

国际经济与金融系列（圆）

# 现代跨国公司的区位体系 与世界经济

郑京淑 著

中山大学出版社

·广州·

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

现代跨国公司的区位体系与世界经济 廖京淑著 广州：中山大学出版社，2009.12

(国际经济与金融系列：圆)

廖京淑 著 廖京淑 廖京淑 廖京淑 廖京淑

I 廖... II 廖... III 廖跨国公司—研究 IV 廖廖廖

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 廖廖号

责任编辑：周建华

封面设计：方楚涓

责任校对：舟雨

责任技编：黄少伟

出版发行：中山大学出版社

编辑部电话 (020) 廖廖廖廖 廖廖廖廖

发行部电话 (020) 廖廖廖廖 廖廖廖廖

地址：广州市新港西路 廖廖号

邮编：廖廖廖

传真：(020) 廖廖廖廖

印刷者：广州市番禺市桥印刷厂

经销者：广东新华发行集团

规格：廖廖皂伊廖廖皂 廖廖 廖廖廖印张 廖廖千字

版次印次：廖廖年 廖月第 廖版 廖廖年 廖月第 廖次印刷

定价：廖廖元

本书如有印装质量问题影响阅读，请与承印厂联系

## 内 容 提 要

本书以价值链为分析工具，全面系统地研究现代跨国公司价值创造活动的全球网络化以及由此产生的区位体系，在此基础上分析跨国公司在现代世界产业结构调整和世界贸易发展中所起的重要作用。

本书在逻辑体系和研究内容上分为两大部分：第一部分，系统地研究跨国公司的区位体系，包括跨国公司区位体系研究框架的建立、跨国公司生产职能的国际化与全球网络化区位、跨国公司 研发职能的国际化与海外 研发机构的区位、跨国公司地区总部职能与区位、跨国公司中枢管理职能（总部）活动及其区位等；第二部分，属于扩展性的研究，分析了跨国公司价值链的全球网络化配置对现代世界产业结构调整与世界贸易发展的影响，包括对发展中东道国、发达东道国以及母国产业结构调整的影响，跨国公司在现代世界贸易中的支配性地位以及跨国公司内部贸易的性质与结构。

从跨国公司价值创造活动各环节的全球最佳区位以及各区位间网络化联系切入所勾勒出的跨国公司全球经营实态，以及由此所描绘的国际分工格局与全球经济联系的格局，比起纯微观的跨国公司研究与缺乏明确行为主体分析的国际贸易和国际直接投资研究，更富有说服力和表现力。

本书对世界经济、国际经济、区域经济、经济地理、国际工商管理专业的本科生和研究生，对从事区域开发、招商引资的研究人员与政府决策人员以及要走向跨国经营的企业领导层有较大的参考价值。

## 作者简介



郑京淑，女，吉林延边人，理学博士，现为广东外语外贸大学国际经贸学院副教授。主要从事世界经济、区域开发、跨国公司和产业区位等方面的教学与科研工作。近年来，在《经济地理》、《世界地理研究》、《国际经贸探索》等刊物上发表了“日本跨国公司对外直接投资的区位研究”、“跨国公司海外研发机构的区位研究”、“跨国公司地区总部职能及亚洲地区总部的区位研究”、“跨国公司内部国际贸易及其结构研究”、“全球化时代的区域政策方向思考”、“论柔性的内涵及其对经济地理学研究的启迪”、“日系汽车厂商的供应链变革与广东建构汽车供应链体系的构想”等四十余篇学术论文。参编了《城市化：中国现代化的主旋律》、《世界经济地理》、《崛起中的半岛制造业基地》等著作。从1995年起，作为专家组成员先后四次参与完成日本对华技术合作项目：“吉林省地域综合开发计划调查”、“中国乡村城市化实验市综合开发计划调查”、“中国中小城市综合发展制度与政策研究”以及“中国西部中等城市发展战略与制度研究”等，在此过程中重点围绕中国乡镇企业的发展及空间集约、中国开发区重构、西部招商引资战略等进行了较为全面深入的调查与研究。

## 前 言

第二次世界大战以后的世界经济经历了前所未有的重大的结构性变迁。先是 20 世纪 70 年代以来西欧和日本的复兴，动摇了美国在资本主义世界中的绝对霸主地位，从而形成了由美国、西欧和日本主宰世界经济的“三极”格局。接着 80 年代后期以来席卷全球的地区经济一体化浪潮以及东亚发展中国家的兴起，使世界经济格局向“板块”结构发展，由 北美自由贸易协定、欧盟和东亚构成的三大“极区”替代了三个“极点”。世界经济联系大大增强，经济联系的内容、形式、性质和格局均发生重大变化。作为传统的经济联系方式的贸易得到空前发展，从而有效地带动了世界经济的发展。贸易格局由从前的发达国家对发展中国家、前者的工业品对后者的初级产品的不对称格局，转变为发达国家对发达国家、工业制成品对工业制成品的对称格局。亚洲的 暹罗(亚洲“四小龙”)、 东盟(东盟)和中国在发展中国家或地区中脱颖而出，在世界生产和贸易中挤占一席之地，正在改写着“世界经济地图”。蓬勃发展的国际直接投资，将国际分工从交换领域带入到生产领域，在推动国际分工纵横发展的同时，改变着国际分工的性质。国际分工形式由以往以发达国家与发展中国家间的产业间垂直分工(工业制成品对初级产品)占主流，向以发达国家之间的产业内水平分工(同一类终极产品贸易)和发达国家与经济发展卓有成效的部分发展中国家间的产业内垂直分工(中间品贸易)占主导的格局转变。

以上所有重大的结构性变化，均与跨国公司这一特殊的经济主体

有着千丝万缕的联系。跨国公司作为独立的利润追求单位，为实现公司体系整体的利润最大化目标，致力于提高利用全球资源为全球市场服务的能力。为占领和扩大市场，跨国公司将其分支机构分散区位于世界主要的市场；为降低成本和提高效率，跨国公司又将公司价值链中各项职能予以细分化，分别配置于对各项职能活动最佳的区位上；为追求公司系统整体的协同效率，跨国公司将分散于世界各地的分支机构置于公司总部的统一管理和控制之下，以构建体系内部全球分工网络。现代跨国公司正是通过其生产网络、销售网络、研发网络、管理网络等全球一体化分工网络，推动着世界商品的国际化、资本的国际化、生产的国际化和创新的国际化。

结果，当今世界的生产和贸易活动越来越多地被纳入到由跨国公司编织的国际分工体系之中，凡是跨国公司活动涉及的国家 and 地区经济，有意无意地通过跨国公司这一媒介相互连接在一起。而且随着跨国公司分工网络趋向精致化，各国、各地区之间的相互联系和相互依赖日益增强。世界各国、各地区的经济增长、技术进步、产业结构调整 and 贸易发展等，均不同程度地受跨国公司的影响。

而遵照利润最大化原则和市场逻辑行动的跨国公司，对价值链中不同职能活动的区位以及经营资源的配置，在全球空间上的表现极不平衡。尽管阻碍跨国公司全球经营活动的制度障碍因贸易和投资趋向自由化而大大减弱，距离的障碍也因现代交通运输手段和信息通讯技术等空间克服技术的巨大进步而得到根本改善，从而使区位自由度大大提高，但是跨国公司各项职能活动的区位与经营资源的配置在地理空间上仍然集中于特定区域。跨国公司的活动向特定空间集中的倾向，在次国家区域中表现得尤为显著。即使是分布最为广泛的海外生产基地，也对东道国中对外联系便利的沿海地区、作为国民经济核心大城市圈，以及特定的产业集群显示出强烈的区位指向性；在海外进行的研究与开发活动，向发达国家的少数中心城市和著名科技园区集中区位，虽然发展中国家也吸收了跨国公司的海外研究所，但只限于极少数国家的首都或特大城市，而且又多为开发指向型研究所；

以总部和地区总部为代表的跨国公司中枢管理职能活动，更是向纽约、伦敦、东京、洛杉矶、巴黎、新加坡、香港等世界级或地区级城市集中。

由此可见，跨国公司的全球经营活动有着极为丰富的空间内涵，跨国公司的区位行为产生着深远的空间效应——在很大程度上规定着经济全球化的空间秩序和国际分工的性质。因此，深入研究跨国公司的区位规律及其区位行为对世界经济的影响，具有重要的理论意义和政策指导意义。

鉴于跨国公司在世界经济中所发挥的重要作用，国际经济学和国际经营学界都十分重视对跨国公司的研究，也取得了丰硕的成果。但这两个学科的研究重心并不在区位问题上，其研究热点集中于两大方面：一是解释企业为什么不采取证券投资、出口或技术许可的方式供应国外市场或利用国外资源，而选择直接投资的方式这一问题；二是研究跨国公司的对外直接投资对母国或东道国经济的影响。而区位论作为解明经济行为主体的区位规律的基础理论，除了廖什在他的著作《经济区位论》中论及过由国界带来的市场圈缩小问题，胡佛在他的著作《经济活动的区位》中曾指出关税壁垒的高低会影响国内、国外生产地之间的竞争关系的观点等有点滴的涉及外，对跨国公司的区位理论研究相当滞后。

笔者看来，目前学术界关于跨国公司区位决策和区位规律的研究，尚存在两大方面的缺憾：第一，经典的跨国公司理论只论及国家层次的区位选择，即国别选择。而现实上，跨国公司的区位还包括另一个层次，即对东道国内部具体区域（城市）的选择。国家选择和区域（城市）选择共同组成跨国公司完整的区位决策。而第二次区位选择，对跨国公司的绩效产生重要影响。第二，跨国公司的区位研究尚未建立起完整的体系。现代的跨国公司已发展成为多部门、多职能、多国家、多区位的复杂的组织体，而且自 20 世纪 80 年代起，随着企业间全球竞争的加剧，跨国公司中出现了将研究与开发职能和中枢管理职能向国外扩散，并构建全球网络的新动向。而学术界对跨国公司

区位的研究仍然主要集中于生产职能，即工厂的区位上，对海外研究所、地区总部等其他职能活动的区位研究则相对滞后。蓬勃发展的实践从客观上要求将跨国公司的区位研究向跨国公司价值链的其他职能领域扩展，进而建立起较为完整的区位研究体系。

本书的写作宗旨在于，探究经济全球化时代跨国公司的区位行为规律，建立跨国公司区位体系的研究框架，并尝试从此入手解明现代国际分工和世界经济结构发展变化的动力机制。关于本书议题的最初的问题意识，来源于笔者的教学活动。笔者于 1983 年在东北师范大学硕士研究生毕业以后便留校任教，主要讲授“世界经济地理”。在教学过程中，笔者深感丰富和发展学科理论的必要性。当时学科的理论依据来自国际分工理论（确切地说应该是劳动地域分工理论）。这一理论在解释第二次世界大战以前的世界经济发展和世界经济地域系统形成演变规律时很有说服力，但要说明“二次”大战后，特别是 1945 年以来所发生的一系列重大结构性变化和世界经济系统的内在联系，则显得有些“苍白”。因此，需要发现将各个独立的国民国家连接在一起的经济行为主体，而那就是跨国公司。跨国公司相对较少地受一国资源禀赋的约束，利用对外直接投资、外包、贸易、专利许可等多种途径，灵活地运用不同国家的区位条件，开展创造、实现和分配价值的活动。跨国公司有意义、有计划地组织的企业内部和外部分工，不仅改变着现代的国际分工形式，而且极大地推进了国际分工向纵横方向发展。笔者相信，对跨国公司这一特殊经济行为主体的研究，可以为发展国际分工理论开辟新的有效的途径，从而为我们透过纷繁的世界经济现象探寻其内在的动力机制、把握其动态变化脉络提供一把很好的钥匙。

来自教学活动中的初步的问题意识，在此后笔者所从事的一系列调查研究中得以进一步增强。笔者自 1984 年代初迄今，先后参加了多项国家级、省级和一些重大的国际合作课题，它们分别是“关于东北亚经济合作与图们江地区开发”、“中国乡村城市化实验市综合开发计划调查”、“中国城市化战略”、“中国西部中等城市发展战略与制度研

究”等研究课题，并有机会对东北地区、长江三角洲地区、珠江三角洲地区和西南地区进行较为深入的实地调研。在对不同地区数十家各级各类开发区进行调研的过程中，笔者深切地体会到改革开放对中国大地所带来的翻天覆地的变化，同时也清晰地认识到经济全球化背景下跨国公司的行为原理以及由此决定的产业区位和产业空间的变化特点。特别是强烈地感受到按照市场逻辑行动的跨国公司的区位活动在中国国土空间上所表现出的巨大差异，包括南北落差、东西落差以及城市与农村的落差等。也亲眼目睹了由于对经济全球化时代跨国公司的区位行为和区位规律的认识肤浅甚至是认识有误，引发过急、过度、过热的招商引资竞争而浪费宝贵资源的现象：过于迷信优惠政策而争相攀比优惠政策；大面积的开发区土地被荒芜；虽然已有相当数量的外资集聚，但因缺乏旨在促进关联的支持措施和相关行动而难以形成真正的产业集群效应，从而影响外资利用效率；城市间陷入国际商务中心之争，引发城市的乱开发；等等。

所有这些都成为了促使笔者进行理性思考，并将成果整理出书的动力。全书以价值链为分析工具，全面系统地研究现代跨国公司价值创造活动的全球网络化趋势，以及由此而产生的一系列区位问题，力图建立跨国公司区位体系的研究框架，并分析现代世界产业结构调整和世界贸易发展的微观机制。

全书共分 苑章，从逻辑体系和研究内容上可分为两大部分：第一部分由前 缘章构成，系统地研究跨国公司的区位体系；最后两章构成第二部分，属于扩展性研究，分析跨国公司价值链的全球网络化区位对现代世界产业结构调整和世界贸易的影响。各章的主要内容概括如下：

第 员章属于认识论范畴。首先界定了跨国公司的概念，并概括了现代跨国公司的特征。接着从生成史的角度简要地回顾跨国公司形成与发展的历史轨迹后，重点分析了第二次世界大战后国际直接投资和跨国公司发展的一系列重要的结构性特征。

第 圆章构成全书的理论基础。首先作为基础性研究，从外资跨国

公司经典理论中发现重要的区位思想；在此基础上，从国际区位条件、区位因素、区位行为等三个方面，构筑跨国公司区位研究的理论框架；最后，运用所建立的区位研究理论框架，总结性地概括了跨国公司生产职能的全球网络化区位规律。

第 猿章论述跨国公司 砸双阅职能的国际化动因，砸双阅国际化的发展阶段，不同类型海外 砸双阅机构的区位指向；在此基础上，从实证研究的角度，分析了日本跨国公司 砸双阅国际化与在美研究所的区位特点；最后以 阴云为例，论述了先进跨国公司 砸双阅活动的全球网络化发展趋势。

第 源章研究跨国公司地区总部职能及其区位规律。首先考察跨国公司地区总部制度产生的时代背景；结合跨国公司地区总部的职能分析，提炼出跨国公司总部的区位因素；而后以亚洲为例，分析了亚洲特殊的跨国公司地区总部的区位条件和亚洲主要城市的区位竞争力；最后集中剖析了新加坡吸引众多跨国公司亚洲地区总部的区位竞争力源泉。

第 缘章讨论处于跨国公司组织体系最顶端的总部的职能及其区位规律。从现代企业组织的分异与空间成长角度，分析总部诞生的历史背景；通过剖析跨国公司中枢管理职能的内涵，得出跨国公司总部的两大区位因素——面对面接触利益和集聚利益；最后比较分析了主要国家大企业总部“一极集中”与“多极分散”这两大区位类型形成的具体成因。

第 远章分别从发展中东道国产业结构的成长、发达东道国衰退产业的复兴、母国产业结构升级等三种角度，分析了跨国公司价值链的全球网络化区位对现代世界产业结构调整产生的影响以及影响的机理。

第 苑章从不同的角度考察跨国公司在现代世界贸易中的支配性地位，并从理论上解释跨国公司对世界贸易的组织、控制和促进作用；最后以美国为例，详细分析了跨国公司内部贸易的发展及其结构特点。

笔者深知围绕着跨国公司的区位及其影响问题，还有一系列相关课题亟待深入研究。从笔者的专业方向和使命感而言，至少有以下两大课题将是今后很长一段时期研究的重要方向：一是深入探究跨国公司强烈作用下的我国国土空间和产业空间发展变化的动态过程及其动力机制；二是将研究向政策领域拓展，思考如何提高跨国公司的运用效率和质量，以建立内力与外力共同推动我国现代化进程的良好机制问题，并思考经济全球化条件下应有的区域政策方向。

借本书出版之际，特向十多年来为笔者的成长、工作和生活给予支持、帮助、温暖和动力的人们表示深深的敬意和诚挚的谢意。首先特别感谢我的硕士研究生导师孟春舫教授和博士研究生导师袁树人教授，是两位导师带我进入了学术的殿堂，并始终激励着我站在专业领域的前沿去探索问题。还要感谢陈才先生和徐效坡先生这两位德高望重的老前辈，他们的科学精神、严谨的学风、深入实践的优良作风，通过两位的言传身教向我渗透。丁四保教授和刘继生教授作为前辈和同事，多年来从工作和学习方面给予了大力支持和帮助。刘力博士和李秀敏博士既是我多年的同事，又是生活中的挚友，我在同她们之间经常性的毫无顾虑的学术交流甚至争论以及多年的合作中受益匪浅。

我非常有幸结识几位国际友人，他们是日本东京经济大学的周牧之博士、日本开发构想研究所的杉田正明先生以及日本大阪产业大学的今野修平先生。自 1992 年在长春第一次遇见周博士以来，愿年间在周博士的大力推荐和亲自带领下，先后四次参加了日本对华技术合作项目。在这些项目的实施过程中，有幸和他一同对中国经济发展的热点地区开展深入的调查研究。周博士以他那同龄人少有的气魄、毅力、行动力、感召力、使命感和实事求是的科学态度，深深地感染了我，让我看到了学术研究和学者的真正价值。周博士不仅激励我不断向学术前沿领域挑战，而且还时常给予极其中肯的忠告，让我及时认识到自己的不足，找寻努力的方向。日本开发构想研究所的首席研究员杉田正明先生是 1995 年笔者参加日本对华技术合作项目时认识的。在此后的几年间，同杉田正明先生一起对长江三角洲、珠江三角洲、

西南地区以及日本的东京湾、东京大都市圈和内陆的地方城市等进行了多次实地考察和调研。在日本国土省（现为国土交通省）的智囊团从事猿多年研究的他，有着渊博的知识、宽阔的视野和深厚的人文关怀。杉田正明先生非常重视科学技术的作用和制度论，因此一直督促我密切关注和准确地把握经济全球化、信息化和市场逻辑下企业的区位行为模式以及由此决定的国土空间和产业空间的变化趋势，因为这将中央政府和地方政府制定科学合理的政策提供科学的依据。杉田正明先生无论多繁忙，都很认真、耐心地答复我所提出来的诸多问题，在和他之间进行的密集的交流中，我得到了学术思想的刺激和启迪。日本国土规划、国土政策的权威今野修平先生，教导我走出狭小的书斋，放眼世界、把握经济社会发展的脉动。借此机会真心祝福先生早日战胜病魔，恢复往日风采。

本书能够得以出版，得力于广东外语外贸大学国际经济与贸易学院领导的大力支持，特别是对刘巍博士的激励和督促深表谢意。

最后，向老家年迈的母亲，多年来毫无怨言地为我承担家务、替我照顾孩子的婆婆和孩子的姑姑表示敬意和诚挚的感激之情。还有，小小年纪便懂得理解母亲的辛劳、在我长期出门在外时也能够自觉地学习、健康成长的儿子，给了我莫大的快乐和慰藉。我的研究生韩凤，在紧张的毕业论文答辩前夕，挤出宝贵的时间为本书进行了文字和语句上的处理，特此表示感谢。

郑京淑

圆年 远月 圆日

# 目 录

第 1 章 跨国公司概论.....	( 1 )
1.1 跨国公司的概念及其特征 .....	( 1 )
1.1.1 跨国公司概念的界定.....	( 1 )
1.1.2 跨国公司的特征.....	( 2 )
1.2 早期跨国公司的形成 .....	( 2 )
1.2.1 跨国公司的兴起 ( 19 世纪 70 年代到 第一次世界大战前 ) .....	( 2 )
1.2.2 两次世界大战期间跨国公司的缓慢发展 ( 1914 年 - 1918 年 ) .....	( 2 )
1.3 第二次世界大战后跨国公司的迅猛发展.....	( 2 )
1.3.1 20 世纪 50 年代的大发展 .....	( 2 )
1.3.2 跨国公司的迅猛发展 .....	( 2 )
第 2 章 跨国公司区位体系的研究框架与生产职能的 全球网络化区位 .....	( 3 )
2.1 跨国公司经典理论中的区位思想评介.....	( 3 )
2.1.1 早期的区位思想 .....	( 3 )
2.1.2 近期的区位思想 .....	( 3 )
2.2 跨国公司区位体系及其研究框架.....	( 3 )
2.2.1 跨国公司的区位体系 .....	( 3 )
2.2.2 跨国公司区位体系的研究框架 .....	( 3 )

圆猿	跨国公司生产职能的转移与全球网络化区位 .....	(圆)
圆猿	生产职能在现代跨国公司价值链中的 地位——“微笑曲线” .....	(圆)
圆猿	跨国公司生产活动的区位指向 .....	(圆)
圆猿	跨国公司国际生产的地域组织形式 .....	(圆)
圆猿	跨国公司生产基地区位在次国家层次上 的集中与产业集群 .....	(圆)

## 第 猿章 跨国公司 砸阅阅职能的国际化与海外 砸阅阅机构

	的区位 .....	(猿)
猿	跨国公司 砸阅阅国际化的动因 .....	(猿)
猿	砸阅阅的概念 .....	(猿)
猿	企业 砸阅阅活动的本质 .....	(猿)
猿	砸阅阅国际化的动因 .....	(猿)
猿	跨国公司 砸阅阅国际化的发展阶段与 砸阅阅机构 的类型 .....	(猿)
猿	跨国公司 砸阅阅国际化的发展阶段 .....	(猿)
猿	海外 砸阅阅机构的类型 .....	(猿)
猿	跨国公司海外 砸阅阅机构的区位 .....	(猿)
猿	跨国公司海外 砸阅阅机构的区位指向 .....	(猿)
猿	日本跨国公司 砸阅阅的国际化与海外 砸阅阅机构的区位 .....	(猿)
猿	先进跨国公司 砸阅阅活动的全球网络化 .....	(猿)
猿	砸阅阅活动从国际化向全球网络化的 发展趋势 .....	(猿)
猿	陨酝的 砸阅阅活动全球网络化实践 .....	(猿)

## 第 源章 跨国公司地区总部的建立与亚洲地区总部的区位 .....

源	跨国公司地区总部制度的产生背景——全球化	
---	----------------------	--

	与本土化的平衡 .....	(员圆)
源圆	跨国公司地区总部的职能 .....	(员圆)
源圆	源圆 早期的跨国公司地区总部.....	(员圆)
源圆	源圆 跨国公司地区总部职能.....	(员圆)
源圆	源圆 影响跨国公司地区总部职能的主要因素.....	(员圆)
源圆	源圆 地区总部的“三极”体系.....	(员圆)
源猿	跨国公司地区总部的区位因素 .....	(员圆)
源源	亚洲主要城市的国际商务职能建设与跨国公司 亚洲地区总部的区位 .....	(员圆)
源源	源源 跨国公司亚洲战略的变化.....	(员圆)
源源	源源 亚洲特殊的区位条件.....	(员圆)
源源	源源 亚洲主要城市的地区总部引进竞争.....	(员圆)
源源	源源 亚洲主要城市的区位竞争力.....	(员圆)
源缘	新加坡的跨国公司地区总部区位环境与亚洲地区 总部的职能 .....	(员圆)
源缘	源缘 “国际综合商务中心构想”与 韵匀匝 计划.....	(员圆)
源缘	源缘 新加坡吸引跨国公司地区总部的区位 竞争力分析.....	(员圆)
源缘	源缘 新加坡的亚洲地区总部职能.....	(员圆)
第 缘章	跨国公司中枢管理职能——总部活动及其区位.....	(员圆)
缘圆	跨国公司组织的分异与空间成长 .....	(员圆)
缘圆	缘圆 现代企业组织结构的成长阶段.....	(员圆)
缘圆	缘圆 跨国公司组织结构与空间结构的发展 模式.....	(员圆)
缘圆	跨国公司的中枢管理职能 .....	(员圆)
缘圆	缘圆 跨国公司的经营决策与管理决策.....	(员圆)
缘圆	缘圆 跨国公司的中枢管理职能与总部.....	(员圆)

缘猿	跨国公司总部的区位 .....	(猿园)
缘猿	总部的区位条件 .....	(猿园)
缘猿	总部的区位因素——面对面接触利益 与集聚利益 .....	(猿猿)
缘猿	跨国公司总部不同职能活动的区位因素 .....	(猿源)
缘源	主要国家大企业总部的区位特征 .....	(猿源)
缘源	“一极集中型”区位 .....	(猿源)
缘源	“多极分散型”区位 .....	(猿苑)
第 远章	跨国公司与现代世界产业结构调整 .....	(猿苑)
远源	现代产业结构的调整与跨国公司 .....	(猿苑)
远源	现代产业结构演进的轨迹 .....	(猿苑)
远源	现代产业结构调整与跨国公司 .....	(猿猿)
远源	跨国公司与发展中东道国的产业结构调整 .....	(猿源)
远源	劳动密集型产业的成长与结构升级 ——以纺织业为例 .....	(猿缘)
远源	技术密集型产业的成长——电子工业和 关联设备制造业 .....	(猿源)
远源	跨国公司与发展中东道国民族企业的 成长 .....	(猿源)
远源	跨国公司协助下的东亚产业结构调整 特点 .....	(猿缘)
远猿	跨国公司与发达东道国衰退产业的复兴——英国 汽车产业的复兴 .....	(猿源)
远猿	英国——域外跨国公司进入欧洲统一 大市场的桥头堡 .....	(猿苑)
远猿	英国的汽车产业——由盛而衰 .....	(猿怨)
远猿	日系汽车厂商的进入与英国汽车产业 的复苏 .....	(猿源)

远源	跨国公司与母国的产业结构升级 .....	(圆元)
远源	跨国公司对母国产业结构调整 促进作用.....	(圆愿)
远源	“产业空心化”疑虑与本质.....	(圆源)
第 苑章	跨国公司与现代世界贸易的发展.....	(圆源)
苑源	跨国公司在现代世界贸易中的重要地位 .....	(圆源)
苑源	跨国公司国外子公司的出口倾向.....	(圆缘)
苑源	跨国公司国外子公司在东道国出口中 的地位.....	(圆怨)
苑源	跨国公司内部贸易(母 原子公司间贸易) 在公司贸易和一国贸易中的地位.....	(圆源)
苑源	跨国公司国外子公司之间的贸易发展.....	(圆苑)
苑源	跨国公司与贸易的关系——理论解释 .....	(圆怨)
苑源	国际直接投资与贸易的结合理论.....	(猿园)
苑源	跨国公司与贸易: 相互关系的内容及其 变化.....	(猿缘)
苑源	跨国公司内部贸易的发展及其结构 .....	(猿源)
苑源	跨国公司内部贸易方向的多边化.....	(猿缘)
苑源	美国的跨国公司内部贸易的发展.....	(猿远)
苑源	美国的跨国公司内部贸易的部门结构.....	(猿苑)
苑源	美国的跨国公司内部贸易的地域结构.....	(猿愿)
参考文献	.....	(猿猿)

## 第 1 章

# 跨国公司概论

世界经济正在经历着一个根本性的变革。以往使各国民经济相对孤立的各种屏障——贸易和投资的壁垒，距离、语言的障碍，各国意识形态、制度、文化和企业制度的差异——在迅速地缩小，各国民经济间的相互联系与结合在加深，世界经济正在走向各国民经济相互依存的一体化的全球经济时代。而促进世界经济一体化的最为主要的力量来自跨国公司。现代跨国公司作为多工厂、多部门、多职能、多国家的巨型网络组织，为追求公司体系利益最大化，借助国际直接投资和公司内部贸易手段在全球尺度上开展价值创造和分配活动。现代跨国公司的全球经营，将越来越多的国家和地区纳入到其企业内部分工体系之中，从而形成世界各国、各地区的经济发展、产业结构调整、对外贸易发展以跨国公司为媒介紧密地联系在一起的新的格局。可以说，现代跨国公司是经济全球化的第一行动者和组织者。而这样一个超现代化的巨型企业组织的正式出现，并不是很久远的事，现代跨国公司是在第二次世界大战之后得到了真正大发展。本章的目的在于认识现代跨国公司的基本特征以及第二次世界大战后跨国公司发展上出现的一些重要特点。

## 员 跨国公司的概念及其特征

### 员 跨国公司概念的界定

跨国公司（~~酝~~）的名词首次出现是在 员年，是由美国学者 阅在一次研讨会上讲演时提出的。从此，凡指那些从事跨国经营活动的、区别于国内传统企业的新型企业类型时，陆续出现诸如国际公司（~~陨~~）、全球公司（~~郧~~）、无国籍公司（~~葬~~）、无国境公司（~~月~~）等许多新名词。各种用语的涵义有所不同，一般都和跨国公司跨国发展阶段及跨国经营的性质有关。国际公司通常是指将产品出口到另一个国家和地区的公司。全球公司则是指那些经营活动几乎遍布世界各国，面向世界市场提供具有全球性品牌的产品与服务的公司。而无国籍公司和无国境公司，是为了强调跨国公司的利益和经营资源的配置超越国家边界和政治制度、意识形态而提出的概念。但现实上并不存在真正的无国籍公司，因为无论企业的跨国程度多高，跨国公司的管理控制中心仍然在母国的总部，而且母国始终是跨国公司赖以生存和发展的核心能力和竞争优势的源泉。

跨国公司不仅在名称上有差异，而且关于跨国公司的定义，不同机构和研究学者也有不同的认识和解释，可谓众说纷纭。在给跨国公司下定义时往往使用一些标准，通常使用的标准可归纳为以下几种：

#### 员 企业结构标准

与国内企业相比较，跨国公司企业结构发生以下三个方面的变化：①在国外从事直接的经营活 动，尤其是生产活动，即在两个以上国家拥有有形资产，并对其进行直接管理，因而有别于为获取红利和股息而购买外国企业股份的企业行为；②国外分支机构作为公司全球体系中的有机组成部分，承担公司全球网络中应有的职能，其经营活

动受本国总部战略的统一指导；③随着国外事业活动在公司整体事业中所占比例的提高，公司便立足于更长远的目标推动其国外事业的发展，公司开始调整、协调其国内事业与国外事业，并进行统一的一元化管理，组织结构也发生相应的变化。基于上述企业结构的变化来界定跨国公司概念的最为普遍。如联合国的定义接近于①；《商业周刊》则侧重于①和②；弗农（Vernon）的定义倾向于②；理查德罗宾逊（Richard Robinson）及国际商业社的定义注重③；等等。

### 圆援业绩标准

把国外经营活动在公司整体中所占比例作为划分跨国公司的标准。具体根据国外子公司（或分支机构）所在的国家数、投资额、国外子公司数、国外盈利额、产值、销售额、资产额、外国雇员的绝对数量或相对数量的多少，来确定是否属于跨国公司。如奈特（Knight）和辛顿（Sinton）主张“海外的生产性子公司要求最低限度扩展到远个国家”或“海外的销售、投资、生产及雇用的比例至少要达到圆豫的标准”等。但这种划分标准多少带有恣意的色彩，尽管作为评价跨国公司的具体操作性指标有一定意义，但不能成为规定跨国公司特征的标准。

### 猿援经营行为特性标准

即以企业的最高决策层是否站在全球的视野来制定企业的发展方向和发展战略作为划分标准。提倡该标准的观点认为，只有那些以全世界为目标，实行全球中心战略的公司才算是跨国公司。最有代表性的是著名学者泊尔穆特（Porter）的耘圆模式，认为跨国公司最高领导人的态度和心态从本国指向（耘圆型）逐步向当地指向（孕圆型）、区域指向（砸圆型）、世界指向（圆圆型）发展。同时，他又指出并不是所有的跨国公司一定遵循这一轨迹，甚至有些企业向逆方向发展。但只要是跨国公司，世界指向应是企业最高领导者应遵循的基本原则。换句话说，在进行决策时，最高经营者应抛开国籍观念，以在全球尺度上实现资源最优配置为目标，将本国的总部与分散在世界各国、各地区的子公司看成

有机的统一体予以一元化管理。但现实上，跨国公司的最高领导者的经营指向存在很大差别，只有那些走在跨国经营最前沿的跨国公司才是真正的世界指向型企业。虽然上述总部最高领导人的经营哲学、决策行为确实是跨国公司的一种特征，但并不是基本的特征。因为最高领导人的主观行为只有体现于企业的发展战略和企业组织时，才能成为客观的存在。但该标准无疑也是认识跨国公司的辅助性标准。

### 源行为目标标准

企业的行为目标是追求利润，跨国公司有着独特的利润追求方式。跨国公司考虑到各子公司所在国家和地区在费用、税制、财务等条件方面存在的差异，在经营上有意识地让创高利润的子公司集中获利，牺牲部分子公司的利润，以谋求企业整体利润最大化。例如，在增加企业整体利润的目标驱动下，为尽可能地提高位于低税率国家的生产性子公司的利益，有意识地压低向该子公司提供原材料的第三国子公司的出口价格，以此达到节税的目的。也就是说，通过设定公司内部转移价格的方式实现整体利润最大化。这说明，跨国公司的目标在于保证公司整体的最高利益，为此宁可牺牲统一体内部部分成员的利益。鉴于此，~~亨利·福特~~斯维吉在其 ~~1960~~1964年发表的专著《美国资本主义的动态》一书中曾指出：“跨国公司就是指那些以追求企业集团整体利润最大化，而不是各国个别企业单位的最高利润，在多个国家开展经营活动的企业。”

总之，不同学者和机构从各自认识和研究问题的意识出发，分别强调跨国公司的某些特征。但是仅靠某一单项标准都不足以概括跨国公司的特点，更何况现实社会中跨国公司处于不断发展和变化的动态过程中。另外，在跨国公司的定义中，要把企业形态、性质、职能都包括进来也是不现实的。本书对跨国公司的定义是：“跨国公司指利用其经营资源的优势，通过直接投资的形式在世界多个国家设立分支机构和被控制的子公司，在总部的管理下配置价值链各项职能活动，以网络运作的方式追求企业整体利润最大化的企业。”

## 11.1 跨国公司的特征

企业是否进行国际直接投资，是区别国内企业和跨国公司的最基本的依据。而将现代的跨国公司同以往的跨国公司予以区别的重要特征，集中体现在以下几个方面：

第一，具有善于发现世界各国、各地区区位优势（源于生产要素禀赋的差异、各国政策的差异等）的能力，并将企业经营资源的优势同区位优势结合起来，以增强企业的全球竞争优势。

第二，综合运用国际生产、贸易、技术许可等多种途径盈利。

第三，对分散在世界各国、各地区的价值链各项职能活动进行一元化管理，通过协调和整合价值链各项活动谋求利润最大化。

第四，具有潜在的地理柔性（云游四海），即跨国公司顺应经营环境的变化不断地调整公司战略，并按战略目标的要求在不同区位之间转移公司经营资源，甚至迁移区位。

第五，凭借规模优势、创新能力、组织管理能力、品牌知名度和渠道控制等优势，组建跨国界的国际分工网络（包括企业内网络和企业间网络），并对其产生支配性的影响。

现代跨国公司的上述特征，并非一朝一夕形成的，而是在跨国公司的长期发展过程中，顺应世界经济发展和全球竞争环境的变化而不断进行革新的产物。

## 11.2 早期跨国公司的形成

跨国公司作为资本主义新兴的国际企业组织，其形成与发展始终与世界经济、科学技术的发展和政治力量的变化紧密相联。

跨国公司的出现，最早可追溯到 15 世纪到 18 世纪在印度和远东从事掠夺性贸易的殖民地公司，最具代表性的有英国的东印度公司和荷兰的东印度公司。由英国商人开办的东印度公司在长达两个世纪的

时期内，以印度为据点，先后控制了马来西亚、缅甸、阿富汗、伊朗等国的香料、食盐以及鸦片的贸易。这时的殖民地贸易公司以掠夺资源为主，为在国外确保稳定的资源供应而进行投资，属于资源导向型的跨国公司。这些跨国公司随着欧洲列强的对外扩张而得到迅速发展。

但真正意义上的跨国公司，则出现于 19 世纪下半叶。随着产业革命的进一步扩散和第二次科技革命的发展，在西欧和北美先进的资本主义国家里，在制造业领域先后出现了一批拥有先进的生产技术、雄厚的资金实力和现代化管理组织的跨国公司。为获取国外的原料、开拓新的市场，这些企业进行对外直接投资，在国外建立销售机构、原料基地和产品生产基地，形成了最早的一批跨国公司。在第一次世界大战以前，这些跨国公司的对外直接投资和跨国经营活动曾掀起一次高潮。在此之后到第二次世界大战期间，由于战争和经济危机的影响，对外直接投资与跨国经营受到限制，一度处于停滞或缓慢发展状态。

### 19 世纪早期跨国公司的兴起（19 世纪 40 年代到第一次世界大战前）

19 世纪 40 年代到第一次世界大战爆发以前的约 70 年间，是世界经济发展史上的一个繁荣时期。当时开放的金融市场的建立以及各国政府对资源（包括移民）移动所采取的宽松的政策，促进了世界经济联系，包括贸易的发展和国际资本的移动，这一时期被称为国际经济一体化的“基准点”或“黄金时代”。跨国公司正式出现也就在这一时期。

这一时期，资本的输出只限于英、法、德、美等少数国家，而且主要以间接投资为主。英国以其大殖民帝国的政治优势与“世界工厂”的技术与资本实力为背景，自 19 世纪 40 年代起致力于对北美、南美、印度、澳大利亚、南部非洲等国家和地区的初级产品的开发，海外投资规模在 1840—1860 年期间增加了 10 倍，达到 1 亿英镑。

这相当于英国储蓄的一半以上，国民收入的  $\frac{1}{3}$ 。但这些海外投资大多数采取了间接投资的形式。其主要原因在于：第一，海外投资的大部分用于对新殖民地铁路等基础设施的建设上，目的是为新的殖民和开发服务；第二，英国所主导的国际经济体系以自由贸易为基调，国际分工以英国的工业产品和殖民地的原料、粮食生产之间形成的产业间国际分工为主要形式，投资主要流向农业、矿业，很少向制造业投资；第三，投资主体多为金融業者，主要采取购买殖民地的铁路证券、政府公债等形式。

尽管如此，到第一次世界大战以前，资本主义国家的对外直接投资已达到一定规模。据估计，到 1913 年，资本主义国家的对外直接投资累计总额达到 1500 亿美元，占当时国际长期债务总额的  $\frac{1}{3}$  左右。对外直接投资集中于少数发达国家，英国是当时主要的对外直接投资国家，占资本主义国家对外直接投资累计总额的  $\frac{1}{3}$ ；美国居第二位，大约占总额的  $\frac{1}{4}$ ；法国和德国大致相同，各占  $\frac{1}{5}$  左右（ $\frac{1}{5}$  和  $\frac{1}{5}$  的次序最早，1913 年）。

在空间上，直接投资主要投向经济落后的发展中国家和地区。在 1913 年对外投资累计总额中，投向发展中国家和地区的占  $\frac{1}{4}$ ，发达国家占  $\frac{3}{4}$ 。其中，英国及欧洲大陆国家的资本主要投向各自的殖民地和附属国，而美国则主要投向邻近的拉美国家。

从对外直接投资的部门结构看，对发展中国家和地区的投资以矿业、石油业和农业等初级产业以及铁路等基础设施的建设部门为主，制造业所占比重较低。例如，在 1913 年的美国对外直接投资中，矿业、石油业、农业等初级产品生产部门与公用事业和铁路就占到了总额的  $\frac{2}{3}$ ，制造业仅占  $\frac{1}{3}$ 。与此相反，对发达国家的对外直接投资则一开始就集中于制造业部门。例如，1913 年以前，美国制造业跨国公司设在发达国家的子公司占全部制造业子公司的  $\frac{2}{3}$ ，英国为  $\frac{1}{3}$ ，欧洲大陆其他国家为  $\frac{1}{3}$ 。上述主要发达国家对制造业直接投资的部门结构特征，反映了当时各国不同的产业优势。如英国制造业的对外直接投资集中于消费品和重型机械设备生产；美国集

中于当时新兴的资本和技术密集型工业以及标准化产品和高收入弹性的消费品工业；德国则主要集中于化学工业。各国在不同产业间形成的比较优势在对外直接投资部门结构上的体现，一直持续到现在。

到 1950 年，跨国公司数量达到一定规模。据估计，仅在制造业领域，发达国家企业在国外建立了 1000 家子公司。若包括矿业、石油业和其他行业在内，这些国家在国外的子公司有 1500 家左右。这些子公司在世界各地广泛从事于产品制造、销售以及采掘、种植等活动。早期制造业跨国公司已显示出以下几方面的基本特征：第一，制造业跨国公司主要集中于新兴的资本或技术密集型部门。因为这些部门的规模经济效益十分突出，只有那些具备雄厚的资金实力和能够致力于持续的研究开发能力的极少数大型企业，才有可能不断开发新产品以确立其成本优势与技术优势。为迅速收回巨额投资并创造高额利润，企业急需提高产品的市场占有率。所以，企业在极力扩大国内市场占有率的同时，把目光转向国外市场，而关税等贸易壁垒的存在，迫使企业采取直接投资的方式在当地市场上生产并直接销售。第二，制造业子公司主要集中于发达国家。因为新产品的市场最容易在那些人均收入水平高、不断追求新消费的发达国家形成。第三，制造业领域跨国公司的市场占有率普遍较高，无论是在国内市场还是在国外市场上往往处于垄断地位。例如，早在 1904 年，美国企业几乎垄断了英国的电话、汽车、打字机、电梯、电车等产品的生产；英国的考陶尔茨公司通过它的子公司——美国纤维公司，完全控制了美国人造丝工业；美国的制药和染料工业则被德国公司所控制。第四，走在跨国经营前沿的一些跨国公司，开始以世界市场为目标组织其国际经营活动，着力发展企业内部分工。如美国胜家缝纫机公司利用它在英国伦敦和德国汉堡的子公司，来生产供应除拉美以外各国市场的产品，利用在美国和加拿大的子公司供应拉美市场。一些美国跨国公司还把在发展中国家的原料生产与在发达国家的产品的制造结合起来，实施市场导向与供给导向投资相结合的战略，初步建立了企业内国际分工体系。

促进早期跨国公司形成与发展的推动力，主要来自技术的进步、垄断竞争的加剧、各国政策和交通通讯领域所发生的革命以及资本主义现代企业组织的建立等。

(11) 19世纪 70 年代期间，发生了以内燃机与电的发明及其应用为标志的第二次科技革命，带动了电力、电器、石油、化学、汽车、内燃机和飞机制造等一系列新兴工业部门的形成与发展。继英国之后，美国、法国、德国和日本等国家先后实现了工业化，为工业企业的发展提供了广阔的活动领域。在第二次科技革命中产生的许多新兴部门同产业革命时期形成的传统工业部门相比，规模经济效益十分突出，要求生产与资本更加高度集中。此外，生产的迂回度明显提高，创造附加价值的价值链拉长了，这些都为巨型跨国公司的形成以及这些企业开展企业内分工提供了基础。

(12) 随着资本主义的发展，竞争性质发生了变化，由商业资本主义的自由竞争变为垄断资本主义的垄断竞争，垄断竞争的空间范围已超出国内而扩展到国际。新产品的开发、技术专利的垄断、对原料与销售渠道的控制等，均成为决定企业竞争力的基础。为维持竞争优势，企业必须到海外进行直接投资，以增强对市场的支配力或控制原料基地。

(13) 一些国家政府采取的民族工业保护政策以及旨在反垄断的“反托拉斯法”，刺激了企业的跨国发展。为保护受外国商品冲击的国内民族工业，一些国家政府通过设立关税和其他贸易壁垒措施，限制外国商品的流入。例如，美国政府对进口药品征收的关税几乎接近 50%，从而迫使德国的贝尔公司不得不在美国建立子公司，制造和销售药品。再如，1890 年美国制定了“反托拉斯法”，大企业要想在国内市场上扩大占有率就有违犯“反托拉斯法”的可能。因此，企业投资活动不得不转向海外，如 1895—1913 年间，美国对外投资余额增长了 3 倍（斐桂芬，1989）。

(14) 交通通讯手段的改善大大增强了企业的空间扩张能力。铁路、远洋运输业的发展和电报、电传及电话的使用，为企业在远程配

置其价值链职能活动和协调它在国外的经营活动提供了距离和时间上的可能性。19世纪下半叶，全世界范围内掀起了铁路修筑热潮，1825~1875年间，世界铁路长度从1万公里增至17万公里；世界船舶总吨位，从1825年到1875年增长了一倍多，其中，以内燃机为动力的轮船的吨位所占的比重，从1825增至1875，因而大大降低了企业远距离运输的成本。

（缘）现代企业组织的发展为企业从事对外直接投资和跨国经营提供了管理基础。这方面美国起了先驱作用。在美国率先建立起现代企业制度的企业中，很快出现了一批美国早期的跨国公司。这样，在美国独特的国内市场环境中靠新兴工业迅速发展起来的跨国公司，不仅拥有规模和技术上的优势，而且还拥有基于管理层级制之上的组织优势。美国跨国公司在规模上很快取代了英国企业的地位，在当时制造业的国际直接投资中跃居首要位置。1859年，美国制造业海外子公司已有15家，而英国只有1家。现代企业制度发展之缓慢，成为了阻碍跨国公司在英国诞生的重大的制度障碍。当时英国企业的优势大都集中于产业革命时期形成的传统部门上，这些部门的企业不仅规模比美国小得多，而且在企业组织上也还以传统的单厂制企业占主要地位。现代企业制度发展之缓慢，不仅影响了英国企业的海外渗透能力，而且还影响了一些大型公司在国外的经营效率。例如，在海外销售方面，英国一些跨国公司主要依赖基于契约之上的当地代理机构，而美国则普遍采用在当地设立自己的销售子公司的方式。当地代理商在扩大销售、收集信息和反馈信息方面，以及促进当地生产性子公司建立方面所起的作用，显然要比销售子公司逊色得多（冼国明，1997）。

### 1.1.1 两次世界大战期间跨国公司的缓慢发展（1859~1875年）

两次世界大战期间，因战争的破坏、世界大恐慌（1918~1929年）、各国贸易保护主义抬头、国际资本市场和货币制度紊乱以及卡

特尔制度盛行等原因，对外直接投资增长缓慢。从 1913 年至 1929 年的 16 年间，世界对外直接投资总额从 19.1 亿美元增加到 42.6 亿美元，净增加额仅为 23.5 亿美元。各国的对外直接投资发展极不平衡。英国企业对外直接投资由 1.2 亿美元增加到 19.2 亿美元，仍居首位，但其所占比重已下降到 45.3%。而美国企业则从 4.4 亿美元增加到 17.6 亿美元，增长了 4 倍，在世界对外直接投资总额中的比重也从 23.1% 提高到 41.3%（见附录图 4-1-1）。美国企业海外子公司的数目也有较大的增加。1913 年，美国 10 家制造业公司在国外的分支机构达 10 家，1929 年增加到 100 家，1933 年更增加至 100 家，其中设在欧洲和加拿大的子公司分别为 10 家和 10 家（见附录图 4-1-2）。在对外直接投资普遍不景气的情况下，只有美国企业表现如此活跃，原因有以下几点：①美国企业不仅未受战争影响，反而从战争中获得了许多商业机会；②美国的技术创新仍保持世界前列的地位，且速度加快，如在 1913—1929 年间世界重要的创新、革新和发明中，美国占到了 45.3%（见附录图 4-1-3）；③美国现代企业组织的成长进入了成熟期，为美国企业从事对外直接投资增加了组织方面的动力。

这一期间，向国外拓展业务的大多数跨国公司，属于技术和资本密集型工业企业或大规模消费品生产企业。为加强国际竞争力，一些企业在国内采取兼并或合并（见附录图 4-1-4，即 1913—1929 年）的方式扩大规模，以壮大企业的实力，再向国外扩张。特别是英国等西欧企业在此期间对其企业组织与管理体制进行改革，仿效美国纷纷建立起现代企业制度。很多跨国公司为了在严重的经济危机中求得生存，并减少受各种不确定性因素的影响，纷纷选择了多元化经营道路。所以，这个时期各国跨国公司的国外产品、工艺和市场多样化程度都有不同程度的提高。

从跨国公司对外直接投资的行业构成来看，对制造业的投资比重有较大提高。美国的变化尤为突出，如在 1913 年美国对外直接投资中，矿业居首位，而到 1929 年制造业便跃居第一位（见附录图 4-1-5）。

踪。但在制造业内部，跨国化程度差异较大，如在各国企业实力相近的部门——铝制品、电器设备、化学和重型机械工业领域，由于组建国际卡特尔以维护相互利益的现象普遍存在，因而在一定程度上阻碍了企业对外直接投资的发展。而在各国竞争优势差异较大的工业部门，国际卡特尔则很少出现，例如在汽车工业，美国的通用和福特这两家企业拥有很强的技术优势和市场营销优势，两家企业便以强大的竞争优势为基础，迅速扩大了对欧洲的直接投资。

## 第二次世界大战后跨国公司的迅猛发展

### 外国直接投资的大发展

外国直接投资（FDI）虽然不能反映跨国公司的所有活动，但作为单个指标，却是衡量跨国公司活动与国际生产的最为综合的指标。第二次世界大战后 FDI 的一些重大变化，可以在很大程度上反映跨国公司的发展特征。

#### FDI 迅猛增长

1950 年，世界 FDI 存量为 400 亿美元，到 1955 年增加到 500 亿美元，到 1960 年，FDI 存量已增至 800 亿美元，在战后的 10 年间增加了近 1 倍。第二次世界大战后，FDI 的增长成为了 20 世纪 50 年代资本主义经济增长“黄金时代”的一个重要组成部分。根据现有资料计算，自 20 世纪 50 年代以来，对外直接投资的增长速度超过了同期世界生产总值和世界贸易的增长速度。例如，在 1950~1955 年期间，世界生产总值年均增长率为 5.5%，世界贸易增长速度为 5% 左右，而同期世界对外直接投资年均增长率为 15.5%。再如，1955~1960 年期间，世界生产总值和世界贸易年均增长率分别为 5.5% 和 5%，1955~1960 年对外直接投资年均增长速度则达到 15%。20 世纪 60 年代以后的增长情况如图 1 所示。如图所示，在所有的时间段，FDI 的增长速

度均远远超过了世界贸易和出口的增长速度，而且云积增长背离了贸易和出口的倾向，在 1950 年以后表现得尤为突出。对外直接投资的迅速扩大，有力地推动了战后世界经济的繁荣和发展。

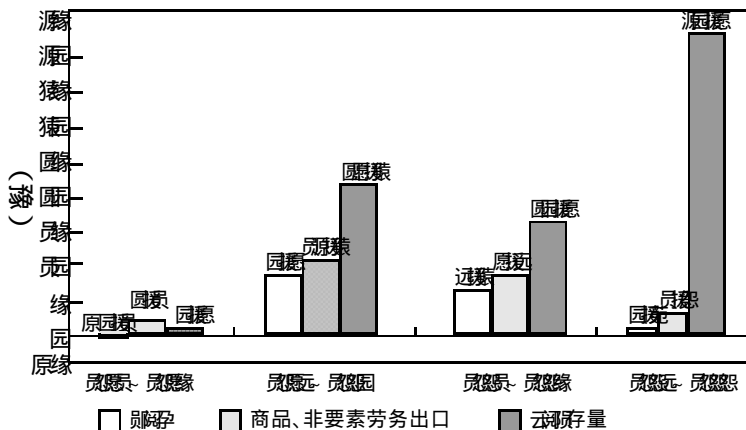


图 4-1 20 世纪 50 年代以来世界云积存量、贸易及出口的增长状况

资料来源：据 哉昂哉博网《世界投资报告》各年度版绘制

当然，上述云积、贸易和生产三个指标的增长倾向相互之间并不是毫无关系的。把三者连接起来的力量来自于跨国公司。

云积的来源地：仍集中于少数发达国家，但投资母国明显多元化

在云积发展的历史过程中，来自美国、英国和欧洲大陆 5 个国家的跨国公司一直是绝对的支配者。在第二次世界大战前，英国、美国和德国是世界最主要的云积来源国，三国约占云积总额的 80% 以上。“二战”后资本主义国家的云积仍集中于少数几个发达国家。表 4-1 记载了自 1950 年到 1980 年期间，主要云积来源国在世界云积流出存量中所占的地位及其变化情况。在第二次世界大战后，云积来源地格局上发生的最大的变化，莫过于美国地位的下降。在 20 世纪 50 年代中期期间，美国一直占世界云积的 50%~60%，因此，这一时期也称为云积的“美国时代”。之后，美国的相对地位一直在

下降,到1995年美国在世界云汇流出存量中所占的比重已降到15%而美国地位的下降,是和日本、德国等新兴投资大国的崛起密切相关的。如德国在世界云汇流出存量中所占的比率由1974年的10%提高到1995年的20% (高峰出现在1980年代中期到1990年代初期),同期日本则由10%增加到15% (高峰值出现于1980年代初期到中期)。

表 10-1 世界的云汇 1974—1995年间主要流出国相对地位的变化

来源地	世界云汇流出存量中的比率 (%)					
	1974年	1978年	1982年	1986年	1990年	1995年
美国	15	14	13	12	11	10
英国	12	11	10	9	8	7
日本	10	12	14	16	15	14
德国	10	12	15	18	17	16
法国	12	11	10	9	8	7
小计	10	11	12	13	14	15
荷兰	11	12	13	14	15	16
加拿大	13	14	15	16	17	18
瑞士	14	15	16	17	18	19
意大利	15	16	17	18	19	20
瑞典	16	17	18	19	20	21
合计	17	18	19	20	21	22

资料来源:据 世界投资报告《世界投资报告》各年度版整理。

发展中国家步入对外直接投资国家行列,可称得上是第二次世界大战后世界经济发展史上的一场革命性的变化。那些率先实施出口导向型经济发展战略,成功地实现工业化的新兴工业化国家和地区,尤其是韩国、中国台湾、中国香港和新加坡等亚洲 国家,从 20 世纪 80 年代中期以后积极扩大了对外直接投资,而成为了云汇的新来源地 (见图 10-1)。

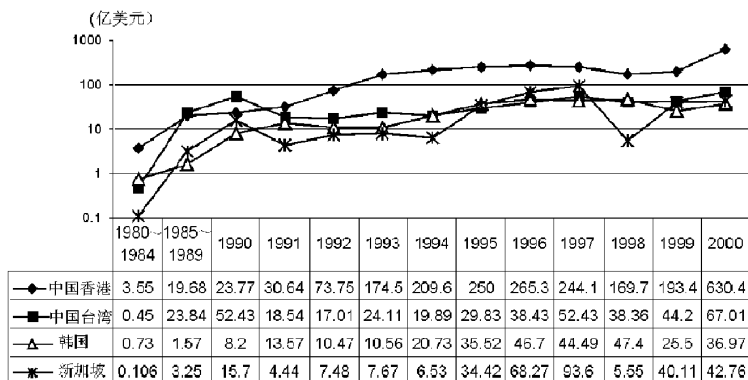


图 4-10 来自亚洲国家的 FDI 流量 (1980-2000 年)

资料来源：据 世界银行《世界投资报告》各年度版绘制

发展中国家中新兴来源地的出现，在一定程度上改变了长期以来发达国家独霸世界对外直接投资市场的不平衡格局。在 1980 年，来自发达国家的 FDI 存量占世界流出存量的 85%，即使到了 1995 年，发展中国家的比率也只有 15%，但这一比率到 1997 年已提高到了 25%。在之后的 1998 年和 1999 年，受亚洲金融危机的打击，发展中国家在 FDI 流出量中所占比率有了较大幅度的下降，但从 2000 年开始又有所复苏，当年 FDI 流出量达到了 936 亿美元，约占世界总额的 25%。由此可见，尽管发展中国家中也出现了跨国公司，但其对外直接投资规模还很小，还不足以改变世界 FDI 高度集中于发达国家的大的格局。截止 2000 年，在全世界 FDI 流出存量中，发达国家仍占到了 75%（见图 4-10）。而且，发展中国家的 FDI 来源地极为有限，来自上述亚洲国家的 FDI 流量占到了发展中国家总流出量的近 25%（2000 年）。

FDI 的目的地：发达国家之间的相互渗透增强，东亚发展中国家兴起

第二次世界大战前，世界 FDI 主要流向发展中国家（1925 年世界 FDI 的 25% 流入了发展中国家）。但战后 FDI 的目的地构成发生了

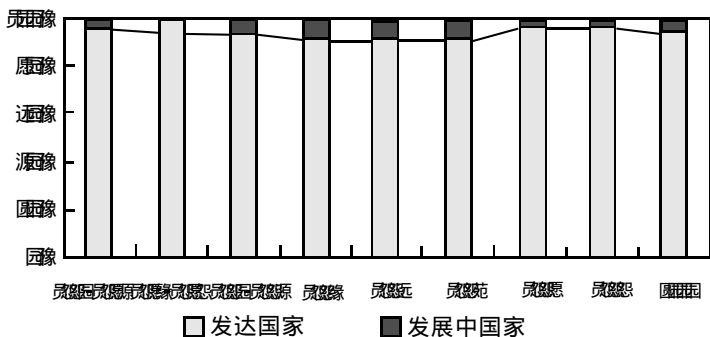


图 10-1 20世纪 70年代以来发展中国家 FDI 比率的变化

资料来源：据 世界银行《世界投资报告》各年度版绘制

重大变化，发达国家成为了最主要的吸收者。到 20 世纪 80 年代中期，发达国家吸收的 FDI 存量占到了世界总量的近 70% 之后，由于中国等发展中东道国的重要性提高，发达国家吸收的 FDI 相对比率有所下降，但截止 2000 年，发达国家吸收的 FDI 存量达 1.9 万亿美元，在世界 FDI 流入存量中所占比重仍然高达 70% 左右（世界银行，2001）。能够较清晰地反映发达国家既为来源地又为目的地的 FDI 相互渗透格局的指标，为 FDI 的平衡指数（对外 FDI 除以对内 FDI，当该数值为 1 时，表示对外投资与对内投资完全均衡。表 10-1 是按流量和存量分别计算的 2000 年主要发达国家 FDI 的平衡指数。从表中可看出，除了日本和瑞士很不平衡外，其他发达国家基本上处于平衡状态。

“二战”后在 FDI 的目的地构成上发生的最具有戏剧性的变化是：美国成为了世界最为主要的东道国。从 20 世纪 70 年代起，世界 FDI 大量流入美国，其在全世界 FDI 流入存量中的比率在 20 世纪 80 年代中期以后一直保持约 70% 的水平，而这一比率在 1970 年时只有 50%。西欧、日本、亚洲 国家和地区等世界主要国家的跨国公司，均把美国视作最主要的 FDI 目的地。2000 年，美国一国就吸收了 1950 亿美元的 FDI 这一数字比同年全部发展中国家所吸收的 FDI 还要多出 100 亿美元。

表 4-1 主要发达国家 云存储平衡指数 (1995 年)

	按 云存储流量	按 云存储存量
美国	100%	100%
英国	100%	100%
德国	100%	100%
法国	100%	100%
荷兰	100%	100%
瑞典	100%	100%
瑞士	100%	100%
日本	100%	100%

资料来源：据 哉旱惟育网《1995 世界投资报告》计算

按地区计算，西欧是世界上最为重要的 云存储目的地。西欧在世界 云存储流入量中所占比重在 100%~100% 年间曾一度下降（从 100% 降为 100%），但此后稳步上升，1995 年，西欧吸收的 云存储流量占到了全世界的 100%。截止 1995 年，西欧吸收的 云存储存量在世界 云存储总流入存量中所占比率达 100%。西欧重要性的上升，是和欧洲统一大市场的形成密切相关的。美国、日本以及亚洲 100% 等非欧洲企业瞄准即将形成的欧洲统一大市场，迅速地扩大了对欧共体（现为 耘哉）的投资。同时，欧共体内部企业也扩大了对域内国家的投资。欧洲的域内投资比率一直维持在很高的水平。以意大利为例，100% 年其对外 云存储的 100% 流向域内国家，而到 100% 年这一比率提高到 100%；再看德国，同期德国的这一比率从 100% 提高到 100%；荷兰也从 100% 提高到 100%；法国从 100% 上升到了 100%。

世界 云存储的流动，在整体上表现为发达国家内部的相互渗透外，在大的地域格局上呈现“三极”结构——美国、耘哉和日本这三极提供和吸收了全球 云存储中的绝大部分。在 100%~100% 年期间，三极占全球 云存储流入流量的约 100% 和流出流量的 100%，占 云存储流入存量的 100% 和流出存量的 100%。与 20 世纪 100% 年代中期相比，三极在世界 云存储流入存量中所占份额有了进一步提高，但同时，在流出存量中所

占份额有所下降（主要源于美国和日本份额的下降）。更为重要的是，三极成员之间的云网流量在增长，1998年云网流出存量中有10%流向了三极的其他成员国，而在1988年只是1%（见图1-10）。

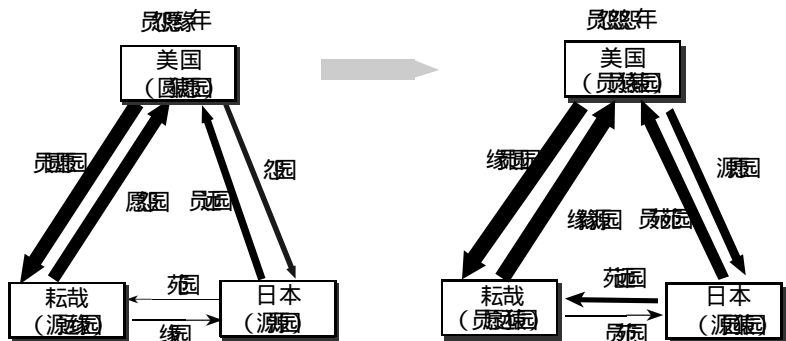


图 1-10 全球云网分布的“三极”格局（云网存量）

资料来源：据 世界投资报告《1998年世界投资报告》（图 1-10 绘制）

自 20 世纪 80 年代以来，世界云网流动中出现的又一个大的变化是：流入发展中国家的云网开始迅速增加，而且流入重心从早期的亚洲 4 小龙（即亚洲“四小龙”）和拉美 4 国（巴西、墨西哥）向中国和东盟成员国扩散。流入发展中国家的云网在地区分布和国家分布上严重不均衡。截止 2000 年，在发展中国家的云网流入存量中，非洲只占到 10%，拉丁美洲的比率也降到 10%，而亚洲的比率高达 80%（比 1988 年的 10% 扩大了 8 倍）。以国家为单位来看，流入发展中国家的云网主要集中于少数几个国家或地区。截止 2000 年，前十大发展中东道国或地区吸收的云网存量，相当于全部发展中国家云网总存量的 80%（见表 1-10）。其中，中国和中国香港就合

