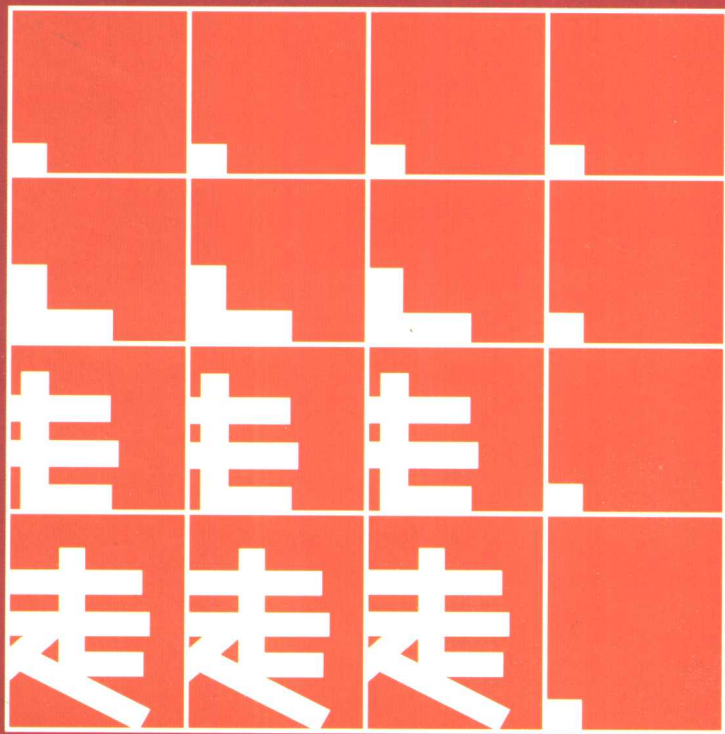


ZHONGGUO QIYE ZOUCUQU DE CHANYE FENXI

中国企业 “走出去”的产业分析

邓洪波 著

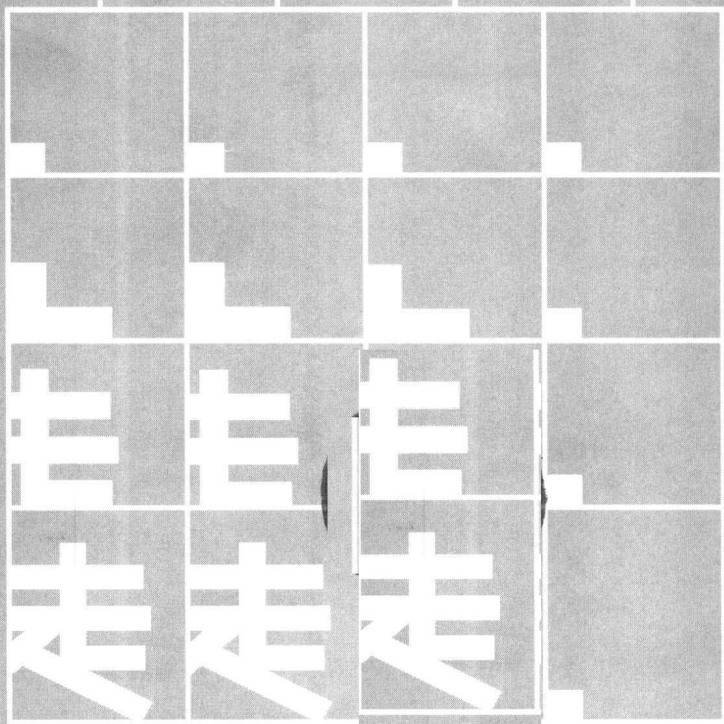


人民出版社

ZHONGGUO QIYE ZOUCHUQU DE CHANYE FENXI

中国企业 “走出去”的产业分析

邓洪波 著



人民出版社

图书在版编目 (CIP)数据

中国企业“走出去”的产业分析/邓洪波 著.

