



中青年经济学家文库
ZHONGQINGNIAN JINGJIXUEJIA WENKU

合法性视角下制度距离对中国跨国公司 国际市场进入模式的影响研究

陈怀超 / 著

HEFAXING SHIJIAOXIA ZHIDU JULI DUI ZHONGGUO KUAGUO GONGSI
GUOJI SHICHANG JINRU MOSHI DE YINGXIANG YANJIU



经济科学出版社
Economic Science Press

中青年经济学家文库

本书得到了教育部高等学校博士学科点专项科研基金项目（20131402120016）、山西省回国留学人员科研资助项目（2013 - 039）、太原理工大学引进人才科研启动项目（tyut-rc201265a）、太原理工大学 2013 年校青年基金项目（2013W001）的资助

合法性视角下制度距离对 中国跨国公司国际市场 进入模式的影响研究

陈怀超 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

合法性视角下制度距离对中国跨国公司国际市场进入模式的影响研究 / 陈怀超著. — 北京: 经济科学出版社, 2013. 12

(中青年经济学家文库)

ISBN 978 - 7 - 5141 - 3942 - 6

I. ①合… II. ①陈… III. ①跨国公司 - 国际市场 - 跨国经营 - 研究 - 中国 IV. ①F279. 247

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 257687 号

责任编辑: 段 钢

责任校对: 杨 海

责任印制: 邱 天

合法性视角下制度距离对中国跨国公司国际市场进入模式的影响研究

陈怀超 著

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

总编辑部电话: 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: //jjkxcbs. tmall. com](http://jjkxcbs.tmall.com)

北京万友印刷有限公司印装

710 × 1000 16 开 19. 25 印张 320000 字

2013 年 12 月第 1 版 2013 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 3942 - 6 定价: 52. 00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换。电话: 010 - 88191502)

(版权所有 翻印必究)

前 言

作为世界经济活动中最活跃的参与者，跨国公司在进入东道国市场时，面临着与国内迥然有别的管制、规范和认知制度环境。母国与东道国之间制度环境的差异往往使得跨国公司处于外来者劣势，即相对于仅在国内运营的企业而言，跨国公司在东道国市场上运营时将面临更大的风险，承担更高的成本。更重要的是，由于所开展的组织惯例往往难以获得东道国制度环境中利益相关者的认可和接受，跨国公司在东道国市场上获取合法性存在较大的困难，这进而影响到其在东道国市场上的生存与发展。而且，跨国公司一旦选择了进入模式后，就相应地确定了分支机构的组织结构和制度安排，这些组织结构和制度安排在其后续运营中往往难以更改，将会对跨国公司在东道国市场上的战略和绩效产生持续而深远的影响。鉴于进入模式的重要性及其影响的深远性，在国家之间复杂的环境差异下，如何选择合适的进入模式就成为跨国公司国际化进程中首先要解决的问题。

针对国家之间制度环境差异所造成的跨国公司处于外来者劣势这一现实问题，现有研究也指出，跨国公司可以选择合适的进入模式以进行规避。然而，纵观体现国家之间制度环境差异的制度距离影响跨国公司国际市场进入模式的研究可知，现有研究未能从实证角度全面地考察制度距离的三个维度（管制距离、规范距离和认知距离）对跨国公司国际市场进入模式的影响；忽视了国际经验等变量在制度距离影响跨国公司国际市场进入模式中的调节作用；而且，进入模式研究中也存在着制度距离悖论现象。需要强调的是，对于

国际化程度较低和经验相对较少的中国跨国公司而言，制度距离所造成的外来者劣势将更加突出，而现有文献缺乏以中国跨国公司为研究对象的分析，制度距离下中国跨国公司如何选择合适的进入模式亟须科学、合理的理论指导。

