

普
华
经
管

正略钧策
ADFAITH

蝴蝶的翅膀

张
虹
◎
著

我国西部经济欠发达地区
中小型企业国际化探析



 人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

蝴蝶的翅膀

——我国西部经济欠发达地区中小型企业国际化探析

张虹 著

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

蝴蝶的翅膀：我国西部经济欠发达地区中小型企业国际化探析 / 张虹著. —北京：人民邮电出版社，2008. 7
ISBN 978-7-115-18574-7

I. 蝴… II. 张… III. 中小企业—企业经济—经济发展—研究—贵州省 IV. F279. 243

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 114290 号

内 容 提 要

本书以加快区域经济结构的调整和优化为背景，针对在西部经济欠发达地区占有重要地位的大量的中小型企业，指出其如果希望直接通过“引进来”参与国际竞争，理论上看来难以做到，实践的结果也是不成功的。书中通过对与我国西部经济发展内外部因素相近的国际、国内各种案例以及对西部实际情况的分析，提出并证明了实施企业国际化战略对我国西部经济欠发达地区来说效果比较明显，为该区域经济跨越式发展在理论上提供了一个崭新的视角。

本书适合从事国际经济研究和企业经营活动的有关人员，以及大中专院校的国际经贸专业、世界经济和区域经济专业的师生阅读。

蝴蝶的翅膀

——我国西部经济欠发达地区中小型企业国际化探析

◆ 著 张 虹

责任编辑 王莹舟

执行编辑 王飞龙

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京铭成印刷有限公司印刷

◆ 开本：700×1000 1/16

印张：15

2008 年 7 月第 1 版

字数：300 千字

2008 年 7 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-18574-7/F

定 价：32.00 元

读者服务热线：(010) 67129879 印装质量热线：(010) 67129223

反盗版热线：(010) 67171154

目 录

第 1 章 绪论	1
1.1 世界中小型企业国际化发展综述	1
1.1.1 企业国际化概述	1
1.1.2 国外与国内中小型企业概述	5
1.2 我国西部经济欠发达地区中小企业的发展及国际化 经营可能性概述	9
1.2.1 我国西部经济欠发达地区中小企业发展的 历史	9
1.2.2 21 世纪我国西部经济欠发达地区中小企业的 发展趋势	12
1.2.3 我国西部经济欠发达地区中小企业国际化的 可能性概述	13
1.3 本书的研究要点与创新点	23
1.3.1 研究要点	23
1.3.2 创新点	26
第 2 章 企业国际化经营的基础概念评述	29
2.1 国内外对全球化、经济一体化的定义	29
2.1.1 经济全球化和经济一体化	29
2.1.2 经济全球化与经济一体化之间的关系	31
2.1.3 中小企业国际化	33
2.2 中小企业的定义	35
2.2.1 中小企业概念的相对性	36
2.2.2 中小企业的一般界定	38
2.2.3 发展中国家对中小企业定义的特殊性	41





2.2.4 我国政府关于中小企业的界定	45
2.2.5 西部经济欠发达地区的划分	49
2.3 发展中国家企业国际化理论研究	50
2.3.1 对外直接投资发展阶段理论	50
2.3.2 小规模技术理论	55
2.3.3 资源基础论	56
2.3.4 雁行形态理论	57
第3章 世界经济的形成、发展与企业的国际化经营	59
3.1 世界经济的形成与发展	59
3.2 世界经济与企业国际化的特点	61
3.3 国际化经营中生产要素的流动趋势	63
3.3.1 劳动力的国际流动趋势分析	63
3.3.2 资本的国际流动趋势分析	64
3.3.3 技术的国际流动趋势分析	64
3.4 企业国际化与国际竞争、国际垄断的关系	65
3.5 世界经济一体化大趋势下企业国际化的发展	67
3.5.1 企业的国际“联姻”	67
3.5.2 企业国际化和世界经济活动的整体联系	69
3.5.3 中小型企业在今日世界经济中的重要地位	69
3.6 世界经济一体化加速了我国西部经济欠发达地区中小型 企业国际化的进程	73
3.6.1 世界经济一体化对中国企业国际化的影响	73
3.6.2 中小型企业国际化是我国西部经济欠发达地区 实现跨越式发展的重要举措	78
第4章 东亚地区中小型企业国际化进程的分析	81
4.1 东亚地区“四小龙”经济发展的背景及历程	81
4.1.1 韩国经济发展的背景及历程	81
4.1.2 中国台湾地区经济发展的背景及历程	83
4.1.3 新加坡经济发展的背景及历程	84
4.1.4 中国香港地区经济发展的背景及历程	85
4.2 东亚地区“四小龙”经济起飞的概况	87

