

● 国际商务系列教材

中国模式与中国企业国际化

杨瑞龙 罗来军 杨继东 © 编

→ ZHONGGUO MOSHI YU ZHONGGUO QIYE GUOJIHUA

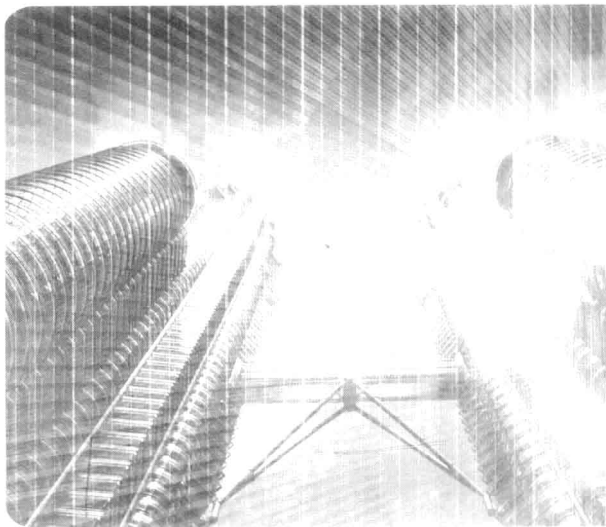
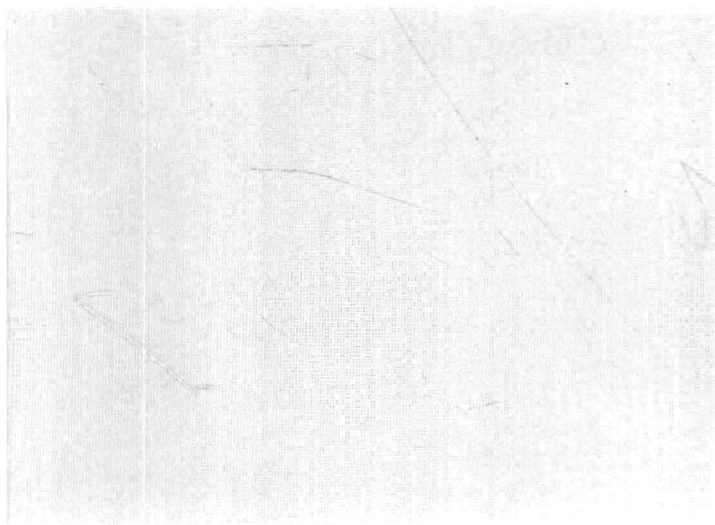


● 国际商务系列教材

中国模式与中国企业国际化

杨瑞龙 罗来军 杨继东 © 编

→ ZHONGGUO MOSHI YU ZHONGGUO QIYE GUOJIHUA



中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

中国模式与中国企业国际化 杨瑞龙, 罗来军, 杨继东编. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 2
国际商务系列教材
ISBN 978-7-300-15031-1

I. ①中… II. ①杨… ②罗… ③杨… III. ①企业经济—经济发展—中国—高等学校—教材
IV. ①F279.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 276055 号

国际商务系列教材

中国模式与中国企业国际化

杨瑞龙 罗来军 杨继东 编

Zhongguo Moshi yu Zhongguo Qiye Guojihua

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511212 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514118 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京昌联印刷有限公司		
规 格	185mm×260mm 16 开本	版 次	2012 年 4 月第 1 版
印 张	13.25 插页 1	印 次	2012 年 4 月第 1 次印刷
字 数	297 000	定 价	28.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总 序

2010年5月,国务院学位委员会第27次会议决定在我国新增国际商务专业硕士学位,中国人民大学经济学院作为首批设立了“国际商务”专业硕士学位的教学单位,成为研究生教育改革的重要实验基地。

长期以来,中国的研究生教育以学术学位教育为主,即按照学术研究的要求培养学术研究人才,研究生的就业取向多集中在教学、科研岗位。随着我国的经济与社会发展,这种单一的学术型培养目标越来越不适应社会对多样化人才的需要,社会对高层次应用型人才的需求越来越旺盛,于是,专业硕士学位就应运而生。专业学位的学生就业取向定位在各类实际应用部门。专业学位教育旨在应用和实践教育,注重培养学生的应用性、开发性研究与设计能力,以满足特定社会职业对专业应用型人才的需求。在美国、欧洲,专业学位教育已经非常普遍,例如,美国比较常见的有74种专业硕士学位,55种专业博士学位,10种第一职业学位,庞大的专业学位体系覆盖了几乎所有社会职业,使研究生教育具有更加广泛的社会适应性。

国际商务专业的培养目标是适应复杂国际经济、政治、文化环境,培养通晓现代商务基础理论,具备完善的国际商务知识体系,熟练掌握现代国际商务实践技能,有较强的外语交流能力、国际商务分析与决策能力的应用型、复合型、职业型的高级商务专门人才。

那么,如何培养应用型、复合型、职业型的高级商务专门人才呢?

