

林季红 / 著

# 跨国公司战略联盟

胡培兆 吴世农 主编

厦门大学启程基金经济理论与  
管理新世纪研究丛书



经济科学出版社

厦门大学庄启程基金经济理论与管理新世纪研究丛书

---

胡培兆 吴世农 主编

# 跨国公司战略联盟

林季红 著

经济科学出版社

责任编辑：高续增

责任校对：王肖楠

版式设计：代小卫

技术编辑：邱 天

## 跨国公司战略联盟

林季红 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址：北京海淀区阜成路甲 28 号 邮编：100036

总编室电话：88191217 发行部电话：88191540

网址：[www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件：[esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京耀华印刷厂印刷

河北三河韩各庄装订厂装订

850 × 1168 32 开 8.625 印张 210000 字

2003 年 8 月第一版 2003 年 8 月第一次印刷

印数：0001—1600 册

ISBN 7 - 5058 - 3600 - 5/F · 2907 定价：16.00 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

# 序

---

摆在案头的一大叠书稿《跨国公司战略联盟》是世界经济专业博士、副教授林季红同志在其博士学位论文的基础上进一步完善而成的。得知该稿即将付梓，作为其博士生学习阶段的指导教师，颇感欣慰。

林季红同志在 20 世纪 90 年代中后期赴德国名校柏林工业大学 (TU Berlin) 访问研究，特别是在厦门大学经济学院被评聘为副教授之后，加之攻读博士学位的学习、学术生涯，学识大为增进，近几年在学术界崭露头角，于《世界经济》、《中国经济问题》等著名学术杂志上发表了不少具有一定影响的学术论文。近年来，林季红同志在从事世界经济等课程硕士生、本科生的教学工作的同时，潜心研究跨国公司的战略联盟问题，在发表相关论文的基础上形诸博士学位论文。应当无愧地说，《跨国公司战略联盟》一书是其对这一课题研究的总结，是瓜熟蒂落、水到渠成的结果。

跨国公司问题历来是许多学科追踪研究的课题，也是世界经济工作者们责无旁贷并正在积极探索研究的课题之一。国际上有关跨国公司的论著可谓汗牛充栋，然而，国内世界经济学科对其传统研究大多拘守于跨国公司在世界经济中的地位与作用、跨国公司对世界经济的影响、跨国公司对其母

国及东道国的经济效应、跨国公司的理论评介、发展中国家的跨国公司以及跨国公司的组织结构等方面的研讨课题。近些年来，也有一些学者及实际工作者开始涉猎跨国公司的战略联盟问题。但据笔者所知，研究成果较为零散，研究深度尚待拓展。为了弥补我国这一学术研究领域的缺憾，林季红同志做了很好的工作，案前这部书稿，即是其致力于这一课题研究的丰硕成果。

跨国公司的发展历史由来已久，一般研究认为自 19 世纪末叶即已出现，二战之后迅猛发展，可谓“早已有之，于今为烈”。在知识经济的背景条件下，经济全球化的主要载体即是跨国公司的活动。跨国公司愈演愈烈的发展态势既是经济全球化的推动结果，本身也是经济全球化的重要组成要素。目前全球的跨国公司约 7 万家，加之子公司据统计几近 80 万家，国际贸易的 60%~70%、技术转让的 80%、对外直接投资的 90%，均是由跨国公司来承担的。某些规模巨大的跨国公司，其产出不仅远超过一些发展中国家的 GDP 产出，甚至一些中等发达国家也望尘莫及。跨国公司研究的重要性，据此可见一斑。

我国对跨国公司的真正研究始自 20 世纪 80 年代，此前的研究则十分肤浅，其时对跨国公司基本上视之为帝国主义的超级垄断组织，对其在国际经济关系中积极的一面研究甚少、认识不深、肯定不多。伴随着我国改革开放的逐步发展，学术界对跨国公司的研究则甚为热烈，研究的层面不仅拓展，而且愈益深入，跨国公司战略联盟问题的研究必然提上了议事日程。

研究跨国公司战略联盟，甚有理论意义与实际价值。其一，它是经济学类、管理类的研究课题，对于充实学科内涵，更深刻地认识跨国公司颇为必要。其二，跨国公司战略联盟是其营运的战略、策略，此种经验借鉴有助于我国现代企业制度的建立，增强企业核心竞争力，促进企业的专业分工，培育产业集群，推动企业国际化经营等，有助于我国企业联系国情地效法其经营的经验。其三，便于我国政府及企业知己知彼，有的放矢地防范、制

