

# 中国跨国公司成长的微观条件分析

## ——入世过渡期中国制造业进一步发展的思考

杨 清

(佛山科学技术学院 经济管理学院, 佛山 528000)

**摘要:** 我国正处在入世过渡期, 在经济全球化的背景下, 中国的跨国公司发展滞缓, 根据跨国公司理论, 垄断优势等是企业对外进行 FDI 的必要条件。中国的企业在规模上没有优势, 但具有发展产业集群的条件; 中国的企业没有技术、品牌等优势, 但小规模技术理论指出中小企业具有适应小市场的技术、低成本的营销、当地采购和特殊产品的竞争优势; 中国的企业没有信息、人才和资金优势, 但可以利用国际运作惯例适当弥补, 同时自身加快发展; 中国的企业在竞争力方面, 有明显差距, 但具有劳动力优势、本土优势和后发优势等。因此, 在中国加入 WTO、经济高速发展的情况下, 中国的企业有条件成长为跨国公司。

**关键词:** 中国企业 跨国公司 竞争 发展

**中图分类号:** F44 **文献标识码:** A

我国正处在入世后的过渡期, 在这个时期, 国家的一系列相关法律法规规范要调整, 政府的职能和行为方式要适应新的形势, 企业的经营理念和行为要适应国际惯例。如今, 经济全球化已经成为一个客观事实, 也是当今世界经济的最根本的特征, 贸易的活动、金融的机制无一例外地将世界各国纳入全球经济体系中, 这是生产力超越国界, 生产要素在全球范围自由流动和优化配置, 利用广阔的市场, 促进生产力的增长和利益分配的结果。可以说这是一个以知识为基础, 以信息技术为条件, 以跨国公司为主体的时代。跨国公司在经济全球化的过程中起着推动和促进的作用, 它既是技术、资金流动和商品服务交易的载体, 又是文化、信息和知识交流的使者。

		1997	1998	1999	2000	2001
部分 发达 国家	美国	957.7	1310.0	1745.8	1649.7	1139.8
	英国	615.9	1228.2	2014.4	2539.3	394.6
	法国	355.8	486.1	1206.2	1755.0	828.1
	德国	418.0	888.2	1094.5	492.9	432.6
部分 发展 中国 家(地区)	新加坡	94.3	8.0	42.8	49.7	102.2
	韩国	44.5	47.4	42.0	50.0	26.0
	香港	244.1	169.8	193.4	593.7	89.8
	中国	25.6	26.3	17.8	9.2	17.8

对于跨国公司, 从国家的角度看, 它是有效地利用国际资源和国际市场, 提高国家的国际竞争力的重要手段, 从企业的角度看, 它是扩大企业利益来源, 进一步拓展生存发展空间, 自身强大的有效途径。中国加入 WTO 已经两年, 以后可在 WTO 框架下与成员国平等地开展经济贸易活动, 也为发展自己的跨国公司改善了条件。无疑中国的跨国公司目前在国际上处于弱势地位, 无论是规模还是创造能力都不能与发达国家的跨国公司相比。中国的跨国公司的发展经历了短短的 20 多年的发展历史, 其发展与中国的整体经济发展速度和经济总量

相比,是明显滞后。目前我国 GDP 和外贸总额已进入世界前 6 位,国家的外汇储备达 3400 多亿美元,居世界第二,我国许多产品的生产量位居世界第一,已初步赢得世界工厂的声誉,但是我国的企业进入世界市场,参与国际竞争的步伐滞缓。具体地看,中国吸收 FDI 方面,2001 年,在全球 FDI 流入量比上年下降 51%的背景下,中国流入 FDI 达 470 亿美元,比上年增另了 15%,2002 年,中国实际引入 FDI 计 530 亿美元,比上年增长 13%,2003 年 1 月至 7 月,我国实际引入 FDI 共 334 亿美元,比上年同期增加了 27%。但是中国的企业对外直接投资的规模却太小。

表 1: 部分国家和地区对外直接投资一览表

单位: 亿美元

资料来源:《世界投资报告 2002》联合国

就引进 FDI 和对外进行 FDI 的对比看,我国在这方面是具有强烈的反差。

	引进 FDI: 对外 FDI (2001)
发达国家	1: 1.33
发展中国家	1: 0.90
中国	1: 0.03

根据 World Investment Report 资料整理

这些都表明,中国的企业跨出国门的太少,中国的跨国公司规模太小。当然,一个企业要成长为跨国公司,必须具有一定的条件和能力,还要依赖政府的政策支持和相应的其他条件。但是目前我们必须思考中国的跨国公司成长问题,这关系到中国企业在国际舞台上的地位,最终影响到我国的国际竞争力,因此要有战略的意识和眼光来看待我国的跨国公司的成长和发展问题。

中国的企业要成长为跨国公司,就必须具备跨国公司有关条件和优势,而根据中国目前的行业特征和水平,有的已经具备了跨出国门,进行跨国经营进而成为跨国公司的条件。根据国际生产折衷理论,企业必须同时具备所有权优势,内部化优势和区位优势才能进行 FDI。在这个对外 FDI 必须具备的优势体系中,区位优势是东道国对投资者所能提供的投资条件所决定的优势,是投资者所不能左右而只能选择的优势;内部化优势是企业把外部市场上的交易行为转变为企业内部交易的行为,通过企业自身的控制与协调来利用和配置资源,从而降低交易成本,减少经营风险,这是企业进行跨国经营的行为,也是企业要进行跨国经营而必须具备的客观条件;所有权优势则是跨国公司自身所应该具备的优势和条件,这些条件和优势是别国的企业所没有或难以得到的,具体地就是,企业的规模和所取得的经济地位;企业特有的技术、商标、经营管理的系统、营销经验和体系;R&D 能力;人才资本等。以下就跨国公司所应具有的优势和条件对我国的企业(行业)做出分析。

