

导 论

在经济全球化的趋势下，大公司的经济力量越来越大，其影响社会经济生活的力度和广度也在不断增强。在很大程度上可以说，21 世纪的国家竞争力就是大公司的竞争力。为此，世界各国都积极采取措施发展自己的大公司，并促进其向跨国公司发展。

发展大企业的理论基础

根据产业组织理论的新模式，规模成为影响产业组织的一个重要维度。发展大企业的理论基础主要有：规模经济、范围经济和市场规模的变化等。

规模经济及其三个主要来源^①

规模经济是指随着生产能力和经营规模的扩大，单位产品成本呈现下降的趋势，即长期平均费用下降的趋势。规模经济最初是指生产单一产品的单一经营单位生产规模的扩大，导致产品生产成本下降所带来的利益，即规模收益递增现象。这种规模经济被称为生产的技术性规模经济，又被称为工厂规模经济。对规模经济的进一步研究表明，规模经济具有不同的维度。

从规模经济发生的层次看，规模经济有三个主要来源：

(1) 技术规模经济，即工厂规模经济，是规模经济理论早期定义的类型，也是最广为人知的类型。普兰顿（Pratten, 1988）对其来源做了详细的描述。技术规模经济所带来的成本节约主要有以下方面：

杜朝晖，现代产业组织学理论与政策，高等教育出版社，2005，第 25~27 页。

- 生产单位内部的进一步分工和专业化水平提高，是提高产品质量和产量，降低成本的基本途径。
- 固定成本的分摊。随着生产规模的扩大和产量的增加，平均分摊到每一个产品上的固定成本逐渐下降。
- 较长的制造周期。
- 学习效应。由于生产某一产品和服务所获得生产经验的积累，使平均成本会随着时间而下降。这是一种动态的规模经济。

生产的技术规模经济发挥作用的前提条件是规模市场的存在，若生产能力超过市场可吸收的产量，生产能力得不到有效利用，则工厂的单位成本反而高于按照市场需求测定的较小工厂的单位成本。

(2) 企业规模经济。除了技术规模经济外，还有来自企业活动层次的规模经济，主要涉及：管理活动、广告和销售活动、研究与开发活动、分配活动、筹资活动、风险分担和革新的可能性等。这种规模经济有时又被称为动态规模经济，它带来的成本节约和收益的增加主要有以下方面：

- 大规模购买原材料所形成的节约。
- 大量销售所带来的成本节约，节省广告费等宣传费用。
- 大规模管理带来的成本节约。企业规模的扩大可以使企业管理人员和工程技术人员在更大范围内得到充分利用，并提高其专业化水平，特别是在管理资源有剩余或存在比较先进的管理方式的情况下尤为明显。
- 大规模的研究与开发活动所带来的成本下降和效率提高。一方面，研究与开发活动中存在的规模经济主要来源于研究与开发成本的分摊，规模较大的企业，其单位产品的研究与开发费用相对较低，这种优势在技术竞争占主要地位的行业（如半导体行业）尤其明显。另一方面，就研发投入转化为有用产出的效率而言，规模较大的企业比较小的竞争者拥有更多的用于研发、创新的资源，如资金、人才和先进设备等，这使他们在创新方面占有一定优势，能够在较短的时间内开发出较多的成果。同时，垄断力量使企业具有更高的革新收益，提供更大的刺激，从而导致更高的革新率。熊彼特（Schumpeter, 1990）指出：技术进步可能与规模经济密切地联系在一起，可能存在重要和普遍的革

新，这种革新需要较长的开发周期，只有大企业才能集中必要的资金、设备、人才和持续的努力。

此外，企业规模的扩大还可以使企业经营具有更大的灵活性，企业更容易筹集到所需要的资金，更能利用学习效应，从而在竞争中处于更有利的地位。

(3) 外部规模经济，是指企业外部的规模经济，它包括产业层次的规模经济和产业外部的规模经济。外部经济通常被视为企业的区位因素。

传统的外部规模经济主要是指产业层次的规模经济，涉及产业产出对企业平均成本的影响。克鲁格曼（Krugman，1991）认为，产业规模经济有三个来源：一是一个具有特定产业技能的工人集中的市场；二是能够支持不可交易的专业化生产的地方化产业；三是使集中的企业比孤立的企业具有更好的生产功能的信息溢出。

此外，产业规模经济还可能来自一个较大的产业所支持的大规模的基础设施和基础结构。进一步的分工也是产业层次规模经济的一个重要原因，如果规模经济依赖于国内产业的规模，它就是国内的；如果规模经济依赖于世界范围的产业规模，它就是国际的。