鉴于此，为回应制度距离下跨国公司如何选择国际市场进入模式的重要现实问题，并弥补该领域研究的不足，本书将研究主题界定为：依据新兴经济体制度转型以及转型过程中制度与网络关系互动的特点，在构建的由制度基础观、资源基础观和网络基础观所形成的整合分析框架基础上，以跨国公司在东道国的组织场域为分析单位，采用权变的观点，从合法性视角出发，分析了管制距离、规范距离和认知距离对中国跨国公司国际市场进入模式两阶段（并购/绿地、合资/独资）选择的影响，并进一步验证了国际经验、环境适应能力和企业社会资本对管制距离、规范距离和认知距离影响跨国公司国际市场进入模式两阶段选择的调节作用，从而明晰制度距离的不同维度对中国跨国公司国际市场进入模式选择的影响。

围绕着所确定的研究主题，本书主要开展了以下几项工作：（1）系统地梳理了制度理论的研究视角及其合法性基础，全面地厘清了制度距离和进入模式领域的相关研究。（2）汲取权变理论和组织场域理论的思想，并结合所提出的适用于研究新兴经济体企业国际化的战略三角模型，构建了合法性视角的制度距离影响跨国公司国际市场进入模式两阶段选择的概念模型，并就制度距离下跨国公司如何选择国际市场进入模式以规避难以获取合法性的劣势，以及国际经验、环境适应能力和企业社会资本的调节作用提出了相应的假设。（3）为了获取高质量的数据，设计了规范的调研流程，在确定调研对象、受访者以及样本的基础上，依据专家的建议，对所涉及的变量进行了测量，就所开发的测量量表进行了预调研和修正，采用正式问卷进行了历时四个月的调研，最终获得了 178 份有效样本。（4）分析了有效样本的基本特征，并就所涉及的变量测量量表进行了描述性统计分析，采用 AMOS17.0 和 SPSS16.0 软件检验了测

量表表的信度和效度，在此基础上采用 Logistic 回归分析就所提出的假设进行了检验。

在研究结果的基础上，本书得出了四点研究结论：（1）国家之间制度环境差异显著地影响了中国跨国公司国际市场进入模式的选择，即相对于绿地模式而言，规范距离或认知距离越远，跨国公司更偏好于选择并购模式进入东道国市场；相对于独资模式而言，管制距离、规范距离或认知距离越远，跨国公司更偏好于选择合资模式进入东道国市场。（2）国际经验、环境适应能力和企业社会资本不同程度地调节了管制距离、规范距离和认知距离对中国跨国公司国际市场进入模式的影响，表明存在距离“桥接”变量调节了制度距离对跨国公司国际市场进入模式以及其他国际化战略的影响。（3）进一步来看，鉴于制度距离三个维度对中国跨国公司国际市场进入模式的影响存在差异，制度距离与调节变量的交互作用对进入模式的影响也存在差异，因此，需要全面地考察管制距离、规范距离，尤其是认知距离在国际市场进入模式以及其他国际化领域的研究。（4）权变的观点有利于解决跨国公司国际市场进入模式中的制度距离悖论，这对于解决国际市场进入模式中的其他悖论也有可借鉴之处。

这些研究结论对于中国跨国公司的管理者有着重要的启示，体现在：一方面，管理者在选择国际市场进入模式时，应关注国家之间制度环境的差异，不仅要了解母国的管制、规范和认知制度环境，更要了解东道国的管制、规范和认知环境。另一方面，管理者要注重企业国际经验的积累、环境适应能力的提高，并注重在东道国建立广泛而牢固的网络关系，这有利于降低制度距离所造成的外来者劣势。此外，鉴于本书所涉及的四种国际市场进入模式均是股权模式，为了在东道国获取合法性，跨国公司往往需要放弃一部分股权，而此时，管理者可以采用非股权的因素提高控制力，诸如获取所进入市场利益相关者的信任，提高谈判能力，签订和执行有利于自身发展的合同和契约等。

