

海外投资 的市场 与法律

李仁玉 张晓秦 编
东北财经大学出版社

HAIWAI TOUZI
DESHICHANG
YUFALU

海外投资的市场与法律

李仁玉 张晓秦 编

101100105



东北财经大学出版社

(辽)新登字10号

海外投资的市场与法律

李仁玉 张晓泰 编

东北财经大学出版社出版发行 (大连黑石礁)

建平印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/32 印张: 10 1/4 字数: 221 000

1993年12月第1版

1993年12月第1次印刷

责任编辑: 杨佳泰

责任校对: 一秀

印数: 1—1 000

ISBN 7-81005-754-5/F·566 定价: 11.00元

前 言

九十年代是我国经济发展的关键时期,走出国门,开拓国际市场,融入世界经济的大循环已成为我国经济和企业发展的必然趋势,成为我国经济再上新台阶的必由之路。然而,怎样走出国门,怎样开拓国际市场,怎样在国际市场上大显身手,却是摆在我国政府机关和企业家面前的棘手问题。了解国际市场运行和操作的规则,熟悉各国市场经济法律制度无疑是事半功倍的绝好途径。也正是基于此,我们编译了这本《海外投资的市场与法律》的小书,以作为我国企业家、政府工作人员和在校学习经济和法律的学员了解国际市场和相关性法律的参考性工具书。

本书共有二十章,前八章主要介绍和分析海外投资应注意的一般的市场与法律问题。主要内容是:海外投资概述、海外投资的法律问题、税收和会计审查、融资审查、工业产权,风险管理和产品销售等,后12章则按国家和地区分析了世界主要发达国家和投资热点地区的市场环境 and 法律环境,并通过假想投资人遇到各种问题的示范分析,寻找最佳的解决途径和方案。这对于要想进入国际市场的企业家、对于研究国际市场的经济与法律专业的学生和其他读者来说,这种假想投资人的示范会增加其阅读本书的兴趣和开阔你的视野。本书主要论及的国家包括美国、英国、法国、德国、比利时、

瑞士、意大利、丹麦、日本、澳大利亚、新加坡、巴西、哥伦比亚、墨西哥、以色列、科威特、沙特、南非、尼日利亚、肯尼亚等。对这些国家市场环境和法律环境的分析主要包括这些国家的经济政策、投资政策、司法管辖、合同要求、经营代理、专利转让、产品责任、资金返还、企业模式等。

由于我们水平和资料的限制，本书难免有各种疏漏，诚盼同仁和读者批评指正。

编译者

1992年6月

目 录

第一章	海外投资概述	1
第二章	海外投资的法律问题	19
第三章	税收与会计审查	28
第四章	融资审查	41
第五章	工业产权	45
第六章	影响海外投资的因素	54
第七章	风险管理	57
第八章	投资企业的销售	59
第九章	美国的市场与法律	62
第十章	英国的市场与法律	109
第十一章	法国的市场与法律	136
第十二章	德国的市场与法律	152
第十三章	意大利的市场与法律	188
第十四章	比利时的市场与法律	219
第十五章	瑞士的市场与法律	241
第十六章	丹麦的市场与法律	257
第十七章	澳大利亚的远东市场与法律	278
第十八章	拉丁美洲的市场与法律	287
第十九章	中东的市场与法律	299
第二十章	非洲的市场与法律	309

第一章 海外投资概述

第一节 概 况

一、引言

扩大国际市场的一个好办法是寻找外国贸易伙伴，许多公司利用合资经营企业（以下简称合营企业）等投资公司打入国外市场，以避免由于缺乏资本、技术或劳动力，或法律上的原因以及其他特殊经济因素带来的缺陷。

有几种方法能够用来控制合营企业，也可以尽可能地减少合营者之间的磨擦；但是，一种合营企业的形式或许并不适合一个公司的长期国际合作计划，因为它无法忍受在既定市场中缩减的利润，它还可能与当地的合营者发生冲突。所有这些，假如不能加以适当控制，作为合营者，这将使本国公司在世界其他地区，甚至在本国国内的目标难以达到。

二、资金因素

合营企业一个明显的优点在于，一个公司可以比设立子公司少得多的资金打入国外市场。地方的资金可以从公司、个人或日常资金来源中取得，管理与技术也很容易提供。一个投资公司作为合资经营者可以进入未开发领域，并由于提

供技术秘密 (Know-How) ①、技术示范 (Show-How) ; 或专利等取得平等地位。以现金和机器形式的资本投入是必需的, 它可以在很大程度上减轻各个投资者的财力或物力的紧张状态。

