

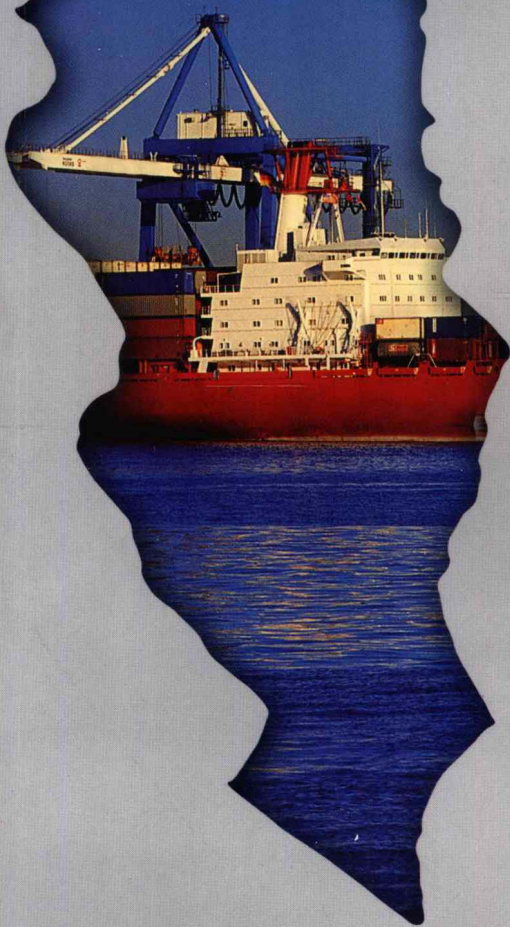
STUDY ON THE IMPLEMENTATION OF "GOING OUT" STRATEGY

中国企业

BY CHINESE ENTERPRISES

实施「走出去」战略研究

刘英奎 著



辽海出版社

中国企业实施“走出去” 战略研究

刘英奎 著

辽海出版社

© 刘英奎 2005

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业实施“走出去”战略研究 / 刘英奎著. —沈阳: 辽海出版社, 2005.8

ISBN 7-80711-416-9

I. 中... II. 刘... III. 企业经济—经济发展战略—研究—中国 IV. F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 089912 号

责任编辑: 柳海松 绿仲珊

封面设计: 刘冰宇

版式设计: 廖海

责任校对: 侯俊华等

出版者: 辽海出版社

地址: 沈阳市和平区十一纬路 25 号

邮编: 110003

电话: 024-23284381

E-mail: dszbs@mail.lnpgc.com.cn

http://www.lhph.com.cn

印刷者: 沈阳市第六印刷厂

发行者: 辽海出版社

成品尺寸: 140mm × 203mm

印张: 10.5

字数: 253 千字

出版时间: 2005 年 8 月第 1 版

印刷时间: 2005 年 8 月第 1 次印刷

定价: 18.00 元

辽海博士文库编委会名单

(以姓氏笔画为序)

马大正	成崇德	朱诚如	刘崇德
安作璋	李世愉	李治亭	杨圣明
蒋寅			

前 言

一、问题的提出和选题的意义

20 世纪 90 年代以来，国际、国内经济形势发生了一系列重大变化。这些变化引起了我对中国企业“走出去”问题，即对外直接投资问题的思考。

一是经济全球化迅猛发展，中国企业应如何应对其机遇和挑战。据统计，2004 年全球大约有跨国公司 7 万家，它们拥有约 90 万家国外分支机构，其产值已占世界总产值的 1/3 以上，其内部和相互间的贸易已占世界贸易额的 60% 以上，对外直接投资占全球跨国直接投资的 90% 左右。世界货物、资金、人员、技术、信息等生产要素在全球范围内的流动日益频繁，进而促进了世界各国资源的合理配置和整个社会福利的提高。各种资源在全球范围内的可获性大大提高，各国经济发展对本国资源的依赖程度进一步降低。在经济全球化的汹涌浪潮中，尤其是随着中国的人世和国内市场的进一步开放，外商到中国投资的热情进一步高涨，国内企业该怎么办？是在国内市场上偏安一隅被动挨打，还是走出国门主动出击，到国际市场与跨国公司展开竞争？这一问题值得我们深思。

