

国家自然科学基金资助项目
项目批准号: 70172043

Comparative Study on Strategies of the Multinational Companies' Subsidiaries in **China**

跨国公司

在华子公司

战略比较研究

赵景华 著



经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

国家自然科学基金资助项目

中央财经大学学术著作基金资助项目

项目批准号: 70172043

Comparative Study on Strategies of
the Multinational Companies'

Subsidiaries in **China**

跨国公司
在华子公司
战略比较研究

赵景华 著

经济管理出版社
ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

跨国公司在华子公司战略比较研究/赵景华著. —北京: 经济管理出版社, 2006

ISBN 7-80207-627-7

I. 跨... II. 赵... III. 跨国公司—企业管理—研究—中国 IV. F279.247

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 078607 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602

邮编: 100038

印刷: 北京银祥印刷厂

经销: 新华书店

责任编辑: 陈 力

技术编辑: 杨 玲

责任校对: 全志云

787mm×1092mm/16

29.25 印张

655 千字

2006 年 9 月第 1 版

2006 年 9 月第 1 次印刷

定价: 56.00 元

书号: ISBN 7-80207-627-7/F·543

· 版权所有 翻印必究 ·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974

邮编: 100836

序 言

改革开放以来,中国经济持续快速增长,这种快速增长已保持了27年,GDP年均增长9.6%,成为世界经济的重要增长极和世界经济发展史上的奇迹。在此期间,国外对中国的直接投资持续增加,中国已经连续多年成为吸引外资最多的发展中国家。与此同时,跨国公司在华进行了大规模、系统化的投资,如世界500强大型跨国公司已经有近400家来华投资,而其中大多数跨国公司至少拥有一家在华子公司。如此之多的大型跨国公司在如此之短的时间内抢滩一个发展中国家的市场,在世界历史上也是极为罕见的。这些现象都表明中国市场已经成为跨国公司必争之地。尤其值得注意的是,随着跨国公司在华投资规模的进一步扩大,中国市场的国际竞争也日趋白热化。赵景华教授从战略比较的角度,对跨国公司在华子公司的战略动机、战略行为,以及跨国公司在华子公司战略演进过程进行了深入细致的研究,不仅对跨国公司在华子公司的发展有指导意义,而且对我国企业实施“走出去”战略具有实际的借鉴意义。正所谓“知己知彼”,方能“百战不殆”。

通览全书,我认为作者在以下四个方面的工作值得读者注意和研究。下面就我所理解的,提出来供大家阅读时参考。

第一,在目前国内关于跨国公司的研究中,本书具有鲜明的特色,作者对跨国公司在华子公司的成长与发展战略进行了系统全面的比较,通过比较来揭示跨国公司在华子公司战略行为所体现的共性以及受母国文化和母公司战略的影响,并分析了不同国家跨国公司在华子公司成长与发展战略所具有的个性特征。

作者认为,跨国公司在华子公司成长与发展战略的共同特征主要表现在以下6个方面:(1)充分利用在华资源成为几乎所有跨国公司在华子公司追求的主要战略目标之一。跨国公司在华子公司不仅利用中国的有形资源,也抢占中国的无形资源,特别是所有权资源;(2)跨国公司在华子公司均非常重视与中国政府建立良好的关系。跨国公司在华子公司非常注意遵守中国的法律和法规,而且还通过积极参与公益事业来树立良好的企业形象;(3)跨国公司在华子公司在全球一体化战略和当地化战略上表现出高度的统一性。既重视全球一体化战略的同时,又非常强调当地化战略的推行;(4)跨国公司在华子公司对低成本战略普遍比较重视。作者通过调查显示,无论何种类型的在华子公司,几乎都把低成本战略放在优先地位考虑;(5)母合优势成为跨国公司在华子公司竞争优势的主要来源。跨国公司在华子公司的母合优势主要来自于品牌优势、资金优势和研发优势等;(6)跨国公司在华子公司非常重视寻求在华合作伙伴。跨国公司在华子公司通过与当地企业建立战略合作伙伴关系,来达到优势互补的目的。