外国投资者把争取平等的非资金技术和地方股份与国际新发行证券市场联系起来。由于官方政府的限制, 一个完全由外国人拥有的公司很难得到安全保障, 通用的惯例是把合营者与各个政府机构的利益分开。这种分离可以使国外投资者对企业保持很大程度的控制, 而剩下的权力则分散在各个政府机构手中。

交换专有技术以求得平等, 是合营企业双方, 特别是外国公司取得所有权的手段。平等交换专有技术的作用和相应的专利使用的收入, 包括投入资本的报酬率是相当大的, 其最后结果将是现金流入量很大, 流出量很小的高额收入回报率, 这种投资对董事会将有极大的吸引力。

三、进入市场

在国外市场, 通过促进对一些国家的投资, 合营企业的形式扩大了公司的横向联系。在那些国家, 当地的股份参与将作为政府批准的条件。许多发展中国家, 当地政府给合营企业外汇分配、劳动力甚至政府的合同方面以优先权。即使在发达国家, 政府作为买主也常对外国独资公司带有偏见, 特别是为获得军事装备和类似产品或业务。投资鼓励往往只给予与地方合股的合营企业。上述对合营企业的优惠是能使

①英文“Know-How”一词有多种译法, 有译为技术诀窍、技术秘密的, 有译为专有技术知识、专门技能、专门技术、技术情报的, 也有按英文发音译为“挪号”的。

人信服的。

四、政治、心理利益

当合营企业在当地的合股人是代表国家的时候，合营企业能减少民族主义的对立情绪，并从与地方的联系中得到其他政治上的好处。这种做法适用于民族主义的危险清楚而持久的国家。但在一些良好的投资环境中则不存在民族主义的危险。

地方投资者并无义务给予合营企业优惠的照顾。有时地方合作者过分接近一个政治团体，那么，一旦这个团体失势，整个企业也就面临危险。

五、长期计划

对于在发展中国家投资，美国国务院和国际开发总署，常常鼓励设立合资经营企业。他们认为合资经营企业可以推动建立新的企业和管理阶层，同时建立辅助服务机构和制造业。从理论上说，这些目的是可以达到的。它可以使自由企业系统得以加强，提高一国的经济能力，并尽最大可能为美国商品提供良好的市场。

一个完全自主的子公司也可以提供所有这些机会，或许是更好的工具，因为它通常不受地方反对美国管理方式的情绪的影响，这种情绪在海外合营企业中时有发生。不仅如此，如果通过合营企业使受过美国合伙人训练的新的管理人员成长起来，仿效美国的榜样，他们必然会利用从美国合作者那里学来的知识建立自己有竞争力的企业。

反对合资经营企业的情况常常根据于两点：地方合营者会迫使管理部门花费不相称的时间去解决争执；更严重的是，地方合营者在调整新市场和投资条件上可能缺乏灵活性。

不受母公司控制的合营企业可能在其他市场上与美国母公司的整体计划产生冲突，在没有适当的契约性保护措施时，这种情况会更为严重和经常。试图控制这种情况将产生反对美国的公司的垄断行为的结果。由于不同的出口市场的局限，其他有联系的外国公司也可能坚持限制美国的贸易。

为解决这一问题，美国公司已同意合营企业有权在特定的市场上出售专利和注册商标产品，但是，如果企业进入其他非指定市场，则将产生侵犯专利的商标的结果。

六、管理冲突

除了对实际经营效益的限制外，无论外国公司是否占多数（股份），合营企业的形式可以放开与地方合营者的冲突范围。

一些对合营企业有部分经验的公司认为，必须抽出时间进行行政管理，并对一些问题作出决定，如重新投资、股息、新资本的扩充（地方合营者可能没有资金），市场战略及实施，地方行政补偿，财政、统计政策和技术，纳税申报单的准确度、公司活动关系费、专利使用费（特许权）、价格和统筹管理措施。这些困难和意见分歧在一比一股份相等的合营企业特别容易出现。一个小小的僵局就会阻碍管理政策，下文将提到各种保证有效控制的措施。

七、报告困难

管理国外公司的一个关键因素在于使国外公司与公司总部之间信息畅通。外国子公司把大量信息包容于财务报告内。但是，对于那些股份少于50%的子公司来说，搜集信息的困难会影响到报告和控制系统。

困难来自好几个方面：国外子公司没有合格的财政统计

人员；不了解美国制定政策对大量信息的依赖；反对美国式的统计方法和财政控制；美国的母公司本身忽略了全球总体报告的需要和控制系统。还有语言上的问题，要把得到的信息翻译成决策所需的文件很困难。

许多公司首先在国际统计手册中制订出统一的统计表格，把不同来源的信息印入标准的形式之中。拥有全部股份和多数股份的子公司被纳入到这个协调系统之中，拥有少数股份的公司常常产生极大的困难，他们得到无论什么样的信息往往也感到高兴。总之，与外国子公司的合作要求把个人交际与公司压力结合起来。

