

经济管理精品教材
国际贸易系列

21
世纪

跨国公司 与对外直接投资

任永菊◎主编

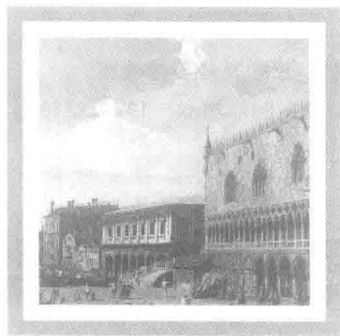


清华大学出版社



21
世纪

经济管理精品教材
国际贸易系列



跨国公司 与对外直接投资

任永菊◎主编

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书在介绍跨国公司与对外直接投资相关概念、特征以及基本知识的基础上,结合该领域最新发展,利用案例引导出相关内容,围绕跨国公司的组织结构、内部国际贸易和转移价格、技术转让、跨国并购、跨文化管理、对外直接投资理论、对外直接投资与经济发展、发展中国家跨国公司及其对外直接投资、金砖国家跨国公司对外直接投资、中国跨国公司及其对外直接投资等部分展开阐述;并利用相关知识剖析经典案例,进而给出思考题和练习题以供读者学习掌握使用。

本书可以供本科生高年级、研究生低年级学习使用,还可以供相关人员研究使用。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司与对外直接投资/任永菊主编. —北京:清华大学出版社,2019

(21世纪经济管理精品教材·国际贸易系列)

ISBN 978-7-302-51874-7

I. ①跨… II. ①任… III. ①跨国公司—对外投资—直接投资—高等学校—教材 IV. ①F276.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第285094号

责任编辑:张 伟

封面设计:李召霞

责任校对:宋玉莲

责任印制:沈 露

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦A座 邮 编:100084

社总机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课件下载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62770175-4506

印 装 者:北京密云胶印厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:18.5

字 数:425千字

版 次:2019年2月第1版

印 次:2019年2月第1次印刷

定 价:49.00元

产品编号:075276-01

前言

世界正在开启第四次工业革命,伴随着前沿技术和机器人化发展,产品比之前更好、更便宜,也更便捷。这次新的工业革命为经济增长和持续性发展注入了更多动力,也为跨国公司及其对外直接投资提供了越来越多的机遇。目前,对外直接投资和国际贸易的总量增长已经成为经济全球化的两大重要标志和表现。

与此同时,中国正在实施“双向投资”战略,越来越多的中国企业走出国门,进行对外直接投资成为跨国公司。因此,跨国公司及其对外直接投资正在成为各界关注的经济焦点。与跨国公司经营管理相关的课程也正在成为越来越多高校经济学类专业本科生限选课甚至必修课,以及非经济学类专业本科生任选课。

本教材汲取了各家所长、多年授课经验,在之前相关教材基础上,结合当前国内外经济形势、跨国公司及其对外直接投资的最新进展编写而成。

本教材有以下特色。

(1) 难度适中。既注重基本概念、基本知识、基本理论,也注重理论联系实际。不仅较系统地阐述跨国公司与对外直接投资相关理论内容,而且还在章前安排了引导案例,章后安排了案例分析,以及思考题和练习题。

(2) 结构合理。既注重经典内容,也注重新兴内容。不仅选择了与跨国公司相关的经典内容,如跨国公司的内部国际贸易与价格转让、对外直接投资的经典理论,而且选择了新出现的内容,如金砖国家跨国公司及其对外直接投资、跨文化冲突等。

(3) 数据翔实。既注重传统数据,也注重零散数据。不仅选择了UNCTAD(联合国贸易和发展会议)《世界投资报告》和《财富》全球500强最新数据,而且选择了相关跨国公司官网最新数据。

