

彭迪云 甘筱青 / 等著

跨国公司发展论

KUAGUO GONGSI FAZHAN LUN

跨国公司的成长与中国实施“走出去”战略研究

kuaguo gongsi de chengzhang yu zhongguo shishi "zouchuqu" zhanlüe yanjiu

经济科学出版社

彭迪云 甘筱青 / 等著

K 跨国公司发展论

GUO GUO GONGSI FAZHAN LUN

跨国公司的成长与中国实施“走出去”战略研究

kuaguo gongsi de chengzhang yu zhongguo shishi "zouchuqu" zhanlüe yanjiu

25.2
7405



经济科学出版社

Gray 02

责任编辑：刘爱华
责任校对：杨 海
版式设计：代小卫
技术编辑：邱 天

跨国公司发展论

——跨国公司的成长与中国实施“走出去”战略研究

彭迪云 甘筱青 等著

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)

北京毕诚彩印厂印刷

河北三河德利装订厂装订

690×990 16 开 25.25 印张 410000 字

2004 年 10 月第一版 2004 年 10 月第一次印刷

印数：0001—5000 册

ISBN 7-5058-4481-4/F·3753 定价：36.80 元

(图书出现印装问题，本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

序

第二次世界大战结束以后，尤其是 20 世纪七八十年代以来，经济全球化的浪潮席卷世界各国。经济全球化反映在诸多方面，如生产全球化、贸易全球化、生产要素全球化等等，其中对外直接投资并形成众多的跨国公司则是关键的因素和最为突出的现象。近 20 年来，发达国家的对外直接投资迅速发展，其增长速度远远超过 GDP、国内投资和国际贸易的增长率。随着对外直接投资的不断增加及其重要性的提高，跨国公司的数量逐渐增多，规模持续扩大，作用日益上升。近年来，世界 GDP 总量的 40% 以上、国际贸易总额的 60% 以上、技术贸易的 70% 左右和对外投资的 90% 左右，都是依靠跨国公司来实现的，它们对促进世界各国的经济增长，实现经济全球化起着巨大的推动作用，同时也是发达国家进行对外扩张，获取超额利润的重要手段。

由于我国经济持续快速增长，投资环境日益改善，20 世纪 80 年代以来跨国公司纷纷到中国落户。特别是中国在 2002 年正式成为 WTO 成员国之后，一年内就引进了外资 500 多亿美元，新建的外资企业达到 2 万多家，跨国公司中的世界 500 强企业大部分都已在中国建立了分公司或子公司。跨国公司

对中国经济的影响日益增大。在这样的背景下，国人迫切需要对跨国公司的性质和特征、跨国公司的成长因素与路径、跨国公司的发展状况与发展趋势、跨国公司的运营机制、跨国公司的发展对我国经济的影响等问题作进一步的了解，以便更好地抓住机遇，迎接挑战，制定措施，促进发展。

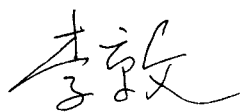
南昌大学甘筱青、彭迪云教授等学者承担的国家自然科学基金项目《经济全球化与跨国公司的发展》（“拟解决的关键问题”部分，项目编号：79841030），所取得的阶段性成果，已嵌入到成思危先生主编的《中国境外投资的战略与管理》一书中，在此基础上，他们对上述问题又进行了系统全面的研究，并将研究成果编写成这本专著《跨国公司发展论》。本书将分析和研究置于经济全球化、中国加入 WTO 和实施“走出去”的开放战略的重大宏观背景之下，紧紧把握时代特征与新走势。本书内容丰富，既分析评述了国外跨国公司理论及其进展，论述了跨国公司的名称演变、性质、类型和现代特征及其发展状况与影响，又分析了跨国公司成长的要素、特征、基础、条件与动因，论述了企业国际化经营的必然性和跨国公司成长的过程、模式与轨迹以及跨国公司的运营机制，从而使人们对跨国公司有一个比较全面、清晰的了解。在此基础上，本书着重研究了现代企业实施“走出去”战略的目的、方式、环境与区位选择和组织形式，并联系我国的实际探索了中国实施“走出去”战略的意义和跨国经营战略，最后对加入 WTO 后中国引进跨国公司的战略及必要的政策调整提出了看法。全书着重理论性和宏观层面的战略研究，也兼顾了微观层面的实