改变地方管理方式的阻力及缺乏合格的财政人员可以通过教育计划来解决。对工作的管理，在某种程度上可以由独立的审计人员担任。几乎所有的公司在可能的条件下都用外国子公司和美国注册会计师公司的代理处的人作为审计人员。在没有美国分支机构的审计人员的情况下，大多数公司并不反对任用当地信誉好的审计人员，特别是在地方投资者拥有大部分股份的情况下，地方公司可以得到一个妥协方案。处理这些可能遇到的问题应采取灵活的态度，要与投资企业的合股人平衡急需的大量信息，以防因此而引起的困难。

第二节 国际市场计划

一、导言

公司的发展目标之一是增加在国际市场上的销售，取得足够的利润，维持公司的资金成本率。在一个长时期里，公司平均水平之上的附加经营资本和固定资产或股东（自有

资本)的资金流通的税率和投资收益比预期的要延长。公司组织应当设立财务标准,包括保险帐目和其他非财务因素。

为实现企业的发展目标,公司的方针和每一项工作都必须避免失去在国际市场上实际的买卖特权和其他法定权利。这样的责任不能放弃:长期专营合同,许可证交易,缺乏股本或管理控制或者通过其他手段,在优先权费用的公司标准上没有长期选择和保险审核。

各业务经营单位都有得到世界性市场的责任,有适合于团体经营的大部分有效的全球性组织的生产线和方针。为了实现公司的全面利益,上级公司应当检查下级公司的经营计划,结合计划,寻找机会,提供最大的利润潜力。

二、成功的因素

某些主要因素适用于公司的国际贸易,但在不同的产品和地理市场上,其重要性是有所变化的。首先是产品问题。一种产品不仅必须符合市场要求,而且,要在国内市场上试验它在国际上的耐久力。一种新的式样至少要试验一年。产品在国内市场上的有力地位也是十分重要的,消费者会受到产品在其国内市场地位的影响。

无论短期还是长期打算,重要的目标在于建立最吸引人的市场,其数量可根据创办人的能力。良好的利润取决于市场的强有力地位,这必须全力以赴地工作,包括提供技术服务。为成功起见,国际贸易必须在老主顾那里得到很高的再次订货率。新订货率高会影响长期利润的潜力,而对购买者的服务和训练往往会付出很高的代价。

关于合资经营企业的组织,要考虑如下几点:建立购买者与公司产品和服务之间的最短的联络线;建立销售区

域的领导办公室，为各国购买者服务；任用有区域知识和语言能力的代理人，他们能够尽可能地接近购买者；销售决定出自于政治原因时，要与在本国和在有关国家首都的决策者（包括大使馆）建立并保持接触；在公司内部建立有效的联络通讯网络。经营的效果会有基本的联系（交往）和确定的市场地位，这会为另一些产品的销售铺平道路（打开方便之门）。加速公司在国际上的发展，处理公司和国际贸易中错综复杂的事务，需要比较高级的专业或技术人员，同样，办理世界范围的商业贸易也需要在各个方面有很强的能力。

贸易的关键因素在于筹措资金。要准备有竞争能力的资金。资金是一切组织发展必备的项目。一整套有竞争力和吸引力的信贷、销售，并具备与之相联系的运送交付和服务是基本的因素。

价格必须有竞争力。一个来源丰富、高度灵活的市场体系和良好的人际关系可以避免出现最低价格。与有竞争力价格有关的市场知识和最新信息，是决定取舍几个产品来源的关键。货币的兑换率时时变化，这影响着竞争价格和决策，这方面的负责人员不仅要了解当前的趋势，而且要了解每天的变化。

需要特别注意的是，那些销售几个国家；有世界市场的产品应适用公制，其他产品可不要求如此严格。公制仅在销售和服务说明书上需要。当前不断的压力会使整个世界都使用公制单位。

一个成功的公司需要不同的严格管理的兴趣与承诺。美国的主要市场，在过去其国际活动很受欢迎，但人们忽视了那时美国的经济是强大的。这种状况应予以避免，国际贸易

应一直处于被重视的地位。

到处都应该对人力和消费及早地进行实质性投资。这个投资应成为在各个销售国家的市场计划的一部分。同时作好记录，以查对实际消费和效果与计划不符之处。仔细的查对会在市场条件发生变化之时，改变经营重点。

现今世界的大部分国家都有相似的市场特点。贸易常常由小部分高度集中的优秀人物所控制。购买决定经常由政府内或受政府影响的少数人决定。购买者的决定往往取决于他们对所交涉的个人的信任及对个人所代表的公司的信任，以及产品的特点和价格。在这些国家做生意的成功主要依赖于它们对美国公司的信任程度。这种程度可以因一种适合市场的密切合作形式如联营公司得到加强。从长远观点上看，提高通讯能力是建立和保持国外信任程度的关键。

