

“九五”期间国家重点图书

'99版

发展文库

马洪 主编

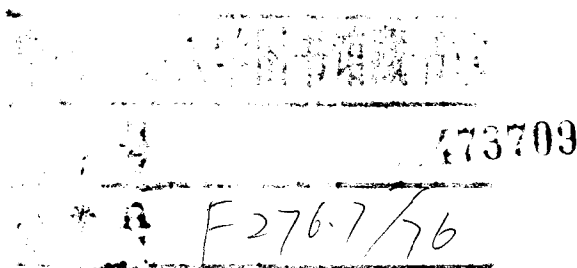


中财 B0111052

一体化国际经营

——关于跨国公司行为的分析

秦 斌 著



中国发展出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

一体化国际经营：关于跨国公司行为的分析/秦斌著．—北京：
中国发展出版社，1999.6

（'99 发展文库/马洪主编）

ISBN 7-80087-353-6

I . 一… II . 秦… III . 跨国公司-经济一体化-经营决策
IV . F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字（1999）第 16988 号

中国发展出版社出版发行

（北京市西城区赵登禹路金果胡同 8 号）

邮政编码：100035 电话：66180781

北京地质印刷厂印刷 各地新华书店经销

1999 年 6 月第 1 版 1999 年 6 月第 1 次印刷

开本：1/32 850 × 1168mm 印张：8.75

字数：203 千字 印数：1—10100 册

定价：16.80 元

本社图书如有印装差错，可向发行部调换

《发展文库》编委会

主 编：马 洪

副 主 编：朱 兵

执行编委：蔡建国

编 委 会(以姓氏笔画为序):

丁宁宁	马 洪	马建堂	王 元	王家福
王慧炯	邓寿鹏	卢 迈	冯 飞	巩 琳
吕 薇	朱 兵	乔仁毅	任兴洲	刘世锦
米建国	李克穆	李京文	李泊溪	李桐连
李培育	李善同	吴敬琏	余 斌	张小济
张云凤	张云方	张军扩	张卓元	张连顺
张富珍	陈小洪	陈吉元	陈锡文	林家彬
林毅夫	岳颂东	周叔莲	周国印	赵晋平
郭兴旺	郭励弘	高冠江	徐小青	章含之
程秀生	谢 扬	谢 悦	谢伏瞻	蔡建国
魏加宁				

序言

邓荣霖

90年代以来，随着世界经济一体化的发展，一体化国际经营备受关注。由于传统国际贸易和国际投资理论侧重于宏观层次一体化的研究，微观层次一体化的研究一直是个薄弱环节；一体化国际经营实践的飞速发展，客观上也要求以新的理论对其加以诠释和指导。为此，中国银行海外行管理部秦斌博士的新著《一体化国际经营——关于跨国公司行为的分析》的出版，无疑具有特别的意义。作为他的导师，我对这部著作的问世感到格外高兴，并热忱向广大读者推荐此书。

一体化国际经营扩大了资源配置的范围，加速了世界经济一体化的步伐，增进了世界效率，给母国、东道国和国际经济整体带来很大影响。与此同时，经济全球化的发展并没有改变世界福利的分配格局，世界福利的分配与调整最终仍以国家为基础。国家是最大的福利单元，国际间至今还没有一套可行的机制来对国家间的福利损益进行调节和补偿。国家的存在，使得跨国公司一体化国际经营面临三维选择：既要迎合母国的需要，又要兼顾东

2 一体化国际经营

道国的利益，还要遵照国际惯例。

对我国来说，跨国公司的一体化进入是我国对外开放的重要组成部分。外资的进入，有力地促进了我国的经济发展和技术进步。与此同时，跨国公司进入也带来一定的消极影响。这就要求我们必须制定一套科学合理的政策，对跨国公司的一体化行为加以规范和引导，以达到趋利避害的目的。此外，在贸易保护主义抬头、世界经济一体化和区域经济集团化趋势的策动下，发达国家企业出于战略的考虑，竞相展开国际生产力布局，以抢占国际经济的制高点。中国企业如果在这种情况下仍然按照旧有的国际贸易方式参与国际市场，在国际竞争中必将处于被动地位。应该说，中国企业开展一体化国际经营，将经营体系向国际市场延伸，是一种更高层次上的对外开放。这对提高中国企业的国际竞争力具有重要的战略意义。