(4) 适用广泛。既注重学习使用,也注重研究使用。不仅适合本科生高年级、研究生低年级学习使用,而且还适合相关人员研究使用。

当然,由于主客观条件,本教材难免出现纰漏,恳请广大读者给予批评指正,并提出宝贵意见。

编者

2018年10月

目录

第 1 章 跨国公司概述	1
1.1 跨国公司的含义	2
1.2 跨国公司的类型	3
1.3 跨国公司的特征	4
1.4 跨国公司的形成与发展	7
1.5 案例分析：法国耐克森公司成长路径	15
本章小结	19
思考题	19
练习题	19
第 2 章 跨国公司对外直接投资简介	21
2.1 对外直接投资概述	23
2.2 对外直接投资的动机	25
2.3 对外直接投资的特征	28
2.4 对外直接投资的影响因素	31
2.5 案例分析：德国汉高的国际化之路	37
本章小结	41
思考题	41
练习题	41
第 3 章 跨国公司的组织结构	43
3.1 跨国公司的法律组织形态	44
3.2 跨国公司管理组织结构类型	47
3.3 跨国公司管理组织结构新发展	54
3.4 案例分析：壳牌的组织变革	59
本章小结	61
思考题	62
练习题	62
第 4 章 跨国公司的内部国际贸易和转移价格	64
4.1 跨国公司的内部国际贸易	65

4.2 跨国公司的转移价格·····	70
4.3 案例分析：斯沃琪集团避税案·····	76
本章小结·····	79
思考题·····	79
练习题·····	80
第5章 跨国公司的技术转让 ·····	81
5.1 技术转让概述·····	82
5.2 技术转让的方式·····	88
5.3 技术转让的定价与支付·····	92
5.4 技术转让的策略·····	95
5.5 技术转让的理论·····	98
5.6 案例分析：空中客车对华技术转让·····	101
本章小结·····	104
思考题·····	105
练习题·····	105
第6章 跨国公司的跨国并购 ·····	107
6.1 跨国并购概述·····	108
6.2 跨国并购的理论·····	112
6.3 跨国并购的影响·····	119
6.4 跨国并购的具体流程·····	121
6.5 案例分析：英博天价收购雪津·····	125
本章小结·····	127
思考题·····	127
练习题·····	128
第7章 跨国公司的跨文化管理 ·····	129
7.1 文化与跨文化·····	130
7.2 跨文化冲突·····	135
7.3 跨文化整合·····	142
7.4 案例分析：沃尔玛进军日本·····	148
本章小结·····	150
思考题·····	151
练习题·····	151
第8章 跨国公司的对外直接投资理论 ·····	153
8.1 垄断优势理论·····	155

8.2 产品生命周期理论	158
8.3 内部化理论	160
8.4 国际生产折中理论	163
8.5 小岛清的比较优势理论	167
8.6 对外直接投资理论的新发展	169
8.7 案例分析:宝洁公司的跨国之道	173
本章小结	174
思考题	176
练习题	176
第9章 跨国公司对外直接投资与经济发展	178
9.1 对外直接投资对世界经济的影响	179
9.2 对外直接投资对东道国经济的影响	181
9.3 对外直接投资对母国经济的影响	186
9.4 案例分析:中联重科国际化的影响	194
本章小结	197
思考题	198
练习题	198
第10章 发展中国家的跨国公司及其对外直接投资	200
10.1 发展中国家跨国公司发展历程	203
10.2 发展中国家跨国公司对外直接投资的特点	209
10.3 发展中国家跨国公司对外直接投资理论	213
10.4 发展中国家跨国公司对外直接投资的发展趋势	215
10.5 案例分析:印度塔塔集团的海外扩张之路	222
本章小结	225
思考题	225
练习题	226
第11章 金砖国家的跨国公司对外直接投资	228
11.1 金砖国家跨国公司对外直接投资概况	230
11.2 金砖国家跨国公司对外直接投资总体特点	234
11.3 金砖各国跨国公司对外直接投资特点	238
11.4 金砖国家跨国公司对外直接投资的发展趋势	253
11.5 案例分析:阿里巴巴改变俄罗斯人的生活	257
本章小结	261
思考题	261
练习题	261

第 12 章 中国跨国公司及其对外直接投资	263
12.1 中国跨国公司的发展阶段	264
12.2 中国跨国公司类型及其对外直接投资动机	268
12.3 中国跨国公司对外直接投资未来趋势及有待完善之处	272
12.4 案例分析：中粮集团并购荷兰尼德拉	274
本章小结	277
思考题	278
练习题	278
参考文献	280

第 1 章

跨国公司概述

【学习要点】

1. 一些从事跨国生产经营活动的企业实体,被联合国称为跨国公司。跨国公司可以划分为不同的类型。
2. 当今跨国公司的发展如火如荼,许多特征也表现得越来越明显。
3. 一个企业要具备怎样的条件才能成为跨国公司,需要用一些指标进行衡量。
4. 跨国公司经过一个多世纪的发展,如今正呈现出新的发展趋势。