首先,培养应用型人才,需要我们坚持能力为重的培养方式。过去的学术型学位教育注重基础、注重理论,而专业学位的人才培养模式以职业所需的知识体系来组织课程,教学过程的实践性尤为突出,目标是使学生成为可用的人才。国际商务的应用型人才应具备如下能力:发现、阐述、分析和解决国际商务活动中的问题的能力;在

国际团队中跨文化交流、合作与谈判的能力；把握国际经济贸易金融环境、洞悉商务机会的能力；使用国际通用的方法与工具分析问题的能力等。

其次，培养复合型国际商务人才，需要我们以职业所需的知识体系来组织课程，完善学生职业发展所需要的知识结构，并将职业实践与专业学习结合起来。国际商务是跨国界的商务活动，从内容上，它包括贸易、投资、金融等各领域。具体讲，围绕跨国界的商务活动，需要掌握国际市场、国际战略、资源配置、经营管理、市场营销、如何遵守国际规则、如何适应不同国家政治和文化环境等诸多知识，只有掌握这些知识才能成为复合型的国际商务人才。

再次，培养职业型人才，专业学位的培养目标着眼于提高人的职业能力、职业伦理、职业精神，更好地胜任职业工作。例如，一个优秀的国际商务职业人员要有建立和维护商务人际网络、建立和谐关系的能力，要熟悉企业文化，有道德感和社会责任感，有职业的精神面貌，更要有职业的奋斗精神和开拓创新精神。

最后，我们还要强调国际商务专业学位培养的是高级的精英商务人才，而这主要体现在人才的国际化培养定位上。具备国际化的视野、国际化的思维，了解国际规则和法律，熟练使用外语这些都是对学生的基本要求。

尽管过去我们在培养国际贸易、世界经济等相关专业的研究生方面积累了比较多的经验，但国际商务专业学位毕竟刚刚设立，应用型学位与学术型学位研究生的培养有比较大的差异，我们必须跳出过去的学术型研究生的培养路子，探索一种适应新的培养目标的培育模式。中国人民大学经济学院作为我国经济学类研究生的重要培育基地，理应探索一条既与国际接轨又适合国内需求的中高级实用性国际商务专业人才的培养路子。为此，我院成立了以杜厚文教授为主任并有多位相关专业的国内著名学者、政府官员、企业家参与的国际商务学术委员会，深入讨论国际商务专业学位研究生的培养模式。大家一致认为，尽快编写出一套适应新的培养目标的国际商务教材至关重要。于是，以我院国际经济系为主体，组织教师就如何编写出国际商务系列教材召开多次研讨会，力争在取得基本共识的基础上，把专业学位特征的教育思想体现在系列教材的设计、写作与编辑之中。

中国人民大学经济学院推出的国际商务系列教材具有如下特点：

第一，系统性。该系列教材系统覆盖了国际商务所需的知识体系，涉及国际经济、国际贸易、国际金融、国际商务、跨国公司管理、国际规则运用、跨文化沟通、市场营销等各个方面。

第二，突出了案例教学的特点。教材选用了大量具有国际背景的前沿性的案例，能够帮助学生了解国际商务的现实环境，并通过案例学习获得职业感觉和应用能力。

第三，具有创新性，突显了中国人民大学经济学院的知识产权特色。在教材编写过程中，我们多次讨论什么是国际商务教学的一般要求、一般规律，如何能将中国人民大学经济学院长期沉淀下来的知识优势融入这一般规律中，在国际商务的培养中创立人民大学特色。而今，呈现在读者面前的这套系列教材，凝聚了我们的思想和创新。

从2010年5月国家批准国际商务学位建设起的短短一年多的时间里，我们推出了这套系列教材。一方面这套及时出版的系列教材可以为刚刚起步的国际商务专业学

位研究生的培养提供一个可供选择的教材蓝本，为同行之间的交流提供一个参照和渠道；另一方面，我们不得不承认，在这么短的时间内推出一套全新的教材体系，无论是时间上还是我们的知识水平上都可能使得我们的这套教材存在着这样或那样的不足。我们诚恳地希望同行们批评指正，以便我们在再版这套教材时吸收来自各方面的意见，把教材修订得更好。