对一体化国际经营问题的研究涉及多个学科领域，从马克思主义经济学到西方经济学，从宏观到微观，从静态到动态，学科跨度大、难度也大。好在秦斌博士在南京大学国际商学院攻读硕士学位时，就瞄准了这一方向，做了丰厚的知识积累。进入中国人民大学工商管理学院攻读博士学位后，作者沿着既定的方向勤奋钻研，不断创新，取得了可喜的科研成果。

纵观全书，举凡创新之处不一而足，但大体可分为两类：一是体系和观点的创新，二是分析方法的创新。其中，体系和观点方面的创新主要包括：

1. 将跨国公司一体化分为公司内部一体化和公司之间一体化。公司内部一体化包括三种形式：同一价值链上的连续活动（纵向一体化）、不同价值链上的平行活动（横向一体化）和多条价值链上的多种活动（混合一体化）。指出，公司内部一体化的资源配置基础是以转移定价为中介的内部市场和内部国际贸易。

2. 指出公司间一体化的典型形态是国际战略联盟。认为战略联盟中的联合与合作,是自发的、非强制的,这种合作安排的结果不是一方对他方的控制和支配,联盟各方仍旧保持着原有企业经营管理的独立性和完全自主的经营权。国际战略联盟不是单个企业的内部化,但却实实在在地扩大了单个企业的边界,因而可以将其视作两个或两个以上企业内部化的“共生”形式。从价值链理论、网络理论、交易成本理论、战略管理理论和资源依附学说等方面对国际战略联盟现象作了理论解释,从机会成本角度考察了国际战略联盟的边界。

3. 将一体化国际经营的障碍分为三个层次,即产业进入壁垒,主要是指跨国公司进入某一产业所遇到的障碍;国别障碍,主要是环境差异性引起的环境不适障碍,这是跨国公司进入某一东道国所遇到的障碍;区域障碍,这是保护主义从国家层次上升到地区层次的产物,其本质是区域经济集团的贸易排他性。指出在引起环境差异性的众多因素中,文化因素最为根深蒂固。各国环境的差异,尤其是文化环境的不同,使得跨国公司的一体化国际经营必然遭到多重文化的夹击。解决跨文化的关键不是改变文化,而是主动适应文化,实行经营的当地化。跨国公司当地化经营不是权宜之计,而是出于提高长期适应能力所作的系统化战略安排。

4. 将中国参与一体化国际经营的形式分为进取型和配合型两种。进取型参与的主要实现形式是对外直接投资;配合型参与是指跨国公司通过在中国建立子公司或分支机构,或通过与中国企业进行合资和合作等方式进入中国,从而将其一体化国际经营体系向中国延伸。

5. 关于跨国公司在华的一体化问题。作者认为,应在正确处理跨国公司进入与民族经济发展关系的基础上,努力提高中

4 一体化国际经营

国企业对跨国公司一体化体系的参与度。具体包括三个方面：一是要正确看待跨国公司挤占国内市场问题；二是要鼓励跨国公司在中国实行当地化经营，以提高中国当地企业及当地要素的参与程度；三是要鼓励中国企业与跨国公司结为战略联盟，以促进企业间的一体化，并注意克服在与跨国公司结盟过程中存在的问题。

分析方法上的创新集中体现在以下三方面：在对联盟边界分析中，放弃了会计成本，转而使用机会成本；加入风险变量，扩展了希尔施模型；考虑资金的时间价值，将摩里斯“利润模型”扩展为“利润现值模型”。

应该说，从理论上对一体化国际经营问题进行探讨是比较困难的，然而更困难的是一体化国际经营的实践。我期待作者在新的工作岗位上，将一体化国际经营的理论与实践结合起来，为中国企业的国际经营作出自己的贡献。