外部规模经济也可能是产业外部的，它们可能是国内的（对产业来说是外部的，但对母国来说是内部的），也可能是国际的。这样的规模经济来自于跨产业的外部性，尤其是它们可能来自于产业的相互依赖，如买方和原材料及中间产品的供应商之间的相互依赖。这种规模经济还可能来自跨产业的技术溢出，大学、科研机构研究的溢出以及相关产业的存在等。

范围经济及其来源^①

1. 范围经济的含义

范围经济是指两种或两种以上的产品结合在一起进行生产或销售所带来的成本节约，即企业从事多样化生产和销售所带来的成本节约。

多样化生产带来的成本节约主要来源于利用很多相同的原料和半成品，并用同样的中间工序来生产多种产品，从而降低单位产品的生产成本。

多样化销售带来的成本节约主要来源于利用同样的销售人员、销售设施和流通渠道及销售技能出售多种产品，从而降低单位产品的销售成本。

杜朝晖，现代产业组织学理论与政策，高等教育出版社，2005，第27~28页。

2. 范围经济的来源

从范围经济发生的层次看，范围经济来源于以下方面：

- 工厂范围经济，指同一工厂内部生产多种产品所产生的成本节约，即多产品经济。
- 企业范围经济，主要是进行专业化分工，从事多样化管理、销售以及研究与开发等活动，以及生产单位的有效布局所带来的成本节约。
- 产业和部门范围经济，是指在多个行业或部门进行生产和销售活动所带来的成本节约。产业和部门范围经济主要来源于企业进行多部门生产和销售所带来的学习效应，同一销售网络销售多部门产品所带来的固定成本的分摊，以及管理、研究与开发等活动所带来的协同效应，还有不同行业之间的信息溢出和技术溢出。
- 地理范围经济，是指企业在多个国家和地区进行生产和销售活动所带来的成本节约。这种节约主要来源于企业进行全球采购和全球生产所带来的产品质量的提高和成本的节约，企业进行全球分工所带来成本的节约，以及企业的全球销售和学习效应。

市场规模的变化及其对产业组织的重要影响

随着经济全球化和全球市场的逐渐形成，企业所能利用的市场规模发生了重大变化，从一系列分散的国内市场逐渐演变为一体化的全球市场。企业在全球市场上的地位和竞争力，在很大程度上取决于企业利用市场规模的能力和所占有的市场份额的大小。随着市场规模的扩大，不仅企业所能利用的规模经济和范围经济在逐渐增加，同时，企业之间的竞争也更激烈，所有这些都对产业组织产生了深远的影响，使产业组织形式和结构都发生了相当大的变化^①。

首先，随着市场规模的扩大，不仅某些部门生产上的技术规模经济在增加，而且更重要的是非生产性的规模经济，即企业规模经济，特别是管理、研究与开发、广告与销售等方面活动的规模经济迅速增长，导致在世界范围内为争夺市场份额掀起一轮新的企业兼并浪潮，这就是 20 世纪 90 年代的跨国并购浪潮。同时，企业对规模经济（特别是企业规模经济）的利用，促使

技术上要求更大的企业规模，这将导致更高的市场集中度，特别是随着作为内生沉没成本的研究与开发支出的增加，即使产业规模不断扩大，也会导致相对集中的市场结构。

其次，随着经济全球化和市场规模的扩大，范围经济也具有日益增长的重要性。企业不仅能够利用在不同功能的部门、不同的相关产业经营所获得的多样化生产和销售的范围经济，更重要的是企业能够利用在不同国家进行生产和销售所获得的地理范围经济取得全球竞争优势。企业在多个国家从事经营活动，使其能够按照每一个国家的比较优势完成零部件的制造和不同国家的装配活动，从而使成本最小化并保证较高的质量。而且范围的扩大会增加企业的知识基础，并获得学习效应。企业对范围经济的追求促进了企业的跨国并购活动，并促使企业与其他国家的企业结成国际战略联盟，以充分利用全球资源为企业服务。

最后，随着经济全球化和市场规模的扩大，企业之间的竞争也更加激烈，日益突破国家的保护和壁垒，成为全球化的竞争。这一方面会促进企业的全球扩张和跨国并购，导致更大的企业规模和更高的市场集中度，淘汰无效率的小企业；另一方面，会进一步促进国际分工和专业化，而专业化企业的出现又会降低企业的平均规模和市场集中度。

总之，在经济全球化和全球市场逐渐形成的过程中，市场规模已成为产业组织的一个重要维度，它引出市场结构、市场行为和市场绩效的重大变动，从这四个方面及其相互作用的角度来研究产业组织的状况及发展规律就具有客观的必然性。

