

高等院校经济学管理学系列教材



中国轻工业“十三五”规划立项教材



跨国经营与管理

(第三版)

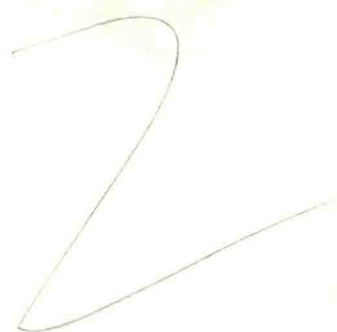
Transnational Management

(3rd edition)

朱晋伟 主 编
徐海俊 副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS





跨国经营与管理

(第三版)

Transnational Management
(3rd edition)

朱晋伟 主 编
徐海俊 副主编



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

跨国经营与管理/朱晋伟主编. —3 版. —北京:北京大学出版社,2018. 1
(高等院校经济学管理学系列教材)
ISBN 978-7-301-28979-2

I. ①跨… II. ①朱… III. ①企业经营管理—跨国经营—高等学校—教材 IV. ①F272.3
中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 305056 号

书 名 跨国经营与管理(第三版)
KUAGUO JINGYING YU GUANLI
著作责任者 朱晋伟 主编 徐海俊 副主编
责任编辑 朱梅全 黄 蔚
标准书号 ISBN 978-7-301-28979-2
出版发行 北京大学出版社
地 址 北京市海淀区成府路 205 号 100871
网 址 <http://www.pup.cn>
电子信箱 sdyy_2005@126.com
新浪微博 @北京大学出版社
电 话 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 021-62071998
印刷者 三河市北燕印装有限公司
经 销 者 新华书店
787 毫米×1092 毫米 16 开本 23.25 印张 558 千字
2011 年 9 月第 1 版 2015 年 8 月第 2 版
2018 年 1 月第 3 版 2018 年 1 月第 1 次印刷
定 价 59.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系,电话:010-62756370

前 言

进入 21 世纪以来,随着科学技术的进步、文化交流的增加,以及国与国之间经济往来的空前频繁,对外直接投资活动日趋活跃,跨国经营活动在广度和深度上均超过了历史上任何一个时期。经营管理者只有树立全球化竞争与合作的理念,了解各国政治经济的差异,把握跨文化交流的技能,掌握跨国经营的基本原理和方法,才能迎接前所未有的机遇和挑战。

中国自改革开放以来,从打开国门、吸引外资,到放眼世界、实施“走出去”战略,跨国经营已经从遥不可及的概念变为企业日常事务。从来华投资的“三资”企业运营中,人们感受到了不同文化、不同管理模式对中国传统企业管理方式的冲击,我们既体验到优秀跨国公司长盛不衰的经营之道,也目睹一些世界知名品牌在中国败走麦城。随着改革开放政策的深入,中国综合国力的增强,企业国际竞争力的提高,越来越多的中国企业跨出国门,涌现出一批具有全球视野和远见卓识的企业家。

古丝绸之路,为实现国与国之间的物物交换,人们要跋山涉水、战胜戈壁风沙。现代的陆海空交通,实现了人、设备、产品在短时间内的跨国流动;互联网技术的普及,使分布在全球各地的不同肤色的员工可以随时共享信息。“地球是平的”,一些企业把研发中心放在美国、设计中心放在欧洲、制造中心放在中国、服务中心放在印度,实施跨国经营战略。可以说现代经营管理的国际化在领域和范围上超越了历史上任何一个时期。

在全球竞争环境下,越来越多的人开始从事跨国经营及其相关联的活动,所有的企业,哪怕是所有经营业务都在国内的企业,都会受国际市场和来自海外的跨国经营企业的影响,经营者迫切需要了解跨国经营的概念、原理、原则、方法和规律。为此,近年来越来越多的大学、企业和机构开始开设跨国经营的相关课程。本教材是在多年执教的基础上,参考国内外相关教材和资料编写而成的。

本书对第二版教材进行了全面修订。近几年,随着科学技术的进步和国际政治经济环境的变化,国际经营环境日新月异,尤其是“一带一路”倡议提出以来,跨国经营出现了新的动向。伴随着跨国经营的实践活动日益频繁,跨国经营企业中出现了一些新的经营理念、思路和方法,拥有了成功的经验和失败的教训,跨国经营理论也有了新的发展和突破。在跨国经营活动中,跨文化沟通和跨文化领导力日显重要,本书在第二版的基础上,新增加了两章内容,修改了部分章节,对文字表述进行了修订和完善,更新了统计数据,更换了典型案例,增添了新出现的参考文献,同时将十八章内容归纳为基础篇、战略篇、文化篇、管理篇、经营篇、探索篇等六个专题。