1999年5月18日

于中国人民大学工商管理学院

目录

序言	邓荣霖
导论：源于实证的特定研究对象	1
0.1 实证材料	1
0.2 材料分析	6
0.3 几个重要的概念	10
1章 一体化与跨国公司行为	
——历史沿革与理论述评	14
1.1 对外直接投资与跨国公司行为的历史沿革	15
1.2 国际分工理论与跨国公司的行为	29
1.3 宏观层次的跨国公司行为理论	36
1.4 企业层次的跨国公司行为理论	44
2章 公司内部一体化国际经营	56
2.1 一体化国际经营的进程	56

2	<u>一体化国际经营</u>	
2.2	纵向一体化：理论、测度与边界	63
2.3	横向一体化	78
2.4	混合一体化及其促进因素	81
2.5	一体化的标准经济学模型	83
2.6	一体化的资源配置机制	94
3	公司间的一体化：国际战略联盟	106
3.1	概念问题	106
3.2	国际战略联盟：一般理论	120
3.3	国际战略联盟的建立与维护	129
3.4	国际战略联盟的演变	139
4	一体化国际经营的障碍分析	143
4.1	一体化国际经营的产业进入壁垒	143
4.2	一体化国际经营的国别障碍	146
4.3	当地化与环境差异性障碍的克服	158
4.4	跨国公司一体化的区域保护主义障碍	168
5	一体化国际经营的战略选择	174
5.1	一体化的实现形式	174
5.2	公司内部一体化实现形式的选择：变量与模型	182
5.3	公司间一体化实现形式的选择	193
5.4	一体化国际经营的其他战略选择	204
6	一体化国际经营的政策框架	216
6.1	母国政策	217

6.2 东道国政策	224
6.3 一体化国际经营的多边国际框架	233
6.4 理论的推演与一体化政策的自由化趋势	237
7章 一体化国际经营：中国的参与	246
7.1 中国作为母国的进取型参与	246
7.2 中国作为东道国的配合型参与：现代化与依附	258
7.3 企业间一体化：国内企业与跨国公司结盟	263
参考文献	266

导论

源于实证的特定研究对象

0.1 实证材料^①

(1) 本世纪初,美国福特汽车公司开创了流水线生产,取得了可观的规模收益,实力不断壮大。与此同时,福特公司的国际经营也取得长足发展。由于运输成本较高以及贸易壁垒的存在,福特公司改变了在美国生产并出口的单一做法,通过在国外新建工厂的对外直接投资方式参与国际经营。1911年福特公司在英国设厂,1913年在法国设厂,1920年在德国设厂。两次世界大战和大萧条期间,在民族主义抬头、贸易壁垒增加的条件下,福特在西欧的子公司实施多国内战略(Multidomestic Strategy),依靠独立子公司形式开拓市场,业务规模不断扩大。各子

^① 资料来源:《'93世界投资报告》,北京:对外贸易教育出版社,1994年8月第1版,第167~175页,第189~190页;王林生:《跨国经营理论与实务》,北京:对外经济贸易大学出版社,1994年2月第1版,第36~38页。

2 一体化国际经营

公司之间很少存在国际分工和市场协作,生产的目的是为了
满足当地市场的需求。

第二次世界大战结束后、特别是欧共体的建立,西欧的市场
环境发生了很大的变化。为顺应这一经营环境的变化,福特公司
开始重整生产,以国别为基础的战略渐渐让位于与西欧为整体的
战略。随着福特在欧洲直接投资项目的增多,其海外子公司的分
工逐步展开。1967年福特汽车公司成立了欧洲总部,将分布于西
欧各地的分厂、车间、工段甚至工序纳入了统一的西欧协作网,实
行经营的一体化。贸易壁垒的削弱,尤其是欧共体内部壁垒的大
幅度降低,刺激了零部件和最终产品的跨国界移动。到了20世纪
70年代,福特公司在西欧初步实现了从产品开发、零部件生产到
总装的一体化。以福特汽车公司在西欧生产的卡普瑞(Capri)车型
为例,该车的主要零部件在西欧五个国家生产,各国的分工如表1
所示。通过公司内部国际分工的发展,福特汽车公司在西欧实现
了一体化国际生产,大大提高了其资源配置的效率。