我们这套教材得到了中国人民大学经济学院的“985”项目与“211”项目的资助，这套教材也是我院“中国经济学”学科建设子项目的成果之一。同时，中国人民大学出版社在国际商务系列教材的编写过程中自始至终给予了很大的支持，在此我们表示感谢！国际商务专业学位是个新生事物，让我们共同努力，让这个新生事物能像雨后春笋一样破土而出，茁壮成长！

杨瑞龙

2011年8月19日于中国人民大学明德楼

目 录

第1章 导论	1
1.1 课程背景	1
1.2 课程意义	3
1.3 课程主要内容	3
1.4 学习建议	6
第2章 中国经济发展道路	8
2.1 改革开放以来中国经济的发展阶段	8
2.2 改革开放以来中国的工业化道路	16
2.3 中国城市化道路	20
2.4 中国企业发展道路	27
2.5 中国经济增长的奇迹	30
2.6 小结	33
第3章 中国模式与中国经济发展	35
3.1 关于中国模式的争论	36
3.2 市场化改革与经济发展	41
3.3 政府对经济发展的作用	45
3.4 对外开放与经济增长	50
第4章 全球化视野下的中国企业	57
4.1 世界经济再平衡	57
4.2 全球化视野下的中国企业	60

4.3	中国企业“走出去”的战略	63
4.4	中国企业国际化的机遇与挑战	66
第5章	中国企业海外经营战略	73
5.1	中国企业海外经营的动机分析	73
5.2	中国企业海外经营的优势与风险	77
5.3	中国企业海外市场的进入战略	84
5.4	中国企业海外经营的战略模式	89
5.5	中国企业海外经营的战略支撑	100
第6章	中国企业海外上市	104
6.1	中国企业海外上市概况	104
6.2	中国企业海外上市的机遇和挑战	109
6.3	中国企业海外上市的方式	113
6.4	海外上市市场的优劣分析	117
第7章	中国企业国际化——海外并购	139
7.1	中国企业海外并购的现状	140
7.2	海外并购的驱动因素	142
7.3	影响海外并购成败的主要因素	145
7.4	海外并购的经验	150
7.5	海外并购展望	153
第8章	国有企业对外直接投资研究	156
8.1	引言	156
8.2	国有企业对外投资的理论含义	158
8.3	国有企业对外直接投资的现状与影响	160
8.4	海外投资对中国制度变革的影响	164
8.5	结论	165
第9章	国有企业跨国经营与管理	168
9.1	中国国有企业跨国经营的现状	168
9.2	中国国有企业跨国经营中存在的问题	173
9.3	中国国有企业跨国经营的主要对策	178
第10章	民营企业跨国经营与管理	184
10.1	民营企业跨国经营的现状	184
10.2	中国民营企业跨国经营的潜力	190
10.3	中国民营企业跨国经营策略	193

导 论

1.1 课程背景

进入 21 世纪以来,经济全球化趋势进一步加深。经历了亚洲金融危机、美国高科技股票泡沫事件后,全球经济形势有所好转,世界经济增长率达到了多年来最高水平,国际贸易、国际投资呈现出同步增长态势。然而 2008 年爆发的金融危机,以及近来的欧债危机、美债危机再次为世界经济的发展蒙上了一层阴影。

世界经济的未来充满了不确定性。这种不确定性对中国企业的发展既是机遇,也是挑战。机遇的方面在于:在 21 世纪过去的 10 年当中,中国经济继续保持高速增长的态势,国内生产总值(GDP)总量已经超越日本,成为仅次于美国的世界第二大经济体。中国经济的快速发展为我国进一步扩大国际合作、加快发展,提供了良好机遇。2007 年以来,我国加入 WTO(世界贸易组织)的过渡期结束,跨进了范围更广、层次更深的开放型经济。加入 WTO 使得我国市场空间扩大,投资环境改善,完善了市场经济法律体制,促进了国内产业结构调整。面对国际贸易的机遇和挑战,我国的对外贸易政策也更加灵活和务实。可以说,作为新兴经济体的重要国家,中国经济的发展壮大,将为世界经济的不确定性提供一种稳定的力量。

