

吴凡 ● 著

集装箱码头运营商 海外拓展研究

JIZHUANGXIANG MATOU
YUNYINGSHANG HAIWAI TUOZHAN YANJIU

集装箱码头运营商
在全球化时代海外扩张的战略选择；
第四代港口的兴起与
基于产业整合的国际化战略；
全球领先码头运营商
海外拓展的实践与经验借鉴。



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

本书受西南财经大学“211工程”三期国际

资助

吴凡○著

集装箱码头运营商 海外拓展研究

JIZHUANGXIANG MATOU
YUNYINGSHANG HAIWAI TUOZHAN YANJIU



西南财经大学出版社
Southwestern University of Finance & Economics Press

图书在版编目(CIP)数据

集装箱码头运营商海外拓展研究/吴凡著. —成都:西南财经大学出版社,
2011. 11

ISBN 978 - 7 - 5504 - 0469 - 4

I. ①集… II. ①吴… III. ①集装箱码头—水路运输企业—企业管理
IV. ①F550. 61

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 218913 号

集装箱码头运营商海外拓展研究

吴 凡 著

责任编辑:王正好

助理编辑:林 伶

封面设计:何东琳设计工作室

责任印制:封俊川

出版发行	西南财经大学出版社(四川省成都市光华村街 55 号)
网 址	http://www. bookcj. com
电子邮件	bookcj@foxmail. com
邮政编码	610074
电 话	028 - 87353785 87352368
印 刷	郫县犀浦印刷厂
成品尺寸	170mm × 240mm
印 张	13. 75
字 数	240 千字
版 次	2011 年 11 月第 1 版
印 次	2011 年 11 月第 1 次印刷
书 号	ISBN 978 - 7 - 5504 - 0469 - 4
定 价	39. 80 元

1. 版权所有,翻印必究。
2. 如有印刷、装订等差错,可向本社营销部调换。

序 言

在接触吴凡同志的这项研究成果之前，集装箱码头运营商对我来说完全是一个陌生的概念，尽管在媒体上经常目睹集装箱码头繁忙的场面。吴凡同志通过在招商局集团博士后科研工作站的工作与研究，以招商局国际有限公司（简称招商局国际，China Merchants Holdings International Company Limited, CMHI）为背景，从经济学的角度为我们提供了集装箱码头运营商这一特殊类型企业的国际化发展路径。因而，这项研究在实践上和理论上都有其特殊的价值。

第一，集装箱码头运营商是全球产业链中的重要一环，对于提升我国在全球产业链中的地位，获取更大利益发挥着不可或缺的作用。经过三十多年的改革开放，我国经济规模已经位居世界第二，出口额与制造业产值达到了世界第一。这表明，中国作为世界制造业大国已经全面融入到全球经济之中。然而，我们又不得不承认，我国大多数产业或企业还处于全球产业链的低端，也就是人们常说的处于“微笑曲线”的最低端——组装加工阶段。其结果是，作为全球制造业和出口大国，我们却没有从参与国际分工中获得等比例的收益。根本原因在于，我国的生产性服务业甚至整个服务业发展严重滞后，而这恰恰是现代国际分工中附加值和获益最大的环节。正如本项研究所指出的，伴随经济全球化和国际分工的深化，集装箱码头已经摆脱了简单的航运中转角色，正日益扩展到运输增值服务和国际综合物流中心领域。至于被称之为“第四代港口”的集装箱码头业务则完全嵌入制造业企业的供应链之内。因此，该行业的投资收益率要远高于一般的制造业企业，被称为“码头印钞机”。

由于集装箱码头业务的物流特征越来越明显，它并不会伴随一国经济规模、进出口规模和港口运输业务的扩大而自动发展起来。像新加坡、中国香港、迪拜等国家及地区之所以能够成为全球集装箱码头行业的佼佼者，与其物

流业的发展密不可分，尤其是该行业本身就具有全球范围竞争的特征。我们不能期望中国经济规模、制造业规模、出口规模的领先优势自动转化为集装箱码头行业乃至整个物流行业的优势，因此如何确立中国集装箱码头运营商在行业内的领先地位，进而提升在全球产业链中的地位，就显得任重而道远。

