

大國崛起的步伐

姚望◎著

—中国“走出去”战略

这个世界真的变小了。中国这个东方睡狮开始醒来，不能不把自己的目光投向世界。改革开放既是对自身的重塑，也是对世界的期盼。把一个伟大的民族融入世界时，才发现这个世界是如此的多彩，又是如此的多变，走向世界是如此的不易，比预料要艰难许许多多。但无论怎样，“走出去”依然是历史的必然。



大國崛起的步伐

—中国“走出去”战略

这个世界真的变小了。中国这个东方睡狮开始醒来，不能不把自己的目光投向世界。改革开放既是对自身的重塑，也是对世界的期盼。把一个伟大的民族融入世界时，才发现这个世界是如此的多彩，又是如此的多变，走向世界是如此的不易，比预料要艰难许许多多。但无论怎样，“走出去”依然是历史的必然。



内 容 简 介

本书以中国“走出去”战略研究为题,在清晰界定“走出去”战略概念的基础上,利用经济管理理论,分别从中国实施“走出去”战略的必然性及其现状和原因、历史沿革、战略环境及总体对策、“走出去”的基本模式、“走出去”的战略步骤、“走出去”的战略保障等方面进行了比较全面、系统的研究和论述。

本书适合对中国经济发展感兴趣的广大读者阅读,另外还可作为各大院校大学师生及从事国际政治经济工作的有关专家学者的参考读物。

图书在版编目(CIP)数据

大国崛起的步伐——中国“走出去”战略/姚望著. —北京:科学出版社, 2008

ISBN 978-7-03-022485-9

I. 大… II. ①姚… III. 对外开放-经济发展战略-研究-中国 IV. F125

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 096804 号

责任编辑:张丽娜 赵丽艳 / 责任制作:魏 谨

责任印制:赵德静 / 封面设计:目后佐道

北京东方科龙图文有限公司 制作

<http://www.okbook.com.cn>

科 学 出 版 社 出 版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

双 青 印 刷 厂 印 刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 7 月 第 一 版 开本: B5(720×1000)

2008 年 7 月 第一次印刷 印张: 16

印数: 1—5 000 字数: 186 000

定 价: 29.80 元

(如有印装质量问题,我社负责调换〈明辉〉)

序 言

1997年中国共产党的第十五次全国代表大会召开,考虑到国际政治经济环境的变化和国内经济发展对战略性资源需求加大的实际情况,大会提出:积极参与区域经济一体化和全球多边贸易体系,鼓励能够发挥中国比较优势的对外投资,更好地利用国内、国外两个市场、两种资源。2000年10月中共中央召开了十五届五中全会,会上通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》,该《建议》首次明确提出“走出去”战略,同时首次把它作为四大新战略之一。从此,“走出去”战略上升到“关系中国发展全局和前途的重大战略之举”的高度。2001年,实施“走出去”战略正式写入中国《国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》。

“走出去”已经成为促进国际经济一体化、强化各国经济联系的重要渠道,成为影响各国国际收支状况的重要因素;从微观角度看,“走出去”战略是企业生产经营国际化的必然趋势,是企业进行国际竞争,求得长远发展的必要手段。尤其是中国现阶段,改革开放已经到了一个关键时期,为获得持续健康发展,中国企业必须紧紧抓住国际市场并开始从全球范围内配置资源、提高生产效率,以获取持续竞争优势。

姚望同志的专著《大国崛起的步伐——中国“走出去”战略》以中国“走出去”战略研究为题,在清晰界定“走出去”战略概念的基础上,利用经济管理理论,分别从中国实施“走出去”战略的必然性及其现状和原因、历史沿革、战略环境及总体对策、“走出去”的基本模式、“走出去”的战略步

骤、“走出去”的战略保障等方面进行了比较全面、系统的研究和论述。这在国内尚属不可多见的研究成果。

该书分析认为,中国实施“走出去”战略有着深厚的背景和深远的意义,是国内外经济发展形势和客观规律使然。它将有利于中国的经济发展,尤其是更好地利用国内国际两种资源、国内国际两个市场,进一步增强中国的综合国力。通过改革开放 20 多年来“引进来”战略的成功实施,中国的综合国力得到极大的增强,一大批企业初步具备了抗御风险的能力和 international 竞争力,从而为实施“走出去”战略奠定了坚实的微观基础;中国实施“走出去”战略也是经济全球化、国际分工及其自身经济可持续发展的必然要求。同时还认为,产权界定不清晰是中国大部分国有企业“走出去”业绩不佳的根源,这也是导致中国“走出去”企业的业绩出现不佳的主要原因;产权安排不合理是中国民营企业“走不出”、“长不大”的主要根源,这也是导致中国“走出去”的整体和平均规模仍然偏小的主要原因;政府宏观制度安排不合理,一定程度上阻碍了“走出去”战略的实施,这直接决定了中国现阶段“走出去”的模式比较单一、对外直接投资行业仍停留在低层次的格局。