占全部发展中国家 云币流入存量的 圆缘<sup>①</sup>

表 员猿猿 圆园园年发展中国家或地区 员个最大的东道国（地区）所占份额

位次	国家或地区	云币存量	
		云币存量（亿美元）	在发展中国家 云币总存量中所占比率（豫）
员	中国香港	源怨愿	圆缘苑
圆	中国	猿源苑	员怨缘
猿	巴西	员猿苑	员圆园
源	墨西哥	怨圆	源怨
缘	新加坡	愿猿	源缘
远	阿根廷	苑源	猿苑
苑	印度尼西亚	远远	猿员
愿	马来西亚	缘猿	圆苑
怨	百慕大	源源	圆缘
员园	智利	源怨	圆圆
合 计		员缘猿	苑缘

资料来源：据 哉晕 港 粤 阅《圆园年世界投资报告》资料整理。

## 源爰对外直接投资领域不断扩大

云币流动不仅在地域上不平衡，在部门和行业间也有集中的倾

<sup>①</sup> 员怨愿-圆园年，香港在世界 云币中的地位迅速提高，圆园年的流入流量猛增至远园亿美元，相当于东盟流入流量的源倍，甚至超过了中国大陆这一最大的发展中东道国的流入流量。香港在亚洲 云币总量中所占份额也由 圆世纪 怨年代前半期的 员豫升至圆园年的源缘。在流入流量猛增的同时，香港的 云币流出流量也增长了两倍（远园亿美元）。关于香港 云币高涨背后的原因，分析家们提出了以下几点理由：①香港有利的地理位置、完善的基础设施与低税制使香港成为高附加值 云币的理想场所和该地区的商业中心；②以中国入世为契机，计划到大陆投资的资金“暂时存放”在香港（采取给在香港的分支机构长期贷款的形式，这属于 云币的一种方式）；③香港 原避税天堂 原中国大陆之间存在着复杂的资金流；④利用香港这一国际金融中心，在香港证券市场募集资金——“过境 云币”等（哉晕 港 粤 阅，圆园年）。

向。首先从大的部门构成来看，初级产业领域的云图相对规模一直在缩小，而服务业的相对重要性稳步提高（见图 11-1）。① 在跨国公司发展的早期阶段，跨国公司的对外直接投资主要集中于地理分布极不均衡的矿产资源的开采、以出口为目的的大规模种植园经济等领域。跨国公司迄今仍活跃在石油等矿产资源的开发和流通领域，其中石油巨头最为典型。“二战”后，许多发展中资源产出国实施了国有化政策，进而限制了对初级产业领域的直接投资，但即便如此，巨型石油公司靠已掌握的流通渠道仍然控制着世界资源的流通与销售。

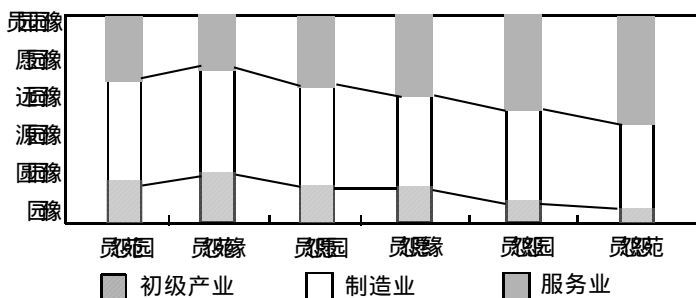


图 11-1 发达国家云图流出存量的部门构成

资料来源：据 世界投资网《世界投资报告》1970年版和 1990年版绘制

尽管自 20 世纪 70 年代以来，制造业在云图流出存量中所占份额相对减少，但一直到 1990 年时，制造业吸收的云图仍占发达国家对外云图的近 50%。而且，对于大多数发展中国家来说，制造业仍然是发展中国家最为重要的部门（1990 年，在云图流入存量中占 45%）。

在所有的制造业行业中，以下三种领域内巨型跨国公司的地位极为突出：

(1) 尖端技术产业，如制药、计算机、科学仪器、电子、合成纤维、半导体；

① 关于部门结构变化，世界投资网《1990 年世界投资报告》做了详尽的解释。

(圆) 中等技术、规模经济显著的耐用消费品产业, 如汽车、轮胎、电视机、冰箱;

(猿) 品牌的影响力突出的大批量生产型消费品产业, 如卷烟、清凉饮料、化妆品等。

这些产业一般需要高水准的知识、技术和资源(人力资源、财务资源), 而且具有很强的收入弹性, 因而容易被大规模的跨国公司所控制。现实上, 云云的投资重点已经从劳动密集型、低成本、低熟练的制造业, 转移到了资本密集型、知识密集型和技能密集型产业。

在变化最大的服务业中, 云云也集中在下列特定领域: ①金融服务业(银行、保险、证券和其他保险公司); ②贸易业(批发、营销、流通); ③通信服务业; ④企业服务业(经营咨询、广告、饭店、运输、建设); ⑤部分大众服务业(零售业、快餐业)。

在服务业中, 吸收云云最多的是金融业和贸易业, 占了发达国家云云存量的云云, 在发展中国家中也占有较高的比率。对于上述现象, 可以做出如下解释: 第一, 为促进制造业和其他服务业国外子公司的业务, 跨国公司需要对金融服务领域投资; 第二, 对贸易业的投资将有效地促进跨国公司产品在全球市场上的销售以及支持跨国公司的供应链管理(在本书的第 8 章和第 9 章分别阐述); 第三, 服务性行业投资与贸易的自由化, 以及由于许多服务产品的不可贸易性, 使向国外市场提供服务的企业必须到国外进行直接投资(哉晕燥燥燥, 员燥燥燥)。

## 员燥燥圆 跨国公司的新发展

第二次世界大战后, 跨国公司的发展迎来了空前的繁荣期, 不仅跨国公司的数量、规模、投资领域、活动空间迅速扩大, 而且其组织结构和形式也发生了巨大变化。跨国公司在世界生产、资源移动、贸易、技术创新和扩散中的地位 and 影响日趋突出, 成为了带动世界经济发展的主体。“二战”后跨国公司的大发展主要呈现以下几方面特征:

### 跨国公司在全球网络

根据世界银行的材料表明，从1970—1985年，主要发达市场经济国家的跨国公司共有1000家，其国外子公司达10000家以上。1985年，世界上跨国公司约有10000家，国外子公司达100000家以上。到1990年，全世界共有100000多家跨国公司，这些公司在海外拥有1000000多家子公司（不包括大量的非股权联系）。以美国为首的发达国家大型跨国公司，自1970年代以来，以增加国外分支机构的方式迅速扩大了其全球网络。据有关统计，1970年代，美国前100家大型跨国公司制造业子公司平均每年增加100家以上；英国100家跨国公司的子公司在1970年代上半期平均每年增加100家以上，在1975—1980年间平均每年增加100家以上。在1970年代上半期，100家欧洲大陆跨国公司的子公司平均每年增加100家，在1975—1980年间平均每年增加100家以上。1970年代末，日本100家跨国公司的海外子公司平均每年增加100家以上（UNCTAD, 1986）。进入1980年代以后，跨国公司子公司的增加速度有所放慢。跨国公司的注意力从单纯追求扩张转向合理化重组（以专业化分工和集约化来提高公司效率）。

目前在衡量跨国公司在多大程度上将其经营活动设置在外国，以及跨国地理多元化程度时，所采用的指数是网络扩展指数（Network Extension Index, NEI）<sup>①</sup>。表10-1所列的是1985年按国外资产排名的全球最大100家跨国公司的网络扩展指数。从表中可以看出，一些历史悠久的国家（瑞士、荷兰、英国和法国）的跨国公司的网络扩展指数高于平均水平。而1985年最高的两个国家（美国和日本）的跨国公司的网络扩张指数低于平均水平。其最主要的原因可能来自国内市场规模的差异，即与来自较小的母国但规模相近的跨国公司相

<sup>①</sup> 网络扩展指数由公司国外经营活动所在国家的数量（N）除以该公司国外经营活动可能所在国家的数量（N\*）计算而得。后者的取值为计算所指的特定年份中拥有1000流入存量的国家数减去一（即不包括跨国公司的母国）（UNCTAD, 1986）。NEI的高低，可以反映公司的所有权优势（Ownership Advantage）和内部化优势的强度。

比，这两个国家的跨国公司的注意力相对更多地集中于国内市场。

表 4-1 世界最大 100 家跨国公司的网络扩展指数  
(按来源国家和地区统计)

来源国家和地区*	网络扩展指数平均数(豫)	排名
瑞士	0.8000	1
荷兰	0.7600	2
英国	0.7500	3
法国	0.7400	4
德国	0.7300	5
意大利	0.7200	6
瑞典	0.7100	7
日本	0.7000	8
美国	0.6900	9
芬兰	0.6800	10
加拿大	0.6700	11
澳大利亚	0.6600	12
西班牙	0.6500	13
委内瑞拉	0.6400	14
中国香港	0.6300	15
网络扩展指数平均值	0.6200	

\* 总部设在两个或两个以上国家的公司均计为这些国家的本国公司。这类公司有：力拓(英国兼澳大利亚)、壳牌(荷兰兼英国)和联合利华(荷兰兼英国)。

资料来源：世界投资网：《2005 年世界投资报告》。

从行业上来看，大多数行业跨国公司的网络扩展指数介于 0.65 ~ 0.80 之间，明显的例外出现在公用事业、传媒和建筑行业，这些行业跨国公司的网络扩展指数均低于 0.65。网络扩展指数较高的行业，如化工与制药、电子以及食品与饮料工业，在很大程度上属于消费者导向型行业，在这些行业经营的跨国公司在跨国经营方面主要采取市场指向型战略。而公用事业、传媒和建筑行业则多为国内市场导向程

度较高的行业（见表 员原缘）。

表 员原缘 世界最大 怨家跨国公司的网络扩展指数（按行业统计）

行 业	网络扩展指数平均数（豫）	排名
化工 辘制药	园缘园	员
食品 辘软料 辘烟草	员圆缘	圆
电子 辘电子工程	员圆缘	猿
石油	员圆缘	源
行业多元化	员圆缘	缘
电信	员圆苑	远
金融 辘采矿	员圆苑	苑
其他	员圆苑	愿
汽车	员圆苑	怨
零售 辘贸易 辘服务	员圆苑	员园
建筑 辘建筑材料	愿圆	员员
传媒 辘出版 辘造纸	远苑	员圆
公用事业	源缘	员猿
网络扩展指数平均值	员圆苑	

资料来源：同表 员原源

如果说，网络扩展指数着重反映跨国公司在空间上的地理扩张情况，是一个关于跨国公司跨国经营广度的指标，那么，跨国指数（是三个比例，即国外资产额 辘总资产额、国外销售额 辘总销售额、国外雇员人数 辘总雇员人数的平均值）则是一个衡量跨国公司跨国经营深度的指标。员圆怨年，全球最大跨国公司的平均跨国指数达到了 缘圆缘。和网络扩展指数相同，国内市场狭小国家的公司跨国指数居前（瑞士 怨圆，加拿大 怨圆，芬兰 苑圆，瑞典 苑圆），例如，跨国指数最高的 员家跨国公司中有 源家来自瑞士。这说明，如果小国的跨国公司希望克服国内市场规模的局限，并获得充分利用其所有权优势及保持竞争力所需的规模经济，就必须走出国门。跨国指数在各行业中存在

较大的差异：传媒业最高，而贸易业居于末位。在制造业中，消费者导向型食品、饮料、烟草业的跨国指数最高，而且增幅也最大。汽车业的跨国指数虽然相对较低，但在 20 世纪 80 年代的 10 年间有了显著的提高（见表 4-10）。

表 4-10 1980、1990 年世界最大 50 家跨国公司的行业构成及跨国指数

行 业	上榜企业数		行业平均跨国指数（豫）	
	1980年	1990年	1980年	1990年
传媒	10	10	0.85	0.90
食品、饮料、烟草	10	10	0.80	0.85
建筑	10	10	0.75	0.80
制药	10	10	0.75	0.80
化工	10	10	0.70	0.75
石油开采、炼油、销售和采矿	10	10	0.70	0.75
电子、电气设备、计算机	10	10	0.65	0.70
汽车及配件	10	10	0.65	0.70
金属	10	10	0.60	0.65
行业多元化	10	10	0.60	0.65
零售	10	10	0.55	0.60
公用事业	10	10	0.55	0.60
电信	10	10	0.50	0.55
贸易	10	10	0.45	0.50
机械、工程	10	10	0.45	0.50
其他	10	10	0.45	0.50
总数、平均数	10	10	0.60	0.65

资料来源：同表 4-9

与相对分散的国外分支机构相比，跨国公司的母公司分布高度集中。

在全世界 10 万多家跨国公司母公司中，有近 80% 以发达国家为基地，这一比率与这些国家在世界国际流出存量和流量中的比例大体相当（见图 4-10）。其中，来自三极（美国、日本）的跨

跨国公司母公司近 缘万家。

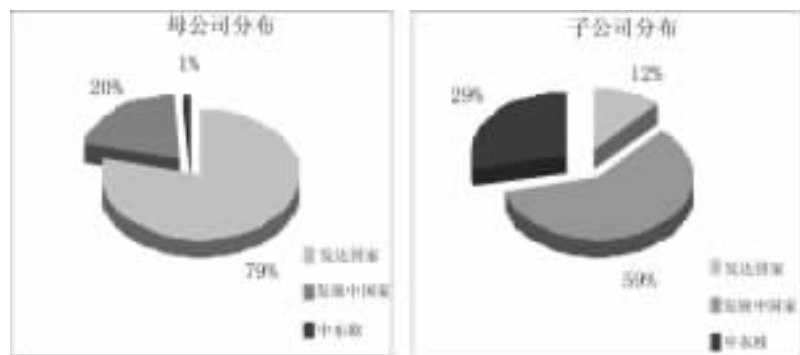


图 1 跨国公司母公司与国外子公司的分布 (1995年)

资料来源：据 哉晕沸粤阅《1995年世界投资报告》资料绘制

跨国公司规模越大，其国家分布越为集中。制造业前 缘万家跨国公司高度集中于美、日、法、德、英等五国，日本在世界超大型规模跨国公司行列中所占地位自 20 世纪 80 年代以来迅速提高，直逼美国（见表 1）。1995 年，按国外资产排序的世界最大 500 家非金融跨国公司中，29 家来自“三极”，尤其高度集中于美国（10 家）、日本（8 家）、法国（5 家）、德国（5 家）和英国（4 家）等五个国家（合占 27 家）。在整个 90 年代，三极地区在 500 家最大跨国公司排行榜上所占的比重逐步上升，这主要源于日本上榜公司数量的增多。在全球最大 500 家跨国公司中，来自发展中国家的只有 14 家（墨西哥、中国香港和委内瑞拉各 5 家）。

相比之下，国外子公司的分布则相对广泛。1995 年，设在发展中国家东道国的子公司占有跨国公司国外子公司的一半以上，这一比例大大高于发展中国家在世界 200 强存量和流量所占的比重。尤其是中国，跨国公司在中国的子公司（已注册的有外国资本参与的工业企业数量）数量多达 14 万家，占全部国外子公司的 12%，而同年，

表 4-1 制造业前 100 家跨国公司的国别分布

	1995 年		1996 年		1997 年	
	数量	百分比(豫)	数量	百分比(豫)	数量	百分比(豫)
美国	47	47.0	47	47.0	47	47.0
日本	17	17.0	17	17.0	17	17.0
英国	10	10.0	10	10.0	10	10.0
法国	8	8.0	8	8.0	8	8.0
德国	7	7.0	7	7.0	7	7.0
其他	15	15.0	15	15.0	15	15.0
合计	100	100.0	100	100.0	100	100.0

资料来源：《世界经济杂志》各年版。转引自 [韩] 崔成日著：《战后资本主义的变化与跨国公司》，世宗出版社 1995 年版。

中国云存储流入存量在全球云存储存量中所占比重却只有 1.5%。与此鲜明对照的是美国，外国跨国公司在美国所设的子公司数量有 1.5 万家（发达国家中最多），虽然在全球国外子公司中的比率只有 1.5%，但美国所吸收的云存储存量却占全球的 1.5%（均为 1995 年数据）。这些情况说明，设在发达国家国外子公司的平均投资额大大高于发展中国家东道国的子公司。发达东道国和发展中东道国子公司，在公司价值链中的地位、职能活动类型和性质的不同，应该是导致这一特征的最主要因素之一。

跨国公司规模不断扩大，对世界经济的控制日趋增强

占跨国公司总数不到 1% 的全球最大的 100 家跨国公司，在世界跨国公司行为中具有举足轻重的影响。1995 年，根据国外资产排列的世界最大 100 家非金融跨国公司的国外资产额、销售额和雇员人数，在世界总数达 20 万多家跨国公司的国外资产总额、销售总额及总雇员人数中所占的比重分别为 1.5%，1.5% 和 1.5%（数据来源：UNCTAD）。

跨国公司数量、规模、行业领域和空间范围不断扩大的结果，使

跨国公司在世界经济中的地位变得越来越重要。仅以跨国公司外国分支机构为例，1970年，外国分支机构的销售额达到了1600亿美元，相当于全世界出口的一半；外国分支机构的总产值达到1000亿美元，相当于全世界出口的1/3；外国分支机构共完成了1000亿美元的出口，占世界出口总额的比率达1/3；外国分支机构的资产总额达到10000亿。而且，在20世纪70年代中期以来的所有时期，外国分支机构的销售额、总产值、出口额、资产总额均实现了很高的增长速度，均远远地超过了世界出口的出口的增长速度（见表10-1）。如果把跨国公司的母公司也包括进来，那么，跨国公司在全球经济中的份额将会进一步提高。

表 10-1 1970-1975年跨国公司外国分支机构的若干经济指标

项 目	以当前价格计值 (10亿美元)			年平均增长率 (%)		
	1970	1971	1975	1970-1971	1971-1975	1970-1975
外国分支机构销售额	1600	1700	1800	10	10	10
外国分支机构总产值	1000	1100	1200	10	10	10
外国分支机构资产总额	10000	11000	12000	10	10	10
外国分支机构出口额	1000	1100	1200	10	10	10
外国分支机构雇员数 (千人)	1000	1100	1200	10	10	10
按要素成本计算的 出口	1000	1100	1200	10	10	10
固定资本形成总额	1000	1100	1200	10	10	10
商品与非要素服务的 出口额	1000	1100	1200	10	10	10

资料来源：同表 10-1

跨国公司在世界经济中的重要地位，因产业内容、国家和时间而异。本书的第 1 章到第 4 章，在研究跨国公司的全球网络化发展及其区位体系以及对世界经济的影响问题时，将分别详细论述现代跨国公司在全球生产、创新、技术进步、产业结构调整 and 贸易中所发挥的重要作用。

## 第 四章

# 跨国公司区位体系的研究框架与生产 职能的全球网络化区位

随着经济全球化进程的加快，国际学术界对跨国公司的研究异常活跃，已积累了丰厚的研究成果。目前对跨国公司的研究主要集中于国际经营学和国际经济学界，研究的热点在于解释说明企业为什么不采取证券投资、出口或技术许可的方式供应国外市场或利用国外资源，而选择直接投资的方式这一问题。关于跨国公司区位决策和区位规律的研究，尚存在两方面缺憾：第一，经典的跨国公司理论只论及国家层次的区位选择，即国别选择。而现实上，跨国公司的区位还包括另一个层次，即在东道国内部具体区域（城市）的选择。国家选择和区域（城市）选择共同组成跨国公司完整的区位决策。在决策时序上，国家选择在先，区域选择（城市）在后，因而可分别称之为第一次区位选择和第二次区位选择；而第二次区位选择对跨国公司战略目标的实现程度（绩效）产生重要影响，因此需要深入开展研究。第二，跨国公司的区位研究尚未建立完整的体系。现代的跨国公司已发展成为多部门、多职能、多区位的复杂的组织体，而且自 20 世纪 70 年代起，随着企业间全球竞争加剧，跨国公司中出现了将研究与开发职能和中枢管理职能向国外扩散，并构建全球网络的新动向，而学术界对跨国公司区位的研究仍然集中于生产职能，即工厂的区位，对国外研究所、地区总部等其他职能活动的区位研究则相对滞后。蓬勃发展的实践客观上要求学术界将跨国公司的区位研究向跨国公司价值链的其他职能领域扩展，从而建立起较为完整的区位研究体系。

鉴于此，本书致力于构建跨国公司区位的研究体系，本章的目的

在于为这一区位体系的研究建立理论基础。首先，作为基础性研究，拟从跨国公司经典理论中发现区位思想，对此进行整理和分析；在此基础上，从国际区位条件、跨国公司区位因素和跨国公司区位行为等三个方面，初步构筑研究跨国公司区位体系的研究框架；最后，运用所建立的研究框架总结性地概括跨国公司生产职能的区位规律。

## 4.1 跨国公司经典理论中的区位思想评介

### 4.1.1 早期的区位思想

#### 4.1.1.1 阿尔弗雷德·马歇尔的产品生命周期理论及其区位思想

产品生命周期理论，由美国哈佛大学跨国公司研究中心教授弗农（Alfred V. Venard）于 20 世纪 50 年代中期提出。<sup>①</sup> 弗农将产品生命周期分为创新、成熟和标准化三个阶段，认为产品生命周期是产品市场运动的普遍现象，企业的对外直接投资是企业在产品周期运动中，对生产条件和竞争条件的变化而做出的决策。弗农从产品生命周期不同阶段美国企业海外生产活动的空间策略入手，解释了美国、其他发达国家以及发展中国家间贸易结构的变化规律。图 4-1 为 宰藻结合美国的经验，将弗农的产品生命周期理论予以图式化的结果。

在产品生命周期的第一阶段，即新产品阶段，因新产品的需求特征（为数较多的高收益消费者层的存在、高强度的产品差异化导致的低价格弹性等市场特点）以及外部经济的重要性（与顾客间接触的灵活性和迅速性），新产品生产区位选择市场附近。由于美国国内劳动力成本高而资本相对丰富等原因，美国成为劳动节约型新产品的创新

<sup>①</sup> 弗农进行了一系列研究（1959年、1963年、1967年、1979年）发展了产品生命周期理论。约翰·肯尼迪（1969年）和 宰藻（1979年）也运用产品生命周期解释了国际生产和贸易，为发展产品生命周期理论作出了重要贡献。



家远离主要市场和缺乏外部经济，在发展中国家的生产只能限定在标准化产品。

弗农给产品生命周期这一原本不具备空间含义的概念赋予了区位维度，而动态地解释了企业间竞争条件的变化、直接投资的动机、生产从美国向其他发达国家进而向发展中国家扩散以及伴随其过程所产生的贸易结构的演进规律。但弗农的产品生命周期理论以第二次世界大战后美国在世界经济中的绝对优势为前提，他未能预料此后美国经济地位会下降，而美国之外的其他国家也会涌现跨国公司。还有，弗农的产品生命周期理论只能解释对外直接投资从经济发展水平最高的国家依次向水平低一级国家单向流动模式，无法解释后来发生的发达国家相互之间，甚至发展中国家跨国公司向发达国家逆向投资的新现象。尽管存在上述不足，但产品生产周期理论站在产业区位的角度很好地揭示了美国跨国公司的区位原理；而且，弗农理论不仅仅局限于微观分析，还考虑了诸如各国的收益、工资、消费水平等宏观因素，并将它们作为重要的区位条件加以分析，这一点是值得高度评价的。应该将此理论作为跨国公司区位的基本理论之一而予以继承和发展。

#### 图 8-1 海默的对外直接投资相互渗透与“地球城市”的思想

海默（杂 8-1 图 8-1 图 8-1）于 1936 年提出的垄断优势理论，开创了对外直接投资理论的先河。该理论集中解释两个问题：一是为什么能够在外国生产？二是这种能力从何而来？海默认为在向国内市场供应商品方面，外国企业存在先天的劣势：不熟悉当地的商业环境，远距离经营需要支付各项管理控制费用。因此，外国企业必须拥有能够超过东道国企业优势的某种特殊优势（垄断优势），才能抵消与当地企业竞争中的不利因素。跨国公司所拥有的垄断优势主要来自：企业规模或规模的经济性（如集中化的研究与开发、大规模的销售网络、集中的市场购销、资金筹措能力等），市场支配力和营销知识（如品牌支配力、广告宣传能力等），技术能力（产品技术或生产工程技术）等。市场的不完全和不完全竞争的存在，使企业可以拥有或保持这些优势，而企业为垄断地享受由此带来的利益，便将这些垄断优势置于

同一所有权下使用。

海默理论中的跨国公司区位思想体现在两大方面：一是关于对外直接投资相互渗透现象的解释；二是关于跨国公司不同职能部门的区位动向的说明。

第一，关于对外直接投资的相互渗透。

关于发达国家间对外直接投资的相互渗透现象，海默认为，以往用各国利率的差异来解释国际资本移动的传统理论，不能说明第二次世界大战后发达国家之间相互直接投资的现象。海默发现美国从事对外直接投资的企业主要集中在资本集约程度高、技术先进的差别化产品的制造业领域，这些产品的市场以寡头垄断结构为特征。美国企业对外直接投资的主要动机在于控制国外经营。而国外经营的目的，不仅是为了利用其资产优势，也是为了排除东道国企业的竞争，即通过东道国市场区位，强化其市场支配能力，以获取更高的市场占有率。海默试图用美国和欧洲寡头垄断企业间的市场占领竞争行为来说明对外直接投资的相互渗透现象。

假设美国市场规模为  $再_{美}$ ，欧洲市场规模为  $再_{欧}$ ，美国企业在美国和欧洲的市场占有率分别为  $葬_{美}$ 、 $葬_{欧}$ ，欧洲企业在欧洲及美国的市场占有率分别为  $葬_{欧}$ 、 $葬_{美}$ ，美国企业的总销售额  $杂_{美}$  和欧洲企业的总销售额  $杂_{欧}$ ，取决于以下公式：

$$杂_{美} > 葬_{美} \cdot 再_{美} + 葬_{欧} \cdot 再_{欧}$$

$$杂_{欧} > 葬_{欧} \cdot 再_{欧} + 葬_{美} \cdot 再_{美}$$

这样，美国企业与欧洲企业的总销售额由美国及欧洲的市场规模以及企业在两大市场上的市场占有率所决定。在未发生对外直接投资时，无论是美国企业还是欧洲企业均认为自己的市场占有率（ $葬_{美}$  以及  $葬_{欧}$ ）是较高的。当欧洲市场（ $再_{欧}$ ）的增长速度超过美国市场（ $再_{美}$ ），而美国企业又不扩大在欧洲市场上的市场份额时，欧洲企业将迅速成长。同样，当欧洲企业受  $葬_{欧}$  的增大和  $再_{欧}$  增长放慢的威胁时，可采取扩大在美国的市场占有率（ $葬_{美}$ ）的措施。对此，美国企业也将采取进一步提高

葬的措施。

海默认为，美国和欧洲市场增长率的不同，诱发了以占领市场为目的的对外直接投资。其结果是，美国企业和欧洲企业的世界市场销售额分布逐渐趋于相等，形成不受两国（地区）市场增长速度影响的稳定的均衡状态。总之，发达国家跨国公司相互之间的直接投资，是国内寡头竞争行为向国际延伸的结果。

第二，关于跨国公司职能部门的区位。

海默运用钱德勒（~~美国~~）关于企业组织层级分异的见解，将区位论引用于国际经济论，对跨国公司不同等级组织部门的国际区位进行了说明。海默的研究结论可概括为以下几点：①企业组织中的生产部门的区位取决于劳动力、原料等因素，跨国公司凭借着雄厚的资本实力和技术力量，最终将其生产部门向全球扩散；②主要负责协调和管理生产单位的企业地区性管理中心的区位，倾向于国际性的交通原信息体系的结节点，往往集中于世界各大经济区域的中心城市；③企业组织的顶层——总部，则特别重视与资本市场、各种媒体和政府间的关系，区位在空间上高度集中，跨国公司总部有向世界上少数几个特大城市集中的倾向，从而形成所谓的“地球城市”。①地球城市集中了“最优秀”的，而且享受最高收入的跨国公司的经营队伍以及医生、律师、科学家、研究人员、高级官僚、政治家、艺术人才以及美容美发师等。权力、职业、收入和消费的空间等级差，是跨国公司企业等级组织在空间上的投影。

海默指出：“对于跨国公司而言，国境线只不过是自行消灭的用墨水划出来的印迹，作为跨国公司的分析单位，城市有着比国家更为重要的实际意义。”他的这些论点非常接近于近些年来兴起的“世界城市”论。

海默关于跨国公司企业组织的国际区位规律的提示，为我们提供

① 这里的“地球城市”，是指管理和管辖空间超越所在城市本身和国界，扩展到全球的城市。

了把握“世界城市”形成与发展机制和世界尺度城市等级关系的视角。海默的贡献主要在以下三个方面：①把跨国公司的空间框架的分析视角从国家转向城市；②引用企业内分工这一经营学视角，将企业等级组织结构的区位倾向予以类型化；③明确指出了跨国公司等级组织的全球配置，成为城市空间特征形成的主要因素。

### 猿援赫勒纳的企业内分工原理与对发展中国家的区位

赫勒纳（~~1963年~~）~~（1963年）~~着眼于发展中国家工业制成品出口的扩大同发达国家跨国公司的对外直接投资有密切关联的事实，提出了劳动密集型生产工程向发展中国家的区位，是跨国公司开展企业内国际分工的结果（~~1963年~~）~~（1963年）~~。

赫勒纳认为发展中国家的经济发展战略对跨国公司开展企业内国际分工产生重要影响。一般来说，发展中国家为了扩大工业产品的出口，通常采用以下四种战略：①提高初级产品的国内加工程度；②从进口替代型工业化转向出口导向型工业化；③出口劳动密集型终极产品；④专门发展劳动密集型生产工程。赫勒纳认为在上述四大战略中，①~③属于传统的出口振兴战略，以被实践证明要么以失败而告终，要么收效不大；而第④种战略，即向劳动密集型生产工程专业化是较现实的和有效的出口振兴战略。

发展中国家需要劳动密集型技术，但缺乏研究开发所需的资金。而需要将现有的劳动密集型企业活动向海外转移的跨国公司，则拥有成熟的劳动密集型技术，不需要花费新的技术开发成本。换句话说，跨国公司劳动密集型部门的海外区位，使劳动密集型技术向发展中国家转移成为可能。运输工具与信息技术的发展降低了远距离运输成本，让信息通信更加畅通，使国际事业活动中“距离”这一障碍变小，进而极大地促进跨国公司向发展中国家的区位扩展。另外，发达国家的关税优惠措施（只针对海外增值部分课税，以美国的“海外组装条款”为代表）和发展中国家的鼓励出口措施（如设置出口加工区等各类型的自由经济区），也是促进跨国公司向发展中国家投资的重要因素。

赫勒纳还对弗农的产品生产周期论进行了批判。他认为弗农的产品生命周期理论立足于终极产品，解释了伴随着产品标准化进程而发生的直接投资从发达国家向发展中国家的转移规律。而赫勒纳则着眼于生产工程，认为即使尚未达到产品标准化阶段，也能产生部分生产工程向发展中国家的区位。赫勒纳理论的独到之处在于，它不是从产品入手，而是从生产工艺过程切入，解释了寻求低成本劳动力的生产工程向发展中国家区位的可能性。

### 8.2.2 近期的区位思想

进入 20 世纪 70 年代以后，跨国公司的发展呈现出许多新的趋势：一是跨国公司的母国趋向多元化；二是水平方向上的对外直接投资变成主流；三是跨国公司开始整合分散在全球的子公司和分支机构，向网络化方向发展。跨国公司间全球竞争形式因此更加多样化，使跨国公司的区位问题变得更加复杂。在此背景下，出现了诸多新的跨国公司理论，其中一些理论涉及跨国公司的区位问题。最具代表性的是赫什（Hirsch）、邓宁（Dunning）、拉格曼（Rugman）和波特（Porter）等人的理论。

#### 援赫什的对外直接投资条件理论

赫什在他的理论中着重探讨了不同条件下企业向海外市场供应产品的形式选择，即出口还是当地生产。为此，他提出了以下两种公式：

(员) 位于 粤国的企业以出口的形式向 月国供应产品的条件为：

$$\textcircled{1} \frac{c_{\text{粤}}}{c_{\text{月}}} < \frac{t}{1-t} \quad \textcircled{2} \frac{c_{\text{粤}}}{c_{\text{月}}} > \frac{t}{1-t}$$

(圆) 位于 粤国的企业以对外直接投资的方式向 月国供应产品的条件为：

$$\textcircled{3} \frac{c_{\text{粤}}}{c_{\text{月}}} < \frac{t}{1-t} \quad \textcircled{4} \frac{c_{\text{粤}}}{c_{\text{月}}} > \frac{t}{1-t}$$

在这里， $c_{\text{粤}}$ 和  $c_{\text{月}}$ 分别表示 粤国和 月国的生产成本； $t$ 为出口营销

成本；悦为海外活动管理控制成本。<sup>①</sup>运指企业特有的创造性资产（能够增加收入的资产）<sup>②</sup>，对于希望得到该资产的竞争企业来讲，它意味着实质成本（ $\frac{1}{2}$ ）。<sup>③</sup>

从条件①和③中可知，粤国企业能不能对月国市场供应产品，主要取决于粤国企业是否拥有创造性资产。如果是像赫克歇尔-俄林模式中假设的那样，技术等信息随时随地都可以自由获取，那么就不存在所谓的创造性资产（即运越园），这时，因不能满足条件③，对外直接投资也就不会发生；另外，针对条件①来说，只有当粤国的生产成本低于月国的生产成本时，才会发生粤国向月国的产品出口。相反，如果存在运，就意味着贸易类型将不仅仅受制于各国生产成本的相对大小。如果条件①和③都得到满足，粤国企业会向月国市场提供产品，但同条件②和④结合起来，可能存在以下几种情况：

（园）若 跃越 跃当 跃约悦相反，跃跃悦）时，粤国企业向月国市场出口产品（发生对外直接投资）；

（圆）若 跃跃 跃，粤国企业采取对外直接投资的可能性增大；

（猿）若 跃约 跃，粤国企业采取出口方式的可能性增大。

总之，就向海外市场提供产品问题而言，当产品市场是一个高成本国家时，多选择出口方式；相反，当产品市场存在于低成本国家时，容易产生对外直接投资倾向。这一模式给我们启示，对外直接投资在那些创造性资产（运）密集型产业领域发生的可能性最大。也就是说，所有国家的跨国公司分布在创造性资产（运）密集型产业领域。跨国公司创造性资产的绝大多数生成于具备相应环境条件的母国，但跨国公司可灵活地运用这些资产，结合各国生产成本、出口营销成

① 生产成本包括资本支出及对劳动力、原材料等投入物的购买成本；出口营销成本包括运费、保险、关税、与消费者间接接触交流所需要的成本；海外活动管理成本包括协调、准备和维持生产、采购、运输等诸项活动的成本。

② 企业特有的创造性资产包括企业专有技术、品牌支配力等，是企业长期以来在对产品及生产工程的研究与开发的投资、对广告及其他营销活动的投资等一系列投资活动中逐步积累的。

本、海外活动管理控制成本等因素，在国际范围内开展实际生产活动。

赫什理论解释说明了决定对外直接投资的条件，对于跨国公司初期的区位决策（即生产是否要走向国门）具有重要意义，但仍过于简单化。

### 邓宁的国际生产折衷理论

英国里丁大学教授约翰·邓宁在前人研究的基础上，将国际贸易理论、产业组织理论以及区位理论融合在一起，提出了国际生产折衷理论（邓宁，1983）。

国际生产折衷理论探讨了跨国公司怎样开展跨国经营活动问题。邓宁认为，国际贸易、国际技术转让和国际直接投资的总和构成一国或一个企业的国际经济活动，跨国公司进行对外直接投资必须满足以下三个条件：①企业具有所有权优势。所谓所有权优势，是指一国企业拥有或能够获得的、国外企业没有或无法获得的资产及其所有权。②跨国公司资产的内部化使用效益超过外部化使用效益，即存在内部化优势。③拥有所有权优势和内部化优势的企业在国外进行投资，能够获得比国内更高的投资利润，即存在区位优势。② 决定对外直接投资的三个因素之间是相互关联、紧密联系的。条件①，即企业特殊的所有权优势是企业进行国际经济活动的前提条件；条件②和③，即内部化优势与区位优势将决定企业使用其特殊资产的方式。

国际生产折衷理论认为，与外国企业相比，本国企业拥有的所有

---

① 跨国公司对其所拥有的所有权优势的使用，一般有两条途径：一是将其拥有的资产或资产的使用权出售给其他企业，这就是资产使用的外部化；二是由跨国公司自己使用这些资产，也就是将资产使用内部化。

② 区位优势包括直接区位优势和间接区位优势。直接区位优势是指由于东道国的某些有利因素所形成的区位优势，如广阔的产品销售市场、政府的各种投资优惠政策、低廉的生产要素成本、当地原材料的可获性等；而间接区位优势是指由于投资国某些不利因素而形成的区位优势，如商品出口运输费用过高、商品出口受到贸易保护主义的限制、生产要素成本过高等。

权优势越大，资产的内部化使用可能性也越大，从而在国外利用其资产比在国内可能更为有利，更有可能发展对外直接投资。如果，本国企业在这三方面都处于劣势，则有可能吸引国外的直接投资。

国际生产折衷理论还将对外贸易、技术转让、对外直接投资三者有机地结合起来，提出了企业开展国际经营的三种形式：如果企业仅拥有一定的所有权优势，则只能选择技术转让的形式参与国际经济活动；如果企业同时拥有所有权优势和内部化优势，那么出口贸易是参与国际经济活动的较好形式；如果企业同时拥有所有权优势、内部化优势和区位优势，则发展对外直接投资是参与国际经济活动的较好形式，可以实现利润的最大化。

邓宁从 20 世纪 80 年代以来一直致力于探索跨国公司拥有上述优势的源泉，并发现一国（跨国公司母国）的特性即经济活动结构是企业优势的源泉。当企业优势来自企业规模（规模经济）时，其源泉是该国的大规模市场。研究与开发支出大、拥有高熟练劳动力的国家，其企业在创造技术密集型产业领域中的企业优势上相对有利。在能够提供廉价的和富有生产性的劳动力的国家，企业容易积累劳动密集型产业方面的技术优势。又如，生产成本、移动成本、政府干预、风险等区位因素基本上同一国特征有密切关系。决定内部化优势的市场的失败（即市场的不完全竞争），在某种程度上也取决于一国的特征。因此，一国家特征上存在的各种差异，将通过所有权优势、内部化优势及区位优势的形成，影响一国国际经济活动的形式和国际经济活动的产业结构。

邓宁理论的独特之处在于兼收并蓄，归纳吸收了各派理论中的不同观点，并加以综合和折衷，予以系统化。邓宁模式的最大贡献在于将跨国公司的各种优势同国家特征联系起来分析。

### 猎援拉格曼的内部化理论与国际经营方式的选择

巴克利、卡森和拉格曼等人从产业组织角度切入，提出了市场的不完全性是企业跨国直接投资的根本原因，并由此产生了跨国公司的“内部化理论”（见邓宁 1983 年《国际商务》第 1 卷第 1 期；拉格曼 1985 年《国际商务》第 2 卷第 1 期。



资、技术转让等不同形态国际经济活动的成本及成本结构。但是，现实中跨国公司极为复杂的区位问题不能仅以市场不完全这一理由来解释。

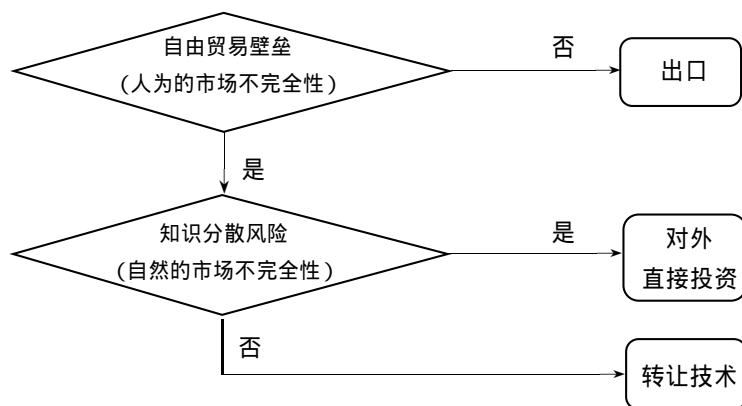


图 圆原圆 企业对外直接投资决策流程图

资料来源：[日] 野村格曼著，跨国公司研究会译：《国际企业（上）》，  
配權圖繪勻產造 员恩苑

### 源爱波特的价值链及其配置思想

美国哈佛大学的著名经济学家迈克尔·波特从企业竞争战略理论出发，提出了国际竞争条件下的企业活动理论框架（孕划策则 员恩苑）。

“价值链”是波特研究的出发点。他认为，企业通过一系列互不相同但又互相关联的经济活动来创造价值，这些经济活动的相互依赖关系或网络便构成企业的“价值链”。价值链分为两大部分：基本活动和支持活动（见图 圆原猿）。主活动为企业的基本增值活动，即一般意义上的“生产经营环节”；支援活动则为企业的辅助性增值活动。“价值链”上的各个环节之间相互关联、相互影响。每一个环节经营管理的好坏，都可以影响到其他环节的成本和效益。另外，在企业诸多的价值活动中，每一个环节所创造的价值不尽相同，企业所创造的价值，实际上来自企业价值链上的某些特定的价值活动；这些真正创



身的配置问题；二是各价值活动之间的协调问题。企业在全球范围内配置其活动时，可供选择的主要有两大方案：一是集中配置还是分散配置；二是特定活动选址。集中配置的主要优势是可降低成本，集中配置现象主要出现在具有以下特点的行业：①存在显著的规模经济效应；②“经验曲线”急剧倾斜；③竞争优势集中于特定地点或只有在同一地点集聚，并将相互关联的诸项活动予以协调才能获取竞争优势。

向一国集中，即以出口为前提的战略常见于飞机、机械、原材料、农产品加工等产量低而投资大的行业，一般集中于企业的母国。企业是否采用集中配置战略，有时也因国家而异。在某一些行业，竞争优势（或可克服母国的劣势）来自价值创造活动的分散配置，而分散配置必将伴随着对外直接投资。倾向于分散配置的行业主要有以下几种特点：①运费、通信费、仓储费用高，不适宜从一处配送；②集中配置的风险大，即存在外汇风险、政治风险、供应突然被停止时的风险等；③国家间产品的喜好存在很大差异。

企业活动的配置中还有一个重要的选项就是国家和地区。对于在全球范围内竞争的全球性跨国公司来讲，它能够将各种活动分散配置于最适宜于每个活动的最佳场所，如元器件生产配置在中国台湾地区，软件生产选择印度，基础性研究和开发活动选择在美国的硅谷进行，等等。

协调是指调整分散在多国的价值创造活动相互之间的关系。协调的内容主要包括共享信息、专业化分工、集中努力的焦点等内容。协调可带来以下益处：①可积累从分散的地点获取的知识或技能，并把它们用于设在别国的子公司等企业组织中；②企业可灵活地去适应汇率的变动或要素成本的变化；③有助于采取更富有成效的对策来对抗竞争对手。

波特指出，因企业对配置和协调的选择不同，可以有很多种国际战略，主要类型如图 圆源源所示。其中，真正称得上全球战略的是图 圆源源左上方和右上方的两种战略。

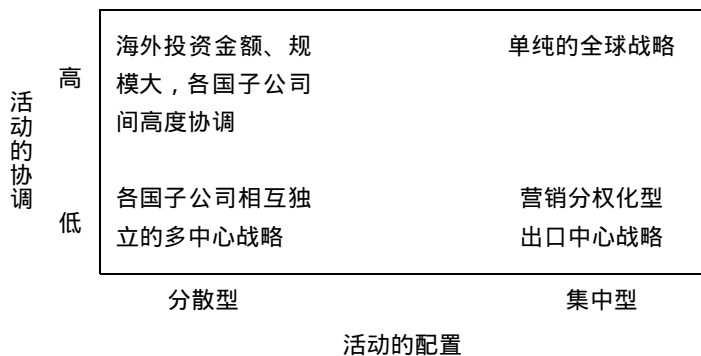


图 4.1 跨国公司的国际战略类型

资料来源：马歇尔·托马斯·戈德史密斯，《跨国公司的国际化战略》，机械工业出版社，1988年。

波特还预测了价值链配置的趋势，认为今后企业活动的全球分散化趋势将进一步加强，同时，各活动之间的协调、调整将日益紧密。因为随着经济的发展，“最低限度经济规模”将下降（对集中的需求下降），而贸易保护主义在抬头，使集中供应变得越来越困难。另外，随着科技的进步，协调费用（主要是通讯和旅行费用）不断下降，而对不同顾客群的不同消费需求作出迅速而有效反应的必要性增加。结果，单纯的初期全球战略（如集中和出口中心战略）逐渐被高度协调而复杂的全球战略取代。

从探讨跨国公司区位理论的角度看，波特的理论比前三种理论更加深入和系统化。波特从企业战略论的观点出发，分析了国际竞争条件下向全球市场供应产品的企业活动，他所提出的价值链概念、企业活动的集中与分散以及协调、全球竞争战略类型等论点，对探讨跨国公司区位规律提供了极有参考价值的视角。

波特在前期的企业竞争优势和企业竞争战略研究的基础上，将研究进一步向国家层次和区域层次扩展，提出了国家竞争优势理论和产业集群理论（马歇尔·戈德史密斯，1988）。国家竞争优势理论揭示了国家特殊环境对该国企业建立国际竞争优势进而发展成为跨国公司起决定

性的作用<sup>①</sup>；产业集群理论则着重阐释了在全球化条件下，产业为什么向特定区域集中以及相互关联的产业和相关机构的地理集聚如何促使企业增强竞争力的问题<sup>②</sup>。正如波特所指出，以获取特殊资产或提高竞争力为目的的跨国公司对外直接投资，在国家和区域选择上非常重视产业集群因素，并对产业集群表现出较高的敏感度。

以上简要地分析了所见于跨国公司经典理论中的区位思想。上述诸理论的目的在于解释说明对外直接投资的成立理由或跨国公司的存在理由，研究的重点并不在于系统而全面地阐述区位规律。值得肯定的是，这些理论中的一些区位思想对跨国公司某些职能活动的区位选择或跨国公司特定发展阶段的区位选择有精辟的阐述。产品生命周期、工程间分工、企业内分工、垄断竞争条件下市场战略型区位、企业组织的区位体系、国际生产中的区位优势、价值链区位等诸多观点，对跨国公司的区位研究以及更深入的经济地理研究提供了宝贵的借鉴价值。本章在吸收和消化跨国公司经典理论中的区位思想的基础上，结合跨国公司这一经济行为主体的经营行为、组织模式，在区位理论的指导下构筑系统的跨国公司区位理论研究框架。

---

① 由“要素条件”、“需求条件”、“关联和支持产业”、“企业的战略·结构·竞争对手间竞争”等四大因素组成的“钻石”结构的状态，决定国家的竞争优势（确切地说是产业的竞争优势）。

② 波特将产业集群定义为：“特定领域内的关联企业、专业化供应商企业、服务供应者、关联机构（大学、业界团体等）集中于特定的地理区域，相互间既竞争又协作的一种状态。”产业集群通过提高生产率、刺激创新、降低创业门槛等三种途径，使集群内的企业（产业）获得竞争力。

## 8.1 跨国公司的区位体系及其研究框架

### 8.1.1 跨国公司的区位体系

跨国公司作为资本主义现代企业高度发展的产物，已进入多产品、多职能、多工厂、多国家的发展阶段。而且，随着经济全球化向纵深方向发展，企业间跨国界的竞争愈演愈烈，于是越来越多的跨国公司为确立全球意义上的竞争优势，开始在全球尺度上配置和调控价值链。除了继续推进其销售职能和生产职能的国际化外，创新活动——研究与开发职能也开始走出国门，加入到国际化行列，有些跨国公司甚至连中枢管理职能也部分转向海外，在海外设立地区总部。不仅如此，跨国公司基于公司总体战略目标，对上述分散于全球的价值链的各项职能活动加以控制和调整，以谋求全球协同效应。

表 8-1 反映的是跨国公司价值链在多种方向上的国际化趋势。虽然表中的资料为日本一国跨国公司在美洲一个地区内的公司网络状况，但其他国家的代表性跨国公司在世界主要的地区都形成了类似的公司网络。在全球范围内建立公司网络，是现代跨国公司的普遍特征。

这样一来，跨国公司的区位问题已变得非常复杂。以往仅仅注重于生产活动的国际区位的研究，显然滞后于跨国公司的现实实践，因此，客观上要求跨国公司的区位研究必须向全球区位体系研究升级。而且弄清跨国公司的区位选择规律以及区位体系特点，将有助于我们去认识由跨国公司主导的现代国际分工的性质以及跨国公司影响下的全球经济发展变化的动力机制。

表 圆原员 员愿年美洲日本跨国公司分支机构的网络 (家数)

国家或地区	地区总部和 管理机构	销售机构	终极产品 生产厂家	部件和材料 生产厂家	研究和设 计中心
美国	愿苑	愿苑	愿苑	源苑	缘苑
加拿大	猿	圆猿	员苑	源	源
墨西哥	缘	员愿	员苑	源	圆
巴西	缘	怨	苑	苑	源
波多黎各	原	员	原	原	原
多米尼加共和国	原	原	员	原	原
萨尔瓦多	原	圆	圆	原	原
洪都拉斯	原	圆	圆	原	原
哥斯达黎加	原	猿	猿	圆	原
巴拿马	原	缘	原	原	原
阿根廷	员愿	猿	圆	员	原
哥伦比亚	员	远	原	原	原
智利	员	愿	员	原	原
委内瑞拉	员苑	愿	员苑	原	原
秘鲁	员	猿	员	原	原
巴巴多斯	原	原	员	原	原
未指明国家或地区	原	缘	原	员	原

注：根据 员愿年家工厂，各工厂从事的活动可能不止一个。

资料来源：哉晕港粤闻，转引自 [日] 允哉的：《圆原年投资白皮书：世界与日本的海外直接投资》。

之所以提出跨国公司的区位体系这一概念，主要依据在于：第一，跨国公司的国际经营已不再单纯停留在销售活动和生产活动上，而是扩展到了价值链上游的采购活动、研究与开发活动和部分中枢管理活动，每项职能活动都涉及如何寻求最佳区位的课题；第二，随着跨国公司国际经营活动空间的扩大和海外分支机构数量的增加，跨国公司开始构建精致的企业内国际分工网络，这一国际分工网络包括各职能活动内部的网络，如海外生产性子公司与母公司之间、生产性子公司相互之间密切的分工与合作网络，海外研究与开发机构同母国中央研究院之间以及海外研究开发机构相互之间知识与信息交流以及由

此而形成的全球创新网络，公司总部同地区总部以及各国运营中心之间建立的分工关系以及管理与控制网络等；第三，上述价值链不同职能之间存在密切的相互作用、相互支持和相互合作关系，从而形成全球协同的价值创造体系；第四，从全球经济的角度来看，在美国、欧盟等世界主要市场上，跨国公司所转移的价值链更为完整，而在次要的市场和发展中国家，跨国公司所转移的往往是价值链中的部分活动，是不完整的，只构成国际生产网络的一部分；第五，世界各国、各地区在跨国公司全球区位中的不同定位，深刻地影响着各国的发展状态以及在世界经济联系中的作用和地位（见图 圆缘缘）。

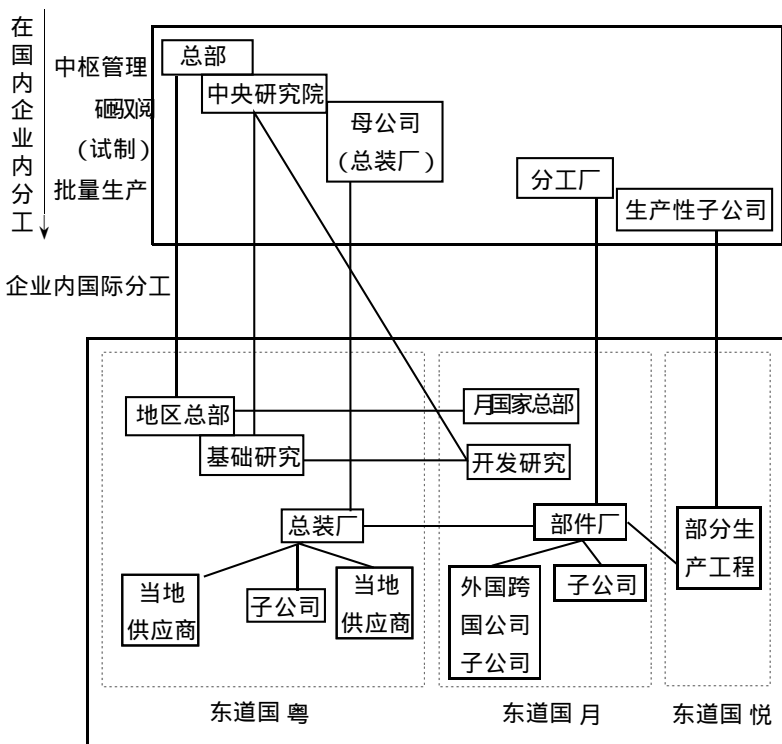


图 圆缘缘 跨国公司的企业内国际分工与全球区位体系示意图

所谓跨国公司的区位体系，是指跨国公司全球价值链配置及其调控的空间表现形式。作为一个跨国界的、庞大的和复杂的组织，跨国公司之所以具有比活动空间仅限于一个国家范围内的民族企业要高得多的盈利能力，在很大程度上得益于其全球区位体系。有了全球区位体系的支持，跨国公司便获得了“潜在的地理柔性”：一方面通过将价值链中的各项职能活动分布于不同的东道国，以充分享受该国特有的区位优势（自然资源、资本和劳动力等生产要素，投资优惠、贸易壁垒、投资补贴等政策差异，以及科技人才、国家创新系统等特殊资产）；另一方面，当围绕跨国公司的国际、国内经营环境发生重大变化时，跨国公司可以灵活地调整区位和转移区位，以增强适应环境的能力。跨国公司对世界经济的影响，也是通过其全球区位体系产生的。

跨国公司的全球区位体系，是跨国公司按照自己的战略目标要求，对世界各国、各地区的差异化环境进行综合评价后做出区位决策的结果。因此，研究跨国公司的区位体系，必须同时考虑跨国公司所面临的国际经营环境和跨国公司本身的因素。鉴于此，本书从跨国公司国际区位条件、跨国公司的区位因素以及跨国公司的区位行为三个方面，来搭建研究跨国公司区位体系的理论框架。

## 圆园圆 跨国公司区位体系的研究框架

### 圆园圆 跨国公司的国际区位条件

为适应全球竞争环境和提高盈利能力，跨国公司总是试图将其在国内经济环境中构筑的竞争优势（核心能力）运用到国外，以便将其国内地位尽快转换成国际地位甚至全球地位。和国内企业一样，跨国公司的区位选择必然受所处环境条件的影响。不同之处在于，当企业发展到跨国公司阶段时，它的活动空间已不再局限于国内，为此，需要对国际区位条件作出反应。所谓国际区位条件（~~国际性区位条件~~），指的是左右跨国公司区位的各地点具有的特性。由于跨国公司是以获取最大利润为目的的经济主体，故各地点所

具有的各种条件中经济条件便成为跨国公司国际区位条件的中心内容。

世界经济环境的多样性和异质性，决定了跨国公司区位条件的特殊性。与国内区位条件相比较，国际区位条件最突出的特征在于其巨大的差异性和复杂性。这首先源于各国之间经济发展水平和经济结构的巨大差异，这种差异往往要超过一国内部的地域差异；其次源于制度上的差异，各国间政治制度、经济制度、法律制度相异；再次，跨国公司面临的是种族、民族、语言、历史、宗教等千差万别的文化环境。国际区位条件的复杂性和差异性，在给跨国公司带来困难和压力，从而使其价值创造活动变得异常艰巨外，又给跨国公司提供了无限的机会。只要跨国公司能够发现并准确地把握这些特征，并同其所具有的经营资源优势结合起来，作出正确、合理的区位选择，就可以实现企业发展上的新的飞跃。

跨国公司国际区位条件的特征可以归纳为以下几方面：

第一，国际间劳动力费用存在巨大的差异。

劳动力受一国人口结构和经济发展水平的影响，在质和量上存在很大的差异。一般来说，发达国家劳动力的技术水平、熟练程度和劳动生产率要高于发展中国家，这体现于其较高的工资水平；发展中国家劳动力供给充足，但生产率水平较低，反映在费用上则表现为较低的工资水平。像东亚地区那样劳动力价格低、受教育水平又相对较高的劳动力资源并不多见，这无疑对跨国公司产生较强的吸引力。在劳动力的诸多特性中，跨国公司比较关心的是劳动力的价格——工资。

由于劳动力的国际移动受多种因素的限制，使得国际间工资水平的差异显得更加重要。虽然一国内部也存在工资的地区差异，但地区间工资差距通常引发劳动力的国内移动，久而久之，使劳动力的地区差距不会偏离劳动力的地区移动费用很多。而国际间劳动力，尤其是低工资劳动力的移动仍受严格限制，即使是在要素能够自由流动的欧盟内部，由于存在语言、文化等条件的限制，劳动力也不能完全地自由流动，而且当经济不景气时，各国对外籍劳动力的排挤变得更为

激烈。

国际间工资的差异，有时会受到汇率的急剧变动而迅速变化，而这种情形在国内绝不会发生。如 1953 年以后日元的急剧升值，使日本成为世界上劳动力成本最高的国家之一<sup>①</sup>，1970 年代后半期日资大举进入东南亚国家正是日本企业对国内高工资压力而作出的反应。

工资水平对于跨国公司区位的影响，主要集中于价值链中的生产职能，特别是劳动密集型产业或劳动密集型生产工程，它们对工资水平的差异表现非常敏感。

第二，外部效应在国际间存在很大的差异。

外部效应可分为两种：一是来自基础设施的外部效应；二是来自产业集聚的外部效应。这两者均反映一个国家经济积累水平和产业发展水平，一般来说，经济发达国家表现为外部经济，经济发展中国家往往表现为外部不经济。

基础设施，一般是指为各项产业活动提供服务并构成其共同基础的部门和活动的总和，包括运输通讯系统、动力系统、仓储系统、供排水系统以及教育、科研等部门。跨国公司构筑全球企业网络，意味着企业组织中各职能部门活动在世界范围内的地理扩散和相互间联系的加强，此时不仅成品、中间材料、原料等物质产品的交换量变大，而且人员、资金、信息的移动范围、移动频度和流动量迅速扩大。因此，对各项基础设施条件提出了较高的要求，而完善的基础设施有助于降低运输成本、时间成本和交易成本。越是高级的职能活动（中枢管理职能、研究开发职能、生产职能中的知识密集型活动），对基础设施的要求越高，尤其对航空运输、集装箱运输、高速公路等高速交通运输体系和发达的通讯网络提出很高的要求。

实施出口主导型工业化发展战略的发展中国家，大力兴建出口加工区、自由贸易区、经济特区等各种类型的自由经济区，并集中投入

<sup>①</sup> 以日本的工资为 100 时，1953 年，美国和德国的工资水平分别为 100 和 100 ；而到 1955 年，两国的相对工资水平分别降到 70 和 70 。

大量资金来改善基础设施，其目的无非是要克服因基础设施不完善而带来的外部不经济，以便吸引更多的外部资本。

产业集聚效应，指的是由诸多经济活动集中于相对有限的地理范围内且存在较强的结合关系而带来的效应，这种结合关系主要表现为生产结合、服务结合和市场结合三种形态。三者间关系产生企业间前向关联和后向关联。图 8-1 表示的是工业企业中的简单的结合关系（产业关联）。

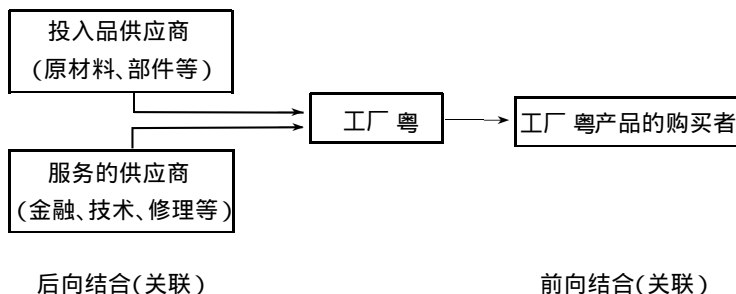


图 8-1 企业主要职能的结合

在产业关联度高的部门，终极产品的生产需要为数众多的关联产业的支持。<sup>①</sup>除了生产关联外，还需要一系列支援和服务活动：作为前期服务需要长期的研究开发活动、试制活动、工程设计活动；作为后期服务需要高效率的品质检查和测试、销售和售后服务等活动。

相互关联活动的地理接近可带来以下利益：①生产过程中供应商和购买者的短距离结合，可缩短产品工序间、部件和副产品运输的时空成本；②可引发“互补产品”的需求拉动；③关联产业的地理接近有利于企业间围绕生产要素的合理利用开展专业化分工，还有助于就新产品开发、生产技术革新等进行紧密合作；④相关产业的集聚有助

<sup>①</sup> 以汽车为例，汽车生产由材料生产、生产设备制造、要素技术加工（主要以机械加工、精密加工为代表）、中间产品组装（如发动机、变速器等总成组装）和总装等相关活动所组成。

于加强行业信息的交流，使得企业可对市场变化作出灵活而迅速的反应。

产业集聚水平，对于那些产品生命周期短，技术变化激烈，终极产品由为数众多的部件、工艺构成的高新技术产业尤为重要。对于产业集聚反应最为敏感的是软件产业、信息通信设备产业、时装产业等，以高度组装为特征的汽车制造业和电子电器工业次之。

