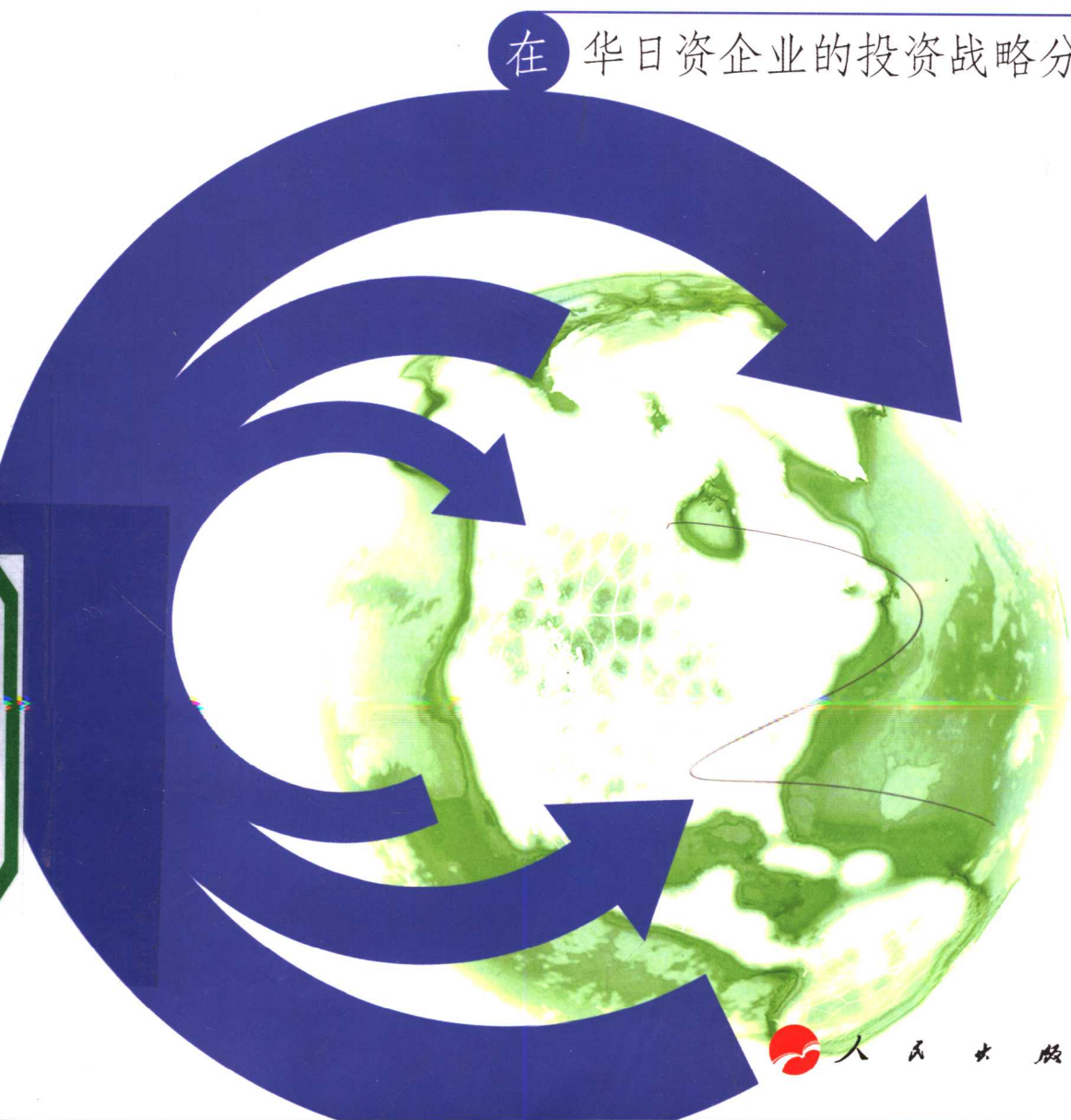


跨国公司全球一体化条件下的 当地化战略研究

薛军◎著

在 华日资企业的投资战略分析



人民教育出版社

F279.313.3/4

2008

跨国公司全球一体化条件下的 当地化战略研究

薛军◎著

在 华日资企业的投资战略分析



人民教育出版社

策划编辑:鲁 静

责任编辑:李椒元

装帧设计:鸣 羽

责任校对:周 昕

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司全球一体化条件下的当地化战略研究——在华日资企业的投资战略
分析/薛军著. —北京:人民出版社,2008.3