约跨国公司破坏性的一面，有助于政府的监管以及国内企业竞争力的提高，维护经济安全，确保国计民生等。概言之，研究跨国公司的战略联盟是经济学科、管理学科建设的需要，是引进外商直接投资的需要，是加入 WTO 的需要，是国内企业拓展国际市场的需要，也是深入改革开放的需要。

林季红同志的《跨国公司战略联盟》一书，内涵丰富，资料翔实、新颖，逻辑关系清晰，见解独到，文字通畅，可读性强，也有不俗的理论深度。该书不仅可为高校师生的重要参考书，实际工作部门的同志也值得一读。

敝人因是从事教学、科研的学者，深知著书立说的艰辛，一本好书作者的付出与奉献之大，感同身受，故乐于为之作序。

**陈亚温**

# 目 录

|                                          |       |
|------------------------------------------|-------|
| 序 .....                                  | 陈亚温 1 |
| 第一章 战略联盟的一般分析 .....                      | 1     |
| 一、战略联盟的定义和类型：文献综述 .....                  | 1     |
| 二、战略联盟的主要特征：竞争与合作 .....                  | 9     |
| 第二章 战略联盟研究的理论基础 .....                    | 16    |
| 一、新制度经济学的解释 .....                        | 16    |
| 二、战略管理理论的解释 .....                        | 28    |
| （一）价值链理论 .....                           | 28    |
| （二）资源基础理论的解释 .....                       | 36    |
| 第三章 跨国公司战略联盟实证分析之一<br>——以 R&D 联盟为例 ..... | 49    |
| 一、战略联盟的发展概况 .....                        | 49    |
| 二、战略联盟的效应分析 .....                        | 59    |
| 1. 战略联盟的规模经济效应 .....                     | 59    |
| 2. 战略联盟的范围经济效应 .....                     | 71    |
| 3. 战略联盟的速度经济效应 .....                     | 75    |
| 4. 战略联盟的协同和共生效应 .....                    | 86    |
| 5. 战略联盟的学习和创新效应 .....                    | 96    |

## 第四章 跨国公司战略联盟实证分析之二

——以汽车制造业为例 ..... 113

- 一、日本汽车制造业跨国战略联盟的形成、发展及其影响 ..... 113
  - (一) 系列——日本企业战略联盟的灵魂 ..... 113
  - (二) 日本汽车制造业跨国公司在海外再造系列结构 ..... 121
- 二、汽车业跨国公司的战略调整：协作、竞争 ..... 128
  - (一) 国际汽车产业竞争格局及发展态势 ..... 128
  - (二) 影响汽车业发展和竞争格局的因素分析 ..... 135
  - (三) 国际汽车业的专业化分工协作模式 ..... 139

## 第五章 跨国公司经营战略

——内部化还是外部化 ..... 148

- 一、跨国公司战略新趋势 ..... 148
- 二、跨国公司理论的新发展 ..... 160
  - 1. 关于内部化理论 ..... 164
  - 2. 所有权优势与区位优势互动关系 ..... 171
- 三、对邓宁 OLI 模型的评论 ..... 179

## 第六章 战略联盟的管理与控制 ..... 196

- 一、战略联盟管理的风险和困难 ..... 196
- 二、战略联盟的组建、设计、管理与控制 ..... 199
  - (一) 选择联盟伙伴 ..... 199
    - 1. 选择合作伙伴的原则 ..... 200
    - 2. 选择联盟伙伴的技巧 ..... 203
    - 3. 联盟的谈判 ..... 204
  - (二) 选择和确定联盟的形式和运作范围 ..... 205
  - (三) 战略联盟的治理机制 ..... 208

## 第七章 战略联盟的启示 ..... 220

- 一、战略联盟是发展企业核心竞争力的有效组织形式 ..... 220

|                              |         |
|------------------------------|---------|
| 二、大力发展产业集群，促进大中小企业的专业化       |         |
| 分工合作，增强产业的国际竞争力 .....        | 225     |
| 三、超越企业战略调整的路径依赖的关键在于组织       |         |
| 结构创新 .....                   | 236     |
| 四、促进关联，加强与跨国公司子公司的战略联盟 ..... | 242     |
| 五、对我国企业国际化经营的启示 .....        | 257     |
| 跋 .....                      | 胡培兆 261 |
| 后记 .....                     | 263     |