第二，作为一种物流企业或服务类企业，集装箱码头运营商的国际化进程不同于制造业企业，也不同于其他服务业企业，经济学家需要从理论上对此做出解释，反过来这种研究也将丰富中国企业国际化的理论。

迄今为止，企业国际化理论更多是以制造业企业为主体发展起来的。无论是早期的产品生命周期理论，还是后来的内部化理论，以及近年来盛行的产品异质性理论、不完备契约理论都是如此。对于服务业企业的国际化也主要集中于金融业企业与外包领域，而对于物流类企业的国际化则很少涉及。尤其是集装箱码头企业的国际化机制显然不同于制造业企业对外直接投资或其他服务业的外包机制。对它的研究需要在原有的基础上引入区域经济学、产业经济学、运输经济学等学科的方法，本书在这方面进行了有益的尝试。

同时，中国企业“走出去”尚处于起步阶段，围绕中国制造业企业国际化的研究还很不成熟，对中国服务业企业国际化的研究则更为稀少。在笔者看来，要真正构建中国企业的国际化理论不仅需要研究一般意义上企业国际化的特征，更重要的是要研究不同行业、不同类型企业国际化的特征。本书选择中国集装箱码头企业的国际化作为研究对象，其理论价值是显而易见的。

第三，以经济全球化为背景，探讨集装箱码头运营商的海外扩张战略将为我国服务类企业“走出去”提供有益的借鉴。经济全球化既为我国企业“走出去”提供了难得的机遇，客观上也促使我国企业必须要走国际化的道路，否则就无法真正参与国际竞争，并从中获取最大利益。

在实践层面，我国越来越多的企业走向国际化，它们迫切需要了解和借鉴其他发展中国家与地区企业海外扩张战略的成功经验。本书选择香港和记黄埔港口、新加坡国际港务、迪拜港口世界作为研究对象，对中国集装箱码头运营商开展海外扩张无疑是有积极的借鉴价值的。

更难得的是，作者利用在招商局集团博士后科研工作站工作的便利，深入到招商局国际进行实地考察，做解剖式的研究，获取了大量第一手的信息，总结了企业在海外扩张过程中取得的经验和面临的问题。这不仅对其他集装箱码头运营企业，而且对其他行业企业从事海外扩张都具有积极的借鉴意义。

以一家企业为研究的出发点，探讨一个行业国际化的模式，进而从理论上加以提炼和升华，这是本项研究最突出的特征。吴凡同志在进入招商局集团博士后科研工作站之前已经在大学从事教学、研究工作，这种理论积淀为他开展这项研究创造了良好的条件。

