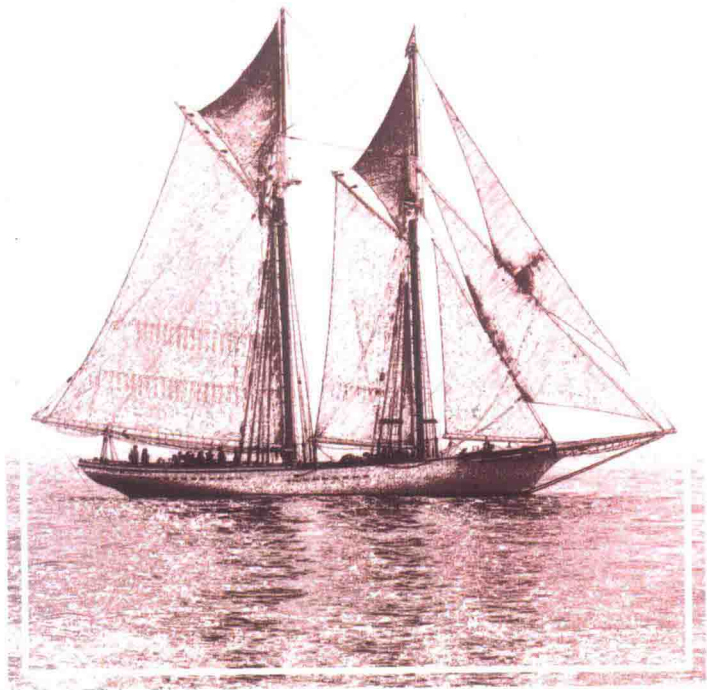




ZHONGYANG QIYE GUOJIHUA ZHILU

中央企业国际化之路

主 编 曲凤杰
副主编 华 漠



中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press



中国海外投资与贸易 中国工程 中国对外承包工程 中国劳务

中央企业国际化之路

王 健 著
陈永贵 李 强



中国对外承包工程
中国劳务



ZHONGYANG QIYE GUOJIHUA ZHILU

中央企业国际化之路

主 编 曲凤杰
副主编 华 漠

中国财经出版传媒集团



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

中央企业国际化之路/曲凤杰主编. —北京: 经济科学出版社, 2017. 8

ISBN 978 - 7 - 5141 - 8391 - 7

I. ①中… II. ①曲… III. ①国有企业 - 国际化 - 研究报告 - 中国 IV. ①F279. 241

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 214056 号

责任编辑: 李晓杰

责任校对: 杨晓莹

版式设计: 齐 杰

责任印制: 李 鹏

中央企业国际化之路

主 编 曲凤杰

副主编 华 漠

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 010 - 88191217 发行部电话: 010 - 88191522

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

天猫网店: 经济科学出版社旗舰店

网址: [http: //jjkxbs. tmall. com](http://jjkxbs.tmall.com)

北京季蜂印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 22 印张 410000 字

2017 年 8 月第 1 版 2017 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 8391 - 7 定价: 68.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191510)

(版权所有 侵权必究 举报电话: 010 - 88191586)

电子邮箱: [dbts@ esp. com. cn](mailto:dbts@esp.com.cn))

作者简介 | About the Author

曲凤杰，经济学博士，就职于国家发展和改革委员会对外经济研究所，中国人民大学国际货币所特约研究员，跨境金融50人论坛成员，美国斯坦福大学高级访问学者。近年来主持国家发展和改革委员会、商务部、国务院国有资产监督管理委员会、国家开发银行等单位委托课题60多项，获得省部级优秀成果奖10多项，在国内外公开期刊上发表中英文论文100多篇，出版著作20余部。

本书编写组成员

项目组长：曲凤杰

副组长：华 漠

项目成员：李大伟 季剑军 金瑞庭 王 悦

贾瑞杰 甄 实 朱梦曳 闫凌霄

前 言

过去的10年，中国经济的快速成长悄然改变了世界经济政治格局，作为全球化的重要参与者，中国的快速发展也对国际贸易、国际收支以及国际能源消费格局产生重大影响。目前，全球跨国公司数量已经超过8万家，跨国公司控制了全球产出的40%、贸易的60%、技术转让的70%、国际直接投资的90%，已经成为国际经济关系中最活跃、最有影响的力量。中央企业作为中国企业“走出去”战略的实践者和主要推动者，开拓海外业务、开展国际化经营是大势所趋。

