



 **MBA** 精品课程系列教材

国际企业管理

(第二版)

GLOBAL MANAGEMENT
(Second Edition)

金润圭 著

 **MBA** 精品课程系列教材

图书在版编目 (CIP) 数据

国际企业管理/金润圭著. 2 版.

北京: 中国人民大学出版社, 2009

(MBA 精品课程系列教材)

ISBN 978-7-300-11218-3

I. 国…

II. 金…

III. 国际企业-企业管理-研究生-教材

IV. F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 155937 号

MBA 精品课程系列教材

国际企业管理 (第二版)

金润圭 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京东方圣雅印刷有限公司

规 格 185 mm×235 mm 16 开本

印 张 24.75 插页 2

字 数 448 000

邮政编码 100080

010-62511398 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2005 年 5 月第 1 版
2009 年 9 月第 2 版

印 次 2009 年 9 月第 1 次印刷

定 价 32.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换



随着经济全球化进程的不断发展，以 MBA 教育为代表的中国管理教育日益受到关注，而 MBA 教育经过 13 年的风雨历程，也取得了长足的发展，引发人们更加深刻地思考：如何进一步提升中国 MBA 教育的教学质量？

首先，经济全球化对国际化管理人才的素质提出了更高的要求。经济的全球化带来的产业升级和企业的国际化战略将是未来企业求得生存与发展的关键，越来越复杂的经济环境使跨国公司对具有全球性眼光的国际型人才需求日趋增多。经济全球化时代要求企业经营者彻底转变经营思想和经营理念，具备竞争观念、创新意识和开拓精神，具备全球性的敏锐洞察力，通晓多国语言，有雄厚的技术功底和创业精神、有能力管理日益细分和分散的组织。

其次，随着中国市场经济的日益完善，数以万计的民营企业迫切需要自己的企业家和职业经理人，如何使 MBA 教育本土化更是一个迫在眉睫的问题。如果说前 13 年 MBA 教育的发展更多走的是拿来主义的道路，那么现在更需要探索一条本土化的道路。

最后，随着中国企业改革的深化，专业 MBA 教育的时代已经来临。现在不仅出现了 MPA、MPAcc 等专业硕士学位，在 MBA 中也向专业细分方向发展；不仅出现了市场营销方向、人力资源管理等专业方向的细分课程，而且出现了涉农管理 MBA、航空管理 MBA、电力资源管理 MBA 等等。正是这种专业方向的 MBA 教育，为 MBA 教育提供了更加广阔的市场。

在这样的市场需求下，编写一套国际化与本土化相结合、更加体现专业和行业细分的教材势在必行。中国人民大学出版社在全国 MBA 专业指导委员会的指导下，组织国内外一流专家，编写了“MBA 精品课程系列教材”。这套教材将很好地适应 MBA 教育的发展，也使 MBA 的毕业生更好地适应用人单位的需要，最终提升中国企业的管理水平，促进中国经济的进一步发展。

前言

有关国际企业，特别是跨国公司的信息，几乎每天不断。跨国公司的发展与经济全球化紧密联系在一起，跨国公司的活动与我们的生活息息相关。我在写本书第一版的时候曾经说过，当时有两件事情令我兴奋不已，鞭策我奋笔疾书，尽快完稿。

第一件事是：2003 年我国吸收外资 530 亿美元，超过美国，首次名列世界第一。这意味着越来越多的跨国公司进入我国，以实现它们的“全球梦”。那些叱咤风云的全球 500 强企业中，有 400 多家在中国市场上“你方唱罢我登场”，进行激烈的全球竞争。第二件事是：联合国的一项调查报告显示，在未来几年中，中国将取代日本，成为世界上第五大对外投资的来源国。这意味着，越来越多的中国企业将跨国经营，参与国际竞争，在全球经济舞台上刮起一场“中国风”。上述两件事，一个是“引进来”，一个是“走出去”。这两个方面对中国经济发展可能产生的影响和意义，怎么说都不为过，都会让国人有一种从来没有过的紧迫感和冲动，去认真学习和研究国际企业，总结其成功经验或失败教训，为国际经营和全球竞争的实践寻找理论准备和支撑。满足大家的这一学习需求，是我写作本书第一版的初衷，也是我确定的一个基本目标。

