

1405015

浙江大学

硕士学位论文



论文题目 企业国际化优势论：现有理论与中国现实

作者姓名 宋春燕

指导教师 赵伟 教授

学科(专业) 国际贸易学

所在学院 经济学院

提交日期 2008年6月

摘 要

中国企业国际化是近年国内经济界关注的热点问题之一，企业“走出去”也是大势所趋，然而有个问题值得各方思考，这就是企业国际化所能依托的优势。传统的企业国际化理论都强调企业国际化应该依托某种优势，作为发展中国家企业，中国企业国际化到底依托何种优势？本文将对这一问题进行探讨。

研究这一问题具有双重意义。理论上，目前还没有能够解释中国企业国际化的相关理论，所以本文关于优势的探讨可能对于构建能够解释中国企业国际化的理论有一定的借鉴作用；实践上，中国企业国际化目前仍处于发展阶段，需要有相应的理论来进行指导，本文关于优势的探讨，对中国企业国际化优势的培养和发挥有一定的指导作用。

首先，本文回顾了经典的跨国公司理论，指出各个理论所依托的公司跨国经营的优势。在借鉴现行国家的经典理论，结合发展中国家生产成本低廉、技术跨越式更新等具体实际，经济学家们创新了企业国际化的发展模式理论。

其次，在第三部分对每个理论的实证基础上，包括当时国家的背景等方面进行具体分析。对理论得出的过程进行具体阐述，且给出相关的案例进一步论证第二部分中先行国家公司进行跨国经营所依托的优势。通过分析发现中国在国家、产业和企业背景方面都与先行国家存在巨大的差别，因此这些理论对于中国企业跨国经营的解释力不是特别强，我们的任务在于探索中国企业自己的特殊优势。

最后，在分析了中国企业国际化的现状和背景的基础上，提出中国企业国际化的优势。在本部分将企业国际化的优势分为国家层面和企业层面，鉴于国有企业和私营企业在国际化的背景和现实条件的区别，分别分析了国有企业和民营企业的国际化优势。然后给出三个相对有代表性的案例，从总体上指出我国企业国际化的优势，包括企业本身拥有的规模经济和核心资产竞争力，再加上东道国的区位优势。鉴于具体量化的困难，本文选取首钢作为实例，量化规模经济对企业国际化的影响，实证检验的结果基本验证了规模经济的作用。

关键词：企业国际化 依托优势 中国现实

Abstract

The internationalization of Chinese enterprise gradually becomes one of the hot issues in China economic field and these companies going abroad is also an inevitable trend. However, there is a problem which deserves consideration from all sides. That is on what advantages Chinese enterprises should depend in internationalizing. All the traditional multinational theories emphasize that multinational corporations (MNCs) should rely on some advantages. So as the companies of developing countries, what advantages on earth do Chinese MNCs depend on? I will try to probe into this problem in this paper.

There are two-layer meanings of studying this problem. Theoretically, there still aren't relative theories to explain the internationalization of Chinese MNCs, so the study in this paper may provide some references for the establishment of theories for China's internationalization; Practically, the multinationalization of Chinese companies is still in the stage of development. Only under the guidance of relative theory can they go smoothly. And this paper may provide some guidance in the nurturing and taking into play of the advantages of Chinese enterprises.

So as a latter competitor, on what does China's multinational corporations (MNCs) depend to compete with those MNCs in developed countries?

Firstly, I review the classical multinational corporation theories in this paper, pointing out the operating advantages that these theories analyzed, for example, the Monopolistic Advantage Theory emphasizes that it is necessary for corporations to operate abroad.

Secondly, I analyzed the empirical basis of the classical theories from both entrepreneurial and industrial levels in the third part. What's more, I also explain the process how these theories came out in detail, and give relative cases to prove the operating advantages put forward in the second part further. The analysis makes it clear that China has many differences with the former developed countries in the aspects of country, industrial and entrepreneurial backgrounds. Therefore, these theories are not completely applicable for China. So our task is to the specific advantages of china's MNCs.

Finally, on the basis of analyzing the current situation and background of China's

internalization, the advantages of China's MNCs are put forward in this part. I categorized the advantages into two levels---county and entrepreneurial levels. And divide the entrepreneurial-level advantages into state-owned enterprises and private-owned enterprises further. Then, I list three relatively typical companies and analyze the tips they give after the cases. Based on the previous analysis and the typical cases, I summarized the dependable advantages for China, including the enterprises' scale economics and its core asset power as well as the target countries' location advantage. In view of the difficulty in quantifying these advantages, I take The Capital Steel Co. LTD as an case to quantifying scale economy's impact over internalization and the proof are generally given through the empirical test.

Keywords: Internationalization; Dependable Advantage; China's Reality

论文原创性声明

本人郑重声明：所呈交的学位论文，是本人在导师指导下，独立进行研究工作所取得的成果。除文中已经注明引用的内容之外，本论文不包含任何其他个人或集体已经发表或撰写过作品成果。对本文的研究作出重要贡献的个人和集体，均已在文中以明确方式标明。本人完全意识到本声明的法律结果由本人承担。

签名：



日期：

2022.6.2

1. 引言

1.1 选题的背景和意义

中国企业国际化进程是伴随着改革开放而逐步展开的，继 1979 年 11 月在北京开办了中国对外开放以来第一家海外合资企业——“京和股份有限公司”，中国企业逐步走上了跨国经营的道路。自 80 年代初以来，中国跨国公司的形成和发展迎来了一个千载难逢的良好时机。国内的开放环境和相关的支持开放的政策措施的出台，以及当时的国际社会也逐步从地缘政治时代转入地缘经济时代，为中国企业的跨国经营提供了有利的国内国际环境。20 世纪 90 年代后期，中国企业的海外直接投资进入一个蓬勃发展的时期，形成了一批新的跨国公司。

自跨国公司这种“新事物”出现以来，很多学者就投入到对其研究的大军中来。促进了垄断优势理论、产品生命周期理论等经典的跨国公司理论的诞生，这些理论分别强调了企业跨国经营的不同优势。可以看出，由于中国企业与这些先行国家企业存在很大的区别，跨国公司的经典理论都是基于发达国家的企业得出的，即使是用来解释发展中国家的小规模技术理论和技术地方化理论，也不能完全解释中国企业国际化的优势。

近年来，中国企业积极推进国际化的进程，参与国际竞争，而且取得了举世瞩目的成就，所以国内有很多学者也在积极探索中国企业与先行国家竞争的所依托的优势。本文在前人研究的基础上，并结合中国的实际，加以案例分析，来论证中国企业国际化所依托的优势：规模经济、企业综合资产竞争力和区位优势。并建立计量模型来检验对于中国企业最为重要的规模经济对企业国际化的影响程度。本文找出中国企业国际化的优势，以期对中国企业以后的国际化活动及其相关政策的制定有一定的指导作用。

1.2 研究思路和方法

作为一篇理论性较强的研究论文，本文先回顾了经典的跨国公司理论，从企业层面和产业层面分析这些理论得出的时代背景和依据的跨国公司的实际经营的情况。在对中国企业国际化的公司现状进行具体的案例分析的基础上，指出经

典理论依托的国家和公司与中国现状的区别，说明这些经典的理论并不能完全解释中国企业国际化问题。同时，在对中国企业国际化的现状和背景进行分析和总结时，分为国家层面和企业层面来分析中国企业国际化的优势。然后采取案例分析的方法，分析每个案例的国际化及其给予我们的启示，最后得出中国企业国际化所依托的三个优势。

由于重点是在比较的基础上来得出一些结论，本文主要的研究方法就是比较分析。同时，也需要根据中国企业的数​​据来总结适合中国的理论，也需要用到归纳总结的方法。最后，选取典型的跨国公司——首钢的时间序列数据，具体分析规模经济的三个量化的指标对企业跨国经营的影响。

1.3 论文的结构安排

全文分为五个部分进行论述，第一章为导言，介绍选题的背景和意义并对研究思路和方法进行概要性的介绍；第二章对现有文献进行了回顾，回顾了经典的跨国公司理论和基于发展中国家的跨国公司理论，指出每个理论所暗含的发达国家的跨国公司国际化所依托的优势；第三章找出经典跨国公司理论得出时所依托的跨国公司的情况和中国跨国公司的现状，将二者进行比较，说明经典的跨国公司理论并不能完全解释中国企业国际化的优势，这一章是本文的重点之一；第四章在背景和案例分析的基础上，总结了中国企业国际化所依托的优势：规模经济、企业核心资产竞争力和东道国的区位优势，这一章是本文的又一个重点；在此基础上，选取具有代表性的跨国公司——首钢的时间序列数据，将规模经济具体量化为三个指标，将国际化的程度量化为一个指标，来逐个验证每个指标对国际化的影响。第五章对全文进行总结并提出相应的政策建议。

1.4 可能的创新与不足

本文可能的创新点主要包括：

一、从产业和企业层面对经典的跨国公司理论得出的国家和企业背景进行具体的分析。

现有的国内有关跨国公司的理论的文献，大都只是对于理论的作者和内容进行具体的阐述，还没有发现对每个理论所依托的国家、产业和企业背景做具体分

析的。本文作者仔细阅读和分析每个理论得出的具体文献（如垄断优势理论是海默在1960年发表的毕业论文中提出的），阐述垄断优势理论、生产折衷理论和国际产业扩张理论得出的具体实证，包括国家当时直接投资和间接投资以及相关的跨国公司数据，这是以前国内文献见诸较少的。

二、将经典的跨国公司的实证与中国的实证进行比较，指出经典理论对解释中国企业国际化存在的不足。

本文对跨国公司基于的先行国家与中国进行国家背景、产业背景和企业背景三个层面进行比较，并且对中国国际化企业中几个比较有代表性的企业如格兰仕、首钢等进行具体的案例分析，以指出经典理论在解释中国企业国际化所依托的优势方面有诸多的不适用性，提出中国企业国际化所依托的优势。

三、分为国家层面和企业层面来分析中国企业国际化的优势。

国家层面的优势是企业层面优势的源泉，企业层面优势是国家层面优势的具体化和扩展。另外，由于国有企业与民营企业在背景、国家政策等方面存在的区别，本文分别对国有企业和民营企业的国际化优势进行分析，最后归纳为对民营企业 and 国有企业均适用三点普遍优势。

当然，本论文也存在不足之处。

由于微观的企业数据的可获得性还存在一定的局限，案例分析的准确性等可能存在些不足。选取的案例虽然分属于不同的所有制、行业和规模，但是毕竟企业数量是有限的，难免存在片面性。另外对于规模经济的量化由于数据的原因，仅仅量化为三个指标，可能也有一定的不足之处。

2. 企业国际化优势论：文献综述和评价

目前,有关企业国际化的理论,国外的研究主要集中在发达国家的跨国公司,可以进一步细分为两类,一类是微观的企业层面的跨国公司理论,主要有垄断优势理论等,另一类是宏观的,比如日本的小岛清教授提出的产业层面的边际产业扩张理论;另外,由于发展中国家企业国际化进程的加快,也出现了一些相关的理论。本文在这个章节对已有文献进行回顾,并指出每一种理论所里指出的企业跨国经营所依托的优势,可以了解当前理论研究的前沿,为后文的研究奠定一个坚实的理论基础。

2.1 基于发达国家的企业国际化优势论

回顾先行国家的跨国理论,可以发现企业走出国门进行跨国经营都具有自己的优势——垄断优势、产品技术优势、内部化优势和区位优势等。

2.1.1 垄断优势理论

垄断优势理论(Monopolistic Advantage Theory)是西方最早研究对外直接投资的独立理论。海默的对外直接投资理论认为,一个公司在外国进行直接投资和经营时必须具有同东道国当地厂商进行竞争的相对优势。这种带有垄断性质的特定优势,来源于跨国公司的知识资产,比如技术诀窍或商业秘密等,从而使它们能够成功地在国外进行生产经营。垄断优势理论系统论证了企业的垄断优势和国内国际市场的不完全性是跨国公司进行对外直接投资的决定性因素。垄断优势论认为市场不完全是跨国公司进行对外直接投资的根本原因,而如果产品和生产要素的市场运行是完全有效的,则国际直接投资就不能发生。而在现实经济生活中市场不完全又是不可避免的,由于商品特异、商标、特殊的市场技能或价格联盟等原因造成的产品市场的不完全;由于规模经济造成的市场不完全;由于政府的有关税收、关税、利率和汇率等政策原因造成的市场不完全;由于特殊的管理技能、在资本市场上的便利以及受专利制度保护的技术差异等原因造成的要素市场的不完全。上述不同类型的市场的不完全性使跨国公司拥有垄断优势,这种垄断

优势是跨国公司对外直接投资的决定因素。跨国公司之所有能够跨越国界到海外建立子公司，是由于它拥有某种垄断优势，因而能够获得比国内市场高、并超过东道国当地竞争者的收入。一般来说跨国公司拥有如下垄断优势：拥有先进技术是跨国公司最重要的垄断优势，大型跨国公司拥有极强的科研力量，一流的先进技术，一整套适应现代化生产的先进管理经验。对生产经营活动实行高效率的管理和控制；跨国公司可以利用国际专业化生产，避免本国和东道国市场对规模经济(一般来讲，企业生产规模越大，越具有规模经济优势)的限制，跨国公司利用各国生产要素的差异，通过横向一体化取得内部规模经济的优势，通过纵向一体化取得外部规模经济的优势，并使之转化为公司内部的利润；大型跨国公司拥有先进的通讯设备，分支机构遍布世界各地，信息灵通；大型跨国公司具有雄厚的资金实力，公司总部可以在公司内部的各子公司之间灵活调整数额庞大的资金，这是一般国内企业无法比拟的优势；大型跨国公司有自己独立的销售系统，且与国际包销商有长期而稳定的业务联系，在销售成本和便捷方面占有优势；大型跨国公司大都历史悠久，影响面广，产品更容易打入国际市场。垄断优势论的结论是：垄断与优势结合，是跨国公司从事对外投资的主要动机。

垄断优势理论突破了国际间资本流动导致对外直接投资的传统贸易理论框架，突出了知识资产和技术优势在形成跨国公司中的重要作用。但是这一理论也有偏颇之处，它沿用静态分析方法，没有阐明跨国公司特定优势的发展，也未能论述各种市场不完全竞争状态的变动性。另外，垄断优势理论无法解释产品出口、技术转让与国际直接投资各自的适用条件，对于日益增多的发展中国家的跨国公司的对外直接投资不能够给出有效的解释

显然，这个理论强调企业国际化依托的优势即垄断优势，主要包括三个方面：

(1) 知识资产，如专利和专有技术、获得资金的便利条件、管理技能等；(2) 产品市场不完全的优势，如品牌、商标、差异性产品、营销技巧、价格操纵；(3) 跨国公司内部和外部规模经济优势。这些优势在市场不完全的情况下使得跨国公司足以抵消东道国当地企业的优势在东道国进行经营。

2.1.2 产品生命周期理论

在波斯纳1961年提出的技术差距论的基础上，美国哈佛大学学者弗农于1966

年5月首次提出了产品生命周期理论(Theory of Product Life Cycle)。产品生命周期理论后来经过威尔斯等人的发展而逐步完善。弗农的产品生命周期理论将企业的垄断优势和市场营销的产品寿命周期以及区位因素结合起来,从动态的角度考察跨国公司的海外投资行为。

