

●唐如青

对外直接投资

——中国企业集团发展的必由之路

中国大型企业集团有其独特的优势，但是目前其中不少企业面临着国内市场产品饱和、生产能力过剩的危机。摆脱困境的唯一出路是，冲出国界走企业国际化的道路。本文主要就企业国际化的过程中显示的优势，作理论上的阐述。

一、企业国际化含义及其发展过程的阶段理论

企业国际化（或曰“国际化经营”，“跨国化经营”）至少包含着两层意思：（1）就企业而言，它是指从企业的创建到运转，从产品的生产到营销，都按照国际惯例办事，都朝着国际化水准迈进；（2）就企业与国际经济活动的联系而言，这种国际化，既可以表现为企业产品销往国际市场，进行对外贸易，也可以表现为与外商投资者进行资产联合的合资合作经营，还可以表现为企业走向海外，在境外设立分厂，办公司。

国际化的经营系指一个企业的经营活动是国际经济活动的一部分。企业在国外设立机构，广泛利用国内外资源，在一个或若干个经济领域进行经营活动。企业国际化，要求企业以出口为导向，国际性地利用生产要素和管理技能，积极参与国际分工和竞争，具有自我生存和发展的能力。

企业走向国际化是一个过程，是企业从国内经营走向跨国经营的过程。揭示企业国际化发展阶段理论的传统代表人物罗宾逊，在1976年和1984年所作的论述中，将企业的国际化过程分为以下六个阶段。

1. 起步阶段。所谓起步阶段是指原先经营范围完全局限于国内市场的企业，随着其国内业务的发展和国内市场原材料的偏紧而国外市场拥有比国内市场更为廉价的同等货源时，它有可能采取以其部分产品换取国外原材料的办法。这类企业被罗宾逊称为“国内企业”。为有别于无出口业务的内向型企业，将它暂称为“国内市场指向型企业”。

2. 出口阶段。在第一阶段的发展基础上，出口逐渐成为上述企业的长期经营内容，与此相适应，企业组织结构也开始发生变化，一般设置开发出口市场的专职部门（如国际事业部），这类企业被称为“出口型企业”。

3. 国际经营阶段。随着出口业务的进一步扩大，企业组织结构内原来国际事业部的力量得到充实，直至与国内事业部和职能部门并驾齐驱。另一方面，企业也开始以参股形式在国外创建其子公司，或采取战略联盟的方式。这时，国内母公司对其国外子公司逐渐拥有绝对的控制权，决策方式为单向型。这类企业被称为“国际企业”。

4. 多国（经营）阶段。在这一阶段，国外子公司的数量开始增加，海外设置点也由一国扩大为多国。各子公司的决策权有所扩大，并逐渐趋于能够影响母公司的决策，在母、子公司之间，经营决策方式由原来的单向发展为双向。但各子公司之间仍各行其道，缺乏经常

的相互联系。整个企业集团尚未形成统一的步调，被称为“多国企业”。

5. 跨国（经营）阶段。其主要特征是母公司已开始全盘考虑其整体利益的极大化。子公司和母公司之间开始组建沟通网络，使全面统一的管理成为可能。决策权限也由分散趋于集中。这时，企业形态进化为“跨国企业”。

6. 超国界阶段。这是企业国际化的最高形态。在此阶段中，企业国际经营的范围已遍及世界各主要市场，全球范围和全方位战略已贯穿整个企业集团的经营过程，“国界”对其的约束力已大为减弱，它最终成为“超国界企业”。

罗宾逊有关企业国际化阶段的基本理论模式形成后，得到西方理论界的广泛承认。但是，还有相当一部分理论家提出了企业国际化的四阶段论。即按照一个企业在与国外市场的联系、国际性经营决策的地点、企业追求的经营目标、商务活动的种类和企业的管理组织结构各方面的情况，把一个企业国际化过程分为大致四个阶段。