二是生产能力过剩、内需不振问题已经成为影响中国经济发展的重要因素。20 世纪 90 年代中期以来，中国经济已经从卖方

市场转向买方市场，市场开始出现整体供大于求的格局。从1998年以来内贸部公布的中国主要商品的供求平衡情况资料来看，其中供过于求的比例分别为：1998年上半年为25.8%；1999年上半年为72.1%，下半年为80.0%；2000年上半年为78.36%，下半年为79.64%。2005年，中国商务部对国内84种纺织品服装进行的调查报告显示，86.9%的商品供过于求。市场上供过于求的商品种类越来越多，范围越来越广。面对这种严重的生产过剩，我国政府已经采取了一系列政策措施，但由于中国现阶段经济发展的非均衡造成了产业结构变化滞后于需求结构的变化，因此不可能完全依靠国内自我发展来彻底解决，而必须面向国际国内两个市场，通过进行产业结构的调整和升级来实现。

三是自然资源短缺问题成为制约当代中国经济发展的另一瓶颈。中国人口众多，自然资源的人均占有率较低，矿产资源品位较低，尤其是部分战略资源严重短缺，已经成为制约国民经济持续快速增长的重要因素。据预测，按现有的资源利用方式，预计到2010年国内45种主要矿产资源约有1/2不能满足需要。鼓励国内企业走出国门，通过对外投资方式，获取国外矿产资源以补充国内资源不足，是解决这一问题的有效途径。

四是吸引外资与对外投资比例失衡。对外开放是中国必须长期坚持的基本国策。但是，完全意义上的开放应该是双向的开放，既要“引进来”，又要“走出去”。改革开放20多年来，中国走过了一条以“引进来”为主的发展道路，吸引了大量外资，对国民经济的迅速发展发挥了积极的作用。截止到2004年12月底，全国累计批准设立外商投资企业508941个，合同外资金额10966.08亿美元，实际使用外资金额5621.01亿美元。1994年以来，中国一直是吸引外国直接投资的世界第二大国，2002年中国实际使用外商直接投资首次超过美国成为世界上吸引外商直接投资最多的国家。相比较而言，对外投资对中国国民经济却无足

轻重。最新国际投资理论认为，一个国家吸纳国外投资与发展对外投资应形成合理比例。国际投资经验表明，一个成熟的经济体系，引进外资额与对外投资额的比例一般以 100:110 为宜。据《1997 年世界投资报告》研究，各类国家引进外资与海外投资的比例，发达国家为 100:140，发展中国家为 100:18，而中国仅为 100:8。与发达国家相比甚至与部分发展中国家相比，中国企业距离“走出去”还有不小的差距，这和中国目前的发展水平也很不相称。面对国际直接投资迅速发展的趋势，中国有必要加快海外投资的步伐，使得国民经济能够长期、健康、协调发展。

五是中國外贸出口深受贸易保护主义的侵害。随着世界生产力的迅速扩张，许多国家商品供过于求的矛盾日益突出，对国际市场的争夺也更加激烈，从而导致各种形式的贸易保护主义盛行。一些国家频繁利用技术和环境壁垒等非关税措施对商品进口设限；有些国家甚至违背世贸组织规则，滥用反倾销、反补贴和保障措施，制造贸易摩擦；不少国家则组建区域经济一体化组织，组成区域性贸易保护屏障，阻碍外部产品进口。因此，各国之间贸易摩擦此起彼伏。这使得中国出口商品深受其害。据商务部统计，目前中国是世界上遭受反倾销最多的国家，遭受反倾销指控的数量约占全球的 1/7，涉及金额约 200 亿美元。面对这种贸易格局，通过发展对外直接投资方式越过各种贸易保护壁垒，扩大中国产品的国际市场份额，是中国企业新世纪应采取的一项重要战略。

基于对上述问题的认识和思考，我选择了“中国企业实施‘走出去’战略研究”作为选题，希望通过自己的努力能够对这一领域的理论研究和企业实践有所帮助。

具体地说，本书的选题具有如下理论和现实意义：

首先，具有重要的理论意义。国内理论界、产业界对于“引进来”的重要性已有充分的认识，“引进来”的实践成绩斐然，

“引进来”的理论更是异彩纷呈。然而，中国成功实施“走出去”战略的企业屈指可数，关于“走出去”战略的理论研究也为数不多。甚至有人认为，像中国这样一个发展中国家，无论从外汇、资金角度，还是从企业实力上来看，都不具备“走出去”的条件。在一项对北京市 200 余家大中型企业关于“走出去”问题的调查问卷中我们得知，30% 的企业认为没有必要“走出去”，75% 的企业认为现阶段应以利用外资为主而非对外投资，80% 的企业认为“走出去”的条件还不具备，55% 的企业认为还没有考虑“走出去”，只有 25% 的企业制定了“走出去”的战略。在分析研究了国外对外直接投资理论之后，我们发现，西方学者的基本观点也是必须先具备某种优势，然后才能对外投资。对于广大发展中国家而言，不具备优势的企业也就失去了“走出去”的理论依据。因此，有必要从理论上对中国企业“走出去”的必要性和可能性进行论述，以澄清人们对此问题的模糊认识，丰富并进一步发展“走出去”理论。