【学习目标】

1. 掌握跨国公司的含义、类型及其衡量指标。
2. 熟悉跨国公司的特征。
3. 了解跨国公司的形成与发展。

引导案例

美国胜家缝纫机公司——全球第一家跨国公司发展历程

美国胜家缝纫机公司(Singer Sewing Co.,简称“胜家公司”)创立于1851年。当时,一位名叫列察克·梅里瑟·胜家的美国人发明了一种代替手工缝纫的机器,即缝纫机,这个发明被英国当代世界科技史学家李约瑟博士称为“改变人类生活的四大发明”之一。

1853年,首批缝纫机于纽约市工厂开始生产。两年之后,在法国巴黎世界展销会上取得第一个奖项;同年,胜家公司推出增加销量的“分期付款”计划,成为世界上推行此种销售方式的创始者,对其后之消费市场产生深远的影响。截止到1863年,胜家公司已经持有22个专利权。每年的缝纫机销售量达2万台。

1867年,胜家公司在英国设立分厂,之后陆续在欧洲大陆建立了诸多分、子公司,是美国第一家在全球同时生产和大量销售同一种产品的跨国公司,也是美国以及全球第一家现代意义上的跨国公司。到19世纪70年代,胜家公司已经基本垄断当时的欧洲缝纫机市场,成为横向直接投资的一个典型代表。到1880年,胜家公司全球销量已经达到25万台。家喻户晓的红色S标志也是此时确立的。

1889年,胜家公司制成世界第一台电动缝纫机;19世纪90年代末期,胜家公司的缝

纫机销量达 135 万台,与此同时,一个专门从事分销及业务推广的网络也基本形成。

20 世纪,特别是第二次世界大战以后,胜家公司进入一个快速发展时期,先后推出多款特种缝纫机,满足和推动了服饰设计与缝纫的发展需要。

1908 年,胜家公司纽约总部成立。20 世纪 60 年代开始,胜家拥有遍布全球的 3 万多家专卖店和经销点,成功地转向多元化经营。

1994 年 11 月 10 日,胜家公司投资 2 000 万美元,在中国上海闵行经济技术开发区成立上海胜家缝纫机有限公司,占地 6 万平方米。

2001 年,胜家公司迎来了成立 150 周年纪念,同时推出世界上最先进的家用缝纫刺绣系统:QUANTUM XL-5000。该系统兼具当前以及新一代专业缝纫机械的特色,是市场上最具有竞争力、最方便用户使用的系统。

2004 年,胜家公司在上海建立研发中心,且不断扩大生产规模。目前,胜家公司不仅可以提供各种型号的缝纫机,继续保持强大的国际竞争势头;而且还在巴西、中国设立制造厂,在 190 多个国家建立了销售网络。

2006 年第一季度,Affiliates of Kohlberg & Company, LLC(“Kohlberg”),美国一家顶级私营投资公司以及胜家公司的控股公司,完成对 VSM Group Holding AB(“VSM”)的收购。VSM 是领先的高端缝纫机和配件提供商,拥有 Husqvarna Viking 和 Pfaff(百福)两个品牌。合并之后的公司取名为 SVP Holdings,代表了其对 Singer(胜家)、Viking 以及 Pfaff 三个缝纫机品牌的所有权。这是缝纫机行业两大顶尖公司的结合,双方都提供了出色的高级管理团队。其目标是为销售商和顾客提供优质的缝纫机产品、文化与服务,竭力满足全世界顾客的需要。

这些年来,胜家公司一直坚持:教全球人民学缝纫,用先进的缝纫机技术吸引顾客。

资料来源:张纪康.跨国公司直接投资[M].上海:复旦大学出版社,2004:88;Meilan10.美国胜家和胜家缝纫机有什么区别[EB/OL].https://zhidao.baidu.com/question/422510783.html?qbl=related_question_1;上海胜家缝纫机有限公司.公司简介[EB/OL].中国纺织网.<http://www.texnet.com.cn>.

