

中国企业 跨国经营战略

经济管理出版社

ECONOMIC MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

鲁 桐 / 主编



47

ZHONGGUO QIYE

KUAGUO JINGYING ZHANLUE

中国社会科学院重大课题B类

社 址：北京

发 行：经济

编 者：鲁桐

编辑（1993）目录

中国企业管理出版社

ISBN 7-80162-891-2

中国企业跨国经营战略

鲁 桐 / 主 编

经济管理出版社

ECONOMIC MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

95
~500

责任编辑：谭 伟

技术编辑：杨 玲

责任校对：静 洁

图书在版编目 (CIP) 数据

中国企业跨国经营战略/鲁桐主编. —北京：经济管理出版社，2003
ISBN 7-80162-691-5

I. 中… II. 鲁… III. 跨国公司—企业管理—经济战略—研究—中国 IV. F279.247

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2003) 第 054443 号

中国企业跨国经营战略

鲁 桐 主 编

出版：经济管理出版社

(北京市新街口六条红园胡同 8 号 邮编：100035)

发行：经济管理出版社总发行 全国各地新华书店经销

印刷：北京宏伟印刷厂

787mm×960mm/16

24.75 印张

342 千字

2003 年 8 月第 1 版

2003 年 8 月北京第 1 次印刷

印数：1—4000 册

ISBN 7-80162-691-5/F·612

定价：38.00 元

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书，如有印装错误，由本社发行部负责调换。

通信地址：北京阜外月坛北小街 2 号 邮编：100836

联系电话：(010) 68022974

前 言

本书是中国社会科学院重大研究项目（B类）的最终成果。中国社会科学院世界经济与政治所跨国公司研究室主任鲁桐研究员主持了这项研究，全书的具体分工如下：第1章、第2章、第7章、第8章，鲁桐；第9章，鲁桐、李朝民；附录一，鲁桐、李笑丰；第3章、第5章，董迎；第4章，肖炼；第6章，张金杰；附录二、附录三，李笑丰。

中国加入世界贸易组织以后如何有效地参与国际竞争，是中国企业在21世纪面临的严峻挑战。本书力图在理论上采众家之所长，及时跟踪跨国公司理论的最新进展，并在此基础上，根据中国的实践进行理论创新。

的研究提供了丰富的素材。尽管我们的研究还是初步的、粗浅的，但我们有信心在今后的研究中不断完善。最后，课题组还要借此机会对经济管理出版社给予的大力支持表示感谢。

鲁 桐

2003年5月6日于北京

目 录

第1章 导 言 / 1

- 1.1 中国企业跨国经营研究的意义 / 1
 - 1.1.1 实施“走出去”战略的必要性 / 1
 - 1.1.2 实施“走出去”战略的可能性 / 5
- 1.2 本书研究的问题与方法 / 8
- 1.3 本书的结构和主要内容 / 8
- 1.4 关于实施“走出去”战略的思考 / 15
 - 1.4.1 中国企业“走出去”应走渐进式的发展道路 / 15
 - 1.4.2 关于中国企业“走出去”的途径问题 / 17
 - 1.4.3 实施“走出去”战略离不开政府的支持和引导 / 21

第2章 理论回顾与研究框架 / 25

- 2.1 外国直接投资理论的演变与最新进展 / 27
 - 2.1.1 市场不完全性理论与跨国直接投资 / 27
 - 2.1.2 内部化理论及其发展 / 34
 - 2.1.3 国际生产折衷理论的发展 / 39
- 2.2 企业国际化理论的演变与最新进展 / 47
 - 2.2.1 企业国际化的渐进主义 / 48
 - 2.2.2 企业国际化的网络方法 / 52

