

市场开放、组织变迁与产业绩效^{*}

——以中国家用电器业的发展为例

贺俊 毛科君

摘要: 本文以中国家用电器业的发展为例,通过对相关行业发展轨迹的描述和分析,初步揭示出市场开放条件下跨国公司直接投资大规模进入对我国家电业市场结构、企业行为和产业发展绩效的影响。

关键词: 直接投资 市场结构 企业行为 产业绩效

当我们从产业的层面回顾中国二十几年的改革开放历程时,呈现给我们的是一幅各个产业所经历的不同的兴衰变迁的图景。虽然影响这些产业发展路径的因素千头万绪,各个因素之间的作用错综复杂,然而对这些因素进行梳理和提炼,我们仍然可以清晰地看到有三股力量始终主导着中国产业发展的方向和命运,这就是:制度转型、经济发展以及伴随着中国融入世界经济体系过程的市场开放。

这三股力量相互交织在一起,共同在中国产业发展过程中发挥作用。但是在不同产业发展的不同阶段,各个因素又发挥着不同程度和不同功能的作用。整体上看,由于较高的关税壁垒的保护,在过去的二十几年中,国际贸易和跨国直接投资对产业组织的影响相对有限,影响中国产业发展及其绩效的最主要因素仍然是制度转型和经济发展。制度转型意味着中国产业发展的微观主体在组织制度、融资方式、政企关系等方面都发生着深刻的变革,隐藏在这场变革背后的是市场力量在中国经济中的不断成长和渗透;而经济发展则意味着中国诸多产业的发展起点都较低,在此基础上,“赶超”成为中国产业发展始终回避不了的命题,较为积极的政府干预则贯穿产业发展的全过程。这样看来,中国的产业发展似乎始终面临着一个深刻的矛盾,这就是:一方面制度转型要求市场在资源配置中发挥日益重要的作用,但另一方面,“赶超”、“市场失效”又常常成为政府用“看得见的手”干预市场的依据。过去二十几年的产业发展也正是在这对矛盾的消长变化中进行的。

随着中国加入世界贸易组织后一系列条款的实施,这对矛盾对我国产业发展的影响仍将存在,但是来自国外的直接投资和国际贸易等市场开放因素对产业组织变迁和发展绩效的影响作用将逐渐凸现出来,在个别产业的发展过程中甚至会成为主要的因素。国内以往的研究多侧重于我们前面提到的制度转型和经济发展对产业组织的影响,从市场开放角度对产业组织进行研究的成果较少,本文是这方面的一个探索。笔者认为,家用电器业是我国市场开放程度不断提高(目前基本上已经成为完全开放的市场)、产业组织变化趋势已经比较明朗、产业发展绩效也比较令人满意的产业,因此,拟以中国家用电器业的发展为例,通过对相关行业发展轨迹的描述和分析,试图初步揭示市场开放条件下跨国公司直接投资大规模进入对我国家电业市场结构、企业行为和产业发

展绩效的影响。

一、外资进入与市场集中

跨国公司直接投资对东道国市场结构的影响是 1980 年代初期跨国直接投资领域和产业组织领域一个共同的重要议题,原因是跨国公司产生的原因与决定市场结构的因素有很大的联系。既有的理论认为,跨国公司产生的原因主要是基于三种优势,即“特殊资产的垄断优势”、“内部化优势”和“当地优势”,其中“特殊资产的垄断优势”是指跨国公司拥有的特殊技术、经营管理经验、商誉等无形资产,这些资产和跨国公司巨大的资本规模是跨国公司的优势所在,同时也构成其他企业进入产业(特别是资本和技术密集的产业)时面临的最主要的壁垒。另一方面,跨国公司的“内部化优势”使得这些优势很难溢出,因而可以攫取“特殊资产优势”创造的高额垄断利润。如果跨国公司采取直接投资的方式进入一国市场,跨国公司还将利用当地资源优势,进一步提高竞争力。正是基于这样的考虑,一般认为,跨国公司较容易克服产业的进入壁垒,因而在市场开放程度较高的资本技术密集的产业中,跨国公司的直接投资会促进当地产业的市场集中。事实上,1980 年代国际经济学界在跨国公司和产业组织两个研究领域的经验研究也基本证实了这样的结论。

然而这样的结论却很难从我国家电产业的发展过程中得到经验支持,相反,伴随着跨国公司直接投资在 1990 年代以后的大量进入,我国市场集中度并没有明显的提高,甚至在 1990 年代后期表现出集中度提高阻滞的现象。究其原因,已有的相关研究主要以东道国为发达国家和发展中小国作为研究对象,对东道国为发展中大国(如中国)的研究很少。发达国家的市场机制发挥作用比较充分,企业的过度进入行为一般不会发生;发展中小国的市场容量小,跨国公司的较大规模投资很容易导致市场集中度的提高。而市场机制作用不充分和较大规模的市场容量恰恰是中国产业发展的背景,在这样的背景下,跨国公司对中国家电业的大规模直接投资不仅没有促进生产集中度的提高,反而一定程度上阻碍了市场集中度的提高。

著名的跨国公司理论经济学家克莱克波克尔(Knickerbocker)曾从战略性行为的角度提出跨国公司选择以直接投资方式进入一国市场的原因。当跨国公司在国际范围内并不