4.2.1 韩国经济起飞的概况	87
4.2.2 中国台湾地区经济起飞的概况	89
4.2.3 新加坡经济起飞的概况	90
4.2.4 中国香港地区经济起飞的概况	91
4.3 东亚地区企业国际化的崛起	92
4.4 东亚地区“四小龙”经济成功的原因分析	94
4.4.1 出口导向战略的合理性分析	94
4.4.2 政府主导干预的作用	100
4.4.3 新制度主义者的观点	102
4.5 东亚国际化企业对外直接投资的动因	104
4.5.1 寻求更加有利的低成本生产区位以提高产品的 出口竞争能力	106
4.5.2 获取关键技术资源以增强企业的竞争能力	108
4.5.3 发展中国家企业国际化的实证分析	109
4.6 东亚企业的国际化经营对东亚经济发展的影响	117
4.6.1 中国台湾地区企业的国际化经营对东亚经济发展 的影响	118
4.6.2 中国香港地区企业的国际化经营对东亚经济发展 的影响	120
4.6.3 新加坡企业的国际化经营对东亚经济发展的影响	121
4.6.4 韩国企业的国际化经营对东亚经济发展的影响	123
4.7 东亚经济成功的关键原因对我国西部经济欠发达地区中小 型企业国际化的启示	124
4.7.1 东亚经济成功的关键原因分析	124
4.7.2 东亚经济成功对我国西部经济欠发达地区中小 企业国际化的启示	128
第5章 我国中小型企业开展国际化经营背景分析	135
5.1 我国中小型企业发展概述	135
5.1.1 我国中小型企业的主体结构	137
5.1.2 我国中小型企业的特点	145
5.1.3 我国中小型企业发展的周期	146
5.1.4 我国中小型企业目前存在的主要问题	148





5.2 我国中小企业国际化发展的趋势	150
5.2.1 我国中小企业国际化概述	150
5.2.2 我国中小企业国际化的原因分析	154
5.2.3 我国中小企业国际化的必然性与现状	155
5.2.4 我国中小企业国际化的特征	157
5.3 我国中小企业国际化发展特征的理论新观点	159

第6章 我国西部经济欠发达地区中小企业国际化进程分析

163

6.1 我国西部自然资源的基本情况	163
6.1.1 我国西部自然资源优势分析	163
6.1.2 我国西部自然生态恶化的挑战	165
6.2 我国西部经济欠发达地区产业变“引进来”为“走出去” 深层原因分析	166
6.2.1 西部可持续发展指标分析	166
6.2.2 绿色产业的兴起与发展	167
6.2.3 环保产业的发展分析	169
6.3 我国西部经济欠发达地区投资环境概述	171
6.3.1 投资环境分析	171
6.3.2 西部经济欠发达地区投资因素的分类方法	171
6.3.3 投资环境评估方法的介绍	172
6.4 我国西部经济欠发达地区投资环境评价	175
6.4.1 我国西部经济欠发达地区区位优势	175
6.4.2 我国西部经济欠发达地区投资环境劣势	182
6.4.3 我国西部经济欠发达地区产业发展的国际比较	187
6.5 我国西部经济欠发达地区中小企业国际化现状及发展 趋势	201
6.6 我国西部经济欠发达地区中小企业国际化优势分析	204
6.6.1 我国中西部经济发展差距的深层原因分析	204
6.6.2 我国西部经济欠发达地区中小企业国际化的 潜力分析	205
6.6.3 我国西部经济欠发达地区中小企业国际化的 可行性分析	209
6.7 推动西部经济欠发达地区中小企业实施“走出去”	