# 第一章

## 战略联盟的一般分析

### 一、战略联盟的定义和类型：文献综述

20 世纪 90 年代以来国际企业的制度调整和创新主要表现在战略联盟的迅速发展。本章首先对国内外学者关于战略联盟的各种不同观点作一个综述。

威廉姆森 (O. E. Williamson) 是一位在企业理论方面的著名学者,其思想前后的变化可以作为人们对“联盟”看法的改变的一个例证。威廉姆森在 1975 年的一本书中,对市场和权利等级作出了泾渭分明的刻画。后来他解释说:“我早期认为中间交易非常不稳定,要组织起这种交易简直是势比登天。”但是到了 1985 年,他已经开始持另外一种看法:“我现在认为中间过程的交易更为平常,更易施行。”<sup>①</sup>

迈克尔·波特 (M. E. Porter) 在《竞争优势》一书中提出:“联盟是超越了正常的市场交易但并非直接合并的长期协议。联盟的例子包括技术许可生产、供应协定、营销协定和合资企业。联盟无需扩大企业规模而可以扩展企业市场边界。一般做法是通过与一家独立的企业签订协议来进行价值活动(如供应协定)或与一家独立的企业合作共同开展一些活动。”<sup>②</sup> 波特认为,战略联

---

① 卡瑟尔斯 (B. C. Casseres):《竞争的革命》,第 276 页,中山大学出版社。

② 迈克尔·波特:《竞争优势》,第 56 页,华夏出版社,1997 年版。

盟是介于市场与企业之间的交易方式，它是指企业之间进行长期合作，既超出了正常的市场交易但又没有达到合并的程度。

卡瑟尔斯在《竞争的革命》一书中也认为，联盟兼具公司和市场的双重特性。和市场情况一样，联盟各成员代表不同的利益团体，保持作为公司的独立性；和公司内部一样，联盟中各成员同意协调运作，共同进行决策行为。为维持联盟关系，各成员会相互容让，放弃短期性的机会主义行为。但是卡瑟尔斯认为，虽然所有的联盟都共同具有这些特性，其组织结构的具体形态却是千差万别的。这些不同形态的组织结构影响了决策方式和资源控制模式。他认为，联盟的具体形态包括：合资企业、特许权关系、联合研究开发计划、联合市场营销策划和部分债券投资等等。中间产品的卖方和买方也可以算是一种联盟，只要双方签订的合同在实质上属于不完全合同。<sup>①</sup>

Teece (1992) 认为，战略联盟是两个或两个以上的伙伴企业为实现资源共享、优势互补等战略目标，而进行以承诺和信任为特征的合作活动。库尔盼 (1993) 认为，战略联盟是跨国公司之间为追求共同的战略目标而签订的多种合作安排协议，包括许可证、合资、R&D 联盟、合作营销和双方贸易协议等。<sup>②</sup> 而康特拉克特和西尔拉 (Contractor, 1988; Sierra, 1995) 则认为，战略联盟是由很强大而且原本是竞争对手的公司组成的企业或伙伴关系，是竞争性联盟。<sup>③</sup>

巴达拉科 (Badaracco, 1991) 认为，战略联盟有两种不同的联系方式：一是围绕零部件供应、从成本最小化角度发展起来的产品纽带。另一种联盟关系则是以知识纽带为基础的，知识的学习和创造是知识纽带的主要特征。在这一类联盟中，知识的创造、

---

① 卡瑟尔斯 (B. G. Casseres):《竞争的革命》，第 46 页，中山大学出版社，2000 年版。

② 史占中：《企业战略联盟》第 49 页，上海财经大学出版社，2001 年版。

③ 曾忠禄：《公司战略联盟组织与运作》，第 1 页，中国发展出版社，1999 年版。

传播与利用是联盟的主要内容。因此,从组织间联系的内容这一角度出发,战略技术联盟可以被看成一种以知识活动为基础的合作关系,其中包含着组织之间的知识传递、分享、整合等知识互动过程。研究者逐渐认识到战略技术联盟是组织之间的动态的知识联系。将战略技术联盟从一般的企业之间的产品联结关系中区分出来,是研究者对战略技术联盟迅猛发展的一种积极响应。<sup>①</sup>