跨国经营符合大企业的发展需要

最早的关于在国际投资和国际贸易之间进行选择的理论是曼德尔模式。他的基本观点是：如果两国生产函数相同，按照俄林的要素禀赋比率定理，可以得出国际投资与自由贸易是完全替代的关系的结论。曼德尔将资本的流动视为两国资源禀赋量发生变动时，通过市场机制对资源进行再分配的结果^①。

陈莉，一体化对战后国际贸易理论发展的影响，福建论坛（经济社会版），2002年第6期。

赫尔希从成本的角度建立了企业对出口贸易和对外投资的决策模型，该模型以比较简洁的方式说明了企业在何种条件下选择出口，在何种条件下选择对外投资。即当企业国内生产成本与出口销售成本之和小于国外生产成本与额外协调成本之和，并且小于国外生产成本与技术丧失成本之和（类似许可证形式）时，企业将选择出口贸易的方式参与国际经营；当国外生产成本与额外协调成本之和小于国内生产成本与出口销售成本之和，并且小于国外生产成本与技术丧失成本之和时，企业将选择对外投资的方式参与国际经营。

该模型具有较强的综合作用，实际上是对“赫克歇尔-俄林模型”的重大拓展，由于加上了国家之间的区位因素，因而可对各种投资理论进行很好的解释。

赫尔希的选择模型提出后，许多经济学家对此进行了补充、修改和发展，其中以英国学者邓宁的国际生产折中理论最有影响。针对以往对外直接投资理论存在的某些局限性，邓宁将垄断优势、内部化优势和区位优势相结合，形成国际生产折中理论，力图对对外直接投资给予完整的解释。邓宁主张在研究跨国公司时要引进区位理论，并与俄林的要素禀赋、海默的垄断优势论、巴克莱和卡森的内部化理论结合起来，创立折中的方法和体系。因此，折中理论的核心是强调跨国公司从事国际生产要同时受到所有权优势、内部化优势和区位优势的影响，对外直接投资是三者整合的结果，邓宁称之为“三优势”模式。

所有权优势是指一国企业拥有或能够获得一种当地竞争者所没有的比较优势，主要包括技术优势、企业规模、组织管理能力、金融和货币优势等，这些比较优势能够补偿国外生产所引起的附加成本和政治风险。邓宁同时指出：企业只有所有权优势是不够的，还必须具有将这些优势内部化的能力。因为，外部市场是不完善的，企业所有的各种优势有完全丧失的危险。企业只有通过内部化，在一个共同所有的企业内部实行供给与需求的交换关系，由企业自己控制的程序来配置资源，才能使企业所拥有的垄断优势发挥最大的效用，才能保持垄断优势。区位优势是属于东道国所有的有利条件和资源禀赋，如果公司希望它能与自己独有的能力结合起来，就需要在该地点直接投资建立生产设施。区位优势解释了跨国公司的投资流向问题。邓宁认为，跨国公司拥有“三优势”的根本原因，是由于不流动的国家资源在各国间的

非均衡分布和国际市场存在“缺陷”。他进一步指出：对外直接投资必须具备所有权、内部化、区位优势三种优势，而出口只需要拥有前两种优势，不一定需要拥有区位优势。但如果只有所有权优势，既没有能力使之内部化，也不能利用国外区位优势，则只有采用技术转移的办法。

邓宁的国际生产折中理论对各种理论的综合使其对外直接投资理论产生了新的特色，具有较强的解释能力。邓宁全面阐述了投资国及其企业的竞争优势，涵盖了对外直接投资、货物贸易和无形资产转让在内的各项跨国生产经营活动，既可以解释发达国家对外直接投资行为，也可以解释发展中国家的对外直接投资行为^①。

大公司对经济社会发展的影响

从整个世界的发展趋势来看，大公司的经济力量越来越强，社会财富越来越向大公司集中，这些大公司对社会经济生活的影响，无论是力度还是广度都在不断增强。在很大程度上可以说，21世纪的国家竞争力就是大公司的竞争力。

全球公司经济力量的影响力

在市场经济条件下，公司是生产资料和劳动力（含经营者）得以聚集、结合的最佳、最大场所，是对全社会经济资源予以配置的最为重要的市场主体。一些跨国公司的经济力量甚至强于某些小国家，尤其是全球公司200强，真可谓是“富可敌国”。