战略的对策思考	214
6.7.1 对政府的建议	214
6.7.2 对企业的建议	216
参考文献	223
后记	227

第1章

绪论

1.1 世界中小型企业国际化发展综述

1.1.1 企业国际化概述

企业国际化是指在产品 and 生产要素流动性逐渐加大的过程中参与国际分工和国际竞争的过程。由于世界商品和劳务的国际贸易增长速度高于世界生产发展速度，国际投资与经营活动日益广泛，企业国际化成为一种重要的发展趋势，并对企业家们和政府主管部门提出了严峻的挑战。^① 传统理论认为，国际化只是大型企业和跨国公司的世袭领地，中小型企业国际化中的地位是微不足道的，而且“可能会受到当地销售进口物品的不利影响”。^② 然而，世界各国中小型企业参与国际分工和国际竞争的实践说明，中小企业在国际贸易和世界市场中的地位并不是无足轻重的，而且其重要性随着商品、货币、技术、劳务及管理技术的国际流动性的扩大而与日俱增。现在，公司的经理们再也不会对国际化的前景等闲视之了。世界各地都受到外国商品、外国技师、外国经理、外国技术、外国劳动力、外国所有人、外国资金的越来越严峻的挑战，这是世界发展及世界团结的本质。现在，要取消国际化市场，把世界永久划分成若干个贸易集团，都将会由于价格的提高、经济发展的缓慢及政治争端的增多而付出高昂的代价。从广义上说，国际化是一个双向过程，它包括外向国际化（Outward）和内向国际化（Inward）两个方面。外向国际化的形式主要指直接或间接出口、技术转让、国外各种合同安排、国外合资合营、海外子公司和分公司；内向国际化活动主要包括进口、购买技术专利、三来一补、国内合资合营、成为外国公司的子公司或分公司。

① （美）罗宾逊：企业国际导论。北京：对外贸易出版社，1990年。

② （美）罗宾逊：企业国际导论。北京：对外贸易出版社，1990年。





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。

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，也有人提出了三阶段论和五阶段论，其中以美国的罗宾逊（Joan Robinson）在其著作《企业国际化导论》中提出的六阶段论形成较早，也较具有代表性。这六个阶段按其发展过程分别表述如下：

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，随着其决策权限的扩大，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的最大化。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)。

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开展部分产品的出口业务,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做出的选择。

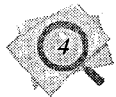
(3) 海外营销。海外营销或国外营销通常是由母公司直接控制的，其销售的产品或提供的服务可以有多种不同的来源，诸如国内的工厂、其他公司的技术授权或各分包商等。然而它必须在国外设立一个销售办事处，该销售办事处并没有任何制造设施，仅是一个销售组织，通过其销售点或一系列销售网点来推销其产品。

(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；有时一家企业也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。例如，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。

总之，企业国际化是指企业积极参与国际分工，由国内企业发展为跨国公司的过程。在世界经济全球化、一体化向纵深发展的今天，任何企业的生存与发展都不可避免地要参与国际竞争。综观世界著名跨国公司，都经历过从小到大、由国内市场向国际市场发展的过程。一般而言，当企业经营活动与国际经济发生某种联系时，企业国际化进程就开始了。这种联系既可以是生产要素方面的（如资金、技术、人力资本等）；也可以是商品和服务的中间产品和最终产品的交换；还应该包括各种海外生产经营活动。

企业国际化与国际化的企业或跨国公司是两个相互联系，但有明显区别的概念。前者是指企业走向世界的发展过程，而跨国公司则是企业国际化的结果。由此我们可以这样说，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，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。



1.1.2 国外与国内中小型企业概述

1. 世界中小型企业国际化

19世纪60年代,企业国际化经营在经济比较发达的美国和欧洲国家就已经出现。经历了一个多世纪的漫长岁月,由小到大、由少到多,获得了举世瞩目的发展。第二次世界大战以后,整个世界政治、经济、文化环境发生了很大的变化。由于各国生产力水平不断提高,技术更新速度不断加快,运输通信条件不断改善,文化法律制度不断完善,企业进行国际化经营的脚步越来越快,力度不断加强,范围不断扩大,有力地推动了世界经济的增长。