### 1. 经营规模和经济地位

中国的企业由于有了巨大的国内市场,经过近 20 多年的快速发展,经营规模也在迅速扩大,具有相对意义上的规模经营效应,如我国制造业产品产量占世界产出总量份额的 50% 以上的产品,据不完全统计共有 21 种。但是体现行业能力和规模的是行业集中度,一个行业的集中度越高,一般地,该行业中的龙头企业在规模、技术、经营能力等在竞争力上就会体现出来。以下是我国一些重要行业的集中度情况。

钢铁行业按年产 500 万吨以上的钢铁企业计算,其集中度与外国企业的比较情况如下:

国家	企业数	集中度 (%)
日本	5	75
美国	6	50

韩国	1	65
俄罗斯	3	50
欧盟	6	74
中国*	4	33

\*资料原因中国是按年产量 600 万吨以上的 4 家企业宝钢、鞍钢、首钢、武钢计算

中国年产量 300 万吨以上的企业共 11 家，其中 300-600 万吨的 7 家，中国的钢产量达世界第一，但前四位的最大钢铁企业只占其中的 1/3，其集中度相对国外企业来讲是偏低。

有我国汽车生产企业集中度（%）有关资料如下

年份	前 1 家企业集中度	前 4 家企业集中度	前 8 家企业集中度
1995	12.5	42.5	62.0
1996	13.9	46.0	66.2
1997	14.6	43.6	63.8
1998	14.4	42.7	66.1
1999	12.6	43.6	64.8

资料来源:根据 1996-2000 年《中国汽车工业年鉴》有关数据整理

而美国早在 1958 年前 4 家企业的集中度已达 99%，日本在 1962 年前 4 家企业的集中度达到 99%，英国在 1958 年为 90.4%。

在机械制造的几个重要部门，中国、美国、日本的产业集中度资料如下：

行业内前 4 家企业生产集中度（%）

	中国	日本	美国
拖拉机行业	26	72.9	80
内燃机行业	22.2	60.1	51
建筑机械行业	29	67.4（挖掘机）	
印刷机械行业	14	65	37
电机行业	11	65	46
轴承行业	25	90	

资料引自《中国企业跨国发展研究报告》中国社会科学出版社 2002.10

显然，我国尚未能建立起大批量集中生产体制，未能形成一批能代表行业水平、具有国际竞争力的大型企业和企业集团，也未能形成一系列按经济规模组织生产的专业化协作配套企业。因此，我国企业的规模与国际上同行业的大企业比就相差甚远。如资本密集度较高的造船业，中国与韩国骨干企业的比较如下：

中、韩造船骨干企业规模比较

厂名	固定资产（亿美元）	流动资产（亿美元）	造船产量（万吨）	世界排名
现代重工（韩）	24	25	400	1
大宇重工（韩）	40		399.8	2

三星重工 (韩)	22		224.5	3
江南造船 (集团) (中)	0.9	3.2	24	29
大连造船厂 (中)	0.68	2.1	20.2	30
广船国际 (中)	0.76	2.5	14	41

资料来源:《造船工业》, 1998.7。

显然,规模的差距决定了企业的生产能力的差距,也就决定了企业在国际市场上的经济地位。有 2003 年中国 500 强与世界 500 强各行业首位企业的比较资料

2003 年中国 500 强与世界 500 强各行业首位企业的比较

世界 500 强企业 (1)			中国 500 强企业 (2)			(2)/(1)	
行业	公司	国家	营业收入 (亿美元)	企业名称	营业收入 (亿元人民币)	营业收入 (亿美元)	%
汽车	通用汽车	美国	3708	中国一汽	11261	152	4.10
石油	埃克森美孚	美国	1526	中国石油	7361	889	58.26
电子	西门子	德国	770	海尔	346	42	5.45
食品	雀巢	瑞士	632	宜宾五粮液	144	17	2.69
电力	苏兹	法国	883	中国华能	1247	151	17.10
钢铁	蒂森克虏伯	德国	317	上海宝钢	1568	189	59.62
化学	巴士孚	德国	368	上海华谊	297	36	9.87
造纸	国际纸业	美国	338	金东纸业	134	16	4.73
建材	圣特-戈百	法国	316	北京金隅	101	12	3.80
医药	默克	美国	476	上海医药	181	22	4.62
设备	蒂森克虏伯	德国	308	中国机械装备	256	31	10.06

资料来源:根据《财富》杂志 2003 世界 500 强企业、中国企业联合会 2003 中国 500 强企业有关资料综合整理。

理论的研究表明,在一定范围内,产业集中度与销售利税率、资金利税率等企业经济绩效指标存在明显的正相关关系,即产业集中度越高,经济绩效就越好。尽管对其原因的解釋有 Bain 和 Shepherd 等产业组织主流学派的“垄断价格”论和 H·Demssetz 的“效率”说两种,但较高的产业集中度能给企业带来经济绩效指标的提高是一个事实,而其深层次的决定因素是创新、技术进步和规模经济。

我们应该理智地看待目前中国企业与世界上名列前茅的企业的差距,企业从跨出国门,进行跨国经营的角度看,企业的规模并不是绝对的条件,而且事实上中国企业的差距也不是那么的大。有如下 2002 年中国 500 强部分首位企业与世界 500 强末位企业的比较。

2002 年中国 500 强部分首位企业与世界 500 强末位企业的比较

中国 500 强首位企业				世界 500 强后位企业				①/② %
行业	企业	营业收入 (万人民币)	营业收入 (百万美元) ①	公司	国家	位次	营业收入 (百万美元) ②	
零售	华联集团	1926022	2326	太平洋与太平洋茶叶	美国	458	10973.3	21.20
汽车	中国一汽	5186979	6264.5	铃木汽车	日本	404	12777.8	49.02
石油 化工	中国石油 化工	34366192	41505.1	Showashey sekiyu	日本	490	10361.9	400.56
电子 电器	中国普天 信息	6424782	7759.4	伟创利	新加坡	388	13104.8	59.21
电信	中国移动 通信	13468302	16266.1	RoyalKPN	荷兰	451	11118.5	146.30
贸易	中国化工 进出口	13379254	16158.5	日锦	日本	305	16437.0	98.31
银行	中国工商 银行	16411498	19820.6	伊陶萨	巴西	492	10239.3	193.57
食品	宜宾五粮 液	819066	989.2	三得利	日本	485	10444.7	9.47
电力	中国电力 公司	40039547	48356.9	南方	美国	495	10155.0	476.19
钢铁	上海宝钢 集团	7107038	8583.4	阿尔贝德	卢森堡	448	11195.1	76.67