产品生命周期理论对贸易和投资的解释与传统方法偏离较大,其重点在产品而不是成本要素投入品的差异。他同时强调市场信息及对要素禀赋生产特性差异的了解。他把技术密集度作为前提加入要素成本,来解释导致新的和盈利能力得到改善的产品的技术创新需要大量资本和熟练劳动(这些要素在工业化国家可以得到)的投入。产品创新及其制造经历了三个不同的阶段。在第一阶段或创新阶段,产品是非标准化的,并且需要知识密集型投入品如研究、开发和设计。在这个阶段生产是昂贵的,虽然生产者享有的垄断优势和低价格弹性能补偿生产的高成本。在第二阶段或产品成熟期,产品日益标准化,对设计的适应性和生产增加的需要,引起对高度熟练劳动的需求减少。竞争的增加和向下的价格压力迫使公司要么向国外制造者出让市场份额,要么通过海外投资份额利用其它区位的便宜投入品维持其市场。产品生命周期是第一个解释国际贸易与投资在公司国际化中日益相互交织的理论(Root, 1990)。在最后阶段,产品变得完全标准化。即边际利润变薄、竞争加剧,生产转移到拥有最便宜非熟练劳动力的国家,并且产品进口到创新国家。Vernon(1971, 1979)对其模型进行了改善,跨国公司的发展过程包括三个阶段:基于创新的寡头垄断主要在国内市场,成熟期的寡头垄断是对主要竞争者做出反应的策略,衰亡期的寡头垄断是将生产区位决策建立在生产成本的地域差异上。由于不能解释在日益复杂的国际经济环境中先进工业化国家之间的产业内贸易,Vernon的理论变得并不重要(Dicken, 1998)。然而,生命周期理论突破了传统贸易理论的鸿沟。在检验R&D活动的定位时,Cantwell(1995)推论Vernon模型仍然有效,但需要扩展到包括跨国公司依赖的网络,这一网络对全球几个区位的技能和资源进行了资本化。生命周期理论被应用在源于产业调整、就业变动和非大都市的工业化的产业区位变迁研究中。

从以上的理论阐述中,不难看出该理论从比较优势的动态转移角度将国际贸易和国际投资作为一个整体,来考察企业的跨国经营行为。维农等认为,随着产品生命周期的演进,比较优势呈现出动态转移的过程,贸易和投资格局也会相

应地发生变化。其结论是每个国家都可以根据自身的资源条件，生产具有比较优势的、属于某一生命周期阶段上的产品，并通过国际贸易交换而获得利益。产品周期理论借鉴了熊彼特的技术创新理论，强调技术发明给经济带来的革命性、突变性的影响，并从技术差距的角度阐述了企业从事跨国经营的基础。该理论将东道国的区位优势与跨国公司的所有权优势结合起来。

2.1.3 内部化理论

内部化理论(The Theory of Internalization)由英国里丁大学学者巴克利(P. J. Buckley)卡森(M. Casson)和加拿大学者拉格曼(A. M. Rugman)等提出的，基于科斯(R. H. Coase)等人的交易成本理论其主要理论观点是由于技术，知识等无形资产在外部市场进行的交易的成本非常昂贵，这主要是由于技术等无形资产在初期研发阶段投入巨大，且投入的成本属于沉没成本(sunk cost)，在外部市场交易时存在市场信息不对称，“搭便车行为”等，产生市场失灵，由此导致交易费用昂贵。为企业进行内部化提供了动力，企业通过对外直接投资建立内部交易市场。另外，中间产品(半成品、原材料)市场的不完全，导致交易成本很高时，也促使企业采取内部化行为。企业采取市场内部化的时候，会进行成本比较，当内部化的成本小于市场交易成本时，企业就会采取内部化。内部化的成本主要包括资源成本、国际通讯联络成本、东道国干预的风险成本及跨国公司内部管理协调成本。内部化理论在当代跨国公司理论中占有核心地位，尤其是对于知识产品跨国公司的解释。当企业决定进行内部化，对外直接投资时，在企业内部市场的交易产品的数量和品种必然较之以前发生变动。

内部化理论着重强调了知识产权的保持对企业竞争的重要意义，从而使得理论的分析更加接近了跨国公司进行国际直接投资的经济现实，在一定程度上解释二战后各种形式的境外直接投资(包括服务性行业国际直接投资的形成和发展)。但是内部化理论从跨国公司的主观方面单方面地探寻其从事国际直接投资的动因和基础，对国际经济环境的变化考虑不够，这就使内部化理论具有很大地片面性和局限性。

这一理论所列举的企业，在内部化之前也有自己的优势，即“技术等无形资产”，这些资产是企业优于其它企业所在，内部化才能保持企业的这种优势。

2.1.4 国际生产折衷理论

跨国公司理论到了20世纪70年代后期出现了百家争鸣的局面,但在生产折衷理论出现以前的跨国公司理论基本上都是建立在对不同时期和不同国家的实证分析基础之上的,这些理论对各自国家特定时期的国际直接投资行为具有较强的解释力,但却不具有普遍意义。在国际直接投资的实践中,欧洲和日本经济的崛起使得世界国际直接投资的格局发生了重大变化,美国的跨国公司在国际直接投资领域一枝独秀的局面被打破,来自于欧洲和日本的跨国公司在国际直接投资中的比重迅速上升,逐步形成了美、欧、日三足鼎立的跨国公司对外投资格局。国际直接投资的快速发展促进了国际直接投资理论的繁荣,从而为理论的综合创造了条件。

正是在这种情况下,英国里丁大学学者约翰·邓宁于1977年正式提出了国际生产折衷理论(The Eclectic Theory of International Production)。邓宁认为当时对跨国公司的直接投资进行研究基本是沿着四个方向发展的:一是从市场的不完全性出发,运用产业组织理论来研究国际直接投资优势的来源,代表理论为垄断优势理论;二是将国际直接投资与国际贸易相结合,说明投资和贸易相互影响的理论,代表理论为产品生命周期理论和边际产业扩张理论;三是以新厂商理论为基础,强调中间产品市场的不完全对跨国公司的对外直接投资行为影响的理论,代表理论为内部化理论;四是以尚不成熟的区位理论为基础,研究跨国公司对外投资的区位选择的理论。邓宁认为国际直接投资、对外贸易以及向国外生产者发放许可证往往是同一企业面临的不同选择,不应将三者割裂开来。基于这种考虑,邓宁融众传统理论之长,建立了一个具有一般性的理论,用以系统说明国际直接投资的动因和条件,这个理论被称为折衷理论。邓宁把跨国公司拥有的优势分为三个方面的特定优势,用以系统说明跨国公司对外直接投资的动因和条件,从而把自海默以来的国际直接投资理论以及赫克歇尔--俄林的新古典国际贸易理论结合成一个统一的分析框架。这三个方面的特定优势是所有权优势、内部化优势和区位优势。所有权优势是一国企业拥有或能够获得的别国企业所没有或无法获得的特定优势,主要包括技术优势、企业规模优势、组织管理优势、金融和货币优势等。内部化优势是指企业将拥有的所有权优势在内部使用而带来的优势。区位优势是指跨国企业在投资区位上所具有的选择优势,主要包括:东道国丰富的自然

资源、广阔的商品销售市场、低廉的生产要素成本、吸引外资的各种优惠政策等。跨国公司拥有的不同优势之间是相互关联的,其中所有权优势和内部化优势是企业开展对外直接投资的必要条件,区位优势是对外直接投资的充分条件。

折衷理论借鉴和综合了以往跨国公司理论的精华,较为全面地分析了企业发展对外直接投资的动因和决定因素,在一定程度上弥补了以往理论学说的片面性和不完整性,因而该理论具有很强的解释力,被誉为解释跨国公司行为的“通论”。但是折衷理论将所有权、内部化、区位优势三种因素等量齐观,分析方法仍然是静态的,缺乏主次之分且无动态变化分析,这与形式多样、变化频繁的跨国投资实践是有较大差距的。还有折衷理论实际上只是用来解释企业国际直接投资、商品出口、以许可证转让技术这三种经济活动的选择行为的成因,而对跨国公司的内部管理缺乏深入的探讨。再有折衷理论的研究对象仍是发达国家的跨国公司,很难解释那些并不具备独占性技术优势的发展中国家企业的对外直接投资行为,对发展中国家企业的对外直接投资行为对此无法做出科学的、全面的解释。

这以理论强调了要跨国经营,企业自身必须要具有两个方面的优势:所有权优势和内部化优势,同时必须拥有东道国的区位优势。

从以上的理论回顾可以看出,先行国家企业“走出去”都必须具有自己或东道国的相关优势,如表2.1所示

表2.1 先行理论中企业跨国经营所依托的优势

理论	依托的优势
垄断优势理论	垄断优势,主要是指公司所拥有的商标、营销技巧、专利技术和专有技术、融资渠道、管理技能、规模经济等
产品生命周期理论	原创产品或技术
内部化理论	企业所拥有的科技和营销知识等中间产品
国际生产折衷理论	企业的所有权优势和内部化优势,在东道国的区位优势

2.2 基于发展中国家的企业国际化优势论

2.2.1 小规模技术理论

美国经济学家威尔斯 (L.T.Wells,1977) 在《发展中国家企业的国际化》一文中提出由于有些投资区域市场规模比较小,对于发达国家的先进技术消化吸收不了,而发展中国家的企业拥有适合小规模生产技术,可以满足低收入国家小规模需求,在这一方面获得竞争优势,这是发达国家所不具备的。另外,发展中国家的民族品牌在海外具有优势,其进行海外投资主要是为满足海外某种团体的需要,具有鲜明的民族特色。还有一个方面就是发展中国家的低价营销策略,发展中国家的产品由于市场定位不同于发达国家,从而在市场研发、广告投入、品牌策略方面的成本要低的多,在某些市场上也就具有自身的优势。小规模技术理论是在发展中国家对外投资领域中具有代表性的理论之一,他将发展中国家跨国公司的竞争优势的产生与东道国本身的市场特征相结合。

威尔斯认为,发展中国家跨国公司的竞争优势来自低生产成本,这种低生产成本与母国的市场特征紧密相关的。主要从三个方面分析了发展中国家跨国公司的比较优势。第一,拥有为小市场需要服务的小规模生产技术。低收入国家制成品市场的一个普遍特征是需求量有限,大规模生产技术无法从这种小市场需求的生产技术中获得竞争优势。而这种小规模技术特征往往是劳动密集型的,生产有很大灵活性,适合小批量生产。第二,威尔斯认为发展中国家在民族文化特点上,这些海外投资主要是为服务于海外同一团体的需要而建立的。第三,低价营销战略。物美价廉是发展中国家跨国公司的营销策略,往往是投入大量的广告费,树立产品形象。而发展中国家跨国公司则花费较少的广告支出,采取低价营销策略。

威尔斯把发展中国家跨国公司竞争优势的产生和这些国家自身市场特征结合起来,在理论上为后人提供了充分的分析空间。需要进一步思考的问题是,作为经济落后国家怎样利用现有的技术与自身特点结合起来,形成比较竞争优势。

可以看出发展中国家进行对外投资主要是基于小规模的生产技术优势,自己的民族品牌和低价营销策略,当然这些优势都最终源于低生产成本。

2.2.2 技术地方化理论

由英国经济学家拉奥（Sanjaga Lall, 1983）在《新跨国公司——第三世界企业的发展》中提出，他是在对印度的跨国公司进行研究之后得出，尽管发展中国家的技术相对于发达国家来说相对落后，但发展中国家可以通过技术的地方化，形成独特的优势对外直接投资，尤其是对发展层次相近的发展中国家的投资。因为技术的地方化在发展中国家的条件下不同于在发达国家，技术知识的地方化程度与一国要素价格、质量等因素密切相关。发展中国家根据同类层次国家的特征进行技术改造，满足当地的需求，从而会形成某种优势。这种优势体现在技术当地化和产品当地化两方面。拉奥的技术地方化理论不仅分析了发展中国家对外投资的优势在什么地方，更强调这一过程中企业的创新活动。发展中国家通过对外国技术的改进，吸收，消化，从而进行技术的改进和创新，形成自身的优势。

拉奥认为以下几个优势使发展中国家企业能形成和发展自己的“特有优势”：

第一，在发展中国家中，技术知识的当地化是在不同于发达国家的环境下进行的，这种新的环境往往与一国的要素价格和质量相联系；

第二，发展中国家生产的产品适合于它们自身的经济条件和需求，换言之，只要这些企业对进口的技术和产品进行一定的改造，使产品能够更好的满足市场需求的话，这种创新活动就会形成竞争优势；

第三，发展中国家企业竞争的优势不仅来自于其生产过程及产品与当地供给条件和需求条件的紧密结合，还来自于创新活动中所产生的技术在小规模生产条件下具有更高的经济效益。

第四，在产品特征上，发展中国家企业仍然能够开发出与名牌产品不同的消费品，特备是国内市场较大，消费品的品味和购买力有很大的差别时，发展中国家的产品仍有一定的竞争力。

2.2.3 技术创新产业升级理论

技术创新产业升级理论认为，发展中国家对外直接投资的产业分布和地理分布是随着时间的推移而逐渐变化的，而且可以预测，和发达国家相比，发展中国家企业的技术创新表现出不同的特征。

该理论由英国学者坎特韦尔(John A.Cantwell)和托拦惕诺(Paz Estrella Tolentino)提出,他们提出了两个基本问题:一是发展中国家产业结构的升级说明了发展中国家企业技术能力的稳定提高和扩大,它是一个不断积累的结果;二是发展中国家企业技术能力的提高是与他们对外直接投资的增长直接相关的。发达国家靠大量的研究和开发投入,掌握好开发尖端的高科技,引导技术发展的潮流;发展中国家则没有很强的研究开发能力,主要利用特有的“学习经验”和组织能力掌握和开发生产技术。

对于这三个理论所指出的企业所具有的优势可以归纳如表 2.2:

表 2.2 发展中国家理论中企业的优势

理论	企业优势
小规模技术理论	源于低成本的小规模的生产技术优势,自己的民族品牌和低价营销策略
技术地方化理论	可以在发展水平相近的国家进行地方化的技术优势
技术创新产业升级理论	通过对外直接投资和产业升级而积累起来的技术创新优势

2.3 围绕中国企业国际化依托优势的论点

改革开放以来,随着中国企业的国际化,国内许多学者对跨国经营的实践进行了大量的研究。目前,国内关于中国企业国际化的研究主要分为两个部分,一是翻译和学习西方已有的跨国公司理论,并对我国的实践进行一些解释;另一部分是直接从我国对外直接投资的现象出发,归纳动因、特点、趋势并提出对策和建议,研究主要集中在以下几个方面:(1)中国企业国际化的路径选择;(2)中国企业国际化的现实问题和对策;(3)中国企业跨国经营的区位选择;(4)中国企业跨国经营的动因和影响因素。

关于中国企业国际化优势的论点主要有安永钊(2004),穆兴媛(2004),高晓雁(2006), Alan M. Rugman and Jing Li(2007), 和陈伟,张昊一(2007)。

安永钊（2004）以小岛清的边际产业扩张理论为参考，说明该理论不适合于当前中国企业国际化，指出中国传统制造业相对于发达国家还存在很大的差距，但是作为发展较快的发展中国家，具有一定技术比较优势，可以对其它发展中国家投资；由于发达国家的劳动成本很高，中国的劳动密集型企业不宜在发达国家投资，应选择劳动力成本低的地区投资；而对于发展中国家则具有较大的比较优势；得益于较强的仿造能力，而且门类基本齐全，中国的高科技企业相对于发达国家只是存在一些差距，而相对于其它的发展中国家则具有很强的比较优势。

穆兴媛（2004）认为中国家电等部分产业发展比较成熟，这些比较优势主要源于低制造成本，适合于移植到其它发展中国家和更穷国家，而且当地廉价的劳动力、土地等要素又加强了低制造成本优势。同时，东道国的优惠政策和特殊区位优势也是发挥我国企业比较优势的必要条件。

高晓雁（2006）提出了相对区位优势理论^①，她认为中国企业具有相对区位优势，因此我国民营企业跨国并购的区位选择可以：一是中国周边与我国长期保持着广泛的经济联系的周边国家；二是依托种族纽带；三是经济、技术、环境的相似性。具体到国家来看，周边发展中国家，尤其是经济高速增长的东盟国家是中国民营企业的首选。同时，俄罗斯、东欧、中亚等地区与我国的市场也存在很大的互补性，蕴藏着巨大的商机。