在当今世界经济发展中,企业进行国际化经营已经成为一支不可忽视的重要力量。据联合国贸发会议提供的报告显示,全世界现有6万多家企业从事国际化经营,有50多万家海外分支机构,控制了全世界工业生产总值的40%~50%,国际贸易的50%~60%,国际技术贸易的60%~70%,国际技术转让的80%,科技研究与开发的90%,国际投资的90%,人们形象地称之为“工业产权”,即企业国际化过程中所凝集的强大的经济力量以及由此衍生的巨大权力。从某种意义上说,这正是对企业国际化在世界经济舞台上扮演的角色的一种肯定,并且这些国际化的企业将继续扮演着经济社会的重要角色,推动着世界经济一体化和全球化走向未来。

在经济发达的国家,企业以跨国公司的形式进行国际化经营。跨国公司有时也称为多国公司或多国籍公司,是指大公司或企业集团在许多国家、地区设立分支机构或子公司而形成的一种国际企业。它们中少数由两个或更多国家的大型企业合并组成,多数由一国的大型企业建立起来,一般以总公司所在国为基地。其在海外设立的机构,有的是由总公司独资经营的分公司,有的是与其他大型企业共同投资或与所在国的私人或政府合营的子公司,在经营管理上受总公司的直接支配或控股。跨国公司的宗旨是占据国外市场,利用海外资源,获取高额利润,通过直接投资,在世界范围内从事生产、销售和研究开发等活动。为此,跨国公司充分利用现代化交通运输和电讯设备的先进成果,形成了一套高度集中的组织系统和灵活机动的管理体制。它的生产经营方式,是以全世界市场为对象,对社会再生产的各个环节实行国际化的合理安排。在生产方面,它根据国外各地原料、劳动力和市场情况,将各子公司的生产实行专业化分工,组织跨国界的生产线;在商品销售方面,按规定的渠道在最适宜的地区进行,或者选择税率最低的地区实现最高的利润;在技术方面,利用技术垄断,保持技术优势,赚取专利费等。这些做法,使它取得了非跨国性企业所难以取得的有利条件。跨国公司是一种现代化、国际化的组织形式。





随着世界经济一体化的发展,各国的中小型企业在世界经济的大潮中摸爬滚打,并不断总结经验,完善自己。中小企业国际化是中小企业发展到一定阶段的客观需要,是中小企业走向成熟的重要标志。而世界经济的日益全球化为中小企业参与国际竞争提供了良好的条件:全球多边贸易体制的加强、关税与非关税措施的降低和消除使得中小企业进入外国市场的壁垒大大降低;科技和信息技术的发展加上中小企业固有的灵活性使得其可凭借反应速度和创新能力取得国际市场的突破;全球金融管制的放松给了中小企业更多的在国际市场融资的机会;全球媒体的宣传使得消费者的选择更多,尤其在当今社会顾客开始追求专业化、定制化的服务,产品生命周期不断缩短,消费者的品位、偏好也时时更新,这样一来就可以适应快速变化的知识经济时代的要求。在发展的全球化趋势和大企业的残酷竞争中,专注于某个细分市场,选择优势进行跨国经营,在全球范围内配置资源,把视野扩展至世界各地,这更能体现中小企业“船小好掉头”的优势。

根据经济合作与发展组织(OECD)2000年的报告,中小型企业占了全世界制成品出口的25%~35%,经合组织成员国中约有1/5的制造性小企业,其营业额的10%~40%在跨国界的活动中取得。不过,不同的经济体和行业之间存在着明显的差异。

例如,在美国的出口企业中,1998年约有2/3为雇员人数不到20人的中小型企业,中小型企业出口中的份额近些年来约为30%,其中,40%源自制造业企业,而且还有增加出口的巨大潜力。近年来,参与高科技领域的中小型企业越来越多,在高科技贸易中所占比重也越来越大。1996年,美国出口的高科技产品中,一般是直接由中小企业提供的,另一半的1/3与中小企业的协作配套有关。中小企业在美国出口中的作用还表现在为大的出口企业提供各式各样的零件和组装件上。欧洲国家的中小企业在国际市场上有一定的声誉和竞争能力。20世纪80年代初,中小企业在全部商品出口中的比重较大,该比重在荷兰、意大利和原联邦德国为30%~40%。1984年法国中小企业出口额占全国总额的20%以上,其中纺织品出口占70%以上。近年来,随着国际传统产品市场的日趋饱和,竞争日益激烈,欧洲国家开始借助中小企业生产精密产品和高档消费品以占领国际市场。同时,一些中小企业开始成为大型企业的分包商,通过大跨国公司出售专利和许可证,另一部分中小企业以独立企业的身份参与技术输出。西欧国家中小企业技术转让主要是劳动密集型技术和小规模生产技术,也有一小部分尖端技术。制造业产品是欧洲传统的出口产品,近年来流通业和服务业的国际化经营不断增强;日本中小企业在1951年到1955年出口的工业品中占到了59.4%,1977年,中小企业的出口额为227亿美元,