因为，产业集聚是一国国民经济历史发展和资本积累的反映，所以，产业集聚的国际差异非常大。在各国不同的竞争环境下，形成了各具特色的产业集聚优势。如美国在诸多的服务业领域（金融、广告、信息服务、医疗服务、餐饮业、零售业等）以及高度技术密集型的航空航天工业和通讯产业，日本在汽车、家用电器等耐用消费品制造业领域，德国在高度的机械加工和化学工业领域，意大利在家具、时装、制鞋等劳动密集但需要高度设计能力的多品种少量生产领域等等，分别创立了世界水平的产业集聚和竞争优势。跨国公司往往就诞生在这些母国有竞争优势的产业领域，母国拥有的深厚的产业集聚为跨国公司的成长和发展提供了肥沃的土壤。

跨国公司准备在海外生产某种产品时，因不可能于短时期内在国外形成同国内相当的产业集聚，而从成本上考虑，所需要的关联产品也不可能全部从本国进口，更何况东道国政府常常提出原产地规则或国产化标准，从而使跨国公司在决定生产区位时不得不看重东道国的配套产业发育状况。如果配套产业已经形成空间上的产业集聚，无疑将成为吸引同行业或关联行业跨国公司投资的重要引力。

### 第三，存在贸易壁垒。

各国政府或为保护本国产业，或为改善国际收支状况，对外国商品或服务设置关税及非关税壁垒，为外国商品或服务向本国市场的出口制造障碍。贸易壁垒的存在，迫使那些欲向国外市场供给产品的企业为获取市场而不得不考虑在当地生产。而在国内，商品的区域间贸易是自由的（尽管在一些经济不太发达、区域间经济发展水平差异较大的发展中大国也有一些地方保护主义，但比起对外贸易来说，国内

贸易的限制要小得多)。此外,在国内,运输费用成为阻碍区域间贸易的最主要障碍因素。贸易政策作为各国政府管理本国经济的重要手段,各国关税、非关税贸易措施大大提高了国际贸易费用。

虽然在 1947 年(即关贸总协定,后发展成为世界贸易组织,即 WTO)的主导下,为建立以自由的无歧视性的多边贸易体系为主要内容的国际贸易秩序作了长达半个世纪的努力,各国关税水平大幅度降低,但大多数发展中国家的关税率仍高于发达国家。而发达国家的关税税率虽然已降到很低的水平,但仍存在进口配额制、自动出口限制、进口许可证制、歧视性的政府采购政策、最低限价与禁止进口以及许许多多复杂苛刻的技术标准、健康卫生规定、商品包装和标签要求等等名目繁多的非关税壁垒。

贸易保护主义措施,起初主要是那些以实现进口替代性工业化为目标的发展中国家政府为保护本国幼稚产业而采取的,但后来发达国家之间也因对方国家发动猛烈的出口攻势并发生激烈的贸易摩擦而仿效。贸易保护的存在是跨国公司向发达国家投资时考虑的重要条件之一。以日、美为例,美国对日本商品进口的限制自 19 世纪 70 年代起就已存在,20 世纪 50 年代以来日、美贸易摩擦随着日本对美的出口攻势所涉及的商品领域更加广泛、商品数量急剧增加以至直接威胁美国主导产业和战略产业的生存而愈演愈烈。20 世纪 80 年代以来,日本企业对美国的大规模直接投资就带有典型的贸易壁垒回避性特点。欧共体(现今为欧盟)虽然对内部商品的流动废除了关税壁垒,但对域外商品(服务)则采取共同关税,这对于外国商品来说意味着差别化待遇,从此意义上也可视为一种特殊的贸易壁垒,同样引发以占领欧洲共同市场为目标的跨国公司的直接投资。

#### 第四, 市场需求的差异。

市场需求的差异表现在市场规模、市场的成长性、市场需求结构以及消费者的需求嗜好等方面。市场规模主要由该国经济规模、人口数量、人均收入水平和购买力所决定。市场规模在国家间的差距很大,一般经济越发达、人口越多、购买力越强,市场规模就越大。市

场规模同企业的生产规模有相关关系，企业如果能够占领大规模市场，将有利于实现规模经济。但国外大规模市场的存在，并不能说明企业一定要以对外直接投资的形式占领当地市场，因为出口也能实现市场占有。只有当市场准入遇到障碍（如贸易壁垒），而出口费用被人为地抬高时，市场规模才能对企业的国际区位产生吸引力。通常，美国、欧洲等发达的大市场成为市场指向型跨国公司区位的主要目标。

市场的成长性，是由国家经济增长速度、可持续发展能力以及人口增长率等因素决定的，而市场的成长性同一国所处的发展阶段有关。发展中国家或经济中等发达国家由于经济规模基数较小，实现高速增长相对容易。20世纪70年代以来的东亚，特别是中国，已成为世界最瞩目的成长中心，东亚对跨国公司的吸引力已不仅仅是低工资的劳动力，而是现实的和潜在的巨大市场。80年代以后的拉美国家也开始受到重视，特别是巴西、阿根廷等南美南部共同市场国家。<sup>①</sup>

各国消费者的需求结构、需求喜好，受文化、生活习惯以及自然环境等多种因素的影响而有所差异。对于跨国公司来说，及时、准确地把握对象国家的市场需求特征具有重要意义。在完全的信息交流尚未实现的状况下，国际间市场需求的差异将促进跨国公司选择近市场区位。海外市场变化的不稳定性也是促进市场区位的一个因素。

市场区位，尤其是置身于美国等竞争激烈的世界领先市场，其意义不仅仅局限在建立产品的生产、销售基地，对于真正立志于在全球竞争中生存和发展的跨国公司来说，它可以从以下几方面享受一些重要的扩散效应：①可以获取企业发展所需的重要信息，因为这样的市场又是世界信息的中心；②迫使企业生产出世界一流品质的产品，因为那里有富有经验的、对产品又十分挑剔的消费者群体；③有利于企业持续地提高技术水平，因为那里是世界重要的创新中心。

---

<sup>①</sup> 这些国家较有效地控制了通货膨胀，经济步入稳定增长阶段，人均国民收入普遍高于东亚发展中国家（除亚洲四小龙之外，但这些国家的人口规模要比亚洲四小龙大得多）。

### 第五，东道国政府对外国资本的投资优惠。

越来越多的发展中国家深刻地认识到，外国直接投资对本国的经济增长、技术进步、对外贸易及就业将作出贡献，为此彼此之间围绕着吸引外国直接投资展开了激烈的角逐。为在这场资本争夺战中争取优势地位，这些国家的政府积极改善投资环境，制定鼓励外国直接投资的各项优惠政策，如减免税收，提供补助金，政府出资建设基础设施，优惠工业用地、用水、电力使用费等，以牺牲部分利益为代价吸引外资。兴建各种形态的自由经济区也是为了在特定的区域范围内集中实施各项投资优惠措施，以提高外资引进力度的效率。值得注意的是，很多发达国家出于防止“产业空心化”和解决失业问题的目的，也纷纷加入到了引资竞争行列，甚至过去一贯被认为对于外国资本最为保守的日本政府也在致力于引进外资，采取了放宽各项规制、降低市场准入门槛和设立“结构特区”等各种措施。

### 第六，存在各种风险。

跨国公司的活动舞台已走出国门，东道国的政治、经济特性或一些突发性事件随时会带来风险（悦蒙城都译），这也是国际区位条件的特殊性。跨国公司面临的最大的风险，是来自东道国政局的变动和混乱。员怨年的伊朗革命以及接踵而来的两伊战争（员怨园~ 员怨园年）、员怨园年的海湾战争，使投资于中东地区的跨国公司蒙受了巨大损失，甚至动摇了一些公司的根基。圆园年的“怨怨”恐怖事件，使该年的全球云卸剧减，记录了十年来的第一次负增长。东道国政策的突变，如国有化浪潮、提高当地化率以及其他金融、贸易、税收政策的变化等，也都是威胁企业活动的政治风险。还有一种风险，是起因于东道国经济特性的风险，最近的一个典型例子为圆世纪末发生的那场亚洲金融危机。但一般情况下，纯粹的经济风险很少发生，更多的经济风险往往与政治因素有密切关系。如圆世纪愿年代拉美国家出现的严重的债务危机和通货膨胀，就是政治影响经济结构的结果；又如激烈的汇率变动所引发的风险，多半也是政治干预经济而产生的，其中，汇率的激烈变动会突然改变竞争条件而打击跨国公司。

总之，东道国风险会给跨国公司等外资企业带来重大影响，企业因此而面临无法偿还债务、收不回投资的危险。当选择新的投资国时，风险因素是重要的评价标准，一旦判定存在较大的风险，就有可能放弃投资计划。但现实中很多风险难以预测或回避，所以对于那些已在东道国开展经营活动的跨国公司来说，只好采取重新制定经营战略或调整区位等措施加以挽救。

以上主要侧重于经济方面分析了跨国公司面临的主要的国际区位条件的特征。国际区位条件中存在的巨大的差异性和复杂性，是跨国公司从事国际经营、跨越国界进行区位选择的客观基础。正是这种差异的存在，从积极的和消极的两方面，促使企业冲破由国家界限带来的空间限制，不断扩大利润空间。但因每个跨国公司其母国背景、行业背景、企业战略背景及所处时代背景不同，对具体国际区位条件的评价和所作出的反应各不相同，因此，需要从跨国公司的区位因素和区位行为角度进行深入分析。

### 国际跨国公司的区位因素

在区位理论中，一般把决定区位的主体称为区位主体（*Location Actor*），它是一个独立的存在体，具有明确的目的和理性的判断力，可独立自主地决定区位。按照行为目的，区位主体可分为经济主体（如企业、家庭）、公共主体（中央及地方政府）和非营利主体（如学校、宗教团体等非营利团体）等。无论是何种区位主体，均出自各自特定目的（即效用、利益、满足、价值等）而选择能够使之最大限度地实现其目的的区位，即最佳区位。因区位条件的地区差异，当某一个特定的区位主体选择不同区位时，所实现的目标值会有所不同，区位理论将这种引起差值的要素就称为区位因素（*Location Factor*）（西冈久雄，1980）。换句话说，区位因素是区位主体在选择和决定区位时所考虑的主要因素。既然区位因素是带来不同目的值的要素，那么这种要素的“值”或“大小”首先在空间上应有差异，空间上没有差异或差异不大的那些要素不能称为区位因素（黑田彰三，1980）。区位因素可以从不同的角度和标准予以分类，图

图 8-1 表示的是最为普遍的分类方式。

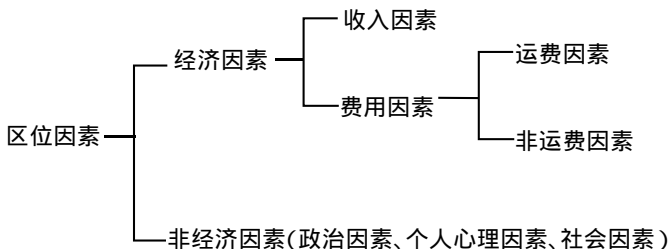


图 8-1 区位因素类型

资料来源：[日]西冈久雄：《经济地理分析（增补版）》，大明堂 1982 年版

区位因素对区位的重要性或影响力，因区位主体、区位主体的活动内容以及区位主体的战略和计划的时间尺度（长期的或短期的战略、计划）而有较大差异。对于经济主体而言，考虑更多的是经济因素，非经济因素可能起加权作用。当然也有一些经济主体，如资本主义国家的国有企业或社会主义国家的个别企业（已不再是大多数企业），由于某种公共的、社会的或国家的目的，非经济因素对其区位可能产生较大影响。但这种情况在企业的区位决策中属于外部影响力超过内部影响力的特殊状况，因而不具有普遍意义。跨国公司的区位因素可以定义为：跨国公司作为一个独立的区位主体，在既定的国际区位条件下，为最大限度地实现其目标而进行国外区位决策时所考虑的主要因素。前述的国际区位条件，为跨国公司区位因素的国际比较提供了客观的评价依据。

和其他企业一样，跨国公司的最终目的也是追求最高利润（利润 = 总收入 - 总费用），只不过跨国公司追求利润的活动空间更广阔而已。实现利润最高的地点，就是最佳区位点。在任何一个地点，收入和费用是相互矛盾的统一体，几乎不存在收入最高而费用最低的空间。假设总收入在任何地点均相等，那么总费用最低点就是最佳区位；当总费用在各地点间的差异很小以至可以忽略时，由价格和销售

量决定的总收入最高的地点就是最佳区位。由于跨国公司面临的国际区位条件非常复杂，存在很多不确定因素，再加上区位决策所需的信息的质和量又受各种条件的限制，所以，追求利润最大化的跨国公司所作出的区位选择，并不一定就是最佳区位。更何况跨国公司是一种在全球范围内拥有多个区位单位的巨型区位主体，它所考虑的不是每个区位单位各自的最大利润，而是所有区位单位结合起来所实现的整体利润最大化，因此，有时所作出的个别区位决策并不一定代表最佳区位。但有一点可以肯定，那就是企业总会在“利润可发生空间界线”内（图 圆原愿中， $\text{配葬}$ 和 $\text{配遭}$ 之间）配置其企业活动。<sup>①</sup>

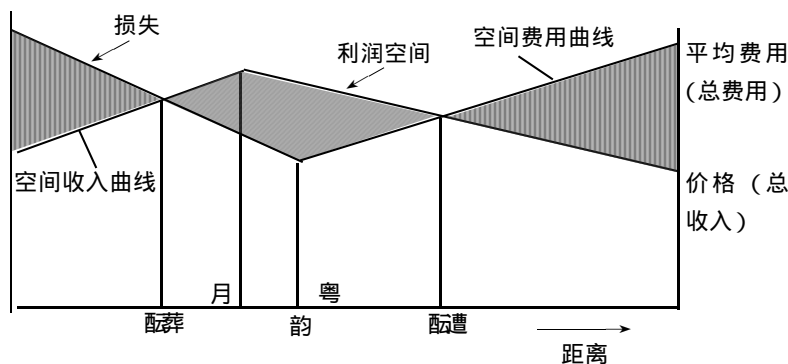


图 圆原愿 空间费用曲线和空间收入曲线

资料来源：阅读斯密斯著，[日]西冈久雄译：《工业区位论》，大明堂  
1984年版

无论跨国公司选择何种区位战略，都必须从收入和费用的角度出发评价国际区位条件。前述劳动工资、外部经济、贸易壁垒、市场、

<sup>①</sup> 斯密斯指出：“能够实现最高利润的区位，就是总收入超过总费用的差额最大的区位点”，并利用空间费用曲线和空间收入曲线来解释了他的区位理论。在斯密斯的空间费用曲线中，存在两个总费用越总收入的 $\text{配葬}$ 点和 $\text{配遭}$ 点[两点之间分布有收入最高点(月)和费用最低点(粤)以及利润最高点(韵)]， $\text{配葬}$ 点和 $\text{配遭}$ 点之间就是可发生利润的空间，超过这两个界点，企业已不可能获取利润。

投资鼓励措施等国际差异，可表现为不同形式的费用因素或收入因素。

国际间的工资差异，对跨国公司来说就是劳动费用因素。在劳动费用因素方面，发展中国家具有比较优势，特别是对劳动密集型生产活动有强烈的吸引力。劳动力供给充足、工资水平低、受教育水平较高的东亚地区的优势格外突出。除劳动费用外，而劳动力的熟练程度、技能水平等劳动力质量的国际差异也很重要，劳动力的质量差异往往以工资的形式体现在劳动费用上。劳动力质量因素对跨国公司某些职能活动，如技术密集型产品的生产活动、研究与开发活动以及一些管理活动的区位影响力，通常超过劳动费用因素。而经济发达国家在劳动力质量方面有着明显的优势。

外部经济的国际差异可以用集聚利益来评价。所谓集聚利益，就是由集聚而带来的利益，传统的区位理论解释为“因集聚生产费用降低，销售额增加，由这两方面产生的追加利益部分”（青木，1984）。最新的产业集聚理论（也称产业集群理论）发现，产业集群对提高生产率、刺激创新、激励创业等方面，有着特殊的功效，因而成为集群内企业竞争力的重要源泉（马歇尔，1933）。产业集群特有的“柔性生产体系”，对产品生产周期短、技术变化激烈、对专业化分工与协作要求较高的产品（服务）生产的吸引力尤为强烈（杂，1985）。当集聚利益对区位产生吸引力时，集聚利益就表现为集聚因素。对集聚因素评价时，发展中国家处于劣势，往往成为跨国公司选择发展中国家区位时的主要障碍。

贸易壁垒属于对外国商品的市场准入设置的障碍，可看成“人为的运费因素”，它区别于由各国距离而反映出来的物理意义上的运输费用。当贸易壁垒以关税形式体现时，其费用较容易计算，而非关税壁垒导致的费用则较难计算。

市场需求的国际差异对跨国公司区位选择的影响，属于收入因素的范畴，具体表现为市场接触利益。一方面，接近市场可以随时随地以适量、适质、适价地向市场提供商品（服务），便于提供售后服务，

从而可带来特殊的收入扩大利益。另一方面，接近市场可降低产品储存、售后服务、与顾客的联系、市场广告宣传等诸项费用，也就是说可带来降低费用的利益。市场接触利益不仅对产品的销售至关重要，而且对企业更高一级职能活动的区位也有着决定性影响力。

东道国鼓励外资的措施，从集聚和收入两方面起作用。基础设施的集中建设和改善以及内外资企业活动向特定自由经济区内的集聚，可带来集聚利益。减免税收、提供补助金等，可额外增加企业生产活动之外的额外收入。

东道国政治、经济风险属于给跨国公司企业活动带来的一种障碍，可看作是海外企业活动的追加费用。两国文化、制度上的差异会使跨国公司为磨合和融合付出追加代价，因此也可认为是跨国公司区位的追加费用因素。

以上从跨国公司区位选择的角度，对国际区位条件进行了评价。上述跨国公司国际区位条件与区位因素之间的对应关系可概括如表 圆原圆所示。跨国公司为实现利润最大化目标，结合其企业战略对上述

表 圆原圆 跨国公司区位因素与国际区位条件的对应关系

跨国公司的区位因素	国际区位条件
• 劳动费用因素	• 劳动费用的国际差异 (发展中国家低成本劳动力优势)
• 集聚因素	• 外部经济的巨大差异 (发达国家外部经济优势)
• 运输费用因素	
物理因素	• 各国间距离
人为因素	• 关税、非关税壁垒
• 收入因素	• 国际间市场需求的差异
	• 东道国投资优惠政策
• 生产费用的追加因素	• 投资风险
	• 东道国的投资限制

各种区位因素（劳动费用、运输费用、集聚利益、市场接近利益以及额外的追加费用等）进行相互间的对比和同因素的国际横向对比，在此基础上进行区位决策。

### 猎援跨国公司的全球网络化与区位行为

跨国公司的具体区位决策受跨国公司经营方针与经营战略的指导，其中经营方针相对稳定。世界各国、各地区大多数企业的经营方针的核心内容大体为“以更低的价格、更好的品质向社会提供产品或服务”。经营战略是企业为实现经营方针而采取的中、短期具体策略的组合。与相对稳定的经营方针相比，企业的经营战略是不稳定的，企业必须顺应经营环境的变化而不断地改变战略。经营战略的变化，将具体体现于区位选择和区位调整上。

在跨国公司发展的不同阶段，其体系内部母公司同海外子公司（分支机构）之间、海外子公司相互之间的联系内容与关系性质，大体经历“垂直型”、“水平型”和“网络型”等三个阶段。

当跨国公司的海外经营的历史短、规模小、海外事业活动内容不太复杂时，主要采用“垂直型”管理控制模式。该模式下，决策管理权限集中于总部，研究与开发等企业核心能力的创造活动也集中于总部（中央研究院），海外子公司只是母公司核心能力的使用者，海外子公司的主要使命，要么是占领东道国市场（回避贸易壁垒，或节约运输费用），要么是利用东道国廉价的生产要素生产低成本产品或部件，海外子公司相互之间不存在各种信息流和物流。

当跨国公司为了追求市场效率，而推进经营本土化时，跨国公司的管理控制模式从前述的支配原从属关系向“水平型”关系转变。为了提高对需求和文化特性各异的东道国市场的适应能力，跨国公司实施人才本土化、部件本土化和决策本土化。海外子公司被赋予更多的自主权，相对于母公司的独立性显著增强。在这一模式下，跨国公司向东道国子公司转移一揽子经营资源，包括针对东道国市场开发符合东道国市场需求的新产品，因而在东道国形成较为完整的价值链。东道国内部的强关联和东道国之间的弱关联，也是“水平型”管理控制

模式的一个重要特征。

当跨国公司的海外布点告一段落、子公司也趋于成熟时，跨国公司便从全球的角度对体系内部子单位进行整合。为提高公司整体的效率，把相互重复的活动适当加以集中，在各生产单位之间开展专业化分工，以此实现规模经济。为了更充分地利用各国科技资源和加快创新速度，跨国公司致力于构建全球创新网络，在全球任何一个区位产生的新的知识和能力，通过公司内部信息网络传递。重复的职能被一体化，稀缺的资源共享，不足的能力以集中攻关的方式加以解决，网络整体形成一个高效率的有机体。促使跨国公司改变其管理控制系统的环境背景主要有：①跨国公司母国的多元化、跨国公司数量的增加，加剧了竞争；②世界经济高速增长期的过度投资造成主要产业的生产能力过剩；③在先进国家“大量生产、大量消费”的福特主义模式走到尽头，企业开始采用“多品种、少量生产”的后福特制生产模式，产品的生命周期开始“短命化”；④投资与贸易的自由化，地区经济一体化向纵深发展，空间克服技术的巨大进步大大减小距离的障碍等。

跨国公司趋向于网络运作的最终目的在于增强企业的全球竞争能力，以便扩大全球的市场份额，进而使公司整体的全球利润最大化。面对复杂而变幻不定的经营环境，跨国公司的经营目标从以往的“求稳”转变为“求变”。为此而采取的新的应对策略有超级并进工程（悦燥糟则孽贼耗与茎藻理早，悦云）策略、供应链管理（杂易是增悦燥糟配葬葬皂藻贼 杂悦云）策略和外包（韵燥燥则孽早）策略等。悦云策略是指在产品的研发阶段由研究开发部门、生产部门和销售部门等相关部門共同参与、协同作战的系统方法。有了同时推进，原本从概念（创意）到废弃按价值链流程由上而下依次解决品质、技术、成本、客户服务等所有要素的新产品开发过程，变成在新产品的策划和设计阶段全部完成，因而大大地缩短了研发时间和投放市场的周期。

外包是指原本由企业内部储备的人、物、财和信息等经营资源，转变为从外部筹供的策略。这一策略可以解读为：企业为了降低成本

和提高灵活性,将经营资源集中投入于本公司的核心业务上,其他次要经营资源通过加强同外部企业之间的横向联系来获得。就制造业跨国公司来说,委托加工、贴牌生产(即由跨国公司委托东道国企业生产,贴牌生产)、混合(即由东道国企业生产,贴牌生产)等都属于外包策略的具体手段。

供应链管理是指对整个供应链系统进行计划、协调、控制和优化的各种活动和过程。实施供应链管理的目标是将顾客所需的正确的产品(即正确的产品)、能够在正确的时间(即正确的时间)、按照正确的数量(即正确的数量)、正确的质量(即正确的质量)和正确的状态(即正确的状态)送到正确的地点(即正确的地点)——即“远”,并使总成本最小。和国内企业不同,跨国公司可以在全球范围内实施供应链管理(全球供应链管理)。

上述三种策略,是跨国公司为降低成本和更高效地服务于国际市场而采取的最新的经营策略。三种策略分别对跨国公司的区位行为产生重要意义。外包策略意味着跨国公司要在世界的主要市场建立较为完整的价值链;外包策略要求海外分支机构要充分利用东道国的外部资源,实现的途径就是海外分支机构在区位上接近东道国的产业集群或大城市,以便最大限度地享受外部经济利益;供应链管理策略则要求企业在实现各个职能单位最佳区位的同时,要不断地调整和协调体系内部各区位单位,并加强对区位单位的一体化管理。

总之,跨国公司的区位以及区位体系,是前述跨国公司区位条件、跨国公司区位因素以及跨国公司的战略三者相结合的产物。具体来说,跨国公司从公司整体利润最大化目标出发,制定企业战略,并在企业战略的指导下,对价值链各项活动进行统筹安排,进而根据每项职能活动的具体区位要求,评价东道国的环境,最终做出区位决策。跨国公司将适应经营环境的变化,随时调整战略,而每一次战略调整(新建、撤资、增资、重新定位、改变业务内容或联系方向等)都会不同程度地影响区位。

在以后的章节里,将基本遵循上述研究框架,分别详细探讨跨国

公司价值链中生产职能、研究与开发职能以及中枢管理职能（地区总部与总部）的国际化动因、国际化特点以及区位规律。由于篇幅和时间的关系，本书没有专门讨论企业价值链中物流活动和销售活动的国际化与区位问题，因此可能影响到研究的完整性和系统性，此部分内容留待今后继续补充和完善。为了从整体上勾勒出跨国公司区位体系中各项职能的区位选择倾向，在本节的最后列出了影响跨国公司价值链各项职能国际区位的主要影响因素（见表 10-10）。

## 10.1 跨国公司生产职能的转移与全球网络化区位

### 10.1.1 生产职能在现代跨国公司价值链中的地位——“微笑曲线”

跨国公司的生产分支机构是继销售分支机构之后，最早在大多数国家建立起来的分支机构。也就是说，在跨国公司的价值链体系中，生产职能是国际化先行职能之一。正如经典的跨国公司理论所阐述的那样，促使企业将自己所有权优势以内部化的方式同东道国区位特定优势结合起来开展国际生产的主要理由来自：①保证自然资源的稳定供应；②占领市场；③降低成本。这三大理由在世界经济发展和跨国公司国际经营的不同时期，其重要性发生了重大变化。在资源的供需矛盾较突出的时期，跨国公司对国外资源开发投入巨额资金，以确保资源的稳定供应，后来因世界上出现了很多大规模、高品位资源供给基地，又由于技术进步，对资源的依赖性减小，资源在产品总成本中所占的比重也急剧下降，相应地对资源开发的直接投资趋于减少。在交通通讯手段并不十分发达、世界各国市场被物理的（空间距离）和人为的（关税壁垒等）障碍分割成各个独立的市场时，占领市场和扩大市场份额，成为企业最为关心的课题。经济全球化、信息通讯技术革命的到来和发展中国家广泛地融入到全球经济中，为跨国公司提

表 圆原猿 跨国公司价值链各项职能国际区位的主要影响因素

价值链的国际化	区位	基础研究	开发研究	筹供(国际)	生产制造	物流(国际)	销售	售后服务
东道国环境	地区中心性;地区经济一体化状况	科技综合实力	当地市场的重要性与差异性		政治稳定性;汇率、通货膨胀;战争、内乱、恐怖主义;自然灾害的频度	同主要产品市场的距离	贸易的增长率;国民收入水平	
制度与政策	区位的投资鼓励政策;各种税制条件;外资出资比例要求	知识产权保护相关法律的完备程度;对研究开发的优惠措施;对技术专利费用的课税		进口关税;国产化要求;国际筹供中心的鼓励政策	雇用规制;国产化规制;环境规制;转移价格税制;环境税;各种投资优惠措施;行政干预	进出口手续的简便性;转移价格税制;区域物流中心(国际)的鼓励政策	政府采购;垄断禁止法;反垄断	消费者保护规制
人力资源状况	专业人才的可供性(会计师、律师等);经营管理人才的质量;英语能力	世界一流科学研究人才的集聚度	设计、开发人才的质量;设计开发人才的工资	工资(直接劳动力);质量;优惠的税率;工人运动传统;运输基础设施的充实度		拥有库存管理经验的人才	销售、营销、客户支持服务人才的可供性	
外部经济因素	资金筹集成本;金融系统的安全性;国际交通运输节点	世界一流科研结构、研究开发设施的集聚度	大学、研究设施的可供性;产学研合作传统;研究开发基础设施的完善度	从第三国筹供可能性;有实力的外对象;产业集聚度;部件筹供状况;采购资金的结算习惯	交通运输、电力、供排水系统等基础设施的便利度;配套产业的发育程度;供应商数量与质量;地价、基础设施费用	运输基础设施完善度;物流业者的质量与成本;通信基础设施的水平	竞争环境;市场规模、成长性;销售资金的回收惯行;促销费用;写字楼供应	
其他因素	外国人的生活环境(学校、医院等)	学术、研究氛围	复制、模仿的意识	隐含的原产地要求	宗教、民族意识的强烈程度;对欠缺的态度		对外资企业产品的意识;对广告的意识;遵守约定的可能性;对外资的恣意课税、加征的习惯;对模仿品的敏感度	

供了低成本区位。迫于成本压力的跨国公司，将劳动密集型终极产品和劳动密集型生产工程大量地向发展中国家转移，通过企业内工程间的国际分工，生产出具有价格竞争力的产品提供给世界市场。

随着国际竞争的白热化，成本竞争已扩展到所有行业 and 所有产品领域，只是成本竞争力在综合竞争力中的重要程度在行业间、产品间有所不同。激烈的成本竞争，刺激了产品生产技术的革新，其中最具有革命性意义的莫过于模块化制造。所谓模块化制造（也称模块化生产），是一种并行制造的哲理，它的基本原理是按照模块化原则将制造系统分解成一些结构和功能独立的标准单元模块，然后按照特定模块化产品的制造需求进行模块的组合而完成终极产品生产。模块化生产技术的出现，极大地促进了国际分工：首先，一个整机厂商没有必要内制所有的模块，完全可以将业务集中于具有优势的设计规则的制定和关键模块的生产上，其余可以外包给其他企业，因而大大地促进了企业间分工；其次，所有模块的生产也没有必要在一处或一个国家进行，可以分散到最佳区位上，因而大大地促进了空间分异——生产的地域分工和国际分工；再次，模块化生产极大地促进了国际一体化生产网络的发展，从而极大地推进了国际贸易的发展。

模块化也改变了企业的收益结构。在产品的价值构成中，上游（研究与开发、关键模块、试制品的生产）和下游（品牌、销售、服务）两端的附加值高，位于中游的装配的附加值最低，使产品价值链的收益结构呈两端高、中间低的“微笑曲线”（见图 圆原怨）。<sup>①</sup>“微笑曲线”还意味着，在一体化的国际生产网络中，发达国家掌握着研究与开发、关键模块生产、品牌、渠道等高收益活动，而发展中国家所承担的组装、装配等工程被分配到的利益越来越少，进而形成一种初级产品生产中经常出现的“增产不增收”现象。

---

<sup>①</sup> 最早由台湾宏基公司总裁施振荣先生提出。他提出这一概念的依据在于，在计算机等产品的价值构成中，最终组装的利润越来越薄，而上游的研究与开发、悦裁以及下游的品牌、销售的利润在增加。

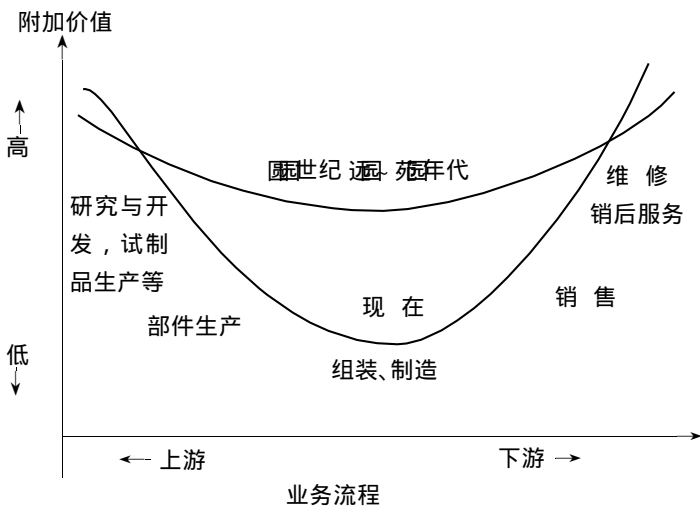


图 8-1 “微笑曲线（~~跨国企业~~）”示意图

“微笑曲线”现象最为突出的产业有计算机、家用电器、汽车等组装加工型工业。以计算机的最大生产国中国为例，中国产的计算机中，~~芯片~~来自英特尔公司，主板和显示器来自台湾地区，硬盘来自美国，最终产品又以跨国公司的品牌出口（见表 8-1）。

总之，由于生产职能在价值链中的地位下降，跨国公司将经营资源向价值链两端集中，进一步加强对研究与开发、设计、品牌、流通渠道的控制，同时将附加值低的生产活动向低成本区位转移。东亚发展中国家广泛进入 ~~硬件~~产业（主要为硬件产品生产）的契机正是来自跨国公司实施的价值链的国际网络化战略（相关内容见第 8 章）。

表 圆原原 中国产电脑的附加值构成

	厂 商	产 地	百分比 (豫)
悦载	限城造	美国	员园
主板	限圆粤	台湾地区	愿
显示器	冠捷	台湾地区	员园
硬盘	限圆粤 限城造	美国	远
内存	运圆粤 限城造	台湾地区	缘
光驱	三量	韩国	缘
灾阔	悦圆粤 限城造	新加坡	缘
声卡	悦圆粤 限城造	新加坡	源
蕴粤卡	猿粤粤	美国	员
流通收益	—	—	员园
其他	—	—	猿苑

注：国内品牌。在中国的零售价格为 员圆园元。

资料来源：[日] 关志雄 (圆园园) 编著：《转制曾曾曾理通中曾曾援

## 圆原圆 跨国公司生产活动的区位指向

在跨国公司的价值链各项职能活动的国际区位中，研究与开发、中枢管理职能的区位有较清晰的区位规律，相比之下，生产职能的区位非常复杂，很难作出一般概括。生产职能的区位，要受诸多因素的影响，包括产业的、技术的、企业战略和组织的、地域的制约。但至少有一点是可以肯定的，即生产职能的区位要比研究与开发、中枢管理职能的区位分散得多。表 圆原缘可以证明这一点。

表 圆原缘又反映了这样一个事实，即日本制造业企业的海外生产基地虽然在整体上呈现分散态势（即在世界所有的地区均有分布），但地区上有侧重，主要集中于东亚、北美和 耘裁“三极”，这三极占了海外生产基地总数的近 怨园豫。生产基地尤其集中于东亚 怨国（地

区), 占总数的近 1/3。生产职能向东亚的集中程度要高于销售职能 (占销售基地总数的 1/4), 说明东亚作为生产基地的重要性高于作为销售市场的重要性。

表 4-1 日本制造业企业海外当地法人的分地区、分职能的区位

	东亚	东南亚	中国	亚洲其他	北美	中南美	欧洲	东、中欧	欧洲其他	俄罗斯与独联体	大洋洲	中东、非洲	合计
生产基地	25	15	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
销售基地	15	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
研究与开发基地	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
其他	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100
合计	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1000

注: 日本国际协力银行 1995 年 1 月针对 100 家制造业企业 (至少拥有 1 个以上海外法人) 实施的调查结果。

资料来源: [日] 国际协力银行开发金融研究所, 1996。

虽然跨国公司在海外进行国际生产的目可能多种多样, 但从前述的跨国公司区位因素角度 (收入与费用) 出发, 跨国公司的海外生产可以分为两大类型: ① 市场指向型生产; ② 成本指向型生产。但两者之间的界线并不是绝对的。以下按这两种类型分别分析跨国公司所重视的区位因素。

### 1. 市场指向型国际生产

无论制造业企业还是服务业企业, 扩大市场、扩大获益空间是其最根本的目的。但当海外市场由于物理的和人为的壁垒而受到保护时, 企业只能以对外直接投资的方式进入该市场, 即以当地生产来替

代出口。这是一种被动的应对措施。其实，即便不存在关税和非关税壁垒等市场准入障碍，并且产品的运输费用也可以忽略不计，邻近消费市场的生产也可以为企业带来收益，那就是市场接触利益。因此，那些积极开辟国际市场或在与对手竞争中力求主动地位的进攻型跨国公司，多趋向接近市场区位，只是关税或非关税壁垒等市场准入障碍的存在更增强了这一趋势。

市场指向型的国际生产，主要以发达国家为中心。这是因为，市场指向型国际生产的区位最为重视的是收入因素和市场需求的差异，而发达国家为现实的最大市场；向发达国家区位，可以享受外部经济带来的集聚利益；全球化产业中的主要竞争对手多分布于发达国家，利用自己的海外生产基地，可以采取战略性攻击。市场指向型海外生产基地所生产的产品，或者同母公司相似，或者根据东道国需求特性稍加改制，因此属于水平分工型对外直接投资的范畴。

#### 成本指向型国际生产

如前所述，由于竞争的白热化，跨国公司不得不重视产品的价格竞争力，这在需求的收入弹性大的产品领域以及产品生命周期中处于成熟阶段的产品领域尤为突出。成本指向型生产基地在区位上倾向于可获取廉价生产要素和可有效使用这些要素的国家和地区，因此有较强的发展中国家指向性。因为从跨国公司区位因素的角度看，劳动力费用因素（劳动力供给与劳动生产率的综合体现）是廉价生产要素的关键，而适宜的产业集聚则有助于生产要素的有效使用。追求价格竞争力的跨国公司，在上述两大区位因素的驱动下，组织开展企业内部国际分工：如果是终极产品，跨国公司组织产品间企业内国际分工，即将企业内部劳动密集型产品转向具有劳动力费用优势的发展中国家，而把资本、技术密集型产品生产继续留在本国，或部分转向拥有集聚经济利益的发达国家，或有一定经济基础的新兴工业化国家，以此节约企业整体生产费用；如果是组装加工型产业，跨国公司则在分散于各国各地区的子公司之间，组织企业内部工程间分工。

距离也是成本指向型国际生产基地的区位所不可忽视的因素。因

为，成本指向型国际生产一般不以东道国市场为目标，所产产品多以跨国公司企业内部贸易的形式向本国或第三国出口，呈现“大进大出”的特性。为节约运费和增进接触的利益，跨国公司通常将生产转移到与母国相邻近的发展中国家，如日本、美国的跨国公司倾向于利用东亚发展中国家，美国跨国公司倾向于利用墨西哥等拉美国家，西欧国家则倾向于利用南欧和东、中欧国家等，而这种生产职能向周边国家的倾斜区位，正是国际贸易中域内贸易比率迅速增加的重要原因。

猎援东亚发展中国家和地区的特殊魅力——“低成本区位 垣迅速成长的市场”

在发展中国家群中出现了一个特殊的区域，它正在改变着 圆世纪 怨园年代以来一些跨国公司的区位决策，那就是东亚地区。东亚发展中国家和地区的经济高速增长，促使跨国公司重新调整对该地区的投资战略。在过去，东亚发展中国家和地区由于廉价劳动力供给充足、劳动力受教育水平较高、政府对外国投资者采取积极的投资鼓励政策等原因，成为了跨国公司重要的出口加工基地。得益于过去几十年来的出口导向型工业化战略，东亚地区的经济发展取得了举世瞩目的成就，正在孕育出巨大的市场。东亚地区的消费市场主要由迅速成长的中产阶级支撑。日本国际贸易促进会（先裁暗）最近对亚洲的中产阶级作了初步的估算。先裁暗对中产阶级的定义包含以下内容：①大学以上学历；②职业上包括企业的经营管理者、工程师、律师、会计师等专业技术人员，在外资企业工作的白领等，属于高收入群体；③已拥有电视机、电冰箱、洗衣机等主要耐用消费品，甚至拥有汽车或有能力购买汽车；④对住宅、休闲娱乐和教育的支出高；⑤享受城市生活方式的阶层（利用信息通信设备，经常在现代化的零售商店购物等）。按上述标准估算，中国（城市）加上 粤裁粤源国共拥有 缘园万人（见表 圆原园，如果再加上 晕裁的 愿园万人（香港地区 远园万人，新加坡 源裁万人，台湾地区 圆园万人，韩国 源裁万人），则东亚 怨国（地区）的中产阶级规模达到 员亿。而且中产

阶层的数量目前以较高的速度在扩大。

以目前构成世界消费市场主流的电子产品为例，东亚作为消费市场的重要性在增强（见表 10-10）。东亚在世界电子产业总产值中所占比率从 1982 年的 14.9% 提高到 1994 年的 20.9%（预测值），在世界总需求中所占比率在同期也由 14.9% 提高到 18.9%（预测值，1994 年）。在东亚国家中，中国市场规模的扩大格外引人注目，中国在世界电子产品总消费需求中所占比例由 1982 年的 4.9% 上升到 1994 年的 8.9%，成为仅次于美国（14.9%）和日本（14.9%）的世界第三大市场。而且其民用电子产品和计算机及其辅助设备需求市场的规模几乎占据了东亚的一半。

正是由于东亚发展中国家和地区兼有成本和市场两方面的吸引力，该地区在跨国公司全球区位战略中，占据举足轻重的地位。以日本的制造业领域跨国公司为例，中国连续多年成为了日本企业首选的投资候选地，而且越来越被看好；另外，泰国、马来西亚、印度尼西亚、中国台湾、韩国等都名列前茅（表 10-11）。

表 10-11 显示的是日本制造业企业倾向于上述国家（地区）的主要理由。通过表 10-11 可以看出，中国、泰国等东亚发展中国家受到重视的理由高度集中于两点：一是廉价的劳动力资源；二是当地市场的成长性。而且，廉价的劳动力资源的优势又和作为出口加工基地的定位（对日出口、对第三国出口）以及外部经济（产业集聚的存在、原料、部件的可获性）等其他理由结合起来，使这两大发展中国家的区位魅力倍增。相比之下，经济发达的美国和先行的 10-12（韩国和台湾地区）的区位吸引力则主要来自现实的市场规模以及完善的基础设施。

表 圆原远 按家庭收入统计估算中国、泰国、马来西亚的高收入购买层(中产阶层)的规模

国 家	中产阶层的规模			中产阶层的收入水平				计 算 年 份	参 考		
	家 庭 数 (万)	占 家 庭 总 数 的 比 重 (豫)	换 算 人 口 (家 庭 成 员 伊 家 庭 数)	家 庭 内 有 职 业 者 人 均 月 收 入		家 庭 月 收 入			家 庭 成 员 人 数	家 庭 中 有 工 作 的 人 数	
				当 地 货 币	购 买 力 平 价 换 算	名 义 收 入	当 地 货 币				购 买 力 平 价 换 算
中 国 (城 市)	约 员缘园	愿	源缘园万人	圆缘园元以上人民币	约 员缘园万日元	约 猿缘园万日元	猿缘园元以上人民币	约 猿缘园万日元	圆缘园	愿	员缘园
泰 国	约 员缘园	愿	源缘园万人	员缘园万泰铢以上	约 员缘园万日元	约 源缘园万日元	猿缘园万泰铢以上	约 猿缘园万日元	圆缘园	猿缘园	员缘园
马 来 西 亚	约 员缘园	愿	缘缘园万人	员缘园万林基以上	约 员缘园万日元	约 缘缘园万日元	猿缘园万林基以上	约 圆缘园万日元	员缘园	源缘园	员缘园
印 度 尼 西 亚	约 员缘园	圆	缘缘园万人	员缘园万卢比	约 员缘园万日元	约 圆缘园万日元	圆缘园万卢比以上	约 圆缘园万日元	员缘园	猿缘园	员缘园
菲 律 宾	约 缘园	猿	圆缘园万人	圆缘园万比索以上	约 猿缘园万日元	约 缘缘园万日元	源缘园万比索以上	约 缘缘园万日元	圆缘园	缘缘园	员缘园

注:表中,中产阶层是指“可成为外资企业销售对象的收入阶层”;收入标准依据“能否购买汽车”来计算。

资料来源:[日]住友信托银行:《圆缘园年版住友信托的贸易投资白皮书》。

表 圆原苑 世界主要国家和地区的电子产品需求分布

单位:金额亿美元,比率豫

	全部电子产品		民用电子电气		计算机及其辅助设备		无线通讯设备		通讯设备	
	员缘缘年	圆园园年	员缘缘年	圆园园年	员缘缘年	圆园园年	员缘缘年	圆园园年	员缘缘年	圆园园年
美 国	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)
其他原国)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)
日 本	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)
东 亚	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)
中 国	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)
韩 国	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)
粤 港 澳 源	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)
世界总计	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)	猿园缘 (猿园缘)

注:①电子产品包括计算机及其辅助设备、办公设备、仪器类、医疗原产业用设备、无线通讯设备(包括手机)、通讯设备、民用电子电气、电子部件等;②需求原则上按(生产垣进口原出口)计算;③圆园园年数据为预测值;④由于无法获得卢森堡的数据,故裁为原国统计;⑤世界总计为缘国家和地区的合计。

资料来源:同表 圆原苑

表 圆原愿 日本制造业跨国公司对外直接投资中期展望排名前 猿位的国家(地区)

排行 榜	圆园园年调查	企业数 (家)	(豫) 猿园	圆园园年调查	企业数 (家)	(豫) 猿园	圆园园年调查	企业数 (家)	(豫) 猿园	圆园园年调查	企业数 (家)	(豫) 猿园
员	中国	猿园	猿园	中国	猿园	猿园	中国	猿园	猿园	中国	猿园	猿园
圆	泰国	猿园	猿园	泰国	猿园	猿园	美国	猿园	猿园	美国	猿园	猿园
猿	美国	猿园	猿园	美国	猿园	猿园	泰国	猿园	猿园	泰国	猿园	猿园
源	越南	猿园	猿园	印度尼西亚	猿园	猿园	印度尼西亚	猿园	猿园	印尼	猿园	猿园
缘	印度	猿园	猿园	越南	猿园	猿园	印度	猿园	猿园	马来西亚	猿园	猿园
远	印度尼西亚	猿园	猿园	印度	猿园	猿园	越南	猿园	猿园	台湾地区	猿园	猿园
苑	韩国	猿园	猿园	韩国	猿园	猿园	台湾地区	猿园	猿园	印度	猿园	猿园
愿	台湾地区	猿园	猿园	台湾地区	猿园	猿园	韩国	猿园	猿园	越南	猿园	猿园
怨	马来西亚	猿园	猿园	马来西亚	猿园	猿园	马来西亚	猿园	猿园	韩国	猿园	猿园
园	俄罗斯	猿园	猿园	巴西	猿园	猿园	新加坡	猿园	猿园	菲律宾	猿园	猿园

注:中期展望指未来 猿年。

资料来源:国际协力银行开发金融研究所,圆园园年。

表 圆京怨 日本制造业跨国公司对外直接投资中期展望排名前 员位的国家(地区)的主要选择理由

	中国 (源家)	泰国 (员家)	美国 (员家)	越南 (愿家)	印度 (远家)	印度尼西亚 (远家)	韩国 (源家)	台湾地区 (猿家)	马来西亚 (猿家)	俄罗斯 (圆家)
生产方面	优秀的人才	员	猿	猿	猿	猿	怨	远	缘	员
	廉价的劳动力	猿	缘	圆	远	源	猿	员	员	圆
	廉价部件、原材料	员	员	员	员	员	猿	圆	源	员
	组装厂商的供应基地	员	源	圆	员	员	圆	缘	苑	员
	产业集聚(供应商、客户、合作伙伴的集合)	远	猿	猿	圆	圆	苑	愿	愿	员
	作为他国风险的分散调节地	圆	员	缘	圆	猿	缘	猿	圆	苑
	作为对日本出口基地	员	愿	园	猿	苑	怨	员	员	苑
销售方面	作为对第三国出口基地	怨	源	源	愿	员	员	远	源	园
	当地市场的现状规模	愿	圆	远	缘	员	员	员	圆	员
	当地市场的未来成长性	猿	苑	缘	猿	缘	猿	愿	员	怨
	面向当地市场的商品开发基地	猿	远	员	员	圆	圆	源	圆	园
	当地基础设施(电力、通信、运输等)完备	源	猿	猿	源	圆	源	员	远	愿
	有投资优惠税制	苑	猿	猿	猿	猿	源	圆	圆	苑
	引进外资政策稳定	圆	圆	远	远	员	圆	猿	员	苑
基础设施与制度	存在区域一体化利益(关税下降)	远	怨	园	圆	员	远	园	园	园
	政治、社会形势稳定	员	源	猿	猿	员	园	缘	远	员

注:可重复回答。■前三大理由;■前四大理由以下,比率占 圆豫以上的理由。

资料来源:同表 圆京怨

## 4.1.1 跨国公司国际生产的地域组织形式

以上从成本和市场角度分析了跨国公司两种类型海外生产基地的区位指向性。但实际上,市场指向可以分为东道国市场和区域性市场指向,为降低成本而开展的企业内国际间工程分工也有生产基地间联系紧密的和不太密切的情况,如果把这些因素考虑进去,可以把跨国公司国际生产的地域组织形式进一步划分为以下四大类型(见图 4-1):

### 4.1.1.1 全球集中型生产(图 4-1a)

这是一种最为简单的形式。全部生产集中于单一的区位(如一国),通过企业的销售网络向全球市场出口。这种区位类型受国际贸易政策的影响较大,如果国家间存在较高的贸易壁垒,出口将受阻碍。在跨国公司兴起的早期阶段,这种类型较为普遍(如 19 世纪初的福特、洛克希勒,或 20 世纪 70 年代刚刚步入国际化的日本企业等)。

### 4.1.1.2 东道国市场指向型生产(图 4-1b)

在每一个东道国市场均建立生产基地,这些生产基地以服务各自所在的东道国市场为主,无(或很少有)跨越国界的销售发生。当该企业的母国市场与东道国市场相类似时,所生产产品几乎一样。此类生产基地常常被称为“微型复制(或卫星工厂)”、“中继子公司”、“单独型”工厂等。设立东道国市场指向型生产基地时,一般考虑以下区位条件:

- (a) 市场规模较大、市场成熟;
- (b) 需求结构与消费者的嗜好;
- (c) 与设立生产基地相关成本方面的利益;
- (d) 政府对市场准入设置的壁垒。

东道国市场指向型生产,就该产品生产来说相当于进口替代型生产。第二次世界大战后美国跨国公司在欧洲设立的制造业工厂多属于该类型,而且是弗农理论(产品生命周期)的实践者。欧洲制造业企

业对美国的投资，瞄准的也是美国当地市场。巴西是发展中国家中规模较大的市场，因此吸引了为数较多的此类跨国公司制造业子公司。这种生产区位类型的形成，早期与运输成本有关。随着“空间压缩（*空间压缩理论*）”技术的发展，运费成本大大降低。但市场接触利益和贸易壁垒的存在，将使此类型生产区位在今后的相当一段时期内继续存在。

**猿援**适应世界市场或地区市场指向型产品专业化生产（图 猿原 猿圆）

该类型公司具有多个生产区位（国家），每一区位集中生产一种产品，服务于地区市场或世界市场。由于市场巨大，这些专业化生产厂家一般规模很大，可以充分享受生产的规模效益。

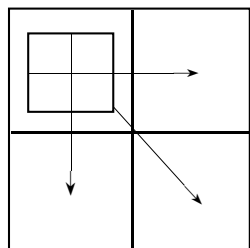
这种类型是在过去的 猿圆- 猿源 年间新出现的崭新的生产组织，是跨国公司顺应欧共体（现 耘哉）和北美自由贸易区等地区经济一体化而进行的合理化重组的产物。在一体化经济区域中，成员国间生产要素的流动趋向自由化，而且各成员国间要素禀赋的差异，为跨国公司建立产品或工程间的专业化分工创造了条件。为提高效率，跨国公司原本各自独立、分散和重复投资的生产活动适当予以集中，各生产基地倾向特定产品（部件）的生产专业化。此类专业化工厂的区位要考虑的关键问题是以下两个相互矛盾的因素：

（员）专业化分工的利益——一个或少数工厂的规模经济性；

（圆）专业化分工的成本——运费、生产链整合费用（*生产链整合费用*）（见本书第 猿章）。

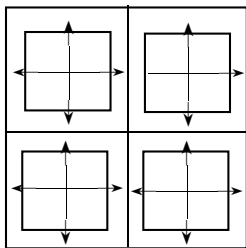
专栏一反映了上述在地区经济一体化条件下跨国公司构建专业化生产网络的趋向。

全球集中型生产



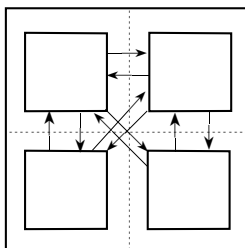
生产集中于一个地点。产品向世界市场出口

东道国市场指向型生产



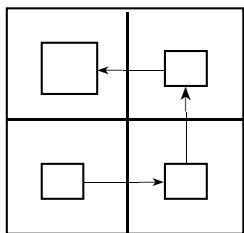
各生产基地分别生产产品，供给东道国国内市场。不存在跨越国境的产品销售。各工厂规模受国内市场规模的限制

适应世界市场或区域市场指向型产品专业化生产

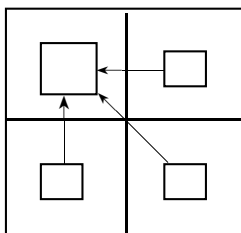


各生产基地生产一种产品，并向由多个国家组成的区域市场销售。因巨大的区域市场的存在，可实现规模经济，各工厂的规模很大

跨国垂直一体化型生产



各生产基地完成生产线中的一部分工程。各基地间建立起跨越国境的“生产链”，某一工厂的产出品成为下一个工厂的投入品



各生产基地完成生产工程中的一部分工程。产出品被送往位于其他国家的最终组装厂

图 4-1 跨国公司各生产基地的区域组织化主要方式

资料来源：阎敏著，[日]宫町良广译：《全球转移》，古今书院 2004 年版

## 专栏 原粤云裁与日本跨国公司 粤云裁基地的重组

日本对 粤云裁的投资早在 20 世纪 70 年代已起步。特别是电子电气领域的跨国公司和汽车产业领域的跨国公司,在 粤云裁拥有为数较多的当地法人。截止 2006 年末,日本在 粤云裁缘国(新加坡、泰国、马来西亚、印度尼西亚、菲律宾)的日系企业数量达 200 多家,云积累积余额达 200 亿美元(为中国的缘倍以上)。虽然日本跨国公司对中国大陆的关心度与日俱增,但并没有对 粤云裁吸收日资带来严重影响。日本跨国公司继续保持在 粤云裁的事业活动的主要理由有四点:① 粤云裁(东南亚自由贸易区)将扩大市场规模;② 回避向中国一极集中可能带来的风险;③ 已对 粤云裁进行了大规模的投资;④ 已在 粤云裁开展网络化战略(云裁的国际经济科, 2006)。

粤云裁意味着形成 缘亿人口的巨大市场,其中仅 粤云裁缘国的人口就相当于中国人口的近三分之一。

粤云裁于 2004 年实施的 悦云裁(共同效果特惠关税)规定,在 悦云裁框架下的商品,以域内原产地比率 源%为条件,域内进口关税降至 园%~ 缘%。特别是汽车业,将最充分地享受由 粤云裁带来的市场扩大利益。面对着 缘亿人口的巨大市场,跨国公司纷纷致力于重组 粤云裁事业活动,包括生产职能在内的各项职能的集中化与构建域内专业化分工网络等。表 圆- 源是日本跨国公司重组 粤云裁生产基地的情况。

表 圆- 源 日本跨国公司在 粤云裁生产基地的集中化动向

行业	企业名称	内容
家电	松下电器	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 2005 年,中止泰国的空调生产,转给马来西亚工厂</li> <li>· 2005 年 源月,将在 粤云裁各国分散进行的洗衣机等电气产品的策划、开发设计业务集中起来,在马来西亚设立 研云裁中心</li> <li>· 2005 年 源月,关闭原来的合资公司,在泰国新设洗衣机、电饭煲、电热水瓶等产品的生产销售公司和冰箱的生产销售公司。增强作为面向亚洲和全球市场的再出口基地职能</li> </ul>

续上表

行业	企业名称	内 容
家电	松下电送系统	1994年 10月, 关闭英国和新加坡的传真机制造工厂。为提高价格竞争力, 将全部生产转移到菲律宾
家电	日立制作所	1995年 10月, 新加坡基地的洗尘器生产转移到泰国。泰国的生产能力扩大到年 40万台规模。1996年起, 在泰国与德国的博世、西门子合资生产滚筒式洗衣机和烘干机
摩托	雅马哈发动机	计划将泰国和印度尼西亚的组装厂予以集中。其他域内基地分别负责生产发动机、部件等
汽车	丰田汽车	在泰国生产新型 悦动 (1995年 10月起) 和新型 悦动 2.0 (1996年起)。其他 曼谷 基地供应 悦动 部件。从 1995年起生产 员吨皮卡 (世界战略车) 供应 曼谷 澳大利亚和南美市场
汽车	本田技研工业	1995年末起, 在印度尼西亚生产小型车 雅阁, 向 曼谷 域内市场供应
汽车	日产汽车	泰国、印度尼西亚工厂从事域内市场指向型生产。1996年起, 在印尼生产 雅阁, 向其他 曼谷 市场供应
汽车	五十铃	从 1995年起, 将出口导向型皮卡车生产全部从日本移向泰国
汽车	马自达 福特	从 1995年起, 泰国产皮卡 ( 福特 福特 ) 和菲律宾产轿车 ( 福特 ) 相互供应
其他	花王	1995年 10月, 为实现规模经济, 关闭位于马来西亚兰格尔州的波特克兰工厂 (香波、经期用品), 向印度尼西亚和泰国工厂转移

资料来源: [日] 木村福成等:《东亚的国际分工与中国》, 1996年

### 源援跨国的垂直一体化型生产 (图 圆原元)

这是按照企业内工程间国际分工原理组织的一体化国际生产网络。跨国公司为了降低成本,将产品生产过程细分为原料→半成品→部件→终极产品的各生产工程,并利用各国间生产费用的差异,将这些生产工程分散到对各自工程最为有利的区位中去,运用内部控制和协调手段将分散的生产链加以链接,完成产品生产。在垂直一体化生产网络中,每一个区位的生产基地同所在国市场之间不存在直接的联系,在某一国工厂生产的产品被运往其他国家使用。终极产品也有可能向其他国家市场出口(第三国市场或母国市场)。在这种模式下,生产基地所在国家起“出口平台(耕普规则分透吨皂)”的作用。工厂本身也被冠以“制造子公司(宰燥泉景粤越粤械)”的名称,但从跨国公司的角度来看,更像是“国际筹供基地”。图 圆原元表示的是两种不同类型的垂直一体化型生产。一种是国际生产基地之间生产关联相对密切的一体化生产网络(投入与产出关系);另一种是大多数国际生产基地之间中间产品流动相对简单的生产网络。

这种全球筹供、垂直一体化型生产网络是 圆世纪 远年代中期以后才出现的。最早由美国电子工业公司在东亚和墨西哥建立其生产装配工厂,之后此类国际生产便迅速发展起来,发展中国家被广泛地纳入到这种网络中。在决定是否利用发展中国家低成本区位方面,跨国公司主要考虑的因素有:①产品或工程的劳动密集度;②生产工程的标准化程度;③生产工程的分解程度与结合成本;④东道国政府对云阙与出口主导型生产的政策。

以上从理论上探讨了影响跨国公司海外生产基地区位的主要因素和在地域上表现出的几种区位类型。这些均属于国家层次(以国家为单位)上的区位行为范畴,尚未深入到一国内部。在本节的最后部分,将集中探讨跨国公司生产职能在东道国内部区域上的区位规律及其理论依据。

## 8.1 跨国公司在次国家层次上的集中与产业集群

长期以来,对跨国公司区位的研究主要侧重于国家层面上(第一次区位选择),而且发现了跨国公司的对外直接投资有向美国、东亚等“三极”集中的规律。至于次国家层次——国家内部不同区域上的区位规律的探讨,没有得到应有的重视。甚至还存在这样的误解,即认为空间压缩技术的巨大进步,正在消除距离的障碍,跨国公司区位选择的自由度得到空前的增强,只要东道国对外国直接投资采取开放和欢迎政策,可以向任何一个地点扩散。

进入 20 世纪 80 年代后,受企业竞争优势理论与产业集群理论的影响,跨国公司区位向东道国内部特定区域集中的问题开始被关注。坎兹曼在其《1985 世界投资报告》中,首次对这一问题展开了专门的讨论,而且明确地提出外国分支机构在东道国的区位选择对产业集群(产业集聚)有较强的指向性(坎兹曼, 1985)。

跨国公司在东道国特定区域的集中<sup>①</sup>

对跨国公司在国内部分布不平衡的研究,主要集中于发达国家,特别是美国。研究发现,在美国的外国分支机构与国内企业相比,更愿意选择沿海地区和工会组织较弱、工资率低、没有工作权立法的各州。但与此同时,各州的其他一些特征也同样影响美国和外国公司的区位选择,包括州经济规模、公司税、人均收入和州关于国际活动的预算(坎兹曼, 1985)。美国的加利福尼亚、纽约、德克萨斯、伊利诺伊和新泽西都是吸引投资的主要地区,单是这 4 个州就占外国分支机构生产的一半(见图 8.1)。所有在日本经营的外国分支机构的总部设在东京圈。1985 年瑞典的 3 个郡(斯德哥尔摩、西约塔兰和斯科纳)占该国所有外国分支机构雇员总数的 20% 以上。奥地利有一半外国分支机构设在维也纳,它们占奥地利所有外国分支机构资本总