Alan M. Rugman and Jing Li(2007)中指出：经典理论说明西方发达国家的跨国经营的成功源于知识能力，也叫做企业所特有的优势。而中国的跨国公司很少拥有这样的知识能力，相反，它们基于国家特有的优势——廉价劳动力和丰富的自然资源，来建立规模经济，作为其国际化的优势基。

陈伟、张昊一（2007）认为与先行国家的跨国公司的所有权优势不同，中国中小型跨国公司的比较优势总的表现在小规模、实用性技术和低廉的劳动力成本，因此，中国的 FDI 项目选择应以发挥第二产业的优势为主，对第一、第三产业则应该选择其长处适当的对外投资。

^① 高晓雁，《中国民营企业跨国战略联盟研究》，社会科学主义，2006年第3期

3. 企业国际化优势论：先行理论实证基础与中国现实

所有跨国公司理论的得出都是以经济学家所处时代的经济现实为基础，都是实证论证的结果。因此各种理论间的差异就在于所依据的实证材料或背景不同。我们在本部分将重点分析几个经典理论所依据的公司的优势情况，也即理论的实证基础，以揭示这些实证基础与当前中跨国公司的优势之间的差异。

3.1 企业国际化优势论：先行理论实证依据

3.1.1 企业层面

海默的垄断优势理论从分析国际资本流动理论在解释国际直接投资方面存在的不足入手，基于 1914-1956 年美国对外投资的有关资料来探讨适合解释国际直接投资的理论，认为在市场不完全的情况下，跨国公司可以通过自己的垄断优势与具有自身天然优势东道国的公司展开竞争。

国际资本流动理论认为资本流动主要是由于国家间的利率差异，对于这种理论是否适合于解释国际直接投资还存在很多疑问。海默在他的博士毕业论文中论证了这种理论不能用来解释国际直接投资，并且指出直接投资是与公司的国际经营所联系的资本，国际直接投资的国际资本流动是由公司经营的范围决定的。同时，也指出了国际经营的两个主要原因：（1）公司在许多国家控制企业是为了消除这些企业同一市场销售所产生的竞争；（2）公司采取在国外经营是为了最大程度的取得它们所拥有的公司的特定能力的收益。他对于与国际经营相联系的资本的解释大体上是依赖于资本市场的不完全的性质和程度。

海默认为公司进行对外直接投资主要有两种形式。第一种直接投资与谨慎使用资产有关，投资者寻求企业的控制权是为了保证自己所投资资产的安全。这种形式的直接投资可以用资本利率的差异来解释；另外一种形式的直接投资就是跨国经营，控制外国企业是为了消除外国企业与其它国家企业之间的竞争，或者说为了获得特定技能和能力的完全收益。不同国家的企业之间相互竞争是由于它们在同一市场销售商品或者一些公司向另外的一些公司出售商品。若市场是不完全的，也即存在水平或双寡头或寡头垄断，某种形式的勾结就变得有利可图，这

是公司控制外国企业的动因之一。另一个主要的动因来自于公司在特定产业经营的能力是不平衡的，在特定产品生产上相对于其它公司具有比较优势的公司会发现在国外进行这种产品生产是可以获利的，公司也可能将技术出租或出售。至于采取那种方式取决于这种技术的市场的不完全程度，如果是市场是不完全的，则所有者除非采取自己控制的方式，否则不可能获得这种技术的全部合理收益。

由于跨国经营的直接投资的出现，而以前的公司理论和产业组织理论虽然对于解释跨国公司的活动有一定的借鉴意义，但是都不足以分析美国公司的情况。于是海默（1960）中探讨了解释跨国经营的理论。他认为，跨国经营理论是公司理论的一部分，它主要是关于一个国家企业和其它国家企业的各种关系。特别地，它考察一个国家的某一个企业被另一个国家的某一个企业控制或几个国家企业被同一个企业控制的条件下，这主要是关于决定公司垂直和水平整合的问题。

对于进行跨国经营的公司来说，必然面临着一些壁垒，这些壁垒恰恰是国内企业在本国市场的优势，本国公司相对于外国公司拥有一些优势，本国公司对自己的国家拥有更好的信息优势：经济、语言、法律和政策。而外国公司要获得这些信息是要花费相当大的成本的，但是有一点值得注意的是，一旦通过跨国经营来或许这些信息以后，以后便不再需要再去花费相关的进入成本。跨国经营的一个更加自然的壁垒来自于政府、消费者和供给者的歧视。汇率风险是一个重要的风险，汇率的变化对本国和外国公司的影响的差别是非常大的。

海默重点分析了企业的特有优势决定的进行海外经营是有利可图的。如果每个市场上只有一家或几家公司的时，会采取海外经营的方式，但如果当专利被许多企业使用才会最有效的时，许可证不失为一个好的选择，具体采用哪种方式，部分是取决于公司在特定时间的市场位置，同时也是取决于所涉及的特定国家，如果某个国家对外商的排斥非常强烈，或者本地公司拥有完美的技术，这个时候合作是可取的。对于公司采取许可证的方式进行海外活动有一些相关的实证研究，如表 3.1（见下页）所示，分别说明美国在 1956 年采取许可证和直接投资的地区和产业的分布情况。

那么，公司具有哪些优势的时候公司才会采取跨国经营的方式呢？

海默认为企业在具有产品市场垄断优势，包括操纵市场价格、产品性能差别等优势等。海默将已经建立的公司具有成本的优势的原因分析如下：a. 公司通

过专利或秘密而控制生产技巧。**b.** 雇佣生产要素市场的不完全性使的建立可以获得更低的购买价格，或者建立公司拥有或控制战略要素供应，将新的进入者排除在外或者，致使新的进入者采取更次的供应或者对它们的供应采取歧视价格 **c.** 相对于有效新进入者，生产要素的供给市场或次级市场存在严重的限制。则新进入者的增多就会明显提高要素价格，**d.** 货币市场对于潜在进入者要求比已建立企业更高的利率。

表 3.1 美国各产业 1956 年的许可证收入和支出（单位：百万美元）

产业	美国公司从国外得到的 许可证收入	美国公司对国外的 许可证支出
食品（包括烟草）	1.2	0.2
纺织及其同系产业	5.7	0.5
化学及其同系产业	25.2	10.5
橡胶产品	1.6	N.A.
基础产业和金属制品产业	8.1	1.6
机械（不包括电力）	23.2	1.3
电力机械	21.0	0.7
机动车辆和设备	5.6	0.5
其它运输	11.0	0.7
石油	8.9	0.2
所有其它产业	16.9	5.2
总计（所有产业）	128.4	22.5

注：收入和支出不仅仅指许可证，而且指与提供专利、工序、技艺、租用的仪器、其它所拥有的资产、版权和商标等有关的供给协议的收入和支出

资料来源：Stephen Herbert Hymer（1960），p63

引起企业具有产品差异化优势的典型情况为：**a.** 普遍或小部分购买者存在对已有企业的品牌或公司名誉的偏好；**b.** 通过专利，既有公司控制产品设计的监督，这就可排除新的进入者或对它们征收歧视性版税；**c.** 已有公司拥有有利的分

销渠道或这拥有对它们的合同控制。其进一步分销渠道的供给就不是完全弹性。

经过搜集和整理美国相关行业和跨国经营地区的数据，海默发现美国进行海外经营的主要行业是制造业。基于的统计证据：（1）美国的某些产业比其它产业有更多的对外投资。（2）几个产业的少数企业占有美国对外投资的大部分；（3）有很多对外投资的公司倾向于集中而有很少或没有对外投资的公司倾向于分散；（4）大部分的投资是由大公司来完成的。（5）在美国，有外商投资的至少十个产业中，有一个处于领导地位的是外国公司。研究还发现国际经营最有趣的一面是，在国外经营占大部分份额的美国公司的许多产业中，在美国经营的一个公司是外国的。实证如表 3.2 及附表一所示：

表 3.2 对外投资和 1950 年按产业分的的美国公司的总资产（单位：百万美元）

产业	美国公司的 对外投资	美国公司的 总资产	对外投资占美国 总资产百分比 (%)
石油产品	3390	17439	19.4
橡胶产品	182	2053	8.9
纸及同类产品	378	4515	8.4
电器和设备及供应	386	4691	8.2
机动车和设备	485	8153	6.1
化学和同类产品	513	9659	5.3
机械（除去化学机械）	420	9546	4.4
所有产业（包括石油）	3831	93836	4.1
食品	483	12198	4.0
所有其它的制造业	599	25124	2.4
初级和金属制品	385	17897	2.1
所有其它制造业如下			

注：1. n.a means not available

2. 第一列和第二列在定义和一些不知道的情形下有着很大的区别，第二类的总资产包括一些外国资产，因此第三列的百分比的得出不是很有意义。它们应该被看做外商直接投资方面重要性排名的指标而不是作为真正的百分比。3831 不包括采矿公司的制造业经营

资料来源：Stephen Herbert Hymer(1960), p125

邓宁的国际生产折衷理论是在评价其它相关理论的解释力的基础上,分析了在英国经营的美国公司的情况,得出自己的理论。他的理论的来源有三个方面:

(1) 公司理论, (2) 产业组织理论, (3) “传统的”投资决定因素。

他的文章有三个假设, 假设一 (H_1) 从外国 (美国) 公司寻求开发东道国 (英国) 市场的最好途径; 假设二 (H_2) 是产业组织理论里提到的, 主要集中在英国的产业背景下, 美国公司相对于本地公司所面临的进入壁垒; 假设三 (H_3) 是用“传统的”投资决定因素解释在英国产业中的美国直接投资行为。

这三个假设是在跨产业的基础上进行检验的。在假设 2 中采用了所允许的样本规模: 打的样本不包括研发, 而小的样本将研发囊括进来。最重要的解释变量被要素分析隔离开, 并且在所产生的结果的基础上来判断相反的假设。

H_1 : 在存在增长的市场或盈利潜力比出口之类的市场服务更大的情况下, 公司会进行国外生产。

公司在国外市场经营主要有三种方式: 出口, 许可证和在国外生产。邓宁的分析中为了简化起见, 将选择的范围仅限制在出口和在国外生产。

假定所有的公司都是价格接受者, 则解释变量可以用不同国家的相对成本以及贸易和投资的相对壁垒。即使在公司是价格制定者的情形下, 公司在贸易与投资之间的选择也要受到公司可以影响它所经营的市场上的需求量的影响。因此, 独立变量就是在产业 (I_i) 英国从美国的进口占美国销售总量的比率, 在产业 (U_i) 的辅助生产和从美国的进口, 例如:

$$D_i = (I_i / U_i + I_i), \quad i = 1, 2, \dots, n^*$$

传统公司理论表明, 公司根据生产设施的对整个企业的边际贡献率来布局它们。一个理想的检验方式就是将在英国的子公司的利润率与在美国母公司同样投资获得的利润进行比较, 但这种方式存在很多缺陷, 而且这样的数据可能也非常难以获得。因此, 邓宁 (1776) 的独立变量代表了美国公司在既定贸易壁垒 (包括运输成本) 的前提下在出口和国外生产之间的选择, 美国相对于英国的生产成本, 和英国市场相对于美国市场 (规模和成长) 的吸引力。

“出口和国外生产”选择会受到自然和政策引发的贸易壁垒, 这些壁垒的存在使得在其它情形相同的情形下, 公司更倾向于“国外生产”。这里采用的两种形式的税收壁垒变量 (t_i): 英国的产业税收和保护性税收以及国内税和补贴,

非税收壁垒由于量化的困难而被省略。运输成本 (c_i) 是美国产业的产品运输所需要的平均距离来表示的。

解释变量是根据在英国和美国的相对生产成本来选择的。解释变量 (W_i) 指的是美国在英国的附属公司和美国母公司的工资比率, 此工资是平均工资, 包括加班工资和附加福利。虚拟变量 (n_i) 是资源控制, 当存在英国的原材料投入时取 1, 当不存在时取 0。相对市场规模变量 (S_i) 指美国产业对英国产业的正出口, 相对市场成长 (Z_i)。Host(1972)用美国在加拿大的投资也做了类似的检验, 其样本中仅采用了 7 个产业的 17 家公司, 而邓宁的分析中采用了 22 家公司。

$$\text{等式一: } D_i = a_1 + b_1(t_i) + b_2(c_i) + b_3(W_i) + b_4(n_i) + b_5(S_i) + b_6(Z_i) + e_1$$

$$\text{等式二: } \log(D_i) = a_2 + b_7 \log(1 + t_i) + b_8(Z_i) + e_2$$

其中 a_1, a_2 常量, b_1, \dots, b_8 为回归系数, e_1, e_2 是误差项

检验结果说明, 在出口和国外生产之间的选择可能不象假设所说的那样清晰, 因为变量可能不相关。例如, 整个美国制造业 24% 以上的出口都是由跨国公司出口给其海外附属机构的。

H_2 : 若与当地所有的公司相比, 美国所有的公司的竞争优势是最大的话, 美国所有的公司将会生产一个总产出的更大比例。

这个假设是用来说明在英国的美国附属公司的产业结构的, 从产业组织理论的出发点, 将注意力集中于美国所有的公司与本地企业相比, 如何克服进入一个产业的壁垒。

独立变量 D_2 指的是 1970 年美国在英国的附属公司的销售与产业总销售的比率, 也即美国大的参与率或 U_i/T_i ($i=1, 2, \dots, n$), U_i 指的是在英国的美国附属公司的销售额, T_i 指的是英国产业的总销售额。由于美国的附属公司可以得到母公司的资源, 因此可以更好的克服进入东道国产业的进入壁垒。可以获得母公司的技术, 母公司广告支出的溢出, 市场和产品设计, 还有有形的收益, 例如, 资本性贷款和企业资源。这就使得美国公司克服进入壁垒容易许多。假设由于美国在产品差异化方面的努力, 在克服壁垒方面, 美国的附属公司比英国公司面临更少的困难。

$$\begin{aligned} \text{等式三: } D_2 = & a_2 + b_9(a_i) + b_{10}(r_i) + b_{11}(n_i) + b_{12}(I_i) + b_{13}(P_i) \\ & + b_{14}(S_i) + b_{15}(M_i) + e_3 \end{aligned}$$

a_i 指广告费用与英国产业附加值的比率; r_i 指研发支出与英国产业增加值的

比率； n_i 指原料控制； l_i 指的是对熟练劳动的控制； P_i 指美国和英国产业的比较工资账单生产力（每一英镑工资账单的总产出）； S_i 产业的最小有效规模； M_i 指五-公司在产业水平的销售集合。

检验结果表明，产业组织理论是分析外国所有生产的有用框架。显然，对于可以获得母公司资源的美国附属公司来说，克服进入壁垒比国内公司相对要容易得多。

H_3 ：与东道国公司相比，美国公司在寻求最有利和最快增长产业方面更好。

假设三主要是关于国外生产的传统决定因素：收益率和市场成长。检验结果表明美国公司确实在选择获利和迅速增长的产业方面是更好的选择者。

从分析的过程和检验结果可以看出，公司进行跨国经营必须具备所有权优势、区位优势 and 内部化优势才能进行对外直接投资，否则就要选择其它的方式。

3.2.2 产业层面

小岛清是在 20 世纪 70 年代中期根据国际贸易比较成本理论，在比较美日不同贸易模式以及对日本厂商对外直接投资实证研究的基础上提出的边际产业扩张理论。小岛清认为向外国进行转移的应该是本国具有相对资本劣势的产业。

二战前，日本拥有雄厚的经济基础，但是由于二战中消耗了大量的人、财、物力，而且盟军的轰炸破坏了日本的一些工厂和生产设施，日本经济遭到了巨大的损失。战后，美国政府的扶持加上日本政府的财政、金融、技术和能源等方面的一系列政策支持，日本经济保持了较高的发展速度。1956-1973 年，日本工业生产年平均增长率达 13.6%，国民生产总值占资本主义世界的比重在资本主义世界的地位从第 6 位跃升到第 2 位，成为仅次于美国的第二经济大国。经济发展的同时，日本逐步改变自己的贸易政策，1960 年 6 月即开始推行外汇自由化计划，扩大出口，加速经济发展，壮大了公司的经济实力，努力寻求国外经营。