当然，我们不能期望通过一项初始性的研究来解决该领域理论与实践面临的所有疑惑，但至少这是一项值得尝试和肯定的研究成果，在理论探讨和实践指导上都有着积极的现实意义。

中国社会科学院亚洲太平洋研究所所长
中国世界经济学会副会长
全国美国经济学会副会长

李向阳

研究员、博士生导师

2011年4月

目 录

第一章 导论 / 1

1.1 研究背景 / 1

1.2 国内外研究的文献综述 / 5

1.2.1 企业国际化的文献综述 / 5

1.2.2 对码头运营商国际化发展的研究综述 / 21

1.3 本课题研究的基本思路、方法与意义 / 27

1.3.1 本课题研究的基本思路 / 27

1.3.2 本课题的研究方法与意义 / 30

第二章 集装箱码头运营商的产生与发展 / 31

2.1 现代港口的发展 / 31

2.1.1 港口的发展阶段 / 31

2.1.2 现代港口发展的新特点 / 35

2.2 集装箱港口的分类与竞争 / 38

2.2.1 集装箱港口的分类 / 38

2.2.2 集装箱港口的竞争 / 41

2.3 集装箱码头运营商的产生与发展 / 42

2.3.1 集装箱码头运营商的产生背景 / 42

2.3.2 集装箱码头运营商的产生 / 46

2.3.3 全球化背景下集装箱码头运营商的发展 / 48

第三章 集装箱码头运营商海外拓展的动因与基本路径 / 54

3.1 集装箱码头运营商海外拓展的动因 / 54

3.1.1 企业海外拓展的基本动因 / 54

3.1.2 港口行业全球化竞争加剧与区域市场趋于饱和 / 55

3.1.3 全球化时代码头运营商海外拓展的必要性 / 59

3.2 码头运营商扩张的基本模式与路径探析 / 63

3.2.1 码头运营商扩张的基本模式 / 63

3.2.2 码头运营商扩张的基本路径 / 65

第四章 全球主要码头运营商的海外拓展之路 / 68

4.1 和记黄埔港口的海外拓展之路 / 68

4.1.1 和记黄埔港口的海外拓展 / 69

4.1.2 和记黄埔港口海外拓展策略分析 / 72

4.2 新加坡国际港务的海外拓展之路 / 75

4.2.1 新加坡国际港务的海外拓展 / 75

4.2.2 新加坡国际港务海外拓展策略分析 / 78

4.3 迪拜港口世界的海外拓展之路 / 81

4.3.1 迪拜港口世界的海外拓展 / 81

4.3.2 迪拜港口世界海外拓展策略分析 / 85

4.4 海外拓展经验比较与借鉴 / 87

第五章 集装箱码头运营商国际化战略研究 / 92

5.1 企业国际化战略概述 / 92

5.1.1 企业的国际化是否需要战略 / 92

5.1.2 企业国际化战略的构成 / 94

5.2 基于产业链整合的国际化战略 / 95

5.2.1 产业链竞争：全球化时代大企业竞争的根本 / 95

5.2.2 产业整合的含义、类型与动因 / 97

5.2.3 产业整合的路径与模式选择 / 98

5.2.4 基于产业整合的国际化战略要点 / 99

5.3 全球化背景下码头运营商国际化战略的选择 / 103

5.3.1 全球化背景下港航产业的整合趋势 / 103

5.3.2 新形势下码头运营商国际化战略的选择 / 107

第六章 集装箱码头运营商海外拓展的区域选择 / 110

6.1 世界集装箱港口布局的形成与发展演变 / 110

6.1.1 北北贸易基础上的欧洲—北美双峰格局 / 110

6.1.2	新兴工业化经济基础上北美—欧洲—东亚三足鼎立 /	112
6.1.3	全球化浪潮兴起促使东亚地区港口快速崛起 /	114
6.1.4	世界港口布局重心位移至以中国为核心的亚太地区 /	116
6.1.5	未来发展趋势的展望 /	118
6.2	集装箱码头发展的制约因素分析 /	120
6.2.1	腹地经济的发展与全球产业分工体系的转移 /	120
6.2.2	港口在全球集装箱航线中的区位 /	121
6.2.3	港口的自然条件与基础设施建设水平 /	122
6.2.4	港口腹地运输网络及临港配套产业的发展水平 /	123
6.2.5	港口运营效率及商业环境 /	125
6.2.6	港口市场的竞争格局与船公司的战略定位 /	126
6.3	码头运营商海外拓展区域选择策略要点 /	127
6.3.1	海外拓展区域选择的基本思路 /	128
6.3.2	海外拓展区域选择的两个基本方向 /	131
第七章	集装箱码头运营商海外拓展的模式选择 /	134
7.1	码头运营商海外拓展的主要模式及其比较 /	134
7.1.1	新建投资模式 /	134
7.1.2	跨国并购模式 /	137
7.1.3	战略联盟模式 /	139
7.1.4	管理输出模式 /	141
7.1.5	其他模式 /	142
7.2	码头运营商海外拓展模式的选择策略 /	144
7.2.1	码头运营商海外拓展模式选择的制约因素 /	144
7.2.2	码头运营商海外拓展模式选择的基本策略 /	146
第八章	码头运营商海外拓展的主要风险及其防范 /	149
8.1	码头运营商海外拓展的风险识别 /	149
8.1.1	如何识别海外拓展中的风险 /	149
8.1.2	码头运营商海外拓展中所面临的主要风险 /	151
8.2	码头运营商海外拓展的风险防范 /	156
8.2.1	海外拓展风险的动态监控与预警 /	156
8.2.2	海外拓展风险保障机制的建设 /	156

