



中国农业企业

海外市场进入模式研究

ZHONGGUO NONGYE QIYE

HAIWAI SHICHANG

JINRU MOSHI YANJIU

陈 伟◎著

中国农业出版社



中国农业企业海外市场 进入模式研究

陈 伟 著

中国农业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

中国农业企业海外市场进入模式研究/陈伟著.
北京: 中国农业出版社, 2012.6
ISBN 978-7-109-16874-9

I. ①中… II. ①陈… III. ①农业企业-国际市场-
市场竞争-研究-中国 IV. ①F324

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 116965 号

中国农业出版社出版
(北京市朝阳区农展馆北路 2 号)
(邮政编码 100125)
责任编辑 赵 刚

中国农业出版社印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行
2012 年 6 月第 1 版 2012 年 6 月北京第 1 次印刷

开本: 850mm×1168mm 1/32 印张: 9.75
字数: 236 千字
定价: 28.00 元

(凡本版图书出现印刷、装订错误, 请向出版社发行部调换)

本书受以下项目资助出版：

广东海洋大学学术著作出版基金资助出版

广东海洋大学经济管理学院农林经济管理重点学科基金资助出版

2012 年度教育部人文社会科学研究规划基金项目“中国农业企业海外市场进入模式研究——基于农业产业化国家重点龙头企业样本的实证研究（编号：12YJA790011）”的研究成果

序 言

近年来，随着经济全球化进程的加快，大量外国农业跨国公司进入中国国内市场竞争日趋激烈。同时，随着我国农业自然资源日益匮乏，农产品安全形势也受到严峻的挑战。国内外环境的这些变化迫使中国农业走出国门。

在当前过分依赖对外贸易这种海外市场进入模式，中国农业国际竞争力受到严峻挑战的情况下，如何“走出去”是中国农业在新时期面临的一个重要课题，而选择什么样的模式“走出去”又是中国农业能否成功“走出去”的关键和面临的难题。但目前对中国农业“采取什么样的模式‘走出去’”这一前提性问题却又鲜有论述。所以，对中国农业海外市场进入模式进行研究，既能对中国农业实施“走出去”战略，提高中国农业国际竞争力以及培育中国农业跨国公司等都起到一定的实践指导作用，也能对“走出去”战略理论的深化和完善有所贡献。

本书在对“走出去”战略的理论渊源、中国农业实施“走出去”战略的时代背景、现状和问题以及成功“走出去”经验分析的基础上，运用科学的理论和

方法，系统地探索经济全球化背景下中国农业海外市场进入模式选择的机理，构建符合中国国情的农业海外市场进入模式，为中国农业“走出去”提供理论和实证支持。

本书主要采用了以下方法对中国农业海外市场进入模式进行了较深入的研究：（1）比较研究。将各种海外市场进入模式分别进行对比分析，寻找异同点和一般规律，着重分析不同模式的适用条件。（2）理论分析与案例实证研究相结合。在海外市场进入模式理论指导下，对中国典型农业企业海外市场进入模式进行案例实证分析。案例研究方法是组织管理学研究的基本方法之一，也是管理理论创建的重要研究方法之一。案例研究比较适合研究“如何”和“为什么”之类的问题，尤其适用于对现象的理解，寻找新的概念和思路，乃至理论创建。由于中西方在经济环境、政治制度、文化背景等方面存在较大的差异，西方现有的理论体系不能完全指导中国农业企业的国际化经营，因此，使用案例研究方法可以开展对中国农业海外市场进入模式针对性较强的研究，另外，本书还以 56 家农业上市公司为例来具体剖析中国农业海外市场进入模式。（3）归纳分析与演绎分析相结合。通过对 56 家农业上市公司和典型农业企业的分析，归纳出中国农业海外市场进入模式的特征和理论分析框架，据此来指导中国农业“走出去”的实践。

本书有以下创新点：（1）综合分析了各种宏观、微观因素，构建了一个较全面的中国农业海外市场进入模式选择理论分析框架。（2）首次以中国农业为研究对象来探讨海外市场进入模式。国内外主流的研究主要是以发达国家跨国公司为蓝本对第二、三产业的企业来探讨海外市场进入模式的选择，针对中国农业海外市场进入模式选择的研究几乎没有。（3）中国目前缺乏农业海外市场进入模式的统计数据，本研究对一些典型农业企业和农业上市公司的分析在一定程度上弥补了这一不足。（4）关于海外市场进入模式的分类尚不统一，这主要是因为海外市场进入模式的复杂性和多样性。而海外市场进入模式分类的不统一会使相关的研究缺乏必要的基础和平台。本书试图对农业海外市场进入模式分类进行完善。