本教材旨在培养学生国际化的视野,增强跨文化理解能力,掌握跨国经营的基本知识,重点介绍跨国经营的理论、知识、思路和方法,使读者掌握跨国经营的一般规律。适合作为高等学校企业管理、国际贸易或其他相关专业的本科生、研究生教材,同时,也适合于理论研究者、经济管理工作者和企业经营管理实务人员。

本教材有以下几个特色:

1. 理论的权威性。本书结合跨国经营发展的最新动态和国内外的相关经典理论,从跨国经营的基本理论、战略战术、跨文化管理、职能管理等方面,阐明了基本概念、基本理论,分析了跨国经营实践的新探索,力求准确把握理论实质。

2. 案例的新颖性。每章节附有引导案例和章后案例,案例以反映 21 世纪知识经济和全球化背景新特点的案例为主,所选案例具有代表性(国内外知名企业)、新颖性(多数为近年发生)和启发性(便于思考讨论),利于学生分析跨国经营的相关问题。

3. 内容的聚焦性。本教材突出跨国经营所特有的管理问题,紧紧围绕“跨国”二字展开。突破了把跨国经营视为“跨国公司的经营”的概念范畴,把包括国际新创企业在内的中小企业的跨国经营问题融入教材当中。同时,采用了国际国内权威部门发布的最新统计资料和信息,以使读者把握全球跨国经营的最新动态。

4. 教学的便利性。制作与教材相匹配的课件,便于教师讲授;每章附有学习目的和课后练习,便于学生把握要点;每个案例后有思考题或讨论题,便于课堂讨论;章后附有参考文献,便于学生拓展视野。

本教材由朱晋伟主编,徐海俊为副主编,具体分工如下:朱晋伟(第 1、3、4、6、7、8、9、10、12、13、16、17、18 章)、徐海俊(第 1、2、5、11、14、15 章),最后由朱晋伟统稿。江南大学硕士研究生汪宇、缪丽同学参与了新版修订工作,北京大学出版社黄蔚编辑为本书的出版付出了大量辛勤劳动,在此表示衷心感谢。

最后应当说明,笔者在编写本书时虽然力图遵循科学、严谨和创新的原则,但是由于学识有限,书中可能会有疏漏和错误之处,恳请读者不吝指正。

目 录

基 础 篇

第一章 跨国经营概论	(1)
第一节 跨国公司的定义	(2)
第二节 跨国经营的定义与作用	(5)
第三节 跨国经营的发展历史	(7)
第四节 跨国公司对世界经济的影响	(15)
第二章 跨国经营的基本理论	(23)
第一节 基于国际贸易的跨国经营理论	(24)
第二节 基于 FDI 的跨国经营理论	(31)
第三节 基于发展中国家和地区的跨国经营理论	(37)
第三章 跨国经营的国际环境	(44)
第一节 国际宏观环境	(45)
第二节 东道国投资环境	(50)
第三节 国际投资环境评估方法	(54)

战 略 篇

第四章 跨国进入模式	(62)
第一节 出口进入模式	(64)
第二节 契约进入模式	(66)
第三节 投资进入模式	(71)
第五章 跨国兼并与收购	(80)
第一节 跨国并购概述	(82)
第二节 跨国并购的理论分析	(85)
第三节 跨国并购应注意的问题	(89)
第六章 跨国战略联盟	(95)
第一节 跨国战略联盟的概念	(97)
第二节 跨国战略联盟的特点和形式	(99)
第三节 跨国战略联盟的建立和管理	(104)

文 化 篇

第七章 跨文化管理 (112)

 第一节 文化与跨文化管理 (114)

 第二节 霍夫施泰德的国家文化模型 (119)

 第三节 特朗皮纳斯的文化架构理论 (124)

 第四节 价值取向理论和需要导向理论 (130)

第八章 跨文化沟通 (139)

 第一节 文化与沟通 (140)

 第二节 跨文化沟通的原理和影响因素 (143)

 第三节 跨文化沟通管理 (151)

第九章 跨文化领导 (161)

 第一节 跨文化领导概述 (162)

 第二节 跨文化领导的特质 (167)

 第三节 跨文化领导的关键行为 (173)

管 理 篇

第十章 跨国人力资源管理 (181)

 第一节 跨国人力资源管理的概念 (184)

 第二节 跨国人力资源管理的政策取向 (186)

 第三节 跨国人力资源管理的主要职能 (190)