目前对联盟的定义仍有争议。广义的联盟包括了所有形式的企业间双边或多边的联系,而狭义的联盟仅仅包括那些具有战略意义的长期合作关系的形式。而且对于战略联盟的具体形式的划分也是仁者见仁,智者见智。

邓宁(Dunning, 1995)认为,战略联盟可以采取股权共享的方式,如企业合并、合资新建,同时也包括 R&D 伙伴、合作生产、共同营销和分配等非股权形式。<sup>②</sup> 伯纳德·L·赛蒙林(Bernard L. Simonin)根据双方合作的紧密程度和合作范围,指出了五种主要的战略联盟形式:非正式合作、契约性协议、合资、股权参与、国际联合(Consortium)。<sup>③</sup>

滕维藻、冼国明认为,跨国公司战略联盟的方式多种多样,包括建立合资企业、许可证经营、分包、特许权转让、市场营销、合作生产、研究与开发、勘探协议等,其中研究和开发、合作生产和销售是常见的形式。<sup>④</sup> 李国津认为,战略联盟就是两个或多个经济实体为了达到共同的战略目标而采取的任何股权或非股权形式的相互合作、共担风险、共享利益的联合行动。<sup>⑤</sup> 谢康认为,跨国战略联盟是两个或两个以上国家的两个或两个以上企

---

① 薛澜、沈群红:《战略技术联盟研究的基本问题及其新进展》,《经济学动态》2001年第6期。

② 史占中:《企业战略联盟》,第49页,上海财经大学出版社,2001年版。

③ 史占中:《企业战略联盟》,第55页,上海财经大学出版社,2001年版。

④ 滕维藻、冼国明:《90年代跨国公司的经营战略及影响》,《南开学报》1999年第5期。

⑤ 李国津:《战略联盟》,第5页,天津人民出版社,1997年版。

业为实现某个战略目标，集合各自的资源和能力而建立的一种协作关系。以战略目标为区分，企业间有三种类型的战略联盟：第一，战略研究与开发（R&D）联盟；第二，战略生产联盟；第三，战略营销联盟。<sup>①</sup>

Gulati (1995), Osborn & Baughn (1990) 等认为，联盟的结构选择是基于股权联盟和非股权联盟。股权联盟包括股权合资企业和少数股权联盟，而非股权联盟泛指所有其他的不涉及股权交易的合作性安排。Das, T. K., Bing-Sheng Teng (2000) 则把联盟分为四种主要类型：<sup>②</sup>

(1) 股权合资企业。股权合资企业是指将合作伙伴纠集在一个独立的实体中进行合作和学习。战略联盟中企业往往为了特别的利益而采取机会主义行为，特别是在涉及不受产权保护的隐性知识和技能方面，机会主义将更加严重。在联盟双方共同工作了一段较长时间之后，技术和创造性才能、技能就会在合作和协调过程中被其伙伴所获取。因此，企业往往利用联盟来获取以知识为基础的资源。股权合资企业可以极大地促进企业间的技术转移，导致合作伙伴技术的相似性。合资企业是获取根植于组织之中的资源的最有效的方式。因为股权合资企业可以使一个企业更好地利用其伙伴的以知识为基础的资源。如果伙伴企业的主要资源是以知识为基础的，那么企业将会首选合资企业的联盟形式。当然，鉴于合资企业的高度一体化运作，联盟双方都可能丧失部分以知识为基础的资源，因此只有当知识资源不是自己的主要资源时，企业才更可能采用股权合资的形式。也就是说，如果企业自己的资源是所有权为基础的资源而伙伴企业的主要资源是以知识为基础的，那么该企业更可能采用股权合资企业的联盟。联盟的时间

---

<sup>①</sup> 谢康：《超越国界：全球化中的跨国公司》，第 161 页，高等教育出版社，1999 年版。

<sup>②</sup> Das, T. K., Bing-Sheng Teng: A Resource-Based Theory of Strategic Alliances, *Journal of Management*, 2000, Vol. 26 Issue p. 31.