该书明确提出,中国是当今世界最大的发展中国家,以发展中国家的身份入世,此为“一低”;但又是刚刚加入 WTO 不久的重要成员,应在 WTO 统一规则平台上高起点地参与国际竞争与合作,此为“一高”。这“一低一高”背景下的“走出去”,就要求我们既要通过比较与借鉴西方资本主义“走出去”的历史经验,又要充分考虑作为一个发展中的社会主义国家的特点。该书分析得出:“走出去”是一国经济发展到一定阶段的必然产物,它的微观主体是企业,不过政府在实施“走出去”战略的过程中发挥着不可或缺的重要作用;荷兰、西班牙、葡萄牙、英、法等资本主义国家“走出去”的发展史,可以说是一部西方列强使用各种手段、最大限度地掠

夺发展中国家和地区财富的掠夺史,它具有侵略性和掠夺性,采用的是战争的暴力手段;中国“走出去”战略具有和谐共赢的性质,采用的是和平的手段,遵循着开放式的区域合作和制度性的区域贸易安排。

该书提出了 SWOT-PEST 分析模式,且利用该分析模式对中国“走出去”的战略环境进行了比较全面、系统的分析。同时分析指出,中国“走出去”战略的实施应该紧紧抓住和平发展和和谐共赢两大主题,以这两大主题作为中国“走出去”战略的总体对策。文章创造性的提出“走出去”和和谐共赢的内涵在于将中国传统的“和合”文化与共生理念揉合起来,就是要在走出去的过程中做到“合而不同”,这要求中国各类“走出去”的企业通过采取足够的措施与当地企业与行业协会、政府和居民实现和谐、互利共赢的关系。最后该书分析指出,选择和平发展和和谐共赢作为该战略的总体对策就具有特别的重大意义,通过选择和平发展和和谐共赢作为中国“走出去”战略的总体对策,将使中国成为世界上和平崛起新的成功典范,它将开辟大国发展的新纪元,实现以和平手段而非武力手段,以共赢模式而非掠夺模式,以合作途径而非侵略途径,实现大国崛起的新道路。

该书从区域经济一体化对中国“走出去”的作用机理进行了理论分析,且以中国-东盟自由贸易区为例进行了实证分析。该文分析指出,区域经济一体化是中国“走出去”的重要战略步骤之一。通过以中国-东盟自由贸易区为例,该文从区域经济一体化对中国“走出去”的影响进行了实证分析,实证分析认为:中国-东盟自由贸易区的建立对中国贸易式“走出去”模式具有明显的正向促进作用,而对契约式“走出去”模式具有较大的正向促进作用,对投资式“走出去”模式的正向作用相对较小。

该书对中国现阶段“走出去”战略未达到预期目的的原因进行了比较系统的分析,指出解决这一问题的核心还在于制度创新。然后分别从宏

观和微观两大层面对“走出去”的相关制度创新进行了分析。文章分析认为,要有效解决“走出去”战略问题的核心还在于制度创新。对于各类企业而言,应力求建立起能有效降低交易费用、激励企业“走出去”的新的制度安排。政府作为市场的组织者和监管者,其任务就是完善各种宏观制度安排,促进所有“走出去”企业降低交易费用,避免政府角色的越位、缺位与错位。

最后需要强调的是,作为一本具有深度的研究著作,其中有关理论新见和学术新解尚待实践的检验。有些问题仍然需要进一步深入研究。但姚望同志结合自己的工作实践所选择的研究方向无疑是正确的。我期待着他在这一理论研究的“富矿区”不断挖掘,并有新的创新和突破。为我国的和平崛起大业贡献出自己应有的智慧和力量。

中国工程院院士 李京文

2008年5月

目 录

第 1 章 绪 论	1
1.1 本书的背景及意义	3
1.2 “走出去”战略相关理论回顾及评价	6
1.2.1 对外贸易理论	6
1.2.2 马克思主义国际投资理论	11
1.2.3 西方经济学关于对外直接投资的理论	13
1.3 关于“走出去”战略的研究综述	19
1.3.1 “走出去”的内涵及其动因分析	19
1.3.2 “走出去”的基本方式分析	23
1.3.3 各类其他因素对“走出去”的影响	25
1.3.4 有关“走出去”战略的框架研究	27
1.4 研究目标、研究内容及其研究方法	30
1.4.1 研究目标	30
1.4.2 研究内容	30
1.4.3 研究方法	30
1.5 基本术语的界定	31
1.5.1 中 国	31
1.5.2 “走出去”	31
1.5.3 区域经济一体化	33