- 8.3 新形势下中国码头运营商防范海外拓展风险的思考 / 158
 - 8.3.1 加强对企业海外拓展活动的国家政策支持与引导 / 158
 - 8.3.2 提升企业核心能力、构建海外拓展风险防控体系 / 159
 - 8.3.3 优化投资策略、综合利用各种风险防范手段 / 160
 - 8.3.4 重视国际化人才培养、提高跨文化交流整合能力 / 162
 - 8.3.5 充分认识与利用香港的海外拓展平台作用 / 163

第九章 对招商局国际海外拓展的思考 / 165

- 9.1 招商局国际的海外拓展之路 / 165
 - 9.1.1 招商局国际的基本情况 / 165
 - 9.1.2 招商局国际的国际化发展 / 169
- 9.2 对招商局国际海外拓展的争议与思考 / 170
 - 9.2.1 对招商局国际海外拓展的争议 / 170
 - 9.2.2 对招商局国际海外拓展争议的思考 / 174
- 9.3 招商局国际海外拓展中所存在的主要问题 / 177
 - 9.3.1 处于海外拓展初级阶段、国际化经验欠缺 / 177
 - 9.3.2 母港运营模式能否成功输出尚待考验 / 178
 - 9.3.3 缺乏清晰系统的国际化发展战略规划 / 179
 - 9.3.4 缺乏可支撑海外拓展项目的国际化运营管理团队 / 180
- 9.4 对招商局国际海外拓展策略的建议 / 180
 - 9.4.1 清晰系统国际化战略的制订与实施 / 180
 - 9.4.2 海外拓展项目库的建立与系统化 / 181
 - 9.4.3 海外拓展模式的完善与多元化 / 182
 - 9.4.4 海外拓展风险体系的建立与完善 / 183
 - 9.4.5 海外拓展高端人才的引进、培养与团队建设 / 184

参考文献 / 186

图表索引 / 195

后记 / 198

致谢 / 200

第一章 导论

1.1 研究背景

经济全球化正在成为 21 世纪世界经济发展的主潮流。它是生产、贸易、投资、金融在全球范围内的大规模发展和生产要素在国际间流动与配置的规模及范围不断扩大的过程，从而使世界各国经济高度相互依赖、相互影响、相互促进。

由于人们从不同的角度看待和研究全球化问题，因而对经济全球化的概念和含义也有不同的理解。国际货币基金组织（IMF）认为经济全球化是跨国商品与服务交易及国际资本流动规模和形式的增加，以及技术的广泛迅速传播使世界各国经济的相互依赖性增强；世界贸易组织（WTO）前总干事鲁杰罗指出以全球化为基础的无国界经济正在全球范围内形成，以要素自由流动为基础的经济全球化趋势不可逆转；经合组织（OECD）前首席经济学家奥斯特雷（Sy. L. Viaostroy, 1990）则认为，经济全球化是生产要素在全球范围内的广泛流动和实现资源最佳配置的过程。

虽然目前对经济全球化的含义和概念阐述不尽相同，但概念中共同反映出的本质特征为：

（1）经济全球化是各国经济发展在与外部经济联系中相互依存不断深化的历史过程（Process），是历史发展的大趋势，各国必须面对和适应这一趋势。在经济全球化的不同阶段，不同国家和不同企业的应对之策是不一样的。

（2）经济全球化主要是通过商品、资本、技术与人力等生产要素在国际范围内的流动来实现的；随着现代交通与信息技术的飞速发展，生产要素国际流动的速度与频率不断加强，进而推动经济全球化的趋势不断发展与加快，各国介入全球市场的深度与广度不断加大。

(3) 在经济全球化浪潮中,商品、资本、技术与人力等生产要素在全球市场的流动并不是杂乱无章的,而是基本遵循价值规律来实现全球资源的优化配置的。其中一个重要表现是各国产业结构的升级与迁移具有较明显的梯度层次,一般是沿着“发达国家→较发达国家→新兴工业化国家→发展中国家→欠发达国家”的路径进行国际转移的。