四年多过去了，全球处于变化与动荡之中，新的事件层出不穷。在修订第一版的日子，窗外世界变化万千，但是我发现以前激励我写作的两个基本因素依然在延续和发展。

第一，2008 年源自美国的金融危机愈演愈烈，几乎席卷全球。根据联合国贸发会议的估计，2008 年全球对外直接投资（FDI）流入量下跌 20% 甚至更多，金融危机及其余波对国际直接投资的负面影响还会延续，短期内不可能很快恢复。受金融危机的冲击，很多顶级跨国公司纷纷陷入危机泥潭不能自拔。一个令世人大跌眼镜的案例就是：世界 100 强跨国企业之一美国通用汽车公司在 2009 年 6 月 1 日无奈地选择了破产保护，组建新通用汽车公司。有意思的是，美国通用汽车公司首席执行官亨德森在纽约的通用汽车大楼举行的新闻发布会上说，通用汽车在中国的业务“发展非常迅速”，他对通用汽车今后 5 年在

中国的业务“非常感兴趣”。^① 几乎在同一时间,通用汽车中国也宣布,包括通用汽车中国公司及其在华合资企业在内的美国本土之外的所有业务,都不在此次公司重建的范围之内。在公司重建过程中,通用汽车中国公司业务将继续正常开展。通用汽车中国指出:“中国是通用汽车全球第二大市场。通用汽车中国公司及其合资企业今年前5个月在中国市场共销售 671 148 辆汽车,创造公司在中国市场的历史同期销售最高纪录,这让我们对中国市场充满信心。未来通用汽车将继续加大在中国的投入,引入全球最先进的产品和技术,提供更好的服务,全面满足中国消费者的多样化需求。”^② 这就是说,金融危机虽然极大地打击了跨国公司对外直接投资的信心,但是,中国市场仍然是跨国公司保留其信心,实现其“全球梦”的理想之地,仍然是它们投资的首选。

第二,在金融危机的强烈冲击下,以跨国并购为主要特点的 FDI 风光不再。但是,近来不时爆出中国企业对外跨国并购的案例。例如:2009 年 2 月 12 日,中国铝业公司与力拓集团通过伦敦证券交易所和澳大利亚证券交易所发布联合公告,中铝公司投入力拓集团 195 亿美元,从而在力拓集团整体持股比例将增至约 18%。接着,中铝注资力拓的交易分别获得了澳大利亚、德国、美国等国监管机构的批准。但是,2009 年 6 月 5 日,力拓集团董事会撤销了对 2009 年 2 月 12 日宣布的双方战略合作交易的推荐,并依据双方签署的合作与执行协议向中铝公司支付 1.95 亿美元的分手费。尽管此次交易没有实现,却并未挫败中铝海外投资的信心。中铝集团总经理熊维平表示,即使交易没有成功,但它对于中铝公司的长远发展以及国际化战略实施仍然具有重要的意义。中铝参与了全球资源项目的运作,加强了与国际矿业公司以及中国金融机构的交流与合作,积累了丰富的海外并购经验,建立并锻炼了一支熟悉国际化运作的团队。“中铝公司实现国际化多金属矿业公司的战略目标不会有任何改变。”^③ 无独有偶,总部设在成都的四川腾中重工在 2009 年 6 月 3 日宣布即将收购美国通用汽车公司旗下的悍马(HUMMER)品牌,收购金额估计在 1.5 亿美元~2.5 亿美元。悍马是通用公司在 1999 年从 AM GENERAL 公司(军用悍马的生产商)购买的,在减少尾气排放、环保、节能等理念流行之前,这个喝油的 SUV 品牌一直是粗犷雄性力量的代言人。实际上,中国企业走出去遇到很多的困难,其中不乏失败的案例。但是,从中我们至少看到了中国企业前赴后继走出去的决心和信心,看到了中国企业在国际舞台上纵横驰骋的身影。

作为一个普通学者,我能够做的就是拿起手中的笔,及时将世界的发展变化以及跨国公司的经验与教训告诉大家,从而为中国企业的内向国际化和外向国际化贡献自己的微薄

① 新华网, http://news.xinhuanet.com/auto/2009-06/02/content_11471928.htm.