跨国公司在华子公司成长与发展战略的差异性主要表现在以下3个方面:(1)跨

国公司在华子公司战略动机的差异性。尽管跨国公司在华子公司的最终战略动机都是利润的最大化,但不同国家跨国公司在华子公司追求的战略动机则有所侧重。如美国跨国公司在华子公司主要看重的是中国巨大的市场潜力、充足和低廉的技术劳动力;而日本更多考虑的是中国的原材料市场、较低的地价等因素。(2)跨国公司在华子公司投资战略目标的差异性。在投资战略目标方面,不同国家跨国公司在华子公司追求的投资战略目标也有所差异。如美国来华投资的跨国公司其企业战略目标多是以市场为导向;日本来华投资跨国公司的战略目标则以要素市场导向为主;而韩国来华投资跨国公司的战略目标则以成本导向为主。(3)跨国公司在华子公司当地化程度的差异性。作者的研究发现,美国在华子公司当地化程度是最高的,日本在华子公司当地化程度相对来说就低一些,而韩国在华子公司当地化程度最低。

第二,在理论方面,作者对有关跨国公司海外子公司成长与发展的相关学派和最新理论进行了系统的总结和评述,归纳出跨国公司海外子公司战略理论研究的演进趋势。并在对跨国公司在华子公司发展战略的影响因素和形成机制进行系统分析的基础上,构建了跨国公司在华子公司战略比较的理论模型。该模型为跨国公司在华子公司的比较研究提供了一个较为全面的分析框架,从横向(国别与行业)和纵向(时间)的两个角度对跨国公司在华子公司的发展战略进行了比较分析,为后续研究的延续性和继承性奠定了坚实的理论基础。

第三,目前国内关于跨国公司在华子公司的研究多从各种二手文献和资料入手,研究的实证程度相对较低。作者通过多种渠道获取相关的第一手资料,使整个研究建立在真实客观的基础上。尤其是作者于2001年和2005年先后两次,共计对260家跨国公司在华子公司战略进行了系统深入的比较研究,清晰地刻画出跨国公司在华子公司随时间和环境的变化而不断演变的历程。尤其值得注意的是,作者不仅对跨国公司在华子公司的总体战略取向、战略态势、战略体系等方面进行实证分析,而且对跨国公司在华子公司的市场营销战略、人力资源战略和研究开发战略等职能战略方面分别作了深入细致的比较。

第四,通过跨国公司在华子公司战略比较研究,作者科学地总结出跨国公司在华子公司在华战略演进呈现出十大趋势。这十大趋势是:(1)在追求一体化与本土化的动态平衡中,从注重“做大型”本土战略向“做长型”本土战略转变;(2)在价值链演变上,从注重生产环节向注重研发与营销环节转变;(3)在成长过程中,从单体化成长向集群式共生发展转变;(4)在股权结构上,从中外合资向外商独资转变;(5)在战略地位上,从一般性子公司向区域性战略中心转变;(6)在技术创新上,从母国中心型战略向中国主导型战略转变;(7)在投资方式上,仍以新建投资为主,但逐渐开始从新建投资向并购投资转变;(8)在投资动机上,从以关注开拓中国市场为主导的生存型战略向寻求利润为主导的发展型战略转变;(9)在投资区位上,从经济发达的沿海大城市向经济相对发达的中小城市延伸;(10)在形象塑造上,从主要关注品牌和企业形象开始向兼顾企业社会责任转变。

赵景华教授多年来致力于跨国公司在华战略、中外企业管理比较以及企业战略管理研究,曾多次赴海外进行学术交流或合作研究,取得了丰硕的学术研究成果。在我

与赵景华教授十多年的交往过程中，他严谨的治学态度和强烈的创新精神，给我留下了深刻的印象。

赵景华教授的这部新著是继他所著的《跨国公司在华子公司战略比较研究》之后的又一部力作。这本书内容丰富，见解精辟，材料翔实，精深而又易懂，是一部不可多得的关于跨国公司在华子公司战略比较研究的专著。因此，在本书出版之际，谨向读者推荐赵景华教授的这部新著，相信读者读后会受到启发。