—北京:人民出版社, 2004.9

ISBN 7-01-004591-7

I.中… II.邓… III.跨国公司—国际市场—市场竞争—研究—中国
IV.F297.247

中国版本图书馆CIP数据核字 (2004)第099886号

中国企业“走出去”的产业分析

ZHONGGUO QIYE ZOUCHUQU DE CHANYE FENXI

邓洪波 著

人民出版社 出版发行

(100706 北京朝阳门内大街166号)

煤炭工业出版社印刷厂印制

新华书店经销

2004年9月第1版

2004年9月第1次印刷

开本: 787毫米×1092毫米 1/16 印张: 21.5

字数: 300千字 印数: 1-3,000册

ISBN7-01-004591-7 定价: 32.00元

邮购地址: 100706 北京朝阳门内大街166号

人民东方图书销售中心 电话 (010)65250042 65289539

序 言

应对经济全球化的机遇与挑战,中国企业的发展要求大幅度地提高产业国际竞争力。推进中国企业由大到强的转变,打造一批国际一流的企业,塑造一定规模的、具有国际竞争力的一批产业,形成一群充满活力的行业,是中国努力向经济强国的目标迈进的具体方略。企业“走出去”产业分析的命题也就应运而生。

从产业发展看,中国企业增长方式有两种:内需增长和外贸增长,决定着企业“向内走,向外走”。著名青年学者邓洪波多年来一直致力于产业经济学与 WTO 经济事务研究相结合,一直关注中国企业“向外走”的理论研究与实践总结。新近完成的《中国企业“走出去”的产业分析》一书是他在这一领域的又一尝试。

本书的特点之一是立足于产业分析的新视角,首次系统地对中国企业“走出去”进行专门分析。中国开放是从“引进来”开始的,经过 20 多年的努力,我国经济快速发展,我国的经济体制改革取得了重大的进展,市场作为配置资源的方式正在许多领域起着基础性作用,人们对经济活动的理解也随之不断加深,经济领域受市场冲击的广度也不断扩大。中国的进出口贸易不断扩大,与世界经济的联系日益密切,在这一过程中,产业层面作为介于微观和宏观之间的领域,进入人们的视野,并逐渐成为改革的主题。正是社会对产业领域的不断重视和改革的需求,产生了对中国企业“走出去”进行产业分析的必要性。中国企业所面临的新的生存环境发生了三个主要方面的本质变化:第一,市场竞争在越来越多的行业全面深入地展开;第二,全球经济整合对中国本土企业带来直接和巨大的影响;第三,企业自身生命周期的演变。

中国企业“走出去”的产业分析是全球市场竞争加剧后产业经济学迫切需要研究和创新的主要内容之一。市场深化以后,企业“走出去”的理论创新至少体现在国内产业外贸增长与国际产业竞争两个方面:如何实现

国内企业产业外需增长,充分利用国内国外两种资源;如何提升中国企业的国际竞争力,充分利用国内国外两个市场等等,都需要产业经济学加以系统回答。

对中国企业“走出去”进行产业分析,要求我们运用产业经济学的理论,从产业的内在规定性来观察、思考和分析企业“走出去”的全部行为和行为的全过程,包括企业“走出去”的原因、“走出去”的决策、“走出去”的目标以及“走出去”的经营策略等,判断谁最有希望成为未来的世界产业领袖,引导中国企业怎样才能成为世界一流的企业。企业“走出去”需要宏观政策的指导,需要具体而又落到实处的鼓励措施。而落到实处的措施,依赖于充分和科学的产业分析。

本书的特点之二是对企业“走出去”的产业分析的体系比较完整。本书对企业“走出去”的产业分析,由三个模块构成:产业理论模块、产业现实模块和产业选择模块,而把这三个模块连接起来的,是产业分析方法。产业理论模块选择了对企业“走出去”进行产业分析所必需的范畴、理论和规律、产业类型、产业发展规律、国际产业关联、产业政策等;产业现实模块由中国产业环境、国际产业环境和国别产业环境三部分组成,每一部分又是从产业现状、产业政策或环境两个方面展开分析的;产业选择模块“选择”,具有双向选择的含义:一是产业对“走出去”企业的选择,二是“走出去”企业对投资行为包括经营行为的选择,包括第五章“走出去”企业的进入策略、第六章“走出去”企业的经营策略、第七章“走出去”企业的管理策略的选择等内容。