② 通用中国网站, <http://www.new-gm.com/china/ch/media.html>.

③ 中国投资咨询网, <http://www.ocn.com.cn/free/200906/haiwaitouzi060902.htm>.

之力。

我在 20 世纪 80 年代中期开始研究国际企业管理问题。1988—1989 年，我在美国接触到某些企业的第一手资料。那时，中国企业的国际化程度比较低，只有很少的企业实行跨国经营。即使如此，我仍然感到研究外国企业的国际化经营管理以及中国企业的国际化，对于我国改革开放、对于我国经济的发展将具有十分重要的意义。1992 年 5 月，我的著作《国际企业管理》由山东人民出版社出版，总结了我在 80 年代研究国际企业问题的主要成果。

进入 90 年代，特别是 1992 年以后，国际企业作为一种世界性的经济现象，有了更大的发展，出现了许多新情况，对中国经济产生越来越大的影响。外国跨国企业对华直接投资直线上升，“全球化”、“无国界经营”等流行说法不绝于耳。在国内，有关跨国公司对外直接投资是正面影响为主还是负面影响为主的争论，常常见之于报端，论之于课堂。同时，中国企业也开始其艰难的跨国经营之旅。这些都促使我在原有成果的基础上，根据新情况，重新构思完成一本新的著作。1993—1994 年，我又去美国访问一年，参观了不少国际企业，研究了国际企业最新变化发展的动态：回国后，虽历经病魔的折磨，但经过几年的努力，我终于完成了 50 余万字的书稿。1999 年 3 月，《国际企业经营与管理》一书由华东师范大学出版社出版。

21 世纪初，“9·11”事件，伊拉克战争、“非典”蔓延等，搅得世界经济跌入低谷。2004 年以后，世界经济艰难地走出了低谷，国际企业进入一个新的历史发展时期，20 世纪末轰轰烈烈的跨国并购浪潮在 2006 年和 2007 年得以再现，但好景不长，2008 年的一场金融危机，又把很多跨国公司打入谷底。但与此形成强烈反差的是，我国企业得益于中国经济的持续发展，仍在迅速成长。2004 年，上海宝钢集团公司、上海汽车工业（集团）总公司作为制造业企业，首次进入美国《财富》杂志当年公布的世界 500 强榜单。2009 年美国《财富》杂志公布的世界 500 强企业中，中国企业更是风头十足，总共有 43 家公司上榜，前所未有。最近，英国《金融时报》公布了 2009 年全球 500 强企业，榜单显示，跻身 500 强的中国企业数量再次提升，排名大幅提前。其中，中国大陆有 27 家企业上榜，比 2008 年增加 2 家，总市值达 1.4 万亿美元，仅次于美国。中国石油、中国工商银行、中国移动三家中资企业跻身前 5 位，总市值分别排在第 2 位、第 4 位、第 5 位。入围的中国企业增加、排名提升得益于中国的整体经济实力上升，中国大企业的发展也为中小企业的发展创造了巨大的空间。可以预见的是，中国企业在未来的 500 强排名中还会继续上升，进入 500 强的中国企业数量还会增加，这是发展的大趋势。从变化的 500 强名单中，基本上可以看出一个国家及其企业竞争力发展变化的轨迹。一般来说，世界 500 强大企业与跨国经营有着天然的联系。事实上，大约 450 家年收入超过 10 亿美元的公司承担了全球所有公司在海外投资总额的 80% 以上。由于我国市场巨大，企业的跨国经营指数不一定会很高，但是中国企业国际化以及中国跨国公司驰骋全球市场的趋势已经不可阻挡。从本