* 感谢中国社会科学院工业经济研究所郭克莎研究员对本文的批评和建议。文责自负。

能形成紧密的寡占市场时,跨国公司往往采取模仿性行为,即当某个跨国公司采取直接投资进入一国市场时,其他的跨国公司意识到这种直接投资将挤占它们在该国的市场,也将以直接投资的方式进入该国,只有这样才能保证自己在这个市场的利润。进入市场后,一旦有领导企业扩大生产规模,其他企业也将扩大生产规模,以防止自己在可能的价格战中处于不利地位。跨国公司的相互模仿行为很容易导致东道国市场过度的生产能力和降价行为。随后,克莱克波克尔利用23个国家1948-1967年的数据进行了经验研究,结果证实了他的理论的两个推论,即如果跨国公司进入一国市场是一种战略性防卫行为的话,结果将是:(1)跨国公司倾向于集中于一段时间内进入;(2)跨国公司的进入主要发生于中度集中度的产业,即跨国公司的大量集中进入既不在低集中度产业也不在高集中度产业。在我国巨大的家电市场需求的推动下,跨国家电企业在1990年代大规模进入我国家电市场具有“战略性防卫”的性质。

1992年邓小平南巡讲话以后,中国的外资政策基本比较明朗,跨国公司直接投资的政策性风险逐渐减小。同时,伴随着中国市场规模的不断扩大,跨国公司进入中国市场的动机日趋强烈。此外,1990年代初中期中国家电产业的市场集中度相对国际市场仍然较低,产业组织调整的空间还很大,从产业组织的角度来看,家电产业并没有进入成熟期,这些都意味着中国家电市场对于跨国公司而言可竞争的空间还很大。另一方面,1990年代国内家电企业也存在对跨国公司资本的需求,原因是由于1980年代我国家电企业过度进入,导致生产项目上马过多。到了1990年代,企业生产能力大量过剩。随着企业之间竞争加剧,为了在竞争中保持资金、技术方面的优势,国内竞相寻求与跨国公司合作,一些本该淘汰的企业把吸收外资作为再生的出路。地方政府在其中扮演了推动作用。尽管家电行业主管部门曾经三令五申控制合资企业的建设,但为了保护当地企业的利益,地方政府不管行业主管部门意见,鼓励当地企业与外商合资,甚至会在国家对外商直接投资的现有优惠政策之外进一步提供税收、地产征用等方面的优惠条件。在合资成功后,利用外方的资金和品牌优势,生产国外品牌,继续与占有市场优势的国产品牌竞争。可见,1990年代国内家电市场的竞争加剧以及家电企业业绩的下滑使得国内企业对与跨国公司合资产生了需求。

在跨国公司进入动机,国内企业存在利用跨国公司资金、技术的条件下,一个内资和外资博弈的合作结果就很容易形成,再加上地方政府的作用使得限制进入的产业政策基本失去效果。在这种背景下,1990年代以来,跨国公司直接投资的方式大规模进入中国家电市场。据统计,1988年到1996年几年间,我国家电企业与跨国公司签订的合资项目大约有80几个,其中只有20个左右是在1988年至1992年间签订的,其余大约75%是在1992年至1996年签订的(王洛林,1997)。到2000年,全球500强跨国公司中的家电企业都已在中国建立了合资、合作企业(王洛林,2000)。可见,跨国公司进入中国家电市场从时间上来看比较集中,这可以作为跨国公司“战略性防卫”进入的间接证据之一。据中国家用电器协会统计,1998年销售收入超过10亿元的18家家电企业中,有5家为合资企业。从市场份额来看,合资品牌已占有相当的份额(见表1),且仍然以较快的速度扩大市场份额。

于是,1990年代中国家电业在供给相对过剩的状况下仍然存在大量的资本流入,只不过这时的产业成长不再表现为新企业的进入,而是现有企业的规模扩张,这种扩张既是资本积累的结果,也是跨国公司直接投资的结果。到1990年代末期,为了抵御合资品牌的进攻,国内的绩优企业也不得不

先后走上合资的道路,如海尔、春兰、科龙、荣事达、美菱、新飞等基本上都与国外著名家电业跨国公司建立合资或合作的关系。但作为跨国公司“防卫性进入”和国内企业“被动合资”的结果,合资企业或项目的控股权往往掌握在跨国公司手中(见表2)。跨国公司进入我国家电市场基本上都选择与国内企业合资而非新建投资,是跨国公司“战略性防卫”进入的证据之二。原因是就我国家电业的情况看,合资可以利用合资中方现有的厂房、设备甚至营销渠道,从而加快进入市场的速度,为争取市场份额赢得时间。

表1 1998年主要合资品牌的市场占有情况

	主要生产企业	合资品牌产量占全国产量的比例
空调	上海夏普、上海日立、上海三菱电机、广东三菱重工、天津乐津、广东松下万宝等	约20%
洗衣机	无锡西门子、杭州松下、上海夏普、合肥三洋、上海惠而普、南京乐津	10%强
电冰箱	长沙伊莱克斯、无锡松下、苏州三星、上海夏普等	10%强