(4) 推动经济全球化不断深化的主体是政府(含国际性组织)和企业。政府(含国际性组织)的作用主要体现在宏观层面,一方面,对内实行对外开放的经济政策,以贸易和金融自由化推动本国或本地区不断融入经济全球化;另一方面,对外推动区域乃至全球经济的一体化,如:欧盟、北美自由贸易区。不同的国家利益导致各国在经济全球化中的立场与观点迥异,掌握国际游戏规则制订的主导权成为世界各国竞争的焦点。

微观层面上,跨国企业是生产要素全球流动的运营主体。经济全球化本质上是以发达国家为主导,以跨国公司为主要载体的世界范围内的产业结构调整 and 全球经济市场化的发展过程;其核心是生产要素全球性流动与配置、产业结构全球性调整和转移以及企业生产供应链在全球范围内的布局 and 重组。

可以说,在经济全球化浪潮中,没有哪一个国家或地区能够保持封闭而“独善其身”,封闭的结果只能是被时代潮流所抛弃。同样的道理,没有哪一个企业能够完全与“国际”(包括国际市场,国际的资源、技术、人才)隔绝;要想在日益激烈的国际市场竞争中保持生存与发展,做时代的弄潮儿而不是被淘汰的话,企业的国际化便是必然的选择。

企业的国际化(Enterprise Internationalization)是指企业从国内市场不断走向国际市场的过程,是企业的资源配置范围从国内市场不断向国际市场扩展的过程,这种扩展包括资本、技术、人才等各种生产要素获得的国际化和产品销售市场的国际化,也包括企业经营管理理念、组织模式与管理手段的国际化。

应从以下角度去理解企业国际化的概念:

(1) 空间扩展的概念,即:企业的国际化首先表现在企业运营空间的国际化,是企业的销售市场、生产要素获得从单一的国内市场扩展到了国际市场(Cross Board)。

(2) 空间扩展主体的多样性,即空间扩展的主体可以是产成品,也可以是原料、零配件、机器设备乃至资本、人才、管理理念与模式;空间扩展主体的不同导致企业国际化的形式是多样化的,包括进出口贸易、对外投资、跨国经营等。

(3) 企业的国际化是一个不断深化、不断扩展的过程(Process),其发展

阶段可大致划分为：内向驱动国际化阶段、外向驱动国际化阶段和跨国公司全球优化阶段，在不同的发展阶段，企业国际化的动因、模式与发展战略是不一样的（如图 1-1 所示）。