① 此部分主要数据来自坎兹曼《1985 世界投资报告》。

额的 100 亿美元左右。

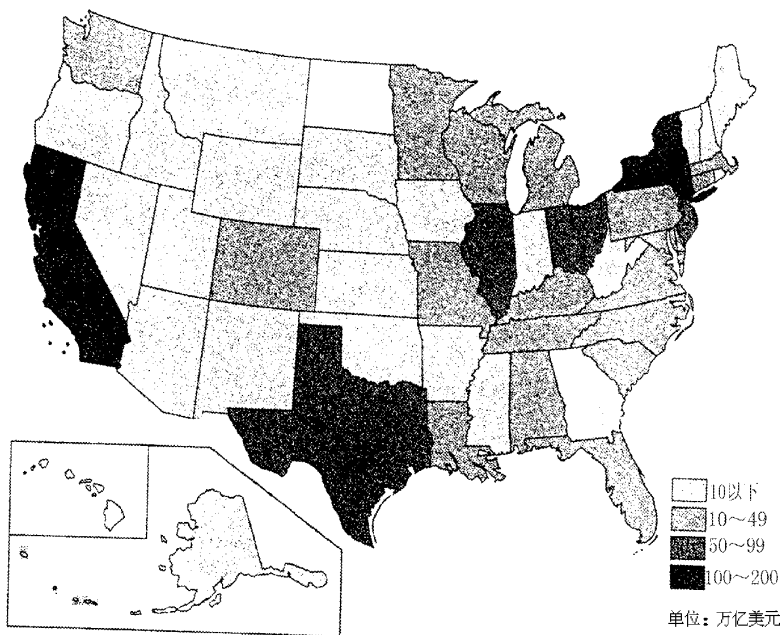


图 10-10 1997 年美国外国分支机构的生产在各州的分布

资料来源：世界银行，1998

由于发展中国家外部经济的发育程度不及发达国家（基础设施水平和产业集聚），跨国公司的区位向特定区域的集中程度普遍高于发达国家，主要向各国首都、大城市等经济中心和沿海的出口加工区集中。如中国东部沿海的 11 个省市，吸引了 100 亿美元以上的生产，其中，仅珠江三角洲和长江三角洲两个地区（四个省、市）就吸收了生产的一半以上（见图 10-11）。在 1985—1995 年间，在泰国的 12 个省中，罗勇省占批准生产总额的 10%，其后是曼谷（5%）和春武里（3%）。在拉丁美洲，墨西哥奇瓦瓦州的城市、美墨边境的各州以及中部各州几乎吸引了该国所有的生产。在东、中欧，匈牙利的

云网高度集中于布达佩斯；在波兰，外国投资者主要集中于为数有限的几个大城市，特别是华沙、卡托维兹和波兹南。

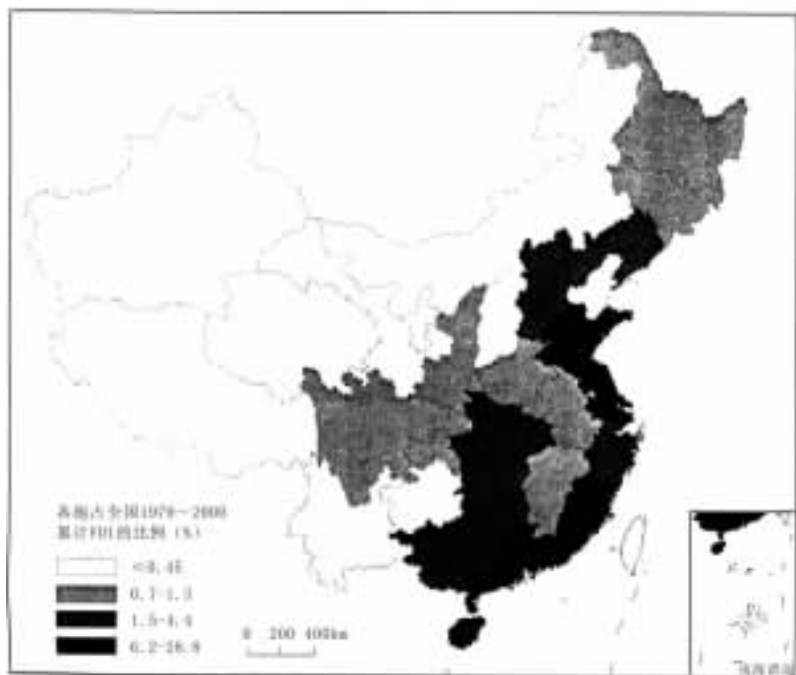


图 8-10 2005 年中国实际利用的云网分布图

资料来源：李小建著：《公司地理论（修订版）》，科学出版社 2005 年版

东亚作为国际性生产基地的作用变得越来越重要，在很大程度上也归功于东亚地区在长期的外向型经济发展过程中所建立起来的特色产业群，如中国珠江三角洲的电子电气、计算机及其辅助设备制造业集群，上海的汽车和电子工业集群，泰国东部沿海的汽车产业集群，马来西亚檳榔屿的电子产业集群等。在这些产业集群中，都可以找得到各自所在行业中的全球性竞争者，包括美国的、日本的、欧洲的和来自域内 羣島 (台湾地区、香港地区、韩国、新加坡) 的知名跨国公司。

### 圆援产业集群与跨国公司海外生产基地的区位

跨国公司海外生产基地的区位向东道国特定区域集中，说明跨国公司的区位同东道国的产业集群间存在深厚的关联。促使跨国公司区位同东道国产业集群紧密结合的力量，主要来自两个方面：一是跨国公司追求效率的行为；二是东道国政府和当地政府有意的政策支持。

从跨国公司的角度来看，东道国的产业集群可以为其海外子公司提供其他区位难以提供的许多竞争性资产。在大多数组装型产业中，原材料和部件费用占总成本的 ~~缘豫~~ ~ ~~苑园豫~~，因此，能否找到价格、品质和数量上能够满足企业要求的供应商至关重要。选择东道国的相关产业集群区位，子公司可以享受各种集聚利益：①海外子公司可以从产业集群中获得专业化程度相对较高的各种投入要素，从而提高生产率。②跨国公司可以利用周边的供应商，开展基于专业化分工的“柔性”生产，从而增强对市场的应对能力。如果存在高效率的供应商网络，则可以使子公司减少固定成本投入，同时又可以分散风险（包括回壁汇率风险）。③技术先进的供应商能使子公司获得大量的外部技术和技能资源，从而为子公司自身的创新提供支持。④与供应商的地理接近，不仅可以节省运费，更重要的可以减少交易成本——容易进行谈判和监督，在频繁的接触过程中，建立相互信赖关系等。上述因素，对于高技术产业和高附加值生产活动的区位决策所具有的意义更为重要。

如果东道国难以提供合适的供应商，跨国公司有可能开展供应商开发活动。跨国公司子公司为建立和深化关联（~~蕴燥燥燥~~①所采取的措施主要包括：①寻找新的当地供应商；②转让技术；③提供培训；④分享信息；⑤提供资金支持等。②具体内容见表 ~~圆原员~~

① 关联（~~蕴燥燥燥~~）被定义为不同于外部市场一次性交易（如购买现成的标准化产品）的，涉及企业之间长期关系的交易。

② 据 ~~哉燥燥燥~~资料，有许多知名跨国公司子公司在发展中国家致力于发展当地关联，如摩托罗拉在中国、英特尔在马来西亚、丰田汽车在泰国、联合利华在越南、~~蕴燥燥~~在印度等。

表 4-1 外国子公司建立和深化关联的措施

寻找新的当地供应商	转让技术	提供培训	分享信息	提供资金支持
<ul style="list-style-type: none"> <li>· 公开宣布寻找供应商并公布目标企业</li> <li>· 需要满足的成本和质量要求</li> <li>· 拜访供应商及审计供应商质量</li> </ul>	<p>产品技术：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 提供专有产品知识</li> <li>· 转让产品设计和技术说明书</li> <li>· 向供应商提供技术咨询以帮助其掌握新技术</li> <li>· 向供应商反馈产品性能以帮助其改善性能</li> <li>· 互换合作。</li> </ul> <p>工艺技术：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 向供应商提供机器设备</li> <li>· 提供生产规划、质量管理、检验和测试方面的技术支持</li> <li>· 拜访供应商工厂以提供工艺流程配置、经营和质量方面的建议</li> <li>· 成立“合作俱乐部”，与供应商在技术问题上形成互动</li> <li>· 帮助雇员成立自己的公司</li> </ul> <p>组织和管理知识支持：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 提供存货管理支持（及使用零库存系统和其他系统）</li> <li>· 帮助实施质量保证体系</li> <li>· 引进新的做法，如网络管理或融资、采购和营销技巧</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 在分支机构为供应商人员提供培训</li> <li>· 允许供应商参加分支机构或国外的内部培训项目</li> <li>· 向供应商派出专家组，在其工厂进行培训</li> <li>· 促进供应商之间的合作学习</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 商业计划及未来要求方面的非正式信息交流</li> <li>· 提供年度采购订单</li> <li>· 提供市场信息</li> <li>· 鼓励供应商参加商业协会</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 对供应商产品提供特别的或优惠的价格</li> <li>· 通过提供购买和支付、迅速结算及提供外汇，帮助供应商运转资金</li> <li>· 通过提供资本、担保银行贷款、建立基金以满足供应商运营和其他需要的要求、基础设施融资、分摊具体项目成本以及租赁等方式给供应商提供长期资金支持</li> </ul>

资料来源：世界银行，冼国明总译校：《2005年世界投资报告》，中国财政经济出版社 2005年版。

然而跨国公司生产性子公司对当地关联的倾向性（李博霖，2008），受各种因素的制约。

- ①跨国公司的投资动机。一般来说，东道国市场指向型的子公司通常比出口指向型企业更多地在当地采购。因为，出口指向型生产对成本和质量的要求严格得多，特别是那些作为国际生产体系一部分的外国子公司更多地依赖于公开的全球采购政策，很少能够自由选择供应商。
- ②技术和市场地位。那些利用成熟的、非专有技术生产标准化产品的子公司倾向于选择外部化的市场采购方式，相反，产品专门化并且技术先进时，子公司就倾向于自己生产或与少数经过挑选的供应商保持关系。
- ③子公司的自主程度。拥有较高的自我决策、自我判断权限的子公司同当地供应商建立关联的概率较高。
- ④子公司成立时间的长短。跨国公司在海外积累的经验越多，就越倾向于本土化经营。
- ⑤子公司建立的方式。通过并购方式建立的子公司可能要比通过新建投资方式建立的子公司与国内企业有更强的关联。
- ⑥子公司的规模。大型外国子公司的当地采购比小型外国子公司要少，因为规模大其内部化的动力可能越大。
- ⑦因产业的特性而异。在初级产业部门，外国子公司和当地供应商建立关联的范围常常很有限，特别是在那些生产工序连续的资本密集型装置型工业。在制造业内部，关联密集型活动的范围非常广泛，但在不同的行业之间有着很大的差异。如在食品加工工业中，中间产品投入在总产量中占有很高的比率，因此外国子公司和当地供应商之间在原材料和包装材料方面存在广泛的后向关联。相比之下，纺织和服装工业的当地关联相对较低。生产工序可以分解的组装装配工业，发展当地关联的机会较多。第三产业的外包比率普遍较高。

从东道国的角度来看，当地供应商也可能从与外国子公司的关联中获益。关联的直接效果体现在增加企业的产出和就业。但关联的更重要价值在于间接效应上。关联能够成为企业之间知识和技能传播的重要途径。很强的关联可以促进供应商企业的生产效率和劳动生产率的提高，并且在适当的条件下，国内企业可以根据自身的条件发展成为全球供应商甚至跨国公司。供应实力的增强，反过来又能对东道国

经济的其他方面产生间接效应和溢出（详见第 四章）。溢出可以通过示范效应、受过培训的劳动力的流动、企业独立（企业原模）以及竞争效应等来实现（表 四原图）。当跨国公司子公司对东道国产业集群产生较强的依赖时，区位的移动不会轻易发生，即产生“根植性”（企业原模）。

表 四原图 外国子公司和当地企业与组织之间的后向关联及其他联系

形式	外国子公司与当地企业的联系			外国子公司 与非商业机构 的联系
	后向（筹供）	前向（分销）	横向（合作生产）	
“纯粹” 市场交易	· 现货采购	· 现货销售		
短期关联	· 一次性或间歇性采购（根据合同）	· 一次性或间歇性购买（根据合同）		
长期关联	· 为采购进一步加工的投入品而作出长期（契约）安排 · 最终产品或中间产品生产的外包	· 与当地分销商或最终客户的长期（契约）关系 · 国内企业向外国子公司外包	· 和当地竞争企业的合资项目	· 与大学和研究中心等当地机构签订研发合同 · 大学为企业举办培训项目 · 学生在企业实习
股权关系	· 与供应商成立合资企业 · （由现有的外国子公司）建立新的供应子公司	· 与分销商或最终客户成立合资企业 · （由现在的外国子公司）建立新的分销子公司	· 横向合资企业 · （由现有的外国子公司）建立新的生产相同产品或服务的子公司	· 公立或私立联合研发中心 · 培训中心 · 辶学
“溢出”	· 对非关联企业的示范效应 · 工艺（包括技术）溢出 · 产品设计溢出 · 正式技能和缄默技能的溢出（操作技能和管理技能） · 受训人力资源流动产生的效应 · 企业独立 · 竞争效应			

资料来源：同表 四原图

但这并不意味着所有的当地关联只有积极的意义。当东道国为保护国内幼稚产业而迫使跨国公司发展当地关联时，只会形成没有竞争力的供应基地。还有，在开放条件下，与大的、卖方垄断的外国子公司的排他性关联，可能会导致反竞争行为或使供应商陷入不利的交易条件。又如，当外国子公司因公司战略调整的需要而改变区位时，当地供应商就会面对高风险。

为了从关联中获益，或将关联效应进一步扩大，一些国家和地方政府采取旨在促进关联和激励关联的政策。为之而采取的早期措施包括原产地规则和当地含量条款。但在实践中发现，这两种要求并不一定能有效地推动当地供应商的成长，因为跨国公司子公司可以以内置或从位于当地的其他外国跨国公司子公司或从母国带来供应商等方法“达标”。由此而出现的具有前瞻性和战略性的政策就是第三代投资促进政策——把目标锁定在产业和企业层面上的外国投资者，并利用产业集群来吸引投资，由此进一步加强群集。在实行第一代投资促进政策时，各国只是简单地将其投资体制自由化（包括减少投资准入障碍，加强外国投资者的待遇标准，建立市场机制等）。第二代投资促进政策表现得更为主动，通过“推销”自己的国家来积极争取投资，最典型的的就是建立国家投资促进机构。<sup>①</sup>但随着越来越多的国家和地方政府投入到引资竞争，使得引资政策变得“标准化”。为了开发有别于其他国家和地区的可识别的“差异化”的区位优势而出现的政策，就是利用产业集群来吸引投资——将一个国家（区域）不可移动的区位优势与企业可移动的竞争优势匹配起来，藉此提升本国（区域）的区位优势，进而形成“区位品牌”。政府为之而采取的各种尝试，目前主要是围绕提供信息、充当媒介、支持技术提升、支持培训和提供资金支持等方面开展的（裁量性投资，投资局）。

总之，产业集群对现代跨国公司的区位有着强烈的吸引力。而跨

<sup>①</sup> 到1995年，这类国家投资促进机构已有150多家，其中，100多家是1985年成立的世界投资促进机构协会的成员。

国公司区位对特定集群的指向性以及东道国政府（包括地方政府）所采取的促进关联政策，反过来进一步推动集群的发展，进而形成“集聚引来集聚”的“滚雪球”效应。

从动态的角度，可以把跨国公司区位同产业集群之间的相互作用关系归纳为几种类型，见图 8-1 中，类型 园 类型 员 和类型 圆 表示跨国公司进入到东道国国民经济领域。其中，类型 园 的情况是，跨国公司同产业集群没有联系，或回避产业集群<sup>①</sup>；类型 员 和类型 圆 为跨国公司区位与产业集群之间的两种不同联系方式，其中类型 员 反映的是以跨国公司为中心在东道国形成产业集群的过程（如在马来西亚，跨国公司子公司和马来西亚国家、地方政府共同促进产业集群的形成），类型 圆 是跨国公司向现有的产业集群区位的情况（如日资企业瞄准已形成的电子与 机械产业集群向珠三角地区区位，又如欧美汽车厂商利用日本汽车厂商在泰国已建立起来的汽车产业集群而构建全球性汽车生产网络等）。

类型 猿 和类型 源 表示的是，位于国内产业集群中的跨国公司走向国外的情况。类型 猿 为产业集群内的企业发展成为跨国公司，由于将生产转向国外而导致产业集群衰退。类型 源 与之相反，即集群内的发展成为跨国公司，有助于增强产业集群的实力（将资源向附加值更高的活动集中，进而促进新产业的诞生；或同国外生产基地即东道国产业集群开展合理的专业化分工，享受分工的利益）。

在上述各种类型中究竟出现哪一种，要看具体产业的特性、跨国公司的战略、东道国的区位环境、集群同企业间的关系等多种因素的制约。

---

<sup>①</sup> 如日本汽车业跨国公司进入美国时，有意回避以底特律为中心的东北部老工业区，因为这些地区的工人组织化程度高、工会力量强，而且工作权立法严格，因而不利于开展日本式经营。但这并不意味着完全脱离原有的产业集群。实际上，日本汽车业跨国公司选择的是俄亥俄、田纳西、肯塔基等邻近底特律的中东部地区。

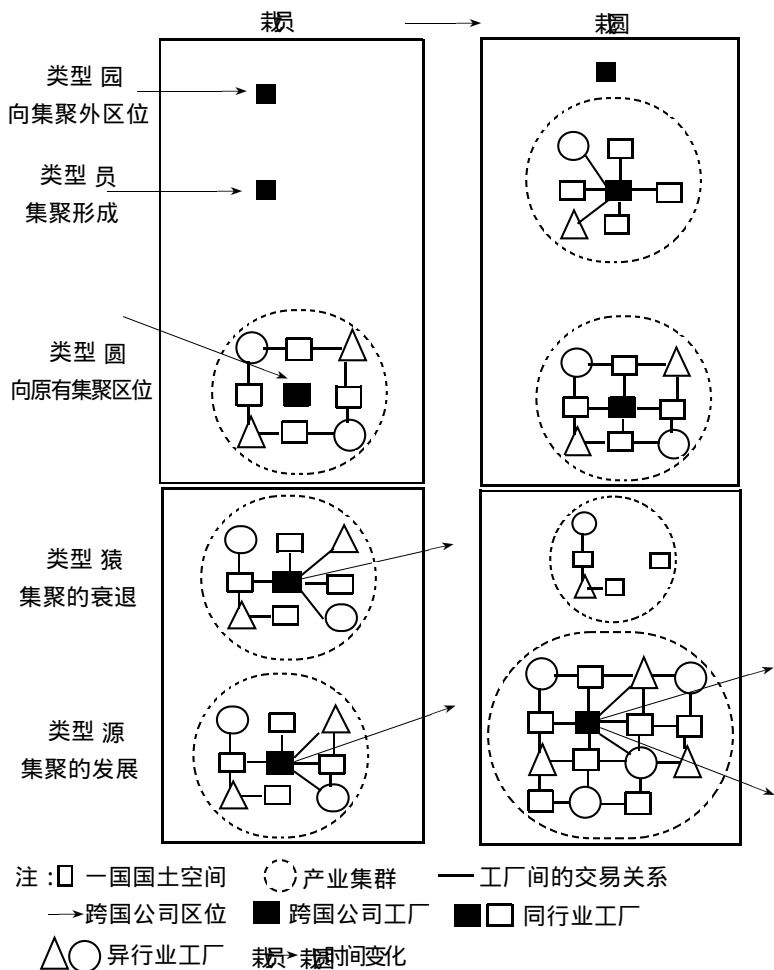


图 园猿猿 跨国公司区位与产业集群间的关系

资料来源：[日] 松原宏，《跨国公司的区位与产业集聚的理论》，载《经济学研究》（九州大学经济学会），~~1974~~1975年第 源- 缘期。

## 第 猿章

# 跨国公司 砸双阅职能的国际化与海外 砸双阅机构的区位

研究与开发（砸双阅）职能在企业价值链中的地位极其重要，对企业价值的创造、流动和分配过程起着支配性作用。砸双阅能力构成了跨国公司最基本的财富，是跨国公司垄断优势（也称特殊资产优势）的源泉，因而它是跨国公司得以进行全球扩张的有力武器。长期以来，跨国公司的 砸双阅活动完全属于本国指向型活动，并且高度集中于母公司的中央研究所（或研究中心）；然而 20 世纪 80 年代以来世界经济发展中出现的一些新形势，使跨国公司改变了将 砸双阅活动高度集中于本国的传统观念。发达国家中一些颇具实力的跨国公司为保持和增强自己的全球竞争能力，主动利用国外知识、技术资源以及这些资源的成本差异，组织 砸双阅活动的企业内部分工，构筑 砸双阅活动的全球网络。跨国公司 砸双阅活动的国际化趋势，将推动世界各国在高技术领域内的交流与合作，对世界经济的发展和科学技术的进步产生极其深远的影响。与此同时，跨国公司 砸双阅活动的国际化，也使海外 砸双阅机构的区位成为跨国公司区位体系研究中不可缺少的重要内容。研究这一问题有助于我们了解各国在跨国公司体系的技术创新及其扩散中所处的地位。

## 猿员 跨国公司 砸研阅国际化的动因

### 猿员员 砸研阅的概念

研究与开发，是国际上通行的科学技术领域的术语。顾名思义，研究（砸研阅）与开发（阅研阅）是两个相互关联又相互区别的概念。

#### 猿员员员 研究的概念

研究是指针对某个主题的科学知识进行大量、系统、反复的探索，通过对事物现象的周密调查来揭示事物的本质。韵殊词（经济合作与发展组织）将科学研究分为基础研究、应用研究和开发研究等三种类型，而各类型研究活动对不同规模、不同性质的企业有着不同意义。

基础研究（月研阅），是指不直接考虑特别的应用和用途，为形成假说与理论，或者针对一些现象和可观察到的事实，为了获取新的知识，而进行的理论或实验研究。基础研究具有强烈的探索性和独创性，往往需要大量的投入和很长的时间。应该说，基础研究对单个企业并没有吸引力，但从长远看，基础研究是企业形成创新优势的源泉。一般只有那些技术力量强、有雄厚资金实力的巨型企业和跨国公司才有能力开展基础研究。

应用研究（粤研阅），是指运用基础研究所获得的科学知识，探索和寻找有实用目的的新知识和新应用途径。应用研究有特定的目标，具有针对一定实际用途和商业目的去发展基础研究成果的性质，因而通常是大、中型企业的科研范畴。

开发研究（阅研阅），是指运用上述基础研究、应用研究以及实际经验的知识，寻求明确而具体的技术解决方案的研究。开发研究的成果是生产中实际应用的新产品、新工艺、新设备、

新材料等。开发研究与企业生产发展的需要结合得最为紧密，因此它既是科学研究工作，又是技术开发活动。就新产品而言，实验研究包括从对具体产品的实际型号、规模样品方案的探讨，到设计、试制和试验，最后到新产品定型、确认可以正式交付生产或投入市场为止的全部研究开发工作。

### 开发的概念

对企业而言，开发实际上就是技术开发活动，即上述各项研究成果转化为社会生产的全过程。技术开发有广义和狭义两种解释。广义的技术开发，包括与产品、技术发展相联系的定向基础研究、应用研究、开发研究直到投入生产的全过程。狭义的技术开发，不包括基础研究，仅仅包括从应用研究、开发研究直到投入生产的过程。

企业技术开发的内容十分广泛，主要包括产品开发（指改造老产品和发展创新新产品），设备与工具、生产工艺的开发，能源和原材料的开发以及改善生产环境的技术开发（如消除污染、改善劳动条件等）。其中，产品开发是技术开发中最重要、最关键的问题。

### 企业 研发活动的本质

企业经营活动的过程一般是：首先研究市场需求（~~需求~~），进而根据自身的技術能力（~~技术~~）开发新的产品（商品）概念（~~概念~~），最后向生产、销售活动发展。对企业来讲，最重要的是企业最初意识到的市场对象，企业通常都是从本国的市场需求（~~需求~~）出发，组织生产和销售活动，并非一开始就以海外市场为对象。

这意味着，即使是跨国公司，起初它们都是以本国为根据地起家的民族企业，所以本国的市场需求构成企业 研发的先行需求。这一特点决定了企业 研发活动必然属于本国指向型经营活动，而 研发活动的本国指向型特点对其区位产生重要影响。

研发在跨国公司国际竞争中的地位也是决定 研发活动区位的重要因素。随着科学技术的发展，企业的竞争优势逐渐从资本移向技

术，跨国公司想在国际竞争中保持优势地位，必须在技术竞争中保持优势，技术成为企业经营战略的中心。技术在跨国公司的经营战略中所处的地位和作用主要表现在五个方面：①经营资源的核心；②企业生存和发展的源泉；③国际竞争的有力武器；④国际垄断的手段；⑤国际交涉中的关键筹码。

因为技术成为关键性资产，跨国公司不惜投入巨额资金从事研发活动，扮演着技术创新的主要组织者和承担者角色。跨国公司尤其在技术的商业化方面享有明显的优势。据估计，当今世界研发费用的很大一部分都集中在跨国公司体系内部，约占全球民用研发支出的 70%~80%（资料来源：林进成，1998）。目前，跨国公司垄断着世界 70% 的技术转让与 80% 的新技术、新工艺（林进成，1998）。

但也正是因为技术的关键作用，过去跨国公司对研发的国际化表现得较为消极，大多数跨国公司认为研发活动应该保留在国内，研发职能应属于本国集中型职能。著名的跨国公司研究学者 查尔斯·W·约翰逊在他的著作《国际经营论》中指出：“对于大多数跨国公司来讲，研发是最大的武器，所以它们不会很轻易地屈服于东道国的压力。”日本电气公司前任技术部长植之原道行也曾说道：“当产业向海外发展时，首先从市场的国际化开始，然后是生产的国际化，接着为资本的国际化，最后才是技术的国际化。为什么技术的国际化实施得最晚呢？这是因为技术对于企业，尤其对生产性企业而言，构成企业战略的核心部分，企业要尽可能地防止技术外流，自始至终要牢牢地控制它，并将技术的差别化要实施到底。”

然而，当今世界技术发展的客观趋势和企业竞争中的一些新的趋势，改变了跨国公司对研发职能的传统观念，企业的研发活动出现了国际化的趋势。

### 三、研发国际化动因

研发国际化的开路先锋是国内市场狭小、研究开发资源有限的高技术公司，如瑞士的 罗氏公司、诺瓦迪斯公司和霍夫曼 原拉罗歇

公司，荷兰的飞利浦公司，瑞典的爱立信公司等（[参考文献 1](#)）。截止到 20 世纪 90 年代初，瑞士、荷兰和比利时的公司有超过 50% 的研究开发活动是在国外进行的（[参考文献 2](#)）。而国内市场大、研究开发基础雄厚的公司，如美国的通用电气、通用汽车，日本的丰田、富士通，德国的戴姆勒 奔驰等，长期以来一直在国内开展 研发活动，对 研发的国际化表现并不十分积极。如今情况发生了变化，跨国公司在海外进行研发活动的例子逐渐增多。

从一个国家的角度认识 研发国际化的国际化时，可以从两个侧面加以分析：一个侧面是本国企业在国外进行的 研发活动，即向外的国际化；另一个侧面是外国企业在本国开展的 研发活动，属于向内的国际化。表 4-1 和表 4-2 分别表示了 20 世纪 90 年代初期和中期各国 研发国际化的情况。相关研究表明，无论是向外的国际化还是向内的国际化，研发都有快速增长的趋势。以美国为例，据美国商务部统计，1985~1995 年，美国跨国公司在海外的 研发支出由 10 亿美元增加到了 150 亿美元，是同期跨国公司在美国国内的 研发支出增幅的 5 倍。到 1995 年，美国公司在海外的 研发支出占公司 研发支出的比重由 1985 年的 15% 和 1995 年的 25% 增加到了 35%。

表 4-1 主要国家向外的 研发国际化状况

国 家	本国企业在外国的 研发支出 / 本国产业 研发总支出 (%)
美国 (1995)	35
日本 (1995)	25
德国 (1995)	15
瑞典 (1995)	25

资料来源：引自 [参考文献 3](#) 转载自日本科学技术厅科学技术政策研究所报告：《日本企业的研究开发国际化现实以及向国内研究开发体制的建言》，1995

表 猿原 主要国家向内的 砸阅国际化状况

国 家	外资企业在本国的 砸阅支出 辖国产业 砸阅总支出 ( 豫 )
美国 ( 员圆 )	员圆
日本 ( 员圆 )	员圆
德国 ( 员圆 )	员圆
英国 ( 员圆 )	猿圆
法国 ( 员圆 )	员圆
加拿大 ( 员圆 )	猿
瑞典 ( 员圆 )	圆

资料来源：同表 猿原

除发达国家的跨国公司外，发展中国家的知名跨国公司也加入了砸阅国际化的行列。韩国的三星公司在世界范围内设立了 员个砸阅中心<sup>①</sup>，金星（现为 蕴）公司在日本阿尔卑斯中心实验室建立了一个研究中心，与日本阿尔卑斯电器公司联合开发超薄液晶显示胶片技术<sup>②</sup>。同样，印度的计算机公司 宰阅的在美国加利福尼亚的硅谷设立了全球 砸阅中心。<sup>③</sup> 中国企业的 砸阅国际化起步晚（大部分是在 员圆年以后），在国外建立 砸阅机构的企业尚很少，规模也不大，但确实有一些国内知名企业率先致力于 砸阅的国际化，如华为、中兴通天、普天、海信、海尔等企业的 砸阅国际化程度较高，规模大（陈劲， 圆）。

总的说来，越来越多的跨国公司认识到在全球范围内开展研发活动的的能力正在成为决定跨国公司生存与成功的重要因素。引起这种变化的因素较多，下面从企业外部环境和企业内部动机两个方面考察研发国际化的原因。

① 《三星集团，李建熙的第一个五年》，载《韩国商务》，员圆年 员月。

② 《金星将设立 栽裁原砸阅合作研究企业》，载《韩国商务》，员圆年 怨月。

③ 《宰阅的 砸阅走向国际化》，载《印度人》，员圆年 员月。

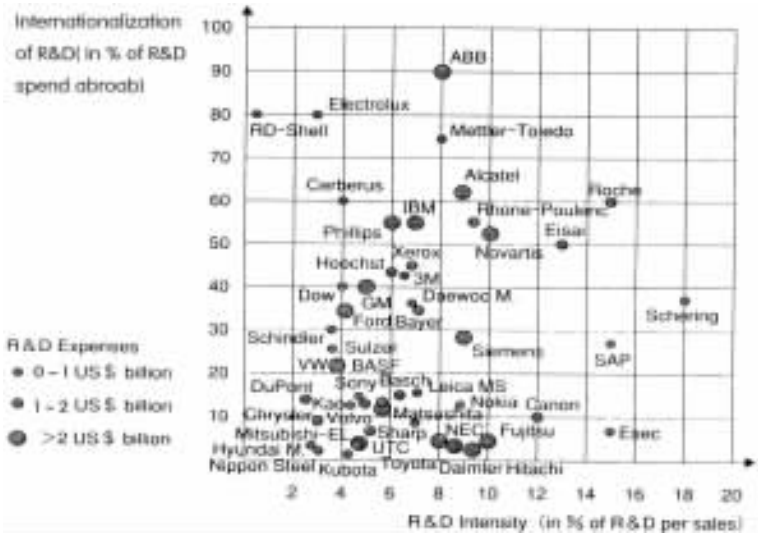


图 猿原 缘 家技术密集型跨国公司的 研发国际化水平

资料来源：根据 猿原 缘 家技术密集型跨国公司的 研发国际化水平 数据整理。资料来源：猿原 缘 家技术密集型跨国公司的 研发国际化水平 数据整理。

### 援企业外部环境原因

(员) 信息通讯技术的进步。计算机技术(信息的加工处理技术和通讯技术)和信息传递技术的巨大进步,不仅允许企业将 研发分解成若干个自成体系的活动,可以在不同的地理区位上同时进行,而且大大降低了企业用来协调和控制海外 研发活动的费用,因而极大地促进了技术信息的国际交流。

(圆) 竞争压力和竞争模式的变化。随着欧洲、日本等国家同技术超级大国美国的技术差距不断缩小,美、欧、日之间的技术竞争日趋激烈。为了在技术的国际竞争中占据优势地位,跨国公司已不能仅仅依靠本国的研究开发资源,目前美国等国家越来越感到本国科学家、工程专家供应不足,所以它们不得不把目光转向海外的智力资源。另外,围绕新产品开发的技术竞争模式发生了重大变化,尤其在产品更

新周期迅速缩短的信息产业领域尤为显著。在很多行业，全球竞争优势的确立取决于两个方面：一是一种产品从研究开发到投入市场的纵向速度；二是不断发现新产品概念并投入市场的横向速度（即向异种产品切换的速度）。围绕世界产品标准化展开的国际竞争，更加促使企业放弃在企业内部完成新产品 研发的传统模式，转而倾向于同海外竞争对手企业携手共同开发，通过相互利用对方优势资源来节省投资和缩短研究开发时间，以便尽快树立在同类产品领域中的支配性地位。

（猿 国外研究与开发资源的可供性和差别化。发达国家、经济转型国家以及一些发展中国家都存在着巨大的科学、技术人才库和丰富的知识资源，这些人才和知识资源的可供性促进了跨国公司 研发活动的分散化，尤其是经济转型国家和发展中国家大量的低成本科技人员，对跨国公司有很强的吸引力。另外，世界各国基于比较优势来进行国际分工，一些国家在特定的产业技术领域树立起了坚固的全球竞争优势，如美国在生物科技、航空宇宙、电子系统、软件技术、集成电路、新材料、人工智能领域，日本在电子、汽车部件、低成本生产技术、半导体领域，欧洲在电信、汽车塑料、化学、软件、医药等领域，都积累了雄厚的 研发资源。

（源 知识产权保护体系的建立。例如，1980年《专利合作条约》（~~巴黎公约~~）的制定，为专利的国际统一性（即在一国申请的专利在其他加盟国同时有效）提供了专利保证，成为促进跨国公司在海外进行 研发活动的重要契机。

（缘 东道国政府对跨国公司技术转移施加的压力和积极鼓励措施也是一个重要因素之一。例如在医药品行业，很多国家把在当地进行 研发活动作为发放许可的条件；另外，为促进先进技术向当地转移，东道国政府往往对跨国公司的研究与开发投资给予各种优惠，如廉价提供 研发用地、减免税收、无利息融资等。

#### 圆 企业内部动因

高度竞争的全球环境促使跨国公司尽可能利用国内外知识资源和

技术人才来创造自己的独创性资产。来自跨国公司内部的动因可以概括为以下四个方面：

(员) 为更好地适应当地市场需求而推进 研发的本土化。由于各国间在自然环境、历史文化背景、经济发展水平等方面存在较大差异，消费者的价值观、消费习惯、消费喜好有较大的不同，在当地设立 研发机构，因为接近消费者而更容易开发出适应当地市场需求的产品，进而有助于提高当地生产与销售效率。

(圆) 如果在 研发活动活跃的国外创新中心设立研究与开发机构，可以从更多的渠道获取新构想、新产品、新工艺方面的信息，这对企业的创新过程产生重要影响。

(猿) 跨国公司可以充分利用设立在不同国家的 研发机构所拥有的专门化知识和技术资源优势，建立分工协作体系，并使该体系发展成为全球化的创新系统。

(源) 竞争对手企业在 研发活动的国际化中所取得的成就，诱发该行业企业的“追随型海外研究与开发”投资行为。

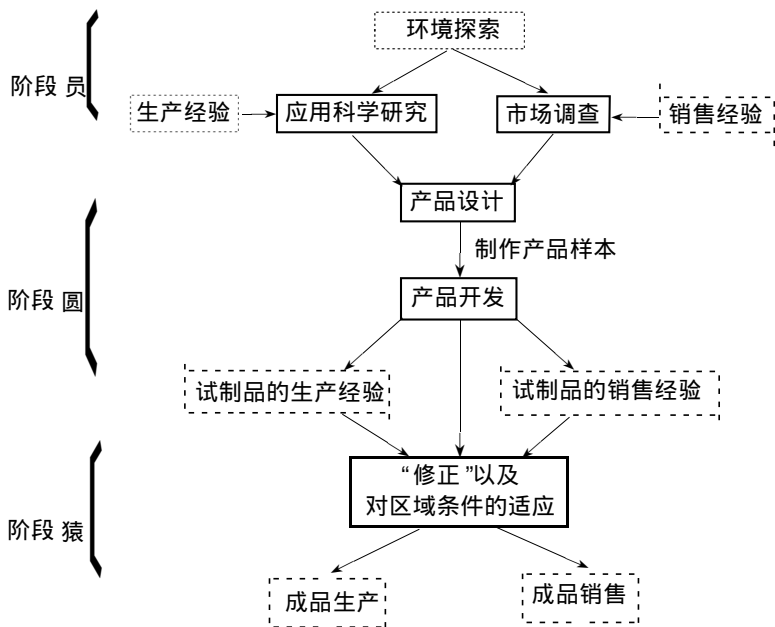
## 猿园 跨国公司 研发国际化的发展阶段与 研发机构的类型

### 猿园员 跨国公司 研发国际化的发展阶段

#### 员援企业 研发活动的一般过程

在讨论跨国公司 研发国际化发展阶段之前，有必要了解企业开展 研发活动的一般过程。企业的 研发是一个复杂的过程，包含了一系列错综复杂的各种行为。根据活动的内容和性质，研发活动大体可以分为以下三个阶段：第一阶段，根据生产经验和销售经验，开展应用科学研究和市场调查，大学、研究机构和销售中心成为重要的

信息源；第二阶段，是产品设计和产品开发阶段，需要有一批受过良好教育的科学技术人员、工程技术人员结成团队，协同工作；第三阶段，为降低成本、稳定产品性能和适应不同的区域市场而进行部分“修正”（阅读经验），要求得到生产部门和销售部门的密切配合（见图猿猿圆）。



图猿猿圆 企业的 砸阅活动过程

资料来源：同图圆猿圆

跨国公司 砸阅活动的国际化，是指企业跨国界开展上述 砸阅的过程，它同企业的国际化进程有密切关系。一般说来，跨国公司的国际经营经历了出口→设立海外销售公司、负责当地销售→设立生产工厂、实现当地生产→建立 砸阅机构、开发本土化产品、支持本土化生产等步骤，这样看来，砸阅的国际化相当于跨国公司国际经营的第四个步骤。

## 国际研发活动国际化的规律研究

单独看 研发活动本身的国际化，它也是一个渐近的过程，有一定的规律可循。美国学者罗恩斯塔德（Ronstadt）对 20 世纪 60 年代以来在美国设立的外国研发中心进行了调查。从 1960 年到 1975 年间，上述 20 家美国跨国公司在海外共设立了 15 个研究与开发机构，其中，10 家是企业新设立的，其余则通过吸收、兼并其他企业而产生。根据对上述企业的海外研究开发机构的调查，可以把美国跨国公司海外研究与开发机构的作用划分为四种类型：

（1）技术转移机构（Technology Transfer）。从总公司向海外子公司转移生产制造技术的机构，负责对海外客户提供相关的技术支持。在 15 个海外研究与开发机构中有 10 个属于该类型，而且其中 7 个是属于新建的。

（2）技术本土化机构（Technology Localization）。为供应当地市场而开发新产品的机构，这些产品都不是从母公司直接提供的新技术。有 5 个研究与开发机构属于该类型，其中只有 2 个是新建的。

（3）全球产品开发机构（Global Product Development）。面向世界市场开发新产品、新技术的机构。有 3 个研究与开发机构属于此类型，均为新建的。

（4）全公司的技术开发机构（Corporate R&D）。为公司整体的长远发展，开展探索性的和前瞻性的研究。有 5 个研究与开发机构属于此种类型，均为新建的。

罗恩斯塔德接着指出，上述四种类型的 研发机构分别代表跨国公司 研发国际化的四个进化过程：技术转移→技术的本土化→面向全球的技术开发→企业整体技术开发。由于研究的时期较早，当时绝大多数海外研究与开发活动停留在技术转移这一初期阶段，属于高级阶段的活动很少。

日本学者高桥浩夫结合日本企业的国际化发展过程，将跨国公司研究与开发活动的国际化发展划分为以下五个阶段：

第一阶段，收集技术信息。企业国际化开始于产品出口和海外销售机构的设立，向海外市场销售在本国开发的产品是该阶段的首要目标。与研究及开发相关联的活动主要包括：开展市场调查，了解竞争对手企业的技术水平，收集技术的动态信息等。最初多采取设立办事处的形式，即设立总部的派出机构。

第二阶段，针对当地市场开展应用开发。为保持通过出口和海外销售机构获取的海外市场，企业开始向海外市场转移生产职能。为更加有效地组织当地生产活动，企业从总公司向海外生产机构派遣技术人员。当本国开发的产品或生产技术不能完全适应当地市场的需要或技术状况时，企业需要对原有产品或生产技术进行部分改良或者开发适应当地要求的产品，当技术的复杂程度和难度均较大时，企业通常采取在生产机构内部设置相应的技术部门的方式。事实上，大多数跨国公司在海外的研究与开发职能，现在停留在与生产机构并列设置的阶段。

第三阶段，反复实验和学习技术。在这一阶段，企业通常在海外设立小规模实验研究设施，海外研究所的主要任务不在于实施真正意义上的研究与开发活动，而是作为承担总部技术战略一翼的海外机构，担负着多种使命。例如，汽车公司的海外研究所从事对材料的技术评价，负责在当地采购部件等；也有一些行业跨国公司的海外研究所为了引进技术或为签订技术许可合同而做前期的准备工作；另外，一些医药业跨国公司的海外研究所在开展委托研究时起着中介的作用，如寻找适宜的研究人员或研究机构，与之签订临床试验委托合同等。

第四阶段，开发新产品。随着海外生产步入正常轨道，企业对当地市场的了解更加深入，为了进一步开拓当地市场，企业开始独立开发新产品概念。进入新产品开发阶段时，企业便向当地研究所投入大量的经营资源，研究所的地位和作用也迅速提高，当地研究所的研究

人员开始可以以自己的概念开发新产品，研究所的自主性明显增强。到这一阶段，跨国公司在主要的海外市场便形成从研究与开发→生产→销售的较为完整的价值链，从某种意义上讲是在当地形成母公司的“克隆”公司。20世纪 80 年代进入美国市场的日本汽车制造业跨国公司已步入这一阶段，如丰田、日产、本田等公司已依靠美国的研究人员开发出新型车辆（旅行汽车、微型运货车等）。

第五阶段，开展独创性的研究。这是研究与开发国际化发展的最高阶段。除了产品的开发研究外，还要开展基础性研究。在经营资源的配置上，跨国公司从全球经营的战略高度出发，充分利用海外研究所各自的研究资源优势，在组织内部构筑 研发的国际分工，并把母国的中央研究所同分布在世界各地的海外研究所连结起来，建立互补、互动的全球创新网络。届时，海外研究所成为公司全球技术战略的重要一环。这个阶段相当于前述罗恩斯塔德的第四个阶段，即发展成为全公司的技术开发机构。已步入这一阶段的跨国公司为数较少，多见于美国的少数巨型跨国公司，如通用、福特、别克、埃克森等。

图 4-1 为将上述研究与开发国际化的发展阶段予以图式化的结果。图中，纵轴表示各阶段研究与开发内容深化和投入费用增加趋势，横轴表示经营资源当地化的程度（特别是人才资源）。从图中可以看出，研究与开发国际化的进展是由两个轴连动的过程。

最后需要指出的是，虽然 研发活动的国际化趋势不断发展，但因为许多抵消性因素的存在，使这一进程并非十分顺利，如组织和协调不同地理位置上进行的 研发活动仍然需要一些成本，又如 研发活动需要一定的支持性产业，有的还要靠近价值链的下游活动等。目前，从跨国公司 研发活动国际化发展阶段的角度看，许多跨国公司分支机构的 研发仍十分传统，一般停留在 研发活动国际化的初级阶段，从事生产经营方面的研究与发展活动最为普遍。只有少数国家的少数跨国公司的 研发活动已进入较高的发展阶段，即新产品开发与独创性研究阶段。对于绝大多数跨国公司而言，母国（总公司及其国内分支机构）仍然是技术发明与创新中心。



海外 研发机构从事的研究与开发活动类型（研究活动、开发活动、支持活动）、同组织内其他职能间的协同关系（同生产职能和销售职能的协同关系）、与之协同的职能单位的地理范围（地方性和国际性）等三个维度出发，整理了海外 研发机构的作用，在此基础上，他将海外 研发机构划分为如下八大类型：

（1）地方性研究机构（**发现型研发机构**）。发现新的科学知识的平台，协同东道国内的其他研究与开发机构开发新产品和新工程，与公司生产职能和销售职能间关系薄弱。

（2）地方性开发机构（**销售型研发机构**）。同东道国内的销售机构、生产机构和其他研究与开发机构合作，创造新产品和新工程。

（3）地方性销售支持机构（**服务型研发机构**）。同东道国内的销售机构或同其他研究与开发机构合作，使既有的产品技术适应特定客户的需求，为客户提供技术服务。

（4）地方性生产支持机构（**工艺型研发机构**）。同东道国的生产机构或其他研究与开发机构合作，使既有的生产工艺技术适应特定情况。

（5）国际性研究机构（**发现型研发机构**）。同东道国以外一家以上的研究与开发机构合作，发现新的科学知识的平台。

（6）国际性开发机构（**销售型研发机构**）。同东道国以外一家以上的生产机构和销售机构合作，或同其他研究与开发机构合作，创造新的产品和新的工程。

（7）国际性销售支持机构（**服务型研发机构**）。与东道国以外一家以上的销售机构和其他研究与开发机构合作，使现有的产品技术适应特定客户的需求，或向特定客户提供必要的技术支持。

（8）国际性生产支持机构（**工艺型研发机构**）。与东道国以外一家以上的生产机构和其他研究与开发机构合作，使原有的生产工艺技术适应特定情况。

麦迪考夫的八大类型，几乎囊括了海外 硏究机构的前期研究中所有的机构类型，从而为系统地把握目前研究与开发国际化状况、准确地了解海外 硏究机构的作用奠定了很好的基础（见表 猿猿猿）。

表 猿猿猿 海外研究与开发机构的类型

代表性研究	只有地方性协同关系的研究与开发基地			
	地方性研究基地	地方性开发基地	地方性销售支持基地	地方性生产支持基地
悦康康造(员猿猿)			支持性研究所	
硏康康成(员猿)	全公司技术基地	技术转移基地	技术转移基地	
月康康社 驭 云康康(员猿)		当地市场指向型企业	当地市场指向型企业	本国、当地市场指向型企业
匀康康(员猿)		产品适应型研究与开发	产品适应型研究与开发	
孕康康 驭 杂康康 (员猿)		当地一体化型研究所	支持型研究所	支持型研究所
匀康康社 驭 晕康康(员猿)				
代表性研究	具有国际性协同关系的研究与开发基地			
	国际性研究基地	国际性开发基地	国际性销售支持基地	国际性生产支持基地
悦康康(员猿)	国际相互依赖型研究所			支持型研究所
硏康康成 (员猿)	全公司技术基地	全球技术基地		

续上表

代表性研究	具有国际性协同关系的研究与开发基地			
	国际性研究基地	国际性开发基地	国际性销售支持基地	国际性生产支持基地
马自达 (美国)				
丰田 (美国)		当地、全球、独创性研究与开发		工程适应型研究与开发
本田 (美国)	国际相互依赖型研究所	当地一体化型研究所		
本田 (美国)	基础研究型基地	基础研究、市场指向、生产支持型基地	市场指向型基地	生产支持型基地

资料来源：[日]竹中厚雄：《海外研究开发基地的类型化》，神户大学经济经营研究所，阅读者社译，机械工业出版社。

## 7.2 跨国公司海外 研发机构的区位

既然跨国公司 研发职能的国际化对跨国公司的技术转移、技术适应和技术创新具有重要意义，那么选择何种区位对海外研究与开发机构能否取得预期效果具有重要意义。反过来，从东道国的角度来看，能否吸引跨国公司的 研发机构，对于能否吸收先进经营资源、缩短技术差距、促进创新同样有着深远意义。在研究跨国公司海外 研发机构的区位问题时，首先应该考察跨国公司在海外组织 研发活动的形式。跨国公司一般采取以下三种方式组织其海外的 研发活动：第一种方式是，在海外建立完全独资的 研发机构，该种机构有

两个资金来源：一是总公司 先投资；二是地区总公司或当地的生产机构和销售机构共同出资。由跨国公司自行承担风险和责任，有助于防止机密的外漏，研究的自由度高。第二种方式是，在兼并和收购东道国企业时获得对方的 研发机构，这是近来跨国公司快速进入 研发国际化阶段的一个很重要的方式。第三种方式是，根据明确的研究与开发目的，寻找合适的合作伙伴，共同开展 研发活动。这种组织方式通常是组建跨国战略联盟，从事尖端技术的研究与新产品的开发活动，这种联盟带有强强联合的性质，一般持续时间不太长。在上述三种方式中，后两种方式一般不会伴有地理空间上的变化，它们属于原有区位的调整范畴，因此本文暂不对其进行专门研究。而真正具有区位选择意义的是第一种方式，即在海外建立新的 研发机构，这也是跨国公司设立海外 研发机构最常见的方式，本文的以下部分将重点探讨此类海外 研发机构的区位选择问题。

## 1.1 跨国公司海外 研发机构的区位指向

### 1.1.1 跨国公司海外 研发机构区位选择的影响因素

从区位的角度看研究机构时，不妨把它看作为一种特殊的“工厂”，这种“工厂”生产出来的是属于知识性范畴的产品，即新产品的概念、改良了的产品形象或新的生产技术等，投入的生产要素（以下通称为“资源”）有科技人才（科学家、工程师）、研究设施与设备、资金和知识技术信息等，其产品的直接消费者既有生产、销售机构，也有其他研究与开发机构。对于巨型的跨国公司来说，研究设施与设备、资金一般不成问题，而且这两种资源在空间上比较容易移动且移动费用也不高，因此对区位的影响较弱。相比之下，高度专门化的科技人才和知识技术信息的空间分布则高度集中，而且这些资源的空间移动并不十分活跃（原因在于这些资源移动的直接成本和机会成本均很高，同时，其跨国移动往往受国家的控制），因而它们构成了左右 研发机构区位选择的重要影响因子。

如果仅仅从研究活动本身立场考虑，科技人才和知识技术信息等

投入要素的品质和数量，是决定 研发机构区位的最直接和最重要的区位影响因素。然而，企业的 研发活动同大学和国立、公立研究机构有着很大的差别，那就是企业重视的是商业用途和商业利益。本章前两节关于企业 研发国际化动机和 研发机构的类型研究，已很明确地强调了这一点。关于商业用途和商业利益的信息，主要来自于企业价值链中的生产职能部门和销售职能部门，而且研究成果的商业化也需要生产职能和销售职能的协助。因此，海外 研发机构的区位需要考虑其与公司价值链中其他职能部门（如企业中枢管理职能部门——总部和地区总部、生产职能和销售职能部门）之间的关系及其与体系内其他 研发机构之间的关系。这样一来，可以发现影响跨国公司海外 研发机构区位的另外一些因素。这些因素的影响集中体现在两种费用上：一是转移费用；二是组织费用。转移费用又可分为内部转移费用和外部转移费用两种。内部转移费用指的是 研发机构同总部（包括地区总部）、其他 研发机构及生产机构和销售机构之间的知识及技术的转移所需要的费用。外部转移费用主要指从供应商、客户、公司体系外的研究机构获取市场和技术信息所需要的费用。组织费用主要指组建和运作 研发机构所需的费用，如雇用当地研究人员的费用，技术人才及研究设备的移动费用、以及用于构筑交流体系、管理和控制体系的费用等。当然，除了费用之外，还要考虑品质和效用，更何况，对于 研发活动来说，品质和效用往往要比费用重要得多。事实证明，跨国公司对费用的考虑，一定是以满足跨国公司品质要求和预期效用为前提的。

### 图 4-1 跨国公司海外 研发机构区位选择的步骤

跨国公司将从上述区位因素出发考虑海外 研发机构的区位。跨国公司国外研究所的区位选择过程一般分为两个步骤进行：第一步是选择东道国，称之为第一次区位选择；在确定了目标国家之后，下一步便要在东道国内部选择适宜的场所——区域，这一步称为第二次区位选择。这两次区位选择中，跨国公司重视的区位条件各有侧重。

在第一次区位选择中，跨国公司重点考虑的是东道国的宏观区位



“研究指向型”（研究指向型）<sup>①</sup>。前述麦迪考夫八大类型中，地方性研究机构和国际性研究机构应属于“研究指向型”，而其余都可以划入“开发指向型”。

表 7-1 跨国公司海外研究开发机构的类型与区位指向

类型	设立目的	代表性行业	第一次区位选择 (国家因素)	第二次区位选择 (区域因素)
研究指向型 (研究指向型)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 追赶尖端技术</li> <li>· 和大学等研究机构开展共同研究</li> <li>· 获得优秀的科技人才</li> <li>· 收集尖端技术相关信息</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 医药</li> <li>· 化学</li> <li>· 计算机科学</li> <li>· 其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 科技大国</li> <li>· 在特定产业领域具有全球竞争优势的国家</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 科学园</li> <li>· 知名大学附近</li> <li>· 专业性科技人才（科学工作者、研究工作者）</li> </ul>
市场指向型 (市场指向型)	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 完善销售、生产工程职能</li> <li>· 适应不同的客户需求</li> <li>· 应对各种规制</li> <li>· 开发利用软件技术</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 电子</li> <li>· 机械</li> <li>· 汽车</li> <li>· 其他</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 拥有大规模市场的国家</li> <li>· 大量吸引外国直接投资的国家</li> <li>· 快速增长的新兴市场国家</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 大城市、大规模消费中心</li> <li>· 邻近生产基地</li> <li>· 产业集聚区</li> <li>· 软件开发基地</li> <li>· 高质量生活环境</li> </ul>

研究指向型 研发机构的第一次区位选择，最为重视的因素是东道国所能提供的科学优势，包括世界一流的科研人员、科研基础设施

<sup>①</sup> 克玛勒通过对 10 家美国、日本、欧洲跨国公司（其中 5 家为医药行业企业，5 家为电子行业企业）的 10 个研究与开发机构（其中海外研究与开发机构有 5 家）进行调查后，做出了上述分类。他指出，研究指向型机构主要强调对知识的辨别和吸收能力，从全球范围的大学、研究机构和竞争对手那里获取知识，信息从海外研究所流向总部研究中心；而开发指向型机构则着重促进技术的内部转移，为公司在国外的生产基地提供技术支持，调整产品结构和生产工艺以适应当地需求，信息从总部研究中心流向海外研究所。

和充满活力的知识创造环境等。所以美国、英国、德国、日本、加拿大、法国等发达国家，自然成为吸收跨国公司海外研究与开发机构最多的国家，特别是美国和英国，由于拥有在基础科学和应用科学领域享誉全球且为数较多的世界知名大学和研究机构，而成为外国跨国公司基础研究机构最为青睐的目标国。毫无疑问，语言也是这两个国家的重要魅力所在。英语作为世界共同语言，为跨国公司体系内部研究机构之间及其与体系之外研究机构之间的交流提供了障碍最小的语言环境。

即使在科技发达的国家内部，吸引跨国公司研究指向型海外研发中心区位的地点也并不多。研究指向型海外研发机构的第二次区位选择高度倾向于世界性的知识群（知识群是指知识密集区）内部和周围，多分布在著名的高科技园区内和在科学研究领域誉满全球的知名大学附近。如美国的三大高科技园区，即位于加利福尼亚旧金山郊外以斯坦福大学为中心的硅谷，北卡罗莱纳的“研究三角”（由北卡罗莱纳州立大学、杜兰大学和北卡罗莱纳州立大学组成，简称“研三角”）和波士顿 95 号公路沿线；英国的剑桥大学、牛津大学周围；日本以东京为中心的关东地区（包括筑波学园都市）；法国南部索非亚智慧城等。表 10-1 显示了美国最具吸引力的 10 个研究与开发地点以及各自的优势领域。知识群之所以能够成为知识创造中心，是因为在这些地区集中了大量研究机构和大批科研人员，在各自的专业领域从事着最尖端的研究，而且形成了相同专业领域内部相互竞争、不同专业领域间相互刺激、互相交流的一种特殊的“场”，吸引全世界与知识创造相关的人、财、物、信息，这些投入资源的组合不断促进着新构想、新知识和新技术的产生。

表 7-1-1 美国最热门的 10 个研究与开发地点

区 位	优势领域	代表性公司
阿尔布克克 (新墨西哥州)	微型集成电路片	英特尔, 摩托罗拉, 飞利浦, 哈尼威尔
奥斯汀 (德州)	计算机, 软件, 生物技术	联想, 三星, 摩托罗拉, 德州仪器, 德州
波士顿 (麻省)	计算机, 通讯, 生物技术	微软, 数百家新公司
鲍尔德 (加州)	计算机, 航空	多家高新技术新公司
恒茨维尔 (阿拉巴马)	航空航天	卡明斯研究园, 哈尼威尔, 休斯公司, 洛克希德, 洛克威尔公司
波特兰 (俄勒岗)	电子	英特尔, 英特尔, 美国西部公司
利摩斯 (犹他)	软件	诺特维尔
研究三角 (北卡罗莱纳)	医药, 微电子, 计算机, 通讯, 生物技术	多家研究公司
硅谷 (加州)	软件, 计算机, 电子	惠普, 英特尔, 施乐, 欧瑞克, 太阳, 硅谷图表
西亚图 (华盛顿)	航空, 通讯, 生物技术, 软件	波音, 微软

资料来源: [瑞士] 厄里森·丹·厄里森等著, 曾忠禄等译:《未来竞争的优势》, 广东经济出版社 1994 年版。

如果说研究指向型海外 研发机构在区位上对科技大国的知识群有特殊偏好, 那么, 开发指向型海外 研发机构则对拥有大规模国内市场的国家和大量吸引跨国公司 研发的国家表现出很强的区位指向



开发机构,然而大批企业在海外设立 砸双阅基地出现于 猿缘年以后(图 猿猿源。<sup>①</sup> 这个时期与日本企业大幅度增加对海外研究机构的研究费用支出的时期大体一致(图 猿猿缘。这同 猿缘年“广场会议”以后日元的急剧升值有重要关系,由于日元的升值,日本企业的对外投资能力显著增强。<sup>②</sup>

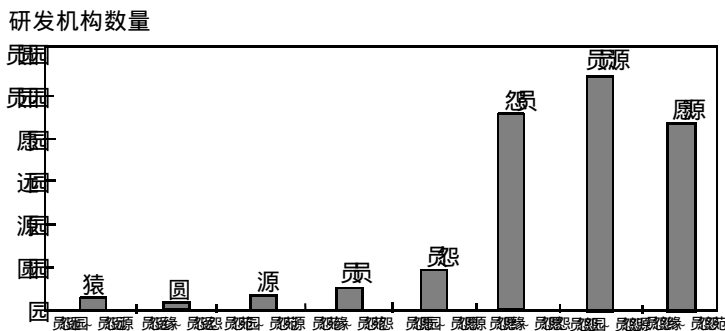


图 猿猿源 设立海外研究与开发机构的时期

资料来源:日本科学技术政策研究所:《日本企业的研究开发国际化现状与对国内研究开发体制的建议》,猿怨

据日本文部科学省科学技术厅的调查,资本金超过 猿亿日元的日本企业中近二成的企业在海外设立了 砸双阅机构。在海外设立 砸双阅机构的比率同企业的规模和企业所属的行业有关,越是大的企业对 砸双阅活动的国际化越为积极,资本超过 缘亿日元的企业有近一半在海外设立了 砸双阅机构(图 猿猿远。

<sup>①</sup> 从图中看,猿缘-猿苑年期间在海外新设的研究与开发机构数量似乎减少了,这是因为最后统计时间段只为 猿年,而之前的统计均为 缘年的缘故。

<sup>②</sup> 猿年 怨月“广场会议”时, 日元兑换 员美元,而到 猿年 圆月则达到 员日元兑换 员美元。

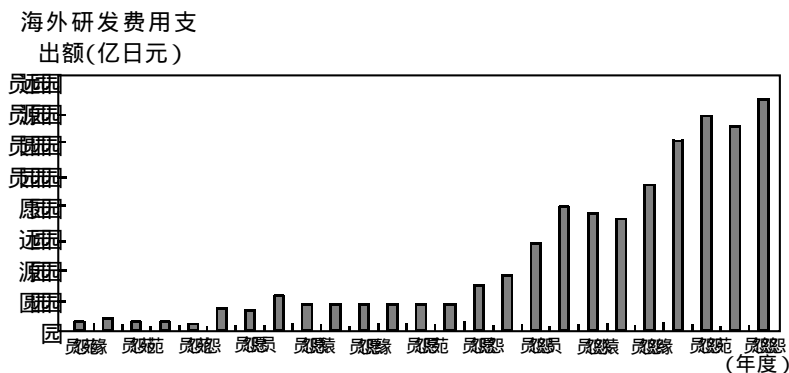


图 猿京缘 民间企业向海外研究与开发机构的研究费用支出

资料来源：日本文部科学省：《关于平成 猿年年度民间企业研究活动的调查报告》，猿猿猿

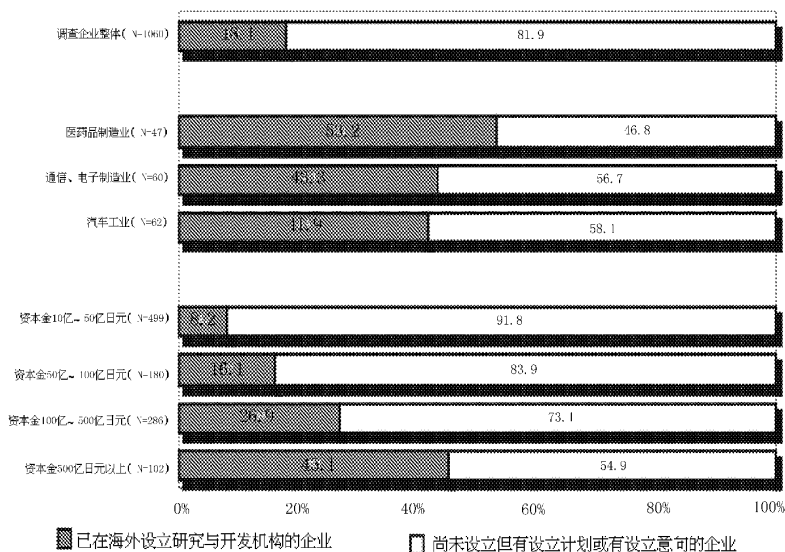


图 猿京远 在海外设立研究与开发机构的现状

资料来源：同图 猿京缘

从行业的特点来看，制药业、通信 原电子 原电仪表工业和汽车制造业企业在海外设立 研发机构的比率最高。这些行业都属于 研发密集型行业。以 1995 年为例，在日本全部制造业行业的总 研发投入中，通信 原电子 原电仪表工业占 24.4%，遥遥领先，居第二位的是汽车制造业（占 15.1%），其他依次为电机工业、化学工业、机械工业和医药品工业（图 7-10）。