中国工程院院士
中国社科院学部委员

李京文

2006年6月8日于北京中海馥园318C室

序 言

跨国公司是全球经济发展进程中一支不可或缺的力量。随着中国市场在经济全球化中重要性的不断提升,越来越多的跨国公司在华精耕细作,进行战略转型和重组,其发展战略发生了很大变化,已成为经济学界研究的一个热点。本书是赵景华同志所主持的国家自然科学基金项目《跨国公司在华子公司成长和发展战略研究》的成果之一,也是赵景华同志继《跨国公司在华子公司战略研究》一书之后的又一力作。本书对处于日益复杂和不确定的经营环境之中的跨国公司在华子公司的成长与发展战略及其演进过程进行了系统的、多层次、多角度的比较分析。

第一,本书对跨国公司在华子公司成长与发展战略的研究具有全局性、整体性的特点。跨国公司是经济全球化中的一个重要力量,跨国公司在华子公司的成长与发展在很大程度上影响着中国经济的发展。这部专著运用理论和实际相结合的研究方法,对跨国公司在华子公司的成长与发展战略进行了深入的研究。本书通过对美、韩、日、欧盟等十余个国家、二十余类不同行业的跨国公司在华子公司进行了问卷调查,对跨国公司在华子公司的战略动机、股权结构、战略优势、总体战略、母子公司关系、并购与联盟战略、市场营销战略、人力资源战略、研发战略等进行了全面、系统的研究,阐述了跨国公司在华子公司的战略特征及其演进过程。

第二,本书在对跨国公司海外子公司理论进行探讨的基础上,对跨国公司在华子公司的相关理论进行了研究。首先,作者分析了跨国公司海外子公司战略研究的四大流派(战略——结构流派、母子公司关系流派、子公司角色流派与子公司发展流派)。阐述了跨国公司在华子公司的特殊性,揭示了跨国公司在华子公司理论研究的演进趋势。

第三,本书构建了跨国公司在华子公司成长与发展的战略理论框架。作者提出了跨国公司在华子公司的角色理论、母合优势与母合劣势、S-SWOT分析模式等一系列研究跨国公司在华子公司战略的范畴和理论。作者在本书中还进一步提出一些关于跨国公司的创新性观点。比如,关于海外子公司战略分析的S-SWOT模型,作者认为,在对跨国公司在华子公司的战略研究中,只有既考虑在华子公司的东道国环境,又考虑母国环境的变化对在华子公司成长与发展的影响,还必须考虑在华子公司角色机制和跨国公司自身战略等影响因素,方能实现在华子公司当地运营与跨国公司全球配置的利益协同。

第四,本书对跨国公司在华子公司的研究具有连续性和追踪性。由于跨国公司第一手资料的难于获得,目前国内外该领域的学者多为对某一时点在华子公司的战略进行非连续性研究。为了更加客观、准确地描述和反映跨国公司在华子公司不同发展时期战略的变化和发展轨迹,作者在2001年对跨国公司在华子公司进行了第一次大型

问卷调查之后,于2005年再次展开了问卷调查,对跨国公司在华子公司进行了连续性、动态性的跟踪研究。本书根据实证研究的需要,共提出了15个假设群:关于跨国公司在华子公司投资进入方式、追加投资动机的假设;股权比例及其变动的假设;成长与发展战略影响因素的假设;战略态势与竞争地位的假设;竞争优势的假设;知识流动的假设;战略倾向的假设;母子公司关系与子子公司关系的假设;一体化与当地化取向的假设;融资战略的假设;并购和战略联盟的假设;市场营销战略的假设;人力资源战略的假设;研发战略的假设和战略失误的假设。对以上假设群的验证,修正和发展了以前对跨国公司在华子公司成长与发展战略的研究结论。