概括来说,本书的理论贡献涉及四个方面:(1)鉴于新兴经济体制度转型以及转型过程中制度与网络关系互动的特点,构建了适用于研究新兴经济体企业国际化的战略三角模型,即由制度基础观、资源基础观和网络基础观所构成的整合分析框架。(2)就制度距离的研究进行了系统地梳理,厘清了制度距离的界定和构成维度,强调了合法性是制度距离所造成的主要外来者劣势,并开发了管制距离、规范距离和认知距离测量量表,以全面地考察制度距离三个维度对跨国公司国际市场进入模式的影响。(3)从国际市场进入模式的理论基础、内涵、特性、分类及其影响因素等方面系统地梳理了该领域的研究,并指出进入模式不仅具有控制、资源承诺程度等内部特性,也具有与外界环境中的利益相关者交互的外部特性。(4)纳入认知距离,并结合制度距离“桥接”变量,采用权变的观点,完善了制度距离影响跨国公司国际市场进入模式的研究,尤其是以中国跨国公司为研究对象,为国际学术界提供了来自于中国的证据,丰富了该领域的研究。

陈怀超

2013年9月

目 录

第一章 引言	1
第一节 研究背景	1
一、问题的提出	1
二、现实背景	3
三、理论背景	9
第二节 研究主题与研究意义	13
一、研究主题	13
二、理论意义	14
三、现实意义	16
第三节 研究内容与技术路线	18
一、研究内容	18
二、框架结构	20
三、技术路线	21
第四节 研究方法与创新点	22
一、研究方法	22
二、创新点	23
第五节 相关概念界定	25
第二章 文献综述	28
第一节 制度理论的研究视角及其合法性基础	28
一、经济学视角和组织社会学视角的制度理论	28
二、制度理论的合法性基础	35

第二节 制度距离研究综述	45
一、制度距离的界定	45
二、制度距离的构成维度	47
三、制度距离的研究脉络	50
第三节 国际市场进入模式研究综述	67
一、国际市场进入模式的理论梳理	67
二、国际市场进入模式的定义及特性	80
三、国际市场进入模式的分类及影响因素	87
第四节 文献评析及本书的定位	97
一、文献评析	97
二、本书的定位	101
 第三章 概念模型与研究假设	 103
第一节 理论基础	103
一、权变理论	104
二、组织场域理论	108
第二节 概念模型的构建	114
一、制度距离下跨国公司所面临的两种外来者劣势	114
二、跨国公司国际市场进入模式的一阶段论和两阶段论	117
三、研究新兴经济体企业国际化的战略三角模型	120
四、制度距离影响跨国公司国际市场进入模式的概念模型	130
第三节 研究假设的提出	134
一、制度距离对跨国公司国际市场进入模式的直接影响	134
二、国际经验对制度距离影响跨国公司国际市场进入模式的调节作用	140
三、环境适应能力对制度距离影响跨国公司国际市场进入模式的调节作用	143
四、企业社会资本对制度距离影响跨国公司国际市场进入模式的调节作用	145
五、制度距离影响跨国公司国际市场进入模式的假设模型	147

第四章 研究设计	150
第一节 调研流程设计及样本选择	150
一、调研流程设计	150
二、调研对象的确定与受访者选择	152
三、样本选择	153
第二节 变量测量及量表修正	156
一、变量测量及量表修正的思路	156
二、变量测量	157
三、受访者访谈	171
四、预调研及量表修正	172
第三节 正式调研及问卷回收	180
一、问卷的内容设计	180
二、调研方式的选择	181
三、调研实施和问卷回收	181
第四节 数据分析方法	183
一、信度和效度检验	183
二、探索性因子分析和验证性因子分析	185
三、调节效应检验	187
四、Logistic 回归分析	188
第五章 假设检验	189
第一节 样本基本特征及描述性统计分析	189
一、样本基本特征	190
二、描述性统计分析	194
第二节 测量模型检验	197
一、制度距离测量模型的检验及分析	197
二、国际经验和环境适应能力测量模型的检验及分析	200
三、企业社会资本测量模型的检验及分析	202
第三节 制度距离影响分支机构建立方式的检验	204
一、制度距离影响分支机构建立方式的主效应检验	205
二、国际经验对制度距离影响分支机构建立方式的调节效应检验	206