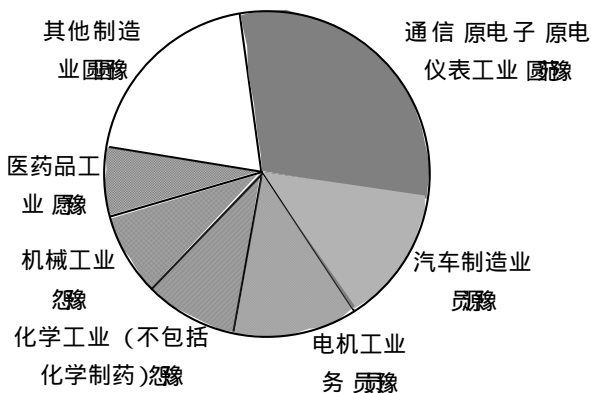


图 7-10 日本制造业研究与开发费用投入的行业构成 (1995 年)

资料来源：日本总务省统计局：《科学技术研究调查报告》

关于在海外设立 研发机构的理由，七成以上已在海外拥有 研发机构的企业回答说“为了 研发能够更好地满足外国消费者的喜好和需要的产品”；第二个重要理由是“在海外可以较容易获得优秀的人才”（近四成企业回答此项）；此外，收集信息（包括与研究开发无关的信息、大学和研究机构的研究成果信息）也是较为重要的动机（图 7-11）。尚未在海外设立 研发机构，但今后计划设置或有设置意向的企业，也把“开发迎合海外消费喜好和需求的产品”列为最主要的理由，其次是对收集 研发方面的信息寄予很高的期望。此类企业也很重视海外优秀人才的利用和各国有关政策信息的收集问题，在这方面此类企业与已在海外设立 研发机构的企业并无差别。

不同的是，今后计划设置或有设置意向的企业对借助海外 研发机构提高日本研究人员的资质寄予厚望（近三成企业回答此项）。

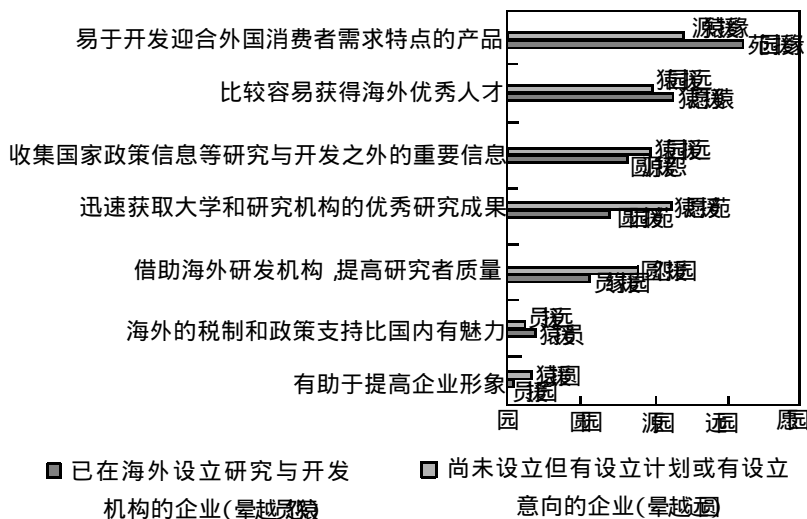


图 猿猿愿 设立海外研究与开发机构的理由

资料来源：同图 猿猿缘

从上述设立海外 研发机构的主要理由也可以推测出，目前日本企业的海外 研发机构所从事的 研发活动，比起研究指向型的基础研究更接近于开发指向型的应用研究和产品开发研究。科学技术厅的调查结果也证实了这一点（图 猿猿怨：回答从事基础技术研究的企业还不到 猿源%（已设立海外 研发机构的企业），而八成的企业回答开展从事产品技术、开发研究等与产品实体接近的应用研究，又有近四成的企业说专门研究面向海外市场的产品。

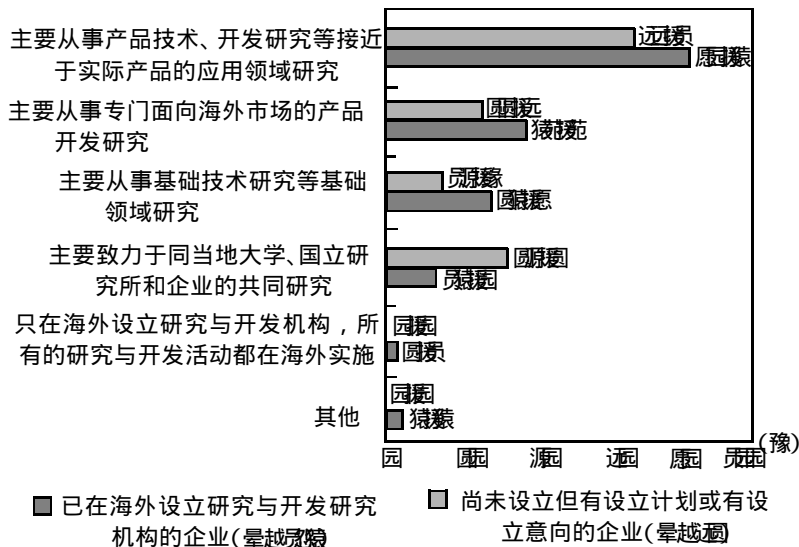


图 猿猿 海外研究与开发机构的研究内容

资料来源：同图 猿猿

日本科学技术政策研究所的调查表明，日本跨国公司的海外砸双阅机构规模普遍较小，不到 源人的研究机构占全部海外 砸双阅机构的一半以上，不到 员人的小规模机构占近 员缘(表 猿猿)。也有员工超过数百人的机构，这些规模较大的 砸双阅机构一般都设在海外生产基地之内。以汽车业为例，日本整车厂商在美国的海外 砸双阅机构规模较大，一般在数百人到千人之间。而日本国内 砸双阅员工都在 员万人以上，如本田技术研究所的研究人员有 愿万人，此外，本田技研工业内部的 砸双阅组织也拥有与之同等规模的研究人员。又如丰田公司，公司技术部的从业人员约为 员万人，此外东富士研究所和丰田中央研究院分别拥有 圆万人和 员万人的研究与开发人员。这样看来，在公司全部研究人员和技术人员中，海外 砸双阅机构所占的比率只不过为 员缘- 员缘，砸双阅费用预算也大体保持相同比率(吉原英树等，圆)。由此可以判断，民营企业普遍的研究战略是通过将小

规模的 研发机构设在海外，以相对较低的投资成本和风险取得较多的成果。

表 猿猿 日本跨国公司海外研究与开发机构规模

猿人以上	猿- 猿人	猿- 猿人	猿- 猿人	猿- 猿人	猿- 猿人	猿- 猿人	猿- 猿人	猿人以上
猿猿猿	猿猿猿	猿猿猿	猿猿猿	猿猿猿	猿猿猿	猿猿猿	猿猿猿	猿猿猿

资料来源：日本科学技术研究所：《日本企业的研究与开发国际化现状与对国内研究与开发体制的建议》，猿猿

从地理区位上看，已在海外设立 研发机构的企业有八成以上将其海外 研发机构设在美国，在欧洲设立 研发机构的企业也接近一半，亚洲约占 猿猿(图 猿猿)。这说明，跨国公司的海外 研发活动在以美国为中心的同时向世界主要国家扩散。那些在全球市场上进行竞争的主要跨国公司，在世界各主要市场上分别设有 研发机构，在空间上形成不均衡的“三极”格局。

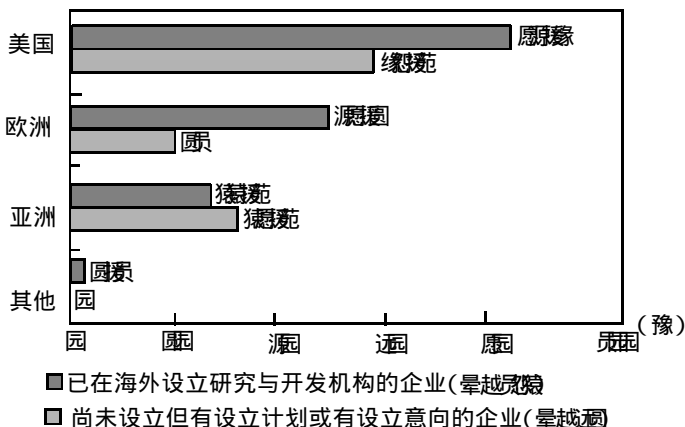


图 猿猿 海外研究与开发机构的区位

资料来源：同图 猿猿

除了海外 研发机构的数量之外，实际支出的 研发费用也具有类似特点。图 猿猿表示的是日本制造业企业在海外支出 研发费用

的年度变化情况。从图中可看出，研发活动向北美（主要是美国）的集中更加突出，以 2005 年为例，日本制造业企业在北美支出的研发费用约为欧盟的 3 倍和亚洲的 10 倍。

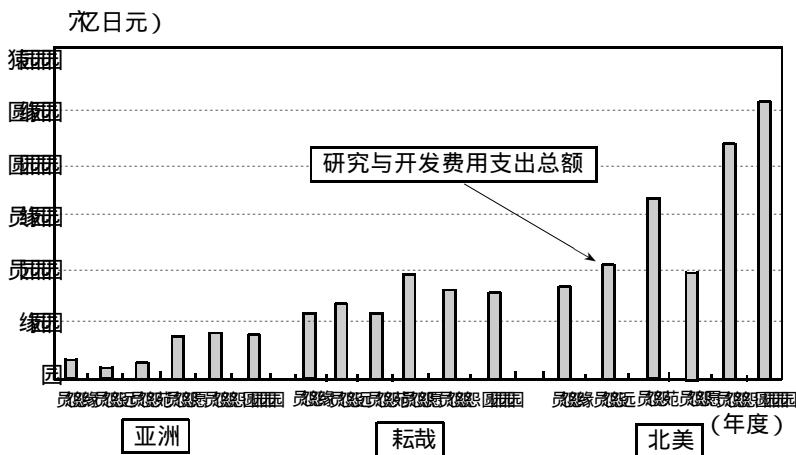


图 4-1 日本企业海外法人（制造业）在各地区的研发费用支出  
资料来源：根据 [日] 经济产业省《我国企业的海外事业活动》绘制

## 日本跨国公司在美国的研发活动及其区位——以硅谷为中心

美国是日本跨国公司的海外研发机构最集中的国家，电子、计算机、软件、汽车、医药、通讯行业的跨国公司热衷于对美的研发投入。日本跨国公司在美国设立的研发机构大体可分为研究指向型和开发指向型。研究指向型的研究机构多见于重视基础研究的化学、医药以及尖端的通讯行业，目的是利用美国在这些领域积累的研究资源和技术资源。汽车等行业的研发机构则主要为美国市场和在美国的生产服务，属于典型的开发指向型。

日本是在美国设立研究与开发机构最多的国家，截止 2005 年底，

在美国的日资 硏双阅机构共有 猿家。① 除日本之外，英国、德国、法国、瑞士、韩国、荷兰、加拿大等国家的跨国公司也都在美国设立了自己的 硏双阅机构，截止 员愿年 底，猿家外国跨国公司在美国设立了共 苑家 硏双阅机构（见表 猿原）。

表 猿原 外资企业在美国国内设立研究与开发机构的情况

	日本	英国	德国	法国	瑞士	韩国	荷兰	加拿大	其他	合计
计算机	猿	园	圆	圆	园	远	圆	员	缘	源
软件	猿	愿	猿	园	园	员	圆	猿	员	缘
半导体	愿	园	圆	园	园	猿	圆	园	园	猿
通信	远	猿	源	圆	员	员	园	猿	源	猿
光电子	猿	猿	圆	园	园	园	园	园	缘	圆
高清晰度电视、 其他电子	猿	怨	缘	猿	缘	缘	员	员	猿	缘
药品、生物技术	苑	缘	苑	苑	缘	圆	缘	园	苑	猿
化学、橡胶	缘	愿	苑	苑	苑	员	远	苑	怨	猿
金属	愿	缘	圆	源	员	园	园	圆	源	苑
汽车	猿	园	愿	圆	园	源	圆	缘	圆	缘
机械	缘	远	猿	源	圆	园	园	猿	远	苑
仪表、医疗设备	远	怨	苑	猿	远	园	猿	圆	苑	缘
食品、消费品等	猿	苑	远	员	愿	员	怨	缘	苑	远
总计	猿	愿	苑	源	源	猿	猿	猿	苑	猿

资料来源：日本经济新闻社（东京）：《日本经济新闻》，1985年11月15日；美国商务部（华盛顿）：《美国商务统计》，1985年11月15日。

注：①当研究与开发机构的研究领域多元化时，分别计入到各自的领域（重复计算）。但国别的合计中不存在重复计算；②并不包括所有的研究领域。

① 日本也是美国跨国公司设立自己的海外研究与开发机构最多的国家，据 晕云统计，截止 员愿年，美国企业在日本设立的研究与开发机构共有 源家，占其全部海外研究与开发机构总数的 猿缘。

在美国国内，日本企业的 研发机构的地域分布很不均衡，主要集中在加利福尼亚州（以硅谷为中心）、密歇根州（以底特律为中心）、新泽西州（以普林斯顿为中心）、马萨诸塞州（以波士顿为中心）、俄亥俄州（以克里夫兰为中心）和北卡罗莱纳州（有著名的研究三角）等（表 7-1）。其中，硅谷所在的加利福尼亚州吸引了近一半的日资 研发机构（美国商务部），这一比率远远高于外资 研发机构向加利福尼亚州的集中度（加州吸引的外资 研发机构占全美的 1/3）。日资企业特别青睐加利福尼亚州，这和加州拥有全球性的创新中心——硅谷以及距离日本近等因素有密切关系。<sup>①</sup>

表 7-1 拥有外资企业在美研究与开发机构最多的州

州 名	所有外资研究与开发机构数量	其中日资研究与开发机构数量
加利福尼亚	158	78
新泽西	12	1
密歇根	11	1
俄亥俄	10	1
北卡罗莱纳	8	1
马萨诸塞	8	1
纽约	7	1
宾西法尼亚	6	1
伊利诺伊	6	1
得克萨斯	6	1
肯塔基	6	1

资料来源：美国商务部，1993。转引自：陈国光，2002。《中国海外研发机构的区位选择与影响因素分析》。

<sup>①</sup> 地理位置也是影响跨国公司海外研究与开发机构分布的一项重要因素。据美国商务部的调查，日资研究与开发机构多设在西部太平洋沿岸，而欧洲的企业则相对集中于东部大西洋沿岸。最近出现了日资研究与开发机构东进、欧洲企业的研究与开发机构西进的趋势。

硅谷（Silicon Valley），因数量众多的以硅为原料的半导体公司聚集于旧金山湾南岸狭长的地带而得名。起初硅谷仅指圣克拉拉县，如今地域范围已扩大到附近四个市县——旧金山市、圣马特里奥县、阿拉梅达县和圣克鲁斯县。从北部斯坦福大学所在的帕罗阿托向南部经过芒特维尤、森尼维尔、圣克拉拉一直到圣何塞的地带是硅谷的核心区域。

从20世纪50年代威廉在帕罗阿托设立最早的半导体研究所起，经过30多年的发展，硅谷已成为支撑美国经济繁荣的中心和引领世界新技术革命的火车头。作为信息产业的发祥地，硅谷成功地实现了从国防→半导体技术→计算机技术→互联网技术的四次大的技术浪潮，每一次浪潮都建立了相应的创新网络，并成为下一次技术浪潮的推进器。信息技术的每一次重大进步，都是由在硅谷诞生和成长的企业来领导：集成电路（国家半导体、英特尔、AMD）、个人电脑（苹果）、工作站（惠普、太阳微系统）、三维图像（硅谷图文）、数据库软件（甲骨文）、网络计算机（雅虎、思科）以及最近的互联网络（网景、网易、搜狐、新浪与腾讯）（李钟文等，2000）。据不完全统计，硅谷云集了2000多家高新技术公司的总部，总部比率接近10%，世界上最大的高新技术公司中，有10%出自硅谷（清成忠南，吴晓苑杜德斌，2000）。

硅谷在信息通讯和计算机软硬件技术领域所积累的知识 and 智力资源、完善的研究与开发基础设施、发达的研究开发“市场”，强烈地吸引着国内外研究机构。表1-1列出的是日资企业在硅谷设立的研究机构及其主要的研究领域。从表中不难发现，日资研究机构的研究活动内容同硅谷的科技优势领域高度吻合。下面就从研究的人才、设施、资金、信息、产学联系、专门性服务体系等角度一一分析硅谷特有的研究开发与创新环境。









家内部和相互之间建立有密切的交流网络，有很多关于新创意、新知识、新方法的信息就在这些网络内部和网络之间进行传递，而且在传递的过程中不断地萌芽、开花和结果。而硅谷特有的广泛的劳动力流动、不断从大公司分离出的新公司（~~涌现出来~~、水平化的对等关系等社会特征，支撑和加强了上述网络，使网络中的各个成员分享知识和技术信息。

（缘）紧密的产学互动。产学互动，在硅谷有长达半个多世纪的历史。硅谷之父——斯坦福大学教授弗里德里克·特曼，一直致力于建立由研究人员、技术人员和企业家组成的社区，他鼓励自己的学生创业，最终创办了全美第一家大学产业园区——斯坦福工业园（现称为斯坦福研究园），并促进了大学与企业之间广泛而密切的联系与合作。大学和产业界的互动渠道主要有：①人才培养。大学把优秀的毕业生输送给公司以补充企业的知识库，同时接受公司派来的工程师和科学家作为兼职学生在大学接受高等教育。②合作平台。斯坦福大学有大约 缘个研究中心，成为斯坦福大学最新的研究信息流向产业界的渠道，研究资金来自企业，中心鼓励研究者和教师从事高等教育机构通常难以做到的应用知识的研究。③有旺盛的创业者精神的学生和教职工亲自创业，直接进入企业界。④技术转让中心（~~韵捷藻燥~~ 裁藻燥燥燥燥燥燥燥燥，~~韵捷藻燥~~）。韵捷藻燥作为斯坦福大学的一个组织，专门从事将大学取得的专利向产业界出售的营销活动，斯坦福大学每年申请的专利数目大约有 猿园项。

（远）密集的商业化的专业服务。硅谷的 研发“市场”高度发达，从事 研发活动的个人和企业所需要的专业化服务一应俱全，包括了风险投资家、银行家、律师、猎头公司、会计师、咨询顾问和其他大量的专业人士。有创意的人可以得到专业企业和组织的评估，一旦判断有价值便可得到风险资本家的投资以及必要的经营指导。熟悉风险投资事宜的律师可以提供法律程序、文件和谈判协助，律师还为缺乏经验的企业家提供咨询。猎头公司帮助寻找合适的领袖人物。会计师事务所为企业提供并购交易评估、参与股权融资、公开上市、税收业

务、退休金管理等有关财务服务。咨询顾问提供包括公共关系、营销、战略管理和其他领域的专业服务。另外，硅谷的 砸双阅机构和创业者可以从高度专业化的基础技术企业那里得到所需要的几乎所有的技术，包括软件开发、芯片设计、芯片加工、电路设计和加工、玻璃吹制、金属片加工等。上述所有的专业化服务，使企业可以专心于它的 砸双阅活动，在最短的时间内获得应用成果，并投入于市场。

总之，上述六大因素相互影响、相互促进，形成良性循环，使硅谷拥有独特的创新环境，正如网景的创始人马克·安德里森（配葬槽粤世撰零策）概括的：“硅谷有人，有风险投资、服务机构，有把好的创意变成成功企业的创造力。许多地方试图模仿硅谷，却没有一个能接近硅谷的水平”（先器城灾溪院孽奈器撰土穴葬撰员器恩）。因此，跨国公司要想利用上述 砸双阅的资源和环境，最有效的途径就是在硅谷设立 砸双阅机构，在硅谷的创新网络中实现公司的目标。

除了硅谷之外，研究三角（砸孑裁）、波士顿 员恩号公路和底特律等城市也吸引了较多的日资 砸双阅机构（见表猿原园）。在三个城市，企业的行业类型和研究开发内容都各具特色。

表 猿原园 日本跨国公司在美国主要研究与开发基地上设立的研究开发机构及其研究内容

区位	母公司	所属行业	研究开发内容
研究三角	配葬槽粤世撰零策云器撰槽	半导体	半导体
	云器撰槽	通讯	中央办公室开关系统
	奈器撰土穴葬撰员器恩	通讯	纤维光学
	先器城灾溪院孽奈器撰土穴葬撰员器恩	其他电子	配葬槽粤世撰零策云器撰槽 钻研薄片材料
	配葬槽粤世撰零策云器撰槽	其他电子	软盘和磁带
	粤器撰槽	医药和生物工程	生物工程
	耘器撰槽	医药和生物工程	药品
先器城灾溪院孽奈器撰土穴葬撰员器恩	医药和生物工程	生物工程	

续上表

区位	母公司	所属行业	研究开发内容
	运 德 德	医药和生物工程	生物工程
	悦 德 德	化学, 橡胶和材料	合成橡胶, 黏合剂, 乳剂单体
	悦 德 德	化学, 橡胶和材料	材料
	悦 德 德	金属	钢铁冶炼技术
波士顿	德 德 德	计算机	数据处理
	德 德 德	计算机	工作站, 笔记本电脑
	德 德 德	半导体	半导体设计, 高密度内存
	德 德 德	电视	高清晰度电视
	德 德 德	其他电子	电子处理, 电子束
	德 德 德	其他电子	半导体制造设备
	德 德 德	医药和生物工程	生物工程
	德 德 德	医药和生物工程	临床药品测试
	德 德 德	医药和生物工程	药品开发
	德 德 德	化学橡胶和材料	泡沫产品新材料, 聚乙烯泡沫材料
底特律	德 德 德	汽车	汽车零部件, 刹车系统
	德 德 德	汽车	电车零部件, 车载卫星导航系统
	德 德 德	汽车	汽车电子
	德 德 德	汽车	部件工程, 辐射测试
	德 德 德	汽车	零部件本土化, 空调
	德 德 德	汽车	汽车的本土化开发
	德 德 德	汽车	辐射测试, 工程研究

续上表

区位	母公司	所属行业	研究开发内容
	西德通用汽车公司	汽车	辐射测试
	暹罗本田	汽车	汽车零部件与设计
	暹罗本田	汽车	自动电子元器件
	美国通用汽车公司	汽车	橡塑零部件的设计与开发
	美国通用汽车公司	汽车	车辆测试, 辐射测试
	美国通用汽车公司	汽车	零部件测试, 辐射测试
	日本日立公司	光学电子	材料加工激光技术
	美国通用汽车公司	化学、橡胶和材料	材料结构, 金属加工技术, 塑料加工技术
	美国通用汽车公司	机械	车辆轴承开发
	美国通用汽车公司	机械	塑料模具设备
	暹罗通用汽车公司	金属	金属加工技术, 新钢合成物
	日本本田	汽车	元器件和相关汽车零部件

资料来源：根据美国商务部资料整理。

研究三角（Research Triangle）位于北卡罗莱纳州罗利、达勒姆和查伯尔希尔之间的三角地带内，创立于 1959 年，是美国政府第一个有计划地建立起来的研究开发园区。研究三角的名称缘自附近的三所大学，它们是罗利的北卡罗莱纳州立大学、查伯尔希尔的北卡罗莱纳大学和达勒姆的迪欧克大学。舒适而优美的自然环境、宽阔的用地、政府的积极推动和三所大学的存在，为该研究园区的成功提供了保障。目前，进驻园区的公司有 150 多家，在 150 多家 研发中心机构中外资 研发中心机构有 100 多家，其中日资 研发中心机构就有 15 家，占全部外资 研发中心机构的 15%。

外资 研发机构主要从事医药和生物工程、电子与通讯、化学和材料等领域的研究开发。除了美国的 强生、 辉瑞、 默沙东、 思科系统等著名公司在此设立了 研发机构外，德国的西门子、巴斯夫，瑞典的爱立信，瑞士的 罗氏，英国的 葛兰素史克等公司也在此设立了 研发机构。园区内有政府和大学，有供园区内企业使用的研究开发基础设施，包括：专供中、小规模公司使用的商业性技术孵化中心，专为生物技术公司提供服务的北卡罗莱纳生物技术中心，专为园区内微型制造和电讯行业提供先进资源设备的北卡罗莱纳高级计算中心等。研究园区内的 研发机构多从事长期的基础研究，这是 研发的重要特征。

底特律是驰名世界的“汽车城”，美国三大汽车公司通用（ 通用）、福特（ 福特）、克莱斯勒（ 克莱斯勒）现为戴姆勒（ 奔驰）的总部、母工厂和研究机构聚集在底特律及其近郊。 底特律多年来形成的深厚的汽车产业集聚吸引了国外竞争对手企业，日本、德国、韩国等国家的跨国公司在底特律设立的 研发机构达 100 多家，其中 100 家属于汽车行业，另外 20 家也是与汽车相关的机械、材料和金属加工企业。底特律周边的密歇根大学、密歇根州立大学、底特律工科大学、 密歇根的单科大学及其他技术大学等为汽车工业提供工程、技术和研究方面的人才。设在底特律的日资 研发机构，主要从事为美国市场和为美国的生产基地服务的开发研究。汽车的产品概念基本上由两个要素组合而成：一是“具有通用机能的总成”；二是“具有浓厚的区域性文化特色的感性部分”。日本汽车厂商普遍的做法是：在日本国内完成汽车通用机能的总成部分——汽车平台、发动机和变速箱——的基础研究与应用研究，而在世界的主要市场开展汽车的感性部分——车体、内饰件和款式等“上身（ 造型设计）”——的开发研究。在美国国内，又进一步划分为两大部分分别进行，与车体、内饰、材料、零部件的本土化相关的 研发活动在底特律进行，直接为设在底特律及其附近的总装厂服务；款式的设计活动主要在加利福尼亚州进行，日产、马自达、丰田、本田等公司都将其设计中心区位选在加利福尼

亚州。这是因为加州人口众多，汽车的普及率高；更重要的是，日本的整车厂商认为美国的西海岸不同于保守的东海岸（波士顿、纽约、华盛顿等），西海岸的年轻一代对富有创新性的时尚和款式非常敏锐，会引领汽车的流行潮流，因此将汽车的设计中心设在西海岸中心城市之一的洛杉矶，可以充分地当地这种资源运用于汽车的设计开发上。

## 猿源 先进跨国公司 砸双阅的全球网络化—— 陨酝的 砸双阅全球网络化

### 猿源员 砸双阅活动从国际化向全球网络化的发展趋势

砸双阅职能的国际化虽晚于销售职能和生产职能的国际化，但随着跨国公司经营活动的全球化程度的加深，砸双阅的国际化也在得到加强。在本章的前三节讨论的是，关于跨国公司 砸双阅国际化的动因、砸双阅的国际化发展阶段、海外 砸双阅机构的类型以及区位选择等问题，这些都是针对海外 砸双阅机构单体的研究，尚未涉及跨国公司体系内 砸双阅活动的组织与管理问题，相应地也未论及跨国公司母国的中央研究院与其海外研究机构相互之间，以及海外研究机构之间的关系问题。而现实中，已经把 砸双阅职能予以国际化，并在世界多个国家建立数个甚至更多 砸双阅机构的跨国公司，都不同程度地面临着如何在分散于全球的 砸双阅机构之间有效地分配和利用 砸双阅资源，以及如何在国内外 砸双阅机构之间建立合理的分工和整合关系等难题。

在对国内外 砸双阅活动的组织与管理方面，跨国公司可以有多种选择。以往跨国公司普遍采取垂直、集权的管理模式。在该模式下，创新活动高度集中于本国的母公司，更确切地说，由总部直接管辖的

中央研究院负责制定全公司研究与开发的目标和战略，中央研究院被赋予了长期计划和投资决策的权限，而各事业部门的研究则按照中央研究院所指明的方向，在各自所在的领域开展短期性的研究。海外的 研发机构严格遵照最高司令部——中央研究院所制定的 研发基本方针开展 研发活动（多为生产支持型和销售支持型的 研发），从而处在一种附属的、被支配的地位。

然而在全球竞争的情况下，创新的范式开始发生变化：①企业的 研发活动由生产者导向型转向消费者导向型；②创新所需要的技术日益复合化和多元化，硬件和软件趋向融合和一体化；③创新的速度经济效应越来越突出。创新范式的变化，从客观上要求跨国公司改变传统的垂直的和集权的 研发组织与管理模式，引入一种横向的、网络化的模式。为此，首先要树立新创意、新发现和新发明可以在世界不同的区位上产生的观念，在此前提下赋予 研发机构以自主性和自律性，从确立公司全球竞争优势的战略高度将国内外各 研发机构链接起来，让 研发的资源 and 成果在各个结节点之间流动、组合和再创造。 研发的全球化，意味着跨国公司的 研发活动由集中走向分散，由集权走向分权，由竞争走向合作。

在现实中，跨国公司 研发活动的集中与分散、集权与分权、竞争与合作的程度，在跨国公司之间以及同一跨国公司 研发发展的不同阶段，均有不同的表现。格斯曼和塞德维茨按 研发活动的分散性和 研发体系中各 研发机构之间的合作程度，将 研发的组织与形式分成五种类型，如表 4-1 所示。

表 4-1 五种国际研究开发组织形式

定位	组织结构	行为趋向
民族中心式集中研究与开发	集中研究与开发	国内指向
区域中心式集中研究与开发	集中研究与开发	国际外部指向

续上表

定位	组织结构	行为趋向
多中心式分散化研究与开发	高度分散的研究与开发，中心较弱	独立的研究与开发机构之间竞争
轴心式研究与开发	分散研究与开发，有很强的中心	海外研究与开发机构起支持性作用
一体化研究与开发网络	高度分散的研究与开发，若干竞争力中心	国际研究与开发机构之间协同一体化

资料来源：[瑞士] 厄策尔、埃文斯、肖、曼、拜尔、杜、配、曾、圣、社、埃、在、曾、忠、禄、等、译：《未来竞争的优势》，广东经济出版社 1994 年版。

### 民族中心式集中 研发

民族中心式集中 研发也称母国中心式 研发。在这个模式下，所有的 研发活动全部集中于母国。中央研究院作为公司的“思想库”创造新的产品，这些产品后来扩散到其他地方，并在全世界销售（如英国的丰田、中国的大众等）。保证公司长久竞争力的核心技术被视为“国宝”，中央研究院备受保护。这种模式的好处在于：除了有效地防止技术外漏和充分享受规模经济外，还可以通过建立标准化的管理系统来控制研究与开发活动；又由于研究人员之间就 研发的远景和价值观容易达成共识，知识和技能在 研发人员之间的传播得以畅通无阻。然而民族中心式集中 研发也存在诸多弱点：缺乏对来自海外市场 and 外国技术发展趋势的敏感性；对当地市场需求缺乏足够的考虑；易于发展成为僵化的组织结构。跨国公司只有在开发全球产品、不考虑地区市场差异的情况下，才可以选择这种模式。属于该类型的跨国公司有微软、日本钢铁（鞍钢）、丰田、沃尔沃、巴尔泽斯、英国煤气、通用动力、爱立信等公司。

### 区域中心式集中 研发

当公司对外国市场和当地能力的依赖增强时，民族中心式集中 研发已不能满足公司发展的要求。区域中心式集中 研发模式，针对一个特定的区域市场实施中心式 研发模式。中央研究院集中了

全世界的外部技术，研发人员对国际市场的敏感度增加，甚至派出研发人员到海外合作，同当地的制造商、供应商和主要的客户进行交流。区域中心式集中研发是一个既能将研发国际化又不放弃区域地理集中研发优势的简单方法。日产、久保田、~~本田~~ 本田等公司采用了该模式。

#### 猎援多中心式分散化 研发

以区域市场为导向的跨国公司多采用这种模式。为了适应当地市场的需求，并对当地客户迅速地作出反应，在主要的市场分别开展与产品密切相关的研发活动，海外研发机构需要与生产基地结合在一起。在这种模式中，跨国公司没有在母国设立起统率作用的研发中心，海外研发机构同母国基地之间信息流动有限，海外研发机构的管理者只对当地管理层负责。这种组织结构的特征是高度自主和对当地市场的适应程度高。但由于缺乏跨国协调和合作，很容易导致研发活动的重复，因而从公司整体的角度评价时，这种模式是缺乏效率的。20世纪 80 年代的飞利浦、皇家荷兰壳牌石油、迅达等公司曾采用该模式，然而克服成本和效率方面的缺陷使这种模式正在走向“消亡”，让位于轴心式或一体化网络模式。

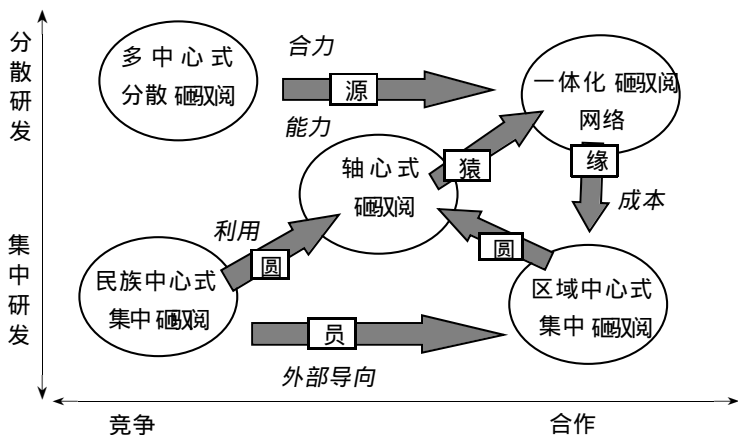
#### 猎援轴心式 研发

轴心式研发模式有严格的控制中心，从而有助于克服资源分配不合理和研发重复的问题。母国的中央研究院在大多数技术领域保持领先地位，海外研发机构的活动仅限于事先规定的技术领域。母国的中央研究院通过研发的项目和资源分配，严格控制和协调分散化的研发活动。德国的跨国公司（巴斯夫、博世、戴姆勒 奔驰、西门子等）和日本的跨国公司 [埃塞 (本田)、富士通、花王、松下、三菱、~~索尼~~ 夏普、索尼等] 普遍采用轴心式研发模式。这一模式的优点是：能迅速发现当地的需求，保持全球研发投入的一体化，通过利用各国各具特色的研发资源，增强公司整体的创新能力。它的主要弱点是：协调成本高，时间效率差，分散的研发机构的创造性、积极性和灵活性容易受压制。

### 缘一体化 砸阅网络

国内的中央研究院不再是控制所有 砸阅机构的中心，而是众多相互依赖的 砸阅机构中的一员，国内外 砸阅机构通过灵活的、不同类型的协调机制而紧密地联结在一起，网络中的每一个结节点，无论是国内的还是海外的研究机构，都是某一个特定技术领域中心，在公司整体的价值创造过程中发挥战略性作用。雀巢和飞利浦从原来的多中心分散化 砸阅模式转向了该模式，医药业巨头拜耳、霍夫曼原拉罗歇、诺瓦迪斯、赫希斯特和含林等采取该模式，陨酝、粤丹、迅达、佳能等也已涉及一体化 砸阅网络阶段。

上述跨国公司 砸阅的组织模式并非一成不变，而是随着经营环境和经营战略的改变而发生变化的，变化的主要趋势如图猿源所示。



- 趋势 员外部导向——对海外的信息和反馈作出反应 培育对海外市场的敏感性
- 趋势 圆研究与开发的国际化——设立海外研究与开发中心 利用海外研究与开发资源
- 趋势 猿对海外研究与开发机构授权——给予海外研究与开发机构更多的自主和授权
- 趋势 源将分散化的研究与开发机构一体化 国内外研究与开发机构成为公司全球创新网络中的能力中心
- 趋势 缘重新集中化——资源向少数主要研究中心集中 决策权集中于几个能力中心，强化网络内部的技术转移

图猿源 跨国公司的五种研究与开发组织及组织模式的变化趋势

资料来源：同表猿源

## 猿猿猿 阴阴的 研发活动全球网络化实践

如上所述，研发的全球化对企业确立和巩固在全球的竞争优势具有关键性的意义。但跨国公司 研发的国际化水平和全球范围内的组织管理模式有很大差异。本章的最后部分以 阴阴公司为例，透视世界先进跨国公司构筑 研发全球网络的情况。

### 猿猿猿 阴阴公司概况

阴阴（国际商用机器公司，国际商用机器公司）是以制造、销售与信息处理相关硬件和软件为主要事业内容的美国跨国公司。公司成立于 猿猿猿年，总部位于美国纽约州的阿蒙克，雇员有 猿猿人。猿猿年，阴阴的全球雇员达到 猿猿万，公司业务覆盖 猿猿个国家，公司总销售额达 猿猿亿美元（见表 猿猿）。猿猿年，阴阴的销售额的一半以上来自美国以外的海外。

表 猿猿 阴阴公司的基本概况（猿猿年）

总销售额	猿猿亿美元	研究开发费用	猿猿亿美元
全球服务	猿猿亿美元	研究开发占总收益的比率	猿猿%
硬件	猿猿亿美元	诺贝尔奖获奖者	猿人
软件	猿猿亿美元	专利数量	猿猿项
全球金融	猿猿亿美元	全球研究开发机构	猿个
企业投资和其他	猿猿亿美元	基础研究所	猿个
全球雇员数量	猿猿万人	产品开发研究所	猿个
事业覆盖国家	猿猿个国家	全球制造基地	

资料来源：根据 阴阴公司各种资料整理。

阴阴的产业活动由全球服务、硬件、软件、金融和投资等五大部门所构成。其中，全球服务、硬件和软件是公司的主体业务。全球服务主要包括，为客户解决问题的系统构建及其咨询服务，阴阴的电子商务（猿猿）——利用互联网的商业系统建构服务以及维

护系统的销售等业务。全球服务业是 阴运自 圆世纪 怨年代以后重点发展的新领域，圆年，该项业务的销售额为猿亿美元，在公司销售总额中所占的比重已达到 源，从 年起该项业务超过硬件部门而成为公司的主力业务。硬件业务是计算机及其辅助设备的生产与销售业务，产品主要包括计算机和笔记本电脑（栽等）、服务器（杂、砾、粤、晕等）、工作站（陕、陕、陕、陕）、网络计算机、数据记忆装置（硬盘等）、打印机相关产品、半导体和电子部件等，该项业务的销售额 年已跌落到 亿美元，占公司销售总额的 员，这一比率仅相当于 年的一半。软件部门的主要业务为数据库管理软件和互联网应用软件的开发与销售（阴运称之为皂、皂、皂、皂）是介于计算机内在的基本软件与计算机用户实际使用的操作系统间的软件）， 年软件销售额为 亿美元，在公司销售总额中所占比重为 员，同服务业一同是属于正在成长的部门（见图 猿）。

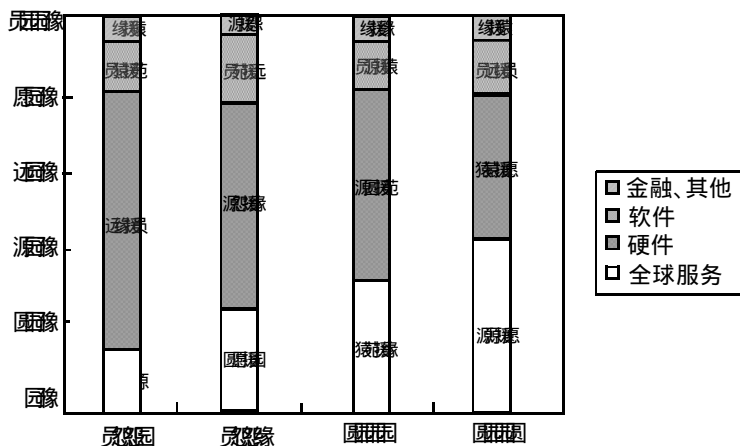


图 猿 的事业构成及其变化 (按销售额中的比率)

资料来源：同表 猿

面临全球 行业普遍不景气、主要 企业的业绩纷纷下滑的严

峻局势，阴酝成功地转变了其在 陨裁业中的角色，即从以往的计算机硬件制造商向“准确地理解客户面临的问题并为之解决问题”的服务企业发展。阴酝的公司改革也体现在海内外机构的调整上。阴酝的全球生产基地在 圆园世纪 愿园年代时共有 源个，雇员也多达 源万，进行重组后，圆园园年该公司的工厂已减少到 圆个。产品开发与研究所也从 圆园世纪 愿园年代的 猿所减少到现在的 员所，然而，基础研究所却从 源所增加到 愿所。

圆援阴酝的全球 砸双阅体系——产品开发研究所与基础研究所

阴酝致力于创造、开发和制造信息产业中技术最先进的系统，在 陨裁业界，阴酝是一向被公认的技术领先公司，包括计算机系统、软件、互联网系统、存储设备和微电子等产品领域。砸双阅成为阴酝成功的奠基石，阴酝的研究所在科学界久负盛名，相继有 缘位科学家荣获了诺贝尔奖。在专利方面，阴酝被称为专利“孵化器”。自 员怨怨年起，阴酝连续 员年保持全美专利注册排行榜榜首位置。进入 圆园世纪以后的三年中，阴酝每年的专利注册数均超过 猿园园项，圆园园年更是达到 猿园猿项，创历史最高纪录，比位居第二位的企业多 员园园项。表 猿京猿为 圆园园年在美国获得专利最多的 圆家公司。

表 猿京猿 圆园园年度在美国获得专利最多的 圆家公司

员 阴酝	猿园猿	员 云 云	员园员
圆 悦 悦 悦	员怨猿	员 粤 粤 粤	员缘猿
猿 酝 酝 悦 悦 悦 悦 悦	员怨猿	员 栽 栽 栽 栽 栽	员园园
源 粤 粤	员怨员	员 陨 陨 陨 陨	员园苑
缘 匀 匀 匀 匀 匀	员园园	员 匀 匀	员园员
远 粤 粤 粤 粤 粤 粤 粤 粤	员园源	员 远 远 远 远 远 远 远 远	愿园
苑 杂 杂 杂	员园源	员 苑 苑 苑 苑 苑 苑	苑苑
愿 员 员	员园远	员 愿 愿 愿 愿 愿	苑园
怨 粤 粤 粤 粤 粤	员猿猿	员 怨 怨 怨 怨 怨	远源
员园 杂 杂 杂 杂 杂	员园愿	员 园 园 园 园 园 园	远猿

资料来源：美国专利商标局。

从 员怨怨年 到 圆园园年 这 员年 间， 阴配 在美国荣获的专利已超过 缘园园 项，比任何竞争对手企业至少都要多 猿倍以上，超过了惠普、戴尔、微软、太阳微系统、韵群群 英特尔、苹果、耘云悦 粤群群 和 耘云悦 等 员家 强手的专利总和。专利每年可以为 阴配 带来超过 员园亿美元 的专利授权收入。自己拥有七项专利的 阴配 公司与制造部资深副总裁 晕群群 表示：“我们在专利技术上连续保持领先优势，是 阴配 稳居市场领域地位的关键，也证明了 阴配 在十年前决定维持在业界最充足的研究与开发投资，并建立真正重视和激励创新的企业文化，是一个正确的策略。但是成功的尺度中最为重要的是，公司利用先进技术和发明所产生的解决方案为客户提供竞争优势。”近些年， 阴配 的 研发投入 大约保持在 缘园亿美元 左右。

阴配的 全球创新体系 的主体由分布在世界各地的 员家 产品开发研究所和 愿家 基础研究所 两大部分构成（见表 猿原员）。如表所示， 阴配 的产品开发机构分布在世界三大极，同主要生产基地结合在一起，分别从事 阴配 在信息产业领域所有产品和解决方案的开发工作（ 猿原员），例如：

- 美国纽约普基研究所开发系统 猿原员 企业服务器和 韵群群 操作系统；
- 加里福尼亚州的圣特雷萨研究所开发 阅群群 数据库；
- 得克萨斯州的奥斯汀研究所开发 韵群群 处理器系统主机和 粤群群 操作系统；
- 明尼苏达州落基研究所开发 粤群群 和 韵群群；
- 加拿大的多伦多安大略研究所为开发基站软件和语言的主要基地；
- 英格兰的赫斯勒主要开发交易系统；
- 德国伯布林根研究所开发系统 猿原员 服务器和 韵群群 系统管理产品，以及生产工作流程。

这些产品开发研究所开发的产品大多数面向全球客户。对于一种产品，由一家研究所全权负责，包括设计、款式、性能和互换性，而

开发出来的产品则根据市场需求、生产成本、技术水平以及国家之间的差异，放在美国和其他 10 个国家的 10 个工厂分别生产。

表 7-1 苹果公司 研发的产品开发研究所与基础研究所的分布

产品开发研究所	基础研究所
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 美国和加拿大：多伦多，罗彻斯特，鲍尔德，圣何塞，图森，奥斯汀，查尔洛特，拉莱，科罗拉多普基，科罗拉多伯林顿</li> <li>• 亚太地区：大和，野洲</li> <li>• 欧洲：赫斯雷，伯布林根，拉高德，罗马</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 美国：约克唐海特（弗洛伊德人），阿尔马登（弗洛伊德人），奥斯汀（弗洛伊德人）</li> <li>• 瑞士：苏黎世（弗洛伊德人）</li> <li>• 日本：东京（弗洛伊德人）</li> <li>• 中国：北京（弗洛伊德人）</li> <li>• 印度：新德里（弗洛伊德人）</li> <li>• 以色列：海法（弗洛伊德人）</li> </ul>

资料来源：根据 苹果公司 2010 年年报（2010）和日本 苹果公司 相关资料整理。

在组织上，海外产品开发研究所分别归各自所在国的 苹果公司 管理，而研究所的产品开发方针和具体计划则和 苹果公司 整体的产品战略要保持整合性。如设在日本神奈川县的 苹果公司 大和研究所负责开发各种显示终端装置类和图像终端装置类产品，这些产品的开发是在与公司的技术集团、个人电脑系统集团和软件集团等保持密切联系的环境中进行的，开发后的产品除了日本国内的藤泽工厂生产外，也在美国工厂和欧洲或南美工厂生产。

苹果公司 基础研究所的研究人员大约有 1000 人。其中最大的基础研究所是设在纽约郊外约克城海特的沃森研究中心。该中心成立于 1976 年，自成立以来，已经发布了许多在业界具有深刻影响力的研究成果，如 云存储技术、神经网络语言、神经网络和 神经网络数据库、神经网络语音识别技术、神经网络技术、神经网络 神经网络等，该中心是公司整个研究与开发体系的核心，是 苹果公司 赖以成长和发展的根基，这里发明的新思想、新技术、新概念、新方案不仅成为 苹果公司 的核心竞争力，也有不少已经成为了业界的标准。

在组织上，所有的基础研究所均对 苹果公司的 最高层（苹果公司 首席执行官）

裁佩操操赠驭 酝葬怎葬魏魏岸 直接负责，由那里的研究部直接指导 愿个基础研究所，包括研究所的人事和预算计划。

在研究内容上，基础研究所的研究领域非常宽泛，囊括了与计算机的硬件和软件相关的半导体逻辑、存储器、材料、薄膜、打印机、各种显示器、记忆装置技术、信号处理、光缆等传递通讯技术，还进行系统程序、软件工程、计算机科学、自动语言处理及声像辨认与处理等研究。分布在世界的 愿个基础研究所各自有自己独立的研究领域（见表 猿原猿），但各研究所的研究内容间存在相当程度的重复，这是因为计算机基础技术涉及领域非常广泛，各项技术之间有深厚的相互关联，在任何一个领域深入下去，都与其他技术相关。例如，沃森研究中心研究英语的声音识别，日本东京研究所和中国北京研究所分别研究日语和汉语的声音识别。又如，沃森研究所从事包括产业用机器人在内的生产制造系统的一体化研究，日本东京研究所则充分利用日本在单体机器人应用领域积累的先进经验，分担应用技术方面的研究。还有，日本东京研究所利用瑞士苏黎世研究所开发的网络通讯技术，研究适应日本环境的办公系统。因此，在共同的基础技术研究领域，各研究所相互协作，利用其他研究所的研究成果来开展自己的独立研究，以便整体上提高 陨愿的研究效率。

表 猿原猿 陨愿基础研究所的主要研究领域

- 沃森研究中心（美国，纽约）  
计算机科学，生产制造研究，材料科学，数学科学，物理科学，系统技术与科学
- 阿尔马登研究中心（美国，加利福尼亚州）  
计算机科学，物理科学，高分子聚合体科学与技术，存储系统与技术
- 苏黎世基础研究所（瑞士）  
传递与计算机科学，激光科学与技术，物理科学
- 海法基础研究所（以色列）  
计算机科学，计算机工程，应用数学，软件，微处理器设计

续上表

- 东京基础研究所（日本）  
计算机科学，存储与半导体技术，声音识别，~~晕卒~~ 移动技术，图像处理，软件
- 北京基础研究所（中国）  
中国语言、文化与信息技术交融

资料来源：根据 [日] 高桥浩夫著《研究开发的全球网络》（文真堂 1999 年版）整理。

### 猎援 研发的 研发全球网络的形成基础

跨国公司要想把国内外的 研发活动予以网络化，必须保证分布在世界各地的 研发机构在一个共同的目标下相互之间能够保持经常性的正规的和非正规的联系。研发的 研发体系中各成员间的联系主要依赖以下四种方式：

（员）共同语言（英语）。研发体系内的正式语言为英语，是 研发全球交流与沟通网络中传递信息的最基本的工具。

（圆）系统设计委员会。一些跨地域和跨机构的关键开发人员定期见面，讨论关键平台设计问题，提出开发实施策略和计划。

（猿）信息传递的支持工具（系统软件与内部网络）。为加强联系和合作，在整个公司引进和使用莲花软件（~~蕴奥译晕~~），从而使分布各地的开发机构之间能够保持联系和沟通。莲花软件不仅仅被用来收发电子邮件，而且在开发工作中用来建立分散的数据库，其中包括项目数据、技术问题和解决方案。开发指南、公司内部标准、项目进展情况、全球 猎万多万雇员的电话簿、图书室的新书信息等都可以通过莲花软件和公司内部网络达到共享。各个项目办公室还经常性地使用视频会议，会前和会后都有相应的资料通过电子邮件发送给相关人员。

（源）以教育、培训、人才开发为目的的国际人才交流。为加强技术交流和协作，研究所之间根据需要频繁开展长期或短期的人员交

流。此外，基础研究所还设有客座研究员制度，经常从公司外部招聘客座研究员，这些研究人员和科学家来自世界各国，可以从国际化视野开展研究，促进科学进步。各种形式的国际人才交流，极大地促进了跨国公司的全球人际网络的构建。上述跨文化、多种价值观、异质的构想和研究方法的交融，使跨国公司得以从差异化中发现和培育独创性。

### 源流：跨国公司的全球研发网络

跨国公司的基础研究所与产品开发研究所散布于世界。基础研究所直接同总部的研究部门相联结，并为跨国公司的世界市场服务；而分散在世界各地的产品开发研究所则同公司的产品事业部相联结，主要为东道国或东道国所在的大区域市场服务。各研究所与公司纽约总部（研究中心）间的关系并非金字塔型的组织关系，总部并不是高高在上的指挥中心，无论是基础研究所还是产品开发研究所，都是自律的运营单位，各研究所分别成为跨国公司横向网络化组织体系中的结节点。在这一网络中，各研究所都有独立的研究使命，各研究所之间保持着共享信息、互换研究成果的横向联系。基础研究所之间、产品开发研究所之间以及基础研究所与产品开发研究所之间的多重交流，使跨国公司的全球研发网络产生协同效应，使跨国公司保持技术上的全球领先地位。

综上所述，跨国公司研发职能的国际化目前主要发生在经济实力雄厚、技术水平在所处行业中居全球领先地位的发达国家跨国公司中。它们在选择海外研发机构的区位时，又高度倾向于拥有雄厚的科学研究实力、人才集聚、信息密集、有完善的科学研究服务设施并有相关产业高度集聚的少数发达国家的中心城市或著名的科技园区。发展中国家由于受到产业发展水平较低、科研能力较差和科研服务体系不完备等不利因素的影响，在吸收国外跨国公司研发分支机构（包括同国外跨国公司合作进行研究）方面处于十分不利的位置。这将有助于发展中国家的技术进步，尤其在具有战略性意义的尖端技术的研究及其产业化领域中，发展中国家与发达国家之间的差距很可能被进一步拉大。发展中国家对这一问题应有清醒的认识，并给予高度

的重视，不能仅仅满足于对跨国公司生产职能的吸收，在继续提高所吸收跨国公司生产活动向高附加价值、高技术含量的同时，为促进跨国公司 研发职能的移植作相应准备。

跨国公司国外研究所的区位研究为发展中国家提供了很好的启示，鉴于发展中国家不可能在短期内形成与发达国家相匹敌的科研环境，发展中国家应该在具体操作上突出高度的战略性。这可以从以下两个方面重点做起：第一，集中力量重点建设具有国际水平的高科技园区（切忌数量过多，因为它将严重影响科技园区的质量和水平，即使在发达国家，能够真正起到高科技孵化器作用和吸引跨国公司 研发分支机构的城市和科技园区数量也很少，而且极为集中）。这种高科技园区应具备一些最基本的条件：①园内应有大学或技术研究所从事着至少某一技术分支的教学与研究，并在该领域享有盛名，成为园区科研核心；②园区内应形成公共研究机构与企业（包括国有企业、私营企业）紧密联系、相互合作研究的氛围；③为提高园区已有研究机构的科研水平，政府可以给予相应的倾斜，如让这些机构承担公共部门的大型课题；④加强环境和社会基础设施的建设，以吸引国内外高质量的科技人才；⑤用公共投资建设发达的信息通讯网络、完善的科学研究辅助设施等。第二，积极调整国家科学 研发的结构和布局，围绕着国家产业政策中重点发展的产业进行重点建设，在提高这些产业的区域集聚水平的同时，在这些产业中的一些产品领域构筑自己独特的具有国际水平的专业化优势，并以此作为资产参与跨国公司间的 研发合作，获取自己缺乏的技术资产。当然，国家宏观环境的建设成为必不可少的前提，如高度重视科技人才的培养和使用，加大对科学研究的投资力度，继续完善包括知识产权保护在内的法律制度，以及各种机构携手营造新技术产品化的环境等。新技术发展的客观现实要求政府、企业、学术机构共同合作去迎接新世纪的挑战。

## 第 9 章

# 跨国公司地区总部的建立与亚洲地区总部的区位

## 9.1 跨国公司地区总部制度的产生背景 ——全球化与本土化的平衡

在全球尺度上开展企业经营活动的跨国公司，始终面临着公司价值链各项活动的“配置”（悦读整理）与“调整”（悦读整理）的问题。前者指的是价值链活动在全球空间上的“集中”与“分散”区位问题；后者则主要指对全球价值链活动的“控制”和“协调”问题。而对上述问题的应对方法取决于各公司受到的“全球化”与“本土化”的压力程度。

促使跨国公司经营趋向全球化的因素有：①需求因素。大众宣传的国际普及、国际交流的扩大，世界各国消费者嗜好出现同质化趋势，因而形成全球性消费者群。②供给因素。关税、非关税壁垒缩小，各国间技术标准的差异正被世界标准化规格所取代。③技术因素。交通运输和信息通讯技术的飞跃发展，极大地提高了国际协调能力。面对世界市场正在向无国界的统一市场发展这一趋势，跨国公司改变原来将世界细分为很多个别市场的传统思路，开始把世界看作一个统一的大市场，不仅在全球尺度上实现公司经营资源的最佳配置，而且试图将这些经营资源合理组合起来，使之得到高效率的利用。

但另一方面，又存在着使跨国公司经营趋向本土化的因素：①世界贸易仍然受到各种非关税壁垒的阻碍；②外汇汇率问题使各国变成孤立的市场；③文化的差异产生了具有不同嗜好的消费者群体；④以柔性生产为代表的新的生产方式使规模经济利益逐渐失去意义。跨国公司必须要考虑国别市场的异质性和特殊性，相应地采取措施。

跨国公司根据各自面临的全球化与本土化压力，采取不同的战略，海外子公司与母国管理控制中心之间的关系也因此而有不同的表现（见图 9-1）。

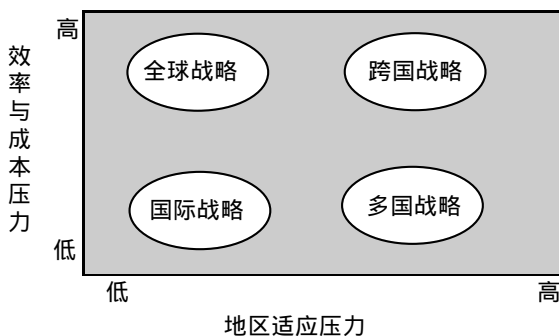


图 9-1 跨国公司的战略类型

资料来源：[美] 查尔斯·辛迪希尔著，周健临译：《国际商务：全球市场竞争》，中国人民大学出版社 2004 年版

当公司所面临的本土化压力大而成本和效率的压力相对较轻时，跨国公司倾向于采用多国战略（即建立多个子公司或工厂）。为了最大限度地适应差异化的市场和确保该市场上的占有率，跨国公司在主要国家的市场建立一整套价值创造活动，包括生产、营销和研发。通用汽车、菲亚特、飞利浦等公司采用了该战略。

强调盈利能力，追求低成本竞争优势的企业多采用全球战略（即建立全球性网络）。跨国公司将公司价值链中的生产、营销和研发活动集中于世界上若干个有利的区位，通过实现规模经济和利用各区位特有的优势，来实现全球范围内的低成本优势。这样的公司向全球市

场提供的是标准化的产品，往往不会根据地区条件而轻易改变产品供应和营销策略。如半导体产业领域的英特尔、德州仪器、摩托罗拉等公司以及大多数拥有多产品领域的日本跨国公司普遍采用这一战略。

克里斯托夫·巴特利特和休曼塔拉·戈沙尔在 1985 年发表的论著中指出，从 20 世纪 70 年代起，有些跨国公司开始采用国际战略（即国际战略）。这种战略是指公司通过向海外转让有价值的技能和产品来创造价值。此时，价值链中的 60% 活动集中于母国，制造与营销职能被置于每一个有业务的主要国家之中，尽管公司可能采取一些地方化的产品和营销策略，但仅仅局限在某一些部分。如麦当劳、宝洁、沃尔玛和微软等核心能力突出的企业采用了这一战略。

上述采用多国战略、全球战略和国际战略的跨国公司的管理控制状况各有特点，如图 10-1 所示

实施多国战略的跨国公司，虽然其海外子公司相当独立且有高度的自主权，可以较好地适应当地市场，但随着海外子公司数目的增多和海外事业领域向多元化方向发展，公司经营资源会显得过于分散，在小规模市场内的重复投资容易导致经营资源的浪费，阻碍公司资源整体效应的充分发挥，因而不适宜公司全球竞争优势的确立。相反，在实施全球战略的跨国公司中，公司的管理职能和决策权高度集中于公司总部，总部与海外子公司的关系呈 1 对 1 的个别关系，海外子公司相互之间很少存在业务往来。这种组织模式的最大弊病是不能很好地适应本土化要求，不利于有效地利用当地各种资源。即使是第三种战略——国际战略，也仍然未能很好地克服地区适应性差和因重复投资导致高成本的弊端。

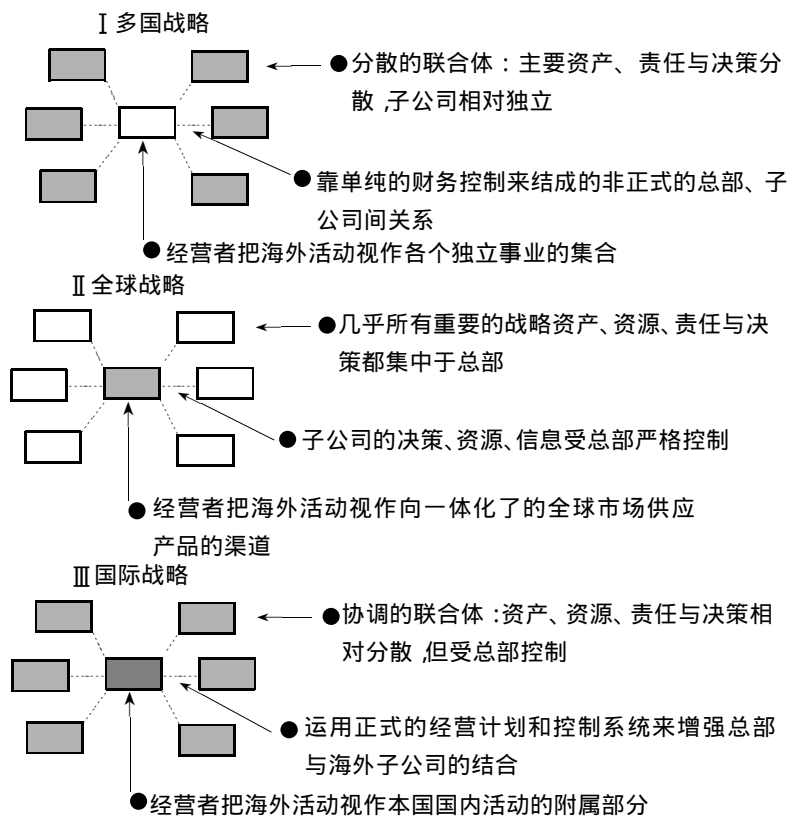


图 9-1 多国战略、全球战略和国际战略下跨国的公司组织管理与控制模式

资料来源：月期城 悦里取 耶尔造 杂吃排生 粤制降月奥读呼 匀增随

月送算各精看者列译 员恩 责恩 缘

自 20 世纪 80 年代中期以来，企业间竞争日趋白热化，在全球尺度上开展经营活动的跨国公司同时面临着降低成本压力、提高地区适应压力和加快技术创新压力，然而以往的战略都不能同时解决这些压力。能够提高全球竞争力、灵活适应多种市场特性、开发全球性的学习创新能力的战略是跨国公司战略的第四种类型——跨国战略

（来源：转引自《世界经济》）采用这种战略的跨国公司在对子公司的管理与控制方面，必须做到以下三点：①确立帮助企业广泛而灵敏地适应复杂多样环境的多元化视角和能力，总部要对当地的问题保持敏感性，而当地子公司要很好地领会总部的意图；②在把公司物质资产和管理能力向各国分散的同时，建立起相互依存、相互促进的关系；③把分散在世界各地的子公司看作是公司整体发展所需要的各种新构想、新技术、新能力和新知识的源泉，并使这些经营资源在公司内部的网络中流动起来（见图 源京源）。