从 50 年代中期到 70 年代初，日本政府通过产业政策重点扶助了能带动经济全面发展的以钢铁、石油化工、造船和汽车为主要内容的重化工业部门。在此期间，作为日本传统工业部门的纺织、制丝和采煤等部门，已不再受到政府的重点扶助，这些产业逐步推出市场或者向具有劳动力比较优势的中国等发展中国家进行转移，因此在海外发展初期的行业主要集中在劳动密集型的纺织服装和轻工行

业。1969至1973年海外转移的产业中，制造业中排在前四位的是纺织业、化学、铁及非铁、电机，分别占对外直接投资额的7.7%、6.1%、4.8%、3.6%，在这一时期的海外转移产业中，劳动密集型的纺织业占了首位。

小岛清(Kiyoshi.Kojima)教授分析了日本与美国企业海外发展模式的差异：

(1) 日本对外直接投资以对自然资源开发获取、生产纺织品、零部件等标准化的劳动密集型行业的直接投资为中心。而美国的跨国公司绝大多数的投资都集中在资本密集型的行业。(2) 日本对外直接投资以中小企业为主体，因而其规模也远比欧美国家小得多，转让技术也多为适用技术，符合当地的生产要素结构与水平，投资也多采用合资形式。而美国的跨国公司则在自己经营的行业构建强大的进入壁垒，使后来者在这些行业中的成功几率很小。(3) 日本对外直接投资与贸易是互补的，可称为顺贸易导向型的对外直接投资。

小岛清理论是以赫克歇尔--俄林--萨缪尔森(H--O--S)模型为基本分析框架来确定对外直接投资与国际贸易的关系。众所周知，H--O--S模型是在严格的假设的条件下设立的，且整个模型的运作只有两个自变量因素：L(劳动)和K(资本)，其生产函数为： $Q=f(L, K)$ 。这一理论是以各国间要素禀赋的相对差异和生产各种商品利用这些要素强度的差异作为对外直接投资的依据的而小岛清认为该假设过于简单，直接投资不单是资本的流动，而且还包括T(技术)、M(管理)的总体转移。由此看来，小岛清使用了生产函数 $Q=f(L, K, T, M)$ ，该函数体现了在李嘉图比较成本理论基础上的一个更高维度的发展。在这个意义上，小岛清成功地建立起一个融国际贸易和对外直接投资于一体的宏观分析框架。小岛清还认为，当投资国把这个综合体转移到受资国时，通过工人、管理者的培训，以及诱发竞争等形式，直接投资所带来的先进的生产函数会被受资国所接受。因而，两国的技术差距越小越好。在这两个假设下，可以提出以下模型：假定有a, b两国，a国相对资本丰富，X产品是劳动密集型，Y产品是资本密集型，两者均采用先进的生产函数，因而，在a国，Y商品是具有比较优势的，按照“边际产业理论”，a国将对b国的X商品进行投资，而由于两国的技术差异较小，因而先进的生产函数在b国能较好地普及。

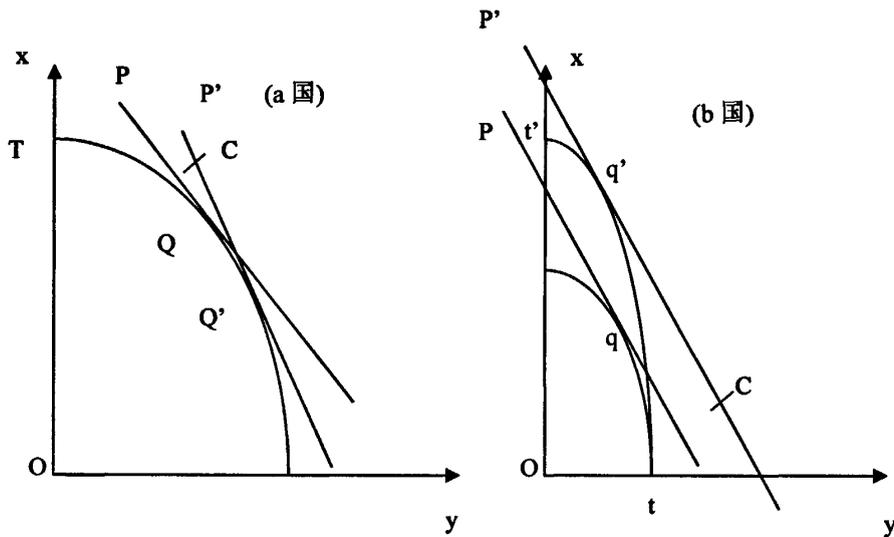


图 3.1 投资与贸易的互补效应

如图3.1所示：a国的生产可能曲线TT，而b国为tt，但当a国向b国的X商品进行直接投资时，b国的生产可能曲线变为 $t't'$ 。Q和q分别为两国期初的生产点，因为Q点上的切线斜率小于q点上的切线斜率，所以a国的Y产品，b国的X产品相对来说具有比较优势，根据H—O—S定理，a国会出口Y商品，b国会出口X商品。假设此时，a国x产业向b国X产业进行直接投资，又假设两商品的价格比率不变，则b国的生产点变为 q' ，c点为b国此时的消费点，两点之差等于出口X商品进口Y商品。从b国看，无论是进口贸易还是出口贸易都比先前有所扩大。而此时的a国的国际贸易线应与P平行，所以a国的生产点应为Q，消费点应为C。从a国看其进出口贸易也比先前增大。也就是说，当两国之间有直接投资时，当两国贸易达到平衡时，两国之间的贸易扩大了，即直接投资创造了贸易。这就是所谓的投资与贸易是互补性的。

由此分析结果，小岛清提出了“边际产业理论”，他认为，“对外直接投资应该从本国(投资国)已处于或即将处于比较劣势的产业——可称为边际产业——(这也是对方国家具有显在或潜在比较优势的产业)依次进行。”如图3.2所示。

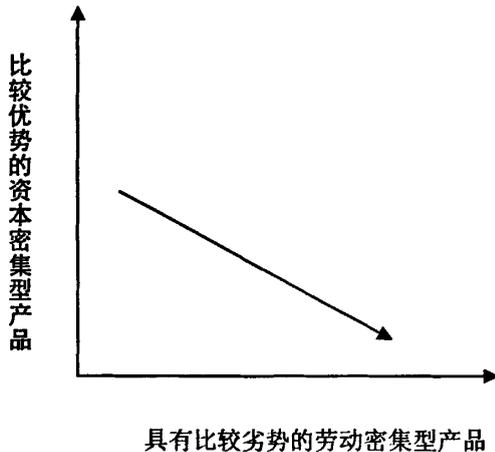


图3.2 对外投资的产业转移方向

3.2 中国国际化企业现状

3.2.1 国际化的特点

中国企业的跨国经营起步较晚，大体与我国对外开放的时间相近，其走向海外是在国内短缺经济的背景下起步和发展的，由于国民经济发展水平的局限，中国企业只能根据本国经济发展的需要和能力从事海外投资活动，在投资规模上普遍偏小；在投资目的上，主要以学习国外先进的技术和管理经验，因此经济收益无法与大跨国公司相提并论。中国企业的对外投资经过改革开放以来近三十年的发展，在海外的投资企业形成了一定的规模，并具有了自己的一些特点：（1）下同起步晚，但发展迅速比较快。从1979年开始，中国对外投资从无到有迅速发展起来，并已形成一定规模，对外投资企业数量和对外直接投资额的年增长率都较高。尤其是党中央提出“走出去”开放战略和积极鼓励境外加工政策的背景下，我国对外投资大幅度增加。从总体看，我国海外投资事业的发展超过了许多发展中国家在最初二三十年的发展速度。如图3.3和图3.4所示^①。（2）海外投资企业数量多，但规模小。从海外投资企业的统计数字看，企业数量增长迅速，但是由于受到项目规模的限制，投资额一般都很低。（3）投资分布的国家、地区广泛，

^① 数据来源：对外经贸网站

但多数集中于港澳地区和经济较发达地区，但是随着中国加入 WTO 以及经济结构的调整，这种布局将会有很大的变化，并逐步向发展中扩展，走向非洲、拉丁美洲、东欧、俄罗斯及亚洲国家的企业日益增加，特别是加工贸易和资源类企业。

(4) 投资领域广泛，但以贸易、资源开发和加工业为主。(5) “走出去”的主要是中央政府和各级地方政府直属的外贸公司和大型贸易集团，如中国化工进出口公司，中国粮油进出口公司等，生产型性企业和企业集团，如首钢集团、海尔集团等，大型金融保险多功能服务公司包括中国银行、中国人民保险公司等。

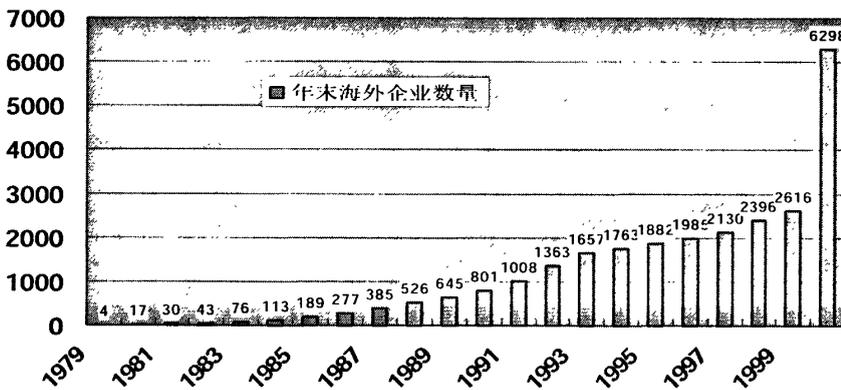


图 3.3 中国企业年末海外企业数量 (1979-2000)

资料来源：根据《中国对外经济贸易年鉴》1984-2000 年各版数据汇编。

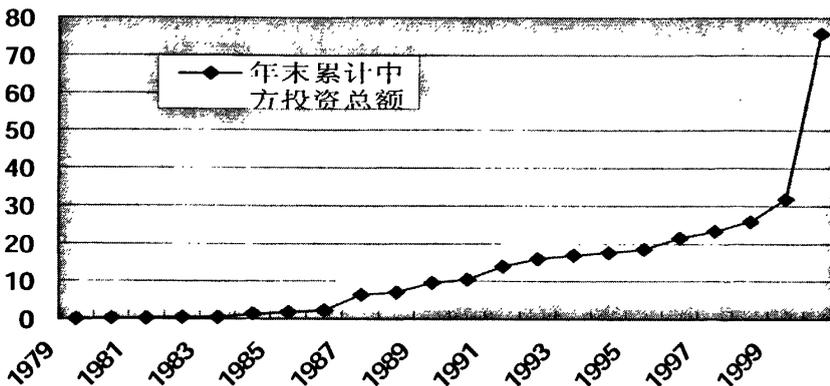


图 3.4 中国企业年末累计投资总额 (1979-2000)

资料来源：根据《中国对外经济贸易年鉴》1984-2000年各版数据汇编。

3.2.2 国际化的主要行业和问题

从“走出去”行业看，劳动密集型企业 and 贸易加工类企业居多，高新技术产业较少。投资涉及的行业也从最初集中在贸易方式发展到资源开发、生产加工、交通运输、工程承包、医疗卫生、旅游餐饮及咨询服务等领域。目前，我国对外投资行业主要是贸易型企业，占 61%，其次是资源开发型企业，占 19%，生产加工型企业占 12%，交通运输业占 2%，其它占 6%。^①

20 世纪 90 年代以来，跨国公司加快了发展步伐，对外直接投资企业的规模迅速扩大，已成为一种必然趋势。中国企业参与国际竞争受到跨国公司的规模压力也越来越大。但是由于从改革开放以来才开始迅速发展的，中国企业国际化发展带有明显的发展中国家特色，具体表现在企业国际化的整体水平较低，尤其是企业的跨国化指数^②水平低。中国企业的跨国化指数普遍较低，其中制造业企业跨国化指数水平更低。跨国化指数较高的属于具有较强政府背景的国有大型贸易、运输集团。考虑到这类企业数量较少，同时我国目前国际化经营的企业的境外资产水平普遍较低的情况，说明我国企业总体跨国化指数水平处于较低状态，跨国化指数从经济角度衡量企业对国际市场的卷入程度，由此说明我国企业国际市场卷入程度普遍较低，这是我国企业的国际化处于初级阶段的典型特征。

3.3 企业国际化：国外理论与中国现实

企业的国际化本来就是比较复杂的过程，影响因素众多，既有国内因素，也有国外因素；既有历史因素，也有现实因素，既有企业内部自身的因素，又有企业外部环境的因素。因此，不同国家的企业的国际化之间存在广泛的差异。在西方发展起来的主流企业跨国经营理论实际上隐含着这样一个假定：企业是在成熟的市场经济条件下开展跨国经营活动的，与这一假定相联系，开展跨国经营的企

^① 《中国企业跨国发展研究报告》，中国社会科学出版社 2002 年 10 月。

^② 跨国化指数是一项综合指标，它反映跨国公司国际化经营活动的经济强度，是衡量国际业务在企业整体业务地位的重要指标。联合国跨国公司与投资委员会的跨国化指数由三个指标构成：企业国外资产与总资产的比值、国外销售额与总销售额的比值、国外雇员人数与总雇员人数的比值。跨国化指数等于这三项比值的平均值，即：跨国化指数 = (国外资产/总资产 + 国外销售额/总销售额 + 国外雇员数/总雇员数) / 3 * 100%。

业是一个在决定企业资源的配置,以及在形成并充分利用其资源优势方面具有充分自由和权利的组织。也就是说,开展跨国经营的企业是一个产权明确的组织,企业可以凭借其资源和优势,在市场价格信号的引导下,通过对收益和成本的比较和分析能够自主制定公司包括跨国经营在内的企业战略,并采取相应的行动实现企业的成长。在这一潜在的假定下,(1)企业的跨国经营是企业成本收益分析的基础上做出的选择,提高收益和降低成本的追求是公司跨国经营的动力。企业通过跨国经营而获得的收益提高或成本的降低可以来自于公司企业的市场力量或竞争优势、交易成本的降低以及接近当地市场、充分利用当地优势。(2)进行跨国经营的企业被视为是一个资源的集合体——这个集合体集中公司的有形资源、无形资源和人力资源。其中,无形资源在跨国经营中起到重要作用,包括专利的技能、信誉、商标、管理技能、营销技巧等等。这些资源、能力、技术构成了企业优势的基础。既有的跨国公司理论没有一种能够把所有的因素全部考虑进去,因而我们对于国外学者研究的跨国公司理论要辩证的看待:一方面,他们非常注重实证研究,考察了大量企业的实践活动,积累了丰富的数据和资料,对于指导我国企业的跨国活动具有积极的指导意义,另一方面,我们也应当看到我国企业从事跨国经营活动是在与外国企业不同的背景下进行的,中国企业与这些经典理论得出所依托的企业在国家、行业和企业背景方面都有显著的差异,如表 3.3 所示:

表 3.3 先行国家与中国跨国公司的比较

	先行国家跨国公司	中国跨国公司
社会制度	资本主义制度	社会主义制度
市场特征	市场经济	计划经济过渡到市场经济
产品特征	高技术、高投入、名牌	低投入、标准技术、非名牌产品
主要海外投资地区	发达国家	周边国家和地区

国家背景方面。发达国家在国际化之初,已经拥有雄厚的经济基础,经济发展速度较快,普遍采用市场经济的形式,它们的物质资本和人力资本都达到了必要数量,出现了大批具有竞争力的跨国公司。政府也制定了配套的符合产业分工

理论、比较优势理论的产业和外贸政策。而中国则是在计划经济长期居于统治地位，逐步由计划经济向市场经济转变的过渡经济体制，政府和企业都面临着转变职能，以适应市场要求的问题，是在不完善的市场和管理环境中成长起来的。