► 序 ◀

务运作。本书文字流畅，数据充实，既有较高的理论价值和实践意义，也有较强的通俗性与可读性，是一本优秀的学术著作，也可兼作教材与现代普及读物。我相信，本书的出版，对于帮助我国企业和各界人士进一步了解和认识跨国公司的发展趋势及我们的应对措施，对于我国进一步对外开放、扩大引进外资和继续实施“走出去”战略，将会起积极的作用。

是为序。

中国工程院院士



2004年1月18日

目 录

第一章 跨国公司的性质和特征	1
第一节 跨国公司名称的演变	1
第二节 跨国公司的界定：衡量标准与定义	7
第三节 跨国公司的跨国程度	14
第四节 跨国公司的法律形式和类型	15
第五节 现代跨国公司的特征	23
第二章 跨国公司的发展与影响	26
第一节 跨国公司产生与发展的历程	26
第二节 现代跨国公司的地位和作用	30
第三节 WTO 与跨国公司的发展	34
第四节 21 世纪跨国公司发展的新趋势	38
第三章 国外跨国公司理论及其进展	42
第一节 研究跨国公司理论的线索	42
第二节 微观跨国公司理论	45
第三节 宏观跨国公司理论	50
第四节 跨国公司理论的新发展	54
第五节 发展中国家跨国公司理论	58
第四章 跨国公司成长的因素论	62
第一节 现代公司制度与企业成长	62
第二节 企业国内成长的因素	72

第三节	企业国际成长的特征	79
第四节	跨国公司成长的基础	83
第五节	跨国公司成长的条件	85
第六节	跨国公司成长的动因	92
第五章	跨国公司成长的路径论	97
第一节	企业国际化经营的必然性	97
第二节	跨国公司成长的过程	101
第三节	跨国公司成长的模式	103
第四节	跨国公司成长的轨迹	113
第六章	现代企业“走出去”战略（上）：进入方式论	119
第一节	进入目的	119
第二节	进入方式	127
第三节	进入方式的选择	132
第七章	现代企业“走出去”战略（中）：投资区位论	150
第一节	对外投资环境分析	150
第二节	对外投资环境评估方法	166
第三节	跨国公司对外直接投资的区位选择	171
第四节	跨国公司厂址选择	178
第八章	现代企业“走出去”战略（下）：直接投资论	186
第一节	对外直接投资机制概述	186
第二节	跨国公司的国外参股形式	189
第三节	跨国并购	195
第四节	合资企业的设计与管理	208
第五节	国际战略联盟	220
第九章	跨国公司的运营机制	226
第一节	战略管理	226
第二节	组织管理	231

第三节	生产管理	238
第四节	市场营销管理	245
第五节	人力资源管理	251
第六节	跨文化管理	255
第七节	风险管理	264
第十章	中国实施“走出去”战略与跨国公司的培育	270
第一节	实施“走出去”战略的依据和意义	270
第二节	加入 WTO 与实施“走出去”战略	279
第三节	大力发展中国跨国公司的国家战略	285
第四节	中国跨国公司的构建与重组	290
第五节	加快培育中国跨国公司的政策措施	300
第十一章	加入 WTO 后中国跨国公司的跨国经营战略	308
第一节	市场进入战略	308
第二节	市场营销战略	317
第三节	技术创新战略	324
第四节	人才资源战略	332
第五节	企业文化战略	338
第六节	组织建设战略	342
第十二章	加入 WTO 后中国引进跨国公司的战略及 政策调整	347
第一节	中国引进外商直接投资的结构与绩效	347
第二节	加入 WTO 后中国引进外商直接投资的战略调整	355
第三节	加入 WTO 后跨国公司对中国投资的新动向	360
第四节	加入 WTO 后中国引进跨国公司直接投资的政策调整	362
附录	欧盟对华直接投资研究及其与美、日的比较	368
后记		390