第五,本书对跨国公司在华子公司成长与发展战略的比较研究具有创新性,目前我国对跨国公司在华子公司的研究还不够深入,更缺乏对不同国别、不同行业、不同发展时期的跨国公司在华子公司的成长与发展战略进行比较研究。本书加强了这方面的研究,提出了许多有价值的创新性观点。如作者在构建S-SWOT理论分析模型的基础上,又提出了跨国公司在华子公司成长与发展战略比较分析模型,利用2001年和2005年两次问卷调查的数据资料,一方面从横向对不同国别、不同行业跨国公司在华子公司的战略选择、战略体系、战略态势等方面的战略态势和演进过程进行了系统的分析。另一方面又从纵向对2001年和2005年两次问卷调查的实证结论进行了综合研究,包括16个主题:跨国公司在华子公司投资及追加投资动机比较;制约跨国公司在华子公司发展因素的比较;跨国公司在华子公司股权结构变动比较;跨国公司在华子公司并购动机及其行为比较;跨国公司在华子公司融资方式比较;跨国公司在华子公司运营态势比较;跨国公司在华子公司巩固战略优势比较;跨国公司在华子公司战略联盟比较;跨国公司在华子公司角色战略比较;跨国公司在华子公司绩效比较;跨国公司在华子公司战略失误比较;跨国公司在华子公司战略地位比较;跨国公司在华子公司母子公司关系比较;跨国公司在华子公司市场营销战略比较;跨国公司在华子公司人力资源战略比较;跨国公司在华子公司研发战略比较。本书清晰地描述了不同时期跨国公司在华子公司成长和发展战略的差异性和演进过程。

第六,本书研究的结论对我国政府和企业提高利用外资质量、提升国际竞争力具有重要的参考价值。作者在进行理论研究和模型构建的同时,还充分考虑了我国企业的实际,通过研究跨国公司在华子公司的战略特点和演进过程,力求为中国企业的发展寻求出路和对策。为了在经济全球化过程中赢得竞争优势,一方面,我国政府和企业必须了解跨国公司及其在华子公司的真实情况和发展战略;另一方面,我国企业还必须通过自身核心技术和市场竞争能力的提高,迫使跨国公司加大在中国的技术转移和研究开发力度,从而有利于优化外资结构和提高利用外资的质量。

赵景华同志是我的博士后学生,他的博士后出站报告获得了“优秀”成绩,评审专家给予了高度评价。希望本书的出版能够对促进跨国公司问题的研究有所裨益。

中国人民大学校学术委员会副主任

胡乃武

2006年6月15日

内 容 提 要

本书是对跨国公司在华子公司的成长与发展战略进行全面、系统的比较研究。首先,对国内外跨国公司成长与发展战略的相关文献进行了评述与比较;然后,构建了跨国公司在华子公司战略比较的理论模型。接着从横向(国别)和纵向(时间)两个维度对跨国公司在华子公司的战略选择、战略体系、战略态势等进行了系统的实证研究。其中实证研究提出了15个假设群,分别是关于跨国公司在华子公司投资进入方式、追加投资动机的假设,股权比例及其变动的假设,成长与发展战略影响因素的假设,战略态势与竞争地位的假设,竞争优势的假设,知识流动的假设,战略倾向的假设,母子公司关系与子子公司关系的假设,一体化与当地化取向的假设,融资战略的假设,并购和战略联盟的假设,市场营销战略的假设,人力资源战略的假设,研发战略的假设和战略失误的假设。本报告在对以上假设进行验证的基础上,又将本次实证研究结论与先行实证研究结论进行比较。继而又分别对跨国公司在华子公司的市场营销战略、人力资源战略和研究与开发战略进行了专门研究。最后,探析了跨国公司在华子公司战略演进的六大模式,总结出了跨国公司在华子公司战略演进的趋势。

致 谢

刚刚完成本书的定稿，我便走进了离我家百米之遥的北京万寿寺，顿感喧嚣的世界瞬间宁静。四年前，在我完成《跨国公司在华子公司战略研究》一书之后，曾经攀登过泰山，那时我还在山东大学工作，根本没有想到会离开山东。现在，我却来到北京中央财经大学并工作两年了。带着满腔的思绪，观看着万寿寺这座清幽素净、历经沧桑的皇家庙宇，我深深地感到不确定性因素对人生会有多大的影响……

