



普通高校“十二五”规划教材
工商管理系列

跨国公司管理



Multinational Management

袁林 编著



清华大学出版社

Management of Transnational Corporations

Management of Transnational Corporations

跨国公司管理

Management of Transnational Corporations

Management of Transnational Corporations



普通高校“十二五”规划教材
工商管理系列

跨国公司管理

Multinational Management

袁 林 编著

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书从经济全球化的视角出发,从跨国公司国际投资理论入手,并结合该领域的最新观点,介绍跨国公司的基本概念、基本理论以及进入国际市场的决策和管理方法。充分体现当前跨国经营活动的全球化趋势,并注重理论联系实际,深入浅出,提高学生分析问题和解决问题的能力。

本书适用于经济与企业管理类相关专业本科生、研究生、MBA 学生,以及从事跨国经营活动的管理者和相关专业人员。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司管理/袁林编著. —北京:清华大学出版社,2012.8

(普通高校“十二五”规划教材·工商管理系列)

ISBN 978-7-302-28989-0

I. ①跨… II. ①袁… III. ①跨国公司—企业管理—高等学校—教材 IV. ①F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 115561 号

责任编辑:刘志彬

封面设计:汉风唐韵

责任校对:王荣静

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市李旗庄少明印装厂

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×230mm 印 张:20.5 字 数:418千字

版 次:2012年8月第1版 印 次:2012年8月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:38.00元

产品编号:034946-01

前言

科学技术日新月异,信息技术和网络技术迅猛发展,以及市场经济制度在世界范围的普遍确立,将世界引领到一个全球化的新时代。全球化是人类社会发展的一种新的经济现象,导致全球联系不断增强,人类基于全球共同的规则生活和发展且全球意识崛起,传统和新兴力量相互影响,一个新的全球化利益分配和博弈的时代开启。

跨国公司是垄断资本主义发展的产物。19世纪60年代,资本主义从自由竞争向垄断阶段过渡,“过剩资本”的形成直接成为资本国际流动的动力和源泉。最初时期,西方国家的一些大型企业将过剩资本和生产能力向海外投资,开创了跨国经营。垄断组织通过资本输出把资本主义生产方式扩大到世界各个国家,深化了传统的国际分工体系。资本输出实现了世界范围的国际分工和生产的国际化,加强了世界各国在资源、经济和市场方面的联系,促使国家与国家之间在政治、经济和贸易上相互依存度日益提高。跨国公司在推动世界经济发展的同时也正式走上了历史舞台。

今天,跨国公司已经成为世界经济的引擎,是经济全球化的主要载体和科技全球化的驱动力量,正在超越国家边界成为世界经济活动的主体。在以互联网技术为代表的信息技术革命引领和全球金融危机的双重驱动下,跨国公司正在经历一场新的全球性的结构变化和战略调整,这必将对21世纪全球经济格局产生深远影响。

跨国公司结构的演变导致全球化竞争加剧,以向外输出商品和服务为传统的做法,已经满足不了在全球范围内优化资源配置和获取世界市场的需要,在各国尤其是发达国家新的贸易保护主义抬头的背景下,需要采用更加灵活的投资方式和组织结构方式来绕过贸易壁垒,达成跨国公司的全球经营战略目标。

跨国公司尤其是发展中国家的跨国公司作为后来者要面对发达国家各种各样的法律、技术和制度壁垒。2011年10月19日,美国七家太阳能电池板生产商向美国商务部与国际贸易委员会提起贸易申诉,要求美国政府对从中国出口到美国的太阳能光伏电池进行反倾销和反补贴调查,并采取贸易限制措施。“双反”调查一经成立,美国政府将可能对来自中国企业的太阳能光伏电池征收高达100%的关税,这势必对中国光伏产品出口到美国市场产生灾难性的影响。

在企业的跨国经营活动中,企业的经营决策也会影响国际化战略目标的实现。TCL公司的国际化被认为是跨国投资失败的一个典型案例。从2002年4月收购施奈德公

司开始,一年多的时间内又相继并购汤姆逊公司和阿尔卡特公司,在承担了所并购公司的全部亏损后,却对跨国并购带来的文化冲突、管理冲突和制度冲突准备不足,生产经营上未能及时将海外生产从低成本转移到低成本的国家和地区,没有充分利用自己原来拥有的低成本优势,导致企业竞争力下降。