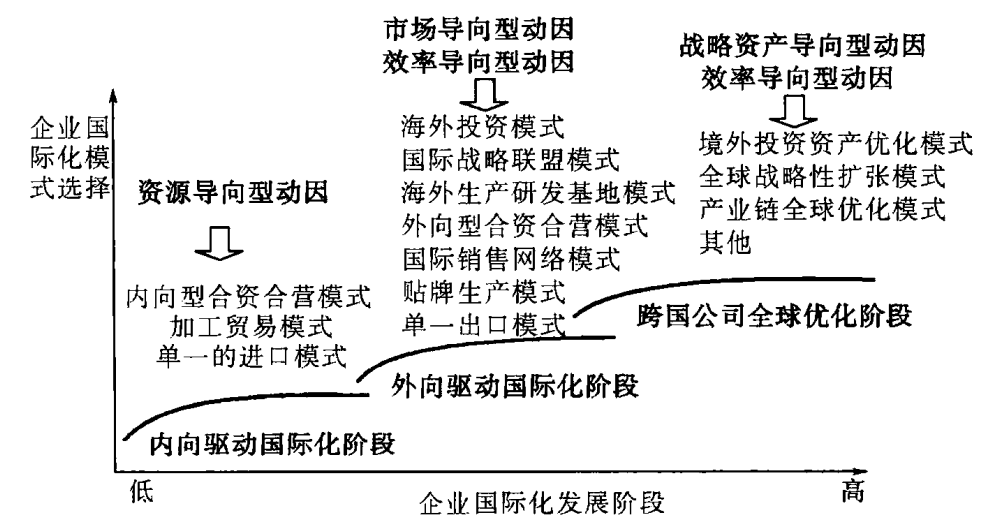


图 1-1 企业国际化的发展阶段、动因与国际化模式选择

20 世纪 90 年代以来，随着高新技术产业的发展和全球信息网络的建设，世界经济面貌发生了翻天覆地的变化，全球经济一体化趋势不断加强，各国经济之间的相互依赖关系更加紧密，中国经济也与世界经济前所未有地紧密联系在一起。随着中国改革开放的广度和深度的不断加大，尤其是 2001 年中国成功加入世界贸易组织，充裕的劳动力资源、外向型加工生产模式和广阔的消费市场促使了世界经济与贸易格局的重心向着以中国为核心的东亚地区快速转移，全球经济增长方式正发生着转变，中国经济对世界经济贸易尤其是东亚经济的影响力不断提升。在过去三十多年的对外开放历程中，中国经济融入全球化的一个突出表现，是更深入地加强了与东亚经济体的联系，目前中国已经全面融入东亚国际生产网络中，并在其中处于主导地位，同时形成了一个自上而下的国际产业分工链条；在区域内这种跨国的资源配置是市场自然选择的结果，但东亚生产网络存在着一个根本性的难题，就是缺少最终消费市场（李向阳，2009）；即东亚生产网络的上游主要处于欧美发达国家，从事研发、生产高附加值的中间品，之后进入中国等地进行简单的组装加工，再将产成品出口到欧美等消费市场，从而使得这个生产网络在一个较长的时期内仍将维持外向发展模式。

中国企业要加快发展，摆脱国际分工的不利局面，就必须走向国际市场，

争取国际市场的话语权；特别是当前中国经济进入提升产业发展水平、加快转变经济发展方式的新阶段，对企业进行海外拓展提出了更高的要求，中国企业应从单一的国际生产要素获得的内向驱动阶段发展到以海外市场拓展为主导的外向驱动阶段。

新阶段中国经济与世界经济互动的一个重要表现，就是中国企业和中国资本的走出去。自 20 世纪 90 年代中期中国政府正式提出“走出去”战略以来，我国企业尤其是大型企业纷纷加快了国际化经营步伐，无论是在进出口贸易、劳务输出、国际经济合作，还是在海外投资并购、参与全球生产研发体系、海外资源的战略性获得等方面都取得了长足进步。尤其是 2001 年我国加入 WTO 以后，随着我国企业实力的增强和市场国际化程度的提高，我国企业的“走出去”力度不断加大，海外拓展路径选择也日益多元化。但不可否认的是，在全球经济活动中，中国企业国际化水平整体上还比较初级，“走出去”战略的实施中屡屡出现失败或不尽如人意之处，像 TCL 并购法国汤姆逊彩电业务；联想收购 IBM PC 业务后所产生的整合困境；以及中国铝业收购澳大利亚力拓的意外失败，都令我们不得不对现行的“走出去”战略进行认真的反思，这种反思在全球经济衰退浪潮中显得尤为重要。

从 2007 年下半年以来，由美国次贷危机演发而来的一场全球性金融危机迅速席卷全球，全世界正经历着自 1929 年以来最为严重的一场金融危机，其影响面之广、程度之深可谓前所未有，对世界经济尤其是外向型经济产生了严重而深远的影响。如何顺应全球经济发展潮流，在危机中渡过难关、在经济低谷期中寻找发展机遇，是摆在我国企业尤其是我国大型企业面前的一个重大而现实的问题。此次金融危机会对经济全球化演进产生较大的冲击，并可能导致国际贸易保护主义浪潮的重新抬头和国际经济秩序的新变化，将会对中国企业的跨国经营活动产生巨大冲击。但危机中也蕴含着机遇，中国企业也极有可能利用此次机遇实现国际化发展的飞跃。事实上，此次全球金融危机对欧美发达国家的冲击更大，在很大程度上阻碍了欧美跨国巨头们全球扩张的步伐，为中国企业提供了获得国际优质企业资产和战略性资源的机遇，而国内产业结构的调整与升级又为中国企业的海外拓展提供了更坚实的基础。

