

上海发展汽车工业教育基金会资助项目

现代企业国际化经营

周健临 主编

上海财经大学出版社

现代企业国际化经营

XIANDAI QIYE GUOJIHUAJINGYING

周健临 主编

责任编辑 王联合

封面设计 严平亚

出 版 上海财经大学出版社

(上海市中山北一路 369 号 邮编 200083)

发 行 新华书店上海发行所

印 刷 崇明县晨光印刷厂 邮编:202162

装 订 崇明县晨光印刷厂

开 本 850×1168mm 1/32

印 张 11.5

字 数 288 千字

版 次 1997 年 10 月第 1 版 1997 年 10 月第 1 次印刷

印 数 1—4000

书 号 ISBN 7—81049—166—0/F·128

定 价 15.50 元

本版图书如有印刷装订质量问题,请向承印厂调换

序

纵观现代历史可以看出,企业的国际化经营已由世界局部地区的独有现象发展成为全球范围的普遍运动。同时,无论是在发达国家还是在发展中国家,企业面向全球,走出国门,占领国际市场的想法,都已不再是少数有识之士的自发愿望,而已成了整个国家和民族的共同要求和理想。

在我国,目前经济体制改革的焦点和难点是在国有企业中建立现代企业制度,实现企业的现代化。而企业的国际化对于企业的现代化来讲,正是不可或缺的东西。国际化是现代化的一项内容,任何现代化的企业,必然注重、擅长国际化经营;国际化也是现代化的一种手段,任何现代企业,无论其实力如何,只有到世界市场的风云变幻中去搏击,才有可能使自己紧跟时代潮流,始终屹立于风浪之巅。可以说,没有企业的国际化,就没有企业的现代化,也就无法建立现代企业制度。

因此,在世界经济日新月异,我国改革开放继续深入进行的形势下,认真借鉴国际先进做法与可行经验,大力倡导企业国际化,已是势在必行,呼之欲出。我想,本书的意义也许就在于此。

企业的国际化首先是经营思想和经营视野的国际化。本书第一章恰如其分地概述了企业国际化经营的普遍原理并结合实际情况,对我国企业进行国际化经营时可供选择的模式和途径作了有益的分析,使人深刻领会到企业国际化是一个在观念上要自觉更新,在行动中要有序进行的渐进过程。第二章着重介绍了国际商务中各种有代表性的理论。第三章则提出了国际化经营必须自觉摒弃“自我参照准则”的干扰,放眼全球、认真分析国际经营环境,并

系统地总结了国际经营中必须加以分析的环境要素。前三章内容为企业迈开国际化经营的第一步提供了必要的思想和理论基础。

企业国际化也是经营内容与经营方式的国际化。随着世界经济一体化不断向前推进,不但国际进出口贸易、国际直接投资等传统的企业国际化经营形式取得了进一步的发展,国际技术转移、国际劳务输出和国际工程承包等国际化经营中的较新事物也正在越来越显示出其重要性。本书第七、八、九、十共四章以简洁的笔触对它们的标准操作与最新发展作了全面介绍,第四章则对如何选择国际化经营方式作了详尽探讨。

企业的国际化更是内部管理的国际化。管理的思想与实践能否和国际接轨,将关系到企业在现代国际市场竞争中的生存和发展。本书第五、第六章、第十一至第十四章依据国际化经营的目标与需求,分别对国际化经营中的战略管理、组织结构设计、市场营销、人力资源管理、财务管理和会计活动等内部管理的职能性业务作了精致的介绍。

上海财经大学的一批年轻学者,长期以来从事国际企业的研究工作,在改革开放的新形势下,经过多年的密切合作,始有本书。从总体上看,它结构紧凑、前后连贯统一、论述详尽、数据较新,又兼紧跟形势、视角新颖,相信它的出版必然为推动我国企业走向国际化,为我国最终建立现代企业制度作出贡献。

李葆坤

1997年7月

目 录

序	(1)
第一章 企业国际化概述	(1)
第一节 企业国际化的发展阶段与介入层次	(1)
第二节 企业发展国际化经营的必要性	(5)
第三节 中国企业国际化	(10)
第二章 企业国际化经营的理论基础	(21)
第一节 国际贸易理论	(21)
第二节 对外直接投资理论	(28)
第三节 其他理论	(34)
第三章 国际经营环境	(43)
第一节 国际经营环境要素分析	(44)
第二节 国际经济组织与国际经济法	(54)
第三节 国际经营环境分析的类型与方法	(65)
第四章 企业国际化的经营方式及其选择	(71)
第一节 进入国际市场的战略要素	(71)
第二节 国际市场进入方式的比较	(76)
第三节 国际经营方式的选择	(83)