书 2005 年出版第一版至今,虽然只有短短 5 年不到的时间,但是今天回过头看,国际企业虽然如履薄冰,仍有很多发展和变化,仍有很多新鲜的经验可以总结。因此,不断根据新的情况修改和发展自己的理论著作,是十分必要的。

本书第二版保留了第一版的体系结构和基本内容。其主要特点是:首先,全书按照国际企业进入全球市场的管理过程来构筑理论体系;其次,本书十分强调跨国公司全球战略的理念、思路和方法,将跨国公司的经营管理放在全球战略的背景之下进行研究;再次,尽可能多地对国际上,特别是最近几年在我国比较流行的一些理论观点或实践经验进行评介,如国际化、天生的国际企业、竞争优势、价值链、产业集群、政治风险、跨文化管理等;最后,每章所选的企业案例,尽可能是中国读者熟悉的公司和事件。这些案例许多与中国市场相关,读者一定会饶有兴趣。此外,在本次修订中,我尽可能多地应用联合国、经济合作与发展组织(OECD),以及我国商务部公布的最新统计资料,替代已经陈旧的资料;案例也尽可能用较新的材料,以使读者能有一点“新”的感觉。由于金融危机还在发展,很多问题还不能马上看清楚,所以第二版一方面尽可能反映金融危机背景下跨国公司的情况;另一方面,对于暂时还看不清楚的问题,尽可能避免作出主观的判断。

本书共 10 章,第 1 章导言为全书的概论,这一章将国际企业放在国际商务发展的环境之下进行研究,从国际企业现象出发,具体分析了国际企业跨国经营的动机、类型、趋势、管理特点。第 2 章是理论比较部分,深入探讨比较了有关国际贸易与投资的各种理论,试图从理论上对跨国经营和国际企业现象进行解释。第 3 章是环境分析部分,主要分析研究了国际企业面临的经济、文化、政治环境。特别研究了国际企业与政府的关系以及可能发生的冲突与政治风险等问题。第 4 章是对国际企业总体战略的研究,具体研究了国际企业成长战略、竞争战略和全球战略的选择和决策。第 5 章到第 10 章是国际企业管理职能的展开部分,按照进入国际市场的过程,具体研究了市场进入、生产、营销、组织、人力资源管理、国际税收和财务等。

我一直认为,一本著作或教材只是对过去经验的总结,是对将来发展的推断、演绎或预测,绝不可能代替人们的实践和创新,也不能解决所有的问题。同样道理,奉献给读者的这本书只是描绘了有关国际企业管理的基本轮廓,无法取代读者的实践和创新。为了反映快速的变化,我在写作中一直随时注意运用最新的统计资料和数据。但是变化始终与我们同在,今天的最新数据,到明天就可能过时了,这在本书的第 1 章表现得最为明显。因此,每当拿到新书的时候,我都会为其中的某些开始略显陈旧的观点或总结而感到遗憾,就会萌发重新修改的念头。正如许多影视艺术家所说,影视艺术是一门遗憾的艺术;其实,写书又何尝不是如此。因此,我十分欢迎读者对本书提出修改意见和建议。

本书适合高等院校国际企业管理专业或相关专业的本科生、研究生使用;同时,也适合从事理论研究、实际经营或管理的人们使用。如果这本书能够满足读者的学习需要,能

够对我国企业“引进来，走出去”做出一点微薄的贡献，我就感到相当满足了。

感谢我的学生陶冉、宁小勇、向重樵、商鹏等，他们为第二版修订做了不少资料收集工作。

最后，我要衷心感谢中国人民大学出版社的编辑，没有他们在幕后的辛勤劳动和努力，这本书的出版是不可能如此顺利的。

谨以此书献给刚刚离我而去的母亲！

金润圭

于华东师范大学

目 录

第 1 章

导 论..... (1)

第 1 节 国际企业现象..... (1)

第 2 节 企业跨国经营..... (16)

第 3 节 国际企业的发展阶段和趋势..... (25)

第 4 节 国际企业经营管理..... (30)

第 2 章

国际贸易与国际投资理论..... (43)

第 1 节 国际贸易理论..... (43)

第 2 节 对外直接投资理论..... (50)

