

中国的发展在丰富跨国公司理论

——读毛蕴诗教授新著《跨国公司在华投资策略》

郑英隆

中国加入世界贸易组织后,更多更大规模的更高层次的海外跨国公司经过调研、“投石问路”后大步进入中国投资,所涉行业也越来越多。有关跨国公司在华投资经营的总体估计与走势成为世界关注的一大热点,也是我国经济与管理学界需要研究和回答的重点课题。可以说,我们今天比以往任何时候都更加需要加强对跨国公司问题的研究,需要在世界跨国公司理论中有中国学者的话语。

近读《跨国公司在华投资策略》(毛蕴诗著,中国财政经济出版社,2005年10月出版;该书为作者主持的国家自然科学基金重大项目“跨国公司在华策略与中国企业的应对措施”的部分成果),我很自然就形成这样一段思想:随着中国经济的发展,跨国公司越来越多地把中国看作为其全球投资或战略投资的一部份,而跨国公司进入中国投资经营,在带动中国企业发展的同时也因其“本土化战略”而创新着跨国公司的经营管理模式,从而丰富和发展了跨国公司理论本身。因为海外跨国公司在中国的持续发展是建立在它们中大多数投资政策有效、符合其价值目标的基础上的,而这种有效和符合又以满足中国市场需求、适合中国本土市场要求为前提。市场的需求特点反映在购买者、竞争者身上。中国的消费者(购买者)有其在经济收支能力、交换方法、生活方式、消费文化等方面的特殊性。作为竞争对手或合作对象的中国企业,有企业的一般性,也有适应中国环境与条件生存的独特性:包括企业成长的历史背景、国内外制度环境、社会人文基础;企业依存的经济结构、市场结构、产业结构、行业结构;企业行为方式的决策程序、经营理念、管理模式、交易方式等。这些都与国外企业存在着很大的不同或差异。中国市场的这些特殊性,使进入中国投资经营的跨国公司不能完全套用发达国家或其他国家所使用的经营方法,而是在改造当地市场的同时也在变革自己公司的投资经营模式,形成适应当地经济文化实际的所谓“本土化模式”。本土化模式说到底还是跨国公司根据东道国消费者经济收支能力、交换方式和消费习惯文化等参数创新或重组产品并使当地人接受的过程。也正是这些所谓的“本土化模式”成就了跨

国公司在华的经营业绩,开通了西方跨国公司经营管理的新实践,而且酝酿着跨国公司理论的创新。换句话说,跨国公司在基于中国国情基础上的企业进行竞争与合作或交往过程中生成的中国“本土化模式”,丰富和发展了植根于西方发达国家“土壤”的跨国公司理论,也在造就跨国公司的中国案例以及中国学者的跨国公司理论话语。

读《跨国公司在华投资策略》,有三点令我感受颇深。

第一,以基于对外直接投资过程分析模型构建的理论框架,对“跨国公司在华投资的策略是什么”作出系统的实证研究。近几年来国外研究人员对在华跨国公司的策略研究主要是两种,一种是综合性的,其中包括报告、专著与综合性的学术论文;一种是选择某一个角度对跨国公司在华策略进行深入研究,有从战略、从宏观、从进入方式及其相关影响因素、从所有权选择及其影响因素、从技术战略选择及其影响因素、从进入动因等方面进行研究的成果。就国内来看,成果较多地集中在以地区、行业、国别或跨国企业个案研究方面,这些研究大多是选定主题,然后通过对相关资料的收集与统计,归纳出跨国公司在华投资的特点。但遗憾的是,如上研究成果或综合调研报告尚未能以一个系统的理论框架对样本及相关资料进行深入的剖析;许多成果所用的资料虽然比较详实,但缺乏理论性的逻辑先导。该书的新意在于,在以作者长期跟踪研究的跨国公司战略竞争与对外直接投资理论成果和综合参考前人相关研究成果的基础上,对“跨国公司在华投资策略是什么”问题作出了比较系统、完整的回答。作者延续其在1994年提出的对外直接投资过程分析模型,根据对外直接投资决策的产业选择、技术选择、区位选择、时机选择和方式选择5要素和1999年提出的德国企业对华投资趋势、特点的分析框架,进一步提出了跨国公司对华投资策略分析框架,从对外直接投资决策的要素出发,讨论跨国公司对华投资策略选择。作者认为,跨国公司对华投资的5个方面战略选择,其实施结果会体现为相应的若干特点:进入时机选择会体现为时期分布、阶段特点;区位选择体现为在华

区位分布;产业选择体现为产业分布与规模结构;技术选择体现为技术先进程度、技术转移政策;进入方式体现为对外贸易与对华直接投资的关系,股权安排,新建与并购,集中地、成批地建立合资企业、独资企业,形成公司网络、在华研发(R&D)等。该书既有总量上的分析与考虑,也注意与产业有关的结构、规模,以及大型跨国公司的对华投资策略选择,这些方面的相互关联,对认识跨国公司对华投资策略及其特点、变动趋势有重要的学术价值。这也是作者系统回答“跨国公司在华投资的策略是什么”问题的新意并取得成功的主要原因所在。