ISBN 978-7-01-006950-0

I. 跨… II. 薛… III. ①跨国公司-对外投资-研究-日本②跨国公司-企
业管理-研究-中国 IV. F279.313

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 033980 号

跨国公司全球一体化条件下的当地化战略研究

KUAGUO GONGSI QUANQIU YITIHUA TIAOJIANXIA DE

DANGDIHUA ZHANLUE YANJIU

——在华日资企业的投资战略分析

薛 军 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街 166 号)

北京新魏印刷厂印刷 新华书店经销

2008 年 3 月第 1 版 2008 年 3 月北京第 1 次印刷

开本:700 毫米×1000 毫米 1/16

字数:280 千字 印张:18.75

ISBN 978-7-01-006950-0 定价:32.00 元

邮购地址 100706 北京朝阳门内大街 166 号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

目 录

绪论	(1)
第一章 有关跨国公司海外投资的文献综述	(8)
第一节 一般国际直接投资理论的研究综述	(8)
一、国际直接投资及其相关概念的界定与内涵	(8)
二、国际直接投资理论的发展沿革	(13)
三、按研究方法不同分析国际直接投资的理论	(15)
第二节 跨国公司当地化问题的研究进展	(42)
一、关于从全球经营战略的角度分析跨国公司当地化的研究 ...	(43)
二、关于从“混合型模式”(Hybrid model)理论假说来分析跨 国公司当地化的研究	(64)
三、从跨国公司人力资源的角度分析跨国公司当地化的研究 ...	(68)
四、有关跨国公司对华投资中的当地化问题研究	(74)
五、结论	(78)
第二章 在华跨国公司当地化的理论分析	(80)
第一节 跨国公司全球一体化与当地化的界定与相关关系	(80)
一、跨国公司全球一体化战略的形成与框架	(80)
二、跨国公司的内部化与当地化	(83)
第二节 东道国经济发展、政府政策、社会文化对当地化的影响	(86)
一、东道国经济发展与跨国企业的当地化	(87)
二、东道国政府政策对跨国企业当地化的影响	(90)
三、东道国自然条件、社会文化对跨国企业当地化的影响	(93)
第三节 跨国企业当地化的成本收益分析	(95)
一、跨国企业当地化中成本收益的一般性讨论	(96)

二、跨国企业当地化成本收益的具体分析	(103)
第四节 促进跨国企业当地化的交易成本分析	(106)
一、跨国企业的交易成本	(107)
二、当地化水平的确定	(108)
第三章 在华日资企业当地化的现状和案例分析	(116)
第一节 20 世纪末 21 世纪初的日本对华直接投资演变	(116)
一、产业结构:从边际产业转向比较优势产业	(117)
二、产品基地结构与产销关系:配套生产基地和生产与市场 并重型投资的形成	(118)
三、技术水平:技术含量的提高和研发基地的建立	(122)
四、企业形态:从合资到独资以及并购乃至 21 世纪初的日 中跨国公司战略联盟	(124)
第二节 日本跨国公司地区总部的机能和作用	(127)
一、设立地区总部的目的及其种类	(128)
二、以日本跨国公司为案例的地区总部的功能和作用	(130)
三、日本跨国公司在中国设立地区总部的沿革	(132)
四、案例分析:欧姆龙公司设立中华圈地区总部的战略构想 ...	(138)
第三节 日本跨国公司在华经营人才的当地化	(143)
一、日本跨国公司在华经营管理人员当地化的问题提出	(143)
二、跨国公司在东道国经营管理人员当地化的动因分析	(144)
三、关于日本跨国公司在华经营管理人员当地化的实证 考察	(148)
四、结束语	(167)
第四节 在华日资企业零部件供给的当地化	(168)
一、跨国公司零部件采购当地化的含义	(168)
二、在华日本跨国公司零部件采购当地化的现状	(171)
三、日资企业提高当地化采购的措施以及存在的问题	(182)
四、案例分析:日本汽车跨国公司在广州建立零部件供应 基地的现状分析	(186)
第五节 在华日资企业营销的当地化	(192)