由于迄今为止还没有一个统一的关于海外市场进入模式选择的理论，所以本书在系统梳理各种国际化理论的基础上，提出了海外市场进入模式类型、演变路径及内在特性和中国农业海外市场进入模式选择的理论分析框架，这为本书系统地研究中国农业海外市场进入模式提供了理论支撑。本书的主要内容及结论如下：

1. 运用较为翔实可靠的统计资料，从多角度、多层面对中国农业“走出去”背景、动因及现状进行了分析，这为中国农业海外市场进入模式展开深入研究

提供了现实依据。本书通过分析后认为在经济全球化背景下,现阶段中国农业“走出去”的活动区域以发展中国家为重点,以发达国家为补充。从中国的周边国家开始,逐步扩展到其他国家;中国农业“走出去”动因以农业资源开发型投资和市场开拓型投资为主线,以出口导向型投资和高新技术型投资等为辅助。

2. 在典型案例分析的基础上系统地对比分析了中国农业各种海外市场进入模式,如贸易式模式(直接贸易式、间接贸易式)、对外直接投资(其中包括新建、并购、跨国种植、农业合作示范园区、替代种植、农产品品牌投资、农业海外研发投资)、契约式模式(当前主要是国际农业技术合作、订单农业)、农业对外援助、农业对外劳务合作、农业对外承包工程等。本书认为现阶段中国农业以贸易式海外市场进入模式为主,并与其他海外市场进入模式相结合的方式开展国际经济技术合作,以上模式同时表现出渐进性特征:开始从风险低、资源投入少的模式入手,逐步过渡到资源投入多、风险高、控制程度高的模式。

3. 基于国内外主要影响因素的角度分析了中国农业如何选择海外市场进入模式。影响农业海外市场进入模式选择的因素是多重的,既包括东道国因素、母国因素,也包括产业因素和企业因素。本书通过分析后认为现阶段中国农业企业规模小、国外投资环境多变、跨国经营人才缺乏、企业海外拓展动力不足、海

外经营经验不足等是当前制约农业海外市场进入模式选择的主要因素。

4. 本书最后提出了中国农业海外市场进入模式选择的一系列对策建议，包括：建立有效的国外子公司监管机制，强化农业“走出去”的宏观支持力度，加强国际人才的教育和培训等政府层面的对策建议；构建农业企业国际战略联盟，通过境内外农业企业并购重组不断发展壮大农业企业，根据企业国际化战略和动机，适时修正和选择海外市场进入模式，完善各类海外市场进入模式以及吸引和培养国际化人才等企业层面的对策建议。

本书研究内容丰富、方法科学、数据翔实、语言精练，对于中国农业实施“走出去”战略和促进中国农业扩大对外开放都具有较大的参考价值。

目 录

序言

1 导言	1
1.1 研究的目的与意义	1
1.1.1 理论意义	2
1.1.2 实践意义	3
1.2 国内外研究现状	4
1.2.1 国外研究现状	4
1.2.2 国内研究现状	9
1.2.3 国内外研究现状评价	11
1.3 相关概念和研究范围的界定	12
2 海外市场进入模式的相关理论及评价	16
2.1 基于海外市场进入模式选择的跨国经营理论及其评价	16
2.1.1 主要理论流派	16
2.1.2 主要理论流派评价	21
2.2 基于海外市场进入主要模式的跨国经营理论及评价	21
2.2.1 基于国际贸易的跨国经营理论及评价	21
2.2.2 基于对外直接投资的跨国经营理论及评价	28
2.2.3 基于发展中国家的跨国经营理论及评价	33
2.2.4 跨国经营主流理论对中国农业“走出去”的启示	38

2.3	海外市场进入模式类型、演变路径及内在特性	47
2.3.1	海外市场进入模式类型	47
2.3.2	海外市场进入模式演变路径	50
2.3.3	海外市场进入模式的内在特性	51
2.4	中国农业海外市场进入模式选择的理论分析框架	33
2.4.1	内部因素：企业目标、企业内部要素与能力	54
2.4.2	外部因素：国内环境、所在产业和国外环境	55
2.4.3	农业“走出去”是内外部因素共同作用的结果	55
3	中国农业“走出去”背景、动因及现状	56
3.1	农业“走出去”的背景	56
3.1.1	国际背景	56
3.1.2	国内背景	57
3.2	农业“走出去”动因	62
3.2.1	政府层面的主要动因	62
3.2.2	企业层面的主要动因	66
3.3	农业“走出去”可行性分析	68
3.3.1	国内条件	68
3.3.2	有利的国际环境	70
3.4	中国农业“走出去”的现状和特征	71
3.4.1	农业“走出去”的现状	71
3.4.2	农业“走出去”的特征	75
4	中国农业海外市场进入贸易式模式	77
4.1	中国农产品对外贸易的市场结构和在国际农产品贸易中的地位	77
4.1.1	农产品对外贸易的市场结构	77
4.1.2	在国际农产品贸易中的地位	80