行业方面。发达国家国际化之初都具有成熟的工业，优势制造业，从事跨国经营多具有技术或资本优势。尽管目前中国的某些产业已经形成了成熟市场，很多产品的销量也居世界前列，但是要注意到中国产销量大的企业大多是劳动密集型产业以及资本和技术密集型产业中附加值较低的环节，大部分产品的核心技术都掌握在外国企业手中，中国企业只是从事组装加工工作。尽管近年来中国产业的技术水平和国际竞争力都得到了很大程度的提高，但与美英日等发达国家相比，仍然是缺乏国际竞争力的。科技人员是数量、专利申请数量和知名品牌都与发达国家存在显著的差距（见附表）。

企业背景方面。而传统理论多依据的英、日、美等发达国家的跨国公司大多是那些在国内市场竞争中具有垄断优势的企业，它们的跨国经营行为是国内生产经营活动的自然延伸。它们一般都不满足于出口，而是将对外直接投资作为占领海外市场和资源的重要手段，进行横向一体化和纵向一体化；多有金融寡头支持；抓住全球有利区位，以全球市场为经营目标，在全世界范围内实施生产要素的最优配置；通过资本和技术纽带将母子公司紧密联系在一起。中国目前从事跨国经营的企业大多数是国有企业。这些企业过去曾经长期生存在计划经济相对封闭的体制下，企业的经营思想、经营方针、组织结构、管理方式等都存在着严重的计划经济痕迹，这与国外企业与生俱来的市场经济体制有着本质的区别。近年来，中国经济又经历了由计划经济向市场经济的转型，国家和企业都在经历了根本性的转变，以便尽快适应市场经济体制的要求。因此，中国企业目前正面临着市场化和国际化的双重任务。一方面，国有企业改革从经营权扩大到产权；另一方面，大量的外国直接投资涌入，使中国企业在本土面对国际竞争。在这种情况下进行跨国经营，必然有着与众不同的特点和路径选择。中国作为世界上最大的经济发展中国家，目前从事跨国经营的企业大多规模比较小、技术水平较为落后、竞争实力比较弱的企业，在与国外跨国公司的竞争中实力比较悬殊。这些企业从事跨国经营活动与上述发达国家的强势企业所从事的跨国经营活动在进入方式的选择、组织结构的建立等方面必然存在很大的不同。

因此，我们在研究中国企业从事国际化活动时，既应充分地学习、分析、借鉴外国理论的研究成果，同时应该在调查、分析我国企业大量实践活动的基础上，认真分析、研究我国跨国经营活动的特点，指出我国企业国际化所依托的优势。

4 中国企业国际化所能依托的优势

随着改革开放，中国企业也逐步走向国际市场，从上面的分析可以看出中国企业的国际化经过近 30 年的发展，取得了瞩目的成绩，那么究竟中国企业走出国门靠的是什么与先行国家进行竞争的呢？同先行国家的企业一样，比如美国拥有垄断优势，中国企业必然也有着自己独特的优势，本章从案例分析的基础上，来总结中国企业国际化所可能依托的优势。

4.1 国际化背景及其优劣势分析

要分析中国企业国际化的优势，必然要回忆其背景和历程，本节从分析中国企业国际化的背景入手，来分析中国企业国际化的优势和劣势，并给出相关案例来论证这些优势。

4.1.1 中国企业国际化的背景

改革开放之后，我国对外打开了国门。引进外资的同时，中国企业也逐步的开始“走出去”的历程。中国企业国际化的背景可以从两个角度来考察，分别是国内背景和国际背景。从逻辑上说，国内背景是中国企业国际化的必要条件，是国际化的先期准备，而国际背景则是中国企业国际化的契机，正是由于国际化的蓬勃发展，其浪潮才席卷了中国企业，使其走上国际化的道路。以下分别阐述中国企业国际化的国内背景和国际背景：

中国企业国际化的国内背景是仍在向前推进的改革开放和经济发展的动态过程（徐强，2004）。首先，改革开放和经济发展提升了我国企业的素质并加强了其国际联系。自 1978 年改革开放以来，中国企业在制度转轨背景下的发展已经经历了 30 年。在这一进程中，中国经济始终保持着高速而较为稳定的增长，与此同时，对外贸易也大力发展，并成为了拉动中国经济增长的巨大动力之一。在经济发展的这一动态过程中，中国企业自身也得到了发展，企业制度的建设更为合理，企业在国际贸易过程中，与国际社会的联系日益繁多。

其次，改革开放也吸引了大量的国际资本以各种形式进入中国，如 FDI，收

购兼并等，这种国外企业的国际化行为在一定程度上成为了国内企业做大做强的参照。国外企业对中国的 FDI 往往能利用企业国际化的诸多优势，从而获得国际贸易不能获得的一些利益，这些客观现实的存在也成为了中国企业国际化的促动因子，引发了中国企业国际化的热情。

中国企业国际化的国际背景是经济全球化浪潮。洪朝辉认为近代世界经历了三次大的贸易全球化浪潮：第一次贸易全球化（1500-1850 年）是在 16 世纪世界贸易体系的形成过程中出现的，主要特征是经济地理的全球化，由此导致欧洲经济文明的全球扩散；第二次则起始于 19 世纪中期（1850-1945 年），主要特征是资本和劳动力的全球化；第三次全球化（1945 迄今）的主要动力是以美国为龙头的科技革命，其主要特征是市场和信息的全球化。在最近的这次经济全球化背景下，除了国际贸易的发展和各国外贸依存度的提高，其突出的特点就是国际投资和跨国企业（TNCs）的发展，而这两个都是企业国际的主要途径。

从 20 世纪 90 年代开始，国际直接投资不管在数量还是增长率上都非常大。同时，世界跨国公司也出现了跨越式的发展。1997 年 44000 家跨国公司拥有 28 万家境外分支机构，到 2004 年全世界有 61582 家跨国公司，926948 家海外子公司，对外直接投资高达 70000 亿美元，跨国公司海外子公司的产值分别占全世界 GDP 的 1/10 和出口贸易的 1/3。61582 家跨国公司的技术转移占全球的 90%，并且控制着全球贸易和投资的 60%，拥有世界上 80% 的新技术和新工艺，生产的产品占全球的 40%。跨国公司已经主宰了世界经济的命运，成为推动经济全球化的主导力量。

毫无疑问，国内经济的动态发展和经济全球化的浪潮已经成为了中国企业国际化的有利背景和契机。

4.1.2 中国企业国际化的优势：国家层面和企业层面的分析

自上世纪 80 年代开始实施改革开放积极融入世界经济中以来，中国企业利用自己的优势与世界其它国家展开竞争，在国际舞台上发挥越来越重要的作用。那么是凭借的优势有哪些呢？笔者认为可以分为国家层面和企业层面的优势。本部分内容如图 4.1 所示。

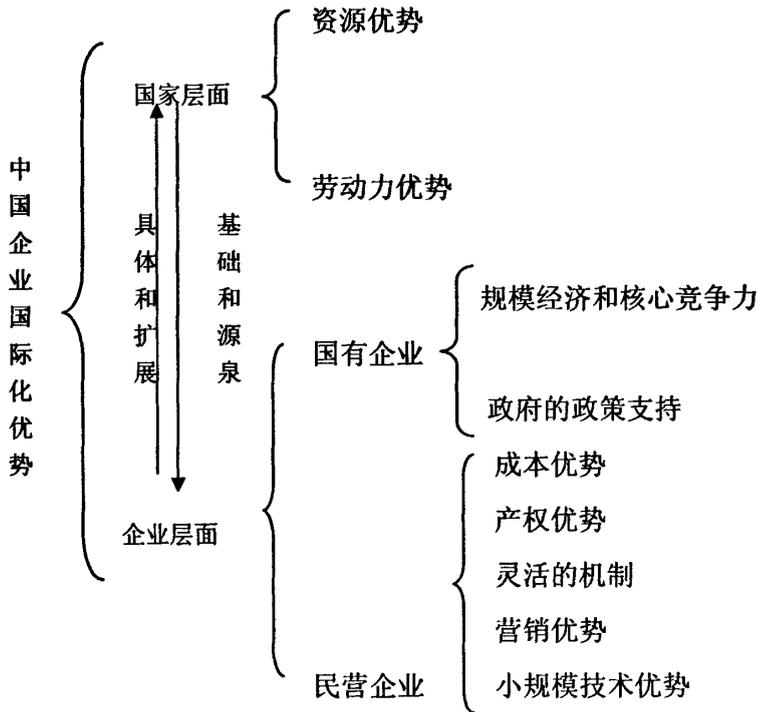


图 4.1 中国企业国际化优势

(1) 国家层面。作为发展中国家，中国的劳动力和资源密集型产业天生地拥有了两个最大的天然禀赋优势，一是丰富的自然资源优势，中国拥有世界上最广袤的土地和丰富的矿产资源，土地、煤炭、水力、金属等自然资源等位列世界前列，同时，发达的农业也为工业的发展提供坚实的基础，多种农作物的产量都高居世界首位。第二个优势是中国拥有世界上最丰富的劳动力资源。中国 13 亿人口中，其中八亿左右在农村，在近年的城市化进程中，大量的劳动力涌入城市，为工业的发展提供大量的劳动力，而且由于劳动力的供给量大，处于相对过剩状态，中国劳动力价格也非常低，体现在工资水平上就是中国的劳动力平均工资水平只有发达国家的几十分之一左右。

(2) 企业层面。由于国有企业和民营企业进行国际化在规模、动机、制度和资金支持等方面的存在的差别，这里我们将企业层面的优势，进一步细分为国有企业和民营企业：

——国有企业。a. 规模和竞争优势。中国国内庞大的市场规模能够为中国企业国际化准备阶段提供较充分的国内竞争条件，并积累必要的规模优势。我国目前的家电业都是在经历充分的国内竞争后才产生了成群的跨国投资者，国内市

市场竞争充分能够为企业走向国际市场提供良好基础。同时，国内庞大的市场规模，使得国内企业可以在国际化之前就获得规模效应带来的低成本优势，而这在其国际化过程中，必将为其赢得更多机会。

b.政府的政策扶持。由于企业竞争力是国家竞争力的核心，而我们国从历史以来一直是国企处于国民经济的主导地位，因此政府在国企走出国门也发挥了第一位的作用。通过直接或间接参与市场经济、政策影响及法律规范，为国企创造市场经济高水平的竞争基础和环境。我国国企的成长和发展，较多地得到了政府的支持，有些甚至是在政府的保护下发展起来的，如部分垄断性企业，政府为其跨国化积极提供政策和资金支持。

——民营企业。中小型的民营的跨国公司虽然在规模经济、研究开发、资本和人才等方面不及在国内占垄断地位的大型国有企业，但他的竞争优势是比较明显的：

a.成本优势。劳动力成本低廉是我国企业参与国际竞争的比较优势之一，民企业家从经济效益最大化的角度合理配置人员，充分发挥比较优势切实转变为竞争优势

b.产权优势。民营企业产权明确，投资者就是经营者，不存在委托---代理问题，隐私，民营企业会从自己的切身利益出发，谨慎投资。

c.营销优势，民营企业都是在国内激烈的竞争环境中成长起来的，对市场更敏感，更能开拓和适应国际市场，能根据市场需要迅速开发东道国所需求的产品；同时，民营企业所使用的技术并不一定是最先进的技术，但往往是更符合东道国市场需要的技术；另外，民营企业由于技术、人力、生产成本都很低，因此在产品价格方面有很大的优势，易为东道国接受。

d.灵活的机制。中国的民营企业内部管理层少，信息沟通方便，反馈快，能随时根据市场变化做出灵活的决策；同时，灵活而专业化的生产和经营方式在民营企业与大企业之间架起一座协作的桥梁。

e.小规模技术优势。尽管民营企业财力弱小，但由于它们时刻处在市场的缝隙之中，能够深切体会到来自市场的压力，并把这种压力转化为技术创新与技术开发的动力。因此，重视技术创新与技术开发早已成为民营企业的自觉行动，并已经成为中国技术创新领域的重要力量。根据由中国民营经济研究会、全国工商联等机构对全国近 203 家民营企业的调查报告（2002），有 43.6%的调查者对新产品、新技术、新项目的研发投入了资金，其投资金额的中位数为 30 万元，占当年销售额的 4.5%，有 12.7%的被调查企业拥有自己的专利技术，当然调查也显示，这些技术主要适用于小规模的经济。这也是为什么大多数民营企业在“走出去”时都选择

经济相对落后的地区或者发达国家的被忽视的一些产业。

4.1.3 中国企业国际化的劣势

尽管有着上述分析的优势，目前，中国企业国际化也存在许多不利因素，总得来说，有四个方面的原因。尤其，对于民营企业而言，更是存在一些国有企业没有的软肋。本部分首先总体上概述中国企业国际化的劣势，再详细阐明民营企业遇到的特殊瓶颈。

中国企业国际化的劣势（1）中国企业国际化的起步是从不完善的市场和管理环境中成长起来的，这暗示了企业本身需要一些经营和制度上的完善。自从改革开放，中国才开始发展商品经济，且市场经济的巨大转型仅仅是在 20 世纪 90 年代初才开始摸索。完起步也导致了中国企业自身的不成熟，在其国际化进程中这已经成为了一个制约因素。（2）由于实力和政策原因，中国企业总体上国际化程度不高除少数成功企业之外，大部分企业国际化还处于道路探索阶段。（3）从竞争对手行动来看，20 世纪 90 年代跨国并购和投资疯狂增长，而主要发生在发达国家，1998 年增长率高达 91.0%。这就意味着国际巨头通过跨国投资几乎占领了包括世界产品和要素资源的全部“制高点”。中国企业作为后来进入者势必面对更多的挑战。（4）企业的核心技术在很在成上还依赖于发达国家，缺乏创新性。

除此之外，民营企业还存在四大其他所有制企所没有的劣势：（1）民营企业生存环境先天不足。一些地方对待民营企业投资经营政策缺乏稳定性，时紧时松，说变就变，投资收益权屡受侵犯，投资所有权的安全性、完整性与独立性不能保证。

（2）技术创新能力先天不足。中国约有 2/3 的民营企业从事第三产业，而且主要是从事餐饮、娱乐等技术含量低的行业，从事信息产业、信息咨询、环保、医疗等技术知识密集型的新兴第三产业的民营企业很少，在从事第二产业的民营企业中，高科技企业也很少。（3）跨国经营经验先天不足。在进行跨国经营之前，对国际市场的竞争形势和游戏规则缺乏深入研究，对自身的竞争优势没有认真分析，没有进行明确的发展定位，也缺少完整的发展战略，导致在一些具体经营操作问题上出现失误，企业经济效益下降甚至出现亏损。（4）防范风险能力先天不足。由于民营企业的跨国经营处于初期发展阶段，很多民营企业的内部结构和管理体制都

还难以适应国际市场竞争的要求。

4.2 中国企业国际化可能依托的优势：典型企业案例及其启示

目前，随着中国经济参与国际化竞争程度的加深，越来越多的企业走出国门，进行跨国经营。在这其中，既有传统的国有大企业，也有新兴的民营企业；既有资本集聚型的钢铁行业，也有技术研发型的信息产业；既有规模庞大的大型企业集团，也有管理灵活的中小型企业。以下选举几个有代表不同所有制性质、行业和规模的企业，对其国际化历程进行深入的研究，并分析每个企业国际化所依托的优势及其启示，最后列表总结所列举企业所依托的优势，如表 4.2 所示