一、跨国公司当地化营销的含义	(193)
二、在华日资企业营销当地化的现状分析	(197)
三、在华日资企业营销当地化过程中存在的主要问题和 注意事项	(204)
四、案例分析:日本丰田汽车在中国的营销当地化	(208)
第六节 在华日本跨国公司 R&D 投资的当地化	(214)
一、日本跨国公司海外 R&D 投资的命题提出	(215)
二、日本跨国公司在华 R&D 投资概况	(216)
三、跨国公司海外 R&D 投资的理论分析	(221)
四、日本跨国公司在华 R&D 投资的实证分析	(236)
第四章 日资在华企业当地化的实证分析	(252)
第一节 销售市场当地化的实证分析	(252)
一、模型及回归结果	(252)
二、实证结论	(253)
第二节 零部件采购当地化的实证分析	(254)
一、以零部件来源金额、总销售额的对数和时间趋势进行 面板回归	(254)
二、以零部件采购份额对时间趋势进行面板回归	(257)
第五章 在华日美跨国公司当地化的比较分析	(259)
第一节 在华日美跨国公司投资绩效比较分析	(259)
一、日美跨国公司对华投资的特征	(259)
二、日美企业经营绩效比较	(265)
第二节 在华日美跨国公司当地化战略比较分析	(269)
一、日美企业各不相同的对华当地化战略	(269)
二、在华日美企业人才当地化的比较分析	(270)
三、在华日美企业研究开发当地化的比较	(278)
四、在华日美企业社会融合当地化的比较	(280)
参考文献	(284)
后记	(295)

绪 论

(一)

迄今为止,学术界没有对跨国公司当地化一词有一个明确的定义。当地化的英文叫“Localization”,相对于全球化“Globalization”。当地化在中国的文献中有时被称做为“本土化”或者是“本地化”。

笔者认为,当地化可以区分为广义上的当地化以及狭义上的当地化。

广义上的当地化一般指跨国公司在对外直接投资中相对于全球战略的当地经营战略,是跨国公司海外子公司在东道国的战略取向,当地化的内容包括了从研究开发、生产、营销、售后服务等各业务流程到其辅助部门的流通、财务、人事等所有价值链的内容。狭义上的当地化其实就是跨国公司人力资源的当地化。

衡量跨国公司当地化的指标有许多,最常见的,比如在东道国的零部件采购率、在东道国市场的销售率、是否设立地区总部基地和研究开发中心、母公司派驻人员的比率、东道国人才的录用以及升迁情况等。由于不同的跨国公司有着不同的国别特征、企业文化背景以及海外投资历史,因此每个跨国公司在面对复杂的投资对象国的国情时,其当地化表现都不尽相同。一般而言,相对于海外投资历史悠久、当地化经验丰富的欧美老牌跨国公司,日本、韩国等新兴跨国公司在不得不面对当地化这一问题时,表现得比较落伍和笨拙。

关于跨国公司全球一体化条件下的当地化问题,笔者认为,无论是广义的当地化还是狭义的当地化,均可以从以下两个角度进行研究探讨。

第一,如果站在理论的角度分析,当地化是跨国公司经营战略中相对于全球一体化而言的一个侧面,任何一个跨国公司的经营方针都被认为是全球一体化战略与当地化战略的一个对立统一,在其全球一体化与当地化之间都存

在着一个平衡点,跨国公司的经营活动是围绕着这一平衡点运行的。其表现为:之一,不同行业的当地化程度不同;之二,同一跨国公司内部的不同部门的当地化程度也不同;之三,任何一个行业或者一个跨国公司的当地化程度是随着时间的变化而变化的。