其实，不确定性因素在中国历史上曾经带来了多少次天翻地覆的变化。万寿寺始建于唐朝，随着明清不同朝代的更替，经历了一次又一次的毁灭与重生。明万历五年（1577年），万历皇帝之母慈圣李太后出资整修，将其改为皇家寺庙。直到慈禧太后为了拈香礼佛，祈求长寿，对其重修，万寿寺才形成今天的最后格局。万寿寺深庭广厦，琼楼玉宇，雕梁画栋，极其宏丽。其间曲栏回廊，玉书碑亭，青山假石，古道地宫，苍松翠柏错落有致，素有“京西小故宫”之誉。历代皇帝来此烧香叩拜都是为了长寿，长寿也是自古以来人们共同的追求。

漫步走到大禅堂后，看到一片假山，那里象征着普陀、峨眉、清凉佛教三山。山后有两株古银杏树，虬干枝叶高耸入云。我突然醒悟到人有生命周期、树有生命周期，企业也一定会有生命周期。在企业的经营管理过程中，我们作为学者所能做到的，就是如何通过理论研究让我国企业的生命周期能够尽可能地长久。今天的世界，天天都有新企业诞生，日日都有旧企业死亡，我国的百年老店所剩无几，比较研究跨国公司在华子公司成长与发展的战略，不就是为了探寻企业长寿之道吗？GE公司、沃尔玛、可口可乐这些世界500强企业就是我们学习的榜样，企业不仅要做大、做强，更需要做长。其中，自主创新是企业存续和发展的必然要求，而让中国有更多的企业长寿则是我们管理学者永恒的使命。

我们做学术研究，除了要不断地学习国内外最前沿的管理理论，更需要创新。经济学界的老前辈宋涛教授、中国工程院院士李京文教授、我的导师胡乃武教授和赵曙明教授、我的师兄杨瑞龙教授等都在这方面给了我许多教诲，让我受益终身。首都经贸大学副校长郑海航教授、中国人民大学经济学院副院长刘凤良教授，也提出了许多宝贵意见。我的学生张国胜、张喜民、邱忠斌、班博、王庆丰、于鹏、孔玲玲、任荣、张军、刘寿先、陈万思、沈洁、张伟、李英等帮我做了多方面的工作。还有许多爱我的人和我爱的人都给予了我多方面的关心、支持和帮助，让我感动不已。在此，特别感谢胡乃武教授对我学术方面的具体指导，他永远是我治学的榜样。

目 录

1. 绪论	(1)
1.1 选题的依据与意义	(1)
1.1.1 选题的依据	(1)
1.1.2 研究的理论价值	(2)
1.1.3 研究的现实意义	(3)
1.2 有关概念的界定	(5)
1.2.1 跨国公司子公司的概念界定	(5)
1.2.2 跨国公司海外子公司成长与发展战略的概念界定	(7)
1.2.3 跨国公司海外子公司角色的概念界定	(8)
1.2.4 跨国公司海外子公司战略选择的 S-SWOT 模型	(8)
1.2.5 跨国公司海外子公司职能战略的概念界定	(9)
1.2.6 跨国公司海外子公司战略演进的概念界定	(11)
1.3 研究思路、方法及目的	(11)
1.3.1 研究思路	(11)
1.3.2 研究方法	(12)
1.3.3 研究目的	(13)
1.4 结构安排与可能的创新之处	(14)
1.4.1 本书的分析模型	(14)
1.4.2 本书的结构安排	(15)
1.4.3 本书的创新之处	(17)
2. 文献回顾与评述	(18)
2.1 不同国别跨国公司发展战略研究的理论评述	(18)
2.1.1 跨国公司战略管理理论的研究	(19)
2.1.2 跨国公司成长战略理论	(22)
2.1.3 不同国家跨国公司成长战略的研究	(28)
2.2 跨国公司海外子公司战略研究的理论评述	(37)
2.2.1 战略——结构流派	(37)
2.2.2 母子公司关系流派	(42)