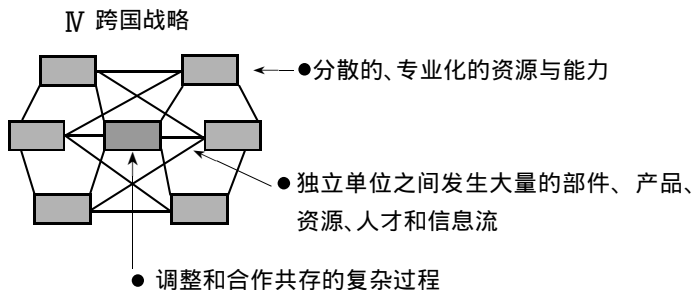


图 源京源 跨国战略下跨国公司组织管理与控制的网络化模式

资料来源：同图 源京源

跨国战略被认为是可以帮助跨国公司同时解决相互矛盾的一系列问题的理想模式，然而也正因为它是理想的模式，其在现实环境中很难实现。巴特利特和戈沙尔也承认建造一个能支持跨国战略姿态的组织是复杂和困难的。

综上所述，全球化和本土化这两种相互矛盾的方向，对跨国公司战略和组织模式提出了挑战。跨国公司为了在全球竞争中确立和维持竞争力，既要适应个别市场的特殊性，又要在全球尺度上对公司的生产、销售、研究与开发活动进行统一管理、控制和协调，也就是说，必须找出两者的结合点。作为一个现实的次优方案，地区总部制度因此而诞生，即把世界分为若干个区域，在主要的区域设立地区总部，以便统一管理和协调区域内的企业活动。

## 9.1 跨国公司地区总部的职能

### 9.1.1 早期的跨国公司地区总部

所谓地区总部，是指在总部制定的全球经营战略框架下，从区域层面上对区域内数个国家的子公司价值链中各项活动予以统筹管理和协调，并负责制定公司区域性经营战略的组织形式。

最早提出地区总部构想的是美国的跨国公司，从 20 世纪 50 年代末到整个 60 年代，美国跨国公司在欧洲设立了地区总部。当时的背景是欧共体和欧洲自由贸易联盟的诞生以及美国跨国公司在欧洲的生产、销售活动迅速扩大。为了有效地管理在欧洲的子公司，美国跨国公司在公司的组织结构上进行了大胆的尝试，在瑞士的日内瓦、苏黎世，法国的巴黎，英国的伦敦以及比利时的布鲁塞尔等城市设立了欧洲总部（见表 9-1）。瑞士因为政治比较稳定、为欧洲金融中心、对伞型公司设置低税率等原因而倍受美国跨国公司的青睐，但后来因为其严格控制外国居住者等原因，美国跨国公司的欧洲总部开始转向巴黎、伦敦、布鲁塞尔等其他国家的首都。

在设立欧洲总部之前，欧洲的事务由设在总部的国际事业部的欧洲负责人来管理。当时欧洲总部的责任与权限主要包括：①对整个欧洲的经营负责；②负责人才的培养和晋升；③推进营销职能的标准化；④促进生产的合理化；⑤从欧洲的视角就公司的长期战略、多元化发展、融资等问题向美国总部提出建议等。

然而，这一时期设立的欧洲总部在后来有很多都逐渐缩小或撤退了。主要原因有：①新修订的法律强化了对海外子公司的课税；②维持地区总部的相关费用增加；③同总部的沟通难度大；④地区总部的责权不明确，执行力有限；⑤同各产品部门组织间的关系难以处理；等等。总的来讲，在当时的环境下，美国总部缺乏明确的全球经营理

念，其地区总部尚未具备作为“总部”应有的职能，进而未能达到提高区域整体效率的预期目标。也就是说，在很多的跨国公司中，由设立地区总部带来的效率尚不及地区总部的维持费用。

第二轮高潮掀起于 20 世纪 80 年代后半期到 90 年代，此时的主角是日本的跨国公司。自 1983 年以来日元的急速升值和主要市场上接连不断的贸易摩擦，迫使日本企业从出口中心的国际经营转向了海外生产。为促进海外市场上的经营本土化，很多日本跨国公司在欧洲和美国纷纷设立了地区总部。

这一时期也是东亚、东南亚这一新兴市场迅速崛起和作为世界性的加工出口基地的地位逐步被确立的时期，欧、美、日等跨国公司开始将东亚、东南亚地区视为一个重要的战略性区域，由此出现了设立亚洲地区总部的新动向。

在这里需要特别补充的一点是，这一时期席卷全球的地区经济一体化浪潮——耘裁（欧盟）、晕粤云裁粤（北美自由贸易协定）、粤云裁粤（东盟自由贸易区）等地区性市场的形成，对跨国公司地区总部的设立起了极其重要的推动作用。

表 源原员 员愿年代在欧洲设立地区总部的美国跨国公司

	公司名称	行 业	城市
员	悦粟灶孕列爆灶译	食品	布鲁塞尔（比利时）
圆	悦粟灶垦旱郎春舜	玻璃	布鲁塞尔（比利时）
猿	粤粤阴圆阅理燥	—	布鲁塞尔（比利时）
源	匀粟灶译	化学	布鲁塞尔（比利时）
缘	陨损	化学	布鲁塞尔（比利时）
远	陨裁	通讯	布鲁塞尔（比利时）
苑	酝燥灶译燥	化学	布鲁塞尔（比利时）
愿	孕粤粟	医药品	布鲁塞尔（比利时）
怨	陨粤粟灶孕粤译	食品	布鲁塞尔（比利时）

续上表

	公司名称	行 业	城市
园	粤粤曾	航空	日内瓦 (瑞士)
园	悦悦	建设设备	日内瓦 (瑞士)
园	悦悦	化妆品	日内瓦 (瑞士)
园	悦悦	化学	日内瓦 (瑞士)
园	悦悦	化学	日内瓦 (瑞士)
园	悦悦	电机	日内瓦 (瑞士)
园	悦悦	通讯	日内瓦 (瑞士)
园	悦悦	计算机	日内瓦 (瑞士)
园	悦悦	家电	日内瓦 (瑞士)
园	悦悦	乐器、玩具	伦敦 (英国)
园	悦悦	医药品	伦敦 (英国)
园	悦悦	运输机械	伦敦 (英国)
园	悦悦	医药品	伦敦 (英国)
园	悦悦	石油	伦敦 (英国)
园	悦悦	刀片	伦敦 (英国)
园	悦悦	石油	伦敦 (英国)
园	悦悦	金属	巴黎 (法国)
园	悦悦	钢铁	巴黎 (法国)
园	悦悦	—	巴黎 (法国)
园	悦悦	计算机	巴黎 (法国)
园	悦悦	—	巴黎 (法国)
园	悦悦	—	苏黎世 (瑞士)
园	悦悦	产业机械	苏黎世 (瑞士)
园	悦悦	产业机械	苏黎世 (瑞士)

续上表

	公司名称	行业	城市
猿	悦则	—	苏黎世(瑞士)
猿	阅绿悦	化学	苏黎世(瑞士)
猿	蕴	电机	苏黎世(瑞士)
猿	粤	金属	卢塞恩(瑞士)
猿	孕	烟草	卢塞恩(瑞士)
猿	故	化学	卢塞恩(瑞士)
源	故	—	卢塞恩(瑞士)
源	月	运输机械	法兰克福(德国)
源	阅	—	法兰克福(德国)
源	匀	计算机	法兰克福(德国)
源	运	金属	法兰克福(德国)
源	杂	化学	法兰克福(德国)
源	杂	医药品	米兰(意大利)
源	先	木材、造纸	米兰(意大利)
源	隰	—	其他
源	砸	电机	其他
缘	哉	轮胎	其他

资料来源:(日)株式会社长银综合研究所:《日美欧多国籍企业的东亚战略》(总论),总研调查,员园,第 页。

## 源 跨国公司地区总部职能

地区总部是介于公司总部和分散在世界各国的海外子公司之间的一种组织形式,在公司全球网络体系中占有重要的战略性地位。一方面,跨国公司以地区总部为中心制定地区性战略,构筑区域内网络,以促进区域内经营资源的相互利用和合理流动;另一方面,跨国公司

又将公司的地区性网络相互联接起来，构筑域际网络，以谋求经营资源在全球尺度上的高效率利用。区域内网络和域际网络相结合，共同形成了跨国公司的全球网络。跨国公司设立地区总部的目的和任务如图 9-1 所示。

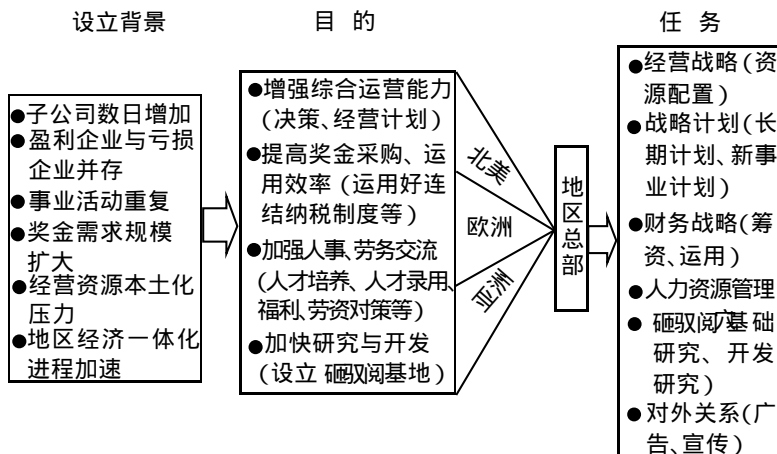


图 9-1 跨国公司地区总部设立的背景、目的与任务

资料来源：（日）高桥浩夫：《全球经营的组织战略》，同文馆 1995 年版

地区总部的核心职能是整合公司各项经营资源——促进有形资产（人力资源、物质资源、资金资源等）和无形资产（技术、经营管理经验和诀窍等）在区域内的有机联系和相互利用，并提高公司的决策效率。地区总部的具体作用和地位因公司而异。主要职能可分为以下四种：

第一种职能：伞型公司（伞型公司）职能。当区域内子公司数目增多时，会出现盈利的黑字公司和亏损的赤字公司并存的局面，把这些子公司编入地区总部管辖之下，可相互抵消盈亏，以达到降低税额的目的。

第二种职能：经营参谋（经营参谋）职能。即利用各种专业知识，向子公司经营者和各职能部门提供企划、调查、法务、信息处理、国际

财务、税务、宣传广告、人事、教育制度等服务，或向子公司提供此方面的忠告和指导，并支援子公司的经营活动。将分散于各子公司的上述职能集中于地区总部，不仅有助于提高业务效率，而且也有利于贯彻总部的总体战略。

第三种职能：综合协调职能。从经营本土化的角度出发，尽可能地在区域内解决从人（人事、教育培训）、物（材料和部件采购、销售）、财（资金筹集、运用）到信息（包括 硬双阅）的经营资源，以便在区域内构筑从研究与开发→生产→销售→售后服务的完整的价值链体系。

第四种职能：成为在区域内发展新事业的推动主体。进一步向区域内转移经营、研究与开发、生产、销售职能等，地区总部会逐渐发展成为“小型总部”，不仅策划和协调各项经营活动，还要开展地区独立的新产品研究开发活动和开拓新的事业领域，因而地区总部具备一定的制定战略的能力。

### 源图 影响跨国公司地区总部职能的主要因素

上述四种职能，实际上表现出了地区总部职能从初级到高级发展的轨迹，故也可称为跨国公司地区总部职能的四个发展阶段。地区总部的职能究竟能达到哪一个水平，主要受制于公司组织结构、出资比率、区域内子公司成立时间和所在区域等因素。

#### 援跨国公司组织结构与地区总部职能

在全球范围内活动的跨国公司的组织结构大体有三种类型：全球产品事业部制、全球地区事业部制和全球矩阵结构（见图 源景缘。全球产品事业部制，多为那些产品多样化程度较高，且国内的组织结构以产品为单位划分部门的企业所采用。在这样的组织模式中，每一个事业部都是独立的实体，对该产品领域的全球性的价值创造活动负全责，包括海外战略的制定。因此，当公司采取产品事业部制时，即使设立跨事业部门的地区总部，所能行使的职能只会是上述职能中的第二职能或第三职能，难以达到第四种职能水平。也有一些跨国公司是

以事业部门为单位来设立各自产品领域的地区总部，并把该产品领域的地区战略职能权限下放到地区总部。有些跨国公司甚至将部分产品事业部的本部职能转移至自身认为最适宜的区位点，这是目前地区总部所具有的最高水平的职能权限。例如，美国的 粤 载 再 公司（美国电报电话公司）将有线电话的总部移向法国；日本的佳能公司将计算机的生产与销售管理总部移到香港，而把打印机的管理总部移向美国的洛杉矶。

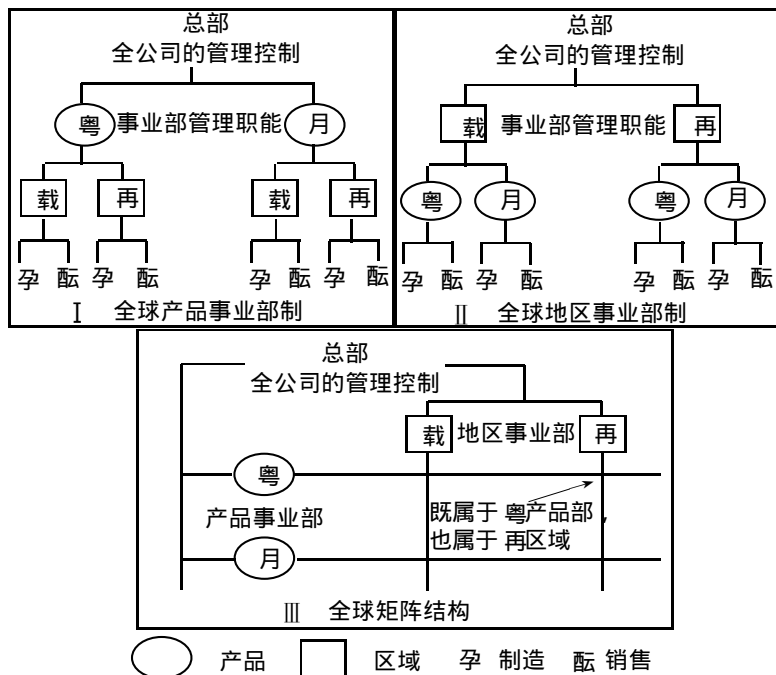


图 9.1 全球尺度上活动的跨国公司的组织结构类型

公司产品多样化程度低，产品市场在国家与区域间存在较大差异，而且国内组织结构以职能为基础的公司倾向于采用全球地区事业部制。这样的结构把全球划分为若干区域，每一个区域可以是一个国家（具有足够大的国内市场）或邻近的若干国家，每个区域都拥有一

套较完整的价值链体系——生产、营销、研究与开发、人力资源和财务资源等，并在很大程度上是独立自主的实体。在这样的组织模式中，地区总部所能行使的职能可以达到第四种职能阶段，因为它比设立在国内的地区事业部更接近当地的地区总部，所以有条件根据各地区的具体区情制定所辖地区的经营战略。

当公司产品线丰富，所跨国家和区域广泛，而且公司的海外生产比率不断提高时，如果公司采用产品事业部制，就会面临重复投资、地区适应能力差、区域间难以协调等问题；相反，如果公司仍然采用地区事业部制，那么公司的产品整合能力将受限制。为克服两种组织结构存在的弊端而出现了第三种组织结构——全球矩阵结构。在经典的矩阵结构中，组织按产品和地区二维方向发展，有关某一产品的经营决策权由产品事业部和公司的地区事业部分享，两个事业部享有同等的组织地位，从而强化职能的双重性。在这种混合制组织结构中，其僵化的组织本身包含了产品部门和地区部门相互对立的不稳定因素，因此，地区总部所承担的最主要的任务是协调产品部门和地区部门，即以第三种职能为中心。

#### 圆援跨国公司海外子公司的所有结构与地区总部职能

海外子公司的所有结构状况也会影响地区总部的职能。如果区域内子公司多数为独资公司（出资员源豫的完全子公司），那么地区总部的调控能力较强，可以达到较高的职能水平；当子公司中合资企业较多时，公司的决策要由出资各方共同制定，所以，地区总部的职能必须在充分考虑与合作伙伴间关系的基础上决定。

#### 猿援跨国公司子公司的年龄与地区总部职能

区域内子公司所设年限较长，而且子公司经营已步入正常轨道时，统辖子公司的必要性相对较弱，地区总部难以达到高级职能。

据日本企业研究会于员源愿年针对日本源家大型跨国公司所进行的调查资料表明，已有圆家公司在海外设立了地区总部，正在考虑设立地区总部的有员家，今后将考虑设立地区总部的有员家，三者共占被调查公司总数的苑豫。这些公司对地区总部所发挥职能的看

法，以第三种职能和第二种职能居多；而从今后的发展趋势看，地区总部职能在近期内也仍以这两种职能为主，但第四种职能将逐渐增加。日本的地区总部职能中第三种职能即协调职能最受重视，这主要同公司的组织结构有关。在上述 10 家公司中，采用混合制（即全球矩阵结构）的占多数（占总数的 70%），而采用地区事业部制和产品事业部制的公司各占 15% 和 15%，这样一来，地区总部向高级职能转移必定会受到一定程度的限制。

### 源区域特性与地区总部职能

地区总部的职能也常常因具体所在区域而有所不同。以日本的跨国公司为例，设在美国的地区总部以第一种职能居多，原因主要有两点：一是美国的地区总部的前身多为伞型公司或金融公司，设立地区总部有助于调整所控制的子公司的收益，以减轻负税；二是美国各州在税制和法律上有较大的差别，地区总部可以选择有助于减轻公司负税总额的区域区位。此外，美国的地区总部还常常具备第二种职能，这是因为在美的业务经常会遇到反倾销、专利、产品责任等法律诉讼的问题，由地区总部作为代表统一处理，从能力和成本上都是明智的选择。

日本跨国公司设在欧洲的地区总部，随着欧洲一体化的程度加深而被赋予了更高的职能，不仅对区域内生产活动进行一体化管理和控制，而且也开始对研究与开发活动进行一体化管理和控制，同时还负责制定欧洲区域内的发展战略。

相比之下，日本跨国公司的亚洲地区总部的职能主要侧重于对物流和销售等价值链基本活动的一体化管理和控制，战略层面上的职能相对较弱。这是由许多主客观因素所决定的。从主观因素来看，日本位于亚洲内，亚洲战略完全可以由日本总部直接制定；从客观条件上看，亚洲的经济一体化程度远不及欧美，各国市场的异质性大，而且相互分割，尚难以赋予很高的职能水平。

尽管如此，还是可以总结出各大区域共同的职能活动内容，它们是：

- (员) 收集区域信息；
- (圆) 协调母国总部的全球战略和本地区战略；
- (猿) 监督区域内子公司的活动；
- (源) 对区域内运营进行决策。

### 源圆 地区总部的“三极”体系

目前，跨国公司设立地区总部最多的地区为北美、欧洲、亚洲这三大地区，因此，母国的总部（总部）和若干个地区总部在公司经营战略的制定和管理上形成多极结构。因为统辖母国所在地区的海外子公司业务的任务往往由总部来承担，再加上世界著名的跨国公司又高度集中于欧、美和亚洲的日本，所以，跨国公司最常见的管理组织的空间形式为“三极”结构体系。日本的一些跨国公司把统辖日本以外亚洲子公司的职能转向海外，对于这些公司而言，公司的管理组织在空间上呈“四极”结构（日本总部和亚、欧、美地区总部四足鼎立）。

## 源猿 跨国公司地区总部的区位因素

在跨国公司的组织管理体系中各项业务职能有明显的等级性：母国的总部位于组织的最高层；分别管辖欧洲、北美、亚洲的地区总部占据中间层；具体负责各国当地生产和销售的国别总部在基层。

在空间上，各级业务职能的区位特色鲜明。统辖世界的总部设在母国；各国当地法人总部设于子公司生产与销售活动活跃的国家；而地区总部的区位自由度较大，因其事业内容属于纯粹的业务职能，在空间上既不受母国的限制，又可以离开具体的生产职能和销售职能而独立存在，所以区位选择幅度较宽（见图 源源圆）。

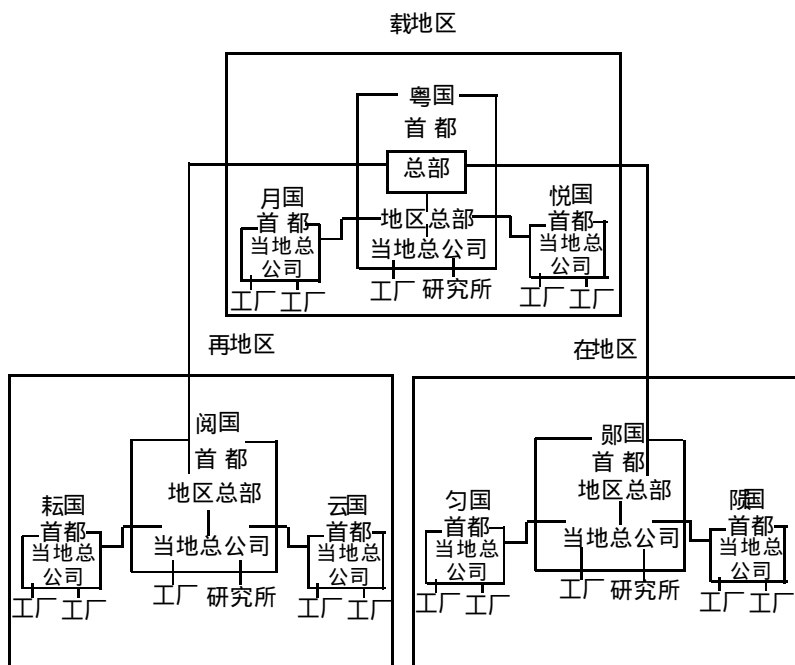


图 源源 跨国公司组织管理体系与地区总部

从职能性质看，地区总部的职能属于业务职能，一般包括经营战略、计划、管理，人事、劳务，财务、会计，法务，宣传、广告，调查等内容，而且这些业务活动主要在事务所内开展。因而从区位选择上看，它同工厂（生产职能）、营业所（销售职能）、研究所（研究与开发职能）的区位截然不同，具有独特的区位要求和区位特点。

无论是总部还在地区总部，均以决策和管理作为其中心业务，在这一点上，地区总部与跨国公司总部有许多共同之处，只是总部与地区总部在业务职能上有等级差别，所服务的地理范围也不同。因此，影响跨国公司总部区位的很多因素对地区总部的区位也同样具有重要意义。

影响地区总部区位的主要因素主要有以下几方面：

(员) 信息生产与传输。地区总部作为跨国公司设在国外的重要决策和管理部门，为减少其决策和管理过程中存在的不确定因素，需要以大量的信息为依据，尽可能准确地把握国外的经济、政治形势及其变化趋势。很显然，其区位要倾向于大量产生高度的、多样化的信息集聚地——地区内主要的大城市。

地区总部与区域内子公司、母国总部之间的日常联系，主要靠信息交换来实现。信息不仅交换量大，而且又多为跨国的国际交换，因而对信息通讯手段的要求很高。而各种国际通讯手段，如同轴电缆、光缆、交换机系统、传输装置、卫星天线等一般都是首先在一国首位城市（首都或首府）或少数特大城市进行建设。

(圆) 企业服务业集聚水平。地区总部业务的顺利开展需要一系列企业服务业的支持，尤其是当地区总部规模较小时，对外部的企业服务业有较深的依赖。企业服务业的集聚可使地区总部享受外部经济效应。因此，东道国金融、证券、保险业，房地产业，广告业，市场调查、咨询业，会计、法律服务以及信息服务业的发育水平和对外开放程度等，是跨国公司选择地区总部区位时考虑的重要因素。

(猿) 国际交流基础设施。地区总部的业务活动产生了频繁的人员流动，这对国际空港、国际标准的饭店设施、国际会议中心等设施的水平 and 可利用程度提出很高的要求；当母公司选派常驻人员时，他们对生活环境及子女的教育环境也有相当高的要求。

(源) 地区中心性。地区总部的主要使命是管理区域内的子公司，为其提供经营支援服务，并协调和调整子公司之间的关系，因此，地区总部在其区位选择上格外重视地区中心性。中心性的内涵比较丰富，从跨国公司设立地区总部的角度看，地区中心性应包括：①地理位置的中心——物理的距离中心；②交通中心——时间上的距离中心；③经济中心；④职能中心——一体化区域超国家机构的集中性；⑤接近当地法人公司——子公司分布中心；等等。

(缘) 高水准中心商务区的存在。地区总部的日常业务活动是在事务所的空间中开展的，所以，大城市中心商务区（悦月）能否提供高

密度、高水平、价格合理的写字楼也是地区总部区位决定中必然要考虑的因素。

除此之外，高素质专门人才的供应状况、东道国政局的稳定状况以及对地区总部的态度等，也是影响区位的重要因素。

总之，信息因素、外部经济因素、人员流动与业务交流基础设施因素、地区中心性因素以及写字楼的供应等因素，是影响跨国公司地区总部的主要因素。而能够满足上述区位要求的地域空间极为有限，只有那些各项高级职能密集、能够提供完备的基础设施，而且国际化水平很高的首位城市（首都或首府）以及少数特大城市，才有可能吸引跨国公司的地区总部。因此，跨国的地区总部的区位表现出强烈的首位城市指向性。

## 9.1 亚洲主要城市的国际商务职能建设与跨国公司亚洲地区总部的区位

### 9.1.1 跨国公司亚洲战略的变化

跨国公司在亚洲设立地区总部虽晚于北美和欧洲，但随着东亚、东南亚地区成为世界经济成长中心，跨国公司对东亚、东南亚地区的投资战略也因此而发生较大变化。变化主要表现在：①跨国公司的事业领域迅速扩大，区域内子公司间的生产联系逐渐增强，通过深化子公司间的分工在区域内形成从原材料→中间产品→终极产品的完整的生产体系。②由于工资水平上升的压力以及当地消费结构的变化，跨国公司的海外投资向高附加价值化方向发展。跨国公司对制造业的投资从劳动密集型通用产品的生产向知识、技术密集型产品的生产过渡。③面对趋向一体化的广域市场（东南亚自由贸易区），为扩大市场占有率和增强开拓新市场的能力，在构筑区域内的公司内部网络的同时，同其他国家的跨国公司强强联手建立公司间网络。

投资战略的变化迫切要求跨国公司在亚洲设立地区总部，这是从20世纪70年代起跨国公司纷纷在亚洲设立地区总部的主观背景。

### 源源图 亚洲特殊的区位条件

从跨国公司地区总部区位选择的角度看亚洲（实际上主要为东亚、东南亚地区）时，该地区有着区别于欧美等世界其他地区独特的区位条件，主要表现在：①该地区国家积极鼓励外国直接投资，部分国家对跨国公司地区总部给予特别的优惠措施；②该地区各国的经济实力及各项高级职能高度集中于首位城市及其周围地区，尤其是外国直接投资向首位城市一极集中的现象异常突出；③该地区各国围绕着城市“国际商务中心职能”的建设展开了激烈的竞争，建设“国际商务中心职能”成为城市发展的重要战略目标。

### 源源图 亚洲主要城市的地区总部引进竞争

至少有两方面的力量在推动着亚洲地区的国家和城市致力于引进跨国公司的地区总部：

（员）产业结构高度化的要求。随着经济的发展，以新加坡、中国香港为代表的东亚和东南亚主要国家和地区的劳动力成本上升，逐渐失去了作为生产基地的魅力，迫切需要转换其发展战略。金融服务、物流服务、贸易服务和信息服务等产业能够创造高附加值，因此，实现对跨国公司事业所服务的产业化无疑是实现产业结构高度化的中心课题。于是亚洲的主要城市纷纷制定国际商务中心建设计划，紧锣密鼓地建设各项软硬件设施，致力于相关职能的引进。

（圆）跨国公司地区总部区位的直接和间接经济效应。如上文所述，跨国公司地区总部承担着多样化的中枢业务职能，其区位必然会对金融、法务、咨询、信息处理、物流等企业服务业产生直接需求，而且会间接地促进国际金融市场和远洋航运、国际航空、饭店、旅游、会展等城市型服务产业的发展。而这些商务服务业的完善，反过来又会对包括地区总部在内的管理和控制职能产生吸引力，进而形成

良性循环（见图 9-1）。

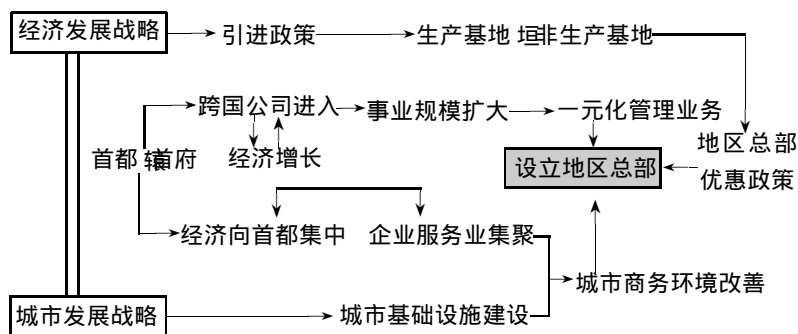


图 9-1 东亚、东南亚主要城市的商务环境建设与地区总部的设立机制

为了在引进亚洲地区总部的竞争中建立优势，这一地区的很多国家和城市把针对外国直接投资制定的优惠政策的适用范围从生产性领域扩展到服务业领域，包括积极鼓励跨国公司设立地区总部。目前针对跨国公司的地区总部制定优惠政策的国家有新加坡、马来西亚和菲律宾。

最初对跨国公司所设的地区总部给予优惠措施的国家是菲律宾（1976年），但真正将其作为经济开发战略的重要内容而提高到国家政策水平的是新加坡。新加坡于 1982 年提出“国际综合商务中心构想”，并对跨国公司的经营总部（总部）引入了税收等优惠政策。首先，建立了对跨国公司总部的认定制度，被认定为总部的企业可享受税收等优惠。例如对总部的业务收益，仅收 15% 的法人税，并对来自海外的子公司及关联公司的股息减免所得税。截止到 1985 年 1 月，100 多家跨国公司通过了总部职能的认定。

马来西亚也于 1986 年制定了以总部为对象的优惠政策，形成了与新加坡竞争的态势。被认定为总部的企业，马来西亚对其经营指导收入、融资收益、国内研发业务产生的专利收入等只收取 15% 的法人税。

设在菲律宾的跨国公司亚太地区运营总部，其源于菲律宾外的收



③政局稳定，政府清廉，政府对地区总部有明确的支持政策，并为之提供母公司般的服务。④可利用受教育水平高、具有较高英语水平的人力资源等。

### 援中国香港的区位优势

在亚洲，香港是对外国直接投资最为开放的城市，也是仅次于新加坡的商务环境最为优越的城市。招商局（附增城）作为香港政府的外资促进机构，为跨国公司在港设立地区总部（砸匀而争）或地区办事处（砸舜）提供专门的信息服务。截止到 圆园年，跨国公司在港设立的地区总部或地区办事处数量达 猿家<sup>①</sup>。截止到 圆年 月 日，在港从事地区性业务的海外企业共有 猿家，其中地区总部为 家，地区办事处为 家。按国家构成来看，美国公司设立的地区总部最多，达 家，其次为日本（家），英国居第三位（家）；在地区办事处方面，日本居第一位（家），其次为美国（家），中国大陆居第三位（家）。

据有关方面调查，在港设立地区总部或地区办事处的前五大因素分别为：低税率和简单的税制，自由的信息流，稳定且安全的局势，清廉的政府，发达的交通通信及其他基础设施。

此外，身为中国大陆的对外窗口这一特殊地位，显然是香港的独特魅力。在香港的地区总部和地区办事处中，怨以上是以香港和中国大陆作为直接的统辖区域，这也充分证明了香港在跨国公司进入中国方面所发挥的窗口和基地作用。

### 援中国台湾的区位优势

台湾地区对地区总部的魅力主要来自以下四大方面：

- （员）现代化高效率的远程通信系统；
- （圆）密集的国际航空网络；
- （猿）较高的技术水平和经营能力；

① 猿家地区总部包括：美国 家、日本 家、英国 家、法国 家、德国 家、意大利 家、加拿大 家、澳大利亚 家、新西兰 家、马来西亚 家、新加坡 家、香港 家、台湾 家、中国大陆 家。

(源 接近东亚市场。

然而，台湾地区存在着一些致命性的弱点，例如，政治局势不稳定、腐败问题严重、法律制度脆弱等。

目前，跨国公司在台湾地区设立地区总部的最主要理由是接近客户和供应商企业（如在电子工程和化学工业领域，台湾地区为亚洲重要的生产基地）。例如，几年前飞利浦公司将服务于全世界的经营组织与监测设备的生产基地从荷兰迁到台湾地区，原因在于台湾地区是世界重要的 集成电路生产中心，拥有宏基（~~台湾~~）等重要的客户企业。美国的德州仪器（~~美国德州仪器~~）简称 德州 也于 1989 年将亚洲地区办事处设在台湾地区，而接近客户层——当地的计算机厂商和电子关联设备厂商，是该公司最主要的区位动机。

源 中国上海的区位竞争力

中国大陆在吸引包括跨国公司地区总部在内的国际商务职能方面，有着区别于亚洲其他国家的特点，那就是中国有足够的理由可以成为跨国公司全球中枢管理组织结构中的“一极”：第一，中国大陆无论从流量还是存量上看都已成为跨国公司直接投资数量最多的一个“极”；第二，中国市场潜力巨大，各地区又差异悬殊、富有特色，可称之为“小世界”，跨国公司完全可以在中国不同地区利用各区域独特的资源优势开展资源开发、加工制造、研究与开发、金融、物流等多种经营活动。实际上已经有一批跨国公司在华设立了几家甚至数十家企业，有必要在中国建立统辖国内子公司的中枢管理机构；第三，国内已涌现出以上海为代表的具备国际商务中心雏形的国际性大城市，而且随着中国入世，金融领域和流通领域将迅速对外开放，吸引跨国公司中枢管理职能的区位条件初步确立，并且以极快的速度趋于完善。<sup>①</sup>

迅速成长的中国大陆市场和连年增长的外国直接投资，正在提升

<sup>①</sup> 据有关方面报道，截止 1995 年 1 月底，共有 10 家跨国公司将地区总部（实际上多为中国总部）设在上海浦东。

国际大城市上海作为地区总部的区位优势，在上海落户的跨国公司地区总部已达 40 多家，浦东新区的陆家嘴金融贸易中心正在成为这些总部的基地。粤通集团、粤通集团、粤通集团、粤通集团、粤通集团、粤通集团、粤通集团、粤通集团、粤通集团、粤通集团等企业纷纷宣布将全部或部分的亚洲太平洋地区总部迁到上海。

然而，上海的地区总部与其说是覆盖整个亚洲太平洋地区的地区总部，不如说是统辖大中华圈、东北亚或者是在华业务的总部。如美国最大的快餐控股公司 麦当劳 (其属下的肯德基与必胜客在华形成最强的快餐连锁网) 虽然将原来设在台湾地区的地区总部移到上海，但东南亚的业务仍由设在新加坡的基地统管。一些障碍因素的存在使上海难以成为跨国公司理想的亚太地区总部，常常被指出的问题主要包括以下几方面：

- (员) 从地理位置上，上海远离东南亚和大洋洲；
- (圆) 上海的商务环境对大规模和复杂的区域性业务不利；
- (猿) 通信和交通基础设施不够发达，特别是国际航线远不如香港和新加坡发达；
- (源) 金融和其他服务的可信度尚有一些距离；
- (缘) 规制不透明，仍存在不公正的交易惯例。

尽管如此，巨大的且正在现实化的市场潜力和逐步得到改善的商务环境，吸引着越来越多的跨国公司的战略目光。如法国的通信公司阿尔卡特，于 2001 年投资 10 亿美元收购上海贝尔的股份 (占有了上海贝尔 33% 的股份)，这样一来，阿尔卡特在华的投资已达 10 亿美元，从业人员多达 10 万人。随后阿尔卡特从资产、管理机构和业务三个层面上对阿尔卡特在华的企业和上海贝尔进行整合，这正是阿尔卡特将地区总部设在上海而非香港和新加坡的重要理由。

#### 缘 日本东京的区位竞争力

东京是世界性的金融贸易中心和交通运输、信息中心，集中了日本本土绝大多数大公司的总部，也是本土跨国公司的大本营。然而在吸引跨国公司的地区总部方面，东京却远远不及新加坡和香港等亚洲

城市。主要原因可以归纳为以下几点：①日本本身吸收跨国公司的直接投资很少，日本合同利用云邲员(外国直接投资)到员愿年第一次突破员园亿美元(日本是世界主要发达国家中惟一的对外和对内直接投资严重不平衡的国家，云邲员存量的对外和对内之比，圆园园年约为员员，而员愿缘以前一直在员圆以上)，而且，对日本有投资的欧美跨国公司主要的业务辐射范围限于日本国内。②复杂的文化环境和商业习惯，复杂的流通体系、“系列”模式、重视人际关系的文化特性、语言的壁垒等，是欧美国家企业在日本开展商务活动中普遍感到困惑的因素。③高昂的商务成本和生活成本，这是由东京的人力资源和土地资源供给的稀缺性所决定的。④日本尚不存在像新加坡经济发展厅(耘邲员)那样可以提供一站式服务的政府窗口机构。⑤远离东南亚、大洋洲，地理位置较孤立。⑥由于历史、民族、文化等原因，可覆盖大半个亚洲太平洋地区的以个人为媒介的信息网络未能扩展到日本本土。

总之，尽管亚洲各大城市为吸引包括地区总部在内的国际商务职能，围绕着悦邲员国际金融中心、海运和航空中枢、信息通信基础设施等硬件建设以及放宽管制、提供优惠政策等制度建设展开了激烈的竞争，但如果对城市业务职能环境标准进行综合评价，新加坡和香港的区位竞争力依然十分突出。虽然这两个城市的业务成本的确高于本地区其他城市，但国际金融和贸易中心的地位、自由宽松的商务环境、完善的城市基础设施、高水平企业服务业高度集聚等因素足以抵消成本方面的劣势。而且这两个城市均有较为广阔的经济腹地，语言、文化等方面的国际交流障碍也小，因而对跨国公司的亚洲地区总部有着较强的魅力。

新加坡和香港在吸引跨国公司地区总部职能方面，也各有独特的区位竞争力。如新加坡的优势主要体现在它是连接东南亚、大洋洲和南亚的结节点，而香港的优势更集中在它是中国大陆的窗口和华侨资本的网络中心这一点上。如今新加坡吸引了大量跨国公司亚洲总部，成为跨国公司最重要的亚洲总部集聚中心。而且随着跨国公司国际经

营进一步向印度等南亚国家扩展，位于太平洋和印度洋交接处的新加坡的区位优势将进一步得到加强。而中国加入 宰裁的也将进一步增强香港作为中国大陆国际窗口的作用以及连接中国大陆与东南亚的国际中枢作用。

## 源缘 新加坡的跨国公司地区总部区位 环境与亚洲地区总部的职能

### 源缘员 “国际综合商务中心构想”与 韵匠计划

于 员苑缘年从马来西亚独立的新加坡，积极推动本国的出口导向型工业化。为吸引外商直接投资，新加坡政府采取了一系列战略性举措；推进国际贸易和投资的自由化；调控工资等区位成本；降低法人税率，同时对特定产业实施优惠税制；大力改善国际海港、空港、高速公路等基础设施条件；开发大规模的工业园区等。新加坡依靠外资的出口导向型工业化取得了成功，员苑远~ 员苑猿年间，其经济实现了年平均 员圆豫的高速增长。

在经济发展取得初步成效后，自 员世纪 苑年代末起，新加坡将经济建设中心从劳动密集型产业转向资本密集和技术密集型产业，鼓励发展金融、商业、旅游、运输、通信、计算机、医疗、知识服务等产业。各种产业，特别是金融及企业服务业得到了迅速发展，新加坡确立了国际金融中心的地位。然而石油危机后，世界经济的不景气也波及到了新加坡，员愿缘年新加坡首次经历了负增长，产业结构的高级化进程受阻。为走出困境，新加坡政府制定了“国际综合商务中心构想”，这一战略的目标在于推进高附加值制造业和金融、企业服务业两大部门的良性互动发展。至于具体的行动计划方面，新加坡政府决定把新加坡建设成为跨国公司地区总部的集聚地，这就是著名的

“韵匀匠计划”。新加坡政府认为地区总部的设立将推动金融、财务与投资管理、营销、研发与设计、国际采购业务的发展，进而促进其制造业结构的升级和知识密集型服务业的发展。

员愿年新加坡出台的韵匀匠计划在此后继续得到加强，员愿源年新加坡开始实施事业总部（月匀匠）计划，员愿近年新加坡设立了制造总部（酝匀匠）奖，员愿年它又推出了世界总部（郟匀匠）计划。<sup>①</sup>

员愿年远月，新加坡经济发展厅（简称耘匀匠）制定了《员世纪产业发展计划》（员世纪产业发展计划，简称员世纪）。<sup>②</sup> 发展知识经济是员世纪的核心内容，而总部经济仍占据中心地位。为发展总部经济，耘匀匠提出到员愿年引进缘匀匠家具有世界水平的区域性、国际性意义的总部。员愿年，有员匀匠家企业被授予匀匠资格，这些企业的投资额达愿亿新加坡元，创造了员愿个新就业机会（约愿匀匠为熟练及知识方面的业务）。据耘匀匠统计，截止到员愿年，在新加坡的员愿匀匠家跨国公司中，员愿匀匠已经具备了区域性业务和与总部相联的职能，其中共有员愿匀匠家公司获得了韵匀匠认证。

构成新加坡总部群的企业来源分别为美国（猿匀匠）、欧洲（猿匀匠）、日本（员匀匠）、其他国家（员匀匠）。从产业构成看，这些总部群所在的产业领域较为广阔，涉及工程（愿匀匠）、电子工程（愿匀匠）、化学（员匀匠）、生物医学（员匀匠）、信息通信和媒体（愿匀匠）、服务业（缘匀匠）、供应链管理 物流（源匀匠）、其他（源匀匠）。

① 韵匀匠为韵匀匠的简称，指对区域内（如亚洲、亚太地区等）的子公司和关联公司进行一体化管理和控制的经营总部；月匀匠为月匀匠的简称，指以新加坡为基地向区域内子公司、关联公司提供技术、服务的企业；酝匀匠为酝匀匠的简称，指从事与制造相关的生产技术开发和基本技术开发业务的企业，或为区域内工厂提供上述服务的企业；郟匀匠为郟匀匠的简称，指将总部职能全部设在新加坡的公司。

② 员世纪鼓励十大领域：生物医学、化学、教育、电子工学、工程、信息通信和媒体、物流、总部职能、当地潜力企业、健康。新加坡的目标是通过吸引上述领域跨国公司及其总部，将新加坡培育成为这些领域的世界性中心。



续上表

名次	国家	指数
第 1 名	卢森堡	1.27
第 2 名	奥地利	1.24

资料来源：郑秉刚、李洪宇、李海建、李海建、李海建、李海建

新加坡的樟宜国际机场自 1990 年投入使用以来已经连续 15 年获得国际航空运输协会（IATA）在乘客综合便利度方面的最高评价；英国的商务旅行杂志（Condé Nast Traveler）也给予该机场最高的评价。目前，樟宜国际机场有 12 家航空公司参与运营，连接着 15 个国家和地区的 15 个城市，每周定期航班多达 1000 多条。《世界竞争力报告，2001~2002 年版》（World Economic Forum）认为新加坡航空运输基础设施的质量名列世界第一位。

同样，新加坡港也得到了《世界竞争力报告，2001~2002 年版》的最高评价。2001 年，新加坡港获得了由亚洲海运产业奖颁发的亚洲最优秀海港奖，其经营者新加坡港务集团（PSA）也被授予最优秀集装箱码头运营奖（第 15 次获奖）。PSA 经营的中转集装箱码头是世界最繁忙的码头，处理全球 15% 的转运量，为客户提供通往 150 个国家 100 个港口的 100 多条航线（郑秉刚，2002）。2001 年，PSA 经营着的货物处理量达 1500 万标准箱（郑秉刚，2002）。

新加坡政府对信息技术的普及和应用非常积极。为了把新加坡建设成为亚太地区最有竞争力的通信技术中心，开设了环绕全岛的通信网（Singapore Telecom），开放了国内通信市场，而且还实施一系列鼓励政策。据《世界竞争力报告 2001~2002 年版》记载，2001 年新加坡的互联网普及度达 100%，新加坡 100% 的人口有宽频网络接驳能力，目前已取得每秒 100 兆兆位的国际联系带宽。世界经济论坛在 2001 年把新加坡评为全球十大网际网络建设水平最高的国家之一（郑秉刚，2002）。另外，新加坡还有效率非常高的交易文书的计算机处

理系统，世界首创的全国电子数据交换（EDI）系统，把商社同有关部门直接连接起来。每天 24 小时运行的 EDI 系统极大地提高了交易企业的效率，同时也大大降低了交易成本。

### 拥有良好的政府形象和亲商环境

新加坡政局稳定，清廉的新加坡政府深受实业界的信赖，政府的行政能力也得到了相关方面的高度评价。政府的各种规制透明、明快，官员也被认为是有能力的和有效率的。<sup>①</sup> 有规制权限的政府部门通常和民间部门保持着紧密的关系，在制定对实业界有影响的重要政策时，政府都要同贸易界和实业界进行协商。

### 拥有对外资自由开放的经济

一般情况下，新加坡政府不会以保护国内产业为由而对外资加以各种限制；对外资也不强加各种业绩要求；不限制投资者利用外汇；也没有特意为加速技术转移而提出技术水平和时间的限制；企业利润的汇出和资本输入是自由的，政府对资本收益不征税。为鼓励跨国公司把新加坡当作区域性的生产、服务和金融中心，新加坡政府提供了丰富多样的税收减免措施。仅以 1995 年为例，正如前所述，被认定为 1995 年的企业的服务收益只需交纳 15% 的法人税，并减免来自海外子公司及关联公司的股息所得税。

### 拥有发达的金融市场

为完善产品市场和生产要素市场，新加坡政府积极促进金融资源的流动。如今，新加坡拥有 100 多家本地和外国金融机构来提供丰富多样的金融产品和服务，它已经成为亚洲的美元市场中心、世界第四大外汇交易中心、世界第五大金融衍生商品交易者和世界第九大离岸贷款中心，新加坡在外汇交易方面仅逊于伦敦、纽约和东京。新加坡

<sup>①</sup> 香港《明报》1995 年 12 月 15 日、1996 年 1 月 15 日、1997 年 1 月 15 日、1998 年 1 月 15 日、1999 年 1 月 15 日的定期年度调查报告连续六年（1995-1999 年）把新加坡评价为全亚洲政府腐败案件最少的国家；区域金融杂志《亚洲金融》所进行的民意调查结果表明（1995 年 12 月号），新加坡政府的能力在亚洲得分最高；《亚洲金融》1995 年 12 月号的调查中，新加坡政府的透明度排名世界第一。

交易所（新加坡）是亚太第一所综合证券和衍生产品交易所，亚洲的知名企业都在这里挂牌上市。新加坡的投资风险业也相当成熟，截止到2004年，有150多家风险投资公司负责管理100亿新元的资金（新加坡）。

### 3. 2. 2 拥有竞争力的人力资源

新加坡劳动队伍的生产率、工作态度和技能水平得到了世界的公认。新加坡的劳动力市场由两大部分组成：一部分是受到良好教育的150万劳动力；另一部分是由100多万外籍劳动者所组成的未熟练者队伍。劳动力的绝大多数能说流利的英语，而且新加坡的劳资关系和谐，形成了对国家经济发展有益的劳动环境。为了不断提升人力资源的品质，新加坡实施了各种培训和进修奖学金计划，如1000万新元的培训和实习计划（新加坡），协助制造业和服务业培养技术、技能人才。此外，为扩充人力资源，多年来新加坡不遗余力地实施海外优秀人才的引进计划。

### 3. 2. 3 拥有高质量的生活水准

新加坡拥有良好的教育、购物、运动、休闲设施，生活质量在亚洲居前列。据《亚洲周刊》2004年的调查，新加坡的生活质量在亚洲主要城市中排名第10位（第1位和第2位分别为日本的福冈和东京）。

总之，新加坡充分利用具有战略意义的区位优势，在准确的发展定位和明确的发展战略下，致力于建设国际一流的软、硬件设施，不断提升所吸引的跨国公司价值链的等级，从而发展成为亚太地区重要的商务中心。新加坡近几年所获得的一揽子殊荣，充分体现了新加坡在优化国际商业环境方面所做的努力和所取得的辉煌成就。例如：

- 世界竞争力年鉴（2004年）中列第10位  
——瑞士洛桑管理发展学院（2004）
- 世界竞争力评估报告（2004-2005年）中列第10位  
——世界经济论坛
- 环球投资环境（2004年）“投资者获利最多的地方”这一项中

### 列第 9 位

——瑞士商业环境风险评估公司（1995 年）

- 全球最佳商业环境第 9 名及亚洲最佳商业环境

——经济学家情报单位（1996 年）

- 缘个全球最不贪污腐化的国家之一及亚洲最不贪污腐化的国家

——国际透明组织，（1996 年）

- 亚洲最佳知识产权保护措施，环球知识产权保护（1996 年）

——世界经济论坛和瑞士洛桑管理发展学院

### 源 9.1 新加坡的亚洲地区总部职能

以下分别从人、财、物以及信息等四个方面分析跨国公司设在新加坡的亚洲总部职能。

员 援人力资源管理职能（人事、劳务、教育培训）

总体上，欧美日跨国公司在新加坡设立的地区总部，主要作为区域内子公司人力资源的教育培训基地或人才交流基地发挥作用，在新加坡设立研修中心，组织区域内子公司中间管理层人员进行技术培训，或对新职员进行社员启蒙教育等。也有一些公司根据需从新加坡向区域内其他子公司派遣材料、设备管理和生产技术负责人或其他一般技能专业人才。

新加坡在中文方面的语言优势也得到充分发挥，很多跨国公司在中国开展投资活动时，或从新加坡派遣负责人，或接受来自中国的研修生进行培训。因为语言的关系，普遍反映在新加坡培训人才要好于送回母国受训，而且还可以节约培训费用。

在人力资源的管理上，因跨国公司普遍倾向于本土化，除了少数大跨国公司的亚洲总部拥有人事的一元化管理职能外，大多数公司将人事职能下放到当地法人，只是在进行子公司间专业人才的交流和向区域外其他公司派遣专业人才时发挥协调、斡旋作用。

圆 援金融、财务职能（资金筹集、运用、财务）

随着区域内子公司数量的迅速增加，母公司的资金、财务负担变

得沉重起来，于是出现了向地区总部赋予金融职能或设立金融子公司的倾向。赋予地区总部以金融职能的益处在于：①集中管理区域内子公司的资金，可避免资金过于分散，有利于提高财务效率；②可以以较低的利息筹集资金来支持子公司的经营活动；③通过外汇汇率的集中操作，最大限度地防止汇率风险；④有效地运用剩余资金。以金融职能为后盾，新加坡亚洲总部的投资能力日渐壮大。据日本贸易振兴会 1992 年调查，在新加坡的日系企业普遍存在向周边第三国投资的现象（见图 1-10）。

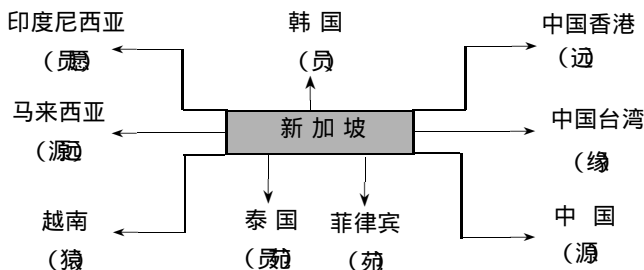


图 1-10 在新加坡的日系企业对第三国的投资

注：调查对象为 1992 年在新加坡的日系企业（有效答卷 1000 份）

资料来源：日本贸易振兴会：《关于亚洲日系企业对第三国投资状况的实际调查》，1992 年 12 月

### 猿援物（采购、营销、物流）

新加坡的跨国公司地区总部业务范围较为广泛，从部件的采购、物流、销售等产品的流通过程一直延伸到进出口贸易服务和产品的技术服务。东亚、东南亚地区逐渐成长为世界重要的生产加工基地，跨国公司的母国生产基地和海外子公司使用亚洲产部件的比率在迅速提高，在此背景下，在新加坡设立国际采购事务所（猿猿）的跨国公司数量不断上升。据新加坡贸易发展局统计，1992 年在新加坡 猿猿 的采购总额达到 100 亿新加坡元（见表 1-10）。跨国公司在新加坡 猿猿 所采购部件的来源地构成情况为新加坡国内占 猿猿，新加坡之外的 粤猿、粤猿和 粤猿各占 猿猿左右，日本和美国各占 猿猿和 猿猿。猿猿

所采购部件的地理流向是：新加坡国内约占 10%，美国约占 20%，欧洲约占 15%，马来西亚区域内占 15%，日本占 10%。由此可见，新加坡正在成为跨国公司重要的全球供应链管理中心，新加坡 10% 的采购与供应的地理方向在一定程度上折射出了亚洲在国际一体化生产中所承担的角色。

表 9-1 跨国公司在新加坡设立采购的情况及采购的采购额

单位：件；百万新加坡元

年度	项目	美国	欧洲	日本	其他	合计
1995	数目	200	100	100	100	500
	采购额	1000	1000	1000	1000	4000
1996	数目	250	150	200	100	700
	采购额	1500	1000	2000	1000	5500
1997	数目	300	200	250	150	900
	采购额	2000	1500	2500	1500	7500
1998	数目	350	250	300	200	1100
	采购额	2500	2000	3000	2000	9500
1999	数目	400	300	350	250	1300
	采购额	3000	2500	3500	2500	11500
2000	数目	450	350	400	300	1500
	采购额	3500	3000	4000	3000	13500
2001	数目	500	400	450	350	1700
	采购额	4000	3500	4500	3500	15500
2002	数目 (上半年)	250	150	200	150	750
	采购额	1500	1000	2000	1500	6000

资料来源：新加坡贸易局。

新加坡地区总部的营销管理职能，主要包括制定和调整在亚洲的营销计划，还包括为开辟中国、印度、越南等潜在市场收集市场信息的业务。营销活动的核心任务在于制定和调整亚洲产品的销售市场和

销售量。尤其是那些装备型产业（资本密集型产业），通常，初期的设备能力和实际产量往往超过现实的东道国市场需求规模，为防止区域内各国生产基地间的过度竞争，必须协调和调整产品销售问题。于是，各跨国公司充分利用转口贸易职能十分发达的新加坡，将新加坡作为域内产品向区域内外销售的产品集散中心和调整中心。

调整区域内销售与库存管理和物流管理有关。新加坡是自由贸易国，实现了 24 小时通关，具备充足的集装箱运输能力，贸易产品集散和管理的成本较低，因此新加坡作为国际物流中心的区位优势非常显著。新加坡愿意进口的进口商品供再出口，这一事实充分证实了新加坡转口贸易中心的地位。

#### 发展信息职能（信息收集）

新加坡为促进产业结构的高级化而积极致力于引进 R&D 基地，并为此制定了包括给予补贴等一系列支持计划。到 1984 年为止，在新加坡从事 R&D 活动的企业达 100 多家，R&D 支出多达 1.5 亿新加坡元，其中跨国公司为 50 多家，所支出的 R&D 费用达 1 亿新加坡元，占总金额的 70%。在新加坡设立 R&D 基地的行业多为电子电气部门和化学、医药部门，并且大多数基地主要进行的研究是以亚洲区域内市场为目标的应用研究（应用技术、产品改良等）。因为基础研究投资规模较大，并且需要较高的关联产业集聚和存在巨大市场，跨国公司在亚洲的基础研究活动仍集中在日本的东京。

亚洲是专利等知识产权纠纷较多的地区之一，因此，很多跨国公司新加坡作为调查和处理区域内纠纷的窗口。

目前，跨国公司在新加坡所设亚洲地区总部的各项职能中，最发达的是关于商品（即“物”）的一体化管理职能，这与新加坡独特的地理位置和其作为自由贸易国家所具备的完善的基础设施有密切关系。然而由于亚洲存在地区一体化（货币、关税等）水平低于欧美，各国间民族、宗教、制度的差异大且利害关系错综复杂等问题，区域内的人员、资金和商品的移动仍受到较多的限制，所以，地区总部的其他职能尚处在较初级的阶段。随着亚洲地区一体化进程的加速和欧

美日各跨国公司间及其与区域内民族企业间竞争的加剧，制定和实施统一的亚洲战略将变得越来越重要。而且随着跨国公司向中国、印度等新兴市场的扩展，跨国公司有必要对建立在“四小龙”和东盟的现有基地进行调整，这将使跨国公司对区域内基地的管理变得更加复杂。新加坡是该域内特别是东盟与南亚间联系的桥梁和窗口，可以预见，跨国公司必将进一步强化新加坡地区总部的一体化管理职能。

## 第 缘章

# 跨国公司的中枢管理职能——总部活动及其区位

跨国公司的中枢管理职能，处在企业组织体系的顶端，负责制定公司的总体发展战略，并对其体系内部全部事业单位进行综合管理和控制，执行这一职能的就是总部。由于世界上尚无一家跨国公司将总部从母国移向国外，因此，跨国公司总部的区位同价值链中其他职能活动有本质性的差异：首先，它不涉及国际区位问题；其次，总部区位相对稳定，很多跨国公司的总部区位是在企业走向国际经营之前就已形成；再次，总部的区位集中度在跨国公司所有职能区位中最高。本章将专门探讨跨国公司的中枢管理职能及其区位特点。

## 缘缘 跨国公司组织的分异与空间成长

### 缘缘缘 现代企业组织结构的成长阶段

跨国公司作为资本主义企业制度高度发展的形式，是随着资本主义现代企业的成长而形成与发展起来的。<sup>①</sup> 所有权和管理权的分离、层级管理制度的建立，是区别现代企业和传统企业的最为本质性的标

---

<sup>①</sup> 所谓现代企业，是指具有多种经济职能，经营不同产品和服务，并在多个不同地区发展的“多单位企业”（又称多工厂企业）。

志。<sup>①</sup> 现代企业的组织效率的提高，使现代企业的生产力得到了巨大的发展，到 19 世纪中叶，一批规模巨大、多功能和多样化经营的企业已控制了美国主要的经济部门。第二次世界大战后，以管理层级制为标志的现代企业管理革命迅速向西欧和日本扩散，现代企业得到蓬勃发展。随着现代通讯和运输技术的发展，现代企业内部分工的地理范围又迅速扩大。现代企业可以依据生产的技术特点，在较大的地理空间上布局产品生产与销售网点。它可以利用集聚经济的效应，将生产的某些环节集中起来，也可以视不同地区市场及要素禀赋的比较优势，将产品生产的不同环节分散开来。当现代企业内部分工的地理范围超越国家疆界时，就发展成为跨国公司。

钱德勒通过详细研究美国大规模现代企业组织变革的历史，总结了现代企业组织结构的发展阶段，其中的每一个发展阶段都包含着清晰的空间含义。

在企业发展的初期阶段，企业组织的支配性形态表现为单一职能、单一产品、单一工厂企业的极为单纯的模式。这种企业常见于完全竞争市场或高度垄断的市场结构中。这类企业在现代经济的周边领域的部门中也较多。19 世纪中叶以前，几乎所有的美国企业和欧洲企业均呈现此种组织形态。在该类型组织中，企业的战略性决策与日常管理、具体业务活动之间没有明确的分工。但在当时经营活动规模尚很小的情况下，这类组织形式足以解决企业的各项经营问题。

企业产出规模的扩大，特别是企业活动的地理范围的扩展，从客观上要求企业设立专门的部署，行使特定的机能，因而组织的劳动分工得到了促进。这种职能的专业化分工不仅仅指生产活动的分工——工厂间的分工，还包括其他职能的独立。为保证各地工厂的正常运行，企业需要有集中化的中枢管理部门来专门负责对地理上分散的多

---

<sup>①</sup> 现代企业是由独立的经营管理阶层（由一批职业经理人员）经营和管理的企业，这是现代企业为顺应企业规模的扩大和管理过程的复杂化而进行制度创新的结果。管理层级制是由一个多层次的、实行管理分工的经理阶层所组成的机构。管理层级制所形成的企业内部管理与决策的分工，既加强了企业对日常经营活动的协调与管理，也加强了企业的信息处理、预测、长期规划和决策的能力。



具有多职能、多工厂和较单一的产品结构的企业，采用了按职能划分的集权式的组织结构（**哉型结构**，**哉型结构**）。但此种结构因过于固定、缺乏弹性而不利于那些旨在实现多样化经营战略的企业。

为适应多样化经营的发展战略而出现的组织结构就是多事业部制的组织结构，也称 **酝型结构**（**酝型结构**）或分权式结构。事业部多按产品领域进行划分，各事业部对特定产品负责，下设各职能部门来管理和协调产品和分配的过程。此种结构最大的优点是各事业部可根据各自产品独特的市场、技术等条件组织生产与销售，并分配企业资源，因而适合于企业的产品多元化。某些特定职能，特别是财务职能，则集中由企业总部统一管理。到 **圆世纪 远年代**时，随着美国企业经营多样化的发展，大多数企业采用此种组织结构。

### 缘原圆 跨国公司组织结构与空间结构的发展模式

从上述分析中可以看出，现代跨国公司经历了组织的一系列分异过程和地理分离、扩张过程：总部同工厂分离，研究所与工厂分离，总装厂与零部件厂分离，基础研究与开发研究分离，等等。当这些分离是为了进一步开拓国际市场、获得成本竞争力和获取特殊资产，企业超出母国的国界而向多个国家扩展时，现代企业就发展成为跨国公司。

国内企业向跨国公司的发展，虽然不存在一个固定的路径，但还是有一定规律可循的。图 **缘原圆**描绘的是最普遍的进化序列。最初，无论在生产层面还是在市场层面上，企业一般都是彻头彻尾的国内企业。随着国内市场达到饱和，企业的持续发展和盈利能力受阻，企业开始摸索开拓国际市场的可能性。一开始，企业通常通过独立的代理商（与本公司无关的独立企业）出口产品。由于存在内部化的利益，企业会在东道国设立自己的销售网（通过收购已拥有渠道的企业或新建销售基地），以开展更贴近市场的营销管理活动。节省运输费用、降低生产成本、开发更适合东道国市场的产品、回避贸易壁垒等动