 第四节 外派人员的管理 (196)

第十一章 跨国经营的组织管理 (204)

 第一节 跨国经营企业组织结构概述 (205)

 第二节 跨国经营企业组织结构形式 (208)

 第三节 跨国经营企业组织结构的设计与选择 (218)

第十二章 全球运营与国际采购 (227)

 第一节 全球运营管理 (228)

 第二节 全球化制造 (230)

 第三节 全球供应链 (235)

 第四节 国际采购 (238)

第十三章 研发国际化与技术转让 (246)

 第一节 研发国际化的动因与效应 (247)

 第二节 研发国际化的类型及趋势 (251)

第三节 国际技术转让	(254)
第四节 国际技术转让定价	(258)

经 营 篇

第十四章 跨国经营企业的内部贸易	(265)
第一节 跨国经营企业的内部贸易	(266)
第二节 跨国经营企业的转移定价	(272)
第三节 应对在华外资企业转移定价的策略	(279)
第十五章 国际市场营销	(284)
第一节 全球化营销与本土化营销	(286)
第二节 国际市场细分	(290)
第三节 跨国经营企业的营销策略组合	(293)

探 索 篇

第十六章 国际新创企业	(309)
第一节 国际新创企业的概念	(311)
第二节 国际新创企业的创立机理	(315)
第三节 国际新创企业的驱动因素	(319)
第十七章 跨国商业伦理与企业社会责任	(328)
第一节 跨国经营中的商业伦理	(330)
第二节 跨国经营企业的社会责任	(334)
第三节 国际企业社会责任规则体系	(340)
第十八章 中国企业的跨国经营与管理	(350)
第一节 中国对外直接投资的发展	(351)
第二节 中国企业跨国经营的作用与现状	(355)
第三节 中国企业跨国经营面临的挑战与对策	(359)

基 础 篇

第一章 跨国经营概论

【本章学习目的】

通过本章学习,你应该能够:

- 把握跨国公司和跨国经营的含义
- 了解跨国公司的发展历史
- 了解跨国公司在世界经济中的地位与作用
- 分析跨国公司对发达国家与发展中国家的影响

引导案例

中国对外直接投资新动向^①

商务部、国家统计局、国家外汇管理局联合发布《2015 年度中国对外直接投资统计公报》,正式公布中国对外直接投资的年度数据。根据公报中国对外直接投资主要呈现以下特点:

一是投资流量跃居全球第二,超过同期吸收外资规模,实现资本净输出。2015 年,在全球外国直接投资流出流量 1.47 万亿美元,较上年增长 11.8% 的背景下,中国对外直接投资流量创下 1456.7 亿美元的历史新高,同比增长 18.3%,超过日本成为全球第二大对外投资国。

二是存量全球排名位居第八,境外企业资产总额超过 4 万亿美元。截至 2015 年底,中国 2.02 万家境内投资者在国(境)外设立 3.08 万家对外直接投资企业,分布在全球 188 个国家(地区);中国对外直接投资累计净额(存量)达 10978.6 亿美元,位居全球第 8 位,境外企业资产总额达 4.37 万亿美元。

三是对外投资并购活跃,领域不断拓展。2015 年,中国企业共实施对外投资并购

^① 摘编自商务部、国家统计局、国家外汇管理局:《2015 年度中国对外直接投资统计公报》。

579起,涉及62个国家(地区),实际交易金额544.4亿美元,其中直接投资372.8亿美元,占68.5%;境外融资171.6亿美元,占31.5%。并购领域涉及制造业、信息传输/软件和信息技术服务业、采矿业、文化/体育和娱乐业等18个行业大类。

四是国家地区高度集中,对“一带一路”相关国家、地区投资快速增长。2015年,流向中国香港地区、荷兰、开曼群岛、英属维尔京群岛、百慕大群岛的投资共计1164.4亿美元,占当年流量总额的79.9%。对“一带一路”相关国家、地区的投资占当年流量总额的13%,高达189.3亿美元,同比增长38.6%,是对全球投资增幅的2倍。投资存量的八成以上(83.9%)分布在发展中经济体,在发达经济体的存量占比为14%,另有2.1%存量在转型经济体。

五是投资涉及国民经济各行业,对制造业、金融业、信息传输/软件和信息服务业等领域的投资大幅增长。2015年底,中国对外直接投资覆盖了国民经济所有行业类别,其中,制造业、金融业、信息传输/软件和信息服务业同比分别增长了108.5%、52.3%、115.2%;租赁和商务服务业、金融业、采矿业、批发和零售业四个行业的存量均超过千亿美元,合计占比达75.9%。