1.6	本章小结	33
第2章	中国“走出去”的必然性及现状和原因	35
2.1	中国“走出去”是经济全球化的必然结果	37
2.1.1	经济全球化的发展简述	37
2.1.2	经济全球化的影响	38
2.1.3	经济全球化迫使中国必须“走出去”	44
2.2	中国“走出去”是我国经济可持续发展的必然要求	48
2.2.1	中国经济发展的巨大成就	48
2.2.2	中国经济未来可持续发展的挑战	50
2.2.3	中国经济的可持续发展迫使中国必须“走出去”	54
2.3	中国“走出去”的现状	59
2.4	中国“走出去”问题产生的原因——基于新制度经济学的分析	63
2.5	本章小结	66
第3章	“走出去”的历史沿革	67
3.1	西方资本主义“走出去”的历史沿革	69
3.2	中国“走出去”的历史沿革	74
3.3	中国与西方“走出去”的异同分析	80
3.3.1	中国与西方“走出去”的共同点	80
3.3.2	中国与西方“走出去”的本质区别	84
3.4	本章小结	89
第4章	中国“走出去”的战略环境分析	91
4.1	SWOT-PEST 理论回顾	93
4.1.1	SWOT 基本含义及其应用领域	93

4.1.2	PEST 的基本含义及其应用领域	93
4.2	SWOT-PEST 分析模式的提出	94
4.2.1	SWOT-PEST 的基本含义及其展望	94
4.2.2	SWOT-PEST 分析的一般步骤	94
4.3	中国“走出去”战略环境的 SWOT-PEST 分析	95
4.3.1	中国“走出去”内部资源及能力的优势分析(S)	96
4.3.2	中国“走出去”内部资源及能力的劣势分析(W)	99
4.3.3	中国“走出去”的外部机遇分析(O)	102
4.3.4	中国“走出去”的外部威胁分析(T)	106
4.4	中国“走出去”的 SWOT-PEST 矩阵分析	108
4.4.1	构造 SWOT-PEST 矩阵	108
4.4.2	形成决策方案	109
4.5	本章小结	110
第 5 章	中国“走出去”战略的总体对策	111
5.1	和平发展	113
5.1.1	和平发展的提出	113
5.1.2	和平发展将为中国“走出去”提供更好的国际环境	114
5.2	和谐共赢	115
5.2.1	“和合”文化与共生理论回顾	115
5.2.2	和谐共赢将为中国“走出去”提供更好的本地环境	118
5.3	和平和共赢作为中国“走出去”战略总体对策的重大意义	121
5.3.1	树立了新的大国形象——和平形象	122
5.3.2	树立了新的发展模式——共赢模式	122

5.3.3	探索了新的发展途径——合作途径	123
5.4	本章小结	124
第6章	中国“走出去”战略实施的基本模式	125
6.1	中国“走出去”的基本模式总概	127
6.2	中国“走出去”的贸易模式	128
6.3	中国“走出去”的契约模式	129
6.3.1	对外承包工程	130
6.3.2	特许经营	135
6.4	中国“走出去”的投资模式	141
6.4.1	绿地投资	142
6.4.2	海外并购	145
6.4.3	绿地投资与海外并购的优劣分析	146
6.4.4	三种“走出去”模式的比较与选择	148
6.5	几个企业“走出去”的案例	148
6.5.1	海尔集团与国际接轨的“本土化”战略	148
6.5.2	中建三局“走出去”战略的实践	151
6.5.3	TCL 并购阿尔卡特手机业务	153
6.6	本章小结	155
第7章	中国“走出去”战略步骤——区域经济一体化	157
7.1	区域经济一体化的理论与中国实践	159
7.1.1	区域经济一体化的内涵及主要形式	159
7.1.2	区域经济一体化产生的时代背景	161
7.1.3	中国区域经济一体化的实践	165
7.2	区域经济一体化的经济效应	169