在我国经济取得快速增长的同时,我国经济发展也面临来自国内外的诸多复杂问题,面临着新的考验。同时,美国次贷危机爆发并引发的全球经济危机、新兴经济体在实行经济刺激政策后出现的通货膨胀也对中国未来的发展提出了挑战。未来我国的经济增长将在合理区间内由高位向低位回落,稳定发展。目前我国经济正处在工业化中期阶段,人均 GDP 达到 3 000 美元,面临中等收入陷阱的风险;大宗商品价格波动造成了中国通货膨胀的压力。

通过多种形式的交流和讨论,政界、商业人士和学者们逐渐达成了共识,即要想走出目前世界发展的危机局面,需要对世界经济进行重新平衡。发达国家要减少消

费，增加储蓄；发展中国家要增加消费，减少储蓄。以中国为代表的新兴经济体，应该减少对出口的依赖，逐步实现经济发展的外部平衡。在这种条件下，中国企业国际化将为中国实现外部平衡提供重要的支撑。中国企业国际化是在新的背景下展开的，主要表现为以下几个方面的特点：

第一，世界经济增长减缓，处于周期性变化转折点。以美国次贷危机为导火索的世界性金融危机引发了全球性经济危机，同时与经济下降周期叠加，使世界经济发展遭到重挫。

第二，全球贸易额维持高水平，贸易保护有所抬头。加入 WTO 后，中国不断减少贸易壁垒，加之经济持续快速增长，导致进出口大幅增加。与此同时，世界主要经济集团之间贸易不平衡的加剧，使得以反倾销、反补贴为主要形式的贸易保护主义有所抬头。而且，为了追求所谓的平衡贸易，以美国为代表的西方国家不断对人民币升值施加压力。例如，2011 年 10 月 3 日，美国参议院程序性通过“2011 年货币汇率监督改革法案”立项预案，将汇率问题与贸易补贴绑定，矛头直指中国，逼迫人民币升值。

第三，世界经济的不确定性增加。信贷危机加深、美元贬值以及全球贸易失衡等因素将增加未来几年世界经济的不确定性。美国经济受房市下跌以及次贷危机影响，经济出现停滞或衰退的迹象；日本经济增长动力严重不足；欧洲经济受美国次贷危机冲击较大，经济前景不确定性大增。这都给全球化产品生产和贸易带来诸多不确定性因素。全球经济低迷、市场信心有待提振。

第四，国际资本市场面临新的考验。随着全球经济一体化和区域经济合作的推进，很多大型生产型企业均将国际资本市场作为融资的重要平台。受主权国家债务危机的影响，股票市场普遍出现大幅度下跌，目前仍处于不稳定状态。国际资本市场的动荡对于正在或者准备利用国际资本的企业来说，增加了难度和风险。

在经济全球化的背景下，国际化已成为中国企业想要发展壮大所必须选择的道路。不管是国有企业还是民营企业，都应该把握好难得的机遇，勇敢面对难以避免的挑战，将自身建设成为具有影响力和强大的竞争力的国际大企业。在外资企业大举进入中国、分享中国市场的情况下，中国经济必须考虑新的发展空间。在外资企业走进来的时候，中国有实力的企业“走出去”，各自发挥优势，这将是一种必然的现实。中国有实力的企业应利用跨国公司产业结构调整的机会，以自己的比较优势重组他国产业和企业，主动参与国际合作与竞争，以获得市场份额和技术开发能力，并在这个过程中壮大自己，培育与经济大国相匹配的跨国公司。

“走出去”战略在全球化的大背景下展开，目的是促进我国对外投资水平的提高、经济结构的深化。企业国际化趋势的加强，将使我国在国际竞争与合作中占据有利地位。“走出去”作为一项具有远大战略意义的政策，在理论和实践过程中不断地深化和发展。“走出去”是企业面向国际市场的又一契机，也是全球化下的又一挑战。中国“走出去”有自己的特点，取得了不少成就，也存在各种问题。“走出去”是必然的趋势，关键是企业如何在这一过程中走好。这需要企业自身的努力，同时，也需要政府在这一过程中的领导和服务。这需要企业和政府共同的努力与扶持。

■ 1.2 课程意义

关于是否存在中国模式，学术研究上存在争议。但在教材写作之时，作者认为中国模式可以作为中国发展背景和发展原因的一个代名词。使用这样一个词汇，可以让读者更容易接受所学的内容。毕竟，中国过去经济发展的道路选择，高速增长，促进经济发展的手段，都带有一定的中国特色。因此概括为中国模式应该并不是一个严重的错误。对于那些希望细分模式的研究者，可以参考教材给出的一些参考文献。