在国际化的第一个阶段中，企业的商务活动往往局限于间接的（有时甚至是被动的）商品和劳务进出口活动，即企业要依靠一些专门从事进出口的公司进行商务活动。第二阶段，企业依然是以货物或劳务的进出口业务为主，也还可能利用那些进出口的专业公司。但和第一阶段相比，公司已开始独自地操办国际商务活动，开始主动地、直接地寻找贸易伙伴，积极地扩大商务活动。伴随着国际商务活动的增长，企业开始建立专门的处室来处理国际商务活动的问题。但是，从本质上讲，处于这个阶段的企业还是以国内的商务活动为主，还是一个内向型的企业。第三阶段，虽然企业仍然保持着国内商务活动的基本方向，但它已直接地参与到国际性商品购买、生产、销售环节中去，并有了常驻国外的代表或机构。从企业的组织形式上看，企业管理国际商务活动的机构已从一般的处室变为专业的部门。第四阶段中，企业已把自己的战略目标从国内移向国外，成为以全球经济活动为出发点，寻求全球最佳经营成果的跨国公司。组织机构也发生了很大变化，以便领导和控制遍及世界的子公司。

二、对外直接投资是企业国际化的最高形式

国际企业发展的历程，为人们描述了以世界市场为范围的、从直接商品出口到直接投资的企业国际化的基本轨迹。商品直接出口是最初级的国际化经营形式，为了应付日趋激烈的国际竞争，避开各种各样日益为甚的保护主义障碍，一些企业更倾向于对进口国进行直接投资。打入国际市场最有力的途径是在国外建立生产基地，企业国际化通过直接投资达到了顶端。

（一）对外直接投资的概念

所谓“直接投资”不单是资产的运用，而是指经营权和伴随企业经营控制权在内的资本流动。直接投资有三种形态：1. 以参与经营为目的，收买外国的企业或股票；2. 在国外设立子公司；3. 以开展经营为目的所取得的实物资产（支店、营业所、开设工场、收买、扩建）。

因此，直接投资与单以资产运用为目的的所谓证券投资不同，例如，公债、贷款则不算直接投资，为了资产的运用增益而取得的股票，由于不以支配经营权为目的，所以也不算是直接投资。这些都属于间接投资。间接投资者对所投资的企业没有管理权，只能获取债券、股票等投资的股息、红利。

“直接投资”应理解为两国间或两个以上国家之间的经营资源的移动。经营资源的含

义，除了天然资源、资本、劳动力之外，还包括技术信息、经营技能、企业家能力。

对外直接投资是指能直接参与对国外被投资企业管理的投资活动，即投资者对国外企业不仅拥有所有权，而且对国外企业的经营活动拥有实际的控制权；它有权控制国外企业的决策；在集团内转移资源（既包括货币资本，也包括知识和企业家经验等投入要素）；最后要求把这个进程中所获得的能产生收益的资产分布到许多国家。

（二）对外直接投资的特点

跨国企业的出现，是对外直接投资的结果。跨国企业是指在一个以上国家拥有（全部或部分）控制和管理能产生收益的资产的企业，即通过对外直接投资、筹资进行的跨国界生产。跨国企业的国外投资有三个特点：

第一，它必须是在国外进行活动，而不是在国内。由于国外投资是到外国进行工商活动，因此它必须面对国际环境，面对许多不熟悉的法令、社会环境、文化环境、人际关系、政治关系以及各种经济体系，所以到外国投资比在国内投资更复杂，风险更大。

第二，跨国企业在外国进行“直接”所有权的投资，而不是以往“间接”债权的投资。所有权投资与债权投资差别甚大，债权人可以坐等获得固定利息，而不必操心公司业务的运转，但所有权投资，所有者必须参与公司的管理或控制活动，并且要等公司获利之后才能享受成果。

第三，跨国企业国外投资不是“贸易”，而是进行两国之间，甚至是多国之间的资金、技术以及相应的物品转移，以求取得最佳资源的调配和运用。

（三）对外直接投资的战略动机

国际企业为什么要千方百计地通过对外直接投资来获得子（分）公司的经营控制权？其目的是多种多样的，但从其国际经营的战略动机来看，主要有：

1. 为争夺国际市场。2. 为提高生产率。3. 为获得新的知识成果。4. 为获得自然资源。5. 行为与经济目的。国际企业的行为一种来自于外部环境的刺激，另一种则来自于企业组织内部。经济目的是国际企业为寻求利润最大化而投资的出发点，它与战略目的、行为目的是互相统一的。