4.2 农业海外市场进入贸易式模式类型及其比较	81
4.2.1 间接贸易式模式	81
4.2.2 直接贸易式模式	83
4.2.3 直接贸易式模式与间接贸易式模式的比较	87
4.3 农业海外市场进入贸易式模式评价	87
4.4 中国农业海外市场进入贸易式模式典型案例分析： 湛江国联水产	89
4.4.1 研究对象选择与数据来源	89
4.4.2 国联水产在国内外水产品出口市场中的地位	89
4.4.3 国联水产贸易式模式的特点	90
5 中国农业海外市场进入对外直接 投资模式：新建、并购	96
5.1 中国农业对外直接投资现状及特点	97
5.2 对外直接投资模式与其他海外市场进入模式的比较	100
5.2.1 与其他所有模式相比具有的特点	100
5.2.2 与贸易式模式比较	100
5.2.3 与契约式模式比较	101
5.3 新建模式	101
5.3.1 新建模式中的股权策略	101
5.3.2 独资与合资模式的比较	102
5.3.3 影响企业选择独资或合资模式的主要因素	103
5.4 并购模式	104
5.4.1 企业跨国并购的动机	105
5.4.2 并购与新建模式的比较	105
5.4.3 国内外农业领域跨国并购	108
5.4.4 农业领域并购模式和新建模式的特点和趋势	115
5.5 农业对外直接投资模式践行的主体： 农业跨国公司	116

5.5.1 现阶段农业跨国公司的基本特点	117
5.5.2 农业跨国公司评价	119
5.6 中国农业对外直接投资模式典型案例分析: 新希望集团	120
5.6.1 新希望集团基本情况	120
5.6.2 新希望集团国际化发展历程	121
5.6.3 新希望集团海外市场进入模式的选择:新建、并购	124
6 中国农业海外市场进入对外直接投资模式:其他模式	130
6.1 农业跨国种植	130
6.1.1 国外农业跨国种植历程	131
6.1.2 中国农业跨国种植的历程和特点	136
6.1.3 中国农业跨国种植兴起的原因	143
6.1.4 中国农业跨国种植的障碍因素分析	145
6.1.5 农业跨国种植国际经验的借鉴及启示	148
6.2 农业合作示范园区	151
6.3 替代种植	153
6.4 农产品品牌投资	155
6.5 农业海外研发投资	156
6.6 中国农业跨国种植典型案例分析	156
6.6.1 案例一:黑龙江垦区·北大荒集团	156
6.6.2 案例二:广东农垦集团	161
7 中国农业海外市场进入的其他模式	168
7.1 农业海外市场进入契约式模式	168
7.1.1 契约式模式概述	168
7.1.2 农业海外市场进入契约式模式一:国际农业技术合作	169
7.1.3 农业海外市场进入契约式模式二:订单农业	170
7.2 农业对外援助	171

7.2.1 中国农业对外援助发展历程	171
7.2.2 中国农业对外援助受援国分布	173
7.3 农业对外劳务合作	175
7.3.1 农业对外劳务合作的形式	175
7.3.2 农业对外劳务合作的成效	175
7.3.3 农业对外劳务合作存在的问题及改进	177
7.4 农业对外承包工程	178
7.5 中国农业海外市场进入契约式模式典型案例分析: 隆平高科	179
7.5.1 隆平高科是一家农业高新技术种子企业	179
7.5.2 隆平高科国际化发展历程	180
7.5.3 隆平高科海外市场进入模式的主要特点	185
8 基于主要影响因素的中国农业海外 市场进入模式选择	188
8.1 海外市场进入模式选择的影响因素框架	188
8.2 影响因素对海外市场进入模式选择的影响机理	189
8.2.1 东道国因素	189
8.2.2 所在国因素	192
8.2.3 产业因素	193
8.2.4 企业因素	195
8.3 影响中国农业海外市场进入模式选择的 部分主要因素	197
8.3.1 中国国内制度环境	197
8.3.2 中国农业“走出去”面临的风险	214
8.3.3 “走出去”农业行业选择	219
8.3.4 “走出去”目标区域选择	225