第二,服从于回答“是什么”的研究目的,作者采取了实证的研究方法。这表现在全书各章都使用比较权威机构发布的统计资料,结合有关调研分析,确立自己的判断;通过多项问卷调查,取得第一手数据资料,经过加工处理后用以立论。比如关于跨国公司在华投资企业的技术先进程度的问卷调查,关于跨国公司在华、在粤的增资扩股、股权变动情况的问卷调查,关于在华跨国公司对我国投资环境的评价的问卷调查等;有些问卷调查还直接发生在德国、日本等母公司的所在国,如就日本跨国公司在华投资特点对其母公司所作的问卷调查,包括公司撤资现象与撤资行为特征、投资结构与特点、直接投资的动机与区位因素专题等,如对德国在华投资企业的技术先进程度在德国所做的合作调查研究等;以较代表性的典型案例考察,进一步充实和支持有关判断,如第二章以松下公司、西门子公司案例佐证主要西方跨国公司进入中国的方式选择,以P&G公司作为跨国公司在华股权变动的典型案例进行分析,以三星康宁收购赛格三星的案例作为外资收购上市公司第一案进行分析等。由于有统计分析、有问卷调查、有典型案例,再加上作者长期以来对跨国公司的跟踪调研与积累,使整个研究成果具有科学性、可靠性和权威性。

第三,跨国公司网络式进入东道国的理论突破与发展。跨国公司对东道国的进入方式是跨国公司理论的一个重要内容。对此,以前的一些研究成果讨论得较多的是以贸易为先导的合资式进入还是独资进入,新建进入还是并购进入,或新建为主的进入还是并购为主的进入等。事实上,近些年来,随着经济全球化和国际互联网技术的快速融合,产业垂直分工的方式开始逐步被网络经济运行方式所取代。由信息网络、企业组织网络、交易网络、金融网络等构成的一体化网络,使得世界各区域的产业模块成为一体化网络中的一个节点,融进全球价值增值网络体系中,跨国公司的全球性规模发展也就越来越强地显示出网络式投资的趋势与特征。大型跨国公司战略地以一种新的概念或新的理念使原先或在建的合资企业和独资企业纳入公司网络系统中,形成一种跨国公司网络式进入东道国(中国)的新趋势。^①网络式进入与单个进入相对应,指的是跨国公

司在不同的区位投资多个企业,或在同一区位内投资不同业务范围的企业。跨国公司网络式进入中国的发展战略是与当代世界经济的网络化发展趋势相一致的。作者把握住这一重要的新趋势,突出了跨国公司网络式进入中国的新内容与新观点。其创新之处还表现在对主要西方国家(发达国家)跨国公司网络式进入中国的比较研究上。比如美国跨国企业进入中国的特点之一是采取大规模、系统化的投资,较集中地建立合资和独资企业,以形成公司网络;^②英国在华企业则是逐步呈现出网络式进入的特点,业务范围多样,并逐步实现了制造、销售、研发等各项职能的配套网络模式;^③日本在华跨国公司采取的是逐步实现制造、销售、研发和投资管理等的配套网络模式;^④德国跨国公司网络式进入中国的模式与美国相似,较集中地、成批地建立合资企业、独资企业,形成公司网络。^⑤网络式进入不但表现在不同国家的跨国公司中,而且表现在不同行业的跨国公司中。比如跨国通信公司从单个项目的投资转向通信产业链的网络式成批进入;^⑥在制药业中,西方公司采用网络式进入方式的比例略高于亚洲新兴工业国家公司(NIEs);^⑦在汽车制造业中,港澳台企业主要采用单个进入方式,而来自其他经济区域的跨国汽车企业则明显表现出网络式进入的特征;^⑧在石化工业中,大型跨国石化公司在华投资经过贸易、技术转让、建立独资或合资企业、成立投资性控股公司等阶段,然后进行大规模的系统化投资,逐步建立起完整的产业链,网络式进入的特征非常明显;^⑨在家电行业中,跨国家电公司在华成批建立外资企业,采取网络式进入还体现在在华成立投资性控股公司,以负责总公司在华的投资活动上;^⑩在食品行业中,大型跨国食品公司则较集中地、成批地建立合资企业和独资企业,形成公司网络;^⑪外资银行为了在中国市场占领更大的市场份额,利用中资银行网络、客户资源优势以及绕过设立分行的准入政策方面的限制,逐步采取入股中资银行的方式在中国进行扩张^⑫等。该书在这些方面都作了比较实证的研究,并且尽可能地以统计资料、问卷调查或其他实证材料支持其观点,具有科学性与可靠性。对跨国公司全方位、系统性对华直接投资的网络式进入中国现象,作者认为,这是多元化程度较高的大型跨国公司,为了获取内部交易的利益,获取范围经济性,也是其全球竞争战略的需要。

注释:

^{①②③④⑤⑥⑦⑧⑨⑩⑪⑫}毛蕴诗:《跨国公司在华投资策略》,58、66~67、107~112、105~107、135、143~149、158~161、61、69~72、95~97、72~73、122、131、139、162、182、210、256~257、297、318、333、363页,北京,中国财政经济出版社,2005。

(作者单位:广东省社会科学界联合会 广州 510050)
(责任编辑: N)