资料根据《财富》杂志 2002 年 500 强、中国企业联合会 2002 年中国企业 500 强资料整理

可以看出,中国企业除了在食品和零售业与世界 500 强企业存在较明显差距,汽车行业规模和能力也相对落后外,其他行业的差距不是太大,而电力、石油化工、银行和电信等领域,我国的企业规模和能力并不落后。另作为发展中国家,其跨国公司的成长和特点具有较典型发展中国家跨国公司的特征,在积极发展大型企业和企业集团的同时,要重视中小企业向国际市场渗透。

根据最新的发展中国家跨国公司理论——“产业集群理论”,发展中国家在缺乏大型企业的情况下,可以发展产业集群,由此形成一个成体系的相互促进的集群和特定的市场。中国以往过多地围绕廉价劳动力、进口替代、模仿等来制定企业战略,而忽略了产品和服务的创新,根据目前中国的情况,应该而且有条件形成一些产业集群,象美国的硅谷和华尔街、“第三意大利”的传统产业集群、印度班加罗尔的软件产业集群等。在这些产业集群体系中,相关企业迅速增长,并且经营内容相互支持和协作。从产业集群与跨国公司的联系来看,许多跨国公司能在产业集群里寻求合作,获得技术来源,发展新生业务,这使得产业集群自然的具有国际化标准。所以,重视产业集群,有利于加快国内企业的国际化经营的进程,而在产业集群中,通常都聚集着大量具有创新技术的中小企业。技术创新的理论和竞争力理论对中小型企业地位有了重新的审视,波特(M·Porter)就采用了集群分析法来分析国家竞争力,他在论述“地点竞争力”时指出:“所有进步的经济体中,都可明显地看到存在着产业集群,产业集群的形成,也是经济发展的基本因素之一”。认为一国的某些产业的竞争力

与该国的这些产业集群优势有关。我国可有意识地扶持上海的金融中心地位，而北京的中关村软件产业集群、广东东莞的计算机产业集群、广东佛山的建筑陶瓷产业集群等已初具雏形。我国作为一个大国。一个产业往往不止一个集群，一个集群服务于一个特定的市场，而集群的规模决定该集群服务的范围，可以是世界级的集群，也可以是区域性的集群。集群的发展趋势则可能形成大型的企业集团。

## 2. 技术、品牌等无形资产条件

联合国开发计划属 2001 年首次公布了“技术成就指数”(TAI) 作为衡量各国(地区)进行技术革命和创新能力的尺度，以评价一个国家(地区)在技术创新和传播及培养人的技能方面所取得的成就。企业作为技术创新和技术应用的主要场所，其技术水平和装备水平的高低显然与国家整体的技术创新和技术传播的大环境密切相关，“技术成就指数”反映一个国家或地区宏观技术状况的指标，但在一定程度上可以间接反映出该国(地区)企业的技术水平。联合国的技术成就指数共分为四大类：技术创新、新技术传播、传统技术传播和人类技能，每一类下各设两个具体指标，我国的技术成就指数与国际比较情况如下：

排序	技术创新				新技术传播			
	国内居民获得的专利(项/百万人)		收到的版权费和许可费(美元/千人)		互联网主机数量(台/千人)		中高技术产品出口占商品出口的比重(%)	
	国家和地区	1998年	国家和地区	1999年	国家和地区	2000年	国家和地区	1999年
1	日本	994	瑞典	156.6	芬兰	200.2	日本	80.8
2	韩国	779	荷兰	151.2	挪威	193.6	加拿大	74.9
3	美国	289	英国	134.0	美国	179.1	马来西亚	67.4
4	瑞典	271	美国	130.0	新西兰	146.7	韩国际货币	66.7
5	德国	235	芬兰	125.6	荷兰	136.0	墨西哥	66.3
	中国	1	中国	0.1	中国	0.1	中国	39.0
	巴西	2	巴西	0.8	巴西	7.2	巴西	32.9
	印度	1	印度		印度	0.1	印度	16.6
排序	传统技术传播				人类技能			
	电话数量(主线和移动电话)(线、部/千人)		人均电力消费(千瓦时/人)		平均受教育年限(15岁以上人口)		理工科大学入学率(%)	
	国家和地区	1999年	国家和地区	1998年	国家和地区	2000年	国家和地区	1995-97年
1	挪威	1329	挪威	24607	美国	12.1	芬兰	27.4
2	瑞典	1247	澳大利亚	15071	挪威	11.9	澳大利亚	25.3
3	中国香港	1212	芬兰	14129	新西兰	11.7	新加坡	24.2
4	芬兰	1203	瑞典	13955	澳大利亚	11.6	韩国	23.2
5	荷兰	1042	美国	11832	瑞典	11.4	希腊	17.2
	中国	120	中国	746	中国	6.4	中国	3.2
	巴西	238	巴西	1793	巴西	4.9	巴西	3.4