机，使一些原来以出口方式供应东道国市场的企业迈向当地生产，通过合资、收购或新建等方式在东道国建立生产基地，进而发展成为真正的跨国公司。

如图 缘原圆所示，有些企业的跨国化发展可能跨过上述进化序列中的某些中间阶段而走“捷径”。例如，通过收购已经进行了国际直接投资的企业，使自己一步跨入到跨国公司的行列；也有些企业最初同东道国企业缔结专利许可合约，以收取专利使用费的方式供应东道国市场，然后以前期的合作为基础向当地生产过渡。一般情况是，高科技领域的企业比传统技术领域的企业更倾向于作跳跃式发展。

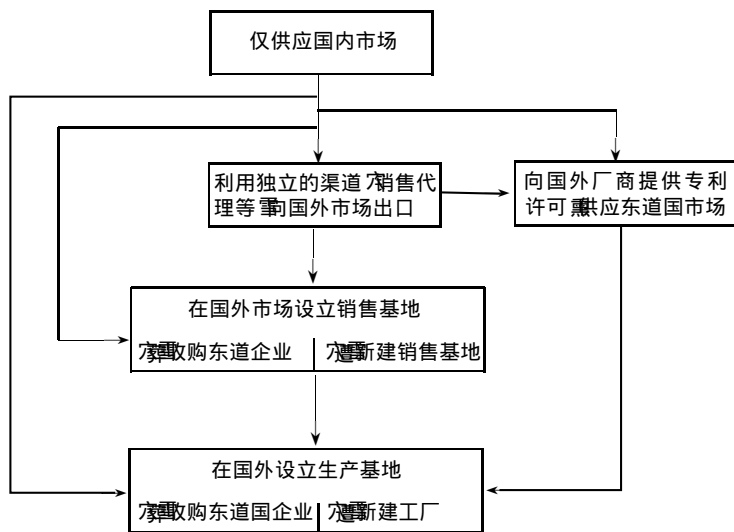


图 缘原圆 跨国公司的进化序列

资料来源：阅读社，*跨国公司的发展*，北京：中国对外翻译出版公司，1987年。

日本学者石井良一以日本典型的大型电子工业企业为例，把跨国公司的组织结构和空间结构的成长过程划分为以下五个阶段（见图 缘原圆）：



产起步的，如日立制作所的电机生产、东芝的灯泡、松下电器的插座、日本电气的通讯设备等。总部与工厂结为一体，即企业的决策、日常管理职能和具体生产职能之间没有明确的分工。

第二阶段：多产品、多区位企业。

第二次世界大战后，现代企业的事业规模不断扩大，很多企业采取水平或垂直一体化成长战略，进入多种产品的生产领域，并通过新建、收购或合并其他企业等形式拥有为数众多的工厂。如日立制作所和东芝进入家电领域，日本电气和富士通进入计算机领域。为了更有效地管理产品技术性质不同、地理上相互分离的各项事业活动，很多企业开始引入产品事业部制，各事业部作为独立的利益单位享有较高的权力，根据产品独特的市场、技术特征组织产品的开发、生产与销售活动，并分配企业资源。具有国际竞争力的部分产品开始以出口的方式向海外市场销售。这一阶段的重要特征是，各项职能间业务分工与空间上的地理分工同时发生。随着城市工资水平的提高，工厂为寻求低劳动成本而脱离总部所在的大城市，向大城市郊区转移。总部因其业务性质的特殊要求而继续留在大城市中心，专门从事企业发展战略的制定、一系列重大决策和对下属机构的管理与协调等职能活动，研究与开发职能也继续留在公司总部。各事业部的批量生产厂的区位相互分离，分布在总部所在大城市周围地区。

第三阶段：跨国企业（单一产品的国际生产）。

从 20 世纪 70 年代初，以电子行业企业为代表的日本企业经历了以下几方面变化：①为了占领正在发展但又严格限制进口的亚洲或拉美国家的市场，日本有些产品的生产开始向海外发展（如家电产品在海外的组装）。与此同时，有些企业利用亚洲“四小龙”地区廉价而且素质较高的劳动力从事劳动密集型出口主导性生产。在另一方面，日本企业继续以出口的方式进入美国和欧洲这两大主要市场，为了扩大销售量，很多企业开始在当地设立销售、服务性子公司。②研发能力成为企业竞争力的核心要素，研发团队及研发费用支出迅速扩大，研发活动成为独立的职能而从总部分离出去，分布在

总部附近。③很多企业的事业领域进一步扩大（如电子行业主要企业向半导体或计算机领域扩展），新建的大规模工厂向大城市圈以外的地区区位，在国内形成企业网络。

第四阶段：跨国公司（多种产品的国际生产）。

从 圆园世纪 苑园年代中期到 愿园年代中期，企业职能分工与地理分工向纵深方向发展。在日本国内，需要妇女劳动力（精密的操作）和尖端技术的产品生产进一步向地方分散；随着批量生产厂和生产线向地方的扩散，大城市及其周围的工厂向试制性工厂方向专业化；在研究所，研究活动分为基础研究与应用研究（产品开发），产品开发研究所邻近各产品事业总部的试制工厂。在国外，部分产品出口因在欧美市场遇到贸易摩擦而转向当地生产（如彩色电视机、半导体等），在东亚、东南亚地区，更多的企业致力于建立出口主导型生产基地。

第五阶段：跨国公司（全球网络化）

随着经济一体化和全球化的发展，原本为回避贸易壁垒而进入东道国市场的情况发生了变化，面对由于一体化而迅速扩大的地区性市场，跨国公司开始利用分散在各国的子公司组织企业的内部分工。为了在充分享受规模经济的同时，又能生产出能够更好地满足顾客需求的产品与服务，跨国公司采取了一系列的措施：在各国子公司相互间开展企业内部的垂直分工和水平分工；扩大母公司与子公司以及子公司相互间的企业内部贸易；在世界主要的市场区域设立地区总公司，实施地区性经营战略；构筑企业内技术信息与战略信息的交流网络；等等。这是自 圆园世纪 愿园年代后半期以来世界主要跨国公司的普遍趋向。



管理者之间相互协商而定。在集权和分权问题上，一些重要的职能，例如生产管理中新产品的开发和生产决策，营销管理中企业内国际交易活动的决策，人力资源管理中当地子公司最高经营者的人选，财务管理中资金筹集、运用、利润的汇出分配决策、交易价格的决策，绝大多数的 研发活动等，通常置于总部强有力的集权化管理之下，一些内容可委托当地子公司按照总部的指示进行决策。

#### 业务性决策 (Operational Decision Making)

指按照管理原则，在所指定的框架内配置资源的日常业务，属于易于标准化的日常工作决策，如现场的生产管理、当地的营销活动、中层职员及一般职工和工人的人事管理、日常的会计活动等。这一类决策分权程度较高，多授权当地子公司进行决策。

上述三个层次决策中存在的不确定性和由此带来的风险大小是大不相同的，进而总部的干预程度也各不相同。越是战略性决策问题，其不确定性和风险程度越大，自然总部的干预强度也相应变大——高度集权。相反，业务性决策中的不确定性和风险程度小，此类决策权限可以下放给当地子公司——分权化（见图 8-1）。

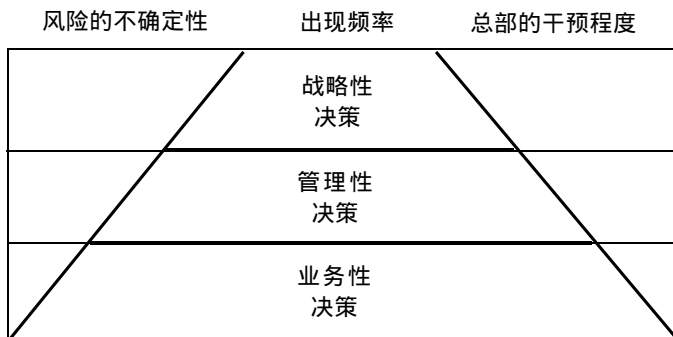


图 8-1 决策与风险、不确定性及总部的干预

资料来源：[日]近藤次郎：《决策方法》，日本广播出版协会 1985 年版

## 缘起 跨国公司中枢管理职能与总部

上述对跨国公司经营过程中存在的三种不同类型决策的分析，已初步勾勒出跨国公司中枢管理职能的基本框架。概括起来讲，跨国公司的中枢管理职能是指对企业国内外全部事业组织及其活动进行决策和综合管理的职能，行使这一职能的执行机构为企业总部。

关于总部的职能，迄今尚无定论，这主要是因为围绕总部活动的企业具体实践上存在着种种差异，即使是同一个企业，随着企业的成长和外部环境的变化，总部的职能也会发生一定的变更。商业国际研究所进行的关于总部职能的调查指出，总部的职能因时代而异。20世纪初期，企业总部是高度集聚的；到了20世纪60年代，企业经历了大规模的重组，规模也趋于缩小，总部的职能发生了重大的变化，总部由以往的控制者和监督者转变为支持者和咨询者；而后随着企业的网络化发展，总部又开始探索能够更好地履行其协调和整合作用的职能，即“为实现企业战略目标而调整组织内部各组分的活动，指挥组织内供给、部件、资金、技能、构想的流动，收集和传送关于竞争者、环境、劳动条件等方面的重要信息”。（月译著译）

荷兰学者韵的研究则认为跨国公司总部的角色体现为以下四个方面：①支持者（杂务）：向事业部提供服务；②协调者（协调）：确认事业部之间围绕技能、物理资产、半成品而产生的各种关系；③仲裁者（仲裁）：监督已有的企业成员，评价收购的企业；④金融家（金融）：抽回外部资本市场上的资本，提取事业部的现金流量等。

日本学者森树男1969年对日系欧洲子公司的调查表明，很多海外法人认为跨国公司的总部掌握着人事权、批准权和拒绝权、裁决权、财产权、资源配置权、战略决策及其执行权。在此基础上，森树男把跨国公司总部的职能总结为：①具有制定和执行经营战略的权限；②调整各种企业组织内活动；③向事业部提供服务；④形成和保

持对组织内所有成员的向心力。

本文认为形形色色的跨国公司总部角色中，具有普遍意义的共同职能应包括两个方面：一是制定关系企业发展方向的战略决策；二是为保证战略的顺利实施，管理和控制组织内成员。这些职能按具体活动内容进一步可划分为以下几部分：

(5) 营销管理职能。随着国际经营地理范围的不断扩大，海外市场已不仅仅是国内市场的延伸，这要求跨国公司走出国内市场、国外市场的观念框框，将全世界作为一个统一的市场来制定营销计划并进行管理，以确保企业全球经营的实现。跨国公司总部营销管理部门的活动具体表现为：分析国际市场，选择目标市场，管理国际市场价格，制定营销组合策略（产品策略、分销管理、促销管理），制定综合营销计划，控制计划执行情况等。以全球市场为目标开展营销活动的跨国公司一般面临着两个相互矛盾的战略：既要按各国、各地区和商品的特点制定和实施差别化的营销战略，又要尽可能地构筑一种普遍适用于世界的标准化营销战略。虽然按地区和商品进行的差别化营销活动开辟和扩大东道国市场方面作出了较大的贡献，但这种战略又因为过于分散而导致营销总成本过高，人力和组织投入过多、过于复杂。为此，跨国公司总部的营销管理部门一方面要适时协调和调整设在各东道国市场的海外营销子公司（以实施适合东道国市场的当地化营销战略为主要任务），并予以统一管理，使之为企业的全球一体化经营服务；另一方面，该部门还要开发和实施世界标准化营销战略。<sup>①</sup> 另外，企业以全球市场为目标所组织的多样化产品的大规模营销活动，往往会受到企业自身营销能力的局限，这时，常常需要外部企业的协助或者根据需要结成营销联盟。

---

<sup>①</sup> 世界标准化营销指将同一产品用同一商标通过共同的促销活动和同样的销售渠道进行销售，以追求营销规模经济。世界标准化营销的效应主要有：①节约营销成本；②在顾客心目中容易树立对产品、企业的稳定形象；③总部易于改善和调控营销计划；④便于将富有创意的营销构思应用于国际营销中。

(圆) 生产、物流管理职能。按一般的逻辑，跨国公司总是希望在生产成本最低的区域生产产品，并将所产产品销售到价格最高的区域。为实现这一目标，跨国公司力图实施全球最佳的生产、物流战略。为此，跨国公司要在全球尺度上考虑在哪里设厂，选择何种方式（合资、独资还是许可生产）生产，采用何种技术和设备，以何等规模生产何种产品，从哪国供应原材料、部件等中间产品，产品以何种价格销往何地等问题。跨国公司总部的生产、物流管理部门负责制定海内外商品生产基地和物流基地的创建计划，组织和协调海内外生产、物流基地相互间的分工关系，构筑合理的全球产品供给网络，并予以科学的管理和控制。

(獭) 财务管理职能。跨国公司的资本跨国界流动，因为各国物价水平、通货膨胀情况、资本成本（如利率）、汇率、税率、会计制度等条件而各异，企业面临的财务环境十分复杂。再加上财务管理实际上是对企业经营资源中的关键要素——资金——的管理，所以跨国公司往往对公司财务进行一元化、集权化管理。总部的财务管理部门从企业全球整体利益出发，构筑联结总部和国内外子公司的财务网络，从而对资金的筹措及运用、财务转移、外汇及利率风险等财务问题进行计划、组织、协调和控制。

(源) 人力资源管理职能。人力资源管理部门负责对分布在世界各地的子公司的人力资源进行有效的开发、合理的利用和科学的管理。各国不同的文化、价值观、劳工、就业立法等，为跨国公司制定统一的人事制度并进行全球人力资源统一安排带来了诸多困难。所以，跨国公司把对一般职工、工人进行录用、晋升及劳保福利活动的权限下放给当地子公司，总部只对当地的经营管理人员的人事（包括选择与招聘、培训与调动、绩效评估、报酬等）进行集权化管理。

(缘) 企划职能。企划部门负责制定全公司综合发展计划。从公司总部各职能之间的关系看，企划部门最根本的职能是根据总部各业务部门提出的报告，拟订提交董事会审议的议案，如预算方案或长期经营计划方案等。

(远) 最高决策职能。董事会是公司的最高决策部门，它的主要职能是审议企划部门提交的议案，并最终制定公司的长期发展计划和全球经营战略。

## 5.2 跨国公司的总部区位

### 5.2.1 总部的区位条件

从上述企业中枢管理各项职能的内容来看，总部的业务活动以收集、加工、发送信息的形式表现出来。企业面临的国际、国内经营环境变换不定，如果在高度不确定的外部环境下想要制定合理的企业发展战略，并使其企业各职能部门能够较好地适应外部环境，最重要的前提条件就是尽可能大量地收集信息，以减少外部环境中的不确定性因素。因此，企业的管理活动属于接触密集型的活动，而接触密集型的活动有着区别于其他职能活动的特殊的区位条件要求。

#### 5.2.1.1 信息条件

企业管理人员大部分的时间花在与别人进行言语性的或非言语性的沟通上，可见，信息对现代企业尤其是跨国公司的中枢管理职能具有重要的意义，这在客观上决定了信息条件成为企业中枢管理职能最为关键的区位条件。这里所说的信息条件，主要包含两层涵义：一是要接近信息源；二是要有方便的信息基础设施。

对当今的企业而言，最重要的信息源主要是中央政府、竞争对手企业、业界组织和各种专业性媒体。

在现代经济中，政府与企业有着千丝万缕的关系。对于跨国公司而言，母国的中央政府是一个极其重要的存在。首先，中央政府对国民经济的各种政策干预（包括汇率、税收政策、产业政策以及外交政策等）会对企业的发展产生重要影响；其次，企业开拓新的事业领域或新的海外市场，往往需要得到政府的许可；再次，政府同时是向企

业购买大量的商品或服务的大型消费者；最后，大多数发达国家的政府对本国企业的对外直接投资提供各种支持，包括信息与技术援助、直接的财政支持以及投资保险等。而且随着对外直接投资的自由化，发达国家政府为保护本国企业在国外的经营活动能够正常进行，企业利益不受损害，常常会借助各种国际组织和国际机制进行干预，以补充国内政策的不足。由于上述种种原因，跨国公司密切关注中央政府的各种动向，试图及时把握政策脉络，以便做出快速反应。

正如寡头反应理论的倡导者尼克伯克所指出那样，在产品市场被少数大企业所支配的寡头垄断竞争结构的行业中，寡头垄断企业的行为在很大程度上受制于“寡头之间的相互依赖性”。这就要求这些企业的中枢管理职能尽量相互接近，以便及时把握竞争对手的动态。竞争对手的总部在地理上的相互接近有助于互相了解对方的竞争战略、竞争优势和劣势、最新的竞争策略等。

资本主义现代经济高度发达的国家一般都有较为严密和完善的业界组织——行业协会——对行业内部的企业进行统一管理，向成员提供该行业发展的国内外最新动态信息等各项服务，在政府与成员企业之间起桥梁作用。因此，接近业界组织有利于掌握同行业发展的国际、国内动态和竞争企业的信息。

信息从发送者到接收者必须借助于媒介手段，我们称之为信息基础设施。在现代，通讯技术迅速发展，信息的收集和交换大量地通过电话、传真、特快专递、邮政和因特网等手段进行。在一些发达国家，电视电话以及电视会议也被作为信息交流的重要手段而倍受重视。但不同的信息内容都有其最适宜的交流手段，尤其是那些对企业的中枢管理职能具有重要意义的特殊的、专门的信息，仅仅依靠通讯手段远远不能达到预期的效果，常常需要人与人之间的直接接触这一最基本的形式。高速交通运输手段作为连接信息发送者与接收者（两者面对面的接触高度依赖于该类型基础设施）的常用手段，发达而密集的高速交通网会对中枢管理职能的区位产生强烈的吸引力。

从成本角度考虑时，各种信息源之间的相互接近可带来各项通

讯、交通费用的节约，即绝对成本的节约。信息源之间相互接近，有利于更为迅速地安排直接接触，还易于保证较高频度的接触，这将带来由缩短时间而引起的时间成本的节约。

### 圆援企业服务业条件

大企业的中枢管理职能也需要一系列的相关服务业来辅助。<sup>①</sup> 它们不仅包括金融、证券、保险、交通、通讯、房地产、广告、市场调查、会计事务所、法律事务等传统企业服务业，还包括软件服务业、设计业、工程业、信息处理服务业、综合性租赁业和经营咨询业等高级的专业服务业。<sup>②</sup> 配套企业服务业的发育水平和分布状况是影响跨国公司总部区位的重要条件，在全球范围内开展经营活动的跨国公司，尤其需要强大而高质量的国际性企业服务业做其后盾。通常，企业服务业追寻外部经济和高质量的专门人才，向国内特大的中心城市集中，且在空间上又向市中心高度集聚，从而会形成高密度的市中心业务区（悦月切）。

上述信息条件和企业服务业条件，是影响跨国公司总部区位最主要的两大条件。这两大条件在地域上所表现的向特定区域（主要是大城市）集中分布的特点，对跨国公司总部的区位选择产生决定性的作用。

### 缘圆 总部的区位因素——面对面接触利益与集聚利益

以信息的收集、加工、交换及发送为主要业务形式的跨国公司的总部，在区位选择问题上最为重视的因素有两个：一是面对面接触利益；二是集聚利益。

<sup>①</sup> 企业服务业主要指服务业中以企业为服务对象的活动。目前，在国际上尚无严密的划分标准。日本经济企划厅在 员圆 年开展的一次调查中，将批发、银行、证券、物品租赁、汽车维修及其他维修业、信息服务、调查、咨询、广告等列入企业服务业的范畴。

<sup>②</sup> 随着分工的日趋深化和受信息革命的推动，越来越多的企业为提高业务效率以及作为经济萧条时的企业合理化措施，将原本在企业内部完成的一部分日常予以外部化，一系列新兴企业服务业应运而生且方兴未艾。



表 5-1 信息的形式与通讯的可替代性

信息形式	信息的内容与性质	通讯替代性
定形的	日常的指示、命令、报告、订货、预约等易程序化的信息	极大
半定形的	资料、委托、问卷、复印、确认等可公开的信息	大
不定形的	指导、监督、接待、会见、预先商洽等需要沟通的信息	中
高度不定形的	决策、讨论、交涉等需要讨论的信息	小

资料来源：[日]北村嘉行编：《信息化社会的地域结构》，大明堂 1985 年版。

对面交谈也是保证机密性信息安全性的一个最为有效的方式；要想在同一时间听取来自异地的意见和建议并交换意见，目前情况下也只有召集会议这一直接接触的形式；会面也是高层决策者之间既不失礼又有助于增进信赖关系的有效手段。

随着信息化社会走向成熟，任何人在任何地点和任何时候可获取的信息会越来越多，即信息的普遍化和均等化将得到加强；但与此同时，只局限在极少数人的信息价值也会越来越重要。因此，面对面接触对企业中枢管理职能有着更为重要的意义。

### 集聚利益

如前所述，以向企业提供高度的专门服务为主要事业活动内容的事务所，在空间上有较强的向特定大城市集聚的倾向。以日本为例，按就业人数计算，1000 人以上的高度专业化的尖端企业服务业集中于东京等大城市圈（林上，1980）。邻近企业服务业的集聚中心，包括邻近跨国公司总部在内的现代大企业的中枢管理职能，可以使企业充分享受由集聚带来的外部经济利益。

## 缘 跨国公司总部不同职能部门的区位因素

无论以跨国公司为代表的现代大企业的组织结构多么复杂，其总部主要是由销售管理、生产管理、财务管理、人事管理、总务、策划以及最高决策机构等职能部门构成。总部内部的各职能部门在业务内容上有明确的分工关系，各项业务活动对区位条件的要求也各具特色。

### 援 营销管理部门的区位因素

跨国公司总部营销管理部门要有效行使职能，需要具备一系列的条件：①企业必须有完善的信息网络，这不仅包括企业集团的内部网络，还包括可以从交易伙伴、商社、银行、律师事务所、会计事务所、咨询公司以及国内公共机构和重要国际组织、国际团体、国际会议获得信息。②企业需要得到国际性企业服务业的支持，如能够提供进出口信贷的国家进出口银行，能够承揽国际保险业务的保险机构，富有经验和具有雄厚的资金、完备的海外网络以及丰富经验的商社等对外贸易公司等。③企业需要高度完善和发达的交通、通讯设施，可以及时、有效地控制和管理公司的国内外销售网点和企业外部的经销商。而在国内，能够提供上述条件的往往只限定在首都等极少数的中心城市。

### 圆 生产、物流管理部门的区位因素

国内外劳动力质量与工资水平、资本成本、原材料及部件的供给状况、运输条件及其费用、关税水平、东道国的外资政策与优惠措施及投资限制、市场规模及其潜力、生产的难易程度等方面的动态信息对总部的生产、物流管理至关重要。为保证按照既定的时间、既定的数量、既定的价格生产出具有既定品质和性能的产品，跨国公司需要对国内外生产性子公司的品质管理、成本管理及库存管理活动进行指导、监督和控制。这些宏观调控的顺利实施，对信息通讯基础设施提出了较高的要求。另外，为了维持围绕着生产、物流管理活动而发生同系列企业之间、协作企业之间以及外部独立的交易对象企业之间

复杂的原材料、部件、成品等商品的供应关系，企业总部的生产、物流管理部门在空间上要尽可能地接近上述企业的决策部门，以保持密切和稳定的接触以及必要的信息沟通。

### 影响财务管理部门的区位因素

从财务管理部门的职能内容不难判断，国际、国内金融的地域结构以及国际、国内财经信息的地域分布状况会对总部财务职能的区位产生重要影响。因为，跨国公司总部的最终区位选择在目前仍然局限在母国内部，所以母国的金融中心和财经信息的集中地对总部财务管理部门产生了最大的吸引力。首先，跨国公司在国内普遍拥有庞大的事业规模，国内公司发展所需的巨额资金主要依赖于银行信贷、股票的发行以及公司债券的发行，而真正具备向这些大型公司融资能力的金融机构也只有那些大型金融机构的总行或总部，公司股票和债券的发行又主要依赖于国内少数的大规模资金市场。而且在一些发达国家，大型金融机构往往购得国内有影响力的大公司的股份，以取得对这些企业的部分控制权，有时从本身的利益出发，金融机构会向公司提供重要的信息或必要的劝告。围绕着资金结成的相互关系，要求借贷双方高层人员间保持经常性的联系，特别是经常性的面对面接触。一方面，公司方要向金融机构说明公司资金计划及其他机密很高且很复杂的经营计划；另一方面，随着融资规模的扩大，金融机构对风险非常敏感，它会密切关注公司的经营状况，在很多情况下，金融机构要求同企业财务以及策划部门的负责人甚至企业最高领导人直接见面，了解企业的经营状况，对其进行有效的监督和必要的控制。其次，拥有众多海外子公司的跨国公司的资金来源趋向于多元化，其资金源主要有四种：①当地外部（相对于跨国公司集团内部而言）资金；②当地内部资金（利润再投资）；③国外外部资金；④国外内部（总部或公司集团内部其他子公司）资金。跨国公司为了减少风险、保全公司体系整体资产，会尽量控制本国总部资金的国际流出，在国外子公司的资金筹措上尽可能地依赖于外部（企业集团外部）资金。无论选择哪一种资金来源，均需要对有关国家的金融市场状况以及所

有能够影响资金成本的内外部因素进行综合、严密、精确的对比分析。所以，财务管理职能的区位无疑对国际金融信息的富集地有较强的指向。再次，跨国公司集团总部与国内外子公司之间有着包括现金国际流动在内的千丝万缕的财务联系，这种财务联系往往随着子公司数目的增加呈几何级数地增长，如拥有 100 个子公司的跨国公司集团内部约有 1000 条现金项目联系。很多全球性跨国公司往往巧妙地运用体系内部的财务网络机制来达到资金的全球最佳配置与利润的最大化。最后，为实现企业全球利润的最大化，跨国公司会运用各国税率的差异，巧妙地利用企业内交易价格机制，灵活安排资产、资金、收益的国际流动，最终实现企业内经营资源的最佳配置。总之，上述各种财务战略的实施均高度依赖于国内外财经信息中心和国际、国内金融市场中心所提供的服务。

#### 源援人力资源管理部门的区位因素

人力资源管理部门的职能活动特征主要有：①对国外子公司经营管理人员和技术专家的招聘趋向于当地化和全球化招聘，而且常常借助于外部的猎头公司、当地“专门机构”、广告等媒介；②培训则主要在母公司进行，或利用企业自己的培训中心选择国际著名的商学院或管理学院等进行专业知识培训，还有一些企业（如摩托罗拉公司等）将人力资源部门设在世界各地的主要企业中进行轮训；③制定一系列的指标体系来评估海外子公司经营管理人员的绩效，这些信息主要依靠文字、图表的形式传送到总部。以上职能的顺利实施，要求人力资源管理部门要选择与子公司员工及管理人员联系和接触最为有利的城市，即国际交通、通讯设施发达且相关企业服务业集聚的国内中心城市区位。

#### 缘援企划部门的区位因素

企划部门要与董事会及其他各职能部门保持密切而顺畅的联系。为了起草经营计划立案，企划部门除从公司总部其他职能部门获取关于公司国内外经营状况的信息之外，还需要与有关的业界组织和政府的有关部门以及智囊团等公司外部的信息源接触，以收集有关本公司

所处的环境状况或发展方向方面的信息。所以，接近内外部信息源是决定企划部门区位的最主要因素。

#### 选援最高决策部门的区位因素

董事会成员一般由董事长、总经理、副总经理、常务董事以及主管公司技术和人事的董事组成。参加董事会的公司最高决策人员的地域分布状况对该部门区位影响较大。一般情况下，公司最高决策人员对国内首都、经济中心城市等最高层次的专门信息源有很强的指向性，因为与政府有关部门、业界团体、竞争对手企业、金融机构、经营咨询机构间的直接接触主要发生在高层决策人员之间，相互之间保持较亲密的人际关系，对于获取有关公司经营方面的高度机密的和非定性的信息至关重要，而这种信息交流通常要靠面对面接触来实现。另外，在公司内部要定期或非定期地召开董事会。因此，公司最高层决策人员的住所在空间上相互接近，或通过高速交通体系相互连接，对于公司最高决策职能的顺利实施意义较大。再者，为追求较高的生活质量，这些公司的高收入阶层对国内首都等中心城市表现出特殊的喜好，因为只有这些少数城市才能提供使他们满意的各项服务。

从以上对跨国公司总部及下设各职能部门的区位因素分析中，可得出的结论就是：只有那些跨国公司母国的首都或极少数的特大城市才能成为跨国公司中枢管理职能的区位中心。因为只有这些城市才有条件向企业提供总部职能所需要的各项区位条件。即：

(员) 专业信息高度密集；

(圆) 为组织间的面对面接触提供相对较大的可能性；

(獭) 利用金融、法律、广告等企业事务所需的专门服务业较方便；

(源) 有高层次专门人才的集聚，且为他们提供高质量的生活环境；

(缘) 发达的基础设施，使企业总部易于取得与国内外大城市间的联系。

总之，现代大型企业尤其是跨国公司的总部区位同城市的等级结

构有密切联系。位于企业组织最顶端的大企业总部通常具有向国内中心度很高的城市区位的倾向。由于大城市所具有的得天独厚的区位条件，大企业总部不断向特定城市集中，从而形成经济中枢管理职能的高度集聚。一旦特定职能的集聚形成，它将遵循“集聚引来集聚”的原理不断“累积循环”。总部职能的“累积循环”由两条链构成：一是新总部的设立→对企业服务业及信息基础设施的需求扩大→相关产业发展壮大→总部区位的魅力增强→新总部的设立；另一个循环则为新总部的设立→专门信息的局域流通增加→总部区位的魅力增强→新总部的设立。世界经济全球化趋势进一步促进了跨国公司等企业总部不断向特定的大城市的集中和集聚。

## 缘原 主要国家大企业总部的区位特征

以上内容探讨并构筑了大企业特别是跨国公司总部中枢管理职能的区位理论框架，但现实中，包括跨国公司在内的大型企业总部的区位受到各国企业的发展历史、企业的行业构成、企业同政府的关系以及城市发展水平、国家地域结构等因素的影响，其集中化程度有所差异。世界级的大型企业和著名跨国公司高度集中于少数发达国家，而总部在各自的母国中则更为集中。以世界最大 员家跨国公司为例，员家最大的法国跨国公司中有 员家公司的总部设在巴黎；苑家英国跨国公司中有 远家公司的总部设在伦敦；员家日本跨国公司中有 缘家公司总部的地址完全相同，即都在东京的千代田区。员源年，奥地利 员家跨国公司总部的 源家设在维也纳（韵月，员）。瑞典主要跨国公司总部的 员家位于斯德哥尔摩，并且这一比重还随着时间的推移而提高（韵月，员）。在发展中国家和东中欧的最大跨国公司中也能观察到总部集中在某些城市的现象。韩国是发展中国家中世界级大型企业最多的国家之一，其大型企业的总部高度集中于首都汉城及其周边地区。上述国家都属于“一极集中型”格局——总部高度

集中于首都。而美国和联邦德国的大企业总部区位则相对分散在几个重要的城市中，形成“多极分散型”格局。

### 缘原 “一极集中型” 区位

“一极集中型” 区位最典型的国家有日本、法国、英国和韩国。

#### 缘原 日本

据日本学者阿部和俊对代表日本经济主流的大型企业（以日本经济新闻社刊《会社年鉴》所载株式会社为研究对象，缘原年共有缘原家公司）的总部区位所进行的调查研究表明，企业总部设在东京的大企业共有缘原家，占全部对象企业的缘原，高居榜首；居第二位的是大阪，数目达到缘原家，所占比例为缘原，仅为东京的缘原。其他依次为名古屋（缘原家，缘原）、神户（缘原家，缘原）、京都（缘原家，缘原）、横滨（缘原家，缘原）。

在日本，有很多企业开始采用多总部制。如在缘原家调查对象企业中，有缘原家企业（占对象企业总数的缘原）采用多总部制，其中把第二总部设在东京的就达缘原家，占这些企业的缘原（见表缘原）。在大阪设立第二总部的企业有缘原家（占缘原），远远低于东京。而且，在东京设立第二总部的企业，其第一总部在全国分布较广，这反映出东京的影响力相当广泛。更引人注目的是，在大阪设有总部的企业中，有缘原家企业在东京设有第二总部。目前，越来越多的大企业表现出加强东京第二总部作用的倾向。<sup>①</sup> 最早引入第二总部制的是商社，在日本的九大商社（伊藤忠商事、丸红、东绵、日绵、兼松、日商岩井、住友商事、三井物产、三菱商事）中，除三井物产和三菱商事以外的其他七大商社均发迹于具有悠久商业传统的商业中心——大阪地区。一直到缘原年，除日商岩井外，其他商社的

<sup>①</sup> 如日本缘原家汽车工业企业（均为跨国公司）中，原本总部（多为公司发祥地）不在东京的共有缘家（丰田、马自达、大发、铃木、川崎），它们现在均采用多总部制。其中，丰田、马自达、川崎和铃木在东京设立了第二总部，大发公司在东京设立了分部。

大阪总部职员人数均超过东京总部的职员数；但到了 1970 年，所有商社的这一比例正好倒过来，东京总部的职员数开始超过大阪；到了 20 世纪 80 年代，大阪总部职员数量减少，这种减少趋势在 1983 年后进一步加速。即：关西系的商社经历了重视东京→同时重视东京、大阪→更加重视东京而轻视大阪的变化过程。这样一来，东京的总部不仅仅为 1 家，而应为 10 家，占对象企业总数的 1/3，即日本的大企业中约有一半的企业在东京设有企业总部。

表 10-1 日本主要企业采用多总部制的状况

第一总部所在城市	第二总部所在城市	1970年	1975年	1980年	1985年
大阪	东京	10	15	20	25
大阪、名古屋之外	东京	15	20	25	30
东京	大阪				10
东京之外	大阪	10	15	20	25
名古屋之外	名古屋	5	10	15	20
东京	大阪之外				10
大阪	东京之外				10
名古屋	东京、大阪之外				10
东京、大阪、名古屋之外	东京、大阪、名古屋之外	5	10	15	20
三个总部制		1	5	10	15
总计		36	65	100	140
对象企业数		100	100	100	100

资料来源：[日]阿部和俊著：《发达国家的城市体系研究》，地人书房 1985 年版。

在东京设立企业总部的必要性同企业规模也有密切关系，一般来说，越是大的企业，总部对东京的指向性越强烈。如在日本六大企业集团中，构成集团核心的企业是集团社长会成员企业，共有 10 家

(1985年), 其中, 在东京设立总部的企业就有 141家, 占这些企业总数的 25.9%。

据日本国土厅关于企业东京总部的作用与职能所作的调查 (1985年), 居第一位的是“资金的筹集与财务运用”, 占回答企业总数的 25.9%; 第二位是“本公司组织 (分公司、营业所、工厂) 的统一管理”, 占 21.3%; 第三位是“采购与销售等交易业务”, 占 19.9%; 第四位是“从业界团体获取信息”, 占 14.2%; 第五位是“从中央政府等行政机构收集信息”, 占 13.8%。从上述的回答内容不难看出, 即使是信息技术不断发展的今天, 企业活动所需要的金融、信息资源仍高度依赖于首都这样的中心城市。

日本国土厅也对企业在总部的区位上选择东京的理由进行了调查, 如表 5-1 所示, 选择东京的最重要的理由仍然是由直接接触等方式收集信息的利益和由各种机构、竞争企业、相关企业以及多种企业服务业集聚而产生的外部经济利益。

表 5-1 在东京设立企业总部的的好处

项 目	回答企业占总数的比率 (豫)
收集竞争企业和业界信息便利	25.9%
与中央政府等政策机构接触方便	21.3%
有利于采购、销售等交易活动的开展	19.9%
便于开展国际交易	14.2%
有利于提高企业形象	13.8%
容易获取优秀的人才	13.8%
有利于金融交易	13.8%
易于收集技术信息	13.8%
有利于统辖公司组织	13.8%

资料来源: 日本国土厅 1985年调查。

矢田俊文利用阿兰·普莱德的专业信息循环论阐述了企业总部等中枢管理职能向东京集中的机制（见图 缘景缘）。

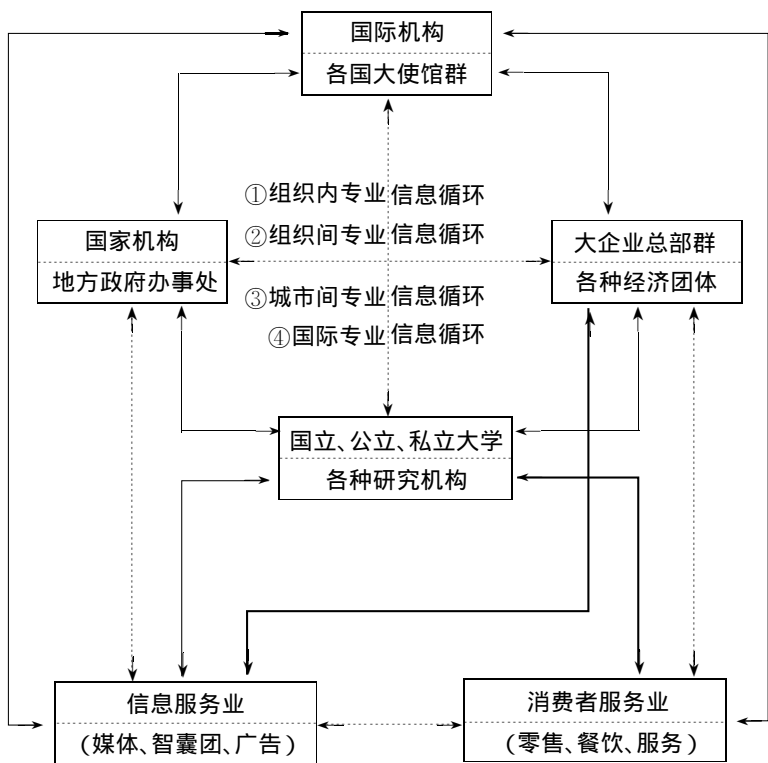


图 缘景缘 各种高级职能向首都的集中与专业信息循环示意图

资料来源：[日] 矢田俊文著：《缘世纪的国土结构与国土政策》，大明堂 缘缘年版

首先，由于国家中枢机构（政治中枢、官僚机构、各种公共团体等）、各国大使馆、各种国际机构集中于东京，大量的国家信息和国际信息汇集于东京，形成了组织内和组织间的专业信息循环。为了追寻上述国际、国内信息，巨型企业的总部纷纷落户东京，进而以企业内信息循环的形式将世界的和国内的信息吸引到总部。其次，与同行

业其他企业、交易企业的总部、金融机构的总行、业界团体为首的各种经济团体的总部和组织之间的面对面交往，使专业信息在首都圈内循环。为了寻求这些信息的集聚，那些原本把总部设在东京以外城市的大企业，或是将总部移师东京，或是在东京设立与总部规格相当的东京分部。再次，集聚首都的大学和研究机构既是科学技术、学术文化和人才培养基地，也构成了各种专业信息的生产、集聚和循环核心。

大量专业信息的循环，吸引着新闻·书刊等出版业、广播·电视等大众媒体、智囊团、调查机构、设计事务所和广告代理让等多种多样的信息服务业的集聚，而这些信息服务业又进一步扩大了专业信息的域内循环。上述中枢管理职能与信息服务业在首都的集聚，大大提高了其对交通、通讯服务的需求，进而促进航空网、新干线、高速公路等国际、国内高速交通体系和通讯网的集中建设，而这些信息交流基础设施的完善又会进一步加速中枢管理职能和专业信息的集聚，也就是说这一过程中存在着乘数效应。中枢管理职能和信息服务业向首都圈这一大城市复合体的集聚，形成城市的基础产业（~~遭拜稽圣卷鞠赠~~），诱发庞大的人口集聚和多样化的消费服务产业的集聚，这样就形成了以消费者信息的集聚和循环为内核的另一个乘数效应。

总之，大企业总部（其中大多数已发展成为跨国公司）向首都的集聚，是和上述滚雪球式的双重循环紧密相连的。

当然，并不是在所有方面东京都具有优势。经济职能向东京的过度集聚也带来了一些不利因素，也可称之为集聚非经济（外部不经济）。如前述国土厅调查的企业中，多达 ~~缘圆豫~~ 的企业回答说“东京的办公室租金过高”，多达 ~~缘圆豫~~ 的企业指出“职员的通勤时间过长”，其他还指出存在“扩大办公室面积受限”、“职员的工资和通勤费用过高”等问题。

### 圆爱法国

法国的大企业总部的区位也属于“一极集中型”。以 ~~员缘年~~ 对 ~~缘~~ 家资本金规模 ~~员~~ 万法郎以上、从业人员超过 ~~猿~~ 人（仅限国

内)的股份公司进行的有关调查显示,法国主要企业的总部高度集中于巴黎以及巴黎大城市区(大巴黎)。企业总部最多的城市为巴黎,共有 159 家企业总部,占上述企业总数的 74.6%;大巴黎的企业总部则达 121 家,占总数的比率高达 57.2%;若把巴黎周围三县也算入大巴黎城市圈,这一比率更高达 78.3%。企业总部数量居第二位的城市为里昂,但仅仅有 21 家(比率仅为 9.6%),即使是里昂大城市区也只有 18 家,由此可见其与首位城市间的差距之大。

### 猎爱韩国

韩国的大企业总部向少数城市集中的程度更为突出。以韩国主要企业为对象进行的研究结果表明,占调查总数 14.6%的企业(18 家)将总部设在首都汉城市,釜山和仁川居第二位和第三位(分别占 10.1%和 10.1%)。<sup>①</sup> 企业规模越大,其总部向首都汉城市的集中度更高,如总数为 18 家的上市法人(一般多为大企业)中,有 14 家企业将总部设在汉城,所占比率高达 77.8%。釜山的比率也有所提高(16.7%)。这说明越是大的企业,总部向特定的大城市集中趋势越为明显。如果以制造业为例考察主要城市中企业中枢管理职能与生产职能间的区位关系,汉城以外其他城市绝大多数企业总部与生产职能结合在一起(即总部与工厂位于同一城市),即使是釜山,两种职能结合型区位所占比率也高达 77.8%。而在汉城,这一比率只有 10.1%,也就是说,汉城的制造业企业总部多为在地域上与生产职能相分离的大企业总部。这一事实进一步证明了随着企业规模和企业经营活动空间范围的扩大,中枢管理职能有脱离生产职能而向特大城市集中的倾向。

### 源爱英国

英国的企业总部向首都伦敦集中的程度不及日本、法国和韩国,但仍属于“一极集中型”区位类型。依据 1985 年 12 月 1 日

<sup>①</sup> 以韩国每日经济新闻社刊《会社年鉴》所载上市法人和登记注册法人为准,1985 年共有 129 家,其中,上市法人和登记注册法人分别为 18 家和 111 家。



远个，企业总部数超过 缘家的城市共有 怨个，这 怨个城市所拥有的企业总部数占对象企业总数的比率也只不过 员圆豫。

尽管如此，美国大规模企业的总部在地域上仍较为集中，据 匀葬葬葬 (员怨苑年) 的研究，员怨源年美国前 猿苑家企业中，圆苑家企业的总部分布在极少数几座大城市中。纽约、芝加哥、旧金山、洛杉矶、费城、底特律这 远大城市集中了约一半以上的主要企业的总部，这些企业同年销售额约占主要企业销售总额的约 圆猿 (阅葬葬葬 社 取 蕴葬葬葬，员怨苑)。

在美国，主要制造业企业总部的分布同企业所属工业部门以及部门的发展历史有密切的关联。相对来讲，将企业总部设在纽约州的企业多为发展历史较长的企业 (有近一半企业为 员怨源年以前创业的企业)，这些企业多属于烟草、纤维、化学、有色金属、造船等传统工业部门。而 圆世纪初迅速成长的钢铁、一般机械、电气机械、汽车、轮胎等橡胶制品及化学工业等产业的代表性企业的总部，则主要集中于宾西法尼亚、俄亥俄、密歇根、伊利诺伊等五大湖沿岸各州。另外，第二次世界大战后迅速发展的电子、计算机、航空航天工业以及制药工业等新兴产业的代表性企业的总部，则主要集中在加里福尼亚州。在得克萨斯州设有总部的企业多为煤炭、石油制品等制造业企业。可见，美国制造业企业总部的区位同制造业部门生产能力的地域结构有密切关联，即特定制造业部门的企业总部向该部门制造业工厂较为密集的区域或城市集中区位。

### 圆爱德国

德国 (这里指原联邦德国，下称“西德”) 的主要企业总部的区位也呈分散格局，但与美国不同的是，西德境内不存在拥有企业总部数量明显多于其他城市的首位城市，而且拥有企业总部最多的城市也不是国内人口最多的城市，这是西德区别于其他国家的特点。<sup>①</sup> 以

<sup>①</sup> 这同第二次世界大战后德国分裂为东西两部分有直接关系。“二战”后，很多原来将总部设在柏林的企业迁移到联邦德国的其他城市。

1980年版的《世界城市年鉴》中资本金达 1000 万马克的跨国公司总部为对象进行的研究表明，企业总部数量超过 100 家的城市共有 10 个（远多于日本和韩国，两国均为 10 个城市）。企业总部最多的城市是法兰克福，共有 100 家企业总部（100%）；汉堡居第二位，为 100 家（100%）；杜塞尔多夫和慕尼黑均为 100 家（各占 100%）；人口最多的西柏林却只有 100 家，位居第六位。企业总部的集中度在各产业部门之间有较大的差异。一般说来，第三产业主要企业的总部集中于少数几个城市的现象比较明显，其中以金融、证券业和保险业最为突出（法兰克福、汉堡、慕尼黑和科隆这四个城市共拥有近 100 家该部门的企业总部），其中，法兰克福集中了 100 家金融、证券和保险业企业总部，占该部门企业总数的 100%，这也充分反映了法兰克福作为西德金融中心的地位（阿部，1980）。

总之，各国主要企业总部的区位表现出不同程度的地域集中度，但控制国家经济的大规模企业的中枢管理职能总体上表现出趋向于首都（或该国最大城市）或少数几个大城市集聚这一共同点。当代经济社会中政府与大企业之间有着千丝万缕的关系。大企业中枢管理职能区位上出现的一极集中和多极分散两大类型，最主要的原因可能在于各个国家权力的地域分布状况。国家中央集权历史悠久、在中央政府强有力的干预下实现经济起飞的 国家，如日本、法国、韩国和英国等国家，其企业总部向首都集中区位的倾向较强。如果是联邦国家，而且各地方自治有着悠久历史（如美国的联邦制始于 1787 年，德国始于 1871 年），国家权力往往向构成联邦的自治体分散，各地方自治体之间的经济也有着相当程度的独立性。在这样的国家，大企业总部不仅不一定向首都区位集中，而且向国内最大城市的集中度也比较低。这一类型的国家除美国和西德外，还有瑞士。西德在大企业总部的区位上不存在首位城市，这一点还跟德国独特的历史发展有深刻关联。如果没有东西德的分裂，柏林很可能就是德国大企业总部区位集中的首位城市。战后，很多企业将总部从柏林迁出，如今慕尼黑和法兰克福的很多企业总部就是从柏林迁入的。

## 第 远章

# 跨国公司与现代世界产业结构调整

为保持企业竞争优势和实现终极利润最大化，跨国公司顺应不断变化的国际环境，投身于全球化经营。跨国公司极力扩大企业特定所有权优势的使用空间，充分利用世界各国、各地区的区位优势而合理安排企业资产区位的战略行为，对世界经济的发展产生了深刻影响。作为高效率配置全球资源的巨型网络组织，跨国公司的全球经营将越来越多的国家和地区纳入到其体系内和其体系之外的分工体系之中，它成为了将世界各国、各地区的经济发展、产业结构调整以及在世界经济联系中的地位等紧密连结在一起的媒介。当然，各国政府采取的鼓励国际贸易和国际直接投资的政策，进一步增强了跨国公司作为世界经济活动主体的重要性。

跨国公司在全球经济中所起的重要作用，为我们提供了解释现代世界经济中各项结构性问题的形成发展机制的崭新的视角，使世界经济研究从以往以国家为行为主体的宏观研究，向全球经济的形成者和组织者——跨国公司这一微观领域深入。

本书的后两章旨在进行这一方面的尝试。在本书前半部分对跨国公司的区位体系进行研究基础上，本书将研究扩展到世界尺度，力图从跨国公司这一经济行为主体入手，解释现代世界经济地域系统发展中一些结构性问题，即世界产业结构的调整和演进以及以贸易形式体现的世界经济联系格局的发展变化。本章将从发展中东道国、发达东道国和母国等三个不同的角度，考察跨国公司在现代世界产业结构调整中所发挥的重要作用。

## 10.1 现代世界产业结构的调整与跨国公司

### 10.1.1 现代产业结构演进的轨迹

第二次世界大战后，世界经济取得了长足发展，产业结构发生了重大变化。推动产业结构变化的力量主要来自两个方面：一是供给因素，包括技术进步（微电子技术和信息技术革命）以及要素水平和能力的扩大（包括资本积累、劳动力素质的提高以及自然资源的供给扩大等）；二是需求因素，包括来自个人（由高收入高消费支持的大众消费社会）和国家（各国增强综合国力的竞争）两方面的需求拉动，刺激新产品、新产业辈出，产业结构不断地向合理化和高度化方向发展。

纵观世界主要发达国家产业结构升级换代的过程，不难看出存在一些共同性的规律，主要表现在以下三个层次上的转换：①在产业部类之间，出现重心从初级产业向制造业再向服务业的转换；②在产业内部，随着工业化的深入，主导产业从低生产率、劳动密集的轻型工业向资本密集的装置型重化学工业，进而向高生产率、高技术含量的技术密集型高智能行业演进；③在行业内部，各行业从低技术含量、低附加价值的商品与服务，向高技术含量、高附加价值的商品与服务转换。

如果，一个国家的资源在产业间和产业内部的配置和移动遇到的障碍相对较少，产业将在技术进步的推动下持续向生产效率更高、附加价值更大和竞争力更强的方向演进。也就是说，该国产业结构的合理化和高度化会进行得较为顺利，经济能得以保持持续的增长，在世界经济中的地位会相应地提升。不然就会出现相反的结果：凡是产业结构合理化和高度化进展不顺利的国家或地区，其经济发展速度就会放慢甚至走向衰退，在世界经济中的地位会相对下降。

第二次世界大战后的日本，就是主导产业更替较快、产业结构升级换代整体上进行得较顺利的典型国家（**图 11-1** 世纪 80 年代以后另当别论），可以说，战后日本在经济发展上所取得的巨大成就在很大程度上取决于产业结构，特别是制造业结构的高度化。“二战”后日本制造业结构的高度化，大体经历了五个阶段：第 1 阶段以劳动密集型轻工业为主，以纺织业为代表的劳动密集型工业主导了经济起飞；第 2 阶段以重化学工业为主，钢铁工业、石油化学工业等基础材料型重化学工业（产品具有无差别性特点）在工业中占据了主导地位；第 3 阶段以装配导向型产业为主，汽车、电子、精密机械等产品差别化特点显著的加工装配型工业成为该时期的主导产业；第 4 阶段逐渐向信息产业等高附加价值的创新密集型高技术产业过渡；第 5 阶段则基本完成了追赶阶段，进入摸索全新的产业发展范式阶段，发展环境产业和信息家电等未来产业（见图 11-1）。

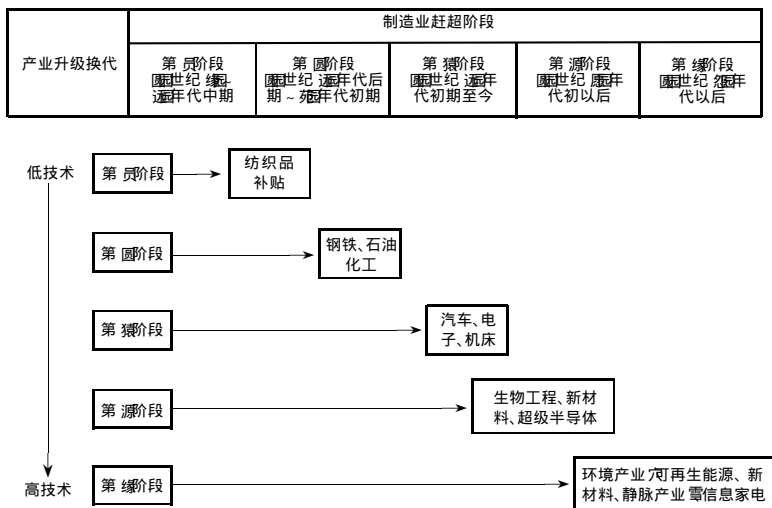


图 11-1 20 世纪 80 年代以来日本制造业结构的升级换代

资料来源：对 韵 撰 撰 ( 1988 ) 进行若干修正后绘制

如图 11-1 所示，一国产业结构向高级化演进的过程，实际上就

是原有的主导产业增长速度放慢、走向衰退，并因此被更富有成长力的新的主导产业所不断取代的过程。

## 10.1 现代产业结构调整与跨国公司

所谓产业结构调整，就是不同产业之间或同一产业内部不断调整各类经济行为的构成（产量、就业与出口等）（戴蒙和博恩，1982）。第二次世界大战后，世界各国、各地区产业结构调整所呈现的一个很突出的特征，就是一国的产业结构调整同国际贸易和国际直接投资紧密相连。基于跨国公司是现代国际贸易与国际直接投资的主角，可以得出这样的结论，即世界范围的产业结构调整在很大程度上是在跨国公司的主导下或辅助下实现的。这并不是说一国的产业结构调整离开跨国公司就无法进行，但是如果没有跨国公司的全球经营，那么新产业的出现会被推迟，产业结构调整的步伐会被放慢。

假设不存在跨国公司的全球经营，即不存在各国之间对内或对外的直接投资，那么一国产业结构的升级，可能是靠国内技术的进步和国内资本的积累等国内力量自发地进行，相应地，一国产业结构的演进也主要以对外贸易的形式同其他国家产业结构的调整发生间接关系。结果，每当国内资源从衰退产业撤出的时候，就会发生较大的动荡，每一次的产业结构调整就会经历一场阵痛。

但由于跨国公司对外直接投资的存在，情况得以改变。跨国公司可以利用不同国家和地区间存在的产业结构梯度以及要素禀赋和价格的差异，通过内部化形式将在国内失去比较优势的衰退产业中的部分资源要素转向国外，与东道国具有的比较优势资源相结合，以增强原有资源要素的利用率，从而延长了该产业的生命周期。衰退产业的转移，为母国新兴的或正在获得比较优势的产业让出宝贵的资源，使新兴产业得到重点培育和发展，促进了新的主导产业的形成。对东道国来讲，跨国公司的对内直接投资可以带来稀缺的资源，帮助东道国建立“新”的产业，或使原有产业得以改造，从而也促进了东道国的产业结构调整。

随着跨国公司经营空间范围的扩大和经营领域的扩展，为数更多的国家和地区、更多的产业被纳入到跨国公司的全球经营体系中，以致这些国家和地区的产业结构调整已不再孤立地进行，现代世界的产业结构的调整形成一个相互联动的系统。

由于国家间经济发展水平、产业结构、要素禀赋状况以及政府产业政策和对外经济政策间存在差异，再加上跨国公司战略、进入东道国的时期和对东道国经济的渗透程度不同，跨国公司在产业结构调整中的作用和效果不尽相同，不能一概而论。

## 远圆 跨国公司与发展中东道国的产业结构调整

第二次世界大战后，跨国公司对发展中国家的对外直接投资主要集中于拉丁美洲和东亚地区。然而由于这两个地区的工业化战略以及跨国公司进入动机的不同，跨国公司在各地区产业的发展 and 结构调整中所发挥的作用存在较大的差异。

第二次世界大战后的拉丁美洲，在经济发展水平、国内市场规模、自然资源禀赋等方面明显优越于亚洲和非洲发展中国家，因而成为发展中国家和地区中吸引跨国公司直接投资最多的地区。拉美国家政府采取的进口替代工业化政策，使投资于拉美的跨国公司普遍倾向于采用市场指向型战略（以占领当地市场为目的）。跨国公司在拉美主要国家相继建立汽车、石油化工、电器机械等诸多新兴产业，并对纺织、食品等传统产业进行了现代化改造。但政府对国内市场的长时期过度保护以及较小的国内市场，严重影响了技术进步和规模经济的实现，致使许多在跨国公司主导下建立起来的产业生产效率低、缺乏国际竞争力，最终未能经得起国际市场的考验。所以，尽管有了跨国

公司的广泛参与<sup>①</sup>，拉美国家的产业结构调整仍然步伐迟缓。进入 20 世纪 80 年代以后，情况发生较大变化：受地区经济一体化和拉美主要国家经济自由化政策的推动，跨国公司的经营战略、投资规模和结构均发生重大转变，拉美国家的产业结构调整迎来新的机会。墨西哥汽车工业的近期趋势已证明了这一事实。

相比之下，跨国公司对东道国产业结构调整所起的作用，在东亚表现得最为淋漓尽致，东亚由于经济发展所取得的巨大成就而获得“世界经济成长中心”的美誉。尽管该地区经济得以高速增长的原因因国而异，但不可否认的共同事实是：来自发达国家的跨国公司以及后来的亚洲“四小龙”跨国公司的直接投资起到了重要作用。跨国公司广泛参与了该地区的工业化进程，推动了该地区新产业的建立和产业结构的升级换代，特别是在将其内向型产业转为出口导向型产业，进而成长为具备国际竞争力的产业方面作出了贡献。东道国政府的产业结构调整政策与跨国公司对外直接投资战略相结合，使该地区产业结构不断向高级化推进，东亚国家和地区在经济发展和产业结构调整方面开创了一条独特的道路。

本文主要从以下四个方面考察跨国公司强烈影响下的东亚产业结构调整及其特征。

## 4.1 劳动密集型产业的成长与结构升级——以纺织业为例

纺织工业是跨国公司进入东亚地区的最早的产业领域。纺织工业由纤维（天然纤维、合成纤维等）和纺纱（上游）、织布原印染原加工（中游）、成衣等纤维制品的制造（即缝制，属于下游）等构成（见图 4-1）。该工业部门在产业分类中被列为劳动密集、低技术含

<sup>①</sup> 在制造业中，跨国公司外国分支机构所占比重在巴西达 70%（1985 年，按销售额计算），墨西哥达 60%（1985 年，按附加值计算），在机械设备、电子电器设备、运输设备等行业，这一比重接近一半，有些国家甚至超过一半。



生产特点	纤维 合成纤维雪	织物	成衣
资本密集度	高	←————→	低
劳动密集度	低	←————→	高
原材料费用	高	←————→	中
生产单位的平均规模	大	←————→	小
技术	复杂	←————→	简单

图 4-1 纺织工业生产链中主要组成部分的要素密集度差异与生产特征

资料来源：同图 4-1

东亚的韩国、中国台湾和中国香港的纺织业同来自美、日等发达国家的跨国公司的合作发展大体经历了以下四个阶段（见图 4-2）：

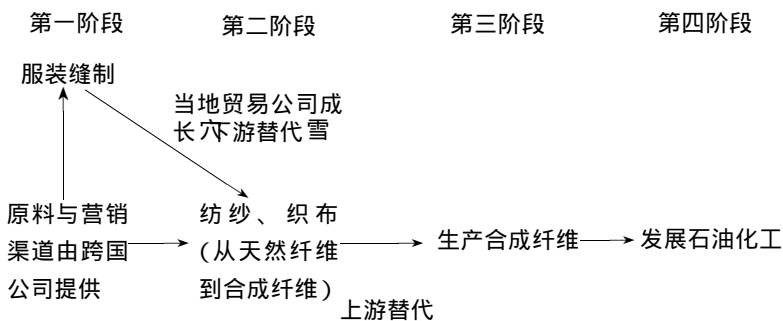


图 4-2 亚洲新兴工业化国家和地区（中国台湾、中国香港、韩国）纺织服装工业的发展阶段

资料来源：转引自 曹建群、吴晓波、吴晓波、吴晓波、吴晓波

第一阶段，以服装缝制为主的阶段。20世纪 70 年代，韩国、中国香港和中国台湾政府所实施的外向型经济发展战略和丰富而廉价的劳动力资源赋存状况，恰好同美国和日本等发达国家的纺织、服装业结构调整的时机相吻合。来自于发达国家的纺织业跨国公司提供了资本、面料和质量控制技术，这些跨国公司所控制的资产同新兴工业化国家和地区廉价的非熟练劳动力相结合，发展了向国际市场出口的服

装缝制造业。跨国公司不仅提供了生产要素，而且还给东道国带去了市场渠道和品牌等无形资产。当时进入上述国家和地区的跨国公司有不少是零售业贸易公司（美国）和综合商社（日本），这些销售领域的跨国公司为东道国所产服装开辟了稳定的国际市场（如 20 世纪 70 年代中国台湾 20 世纪 70 年代的纺织品出口是经由日本综合商社输往世界市场的），使得东道国节约了用于开拓国际市场所需要的时间和投资。跨国公司的介入，使早已存在的内向型的低生产率的国内纺织工业转变为首批外向型产业。

第二阶段，向纺织业下游和上游的替代发展。随着出口主导型服装工业的发展，当地企业开始努力减少对跨国公司的依赖。在政府的支持下，当地企业开始组建自己的贸易公司来开拓国际市场。如 1973 年韩国政府制定了综合商社制度，中国台湾也仿效韩国发展大型贸易公司。同时，从 20 世纪 70 年代末起服装工业向中游和上游发展，进入纺纱、织布领域，并从天然纤维向化学纤维过渡，逐步投入到化学纤维的纺纱、织造和印染活动。

第三阶段，进一步发展化纤纺织品。随着服装加工品的大量出口和国内需求的增加，化纤的进口依存度剧增。为改善纺织业的贸易收支，当地企业开始进入化纤生产。化纤属于资本密集型行业，需要更多的资本和更高的技术。<sup>①</sup>化纤生产所需的技术主要依赖于日本化纤厂商，通常采用合资或少数参股方式，日本这一行业领域著名的跨国公司如东丽、帝人、朝日化工、三井和三菱人造丝等，均在韩国和中国台湾与当地有关企业建立了合资企业，主要生产聚酯纤维、尼龙丝、纱和相关产品。

第四阶段，化纤生产的成功移植，为进一步向上游发展奠定了良好基础。通过建立石油化学工业来保证原料的稳定供应体系。在技术

---

<sup>①</sup> 化纤，即合成纤维的生产需要巨额的设备投入，世界上生产化纤的企业多属于大型跨国企业。东亚地区的化纤生产也主要由能够承担初期巨额投资的国有企业和财阀企业所控制