本书的特点之三是不仅注意到企业“走出去”的产业需求,而且把它升华为一种产业成长理论和投资理论的核心,如同传统投资理论把优势看作它的理论核心那样,企业“走出去”的产业分析理论是以产业需求为核心来展开自己的理论框架的。企业“走出去”的产业分析理论,把产业需求看作是企业“走出去”的内在动力。从组织形式看,企业是产业的基本主体,生产同类产品企业的集合就是产业。同一产业大多数企业的需求,就构成了该产业的需求。需求是引起产业行为的内在动力。因此,研究企业“走出去”,首先应该分析企业及其所在产业是否具有“走出去”的需求。本书内容是建立在产业——企业——“走出去”这样的三维空间中的,通过企业这一中间环节,挖掘产业与“走出去”的内在联系及其规律性。

本书的特点之四是介绍了许多具体与企业“走出去”相关的产业准则。本书除了基础理论的论述外,还安排了一些典型行业的分析和实证研究。

也许这本书更能让众多的企业家接受：第一，书中介绍了企业“走出去”的最重要的产业准则。第二，本书是“教”企业怎样做，“产业准则”是“叫”企业怎样“走出去”。

邓洪波同志新近完成的《中国企业“走出去”的产业分析》这部论著，已经不仅仅是具有一般性的理论意义，而且在实践上可以为我国目前广大的企业实施“走出去”、利用国内国外两个市场、两种资源提供宝贵的理论依据和现实工具。对拓展“走出去”企业决策者的思维空间、丰富“走出去”企业的产业思维、激发企业“走出去”的实践兴趣、成功实施企业“走出去”战略等都是一本较好的、具有指导性的参考文献。

是为序。

戴国晨

2004年7月于北京

目 录

第一章	企业“走出去”的产业分析	1
第一节	企业“走出去”的分析视角	2
一、	“走出去”的内涵与主体	2
二、	“走出去”战略的政治分析	2
三、	“走出去”的国际投资学分析	8
四、	“走出去”的产业分析	23
第二节	国际投资理论的与时俱进	25
一、	从中国的实践看当代国际投资的特点	25
二、	对传统投资理论的突破	29
三、	企业“走出去”的产业分析理论	32
第三节	企业“走出去”的产业分析框架	38
一、	产业理论模块	38
二、	产业现实模块	41
三、	产业选择模块	47
第四节	企业“走出去”的产业分析方法	50
一、	运用产业理论分析产业现实	51
二、	根据产业现实,分析它对企业“走出去”的规定	53
三、	数量分析指标	55
第二章	中国产业环境分析	62
第一节	产业发展一般规律	62
一、	产业类型	62
二、	产业发展规律	67
第二节	中国产业环境分析	71
一、	三次产业变动	71
二、	第二产业分析	74
三、	第三产业分析	78
第三节	中国产业政策环境分析	85
一、	产业政策	85

二、	中国的产业政策	90
三、	中国加入 WTO 法律文件规定的产业政策	91
四、	鼓励企业“走出去”的产业政策	94
第三章	国际产业环境分析	100
第一节	国际产业关联分析	100
一、	国际产业关联的一般理论	100
二、	国际产业关联的实证分析	103
三、	国际产业关联的实现机制	108
第二节	国际产业现状分析	112
一、	国际农业	112
二、	国际工业	116
三、	国际贸易	127
四、	国际直接投资	129
第三节	国际投资法律环境分析	132
一、	双边投资条约	132
二、	多边投资担保机构公约	136
三、	与贸易有关的投资措施协议	139
四、	解决国家与他国国民之间投资争议公约	142
第四章	国别产业环境分析	146
第一节	亚洲国家产业环境分析	146
一、	日本产业环境分析	146
二、	韩国产业环境分析	150
三、	越南产业环境分析	154
四、	泰国产业环境分析	157
第二节	美洲国家产业环境分析	160
一、	美国产业环境分析	160
二、	加拿大产业环境分析	164
三、	墨西哥产业环境分析	168
四、	巴西产业环境分析	172
第三节	欧洲国家产业环境分析	175
一、	德国产业环境分析	175