较长将有助于合作伙伴采取诚实的行为并抑制机会主义的行为。

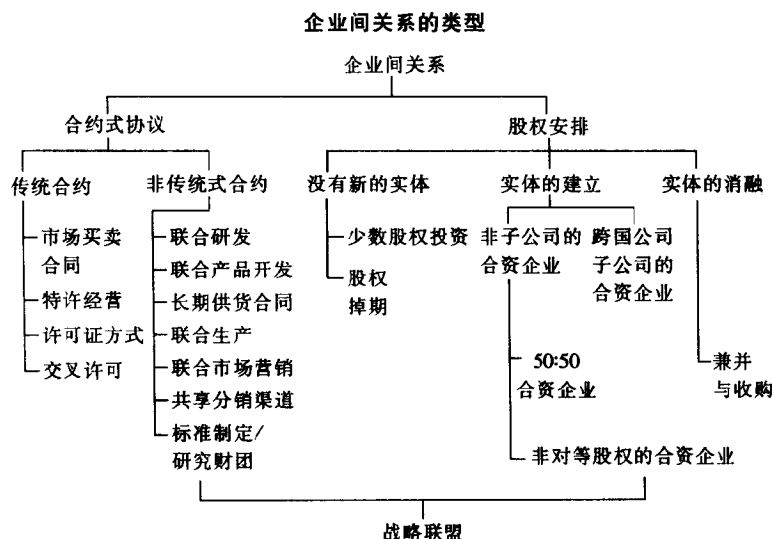
(2) 少数股权联盟。如果一个企业对联盟的贡献主要是知识资源而其伙伴的主要贡献是所有权为基础的资源，那么该企业则倾向于采用少数股权的联盟形式。合约型的联盟在这种情况下不太适合，因为它不能提供对机会主义的扼制和足够的对知识资源的保护。在这种情况下，股权合资企业也不受欢迎，因为伙伴企业没有大量的知识资源可供分享和利用；建立合资企业会使自己的知识资源更大程度地为伙伴所利用。在资源基础论看来，企业既想获得其他伙伴的有价值的资源又会在联盟过程极力保护自己的有价值的资源。

(3) 双边合约型联盟。如果联盟双方都具有大量的知识资源，由于合资企业促进了知识资源的转移过程，因此合资企业的联盟形式有很大风险（比如使企业丧失关键性知识资源）。因此合资企业使学习伙伴技术诀窍的成本或代价很高。而且，知识型联盟中伙伴之间展开的是一场学习的竞赛，学习一旦完成，联盟也可能被有意地中止。因此，合约型联盟由于更容易解除伙伴之间的关系而更受欢迎。在两种合约型联盟中，双边合约型联盟是更好的选择，因为在联合生产、联合 R&D 或联合市场营销中，双边合约型联盟与许可证和分包方式相比，可以提供更多的学习机会。

(4) 单边合约型联盟。单边合约型联盟包括许可证方式、分包和分销协议等等。其显著特点是伙伴之间较松散的关系。在许可证协议中，隐性知识的转让是很困难的，因为这些知识是根植于组织当中的。如果合作伙伴双方贡献的主要是所有权为基础的资源，那么单边合约型联盟将成为较好的选择。以所有权为基础的资源是指资金、厂房、销售渠道、专利、版权等。由于双方企业都贡献所有权为基础的资源，因此联盟主要是所有权的交换（比如用资金购买专利），由于双方对偷偷地获取双方的隐性知识不感兴趣，因此没有必要组建双边合约型联盟。比如，对销

售渠道的支持有必要，那么分销协议就足够了。

Yoshino & Rangan (1995) 在《战略联盟》一书中指出，战略联盟具有如下三个特点：（1）两个或两个以上企业结成联盟来追求一系列共同的目标，但每个联盟伙伴仍保持其各自的独立性；（2）联盟企业共享联盟带来的利益并控制所分配的任务的执行；（3）联盟企业在一个或多个关键战略领域（如技术、产品）不断地做出贡献。Yoshino & Rangan 认为，企业间关系的类型有多种形式，除了并购和传统合约之外，其他的都可归入战略联盟。具体来说，联盟主要分为三种，即非传统性合约（非股权为基础的合约）、少数股权联盟和合资企业。<sup>①</sup> 如下图所示：



<sup>①</sup> M. Y. Yoshino & U. S. Rangan: "Strategic Alliances—An Entrepreneurial Approach to Globalization", Harvard Business School Press, 1995. p. 8.