第 3 节 国际生产折中理论..... (57)

第 4 节 日本式的对外直接投资..... (62)

第 3 章

国际企业环境..... (72)

第 1 节 环境与管理..... (72)

第 2 节 国际经济环境..... (76)

第 3 节 文化环境..... (85)

第 4 节 国际企业与政府..... (94)

第 4 章

国际战略管理..... (113)

第 1 节 战略决策与管理..... (113)

第2节	国际成长战略	(121)
第3节	国际竞争战略	(126)
第4节	全球战略	(136)

第5章

进入方式与国际直接投资	(151)
-------------------	-------

第1节	进入国际市场的方式	(151)
第2节	国际直接投资	(159)
第3节	新建海外企业	(167)
第4节	国际购并	(173)

第6章

国际生产和技术转移	(191)
-----------------	-------

第1节	国际生产的战略选择	(191)
第2节	全球供应战略	(196)
第3节	国际制造	(201)
第4节	技术选择和转移	(208)

第7章

国际市场营销	(223)
--------------	-------

第1节	国际营销观	(223)
第2节	产品决策	(230)
第3节	定价决策	(238)
第4节	促销决策	(246)
第5节	分销渠道	(251)

第8章

国际企业的组织	(261)
---------------	-------

第1节	国际企业的分、子公司	(261)
第2节	国际企业的管理结构	(264)
第3节	全球结构安排	(273)
第4节	组织结构设计	(278)
第5节	新的组织安排	(286)

第 9 章

国际人力资源管理	(297)
----------------	-------

第 1 节 国际人力资源管理的特点	(297)
第 2 节 劳动管理	(304)
第 3 节 管理者的管理	(312)
第 4 节 人力资源管理的国际比较	(319)

第 10 章

国际税收与财务	(331)
---------------	-------

第 1 节 国际企业税收管理	(331)
第 2 节 国际财务系统	(339)
第 3 节 国际融资战略	(342)
第 4 节 国际企业的资金运用	(351)
第 5 节 外汇风险和防范	(359)

附 录

中英文名词对照	(368)
---------------	-------

参考文献	(377)
------------	-------

导 论

第二次世界大战后,特别是在 20 世纪 60 年代以后,跨国经营作为一种新的经济力量出现在世界上,一大批实力雄厚的国际企业遍布全球,驰骋在国际政治经济舞台上,极大地推动了国际商务的发展,十分引人注目。

第 1 节 国际企业现象

国际企业现象与突破国界的商务活动的发展密切相关。伴随着国际贸易和国际投资的迅速增长,整个世界经济相互依赖的程度明显加深。以跨国公司为中心的国际企业在国际商务活动中扮演了十分重要的角色,发挥了突出的作用。

国际商务

我们以国际商务为起点研究国际企业现象。

国际商务(international business)是指跨越国界的各种商业活动,包括商品、劳务(如技术、熟练劳动、运输)、资本等任何形式的经济资源的国际传递。这种国际商务关系可以是民间企业之间发生的,也可以是各国政府之间发生的。各国企业之间的商业交易活动,其目的在于盈利;而政府之间的国际商务活动,可以利润为导向,也可不以利润为导向。

国际商务有国际贸易(international trade)和国际投资(international investment)两种最主要的形式,其中前者包括货物贸易和服务贸易,后者包括对外直接投资(foreign direct investment, FDI)和对外间接投资(foreign indirect