1.1 跨国公司的含义

第二次世界大战之后,世界范围内涌现出了一批从事跨国生产经营活动的企业实体(business entity),人们把它称为国际公司(international corporation)、国际企业(international business)、多国企业(multinational enterprise)、全球企业(global enterprise)和宇宙公司(cosmo-corporation)。直到 1974 年,联合国经济与社会理事会才开会作出决定,采用“跨国公司”这一名称,自此,“跨国公司”成为联合国关于从事国际生产经营活动的统一名称。

那么何谓跨国公司呢?1984 年,联合国在《跨国公司行为守则(草案)》中对跨国公司作出了界定:包括两国或更多国家以上实体的国有、私有或混合所有制企业,不论这些实体的法律形式和活动领域如何,它们都在一个多决策中心体系下运营。在此决策体系下,各实体通过所有权或其他方式彼此紧密联系在一起,其中一个或多个实体得以对其他实体的活动产生重要影响,特别是与其他实体分享知识、资源和责任等。

根据上述定义,一个企业是否是跨国公司需要具备如下条件:①必须包括在两个或多个国家经营的企业实体,不论这些实体的法律形式和活动领域如何;②在一个决策体系下运行,具有协调政策和共同战略;③各实体通过所有权或其他方式结合在一起,并分享知识、资源和责任。

可见,该定义强调的是企业内部管理、战略实施的统一,但同时也突出了与外部建立联系时的控制问题。应该说,联合国的上述综合性定义比较合理地把有关的要素都包括进去了,既点明了跨国性及在跨国经营下的独有经营和管理特征,又强调了控制力。其涉足的行业十分广泛,这是该定义目前仍被人们普遍接受的原因所在。

除去联合国的定义之外,国内外许多学者和机构还从不同角度对跨国公司进行了界定,这里不一一列出。

1.2 跨国公司的类型

跨国公司主要可以按跨国经营项目和跨国经营结构分类。

1.2.1 按跨国经营项目分类

按跨国经营项目,跨国公司可以划分为经营资源型跨国公司、加工制造型跨国公司和提供服务型跨国公司。

1. 经营资源型跨国公司

经营资源型跨国公司的生产经营活动,主要涉及种植业和矿产、石油采掘业等自然资源型的行业。寻求自然资源,是进行对外直接投资和跨国公司参与其他形式上游(勘探和采掘)活动的主要动机。跨国公司寻求资源有的是为了满足其下游冶炼或制造活动的自身需要,有的是为了直接在东道国、母国或国际市场上销售矿产品,还有的是为了保障母国对能源或其他矿物质的战略需要(该国政府拟定的战略需要)。

跨国公司涉足采掘业的历史盛衰交错。20世纪初,采掘业在各国对外直接投资中所占份额最大,这反映出殖民强国的公司在进行国际扩张。第二次世界大战后,随着越来越多的殖民地获得独立和石油输出组织的创建,这种类型跨国公司的支配地位衰落了,采掘业在全球对外直接投资中的份额也随之下降。从20世纪70年代中期开始,石油、天然气和金属采矿业在全球对外直接投资中的份额不断下跌,而其他行业的增长速度很快。然而,近年来由于矿产品价格上升,采矿业在全球对外直接投资中的份额有所增长,但远远低于服务业和制造业。

世界上一些较大的跨国公司在采掘业都表现得很活跃,过去10多年中在资源采掘方面新出现了一些跨国公司,包括发展中国家和经济转型期国家的跨国公司。跨国公司在采掘业进行投资的驱动力因经营活动和公司不同而有所不同。例如,亚洲国家一些跨国公司向海外扩张的一个主要驱动力就是满足战略需要。

2. 加工制造型跨国公司

这类跨国公司的生产经营活动,主要涉及机械、运输设备和电器产品等加工制造行业。20世纪50年代后,跨国公司多转向了制造业和服务业。

3. 服务提供型跨国公司

这类跨国公司的生产经营活动,主要涉及技术、信息、贸易、广告、咨询、金融和运输等行业。目前,这一类型的跨国公司在日益增多。

1.2.2 按跨国经营结构分类

按跨国经营结构,跨国公司可以划分为水平型跨国公司、垂直型跨国公司和混合型跨国公司。

1. 水平型跨国公司^①

这类跨国公司的母公司和子公司所从事的生产经营活动属于同一行业领域,内部很少有专业分工,在公司内部转移技术、销售技能和商标专利等。服务提供型的跨国公司往往属于这种类型。世界上著名的水平型跨国公司有可口可乐、百事可乐、肯德基、麦当劳、雀巢等。