第一章

跨国公司的性质和特征

跨国公司是为适应生产和资本国际化的需要而出现的企业组织形式和运作方式，是现代企业制度的最高组织模式。跨国公司作为一个整体，包括设在母国的母公司和东道国的分公司、子公司、避税地公司等。目前，国际上关于跨国公司的界定与衡量标准不一，尚存争议。一般认为，跨国公司应在公司总部的统一战略管理和控制下，在两个或两个以上的国家进行生产和经营活动，且其国外销售额应占总销售额的25%以上。^① 跨国公司有其独特的经营优势和竞争优势，并在战略决策、经营管理、组织协调和控制监督等方面呈现出一些不同于国内公司的特征。

第一节 跨国公司名称的演变

一、跨国公司一词的由来

一般说来，跨国公司泛指各种法律形式的从事跨国经营的企业。跨国经营一词通常被用于表明国民经济中企业向国际经济领域转移的过程。当一个企业的资源转化局限于单一主权国家范围时，它所从事的生产经营活动就是国内经营。与此相对应，跨国经营则是指企业所开展的超越一国主权范围的生产经营活动，即以企业为主体所实现的超越国界的商品、服务、资本、技术等经

^① 成思危主编：《中国境外投资的战略与管理》，第7页，民主与建设出版社2001年版。

济资源的传递与转化过程。

企业跨国经营活动作为一种经济现象，最早可追溯到 16 ~ 18 世纪。16 世纪地理大发现和新航线的开辟，扩大了国际商业活动的空间。当时英国、法国、荷兰等老牌殖民国为了促进对外贸易和航运业的发展，获取海外资源，纷纷在其殖民地设立商业贸易公司，凭借特许权进行掠夺性的殖民贸易。当时著名的特许公司（Chartered Company）有东印度公司、哈德逊湾公司、东地中海公司、皇家非洲公司和荷属东印度公司等。在这一时期，跨国经营活动虽然在全球范围内获得广泛的开展，但仅限于以商品交换为主的贸易领域。到了 19 世纪，殖民时代的跨国经营活动已开始从商品贸易向生产经营转变。作为现代意义的跨国公司的起源，即企业在海外设立生产性分支机构，从事制造业跨国经营活动，则可追溯到 19 世纪 60 年代。19 世纪后半期到第一次世界大战前夕，在美国以及欧洲的英、法、德等国已出现了以对外直接投资为特征的早期跨国公司。例如，1865 年德国拜耳化学公司（Bayer）在美国纽约州奥尔班尼设立制造苯胺的药厂；1866 年瑞典诺贝尔公司（Nobel）在德国汉堡开设生产炸药的分厂；1867 年美国胜家缝纫机公司（Singer）在英国格拉斯哥建立缝纫机装配厂等。虽然这一时期对外直接投资的主要方向是资源开发和交通运输业，制造业相对较少，但这些部门的跨国公司已初步具备了以“全球市场”为目标的特征，可以看作是现代意义的跨国公司的雏形。此后，跨国公司在世界上陆续增多，其规模和结构都有很大变化，尤其是经过第二次世界大战以来的迅速发展，它已成为当代世界经济发展的主要力量，其影响已深入到世界政治、经济和文化的各个领域。

然而，直到 20 世纪 60 年代初期，跨国公司即从事跨国生产经营活动的企业实体才开始被冠以多国公司的名称。1960 年 4 月，美国发展和资源公司董事长、田纳西河流域管理局局长戴维·E. 利连索尔在美国卡耐基理工学院发表关于企业管理形式将随跨国经营的发展而作相应调整和改变的演说，并以该讲演稿为基础修改成题为《多国公司》一文予以发表，首次使用多国公司（Multinational Corporation, MNC）一词。此后，有关跨国公司的论文和著作逐渐增多，多国公司这一名称逐渐被学术界和社会所接受。1965 年，美国哈佛大学成立跨国公司研究中心，在系统调查和资料收集的基础上，对跨国公司进行了深入研究，出版了大量专著和论文，形成了著名的哈佛学派。他们的研究成果统一采用多国公司的名称。

在当时,多国公司通常被叫做跨国公司。20世纪70年代初,联合国的有关下属机构也开始展开对跨国公司的研究。1972年7月,联合国经济及社会理事会(ECOSOC)第1721号决议,请求联合国秘书长指定一个知名人士小组研究“多国公司的作用及其对发展过程,尤其是对发展中国家的发展过程和国际关系的影响。”1973年,联合国秘书处在为知名人士小组所准备的一份题为《世界发展中的多国公司》的报告中,也采用了多国公司的提法。