六是新增股权投资首超六成,债务工具占比创历史新低。2015年对外直接投资流量中,新增股权投资967.1亿美元,占比达66.4%;收益再投资379.1亿美元,占26%;债务工具投资110.5亿美元,较上年占比减少一成,仅为7.6%。

七是近八成的非金融类投资来自地方企业,其中上海、北京和广东的企业位列前三。2015年,地方企业对外非金融类直接投资流量达936亿美元,同比增长71%,占全国非金融类对外直接投资流量的77%,上海、北京和广东位列前三。截至2015年底,地方企业对外非金融类直接投资存量达3444.8亿美元,在全国占比达36.7%,较上年增加5.1个百分点。

八是境外企业对东道国税收和就业贡献明显,对外投资双赢效果显著。2015年我境外企业向投资所在国缴纳的各种税金总额达311.9亿美元,较上年增加62.9%;雇佣外方员工122.5万人,较上年末增加39.2万人。

思考题

1. 对外直接投资同企业跨国经营之间有什么关系?
2. 跨国经营活动对东道国有什么积极影响?

伴随着技术的进步、经济的发展,以及市场拓展和投资障碍的减少,企业的生产经营活动范围不断扩大,越来越多的企业突破国界的限制,开始了人员、资金、产品、原材料的跨国界流动,产生跨国经营行为,形成一批跨国公司。本章重点介绍跨国公司和跨国经营的相关概念。

第一节 跨国公司的定义

在世界一百个大经济实体中,有超过一半数量为跨国公司,另一部分则是主权国家。

一些跨国公司富可敌国,经济全球化使得跨国公司在当今世界扮演着越来越重要的角色。从20世纪后期开始,来自发展中国家和转型经济国家的企业越来越多地加入跨国经营的行列中,其跨国公司迅速成长,成为世界经济发展的主要动力之一和重要的支撑力量。

一、跨国公司的定义

按照联合国所给的定义,跨国公司(transnational corporations, TNCs)就是在两个或两个以上国家拥有并管理一些经济单位的企业。一般以一国总公司为基地,通过输出资本在其他国家设立分公司或控制当地企业使之成为其子公司,从事跨国界的生产、销售和其他业务活动。^①有些报刊和学者常使用“多国公司”(multinational corporations, MNC)来表述,又称国际公司(international corporations)、国际企业(international business)、全球企业(global enterprises)或宇宙公司(cosmo-corporations)。

一般而言,跨国公司有三个基本特征:

1. 它是由两个或两个以上国家的经济实体所组成。跨国公司与国内公司的真正区别在于,它建立一个内部组织来经营各种跨国界的业务,并且实行内部化交易,而不是通过公开市场完成上述这些交易。
2. 在一个统一的决策体系下,拥有共同战略和配套政策。企业战略(strategy)和组织一体化(organizational integration)对跨国公司而言很重要。
3. 它的各个经济实体通过股权或其他方式相互联系,它的一个或多个经济实体能够对其他实体施加有效的影响。各个经济实体之间能够共享知识、资源和信息,并且需要共同承担责任和风险。

二、跨国公司的判断标准

在判断一个企业是否是跨国公司时,我们通常需要考虑以下标准:

(一) 结构标准

结构标准(structural criteria)主要将“地区分布”“在国外拥有生产或服务设施”和“所有权”等结构性要素作为划分跨国经营与国内(单一)经营的尺度。

1. 地区分布

哈佛大学的“美国多国公司研究项目”认为,必须在六个以上国家设有子公司或附属企业才算是真正的跨国公司。弗农教授认为,在各国经济乃至世界的经济发展中,主权国家无所作为,而跨国公司却作出了突出的贡献。他认为能够被称为跨国公司的企业应该有相当广泛的地区分布,如果一个母公司仅仅和本国基地以外的一个或两个国家有股权关系,则不能认定它为多国企业或跨国公司。

2. 国外生产或服务设施

联合国等一些国际组织并不要求跨国公司的机构必须分布在六个以上国家,而是更强调必须在两个或两个以上国家拥有生产或服务设施。跨国公司强调的是生产设施的

^① 参见杨宇光主编:《联合国辞典》,黑龙江人民出版社1998年版,第152—153页。

综合,而不仅仅是市场的组合。跨国公司往往依赖于专业化生产,使用一个地方的廉价劳动力,另一个地方的廉价材料、市场和资金来源,充分利用世界各地的技术、资源、劳动力和市场优势,将公司的生产和经营活动建立在全球基础上,利用国际分工和资源的全球性配置,建立起庞大的全球生产网络体系,使经济全球化在深度和广度上都得到拓展和加强。