占出口总额的22.3%，在整个20世纪90年代，日本中小型企业在所有制造业出口中所占份额都接近50%，这与澳大利亚的情形大体相似；韩国中小型企业曾经承担了一半以上的产品出口任务，20世纪70年代后半期，随着韩国大企业的崛起，中小型企业出口贸易中的比重逐年降低，20世纪80年代中期以来，中小型企业积极参与重化工产业，发展很快，在出口贸易中的比重有较大幅度的回升，到2002年，韩国中小型企业出口中的比例已经从2000年的36.9%上升到42%；如今各国和各地区的政府都高度重视中小企业的出口，企业自身也日益注重其国际竞争力的提升，这将进一步推动中小企业在国际贸易方面的蓬勃发展。^①

2. 我国中小企业国际化

自改革开放以来，中国经济近三十年以10%左右的速度持续、快速地蓬勃发展，国内市场所产生的有效需求也快速发展。但是，相对国内生产的发展速度来讲是不足的，这在一定程度上制约了中国经济的进一步高速发展。从目前来看，中国国内市场的有效需求不足还将在一定时期内存在。为了寻求满足国内高速增长的生产需要：①中国必须对外开拓市场，转移国内相对过剩的生产能力和技术；②中国必须通过走出去，寻求稳定的原材料市场，以保证国内生产持续、快速的发展；③中国必须通过对外投资，收购国外的企业，以提高中国企业的技术、经营管理、市场营销渠道等各方面的水平。

近十多年来，中国的对外投资有了长足的发展，特别是中小企业出口在总出口额中所占比例为60%左右，其中一些大宗出口产品，如服装、手工艺品、五金工具、轻工、纺织、玩具等，主要靠中小企业提供。“十五”期间，对外直接投资（非金融类）实现跨越式增长，年均增长36%，对外承包工程年均增长24%，对外劳务合作年均增长6%，在外各类劳务人员达56万人，境外中资企业超过一万家。2005年以中小企业为主的非公有制企业（不含外资）进出口总值达2243.7亿美元，同比增长38.9%，占进出口总额的15.8%。其中，出口1489.8亿美元，增长47.3%，高于全国出口增速18.9个百分点；进口753.9亿美元，增长24.8%，高于全国进口增速7.2个百分点。统计显示，2005年全国工商注册中小企业出口创汇2263.4亿元，比上年增加514.4亿元，增长29.4%。其中，私营出口创汇企业3.1万家，比上年增加6736家，增长27.4%。私营企业出口创汇2202.4亿元，增加527.9亿元，增长31.5%。^②在出口增长的同时，中国的中小企业引进外资逐年增多，在境外开办企业也有了新发展。

① 世界银行. 2001/2002年世界发展报告.

② 中国对外经济贸易年鉴. 北京：中国社会科学出版社，1989年~2003年各版.





同时,中小型企业“走出去”的形式日趋多样化。“走出去”既包括产品输出,也包括资本输出,中小型企业“走出去”过程中主要采取了以下几种方式:

(1) 以建立营销网络的形式“走出去”。主要在境外设立贸易公司、办事处等组织。如江苏中小型企业政府管理部门在意大利、日本等国家设立办事机构,为企业“走出去”提供服务;温州康奈集团在欧美7个国家开办20多家专卖店;浙江中小企业在巴西、南非、俄罗斯等国创办特色专业市场。

(2) 以建立加工贸易项目的形式“走出去”。如万向集团在美国投资汽车零部件生产项目,钱江集团与印尼合资组建摩托车生产企业,威莱绢棉公司在乌兹别克斯坦投资设立丝加工厂等。