案例一、首钢集团

1978 年后，首钢成为第一批企业改革的试点之一，进入了发展的黄金时期，由一个单一的钢铁企业，发展成为以钢铁为主，兼营矿业、机械、电子、建筑、金融、贸易等十几个行业。也就是在改革开放初期，首钢开始了国际化的历程，由于这个时期它在生产和技术水平与国际先进水平相比都有明显的差距，因此进行了大规模的技术改造，于 1978 年与英国钢铁公司和英国电气公司签署了包括了设计、规划等内容的咨询合同，位于河北迁安的铁矿（属于首钢）也引进美国伯利恒钢铁公司技术进行改造，在引进技术的基础上，首钢积极进行自我改造和创新，提高自己的技术水平和生产能力。1980 年开始第一次出口产品，创汇 120 亿美元，占当年首钢销售总额的 0.1%。

从 1985 年 5 月，首钢与瑞典康泰尔公司建立了以生产电热合金为主的生产型的首钢康太尔合资公司开始直到 1992 年，首钢建立了 23 家中外合资企业，行业涉及电子、建材、食品、家私、建筑、纺织、仪器仪表、水产养殖、机械、工程设计等行业，实现了产品的多元化，在此基础上扩大产品和技术出口，海外投资初见成效。1984-1986 年，首钢累计出口收入只有 380 万美元，但是先进技术的进一步引进，产品竞争力逐步提高，从 1987 年开始进入了出口的迅速增长期。1987 年首钢出口额达 670 万美元，比上一年增长 318.8%，1988 年出口创汇 2070 万美元，年出口增长高达 209%，1991 年首钢出口首次突破亿元大关，创汇 2.1 亿美元，出口额占年销售额比例达 12.6%。1988 年，首钢在美国宾夕法尼亚州匹兹堡正式注册成立了首钢第一家海外独资企业---宾州首钢机械设备公司，宾州公

司作为首钢在海外的一个重要窗口，广泛联系海外客户，促进技术引进、推动产品出口。90年代开始，首钢开始进行技术出口，它的高炉喷煤粉、顶燃式热风炉等技术都受到外国客户的广泛欢迎。这一时期合作的外方企业为首钢通向国际市场的桥梁，为首钢下一步实现跨国经营打下了坚实的基础。

首钢海外直接投资的初始进入方式，是于1988年7月购买了美国拥有100年历史的老牌国际著名冶金设计公司——麦斯塔国际公司（Meata International Company）70%的股份。这一举措对于首钢提高设计和生产技术水平、以技术出口带动成套设备和海外工程项目、人才培养方面都发挥了关键作用。1992年开始，首钢的国际化进入一个新时期。1992年6月成立了“中国首钢国际贸易工程公司（简称中首公司）”，主要从事进出口贸易、海外工程承包、国际经济技术合作、远洋运输、房地产开发、海外投资等业务，中首公司在香港、欧洲、美国设有分支机构，在秘鲁、阿联酋、印度尼西亚、菲律宾、印度等地投资并经营矿山及刚加工企业，使得首钢的跨国经营获得了长足的发展。仅1992-1993年短短的两年时间内，首钢集团就建立了17家海外投资企业。这一时期扩大跨国经营的主要方式是通过并购方式来进行的，主要的活动有在香港的一系列收购活动和后来轰动一时的收购秘鲁铁矿。由于国务院于1992年7月授予首钢很大的资本融通权，这个时期的并购就主要是通过直接利用海外资本市场。1995年以后，中首公司随着国内外经营环境的变化和首钢集团的发展战略，对海外经营业务进行了调整，根据自己的竞争优势，形成了出口、海外承包工程、国际航运、采矿为主要的海外经营格局。

从以上的分析可以看出，首钢之所以成为跨国经营的主体首先主要来自于在国内的市场竞争中形成的企业优势，另外也获得了国家的跨国经营权和相应的政策支持。

案例二、奇瑞汽车有限公司

成立于1997年的奇瑞汽车有限公司从散件组装开始稳打稳扎海外市场，逐步提高海外市场的销售和影响力。奇瑞的CKD项目已经建立了伊朗、乌克兰、俄罗斯、埃及等国家的海外生产基地。2003年，奇瑞和伊朗的IKCO公司签署合作协议，奇瑞的QQ车以CKD（全散件组装）的方式进入伊朗。当初，奇瑞

的两款车以合资制造的方式在伊朗当地生产，采用 CKD 的方式，经过一段时间的生产后，最终实现在当地的本土化生产。2006 年 9 月，奇瑞旗下的奇瑞 A15 开始在伊朗上线，但是由于此车的一些配件在伊朗本地采购，因此，在伊朗以“SEPEHR”的名称销售。2004 年 11 月，奇瑞和马来西亚公司签署协议，授权其制造、组装、配售和进口代理奇瑞汽车。2006 年 1 月，奇瑞与它的乌克兰汽车总代理 CMI 公司签署 CKD 协议，决定由五克拉加工组装奇瑞，2006 年 2 月，奇瑞汽车在乌克兰年度车型评选中排第二名，在乌克兰市场的影响力逐步扩大。2006 年 2 月，奇瑞与俄罗斯阿芙达托尔公司签署了汽车生产协议，组建合资公司来组装奇瑞汽车。2006 年 8 月，奇瑞在埃及的组装厂项目开始启动。

在海外市场上，奇瑞先发展弱市场，后发展强市场。在早期，奇瑞海外市场主要在中东和亚太地区，后来，海外市场发展的目标主要扩大到东欧、中南美洲和非洲市场，最后主要进入欧美市场寻求更大的发展空间。2001 年 10 月，奇瑞产品进入叙利亚，拉开了产品走出去的序幕。随后，奇瑞产品在、伊朗、马来西亚、俄罗斯、乌克兰等几十个发展中国家销售，这里的竞争对手比较弱，或基本上没有汽车工业，在发展中国家的商场运作获得了渠道、利润和品牌及售后服务经验等方面的积累，为下一步进入美欧等发达国家市场奠定坚实的基础。2004 年 12 月，奇瑞和美国梦幻汽车公司签署了汽车出口协议。

除了运作 CKD 和 SKD（把汽车的四个轮子拆下来，发动机装好了再拆开）之外，奇瑞在国外也大量的寻找代理商，依靠它们的力量开拓海外市场。目前，奇瑞已拥有了 100 多家海外代理商，推动奇瑞产品进入 40 多个国家和地区。

可以看出，奇瑞拥有自主发动机研发能力的企业，而发动机向来都被看作汽车工业的心脏，因此，其在海外商场拓展，具有产品的自主知识产权和自主开发能力，并以自有品牌、自有技术输出的方式开发国际市场。相比其它国家的汽车工业例如日本的丰田和韩国的现代，奇瑞拥有自己明显的后发优势，最主要的就是成本优势，这主要得益于国内的廉价劳动力成本和土地优势。

案例三、格兰仕集团

成立于 1978 年的民营企业---格兰仕集团原先从事羽绒服生产，1992 年转向微波炉行业。转向微波炉之后，格兰仕将原来众多与微波炉无关的产业统统放弃掉，就连年利润 800 万元、出口 3000 万元的羽绒服产业，也果断出售，集中

精力做微波炉。随着格兰仕的发展壮大，公司也涉足了空调和小家电等产品，实现了产品的多元化，由规模经济效益的最大化，到范围经济效益的最大化。

经济学中规模经济的概念，就是某种产品的生产，只有达到一定的规模时，才能取得较好的效益。微波炉生产的最小经济规模为 100 万台。早在 96--97 年间，格兰仕就达到了这一规模。随后，规模每上一个台阶，生产成本就下降一个台阶。这种在成本下降的基础上所进行的降价，是一种合理的降价。降价的结果是将价格平衡点以下的企业一次又一次大规模淘汰，使行业的集中度不断提高，使行业的规模经济水平不断提高，由此带动整个行业社会必要劳动时间不断下降，进而带来整个行业的成本不断下降。

规模化带来了格兰仕首要的策略性成本优势。由于规模的优势，格兰仕得以大幅度降低很多成本，如采购成本，供应商给予一个大客户、乃至对自己经营状况有决定性影响的买家提供的价格与给予一个普通的客户的价格当然差别很大。

而格兰仕的研发也极大得益于格兰仕的规模，由于有每年差不多 1500 万台的规模，格兰仕虽然每年在微波炉上投入 4--5 亿元的研发费用，但分摊到每台微波炉上不过 20 多元，而如果一个企业的生产规模只有格兰仕的十分之一的話，同样的研发费用分摊几乎吃掉了一台微波炉的价格。格兰仕并没有单纯地寻求生产上的规模经济，而是努力寻求技术上的突破和开发出新的产品，以刺激市场需要，为成本领先优势奠定更坚实的基础。1995 年以来，格兰仕共获得球体微波、多层防漏等与微波炉相关的专利和专有技术 30 多项，同时共开发出 80 多个品种的新产品。每一个地区市场、每一个商场的产品组合都不一样，有效地控制了市场的方向。

“拿来主义”模式是规模经济下重要的细节。设备投资是绝大多数制造业企业的重要成本，而且是固定成本，因而也是最难以削减的成本。而格兰仕并不依靠自己的财力大举投资，而是以“拿来主义”为主，以自己的制造优势整合欧美的先进生产设备，不仅设备在同行保持了先进，而且成本非常低。例如，从国外引进一条高水平的空调生产线一般需要数亿元的投资，并且为了引进技术可能还附有其它条件，而格兰仕 2000 年从国外引进 3 条高水平生产线，基本是搬跨国公司的“洋枪洋炮”，只需花费较少的投资在配套设备上。因此，一开始就有了显著的固定成本优势。

由于格兰仕已经将微波炉的成本和利润都降到很低，任何一个跨国公司，要把微波炉的成本降到格兰仕之下，是相当困难的，甚至是不可能的。即使成本能

达到格兰仕的水平，但由于格兰仕已经拥有 70% 的国内市场占有率，如果把生产能力做到与格兰仕相当（为了使成本与格兰仕相当，其规模也不得不与格兰仕相当），仅两家的生产能力就会超过市场需求的 40%，结果，必然是两败俱伤。

其国际化的过程中也体现了外部规模经济，在发展过程中非常重视企业间尤其是国际间的分工与合作。在开发上采取项目制，其开发人员来自五湖四海尤其是日本、美国和欧洲。通过国际间的合作，既降低了开发成本，又提高了开发效率。有些关键部件，自己不生产而是进口或合作生产，确保了高质量，相应降低了成本；有些辅件，自己生产成本更高，就从国内采购，带动国内相关产业的发展。在国际上销售，主要采取 OEM 方式；在国内销售则靠众多的分销商。格兰仕通过与相关企业建立长期合作关系，降低了相互间的交易成本，形成了整合经济。

从以上分析可以看出，格兰仕集团的国际化主要依托两个优势：一是以低成本为核心的比较优势。二是凭借劳动力优势，实现由规模经济带来的低成本优势。

案例四、华为技术有限公司

华为技术有限公司成立于 1988 年，是一家由员工持股的高科技民营企业。主要从事通信网络技术和产品的研究、开发、生产和销售，专门为电信运营商提供供光网络、固定网、移动网和增值业务领域的网络解决方案。1996 年啊华为开始进行跨国经营，并在俄罗斯等市场进行投资布局。经过近 20 年的发展，华为已经在 40 多个国家建立了市场分支机构或合资企业技术开发与合作全球化，在印度、美国、瑞典、俄罗斯以及中国的北京、上海和南京等地设立了多个研究所，如表 4.1 所示，将销售额的 10% 以上，46% 的员工、1 万多人用于研究开发，如表 4.2 所示。截至 2006 年底，华为已累计申请专利超过 19000 件，连续数年成为中国申请专利最多的单位。对于研发系统普遍实施 CMM 管理：印度、南京、上海研究所及中央软件部通过 CMM5 级国际认证，北京所通过 CMM4 级国际认证。

表 4.1 华为的研发机构情况

国外研究所	国内研究所
美国硅谷研究所	华为技术（总部）
美国达拉斯研究所	北京研究所
瑞典研究所	上海研究所

续表 4.1 华为的研发机构情况

印度研究所	西安研究所
	成都研究所
	杭州研究所
	南京研究所

资料来源：根据华为技术有限公司各年的年度报告整理

表 4.2 华为的研发资源投入情况（1999-2004） 单位：亿元

1999	2000	2001	2002	2003	2004
8.2	15.8	19.7	17.5	21.1	30

资料来源：根据华为技术有限公司各年的年度报告整理

可以看出，华为投入不断加大了对科研的投入和管理的创新，将关键的技术和销售内部化，以优异的研发能力，实现产品差异化战略，在激烈的市场竞争中较快的争取到客户的认同和信任，获取了在国际市场现在的成就和地位。

表 4.3 案例中几个企业所依托的优势

企业名称	企业性质	依托优势
首钢集团	国有企业	规模经济，政府的相应政策支持
奇瑞汽车有限公司	民营企业	成本优势，核心技术，自主品牌
格兰仕集团	民营企业	成本优势，规模优势
华为技术有限公司	民营企业	核心技术，内部化优势

4.3 中国企业国际化所能依托所优势

以上几个案例，首钢是国有企业，奇瑞和格兰仕集团是民营企业，分别属于能源化工、汽车业、家电业和信息产业，涉及不同所有制、不同规模和不同行业，具有比较典型的代表性。通过以上几个案例，可以看出中国国际化的优势可以总结如下：

(1) 规模经济（或范围经济）优势

这种优势主要源于我国丰富的自然资源和劳动力资源，为企业的发展提供跨国竞争的最初级的条件。从以上的分析可以看出，中国拥有丰富的自然资源，劳动力供给量较大，因此劳动力成本相对低廉，使我国企业与别国竞争中处于优势地位，这也是中国企业走出去最明显的优势。另外，企业在经营过程中，有意识的逐渐扩大自己的生产规模和产品范围，产生规模经济效应。中小型民营企业国际化的优势则主要体现小规模的技术优势。其机理如图 4.2 所示。

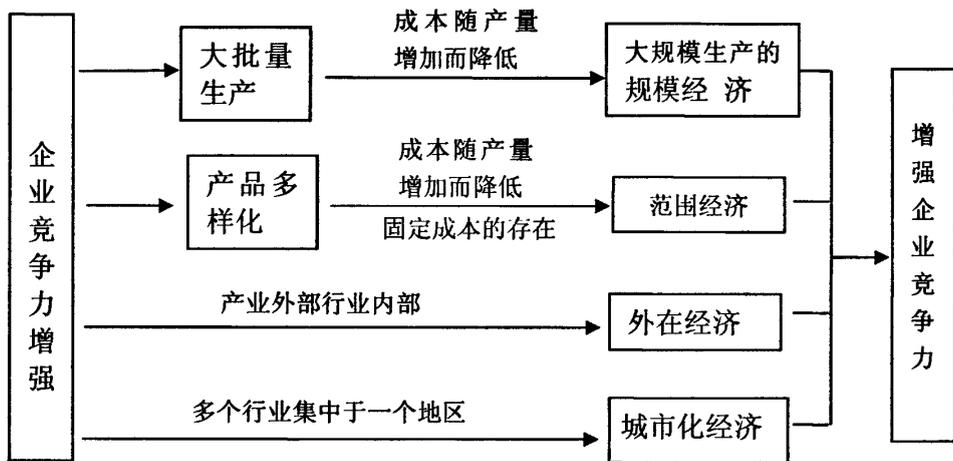


图 4.2 规模经济与企业竞争力相互作用的机理

(2) 企业核心资产竞争力

R.E.Caves 把核心资产定义为在给定的投入条件下，使企业比竞争对手生产成本更低的产品技术和知识。他认为在内容上核心资产主要包括工艺或设计专利、专有技术、商标和品牌、市场营销技巧以及使产品本身差异化的能力等，在上述核心资产中，Caves 特别强调企业使产品本身差异化的能力的重要性，认为这是企业进行 FDI 的真正优势所在。H.G.Johnson 更加强调技术本身的优势，主要来自对知识资本的占有和使用。中国企业在国际化初始时期，由于“走出去”的规模较小，经济实力比较弱，其技术等要素都是从发达国家进口，大部分利益都被掌握核心技术的发达国家所获得。随着“走出去”主体转向企业集团，如首钢、海尔集团公司、科龙集团等著名企业，它们在资金、技术、人才市场等方面都有明显的优势，对于在技术上依附于外国的状况越来越“不满”，；