2.2.3 子公司角色流派	(48)
2.2.4 子公司发展流派	(58)
2.2.5 跨国公司海外子公司理论研究流派的比较	(62)
2.2.6 跨国公司海外子公司理论研究的崭新视角	(65)
2.2.7 跨国公司海外子公司理论的发展趋势	(67)
2.3 跨国公司在华子公司战略研究的理论评述	(70)
3. 跨国公司在华子公司战略比较研究的理论模型	(76)
3.1 跨国公司海外子公司成长与发展战略的机制分析	(76)
3.1.1 跨国公司海外子公司成长与发展的机制	(77)
3.1.2 跨国公司海外子公司的角色机制分析	(79)
3.1.3 跨国公司海外子公司的战略选择机制分析	(84)
3.2 跨国公司海外子公司成长与发展的战略体系分析	(86)
3.2.1 海外子公司成长与发展战略体系的层面与构成	(87)
3.2.2 海外子公司成长与发展战略体系的协同和整合	(88)
3.2.3 海外子公司成长与发展战略的态势和取向	(90)
3.2.4 海外子公司成长与发展战略体系的变化与调整	(91)
3.3 跨国公司在华子公司成长与发展战略比较研究的理论模型	(93)
3.3.1 跨国公司在华子公司成长与发展战略比较研究的方法和原则 ...	(94)
3.3.2 跨国公司在华子公司成长与发展战略比较研究的维度和层次 ...	(94)
3.3.3 跨国公司在华子公司成长与发展战略比较研究的模型	(95)
4. 跨国公司在华子公司成长与发展战略的实证研究	(99)
4.1 实证研究的前提与假设	(99)
4.1.1 实证研究的前提	(100)
4.1.2 实证研究的假设	(100)
4.2 实证研究的样本描述与变量设计	(105)
4.2.1 样本选择与描述性统计	(105)
4.2.2 变量的操作性定义与衡量	(108)
4.3 实证研究的方法与假设验证的过程	(113)
4.3.1 实证研究的方法	(113)
4.3.2 假设验证的过程与结果	(114)
4.4 实证研究结果的分析	(167)
4.4.1 跨国公司在华子公司投资进入方式和追加投资动机分析	(167)
4.4.2 跨国公司在华子公司股权比例及其变动分析	(172)
4.4.3 跨国公司在华子公司成长与发展战略影响因素的分析	(174)

4.4.4 跨国公司在华子公司的战略态势与竞争地位分析	(176)
4.4.5 跨国公司在华子公司竞争优势分析	(179)
4.4.6 跨国公司在华子公司战略倾向的分析	(183)
4.4.7 跨国公司在华子公司母子公司关系与子子公司关系的分析	(186)
4.4.8 跨国公司在华子公司一体化与当地化取向分析	(189)
4.4.9 跨国公司在华子公司并购和战略联盟战略的分析	(191)
4.4.10 跨国公司在华子公司融资战略的分析	(193)
4.4.11 跨国公司在华子公司市场营销战略分析	(196)
4.4.12 跨国公司在华子公司知识流动战略分析	(201)
4.4.13 跨国公司在华子公司人力资源战略分析	(202)
4.4.14 跨国公司在华子公司研发战略分析	(206)
4.4.15 跨国公司在华子公司战略失误的分析	(209)
5. 不同时期跨国公司在华子公司战略的比较研究	(212)
5.1 两次问卷调查比较研究的前提、假设与研究方法	(212)
5.1.1 比较研究的基础	(213)
5.1.2 两次实证研究假设的比较	(214)
5.1.3 两次调查样本的比较和比较研究的方法	(214)
5.2 2001 年和 2005 年两次问卷调查结果的分析	(216)
5.2.1 跨国公司在华子公司在华投资或追加投资的动机比较	(217)
5.2.2 跨国公司在华子公司股权比例变动的比较	(219)
5.2.3 跨国公司在华子公司的制约因素比较	(221)
5.2.4 跨国公司在华子公司运营态势的比较	(224)
5.2.5 跨国公司在华子公司继续巩固战略优势的比较	(228)
5.2.6 跨国公司在华子公司当地化、一体化战略的比较分析	(230)
5.2.7 跨国公司在华子公司母子公司关系比较分析	(232)
5.2.8 跨国公司在华子公司战略地位的比较分析	(234)
5.2.9 跨国公司在华子公司市场营销战略比较分析	(235)
5.2.10 跨国公司在华子公司研发战略比较分析	(237)
5.2.11 跨国公司在华子公司人力资源战略比较分析	(238)
5.2.12 跨国公司在华子公司并购行为的比较分析	(239)
5.2.13 跨国公司在华子公司战略联盟的比较分析	(242)
5.2.14 跨国公司在华子公司战略失误的比较分析	(243)
5.3 本文实证研究与先行实证研究的比较	(244)
5.3.1 实证研究方法的差异性与一致性	(245)
5.3.2 实证研究结果的差异性	(246)
5.3.3 实证研究结果的综合分析	(254)