数据来源:中国家用电器协会。整理自:王洛林,2000。

表2 1990年代中后期主要家电企业合资情况

合资外方	合资中方	外方持股	品牌	产品	设计生产能力(万台)
日本三洋	沈阳空调器厂	控股	三洋	空调器	50
日本三菱	上菱电器集团	控股	三菱(蓝波)	空调器	50
美国惠而普	深圳石化公司	40%	惠而普	空调器	40
瑞典伊莱克斯	湘中意公司	60%	伊莱克斯	电冰箱	100
韩国三星	苏州香雪海公司	控股	三星	电冰箱	100
德国博世西门子	安徽扬子电器公司	控股	博西扬	电冰箱	100
日本夏普	上海广电集团	控股	夏普	电冰箱	100
美国美泰克	安徽荣事达集团	控股	美泰克	电冰箱	100
韩国LG	江苏春兰集团	50%	LG	电冰箱	100
日本松下	无锡小天鹅公司	80%	松下	电冰箱	100
德国博世西门子	无锡小天鹅公司	60%	博西威	洗衣机	30

资料来源:整理自:谢伟,1999。

从表2我们可以看出,为充分利用规模经济,跨国公司与国内企业合资的初始生产规模都比较大,因而有些学者认为跨国公司直接投资有利于优化我国产业组织(王洛林,江小涓,2000,11页)。但是,我国家电业引资的经验表明,从市场集中度看,跨国公司的大规模进入不利于市场集中度的提高,原因是市场集中度并不是衡量企业绝对规模的指标,而是衡量市场份额在企业之间分布的一个相对指标,市场集中化过程以什么样的速度推进取决于企业之间竞争力量的对比情况,即市场结构的对称性。跨国公司进入像我国这样的发展中国家市场时并非将其最先进的技术引入,而是将较为先进的适用技术引入到当地市场,这些技术多是已经比较成熟的技术,差别化水平并不大;在管理、营销方面,跨国公司也都基本上具有相当的竞争实力;此外,跨国公司进入我国时间上的集中性,使得没有哪一个跨国公司能够获得明显的先动优势,这些条件都导致家电市场上市场结构的对称性。市场结构的对称性又使得大企业之间的合并变得困难,因而不利于市场集中化的实现。在跨国公司大量存在的情况下,这种困难不仅来自于市场结构,还来自于跨国公司本身。跨国公司为了不削弱自己在全球市场上的竞争力量,通常不愿意让自己的子公司与其他跨国公司的子公司合并,当然更不愿意被其他跨国公司的子公司兼并,从而成为市场集中化的不利因素(Fishwick,1982)。在我国家电企业之间,这种兼并、合并可能更为困难,原因是目前许多家电企业都是以内

资国有资本与跨国公司合资形式存在的,不仅跨国公司间难于合并、兼并,国有资本之间的合并、兼并也很难进行(张维迎,1999),在内资、外资都存在的条件下,一项合并或兼并至少要涉及四个方面的利益主体,交易成本自然会很高,交易也就很难实现。从这个意义上说,至少在一定期间内,跨国公司大规模进入我国家电市场并不利于市场集中化的实现,加剧了生产资源利用效率低下的现象。

在规模经济较为显著的家电产业中,市场的非集中意味着配置效率的缺失,至于技术效率和动态效率的实现程度取决于行业中的企业行为,这也正是我们要在下一节讨论的问题。

二、外资进入与企业行为

据统计,2000年我国彩电业全行业利润率仅为2%,利润总额仅为5.4亿元,而2000年索尼在中国销售彩电的利润为10个亿,等于国产彩电企业利润总额的2倍。在国内竞争最激烈、经营企业经济效益最差的彩电行业,跨国公司仍然可以获得丰厚的利润,在其他家电行业类似的效益差距也在内资企业和跨国公司之间不同程度地存在着,这与跨国公司的竞争优势和采取的竞争行为有直接的关系。

我们知道,跨国公司进行直接投资的一个主要原因在于跨国公司“特殊资产的垄断优势”的实现,跨国公司拥有的特殊资产主要表现为先进的技术和其他的无形资产。相比之下,内资企业的核心技术和关键部件主要通过进口和引进获得,举例来说,虽然我国早已成为全球最大的空调器生产基地,但高性能柜机仍要采用美国谷轮公司的涡旋压缩机,同时几乎每个空调厂推出的变频空调都离不开日本公司的技术。又以彩电为例,由于我国大规模集成电路工业与大屏幕彩电整机的需求仍然存在差距,一些关键元器件如IC、大屏幕彩管还需要进口,在新一代数字电视、高清晰度电视、新型平板显示器件、多种功能电视产品的开发等方面,与国际水平相比明显滞后。从表3可以看出,从生产设备来看,我国家电企业采用的生产设备技术与国际水平还有一定差距,表现在达到国际水平的生产设备占行业生产设备总数的比例仍较低。

表3 1995年家电业全部独立核算大中型工业企业主要工业生产设备技术状况(已安装设备)

主要工业生产设备名称	年末设备数量(台/套)					年末设备价值(千元)				
	合计	国际水平	国内先进水平	国内一般水平	国内落后水平	合计	国际水平	国内先进水平	国内一般水平	国内落后水平
彩色电视机装配生产线	230	3	124	100	3	979974	42319	761261	174452	1942
彩色显像管生产线	13	5	7	1	-	3766695	1439597	2181285	145813	-
洗衣机组装机生产线	100	18	41	41	-	108891	60447	23338	25106	-
电冰箱、冷冻箱装配生产线	142	63	55	22	2	243705	110233	112136	20316	1200
空调器装配生产线	112	51	43	17	1	227199	94288	112590	19666	652