如果你对国际化指数设计感兴趣，本书第一章详细介绍了国际化指数的设计思路，当然，指标和权重带有一定的主观性，愿意与同仁进行商榷；如果你身在石油石化、电力、信息通信等行业，并从事国际业务，第二章、第三章对各行业发展趋势及重点跨国企业进行了比较深入的分析；如果你对国企改革感兴趣，本书第二章对每个行业资本控制模式的分析大体上提出了改革的方向，第四章则对混合所有制改革进行了深入剖析；服务体系无疑是企业国际化的重要支撑，其中金融服务尤其重要，第五章重点对开发性金融支持中央企业国际化做了系统论述；本书最后进行了重点企业国际化案例的分析。

由于作者水平有限，不足和疏漏之处在所难免，希望同仁和广大读者谅解。



2017年8月20日

中央企业国际化之路

封面设计：秦聪聪

目 录 Contents

第一章	我国中央企业国际化指数指标体系设计	1
第一节	企业国际化的理论综述	1
一、	关于企业国际化运行机理的理论综述	1
二、	关于国际化程度衡量方法的理论综述	3
第二节	对企业国际化的理论思考	4
一、	企业国际化的内涵	4
二、	企业国际化的基本特点	5
第三节	我国中央企业国际化指数指标体系的设计	6
一、	外向国际化的指标体系	6
二、	内向国际化的指标体系构建	10
第四节	我国中央企业国际化指数及排名	15
一、	各领域中央企业样本	15
二、	测算指标的选取及测算结果	16
第二章	中央企业国际竞争力	28
第一节	我国石油石化行业企业发展现状与竞争位势	28
一、	石油石化产业发展趋势前景展望	28
二、	石油石化产业中央企业所处竞争位势分析	36
三、	石油石化企业资本控制模式分析	40
第二节	我国电力行业企业发展现状与竞争位势	42
一、	电力产业发展趋势前景展望	42
二、	电力产业中央企业所处竞争位势分析	50
三、	电力企业资本控制模式分析	53

第三节	我国信息通信行业企业发展现状与竞争位势	54
一、	信息通信产业发展趋势前景展望	54
二、	信息通信产业中央企业所处竞争位势分析	62
三、	信息通信企业资本控制模式分析	64
第四节	我国机械装备行业企业发展现状与竞争位势	65
一、	机械装备产业发展趋势前景展望	65
二、	机械装备产业中央企业所处竞争位势分析	74
三、	机械装备企业资本控制模式分析	77
第五节	我国钢铁冶金有色行业企业发展现状与竞争位势	78
一、	钢铁冶金有色产业发展趋势前景展望	78
二、	钢铁冶金有色产业中央企业所处竞争位势分析	84
三、	钢铁冶金有色企业资本控制模式分析	88
第六节	我国煤炭化工行业企业发展现状与竞争位势	89
一、	煤炭化工产业发展趋势前景展望	89
二、	煤炭化工产业中央企业所处竞争位势分析	96
三、	煤炭化工企业资本控制模式分析	97
第七节	我国铁路装备企业发展现状与竞争位势	98
一、	铁路装备产业发展趋势前景展望	98
二、	铁路装备产业中央企业所处竞争位势分析	105
三、	铁路装备企业资本控制模式分析	108
第八节	我国建筑施工行业企业发展现状与竞争位势	109
一、	建筑施工产业发展趋势前景展望	109
二、	建筑施工产业中央企业所处竞争位势分析	116
三、	建筑施工企业资本控制模式分析	118
第九节	我国现代服务业企业发展现状与竞争位势	119
一、	现代服务业发展趋势前景展望	119
二、	现代服务企业资本控制模式分析	124
第十节	重点行业发展趋势及中央企业所处竞争位势总结	127
一、	石油石化行业	127
二、	电力行业	128
三、	信息通信行业	128
四、	机械装备行业	129
五、	钢铁冶金有色行业	129

六、煤炭化工行业	130
七、铁路装备行业	130
八、建筑施工行业	131
九、现代服务业	131

第三章 重点行业中央企业竞争力国际化对策 133

第一节 “十三五”时期中央企业国际化背景 133

一、“十三五”时期中央企业国际化宏观背景	133
二、中央企业国际化动因：从响应国家号召转向应对变化的市场环境	135
三、中央企业国际业务存在的缺陷与挑战	139