1974年,联合国经济及社会理事会第57次会议在讨论知名人士小组提交的题为《多国公司对发展和国际关系的影响》的报告时,许多拉丁美洲国家的代表提出,多国公司在拉丁美洲一体化文件中有着特定的含义,即专门是指那些在安第斯条约国家组织赞助下,由该组织成员共同创办和经营的公司。为了避免混淆,他们建议采用跨国公司(Transnational Corporation, TNC)一词来代替多国公司。联合国经社理事会采纳了这个建议,并设立一个政府间的跨国公司委员会和跨国公司中心,作为永久性机构。从此以后,联合国的正式文献中统一使用跨国公司这个名称。

二、跨国公司的名称及其演变

在国外,跨国公司有种种叫法,尚未形成统一名称。常见的有四种,依次为国际公司(International Corporation)、多国公司(Multinational Corporation)、全球公司(Global Corporation)和跨国公司(Transnational Corporation)等。此外,还有国际企业(International Business)、多国企业(Multinational Enterprise)、全球企业(Global Enterprise)、跨国企业(Transnational Enterprise)和宇宙公司(Cosmcorp)、超国家公司(Supernational Corporation)、世界公司(World Corporation)等提法,不一而足。上述不同名称虽然都表示从事跨国经营活动的企业,但其内涵却存在较大差别,这种差异源于跨国公司在不同发展阶段上的演变历史及其不同的跨国经营战略。^①

(一) 国际公司

在跨国公司发展的早期阶段,国外业务在企业的全部业务中所占比重

^① 原毅军编著:《跨国公司管理》,第1页,大连理工大学出版社1999年版。

较小。与纯粹从事国内经营的国内公司相比,这种从事有限跨国生产经营活动的企业被称为国际公司。国际公司基本上以母公司在母国的业务为主,国外子公司和分公司通常是围绕如何增强母公司的竞争实力来组织生产经营活动,如保证原材料供应,提供低成本零部件,增加母公司产品的国外销售等。从这个意义上看,国际公司实际上是母公司的国际部(International Division)或地区部(Regional Division)。

国际公司的跨国经营战略定位于国际战略。起初,企业根据国内市场需求研制新产品,开拓新产品的国内市场。当产品的国内市场趋于饱和时,企业便转向开拓产品的国际市场,由产品出口到出售产品技术或专利许可证,直至对外直接投资。母公司把技术和设备转移到国外子公司,通过国外生产降低成本,再将产品返销母国或其他国家市场。这种以产品生命周期为基础,立足于国内市场开展跨国经营业务的思想,形成了国际公司的跨国经营战略,即国际战略(International Strategy)。实施这种战略,要求企业具备较强的新产品开发能力,能成功地将产品打入东道国市场,有效控制和管理产品、技术向国外子公司的转移。美国的许多大型公司,如宝洁公司、通用电器公司和辉瑞公司等,在发展的早期阶段均采用了国际战略。

(二) 多国公司

国际公司以母国市场为基础开展跨国经营活动,在东道国面临的突出问题是出口如何适应当地市场需求的变化,以及对外直接投资如何适应母国与东道国在民族文化、经济发展水平、商业惯例或社会制度等方面存在的差异。换言之,如何增强在东道国的适应能力,便成为国际公司开展跨国经营活动必须考虑的首要问题。为此,需要根据不同东道国的具体特点制定发展战略,调整产品结构、产品性能或产品包装,甚至在不同东道国的子公司中采用不同的管理方法。此时,国际公司即已转变为多国公司。这种根据不同东道国特有环境开展跨国经营活动的企业通常被称为多国公司。

多国公司采取的跨国经营战略叫多国战略(Multinational Strategy)。多国战略侧重于东道国之间的差异。其中,当地化(Localization)是多国战略的核心内容。多国公司在20世纪50年代和60年代得到迅速发展,其突出特点是在不同东道国中具有很强的灵活性和适应能力。根据这一战

略，每个东道国的子公司需要根据当地市场需求改进母公司提供的产品和技术或开发新产品，并尽可能多地利用当地资源满足当地市场的需求。欧洲的许多大型公司，如联合利华、飞利浦和雀巢公司等，在发展的早期阶段均采用了多国战略。