二、	英国产业环境分析	179
三、	法国产业环境分析	183
四、	俄罗斯产业环境分析	187
第四节	非洲国家产业环境分析	191
一、	南非产业环境分析	191
二、	埃及产业环境分析	195
三、	尼日利亚产业环境分析	197
第五章	“走出去”企业的进入策略	202
第一节	进入模式	202
一、	出口进入模式	203
二、	契约进入模式	204
三、	投资进入模式	204
第二节	进入策略	206
一、	循序渐进策略	206
二、	多数股权策略	207
三、	多形式新建策略	208
四、	非资本进入策略	209
第三节	进入策略评价	209
一、	指标评价法	210
二、	赫奇评价法	213
第六章	“走出去”企业的经营策略	214
第一节	“走出去”企业的经营模式	214
一、	经营的组织模式	214
二、	经营的一体化模式	215
三、	经营的目标模式	217
第二节	“走出去”企业的营销策略	219
一、	产品策划	219
二、	市场细分	221
三、	协同营销	222
四、	定价策略	223
五、	渠道策略	227

第七章	“走出去”企业的管理策略	231
第一节	组织管理	231
一、	企业组织结构的一般形式	231
二、	跨国经营企业组织结构的演进	238
三、	人力资源管理	240
第二节	跨文化管理	243
一、	企业的国际文化环境	244
二、	跨文化管理及其策略	245
第三节	财务管理	248
一、	融资管理	249
二、	财务风险管理	251
第四节	“走出去”企业的公共关系管理	254
一、	进入过程中的公共关系管理	254
二、	公共关系管理中的东道国政府机构	257
三、	争端解决中的公共关系管理	261
第五节	“走出去”企业的政策法规选择	263
一、	最惠国待遇	263
二、	国民待遇	264
三、	互惠原则	267
四、	开放市场	268
五、	公平竞争	271
六、	透明度原则	273
第八章	中国企业“走出去”的产业实证分析	274
第一节	“走出去”企业进入海外市场的产业特点	274
第二节	石油产业分析与企业“走出去”	278
一、	中国石油产业分析	278
二、	中国石油企业“走出去”	280
三、	案例——中国石油天然气集团公司“走出去”	285
四、	案例——中国石油化工集团公司“走出去”	289
五、	中国海洋石油总公司“走出去”	290
第三节	家电产业分析与企业“走出去”	293
一、	中国家电产业分析	293

二、 中国家电业“走出去”	294
三、 案例——海尔集团公司以品牌行销海外	296
四、 案例——春兰（集团）公司“走出去”参与世界市场角逐	298
 附录： 中国部分“走出去”企业的投资地和投资领域.....	302
 参考文献	328
 后记	330

第一章 企业“走出去”的产业分析

在经济全球化和全球信息化的大背景下,“走出去”战略成为中国坚定不移的对外开放政策的一部分,更是中国企业做大做强的必由之路。1979年3月,国务院提出了出国开办企业的政策,1999年底,党和国家领导人提出了“走出去”的战略,从这以后,在历届党的代表大会和全国人民代表大会上,在国家经济社会发展计划中,都反复强调实施“走出去”战略。党的十六大进一步明确指出,要“坚持‘引进来’和‘走出去’相结合”,实施“走出去”战略是对外开放新阶段的重大举措。鼓励和支持有比较优势的各种所有制企业对外投资,让更多的企业在更大范围、更广领域和更高层次上参与国际经济技术合作和竞争,充分利用国际国内两个市场,优化资源配置,拓宽发展空间。2004年3月5日,温家宝总理在全国人大十届二次会议《政府工作报告》中也指出:“加快实施‘走出去’战略,加强对境外投资协调和指导,鼓励各类所有制企业采取多种形式到境外投资兴业,拓展国际市场。”