第二,如果站在历史经验主义的角度分析,当地化一般被视为东道国、特别是一个发展中国家振兴本国工业化发展的“进口替代政策”,它为东道国带来了许多好处,比如扩大进口、技术扩散、扩大就业、培养地方产业、改善企业治理和提高经营管理水平以及引入竞争提高效率等等,是东道国积极主动推进的。但是对于跨国公司来讲,当地化只是一个不得不为之的投资行为,同时也被看做是投资国对东道国贡献的一个表现形式。

在中国,跨国公司的投资行为更多地来自企业本身的经营战略,而非中国政府的优惠政策。特别是中国在加入 WTO 之后,除某些投资领域以外,由于中国市场广阔,在研发、生产和原材料供给、营销、人才等各个方面,跨国公司都已全面进入了一个主动、积极的当地化时代。

随着中国经济的高速增长,潜在的市场正在变为真正的大市场,跨国公司也不断调整着对中国的当地化战略,其中最具有影响力的是日本松下中国有限公司总经理青木提出的人力资源的当地化是跨国公司当地化战略的核心,在中国将实施“Chinalization”(中国化)的概念。然而笔者认为,跨国公司的对中国当地化战略不会脱离其全球化经营战略的轨道,“Chinalization”(中国化)的概念的提出只能说明对跨国公司来说,中国市场越来越具有特殊性和重要性。

(二)

中日经贸关系、特别是对于日本的跨国公司来说,在经历了 1985 年广场协议之后的所谓“新的投资合作者”、1990 年代的所谓“中国要因”以及 20 世纪末 21 世纪初的所谓“中国特需”三个阶段之后,现在需要在中日企业间建立一种崭新的“平等互惠的双赢关系”。

另一方面,为保持可持续发展的“循环经济”,中国经济已经在四个方面开始了政策调整,一是投资、即改变以往以单纯的投资推动逐渐转变为以内需拉动型的经济增长模式;二是资源环境、建立节省资源的“环境友好型社会”;

三是培育自主技术创新能力;四是调整对外经贸政策,在贸易方面改变以往的以低附加值的加工贸易为主的对外贸易结构。在投资方面,逐步调整吸引外资的优惠政策以改变改革开放以来以外资拉动经济增长的发展模式。面对中国当前的这四个转变,各国跨国公司也在积极调整其在中国的投资战略。如何对应新的环境下的新问题、避免投资战略出现失误以及如何寻找新政策中的可利用的突破口、发现新的商机,成为跨国公司对中国投资的关键。

日资企业经过近 30 年的努力,在中国各领域取得了显著的成就。但进入当前的“对等双赢阶段”后,面对欧美企业、韩资以及逐渐成长起来的中国新兴民族企业,日资企业面临着巨大的压力。总体而言,日资企业的强项是“技术”,笔者曾经在一次研讨会上问过所有参会企业的代表,几乎所有日资企业均对自己公司产品的质量和性能充满信心。相信今后日资企业仍然会以技术作为取胜的必要条件。但是,很多日资企业却未必清楚它的弱点。笔者认为,与欧美相比,当地化进程推进得不够彻底是日资企业的致命伤。相对于欧美老牌跨国公司,日资企业在当地化方面的经验积累还有相当的差距。据日本贸易振兴会(2006)的报告指出,日资企业在三个方面已经败给了美国:一是在中国国内的销售额;二是中国大学生最具人气的就职跨国公司排名;三是在华日资企业的离职率要高于欧美企业 2 倍。对当地化这一战略,尽管大多数的日资企业已经统一了认识,但是在由哪一方实施、如何贯彻等问题上日资企业还存在着许多疑虑。

在笔者接触的多数日本的企业家和学者中,对中国人常常跳槽非常不理解,只是一味地认为中国人的“金钱观”甚至“价值观”和他们不同。其实支持日本经济社会的所谓“终生雇佣制”和“年功序列制”并未在日资企业中扎根落户,在中国国内的现实情况是,作为雇佣方的日资企业只和被雇佣的中国人每年续签一次劳动雇佣合同^①。一旦日资企业出现经营不景气或者不希望继续雇佣该名中国籍员工时,待到合同期满就可以不续签该雇佣合同。试想一下,在这样劳动雇佣合同条件下,任何国家的有能力的人才都会希望到工资更高、工作条件更好的地方发展。再有,在华的日方人员常常 3~5 年一轮换,这种所谓“一朝皇帝一朝臣”的现象也必然对离职起到推波助澜的作用。