第二节 能源行业中央企业竞争力及国际化对策 141

一、能源行业中央企业海外经营基本情况	141
二、我国能源行业中央企业竞争力和国际化程度比较分析	148
三、全球能源行业未来发展趋势	153
四、能源行业中央企业国际化对策	154

第三节 矿产资源（铜、铁）行业中央企业竞争力及国际化对策 158

一、矿产资源行业国际市场发展趋势	158
二、矿产资源行业中央企业海外经营状况	158
三、我国矿产资源行业中央企业竞争力和国际化程度比较分析	162
四、矿产资源行业中央企业国际化对策	167

第四节 农业中央企业国际竞争力及国际化对策 171

一、国际农产品市场的发展特点与趋势	171
二、农业国际化与世界大型农业跨国公司	180
三、农业中央企业海外经营基本情况	184
四、农业中央企业国际竞争力和国际化状况分析	187
五、农业中央企业国际化对策建议	194

第五节 中央企业国际化模式的低碳转型 195

一、低碳经济引领跨国企业全球战略转型	196
--------------------------	-----

二、我国中央企业国际化的低碳转型——既是挑战也是机遇	196
三、中央企业实现低碳国际化路线的战略取向	198

第四章 国有企业混合所有制改革

第一节 国有企业改革发展趋势	200
一、国有企业改革发展方向	201
二、国有企业发展现状	206
三、中央企业发展现状	209
第二节 混合所有制改革发展现状及问题	213
一、混合所有制经济先进性理论探讨	213
二、混合所有制改革相关政策	215
三、混合所有制经济发展现状与前景	217
四、混合所有制改革面临的障碍	219
第三节 混合所有制改革的实现路径	224
一、国外混合所有制改革案例研究	224
二、我国混合所有制改革实施建议	230
第四节 混合所有制改革带来的投融资需求的可能变化	235
一、混合所有制改革带来的投融资需求总量变化	235
二、混合所有制改革带来的投融资需求结构变化	240
三、混合所有制改革带来的融资模式变化	244

第五章 中央企业国际化的金融支持

第一节 中央企业融资需求	247
一、各主要融资模式比较	247
二、中央企业金融服务整体需求分析	249
三、各行业中央企业金融服务需求	256
第二节 国外政策性银行支持企业国际化	259
一、日本国际协力银行	259
二、美国进出口银行	269
第三节 开发性金融支持中央企业国际化	274
一、开发性金融支持企业国际化发展的理论依据	274
二、目前开发性银行支持中央企业国际化的模式	278

三、开发性银行支持中央企业国际化面临的主要问题	279
四、开发性金融支持企业国际化发展的国际经验借鉴	281
五、发挥开发性银行引领中央企业国际化发展的对策 建议	283

第六章 企业国际化案例 286

第一节 中国石油化工集团公司国际化案例分析	286
一、国际化历程	286
二、国际化特征	292
三、中国石油化工集团公司国际化进程中存在的问题	294
四、分析和借鉴	297
五、启示	301
第二节 中国五矿集团公司国际化案例分析	303
一、中国五矿集团公司国际化发展历程和现状介绍	304
二、中国五矿集团公司国际化所取得进展	306
三、中国五矿集团公司国际化面临的挑战	308
四、中国五矿集团公司国际化战略和未来发展趋势	309
五、中国五矿集团公司国际化经验总结	310
第三节 中粮集团国际化案例分析	312
一、中粮集团历史与现状	312
二、中粮集团的国际化经营	316
三、中粮集团国际化经营的经验和教训	318
四、中粮集团国际化经营的启示	321

参考文献	323
------------	-----

第一章

我国中央企业国际化指数指标体系设计

内容提要

本章基于针对企业国际化理论的研究，创新性地开展了国际化指数指标体系的设计，分别提出外向国际化与内向国际化的指标体系，并对中央企业国际化程度进行了测算。通过与跨国公司的比较，不仅可以看到中央企业国际化差距之所在，更可以深入了解差距之所在。