investment, FII)。1973 年石油危机以来, 世界经济虽然遭到各种因素的困扰, 但是国际贸易和国际投资增长甚快。

1960 年世界货物贸易出口额只有 1 131 亿美元, 1970 年是 2 934 亿美元, 1980 年升至 20 321 亿美元, 1990 年是 34 796 亿美元, 2000 年是 64 560 亿美元, 2005 年则超过 10 万亿美元, 2007 年达到超纪录的 138 330 亿美元。^① 在一个较长的时间段里, 世界贸易的增长速度持续超过了世界产出的增长速度, 如表 1—1 所示, 从总体上看, 1990—2007 年各年份世界出口增长率均超过同期国民经济生产总值的增长率。本世纪以来, 发展中经济体、转型期经济体、最不发达国家等的贸易增长速度都大大快于发达经济体。此外, 世界服务贸易发展也很快。世界服务贸易出口额 1970 年为 640 亿美元, 1980 年增长到 3 880 亿美元, 1990 年达到 8 302 亿美元, 1992 年突破万亿大关为 10 200 亿美元, 2000 年为 15 266 亿美元, 2007 年更是达到创纪录的 33 375 亿美元。^② 从表 1—2 可以知道, 进入新世纪以来, 世界服务贸易的增长速度与货物贸易的增长速度几乎相当, 平均年增长率达到了 12%。

表 1—1 世界贸易与世界产出增长速度对比 (%)

国别结构	国民经济生产总值增长率						出口增长率					
	1980— 1990 年	1990— 2000 年	2000— 2005 年	2005 年	2006 年	2007 年	1980— 1990 年	1990— 2000 年	2000— 2005 年	2005 年	2006 年	2007 年
发展中经济体	3.9	5.0	5.4	6.7	7.1	7.3	3.1	9.1	14.2	21.9	19.3	15.2
发达经济体	3.2	2.5	1.9	2.3	2.8	2.5	7.2	5.9	9.5	9.2	12.5	13.7
转型期经济体	1.2	4.8	6.1	6.5	7.2	8.2	3.7	6.8	19.6	27.4	25.1	18.7
最不发达国家	2.2	4.0	6.3	7.9	7.4	7.6	2.2	7.3	18.1	36	35.2	21.2
主要石油输出国	0.5	3.0	5.2	6.6	6.1	6.2	6.8	4.8	16.9	40.3	20.8	9.6
主要工业制成品输出国	5.5	6.0	5.9	6.8	7.6	7.9	11.5	10.7	14.1	18.2	19	16.5
新型工业化国家	7.2	5.5	4.4	4.8	5.4	5.7	11.5	9.5	9.7	13.1	14.7	11.4
总计	3.2	2.8	2.8	3.4	4.0	3.8	6	6.8	11.3	14.1	15.4	14.4

资料来源: 联合国贸发会议, Handbook of Statistics 2008。

①② 联合国贸发会议, Handbook of Statistics 2008。

表 1—2 2000—2007 年世界货物贸易和服务贸易的增长情况 (%)

类别	年增长率			
	2000—2007 年	2005 年	2006 年	2007 年
货物贸易	12	14	16	15
服务贸易	12	12	12	18

资料来源：WTO 秘书处。

应该指出的是，国际贸易不仅在发达国家，如美国、日本、德国、欧洲共同体等增长很快，在一些发展中国家，如中国、巴西、墨西哥、新加坡、印度尼西亚、韩国等也同样如此。1980 年中国货物出口额为 181 亿美元，1990 年达到 621 亿美元，2000 年为 2 492 亿美元。^① 图 1—1 显示，2007 年我国货物出口额为 12 186 亿美元，2008 年更是跃升为 14 285 亿美元，达到历史最高峰。此外，据世界贸易组织 (WTO) 统计，2007 年中国在全球商品贸易出口额排名中超越美国，占全球商品贸易出口额的 8.8%，位列世界第二；而进口总额排名世界第三，占世界商品贸易进口额的 6.7%。2008 年，我国外贸排名世界第三，其中出口排名第二，占世界 8.9%，进口排名第三，占世界 6.9%。中国已经成为一个贸易大国。