印度	28	印度	384	印度	5.1	印度	1.7
----	----	----	-----	----	-----	----	-----

信息来源：中国统计信息网

综合排位，中国的技术成就指数排名在第 45 位，可见，我国企业的技术水平是不高的。

跨国公司仗着其特有的技术、品牌、专利等无形资产得以在跨国经营过程中保持其特定优势，或者说，企业要成为跨国公司，就应该具备特有的技术、品牌、专利等所有权优势。但是中国的企业在产品的技术含量和生产的水平方面与发达国家和技术领先企业比较，差距十分明显。据统计，中国制造业的产品共有十大类 65 种产品的产量位居世界第一位，但是这些产品的技术含量都非常低，绝大部分都是处在产品周期的标准化期，产品的生产技术不存在垄断优势，如我国机械制造业产品，居世界第一位的有四种：缝纫机、拖拉机、太阳能热水器、集装箱，而能反映机械制造水平的特种机床、汽车等产品的生产远远落后于先进国家。我国目前机械行业所生产的主导产品，技术水平达国际 20 世纪 80 年代末、90 年代初水平的仅占 17.8%，居 1980 年代中期水平的却占 26.9%。另能反映一国电子信息业这种新兴产业水平的电子及通信设备制造业的产品，我国产量居世界首位的是收录机、电话机、VCD 视盘机、钟表、一次性电池等 8 种生产品，显然，这些产品是谁都可以投资生产和模仿的。

反映我国企业技术水平的，还可以从技术装备水平角度考察。事实上，我国企业的技术装备水平问题较为严重，它直接影响到制造业产品的技术含量，生产效率，从而关系到制造业发展潜力和竞争力，如我国钢铁企业，从生产能力的角度看，有竞争力的装备只占 50%，其余是需要改造和淘汰的；作为新兴的汽车生产大国，我国的汽车产量 2002 年突破了 325 万辆，但所用的机床 70%来自国外；作为传统的纺织工业大国，我国的高档纺织制造业都没有自己的原创技术，设备和原材料也主要靠国外进口；我国的造船生产量已跃居世界前列，但船体材料和技术也大多依赖国外。显然，技术装备的落后，表明我国企业不具有先进技术优势，而且在短时期内很难改变我国制造业依附于国外装备的状况，因为在投资自由化，经济全球化的过程中，各种先进的制造技术，尤其是核心技术的垄断反而进一步加强，所以，我们必须加强自主创新和开发的力度。

但是，我国企业没有高新技术的优势，并不等于我们没有技术优势，根据刘易斯·威尔斯的小规模技术理论，发展中国家的制成品市场有一个普遍特征，就是需求的有限性，在具有这种特征的市场上，大规模技术无法从中获得经营的规模效应。而许多中小型企业恰恰拥有这种满足小市场需求的生产技术，从而具有竞争优势，而且这种小规模技术的特征往往是劳动密集型的，生产有很大的灵活性，也适合小批量生产。我国的许多企业，特别是数量占绝对多数的中小型企业有的都拥有这种特点的技术，从这个角度看，我国的部分企业具备了走出去进行跨国经营最终成长为跨国公司的条件。我国的纺织、家电、食品以及具有民族特色的产品生产的企业，不少属于这类企业。

小规模技术理论还揭示了发展中国家和地区的企业可以具有“当地采购和特殊产品”的竞争优势，“为了减少因进口而造成的特殊投入，一旦这些企业学会用本地提供的原料和零配件替代特殊的投入，它们就可以把这些专门知识推广到面临同一个问题的其他发展中国家”，从而发生对外直接投资。同时发展中国家和地区对外投资还可具有鲜明的民族产品文化特色，可主要服务于国外同一民族团体的需要。在这方面，庞大的海外华人华侨规模是中国企业对外投资，进行跨国经营的特有优势。

国家（地区）	华人、华侨总数（人）	华人、华侨万人以上的国家（地区）数
亚洲	24,306,984	17

美洲	2,358,300	17
非洲	110,178	4
大洋洲	555,260	4
欧洲	1,306,094	12
合计	28,636,816	54

资料来源：《世界华侨华人概况》暨南大学华侨所（中国侨网 WWW.chinaw.com.2002.4.17）

海外华人华侨分布在世界 138 个国家和地区，人口数近 3000 万，其中聚集人数在万人以上的有 54 个国家和地区，而人数上 10 万的有 18 个国家和地区，这些群体有中华民族相同的文化渊源和生活消费习惯，这也是其他民族所难以具有的海外市场规模，中国的企业可以针对这一市场进行投资经营。

小规模投资理论还提出了发展中国家的低成本产品营销战略的观点，绝大部分规模小，实力弱的中小型企业都会自觉地选择低成本的营销战略，如广告的投资，就不会象发达国家的跨国公司那样，投入大量的广告费用，去树立产品和企业形象，以创造名牌产品效应。品牌是企业的重要的无形资产，是跨国公司进行跨国经营的所有权优势的重要内容，它已经成为企业核心竞争力的基础，也是企业未来发展的一个决定因素，但中国的企业在这方面与发达国家的企业存在巨大差距，至今中国的商品还没有创建出一枚被国际消费者公认的世界品牌。驰名商标的形成，一般都须投入高额的研究费用，产品生产的科技水平也达到世界一流，其所带来的效益也是具大的。根据联合国工业计划署的统计，名牌占全球品牌的比例不到 3%，但名牌产品在全球产品市场的占有率高达 40%，名牌产品销售额占全球商品销售额的 50%。当今世界共有国际名牌商品约 8.5 万种，其中 90% 以上的名牌所有权归属于工业发达国家和亚太新兴工业国家和地区。2002 年全球最有价值的 100 种品牌中，美国就占 66 种。中国的企业在这方面面临艰巨的任务，但不能因此而停止走向世界的步伐，一方面要积极培养和发展自己的名牌，海尔在这方面已经取得了相当的成绩，另一方面，我们要采用适合中国企业进行跨国经营战略，小规模技术理论具有其指导意义。

### 3. 信息、人才与资本条件

在当今信息时代，信息技术应用于企业经营的领域越来越多，企业经营工作对信息技术和信息资源的依赖程度越来越大。但目前的情况是，对中国的企业来讲，信息的国际化不足，国际化信息严重短缺，这是我国企业家与外国企业家的最大区别之一，已经成为制约中国企业进一步发展的瓶颈，严重影响我国企业走上国际化经营之路。

国家统计局国际统计信息中心对世界上 11 个大城市的信息化水平进行了研究，其中包括了中国的北京，他们设计了 6 个大指标 27 个二级指标进行具体的测算和比较，其结果是，总指数和位次北京为第 10 位，见下表：