也就是说,仅仅同很多国家有进出口贸易,而并不在这些国家拥有生产或服务设施,就只能算是贸易公司;如果拥有生产或服务设施,而不参与经营管理,则只是单纯的国际控股公司。

3. 所有权

采取“所有权”衡量尺度时,包含两层不同的含义,即资产的所有权形式与企业母国所属地。目前世界上最大的 100 家非金融业跨国公司几乎都设在发达国家,这主要是出于对企业母国所在地的考虑。

关于企业的国籍有各种不同的说法。美国学者梅森劳基认为跨国或多国公司的股权应为多国公民所有,管理权也应是多国性的;麻省理工学院的金德伯格教授则认为,跨国或多国公司的特征是“无国籍性”,即“并不忠于哪一个国家,也没有一个国家使它感到特别亲近”。以联合利华(Unilever)公司和英荷皇家壳牌石油公司(Royal Dutch/Shell Group)为例,实际上这两个公司都是在两个国家注册登记的“双重国籍公司”。

(二) 经营绩效标准

经营绩效标准(performance characteristics criteria)是指跨国公司的国外活动在整个公司业务活动中,其资产额、销售额、生产值(产品和劳务)、盈利额和雇员人数应占若干百分比以上才算“多国”。常用的是跨国指数(TNI)和国际化指数(II)。跨国指数是三个比率的平均数,即国外资产与总资产比率、国外销售额与总销售额比率、国外雇员数与总雇员数比率;国际化指数(II)是指国外子公司数目除以子公司总数的比率。表 1-1 反映的是按海外资产排名的非金融类跨国公司世界十强的跨国指数。

表 1-1 2015 年按国外资产排名非金融类跨国公司世界十强

排名	公司名称	母国名称	跨国指数(%)
1	荷兰皇家壳牌	英国	74.0
2	丰田汽车公司	日本	59.1
3	通用电气	美国	56.5
4	道达尔集团	法国	81.0
5	英国石油公司	英国	68.9
6	埃克森美孚公司	美国	60.7
7	雪佛龙公司	美国	53.7
8	大众汽车集团	德国	59.5
9	沃达丰集团	英国	81.2
10	苹果电脑公司	美国	58.0

资料来源:联合国贸发会议(UNCTAD)。

第二节 跨国经营的定义与作用

一、跨国经营的定义

跨国经营常被理解为跨国公司的经营活动,把从事跨国经营活动的企业和跨国公司画上等号。实际上,跨国公司的形成需要经历一个较长的时间过程,按国际通行标准认定,要有国外业务和业绩的一定量的积累。而在达到跨国公司这一标准之前,该企业一般已经进行了较长时间的、大规模和大范围的跨国经营活动。所以,跨国经营应早于跨国公司而存在。如此,单纯把跨国经营界定为跨国公司的经营活动可能有失准确。

跨国经营又往往被理解为企业的涉外经营活动。除了纯粹以国内市场为目标、生产经营活动局限在国内范围的企业外,一般企业在当代国际经贸交流日益扩大和加快的大环境下,涉外经营活动也日益增多。但涉外经营一般以国内作为基地,是在国内经营基础上加上进出口经营,它并不一定需要在国外拥有经营基地。所以,把跨国经营界定为企业的涉外经营活动也不妥。

狭义上看,跨国经营是企业通过对外直接投资开创国外经营基地所从事的有目的的经济活动。跨国经营最重要的特征是企业对外直接投资并开创国外经营基地,表现为产品、劳务、资本、技术等要素超越了本国范围,在国际传递与转化。本书所述的跨国经营是以此定义为准的,从这一概念出发,进出口经营一般不采用对外直接投资的手段和方式,不突破以本国为生产经营基地的特征,虽然开展跨国界的贸易活动,但从严格意义上看,不能称为跨国经营活动。同时,许多中小企业,虽然从规模、跨国指数等方面衡量还不能称为跨国公司,但是,只要在国外进行直接投资,其所从事的活动就都可以被称为跨国经营活动。

当然,在现实经济活动当中,一般也可以从广义上把跨国经营分为三个阶段:(1)商品国际化阶段:企业通过间接出口或直接出口,将本企业的产品打入国际市场,并有较稳定的市场份额。(2)国外生产经营阶段:企业通过兼并、绿地投资等方式,在国外开展生产经营活动。(3)跨国公司阶段:形成一定规模,在不同的国家和地区设有子公司或分支机构,从事国外生产、销售活动;总公司对于子(分)公司具有直接控制力;企业的经营战略和目标是跨国界、跨民族和全球性的,在全球范围内优化配置资源,获取最大利润。