其次，具有重要的现实意义。本书通过对中国企业实施“走出去”战略的理论、现状和案例分析，找出了企业实施“走出去”战略的障碍，从政府、企业、中介组织和行业协会三个层次提出了促进企业实施“走出去”战略的具体措施，对于推动中国企业进一步扩大海外投资，充分利用国际、国内两种资源和两个市场，积极参与国际竞争与合作，迅速提高国际竞争力，并对推动中国产业进一步融入经济全球化潮流和国际分工体系，实现中国产业结构的尽快优化升级，都具有重要的现实意义。

二、本书的主题思想

本书从中国企业对外直接投资这一狭义的“走出去”战略出发，通过对“走出去”的背景和意义、理论基础、发展模式、主要障碍及其对策的分析，认为中国具有一定竞争优势的企业实施

“走出去”战略不仅必要，而且可行。实施“走出去”战略对于中国转移过剩的生产能力，调整产业结构，获取境外自然资源和先进技术，突破贸易壁垒具有重要的意义。企业的对外投资活动需要选择科学的战略模式。企业应根据东道国的风险与成本状况、国内外市场的供求状况、产业发展状况、企业自身的国际竞争力状况等综合因素，选择各种适合自己的“走出去”模式。作为发展中国家的企业，无论从实力的角度，还是从经验的角度，与发达国家的跨国公司相比都有很大的差距，在“走出去”过程中当然离不开政府的扶持，也离不开行业协会和中介机构的努力。对于“走出去”过程中遇到的和将要遇到的各种国际、国内障碍，需要政府、行业协会和中介机构、企业三方从各自不同的角度，相互配合，共同克服。只有这样，越来越多的中国企业才能通过实施“走出去”战略，不断发展壮大，并成长为世界级跨国公司，才能从理论走向现实。

三、本书的框架结构

本书共十一章，由中国企业实施“走出去”战略的背景和意义、理论基础、战略模式、障碍及其主要对策四编构成。

第一编论述了“走出去”战略的背景和意义，由第一章至第三章组成。第一章考察了中国企业实施“走出去”战略的国际、国内背景。经济全球化的迅猛发展与中国的入世，为中国企业“走出去”既提供了良好的机遇，也带来了严峻的挑战；中国经济的快速发展又为中国企业“走出去”奠定了必要的基础和条件。抓住机遇，迎接挑战，具备一定竞争优势的中国企业“走出去”的时机和条件已经成熟。第二章简要回顾了中国企业“走出去”战略的形成过程，选取了中国企业对外直接投资这一“走出去”的狭义内涵作为本章的研究重点；分析了“走出去”战略与“引进来”战略，“走出去”战略与外贸、外汇、外援之间相互促

进、相辅相成的关系；论述了中国企业“走出去”的目的是为了转移国内过剩的生产能力，开辟新的原料来源，获取国外先进技术，提高企业的国际竞争力，延长产品生命周期，提高投资回报率，突破贸易壁垒，开拓国际市场等，因此，具有重要的现实意义。第三章介绍了国际直接投资的发展历程，包括发达国家与发展中国家对外直接投资的现状与特点，从中我们可以窥见中国企业未来对外投资的发展前景与趋势。

第二编阐述了“走出去”战略的理论基础，由第四至第七章组成。第四章简要论述了马克思主义国际直接投资理论，指出马克思主义有关理论对当代国际直接投资理论研究和实践活动仍然具有重要的指导意义。第五章对主要的宏观国际直接投资理论：麦克杜格尔的国际投资利益分配模型、小岛清的比较优势投资理论、阿利伯的货币区域理论、邓宁的国际投资发展阶段论进行了简要的评述；第六章对海默和金德尔伯格的垄断优势论、巴克利和卡森的內部化理论、弗农的国际产品生命周期理论、邓宁的国际生产折衷理论进行了分析研究；第七章主要对威尔斯的小规模技术理论、拉奥的技术地方化理论、坎特威尔和托兰惕诺的技术创新产业升级理论进行了简要的介绍。分析了这些理论对国际直接投资理论与实践发展所做出的巨大贡献，也指出了其立场、观点上的局限，进而提出了自己关于发展中国家对外直接投资的重要动因是为了获取国际资源、培育竞争优势和国际竞争力的观点。