9 中国农业海外市场进入模式实证分析、 战略选择及对策建议	236
9.1 农业海外市场进入模式实证分析： 以中国农业上市公司为例	236
9.1.1 实证分析的目的和内容	236
9.1.2 样本选取及数据来源	236
9.1.3 农业上市公司海外市场进入模式分析	238
9.2 农业海外市场进入模式选择的主要制约因素	250
9.3 农业海外市场进入模式的战略选择	255
9.4 农业海外市场进入模式的对策建议	256
9.4.1 政府层面的对策建议	257
9.4.2 企业层面的对策建议	260
10 研究结论与需要继续探讨的问题	264
10.1 主要研究结论	264
10.2 需要继续探讨的问题	266
10.2.1 细化研究海外市场进入模式	267
10.2.2 对海外市场进入模式动态变化的研究	268
10.2.3 研究方法上需要创新	269
10.2.4 从微观角度研究企业海外市场进入模式的选择	270
10.2.5 需要进一步完善农业海外市场进入模式选择的理论	270
10.2.6 加强海外市场进入模式各影响因素之间 交互效应的分析	270
参考文献	272
附录：部分农业上市公司概况及海外市场进入模式	281
后记	293

1 导 言

1.1 研究的目的与意义

中国是一个农业大国，中国农业的发展离不开世界，世界农业的发展也需要中国的参与。农业“走出去”是一个大战略（万宝瑞，2006；陈颖、陈辉，2007）。“走出去”战略，就是在经济全球化和国际竞争日趋激烈的背景下，我国在继续“引进来”的同时更加积极地参与区域经济合作和全球多边贸易体系，以期更好地利用国内国际两个市场、两种资源。随着经济全球化的深入发展，中国农业不可避免地会融入世界经济全球化和国际分工之中。为了在“更大范围、更广领域和更高层次”（全国人大财政经济委员会办公室，2008）上参与国际农业经济技术合作与竞争，开拓国际市场，中国农业就必须积极大胆地“走出去”，在经济全球化和国际竞争中，努力拓展自己的发展空间，进而不断增强我国农业经济发展的动力和后劲，促进我国农业经济的长远发展。

近年来，随着经济全球化进程的加快，大量外国农业跨国公司对我国农业的主导作用明显增强；党和政府高度重视农业“走出去”战略的实施，支持有条件的农业企业“走出去”^①；中国

① 2008年10月十七届三中全会《关于推进农村改革发展若干重大问题的决定》中提出，必须“坚持‘引进来’和‘走出去’相结合，提高统筹利用国际国内两个市场、两种资源的能力”。2007年中央一号文件《中共中央 国务院关于积极发展现代农业扎实推进社会主义新农村建设的若干意见》和2010年中央一号文件《中共中央 国务院关于加大统筹城乡发展力度 进一步夯实农业农村发展基础的若干意见》强调了我国农业要加快实施“走出去”战略。

农业对外开放格局不平衡；我国农业自然资源日益匮乏，农产品安全形势受到严峻挑战^①。在这样的时代背景下对我国农业“走出去”进行研究具有重要意义。农业海外市场进入模式是农业“走出去”战略中的重要内容，是一个在实践中提出、丰富，进而成为理论研究的一个重要范畴和领域。对中国农业海外市场进入模式进行专门研究不仅能对“走出去”理论的深化和完善有所贡献，同时对实现在更大范围、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，提高中国农业国际竞争力也具有很强的实践指导意义。

1.1.1 理论意义

与发达国家农业跨国公司相比，中国农业企业“走出去”所面临的初始环境与竞争态势截然不同。中国农业“走出去”过程中面临的内部条件和外部环境特殊性决定了中国农业“走出去”有自己的路径选择。以西方跨国公司为蓝本的国际化理论无法完全指导中国农业企业海外市场进入模式的选择。原因在于这些理论命题存在两个特殊性。一个特殊性是经典“走出去”理论中的母国多为发达国家，而中国是一个发展中国家，从而造成经典理论的结论在此不完全适用；另一个特殊性是经典理论中“走出去”的产业多为第二和第三产业。虽然农业“走出去”与非农产业“走出去”有一定的共性，但农业的产业特殊性、复杂性决定了农业“走出去”不能照抄照搬非农产业“走出去”的成功经验与模式。我国农业一向被认为是弱质产业，农业总体来说不具有技术等垄断优势。对于这种现实发展格局，传统的以垄断优势为

^① 如2010年我国进口大豆5480万吨，2009年是4255万吨，都占到国际大宗贸易量的50%以上，而目前我国大豆产量只有1500万吨左右。所以，如果不通过贸易，甚至“走出去”的话，我国粮食供给将非常困难。