(3) 以建立资源开发项目的形式“走出去”。舟山一家中小房地产公司在俄罗斯启动森林开发项目。一些中小企业纷纷参与境外渔业、农业等项目。

(4) 以建立研发中心的形式“走出去”。如华为公司在印度建立新研发中心、在墨西哥建立生产中心,以此为平台在全球推出产品。新科集团在美国硅谷、香港等地建立了研发中心。

(5) 以购并企业的方式“走出去”。如上海海欣集团收购了美国家用织物制造公司的纺织品工厂和商标专利,依托其在加拿大和美国的制造基地,使海欣公司的绒毛织物年产量增加了近1/3。广东美的集团收购日本三洋电器公司的微波炉业务,并将相关业务和设备转移到该公司的中国生产基地。

从地区分布看,中小型企业逐步从亚太地区走向多元化市场格局。一方面,亚洲以其优越的区位优势和投资环境,吸引了我国大部分中小企业的投资。另一方面,中小型企业规模普遍较小、技术优势不显著,多数企业都选择投资亚洲等发展中国家并逐步走向世界其他国家和地区。据统计,“十一五”期间,对外直接投资、承包工种、劳务合作等对外经济合作业务遍布全世界200多个国家和地区,基本形成“以亚洲为主,发展非洲,拓展欧美、拉美和南太”的多元化市场格局。

从行业领域看,中小型企业正由传统行业逐步走向高附加值和宽领域。我国中小型企业大多投资偏重于轻工、纺织等初级加工制造行业,随着国际分工带来的专业化生产和生产外包,许多企业逐步从工业制造、建筑、资源开发等行业拓展到交通运输、电子通信等高附加值行业,进而投资到医疗卫生、咨询服务和旅游餐饮等领域。如浙江省2004年中小纺织企业出口交货值达889.76亿元,占规模以上中小型企业出口交货值的20.6%;通信设备、计算机及其他电子设备制造业等高附加值中小企业的出口交货值达283.83亿元。

从产业结构来看,以中小型企业集聚为特征的产业集群日渐成为“走出去”的重要载体。实践证明,全球生产要素和资源越来越集中在各类特色产业集聚区,以中小型企业集聚为特征的产业集群已经成为提升国际竞争力、实施“走出去”战略的重要载体。众多中小型企业在空间上不断集聚,形成了产业配套网络、研究与开发网络、市场交易网络、区域网络和全球网络等,通过与国外不同市场主体之间的资源传递和技术扩散,最终实现两种资源的有效利用和优化组合。浙江现有产业集群519个,集群外向度日趋提高,相继在越南、俄罗斯等国开办专业市场,产品占到国际市场的1/3以上。江苏叠石桥家纺集群已呈现出“生产规模化、协作配套化、分工社会化、产品品牌化、营销国际化”的鲜明特色,2005年产值和销售均超百亿,产品畅销美国、俄罗斯、韩国、东欧等20多个国家和地区,市场成交额达135亿;500多位经营者在20多个国家和地区创办了300多家境外企业。

1.2 我国西部经济欠发达地区中小企业的发展及国际化经营可能性概述

1.2.1 我国西部经济欠发达地区中小企业发展的历史

西部经济欠发达地区中小企业经历了新中国成立前后两种不同社会制度的发展时期,以及传统体制时期与改革开放新时期这样两个不同的体制阶段。

1. 改革开放以前

新中国成立以前,虽然能够反映西部地区工业化水平的所有产业和企业几乎都是中小企业,但中小企业的发展水平却很低。在西部地区一些偏远的省区,中小企业的发展水平就更加低了。例如,1949年贵州全省的工业企业仅为235家。抗战时期,西部地区的工业虽然一度得到了迅速发展,但仍没有从总体上改变西部地区中小企业的落后状况。西部地区中小企业的发展水平在1949年以前低下,说明工业化在西部地区还没有起步。

在新中国成立以后的计划经济体制时期,在国家工业化历程中,西部经济欠发达地区中小企业有了较大发展。在计划经济的背景下,这些中小企业的成长呈现出如下的特征:

(1) 依靠旧体制的权威,跨越地域空间对西部地区的中小企业进行“植入”式建设。这主要表现在20世纪60年代中期到70年代中期的“三线”建设时期。在“三线”建设时期,西部的大部分省区都包括在“三线”建设的范围内,接收了一大批从沿海迁往内地的企业。这些企业中有相当