第三编分析了“走出去”战略的模式选择，由第八和第九章组成。第八章首先回顾了中国企业“走出去”的发展状况，然后分析了改革开放以来中国企业“走出去”发展的特点。第九章对“走出去”战略的要素选择及有关模式进行了研究。论文首先对中国企业对外直接投资的产业与区位选择的状况、问题与策略进行了分析，然后又分别对“走出去”战略的股权模式、管理模

式、经营模式、投资方式以及“战略联盟”发展模式的选择进行了论述，分析了各种模式的适用条件、优点和缺陷，对中国企业进行对外直接投资模式选择具有一定的指导意义。

第四编分析了中国企业实施“走出去”战略的障碍并提出了相应的对策，由第十和第十一章组成。第十章分析了中国企业实施“走出去”战略的国际、国内障碍。国际障碍主要有政治风险、人员跨国流动壁垒、投资壁垒、社会环境欠佳等；国内障碍由政府层面、企业层面以及行业协会和社会中介机构三个方面的问题组成。政府层面的问题包括缺乏海外投资法规、管理政策滞后、境外投资审批手续烦琐、外汇管制制约、金融支持乏力、政策支持不完备、监管力量缺乏、信息服务欠佳、对企业海外投资保护力度不够等；企业层面的问题包括企业自身观念存在误区、企业实力欠缺、缺乏跨国经营人才、跨国经营管理体制不完善等；第三个层面的问题主要是行业协会对境外投资缺乏正确引导和统筹规划，一些为境外投资服务的社会中介机构尚未建立等。第十一章提出了中国企业实施“走出去”战略的政策建议。为推动“走出去”战略的顺利实施，政府应该采取制定中国跨国公司中长期发展规划、成立对外投资管理协调机构、健全对外投资法律法规与政策体系、加强对外投资信息服务体系建设、完善中国海外投资的金融服务体系、建立良好的对外投资环境等措施；企业应该树立全球化的观念，制定“走出去”战略，建立科学的管理体系，实施人才战略、组织战略、技术创新战略、品牌战略等；中介机构 and 行业协会则应该积极发挥行业规划、信息服务的作用，提供国际一流的法律、会计、咨询等服务。

四、本书的创新探索

本书在充分学习、借鉴他人研究成果的基础上，在如下几个方面进行了一些创新性探索：

1. “走出去”作为中国一项对外开放战略提出时间不久,虽有一些学者从不同的角度对其进行了论述,但从实施该项战略的紧迫性和可行性、理论基础、战略模式、主要障碍及其对策的角度对其进行全面的分析和研究,还比较少见,本书也算是进行了一次创新性探索。

2. 亚洲金融危机爆发以后,杨圣明教授就高瞻远瞩地提出了“五外”(外贸、外资、外汇、外债、外援)统一的重大理论问题。受杨老师的启发,本书对“走出去”与“引进来”,“走出去”与外贸、外汇、外援之间的关系进行了系统的阐述,得出了“走出去”与对外经贸各项战略之间存在相辅相成、相互促进关系的结论,对于正确理解“走出去”的含义,正确处理各项战略之间的关系,促进对外经济贸易的健康协调发展具有一定的现实意义。

3. 传统的西方对外直接投资理论大多从发达国家的跨国公司出发,过份强调垄断优势、所有权优势、区位优势,并把这看成是影响国际投资的决定性因素。而发展中国家的企业并非都具有上述优势,而在很大程度缺乏优势。随着众多的发达国家中小企业以及技术并不先进的发展中国家企业积极参与跨国投资活动,传统的跨国公司优势理论愈来愈对现实问题缺乏解释能力。本书经过分析研究后认为,通过跨国投资取得某种优势,则是解释跨国投资更具说服力的动因。特别是对一些发展中国家的企业而言,进行跨国投资的目的常常不是为了发挥优势,而是为了充分利用国际市场资源,获取优势,弥补劣势,培育自身的国际竞争力。这种解释既符合当前国际投资的发展现状,对于促进中国企业实施“走出去”战略也有积极意义。

4. 本书第三编对“走出去”涉及的方方面面的战略模式进行了分析研究,全面阐述了“走出去”的产业选择、区位选择、股权模式、管理模式、经营模式等问题,尤其对新兴的跨国并购