^① 从 2008 年 1 月开始实施的新的《劳动法》将有助于改变这种现状。

据日本劳动政策研究和研修机构的调查,在华日资企业中的员工平均年龄还不到 30 岁,而在美国的企业中员工的平均年龄则已经接近 40 岁。这些优秀的中国人对日企来说,既是一种机会(chance)又是一种威胁(risk)。如何发挥好这些优秀年轻人的作用,对今后日资企业在中国的成败至关重要。考虑到阻碍当地化的各种因素,笔者认为,在战略方针上,推进当地化的进程需要由日本母公司主导,而不是当地的日资企业。积极推动当地化的发展深化,不仅对日资企业有利,而且对正在实施国际化战略的中国企业在吸收先进的技术和技能方面也起到促进作用,是一种真正意义上的双赢战略。

(三)

笔者通过对在华日资企业的实证与案例分析发现,以制造业为中心的日本跨国公司经营战略的当地化进程、特别是日资企业的人力资源当地化进程,是伴随着其全球一体化进程和中国经济发展的不断深化这两个维度,以渐进方式为主要演进的。图 1 向我们展示了这一渐进的演进过程。图 1 中有四个由低向高的维度以及一条由左下方向右上方延伸的虚线。其中,四个由低向高的维度分别代表“全球一体化进程”、“经营战略的当地化程度”、“中国经济发展历程”以及“人力资源当地化的程度”,而那条由左下方向右上方延伸的虚线则代表跨国公司从最初对华试探性投资发展到目前的将地区总部迁往中国、创建研发中心等将中国视为其海外投资战略重中之重这一发展变化过程。

图 1 可以用来解释本书试图揭示的以日资企业为案例的跨国公司全球一体化条件下的当地化战略研究的三大核心问题。

第一,日本跨国公司对华当地化战略在其全球一体化经营战略中具有举足轻重的位置。中国长期以来一直被日本作为仅次于美国的一个主要投资对象国,伴随着全球一体化的进程,特别是中国入世以来,无论是在生产销售还是研发以及区域统括等方面均已被愈来愈多的企业列为在日美中全球三极或日美欧中全球四极经营体系中的关键一极;