二、跨国经营的作用

跨国经营是企业发展壮大,成长为跨国公司的必经之路。同时,跨国经营对于企业在激烈竞争的世界市场上立于不败之地,不断扩大全球的市场占有份额,实现全球战略目标,具有重要意义。

1. 跨国经营有利于开拓国外市场,提高全球市场占有率。在海外进行直接投资、建设生产经营基地,可以绕过关税壁垒和各种形式的贸易保护,将产品和服务成功就地输出,并通过该国市场向其他集团成员国或有关国家出口。这样可以大大开拓国外市场,不断提高全球市场占有率。

2. 跨国经营有利于扩大生产的规模,延长产品的寿命周期。通过跨国经营,国外各生产基地可以承接越来越多的生产订单,从而促进生产规模不断扩大,实现规模经济效益。同时,由于各国之间在经济发展、产业结构、技术水平和消费能力等方面都存在差异,企业在跨国经营时,可以将在本国或某国已处在成熟期后期甚至进入衰退期的产品转移到其他生产水平较低的国家,从而尽可能延长产品的寿命周期,为企业带来长期的盈利。

3. 跨国经营有利于在世界范围内配置和调度生产要素,提高企业的国际竞争力。跨国经营可以利用一些国家的资源优势,在全球范围内获取所需的能源和原料;可以将某些劳动密集型产品的生产、加工或装配转移到劳动力多、工资低的国家,降低企业的生产成本;可以到技术资源和信息资源占优势的国家直接投资建立新技术、新产品的研发基地,便于就近学习和掌握新工艺、新技术、新技能、新信息,从而加快企业新产品开发步伐;等等。

4. 跨国经营有利于实现范围经济,增强企业应对风险的能力。企业到国外直接投资开办生产经营基地,所面临的风险比单纯在国内经营和涉外经营要大。但由于企业的跨国经营往往采用多国化、多样化以及多目标的战略和对策,所以从整体看,可以实现跨地区带来的范围经济效益,提高企业的应变能力,减少经营风险。

近年来,随着全球经济一体化进程的加快,海外销售额、进出口以及雇员人数在内的各项跨国经营指标,均呈上升的趋势(如表 1-2 所示)。联合国贸发会议指出,2015 年外国子公司在全球的销售额和附加值分别达到 36.7 万亿美元和 7.9 万亿美元,其中它们的出口额超过 7.8 万亿美元,约占全球 GDP 的 1/10;2015 年外国子公司雇员达到 7950 万人,比上年增加约 268 万人。可见,跨国经营在世界经济中起着举足轻重的作用。

表 1-2 1990—2015 年全球跨国经营主要指标 (节选)

项目	按时价计算的价值(10 亿美元)				
	1990	2005—2007 (平均)	2013	2014	2015
直接外资流入	207	1418	1427	1277	1762
直接外资流出	242	1445	1311	1318	1474
内向直接外资存量	2077	14500	24533	25113	24983
外向直接外资存量	2091	15104	24665	24810	25045
内向直接外资的收入	75	1025	1526	1595	1404
内向直接外资的回报率(%)	4.4	7.3	6.5	6.7	6.0
外向直接外资的收入	122	1101	1447	1509	1351
外向直接投资的回报率(%)	5.9	7.5	6.1	6.3	5.6
跨界并购	98	729	263	432	721
外国子公司销售额	5101	20355	31865	34149	36668
外国子公司(产品)附加值	1074	4720	7030	7419	7903
外国子公司总资产	4595	40924	95671	101254	105778
外国子公司出口额	1444	4976	7469	7688	7803

(续表)

项目	按时价计算的价值(10 亿美元)				
	1990	2005—2007 (平均)	2013	2014	2015
外国子公司雇员(千人)	21454	49565	72239	76821	79505
国内生产总值	22327	51288	75887	77807	73152
固定资本形成总值	5072	11801	18753	19429	18200
特许权和许可证收费	29	172	298	311	299
货物和服务出口额	4107	15034	23158	23441	20861

资料来源：联合国贸发会议：《2016 年世界投资报告》。

第三节 跨国经营的发展历史

一、跨国经营的起源

人类最早的跨国经营活动可追溯至古代埃及、希腊等与远东地区之间的经济往来，但企业的跨国经营则是近代才发生的，最有名的跨国经营企业是英国和荷兰的东印度公司。

1. 英国东印度公司的起源与发展

英国东印度公司成立于公元 1600 年，成立初始就取得与印度和中国贸易的独占权，起初主要经营贸易和航运业，后来发展到银行金融业的经营，涉及范围十分广泛。曾经在大约二百五十年的时间内，英国东印度公司是亚洲最大的公司，在印度和中国的市场上有着举足轻重的作用。