2.2.3 企业国际化的学习主义 / 55

2.3 中国企业跨国经营的理论框架 / 57

第3章 加入WTO以后中国企业面临的竞争环境 / 63

3.1 加入WTO标志着中国的改革开放进入新阶段 / 63

3.1.1 国民经济纳入全球经济体系 / 64

3.1.2 改革开放获得外部动力 / 65

3.1.3 政府功能面临重大调整 / 66

3.1.4 经济发展面临机遇与挑战 / 67

3.2 加入WTO以后中国企业面临的国际竞争环境 / 70

3.2.1 跨国公司主宰世界经济 / 70

3.2.2 国际分工不断深化发展 / 72

3.2.3 各国产业结构互动增强 / 72

3.2.4 技术创新驱动能量加大 / 74

3.2.5 资本流动促进经济增长 / 75

3.2.6 企业经营方式灵活多变 / 77

3.2.7 区域经济一体化与贸易保护加剧竞争 / 79

3.3 加入WTO以后中国企业面临的国内竞争环境 / 80

3.3.1 发展环境 / 80

3.3.2 制度环境 / 84

3.3.3 产业环境 / 88

3.3.4 市场环境 / 93

第4章 知识产权保护与对外直接投资 / 97

4.1 引言 / 97

4.2 相关文献回顾 / 99

4.3 中国知识产权保护体系的演进过程 / 103

4.4 美国跨国公司来自中国的知识产权收入：案例分析和探讨 / 108

4.4.1 方法论 / 108

4.4.2 分析与探讨 / 110

4.5 主要发现及其对中国企业海外经营的启示 / 116

第5章 中国企业跨国经营的总体评价 / 120

5.1 关于本章研究中的几个具体问题 / 120

5.1.1 有关研究内容的重要事项 / 120

5.1.2 涉及官方资料的特别说明 / 123

5.2 中国企业跨国经营的发展概况 / 125

5.2.1 中国企业跨国经营的发展背景 / 125

5.2.2 中国企业跨国经营的发展过程 / 128

5.2.3 中国企业跨国经营的现实格局 / 137

5.2.4 简要评论 / 140

5.3 中国对外直接投资的规模分析 / 141

5.3.1 总量增长中的若干特征 / 141

5.3.2 海外投资平均规模的变化情况 / 144

5.3.3 加工贸易企业的特殊性 / 146

5.4 中国对外直接投资的分布 / 148

5.4.1 总体分布概况 / 148

5.4.2 具体国别概况 / 152

第6章 中国企业跨国经营动因分析 / 156

6.1 跨国经营动因的国际比较 / 156

6.1.1 发达国家企业跨国经营动因比较 / 156

6.1.2 发展中国家（地区）企业的跨国经营动因分析 / 175

- 6.2 中国企业跨国经营动因分析 / 181
 - 6.2.1 邓宁及内热拉的投资发展轨迹理论 / 181
 - 6.2.2 中国企业海外投资动因 / 185
- 6.3 问卷调查的结论 / 195

第7章 中国企业跨国经营竞争优势 / 199

- 7.1 跨国经营竞争优势的国际比较 / 199
 - 7.1.1 竞争优势的外生论 / 199
 - 7.1.2 竞争优势的内生论——企业能力理论的兴起 / 200
 - 7.1.3 跨国公司竞争优势分析 / 204
- 7.2 中国企业跨国经营的优势分析 / 211
 - 7.2.1 后发优势 / 211
 - 7.2.2 成本优势 / 213
 - 7.2.3 市场优势 / 215
 - 7.2.4 适应性技术优势 / 217
- 7.3 问卷调查的结论 / 219

第8章 中国企业跨国经营市场进入方式分析 / 221

- 8.1 外国市场进入方式 / 221
 - 8.1.1 贸易式进入 / 221
 - 8.1.2 契约式进入 / 228
 - 8.1.3 投资式进入 / 243
- 8.2 外国市场进入方式的比较与选择 / 246
 - 8.2.1 经济方法 / 246
 - 8.2.2 战略行为方法 / 251
- 8.3 中国民营企业海外市场进入方式的经验研究 / 257
 - 8.3.1 企业调查的基本情况 / 257