三、对外直接投资的优势理论

为什么企业国际化的最终趋势会采取直接投资的形式？因为跨国企业拥有特殊的优势，这些优势来源于技术和市场的垄断、来源于规模经济效益、来源于市场内部化理论。

（一）垄断优势理论

对外直接投资是跨国公司形成的物质基础，跨国公司是垄断资本高度发展的产物。垄断亦称“独占”，少数大企业或若干企业联合独占生产和市场。在自由竞争的过程中，大资本不断地排挤和吞并中小资本，使资本日益集中在少数大企业手中。资本集中，引起了生产集中。生产集中发展到一定阶段，少数大企业在某一生产领域中占统治地位，就形成了垄断。纵观当今世界所有巨型跨国公司的发迹史，都经历了从激烈竞争、吞并到垄断的过程。例如，美国埃克森石油公司的子公司达500家，遍布于100多个国家。它参与开采的重要油井超过13000个，炼油厂超过50座，石油化工厂约50家。它还拥有西方世界最大的一支油船队，总吨位为2400万吨。世界各地每天有600万辆汽车到它的65000个加油站加油。追溯其前身，洛克菲勒是从买进克利夫兰炼油厂开业的，后来又创立了美孚石油托拉斯，经过100多年努

力（1863年--1983年），从而控制了美国整个石油工业。

一个企业在国外投资，必须承担额外的费用。它与当地企业相比，后者享有天时、地利、人和的优势，如熟悉当地消费者的习惯、爱好，不受语言限制、民族隔阂等，而这些对外来企业则成了不利条件。外来企业之所以能站稳脚跟，是因为它们具有某些垄断的优势。垄断优势有许多不同的类型，其中包括：有专利权的或没有专利权的技术、管理经验；获得资本和市场的特殊便利；规模经济；垂直一体化的经济性；产品特异优势等等。这些属于无形的知识优势，通过对外直接投资来开发这些知识，成本很小，而东道国若要掌握这些知识的代价却很高。跨国企业拥有以下几个主要垄断优势。

1. 技术垄断优势

技术优势对跨国企业具有核心作用，它包括技术、信息、知识、无形资产和诀窍等等。技术优势具有十分广泛的内容，如生产秘密、管理组织技能和市场技能。因此，尽管跨国企业的许多研究与开发是以发明新产品和新生产工艺为目标的，但技能决不限于此。跨国企业还往往通过取得专利权或其他手段，来保住它们的发明制造秘密或者使别的企业不能利用。

技术优势是跨国企业比当地竞争对手具有更为优越的组织和管理技能，这种优势是由于他们有受过较好训练和教育的、经验丰富的管理人员。良好的组织结构能较快并有效地作出决定。技术优势实际上就是拥有专有知识，对企业来说，这种知识则是其内部的“公共商品”。一旦某项专有技术被开发出来，它的海外子公司便可以从母公司那里获得这种技术而又不需支付额外费用，而对于那些与它们相竞争的当地企业来说，它们要得到这些信息，就得承担全部成本。就此而言，它对促进直接投资有重要意义。更一般地说，知识优势的转移在跨国界的同一企业内较之不同企业（无论是同一国家，还是不同国家）更为容易。随着国际分工的进一步深化，国际经济日益一体化，生产、技术以及生产要素的组合也在国际范围内实现，西方跨国公司已建立自己的国际信息网络，以适应复杂多变的国际市场的需要。