英国东印度公司受英国王室的特许，不仅从事商业贸易，还得到在印度领土上的管理权、收税权以及民政机关的人事任命权；不仅享有贸易独占权，还有权代表政府订立通商条约与和约，有权筹建军队、建立堡垒和行使司法权，甚至代表政府对外宣战。英国东印度公司的诸多特权到了 19 世纪初被相继取消，主要是由于当时英国新兴工业资本迅速发展，经济和社会状况发生了较大的变化。1858 年，该公司被撤销，它代表英国在印度领土的管理权也保留到此时为止。

2. 荷兰东印度公司的起源与发展

当时在印度和东南亚，名称叫东印度公司的不只英国一家，除英国外，还有葡萄牙、荷兰、丹麦、法国的东印度公司，但以英国和荷兰的东印度公司为最大。

在荷兰建立的商业公司中，最著名的就是荷兰东印度公司和西印度公司。荷兰东印度公司成立于 1602 年，当时的创业资本为 650 万盾，实行股份制度，由荷兰经营东印度贸易的几家大公司合并而成。该公司虽名为商业公司，但在经济、政治和军事上都享有特权。它在东印度群岛和好望角一带拥有十分强大的势力，并曾用军事手段侵占爪哇、马鲁古群岛和中国的台湾，与印度、暹罗和日本都建立了广泛的联系。该公司在经营上几乎完全垄断了东方的香料，并且还在东南亚一带拥有许多规模巨大的种植园，在当地进行生产，然后把大量的东方香料和种植园中的产品运到欧洲销售。17 世纪 30、40 年

代,荷兰东印度公司达到全盛时期,与英国的东印度公司并称为当时世界上最大的海外公司之一。

3. 早期跨国公司的历史烙印

英国和荷兰的东印度公司可以被看作比较典型的最早期的跨国公司。除了东印度公司以外,当时还有其他一些类似的公司,都是在英国或欧洲以外的地区从事商业活动,如英国的皇家非洲公司、哈德逊湾公司等。

东印度公司距今虽已近四百年,撤销也有近一个半世纪,但它对后来的跨国公司有着不可低估的影响,在 19 世纪和 20 世纪美国与欧洲的大型跨国公司身上,都可以找到它的一些影子。英国东印度公司曾在印度拥有领土管辖权、司法权,并拥有军队,19 世纪和 20 世纪的许多欧美跨国公司在亚洲、非洲和拉丁美洲的一些国家也曾拥有商业以外的权力,并直接影响东道国的政权和社会制度。尤其是在非洲和拉丁美洲,一些巨型跨国公司往往可以操纵某些国家的政权,推出自己的代言人组织政府。所以,直到现在,在不少发展中国家,尤其是在非洲和拉丁美洲,民族主义的政府对跨国公司始终抱有戒心,即使这些国家的经济发展渴望外资,但也不敢轻易让跨国公司进入。

二、近代跨国公司的发展

1. 19 世纪跨国公司的形成与发展

世界上第一家跨国公司——美国胜家缝纫机公司出现于 1868 年。美国胜家缝纫机公司由美国发明家伊萨卡·辛加和 E. 克拉克于 1863 年创建,专门生产家用缝纫机,因产品适应市场需要,很快销售到美国以外的欧洲市场。为了占领更多的国际市场,同时防止欧洲的一些厂商仿造,胜家公司于 1868 年在苏格兰格拉斯哥设立了第一个美国以外的工厂,并于 1880 年在英国伦敦设立专门负责欧洲和亚洲销售业务的分公司,首创“当地生产,当地销售”的商业形式。继胜家公司之后,德国的史尔公司(在美国纽约州设立分厂)、杜邦公司和爱迪生公司(这两家公司均在加拿大设立分厂)等也走上了海外设厂的道路。

在 19 世纪末到 20 世纪最初的 13 年内,美国国内的大企业不断出现,半数以上的大公司开始在海外投资,在国外设立工厂或分公司;欧洲的一些大企业也开始向欧洲以外的地区投资。这些公司的市场范围已由国内延伸到国外,生产地也扩展到国外,纷纷开始实行国内工厂与国外工厂同时生产、同时销售的运作模式,成了世界上第一批的跨国公司。活跃在当今世界经济舞台上的知名企业和巨型跨国公司,有一半以上在那个时期就已成了跨国公司(主要针对美国和欧洲的公司而言),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、巴斯夫公司、雀巢公司、飞利浦公司、英荷壳牌公司等。