正是基于以上的研究背景，本课题选取集装箱公共码头运营企业作为研究对象，将企业国际化理论与港口/码头行业的发展特征相结合，详细探讨一个

区域领先的公共码头运营商^①在全球化背景下如何实现海外拓展的成功与可持续发展,这包括海外拓展的动因分析、基本路径探析、国际经验比较借鉴以及海外拓展的战略规划、拓展区域选择、模式比较、风险防范等多个方面。

1.2 国内外研究的文献综述

1.2.1 企业国际化的文献综述

1.2.1.1 企业国际化理论的发展

企业的国际化是经济全球化背景下的必然选择。企业国际化的历史很长,其理论渊源可追溯到亚当·斯密的比较优势论。现代学术界关于企业国际化理论的研究主要是以企业的跨国经营行为为研究对象,从20世纪50年代开始逐步发展起来的;之后,随着全球化理论、国际直接投资理论、跨国公司理论等的发展而不断地丰富和发展,目前已成为国际经济学界的一个热点研究问题。

企业国际化理论主要沿着三条不同的研究路线演进^②:

第一,以国际贸易理论为基础,以国际贸易和投资领域为研究主体的企业国际化理论,主要研究海外市场的获得和国际化路径的选择等。其代表理论包括佛农(Raymond Vernon, 1966)的产品周期理论、小岛清(K. Kojima, 1978)的边际产业扩张论等。

第二,从企业经营管理学的角度,以跨国经营行为、国际化过程为主线所形成的企业国际化发展阶段理论,主要有:约翰逊(J. Johnanson, 1966)和瓦德希姆(Paul Wiedersheim, 1975)的企业国际化阶段理论(UM Model)、出口行为论、关系网络理论和国际战略管理理论等。

第三,以产业组织理论为基础,以不完全竞争市场为条件,以跨国公司为研究主体的企业跨国经营与投资理论,主要研究企业国际化的动因、模式演变

^① 公共码头运营商又称为独立码头运营商。公共码头的概念是与业主码头相对应的,业主码头是指为服务于某大型工矿企业自身原材料与产成品的进出而专门设置的港口或码头,一般由该工矿企业投资建设并自行管理,如上海宝钢码头和武汉武钢工业港,以装卸运输铁矿石、煤炭、石油、液化气以及化工产品等为主,多属特种用途码头,需配置特种装卸运输设备;而公共码头是服务于社会公众,不专属于任何工矿企业,以干散货和集装箱运输为主,主要装卸运输机械电子设备、纺织服装、玩具、小五金、日用品等适箱产品,以及粮食、煤炭、钢铁、化肥等干散货产品。从世界港口业的发展情况来看,目前绝大多数码头都属于公共码头,业主码头所占比例较小,且随着各国港口管理体制的市场化改革,越来越多的业主码头转变为公共码头。

^② 鲁桐. 中国企业跨国经营战略[M]. 北京:经济管理出版社,2003.

与影响因素等。其代表性理论如：海默（S. H. Hymer, 1960）和金德尔伯格（C. P. Kindeberger, 1966）等的垄断优势理论；巴克利（P. J. Buckley, 1976）和卡森（M. Casson, 1976）等的内部化理论；凯夫斯（R. E. Caves, 1976）的产品差异化理论；邓宁（John Dunning, 1978, 1984）的国际生产折衷理论，迈克尔·波特（Michael E. Porter, 1982, 1990）的竞争优势理论等。

20 世纪 80 年代中后期以来，随着新兴工业化国家的兴起，来自发展中国家企业的跨国经营活动逐步发展起来，解释发展中国家企业跨国经营行为的国际化理论应运而生，如：威尔斯（Wells, 1977, 1983）的小规模技术理论、拉奥（Sanjaya Lall, 1993, 1997）的技术地方化理论、坎特威尔（J. Cantwell, 1993, 1998）的技术演进理论以及奥维特（Oviatt, 1994）、伊特曼德（Etemad, 2003）等人对传统国际化理论的修订与发展等。

