浪潮,全球企业间的并购规模越来越大。根据联合国贸发会议的资料,2000 年全球跨国并购规模达到 11 000 亿美元,占当年跨国投资总量的 80% 以上。2006 年跨国并购交易数量达 6 974 起,交易规模达到 8 800 亿美元,占当年跨国投资总量近 70%,2014 年全球并购交易总额达 3.34 万亿美元。显然,跨国并购已经成为跨国公司迅速扩大全球经营规模和增强全球竞争力最有效的途径之一,是跨国公司全球战略的典型表现。

(二) 国际化的经营理念

跨国公司的经营具有国际的格局,也是为了适应国际市场的需要。一方面,为实现全球战略目标,跨国公司实行一体化经营,对全球范围内各子公司与分支机构的生产安排、投资活动、资金调遣以及人事管理等重大活动拥有控制权,按照全球利益最大化的原则进行统一安排。跨国公司强有力的管理体制和控制手段是实现全球一体化经营必需的组织保证,当代通信技术的巨大进步和现代化的交通运输则为跨国公司的全球一体化经营提供了必要的物质基础。另一方面,跨国公司也会根据国际政治经济形势、东道国的具体情况及其对跨国公司的政策法规、自身的实力以及在竞争中的地位,采取灵活多样的经营策略安排,以更好地满足东道国当地的实际情况,获得良好的经营效益,也有利于与东道国政府建立融洽的关系。在组织机构上,跨国公司往往会相应地改变原来的集权管理,将原先集中在总部的权力适当下放给下属各子公司与分支机构,实行分权管理。

例如,在实施全球经营战略过程中,跨国公司积极推进海外公司本土化,以赢得东道国政府和公众的认同和支持,提高企业的知名度和竞争力;推进经营资源国际化,促进经营管理知识、技术专利、营销方法、融资渠道、信息网络和管理组织等经营性资源向东道国转移,提高当地管理人员掌握和运用本公司经营资源的能力。为了以科技进步支撑世界各地工厂的生产,跨国公司大力研究开发国际化,在国外设立研究开发基地,

聘用国外科技人才,与国外科研机构合作,在当地把生产和科研结合起来。另外,通过外包整合全球资源也是一种新的经营理念。跨国公司为迅速占领全球市场,必然要从外部获得资源,特别是人力资源的支持。技术更新加快和教育水平的提高,发展中国家的人力资源也有可能进入跨国公司全球产业链,在这样的背景下,外包应运而生。初期是制造外包,后来则是服务外包,现在,财务管理、产品设计等服务业务也都实行外包。如 IBM 的采购中心总部在深圳,全球支付中心在上海,全球财务中心在吉隆坡,全球人力资源中心在马尼拉,全球援助中心和客户服务中心在澳大利亚布里斯班。

(三) 产品的国际化

跨国公司从事的是国际生产,因而其产品的生产是国际化的。这里的含义包括,产品的形成或价值构成是国际化的,产品的品牌是国际化的。跨国公司的产品,特别是组装式产品,一般都不是有自己一家完成,而是由多个国家生产零部件,最后组装完成。这是国际分工的日益深化的结果,这种日益深化的国际分工,使人们面临越来越多的国际综合性产品(international conglomerate product),如美国的福特汽车,早在 20 世纪 80 年代中后期其零部件就在世界各地生产,如表 1-1 所示。

表 1-1 福特汽车零部件生产地

产地(国家)	汽 车 零 部 件
美国	阀门、车轮螺母、液压杆件、汽车玻璃
西班牙	散热器及加热器软管、反光镜、蓄电池、空气过滤器
荷兰	轮胎、油漆、金属附件
法国	交流发电机、气缸盖、制动气缸、刹车、雨刮、离合器分离轴承、转向轴和转向节、椅垫、座椅、变速箱、轮胎、悬架、离合器箱、加热器、软管夹、金属附件
比利时	轮胎、管子、椅垫、刹车、车内装潢
丹麦	电动风扇、传导管
瑞士	车身涂料、速度表齿轮
英国	汽化器、摇椅柄、离合器、点火器、排气装置、油泵气缸螺栓、气缸盖、变速装置、加热器速度计、蓄电池、后轮轴、进气管、油箱、开关、车灯、前凸轮、方向轮、转向管柱、汽车玻璃、雨刮、锁
加拿大	汽车玻璃、汽车收音机
日本	启动装置、发电机、轴承、挡风玻璃、清洗泵
意大利	气缸盖、汽化器、汽车玻璃、车灯、除霜装置
挪威	排气管、轮胎
德国	锁、活塞、排气管、点火器、开关、前盘、配气器、雨刮条、车窗摇杆、速度仪表、油箱、气缸盖衬垫、后轮轴、变速箱、离合器箱、离合器、转向管柱、蓄电池、汽车玻璃

与之对应的就是产品价值构成的国际化,据测算,20 世纪 80 年代中期,美国 IBM 公司的个人电脑单机价值在美国完成的价值量仅占 27.3%,其余价值都是在外国完