说明:国际水平指达到1980年代末1990年代初经济发达国家同类设备的技术水平。

数据来源:《1995年中国工业普查资料综合·行业卷》,1997年。

技术方面的竞争格局决定了我国家电市场的企业行为:跨国公司可以采取技术领先的竞争手段,技术领先的结果是企业可以赢得较高的利润和利润率;而内资企业只能采取技术追赶基础上的规模扩张战略,这种战略的市场效果是企业

虽然可以占有较高的市场份额,但由于过度依赖价格手段,因此企业的利润和利润率通常较低。以1998年为例,我国21英寸彩电、25英寸彩电的平均价格分别比1997年同期下降了12.62%和11.96%;空调市场上,分体冷暖和分体单冷空调器的平均价格也分别比1997年同期下降了12.23%和10.12%。1998年,整个家电行业的平均利润率已经降到3%~5%左右。

从产品来看,内资企业的产品档次普遍较低,产品附加价值不高。高档产品主要被跨国公司占领,中国品牌产品主要占领中低档市场。出口方面,中国出口家电产品的附加价值较低,按1999年计算的中国家电产品进出口单价表明,整机的出口单价一般为进口单价的1/5~1/3(见表4)。此外,在中国1999年出口的家电产品中,一般贸易品只占出口总额的18.3%,而附加值较低的加工贸易品占出口总额的81.7%。

表4 1998年我国家电产品进出口平均单价

(单位:美元)

	进口单价	出口单价
冰箱(冷冻箱)	270.02	82.02
空调器	888.72	242.42
洗衣机	255.68	92.19

数据来源:《中国轻工业报》,2000-05-22。

我们知道,跨国公司与内资企业在家电业的产业内分工主要表现为跨国公司主要占据高端产品市场,而内资企业主要占据中低档产品市场,造成如此产业内分工格局的原因是跨国公司与内资企业在生产工艺、产品技术甚至组织管理等方面存在差距,而这种分工格局的一个结果是跨国公司的利润和利润率往往较高,内资企业的平均利润和利润率水平偏低。在利润差距的驱使下,内资企业必然要通过合资、引进等手段加强学习和模仿,从而不断地从中低档产品市场向利润丰厚的高端产品市场发展,而跨国公司在内资企业的竞争压力下则不断地将更先进的技术引进中国市场或者开发出更先进的生产技术和更好的产品。所以,一定程度上,跨国公司在内部管理、营销、技术等方面为内资企业树立了学习的标尺。以四川长虹电器股份有限公司为例,随着市场竞争的加剧,仅靠引进国外的先进技术和生产流水线,“克隆”贴有自己品牌的机器,已不是长远发展之计。长虹借鉴“硅谷模式”,向研发全球化迈出重要一步。为了加强技术力量,长虹出巨资与世界九大国际著名大公司建立联合实验室,先后成立了长虹-东芝、长虹-三洋等九大中外联合实验室,以科技研发开拓国际市场,长虹进入空调市场的主打品牌“自然风”就是长虹-东芝联合实验室开发的。九大联合实验室在彩电领域每3天就申请一个专利,每5天就能开发出一个新品。从企业的技术行为看,1990年代中期以来,我国家电企业整体上逐渐由技术引进向技术外取发展。如海尔、长虹、TCL、科龙、小天鹅、康佳、海信等都在海外设立了技术开发机构。并且,成功的技术外取在我国一些家电龙头企业的发展中起到了重要作用,推动了国内家电产品的升级换代。伴随着企业行为的变化,我国家电企业的组织形式也发生了相应的变化,表现为企业由实“橄榄型”向“哑铃型”的企业组织结构转变。我国加工制造企业普遍表现出的中间(加工制造环节)大、两头(研发和市场营销)小的“橄榄型”特征,是导致我国工业生产能力过大、附加价值低的重要原因之一。与那些“橄榄型”企业形成对照的是,我国家电业的海尔、康佳、TCL等具有国际竞争力的家电企业一直在不断扩大营销和技术研发部门的规模(国家计委宏观经济研究院课题组,2001),这种变化正反映了钱德勒(Chandler)所强调的“一体化的协调

投资”。总之，跨国公司与内资企业之间的竞争有利于促进内资企业的绝对竞争力的提高。以我国家电业为例，我们基本上可以看到内资企业不断追逐和赶超跨国公司的痕迹，其后果之一是我国家电产品不断打入发达国家市场(见表5)。

表5 1995-2000年我国主要家电产品出口情况

	电冰箱		洗衣机		空调	
	出口量 (万台)	出口额 (万美元)	出口量 (万台)	出口额 (万美元)	出口量 (万台)	出口额 (万美元)
1995	97.58	6 748.79	49.74	4 268.99	40.17	13 662.82
1996	102.15	7 553.56	55.85	5 856.18	48.06	16 414.14
1997	124.07	9 482.91	70.50	6 720.47	84.10	21 749.81
1998	145.49	10 864.07	52.53	5 050.23	119.50	32 979.52
1999	213.24	16 395.55	64.05	5 934.26	201.70	48 478.09
2000	378.00	27 900.00	101.00	9 300.00	370.00	78 300.00