关于现代公司经济力量的强大，1996年美国华盛顿政策研究所（Institute for Policy Studies）的两位研究员曾做过比较，结果发现^②：

（1）在世界经济体100强中，竟然有51个是公司，国家只占49个。其中，日本的Mitsubishi公司强于世界第四人口大国印度尼西亚，美国的通用

陈莉，一体化对战后国际贸易理论发展的影响，福建论坛（经济社会版），2002年第6期。

刘俊海，强化公司社会责任的法理思考与立法建议，<http://www.jcrb.com/zyw/n3/ca127406.htm>。

公司强于丹麦，即使排名在第 12 位的美国沃尔玛特公司也强于包括以色列、波兰和希腊在内的 160 个国家。

(2) 全球公司 200 强的销售总额占全世界经济活动中的 1/4 强。

(3) 全球公司 200 强的销售总额高于世界上 182 个国家的 GDP 之和 (除掉中国、美国、日本、德国、法国、意大利、英国、巴西和加拿大 9 个国家以外)

(4) 全球公司 200 强往往集中于少数国家。例如，在全球公司 200 强中，美国公司有 59 家，日本公司有 58 家。全球公司 200 强中 186 家的总公司设在美国、日本、德国、法国、英国、荷兰和瑞士七国。韩国和巴西是跃入全球公司 200 强中仅有的发展中国家。

(5) 全球公司 200 强的销售总额半数以上集中在贸易、汽车、银行、零售和电子五大行业，而且公司经济实力在这些行业中的集中程度很高。就电子行业而言，最大的五家公司垄断了全球销售总额的多半。

(6) 近年来 1/3 的世界贸易是在同一公司内部的不同分支机构中进行的，在某些国家比例还要高些。在日本， 2/5 的出口总额是在公司内部进行的。

从以上 6 个方面不难看出世界级公司的经济力量。具体到某一国家的一些大公司，虽然它们在全球公司 200 强中没有一席之地，但其在本国内部的社会经济生活中的影响力也是举足轻重，只不过不像全球公司 200 强那样称雄于全世界而已。

大公司经济力量对市场的影响

公司的经济力量越来越大，它们决定着市场上提供的最为重要的商品和服务的种类、数量和质量，左右着重要产品市场、资本市场和服务市场的行情变化，作为主要的雇主掌握着成千上万劳动者的就业，作为主要的纳税人被视为政府财政税收的重要来源，千万个公司的经济力量汇集在一起直接影响到当地整个经济发展态势的好坏 (如政府财政收入、居民收入、就业率)。在一定程度上可以说，公司尤其是大公司对其经营所在地的经济发展状况有着重大影响。因此，不难理解一些发展中国家对招商引资保持极大热情的原因，它们纷纷通过土地和税收优惠政策、简化行政手续、提供良好的基础设施等手段吸引公司到当地投资办厂。一旦大公司选择在该地投资，即可带动

当地的就业、加速当地的农村城市化步伐、推动第三产业的成长。这些积极效果反过来又会进一步推进当地经济的腾飞。

大公司经济力量对政治生活的影响

如同任何一个利益集团，公司对于涉及自己切身利益的立法和政府经济政策的调整特别关注。而且，由于公司手里握有经济实力，公司做出的反应往往也更有力度和效果。用英国学者马西（Marsh）和洛克西雷（Locksley）的话说，公司“与其他利益不同，因为它通过两种方式发挥自己的权力和影响：一是直接透过利益集团；二是透过董事会和经营者对生产、投资及用工决策上的重权，从结构上塑造政府决策赖以存在的经济和政治环境”。以英国公司在其本国政治生活中的影响力为例，该国的垄断与合并委员会曾多次提出政策建议，政府每次都与有关公司交涉，以求取得共识，之后出台的政策虽容易被企业界接受，但与委员会当初的政策建议相比则出入很大。实际上，西方国家中公司影响立法者和政府的目标是多元化的，从放松政府对自己的控制，到争取政府补贴、削减自己的税收负担、游说立法者制定有利于公司盈利的各项法律等，不一而足。为了达到公司和个人的目的，西方的不少公司在国际政治舞台上也扮演着主要角色。

大公司经济力量对科学技术、教育、文化等领域的影响

公司的社会影响力还广泛而深入地渗透到科学技术、教育、文化、艺术等非经济领域。公司的生产经营实践呼唤着科技进步及其向生产力的转化。公司本身往往设有专门的技术开发部门。公司决定具体开发哪一种技术，是否、何时把它应用到本公司的生产中去，对于科技进步的影响是显而易见的。现在高起点、有潜力的信息技术公司都不惜重金聘请人才，成立一个稳定的、年轻化的、开发信息技术的科研集体。他们开发的新技术一般能处于全社会的顶尖水平。即便是独立于公司之外的大学和科研机构，为了争取科研经费并使科研成果最大限度地市场化，也往往主动与公司合作联合办学，搞科研生产一体化，公司可以决定科研单位的研究项目选择和新技术能否转化成商品和生产力。各国文艺界，积极地寻求公司赞助的现象更是数不胜数。在西方国家，公司还利用自己控制的电影、电视、广播和新闻出版媒体，传播有