1999-2000 年 11 个大都城信息化水平总指数和位次

2000 年			1999 年		
位次	城市	指数值	位次	城市	指数值
1	纽约	78.43	1	纽约	68.87
2	悉尼	54.43	2	多伦多	49.48
3	多伦多	53.15	3	悉尼	48.25
4	东京	52.56	4	东京	44.10
5	伦敦	48.07	5	伦敦	42.21
6	香港	43.89	6	巴黎	36.87

7	巴黎	42.43	7	汉城	36.64
8	新加坡	41.28	8	香港	36.40
9	汉城	41.19	9	新加坡	33.86
10	北京	33.92	10	北京	19.81
11	伊斯坦布尔	9.07	11	伊斯坦布尔	7.74
	以上平均值	45.31		以上平均值	38.54

资料来源：《统计研究》2003.7

具体6项指数北京市的排名和指数值段比较

	信息资源		信息基础设施		信息化人才		信息化发展环境		信息技术应用		信息产业发展	
	排位	指数值	排位	指数值	排位	指数值	排位	指数值	排位	指数值	排位	指数值
北京市	9	13.99	10	27.93	8	43.98	3	60	10	26.16	11	28.3
11市中最高值	1	65.99	1	70.81	1	88.57	1	65.09	1	99.72	1	75.29
11市平均值		24.70		39.30		53.90		41.30		54.30		54.10

根据《统计研究》2003.7 资料整理

北京市作为我国的政治、文化和经济中心，其信息化水平与国际大都市信息化水平比较还是比较低的，而且构成总指数各个要素发展不平衡，其中“信息产业发展方面的差距更为突出”。而具体到我国企业在经营管理过程中信息化手段的应用则同样不容乐观，根据中国企业联合会、中国企业家调查系统的调查，我国企业电子信息手段的运用情况如下：

企业电子信息手段的运用情况(%)

	报表采用计算机系统	建立内部电子网络系统	生产手段采用计算机控制	建立外部电子网络系统	实行电子商务
总体	68.6	29.7	24.9	20.1	9.7
大型企业	74.9	38.5	31.9	20.4	10.4
中型企业	65.3	22.0	18.7	21.1	8.6
小型企业	42.0	16.0	18.0	12.0	12.0

资料来源：中国企业联合会\中国企业家调查系统课题组：《千户国个经营者调查—对企业经营管理现状的评价》，[WWW.drcnet.com](http://WWW.drcnet.com)，2001年5月24日。

在企业对电子信息手段的运用形式中，报表采用计算机系统的比例相对较高，这里主要是财务报表的标准化软件易于推广，其他方面的信息化程度则不高，尤其是外部电子网络系统和电子商务的建立更要加强，这事关对国际市场的行情和走向的把握和了解。

再具体分析已经建立了电子网络系统的企业在管理中的应用情况，根据原国家经委对100家重点企业应用情况的调查，情况如下：

100家重点企业应用网络的情况

	完全使用 (%)	部分使用 (%)	未使用 (%)
--	----------	----------	---------

经营决策	1.0	82.5	16.0
研制开发	12.9	77.4	9.7
采购管理	6.5	76.3	17.2
制造管理	8.0	66.7	25.3
客户关系管理	3.2	69.5	27.4
电子商务	22.7		73.9

资料来源：根据国家经委信息中心对 100 家国有重点企业的情况整理，参阅国家经委信息中心：《关于百家企业信息化现状的报告》，《每周电脑报》，2000 年 9 月 20 日

显然，已经具备电子信息手段的国家重点企业，其运用程度亦很不充分，这有观念的问题，也有我国企业的经营管理水平和实际需要没有达到必要的层次的问题。但无论如何了解世界，以帮助我们走向世界有效快捷的方式就是运用电子信息手段，这是趋势。我国的企业在这方面近期的进步很快，我国实施的“以信息化带动工业化”发展战略以来，企业的信息化也在加快发展，具备信息化手段的企业数也不断增加，这些企业为走出国门进行跨国经营作了条件方面的准备。

在人才方面，客观的情况是我国缺乏擅长国际化经营的高层次、综合性的经营人才，这已是我国企业从事跨国经营的一大主要障碍和制约因素，现代企业的竞争归根到底是人才的竞争，人才对企业的发展来讲主要是两个方面，一是领袖型人才或管理人员，他们对企业的发展方向和目标要有整体的思路，要构思出企业发展的远景目标，同时还必须能够带领企业职工努力工作，充分调动各种积极性来实现这个目标，因此，对这类人才的要求是要有远见卓识，要有创新精神，还要有凝聚力和号召力；另一类是专业人才，他是技术、生产、管理市场等方面的专家，对这类人才的要求是精通各自领域的问题，对本领域发展的趋势能够把握，具有创新精神和创新能力。因此，这两类人才都必须具备胸怀大志、腹有良谋、品德高尚、心身健康、知识渊博、创新求异的素质和精神。但是我国的企业这两类人才都较为稀缺，根据“2002 年中国国际竞争力竞争优势的国际比较”资料，我国这两类人才的国际排名和指标值资料如下：

称职的高级管理人员（是否容易从市场上得到，调查数据）

国家、地区	世界排名	指标数值	国家、地区	世界排名	指标数值
美国	1	8.3	加拿大	7	7.46
智利	2	8.2	中国香港	8	7.38
菲律宾	3	7.97	芬兰	9	7.25
瑞典	4	7.63	冰岛	10	7.21
巴西	5	7.52	中国	49	3.59
荷兰	6	7.47			

资料引自《中国企业跨国发展研究报告》中国社科出版社 2002.10

获取合格工程师状况（市场上合格工程师是否充足，调查数据）

国家、地区	世界排名	指标数值	国家、地区	世界排名	指标数值
以色列	1	8.74	印度	7	8.21
智利	2	8.71	澳大利亚	8	8.02
芬兰	3	8.39	阿根廷	9	7.94
匈牙利	4	8.30	法国	10	7.90
冰岛	5	8.28	中国	49	3.80
斯洛伐克	6	8.23			