数据来源: 国研网 (<http://www.dmet.net.cn>)。

从内资企业来讲，内资企业的竞争优势主要在于产品性能、质量提高基础上的价格优势，这种优势植根于内资企业所采用的相对劳动密集的生产技术。内资企业的追赶使得由跨国公司控制的高端产品逐渐成为内资企业也可以大量生产的主流产品，这时，内资企业的价格优势迫使跨国公司不得不降低产品价格。以彩电业为例，进入1990年代以后的价格战基本都发生在已经或者基本上已经成为主流消费品的产品上，价格战的发动者往往是内资企业，而松下、三洋、东芝、夏普、索尼、飞利浦、三星等洋彩电也常常是价格战的参与者。显然，内资企业的追赶和价格战有利于打破跨国公司对高端产品的垄断，从而阻碍跨国公司获得持续的垄断利润。从这方面来讲，内资企业是跨国公司的标尺。

所以，从企业行为的角度来看，跨国公司的产品进入和直接投资进入有利于促进企业在改进生产技术和管理水平的基础上提高产品质量、完善产品性能；而内资企业的存在和发展有利于打破跨国公司的市场垄断，增加消费者福利，企业行为的合理与否直接决定于市场竞争的状况。

三、市场开放与产业绩效：从进口替代到出口导向的产业组织条件

如果要对我国家电业近二十多年的发展绩效进行一个总结的话，那就是家电业基本上实现了由进口替代向出口替代的转化，而且这种出口替代伴随着家电产业的国产化程度的提高。

1980年代，进口家电产品构成满足主流消费供给的重要组成部分，当时对电冰箱的需求在迅速扩张，为了弥补国内生产量的不足，我国从国外进口了相当数量的电冰箱：1981年进口家用电冰箱1.9万台，占国内当年需求量的1/4。尽管随后中国即掀起了大上电冰箱生产的热潮，但在1985年以前，国内生产能力增长虽快，却难以赶上需求的急剧扩张，从国外进口电冰箱仍以较高的速度增长，而且，进口电冰箱占国内市场份额有上升趋势。1982年进口电冰箱占国内市场的约1/4，1985年达到2/5(隆国强,1997)。但1980年代后期以后，国内家电产品的主流消费已基本由国内企业提供，进口产品主要满足对高端产品的需求。另一方面，1990年代中后期，我国家电业的国际化迅速发展起来，表现为我国家电企业跨国投资的发展。1993年天津市空调器公司与土耳其合资兴建的一家空调器工厂在土耳其建成。该厂的技术设备全部由天津空调器公司提供，这是我国空调器企业首次在境外建厂。1997年，随着中国家电企业的发展，通过企业兼并，实现了规模经营，竞争力不断提高，境外办厂已成为这一年家电企业参与国际竞争的热点。海尔、新飞、小天鹅等大型企业集团分别在印尼、马来西亚、菲律宾、南斯拉夫创办了合资企

业，生产组装各种家电产品。1999年，中国境外投资又出现了一个新高潮。除海尔集团投资3000万美元在美国创办海尔家电制造中心外，绝大部分家电企业纷纷投资发展中国家或地区。格力电器公司在巴西兴建了空调器生产厂；金翔集团和千叶集团分别在伊朗、菲律宾、古巴、印尼和澳门建立了电风扇厂；春兰集团和TCL集团在俄罗斯分别建立空调器和彩电组装加工生产线；澳柯玛集团开始在越南、埃及筹建工厂；康佳集团在印度建立了彩电组装厂等等。

可以说，经过二十几年的发展，我国家电业基本上实现了由1980年代进口替代向1990年代出口替代的转变，家电业具备了一定的国际竞争力，整体上取得了令人满意的绩效。从国际比较的角度来看，同是后发产业的家电业在日本和韩国也获得很好的发展，但我国家电业的发展路径与这两个国家相比又有其独特性，表现在家电业在日本和韩国的发展过程中都较少有跨国公司直接投资的参与，而我国家电业的发展却是与跨国公司直接投资的发展同时进行的，特别是到了1990年代，国内家电企业就是在与跨国公司的直接竞争中生存和发展的。从原因来看，家电跨国公司进入韩国较少的原因在于韩国政府为了扶持国内家电企业的成长，对跨国直接投资的管制较为严格，使得跨国公司进入韩国家电市场的成本很高；跨国公司以直接投资方式进入日本的原因在经济学界存在较大的争论，但一般认为日本的“企业系列”是跨国公司难以进入日本市场的最主要原因(植草益,1995)。而我国家电业在发展过程中，跨国公司进入程度较高的原因在于在家电业成长阶段，为了充分利用跨国公司先进的技术和管理经验，政府在信贷、税收、进出口、外汇、管理体制等方面主动对外资给予了较多的优惠政策，导致外资大量进入；在家电业的成熟阶段，由于我国家电业的竞争格局，尽管中央政府对直接投资制定了限制的政策，但由于我国家电业特殊的竞争格局，跨国公司直接投资仍然继续进入我国家电业。