2. 垂直型跨国公司

这类跨国公司的母公司和子公司各自生产经营不同的产品和业务,但其产品和业务具有关联性。母公司和子公司之间实行纵向一体化专业分工。纵向一体化有两种含义:一是指组织结构的现存状态,即指单个经营单位向某种产品的生产和经销各阶段的延伸程度;二是指行为或行动,即指企业通过纵向兼并或新建设施进入另一生产或经销阶段的行动,如石油的勘探、开采、提炼和加工,又如电子产品零部件的装配、测试、包装和运输等。

3. 混合型跨国公司

这类跨国公司的母公司和子公司所生产或经营的产品和业务无关联性。混合型跨国公司是企业在世界范围内实行多样化经营的结果。这类跨国公司的特点是可以分散经营风险,增强公司规模扩大的潜力。日本三菱重工便属于这一类型的跨国公司。该公司2009年的销售情况是:海洋部门占8%,核能部门占23%,机械和钢结构部门占20%,宇宙部门占17%,车辆、机床等产业部门占29%,其他产业占3%。

1.3 跨国公司的特征

跨国公司作为从事国际化生产的企业组织,要对产品的生产、营销、资金筹措及资金投放等各种经济活动进行国际化的安排。西方企业跨国化的过程也就是垄断资本统治国

^① 张素芳. 跨国公司与跨国经营[M]. 北京: 经济管理出版社, 2009: 6-7.

际化的过程,它标志着剩余价值的生产和实现已经国际化了,反映了现代资本主义积累规律在国际范围内的作用大大加强。发展中国家和地区的跨国公司体现的是民族资本主义的生产关系,它是民族资本发展外向型经济的必然结果,标志着民族资本已经壮大,进入比较成熟的阶段。我国的跨国公司还处在初步发展时期,它是我国大企业沿着国际化、集团化道路发展的结果,它的内部关系在不同程度上体现着公有制的性质,但在国际环境中它必须按照资本主义的市场规则经营,因此它的企业行为体现了国家资本主义的性质。尽管有上述各种不同生产关系的体系,但作为一种现代化的国际企业组织形式,在经营活动方面,跨国公司大体上具有共同的特征。

1.3.1 全球化的战略目标

所谓全球化(globalization)战略,就是在世界范围内有效配置公司的一揽子资源,将公司的要素优势与国外的政治、关税、非关税壁垒和生产要素优势等投资环境的差异条件联系起来考虑,优势互补,使有限的要素资源发挥最大的效用,使公司的整体利益达到最大化。跨国公司的战略以整个世界市场为目标,总公司对整个公司的投资计划、生产安排、价格体系、市场分布、利润分配、研制方向以及重大的决策实行高度集中、统一的管理。跨国公司在作出经营决策时,所考虑的不是一时一地的局部得失,而是整个公司在全球的最大利益。总公司在评价子公司或分公司的业绩时,主要考虑其对总公司的贡献程度,而不一定是其自身盈利多少。不仅关心公司目前的经营状况,而且更关注公司未来的发展。也就是说,它所追求的是公司长期的、整体的利益。例如,跨国公司使用“交叉补贴”,即以甲产品或地区的盈利补贴乙产品或地区的亏损,以达到整体利益最大化。^①

跨国公司在实现全球化战略目标的过程中,必定要有资源(商品、服务、资本、技术等)跨越国界的转移,因此,跨国公司在指导各个业务环节、协调国外分支机构的经济活动中,要有“全球思维”(global thinking)和“全球心态”(global habit of mind)。

1.3.2 一体化的生产经营体系

跨国公司实现其全球战略的关键在于实施“公司内部一体化”。这一原则要求实行高度集权的管理体制,即以母公司为中心,把遍布世界各地的分支机构和子公司统一为一个整体,把投资、科研、生产、销售和服务等经营活动进行一体化部署以达到管理成本更低、管理效率更高的目的。其中,跨国公司的生产经营体系实际上是企业内部分工在国际范围内的再现,母公司与国外的附属公司之间以及各附属公司之间的交易正是上述分工的表现形式,也必须通过这种内部交易,跨国公司才能作为一个国际化生产体系正常运转。因为跨国公司的经营不仅要面临国内经营中必须面临的环境因素,更为重要的是它还必须应对东道国环境因素的差异和国际环境因素的变化。特别在外部市场不完善的条件下,跨国公司更会鼓励其各分支机构之间进行内部贸易。从商品贸易来看,由于内部交易成本低于外部交易成本,而且可以避税,跨国公司内部交易占国际贸易的比重越来越大。从技术转移来看,跨国公司转移到国外的技术主要流向其拥有多数或全部股权的国外子

^① 王林生. 跨国经营理论与实务[M]. 北京: 对外经济贸易大学出版社, 2002: 45-48.