6. 跨国公司在华子公司市场营销战略的比较	(256)
6.1 跨国公司在华子公司营销战略的选择机制分析	(256)
6.1.1 角色战略对在华子公司市场营销战略选择的影响和约束	(257)
6.1.2 母合优势支持下的市场营销战略选择	(258)
6.1.3 中国对跨国公司在华子公司营销战略的影响	(259)
6.1.4 跨国公司在华子公司的市场营销战略选择自主权	(259)
6.2 跨国公司在华子公司战略性营销的态势与取向比较分析	(260)
6.2.1 积极进取的营销战略态势	(260)
6.2.2 一体化与当地化的营销战略取向	(262)
6.3 跨国公司在华子公司竞争性营销战略的比较分析	(263)
6.3.1 跨国公司在华子公司竞争性营销战略的特征	(264)
6.3.2 跨国公司在华子公司竞争性营销战略的实现方式	(265)
6.4 跨国公司在华子公司市场营销组合战略的特征分析	(267)
6.4.1 以品牌为核心的产品战略	(267)
6.4.2 跨国公司在华子公司的价格战略	(268)
6.4.3 渠道整合战略	(269)
6.4.4 促销与沟通的整合与创新战略	(271)
6.5 美、日跨国公司在华子公司营销管理模式的比较分析	(272)
6.5.1 美、日跨国公司在华子公司市场营销战略的比较分析	(273)
6.5.2 美、日跨国公司在华子公司市场营销组合策略的比较分析	(276)
6.6 跨国公司在华子公司市场营销战略调整的比较分析	(279)
6.6.1 跨国公司在华子公司营销战略调整的动因分析	(279)
6.6.2 跨国公司在华子公司营销战略调整的趋势	(282)
6.6.3 跨国公司在华子公司营销战略调整的阶段和模式	(283)
7. 跨国公司在华子公司人力资源战略比较	(287)
7.1 跨国公司在华子公司人力资源管理的战略取向比较	(288)
7.1.1 跨国公司海外子公司人力资源管理战略取向的界定	(288)
7.1.2 跨国公司海外子公司人力资源战略取向的阶段和模式	(289)
7.1.3 跨国公司海外子公司的人力资源战略取向比较	(291)
7.1.4 跨国公司在华子公司的人力资源战略取向	(293)
7.1.5 跨国公司在华子公司人力资源战略取向的演进	(294)
7.2 跨国公司在华子公司人力资源战略的角色比较	(295)
7.2.1 跨国公司海外子公司的初始角色与战略角色	(295)
7.2.2 跨国公司在华子公司人力资源战略的初始角色比较	(297)