三、环境适应能力对制度距离影响分支机构建立方式的调节效应检验	208
四、企业社会资本对制度距离影响分支机构建立方式的调节效应检验	210
第四节 制度距离影响分支机构所有权结构的检验	211
一、制度距离影响分支机构所有权结构的主效应检验	212
二、国际经验对制度距离影响分支机构所有权结构的调节效应检验	213
三、环境适应能力对制度距离影响分支机构所有权结构的调节效应检验	215
四、企业社会资本对制度距离影响分支机构所有权结构的调节效应检验	216
 第六章 结论	219
第一节 讨论与结论	219
一、检验结果的讨论	219
二、基本结论	226
第二节 理论贡献与管理启示	229
一、理论贡献	229
二、管理启示	234
第三节 不足及进一步研究的方向	238
 附录	241
英文人名对照表	247
参考文献	256
后记	295

第一章

引 言

本章作为开篇，呈现出全书的整体概况，主要包括以下内容：首先，由现实引出本书的选题，并分析了现实背景和理论背景；其次，界定了本书的主题——制度距离对中国跨国公司国际市场进入模式的影响研究，以求弥补现有研究的不足，并回应亟须解决的重要现实问题，由此得出了本书的理论意义和现实意义；再次，指出了所研究的主要内容、框架结构和技术路线；最后，阐述了研究方法以及创新点，并对相关概念进行了界定。

第一节

研究背景

一、问题的提出

当前，随着全球化的深入发展，国家之间的经济联系日益紧密。有数据显示，2010年全球直接投资流出存量和流量分别为20.41万亿美元和1.32万亿美元，相比于2009年分别增加了6.31%和13.05%^①。在这场全球化浪潮中，中国对外直接投资也呈现出加速态势。2010年，中国对外投资存量和流量分别为3172.1亿美元和688.1亿美元，较之2009年分别增长了29.08%和21.72%；2010年，参与对外投资的中国企业数目由2009年的1.2万余家增加到2010年的

^① 联合国贸发会议（UNCTAD）网站，<http://unctad.org/en/Pages/Home.aspx>。

1.3 万余家^①，这些数据说明中国跨国公司也加快了布局全球市场的步伐。

然而，中国跨国公司在进入东道国市场时，首先面对的就是迥然有别的东道国制度环境，国家之间制度环境差异往往给中国跨国公司带来严重的挑战，导致中国跨国公司处于外来者劣势（Liability of Foreignness, LOF）。在制度环境差异下，跨国公司不仅难以跨国界的转移组织惯例；更重要的是，难以在东道国市场上获得政府部门、监管机构以及供应商等利益相关者的认可和接受，即难以获取合法性，使得中国跨国公司在进入后存在水土不服的现象。

对已经国际化的中国企业进行扫描可知，一些企业在国际市场上确实遭遇了失败。诸如，2004年4月，TCL与阿尔卡特签订“股份认购协议”建立了合资企业^②——T&A（TCL—阿尔卡特移动电话有限公司）。由于双方各自的企业文化、价值理念以及认知范式存在着较大的差异，T&A正式运营后一直饱受战略目标、管理方式、销售策略以及员工薪酬冲突的困扰，双方所期望的市场互补，生产与研发的协同效应并未实现。最后，阿尔卡特于2005年5月正式退出所建立的合资企业。解体后，TCL承担了大约4亿元港币的亏损。又譬如，从联想全资收购IBM的PC业务^③来看。2005年5月，联想全资收购美国IBM的PC业务成立新联想。通过全资拥有IBM的PC业务，一度使得联想成为世界上第三大PC运营商，并借此迅速打开了国际市场进入壁垒，大大加快了联想集团的国际化进程。然而，在全资拥有IBM的PC业务后，其在国外市场上一直处于亏损状态，常常需要拿国内市场的盈利弥补国外市场的亏空。2008~2009年联想财务报表显示，企业全年净亏损2.26亿美元，并被挤出了全球市场的前三名。2009年2月，在央视经济半小时专访中，联想董事长认为，除了金融危机和业务结构问题外，全资拥有IBM的PC业务所留下的不良后遗症是联想亏损的根源所在。