公司。借助于内部贸易,特别是良好的内部经营信息平台,跨国公司能够及时准确地了解其在全球范围的生产经营动向,加强全球化经营的计划性、预见性,同时也有利于跨国公司对其全球生产经营体系的有效控制。

1.3.3 多样化的经营活动

企业的多样化(diversification)经营活动分为三种类型:一是产品扩展多样化,指企业的业务扩展到与现有产品生产或需求有一定程度联系的产品领域;二是地域市场扩展多样化,指一处产品的销售扩展到不同地理区域的市场中;三是混合多样化,指企业的业务扩展到与现有产品的生产和需求不相关的产品领域。从市场营销学的角度来看,为了适应不同层次、不同类型的市场需求,同一产品还需要进行“差异化”(differentiation),如不同的档次、款式等,这也就是将市场“细分化”。但是还需注意另一种趋势的存在,那就是许多国家消费的同步化。西方发达国家经济水平较接近,居民人均收入差别不大,生活方式相似,故一项新产品在甲国市场推出后,会很快诱使乙国、丙国的消费者购买,这就是所谓“示范效应”(demonstration effect)。同步化与差异化、多样化并不矛盾,而是相辅相成的,这也充分反映在跨国公司的经营活动中。例如,可口可乐、麦当劳、雀巢、宝洁等都采取了“全球产品-地方口味”(global product and local tastes)的营销战略,首先要使自己的产品具有“全球性”的形象,成为“世界产品”,故使用统一的商标及广告中某些统一的标志和形象,在这个前提下,再推出系列化产品,实现多样化、差异化,以适应不同国家、不同类型消费者的需要。即使同一规格的商品,为了迎合当地口味,也可做某些调整。例如,肯德基为了适应日本人的口味,在菜单中取消了土豆泥,凉拌卷心菜则少放糖。

这种多样化的经验是根据生产、销售过程的内在需要,将有关联的生产联系起来,进而向其他行业渗透,形成生产多种产品的综合体系。这种经营方式的好处是:①增强跨国公司总的经济潜力,防止过剩资本的形成,确保公司顺利发展,有利于全球战略目标的实现;②有利于资金合理流动和分配,提高生产要素和副产品的利用率;③便于分散风险,稳定企业经济效益;④可以充分利用生产余力,延长产品生命周期,增加利润;⑤能够节省共同费用,增加企业的机动性。

1.3.4 杠杆化的资本控制

跨国公司借助“参与制”,以少量自有资本(采用对外直接投资的方式)控制他人的巨额资本,即杠杆化经营。列宁曾经指出,为控制一个公司需占有40%的股份。而从如今跨国公司所支配的外部资本和外部利润来看,控制一个公司所需要占有的股份已经降到10%~25%。美国商务部研究报告证实,美国跨国公司国外分支机构的资产相当于其对外直接投资累计总额的5~6倍。跨国公司利用自己手中的金融资本,控制他人的巨额资本,把触角伸向世界市场的任何一个角落。

跨国公司作为控股公司,控制海外子公司并以这种方式建立控制的金字塔。为了对别的公司实行控制,就要有一个不是很大的股票控制额,这样,该资本就能够对超过自己许多倍的资本实行控制。公司完全不把少量股票持有者看作有权插手公司事务的业主,而是把他们看作有权得到一部分企业收入的人。一些持有大宗股票的人也不关心他们所