企业“走出去”需要宏观政策的指导,需要具体而又落到实处的鼓励措施。而落到实处的措施,依赖于进行充分和科学的产业分析。本书从产业理论出发研究企业“走出去”的规律和策略,试图对“走出去”战略进行系统的产业分析,为企业“走出去”提供实际的指导。

第一节 企业“走出去”的分析视角

一、“走出去”的内涵与主体

“走出去”是指将资本、设备、产品、技术、人才、服务、自然人和管理经验等生产要素输出到国外,参与全球化市场竞争和国际化经营的发展方针。

“走出去”的内容很丰富。2001年3月,江泽民总书记将“走出去”概括为在境外建立销售网络,生产体系和融资渠道。这一概括较为全面地表达了“走出去”的内涵。狭义的“走出去”主要指海外投资,根据世界贸易组织《服务贸易总协定》的规范,各国企业在境外建立合资合作或独资的行为称“商业存在”(commercial presence)。广义的“走出去”包括对外投资、对外援助、货物出口、技术出口和服务出口、对外信贷、人员外移等。“走出去”最重要的内容是国内企业开展跨国投资和国际化经营。

“走出去”首先是指企业“走出去”,包括境外投资办厂、境外资源开发合作、对外承包工程、对外劳务合作、设立境外研发中心、到国外建立销售网络、提供咨询服务、开展农业合作、进行跨国购并等。“走出去”也应当包括产品走出去,虽然企业没有出去,但产品大部分或全部都销到国外,甚至产品和原材料两头在外,这样的企业与在国外办厂的企业本质基本相同,因此也应列入“走出去”的企业之列。

所以,“走出去”的主体是企业。中国“走出去”的企业,在目前又分两类:一类指获得在境外投资的许可、在境外可以进行资本项目经营的企业或企业集团及其下属公司;二类指享有对外经营权的企业或企业集团及其专门从事进出口业务和对外承包工程的总公司及其他下属公司、企业参股的承包性公司和投资性公司。“走出去”的方式一般都经历了转换,如从产品走出去,到人员走出去,再到企业“走出去”。

二、“走出去”战略的政治分析

关系到国家前途和民族命运的大事才可以称得上政治,党和国家的“走出去”战略正是从这个角度上提出的。

1.“走出去”战略的提出和主要政策

中国实行改革开放以来的“走出去”政策和中国企业“走出去”的实践，为“走出去”战略的提出奠定了基础。

(1) 中国政府“走出去”政策

- 1979年 国务院颁发文件，提出要“出国开办企业”。

- 1981年 外经贸部颁发《关于在国外开设合营企业的暂行规定》及《关于在国外开设非贸易性企业的暂行规定》。

- 1984年 外经贸部制定《中国对外投资开办非贸易性企业的暂行审批程序和管理办法》。

- 1985年 外经贸部颁发《关于在国外开设非贸易性企业的审批程序和管理办法》。

- 1989年 财政部、外经贸部、中国银行联合颁发《海外贸易、金融、保险企业财务管理暂行办法》。

国家外汇管理局颁发《海外投资外汇管理办法》。

- 1989年 国家计划委员会颁发《关于加强海外投资项目管理的意见》。

- 1992年 国家外汇管理局、财政部、国务院清产核资领导小组颁发《关于清产核资中全民所有制企业、单位对外投资的管理和审定的暂行规定》。

- 1993年 国务院颁发《关于暂停收购海外企业和进一步加强海外投资管理的通知》。国家国有资产管理局颁发《关于用国有资产实物向海外投资开办企业的有关规定》。

外经贸部颁布《海外投资企业的审批程序和管理办法》。

国家国有资产管理局颁发《关于授权北京市国有资产管理局等44个单位办理国有资产实物海外投资出口核验手续的通知》。

- 1994年 国家国有资产管理局制定《海外国有资产产权登记管理办法》

- 1995年 国家国有资产管理局颁发《海外企业、机构清产核资工作方案》及其《有关规定》。

- 1996年 财政部颁发《海外投资财务管理暂行办法》。

- 1998年 年初在全国外经贸工作会议上，国务委员吴仪同志提出积极引导和推动我国具有比较优势的加工工业在外国当地开展生产加工和装配，鼓励有经济实力、有专业技术力量的企业到境外投资办厂。年底在京召开的驻外经商参赞会议上，吴仪提出应鼓励企业大力开展境外带料加工装配业务。