表1 福特汽车公司在西欧的一体化

国 家	城 市	分工内容
英国 (北爱尔兰) (英格兰)	贝尔法斯特	汽化器, 配电盘
	里明顿	发动机铸件
	特里弗里斯特	火花塞绝缘体
	恩菲尔德	仪器, 油表, 水表和接插件
	巴锡尔顿	散热器, 水泵, 发动机部件
	戴根汉	发动机铸件, 车身和发动机总装
法 国	波尔多	传动器, 变速箱
德 国	沃夫拉斯	传动器部件, 发动机零部件
	科隆	传动轴, 齿轮和发动机部件
	萨路易斯	车身总装, 油箱, 内饰件
比利时	斯克	车身和车轮
西班牙	法伦西亚	车身, 发动机, 内饰, 总装

(2) 与此同时，福特汽车公司对与其他跨国公司建立国际战略联盟、展开公司间的战略合作抱有很高兴致。1979 年，福特汽车公司取得了日本马自达汽车公司 25% 的股权。尽管两公司存在控股关系，但福特汽车公司和马自达汽车公司的关系更类似于战略联盟——两家公司在某些项目中相互合作，但在其他领域却又相互竞争并保持各自独立的管理机构。战略联盟的建立，使双方实现了颇有价值的战略及组织变革。根据双方的约定，每家公司均为对方生产各型号的汽车，以供对方在主要市场进行销售。福特汽车公司在日本和其他亚洲国家以自己的牌子出售马自达汽车公司生产的几种福特汽车。这一约定使福特汽车公司一举成为在日本销售量最大的外国汽车公司。1992 年，福特汽车公司和马自达汽车公司从联盟中尝到甜头以后，在其他领域也保持了更为紧密的合作。如在设计供应北美市场的最新爱斯考特 (Escort) 汽车过程中，福特汽车公司将在外观设计方面的专长和马自达汽车公司在工程技术方面的专长结合了起来，双方在价值链的不同环节，依照优势互补的原则，将产品设计和生产技术等不同的价值增值环节有机地结合了起来。

福特汽车公司和马自达汽车公司还合作在墨西哥的埃莫西略设计、建造了一个汽车装配和盖印工厂，利用高效的生产协作技能为美国市场生产梅勒莱·屈索 (Merury Tracer) 汽车。屈索的最初设计是通过对马自达汽车公司的现有型号进行改进而完成的。福特汽车公司为该工厂提供设备，设计生产系统，并大量采用了马自达汽车公司在日本的成功做法；马自达汽车公司则负责在墨西哥、日本培训福特汽车公司在墨西哥的管理人员和工人。福特汽车公司和马自达汽车公司在时间与进度安排方面也通力合作。由于福特汽车公司希望学习马自达汽车公司在时间安排方面的经验，于是这项工作就由日本技术人员负责，而福特汽车公司则负

4 一体化国际经营

责项目的法律工作。实践证明，这种联合非常成功，埃莫西略工厂已经进入世界上效率最高的工厂行列。

福特汽车公司和其他跨国公司在研制、装配及营销方面亦存在某些合作。1986年，福特汽车公司和大众汽车公司将各自在阿根廷和巴西的汽车工厂联合成一家合资工厂——奥特兰蒂娜（Autolatina）。随着南美洲四国共同市场（包括阿根廷、巴西、巴拉圭和乌拉圭）的建立，奥特兰蒂娜汽车厂的建立有助于占领这个崛起的市场。此外，福特汽车公司正在北美市场为尼桑汽车公司制造微型货车，尼桑则在欧洲为福特汽车公司生产越野车。

（3）与福特汽车的早期做法相类似，美国施乐公司早期也奉行多国内子公司策略。其境外子公司多为合资企业（如英国的兰克—施乐公司和在日本的富士—施乐公司）；国外子公司对富有全球竞争优势的施乐复印技术拥有使用权，每个子公司独立控制它们自己的产品设计、供应商网络、组装过程及营销活动。子公司很少顾及母公司的整体目标。到了80年代中期，日本佳能和理光的低成本、高灵活性复印机的推出，令施乐开始感到来自日本的竞争压力。为降低成本和提高生产效率，施乐公司开始对某些关键职能进行重新调整，实行职能一体化和区域一体化。通过建立地区性网络把设计、加工与制造活动联系起来。施乐的一体化国际经营始见于产品的研究与开发过程中。具体做法是打破原先各自为政的产品开发体制，加强各地区子公司的协作力度。产品开发由位于各区域子公司的科研人员组成的产品项目小组集中完成。采购活动也由原先各地区子公司各自为政变为由各子公司选出人员组成小组集中采购。这一变革使得供应商数目由5000个减少到400个（1992年）。为了便于比较各地区子公司的成本和收益，确保使用最适用的技术，施乐公司在生产经营过程中不断强化标准化工作，通过采用先进的信息技术，不断推动跨