8.3.2 企业进入海外市场的方式 / 257

第9章 温州民营企业国际化研究 / 260

9.1 112家温州民营企业的基本情况 / 261

9.1.1 温州民营企业海外市场的选择与进入方式 / 262

9.1.2 跨国经营动机与竞争优势 / 264

9.1.3 民营企业在海外经营中遇到的主要困难和障碍 / 265

9.1.4 企业今后五年跨国经营发展趋势 / 266

9.2 分析与结论 / 267

附录一 中国企业跨国经营案例分析 / 270

格兰仕集团 / 270

北京同仁堂集团 / 276

东艺鞋业有限公司 / 292

康奈集团有限公司 / 299

温州泰马鞋业有限公司 / 305

奥康集团有限公司 / 310

江苏好孩子集团 / 315

附录二 部分发达国家和地区的投资环境和政策法规 / 324

英国 / 324

荷兰 / 328

法国 / 330

新西兰 / 333

意大利 / 336

西班牙 / 340

中国香港 / 343

附录三 部分发展中国家和地区的投资环境和政策法规 / 346

印度 / 346

马来西亚 / 350

阿根廷 / 352

孟加拉国 / 355

博茨瓦纳 / 357

罗马尼亚 / 360

秘鲁 / 363

土耳其 / 365

泰国 / 367

马里 / 370

参考资料 / 373

导 言

1.1 中国企业跨国经营研究的意义

党的十六大明确提出了“引进来”和“走出去”并举的战略部署，为今后 20 年我国的对外开放明确了目标。实施“走出去”战略，是党中央在深刻分析国际国内政治经济形势的基础上做出的重大决策，是关系我国发展全局和前途的重大战略。经济全球化的迅速发展，为中国企业经济参与国际竞争，在更大的范围内优化资源配置提供了良好的机遇。中国改革开放 20 多年的发展，为中国企业“走出去”奠定了基础。

1.1.1 实施“走出去”战略的必要性

加入 WTO 以后，中国的市场竞争格局将发生明显的变化。更多的跨国公司 will 参与中国各行业的竞争。在争夺国际直接投资的竞争中，中国有三大优势：第一，市场优势。中国经济保持了多年的高速增长，并在未来的 10 年仍将保持较高的增长势头。是世界最具发展潜力和市场最大的国家之一。第二，政治稳定优势。第三，劳动力资源优势。随着更多国际企业的进入和中国长期地引进国外先进技术，提高管理水平，中国已经有很多产品的质量达到国际水平。中国制造的产品大量出口，显示出明显的国际竞争力。这就是为什么在近几年世界经济动荡的情况下，中国的进出口

贸易仍能够保持高速增长。其次,中国坚持开放政策,大部分行业内竞争激烈,使得企业变得相对有效。例如,家电行业的竞争对手多达 50 多家,使中国家电企业能够与任何一家外国企业竞争。中国丰富的劳动力资源也使中国企业的成本结构非常具有竞争力。这些说明,入世以后,中国企业面临的挑战和机遇是并存的。

经过 20 多年的缓慢发展,我国的海外投资已初具规模。据外经贸部统计,到 2002 年底,我国已在世界 160 多个国家和地区投资兴办了 6960 家,中外双方协议投资总额 137.8 亿美元,中方协议投资金额 93.4 亿美元。即使按联合国贸易与发展会议提供的数据,截至 2001 年,中国对外直接投资存量为 275.79 亿美元,也仅占世界投资存量的 0.42%。我国对外投资总额不仅占世界对外投资总额的比重低,而且,对外投资额占国内固定资产的投资比重也很低。2000 年,对外投资额占总固定资产投资比重世界平均值为 20.6%,发达国家为 25.9%,发展中国家为 5.8%,而中国仅为 0.2%。^①同时,我国吸收的外国直接投资占国内固定资产的投资比重 2000 年为 10.5%,这种强烈的反差即使在发展中国家也十分罕见。说明中国对外投资的规模与我国整体的经济实力不相称。

一个国家拥有跨国公司的数量和规模,已经成为衡量这个国家经济实力和国际竞争力的重要标志。中国要想在世界经济舞台上获得应有的地位和尊重,就必须拥有大批具备国际竞争力的跨国公司。特别是在经济全球化加速发展的条件下,中国加入 WTO 以后,意味着将进一步开放市场,中国企业将在自己的家门口迎接激烈的国际竞争。因此,培养有国际竞争力的中国跨国公司已成为企业生存的迫切需要。

(1) 实施“走出去”战略是充分利用两个市场、两种资源的需要

我国是一个人口众多、资源相对贫乏的发展中国家。为了实现跨世纪的宏伟战略目标,需要有充足的自然资源作保障。但是,一些重要的大宗矿产,如石油、天然气、富铁矿、富锰矿、铬铁矿、氧化铝、黄金、白

^① UNCTAD (2002): World Investment Report. P.325.