利于公司赚钱的文化价值观念。无怪乎英国产业联合会在 1973 年就发出这样的感慨：“我们的生活风格在很大程度上取决于商界的活动与风格，而商界的风格在很大程度上取决于公司的活动与风格”。

跨国公司在国际竞争中的主导作用

在当代国际社会，跨国公司已是非常重要的行为体。与非跨国公司相比，跨国公司牵涉的利害关系人范围更广，对社会的影响力度更大。经营场所多国化、分散化与跨国公司组织统一化、一体化之间的冲突更是直接影响到利害关系人的切身利益。众多跨国公司理论学派曾从不同角度对跨国公司的作用进行过论述，例如 Stephen H.Hymer 的垄断优势理论、Harry G.Johnson 的核心资产理论、Alan M.Rugman 的风险分散理论、Frederick F.Knickerbocker 的寡占反应理论、Raymond Vernon 的产品生命周期理论、Kiyoshi Kojima 的边际产业扩张理论、Robert Z.Aliber 的通货区域理论、John H.Dunning 的国际生产折中理论等。他们多数是从经济或国际政治学视角来谈论跨国公司的作用。然而，要从深层意义上了解跨国公司在国际竞争中的作用和影响，就不能忽视文化因素。跨国公司竞争优势的确立，很重要的力量源泉就是文化。

1. 跨国公司在综合国力竞争中具有重要地位

从 20 世纪 60~70 年代开始，跨国公司迅速发展，成为国际政治经济舞台上一支不可忽视的力量。冷战期间，跨国公司以其雄厚的实力而被视为美、苏两霸之后的“第三大国”。自 20 世纪 90 年代中期起，跨国公司进入了全新的全球化经营时代。今天的跨国公司已经在很大程度上影响着人类社会的生产和交换模式，改变了财富的来源和分配结构，同时也改变了权力的构成和运行过程，甚至直接影响到每个公民的日常生活方式和消费方式。据联合国贸发会议发表的《2002 年世界投资报告》的统计和分析，目前全球跨国公司已达 6.5 万家，它的子公司约有 85 万家，总资产达 24.9 万亿美元之多，总产值达 34 950 亿美元，出口额达 26 000 亿美元。它们的销售额约达 19 万亿美元，是 2001 年世界出口额的 2 倍以上。

根据联合国《2001 年世界投资报告》的分析，全球跨国公司的销售收入占世界国内生产总值近 50%，控制着世界商品和服务贸易额的 85% 以上，还控制着工艺研发和技术转让的 80% 左右以及世界对外直接投资的 90% 以上。

可以毫不夸张地说，跨国公司是当今世界经济发展的主导力量。美国著名学者约瑟夫·奈曾指出，就经济实力而言，跨国公司的经营范围比一些国家还要大。至少有十多家跨国公司的年销售额超过了全世界一半以上国家的GDP。跨国公司作为一种经济实体，它不仅对国家的经济发展有重要影响，而且对国家的政治权力有重大影响。跨国公司的影响和作用，不仅来自它的硬实力，而且来自它的软实力。

2. 跨国公司的软实力资源在于其公司文化

跨国公司的文化既是特定企业所形成和保持的文化传统，又是抽象形态的企业组织所具有的一般文化体系和价值标准。它既承袭其母国的文化传统，又有自身的组织文化。这种组织文化就是“一个组织中代表其成员的特性，并影响其态度和工作方法的惯常行为方式的综合体系”。

3. 跨国公司具有很强的文化渗透力

在当代国际社会，跨国公司的文化不受时空的限制，可以冲破民族的界限，影响地球的每个角落。跨国公司的文化渗透力来自产品的文化内涵，许多跨国公司在市场竞争中非常注意在产品设计中注入文化内涵，以求通过文化的影响来赢得消费者的瞩目。

跨国公司文化渗透力不仅来自产品的文化内涵和品牌效应，而且还来自公司的体制创新和科技创新。跨国公司是技术创新的主要拥有者和技术发明的领头羊。体制创新和科技创新必然产生巨大的诱导力和同化力，特别是信息技术和相关产业的大发展，对跨国公司来说更是如虎添翼，大大增强了跨国公司的硬实力和软实力，更加强化了跨国公司的影响力。