第二,从 1978 年中国的改革开放至今,日本跨国公司在华当地化战略经历了由最初的设置办事处和进出口贸易公司→设立面向海外市场的出口生产

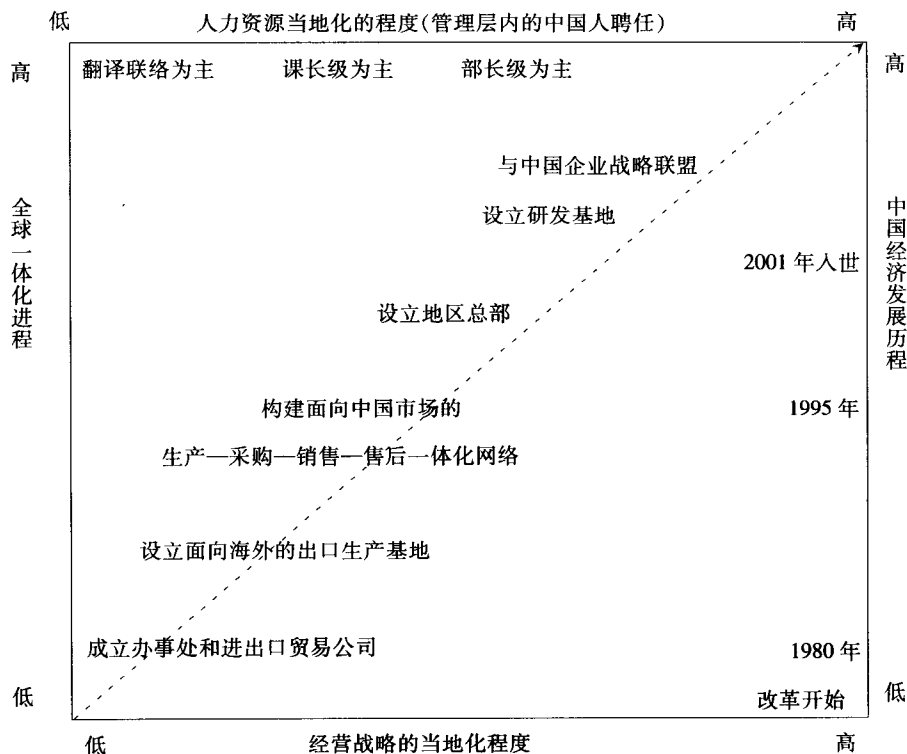


图1 以制造业投资为中心的日本跨国公司当地化演进图

资料来源:笔者归纳总结

基地→构建面向中国国内市场的生产、采购、销售、售后服务的一体化网络→设立并强化区域总部功能→加强技术投入、开始成立研究开发中心,到一改过去单向的投资方式,全方位与中国当地企业合作,实行强强联手、中日双方共赢的国际战略联盟这一渐进式的演进过程;

第三,当地化战略的成败首先取决于人力资源当地化的进程。在结合问卷调查的基础上发现,在人力资源方面,伴随着日资企业当地化程度的不断提高,在日资企业日常经营管理中,中国籍员工在管理层内的被聘用岗位已经由过去以课长为主流上升为现今以部长级为核心的一支中坚力量,并且越来越多的中国人开始担任企业中各重要职能部门的一把手职位,日资企业已经将经营管理者本土化进程推进到了一个新阶段,强化经营管理者本土化进

程已经是几乎所有日资企业的共识。但是同时也发现,部分日本跨国公司在华投资时间的长短与经营管理者本土化程度的高低并不完全成正相关关系;

本书由于篇幅有限,仅从在华跨国公司当地化的文献综述、理论分析、现状和案例分析、实证分析以及日美在华企业的比较分析等五个方面探究当前跨国公司在全球一体化条件下有关当地化的理论与现状。这五个方面也构成了本书的五个章节,各章内容简介如下:

第一章“有关跨国公司海外投资的文献综述”作为本书的理论综述部分由两节构成:第一节从时间序列和研究方法两个角度系统地归纳总结了至今较有影响的国际直接投资理论;第二节则从跨国公司当地化这一切入点较为全面地分析了有关跨国公司当地化研究的最新进展。

第二章“在华跨国公司当地化的理论分析”在前人研究成果的基础上,从理论上阐述了在华跨国公司当地化的界定、跨国公司内部化与当地化的关系以及促进当地化的因素。

第三章“在华日资企业当地化的现状和案例分析”以日本在华企业为案例,系统分析了有关跨国公司当地化各个方面的现状。首先就有关 20 世纪末 21 世纪初的日本对华直接投资演变(第一节)和日本跨国公司地区总部的机能和作用(第二节)进行了详细分析,然后就日资企业当地化问题中的人才当地化(第三节)、零部件供给当地化(第四节)、市场营销当地化(第五节)以及研究开发当地化(第六节)的现状进行了深入阐述。

第四章“在华日资企业当地化的实证分析”利用日本 1999 ~ 2006 年海外企业的系统数据,通过实证模型回归,从销售市场和零部件采购两个方面探讨了日资企业海外子公司的当地化和全球化发展趋势。

作为本书终章的第五章比较分析了在华日美跨国公司当地化的不同。由于日美跨国公司所处文化背景以及发展历程等方面的不同,因此各自形成了完全不同的企业文化。同时在经过近 30 年的对华投资,日美跨国公司根据各自不同的企业经营特质和全球定位,也形成了各自不同的对华投资风格和特点。本章就有关在华日美跨国公司投资绩效(第一节)以及当地化战略(第二节)进行了对比分析。