这些理论从各种角度探讨了如下问题：企业走向国际的动因是什么？一个国内企业是如何成长为国际企业或跨国巨头的？为什么一些企业能够实现国际化成长战略，而另一些企业却不能达到其预期目标？当前的研究流派众多而成果丰富，从研究内容看，对企业国际化必要性和动因已经有了较深入而全面的研究；当前的研究更多集中在企业国际化的进程和影响因素方面，其中具代表性的是企业国际化阶段理论（Process Theory of Internationalization）和国际新企业理论（Theory of International New Ventures）。各国学者纷纷采用最新研究成果实证研究企业国际化的成长阶段与影响因素，这些因素包括：组织学习能力（Anderson & Skinner, 1999）、社会或商务关系网（Chetty & Holm, 2000; Anderson, 2002; Chetty & Wilson, 2003; Coviello, 2006）、社会资源（Yli - Renko et al. 2002）、企业家精神（Anderson, 2000）、国际利基市场导向（Knight & Cavusgil, 2004）、企业资源基础（Westhead & Wright, 2001; Dhanaraj & Beamish, 2003）、产业集聚（Maitland et al. 2005）、本土化能力（Mariotti & Piscitello, 2001）等^①。

1.2.1.2 企业国际化问题研究的逻辑演进^②

关于企业国际化问题的研究是一个较为广泛的话题，它涉及企业在跨国经营过程中的方方面面，既包括企业跨国经营的基本动因、经营模式与海外区域的选择，也包括企业国际化经营阶段的判断、战略匹配与经营绩效评估；既包

① 肖文，陈益君. 企业国际化的影响因素：一个文献综述 [J]. 中南大学学报：社会科学版, 2008 (1): 17-220.

② 参见王国顺，郑淮. 企业国际化研究的基本问题：理论演进视角 [J]. 中南大学学报：社会科学版, 2008 (2): 5-10.

括企业跨国经营总体战略的制定与实施,也包括企业公司治理、国际化财务管理、投资决策、生产运作、人力资源配置以及跨文化管理,等等。伴随着世界经济一体化趋势的不断加强,关于企业国际化问题的研究表现出了明显的逻辑演进特征,并随着企业跨国经营进程与行为的不断拓展与深化而处于不断的发展演进之中。以下,我们对企业国际化的动因、成长路径与模式、影响因素等基本问题的研究演进作如下探讨:

(1) 企业国际化动因的研究演进。

国际化动因是企业国际化研究的首要问题,研究历史悠久。早期的研究源于国际贸易和国际投资领域,主要探讨一国企业为什么会有出口、海外投资或海外生产等跨国经营行为,其理论基础主要基于比较优势理论和要素禀赋理论。

海默(S. H. Hymer, 1960)^①的垄断优势理论开创了现代国际直接投资理论,他摒弃了传统国际资本流动理论的完全竞争市场假设,指出由于要素市场和产品市场的不完全性,规模经济、信息传递及政府干预等诸多因素的存在,不完全竞争是市场的主要表现形式;市场的不完全性使得部分企业拥有了东道国厂商所不具有的垄断优势(如规模优势、技术优势、管理优势、资本优势等),进而使企业的国际化成为必然行为。海默之后,许多西方学者对垄断优势理论进行了各种补充和发展,如:金德尔伯格(C. P. Kindleberger, 1966)对跨国经营垄断优势的类型与渠道进行了拓展;佛农(R. Vernon, 1966)的国际产品生命周期理论延续了海默的分析逻辑,加入了区位理论,通过比较不同区位市场的动态变化得出企业国际化的路径演变,其研究的重点仍然是企业外部的市场环境;约翰逊(H. Johnson, 1970)^②强调垄断优势来自于企业对知识资产的占有、使用与控制,认为“知识的转移是国际直接投资过程中的关键”,知识包括专有技术、诀窍、管理与组织技能、销售经验与技能等无形资产。凯夫斯(R. Caves, 1976)^③则认为产品差异是垄断优势的基础,跨国经营企业可以利用其技术或资金优势使其产品发生实物形态的差异,如质量、包装及外形;也可以通过营销技能使产品在消费者心理上发生差别,

① HYMER S H. The international Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment [D]. unpublished Ph. D. dissertation, Cambridge: MIT, 1960.

② JOHNSON H G. The Efficiency and Welfare Implications of the International Corporation [C]. Cambridge: MIT, 1970.

③ CAVES R E. International Corporations: The industrial economics of foreign investment [J]. Economica, 1971: 1-27.