跨国公司独特的文化理念的输出产生了强大的渗透力，并成为国际竞争的一种新颖方式，这种文化理念往往通过媒体等公共机构的确认和传播领先于资本向外输出。世界上许多知名的大公司十分注意通过独特的企业文化理念在公众的心目中树立起自己的形象。如美国麦道公司的目标是“不惜一切代价为顾客服务，使我们的服务享誉世界，鼓励个人进取”。中国海尔的文化理念概括为“真诚到永远”。海尔只是经历了18年多的发展历程，海尔文化伴随着海尔从无到有、从小到大、从大到强，从中国走向世界。在海尔发展壮大过程中，海尔文化发挥了不可低估的作用。世界上那些历史久远的大

公司之所以能够成为世界经济发展的主导力量，并且对国际社会、政治产生巨大影响，跨国公司文化的渗透力发挥了不可忽视的作用。

跨国公司的经营活动也必然面对复杂多样的文化环境，既要面对东道国的文化差异性，又要面对国际文化的多样性。从某种意义上看，跨国公司的成败，其深层根源还是在于对跨文化环境的适应性和兼容性。

4. 跨国公司在国际关系中的文化作用

跨国公司在国际关系中的文化作用，首先体现在促进国家与国家、国家与国家集团之间的文化理解和融合。跨国公司的经营活动遍及人类生息繁衍的地球村，所到之处都带来了新的文化理念，并努力与本地的政治制度、经济制度和文化习俗相融合，逐渐把世界上每一个国家或地区纳入全球竞争中来，给国际合作与竞争注入了新的内涵，并在一定程度上改变了传统意义上的市场与国家之间的关系，从而提高了国际关系的信任度。各种文化的优势互补，缩小了文化的差异性，扩大了文化的趋同性，从而产生新的文化认同。这种新的文化认同就是国际合作和发展的基础。

其次，跨国公司的文化作用还表现在对国际关系制度化的积极推动，形成了一系列的国际法规，建立了一系列的组织机制，从而使跨国经营活动在规范的国际秩序中顺利开展。跨国公司凭借其强大的经济实力和雄厚的科技力量，操纵国际经济组织，制定和推行有利于自己的国际经济关系规则，不断在全球拓展市场范围，控制世界资源与战略要地，最大限度地获取经济和政治利益。美国著名学者约瑟夫·奈最近在其著作《美国霸权的困惑》一书中指出，跨国公司在创建规章和标准方面正在起着比以往任何时候都要大的作用。

信息技术革命已经成为强化跨国公司影响力的新手段，正在起到增强跨国公司权力的作用。美国是信息技术革命的先行者，在这方面拥有巨大的优势。美国政府也一直千方百计地为其跨国公司扩大海外市场创造条件。

跨国公司是世界经济全球化的主导力量，美国是经济全球化的最大受益者，因此，美国政府把全球化作为美国对外政策的基石，而美国的跨国公司则是这种政策的主要体现者和实施者。从文化视角看，在全球化的进程中，国际新秩序的形成贯穿着强势文化对弱势文化的压力，同时也存在着弱势文化对强势文化的抗争和归顺，这也体现了优势互补、求同存异的文化融合。

事实上，美国等发达国家的跨国公司进入发展中国家，不仅带来了资金，而且通过提供新产品和先进的技术，以及新的企业文化理念，提高了东道国劳动力的技术水平和创新能力，进而提高其国家竞争力。对东道国而言，总体看来其正面效应大于负面效应，因此，跨国公司的到来还是受欢迎的。近几十年来的历史表明，跨国公司的跨国经营活动不仅提高了国家之间的经济依存度，而且也增强了文化差异的融合性，从而促进国际关系向着良性互动的方向发展，这就是跨国公司文化功能对国际关系的正面效应。

总之，跨国公司是当今世界经济发展的主导力量，它在综合国力竞争中具有重要的地位，不仅对国家的经济发展有巨大影响，而且对国家的政治权力也有重大影响。跨国公司的作用不仅来自它的硬实力，而且来自它的软实力。它的软实力主要在于公司文化。它不仅促进国家与国家、国家与国家集团之间的文化理解与融合，提高国际合作的信任度，而且还会对国际关系制度化、机制化产生积极的推动作用。

主要国家发展大公司的实践

大公司是经济发展的主导力量，因而世界主要国家都积极采取措施发展大公司。

鼓励大公司进行跨国经营

大公司需要有足够大的产品市场空间作为支撑。对于世界级的大公司来说，仅有国内市场是不够的，几乎都要进行跨国经营。对于大公司而言，实现跨国经营不仅仅出于占领更多市场的考虑，还有资源整合带来的成本节约和“杂交优势”。