跨国公司的大规模进入对我国家电业的发展产生了深刻的影响。虽然跨国公司利用先进的技术优势占领了我国家电业高端市场，赢得了丰厚的利润，但整体上讲，利用跨国公司直接投资推动了我国家电业的发展，这种推动作用不仅表现在补充了发展资金，更重要的是吸收了国外先进的技术和管理经验，促进了产品结构的调整和产品质量的提高。同时，跨国公司的进入使得国内家电企业提前面临国际水平的竞争，长远来看，有利于我国家电企业未来的国际化经营。综观我国家电业的发展历史，要想在经济基础较为落后，同时市场较为开放的环境下取得良好的产业发展绩效必须具备以下条件：

1. 市场开放的渐进性

从我国家电业的发展历史我们可以看出，尽管家电业在我国属于资本和技术相对密集的产业，在发展过程中政府的干预并不得力而且随着产业的发展政府的干预逐渐减少，即我国家电业并不具备一般认为的发展中国家产业发展的两个条件(符合比较优势或得到政府的持续支持)，但家电业整体上保持了较好的增长绩效，原因在于需求对于产业发展起到了关键的拉动作用。而保证需求拉动作用的保障就在于市场开放的渐进性。

发展中国家在实现产业发展的赶超时，保证市场开放的渐进性对于民族企业的成长是至关重要的。企业要发展就要有资本，要获得资本就得有利润，而利润的获得要求一定市场空间的存在，这就要求政府在产业发展的初期通过关税和非关税壁垒对产业进行适度的保护。只有这样，技术落后、资金有限的内资企业才能够在需求推动下获得成长所必需

的资本积累。更为重要的是,适度保护为民族企业的“学习”创造了时间。“学习”是企业获得竞争努力的重要方式。我们知道,虽然某些技术和管理可以通过引进技术和人才在较短的时间内获得,但另外一些技术和管理能力却必须通过企业实际的经营在“学习”过程中获得。通过适度保护,延缓了跨国公司直接投资和进口品对民族企业的直接大规模的冲击,从而为民族企业的成长赢得了“学习”时间,国产化、制造效率的提高、技术改进等都是在学习过程中实现的。

但是,当产业发展进入比较成熟阶段,内资企业具备一定的竞争能力时,适时的放开市场,引入竞争则成为提升产业整体质量的重要条件。跨国公司与内资企业的竞争有利于促进内资企业“一体化投资”的发展。

2. 跨国公司之间的市场竞争格局

在分析跨国公司直接投资对发展中国家的不利影响时,一个主要的批评是大型跨国公司可能利用其技术优势对发展中国家的市场进行垄断(王允贵,1998)。这种观点的错误在于将国外跨国公司视为一个整体,而事实上,各个跨国公司来自不同的国家,有各自独立的利润取向,跨国公司之间主要是竞争关系。就我国家电业来看,跨国公司之间是高度竞争性的,尽管整体上看,跨国公司在国家市场攫取了较高的利润,但并没有哪个跨国公司垄断了哪个产品的高端市场,相反,几乎每个产品都有几个跨国公司在激烈地竞争,这种竞争保证了跨国公司为了获得高端市场的利润就必须将先进技术转移到中国市场。我国引资的主要目的之一就是“市场换技术”,家电业的发展经验证明,跨国公司之间的竞争格局是保证“市场换技术”得以实现的重要条件。

应该强调,之所以跨国公司之间在进入我国家电市场后形成了竞争性的产业组织状况并不是一种外生的状态,而是市场内生的,原因就在于国际家电市场是高度竞争的,因此国际家电市场结构通过直接投资移入中国市场后仍然是竞争性的。但如果某个产业的国际市场结构是高度集中的,则

跨国公司之间很容易达成同盟(有时候表现为“默契同盟”),当跨国公司进入一国市场时,会以“合谋”的形式分摊垄断租金(Richard Caves,1996)。因此,家电业的经验不能随便推广到其他产业,为了保证跨国公司进入我国市场后的竞争性,政府必须出台有力的《反垄断法》,防止跨国公司利用技术优势垄断市场,阻碍产业发展和民族企业的成长。

3. 国内企业之间的市场竞争格局

整体上看,我国家电业竞争力的提高是通过竞争实现的。从80年代末期开始,我国电冰箱行业的生产加速进行,这是市场竞争的结果;到90年代中期,随着大量市场能力的形成和消费增长趋于平缓,行业进入激烈竞争时期,非价格竞争因素的作用日益明显,大企业的营销优势、品牌优势明显,市场份额向大企业集中(江小涓,1996)。内资企业之间的激烈竞争是推动其引进先进技术并加以消化、吸收的重要推动力,市场竞争迫使企业不断地提高高端产品的制造效率,降低生产成本,使高端产品变为主流消费品,不仅提高了消费者的福利,而且实现了民族企业的赶超。同时,竞争也迫使企业不断地完善自身的治理结构,为产业的发展奠定了微观基础。

4. 企业治理结构的完善

虽然1990年代我国家电业涌现出的绩优企业基本上都是国有或者国有控股的企业,但事实上,这些国有家电企业的治理结构在实际运行中却表现出非国有的特征,以四川长虹、江苏春兰和青岛海尔为例,这些企业的共同特征是:(1)国家控股,企业的初始资本投入来自国家;(2)企业为地方政府所有,地方政府为企业发展创造了较好的条件;(3)地方政府对企业的发展干预较少,企业享有较大的自主权。所以有学者(张维迎,2000)认为,从这个角度看,这些绩优家电企业的治理结构更加类似于乡镇企业,因而称其为“准乡镇企业”。这些企业在体制方面的特殊性是其面对激烈的市场竞争能够灵活反应的条件(见表6)。