究其原因，进入模式选择的不当，往往成为这些中国跨国公司失败的伏笔。正如学者（Aulakh and Kotabe, 1997; Brouthers and Hennart, 2007; Anderson and Coughlan, 1987; Root, 1994; Gatignon and Anderson, 1988）所指出的，进入模式的选择对于进入后其他战略的制定及其绩效有着深远的影响。因此，在国家之间制度环境冲突下，如何选择合适的进入模式，就成为中国跨

① 国家商务部，国家统计局，国家外汇管理局：《中国对外直接投资统计公报》（2009~2010年）。

② 根据TCL官方网站相关资料整理，<http://www.tcl.com/>。

③ 根据联想集团公布的财务报表和其他相关资料整理。

国公司国际化进程中首先要解决的问题,这往往决定了中国跨国公司在东道国市场上的成败。

现实的召唤亟须理论上对这一问题做出回答,然而,纵观体现国家之间制度环境差异的制度距离的研究可知,现有研究缺乏对中国跨国公司国际市场进入模式的研究;进入模式研究中存在着制度距离悖论现象,即在制度距离下选择哪一种进入模式现有研究并未达成一致的意见。而且,现有研究大多是从制度距离的管制和规范维度考察制度距离对跨国公司国际市场进入模式的影响;而对于制度距离的认知维度而言,或仅从理论视角,或采用文化距离作为替代变量探究了其对进入模式的影响。考虑到制度距离的三个维度(管制距离、规范距离和认知距离)在默会性和正式化方面的差异,这必将制约制度距离视角的进入模式研究及其对现实的全面回应。此外,有学者(Hill et al., 1990; Ekeledo and Sivakumar, 1998)指出,能匹配进入者的优劣势、当地市场环境以及企业战略的进入模式是最优的。然而,现有研究也未能很好地解答企业所具有的资源、能力和网络关系如何与制度距离、进入模式之间的匹配问题,即是否存在距离的“桥接”变量降低了制度距离所造成的外来者劣势,使得跨国公司在进入东道国市场时能更灵活地选择进入模式。

综上可知,有必要从管制、规范和认知维度全面考察制度距离对中国跨国公司国际市场进入模式选择的影响,以及国际经验、环境适应能力和企业社会资本对制度距离影响国际市场进入模式的调节作用,为不同层面(国家和行业)、不同维度(管制、规范和认知)复杂制度环境差异下的中国跨国公司选择正确的进入模式提供借鉴。

二、现实背景

(一) 全球化背景下,中国对外投资呈现加速态势

当前,随着信息技术和交通工具的飞速发展,随着区域性和全球化性国际组织的出现,随着各国消费者的需求和偏好的日益相似,经济全球化、金融全球化、贸易全球化以及投资全球化等相关词语频现于报端,全球化逐渐成为热点话题。全球化降低了地理距离、文化距离以及制度距离对经济活动的影响,使得各国之间的联系日益加强,相互依存度日益提高,使得各国之间的协调机

制得到日益强化。在此背景下,国家之间的投资活动也日益频繁,这可以用一组数据进行佐证。2003 年全球直接投资流出存量为 9.89 万亿美元,而 2010 年为 20.41 万亿美元;2003 年全球直接投资流出流量为 0.57 万亿美元,而 2010 年为 1.32 万亿美元,分别增加了 106.37% 和 131.58%^①。

在这场全球化大潮中,任何国家都无法回避,唯一的办法就是如何适应这种全球化的趋势,积极参与全球化。当然,中国也不例外,这可以从两个层面来考察。首先,从中国对外投资存量与全球或主要国家/地区的对比来看。近年来,中国对外投资存量占全球直接投资流出存量的比重由 2003 年的 0.34% 增长到 2010 年的 1.55%,并且呈现逐年上升的趋势,如图 1.1 所示。而以 2010 年数据来看,相对于美国的 48 433 亿美元,甚至瑞典的 3 361 亿美元,中国对外投资存量相对较少,2010 年年底为 3 172 亿美元,位居全球第 17 位^②,如图 1.2 所示。可见预见,随着全球化的深入发展,中国对外投资存量在全球的占比仍会呈扩大趋势,中国对外投资的存量也会继续增加。