7.2.1	区域经济一体化的静态效应——基于关税同盟理论模型的分析	169
7.2.2	区域经济一体化的动态效应	173
7.3	区域经济一体化对中国“走出去”的作用机理	174
7.3.1	区域经济一体化对中国“走出去”贸易模式的作用机理	175
7.3.2	区域经济一体化对中国“走出去”契约模式的作用机理	176
7.3.3	区域经济一体化对中国“走出去”投资模式的作用机理	176
7.4	区域经济一体化对中国“走出去”的实证分析——以中国-东盟自由贸易区为例	180
7.4.1	中国-东盟自由贸易区产生的历史原因	181
7.4.2	中国-东盟自由贸易区的发展历程	183
7.4.3	《中国-东盟全面经济合作框架协议》的主要内容	185
7.4.4	实证分析	186
7.5	本章小结	196
第8章	中国“走出去”的战略保障——制度创新	199
8.1	微观主体的制度创新	201
8.1.1	国有企业的制度创新	201
8.1.2	民营企业的制度创新	204
8.2	宏观主体的制度创新	208
8.2.1	完善企业“走出去”的国内政策调整	208

8.2.2 完善企业“走出去”的海外环境	211
8.3 本章小结	215
结论与展望	217
附 录	223
参考文献	231
后 记	239

第
1
章

绪 论

1.1 本书的背景及意义

鉴于改革开放初期的国力和企业发展水平,自1979年到1997年,中国政府对于开展海外投资的基本政策是:根据国民经济发展的需要和可能,量力而行,积极稳妥地扩大中国企业的对外投资和跨国经营。

1997年中国共产党第十五次全国代表大会召开,考虑到国际政治经济环境的变化和国内经济发展对战略性资源需求加大的实际情况,大会提出:积极参与区域经济一体化和全球多边贸易体系,鼓励能够发挥中国比较优势的对外投资,更好地利用国内、国外两个市场、两种资源。2000年10月中共中央召开了十五届五中全会,会上通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十个五年计划的建议》,该《建议》首次明确提出“走出去”战略,同时首次把它作为四大新战略^①之一。从此,“走出去”战略上升到“关系中国发展全局和前途的重大战略之举”的高度。2001年,实施“走出去”战略正式写入中国《国民经济和社会发展第十个五年计划纲要》。

“走出去”已经成为促进国际经济一体化、强化各国经济联系的重要渠道,成为影响各国国际收支状况的重要因素;从微观角度看,“走出去”战略是企业生产经营国际化的必然趋势,是企业进行国际竞争,求得长远发展的必要手段。尤其是中国现阶段,改革开放已经到了一个关键时期,为获得持续健康发展,中国企业必须紧紧抓住国际市场并开始从全球范围内配置资源、提高生产效率,以获取持续竞争优势。

从中国实行对外开放政策和大力实施“走出去”战略至今,无论是吸收外资还是对外投资都取得了巨大成就,尤其是吸收外商直接投资始终位列发展中国家前列,2002年和2003年更是两度成为全球吸收外商直

^① 四大新战略是:西部大开发战略、城镇化战略、人才战略和“走出去”战略。

接投资最多的国家。但是若将中国近年来吸收外资额与对外投资额进行对比,却不难发现二者的严重失衡(见表表 1.1)。1991 年到 2005 年的 15 年间,中国吸收直接投资额与对外直接投资额的差距基本上呈逐年拉大态势,从 1991 年相差 39.96 亿美元发展到 2005 年的 533.80 亿美元,后者是前者的 13.35 倍。

表 1.1 1991 年到 2005 年中国吸收外商直接投资额和对外直接投资额比较

单位:亿美元

年 份	外商直接投资额(A)	对外直接投资额(B)	差额(A-B)
1991	43.66	3.70	39.96
1992	110.08	1.95	108.13
1993	275.15	0.96	274.19
1994	337.67	0.71	336.96
1995	375.21	1.06	374.15
1996	417.26	2.94	414.32
1997	452.57	1.97	450.60
1998	454.63	2.59	452.04
1999	403.19	5.91	397.28
2000	407.15	5.51	401.64
2001	468.78	7.08	461.70
2002	527.43	9.83	517.60
2003	535.05	28.50	506.55
2004	606.30	36.20	570.10
2005	603	69.20	533.80

注:外商直接投资额以实际使用外资额计算,对外直接投资额以中方投资额计算。

数据来源:《中国统计年鉴》(历年),《2004 年度中国对外直接投资统计年报》,商务部网站资料,国家统计局网站资料。

另外根据联合国贸发会议(UNCTAD)设计的衡量一国吸引外资与对外投资相对规模大小的统计指标计算,自 20 世纪 90 年代以来,中国吸收直接投资存量占国内生产总值的比重逐年上升,2005 年已高达 36%;而对外直接投资占国内生产总值的比重却始终徘徊不前,2005 年仅为 2.33%,如表 1.2 所示。