7.2.3 跨国公司在华子公司人力资源战略的战略角色比较	(299)
7.2.4 跨国公司在华子公司人力资源战略的角色演进	(301)
7.3 跨国公司在华子公司的总体性人力资源战略比较	(302)
7.3.1 人力资源总体战略	(302)
7.3.2 人力资源战略形态的类型	(303)
7.3.3 跨国公司在华子公司人力资源管理的战略形态比较	(305)
7.4 跨国公司在华子公司的职能性人力资源战略比较	(308)
7.4.1 职能性人力资源战略与企业战略的关系	(308)
7.4.2 跨国公司海外子公司人力资源管理的职能战略比较	(310)
7.4.3 跨国公司在华子公司人力资源管理的职能战略比较	(311)
7.5 跨国公司在华子公司人力资源战略的成功经验和误区	(312)
7.5.1 跨国公司在华子公司人力资源战略的成功经验	(312)
7.5.2 跨国公司在华子公司人力资源战略的误区	(317)
7.5.3 跨国公司在华子公司人力资源战略的发展趋势	(319)
8. 跨国公司在华子公司研究开发战略的比较	(321)
8.1 跨国公司在华子公司研发资源配置战略比较分析	(321)
8.1.1 跨国公司在华子公司研究开发动机比较分析	(322)
8.1.2 跨国公司在华研发机构区位比较分析	(325)
8.1.3 跨国公司在华子公司研发人力资源配置的比较分析	(326)
8.1.4 跨国公司在华子公司研发资金配置比较分析	(328)
8.1.5 跨国公司在华子公司研发机构投资形式比较分析	(328)
8.2 跨国公司在华子公司研发战略取向的比较分析	(330)
8.2.1 跨国公司在华子公司研发战略的本地化取向	(330)
8.2.2 跨国公司在华子公司研发战略的知识取向	(331)
8.3 跨国公司在华子公司研发战略角色的比较分析	(332)
8.3.1 跨国公司在华子公司研发战略角色的分类	(332)
8.3.2 跨国公司在华子公司研发战略角色的演进分析	(336)
8.4 跨国公司在华子公司研发组织模式比较分析	(339)
8.4.1 跨国公司全球研发组织模式比较分析	(339)
8.4.2 跨国公司全球研发组织模式的演变趋势	(342)
8.4.3 不同国别跨国公司在华子公司研发机构在全球研发网络中的 地位比较	(344)
9. 跨国公司在华子公司的战略演进	(345)
9.1 跨国公司在华子公司的战略演进分析	(345)

9.1.1 跨国公司在华子公司战略演进的机制模型构建	(345)
9.1.2 跨国公司在华子公司战略演进的动因分析	(347)
9.1.3 跨国公司在华子公司的战略演变分析	(352)
9.1.4 跨国公司在华子公司演进的阶段模型构建	(357)
9.1.5 不同行业与国别的在华子公司战略演进的比较分析	(362)
9.1.6 跨国公司在华子公司战略演进的模式分析	(367)
9.2 跨国公司在华子公司战略演进的典型案例分析	(371)
9.2.1 三星中国公司的战略演进研究	(371)
9.2.2 沃尔玛中国公司的战略演进研究	(374)
9.2.3 摩托罗拉中国公司的战略演进研究	(380)
9.3 跨国公司在华子公司战略演进的趋势分析	(384)
 参考文献	 (390)
 附录	 (408)
 致谢	 (414)

图表目录

图目录

图 1—1 一般企业的 SWOT 分析	(9)
图 1—2 本书的分析模型	(14)
图 2—1 产品生命周期三阶段模型	(23)
图 2—2 美国跨国企业成长战略展开的系谱	(30)
图 2—3 美国多国籍企业成长战略模型	(30)
图 2—4 日本多国籍企业成长战略模型	(32)
图 2—5 Stopford 与 Wells 的阶段模型	(38)
图 2—6 巴特利特的跨国公司组织图	(38)
图 2—7 多国组织模型	(39)
图 2—8 国际组织模型	(39)
图 2—9 全球组织模型	(40)
图 2—10 跨国组织模型	(41)
图 2—11 戈夏尔和诺里尔的控制协调模型	(45)
图 2—12 巴特利特和戈夏尔的子公司战略任务分类模型图	(50)
图 2—13 贾里奥和马丁内兹的子公司角色模型	(52)
图 2—14 节点在知识流动中的角色	(53)
图 2—15 塔戈特的 C—C 子公司战略型图	(55)
图 2—16 海外子公司战略演进图	(58)
图 2—17 海外子公司的演进模型	(60)
图 2—18 海外子公司演进的影响因素	(61)
图 2—19 海外子公司理论研究的演进历程	(63)
图 2—20 子公司人力资源本土化配置路径模型	(71)
图 3—1 海外子公司成长与发展战略理论研究思路的基础	(77)
图 3—2 跨国公司海外子公司成长与发展机制的构成因素	(77)
图 3—3 海外子公司初始角色和战略角色的框架图	(82)
图 3—4 跨国公司海外子公司的 S-SWOT 分析图	(85)
图 3—5 海外子公司成长与发展战略的选择框架	(85)
图 3—6 海外子公司成长与发展战略的体系	(87)
图 3—7 海外子公司成长与发展的三个层面	(93)