2. 市场垄断优势

由于技术垄断必然带来生产要素的垄断，最后造成市场垄断。新产品和新生产工艺，是跨国企业垄断市场的最有实质性的组成部分，企业利用产品的专利权在国外取得法定垄断地位，或是利用产品的特异化能力，依靠对产品物质形态的少量变化、广告形式的商标和主观差别以及不同销售条件和附加条件等方法，使产品免受直接仿造。跨国企业把从生产到销售的各个环节统一起来，在世界范围安排生产、销售，大大提高其经营的有利条件和赢利能力。它可以利用当地资金及廉价原料和劳动力进行生产；可以绕过所在国的关税和非关税壁垒，甚至逃避税收；可以利用母公司和全资子公司所在国的利率差异，在子公司间调拨资金，减轻公司的利息费用，还可以赚取利息差额；在子公司间调拨资金，赚取汇率变动的的好处。利用汇率风险是跨国企业优于当地竞争对手的有利条件，较为便宜地和较为有利地进入资本市场，其优势可抵消与跨国经营相关的附加成本。跨国企业在投资所有权上实行灵活政策，甚至越来越多地采取与当地资本合营，以享受当地企业待遇，得到种种优惠。还可利用合伙人在当地推销产品和购买原材料的渠道，迅速控制所在国的市场。

其次，跨国企业在管理上实行高度集中统一，在母公司设总管理处，掌握整个公司的管理权，各子公司的投资、生产、销售、资金筹措和运用、人事安排、利润分配都由总管理处决定，便于母公司统一指挥，为实现利润最大化采取行动和作出及时决策。一般跨国企业都实行全球战略，根据整个公司在较长时期内稳定地取得最大利润的原则来安排经营活动，而

不是从子公司的局部和眼前利益出发。尤其是多样化的经营，可使企业分散经营风险，加强竞争能力，而且由于规模巨大、财力雄厚，有利于在技术方面保持领先地位，从而垄断市场。

跨国企业由于生产、技术、商标等方面的专利，投资策略上的灵活，资金融通便利，国际营销上的艺术，特殊销售技巧，经营管理上应用转移价格操纵市场价格，因而赢得了市场垄断的优势。

3. 规模经济优势

产业组织的规模经济特征，是产生大企业市场力量的主要来源。在企业经营活动没有扩大到一定规模的条件下，那些高度专门化的管理人员的劳务并不能被充分利用。进入外国市场或扩大国外经营规模，就可以在国际流动中进一步利用管理资源。跨国企业可以具有横向、纵向和多向一体化的优势。

横向一体化是指在若干国家设立制造同类产品的子公司，完全或部分重复生产、销售母公司的产品系列。横向一体化的主要目的是以更有效的方式，贯彻企业的出口政策，它依赖的是“无形资产”、“特殊资产”（如生产技术、管理技术、销售技术、商标、无专利保护的专有技术）。这种一体化可扩大公司规模并对价格进行控制以获得高额利润，形成对某产品市场的控制。

纵向一体化是指在若干国家设立生产内容不同，但又彼此密切相关的子公司为获得原料而进行的上游合并，然后按生产过程各连续阶段进行分工，不同的生产阶段可在不同的国家完成，以减少和消除与市场缺陷相关联的偶然事件。它主要适用于配套设计的有关产品。

多向一体化是指在多个国家设立子公司，各子公司经营不同行业和业务，母公司凭借技术（多个领域）的优势，根据需要形成多用途技术的一体化。

（二）内部化理论

内部化理论亦称市场内部化理论。其思想渊源是“科斯定理”。1937年科斯提出，市场对于进行某种类型的交易来说需要花费一定的成本，通过市场进行交易意味着失去效率，所以，贸易在厂商内部组织和开展，成本较低，而通过市场，成本较大，因此贸易最好在公司的各厂间内部进行，后来西方学者把这一定理引伸到直接投资理论中。

由于市场的不完全性，企业之间通过市场而发生的买卖关系不能保证企业获利，于是把市场上买卖关系变为企业内部的关系。原因是：企业要考虑除了生产以外的许多活动，如研究开发、市场购销、就业培训、建立管理班子等，这些都是互相依赖的，并且与中间产品相关。这些中间产品较为常见的是结合在专利权、人力资本之中的各种知识，企业将这些中间产品在其体系内实行内部化转移，可以获取利润的最大化。而政府对关税税收、红利汇回和汇率政策等干预又为内部化提供了一个基本理由，因为在这种情况下，企业有机会通过转移价格的方法使税收支出等最小化。