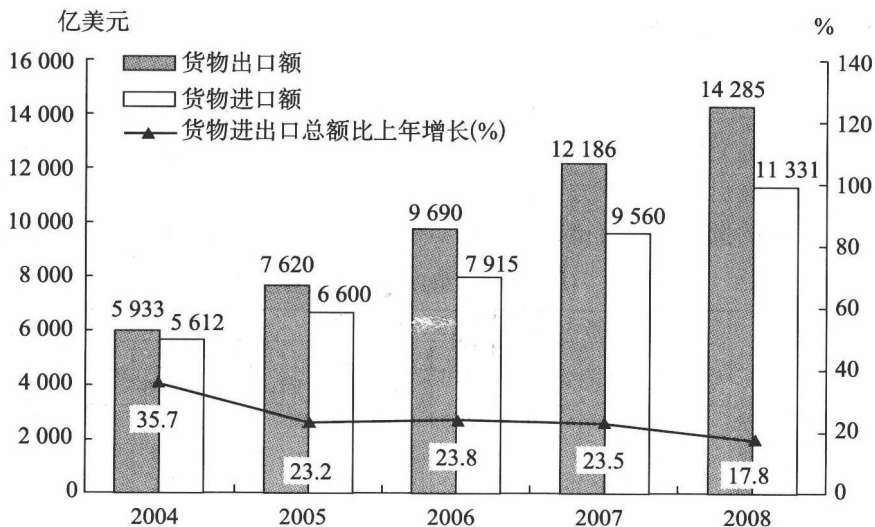


图 1—1 2004—2008 年货物进出口总额及其增长速度

资料来源：中华人民共和国国家统计局：《中华人民共和国 2008 年国民经济和社会发展统计公报》，2009-02-26。

① 联合国贸发会议，Handbook of Statistics 2008。

在国际贸易增长的同时,国际投资的增长也十分令人瞩目。根据联合国贸发会议的资料(如表1—3所示),1982—2003年间,对外直接投资的流入和流出增长很快。但是在21世纪的最初几年,对外直接投资进入低谷。从2004年开始,全球对外直接投资的流量回升,恢复上扬的趋势。2007年对外直接投资流出量达到19 970亿美元。但是,2008年源于美国的金融危机再次对全球对外直接投资形成强烈的冲击。据《联合国贸发会议投资简报》(2009年第1号)分析,2008年全球对外直接投资仍比2007年增长4%左右。金融危机对于对外直接投资的负面影响主要在2008年第4季度逐渐显现,而在2009年则更加充分地暴露出来,包括美国通用汽车公司在内的很多世界100强跨国公司纷纷陷入危机的泥潭之中不能自拔。对于未来对外直接投资的走势,联合国贸发会议提出V形、U形和L形三种可能(见图1—2),具体究竟是哪种趋势,取决于各国政府应对全球金融危机的政策和世界经济的复苏情况。20世纪80年代是世界直接投资发展的一个新时期,从资本流出量和流入量来看,美、英、法、德、日五强在发达国家乃至世界的直接投资中占主导地位,从而构成了对外投资的三极(triad)。^①在整个80年代,这五强吸收了世界直接投资流入量的57%~60%;在流出量中约占了70%。在此期间,美国的地位有了很大的变化,即从最大的资本流出国变为最大的资本流入国。“9·11”事件以后,流入美国的直接投资减少,美国作为最大流入国的地位发生动摇,但是,2004年美国吸收外资1 210亿美元,重新坐上第一把交椅,又成为吸引外资最多的国家。^②图1—3显示,2006—2007年,美国在吸引外国投资方面高居榜首。20世纪90年代以来,以美国、欧盟、日本为三极的世界对外直接投资的基本格局仍然没有改变(如图1—4所示)。

表 1—3

1982—2007 年对外直接投资

项目	按目前价格计算值 (10 亿美元)					年增长率 (%)						
	1982 年	1990 年	2003 年	2006 年	2007 年	1986— 1990 年	1991— 1995 年	1996— 2000 年	2004 年	2005 年	2006 年	2007 年
对外直接投资流入量	59	209	560	1 411	1 833	22.9	21.5	39.9	27.9	33.6	47.2	29.9
对外直接投资流出量	28	242	612	1 323	1 997	25.6	16.6	35.1	63.5	-4.3	50.2	50.9
对外直接投资内流存量	796	1 950	8 245	12 470	15 211	14.7	9.3	16.9	17.3	6.2	22.5	22
对外直接投资外流存量	590	1 758	8 197	12 756	15 602	18.1	10.7	17.1	16.4	3.9	20.4	22.3

资料来源:联合国贸发会议:《2008年世界投资报告——跨国公司与基础设施的挑战》。

① Kenishi Ohmae, “The Triad World View”, *Journal of Business Strategy*, Spring 1987, pp. 91-95.