资料引自《中国企业发展研究报告》中国社科出版社 2002.10

由于跨国经营活动要比国内企业的经营管理更加复杂,要求企业要有开阔的视野和灵敏的感知能力,去判断不同的环境的影响,去捕捉稍纵即逝的机会,对消费者不断变化的需求和东道国政府的政策和态度要能灵敏地作出反应,这就需要有才干的全球性企业管理人员和专业技术人员了解竞争对手的战略,汇集和调动本企业的知识、信息和技术等资源,保证其最佳配置和运用。我国企业的人才除了数量上不足外,与国际上优秀人才相比,其差距还表现在缺乏风险意识和创新意识、质量观念不强、法律和商务知识欠缺、获取信息的能力不够,这些素质方面的差距只有靠各种途径和形式的培养和锻炼来提高,其中跨出国门,勇敢大胆地实践和学习是一种有效的方式。由于人才数量方面的不足而造成的人才短缺,是我们面临的较为严峻的问题,改革开放以来,我国人才外流是一个基本趋势,根据经合组织 2002 年发表的研究报告《高科技人才国际流动》,在近几十年来“中国失去了 20 万科技人才,这相当于损失了 400 多亿人民币的教育投资,即占 1998 年教育基金投入的 20%”。问题的严重性还在于,我国人力资源存在结构性短缺,真正急需的人才进不来,养不住,而一般性人才(体能型)倒是大量存在,这也是市场的规律和现实,越是经济发达、实力强的国家和企业,就能吸引和留住人才。而我国也只能落得个劳动力价格的相对优势。根据研究,人力资源的三个层次,即人的体能,人的技能和人的智能,对社会财富的贡献比例为 1: 10: 100,这就是说,一个高级的智能型人才,创造财富的能力是一个纯粹的体力劳动者的 100 倍。显然,高级人才的作用对于企业是至关重要的,而我们面临的又是这种“稀缺资源”的短缺,这是我国企业走出去进行跨国经营的一大障碍。

资本方面,任何投资主体要进行投资,首先就是要解决资本问题,在我国对外 FDI 的问题上,有观点认为,若按 MR 总规模与年 GDP 总量比较,我国是一个资本过剩的国家,同时以东南部发达地区的产业近几年平均利润下降 8%-10%判断,我国又产业过剩,最少在东南部的发达地区是这样,因此,资本输出(对外 FDI)、产业转移就是符合规律的。当然也有观点认为,我国是资本稀缺国家,国家建设和发展需要大量资金,因此,要积极引进 FDI,而不是对外 FDI。但无论如何对外进行 FDI 并不仅仅是发达国家的专利和要求。

邓宁教授在 80 年代初提出了投资发展周期理论,并具体给出了在不同阶段的对外投资水平。

经济发展阶段(人均 GDP)	外国直接投资	对外直接投资	对外净投资
第一阶段(400 美元以下)	几乎设有	几乎设有	—
第二阶段(400-2000 美元)	少量	少量	负
第三阶段(2000-4750 美元)	大量	增大	负
第四阶段(4750 美元以上)	大量	大量	正

此表根据 J·H·Dunning, International Production and the Multinational Enterprise 内

容整理

我国是个发展中的大国，2001 年人均 GDP 为 7543 元人民币，约合 920 美元左右，但我国的经济极不平衡，2001 年人均 GDP 不足 600 美元的省份达 4 个，人均 GDP 在 600-700 美元的省份有 9 个，但沿海有些地区（市）的人均 GDP 已达 5000 美元左右，而且企业也很有实力，因此，我国必然同时存在资本的输入和输出，这也是符合经济发展规律的，随着我国经济的发展，迟早要更大规模的对外进行直接投资。

按照国际经贸活动的一般规律，当一国的对外贸易量达到一定的规模时，就很可能遭到相关国家所设置的关税和非关税壁垒的阻碍，我国近期所遇到的大量反倾销案例就是这种结果。而且，单纯的商品贸易很难充分利用相关各方的比较优势，为了避开各种贸易壁垒，进行跨国投资就是一种符合逻辑的选择。

从宏观上看，我国外储备充足，币值坚挺，为中国跨国公司提供了投资条件。我国的外汇储备截止到 2003 年 6 月末，国家外汇储备额多达 3465 亿美元，同比增加了 42.7%，根据经济发展的状况，外汇储备还将增加。理论上，外汇储备量与人民币汇率成正关系，外汇储备量的增长会促使本币汇率上升，即货币对外升值，而表现为币值坚挺态势。根据“通货溢价”理论，国际直接投资通常会从汇率坚挺的国家流出，如果跨国企业拥有相对坚挺的货币并进行投资，则可获得所谓的通货溢价的收益。所以，从政策上，为了充分有效地利用这些资源，应该允许企业自己保留更多的外汇，并鼓励有条件的企业到境外去投资，进行跨国经营。丰富的外汇储备，坚挺的人民币汇率对海外投资是一个有效的刺激。从企业的角度看，我国有不少经营得比较好的企业具有相当规模的资金积累，等待好的项目进行投资，是这些企业的基本状况。可以说对外直接投资，我国的部分企业已经初步具备了资金条件。

企业解决资本问题的一个重要手段就是进行国际融资，就是借助现代企业扩张的手段——资本运营来使自己迅速成长，提高竞争力。世界著名的大企业，几乎没有一个不是通过资本运营发展起来。资本经营是作为产品经营发展到一定阶段后的一种创新经营形式，也是企业超常规发展的重要手段。可以说，世界已经进入了一个资本运营的时代，是 21 世纪企业经营的新热点。我国企业应该善于利用资本市场，善于融资，不断提高资金的效益。国际上，目前主要的融资方式有国际权益融资（企业海外上市、海外投资资金）、国际债权融资（国际债券融资、国际商业银行贷款、国际租赁等）和项目融资（BOT 及其衍生形式）。企业利用国际市场进行融资必须具备一定条件，同时还面对一定的风险，但努力掌握资本运营知识和技术，勇敢地利用国际市场融资是现代企业的基本要求，也是我国企业特别是中小型企业走出国门，进行跨国经营，成长为跨国公司的有效途径。事实上，我国的企业在利用国际金融市场方面，已经有了一个良好的开端。北京世纪永联公司本是一家实力并不强的 IT 公司，但通过在美国借壳上市，获得了巨额资金，该公司原注册资金不过 100 万元人民币，在美国 OTCBB 市场借壳上市，股份最高时达 25 美元，而市值已超过 4 亿美元。在过去几年中，我国已有 150 多家企业在美国成功上市，并获得可观资金，促进了企业的发展。