第五章 国际经营战略	(93)
第一节 企业的战略计划工作	(93)
第二节 国际企业全球战略的类型及模式	(102)
第三节 国际企业经营战略的实施	(105)
第四节 国际战略联盟	(107)
第六章 国际企业的组织结构	(113)
第一节 国际企业的组织设计	(113)
第二节 国际企业组织结构类型	(119)
第三节 国际企业组织结构的选择	(129)
第七章 国际进出口贸易	(135)
第一节 进出口贸易磋商与合同签订	(135)
第二节 进出口贸易的国际法规和惯例	(145)
第三节 进出口业务管理	(157)
第八章 国际技术转移	(167)
第一节 国际技术转移的含义与形式	(167)
第二节 国际技术转移方式的选择	(179)
第三节 国际技术转移的费用分析与支付方式	(185)
第九章 国际劳务输出和国际工程承包	(195)
第一节 国际劳务输出	(195)
第二节 国际工程承包	(211)
第十章 对外直接投资	(226)
第一节 国际直接投资及其新态势	(226)
第二节 国际直接投资的基本类型	(234)

第三节	对外直接投资方式的比较与选择·····	(240)
第十一章	国际市场营销·····	(248)
第一节	国际市场分析·····	(248)
第二节	市场细分化、目标化和市场定位 ·····	(258)
第三节	国际营销组合决策·····	(263)
第十二章	国际经营中的人力资源管理·····	(271)
第一节	国际经营人才的选拔和招聘·····	(271)
第二节	国际经营人才的培训和发展·····	(278)
第三节	国际经营人才的考绩和报酬·····	(282)
第十三章	国际经营中的财务管理·····	(287)
第一节	国际企业财务管理的目标与组织·····	(288)
第二节	国际企业的投资决策与筹资方式·····	(290)
第三节	外汇风险管理·····	(300)
第十四章	国际经营中的会计活动·····	(309)
第一节	会计制度·····	(309)
第二节	转移价格·····	(319)
第三节	国际税收·····	(326)
附录一	我国对设立海外企业的有关法律规定·····	(343)
附录二	主要国家外资法简介·····	(350)
主要参考书目·····		(358)
编后的话·····		(360)

第一章 企业国际化概述

企业国际化经营是当代世界经济发展的一大趋势。改革开放以来,我国不仅成为许多外国的国际企业前来投资的重要场所,而且国内不少企业也已开始走出国门,从事跨国经营,力图创立跨国公司,在国际市场上争得自身的生存空间。企业国际化经营是企业国际性地利用生产要素和管理技能,从事跨越国界的工商活动,包括商品的进出口贸易、技术授权、对外直接投资、国际工程承包、管理合同、合作生产、国际劳务输出等,是企业由国内经营转向跨国经营的发展过程。

企业进行国际化经营是其追求海外高额利润和对全球范围内资源的优化配置组合的结果。而国际化经营的结果是使企业摆脱单纯一国的地域界限,成为面向全球的国际企业。跨国公司或多国公司则是国际企业的主要形式。当今,世界上已开始掀起一股企业国际化经营的热潮,跨国经营也成了中国经济发展的新的增长点。企业国际化经营发展的规律是什么?中国企业如何走向国际市场?这些问题都需要理论界和实践界进行大力地研究并作出回答。本章拟先从理论上对它作一概述。

第一节 企业国际化的发展阶段与介入层次

企业国际化发展阶段理论是企业国际化经营理论体系中一个重要的理论分支,该理论考察了企业国际化发展进程中的一般规律,也评估了企业国际化程度的若干特征。

一、企业国际化过程的六个阶段

有关企业国际化的发展阶段,不同的专家学者提出了不同的看法。有人提出了四阶段论,也有提出了三阶段论和五阶段论,其中以罗宾逊提出的六阶段论形成较早,亦较具有代表性。这六个阶段按其发展过程分别如下:

第一,起步阶段。当一个企业的经营范围完全局限于其国内市场,随其业务的发展,一旦国内市场出现原材料供应偏紧,而国外市场同样的货源价格相对较廉时,则该企业有可能用它的部分产品去换取国外的原材料。这时,该企业的经营活动已开始涉足国际市场,属于企业国际化的起步阶段。可是由于这类企业的目标市场在国内,进口原材料的目的是为了保证和扩大国内市场的产品供应,所以这类企业仍属“国内企业”(Domestic Enterprises)。