笔者认为,战略联盟可以从广义的角度来理解,但是邓宁等将企业兼并也归入战略联盟则是混淆了兼并与联盟的关系。战略联盟可以理解为企业间出于战略目的并在保持各自独立性基础上所进行的商业合作。当然,如果企业之间出于友好,在一些无足轻重的事情上的协作则不能称作战略联盟。笔者倾向将战略联盟理解为介于纯粹的市场交易关系与完全的内部一体化之间的一种中间组织形式。也就是说,企业间建立的既不是一体化关系,也不是纯粹市场交易关系的关系属于战略联盟。战略联盟是一种竞争性的合作组织。战略联盟既超越了纯粹的市场交易关系,但联盟企业间的相互合作并没有达到合并的程度,联盟企业之间的交易关系是建立在长期合作和相互信任的基础上。企业战略联盟作为市场化的组织(即准组织 Quasi-Hierarchies)和组织化的市场(即准市场 Quasi-Market),既可以规避高额的市场交易费用,又可避免完全内部化所导致的较高的组织成本。因此,战略联盟是为有效利用组织和市场双重优势的一种组织创新,它不仅可以保持联盟成员的相对独立性,又可提高资源的利用效率,同时还增强了企业的战略灵活性。

笔者同意迈克尔·波特(1980)、哈默(G. Hamel)和普拉哈拉德(C. K. Prahalad, 1988)的观点,即战略联盟可分为两种形式:纵向联盟与横向联盟。纵向联盟是指以某个大型跨国公司为核心,联合相关的供应商、分包商、批发商、服务商而形成的国际生产经销网络。这种联盟主要发生在制造业的上下游企业之间,其目的主要是降低成本。例如日本汽车厂商与零部件供应商的联盟。横向联盟是指从事类似活动的厂商结成的联盟,比如汽车厂商之间,计算机厂商之间的联盟。这主要包括两种情况:一是同行业的领头企业在研发方面进行合作和风险共担,其目的是加速技术创新和分散风险;二是在产业界限模糊和渐趋融合的背景下,不同产业的领先企业联合共同制定技术和产品标准,以主导技术的演进。最明显的例子是 Wintelism(微软——英特尔

联盟)。

笔者还认为,虚拟企业也可归入战略联盟的范畴。有关虚拟企业的第一本专著是 William H. Davidow & Michael S. Malone 在 1992 年出版的《虚拟企业》(Virtual Organization), 这两位作者给虚拟企业下的定义是:“虚拟企业是由一些独立的厂商、顾客、甚至同行的竞争对手,通过信息技术联成的临时网络组织,以达到共享技术、分摊费用以及满足市场需求的目的。它既没有中央办公室,也没有正式的组织图,更不像传统企业那样具有多层次的组织结构。”1994 年, Malone 又指出:虚拟公司像一个公司一样,临时把各方面联合在一个“变形的企业内”,在共同信任的基础上建立一个长久的联盟,其成员包括制造商、供应商、分销商和顾客。<sup>①</sup> 伯恩 (Byrne, 1993) 将虚拟企业描述成企业伙伴间的联盟关系,是由各独立公司所构成的暂时性网络,通过信息技术连接起来,共享技术、成本以及对方的市场。<sup>②</sup> 那么据此定义,虚拟企业的性质与战略联盟类似。

霍奇等 (1996) 认为,虚拟企业是由一核心组织为中心,执行关键的功能,其余功能则由暂时或签约的员工,以及由核心组织与其他组织所组成的联盟来完成。阿波格特 (Applegate, 1996) 也认为,虚拟企业是指企业保留了协调、控制以及资源管理的活动,而将所有或大部分的其他活动外包。<sup>③</sup> 这两位学者对虚拟企业的界定进一步说明了,虚拟企业可以归入战略联盟。因为虚拟企业将外包 (outsourcing) 发挥到了极致,而战略联盟的重要特征就是资源外取战略。翁君奕 (1999) 认为,分包和战略联盟都属于虚拟一体化的范畴。虚拟一体化是在信息技术基础上形成的,由多个独立的市场企业通过控股以外的手段构成的相对稳定的产品和服务分工协作体系。虚拟一体化的主要形式是分包

---

① 毕波:《试论虚拟企业》,中国工业经济,2001 年第 5 期。

② 解树江:《虚拟企业》,第 34 页,经济管理出版社,2001 年版。

③ 解树江:《虚拟企业》,第 34 页,经济管理出版社,2001 年版。