#### 4. 中国企业竞争力条件

迈克尔·波特教授在其《竞争论》中提出“如今，很少产业不停留在不受竞争侵入的平稳状态，或可主导市场的状态。没有哪个国家或企业敢漠视竞争。每个国家和企业都必须了解并让竞争主宰”。竞争是所有企业生存和发展的环境，因此，企业的竞争力就是企业能否发展，能在多大的范围发展的直接条件。我国的企业要走出国门，进行跨国经营，就必须要有相应的国际竞争能力，但目前的情况看，我国企业的国际竞争力还是不强。有如下中国 500 强企业与世界 500 强企业经营收和盈利能力对照资料：

中国企业 500 强与世界 500 强营业收入国际对照表

	2002年中国企业500强(1)		2002年企业世界500强(2)	(1)/(2)
	人民币(万元)	百万美元	百万美元	%
500家合计	610,547,000	737,376	14,009,959.8	5.26
最大	40,039,547	48,357	219,812	22.0
最小	200,264	242	10,096.2	2.4
平均规模	1,221,094	1475	28,019.9	5.26

资料引自《中国数字黄皮书》中国时代经济出版社

中国企业500强与世界500盈利能力强对照表

	2002年中国企业500强(1)		2002年企业世界500强(2)	(1)/(2)
	人民币(万元)	百万美元	百万美元	%
500家合计	30,599,780	36,956.3	306,092.3	12.06
最大	5,300,000	6,400.97	15,320.0	41.48
平均规模	61,151	73.85	612.18	12.06

资料引自《中国数字黄皮书》中国时代经济出版社

另根据我国专家对我国骨干企业竞争力的研究,从竞争能力(包括生存力、发展力、潜力)和竞争机制(包括制度、决策、激励、管理、创新)两个方面对686家国家骨干企业进行评价,其结果是:

我国大企业竞争力强弱分布状况

竞争力强弱分布	2001年		2002年		2001年比2002年比重±(%)
	企业数	比重(%)	企业数	比重(%)	
企业数	686	100.00	559	100.00	—
其中:竞争力较强	2	0.29	4	0.27	-0.43
竞争力次强	49	7.14	54	8.05	-0.91
竞争力一般	236	34.40	244	43.65	-9.25
竞争力较弱	399	58.17	266	47.58	10.59

资料来源:《统计研究》2003.7

具体地看,在竞争能力方面,其潜力和发展力较弱,2001年的得分分别为58.77和58.99,而在竞争机制方面创新机制和制度机制最差,2001年得分分别为43.42和52.74,而按照不同类型的企业分析,也很能说明问题。

不同登记注册企业竞争力状况

登记注册类型	竞争力强弱企业分布数					竞争力指数		
	合计	较强	次强	一般	较弱	综合	能力	机制
合计	686	2	49	236	399	59.28	60.04	58.14
#国有企业	243	0	1	27	215	51.14	59.36	38.82

国有独资企业	223	0	9	91	123	59.27	59.48	58.96
其它有限责任公司	102	0	17	48	37	63.20	61.02	66.48
股份有限公司	102	1	18	62	21	65.23	60.32	72.59
中外合资企业	6	0	2	3	1	66.45	62.72	72.05
港奥台合资企业	6	0	1	4	1	64.02	61.61	67.64
其它	4	1	1	1	1	68.86	70.21	66.83

资料来源：《统计研究》2003.7

可见，我国的企业整体地看，无论是与世界上先进企业比，还是客观地对企业作出竞争力评估，其竞争力都处于较低水平。

我国企业竞争力低的原因是多方面的，简要的分析主要有以下几方面。

(1) 企业制度 象迈克尔·波特等西方学者在分析企业竞争力时，其考察的对象都是在成熟的市场经济条件下的现代公司企业，有着适合市场经济运行的企业制度，因此，企业制度对企业竞争力的影响的分析几乎不用涉及。但对中国企业来讲，企业制度确实是影响其竞争力的因素，上述的对我国企业竞争力状况的分析，就已经显示国有企业的竞争能力和竞争机制得分明显地低于其他形式的企业，这种企业制度与企业竞争力的显著相关关系是必须清醒认识的，现代公司企业的一个典型特征就是法人治理结构，即强调所有权和经营权的分离是公司控制权和剩余索取权分配的制度安排，一般以股东会、董事会、监事会和经理层的形式来体现。企业的创新能力、竞争能力在这种体制下会得到充分体现，当然从技术上看，将企业竞争能力或企业经营绩效中企业制度的贡献程度剥离出来是困难的，但大量的事实和理论研究都证明，以法人治理结构为特征是现代企业制度要比产权不清晰、所有权单一的企业制度更有活力。因此，我国的国有企业必须加快改制的步伐，以尽快适应国内、国际市场竞争的需要。

(2) 研究开发 (R&D) 能力 由于科技进步的速度加快，新技术进入应用阶段的周期缩短，在企业竞争的诸多因素中，作为能保持技术优势的 R&D 作用已受到充分关注，有效地开发和利用技术成果是决定一国企业国际竞争力的关键因素，及时地引进新技术、新工艺并有效地向市场投放新产品是当代国际竞争较量中有力的武器。研究开发能力的强弱取决于企业对 R&D 的投入，在这方面我国企业的投入严重不足，根据 2001 年的资料，R&D 投入占销售比例最多的是医药行业，仅为 0.781%，第二位的电子及通信设备制造业仅为 0.7544%，而发达国家的大型企业其 R&D 投入占销售的比例大都在 2% 以上，有的高达 10% 以上，这种高强度的投入，必然促进企业技术水平不断提高，进而提高竞争能力。