管理方面,通过不断的摸索,已经创造了一整套具有海尔特色的管理之道,如“激活休克鱼疗法”、等先后被哈佛大学等国外著名大学商学院的 MBA 案例库收录。

(3) 区位优势

企业在海外进行直接投资需要选择一个有利的区位, 区位选择对企业发挥、保持和更新竞争优势具有重要的战略意义。区位优势包含多方面的因素, 如市场大小、增长趋势、用工成本、交通便利、税收制度、政治风险、汇率风险、文化差异、制度差异和政府政策等。首先, 区位选择与企业的竞争优势息息相关。一方面, 企业的竞争优势是相对而言的, 不同的区位选择意味着对自己的不同定位。另一方面, 区位也可以成为企业获得新的竞争优势的来源。例如康佳集团在印度投资组建彩电生产厂主要是基于对东道国的区位优势考虑: a. 印度投资环境良好。印度政局稳定, 近几年经济呈现持续发展势头。其经济发展政策, 利用外资政策及相应的法律、法规体系较为健全规范。外国投资者资金汇入, 汇出自由, 外资公司可以通过当地的资金市场筹措资金; 印度自然资源丰富, 基础设施较为完善, 且印度人口众多的发展中国家, 劳动力成本较低, 投资回报率较高。b. 彩电市场需求潜力大。近几年印度经济持续增长, 居民消费能力也随之提高, 在印度总体购买力不断上升的条件下, 彩电市场销售量有大幅增长。c. 康佳产品能以独特的优势进入印度彩电市场。目前印度生产的彩电在国内市场的占有率只有近 50%。由于彩电尚未形成生产规模, 也无自己的技术和产品开发能力, 其产品更换周期长, 新产品替换成本大, 因此国产彩电竞争力不是很强。而康佳研究和创新能力都比较强, 能以较快的速度改善和不断更新产品, 而且康佳彩电越来越为印度人所接受, 能以绝对优势与当地产品相竞争。

目前, 中国企业的跨国经营活动涉足 180 多个国家和地区, 其贸易的地区分布如表 4.4 所示。

表 4.4 对外投资的各洲覆盖比例 (%)

类别	2003 年	2004 年	2005 年
亚洲	81	91	93
欧洲	73	80	85
非洲	61	79	83
北美洲	50	75	75
拉丁美洲	49	43	45
大洋洲	35	45	36

资料来源：王志乐，《2007 走向世界的中国跨国公司》，p5

表 4.5 中国对亚洲主要国家的投资（单位：万美元）

地区	2003	2004	2005
香港	2463226	3039289	3650708
澳门	44686	62483	59870
伊拉克	43696	43487	43487
韩国	23538	56192	88222
越南	2873	16032	22918
泰国	15077	18188	21918
新加坡	16483	23309	32548
阿拉伯联合酋长国	3117	4656	14453
巴基斯坦	2748	3645	18881
蒙古	1342.00	7595	13063
日本	8931	13949	15070
印度尼西亚	5426	12175	14093
亚洲总额	265.59	334.1	406.29

资料来源：王志乐，《2007 走向世界的中国跨国公司》，p9-10

从表 4.4、4.5 大概可以看出中国对外投资的两个分布特点：

第一，中国企业的对外投资主要集中在周边国家和邻近国家。由于我国企业主要以境外加工为主要方式，在周边和邻近的国家和地区进行投资办厂，有利于发挥我国企业的优势。在这些地区投资的主要原因是我国地处亚洲，与多数周边国家和地区在文化、历史等方面有着共同的渊源，政府间交往频繁，这不仅有助于减少进入障碍，而且有助于降低投资风险。另外，这些国家或地区正在进行经济结构调整，经济发展较快，市场容量或潜力以及投资机会都比较大。

第二，中国企业积极发展对经济发达和比较发达国家和地区的投资。

对欧洲和美洲等发达国家和地区的投资规模比较大，而且呈现出明显的增长。对这些地区的投资的原因可以归纳如下：首先，这些国家拥有比较发达的工业基础，劳动力素质较高且价格较低，市场潜力大，一些国家还拥有丰富的自然资源，其经济与我国经济有一定的互补性；其次，这些国家由于过去经济发展战略的失误，造成在轻工业、纺织、食品和家电等行业相对落后，与中国有明显的差距，这为我国具有比较优势的消费品工业进入这一地区提供了广泛的机会。

4.4 基于规模经济的实证研究

前面的分析都是基于对中国企业国际化的现状、背景及具体的有代表性的案例得出的中国企业国际化的几个优势，在本部分以北京首钢股份有限公司为例，设计模型来验证规模经济优势。

4.4.1 基于计量模型的实证分析

以上分析的中国企业国际化的三个方面的优势，每一个优势包含的内容都比较广泛，例如企业核心资产竞争力就包括包括工艺或设计专利、专有技术、商标和品牌、市场营销技巧以及使产品本身差异化的能力等。可以看出，这些指标的具体量化是很困难的，而且鉴于本文的篇幅，这里仅对中国企业国际化最明显也最主要的优势规模经济进行具体的实证分析。

(1) 指标的选取

宋跃征，蔺涛，李文海，雷平静（2006）^①认为企业规模的指标主要有资产总额、净资产、营业收入、利润总额、利税总额、净利润。这里鉴于数据的可得性和文章的篇幅，选取资产总额，营业收入和净利润作为衡量规模的主要指标。国际化指标则选取企业境外资产占总资产的百分比。

(2) 模型的构建

国际化程度受到规模经济的三个指标的影响，建立模型如下：

$$\ln MI = C + k_1 \ln X_1 + k_2 \ln X_2 + k_3 \ln X_3 + \varepsilon$$

其中，

C 表示常数项

X_i ($i=1.2.3$) 指规模经济的指标资产总额、营业收入和净利润。

K_i ($i=1.2.3$) 指总资产总额、营业收入和净资产对规模经济的贡献率。

X_i 和 K_i 作为自变量，

MI 指对外投资额占资产总额的比例，用此作为衡量国际化程度的因变量

(3) 数据的选取

因为具体的企业层面的数据的获取存在一定的困难，而且每个企业的资产

^①宋跃征，蔺涛，李文海，雷平静，中国企业集团竞争力评价方法与实证研究，2006年9月

数据和对外投资数据每年可能由于政策有很大的变动, 本论文就选取前面所列举的案例首钢集团为例来验证规模经济对国际化程度的影响。首钢集团的规模经济指标和国际化程度指标分别如表 4.6 和 4.7 所示。

表4.6 首钢的规模经济指标数值(1997-2006) 单位: 百万元

年份 指标	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
资产总额	7935	7390	7378	9626	9714	10013	12950	13979	15137	16926
营业收入	8793	8797	11453	11917	12017	12581	15625	21074	21218	22141
净利润	608	830	722	588	709	683	821	1088	793	486

注: 1. 四舍五入至百万美元, 如2004年主营业务收入为21074354799.32元, 则四舍五入为21074百万元。

资料来源: 北京首钢股份有限公司1999-2006年年度报告

表4.7 国际化指标的数值(1997-2006)

年份 指标	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
总资产(百万元)	7935	7390	7378	9626	9714	10013	12950	13979	15137	16926
对外投资额(百万元)	254.23	250.24	330.84	424.55	499.95	507.54	580.42	557.47	600.98	620.33
对外投资/总资产(%)	0.0068	0.0068	0.0042	0.0409	0.0515	0.0507	0.0448	0.0398	0.0397	0.0366

注: 1. 四舍五入至百万美元, 如2004年主营业务收入为21074354799.32元, 则四舍五入为21074百万元。

2. 境外资产不能找到直接的数据, 根据附表十三、十四首钢在境外的全投资或控股公司的数据计算所得。

资料来源: 北京首钢股份有限公司1999-2006年年度报告; 北京首钢股份有限公司发行可转换公司债券募集说明书

4.4.2 实证结果的解释

用 Eviews5.0 软件分别对前面的回归方程进行检验, 对于三个变量对于国际

化变量的影响作用，回归结果表 4.8 所示。

表 4.8 经济三个指标对于国际化的影响作用的模型计量结果

Dependent Variable: LGJ

Method: Least Squares

Date: 03/25/08 Time: 21:52

Sample: 1997 2006

Included observations: 10

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-32.74317	12.12066	-2.701436	0.0355
LZCH	4.802215	2.843187	1.689025	0.1422
LYY	-2.097716	2.472242	-0.848508	0.4287
LJLR	0.681887	1.048790	0.650165	0.5397
R-squared	0.597412	Mean dependent var		-3.746251
Adjusted R-squared	0.396118	S.D. dependent var		0.984286
S.E. of regression	0.764887	Akaike info criterion		2.590998
Sum squared resid	3.510314	Schwarz criterion		2.712032
Log likelihood	-8.954988	F-statistic		2.967856
Durbin-Watson stat	0.911118	Prob(F-statistic)		0.119076

$$\ln MI = 4.8 \ln X_1 - 2.1 \ln X_2 + 0.68 \ln X_3 - 28.14$$

$$T \text{ 值} \quad 1.69 \quad 1.84 \quad 1.65 \quad R^2 = 0.8$$

从以上的实证数据可以看出，各自变量的显著性水平均可以。其中，规模经济的资产总额指标对于国际化程度指标 MI 的影响在 0.14 的水平上显著，两者呈现正相关的关系；营业收入与因变量负相关，对于因变量的影响在 0.43 的水平上显著，净利润对于因变量的影响在 0.54 的水平上显著，两者的关系是正相关的。其中，资产总额指标对于国际化程度的影响显著性相对较差。

回归结果显示，从 T 值和 R² 值可以看出这三个自变量对于因变量的解释力不是很理想。而且，实证结果还出现了一个预料之外的情况，营业收入不仅没有按照原先设想影响国际化，反而存在负相关关系，产生负面的影响。原因主要可能在于以下两个方面：

一方面，资产总额、营业收入和净利润这三个变量之间本身是存在相关性的，

其中，净利润是由营业收入扣除相关的成本和费用以后得到的，二者之间的相关性更大，这对于检验结果必然会造成的影响。

另一方面，数据的计算方法也存在一定的问题。本文讲的企业国际化主要指的跨国经营，因此数据应该选取企业的境外资产占企业总资产的百分比。但是，微观层面的数据要根据具体的调研来获得，由于时间等原因的限制，就只能选取对外投资额（包括从公司本身所控制或参股的境内外企业中，公司所投入的资产和对外投资额）。对外投资对于衡量企业国际化本身也存在偏差。

5 结论和政策建议

5.1 结论

本文写作的目的是探索中国企业国际化所依托的独特的优势。通过案例和实证分析，可以得出一下结论：

(1) 经典理论所分析的优势不适合于中国公司。通过将经典理论得出所依托的公司及其优势与中国现有的国际化企业进行比较，发现我国企业与先行国家在国家背景、企业和行业背景方面存在很大的差异，因此经典理论所分析的优势不适合中国企业。

(2) 中国企业国际化的优势在于规模经济、企业核心资产竞争力和东道国的区位优势。由于我国拥有丰富的自然资源和城市化进程大量涌入城市的劳动力供给，为我国跨国公司提供了先行国家竞争最为显著的优势，其次，企业要走向国门，还必须得有自己的专有技术、商标和品牌、市场营销技巧以及使产品本身差异化的能力等，即是有自己的核心资产竞争力，最后，通过本文的案例和具体的数据可以看出，中国企业的国际化几乎都在自身的优势基础上，充分考虑东道国的区位优势，正是这三个优势的结合，才使得中国企业国际化的进程发展遥遥领先于其它的发展中国家，成绩也较为卓越。

(3) 实证结果也进一步证实了规模经济优势对国际化的影响程度。这里选取资产总额，营业收入和净利润作为衡量规模经济的主要指标，尽管存在一定的片面性，但是计量检验的结果跟我们前面的分析一致，规模经济对国际化程度的影响是显著的。

5.2 政策建议

根据上述的结论，中国企业国际化的优势不同于先行的发达国家，我们不能照搬发达国家的模式，应该根据我国的具体情况，来进一步强化已有的优势，同时也要努力培养新的优势，为增强我国企业的国际竞争力，拓宽“走出去”的路径和渠道，依据结论，本文给出以下几点政策建议：

(1) 国家应该促使产业和企业加快实现规模经济。中国企业参与国际竞争的一个重要优势就是规模经济，但是，我们要认识到基于丰富的自然资源和劳动力资源基础上的规模经济是不可持续的。有上面的分析可以看出规模经济有三个层次的含义，因此，政府可以从这三个层面来入手，加强宏观调控，通过市场化进行助推，加强集约化整合，尽量将属于同一产业的企业集中到适合的地区，比如可以促使汽车产业向沿海、沿江转移，则企业之间可以实现资源和技术等方面的共享，形成产业规模，加强企业行业的整体国际竞争力。另外，随着大批的大企业集团如万向集团等的出现，这些企业拥有自己的核心资产竞争力，那么，国家就可以积极引导这些企业与国外企业联合，或进行兼并来提高规模经济。

(2) 加大技术扶持的力度。核心技术是企业参与竞争的力量源泉，而目前技术仍是中国企业国际化的软肋。那么究竟该如何来解决这种状况，提高企业的核心竞争力，就要靠国家和政府的共同努力。在企业自身努力的基础上，政府也要积极的通过立法、政策措施等间接的方式鼓励和引导企业技术创新。具体可以通过法律规范和保障企业的技术创新；综合运用财政、金融、税收、经济等手段，推进企业的技术创新。

(3) 建立专门的国外投资环境研究和开发部，为企业提供相关信息。从中国企业和世界其它国家企业国际化的实践可以看出，跨国化的主体都将东道国的区位优势作为一个重要的考虑因素。由于条件的限制，企业在了解和评估东道国的投资环境方面还存在一定的困难，因此，国家可以建立专门的国外投资环境的研究和开发部门，有条件也可以在各洲甚至各国建立分支机构，专门搜集东道国的资源优势和资源分布、政府对于外资的政策以及税收政策、交通运输条件等，总结以前企业跨国经营的失败和成功经验，对每个国家适合各个行业直接投资和跨国经营的可行性及投资环境的整体进行评估。这样，中国企业“走出去”就可以减少盲目性，有更多的底气。除此之外，政府还可以组织企业到东道国进行考察，帮企业打通政治脉络，这点对于政府发挥很大作用的发展中国家尤为重要。

(4) 认清国内行业发展所处的阶段和优势，引导不同产业走向不同的国家和地区。加入 WTO 五年多了，中国企业逐步脱离国家的“保护伞”，要与外国企业展开激烈的竞争，那么究竟哪些行业适合“走出去”以及走到哪里去就成为亟待解决的问题。国家有必要分析各个行业所处的发展阶段，引导企业过更安全更合

理的开启或继续国际化历程。比如，我国家电、纺织、食品等劳动密集型产业在国内市场已经饱和，处于“边际产业”，但是这些产业在国际分工阶梯低的国家，如西非、南亚和中亚等国家又是具有比较优势或潜在优势的产业。因此，在对外投资产业选择上应遵循边际产业基准，即将边际产业向国际分工中梯度低的国家依次转移，这样不仅可转移国内剩余生产力，为国内高科技产业的发展腾出空间，有利于国内产业结构的优化升级，还可充分利用东道国的资源优势，降低生产成本，获得比在国内生产更高的利润，更重要的是，还可通过加工贸易，绕过东道国的关税壁垒，为本国剩余产品开拓新的国际市场。