越国界的一体化国际生产。与此同时，施乐还努力推进售后服务的一体化。该公司正试图开发一项技术，以使客户可以通过将所购产品与公司的中央设施联机，实现对产品故障的远距离实时检测，而不必等待当地维修人员现场服务。

施乐公司看来是成功的，公司已重新赢得了被竞争对手夺去的大部分市场份额，而且在收益持续增长的同时，成本的增长速度放慢了。为了寻求更高的生产效率和缩减技术创新的时间与成本，施乐公司正在设计全新的一体化结构。

(4) 在某些行业，运输成本比重过大，将导致多国内经营 (Multidomestic Operation)。雀巢公司一直试图采用一体化战略经营其高知名度的产品。但由于巧克力的原材料、特别是牛奶和糖的运输成本过高，雀巢公司不得不在 23 个国家和地区实行当地生产、当地销售。此外，政府政策有时也促进跨国公司更多地兼顾东道国的当地情况。如艾舍·布隆·伯沃里公司 (Asea Brown Boveri, 简称 ABB 公司) 在印度生产的火车头主要为政府订货，如果不能满足东道国政府规定的当地成分要求，将无法将占领东道国的市场。

在一体化国际经营中，即使是闻名全球的产品，也要根据具体经营条件加以适当调整，以迎合当地政府和客户的需求与偏好。如可口可乐公司为了占领欧洲市场，使用了一条全新的广告用语来发动电视宣传运动。德国大众汽车公司在中国上海开设的汽车厂正越来越多地使用中国当地制造的中间产品。对于许多跨国公司来说，在更大范围实行一体化国际经营的总前提下，仍然十分重视适应并满足当地要求。如尤尼莱佛 (Unilever) 公司在其最大产品类别——食品业的研究与开发、生产和包装等方面就努力寻求一体化与当地化的平衡。在法国，尤尼莱佛购买了博声 (Boursin) 公司，建立起自己在当地的生产基地，在尤尼莱佛的

公司结构中博声拥有充分的自主权。

0.2 材料分析

近几十年来，世界经济的相互依存正日益以生产为基础，而不再仅仅以贸易为基础。这种变化很大程度上应归功于交通、通讯和信息技术的发展。这一切又极大地推进了跨国公司一体化的发展。

18 世纪末、19 世纪初的产业革命是人类历史上第一次科技革命。蒸汽机和机械的应用，塑造了真正的国际分工。在这之前，各国间经济联系的物质基础是国内分工，或者说是国内分工的延伸，不是真正的国际分工。国际分工是生产力发展到一定阶段的产物，是生产社会化超越国界的体现。机器大工业将各国都卷进了世界经济的漩涡，“不断扩大产品销路的需要，驱使资产阶级奔走于全球各地。它必须到处落户，到处开发，到处建立联系。……由于开拓了世界市场，使一切国家的生产和消费都成为世界性的了”^①。以内燃机、发电机、电动机、新的冶炼技术等为特征的第二次科技革命，大大促进了生产的国际化。纵向国际分工继续深化，横向国际分工日益显现。

以微电子、原子能、航空航天等为特征的第三次科技革命，带来了全新的生产方式和生活方式，生产力发展到了前所未有的高度。空间和时间不再那么难以逾越，世界变成了一个“地球村”。第三次科技革命减轻了国际分工对要素禀赋的依赖。科技优势构成了国际分工的决定因素。生产国际化促使了部门间的专

^①：《马克思恩格斯选集》第一卷，北京：人民出版社，1995 年 6 月第 1 版，第 276 页。