我们认为，中国企业国际化，是以中国模式为背景的国际化，例如国有企业是国际化的先锋。中国企业国际化，是中国模式支撑下的国际化，国家巨大的外汇储备将为国际化提供相应的资金支持。因此，了解中国企业国际化的背景、途径、方向选择，必然需要具备关于中国发展模式的基本知识。这本教材的目标就是让学生了解中国过去的发展模式，弄清楚中国企业国际化的国内背景，以及需要应对的国际挑战。学习这门课程的主要目标在于：

第一，认识中国改革开放以来取得巨大经济成就的原因。在现实发展和理论逻辑两个层次掌握中国发展模式的主要内涵。作为未来国际商务人士，必须深刻理解中国过去发展的历史轨迹和中国模式，这样才能深刻把握和抓住未来中国发展带来的商业机会。这门课程的一个基本目标就是让读者了解中国经济的基本发展道路和其背后的主要原因。

第二，在充分认识中国模式的基础上，理解世界经济再平衡对中国企业国际化的含义。在重新平衡世界经济的背景下，把握中国企业国际化面临的机遇和挑战。中国日益强大的综合国力为国际化提供了政治和经济上的支持，但一些国家并不愿意看到一个强大中国的出现，也为中国企业的国际化设置了种种障碍，很多由中国企业发起的跨国并购往往受到东道国政治阻碍而搁浅。

第三，中国企业必须坚持“走出去”的战略。在这个前提下，要学习“走出去”的主要途径、可能面临的具体障碍和解决问题的办法。对这些具体问题的学习、对中国企业国际化细节的掌握是本书第三个学习目标。

■ 1.3 课程主要内容

本书的内容涵盖了中国经济发展道路、中国模式、全球化视野下的中国企业、中国企业海外经营战略、中国企业海外上市和海外并购、国有企业对外直接投资及跨国经营与管理、民营企业跨国经营与管理等重要内容，具体而言，以后各章的安排和主要内容如下：

第2章是“中国经济发展道路”，本章主要从几个方面，回顾了改革开放以来中国经济发展道路；在对国情进行现实描述的基础上，总结中国经济增长的主要成就。从生产要素的角度来看中国这三十多年的经济增长，我们会发现中国的经济增长主要

依靠资本投入的强力推动。就对经济增长的贡献率而言,资本投入也是最大的,其次是市场化和技术进步。而从经济结构的角度来看,改革开放后中国实现了双重制度变迁基础上的由计划经济体制向市场经济体制转变的多层经济转型。经济体制改革引起的多层经济转型带来了所有制结构、产业结构、就业结构和投资结构等一系列结构性变化,成功实现了经济要素和产品的市场化,由此产生的资源再配置效应,明显提高了资源配置效率,促进了经济的高速增长。同时中国坚持对外开放的基本国策,积极参与经济全球化进程,充分发挥中国在国际分工中的比较优势,而国内与国际经济的接轨为中国经济增长奇迹的实现提供了充分的增长空间。

第3章是“中国模式与中国经济发展”,本章着重讲述了什么是中国模式、市场化改革与中国经济增长、政府的财政分权与经济增长、对外开放与经济增长等问题。改革开放三十多年以来,中国经济的高速增长创造了一个世界奇迹,许多学者从不同的角度做了大量的研究,企图发掘出中国模式的秘密。本章对该问题作了进一步的探索,首先,试图从理论分析的视角,讨论改革开放以来中国经济快速增长的原因。这些原因有些被总结为中国模式,用以解释中国经济成功的关键因素。其次,总结了中国市场化改革的进程,从市场化的角度解释中国经济转型为什么能够成功,以及市场化改革的经验。再次,讨论政府影响经济发展的一个分析视角,即财政分权与经济增长之间的关系,总结现有文献中财政分权对经济发展的影响。最后,讨论对外开放与经济增长之间的关系,特别是关于外国直接投资对中国经济增长的影响已有很多论述,对现有的研究进行总结。