内部化意愿是由四组要素之间关系促成的：1. 产业特定因素，它与产品的特性有关，也与外部市场结构、规模经济有关；2. 地区特定因素，如地理上的距离和文化差异；3. 国家特定因素，即国家的政策和金融因素；4. 企业特定因素，例如不同企业组织内部市场管理能力和管理专门知识方面的因素。

内部化理论把分析的重点放在产业因素和企业因素上。例如当一个产业的活动是进行多阶段的生产，在生产过程中，中间产品的供需要在外部市场进行。在这种情况下，供需双方

为了协调一致，以排除外部市场供需间的剧烈波动，克服中间产品的市场不完全性，于是出现了市场内部化，这种内部化可以是“跨地区化”的，也可能是“跨国化”的。

内部化的利益来源于何处？

内部化的过程不可避免地要付出成本，增加了会计工作的复杂性，增加了企业的管理难度，如需要增加计算和控制信息的成本，以及遇到许多东道国厌恶跨国企业所造成的困难，因而也要把政治歧视的成本考虑进去。所以，要使内部化过程变得可行，需使内部化产生的利益超过因市场内部化导致的附加成本。市场内部化的利益来源主要有以下几个方面：（1）协调时滞；（2）对“知识产品”准确定价；（3）消除“独卖”“独买”的集中努力；（4）消除“买方不确定”；（5）缓和市场的不完全；（6）保持技术优势。

内部化并不是指给予企业拥有特殊优势的这种特有财产本身，而是指这种财产的内部化过程（相对于把这种财产出售给外国生产者而言）。它给了跨国企业以特有的优势，跨国企业的优势是对它过去投资于（1）研究与开发设施（创造技术上的优势）的报酬。（2）发明紧密结合的一组技能（它能创造出大于个别技能总和的收益）的报酬。（3）创建信息传递网络的报酬。这种网络不仅可以使它以较低成本在企业内部转移（1）和（2）的优势，而且可以保护这些信息（包括市场知识在内）不被外人染指。

跨国企业的内部化，有利于克服市场缺陷，用自己控制的生产和销售单位来取代独立的外部企业；有利于利用市场缺陷保持垄断优势。跨国企业建立起内部市场以后，就在不同国家之间建立了自己的一体化空间。用一体化空间的统一性和国家间差别性的矛盾保持优势，获取超额利润。

（上接第51页）

（七）加紧制定有关的金融法规，对已经出台或即将出台的法规严格监管执行。

我国《公司法》已经出台，《银行法》和《证券法》也即将出台，这为规范和管理离岸金融市场发展奠定了良好的基础。上海率先在中国建立离岸市场，上海政府及金融当局应结合中央的精神及有关法律，制定有关的金融法规，如《商业票据法》以及其他有关的操作规定等。制定完善的法律，保证离岸金融市场一开始就注入法制化轨道，规范各金融机构的经营行为，使离岸市场健康有序地发展。另外，银行对客户的保密承诺应有一定的法规来约束，保障投资者和资金所有者的正当权益，增加上海离岸金融市场的吸引力。

（八）改善投资环境，解决外资引进后的投资项目问题。

国际上资本流动的内在动因是寻找更高的投资回报率。离岸金融市场的建立会导致大量外资的进入，因此需提供一个好的投资环境来吸引这部分外资长期投资国内建设。上海目前可进一步改善基础设施，加紧市政道路建设及浦东新机场建设，改善上海交通难的现状。浦东新区的一系列优惠政策及外高桥保税区的12项优惠政策为外资提供了优惠的软环境，但由于基础设施方面如电、气、水等的不足一定程度上制约了外资的进一步引进。另一方面，简化跨国公司、外国企业业务人员出国进行营销培训等手续。此外，制定产业结构调整策略和明确的外商投资方向，采取合作、合资等形式让外资涉足国有大中型企业。