但是也不乏中国企业在全球化过程中获取成功的案例。海尔收购日本三洋电机,联想收购美国 IBM 全球 PC 业务等,都是通过直接投资的方式进入海外市场的成功案例。华为在移动通信领域的国际化取得了令世人瞩目的成绩。在欧洲和北美的大型通信设备公司收缩规模之时,华为却将跨国经营业务伸向全球 70 多个国家和地区,并且成功地从西门子、阿尔卡特等跨国公司手里争得阿联酋电信的网络合同,使阿联酋成为第一个开通 3G 网络服务的阿拉伯国家——这也是中国企业全球的第一个 WCDMA 3G 项目。华为通过技术创新掌握核心技术实施跨国经营的成功模式值得研究和借鉴。

无论是发达国家还是发展中国家的跨国公司在全球化经营的过程中都会遇到各种环境障碍和不确定的风险,要求跨国公司的经营管理者能够分析总结跨国经营的经验教训,掌握国际投资和跨国公司管理的相关理论及科学的决策方法,树立全球化研发、全球化制造、全球化营销的大市场理念,在实施国际投资时审时度势趋利避害。

21 世纪的今天,随着经济全球化趋势的日益深入和世界各国跨国公司的迅速成长,跨国公司已经成为一支不可替代的重要力量活跃于世界经济舞台。其雄厚的经济实力、先进的管理理念、发达的全球网络系统深刻地影响着世界经济、政治和社会生活。一方面,跨国公司的研发和生产活动为母国和东道国带来了实实在在的益处,另一方面,跨国公司的全球化贸易与投资活动有助于有效利用资本、技术、人力和自然资源,为世界各地之间的生产要素转移提供了便利,并促进资源在全球范围内的优化配置。

对世界而言,中国目前已完成了由新兴市场向成熟市场的转变,其国内跨国公司已经超越了初级产品和原材料生产范畴,进入研发、制造、装配、市场开发与服务业的多元化发展阶段。今天中国在全球的影响力不断上升,当发达国家深陷全球金融危机困境之时,中国经济保持着蓬勃的发展势头,它对于世界市场意味着什么?对于跨国公司又意味着什么?全球金融危机为中国企业走向世界提供了百年难遇的历史性的机遇和挑战。

本书介绍了跨国公司的产生与发展、跨国公司对外直接投资理论、跨国公司经营环境与经营机会评估、跨国公司国际市场进入模式、跨国公司全球化战略管理、跨国公司的组织结构、跨国公司经营管理、跨国公司人力资源管理、跨国公司财务管理等重要的跨国公司经营管理的基本概念、基本理论和基本方法。在编写中注重理论联系实际,深入浅出,扩大视野,通过案例分析和思考练习,着重培养学生运用所学理论知识分析和阐释当今跨国公司管理中出现的各种现象的能力,使学生能够进行跨国公司管理的国际比较,从而加深对全球化环境下企业跨国经营管理的理解。

作者从事跨国公司经营管理的教学和研究工作 10 余年,对跨国公司经营及竞争力研究有较深厚的积累和心得。本书适用于经济与企业管理类专业的本科生、研究生、MBA 以及从事跨国公司经营管理的工作人员学习和研究。

由于作者水平有限,书中难免出现错漏,敬请读者给予指正。

作者

2012 年 5 月

目录

第1章 导论	1
1.1 经济全球化与跨国经营管理	1
1.1.1 经济全球化	1
1.1.2 跨国公司	4
1.1.3 经济全球化背景下跨国经营管理	6
1.2 经济全球化与企业跨国经营动因	10
1.2.1 企业跨国经营的动因	11
1.2.2 中国企业跨国经营的动因	13
1.3 跨国经营管理的构架与内容体系	15
1.3.1 跨国经营与管理	15
1.3.2 本书的理论框架与内容体系	16
案例分析	19
本章小结	23
中英文关键词语	23
思考题	23
自测题	24
第2章 跨国公司对外直接投资	25
2.1 对外直接投资与对外间接投资	25
2.1.1 对外直接投资	26
2.1.2 对外间接投资	27
2.1.3 对外直接投资与对外间接投资的区别与融合	28
2.2 对外直接投资的基本类型	30
2.3 独资经营与合资经营	32
2.3.1 独资经营与合资经营的特点	32