第4章是“全球化视野下的中国企业”,本章探讨了中国企业国际化的背景、“走出去”战略的含义、国际化进程中的机遇和挑战等重要内容。中国加入世界贸易组织以来,经济全球化的深入发展给我国企业带来了大大不同于传统情形的外部环境。日益剧烈的国际竞争成为中国企业无法回避的现实。在全球化的背景下,中国企业必然参与其中并在全球经济中扮演日益重要的角色。本章从世界经济视角分析了中国企业国际化的必要性和必然性;讨论了在全球化视野下中国企业应当做出的选择;为了应对全球化趋势,中国政府积极倡导企业“走出去”的发展战略,为企业走向国际化起到了重要的作用;但是在中国企业走向国际的过程中,也面临许多挑战,有些挑战还将长期存在。中国企业要想成功地进行国际化,既要有效地抓住国际化提供的机遇,又要有效地化解国际化带来的挑战。

第5章是“中国企业海外经营战略”,本章探讨了中国企业海外经营的动机、优势与风险,以及海外市场的进入战略、海外经营的战略模式与战略支撑等问题。由于我国企业跨国经营的经验有限,实力较弱,因此在国际市场的竞争中目前还处于劣势。要想较好地应对当前的竞争形势,中国企业应制定和执行良好的海外经营战略。作为发展中国家的中国企业,在进行跨国经营时,应理性、客观、深入地思考和确定为什么要进行海外经营,从海外经营中打算获得什么;如果进行海外经营,则自己和发达国家的跨国公司相比,和其他发展中国家的跨国公司相比,具有什么优势和条件,存在哪些劣势和风险,应采取什么样的海外经营模式和方式,遵循什么样的实施步骤和推进路径,以及中国国内怎么做才能更好地支持和辅助中国企业进行海外经营。

第6章是“中国企业海外上市”，本章探讨了中国企业海外上市的概况、机遇和挑战、上市方式、海外上市市场的优劣等问题。近年来，中国经济持续高速发展，大量的国有企业、民营企业到海外上市。1993年，第一家内地企业青岛啤酒在中国香港挂牌上市，同年，纽约证券交易所迎来了中国内地的第一家企业——华晨金杯汽车。在随后的十年中，中国内地企业海外上市的步伐逐渐加快，截至目前，已有几百家内地企业“走出去”，到中国香港、纽约、伦敦和其他国际资本市场融资。不同国家或地区交易所规定的企业上市条件和监管要求各有不同，企业在做海外上市决策时应考虑上市时间、筹资额、后续融资、投资者结构和股权激励制度等因素，也要关注国际资本市场的复杂性和多样性。本章对海外上市有关问题的详细论述，将非常有助于中国企业海外上市的操作和运营。

第7章是“中国企业国际化——海外并购”，本章论述了以下问题：中国企业海外并购的现状、中国企业海外并购的主要动机、影响海外并购成败的关键因素、海外并购的发展趋势与并购经验。随着中国对外开放的不断深入和经济实力的显著增强，海外并购作为对外直接投资的主要方式，已经成为中国企业进军海外市场的重要途径。海外并购对中国企业发展和经济增长方式转变具有重大战略意义。近几年来，以联想并购IBM、吉利收购沃尔沃、TCL并购汤姆森公司、中国石油公司的海外扩张等为代表，中国企业海外并购案例越来越多。今后一段时间，中国对外投资规模、企业国际化程度必将进一步快速发展，企业并购将成为中国企业国际化的重要构成和战略选择。

第8章是“国有企业对外直接投资研究”，本章探讨的要点包括：国有企业对外投资的理论含义、国有企业对外直接投资的现状与影响。2001年中国加入世界贸易组织后，中国对外直接投资的规模也开始迅速增长。尽管从中国对外直接投资占世界对外直接投资的比重看，中国对外直接投资比例依然较低，但基于全球化趋势的进一步发展以及中国经济力量的快速增强，今后一段时间，中国对外投资规模、企业国际化程度必将进一步快速发展。中国对外直接投资快速增长过程中的一个显著特征是，政府控制的国有企业在对外直接投资中起主导作用。在目前的“走出去”战略中，国有企业而非民营企业扮演主导角色，导致出现严重依赖国有企业的对外投资格局，这将会带来加大中国国内体制改革的难度等一些负面问题，对这些问题也应给予关注和重视。

第9章是“国有企业跨国经营与管理”，本章探讨了中国国有企业跨国经营的现状、存在的问题以及跨国经营的主要对策等重大问题。中国国有企业跨国经营，是顺应世界经济国际化的历史潮流，随着改革开放的发展而逐步展开的。中国改革开放以来，已经有一批国有企业“走出去”，到国际经济中去打拼，并取得了一定成效。跨国经营的开展，为我国与世界各国的经贸合作注入了新的内容，拓宽了合作领域，为我国国有企业带来了新的发展空间，我国国有企业在利用国外资源、资金、技术、信息与管理经验方面也取得了积极的成果。但我们仍然要看到国有企业的跨国经营还处在初级阶段，而且存在许多不容忽视、尚待解决的问题。与世界上其他国家尤其是与发达国家相比较，还是很落后。中国的企业在经济全球化的形势下应该走国际化道路，而就目前条件来看，中国国有企业特别是大型国有企业的跨国经营显得尤为重