第二,出口阶段。随着企业的逐步发展,产品出口已成为该企业的长期经营内容,而且其组织结构也出现相应的变化,往往在其销售部下再设置一出口部,全面负责企业产品的出口业务,并在国外建立销售、服务机构和仓储设施。这类企业除了国内的经营业务以外,还专职从事出口业务,因此被称作“出口企业”(Export Enterprises)。

第三,国际经营阶段。当某个企业的出口业务达到一定的数量和规模时,其原有的出口部在公司中的地位也随之不断上升,直至达到与国内其他事业部门或职能部门同等的地位,成为直接由企业高层领导指挥的经管国外一切业务的国际部。在此阶段,有时企业也以参股的形式组建合资企业或成立子公司,或与其他公司结成战略联盟。这时,国内的公司总部或母公司对国际部或国外子公司仍实施绝对的控制,重大的决策都由公司总部或母公司作出,其决策方式是单向型的。这类企业被称作“国际企业”(International Enterprises)。

第四,多国经营阶段。随着国外子公司数量的增加,企业的海外据点由一国发展到多国,各子公司直接受母公司的领导。子公司既可生产母公司指定的产品,也可经销其他产品,有较大的经营自主权。子公司作为一个独立的经营实体在特定的环境中进行经营活动,能迅速反映市场的要求,这样,随其决策权限的扩大,子公司就逐步趋于能影响母公司的决策,母子公司之间的决策方式也就由单向型发展成为双向型。但由于各子公司之间的关系松懈,缺少相互间的联系,而且在行使各自的经营自主权时,往往多着眼于本公司的局部利益,所以整个企业在形成统一步调上尚有一定的局限性。企业进入这一阶段,就可称之为“多国企业”(Multinational Enterprises)。

第五,跨国经营阶段。在这一阶段,企业开始通盘考虑其整体利益。国外的子公司与母公司总部的联系更为密切,母公司通过与各子公司间建立沟通网络,来有效地协调各子公司的经营活动,以实现整个企业利益最大化。为了全面统一管理,决策权限也更趋于集中。企业这时就可被称为“跨国企业”(Transnational Enterprises)。

第六,超国界阶段。超国界企业是企业国际化的最高级形式,其经营范围已遍布世界各主要市场。随着一个全球展开性网络的存在,企业可能从“全球战略”出发考虑业务安排。具体而言,即在经营活动中,以全球的竞争视野和思维方式,全方位考虑来自各国、各地区的竞争以及各种可能变化的环境制约因素,并从全球角度、长远利益出发,最合理地配置及使用其有限的资源,有效地选择、组合和进入各种市场。处于这一阶段的企业,其自身实力和应变能力已大大加强,而“国界”对它的约束力则相对减弱,所以被称为“超国界企业”(Supernational Enterprises)。

二、企业国际化经营介入国际市场的层次

从各国企业国际化经营的实践过程看,其发展轨迹和上述六个阶段的演进不可能完全一致,但罗宾逊理论的一大贡献在于它揭示了企业国际化的过程,是由初级逐步向高级渐进发展的。对许多企业来说,国际化经营的介入是一个循序渐进的过程。例如,一些小公司开始时可能只在有限的规模上搞部分产品出口,待取得经验后再作进一步的扩大。这样,企业在国外有效经营的能力提高了,管理当局的信心也增强了,它就能进一步向国际化经营的更高层次发展。

一般来讲,企业国际化经营的介入层次有四层:即直接和间接出口;向国外技术授权;海外营销及国际生产。随着企业国际化经营活动不断向深层发展,其风险及对营销的控制程度也越来越深。

1. 直接和间接出口

在这一层次下,出口型企业在国内生产产品,然后在国外销售。有许多公司虽然也在从事间接出口的活动,但经常意识不到这种间接出口行为。例如,为家用电器出口产品提供电子元件的那些企业就是从事间接出口的典型例子。当一企业自身寻求出口业务,在国外直接设立子、分公司销售国内产品时,它即从事了直接出口这一国际化经营的最普遍的形式。企业从事直接出口就必须投入一定的资本和管理资源。为了协调其管理经营活动,企业或者在其内部任命一个“出口经理”来负责该项活动,或者雇用专职从事外贸工作的公司来代理其出口业务。

2. 向国外技术授权

当出口企业由于运输成本的增高,或面临某些国家较高的关税壁垒,以及其他种种有关贸易和直接投资的限制时,该企业就有可能以技术授权的形式从事国际经营活动。企业通过向国外的合作伙伴提供原材料、设备和生产技术指导等,以换取对方销售该产