方式和战略联盟方式进行了探讨，对于指导企业从事对外直接投资活动具有一定的参考价值。

5. 本书从政府、行业协会和中介机构、企业三个层次分析了中国企业“走出去”的障碍和对策，所提出的有关政策建议具有较强的针对性和可操作性，因而对于促进企业当前的“走出去”实践具有一定的积极作用。

中国企业的对外投资尚处于起步阶段，实践上的落后必然导致数据统计方面的缺少以及相关理论研究的滞后，再加上作者能力知识所限，书中不当之处在所难免，望广大读者批评指正。好在本书写作的完成并不意味着我对中国企业“走出去”这一课题研究的终结，恰恰相反，它奠定我未来研究的主攻方向。当然，要很好地完成这一研究课题，尚需众多专家学者共同付出艰辛的努力。

目 录

第一编 中国企业实施“走出去”战略的背景和意义

第一章 中国企业实施“走出去”战略的背景·····	3
第一节 经济全球化的迅猛发展使中国企业“走出去” 面临新的机遇和挑战·····	3
第二节 入世对中国企业实施“走出去”战略的影响 ···	22
第三节 中国经济的迅速发展为“走出去”战略的实 施提供了良好的条件 ·····	28
小 结 ·····	36
第二章 “走出去”战略的形成、内涵与意义 ·····	38
第一节 “走出去”战略的提出与形成 ·····	38
第二节 “走出去”战略的内涵 ·····	41
第三节 “走出去”与“引进来”的辩证关系 ·····	44
第四节 对外直接投资与外贸、外汇、外援等的关系 ···	49
第五节 中国企业实施“走出去”战略的必要性 ·····	55
小 结 ·····	67
第三章 国际直接投资发展的现状与特征 ·····	69
第一节 国际直接投资的发展历程 ·····	69
第二节 发达国家对外投资的现状与特征 ·····	74
第三节 发展中国家对外投资发展的现状与特征 ·····	86
小 结 ·····	93

第二编 “走出去” 战略的理论基础

第四章 马克思主义的国际投资理论	97
第一节 马克思的国际投资理论	97
第二节 列宁、斯大林、毛泽东的国际投资理论	100
第三节 对马克思主义国际投资理论的简要评价	108
第五章 国际投资宏观理论	111
第一节 麦克杜格尔的国际投资利益分配模型	112
第二节 小岛清的比较优势投资理论	116
第三节 阿利伯的货币区域理论	120
第四节 邓宁的投资发展阶段论	123
第六章 国际投资微观理论	129
第一节 垄断优势论	129
第二节 伯克利和卡森的內部化理论	135
第三节 弗农的国际产品生命周期理论	138
第四节 国际生产折衷理论	146
第七章 发展中国家的跨国公司理论与中国学者对“走 出去”战略的研究	152
第一节 小规模技术理论	152
第二节 技术地方化理论	154
第三节 技术创新产业升级理论	156
第四节 中国学者对“走出去”战略的研究	158
小 结	163

第三编 中国企业“走出去” 的战略模式研究

第八章 中国企业“走出去”的发展状况	169
第一节 中国企业“走出去”的发展阶段	169
第二节 改革开放以来中国企业“走出去”发展的特 点	175

小 结	185
第九章 中国企业“走出去”的战略模式选择	187
第一节 中国企业实施“走出去”战略的产业选择	187
第二节 中国企业实施“走出去”战略的区位选择	202
第三节 中国企业实施“走出去”战略的股权模式选 择	210
第四节 中国企业实施“走出去”战略的管理模式选 择	217
第五节 中国企业“走出去”的经营模式选择	226
第六节 中国企业与跨国公司组建“战略联盟”发展 模式的选择	237
小 结	245
第四编 中国企业实施“走出去”战略的障碍及其 主要对策	
第十章 中国企业实施“走出去”战略的障碍分析	253
第一节 中国企业实施“走出去”战略的国际障碍	253
第二节 中国企业实施“走出去”战略的国内障碍	256
小 结	273
第十一章 进一步推动中国企业实施“走出去”战略的 主要对策	274
第一节 正确处理政府与企业之间的关系	274
第二节 政府应采取的对策	275
第三节 企业应采取的对策	286
第四节 行业协会和中介机构应采取的对策	300
小 结	302
主要参考文献	303
书籍类	303

报纸杂志类	306
研究报告	309
网站	309
西文类	310
 后 记	 313