第一节 企业国际化的理论综述

一、关于企业国际化运行机理的理论综述

“国际化”一词最初使用于20世纪70年代中期，Carlson（1975）、Johanson和Wiedersheim-Paul（1975）等学者提出的“企业国际化阶段理论”^{[1][2]}。该理论基于对北欧各国制造业公司海外经营的案例研究而得出，即企业海外经营应分为四个不同的发展阶段：第一阶段，不规则的出口活动；第二阶段，通过代理商出口；第三阶段，建立海外销售子公司；第四阶段，从事海外生产和制造。因此，企业国际化体现出明显的渐进性：一是企业市场范围一般呈现“本地市场——地区市场——全国市场——海外相邻市场——全球市场”的转变趋势；二是企业跨国经营方式一般呈现“纯国内经营——通过中间商间接出口——直接出口——设立海外销售分部——海外生产”的转变趋势。

北欧学派运用“心理距离”和“市场知识”两个专业词汇对企业国际化

的特征进行解释。其关键假设之一,是市场知识决定海外经营活动的进展程度。“市场知识”是指企业用于开拓国际市场的经营经验和技術能力。因此,企业国际化的过程,就是企业通过出口向海外生产转变过程中市场知识水平不断提高的过程。“心理距离”则是用来解释企业如何选择海外市场的变量,一般指妨碍或干扰企业与市场间信息流动的因素,包括语言、文化、政治体系、教育水平和经济发展阶段等。企业在选择海外市场时,一般会遵循心理距离从近到远的原则。

Cavusgil (1982) 所提出的出口行为理论和国际化阶段理论与其较为相似,该理论将企业经营国际化划分为五个阶段,即国内营销阶段、前出口阶段、试验性卷入阶段、积极投入阶段与国际战略阶段^[3]。

然而,学术界发现,虽然国际化阶段论对于解释单个企业的生产经营过程较为成功,但针对全球化发展后多数中小企业往往并未开辟国内市场就直接承接国际业务的行为却难以加以准确解释。为此,Hägg 和 Johanson (1982)、Johanson 和 Mattson (1988) 等则提出了企业国际化的网络模型^{[4][5]},该模型认为,应从系统论的视角,系统地考察企业国际化行为。每个企业均为产业系统的一个组成部分,具有“特殊的依存关系”。某个企业的生存和发展完全依赖于与其有相关依存关系企业所控制的资源情况。因此,企业国际化是企业在国际市场网络中建立、发展网络关系的过程。

同样有学者从其他角度对企业国际化动因进行了分析。如 Czinkota 和 Ursic (1991) 认为,企业的跨国经营行为很大程度上是依靠其内部制度创新的拉动机制^[6]。技术创新和管理水平的创新决定了企业能够从国际化经营的初级阶段(如出口)向对外投资转移。Welch (1996) 认为,企业国际化是企业战略计划的组成部分之一,跨国公司的战略倾向决定了企业的国际化进程^[7]。一般而言,可以将跨国公司的战略倾向分为母公司中心型、多中心型、地区中心型与全球中心型等四类。其中,母公司中心型主要表现在将赢利作为首要经营目标,并以国内经营方式运作国际企业;多中心倾向则根据东道国当地文化的需求来制定自己的战略计划;地区中心型则可以被看作是多中心和地区中心的结合;全球化则是致力于生产具有地区特色的全球性产品。

芬兰学者 Welch 则认为,国际化是一个内外相互联系的过程,包括内向国际化和外向国际化两个方面。我国学者鲁桐(2001)则指出,外向国际化应包括出口、技术对外转让、特许经营、对外投资等方面;内向国际化则包括进口、购买技术专利、补偿贸易、国内合资等方面^[8]。

芬兰学者 Welch 和 Luostarinen (1988) 提出了衡量国际化的六要素模型^[9]。

该模型从企业向国际市场提供的产品、海外生产经营方法、目标市场的选择、组织结构、融资方法和人员素质六个方面考察企业的跨国经营。该模型的主要目的并非用于衡量国际化水平，而是从中分析企业国际化的一般路径。