要，更应受到关注。

第10章是“民营企业跨国经营与管理”，本章探讨了中国民营企业跨国经营的现状、跨国经营的潜力和跨国经营策略等重要问题。中国民营企业跨国经营是中国企业跨国经营中的一支重要力量。1999年，对外经济贸易合作部赋予首批20家私营企业自营出口权，开启了民营企业国际化的征程。虽然中国民营企业在国际化的道路上已经起步，并出现了像联想集团、万向集团、正泰集团这样的成功者，但存在的问题也不少。受制于资金短缺、技术力量薄弱，真正具备国际竞争力的民营企业很稀少，中国民营企业跨出国门的进程，不仅大大滞后于发达国家，也滞后于中国引进外资的进程。在当前的背景下，探讨和分析中国民营企业如何进行跨国经营和管理，如何利用国际的大市场更好地发展中国的民营企业，具有重要的意义。

■ 1.4 学习建议

该教程是针对经济全球化趋势进一步加深，国际贸易、国际投资大幅增长，各国企业纷纷在全球进行布局，同时，近来的金融危机、欧债危机、美债危机又让世界的未来充满不确定性的国际大背景下编著的，内容既涵盖了中国经济发展道路和中国模式等关于中国经济的重大判断和深刻解析，又涵盖了全球化视野下的中国企业、中国企业海外经营战略、海外上市和海外并购、国有企业对外直接投资及跨国经营与管理、民营企业跨国经营与管理等直接针对中国企业国际化的重要内容。从整体上来看，分析和规划了中国背景和世界背景两种背景下中国企业国际化的选择和操作问题，因此，该教程在逻辑推演和理论论证的基础之上，体现出很强的实务性和操作性。要学好该教程，需要具备一定的基础知识和教学方法，需要着重注意以下几个方面：

第一，需要研修一些与中国经济发展道路、中国模式和中国企业国际化相关的前导性和基础性的知识和课程。该教程带有重大专题的性质，需要了解一些面上的基础知识。在中国经济发展道路和中国模式方面，需要学习和了解改革开放以来中国经济发展阶段、工业化发展、城市化发展、市场化改革、对外开放等方面的基本情况和重要问题。在中国企业国际化方面，需要学习和了解跨国公司经营与管理、新兴经济体企业跨国经营与管理、中国背景下的企业经营与管理、对外直接投资理论与实践等相关知识和内容。

第二，需要掌握或者了解一些管理类教学的授课方法。该课程强调实务性和操作性，授课时要根据所面对问题的不同特点，有针对性地运用案例研究、情景模拟、小组讨论、角色扮演、观点争辩、流程演示、问题实验、实务演练、短期挂职、专题跟踪等方式，注重启发式、互动式、体验式、参与式的管理技能传授。每一种授课方法都有其特点和要求，学员在掌握它们的特点和要求的情况下，才会更好地参与到每一种授课方式和活动当中去，取得更实际的、更直接的和更有启发的学习效果。

第三，学习该教程的同时，要关注中国当前的国际经济交往和中国企业的跨国投资、经营与管理。互联网、电视、期刊、杂志等媒体关于中国当前的对外经济交往和

中国企业的跨国行为的报道和深度分析很多，关注和了解这些最新的动态变化，更容易理解教程中所讲的重要内容、重要观点和重要判断；同时可以更好地利用课程中所讲述的内容、思维和方式来加深对当前中国对外经济关系和中国企业跨国投资、经营与管理行为的理解，有助于分析和判断中国对外经济交往和中国企业国际管理中出现的重大现象和关键问题。

中国经济发展道路

本章提要

1. 改革开放以来中国的经济发展道路
2. 改革开放以来中国的工业化道路
3. 中国经济增长的主要成就

关键词

中国经济

工业化

城市化

2.1 改革开放以来中国经济的发展阶段

改革开放以来,我国经济经历了几个发展阶段,从20世纪80年代的农村改革起步,到90年代国有企业改革、民营企业的迅速发展,再到21世纪加入WTO,对外贸易蓬勃发展。在每个发展阶段,中国经济增长都取得了显著的成功。但每个阶段都有不同的主题和特征。本节将以时间为轴,简要介绍改革开放以来中国经济的发展阶段,为后面分析中国模式下的经济增长提供历史事实的支撑。