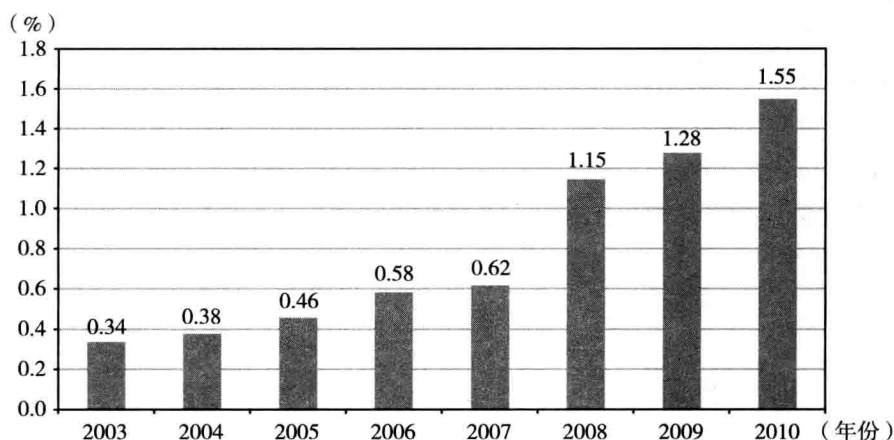


图 1.1 中国对外投资存量占全球直接投资流出存量的比重

注:2002~2005 年数据为中国非金融类对外直接投资数据,2006~2010 年数据为全行业对外直接投资数据。

资料来源:中国数据来自于《2010 年度中国对外直接投资统计公报》,全球数据来自于 UNCTAD 网站。

① 联合国贸发会议 (UNCTAD) 网站, <http://www.unctad.org/en/Pages/Home.aspx>。

② 国家商务部,国家统计局,国家外汇管理局.《2010 年度中国对外直接投资统计公报》。

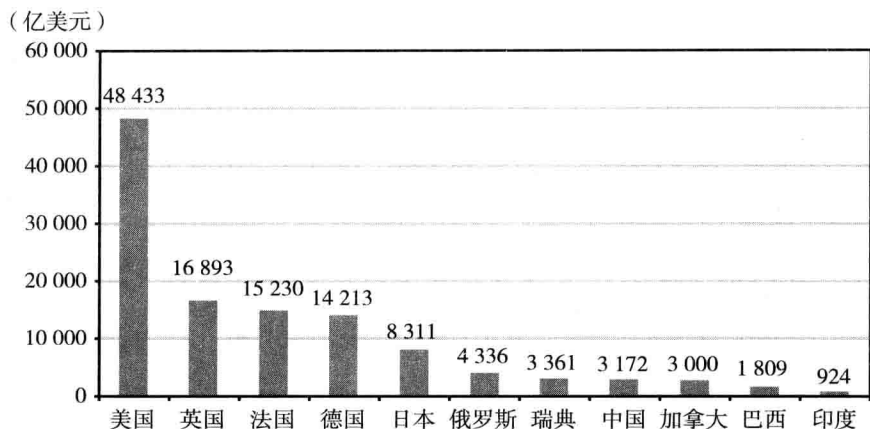


图 1.2 2010 年中国与全球主要国家/地区直接投资流出存量对比

资料来源：《2010 年度中国对外直接投资统计公报》。

其次，从历年中国对外投资的存量和流量的视角来看，如图 1.3 所示。2010 年中国对外投资存量为 3 172.1 亿美元，较之 2009 年增长了 29.08%，较