品所取得利润的一定百分比数额。例如不少美国企业之所以向日本公司转让技术,就是因为美国公司在对日本进行直接投资十分困难甚至不可能的情况下作出的选择。

3. 海外营销

海外营销或国外营销通常是由母公司直接控制的,其销售的产品或提供的服务可有多种不同的来源,诸如国内的工厂、其他公司的技术授权或各分包商等。然而它必须在国外设立一个销售办事处,该销售办事处并没有任何制造设施,仅是一个销售组织,通过其销售点或一系列销售网点来推销其产品。

4. 国际生产

当企业不仅在国外营销其产品,而且在国外生产产品时,该企业就全面介入了国际化经营活动。在此方式下,企业或通过开设一家附属子公司,或收购当地现存的企业来进入国外的市场;有时一家公司亦可以合资经营的方式与当地的企业或政府搞联营,与当地的合伙人共担经营成本和风险,共同管理并分享利润。

国际生产的另一种常用方式为国际分包,即把生产分包给国外企业去生产。如美国福特汽车公司与日本马自达公司的一家合资厂生产的汽车,其设计来自底特律,工程技术开发在广岛,装配又在美国密执安州的一个城市,而该厂60%的零件则都由国外分包商生产。

第二节 企业发展国际化经营的必要性

无论从当前世界经济的现实出发,还是从企业发展国际化经营的积极作用看,我国企业走向国际大市场、参与国际贸易和对外直接投资以实现国际化经营已势在必行。

一、世界经济的新形势与新现实

自 80 年代以来,世界经济形势已发生了深刻的变化。跨国经济已成为当前世界经济的新现实。企业国际化经营已成为现代世界经济的一种历史潮流,任何企业如不能适应这一潮流或对新的形势发展无动于衷,必将在日趋激烈的国际竞争中遭到淘汰。

1. 企业国际化经营成为世界经济发展的重要趋势

第二次世界大战后,国际贸易发展迅速。据统计数据表明,在 1913 年到 1938 年间,世界贸易量年平均增长率为 0.7%,而在 1948 年到 1989 年间,同一指标却达 7%,1989 年至 1995 年,这一指标高达 13%,且其增长速度大大快于工业增长速度。此外,战后国际企业、跨国公司也如雨后春笋般地大量涌现。目前,世界上共有国际企业 2 万多家,它们又拥有约 11 万家子公司和分公司。联合国“世界投资报告”中指出,截止到 1995 年底,全球对外直接投资存量已达 3 150 亿美元。

从参与的国家 and 地区看,现代世界的国际化经营,既有发达国家,也有发展中国家和地区,且投资规模、方式、范围和地区都有所变化。早期跨国公司的发展,投资来源国主要限于欧美等少数资本主义发达国家,且以间接投资为主,投资去向则多半为殖民地、半殖民地和其他经济落后的国家和地区。到了现代,西方发达国家的跨国公司则不同,不仅投资速度大大加快,而且对外直接投资已超过间接投资,投资地区已由发展中国家转向发达国家,或发达国家与发展中国家并举,其投资数量和规模已在世界上所有跨国公司的投资方式中占统治地位。

但是,发展企业国际化经营并非发达国家的专利,早在本世纪 20 年代,有的发展中国家就已拥有了自己的跨国公司。至 60 年代,发展中国家及地区的跨国公司已真正崛起并日益发展成为一股强大的国际力量。在 80 年代,其发展速度更为惊人,到 1989 年

底,仅台湾地区的对外投资存量已占 100 亿美元。随着中国的改革开放与经济发展,中国也成为发展中国家中最大的投资者之一。

2. 跨国公司在世界经济中发挥了越来越重要的作用

据联合国跨国公司中心统计,至 1989 年,全世界投资总额为 8 000 亿美元,其中跨国公司就占了 70% 以上。目前,世界新技术开发投资的 80% 以及进出口总额的三分之二被各国跨国公司所垄断。1990 年,世界 500 家最大的跨国工业公司销售额为 50 000 亿美元,相当于整个西方世界国内生产总值的四分之一左右。据联合国有关专家预测,到 2000 年,全世界 300 家最大的跨国公司的销售额将达西方世界国内生产总值的四分之三。

3. 世界经济发展的区域化、集团化、一体化趋势加强

在过去二三十年中,无论在理论和实践上,国际经济一体化问题都越来越受重视。当今世界按区域划分已形成各种经济圈多达 20 余个,其中较典型的有:

(1) 欧洲联盟(原欧共体)。自订立罗马条约至今,已实行了统一的欧洲大市场,并正在向货币同盟和完全的经济同盟过渡。一些东欧国家也可能在不久的将来加入欧盟。

(2) 北美自由贸易区。以美国为首的美国、加拿大、墨西哥自由贸易区的合作正在深入进行。北美自由贸易协定规定将消除美、加、墨之间的贸易及投资壁垒。

(3) 亚太地区的经济圈。环太平洋沿岸各国的经济,显得比以往任何时候都更为互相依存,而且 90 年代这一趋势只会得到进一步加强。东北亚的合作正在积极酝酿。有人预测,到 2000 年,亚洲可能会出现一个“共同市场”。

区域经济一体化的兴起显然有利于经济圈内企业,不利于区域外的企业。为了打破区域经济的贸易壁垒,发展企业的国际化经营就更为必要了。

4. 世界经济重心正在出现转移趋势

在过去的十多年里,国际经济环境发生了深刻的变化,其中两大趋势已引起人们的关注:

(1)全球经济的“引力中心”将由大西洋向太平洋转移。亚太地区的经济持续高速增长,近几年来,亚太地区的年均社会生产总值近 14 万亿美元,为美国 1992 年国内生产总值的 3.3 倍,该地区的外贸总额与外汇储备也与日俱增。尤其是东亚一些国家更是执世界经济增长之牛耳,成为该地区整个经济中心的重心。

(2)经济发展将由北半球北部向南转移。从全球整体看,一些经济发达国家大多位于北半球北部,而发展中国家则位于发达国家的南方。据国际上一些经济学家预测,今后世界经济最富活力的地区将集中于资源与劳动力密集的南方。随着闭关的计划经济模式日益为开放的市场经济体制所取代,又使经济南移的可能性增大。因此有人断言,未来发展中国家的经济增长率将有可能大大超过工业化国家。

在 21 世纪即将来临的前夕,世界各国在制订其发展战略时,对上述的趋势必须作认真的研析,为本国的经济国际化创造条件。作为一个现代化的企业如无视这种趋势,必将铸成历史的错误。

二、企业发展国际化经营的成就和效应

企业发展国际化经营对于扩大一国的对外经济交流,促进国内的经济的发展,以及提高企业自身的国际竞争力有着不可忽视的积极作用,其具体表现于以下几个方面:

1. 发展国际化经营有利于广泛利用国际资源

国内资源的相对不足往往限制了企业的进一步发展,而且随着一国经济建设规模的扩大,资源供需的矛盾将日益突出。企业通过海外投资办实业,在拥有丰富自然资源的国家和地区搞合资或独资生产,就可为本国提供原材料,或加工出口、或就地销售。如我国在澳大利亚投资矿产开采,及在海外开办一些渔业、林业企业,

对于补充国内某些资源的不足起了明显的补充作用。

2. 发展国际化经营有利于企业直接占有国际市场

企业在海外开业,就好比在国外设立了一个窗口,从而建立了一个直接攻占当地市场的基地。有了这一窗口和基地,不仅向国外市场直接介绍了本企业的产品,而且还能了解外界的最新市场动态,获取各种有用的信息,以利于企业及时调整产品的结构,制定新的发展战略,进一步开拓新的市场渠道。

更为重要的是,跨国经营成为企业维持出口市场,不断拓展海外市场,抵制贸易保护主义的有效方式。通过发展海外企业,在子公司的所在国建立生产基地和工厂,这样不仅可以直接利用当地各种资源,同时也可以带动国内母公司的材料、零部件和设备的出口,从而合法地避开了一些国家所设的关税和非关税壁垒。

3. 企业国际化经营有利于输出成熟技术和引进先进技术

长期以来,我国在初级产品、纺织、机电等传统产品的生产技术和和管理上具有相对的优势,企业如果利用自身的优势,通过国际化经营实践,投资于相对欠发达,或经济发展水平尚低,但需要国内某些成熟技术的发展中国家,则既可以输出成熟技术,占领部分国际市场,又可获得丰厚的回报。

另一方面,企业在工业发达、技术先进的国家和地区开厂设店,搞合资、合营企业,并以各种方式吸收当地领先于世界的先进技术,然后再转回国内,就可以推动国内企业的行业技术水平的提高及旧有设备的更新改造。

4. 企业国际化经营有利于扩大对外交流

企业在走向国际化的过程中,在国际市场上获得了广泛的接触和交流机会,开阔了眼界,拓宽了思路。企业管理人员因此改变了通常惯用的思维方式和心理定式,思想得到解放,善于接收新的管理思想和观念。

此外企业通过直接对外投资,特别是在一些发达国家和地区,