- 1999年 国务院办公厅下发《转发外经贸部、国家经贸委、财政部关于鼓励企业开展境外加工装配业务意见的通知》。此后，经过各有关主管部门反复研究和协商，将境外带料加工装配业务统一称作“境外加工贸

易”。财政部、外交部、外汇和理局、海关总署发布《境外国有资产管理暂行办法》。

- 2000年 江泽民总书记在中央有关文件中提出“走出去”战略。

- 2001年 国土资源部颁布《走出去开发利用国外矿产资源》。

- 2000年 党的十六大报告提出：坚持“引进来”和“走出去”相结合，全面提高对外开放水平。

- 2003年 商务部、国家统计局制订发布了《对外直接投资统计制度》，商务部、国家外汇管理局制定实施了《境外投资联合年检办法》等制度。包括放松企业海外投资的外汇管制，建立海外投资信用保险制度等等。尤其是商务部与国家外汇管理局共同推行的境外投资审批改革试点，内容包括：简化境外加工贸易项目审批程序，将中方投资额300万美元以下的项目下放到地方审批，减少审批材料，取消对项目建议书和可行性研究报告的审批；在北京、天津、上海、山东、青岛、江苏、浙江、宁波、福建、厦门、广东、深圳12个省市进行境外加工贸易以外的项目的境外投资审批试点，由地方外经贸主管部门核准境外投资项目后报商务部备案；赋予沿海及四川、重庆、黑龙江等省市各2亿美元的用汇规模，额度内外汇来源由地方外汇分局审查，取消境外投资汇回利润保证金。

总之，从中央提出实施“走出去”战略以来，有关政府部门一手抓管理、一手抓促进；在境外企业设立、境外投资管理、境外加工装配、对外承包工程、对外劳务合作等方面制订一系列政策措施，推动我国企业“走出去”开展跨国经营取得了可喜的成绩。总体上看，我国“走出去”的政策体系已初步形成，但在经济全球化和我国加入世贸组织后的新形势下，与党的十六大提出加快实施“走出去”战略的要求相比，“走出去”各项政策还不尽完善，需大力加强政策研究和法制建设，制定更有效的政策措施。

(2) 中国企业“走出去”的实践

在党和国家正式提出“走出去”战略之前，中国企业已经有20多年“走出去”的实践，为“走出去”战略奠定了坚实的基础。1979年11月，北京市友谊商业服务总公司与日本东京丸一商事株式会社在东京合资开办了“京和股份有限公司”。该公司主要经营业务是为北京市食品工业企业的更新改造引进技术和设备，同时在日本开办北京风味餐馆和提供厨师服务。这是中国实行改革开放后在境外开办的第一家合资经营企业。从1979年到1986年，中国政府共批准在境外开办非贸易性的合资、合作与独资企业180家，中方投资1.77亿美元。投资分布以港澳地区为主，其次是美、日等发

达国家和一些发展中国家。投资的领域主要有资源开发、加工装配、承包工程、金融保险、咨询服务、航运服务和中餐馆等。

1986年以后,中国企业“走出去”快速增加。除了后来的外经外贸企业外、工业企业、科技企业、物资企业等也都参与到了境外投资之中。首都钢铁公司秘鲁铁矿项目中方投资方达1.2亿美元,这是当时中国最大的境外投资企业。1992年是中国企业境外投资增长最快的一年,当年批准设立的海外非贸易性企业355家,中方投资1.95亿美元。截至到1992年底,经政府批准的境外企业总共4117家,中方投资总额达到40多亿美元。非贸易性企业涉及到工农业生产、资源开发、海洋捕捞、工程承包等。贸易性企业主要是国内外经外贸企业在境外设立的独资、合资企业和代表处。到1992年底,中国企业已经在世界120多个国家和地区建立了境外企业。