2.3.2	合资经营的类型和范围	33
2.3.3	跨国公司股权选择	34
2.3.4	对合资企业的控制	35
案例分析	37
本章小结	40
中英文关键词语	40
思考题	40
自测题	41
第3章	跨国公司国际投资理论	42
3.1	比较优势理论	42
3.1.1	传统的比较优势理论	42
3.1.2	动态比较优势理论	45
3.1.3	比较优势理论的发展	47
3.2	垄断优势理论	48
3.2.1	垄断优势理论的基本思想	48
3.2.2	垄断优势理论的发展	49
3.2.3	对垄断优势理论的评价	50
3.3	产品生命周期理论	50
3.3.1	产品生命周期理论的基本思想	51
3.3.2	产品生命周期的三个阶段	51
3.3.3	产品生命周期贸易模式	52
3.3.4	对产品生命周期理论的评价	53
3.4	内部化理论	55
3.4.1	内部化理论的基本思想	55
3.4.2	内部化的原因	56
3.4.3	内部化过程的体现	56
3.4.4	对内部化理论的评价	57
3.5	国际生产折中理论	58
3.5.1	国际生产折中理论的基本思想	58
3.5.2	所有权特定优势	59
3.5.3	内部化优势	59
3.5.4	区位优势	59
3.5.5	对国际生产折中理论的评价	60

3.6 国家竞争优势理论	61
3.6.1 国家竞争优势理论的基本思想	61
3.6.2 制约国家竞争优势的因素	62
3.6.3 国家经济发展的四个阶段	65
3.6.4 对国家竞争优势理论的评价	66
3.7 发展中国家跨国公司直接投资理论	67
3.7.1 小规模技术理论	67
3.7.2 技术地方化理论	68
案例分析	69
本章小结	73
中英文关键词语	73
思考题	74
自测题	74
第4章 跨国经营环境与经营机会评估	75
4.1 跨国经营环境分析	75
4.1.1 经营环境的一般特征	75
4.1.2 间接环境因素	78
4.1.3 直接环境因素	80
4.2 环境与跨国经营效率	82
4.2.1 法默-里奇曼模型原理	82
4.2.2 法默-里奇曼模型构成要素	83
4.3 海外经营调查	88
4.3.1 海外经营调查的目的与特点	88
4.3.2 办公室调查	89
4.3.3 实地调查	91
4.4 海外经营机会评估	92
4.4.1 跨国经营评估矩阵	93
4.4.2 经营因素范围评估	95
4.4.3 国家吸引力-公司实力矩阵	95
本章小结	98
中英文关键词语	99
思考题	99
自测题	99

第 5 章 海外市场进入决策	100
5.1 进入海外市场综合模型	100
5.1.1 基于产业的考虑	101
5.1.2 基于资源的考虑	102
5.1.3 基于制度的考虑	103
5.2 进入地点决策	106
5.2.1 地域优势和战略目标	106
5.2.2 文化制度差距和海外进入位置	109
5.3 进入时间决策	109
5.4 进入方式决策	111
5.4.1 进入规模选择	112
5.4.2 进入模式	112
5.4.3 进入模式的比较	114
5.5 互联网模式与传统模式进入	119
案例分析	121
本章小结	122
中英文关键词语	123
思考题	123
自测题	123
第 6 章 跨国公司全球化战略	124
6.1 什么是全球化战略	124
6.2 跨国公司全球化战略动因	126
6.2.1 通过全球化战略提高利润	126
6.2.2 降低成本和提高顾客响应	129
6.3 全球化战略选择	132
6.3.1 国际化战略	132
6.3.2 多国战略	134
6.3.3 全球战略	135
6.3.4 跨国战略	135
6.4 跨国战略联盟	137
6.4.1 跨国战略联盟的特征与类型	137
6.4.2 战略联盟的优势与风险	142