2. 跨国公司在欧美国家出现的原因

19 世纪末到 20 世纪初正是欧美国家开始大量资本输出的时期,公司规模巨型化,使得国内市场显得狭小,于是开始到国外开辟市场。为牢固占领国外市场,也为了冲破对方国家的关税障碍,这些巨型公司纷纷选择到国外直接投资建厂,从而逐步演化为典型的跨国公司。例如,西屋公司在英国的分厂曾经是英国最大的工厂(20 世纪初),美孚

石油公司在第一次世界大战爆发前曾是欧洲最大的石油公司,在英国的福特汽车公司子公司也曾是英国最大的汽车公司,德国的西门子公司在 19 世纪末不仅是欧洲最大的电讯公司,它在美国的子公司也占据美国很大的一块电讯市场,而当时美国的 AT&T 的地位还没有今天这么高。

第一次世界大战之前的约三十年里,欧洲和美国出现了一大批跨国公司,这和这一时期发达资本主义国家的企业规模迅速扩大有很大关系。企业规模的迅速扩大,使得这些公司具有资本实力对外投资,在国外设立工厂或子公司。尤其是美国,一些企业在这一段时间内通过合并或兼并的方式形成巨型企业,出现了为数众多的托拉斯,这些托拉斯几乎在同时就变成跨国公司。19 世纪的最后 20 年和 20 世纪的第一个 10 年,美国企业经历了第一次大规模的合并和兼并浪潮,美国历史上第一家托拉斯——美孚石油公司,第一家资产超过 10 亿美元的巨型公司——美国钢铁公司,都是在这一时期出现的。到了 21 世纪初,美国已成为托拉斯之国。这些托拉斯为了占据更多的市场,纷纷向海外发展,凭借其雄厚的资本实力,开始实行大规模的对外投资,最终发展成比较典型的跨国公司。

第一次世界大战爆发后,各国停止了对国外的投资,跨国公司发展因此处于停顿状态,跨国公司的数量没有增加。在第一次世界大战结束到第二次世界大战开始的二十余年间,跨国公司发展也相对缓慢,不同于第一次世界大战之前三十年的情况。这主要有四方面的原因:(1) 受第一次世界大战战争创伤的影响,经济经历了一个恢复期,不论是国内投资还是国外投资,都不够踊跃。(2) 这二十多年里出现了资本主义有史以来最大的经济萧条,长达四年多,波及全世界,经济严重不景气,使跨国公司难以发展。(3) 世界性的金融秩序混乱,资本主义体系的国际货币制度一直未能恢复到一战前的相对稳定状态,货币兑换、汇率变动比较紊乱,增加了跨国公司对外投资的风险。(4) 部分国家或是出于稳定国内经济的目的,或是出于准备新战争的目的(如德国),开始限制企业的对外投资,也使跨国公司在这二十年左右的时间内发展相对缓慢。

从整体上看,两次大战之间的国际投资和跨国公司都发展不快,但从国与国的比较来看,英国的发展相对缓慢一些,而美国的发展相对快一些。从第一次世界大战爆发前的 1913 年到第二次世界大战爆发前的 1938 年这二十五年内,全世界的国际投资仅增加了 70 亿美元,共增长 16%,年平均增长 0.6%。在这新增加的 70 亿美元的投资中,属于英国的只有 11 亿美元,属于美国的则有 46.5 亿美元,其余的分属德国、法国、荷兰、比利时等。经过这段时间的发展,英国的资本输出虽仍居世界首位,但其优势已大大下降,而美国则上升许多,由原来的第四位升至仅次于英国的第二位。第一次世界大战前,美国的对外直接投资额为 26.5 亿美元,到第二次世界大战爆发前已增加到 73 亿美元,所占世界比重由 18.5% 增至 27.7%,并由债务国成为世界主要债权国。

从跨国公司在海外的子公司数量看,美国的发展也快于英国和欧洲其他国家。1913 年,美国跨国公司在海外的子公司数为 118 个,到 1938 年增至 779 个,同期英国跨国公司在海外的子公司数由 140 个增加至 251 个,欧洲其他国家由 175 个增至 402 个。到了 20 世纪二三十年代,美国的经济实力已经大大超过英国,成为世界第一经济大国,但在对外直接投资和跨国公司的发展方面,尚居于英国之后,这种情况一直维持到第二次世界大