（三）全球公司

多国公司为了增强跨国经营的适应能力，通常需要在每个东道国建立一套完整的生产经营系统，包括产品研制与开发、原材料和零部件采购、产品生产装配、仓储、运输、市场营销以及售后服务等几乎所有的生产经营环节。如果东道国市场规模狭小，则国外子公司很难实现规模经济效益。为了在跨国经营中提高效率，多国公司必须把世界上不同国家的市场当作一个整体，即从全球市场角度制定跨国经营战略。此时，多国公司即已转化为全球公司。这种以全球市场为目标开展跨国经营活动的企业通常被称为全球公司。

全球公司的跨国经营战略是全球战略（Global Strategy），其战略目标是通过以全球性协调为基础的大规模生产经营活动提高效率，从而有效建立绝对成本优势，占领全球市场。全球公司致力于全球性产品的生产经营，这类产品的市场是全球性市场，其市场需求产生于各国消费者类似或趋同的偏好。因此，企业可以在母国或少数几个东道国设置生产基地，通过大规模生产，满足全球市场的需求。全球公司的发展在 20 世纪 70 年代和 80 年代获得巨大成功。日本的许多大型公司，如丰田、佳能、松下等，在跨国经营活动中采取的战略基本上都是全球战略。

（四）跨国公司

在全球经济一体化环境中，全球公司不仅在竞争中战胜了各东道国的当地企业，而且战胜了采用国际战略和多国战略开展跨国经营活动的公司。然而，进入 20 世纪 90 年代，全球公司的进一步发展却遇到了日趋增加的阻力。一是各国消费者对不考虑各国需求差异的全球性产品产生厌倦，重新强调体现本国文化的特有偏好和口味；二是许多东道国政府因全球公司对民族工业发展的影响和贸易逆差的扩大，也加强了对全球公司的限制；三是国际政治经济环境中不稳定因素的增加，尤其是汇率的快速变化，都对全球公司的发展产生了不利影响。

全球公司发展付出的最大代价是对东道国特定环境的适应能力有所降低。在全球公司体制下,跨国经营的整体效率和对各东道国市场变化的适应能力一般很难同时兼顾。跨国公司则强调其业务经营的国际性(Internationality)、多国性(Multinationality)和战略决策的全球取向(Global Orientation),主张通过建立世界范围内的竞争优势,达到既有较高的整体跨国经营效率,又具备较大灵活性和较强适应能力。在跨国公司经营战略的视野中,跨国公司的母公司与子公司之间的关系不是简单的集权与分权关系,而是在一体化世界性经营网络中相互依存的不同决策实体,通过复杂的组织管理与协调系统保证跨国经营活动的有效运转。^① 20 世纪 90 年代以来,越来越多的全球公司在制定和实施跨国经营战略过程中注重兼顾效率和适应能力,力求发展成为真正的跨国公司。

三、广为使用的跨国公司的名称

20 世纪 70 年代中期以来,跨国公司的上述名称中使用最为普遍的主要有两个:一是跨国公司(Transnational Corporation, TNC)。它是联合国文件及有关资料中统一采用的规范名称。1974 年联合国经济及社会理事会作出决议,要求联合国及其各个附属机构统一使用跨国公司这个名称,以突出其不同于只在一国范围内从事生产经营的这种跨国性的生产特征。跨国公司的生产经营活动具有国际性、多国性和全球性。其中,国际性(Internationality)是指在国与国之间开展生产经营活动;多国性(Multinationality)是指在许多不同的国家开展生产经营活动;全球性(Globalism)则是指以全球市场为经营目标,推行全球战略。国际公司仅仅具有国际性这一特征,甚至有人将它看成是母公司的国际部或地区部;多国公司是指该公司(企业)在许多国家从事生产经营活动;全球公司、世界公司或宇宙公司则常常是可以通用的,即它们都以全球竞争环境为出发点制定企业经营战略,企业的业务面向全球,实施“全球取向”(Global Orientation)的战略管理。二是多国公司(Multinational Corporation, MNC)或多国企业(Multination Enterprise, MNE)。这一名称通常被西方学者和企业界广泛使用。在西方许多国家,“多国”和“跨国”这两个词