跨国经营是当今高度社会化、现代化和国际化经营的必然趋势，是国际产业分工与合作、国际技术和资本流动的需要，代表着现代企业的发展方向。在世界经济一体化的浪潮中，各国都为本国企业的跨国经营和国内市场的对外开放制定了相关政策。

20世纪后期，西方经济理论发生了重大变化，凯恩斯主义失宠，新自由主义兴起。二战后，特别是从20世纪60年代开始，凯恩斯主义成为各国政

府制定政策的主要依据。到 20 世纪 70 年代后期，西方国家普遍出现滞胀局面。面对这种状况，西方国家政府束手无策，理论界逐渐认为凯恩斯主义不仅不能刺激经济的发展，反而会带来巨额的财政赤字，而古典自由主义经济理论最能经得起时间的考验，他们认为市场是经济运行最根本的机制，放松管制能刺激竞争，减少国家干预，就能克服滞胀。在这种理论指导下，西方国家纷纷抛弃了对金融资本的管制，国际资本开始自由流动，企业扩大对外投资，开始跨国经营，把经济全球化推向新高潮。

全世界很多大型企业都进行着跨国经营，全球 100 家最大的跨国公司主要集中在欧盟国家以及美国和日本，其公司数量约占 87%，资产约占 88%。美国之所以雄踞世界经济强国之首，靠的就是一批辐射全球的巨型和超巨型企业。

二战后，由于美国国内生产力的无限扩大和国内市场的相对狭小，支持美国跨国公司向外扩张成为美国政府的重要国策。为此，美国政府采取了一系列政策、措施对美跨国公司进行扶持和提供保护，成为战后美国跨国公司迅速发展的重要推动力。这些政策和措施主要有：

- 大力推行“经济外交”，由政府出面与他国缔结国际协议，为其跨国公司在海外生存和发展提供良好的外部环境。如二战后抛出旨在控制西欧各国的“马歇尔计划”，20 世纪 90 年代克林顿政府也明确提出把开拓外部市场作为其政府的重要任务之一。
- 运用财政、信贷和税收等经济杠杆，保护和刺激跨国公司的对外扩张。如通过税收减免和税收抵扣、延期纳税，建立海外投资信用保障制度，为对外投资提供长期信贷等措施来保证跨国公司对外投资顺利进行。

除了美国公司之外，欧洲和日本的跨国公司也开始活跃在国际经济舞台上。20 世纪 70 年代末和 80 年代初，经合组织（OECD）国家的跨国公司主要是向发展中国家转移加工、装配工业，到了 20 世纪 80 年代后期，发达国家之间的相互投资和合作日益密切（表现为 20 世纪 80 年代后期的企业兼并浪潮，以及跨国公司之间在研究开发和市场开拓等方面的合作），发展中国家向发达国家的制成品出口在 20 世纪 80 年代之后反而在下降；除了巨型垄断企业之外，与新兴产业和服务业有关的中小型企业也开始走向跨国经营。跨国公司在全球范围内组织生产和流通，成为经济全球化的主导力量和主要载

体，成为世界经济全球化的强大推动力量。

为大公司融资提供完善有效的资本市场

美国著名学者、诺贝尔经济学奖获得者乔治施蒂格勒指出，发达国家的大型企业无一不是通过兼并联合发展起来的。这些通过兼并联合发展起来的大企业，不仅扩大了经营规模，而且实现了资源的重组和优化配置，提高了效率和竞争力。但是，这种外部扩张是通过竞争以市场行为来实现的，并非靠行政手段“拼凑”出来的，而且它们都具有立足长远、稳健的经营战略。除此之外，最为重要的是这些企业在兼并、重组后十分注重从技术、营销、管理等方面进行全面消化和创新。

综观世界 500 强企业，大规模的外部扩张是绝大多数企业进入 500 强的重要手段。这种外部扩张主要有两类：一类是以欧美跨国公司为代表的发展模式。这些跨国公司大多经历了一个循序渐进的过程而发展起来，在长期的发展过程中积累了雄厚的实力，是一种先发型企业。另一类是以 20 世纪 70 年代日本和 80 年代韩国的跨国公司为代表的发展模式。这些后发型企业选择了一条超常规发展道路，创建了综合商社型跨国公司发展新模式。这些企业为在短期内崛起成为国际级的“航空母舰”，进行了大规模的外部扩张，通过兼并、收购、联合、重组等手段迅速扩大经营规模，使企业规模呈几何级数增长。如果没有发达的资本市场，就不可能进行这些大规模的兼并重组活动。