参考文献

- [1]A. M. Rugman. “Inside the Multinationals: the Economics of International Markets”[J], CroomHelen Ltd.1981,15(3):36-39
- [2]Agarwal.J. H: “Third World Multinationals and Balance of Payments Effects on Home Countries: A Case Study of India” [J]. London, Macmillan 1986,18(6): 84
- [3]Alan M. Rugman and Jing Li, Will China’s Multinationals Succeed Globally or Regionally? Available online 17 September 2007
- [3]Bruce. A. Blonigen “In Search of substitution between foreign production and exports” [J].Journal of International Economics 2001, 53(3):81-104
- [4]C. P. Kindleberger,“ American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment” [J]. New Haven, Yale University Press, 1969, 13(9):76-81
- [5]Eaton J.and Tamura A,1996.Bilateralism and Regionalism in Japanese and U. S. Trade and Direct Foreign Direct Investment Patterns[J].Journal of the Japanese and International Economics, 1996 ,32(4):98-103
- [6]FontagneL.and PajotM.1997. “How Foreign Direct Investment Affect International Trade and competitiveness: an Empirical Assessment”[J]. CEPPII, document de travail N. 1997, 32(12):97-167
- [7]G. D. A. Macdougall, “The Benefits and Costs of Private Investment from Abroad:a Theoretical Approach” [J]. Economic Record , 1960, 36(2): 13-35
- [8]Gordon I.R & Cheshire P.C”Locational Advantage and the Lessons of Territorial Competition in Europe ” [J]. Uddevalla , Sweden, 1998,15(7):14-26
- [9]H. B. Chenery and M. Bruno, “Development Alternatives in an Open Economy: The Case of Israel” [J].Economic Journal, 1962, 7 (3):76-97
- [10]Horst.T.“American Exports and Foreign Investment.Harvard Institute of Economic Research [C]. Discussion Paper, 1974, 21(6):362
- [11] J. H Duning: “International Production and the Multinational Enterprises [J].George.Allen and Unein.1981,21 (5):349
- [12]K. Kojima, “Direct Foreign Investment: A Japanese Model of Multinational

- Business Operations” [J].London, Croom Helm, 1978, 23(7):102-131
- [13]Koichiro Morikawa, “Impact of Japanese Foreign Direct Investment on the Japanese Trade Surplus” [J]. Journal of Policy Modeling 1998,42(4):427-460
- [14]P. J. Buckley and M. Casson,“A Theory of International Operation” [J]. North-Holland, Amsterdam, 1978, 6(14):167
- [15]P. J. Buckley and M. Casson, “The Future of the Multinational Enterprise” [J].London, Macmillan, 1976, 28(9):238
- [16]Robert A. Mundell “International Trade and Factor Mobility” [J].The American Economic Review, Volume47, Issue3, 1957, 24(6):321-335
- [17]Robert E.Lipsey Eric Ramstetter Magnus Blomstrom Outward FDI and Home Country Exports: Japan, The United States,and Sweden. [J]. SSE/EFI Working Paper Series in Economics and Finance, 2000, 59(3):369
- [18]R.E.Lipsey and Weiss, M.T. “Exports and Foreign Investment in Manufacturing Industries [C]. NBER Working Paper, 1976: 362
- [19]R. Vernon, “International Investment and International Trade in the Product Cycle” [J].Quarterly Journal of Economics, 1966: 80
- [20] S. Hymer, “International Operations of National Firms:A Study of Direct Foreign Investment” [J].Doctoral Dissertation,Massachusetts Institute of Technology,1960,28(12):236
- [21]Svesson, R. “Foreign Activities of Swedish Multinational Corporations, Economics Studies 25, Uppsala, Department of Economics [J].UppsalaUniversity.1996,25(4):157
- [22] Stephen Herbert Hymer.“The International Operations of National Firms, A Study of Direct Foreign Investment” [J].B.A., Mogill University ,1955,6(3): 31
- [23] Tamim Bayoumi and Gabrielle Lipworth. “Japanese Foreign Direct Investment and Regional Trade” [J].Journal of Asian Economics.1998, 9(4):581-607
- [24]项本武.对外直接投资的理论解释：一个文献综述[J].湖北社会科学, 2004(2): 28-31
- [25]廖运凤.中国企业海外并购案例分析[M].北京：企业管理出版社, 2007.6: 85-99
- [26]刘文纲.经济全球化与中国企业“走出去”战略研究[M].北京：经济科学出版

- 社, 2003.2:65-78
- [27]曾忠录.中国企业跨国经营决策、管理与案例分析[M].广州:广东经济出版社, 2003.4:123-135
- [28]李荣林.国际贸易与直接投资的关系:文献综述[J].世界经济,2002(4):27-33
- [29]李波,游晓霞.国际直接投资的贸易效应分析:对小岛清模型的扩展[J].商业经济与管理,2005(5):42-48
- [30]谢冰.外国直接投资的贸易效应及其实证分析[J].经济评论,2000(4):35-40
- [31]邓洪波.中国企业“走出去”的产业分析[M].北京:人民出版社,2004.9:139-152
- [32]吕政,曹建海.国际产业转移与中国制造的发展[M].北京:经济管理出版社, 2006.10:26-35
- [33]博阳,魏昕.中国企业跨国发展研究报告[M].北京:中国社会科学出版社, 2006.3:68-75
- [34]王志乐.2007 走向世界的中国跨国公司[M].北京:中国经济出版社, 2007.2:198-205
- [35]安保哲夫.日本式生产方式的国际转移[M].北京:中国人民大学出版社, 1999.1:46-59
- [36]陈石清.对外直接投资与出口贸易:实证比较研究[J].财经理论与实践,2006(1):23-30
- [37]王宏江,徐静珍.我国对外直接投资与出口贸易关系的实证研究[J].河北理工大学学报(社会科学版),2005(4):35-42
- [38]张碧琼.国际资本流动与对外贸易竞争优势[M].北京:中国发展出版社,1999: 253-266
- [39]赵伟.中国企业“走出去”:政府政策取向与典型案例分析[M].北京:经济科学出版社,2004.8:76-158
- [40]赵伟,古广东.民营企业国际化:理论分析与典型案例研究[M].北京:经济科学出版社,2006.6:32-96
- [41]鲁桐.发展中国家跨国公司理论及思考[J].世界经济与政治,1998(1):12-23
- [42]吴先明.国际贸易理论与对外直接投资理论的融合趋势[J].国际贸易问题,1999(7):25-28

- [43]冼国明, 严兵和张岸元.中国出口与外商在华直接投资: 1983-2000 年数据的计量研究[J].南开经济研究,2003 (1): 5-13
- [44]王洪亮, 徐霞.日本对华贸易与直接投资的关系研究(1983-2001) [J].世界经济, 2003.(4):29-22
- [45]陈小洪, 马骏, 中国企业国际化模式[J].新经济导刊, 2004 (5): 9-13
- [46]樊增强, 中国中小企业跨国经营研究[M].北京: 中国社会科学出版社, 2004 (8): 23-26
- [47]安永钊, 中国企业国际竞争力的比较优势模型与中国企业国际化的区位策略 [J].燕山大学学报, 2004 (2): 37-39
- [48]高晓雁, 中国民营企业化战略与策略[J].理论前沿, 2006 (2): 18-21
- [49]李璐, 小岛清的“边际产业扩张论”与中国对外直接投资的战略选择[J].湖南农业大学学报(社会科学版), 2005 (4): 25-29
- [50]王乃静, 产权改革与国有企业核心竞争力[M].济南: 山东教育出版社, 2006.10: 167-175
- [51]尤宏兵, 中国民营企业国际化经营[M].北京: 经济科学出版社, 2006.11: 39-46
- [52]宋跃征, 蔺涛, 李文海等.中国企业集团竞争力评价方法与实证研究[M].北京: 中国统计出版社, 2006.9: 82-87
- [53]陈伟, 张昊一.中国比较优势与对外直接投资研究[M].交通科技与经济, 2007,4: 113-119

附录

附表一 外国投资的分布，按产业和规模种类，1950

(单位：百万美元)

产业	有外国投资的企业 (百万美元)								
	1---5		6---25) 25		总值：所有公司		1950年 普查总值
	公司 数	投资 价值	公司数	投资 价值	公司数	投资 价值	公司数	投资 价值	投资价值
石油	10	27	9	129	7	3124	26	3280	3390
制造业总值	192	439	79	1010	27	1968	298	3417	3841
食品	9	25	17	212	5	209	31	446	483
纸制品	12	25	5	70	4	209	21	304	378
化学制品	21	43	14	170	4	174	39	387	512
初级和金属 制品	25	54	7	124	--	--	32	178	385
机械	34	78	11	137	5	331	50	546	420
自动化和电 力制品	26	60	9	121	3	176	38	897	871
其它	65	154	16	176	6	329	87	659	782

资料来源：Stephen Herbert Hymer (1960)，p129

附表二 首钢总公司对外投资 (控股) 项目

序号	控股单位及其控股子公司名称	成立日期	注册资本 (万元)	经营范围	首钢占股 (%)	法人代表
1	北京首钢新钢有限责任公司	2000.8	769376	钢铁冶炼，钢压延加工	53.74%	霍光来
2	北京首钢房地产有限公司	1998	6000	土地开发、经营	80%	毛武
3	博迪投资有限公司	2001.8	10000	项目投资管理、技术开发、转让等	75%	方建一

续附表二 首钢总公司对外投资(控股)项目

4	首钢日电电子有限公司	1991.12	102867	集成电路、芯片等	49	毛武
5	首钢莫托曼机器人有限公司	1996.8	5809	机器人生产销售	45	毛武
6	首钢环星触摸屏有限公司	1999.9	7617.5	触摸屏、计算机软硬件等	40	张兴恺
7	烟台首钢电装有限公司	1994.12	27646	汽车空调器全系统等	50	杜宝栋
8	北京华夏首科科技有限公司	2000.12	1900	自动化控制等	68.4	潘辛
9	北京科化新材料科技有限公司	2002.3	4300	半导体封装新材料等	41.86	方世碧
10	北京首钢天翔科技有限公司	2000.6	600	自动化控制、机电控制设备等	51	刘燕铭
11	上海京沪工贸开发公司	1992.6	200	钢材销售	50	魏祚燕
12	佛山市京禅工贸开发公司	1992.6	200	钢材销售	50	陈国精
13	河北省京冀工贸开发公司	1992.9	500	钢材销售	50	霍振克
14	天津市京津工贸开发公司	1992.1	500	钢材销售	50	王安玉
15	浙江京浙工贸开发公司	1992.1	600	钢材销售	50	董明生
16	陕西京秦工贸开发公司	1992.12	200	钢材销售	50	赵培德
17	大连经济开发区京顺工贸开发公司	1992.12	200	钢材销售	50	门韵
18	南京金京宁工贸有限公司	1995.12	300	钢材销售	51	冯桂如
19	海南京中工贸有限公司	1993.1	200	钢材销售	50	江山
20	北京京首贸易服务有限责任公司	1995.12	2000	钢材销售	51	缪有华
序号	控股单位及其控股子公司名称	成立日期	注册资本(万元)	经营范围	首钢占股(%)	法人代表
21	北京钢建达经贸有限责任公司	1998.7	400	销售水渣	51	金柱
22	武汉京金工贸有限公司	1996.9	122	钢材销售	34	陈建民
23	首钢营口耐火材料联营公司	1992.1	135.14	耐火材料	50	王建生

资料来源：北京首钢股份有限公司发行可转换公司债券募集说明书

附表三 首钢总公司（境外）合资企业、机构汇总表

序号	企业名称	企业性质	首钢投资 (万美元)	持股 比例 (%)	合营期 限(年)	注册时间	经营范围
1	首钢秘鲁铁矿有限公司	股份公司	11805.5	98.4		1993.01	铁矿生产
2	首钢控股(香港)有限公司	独资公司	13	100	长期	1992.01	投资控股
3	北京工业(利马)有限公司	合资公司	15	30	长期	1999.02	销售工业产品、兼营承揽工程项目信息服务及引进技术设备等
4	阿联首钢丝厂	合资公司	8.1	45	10	1992.11	钢丝、钢管等生产销售
5	首钢马来西亚有限公司	合资公司	16.04	70	20	1992.04	钢丝及制品生产销售
6	菲律宾佳可收有限公司	合资公司	23.3	90	20	1994.02	钢丝制品生产销售
7	印尼沙发利有限公司	合资公司	11	60	15	1993.08	电热扁丝生产销售
8	首钢德国有限公司	独资公司	54.41	100	30	1994.12	贸易
9	首钢迈阿密有限责任公司	独资公司	0.1	100	长期	1997.01	贸易
10	特凯海产有限公司	独资公司	64.87	100	12	1989.11	海产加工
11	伯里兹冠美有限公司	独资公司	56	100		1989.11	土地开发
12	津巴布韦贸易公司	独资公司	28	100		1999.06	贸易
13	首钢印度办事处	独资公司	5	100		2001.2	贸易、工程

资料来源：北京首钢股份有限公司发行可转换公司债券募集说明书

附表四 公司对外投资情况表(注册资本单位：万元)

序号	公司名称	注册资本	首钢股份 持股比例	法定 代表人	成立日期	主营业务
控股子公司						
1	深圳首钢先科数字光盘有限公司	10,490	51%	董钢	2000.07.03	数字存储光盘、多媒体软件
2	北京首钢凯思软件技术有限公司	2,000	71.25%	钟锡昌	2002.04.23	微电子工艺技术、各代集成电路工业技术的研究开发
3	北京首科微电子工业研发中心有限公司	500	57%	吴德馨	2002.03.01	新一代互联网络技术
4	北京首钢富路仕彩涂板有限公司	28000	50%	王青海	2002.04.30	彩涂板、镀锌板

續附表四 公司對外投資情況表(注冊資本單位：萬元)

5	北京首鋼嘉華建材有限公司	5000	60%	王毅	2002.12.05	礦渣綜合利用產品
聯營企業						
6	煙台首鋼磁性材料股份有限公司	5,900	25.43%	杜寶棟	2000.10.12	磁性材料的開發、生產與銷售
7	北京清華陽光能源開發有限責任公司	27,593	28.7%	榮泳霖	1994.02.22	玻璃真空太陽集熱管、太陽能熱水器、玻璃製品等
8	北京中關村软件园發展有限責任公司	50,000	46%	李保欣	2000.08.07	土地開發、高新技術開發
其他投資						
9	生命人壽保險股份有限公司	102,000	17.65%	李鋼	2002.03.04	各種保險、再保險及批准的资金運用業務
10	北京清華科技創業投資有限公司	20,000	12%	何建坤	2000.04.29	對高新技術企業進行投資及管理
11	北京博奧生物芯片有限責任公司	34,600	7.23%	龔克	2000.09.30	生物芯片技術、材料科學技術

資料來源：北京首鋼股份有限公司發行可轉換公司債券募集說明書

后记

在浙江大学学习的这两年，我逐渐开阔了自己的视野，从一个外语专业的学生到一个逐渐掌握了经济学的基础知识和研究方法的研究生。首先我十分感谢我的导师赵伟教授。赵教授治学严谨，诲人不倦，他给予我的孜孜不倦的指导使我收益颇多，尤其是让我通过参与课题研究，使我对经济学的一些领域尤其是国际化和区际化问题有了深入的了解。在我的毕业论文的从开题到最终成稿，赵教授倾注心血，给予了很多中肯的建议和指导。真心感谢经济学院的肖文教授、张小蒂教授、顾国达教授、宋玉华教授、黄先海教授等经济学院教师，他们的课，使我对经济学的知识逐渐有了比较完善的认识和理解，这也是我论文能够顺利完成的一个必不可少的因素。特别感谢日本的郑小平教授和藤田昌久(masahisa fujita)教授在文献方面所给予的帮助，感谢浙江大学管理学院的梅胜军博士在案例中公司的数据方面给予的帮助。还要非常感谢我的同学王永茂、江东、宫波、陈君君、孙琳、鲍姝婧和舍友，对我的论文都及时提供了帮助。还有其它同学，限于篇幅，不能一一例举，感谢他们。

当然，最感谢的是我的父母，“谁言寸草心，报得三春晖”，感谢父母和家人一直以来对我鼓励和支持，对父母的爱和报答之心是我永远前进的动力。