站在跨国公司全球一体化经营战略的角度上,全面系统地阐述了当地化的产生、发展和特征,以在华日资企业为案例剖析其在中国的当地化演变过程

等等,这在我国尚属首次。曾留学海外的笔者在博士毕业之后,曾一度服务于某大型跨国公司,之后又被派回国内担任该公司在中华区的高管,相信对跨国公司的全球化、区域化、内部化以及当地化等等的分析会更具一些独到之处。本书不仅是对学术界中该领域的发扬光大,而且还对国人了解和认识海外跨国公司本质以及其在华投资动向具有现实意义。但是由于笔者的水平所限,书中错误和不当之处在所难免,希望读者提出宝贵意见,笔者不胜感激。

第一章 有关跨国公司海外投资的文献综述

作为本书理论综述部分的第一章将由两节构成:第一节从时间序列和研究方法两个角度系统地归纳总结了至今较有影响的国际直接投资理论;第二节则从跨国公司当地化这一切入点较为全面地分析了有关跨国公司当地化研究的最新进展。

第一节 一般国际直接投资理论的研究综述

一、国际直接投资及其相关概念的界定与内涵

(一) 国际直接投资(FDI)

1. 概念界定及其内容

根据联合国贸发会议跨国公司与投资司编写的《1999 年世界投资报告》,把国际直接投资定义为:一国(地区)的居民实体(国际直接投资者或母公司)在其本国(地区)以外的另一国的企业(外国直接投资企业、分支企业或国外分支机构)中建立长期关系,享有持久利益,并对之进行控制的投资。报告还指出:国际直接投资的这个一般定义基于 OECD《外国直接投资定义的详细标准》第二版(巴黎,OECD,1992 年)和 IMF《国际收支平衡表手册》第五版(华盛顿特区,IMF,1993 年)^①。报告还指出:国际直接投资包括一组资产,其中有些是投资者的所有权资产,有些不是。它包含的一揽子资产有:资本;技术;

^① 联合国贸发会议跨国公司与投资司编、冼国明总译校:《1999 年世界投资报告》,中国财政经济出版社 1999 年版,第 493、505 页。

市场进入;就业、技能和管理技术;环境等^①。

日本一桥大学教授池间诚(Ikema)是这样定义国际直接投资的:虽然国际直接投资在直接投资理论中还未被充分地展开及整理,但一般认为至少应该从为了达到利润最大化(或者可称为销售额最大化)的以投资企业为目的的最佳资源分配这一角度来分析考察这一问题。国际直接投资是长期国际资本移动的一种形态,它被定义为一国的投资者(通常是企业)为了取得对另一国被投资者(企业)的意志决定过程行使支配力而进行的投资。

作为国际直接投资具体的形态是:以参与经营为目的、取得国外现有企业的股份或收购合并现有企业;在国外新设立子公司或合资事业法人,并取得其股份;取得作为经营活动为目的的经营用实物(新设分店、营业所、工厂等)等等^②。

根据池间诚的论述,企业可以利用两种方式在东道国进行国际直接投资,即建立新的投资设施或收购合并当地现有企业。在20世纪的最后十年中,国际直接投资的增长大部分由跨国并购,而非是由新设投资推动的。

外国直接投资还可以从流量与存量的角度来分析。在《2000年世界投资报告》中,有关流量与存量是这样描述的:外国直接投资流量包括由外国直接投资者向外国直接投资企业(直接或是间接通过其他关联企业)提供的资金,或者外国直接投资者从外国直接投资企业所得到的资金。FDI有三个分项,即股权资本、利润再投资和公司内部借贷。

- 股权资本是国际直接投资者购买的本国以外国家企业的股份。

- 利润再投资包括未被分支机构以股息形式分配掉的直接投资者的利润份额(与直接股权参与成比例),或未汇回给直接投资者的利润,这些被分支机构留存的利润被用于再投资。

- 公司内部借贷或公司内部债务交易指直接投资者(母公司)与附属企业之间的资金借入与贷出。

FDI存量是属于母公司的资本和准备金(包括留存利润)份额的价值,加

① 联合国贸发会议跨国公司与投资司编、冼国明总译校:《1999年世界投资报告》,第340~341页。

② 池间诚、池本清编:《国际贸易·生产论的新展开》,日本文真堂,1990年。

上分支机构对母公司的净负债^①。

2. 国际直接投资的分类:

尽管直接投资从总体上是跨国公司利润最大化或成本最小化为目标的投资行为,但从跨国公司的具体动机和对东道国区位优势利用差异方面,可对直接投资进行若干分类。

(1) 邓宁的分类:

邓宁根据区位优势对跨国公司选址的影响和跨国公司战略目标的不同,将直接投资划分为6大类,具体见表1—1—1。

表 1—1—1 直接投资:类型、区位优势、目标、领域

直接投资的类型	区位优势 (决定投资地点)	直接投资的 战略目标	投资领域
自然资源寻求型	1. 拥有自然资源及相关基础设施 2. 给予税收等优惠措施	较竞争者优先获得自然资源的稳定供应	石油、金属矿产及农产品
市场寻求型	1. 市场规模 2. 东道国政府政策(关税政策等)	1. 保护现有市场 2. 在新市场上排挤竞争者	计算机、医药汽车、食品
效率寻求型	1. 低廉劳动成本 2. 专业化及集中化 3. 东道国政府鼓励	实现区域或全球生产合理化 赢得加工专业化	电子、电气 纺织、服装 汽车、研发活动
战略资产寻求型	有投资者缺乏的技术、人力资源及市场	增强创新能力 开辟新市场	具有规模经济的领域
贸易及分配型	1. 接近消费者,便于售后服务 2. 拥有投入资源	进入新市场 实现地区或全球营销战略	需要与消费者密切接近的商品
辅助服务型	拥有市场、领导型客户	建立地区或全球经营网络	会计、广告 银行、航空

(资料来源:John H. Dunning, *Multinational Enterprises and Global Economy*, Addison-Wesley Publishing Company 1992, pp. 82—83.)

① 联合国贸易发展会议编、冼国明总译校:《2000年世界投资报告——跨国并购与发展》、中国财政经济出版社2001年版,第286~287页。

(2) 小岛清的分类:

小岛清对直接投资的划分有两种情况:一是按动机划分;一是按直接投资与贸易的关系划分。

按动机划分为三种类型:

资源导向型:为了获得矿产品、石油等自然资源的稳定供应而对东道国进行的开发性投资。

市场导向型:以进入或巩固东道国市场为目标直接投资。决定跨国公司采取市场导向型直接投资的因素大体可分为所有权优势、规模经济、贸易障碍等。

要素导向型:由于劳动的流动性较低,土地要素没有流动性,因此为利用东道国丰富廉价的要素而必须对东道国投资。其中以利用东道国廉价劳动工资最为常见。

此外,小岛清根据直接投资与贸易的关系将直接投资分为顺贸易型直接投资(互补型)和逆贸易型直接投资(替代型)。

(3) 巴克莱的分类:

巴克莱认为邓宁的分类过于细化,后两类投资划分基本可归入市场寻求型。为此巴克莱简化了邓宁的直接投资分类方法,他认为存在着3种直接投资:市场寻求型、资源寻求型、效率寻求型。市场寻求型:以进入东道国市场或扩大市场份额为目的的直接投资;资源寻求型:确保自然资源投入品供应的直接投资;效率寻求型:以降低投入总成本,特别是不可贸易类投入要素的成本为目的的直接投资。他进一步认为,假如将资源寻求型直接投资看做是确保低成本资源供应的直接投资的话,直接投资可以简单的划分为市场寻求型和效率寻求型两大类。市场寻求型直接投资通常是贸易受阻后的产物,东道国市场的规模和增长潜力,东道国市场的竞争状况等变量因素对跨国公司是否以生产方式进入东道国市场起重要的影响作用。效率寻求型直接投资是寻求低成本概念外延扩充的反映,其对象包括由自然要素禀赋差异形成的成本差异,投资区位的规模化、专业化生产效率和知识类资产、人力资本等内容。其中劳动成本是效率寻求型直接投资的主要目标,多数情况下寻求效率是寻求低劳动成本的代名词。

(4) 除上述几位学者的分类外,按照跨国公司的内部分工特点和经营战