创造适合一流企业家成长的环境

管理者的管理水平要能够跟上企业规模迅速膨胀的需要，才能确保跨国公司这艘大船的行使不偏离正常航向，不触礁解体。

企业家的成长作为一个复杂的创业过程，严格地受到社会环境、产业环境和个体环境的制约。社会环境分析表明，企业家的成长并不只凭个人意愿和努力就可以达到的，它严格受制于社会的政治经济、法律与文化环境，这三者对企业家成长的影响不是孤立的，而是相辅相成的。

能为企业家的成长提供一个长期稳定的、可以预测的社会环境才是最为重要的。如果一个社会对社会生活、经济生活的调节趋向于在宪法和法律的

范围里进行，那么企业家成长的社会环境就越趋向透明、稳定和可预测^①。

1. 稳定的政治经济环境

政治经济环境对企业家成长的影响，首先体现在国家的政治结构体系及其采取的经济体制上。发达市场经济体制国家的政府控制经济的倾向就较低，国家对资源的开放程度高，社会政治经济环境有利于企业家的成长，如欧美等国家。

政府的基本制度安排和经济扶持政策也影响着企业家的成长。 Wei Li^②专门就政府的信贷补贴对企业家创业及其成长的影响进行了定量分析，认为以利息补贴为形式的政府补贴方式对目标企业家（受益企业家）的创业有很大帮助，但是非目标企业家却得不到任何的扶持。由于政府扶持政策的目标企业家数量较少，因而总体来讲，利息补贴计划会减少企业家的创业行为，同时总产出也会大受影响。进一步的分析显示，收入补贴计划（以贫困但有能力的企业家为目标）对提高企业家创业行为和总产出效率的作用更大。

政府宏观经济政策也影响企业家的成长，如税收政策等。企业家创业最关心的几个问题都是与政府有关的：税收政策、货币不可兑换性与政府政策透明程度等。风险资本家在企业创业初期对创业能否成功的影响很大，他们不仅提供资本，而且他们所提出的商业建议有助于缓解“技术性”企业家第一次创业时商业经验和管理知识的缺乏，从而降低创业失败的风险和提高企业家一次创业的存活率。

2. 健全的法律、信用制度环境

市场经济本质上就是法治经济，企业家创业过程中的每一个环节都有赖于健全的法律体系的保障。在法律混乱的环境中，企业家行为更多地体现为非生产性行为，而不是生产性行为。那么，从某种程度上讲，健全的法律制度能促使企业家做出生产性行为，并抑制非生产性行为，从而促进企业家的成长。企业家产权作为企业家最为关心的一项制度安排，是影响企业家创业的最重要因素，因而成为许多学者研究的重点。

蔡宁等，企业家成长环境理论及其启示，外国经济与管理，2003年第10期。

Wei Li, Entrepreneurship and Government Subsidies: A General Equilibrium Analysis [J]. Journal of Economic Dynamics Control, 2002, (28): 1815~1844.

企业家的成长有赖于商业信用的发展和诚信文化的形成。一般而言，有两种信用：一是政府信用，二是商业信用。企业家是促进信用制度建立和诚信文化形成的中坚力量；反过来，信用制度的建立和诚信文化的发展也是企业家成长的土壤。

3. 促进和激励创新的文化环境

熊彼特关于企业家是从事“创造性破坏”的创新者的观点，准确地抓住了企业家概念的核心和要害，突显了企业家精神的实质和特征。硅谷的成功经验表明，企业家创业活动离不开鼓励冒险、容忍失败、崇尚竞争、平等开放、讲究合作和以人为本的良好文化环境。正是在这种文化环境下，硅谷凝聚了一大批富有企业家精神的创新人才，推动了技术创新和制度创新的优势结合，从而极大地促进了高新技术产业化，引发了新经济的诞生，增强了美国在全球的竞争力。

对于某个产业的大公司来说，则需要有适合该产业发展的环境；有了优越的产业发展环境，就像造好了大鱼生存的池塘，大公司的出现就是自然而然的事情了。



跨国公司是当代大企业发展的主要模式，是当今世界经济发展的主导力量，是一个国家经济地位和政治地位的象征。本章认为：

(1) 跨国公司对国家的经济发展和国家的政治权力有着重大影响。其作用不仅来自它的硬实力，而且来自它的软实力，即公司文化。它不仅促进国家与国家、国家与国家集团之间的文化理解与融合，提高国际合作的信任度，而且还会对国际关系制度化、机制化产生积极的推动作用。

(2) 大公司是国家竞争力的载体和体现。世界主要国家都积极发展本国的大公司，通过采取鼓励大公司进行跨国经营、为大公司融资提供完善有效的资本市场、创造适合一流企业家成长的环境等措施，来提高大公司的全球竞争力。