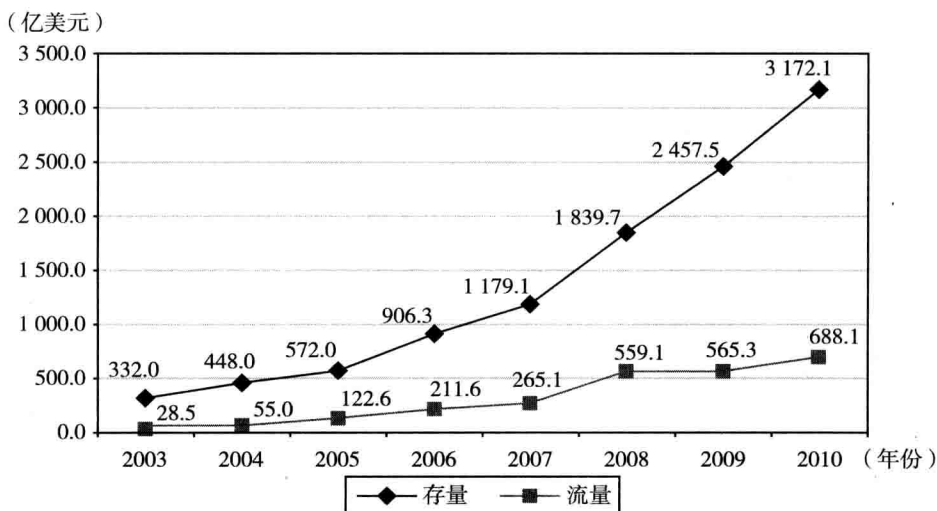


图 1.3 2003 ~ 2010 年中国对外直接投资存量和流量数据

注：2003 ~ 2005 年数据为中国非金融类对外直接投资数据，2006 ~ 2010 年数据为全行业对外直接投资数据；且对中国香港和澳门的投资也计算在内。

资料来源：《2010 年度中国对外直接投资统计公报》。

之 2003 年增长了 855.45%。尽管受到金融危机的影响,相对于 2008 年,2009 年中国对外投资流量增速较慢,由 2008 年的 559.1 亿美元增加到 2009 年的 565.3 亿美元,但 2010 年达到 688.1 亿美元,较之 2009 年增长了 21.72%,较之 2003 年增长了 2 314.38%。这些数据进一步表明,随着中国参与国际化、全球化程度的加深,中国对外投资明显呈现出加速的态势。

(二) 政策指导下,中国跨国公司加快了“走出去”步伐

跨国公司是当今世界经济中除国家以外最活跃的国际化行为主体,是当今世界经济活动的主要参与者和组织者。作为生产和资本国际化的产物,跨国公司的迅速发展不仅使其在世界经济中的地位和作用不断加强,反过来也进一步促进了生产和资本的国际化,推动了国际分工的深化和经济全球化在生产、投资、贸易、金融和技术开发等方面的发展,推动了经济全球化的进程和世界经济的发展。

鉴于此,中国政府部门纷纷出台了一系列的政策、措施、纲要鼓励和推动中国跨国公司的国际化。诸如,为加快实施“走出去”战略,加强境外投资信息服务,及时了解中国企业境外投资动态,做好引导和协调工作,商务部于 2003 年开始筹建“企业境外投资意向信息库”。2009 年开始发布《对外投资合作国别指南》,涉及全球大部分国家/地区,该指南详细介绍了这些国家/地区的投资合作环境,对企业开展的对外投资合作应注意的问题给予了提示。2011 年发布了《对外投资国别产业指引》,该指引主要介绍了有关国家/地区的优先引资领域、主要产业发展目标、重点发展区域以及产业等。此外,商务部还建立了多/双边经贸机制和投资促进工作机制,商签了 130 个双边投资促进保护协定和 91 个避免双重征税协定,等等。

国家出台的这些政策和措施为中国企业“走出去”营造了良好的国内环境,也有助于这些企业了解东道国的环境,这促使了中国企业国际化进程的加快,如表 1.1 所示。2006 年参与国际化的企业数目略大于 5 000 家,而到了 2010 年参与国际化的企业数目达到了 13 000 余家;在东道国/地区建立的企业数目由 2006 年的不足 10 000 家,增加到 2010 年的 16 000 余家;由于中国企业在国际化进程中一直注重提高全球网络服务能力和近距离服务能力,所进入的国家/地区数目近几年变化不大;这些在东道国/地区的企业所实现的销售收入由 2006 年的 2 746 亿美元增加到 2010 年的 7 104 亿美元,增长率达到