^① 原毅军编著:《跨公司管理》,第 4 页,大连理工大学出版社 1999 年版。

是混用的，因而跨国公司与多国公司这两个名称在很多场合是相互通用的。尽管跨国公司的名称多种多样，各自的内涵与外延也不尽相同，但本质上均是指在海外设立生产性分支机构，从事跨国界生产经营活动的企业实体（Business Entity）。

第二节 跨国公司的界定：衡量标准与定义

一、跨国公司的衡量标准

国外关于跨国公司的内涵界定尚未统一。现存的跨国公司的定义是基于以下三种不同的衡量标准。

（一）结构性标准（Structural Criteria）

结构性标准是指采用地区分布、生产或服务设施、所有权、经理人员的国籍、企业的组织形式等标准来划分国内公司与跨国公司。

1. 地区分布论。

这类定义强调企业跨国经营的地理区域和活动范围，主要是从经营的地区分布和跨国数目两方面界定跨国公司的属性，是迄今普遍采用的较为宽松的定义。

（1）经营区域。根据语义学或地理学的定义，跨国公司是指跨越国界，在国外经营业务的企业组织。戴维·E. 利连索尔认为，跨国公司是以一国为基地，同时也在其他国家的法律和习惯下进行生产活动的公司。美国著名跨国公司专家约翰·丹尼尔斯（John Daniels）和李·贝德鲍（Lee Badebaugh）认为，跨国公司是指在两个或两个以上国家之间从事经营活动的企业，包括私营企业和国有企业，不管其所有权归属和盈利状况如何，这些企业都是跨国公司。

（2）跨国数目。一种观点认为，除母国的基地外，一个企业必须同时在国外至少一个国家进行生产和经营活动，才能称为跨国公司。按照这种观点，许多中小型国际化企业也可称为跨国公司。另一种观点认为，一个企业必须在国外两个或两个以上的国家进行生产和经营活动，才算跨国

公司,甚至提出最低限度为4个、5个或6个国家等细分标准。按照这种观点,只有大型或巨型的国际化企业才能称为跨国公司。根据跨国数目标准,最开放的学者认为,只要在两个或两个以上的国家从事生产经营活动的企业,就可以称为跨国公司;最保守的观点则认为跨国公司一般都应有范围相当广泛的地区分布,如果某企业只在本国基地以外一国或两国拥有子公司,往往不被列入跨国公司的行列。它们以在6个以上国家设有子公司、分公司及其他形式的分支机构的大型跨国企业才能算作跨国公司;较为折衷的观点认为,最低限度要扩展到四个或五个国家,才能称其为跨国公司。

2. 生产或服务设施论。

这类定义把跨越国界,拥有多个工厂或经营单位作为界定跨国公司的标准。它强调以对外直接投资为基础的跨国经营管理,认为跨国公司应在两个或两个以上国家拥有生产或服务设施,而不仅仅是市场的组合。因为某个企业如果仅仅是业务活动跨越国界,而不在国外拥有或控制生产或服务设施,那只能算是贸易公司。联合国秘书处在1972年的一份报告中认为,凡是在两个或更多国家控制有工厂、矿山、销售机构和其他资产的企业都是跨国公司。英国著名跨国公司问题专家邓宁(J. H. Dunning)也认为,跨国公司就是在一个以上的国家拥有或控制生产设施(如工厂、矿山、炼油厂、分支机构、办事处等)的企业。

3. 所有权论。

这类定义主要是基于跨国公司所有权的复杂性,从所有制即所有权的性质和所有权拥有或管理控制的比例两方面界定跨国公司的。跨国公司所有权的复杂性不仅体现在所有权的公有和私有,还体现在所有者分布在不同国家,且相互交织在一起。

(1) 所有权的性质。对于这个标准,一般有两种不同观点:一是认为跨国公司应是私人企业。例如,有的学者认为跨国公司主要是指以全球利润最大化为目标的私营企业,而国营企业即使实行了跨国经营,但主要不是为了盈利,因而不能算作跨国公司;二是认为跨国公司所有权的归属既可以是私人的,也可以是政府的,或是两者所共有的。经济合作与发展组织(OECD)认为,跨国公司“通常包括所有权属于私人的、国营的或公私合营的公司或其他实体”。^①

① 肖卫国著:《跨国公司海外直接投资研究》,第5页,武汉大学出版社2002年版。