2.1.1 80年代的中国经济增长

80年代是我国改革开放的起步时期。数据显示1979—1990年的中国GDP年增长率较高。80年代中期,经济增速达到顶峰,为15.18%,80年代末增速放缓,总体来说这一时期的中国经济在持续增长。这种增长来自改革开放的政策推动。

改革初期,中国经济改革首先在农村取得突破。这一时期农村改革取得的主要成

就是：(1)突破人民公社体制，大规模推广了家庭联产承包责任制，形成了新的市场主体；(2)突破统购统销制度，开始进行农产品流通体制改革；(3)突破单一的农业结构，进行了第一次农业结构调整；(4)乡镇企业异军突起。

家庭联产承包责任制是我国农村改革的第一个飞跃，它极大地解放了农村生产力，发展了农村经济，既对改革起到了探路作用，也对国民经济的发展起到了支撑作用。家庭联产承包责任制的推广，提高了农民的生产积极性，解放了农村生产力，使得整个80年代的农村经济增长产生了突出的经济效果：其中粮食产量从1978年的3亿吨上升到1984年的4亿吨，而从1978年到1989年，棉花产量从217万吨上升到379万吨，油料产量从522万吨上升到1295万吨，糖料产量从2382万吨上升到5804万吨。从1978年到1989年，农民收入实际年增长率达14.7%。从1978年到1984年，农村贫困人口减少三分之二，以年均16.4%的速度减少，农村贫困线以下人口从1978年的33.3%降到1984年的11%。^①农村管理机构精简，农民负担减轻。农村政社分离，人民公社退出历史舞台，减少了行政干部，减轻了农民负担。^②农村产业结构日趋合理。1978年农林牧渔业劳动力占乡村劳动力的93%，到1985年，农林牧渔业劳动力增长了6%，比重下降到82%。在农业经营专业户迅速发展的情况下，农村工业、建筑业、运输业和商业也有所发展。^③

20世纪80年代，农产品市场流通体制改革经历了集贸市场恢复阶段、批发市场成长阶段，到90年代，市场体系基本形成并不断完善提高。粮食购销体制改革进行得较为曲折。1985年中共中央、国务院在《关于进一步活跃农村经济的十项政策》中宣布用合同定购取代粮食统购，从此粮食流通由统购统销走向“双轨制”。1984年出现了“卖粮难”问题，1985年以后粮食生产出现连续四年的徘徊局面，市场价高于合同价，粮食购销恢复到统购统销。尽管粮食购销体制市场化改革出现了反复，但是粮食流通的市场化程度得到提高。1984年，国家统一收购的粮食占到粮食产量的87.3%，市场调节部分仅占12.7%，而到1990年，前者比例降至37.1%，后者比例升至62.9%。^④

1984年我国出现了第一次全国性的“卖粮难”问题，中央提出“决不放松粮食生产，积极发展多种经营”的方针，逐步放开农产品价格，给农民更多生产经营自主权，突破了单一的农业结构。

乡镇企业在1979—1983年初步发展，在1984—1999年高速发展。到1983年，乡镇企业总产值、职工人数和利税分别比1978年增长了104.5%、14.4%和60.9%。从1984年到1988年，乡镇企业突飞猛进，被邓小平评价为“农村改革中我们没有预料到的最大收获”。乡镇企业数从1985年的1223万增长到1988年的1888万，职工人数从6979万人增长到9546万人。1988年的乡镇企业总产值、职工人数和利税分别比1978年增长了1323.5%、235.9%和710.9%。乡镇企业的蓬勃发展促进了农村经济的发展，转移了农村劳动力，促进了农民增收，是80年代我国经济发展中的亮点。

① 参见韩俊：《中国经济改革30年：农村经济卷》，34页，重庆，重庆大学出版社，2008。

② 这些非生产人员每年耗费近60亿元，人均每年负担7~8元，相当于1980年农业税的1.5倍。参见吴敬琏：《当代中国经济改革：战略与实施》，122页，上海，上海远东出版社，1999。

③ 参见吴敬琏：《当代中国经济改革：战略与实施》，上海，上海远东出版社，1999。

④ 参见韩俊：《中国经济改革30年：农村经济卷》，78页，重庆，重庆大学出版社，2008。