持有股票公司的业务,甚至不知道它们究竟是些什么样的公司。这是股权分散的一种表现。占有股票可以和行使控制权联系在一起,但也不是必然的,因为控制权不是占有股票的结果,而是完成所有权职能的结果。大公司股权广为分散妨碍了股票持有者真正行使自己的权利。因为大量的股票持有者实际上既不能任免公司的经营者,也不能对经营者实行控制。在较大的公司中,股票持有者的人数高达10万,而在AT&T公司中则超过100万。绝大部分的股票持有者拥有的股份很少,他们对公司生产资料所有权的支配和对这些生产资料生产出来的产品的支配,产生不了任何影响。他们购买股票的目的与在银行和其他信贷机构储蓄的目的相似。

1.4 跨国公司的形成与发展

21世纪是全球企业跨国经营的鼎盛时期,一切高水平、高层次、大规模的贸易与投资活动,均将以跨国公司为主题或载体进行。跨国公司作为企业国际化经营的产物,在世界经济的发展过程中已具有决定性的作用,其发展速度异常迅猛,因此有必要对跨国公司的形成与发展进行回顾、总结和展望。

1.4.1 早期的跨国公司

跨国公司不是普遍存在于任何社会之中,而是以社会化大生产和市场经济为特征的社会产物。跨国公司也不是突然出现的,而是在漫长、复杂的发展过程中逐渐形成的。新的企业组织——特权贸易公司的出现,意味着以往商人个人冒险事业的消亡和现代企业的诞生。

特权贸易公司是指17—18世纪重商主义时期,由英国皇室赐予特权,对海外殖民地贸易享有独占权利的公司。其中最具有影响的特权贸易公司是英国东印度公司,东印度公司垄断了英国与中国及印度的贸易,并且对印度行使政府职能,它有权组建军队和行使司法权,同时有税收权。除东印度公司外,当时著名的特权贸易公司在北美有英国的哈德逊湾公司,在荷兰有荷属东印度公司等。这些公司以经营贸易和航运业为主,并逐步扩大到金融业等。它们的活动范围由一国扩张到另一国,由沿海延伸向内地,并在所在地扶植亲信(在中国称之为买办,在君士坦丁堡称之为向导,在西非沿海地区称之为试用中间人)。

特权贸易公司不利于各国民族经济的发展,因此遭到各国反对。1856年英国正式颁布股份公司条例,随后大批股份公司陆续出现,这标志着现代资本主义企业问世。19世纪60年代,德国的弗雷德里克·拜耳化学公司在美国纽约州的奥尔班尼开设了一家制造苯胺的工厂;瑞典的阿弗列·诺贝尔公司在德国的汉堡开办了一家炸药工厂;美国的胜家缝纫机公司在苏格兰的格拉斯哥建立了缝纫机装配厂。西方把这三家公司看成对外直接投资的先驱。

19世纪末到20世纪初,许多企业纷纷开始跨国经营,进行海外投资,设立海外制造厂及销售机构。这些公司的市场范围和生产地已从国内延伸至国外,开始实行国内工厂与国外工厂同时生产和同时销售,成为世界上第一批以对外直接投资为主要特征的跨国公司。今天活跃在世界经济舞台的知名企业和巨型跨国公司,有一半以上在那个时期就

已经发展成为跨国公司,如美国的美孚石油公司、福特汽车公司、通用电气公司、西屋公司等,欧洲的西门子公司、巴斯夫(BASF)公司、雀巢公司、飞利浦公司、英荷壳牌(Shell)集团等。

当时,跨国公司对外直接投资的流向主要是经济落后的国家和地区。例如,在1914年的对外直接投资累计总额中,投向发展中国家的占62.8%,其中,英国等欧洲国家主要投向各自的殖民地和附属国,对外直接投资的行业分布主要集中在铁路、公用事业、矿山、石油业和农业,这一时期制造业所占比重还较低。

1.4.2 两次世界大战期间的跨国公司

第一次世界大战的爆发使许多企业跨国经营进程处于停滞状态,大公司因战争几乎停止了对外投资。第一次世界大战后至第二次世界大战爆发前,由于各国医治战争创伤及第一次世界大战后1920—1921年、1929—1933年和1937—1938年的三次世界性经济危机等因素的影响,世界性金融秩序混乱,对外投资数额徘徊不前,增长缓慢。从整体来看,全球对外投资总额增幅不大,间接投资停滞不前,但对外直接投资绝对额却增加了两倍,而且在对外投资中所占比重有较大提高。如1913年,美国对外直接投资额仅为35亿美元,居于英国、法国和德国之后;1938年,美国对外直接投资额上升为120亿美元,居第二位,仅次于英国(表1-1)。同时,对外直接投资的范围扩大,制造业投资比重有较大提高,美国的变化尤为明显。美国1914年对外直接投资中矿业居首位,1940年则制造业占首位。