银、铜和钾盐等，国内资源明显不足，需要大量进口。目前，我国已成为这些矿产的最重要进口大国之一。实施“走出去”战略，是实现国民经济可持续发展的需要。在经济全球化加速发展的新形势下，我国必须借鉴其他国家的经验和做法，在国际市场上配置资源，加强境外资源开发合作与综合利用，为我国获取重要资源提供相对稳定的来源，实现国民经济的长远发展。

加入世贸组织后，我国对外开放进入一个新阶段。我国严格履行开放市场的承诺，为外国商品进入中国创造了有利条件。从2002年1月1日起，我国大幅降低了5000多个税号商品的进口关税，关税总水平由15.3%降至12%，部分信息技术产品的税率降至零；减少非关税措施，取消了一批产品的配额、许可证和特定招标管理。同时，对外开放领域进一步拓宽。根据我国的承诺，2002年我国制定和完善了金融、保险、电信、外贸、商业、运输、建筑、旅游及中介服务等服务领域的法律、法规，服务业成为外商投资的新热点，外商对华投资信心不断增强。

中国加入WTO以后，外国对华投资已出现新一轮的高潮。统计表明，2002年我国共吸引540亿美元的直接投资，成为世界上吸引外资最多的东道国。2003年第一季度，全国新批设立外商投资企业8624家，比上年同期增长36.61%；合同外资金额229.82亿美元，同比增长59.59%；实际使用外资金额130.86亿美元，同比增长56.72%。其中，2003年3月份，全国新批设立外商投资企业3232家，同比增长44.67%；合同外资金额87.59亿美元，同比增长60.37%；实际使用外资金额55.43亿美元，同比增长61.17%。^①

可以预见，在21世纪，中国市场将面临更激烈的竞争局面。中国企业在自己的家门口也面临国际竞争。为了适应竞争的需要，中国企业必须发挥比较优势，充分利用国内和国外两种资源和两个市场。

^① 商务部政府网站。

(2) 实施“走出去”战略是我国产业结构调整的要求

中国经济在保持总量规模持续扩张的同时，正面临着迫切的结构调整的任务。中国经济已经进入需要以结构变迁来推动和支撑总量增长的阶段。我国提出了 2020 年全面建设小康社会的宏伟目标，即基本实现工业化，建成完善的社会主义市场经济体制和更具活力、更加开放的经济体系。这需要在进一步扩大对外开放的同时，加快进行产业结构调整。实施“走出去”战略，是促进经济结构战略性调整的必要手段。经济结构调整如果仅在国内进行，空间相对较小。海外投资能够对我国比较优势的重构发挥积极的影响，有利于促进资金的积累和加速技术创新。积极促进海外投资也有利于缓和产品供大于求的局面，提高企业的经济效益。

(3) 实施“走出去”战略是培养中国企业国际竞争力的重要途径

在全球化蓬勃发展的今天，企业无论大小都向着全球化的经营模式发展。每一家公司，无论它看上去国内性质多么明显，都注定要全球化，或者至少要受到全球化过程的影响。什么是全球化经营模式？有人认为是企业的产品行销世界各地；有人强调它的全球生产网络；有人界定它的品牌享誉全球。还有的人从经营和供应能力的角度重视企业的网络系统。

中国加入 WTO 以后，意味着中国真正进入全球化的进程。中国制造业的比较优势正在日益成为全球共享性资源。市场开放度的提高，使得那些庞大的跨国公司通过在中国本土生产、当地销售，共享着中国劳动力低成本等优势。因此，如果中国企业只满足于产业链最低端的制造环节的比较优势，那么我们企业的国际竞争地位将处于非常危险的境地。

经过 20 多年的改革开放，一部分中国企业已经具备了进行海外扩张的实力。随着更多的跨国公司进入中国和中国制造的产品大量出口，中国很多产品的质量已经达到国际水平。同时，大量低廉的劳动力，使中国企业的成本结构具有明显的竞争优势。加入世界贸易组织以后，它给中国企业提供了在全球平台基础上进行资源整合的机会。

然而，中国企业走向国际化面临着许多困难：要熟悉国际化的市场规则、创建海外销售网络、培养懂跨国经营的人才、自主品牌的建立和拓展

等等。正如万象集团董事局主席鲁冠球所说：“中国企业走向国际化最难的就是你的产品怎么进入当地市场，你的品牌怎么被人家认可。”在目前阶段，对大部分中国企业来说，扩大销售网络，争抢进入国际市场的渠道，仍然是海外扩张的首要目标。