我国学者鲁桐则提出了六要素蛛网模型，认为跨国经营方式、财务管理、市场营销、组织结构、人事管理和跨国化指数考察企业的国际化程度，并构成了企业国际化的蛛网图形。

二、关于国际化程度衡量方法的理论综述

目前学术界对国际化程度的测量最著名的是 Sullivan (1994) 所提出的五要素模型^[10]，即包括海外销售占总销售的比重 (FSTS)、外国资产占总资产的比重 (FATA)、海外子公司占全部子公司的比例 (OSTS)、高级管理人员的国际经验 (TMIE)、海外经营的心理离散程度 (PDIO)。其中，心理离散程度是指妨碍或干扰企业与市场之间信息流动的因素，包括语言、文化、政治体系、教育水平、经济发展水平等，该概念一般用来衡量投资者对海外市场的熟悉程度。在具体进行统计时，前三个指标有严格的量化标准，后两个指标则一般需要通过调查问卷的方式获取。Sullivan 认为，这五个方面对于国际化的贡献是一致的，一个企业的国际化程度最终可以被测算为这五个方面之和。目前，国际学术界在测算国际化程度时，一般均运用这一方法中某一个或几个指标作为测算方式。

《中国企业家》杂志在 2011 年提出了自己的国际化指数体系，包括国际化导向、国际化运营和国际化绩效三大方面。在国际化导向方面，包括企业国际化战略、治理国际化两个因素；国际化运营方面，包括组织国际化、供应链国际化、资产国际化、人才国际化、品牌国际化、研发国际化六个层面；国际化绩效方面，包括海外经营效果和海外融合度两个层面。绝大部分指标均采取调查问卷的方式进行。

上述国际化的测量方法，均从不同角度、不同层面对企业国际化的程度进行了测量。然而，这些国际化测量方法存在两个主要的不足：一是所选择的层面是彼此离散的，未能形成一个统一的整体，即对国际化的认识缺乏一个系统的框架；二是这些指标往往是单层级的，至多以权重的形式在指标中起作用，因而并未考虑到部分指标在国际化体系中实际上是优先于其他指标的。如对外输出资本在层级上要明显高于出口，因此将这两类置于同等维度本身便存在不合理性。

第二节 对企业国际化的理论思考

一、企业国际化的内涵

学术界对企业国际化内涵的解释存在较大差异。如 Young、Hamill、Wheeler 和 Davies (1989) 认为企业国际化即为企业跨国经营^[11]。Welch 和 Luostarinen (1988) 认为企业国际化指企业参与国际分工。Robinson (1984) 则认为, 企业国际化是企业针对国际市场作出反应的过程^[12]。任晓 (2006) 援引北欧学派的理论, 认为企业国际化就是企业成长为跨国公司的过程^[13]; 崔颖 (2007) 认为企业国际化是企业逐渐在海外成立分支机构的过程^[14]; 鲁桐 (2002) 指出, 企业国际化就是指企业的生产经营活动由一国之内向其他国家乃至全球扩散的过程^[15]。这些定义均在一定程度上概括了企业国际化的内涵, 但又有失全面。若企业国际化仅仅是企业成长为跨国公司的过程, 那么可否得出以下结论, 即一个最终未能成长为跨国公司的企业, 便未曾国际化呢? 若企业国际化仅仅停留在海外成立分支机构这一方面, 那么一个大量雇用海外人才但并未在海外成立任何分支机构的企业, 是不是不存在国际化问题呢? 同样, 企业形成国际品牌、雇用国际人才、其生产流程成为国际通用标准等行为并不全部属于生产活动, 但企业在这些方面取得进展后, 其国际化水平也会呈现一定程度的提升。

事实上, 对于企业国际化的概念进行辨析, 应从这一学术名词的两个关键词“企业”和“国际化”入手。按照现代企业理论的定义, “企业”是指从事生产、流通、服务等经济活动, 以生产或服务满足社会需要, 实行自主经营、独立核算、依法设立的一种营利性的经济组织。而“国际化”则是指在主权国家存在的情况下, 和国外发生各种联系的过程。这种联系并不一定是生产经营领域的联系, 因此, 仅仅将企业国际化限定在生产经营领域, 是不准确的; 企业一切和海外发生联系的活动均应视为企业国际化的组成部分。

目前, 我国学术界所谈论的国际化, 主要是指国际化经营活动, 即与企业国际业务相关的生产经营活动, 包括设立海外营销渠道、实施国际化标准、与外国企业进行技术合作等。国际化经营活动必然会导致企业和海外发生资讯、生产要素等领域的交换, 生产要素的国际交换则是企业国际化的重要组成部分。

本章将企业国际化定义为企业和海外不断发生联系和要素交换的过程, 包括