表6 我国部分绩优家电企业的特征

	经营绩效	企业性质	最大股东	最大股东持股比例(%)	国家扶持程度	上级控制	董事会作用	企业家作用
四川长虹	连续10年稳定增长	上市公司	国营长虹机器厂	53.63	“一五”重点项目	较弱	较弱	大
广东TCL	连续4年稳定增长	非上市公司	惠州市政府	-	有一定程度扶持	较弱	较弱	较大
江苏春兰	连续10年稳定增长	上市公司	春兰(集团)公司	37.43	尽可能扶持	较弱	较弱	大
青岛海尔	连续14年稳定增长	核心上市	海尔集团公司	26.71	基本没有	无	无	较大

数据来源:根据张维迎(2000)和2000年上市公司年报整理。

但是,必须看到,我国绩优家电企业的企业制度尚不完善,表现在董事会委托、监督职能还没有很好地发挥,企业的发展过分依赖于企业家个人的作用,并不利于企业的长期发展。中国要想培育出具备全球竞争力的跨国公司,必须建立起能够实现企业价值最大化的治理机制。

简短结语:本文的分析表明,跨国公司基于“战略防卫”的直接投资进入一定程度上不利于我国家电业市场集中程度的提升,从而阻碍了配置效率的提高,但是跨国公司的竞争行为也在竞争中为内资家电企业提供了“标尺”激励,有利于促使内资企业不断提高技术效率和管理效率,保证了产业动态效率的获得。因此,今后产业政策的重点在于保证产业内良好竞争秩序的前提下,完善企业治理结构,促使家电企业之间购并的实现和资源的集中。

注释:

可以参见参考文献中江小涓(1996、1999)较具代表性的研究成果。

至于为何以直接投资进入一国市场容易挤占进口品的市场,可以从钱德勒所强调的“研发、生产和营销的协调投资”获得较好的

解释。钱德勒认为,要想通过产品获得利润,必须针对该市场从研究开发、生产和营销进行一体的投资,任何一个环节的失败都会破坏价值创造。直接投资和进口的最大区别在于直接投资可以针对当地市场进行本地化的协调投资,因而一般来说,直接投资生产的产品更加适销对路,也就更有竞争力。参见钱德勒,1999。

从发达国家产业发展的经验来看,一般当产业的技术进入频率和市场需求增长率相对稳定时,产业发展进入成熟期,而这时产业的市场集中度变化也将基本稳定,就资本和技术密集的产业而言,表现为产业的市场集中度较高,而我国家电产业的发展却不同,当市场需求增长趋于稳定后,市场集中度仍然较低,这表明必然存在某些因素阻碍我国产业组织的进一步优化。

实际上1990年代中期,中国轻工业总会就已经提出了相应的限制措施,其中包括不再审批新的外商独资和控股企业。

竞争理论中的标尺竞争(yardstick competition)是指市场竞争为企业提供了效率比较的信息,从而强化了委托人对代理人的监督,有利于促使企业提高效率。

较为详细的内容可以参见王洛林,1997,34章。

斯蒂格利茨在“Withering Socialism”一书中也认为,一国适当的产业政策可能是对外维持适度的保护,对内维持竞争性的市场结构。

波拉尼(Polany)所强调的“缄默的知识”是只可意会不可言说的,只有通过经验才能获得。

(下转第110页)

在产业从兴起到成熟的发展过程中,工序间的联结弹性在不断变化,相应的联结方式也在不断调整。在产业初期,产品结构还没定型,产业标准还没建立,相邻工序对中间产品概念的理解也可能不一致,相邻工序间生产信息的传递和组织协调对生产过程的顺利进行起着重要的作用,工序的联结更多地表现为刚性,企业的纵向一体化程度也较高,如苹果公司推出 Apple II 时,微机行业的软件、硬件标准还没建立,软件、硬件的匹配依赖开发人员的协商,苹果公司因此包揽了微机的软件和硬件,微机接口也不存在和其他公司保持一致的问题。随着产品的成熟,相邻工序对中间产品概念的理解逐渐趋同,相邻工序间的信息交流逐渐减少,工序间的联结就表现出了弹性,企业纵向一体化的程度也就相应降低了,如 IBM 推出开放式 PC 机时,PC 机的操作系统就是向微软定购的(定购可认为是介于市场和企业的中间组织形式)。随着产品的标准化和产业标准的建立,相邻工序间的信息交流将进一步降低,企业的纵向一体化程度也将因此而降低,现在的软件公司已很少考虑微机的硬件结构问题,软件和硬件的组合几乎完全交给了市场。可见,工序间联结方式和联结弹性的匹配不是永恒的,企业必须根据联结弹性的变化及联结方式适应性的改变对纵向一体化程度作出调整,早期取得了巨大成功的苹果公司,在 PC 机的竞争中败给 Wintel (即微软的 Windows 和英特尔的芯片组成的工业标准)联盟的重要原因就是拒绝业务的垂直分解(杨景厚,1999),不能对联结弹性的变化作出反应。

注释:

Grant (1996) 对此提出了批评,但他在论证市场不能有效协调专家的合作时仍然只列举了知识市场失效的原因,而没注意到掌握

知识的人的流动。笔者认为知识只有被人掌握才能在生产中应用,而人具有较强的流动性,忽视知识对人的依附性将使理论失去现实的依据。正因为目前的企业知识理论存在这样一个大洞,笔者不打算另外对该理论评述。

桥牌包括叫牌和打牌两个阶段。每位牌手拿到牌后都可按一定规则竞叫(类似于拍卖中的竞叫),竞叫过程本身就向队友和竞争者传递了相关信息,如采用的叫牌方法不同,传递的信息将有差别,但任何叫牌方法传递的信息都具有模糊性。竞叫成功的一方将坐庄,通过打牌来完成定约,而竞争对手将阻止庄家定约的实现,成功者将获得一定分数。

参考文献:

1. Arrow, K. Economic Implication of Learning by Doing. *Review of Economic Studies*, 1962 (June): 155 ~ 173.
2. Becker, G. and Murphy, k. The Division of Labor, Coordination Costs, and Knowledge. *Quarterly Journal of Economics*, 1992 (November): 1137 ~ 1160.
3. Robert M. Grant. Toward a Knowledge - based Theory of the Firm. *Strategic Management Journal*, 1996 (Winter Special Issue): 109~ 122.
4. 黄泰岩,王检贵:《企业规模是如何决定的》,载《中国经济问题》,2000 (4)。
5. 汪丁丁:《知识沿时间和空间的互补性以及相关的经济学》,载《经济研究》,1997 (6),70 ~ 77 页。
6. 汪丁丁:《知识社会与知识分子》,载《读书》,1995 (11)。
7. 肖怡:《红高粱是如何枯萎的》,载《今日名流》,2000 (10)。
8. 杨景厚:《苹果电脑公司的马鞍形成发展史》,载《改革》,1999 (2)。
9. 刘东:《微观经济学新论》,南京,南京大学出版社,1998。
10. 张维迎:《企业理论与中国企业改革》,北京,北京大学出版社,1999。

(作者单位:中国地质大学管理学院 武汉 430074)
(责任编辑: N)

(上接第 105 页)

参考文献:

1. 国家计委宏观经济研究院课题组:《促进我国工业结构调整和产业升级研究——家用电器和通信设备制造业的启示》,载《管理世界》,2001 (3)。
2. 郭克莎,2001:《结构优化与经济发展》,广州,广东经济出版社。
3. 郭克莎,贺俊:《产业组织经济学前沿述要》,载《经济学动态》,2001 (3)。
4. 贺俊:《开放条件下的产业发展战略选择》,载《经济评论》,2001 (5)。
5. 江小涓,1996:《经济转轨时期的产业政策》,上海,上海三联书店,上海人民出版社,1996。
6. 江小涓,1999:《体制转轨中的增长、绩效与产业组织变化》,上海,上海三联书店,上海人民出版社,1999。
7. 隆国强:《国际贸易影响我国电冰箱工业发展的实证分析》,载《管理世界》,1997 (3)。
8. 王洛林编,1997:《中国外商投资报告——外商投资的行业分布》,北京,经济管理出版社,1997。
9. 王洛林编,2000:《中国外商投资报告——大型跨国公司在中国的投资》,北京,中国财政经济出版社,2000。
10. 王志乐:《跨国公司直接投资对我国经济的积极影响及带来的问题》,载《管理世界》,1996 (3)。
11. 王允贵:《跨国公司的垄断优势及其对东道国的产业控制》,载《管理世界》,1998 (2)。
12. 谢伟,1999:《进入、退出和家电工业发展》,载《清华大学学报》,1999 (4)。
13. 杨惠馨,2000:《企业的进入退出与产业组织政策——以汽车制造业和耐用消费品制造业为例》,上海,上海三联书店,上海人民出版社,2000。

14. 张纪康,1999:《直接投资与市场结构》,上海,上海财经大学出版社,1999。
15. 张维迎,1999:《企业理论与中国企业改革》,北京,北京大学出版社,1999。
16. 张维迎,2000:《产权、治理结构与企业绩效》,见张维迎编,2000:《中国绩优企业研究》,北京,中国财政经济出版社,2000。
17. 钱德勒,1999:《企业的规模经济和范围经济》,中文版,北京,中国社会科学出版社,1999。
18. 植草益,2000:《日本的产业组织》,中文版,北京,经济管理出版社,2000。
19. Richard Caves,1996. *Multinational Enterprises and Economic Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.
20. Frank Fishwick,1982. *Multinational Companies and Economic Concentration*. Hampshire: Gower Publishing Company Limited.
21. G Meier & J. Stiglitz eds.,2001. *Frontiers of Development Economics*. New York: Oxford University Press.
22. Mark Rebert & James Tybout eds.,1996. *Industrial Evolution in Developing Countries: Micro Patterns of Turnover, Productivity and Market Structure*. New York: Oxford University Press.
23. James Tybout,2000. *Manufacturing Firms in Developing Countries: How Well Do They Do, and Why*. *Journal of Economic Literature*, Vol. XXXVIII (March 2000) pp.11 ~ 44.
24. John Vikers,1995. *Concept of Competition*. *Oxford Economic Papers*, No.11995.

(作者单位:中国社会科学院工业经济研究所 北京 100102)
(责任编辑: N)