从1993年开始,国家决定实行经济结构调整,让过热的经济软着陆。与此相适应,境外投资业务也进入清理整顿时期。这一时期虽然速度有所减慢,但是企业“走出去”、进行境外投资并没有因此停止。据统计,1994年中国政府批准的境外企业增为5044家,中方投资额为59.3亿美元。其中贸易性企业3059家,非贸易性企业累计1985家,中方投资21.5亿美元。截至1995年底,经外经贸部批准或备案的境外投资企业共5666家,中方总投资为63.3亿美元。其中贸易性企业3288家,中方投资39.8亿美元,非贸易性企业2378家,中方投资25.5亿美元。

1999年是继1986年、1992年之后,又一个“走出去”的高潮年。全年新建立境外企业437家,境外投资额达6.19亿美元。2000年国家批准境外企业320家,中方协议投资额6.22亿美元。2001年新设境外企业312家,中方协议投资额7.9亿美元。从2002年开始,中国企业“走出去”继续高速发展,截至2002年9月底,我国已累计批准设立境外企业6849家,协议投资额135.31美元,其中中方投资91.34亿美元。根据2003年12月中旬商务部首次公布的中国对外直接投资统计数据,截至2002年底,中国累计对外直接投资净额(非金融类)299.2亿美元,其中2002年对外直接投资净额27亿美元,2002年境外企业实现销售收入772亿美元。2003年,经国家商务部批准和备案设立的境外非金融类中资企业510家,中方协议投资额20.87亿美元,同比增长45.7%和112.3%。其中,境外加工贸易企业70家,中方协议投资额1.45亿美元。在2003年1—10月期间,中国企业海外投资家数已达到7360家,中方投资额达110亿美元。

境外企业既有贸易性的也有非贸易性的。境外加工贸易类企业主要以

轻工、纺织、家用电器等机械电子类和服务类为重点；投资主体多为实力强、有一定信誉的国内生产企业，投资方式多以设备和成熟技术为主。投资分布在160多个国家和地区。其中以投资环境好、政局稳定的国家和地区最为集中。

(3) “走出去”战略的提出

党和国家的“走出去”战略是在政府“走出去”政策和企业“走出去”实践过程中逐渐形成的。

• 1992年，江泽民总书记在党的十四大《加快改革开放和现代化建设步伐，夺取有中国特色社会主义事业的更大胜利》的报告中提出：“进一步扩大对外开放，更多地更好地利用国外资金、资源、技术和管理经验”，同时提出“积极地扩大我国企业的对外投资和跨国经营”。这是“走出去”战略的雏形。

• 1997年，江泽民总书记在党的十五大《高举邓小平理论伟大旗帜，把建设有中国特色社会主义事业全面推向二十一世纪》的报告中，再次提出：“对外开放是一项长期的基本国策。面对经济、科技全球化趋势，我们要以更加积极的姿态走向世界，完善全方位、多层次、宽领域的对外开放格局，发展开放型经济，增强国际竞争力，促使经济结构优化和国民经济素质提高”，并提出“鼓励能够发挥我国比较优势的对外投资。更好地利用国内国外两个市场，两种资源”。

• 1998年，在中共十五届二中全会上，江泽民总书记指出：“在积极扩大出口的同时，要有领导、有步骤地组织和支持一批有实力有优势的国有企业‘走出去’，到国外，主要是到非洲、中亚、中东、东欧、南美等地投资办厂。”

• 1999年，在九届全国人大二次会议上，朱镕基总理指出：“要从资金、技术、人才、培训等方面，支持和鼓励有条件的企业到境外有潜力的地区发展加工贸易，带动国内商品出口”。

• 2000年，在九届全国人大三次会议上，江泽民总书记指出，随着我国经济的不断发展，我们要积极参与国际经济竞争，并努力掌握主动权。必须不失时机地实施“走出去”的战略，把“引进来”和“走出去”紧密结合起来，更好地利用国内国外两种资源、两个市场。这是我们在参与国际竞争中掌握主动权、打好“主动仗”的必由之路。这样做，有利于在更广阔的空间里进行经济结构调整和资源优化配置，从而不断增强我国经济发展的动力和后劲，促进我国经济的长远发展。