6.4.3 跨国战略联盟的风险防范与管理·····	143
案例分析·····	147
本章小结·····	148
中英文关键词语·····	148
思考题·····	149
自测题·····	149
第7章 跨国公司组织结构 ·····	150
7.1 跨国公司的国际化阶段与组织结构·····	150
7.1.1 公司发展的国内阶段·····	151
7.1.2 公司发展的多国阶段及跨国阶段·····	152
7.1.3 公司发展的全球化阶段·····	153
7.2 跨国公司组织结构的设计与选择·····	161
7.2.1 跨国公司组织结构的设计原则·····	161
7.2.2 跨国公司组织结构的选择·····	161
7.3 母公司对子公司的控制·····	163
7.3.1 母子公司研究的理论基础·····	163
7.3.2 母公司对子公司的控制模式·····	164
7.3.3 母公司对子公司的控制手段·····	165
7.4 建立跨国组织管理能力·····	167
7.4.1 跨国公司的组织管理·····	167
7.4.2 跨国公司组织结构的新发展·····	168
案例分析·····	174
本章小结·····	177
中英文关键词语·····	178
思考题·····	178
自测题·····	178
第8章 跨国公司经营管理 ·····	179
8.1 跨国公司生产管理·····	180
8.1.1 跨国公司生产的标准化·····	180
8.1.2 跨国公司生产的本地化·····	182
8.1.3 国际采购·····	183
8.1.4 国际生产体系·····	185

8.1.5	国际研发·····	189
8.2	跨国公司营销管理·····	193
8.2.1	市场细分·····	193
8.2.2	产品策略·····	195
8.2.3	价格策略·····	197
8.2.4	渠道策略·····	201
8.2.5	促销策略·····	204
8.2.6	国际营销组合·····	206
8.3	跨国公司内部贸易与转移价格·····	207
8.3.1	跨国公司内部贸易·····	208
8.3.2	价格转移的作用·····	210
8.3.3	影响转移价格的因素·····	211
8.3.4	转移价格的制定·····	212
8.4	跨国公司技术转让·····	214
8.4.1	技术开发·····	214
8.4.2	技术转移·····	216
8.4.3	技术引进·····	222
	案例分析·····	223
	本章小结·····	226
	中英文关键词语·····	227
	思考题·····	227
	自测题·····	227
第9章 跨国公司人力资源管理·····		228
9.1	跨国人力资源管理概述·····	228
9.1.1	跨国人力资源管理的定义·····	228
9.1.2	跨国人力资源管理的特点·····	229
9.1.3	跨国人力资源开发与管理的典型模式·····	230
9.2	跨国人力资源的选拔·····	233
9.2.1	跨国公司人员配备·····	235
9.2.2	跨国经营人力资源的选择标准·····	236
9.2.3	跨国公司人员外派·····	238
9.3	跨国经营人力资源的开发与培训·····	240
9.3.1	对外派管理人员的培训·····	240

9.3.2 对东道国管理人员的培训·····	241
9.4 跨国人力资源的绩效管理和薪酬管理·····	242
9.4.1 跨国人力资源绩效管理·····	243
9.4.2 跨国人力资源薪酬管理·····	244
9.5 国际劳资关系·····	246
9.5.1 当代跨国公司劳资关系发展特点·····	247
9.5.2 跨国公司劳资关系的三方主体·····	248
9.5.3 影响劳资关系管理的因素·····	251
9.6 跨文化人力资源管理·····	251
9.6.1 文化差异·····	252
9.6.2 跨文化人力资源战略·····	252
9.6.3 跨文化人力资源管理的主要策略·····	253
案例分析·····	256
本章小结·····	262
中英文关键词语·····	262
思考题·····	262
自测题·····	263
第 10 章 跨国公司财务管理 ·····	264
10.1 跨国公司财务制度·····	265
10.1.1 国际货币制度·····	265
10.1.2 汇率制度·····	268
10.1.3 国际收支平衡·····	269
10.2 跨国公司融资管理·····	274
10.2.1 融资的分类·····	274
10.2.2 融资管理的准则·····	276
10.2.3 融资战略·····	276
10.3 跨国公司外汇风险管理·····	278
10.3.1 外汇风险的类型·····	279
10.3.2 外汇风险的预测·····	281
10.3.3 外汇风险管理·····	285
10.3.4 外汇风险管理的基本对策·····	286
10.4 跨国公司税收管理·····	291
10.4.1 跨国公司税收种类·····	291

10.4.2	国际双重课税	296
10.4.3	国际避税与税收管理	299
10.5	跨国公司与跨国银行	303
10.5.1	经济全球化下跨国银行的发展	304
10.5.2	跨国公司与跨国银行融合生长	305
	案例分析	305
	本章小结	308
	中英文关键词语	308
	思考题	308
	自测题	309
	参考文献	310