(3) 企业的管理水平 中国的企业在国内范围，大都能重视管理，注重管理的科学性和有效性，但作为一个现代企业和国际性企业，我国有企业管理者还面临许多艰巨的挑战，现代企业由于信息手段的广泛应用，产品从设计、生产到销售都有很高的技术因素，而劳动者也不仅是一般的体力支出者，因此，管理过程讲究扁平化、柔性化，注重企业文化，强调学习型的企业模式已经成为趋势，因此，传统的管理面临挑战，企业需实行流程再造，这是先进企业的必然要求，要走向国门的的企业，就必须适应和建立这种管理模式。

(4) 企业营销能力 营销作为一种研究市场、开发市场的过程，由于市场的许多变异性而且市场全球化趋势已经形成，成为最具有动态变化、最具有创新挑战的领域之一，企业的营销能力已经成为企业竞争力的重要组成部分，在中国加入 WTO 之后，企业营销竞争更加激烈，这已成为我国企业新的环境下面临的最大挑战之一。站在跨国经营的角度看，中国的企业虽然有一部分实现了跨国经营和全球营销，已初步具备了开展全球营销的战略基础，但其营销水平和能力不强，而且大多数国内企业的全球营销战略的意识不强，它们在产

品设计和定位、营销的目标和任务、国际市场进入的方式，营销的组织机构、市场营销信息的搜集方法等方面都处在较低层次水平，有的甚至仍在凭经验在进行经营。中国的企业，应该更新营销观念，以满足顾客需要或按照市场需要组织生产和开展各项经营活动，要按照市场需要组织生产，积极开展市场调查和市场预测工作，建立高效的市场信息系统，根据市场变化的趋势，迅速调整和制定企业的经营战略和市场营销策略，为此，应该以满足顾客需要为中心，重视市场信息，以市场信息作为营销策略的依据，积极运用市场营销组合策略，在产品定价、促销和销售渠道等方面全方位开展营销活动，提高自身的营销竞争力。

中国的企业走出国门，进行跨国经营，最终成长为跨国公司，本质上归结为竞争力的问题，走出国门进入国际市场需要较强的竞争力，因为新的进入者会带来新的生产能力，它们要夺得市场，占有资源，为此它就必须克服有关障碍，包括规模经济、产品差异化、资金、与规模无关的成本劣势、获得经销渠道、东道国政策等。在国际市场上经营发展也靠的是竞争实力，要适应新的环境，要适应上下游供应商和客户的变化，以及处理好竞争对手的竞争与合作关系，最根本的还是靠自己的实力。中国的企业目前与国际上大企业相比，似乎处于明显的劣势，但是中国企业也有相对优势，有劳动力的比较优势，这是一个重要的优势，而且可以保持较长时期；有本土优势，中国是一个大市场，已构成国际市场的一个组成部分，加入 WTO 后，可以通过这个市场走向国际，而且中国有特殊的产品文化的先天优势；还有后发优势，作为跨国公司后来者，可以较低的成本和较少的风险掌握更先进的技术、管理经验、市场模式、经营模式、组织形式等，可以走捷径，少走弯路，学习、观察和模仿，去掌握发达国家的跨国公司经过几百年积累起来的经验和教训。目前的情况是，发达国家拥有品牌、资本和技术等竞争力，但正在丧失制造业竞争力，而我国正因为有越来越强的制造业竞争力，在发展和壮大这个竞争优势的同时，培养出自己的品牌竞争力，发展自己的特有技术这样我国企业就有更大的发展空间。我们应该清醒认识到，我国的企业正处在跨国经营的初期，但我们要积极的迈出去，发展我国的跨国公司，可以断言，我们会比发达国家的跨国公司走的更快。

#### 参考文献:

- [1] 编写组 《中国企业跨国发展研究报告》 中国社会科学出版社 2002.10
- [2] 司岩 《中国企业经营实证与战略》 企业管理出版社 2003.2
- [3] 王林生、范黎波 《跨国经营理论与战略》 对外贸易大学出版社 2003.5
- [4] 联合国贸易和发展会议 《2002 年世界投资报告：跨国公司和出口竞争力》
- [5] 连玉明 《中国数字黄皮书》 中国时代经济出版社 2003.3
- [6] 迈克尔·波特 《竞争论》 中信出版社 2003.1
- [7] 国际统计信息中心 “国际大都市信息化水平测算与比较研究”《统计研究》2003.7
- [8] 宋跃征等 “我国大企业竞争力测评方法与实证分析”《统计研究》2003.7
- [9] J.H.Duning International Production and the Multinational Enterprise, George Allen & Unwin, London 1981

## **The Environment of Developing Chinese Transnational Corporations—the Further Development of Chinese Manufacturing Industry in the Transition Period of WTO Accession**

YANG Qing

(School of Economics and Management, Foshan Technological College, Foshan 528000, China)

**Abstract:** China is in the transition period of WTO accession, but in the context of globalization, the development of transitional corporations in China are relatively slow. According to the theory of transitional corporations, monopoly advantage is necessary for a corporation to invest overseas. Chinese corporations have no advantage in scale, but we have the conditions to develop industry cluster. We are not advantageous in technology and brand, but the medium and small corporations have competition advantages in adapting to small markets, marketing at low cost, procuring in local areas and producing special products as the small-scale technology theory shows. We are disadvantageous in information, human resource and capital, but we can make full use of international best customs to develop ourselves. We are noticeably weak in competition ability, but we have advantages in labor, home field and late developing. Therefore, in the context of China's WTO accession and the development of Chinese economy, Chinese corporations have the conditions to develop into transnational corporations.

**Keywords:** Chinese enterprises    transnational corporations    competition    development

收稿日期: 2003-7-9

作者简介: 杨清, 广东佛山科技学院经济管理学院副教授。