企业的国际化发展是经济全球化的客观要求，为了迎接这一挑战就必须未雨绸缪，以全球化的思维，当地化的行动积极参与国际竞争。企业的国际化是一个渐进的发展过程，不可能一蹴而就。这种渐进性不仅表现为投资方式的演变，也表现为海外市场地理距离的延伸。企业的跨国经营只有在长期的实践中积累经验，扩大实力，才能成长为真正的跨国公司。

1.1.2 实施“走出去”战略的可能性

(1) 宏观经济条件

从宏观上看，改革开放 20 多年来，我国国民经济保持快速稳定的增长，国家的整体经济实力明显提高。国内生产总值（GDP）从 1978 年的 3624 亿元增加到 2001 年的 95933 亿元，按可比价格计算，年均增长率为 9.4%。1989~2001 年间，国内外曾出现过不利于经济稳定发展的因素，但中国经济发展仍保持较高速度，年平均增长 9.3%，大大领先于世界 3.2%、发达国家 2.7% 以及发展中国家 5.2% 的速度，也超出亚洲新兴工业化国家 5.8% 的速度，成为世界上发展最快的国家之一。

到 2002 年底，我国人均国内生产总值接近 1000 美元，部分经济发达地区如上海、北京、广东、浙江、江苏人均 GDP 已经达到 3000~5000 美元。目前，中国的经济总量和对外贸易已居世界第六位，2002 年中国外贸进出口额达 6207 亿美元。截至 2003 年 3 月，中国的外汇储备已达 3160 亿美元。这些都是中国企业“走出去”的重要物质基础和必要保障。

英国外国直接投资专家邓宁的研究表明，一国国际直接投资的流动与其人均国民生产总值（GDP）水平密切相关。根据邓宁的投资发展理论，一国的对外直接投资倾向取决于：①经济发展阶段；②该国所拥有的所有权优势、内部化优势和区位优势。根据人均国民生产总值，邓宁四个投资

阶段：第一阶段，人均 GNP 在 400 美元以下。处于这阶段的国家只有少量外国投资，完全没有海外投资；第二阶段，人均 GNP 在 400~1500 美元之间；外国对本国的投资有所增加，而本国开始进行少量的海外投资。但处于这一阶段的国家，其净对外直接投资呈负数增长；第三阶段，人均 GNP 在 2500~4500 美元之间；在这一阶段，外国直接投资仍然大于其对外投资，但两者之间的差距逐步缩小；第四阶段，人均 GNP 在 4600 美元以上。这些国家人均投资净流出为正值，它们是国际资本的主要输出国。

我国正处于第二投资阶段，外国投资大量进入中国。截至 2003 年 2 月底，全国共批准外商投资企业 429588 个，合同外资 8422.83 亿美元，实际使用外资 4555.09 亿美元。^①截至 2002 年底，我国设立境外中资企业总数 6960 家，中外双方协议投资总额 137.8 亿美元，中方协议投资金额 93.4 亿美元。其中，境外加工贸易企业 420 家，中方协议投资额 11.22 亿美元。这一数字对比说明，一方面，我国具有良好的国际投资区位优势，包括巨大的市场潜力，良好的投资环境；另一方面，我国的海外投资数量是与我国的经济实力不相称。这说明我国的海外投资有巨大的发展空间。

（2）微观经济条件

1) 建立现代企业制度的改革初见成效。进入 20 世纪 90 年代，我国的国有企业改革在 80 年代的基础上朝着转换机制、政企分开、制度创新、战略调整的方向迈进。1993 年 11 月党的十四届三中全会提出：“建立现代企业制度是发展社会化大生产和市场经济的必然要求，是我国国有企业改革的方向。”这标志着国有企业改革进入了制度创新、配套改革的新阶段。到 2000 年，大多数国有大中型骨干企业初步建立现代企业制度。国务院确定的及各地选择的建立现代企业制度试点企业共 2700 户，绝大部分实行了公司制改革。国家统计局调查的 2473 家试点企业中，已有 2016 家企业进行了改制，比重为 81.5%，在改制企业中，有限责任公司为 603

^① 商务部网站 www.moftec.gov