第三节 投资标准

市场要求是分配合资经营企业资金的标准。但是，假如某一特定国家是毗邻国家的原料提供地，假如一个工厂通过消除贸易壁垒的机会取得服务，那么这个标准的适用要换一种方式。

但当地唯一的市场低于规定的数量时，也可以进行投资。但是，大部分投资者要想投资的话，都是先选择好市场再设立工厂。

经济适度的稳定与发展十分重要。有时企业也能够在一个经济严重失调和通货膨胀失去控制的国家生存下来，但大多国家的公司，避免在这样的国家投资。

如果企业要把握一个国家有利于贸易（包括经济的稳定和增长）的政策，就应该适当地考察、展望一下该国家政治上的稳定性。同时，新政府对前任政府的承诺保持赞同也是重要的。

一个国家的民族政策应该有利于自由企业的发展，无论本国企业还是外国企业。一切国内外公司的管理都应有适度的自由以得到合适的利润。对这种经营自由过多地限制，无论以控制价格的形式，还是进出口控制、产品控制、专横或差别待遇，以及其他对管理的障碍、规定和限制都会赶走投资者。

最后，衡量一个国家是否为有吸引力的投资场所，跨国公司在确定其有无适当的项目和合理的期限时，还考虑要有一定的经营自由，没有差别待遇，以及利润汇回和资本返还问题，跨国公司不是一个在市场上“宰人放血”，然后脱离出来的捞钱组织。相反，它应该恪守信誉，帮助当地的经济增长和国家的建设，并从得到的利润份额中拿出相当部分再进行投资。前文对行动的限制自然成为大家所关注的问题。

总而言之，跨国公司主要根据市场能力、社会经济发展、政治稳定和对国内外私人和准私人企业的公正对待来判断一个国家对投资的竞争力。这些标准比税收和其他有机的刺激更重要，即使国家有着很高的税率，只要税收是无歧视地适用于所有企业，也不会阻碍跨国公司的投资。

第四节 投资战略

一、指导方针

同一行业的竞争者会取得不同的成果。其战略越对头，

其效益越高。在选择投资伙伴时要考虑这些因素。竞争优势以既存的地位、远见和洞察力及明智的投资为基础。

战略的成功取决于一系列因素的合力。其中包括，对竞争对手的了解，竞争对手为什么而竞争？估价其本地有竞争力的企业的地位——自己的和别人的。把自身内部的优势投入到当地的市场上去，取得公司成员的一致意见。保持一种进行竞争的推动力量——把重点放在“竞争优势”上，检查战略措施，并随着企业的发展作出改变。

二、进入市场的阻力

一个外来者进入一个公司控制的市场需要多种因素，如经济的规模，产品的差别；对商标的认定，对资本的需求，利益与代价的程度与范围；本国和其他政府的政策；对竞争对手报复的预测——企业是否能够抵御竞争对手全力以赴的报复？

三、脱离市场的障碍

把企业从市场上脱离出去，要受特殊的财产的存在和清理财产时的低价值的影响。其他的问题，如需要“买通”某个联合会。感情上的障碍也会带来困难，如传统，国民的习惯，当地的惯例，甚至社会的障碍。

战略上的失败可能基于许多原因：如决策者和影响者头脑中的模糊认识，有形式却不完善，制订了决策却未实施。

在与预定的合资伙伴的早期讨论中，应仔细地改变前述的外国企业的态度。这种讨论可能会引起冲突。早期的讨论会确定国外的合资经营伙伴，这个问题将在下一章讨论。

四、合理制定计划

1. 预期的变化——减少不确定性。
2. 确定方向。
3. 确认关键问题和成功的因素。
4. 制度分析与创造性思考。
5. 确保协调行动——制订计划程序。
6. 资源的分配和使用。
7. 高效率的反馈体系。
8. 制定经济增长的措施。
9. 最大限度的成功转变。
10. 控制企业的命运。
11. 提高竞争能力。

企业进入市场的考虑因素

1. 市场机会。
2. 法律上的障碍——智胜。
3. 技术——有效的利用。
4. 原料来源。
5. 资本与有利的当地资金的来源。
6. 经济规模。
7. 风险扩散——政府补助金的取得。
8. 利润。
9. 心理上的因素——当地风俗，市场认同。
10. 防御——“第一位置”战略。
11. 进入的速度——全球范围内的增长。

五、投资鼓励

一个投资者要在特定的时间、特定的国家投资时，以下十个鼓励因素应予以考虑。这些内容并非包容一切，但对合