表 1-1 主要资本主义国家两次世界大战期间对外投资额 亿美元

国 别	1913 年	1938 年
英国	180	230
法国	90	40
德国	58	10
美国	35	120
其他国家合计	77	130
总计	440	530

资料来源:伊诺泽姆采夫,等.现代垄断资本主义政治经济学:下册[M],杨庆发,译校,上海:上海译文出版社,1978:102.

随着各国企业实力的增长,一些实力接近的行业如铝制品、电气设备、化学和重型机械等,纷纷建立国际卡特尔以维护相互的利益。其内容也从单纯限制产量和价格发展到分割世界市场和投资场所等方面。而在各国企业发展不平衡的工业部门,国际卡特尔则很少出现。如在汽车工业,通用和福特这两家美国企业拥有很强的技术和市场销售方面的优势,在此期间,这两家公司迅速扩大了在欧洲的对外直接投资规模。

1.4.3 第二次世界大战后到 20 世纪 70 年代的跨国公司

第二次世界大战以后,跨国公司经历了空前发展的新时期。这一时期,由于第三次科

技革命的发生和国际分工的进一步深化,跨国公司的发展呈现出一些新的特点。^①

1. 跨国公司数量增多,规模不断扩大

据联合国跨国公司中心的资料,主要发达国家的跨国公司1969年有7 276家,到1978年已达到10 727家。自20世纪60年代开始,发达国家跨国公司子公司的数目快速增长,从1969年的2.73万家增加到1980年的9.8万家。1972年,年销售额10亿美元以上的制造业(含石油业)跨国公司有211家,1976年此种规模的工矿业跨国公司已达422家。同时,在一些资本密集型和技术密集型的工业中,整个世界的生产集中在几家或十几家巨型跨国公司手中。如1980年农机工业世界销售总额的80%以上集中在11家跨国公司手中;在10家最大的计算机跨国公司总销售额中,IBM一家就占了将近一半。随着跨国公司的发展,在一些工业部门中跨国公司不仅控制了国内市场,而且控制了相当份额的国际市场。

2. 对外直接投资迅速发展并主要集中于少数几个发达国家

自20世纪60年代以来,全球对外直接投资的增长速度超过了同期世界生产总值和世界贸易的增长速度。例如,1960—1973年,世界生产总值年均增长率为5.5%,世界贸易年均增长率为8%左右,而同期世界对外直接投资年均增长率高达15.1%。1974—1980年,世界生产总值和贸易年均增长率分别为3.6%和4.0%,而同期对外直接投资年均增速高达18.9%。

从投资来源国看,第二次世界大战后,美国取代英国成为世界上最大的对外直接投资国。1960年,在全球的对外直接投资总额中,美国占71.1%,英国占17.1%。1970年,美国占62.9%,英国占10.9%。20世纪70年代后,联邦德国、日本对外直接投资的比重也分别由1960年的1.2%和0.8%上升至1981年的8.6%和7.0%。

3. 跨国投资的流向逐步由发展中国家转向发达国家

据联合国秘书处《国际组织年鉴》提供的资料,20世纪60年代中期到60年代末,跨国公司投资的78%投向发达国家,70年代中期到70年代末,这一比例更高达87%。

发达国家相互间对外直接投资较第二次世界大战前显著增加的原因在于:发达国家经济发展水平较高,接受投资容量大;消费习惯、市场结构比较接近,容易组织国际生产;各国产业结构不同,技术优势各异,可以相互取长补短;政治稳定,对对方的法律规范熟悉;语言障碍少,技术、管理人才可以就地招聘;交通、通信等基础设施较为完善;寡占市场的反应等。

发达国家跨国公司对发展中国家的对外直接投资大都集中在工业化进程快、人均国民收入高、市场容量较大的新兴工业化国家和地区,如亚洲的韩国、新加坡和中国台湾、中国香港,拉美的阿根廷、秘鲁、巴西、墨西哥等。

^① 毕红毅. 跨国公司经营理论与实务[M]. 北京: 经济科学出版社, 2006: 10-13.