② “World FDI flows grew an estimated 6% in 2004, ending downturn”, *Unctad/Press/PR/2005/002* 11/01/05.

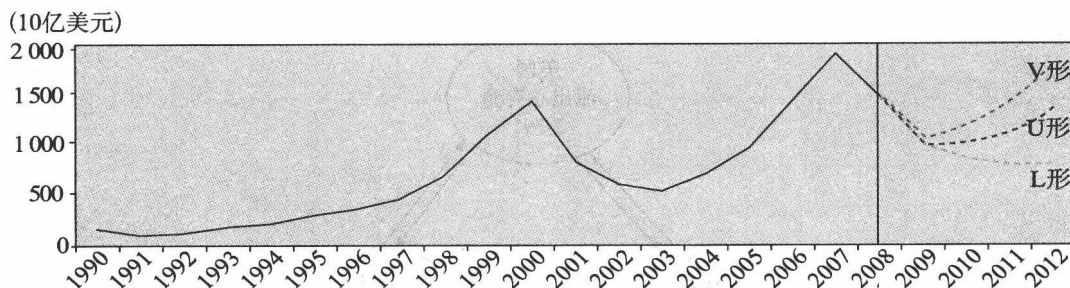


图 1—2 1990—2008 全球 FDI 流动与 2009—2012 年的三种趋势

资料来源：联合国贸发会议，基于 FDI/TNC 数据库（www.unctad.org/fdi-statistics）以及联合国贸发会议自己的估计。

注：V 形、U 形和 L 形三种趋势只是为了说明的目的，而不是基于任何统计方法。

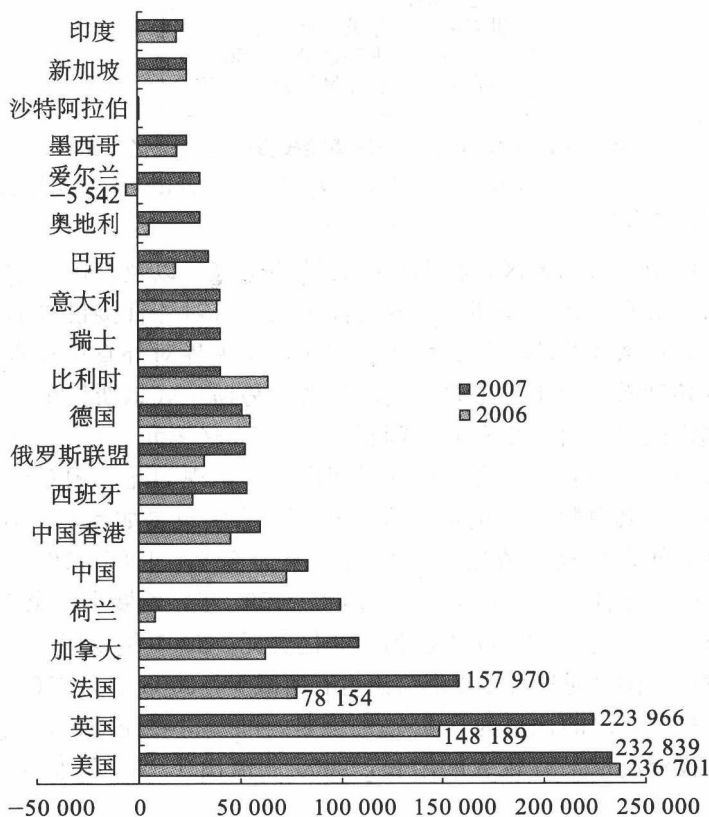


图 1—3 2006—2007 年世界 20 个吸收外国直接投资最多的经济体（百万美元）

资料来源：联合国贸发会议：《2008 年世界投资报告——跨国公司与基础设施的挑战》，附件表 B.1 和外国直接投资/跨国公司数据库（www.unctad.org/fdistatistics）。