第 1 章

导 论



经济全球化给跨国公司的发展带来了诸多影响,本章将介绍经济全球化与跨国经营管理的关系、经济全球化与跨国经营的动因,以及本书的内容和结构体系。

1.1 经济全球化与跨国经营管理

进入 21 世纪以来,经济全球化与跨国公司的迅速发展,既给世界贸易带来了极大的推动力,也给各国经济贸易带来了更多不确定因素,使其出现许多新的特点和新的矛盾。当今世界经济的发展突破了国家地域的范畴,各国市场之间的区别在逐渐减弱,形成了经济全球化趋势。经济全球化以发达的资本主义国家为主导,以跨国公司为主要载体,以争取更大的市场份额为目的,并以世界共同市场作为标志。企业必须利用市场、成本、环境、竞争等因素,系统地组织资源,以适应全球化的发展。

1.1.1 经济全球化

1. 经济全球化的含义及成因

阿兰·鲁格曼把经济全球化定义为:“跨国公司跨越国界从事对外直接投资和建立商业网络来创造价值的活动。”

“经济全球化”一词出现于 20 世纪 80 年代中期,90 年代得到认可,但目前没有统一概念。国际货币基金组织(IMF)在 1997 年 5 月发表的一份报告中指出,“经济全球化是指跨国商品与服务贸易、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的增强”。而经济合作与发展组织(OECD)认为,“经济全球化可以被看做一种过程,在这个过程中,经济、市场、技术与通信形式的全球化特征逐渐增加,民族性和地方性特征逐渐减少”。

总之,可从三方面理解经济全球化:

一是世界各国经济联系日益加强,相互依赖程度日益提高;
二是各国国内经济规则不断趋于一致;
三是国际经济协调机制强化,即各种多边或区域组织对世界经济的协调和约束作用越来越强。

总的来讲,经济全球化是指以市场经济为基础,以先进科技和生产力为手段,以发达国家为主导,以最大利润和经济效益为目标,通过分工、贸易、投资、跨国公司和要素流动等,实现各国市场分工与协作、相互融合的过程。

当前,经济全球化正在使世界经济经历着一场全面、深刻且势不可当的变革,并迅速改变着人类经济社会的发展进程。全球化由市场全球化和生产全球化两部分构成。全球化的推动力受市场因素、成本因素、环境因素和竞争因素的影响。到20世纪末,在新产业和新市场的推动下,全球市场规模已超过了210亿美元。经济全球化的成因主要有三点:第一,国际化分工的深化是形成经济全球化的根本原因;第二,科学技术的巨大发展是推动全球化发展的重要动力;第三,经济全球化是资本追求利润最大化的必然结果。

在经济全球化趋势的背后,有两个宏观因素起着至关重要的作用。一是自第二次世界大战结束后,商品、服务和资本自由流动障碍的减少;二是技术变革的作用,特别是近年来通信、信息处理和运输技术的迅猛发展。在过去的三十多年中,世界经济格局发生了巨大的变化,除了以美国为首的发达资本主义国家外,一批新兴的发展中国家或地区正在以其强有力的增长趋势在国际经济舞台上发挥着越来越大的作用。经济全球化对世界经济与社会发展、对发达国家和发展中国家的经济都产生了重大的影响。

2. 经济全球化的新特征

经济全球化是影响当今国际形势发展变化的最深刻的动因与背景。近几年来,经济全球化出现了许多新特征。经济全球化对国际形势的影响主要有四个方面。

(1) 推动全球经济格局出现新变化。经济全球化使发达国家和发展中国家经济力量对比失衡明显改变。发展中国家优势持续加强,而发达国家的优势有所下降。自1990年至2005年,发展中国家占世界经济的比重由34%上升到47.7%,占世界贸易的比重从20.3%上升至30.8%。发展中国家经济以远高于发达国家的速度持续增长,在世界经济格局中的比重将继续提高。

(2) 推动国际能源格局发生新变动。国际能源的变化有五个方面:一是全球能源需求增势趋于缓和。据国际能源机构统计,1971—2000年世界能源消费年均增长2.1%,预计2000—2030年年均增长将降至1.7%。二是能源消耗格局发生变化。美欧的能源消费占世界能源消费的比重下降,新兴经济体能源消费增长较快,中国、印度等发展中国家成为新的油气进口大国。三是能源结构继续多元化和低碳化。各国纷纷调整能源战略,降低能源对外依存度,优先发展新能源与可再生能源,重视节能降耗工作,注意环境保护。