上，仍然依靠国外石油化学跨国公司的技术转让或少数控股参与。例如，1952年，韩国与日本三井石化合作建立了三星石化公司，生产聚酯纤维；20世纪 60年代中期，中国台湾与三菱化工和其他跨国公司合作，建立了自己的石油化学工业。

从上述纺织工业发展所经历的四个阶段可以看出，亚洲新兴工业化国家和地区从纺织、服装行业中最具劳动密集型的活动起步，根据国内要素禀赋和技术条件，通过与跨国公司的联系（合资经营、少数控股参与和非股权安排等形式）吸引技术，适时沿着生产链向上游和下游发展，建立起现代化的相对完整的纺织工业，进而发展成为世界上最大的纤维生产区和纺织品出口基地。

但由于劳动密集型产业对成本及其差异极其敏感，亚洲新兴工业化国家和地区服装企业也因为工资不断上涨而开始失去比较优势。据统计，在 1965-1975年，韩国服装工业的工厂和就业人数均减少了 50% 以上；同期，中国台湾纺织品出口也从 1.5 亿美元下降到 0.5 亿美元（资料来源：Wang, 1998）。纺织工业在上述国家或地区的衰退，在两个层面上改变了纺织业格局：一方面，日、美等跨国公司撤出这些国家，寻找成本更低的区位；另一方面，借助外国跨国公司成功地建立起本国或本地区纺织工业体系的国家或地区，其民族企业同发达国家跨国公司合作期间积累了经营资源，逐渐走向成熟，也采用对外直接投资的方式将国内或地区内生产的一部分转移到工资水平更低的国家，进而发展成为跨国公司。发达国家跨国公司的区位再调整和亚洲新兴工业化国家和地区纺织工业的结构调整，促进了这些国家和地区对后进的东盟、中国、越南等国家的对外直接投资，使这些后发的发展中东道国开始走第一代国家所走的路。特别是中国已发展成为世界上最为重要的纺织品的生产国和出口国（见表 10-1）。

表 10-1 世界纤维和成衣出口中主要国家的地位变化

单位：豫

	纤 维		成 衣	
	1980年	1985年	1980年	1985年
中国	1.2	1.5	1.2	1.5
中国香港	—	—	—	—
香港本土产品出口	1.5	1.8	1.5	1.8
再出口	—	—	—	—
韩国	1.2	1.5	1.2	1.5
中国台湾	1.2	1.5	1.2	1.5
印度	1.2	1.5	1.2	1.5
美国	1.2	1.5	1.2	1.5
日本	1.2	1.5	—	—
德国	1.2	1.5	1.2	1.5
意大利	1.2	1.5	1.2	1.5
法国	1.2	1.5	1.2	1.5

资料来源：宰耕的《1985年 粤土港省区统计》。

总之，在东亚国家的出口导向型工业化战略的起步阶段，纺织业跨国公司的生产转移起到了极为重要的推动作用。东亚国家和地区在世界贸易中地位的提高，最初是在纺织业中实现的，这些国家和地区融入国际分工、积累外向型经济的发展经验，也都是从纺织工业开始的。

## 10.1.1 技术密集型产业的成长——电子工业和 关联设备制造

东亚在世界电子工业生产与出口中的地位

电子工业是制造以电流为媒介的信息处理和传播设备的工业部

门,按其产品用途可以细分为产业用电子(通讯设备、计算机等)、民用电子(录像机、电视、摄像机等映像设备,收音机、收录机、激光唱机、组合音响等音响设备等个人、家庭用电子设备)和电子部件(电子管半导体、液晶、集成电路等电子部件)等部门。电子工业是石油危机以后带动发达国家经济发展的最重要的主导产业之一,同时也是当今国际直接投资最为活跃、全球化生产最为普遍的产业之一。这些特征是由电子工业独有的特性所决定的。

(1) 电子工业是研究与开发密集型产业。电子工业技术来源于耗资巨大的研究与开发。在日本,投入到电子工业的研究费用占全产业研究费用的 15.5%,是全产业中比例最高的部门(运输机械和化学工业的这一比率分别为 1.5% 和 1.2%)。<sup>①</sup> 因此,电子工业一般集中于能承担得起巨额研究开发费用、有雄厚的科学研究能力的少数发达国家。

(2) 电子工业是资本密集型产业。电子工业生产的一次性设备投资额巨大,而且设备淘汰速度快。以代表电子工业技术进步的核心产品——半导体存储主力产品 随机存取存储器)为例,自美国在 1956 年首次开发以来,仅 15 多年,其集聚度就从 1956 年扩展到 1971 年,扩大了 5 倍,相当于每隔 3 年就完成一次更新换代。每一次换代时,新的批量生产线投资规模都会急速上升,如半导体生产工厂的建设费用在 20 世纪 70 年代时为 100 万美元,到 20 世纪 80 年代初已提高到 500 万~1000 万美元,到了 20 世纪 90 年代初又攀升到了 1000 万~2000 万美元(资料来源:《世界电子工业》)。到 20 世纪 90 年代末,新生产设施所需的投资已增加到 1000 万美元。1995 年,半导体企业为新增生产能力投入了 100 亿美元,仅英特尔一家就投入了 100 亿美元<sup>②</sup>,平均为上一次投资的 5 倍。日新月异的技术

<sup>①</sup> 参见 1985 年日本工业新闻社:《日本工业年鉴》。文中的数据为 1985 年电气机械(机电和电子工业之和)的数据。

<sup>②</sup> 资料来源:《世界电子工业》1995 年 10 月 10 日。

革新和技术进步使该产业产品的生命周期不断缩短，结果，生产设备的折旧淘汰速度加快，企业要不断进行新的设备投资。如果被淘汰的生产设备能够找到新的市场，那将带来可观的资本节约。而发达国家和发展中国家投资结构和消费结构的差距则诱发这些生产设备的国际转移。

(獭) 资本具有相对节约型的特点。日本三菱综合研究所对产业的资本存量投入函数<sup>①</sup>进行比较的结果表明，1973~1985年，电子工业的资本集约度在全产业中最低（资本存量投入函数值为0.001，而一般机械、运输机械、化学、金属、纤维、食品工业分别为0.002、0.003、0.004、0.005和0.006），这主要还是和电子工业的高增长性密切相关。由于资本的相对节约性，电子工业在空间上具有区位自由度相对较高的特点，即从发达国家移向发展中国家相对容易，而且资金短缺的发展中东道国较容易接受。

(源) 市场竞争中价格竞争力具有关键性意义。电子产品市场的扩大在很大程度上依赖于产品价格的持续下降。据日本经济企划厅统计，自20世纪70年代以来，在日本制造业10个部门中，物价下跌率最大的是电子工业。电子工业企业为了在价格竞争中争取主导地位，不断扩大研究与开发投入，同时又尽最大的可能降低生产成本。电子工业虽然总体上属于技术密集型产业，但其生产过程中又存在劳动密集型的制造工程（主要为组装工程）。为降低制造成本，电子工业企业不可避免地要向劳动力价格低、素质较高的发展中国家转移生产。在一些国家的对外直接投资中，电子工业所占比率很高，如日本电气机械工业的海外直接投资累计额（1973~1985年）占制造业海外直接投资累计总额的15.5%，位居各产业的榜首。

从电子工业所具有的上述特征不难判断，电子工业的重心应该是

<sup>①</sup> 相对于某一产业产值的变化表现出的资本存量的变化弹性值，即某一产业每增加一个单位产值所需要的资本存量增加值，该值若大于1，表明该产业为大量使用资本型产业，若小于1，则为资本节约型产业。

发达国家,但又不可避免地要向发展中国家扩散,当发展中东道国政府的产业政策导向同电子工业领域跨国公司的战略行为一致时,就会发生这一产业的国际转移。

东亚国家和地区经济发展的成就,很大程度上来源于其产业结构从劳动密集型产业向资本技术密集型产业的升级。它们不仅成功地吸收了来自日、美等发达国家的电子工业,还将本国的电子工业结构不断向高技术含量、高附加价值化方向推进。如今,东亚国家和地区在世界电子工业生产中已经占据了一席之地,以 1995 年为例,在全世界电子工业总产值中,亚洲 4 国(日本、韩国、台湾、香港)所占的比重分别达到了 35.1% 和 31.1%,两者共占世界的 66.2%,而在 1985 年,这一比率仅为 30.1% (日本占 15.1%,韩国占 15.0%)。东亚的电子产品在世界市场上赢得了一定的份额,电子产品在该地区所有国家和地区的出口中已超过纺织品(包括合成纤维和成衣),成为最大的出口商品(见表 4-1 和表 4-2)。

表 4-1 东亚国家和地区出口部门构成(1995 年)

单位:豫

	东亚(怨)	中国	日本	韩国	台湾
矿物性燃料	1.2%	0.8%	0.5%	0.5%	0.5%
化学品	1.5%	1.2%	1.5%	1.5%	1.5%
合成纤维及其制品	1.8%	1.5%	1.8%	1.8%	1.5%
成衣	2.5%	1.8%	1.2%	1.2%	1.2%
钢铁	1.8%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%
机械设备	1.5%	0.5%	1.5%	1.5%	1.5%
一般机械	1.5%	0.5%	1.5%	1.5%	1.5%
电气机械	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%	0.5%

① 该统计未包括中国。

续上表

	东亚 (怨)	中国	暹罗	马来西亚 (源)
运输机械	源	猿	缘	员
(汽车)	员	园	园	园
(汽车部件)	园	员	园	园
精密机械	猿	猿	猿	员
其他	园	猿	员	园
对世界出口额	员	员	员	员

资料来源：[日]木村等：《东亚的国际分工与中国》，东京，1974年。

表 8-2 东亚主要部门在世界贸易中的地位 (1974年)

单位：豫

	东亚 (怨)	中国	暹罗	马来西亚 (源)
矿物性燃料	员	员	猿	缘
化学品	员	园	愿	园
合成纤维及其织品	源	苑	园	苑
成衣	猿	员	员	远
钢铁	员	源	员	员
机械设备	园	猿	员	源
一般机械	园	园	员	缘
电气机械	猿	源	园	愿
运输机械	远	员	源	园
(汽车)	源	园	猿	园
(汽车部件)	源	园	园	园
精密机械	员	猿	员	员
其他	园	远	怨	缘
对世界出口额	园	源	员	源

资料来源：同表 8-1

图 4-1 跨国公司在东亚电子工业发展中的作用——以韩国与中国为例

韩国是在发展中国家中电子工业发展最为成功的国家之一。它与跨国公司合作,通过技术许可、设备引进、出口安排、分包、直接投资和战略联盟等各种方式获得跨国公司的优势资产,政府又给予一系列强有力的政策支持。虽然韩国经济发展对外国直接投资的依赖程度在整体上相对较低,但电子行业是个例外。按就业人数衡量,1980 年外国分支机构雇用的人数占该行业就业人数的比重为 15%,1985 年增加到 25%;在出口中,外国分支机构所占比重更大,1980 年占 30%,1985 年更增加到近 50% (资料来源:《世界投资报告》)。在韩国电子工业发展的不同阶段,跨国公司所起的作用如图 4-1 所示。

时期	产品、产品类型与经营类型			跨国公司、 进口与贸易 的作用	
	电子部件	消费类电子	营销		
20 世纪 70 年代	半导体 集成电路 记忆板	劳动密集 型装配	收音机、 黑白电视机 (国内市场)	从跨国公 司进口原 机,加工 再出口	进口零部 件、外国 子公司组 装
20 世纪 80 年代	电容器、 电阻器		半导体收音机、 录音带、录音机、 彩电、微波炉		扩大技术 转让作用
20 世纪 90 年代	磁头、 半导体、 微处理器 芯片		录音机、激光 机、电讯设备、 计算机及其系 统		与外国跨 国公司结 盟、对外 直接投资
20 世纪 90 年代		研究与开发 密集型经营		努力创建 自主出口 品牌	致力于部 件生产的 本土化

图 4-1 韩国电子工业的发展历程

资料来源:《世界投资报告》

外国电子业跨国公司对韩的直接投资始于 20 世纪 70 年代中期,

马山自由贸易区建成两年后（1982年）外资流入达到高潮。<sup>①</sup>在跨国公司进入之前，韩国也有电子工业，但充其量只是面向国内市场的收音机的组装和一般部件的生产而已。跨国公司的进入改变了韩国的电子工业，韩国的电子工业结构很快得到了提升。1982年以后，运集赠 杂 草 算 器 器 云 到 售 造 阅 研 以及摩托罗拉等美国跨国公司进入韩国开办了独资或合资企业，主要开展晶体管和集成电路（附）的组装生产。降低成本是这一时期美跨国公司进驻韩国的主要动机，于是各公司寻求低工资劳动力，在韩国开展离岸生产（出口指向型生产）。<sup>②</sup>从 20 世纪 70 年代末起，日本企业也为了降低成本而在韩国开展出口加工型生产，东芝、三洋电机、索尼等企业先后进入韩国，从事晶体管、黑白电视机、盒式录音带和盒式录音带零部件的生产与组装（多为标准化的消费电子产品及其零件）；到 20 世纪 80 年代初，日本企业对韩的投资额已远远超过了美国。日、美跨国公司充当了带动韩国电子工业发展的火车头，一直到现在，这些企业仍然在韩国电子工业部件生产中占中心地位。

进入 20 世纪 80 年代后半期，外国跨国公司的对韩战略已发生重大变化。在它们看来，韩国已不仅仅是离岸生产基地，其已经逐渐成长起来的国内市场也变得相当重要。外资企业的直接投资对象也逐渐向高级化、高附加价值化方向演进，有些企业甚至开始在韩国建立一贯生产体系。两方面的作用影响了外国企业对韩战略的变化：一方面的作用来自于东道国。韩国国内电子产品市场不断扩大，工资低且相当熟练的工人和技术人员这一人力资源在不断地积累，政府对技术基

<sup>①</sup> 外国直接投资的进入与韩国政府推行的出口导向型工业化战略有密切关系，因为从跨国公司的立场看，当时的韩国因经济落后，国内市场规模极为有限，又没有足以开发的大型自然资源，国内市场指向型投资不具备区位优势。而另一方面，韩国有着受教育水平较高且工资水平低廉的大量劳动力，对于跨国公司实施以低成本为目标的出口基地战略具有最佳的区位优势。

<sup>②</sup> 由于 20 世纪 80 年代后半期起，日本廉价的电子产品大量涌入美国市场，美国企业迅速丧失了在本国市场上的优势。

基础设施提供辅助建设，以大财团企业为中心的国内企业不断成长，这些因素改变了韩国国内的区位条件。另一方面的作用来自于技术，特别是半导体生产上出现的 粤东脱化（粤东脱化）结合特定的用户和用途而开发大规模集成电路和集成电路）趋势，要求生产企业从设计阶段起就接近客户，并以一贯生产的方式将诸项工程紧密结合起来。这样一来，企业为降低成本而将生产工程加以分离，而分散区位的电子工业发展战略显得不尽合理。20 世纪 60 年代以来，韩国电子工业结构的升级也体现在了产品结构，除消费类家用电器生产向彩色电视机、录像机、激光机方向发展外，该产业开始进军以计算机、半导体、印刷术等为代表的信息设备及其关键零部件的生产领域。

另外，一批民族企业的成长标志着韩国电子工业取得了质的飞跃。以三星、现代电子和大宇电子等财团企业为核心的民族资本成长起来，逐渐成为了行业的主力军，而这些企业在起步阶段都有和外国跨国公司建立合资企业的经历。以韩国最大的电子工业企业三星电子为例，该公司的规模性电子工业生产起步于 1962 年同日本三洋电机的合资事业，在这一合资事业中，三星学习和掌握了生产技术，所产黑白电视机全部出口。三星电子向电子部件生产领域扩展，也多采用与外国跨国公司建立合资企业的形式。三星公司与日本阿尔卑斯电气（1964 年，一般部件）的合资事业以及与日本波斯特公司的合资事业（1964 年，音响设备部门），成为它向电子事业发展的良好开端。在成长的初期阶段，韩国的财团企业与日本跨国公司进行合资，不仅有效地学习了跨国公司以组装为主体的高效率的生产体制，还学习了现代企业科学的组织结构和高效率的管理技能，这对日后这些企业走向国际市场进而向跨国公司发展奠定了良好基础。从 20 世纪 60 年代起，这些新兴的电子业跨国企业，为了降低成本，将劳动密集型组装生产向马来西亚、菲律宾、泰国、中国、印度和墨西哥等发展中国家转移；与此同时，为紧跟世界技术革新的步伐，这些企业纷纷与同行业跨国巨头缔结战略联盟。特别是半导体领域中的战略联

盟，使韩国缩小了同发展中国家之间的技术差距。1995年，三星电子和 三星电子(原现代电子，兼并 三星电子半导体组建而成)两家公司已占领了世界 三星电子市场的近四成(三星电子占 三星电子，超过美国 三星电子公司居世界第一位，三星电子占 三星电子，居世界第三位)。韩国的电子工业对外国资本的依赖程度正在下降。但即使如此，它在技术和海外市场开拓方面仍然在一定程度上依赖于国外的跨国公司，依赖的形式主要是从国外跨国巨头购买技术专利、开展 三星电子方式的委托加工。<sup>①</sup>

继韩国、中国台湾和新加坡之后，中国的电子工业在跨国公司的影响下得到了迅猛发展。到 1995年，电子通信设备和电气机械制造业在全国制造业附加值中所占比重已达到 三星电子，仅次于化学及其制品(三星电子)而居第二位，而在 三星电子年，这一比率只有 三星电子，愿年间提高了 三星电子个百分点，增长速度远远超过了其他所有行业。可以说，电子电机工业引领了 三星电子世纪 三星电子年代中国制造业的高速增长。在出口上，电子电机产品已超过纺织品而成为中国第一大出口商品。

在中国电子电机工业的崛起和发展中，外资企业(包括港、澳、台和外商)发挥了重要作用。表 三星电子归纳了外资企业在中国电子电机工业的生产和出口中所占的比率。在消费类电子和电子部件生产上，外资企业所占的比重分别达到了 三星电子和 三星电子，比 三星电子年分别提高了 三星电子个百分点和 三星电子个百分点。只有在投资品类电子工业中，内资企业占优势，但如果考虑到台式电脑和手机等主要的投资类电子产品中，内资企业生产的多为外国品牌产品这一事实，那么跨国公司的作用远远超过统计数据所表现出来的地位。一般情况下，外资企业生产的是附加值相对较高的产品，而且产品又大量出口。如电子业外资企业的出口倾向，三星电子年达到 三星电子，而内资企业只有 三星电子，结果，在中国电子电机类产品总出口中，外资企业所占比重

<sup>①</sup> 对 三星电子的依赖程度尚很难把握，据有关方面统计，三星电子年韩国电子工业产值的约 三星电子属于委托加工生产。

高达 80%。<sup>①</sup>

表 10-1 中国的电子电机工业主要指标中内外资比率

单位：豫

	1997年	1998年	1999年	2000年
电子工业产值 工业总产值	100	100	100	100
外资占电子工业产值的比率	100	100	100	100
港、澳、台资企业	100	100	100	100
美、日、欧等外商投资企业	100	100	100	100
投资品类电子占电子工业产值的比率	100	100	100	100
外资企业占投资品类电子工业产值中的比率	100	100	100	100
港、澳、台资企业	100	100	100	100
美、日、欧等外商投资企业	100	100	100	100
消费品类电子占电子工业产值的比率	100	100	100	100
外资企业占消费品类电子工业产值中的比率	100	100	100	100
港、澳、台资企业	100	100	100	100
美、日、欧等外商投资企业	100	100	100	100
部件生产占电子工业产值的比率	100	100	100	100
外资企业占部件生产中的比率	100	100	100	100
港、澳、台资企业	100	100	100	100
美、日、欧等外商投资企业	100	100	100	100
出口倾向（出口占总产值的比率）	100	100	100	100
内资企业	100	100	100	100

<sup>①</sup> 实际上，美、日、欧等企业除了以直接投资的方式参与中国的电子工业之外，还存在大量的 间接方式的筹供，这样一来，跨国公司对中国的电子工业发展的贡献，应高于上述所有统计数据。

续上表

	员怨怨年	员怨怨年	员怨怨年	圆园园年
外资企业	圆园怨	源圆园	缘圆缘	缘圆源
港、澳、台资企业	猿猿员	缘圆圆	源圆圆	猿猿苑
美、日、欧等外商投资企业	圆缘圆	源圆圆	缘圆苑	缘圆圆
(外资企业占电子产品出口中的比率)	猿猿愿	远圆缘	苑圆员	愿圆员

资料来源：各年度版《电子工业年鉴》，信息产业部相关资料。

值得一提的是，在中国的电子电机工业中，美、日、欧等外商投资企业的地位高于港、澳、台资企业，这显然不同于早期中国发展劳动密集型轻纺工业时的情形，也反映了美、日、欧等国家产业结构与港、澳、台产业结构的差异。

在 员怨怨- 员怨怨年三年期间，中国的电子电机工业产值已超过了韩国和新加坡，成为亚洲最大的生产国。<sup>①</sup> 很显然，这同中国吸收外国直接投资情况有极为密切的关系。从 员怨怨年以来，电子通信设备领域所吸收的外商直接投资在制造业各行业中一直占第一位。在中国的固定资产投资中，全部产业的外资所占比重的平均水平为 员圆缘 (员怨怨年)，制造业外资所占比重的平均水平为 圆圆缘，而在电子通信设备制造业这一比率高达 远圆缘，全行业最高。<sup>②</sup>

在逐渐走向成熟的家用电器领域，中国民族企业迅速成长起来。从 圆园世纪 怨园年代中期以来，在中国的家电产品市场上，本土品牌的市场占有率明显超过了国外品牌。除了照相机、数码相机、录像机等少数产品在市场上外资企业占有率据上风外，在电视机、电冰箱、空调、洗衣机、微波炉、电话机等家用电器领域，市场占有率居前三位的品牌均为中国本土品牌。<sup>③</sup> 不仅在终极产品上中国本土

① 日本机械输出组合：《亚洲产业集聚的发展及其同日本的共生》。

② 员怨怨年《中国固定资产投资年鉴》资料。

③ 《经济日报》，圆园园年 猿月 圆日。

企业的追赶卓有成效，在电子部件、原材料等领域，中国企业的技术水平也在迅速提高。除了在彩色显像管、压缩机等关键部件和价格昂贵的电子部件以及高级原材料上外资仍占优势外，在其他部件和材料生产上，中国企业同国外的技术差距正在迅速缩小。也正是本土物美价廉的元器件，有效地支持着本土品牌强劲的价格竞争力。据日本贸易振兴会 1995 年 10 月对在亚洲日系制造业所做的调查，在华日系企业的原材料、部件的当地筹供率超过 50% 的企业已过半数，而且在当地筹供部件中，从中国当地企业的采购率超过一半（50% 以上）的日系企业占 50%，从日系企业采购半数以上部件的企业占 40%。而且日系企业普遍存在着减少对日本部件的依赖，甚至尽可能地减少从在华日系企业采购部件的倾向。如果把上述情况同在东盟的日系企业进行对比，便可了解中国的技术进步程度。在东盟国家，日系企业的部件当地筹供率超过半数（50%）的企业占所调查企业的 30%，在当地采购的部件中，采购当地企业的部件超过 50% 的日系企业占 40%，从日系企业采购半数以上部件的企业占 30%。<sup>①</sup> 这说明，中国的产业集聚或中国本土的部件厂商的技术水平已开始超过东盟。

在中国电子工业领域民族企业的崛起过程中，旺盛的企业家精神、中国政府的产业政策、地方政府的支持、廉价的劳动力和迅速扩大的国内市场等均起到了积极的推动作用。而跨国公司则通过合资、技术许可、投资、零部件筹供、战略联盟等方式提供了资本、技术、国际市场渠道、经营管理经验等稀缺资源，以及在加剧竞争等意义上促进了民族企业的发展。表 4-1 列出了中国电子通信和电气机械行业知名企业同跨国公司建立合资企业和开展技术合作的情况。

<sup>①</sup> 资料来源：《亚洲的投资环境比较》，1995 年 10 月。

表 8-1 中国主要家电、孕别厂商同跨国公司开展合作状况

企业名称	主要产品	国内合资	技术合作
<b>粤家电</b>			
长虹 (四川绵阳)	电视机, 空调		松下 (悦裁), 东芝 (悦裁, 电容, 空调), 三洋、飞利浦、东芝 (研究)
海尔 (山东青岛)	冰箱, 空调, 电视机	悦原 (美国, 软件开发), 三菱重工 (空调)	东芝 (空调), 微软 (全域), 东芝、索尼 (裁技术), 摩托罗拉 (手机), 松下、利普黑尔 (德国, 冰箱)
康佳 (广东深圳)	电视机, 手机		电子交易)
裁蕴 (广东惠州)	电视机, 家用电脑, 电话机	华庆国际 (中国香港, 电子产品), 瑞智 (中国台湾, 压缩机)	蕴 (手机), 东芝、三洋 (显像管), 松下电器 (悦裁, 孕, 压缩机等)
美的 (广东顺德)	空调, 电风扇, 电饭煲, 微波炉	东芝 (空调压缩机), 威灵 (中国香港, 空调, 电饭煲)	东芝 (空调压缩机), 三洋 (电饭煲)
小天鹅 (江苏无锡)	洗衣机, 电子洗碗机, 空调, 冰箱	美尔罗尼 (意大利, 电子洗碗机), 孕 (瑞士, 工业用洗衣机), 富士车辆 (餐具烘干机), 松下冷机 (压缩机), 阿尔西 (美国, 微波器皿), 德资、泰资、日系厂商	富士车辆 (洗涤剂), 松下电器 (压缩机, 空调), 孕 (洗衣机), 孕公司 (瑞士, 干洗机)

续上表

企业名称	主要产品	国内合资	技术合作
科龙 (广东顺德)	空调, 洗衣机, 冰箱, 电饭煲	三洋 (美国, 冷柜)	三洋 (空调压缩机), 爱立信 (美国, 洗衣机)
熊猫 (江苏南京)	手机, 家电, 计算机, 计测仪, 通讯设备	爱立信 (美国, 交换机; 爱立信, 手机), 爱立信 (爱立信, 洗衣机), 夏普 (爱立信, 液晶电视), 爱立信 (爱立信, 液晶电视), 爱立信 (瑞典, 通讯天线), 村田制作所 (爱立信, 电源设备), 日立 (爱立信, 打印机), 爱立信 (英国, 爱立信, 电容)	爱立信 (无线通信), 夏普 (家电), 日立 (打印机)
春兰 (江苏泰州)	家电, 汽车, 机械, 产品	爱立信 (韩国, 冰箱, 冷柜)	日立 (空调), 爱立信 (电气)
格力 (广东珠海)	空调, 小型家电		三洋 (空调压缩机), 富士通 (液晶显示器)
海信 (山东青岛)	电视机, 空调, 计算机, 电话机		松下电器、索尼 (彩电), 爱立信 (计算机), 西门子 (手机), 爱立信 (空调)
爱立信, 电信			
联想 (北京)	计算机及其辅助设备		佳能 (打印机), 东芝 (笔记本电脑), 英特尔、微软 (计算机硬件)

续上表

企业名称	主要产品	国内合资	技术合作
方正 (北京)	计算机及其辅助设备, 软件	佳能 (美国, 信息系 统), 裁阅 (日本, 裁阅), 惜云 (粤 (信息技术), 金 狮 (马来西亚, 裁阅)	阅说 (美国), 宰再 (美 国), 金星计电 (韩国)
长城 (北京)	计算机及其辅助设备	得州仪器 (美国, 裁阅, 阅技术), 诺基 亚 (美国, 电子)	阅云 英特尔 (硬件), 微 软 (软件)
华为 (广东深圳)	通讯设备	同得州仪器、摩托罗 拉、英特尔、粤导 粤裁阅和粤裁阅 粤裁阅公司分别成立联合 实验室	摩托罗拉、裁阅 (通信技 术), 阅云 英特尔 (硬件)
中兴 (广东深圳)	通讯设备	同得州仪器建立联合实 验室	
大唐电信 (北京)	通讯设备	三信 (美国, 通信技 术), 中联 (中国香港, 系统集成)	西门子 (裁阅原裁阅粤), 粤裁阅 (法国, 程序设 备), 爱立信 (第三代移动 通信)

资料来源：同表 远原圆

上述电子产业领域的领先企业，很多已发展成为跨国公司，如海尔、长虹、裁阅 康佳、春兰、格力、海信、小天鹅、华为、中兴等企业不仅在海外设立了自己的销售公司，还设立了海外生产基地。其中，海尔甚至在美国建立了自己的生产基地。此外，海尔、康佳、科龙、联想、华为、中兴等公司还在美国、日本、法国、荷兰、瑞典、韩国等国家设立了 阅阅中心。这些企业的跨国公司化，无疑将对中国电子工业的结构升级起重要的推动作用。

猿援跨国公司主导下东亚 阅产业的国际分工体系与世界性出口

## 基地的形成

东亚的产业结构升级深受 1970 年代石油危机的影响，是在世界性的 1970 年代产业结构调整中进行的。1970 年代产业（主要为 1970 年代关联设备生产，以下同）正在代替家电产业而成为牵引东亚产业发展的火车头。如今，东亚成为了世界重要的 1970 年代相关产品的生产和出口基地，近些年中国、亚洲 1970 年代和 1970 年代（源 1970 年代相关产品的出口已占到世界的四成左右，东亚发展中成员国 1970 年代产品的出口甚至已超过了欧洲的德国、英国和法国等国家（见表 10-10）。

表 10-10 主要国家和地区的 1970 年代相关产品出口

单位：亿美元

	1970 年代	1970 年代	1970 年代
世界	1970 年代	1970 年代	1970 年代
东亚（10 国）	1970 年代	1970 年代	1970 年代
中国	1970 年代	1970 年代	1970 年代
中国香港	1970 年代	1970 年代	1970 年代
新加坡	1970 年代	1970 年代	1970 年代
韩国	1970 年代	1970 年代	1970 年代
中国台湾	1970 年代	1970 年代	1970 年代
印度尼西亚	1970 年代	1970 年代	1970 年代
马来西亚	1970 年代	1970 年代	1970 年代
菲律宾	1970 年代	1970 年代	1970 年代
泰国	1970 年代	1970 年代	1970 年代
日本	1970 年代	1970 年代	1970 年代
1970 年代	1970 年代	1970 年代	1970 年代
美国	1970 年代	1970 年代	1970 年代
1970 年代	1970 年代	1970 年代	1970 年代
法国	1970 年代	1970 年代	1970 年代
德国	1970 年代	1970 年代	1970 年代
英国	1970 年代	1970 年代	1970 年代

资料来源：[日] 1970 年代：《1970 年代的贸易投资白皮书》，1970 年代，1970 年代

东亚的产业结构升级是在世界性的 产业分工和结构调整过程中进行的,表 的内容有力地证明了这一点。首先,在东亚的进出口贸易中, 相关产品的贸易已占到 总额,远远超过世界平均水平(1995年 相关产品出口占世界出口总额的 1.5%);其次,东亚的 相关产品在贸易总体上表现出“大进大出”的特点,而且以部件贸易为中心(部件约占 产品贸易的 40%)。这说明东亚 产业的发展是世界性的 产业工程间分工深入发展的结果。

表 东亚(19国)的 相关产品进出口构成(1995年)

	出 口		进 口	
	金额(亿美元)	比率(%)	金额(亿美元)	比率(%)
计算机及其附属设备	15.2	10.2	21.5	14.5
办公设备	1.8	1.2	2.5	1.7
通信设备	1.5	1.0	2.2	1.5
半导体等电子部件	12.5	8.5	18.0	12.5
其他电子部件	2.5	1.7	3.5	2.4
映像设备	1.2	0.8	1.8	1.2
音响设备	1.0	0.7	1.5	1.0
检测、检查设备	0.8	0.5	1.2	0.8
部 件	18.0	12.5	25.0	17.0
终极产品	1.5	1.0	2.2	1.5
相关产品合计	35.0	23.5	50.0	34.5
总 额	146.5	100.0	146.5	100.0

资料来源:同表 。

在东亚内部,各国(地区)在 相关产品生产上存在一定的分工与合作关系。中国在台式电脑和手机的生产和出口中的地位很高,而中国台湾、韩国、新加坡、马来西亚和菲律宾则相对较早地积累了技术和人才资源,并以此为基础生产半导体、液晶(特别是薄型半导体驱动液晶显示器,即 )、硬盘( )等附加值相对较高的部件和元器件(见表 )。



发源于美国的 隙产业，能够在这么短的时间内迅速在东亚发展中国家和地区建立起来，离不开跨国公司的作用，是跨国公司在其体系内部和体系外部所建立和发展的全球网络的具体体现。以 孕说和手机为代表的 隙设备，多为由具有一定机能的模块（元器件总成）通过电线、连接器以及电路等相互连接起来的系统集成性产品，即模块相互之间的结构关系是事先设计好的，所以完全可以独立地开发和设计各自有相对独立机能的总成（酝燥东等粤则孕说模块）。<sup>①</sup> 另外，不同的总成生产中需要的技术、资本、劳动力等要素条件和要素组合关系也各不相同，而且产品的价格重量比相对较高（即运输成本低），所以总成完全可以在不同的国度分散生产，这就为跨国公司建立全球生产网络提供了极大的可能性。如目前 孕说的分工格局是，美国生产

表 远京怨 美国的计算机及其附属设备进口中东亚各国（地区）所占的比率及平均单价（圆园年）

	比率（豫）		平均单位（美元）
	金额比率	数量比率	金额 数量
墨西哥	员园近	远近	猿园愿
中国	员园缘	猿缘缘	猿缘近
日本	员园缘	缘苑	猿缘缘
中国台湾	员园员	苑苑	员园苑
新加坡	员园怨	愿缘	员园缘
马来西亚	员园员	员园怨	怨缘
韩国	远猿	缘缘	员园缘
菲律宾	远猿	缘缘	员园缘
泰国	猿愿	远愿	缘园

资料来源：美国海关统计。

① 藤本隆宏，安本雅典主编：《成功的产品开发》，有斐阁 圆园年版。



群。除了台资企业外，东莞及其周围地区还吸引了 英特尔、康柏等美国企业以及联想、北大方正和长城等中国国内知名企业。目前，东莞集中了近 100 家 电脑相关产品生产企业，2003 年总产值达到了 100 亿美元，同年出口达 80 亿美元（朱炎，2004）<sup>①</sup>

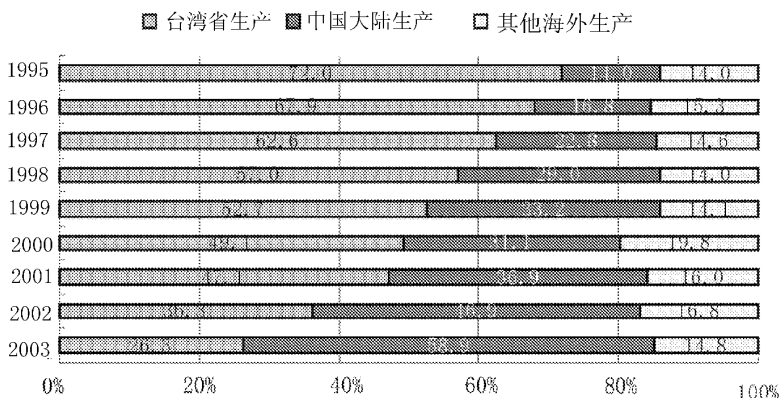


图 8-1 台湾省企业 电脑关联产品生产的地域分布

资料来源：台湾省《资讯工业年鉴》各年度版。转引自 [日] 朱炎：《在中国大陆急速增长的台湾工厂产业》，富士通总研经济研究所研究报告，2004

自从 2001 年末台湾省解除了笔记本电脑领域对华直接投资的限制后，台湾省企业向以苏州为中心的长三角地区大规模地转移笔记本电脑生产。到 2004 年，除了笔记本电脑和服务器两大产品外，中国其他产品的产量均超过了台湾省的产量（见表 8-1）。

<sup>①</sup> 2003 年，东莞生产了台式 电脑 100 万台，显示器 100 万台，主板 100 万枚，软驱 100 万个，机箱 100 万部，鼠标 100 万个，键盘 100 万台，扫描仪 100 万台，电源装置 100 万个，手机 100 万部。结果，东莞的很多 电脑关联产品的生产在世界占据很高的份额，如机箱占世界的 10%，软驱占 10%，电源装置占 10%，扫描仪占 10%，键盘占 10%，主板占 10% 等。

表 10-1 台湾省企业在华的 3C 产品生产及其在台湾省企业总产出中的比率

	台湾省与中国主要产品 产量比率（豫）						在大陆的产量与产值					
	台湾省生产 比率			中国生产比率			中国大陆产量 (万台 辆 枚)			中国大陆产值 (亿美元)		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
笔记本电脑	28.1	28.5	29.1	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3
台式电脑	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3
主板	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3
服务器	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3
液晶显示器	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3
液晶显示器	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3
光驱	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3
数码相机	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3	10.1	10.2	10.3

注：在中国大陆的产量和产值依据台湾省 3C 产业整体产量和产值与在中国大陆的生产比率算出。其中 2006 年按当年的产量和产值预测值以及上半年台资企业的中国大陆生产比率计算。

资料来源：台湾省资讯工业促进会资料。转引自朱炎，2006。

除了台湾省企业外，日资的东芝也开始在中国生产笔记本电脑；韩国企业也将液晶的下游工程转向中国；日本的 3M 台湾省的宏力半导体、韩国的 三星半导体也开始在上海、苏州、无锡等长三角地区生产半导体。

和 手机 同样，手机生产也有向中国集中的倾向。2004 年，中国的手机出口额达到 100 亿美元，即使在世界性的 经济萧条肆虐的 2005 年，也实现了 100 亿美元的出口。诺基亚、摩托罗拉和爱立信（2004 年与索尼设立了合资企业）等欧美厂商在中国的手机生产和出口中占据了主要份额。从 2004 年起，三菱电机、东芝、三星等日系厂商以开拓中国市场为目的，以中外合资的形式进入中国市场。丰富而廉价的劳动力资源和迅猛扩大的国内市场，是吸引众多外资企业最

主要的两大因素。

### 跨国公司与东道国民族企业的成长

跨国公司对发展中国家产业结构调整所起的作用也深入到了企业层面。从长期来看，跨国公司的国际经营活动有助于促进东道国当地企业的成长，这涉及跨国公司经营资源的转移与收益问题。一般来说，经营资源转移的直接收益者应该是跨国公司的海外子公司，但经营资源的转移可以派生出可观的外部效应。这种外部效应在宏观上可促进东道国产业的发展（这已在前面讲述过），在微观上可促进东道国企业的成长。而后者对东道国的意义更为深刻，因为它将为东道国实现自律的经济发展奠定坚实的微观基础。从经营资源转移的角度分析，跨国公司对东道国当地企业的作用具体通过以下几种途径实现：

（一）跨国公司与东道国当地企业建立合资企业。虽然跨国公司在东道国设立全资子公司（即独资企业）也可以产生向当地企业的经营资源转移，但设立独资企业的最终目的在于对其经营资源的垄断性使用，所以向东道国当地企业的经营资源流出效应相对有限。相比之下，合资形式具有跨国公司经营资源向合资伙伴“外溢”的性质，因此被认为是向东道国当地企业转移经营资源最直接、最有效的渠道。

（二）跨国公司与发展中东道国当地企业之间进行非股权安排方式的 合作。跨国公司同东道国当地企业间开展的 技术生产方式的合作，虽然没有直接的资本投资，但也会通过交换设计、图纸、规格以及传授制造技术与加工诀窍、质量控制、管理技能和员工培训等途

径，产生知识和技术等经营资源的转移。<sup>①</sup> 当地供应商企业和分包企业向跨国公司母公司和国外分支机构提供零部件，它们获取上述经营资源的等级将随着委托方委托的产品结构升级和生产工艺的进步而提高。技术许可交易也是跨国公司在非股权参与的前提下，向发展中东道国的当地企业（跨国公司体系外部的企业）转让技术和专有技术的重要途径。实际上，第二次世界大战后的日本、20世纪 80 年代以后的韩国的企业主要就是通过这一方式从跨国公司获得技术。技术许可证交易是后发的发展中东道国当地企业迅速接近新技术领域，在短时间内缩小与发达国家企业间技术差距的有效途径。

（猎）通过更为间接的途径扩散影响。首先，通过与跨国公司分支机构直接或间接的接触，当地企业发现有发展前景的新产品和新工艺，进而诱发当地企业进行仿效（这包括仿制与翻版）。其次，跨国公司在东道国的出现使当地企业获取国外产品、技术、市场的信息，使其经营视野放得更高、更广阔。再次，与外国分支机构之间的竞争，给当地企业带来技术革新和提高生产率的压力。为避免竞争失败，当地企业极力提高自己的技术水平，建立适应经营环境的企业组织管理结构，并利用自己熟悉当地市场、销售渠道与当地经营环境等方面的优势，改进经营业绩。

（源）跨国公司成功的发展道路对发展中东道国当地企业的成长起示范作用。以产品结构迅速升级换代的电子工业为例，战后迅速崛起并成为世界级企业的日本跨国公司的发展道路，直接成为众多亚洲电子工业企业相继模仿的模式。前述东亚国家和地区的电子产业和 10-2

---

<sup>①</sup> 在该生产方式下，东道国所产产品在国际市场上以委托方的品牌销售。所以，外方企业对东道国产品的品质、性能提出很高的要求。为确保产品的品质，委托方一般通过派遣技术人员、接受受托方技术人员到本公司工厂进行技术研修等途径来转移自身的优势。另外，由于是根据外方提供的特定的设计图开展委托生产，从而间接地产生产品设计技术的转移。总之，外方企业出自本公司的战略意图，向受托方转移物化于产品和特定人员的技术等经营资源。尽管委托生产的产品从产品的生命周期看一般滞后于最新产品，但随着委托生产产品的逐渐复杂化、高附加值化，所转移的经营资源内容也逐渐高度化。

产业的知名企业的成长大都经历了：①引进技术（合资形态）→学习消化技术→开展 生产→建立公司自身独有资产（技术和品牌）→以独有资产优势为基础与国外跨国公司结成广泛的战略联盟关系，从而确立国际竞争优势的发展阶段；②在经营战略上，走出由内向型国际化（在国内与外国企业开展合资、合作事业）→产品销售国际化→外向型国际化（进行海外直接投资，建立国际一体化生产体系）的道路；③在产品选择上，经历了由家电→半导体→计算机等信息通讯设备的不断高附加价值化阶段。

跨国公司经营资源的转移及其对东道国当地民族企业成长所起的促进作用，在不同的东道国表现得并不平衡，因为它还与具体产业的特性、东道国工业化水平和产业政策、东道国企业家精神、技术和人力资源积累水平等因素有密切关系。

在东亚地区新崛起的民族企业中，有些大型企业凭借其独特的资产优势积极投身于对外直接投资行列，从而为世界产业结构的调整作出自己的贡献。这一地区跨国公司的对外直接投资可分为两大方向：一是向比自己发展水平高的发达国家投资；二是向同一区域内其他发展中国家投资。不同方向的投资，其目的、行业结构有显著的区别。对发达国家的投资，主要瞄准的是投资对象国的研究与开发能力等资产，并通过投资，提高品牌在发达国家市场上的认知度，形成渗透该国市场的踏板等。这类投资主要发生在电子通信等高技术行业，企业大多采取收购、投资于风险事业等形式。东亚新兴的跨国公司对域内其他发展中国家进行的投资，主要集中于由于本国劳动力价格上升和本国货币升值等原因而失去竞争力的部门，因而东盟国家和中国等后发国家成为主要的投资对象，在汽车、电子、硬件产品生产等领域，这些跨国公司在域内投资生产相对劳动密集的通用性部件，以构筑自己的国际生产网络。

由于本国跨国公司的发展，国内形成了吸收外国跨国公司直接投资和本国跨国公司对外直接投资相互作用、共同促进产业结构调整的局面，这样加快了产业结构调整的速度。由于本地区跨国公司对域内

的直接投资在东亚地区形成了投资主体多元化的格局，使该地区各国（地区）产业结构调整联结起来，形成由美、日、欧发达国家对外直接投资→亚洲 羣羣译产业高级化→亚洲 羣羣译对外直接投资→东盟、中国的“世界工厂”化同时并行进行的相互连动的格局。

### 10.1.1 跨国公司在东亚产业结构调整中的特点

（1）经济发展水平的差异具有重要意义。东亚地区产业结构调整中的一个突出特征是，该地区各成员的产业结构调整同时进行，且相互连结在一起，相互影响、互为促进。国家（地区）处在不同的发展水平上，各国（地区）在产业结构和成本上有差异，而跨国公司就充分利用这种差异，将自己的有形和无形资源与当地不同能力和成本相结合，生产具有国际竞争力的产品。

（2）产业结构调整的速度和程度取决于东道国结构调整的能力。首先，处于较高发展水平的国家（多为跨国公司母国）不断在国内开发新的产业，把走向成熟的产业转向国外；其次，处于中间层次的国家注意提高开发企业自身特定优势的能力，通过学习和吸收先进国家跨国公司的经营资源，最终使本国企业发展成跨国公司。外国跨国公司直接投资和本国跨国公司对外直接投资相互作用、共同促进，加速产业结构调整的工程；收入水平较低国家和地区，同时利用来自域内和域外、代表不同发展水平的跨国公司的对外直接投资，在不同水平产业上同时开展多层次的、广泛的合作。

（3）国际市场的积极意义。该地区产业结构的调整离不开国际市场的需求。最初最大的市场是美国，后来是美国和日本，再后来，实现经济起飞的亚洲 羣羣译也成为域内其他国家的市场，而现在，中国则成为最有吸引力的潜在和现实的市场。国际市场对后发国家新建的产业形成规模经济、企业建立国际竞争力起到重要的作用。当经济发展取得成功、国内市场需求逐渐形成规模时，使进入内外市场同时推动产业发展和结构升级的良性阶段。

（4）东道国的政策安排左右跨国公司的资产转移。放宽限制、促

进贸易与投资自由化的政策，产业政策的宏观指导，政府支持下的各种形式的自由经济区的设立，以及基础设施的集中建设等，使投资环境在短时期内得到明显改善，从而推动跨国公司持续转移其资产。

（缘）跨国公司的作用有局限性，绝不能过于夸张。发展中东道国要实现自主、自律的经济发展，最终要靠本国的力量。跨国公司和东道国是不同的利益主体，跨国公司认为合理的行为并不一定符合东道国的利益，两者利益的冲突将不可避免。跨国公司向该地区转移的产业，或是在本国走向衰退的产业，或是已成熟的产业，或是某一产品的特定工程，而产业链中最重要的部分如基础研究、应用研究（技术的产品化、产业化）、新产品批量生产技术（试制生产）等仍留在母国进行，也就是说产业的创新机能保留在国内。所以，跨国公司转移的产业和技术缺乏完整性、持续性和稳定性，容易造成发展中东道国的技术依赖。而且，实践证明，跨国公司强烈影响下的经济发展，在国土的空间结构上往往留下以首都为代表的少数城市异常繁荣、国内其他区域发展迟缓、城市与农村差距拉大、沿海与内陆差距拉大等负面影响。因此，要想使本国的产业结构调整持续稳定地进行，并实现区域间和谐的发展，发展中东道国还应重视本国人力资源的开发、本国技术力量的提高和本国企业竞争能力的培养，以奠定本国产业发展的坚实的内部基础。

## 远图 跨国公司与发达东道国衰退产业的复兴——英国汽车产业的复兴

第二次世界大战后，跨国公司的对外直接投资在空间上主要集中于发达国家，致使发达国家具有双重角色，既是跨国公司的母国，又是跨国公司分支机构集中的东道国。作为母国，本国跨国公司的对外直接投资，一方面使本国产业获得了进一步提高竞争力和向高附加值领域升级的可能性，另一方面又使母国或多或少地为“产业空心化”

而忧心忡忡。而作为东道国，跨国公司的进入有可能使国内产业经历一次大的调整，从而改变产业的格局。关于前一种问题，即跨国公司的国际经营对母国产业发展及其结构的影响，本章的最后部分将作专门的论述。本节要讨论的是后一个问题，即跨国公司的对外直接投资对发达东道国产业结构带来的影响。

本章的前一节分析的是跨国公司以其母国为中心的国际经营活动对发展中东道国的产业发展及其结构的影响，着重阐述了跨国公司的进入对发展中东道国产业结构升级的作用。本节将重点讨论跨国公司的进入对发达东道国衰退产业的影响，具体以英国为例，剖析其原本即将退出产业舞台的汽车工业借助日本汽车业跨国公司重新恢复活力的过程及其原因。

## 10.1 英国——域外跨国公司进入欧洲统一大市场的桥头堡

以 1993 年欧洲共同市场的建立为契机，英国吸引了来自域外的大量投资。1987—1992 年间，英国年平均吸收的 FDI 达 150 亿美元，占欧盟（EC）所吸收的 FDI 总流量的 25%（OECD）；美国和日本对欧盟投资的 FDI 集中于英国。据 OECD 的统计，截止 1992 年，英国 FDI 存量占 GDP 比率达 14.5%，既高于 EC 平均（EC 平均水平为 11.5%，其中，德国和法国分别为 13.5% 和 11.5%），也高于美国（10.5%）。同年，英国的 FDI 流量占其国内固定资产投资的比重达 25%，也高于 EC 平均水平（18%）和美国（15%）。外资企业在英国经济中的作用愈来愈重要，外资企业雇用了英国制造业总人口中 15% 的劳动力，外资企业创造了英国 GDP 的 10%<sup>①</sup>

至于为什么外国企业将英国作为进入欧洲共同市场的桥头堡而不是技术更为先进的德国、法国或劳动力更为廉价的西班牙？原因在于

① [韩]《英国的引进外资战略》，载《周刊经济》，1992 年第 10 期。



司也收购了通用汽车而进入英国。从此，福特和通用汽车公司的英国分支机构和英国本土汽车生产厂商（如通用、福特、捷豹等）共同构成了英国的汽车工业。随着英国本土厂商仿效福特制生产方式，英国汽车产业的竞争能力整体上得到提升。第二次世界大战后，受迅速扩大的国内外市场的刺激，英国汽车产量逐年增加，到 20 世纪 70 年代已达 500 万辆规模，并成为当时世界上最大的汽车出口国。

1973 年，英国的汽车产量达到最高峰——500 万辆，出口超过 200 万辆。然而在此后的十多年间，英国的汽车产量连续下降，1980 年降到 300 万辆。进口车数量也从 1973 年的 100 万辆增加到 1983 年的 200 万辆。在 1973~1983 年间，进口车规模大体同国内产量持平，有些年份甚至超过国内产量；1983 年，国产车的市场占有率下降到 50%，大大低于 1973 年的 70% 水平。英国汽车业成为英国制造业中最大的净入超行业，到 20 世纪 80 年代后期，汽车业的贸易逆差约占英国总贸易逆差的 1/3。英国汽车工业无论在国际还是在国内都被认为是一个衰落的产业。

英国汽车产业以如此快的速度走下坡路的原因，从国内方面来看主要有以下三点：①政策失败，政府对本土企业的政策缺乏一贯性也不符合实际；②由于劳资关系恶化，导致劳动争端不断，罢工时时有发生，劳动生产率迅速下滑；③英镑的升值（北海油田的开发抬高了英镑的相对价格），减弱了出口竞争力（友泽和夫，1983）。从国际因素来看，有以下几个因素加快了英国汽车产业的衰退：①日本等新兴汽车生产国的崛起，给英国汽车产业带来了巨大竞争压力；②由于石油危机引起的油价上涨和经济萧条，使汽车需求大幅度萎缩，汽车业新投资停滞；③外资汽车厂商在全欧洲范围内重新调整生产，将生产

活动从英国移向了欧洲大陆，英国已不再是欧洲的生产基地。<sup>①</sup>

## 远源 日系汽车厂商的进入与英国汽车产业的复苏

英国政府把拯救已陷入衰退的汽车产业的希望寄托在引进有竞争力的外国公司。日本的汽车厂商对此作出了积极响应，日产、本田和丰田相继在英国投资建厂（见表 远原员）。

日系汽车厂商选择在英国投资，主要原因有以下两点：①从日本厂商的欧洲市场战略角度上考虑。众所周知，欧洲是世界巨大的汽车市场，全欧洲的汽车登记数量约占全世界的 员猿以上，然而日本汽车对欧洲的出口在欧洲主要国家引起深刻的贸易摩擦。欧洲国家强烈要求日本采取自动出口限制措施：法国规定日本汽车的市场占有率控制在 猿，意大利把日本汽车的年进口量规定为 猿万辆，英国相对宽松，市场占有率规定在 员水平，只有德国没有任何限制。员年，欧共体发布在 员年建立欧洲共同市场的计划，迫使日本厂商重新调整欧洲市场战略，面对不透明的欧洲未来，各主要厂商开始探讨直接投资建厂的方案。欧共体委员会于 员年发布了《共同汽车政策书》，规定到 员年末废除分国别的进口限制。对于日本车，员年 苑月欧共体副委员长同日本通商大臣共同发表声明，声明的主要内容为：员- 员年期间，日本对欧共体的出口每年控制在 员万辆水平，由日本厂商自行监督执行，但日本厂商在欧共体内生产的车辆不包括在自动限制的范围之中（以当地生产不超过 员万辆为前提条件）（黑岩，员）。由欧洲一体化带来的市场扩大效应，对日本汽车厂商产生巨大的吸引力，使其从出口战略转向当地生产战略。②除英国政府给予积极的政策支持外，还有英国劳动力市场的魅力和英语

① 英国福特在 圆世纪 苑- 愿年代前半期期间，表现出明显的“脱英化”倾向，轿车产量从 员年的 源万辆减少到 员年的 猿万辆。而在德国，同一期间产量由 源万辆提高到 缘万辆。而且，西班牙成为其新的生产基地，产量在 员年达到了 圆万辆。缩小英国工厂产量的主要理由在于英国工厂的低生产率和劳资关系的恶化（勾登社，员）。

为母语的言环境。其实更为重要的原因在于，20 世纪 70 年代期间英国汽车产业的衰退使日本厂商的进入变得相对容易。总之，日本汽车厂商把英国定位于向欧共体供应汽车的生产基地。

表 4-1 在英日系整车厂商的一般情况

母公司	日 产	本田技研		丰 田
公司名称	日产汽车公司 (日产) 日产汽车公司 (日产) 日产汽车公司 (日产)	本田技研工业株式会社 本田技研工业株式会社 本田技研工业株式会社	本田技研工业株式会社 本田技研工业株式会社 本田技研工业株式会社	丰田汽车公司 丰田汽车公司 丰田汽车公司
设立时间	1933 年 1 月	1946 年 1 月		1933 年 1 月
投入生产	1952 年 7 月	1952 年 1 月 (发动机 1953 年 7 月)	1952 年 7 月	1952 年 1 月
资本金	100 亿英镑	100 亿英镑		100 亿英镑
出资比率	欧洲日产 50%	欧洲本田 50%， 本田技研 50%		欧洲丰田 50%
生产品种	日产汽车公司， 日产汽车公司， 日产汽车公司	本田技研工业株式会社， 本田技研工业株式会社	本田技研工业株式会社， 本田技研工业株式会社	丰田汽车公司， 丰田汽车公司， 丰田汽车公司
年生产能力	约 100 万辆	约 100 万辆， 发动机 100 万台	约 100 万辆	约 100 万辆， 发动机约 100 万台
职工数	约 100 万人	约 100 万人	约 100 万人	约 100 万人
投资额		100 亿英镑		约 100 亿英镑
零部件当地化率	约 50%	约 50% 以上	约 50% 以上	约 50%

资料来源：据日本汽车工业会资料整理。

日系整车厂商的进入帮助英国汽车产业走出了低谷，汽车产量迅速回升，到 1984 年产量增加到 156 万辆，1985 年和 1986 年分别达到 156 万辆和 158 万辆，连续打破过去 40 多年来的最高记录。其中，日系厂商的汽车产量达 106 万辆（1985 年），占总产量的 68%（见表 10-10）。到 1985 年，英国汽车总产量为 156 万辆，其中日系整车厂商的产量占到了 106 万辆，对出口的贡献度超过了 100%。<sup>①</sup> 英国丰田已成长为英国国内最大的汽车生产厂商，1985 年产量达 106 万辆。<sup>②</sup>

日本等外国跨国公司的介入还促进了英国汽车零部件生产的复苏。欧共体规定，欧共体外部企业的汽车要想不受限制地进入欧共体市场，零部件的当地化率必须达到 60% 的水平，而日本厂商因在欧洲尚未建立起自己的供应厂家，从而带动了辅助性投资。汽车生产所需的零部件，有些来自于日系企业，如丰田和本田均在英国设立了发动机制造厂，但更多的则从包括英国在内的欧洲供应商处采购（见表 10-11）。另外，日本汽车跨国公司的进入又刺激了美国汽车跨国公司的追加投资，如 1984 年通用汽车做出了有史以来对英国的最大投资决策，在一家发动机厂投资 10 亿美元<sup>③</sup>；日本跨国公司的介入还促进当地供应商提高产品质量，以达到客户企业对产品质量的严格要求。

① 安藤研一：《地区经济一体化、直接投资和国际贸易：日系汽车企业的对英直接投资为例》，1984 年日本国际经济学会（东北大学）提交论文。

② 丰田公司：《1985 丰田概况》。

③ 《英国汽车工业》，载《经济学家》，1984 年 5 月。

表 10.10 日系整车厂商在英国的汽车产量

单位：辆

		1997年	1998年	1999年	2000年	2001年	2002年	2003年	2004年	2005年	2006年
轿车	通用	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	丰田	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	日产	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	本田	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	小计	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
卡车	通用	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
	小计	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
合计		—	—	—	—	—	—	—	—	—	—

注：通用为五十铃和 通用 的合资企业。

资料来源：据日本汽车工业会《1997年日本汽车产业》资料整理。



毫无疑问，日本和其他国家的跨国公司带来的各类资产为英国汽车工业的复兴作出了重要贡献，具体作用可总结为以下几点：

(员) 资本。截止到 1987 年 1 月，日本四大整车厂商在英子公司的资本金总额达 100 亿英镑 (到 1995 年增加到 150 亿英镑)，计划总投资额为 150 亿英镑 (截止到 1995 年，丰田和本田分别投资了 50 亿英镑和 50 亿英镑)；1987 年，美国福特汽车公司在 1987 年汽车有限公司的新投资达 10 亿美元，福特还计划再投资 10 亿美元用于开发新一代小汽车用发动机。

(圆) 技术。一为新的产品技术和生产技术；二为先进的组织与管理技术。日本厂商给英国带来了“精益生产方式”，把全面质量管理 (TQM)、即时生产 (JIT) 也称零库存物流管理)、与供应商紧密联系的企业网络体系等引入英国。

(猿) 人力资源投入。十分重视人力资源开发，是日本跨国公司的一大特色。经过培训的人力资源对提高生产率发挥重要意义。如日产在英国的分支机构制订了广泛的培训计划，对所有岗位的员工都进行相应培训，1987 年，公司花费在培训上的费用相当于其工资总额的 1% 左右。

(源) 市场。日本汽车跨国公司帮助当地制造商进入了以前无法进入的市场。1987 年，丰田、本田和日产在英国的工厂用于出口的产品占其总产量的 10%。1987 年，日产在英国的企业成为英国出口量最多的企业。1987 年，由于日本跨国公司的作用，英国的汽车出口量达到 100 万辆 (仅指轿车)，但在 1987 年，英国的汽车出口量仅为 10 万辆。1995 年，仅 1995 年一家的汽车出口就达到了 100 万辆，出口量在丰田所有的海外子公司中位居第一位。

上述事实证明，在跨国公司的帮助下，即使是发达国家衰败的产业也可以经过结构性调整而恢复竞争力。现在的英国汽车工业正处在 1987 年来最为鼎盛的黄金时期。日本汽车跨国公司的对外直接投资，给陷入衰退的英国汽车工业注入了新的活力。无独有偶，20 世纪 80 年代以来美国汽车产业恢复国际竞争力，一定程度上也要归功于日本

汽车厂商。通过和日本整车厂商合资建厂，美国三大汽车厂商成功地学习了日本先进的汽车生产体系和组织管理技术。当然，日本汽车厂商在美子公司给美国厂商带来的竞争压力，也间接地刺激美国厂商致力于技术进步。

以上分析了跨国公司的参与对东道国产业结构调整所起的推动作用。但究竟如何看待和评价跨国公司的作用是一项非常复杂的问题，需要从历史的和辩证的角度去考察。跨国公司的作用始终是和特定的历史条件和特定的环境分不开的。跨国公司和东道国代表着不同的利益主体，追求更高的利润是跨国公司最根本的利益目标，跨国公司的积极影响在特定的国际环境和东道国条件下才能产生，美国汽车跨国公司对英国早期汽车工业的兴起和发展所起的巨大的推动作用并没有持续下去的事实就足以证实这一点。当东道国总体经济环境和产业发展条件恶化时，跨国公司也将与当地企业一样随着整个产业的衰落而蒙受损失。但与当地企业不同的是，跨国公司可以通过区位调整（包括缩小在东道国的生产规模），甚至撤离东道国的方式逃离对自己不利的产业环境。战后，特别是近 100 年来，跨国公司的国际经营行为对东道国产业结构的调整起到推动的作用，是由于日益一体化的世界经济大环境，以及特定东道国的产业政策和区位条件向有利于跨国公司追求利润目标的方向转变。所以，想借助于外部跨国公司的力量推动本国产业结构的调整，关键还在于东道国政府适时采取有助于创造、增强和巩固本国区位优势的有效政策，并制定相应的产业政策和与之相配套的外资政策，以引导跨国公司，使其向有利于东道国产业结构升级的方向进行投资并转移经营资源。

## 100 跨国公司与母国产业结构升级

通过前两节的内容可以得出这样的结论：外国跨国公司的介入推动了东道国产业结构的调整，发展中东道国在跨国公司的帮助下可以

实现“追赶型”经济增长；而发达的东道国通过吸引具有特殊资产的跨国公司的直接投资可以改造其原有产业，恢复竞争力。那么，本国跨国公司的国际经营活动对母国产业结构的调整究竟会起什么样的作用呢？这是事关跨国公司国际经营未来发展方向的重要问题，因为跨国公司的国际经营活动会引起国内某些产业的向外转移，并随之产生国内一些重要经营资源的向外扩散。如果跨国公司的行为有助于母国经济的发展，那么母国政府和国民会支持跨国公司对外直接投资；相反，如果不利于母国经济发展，跨国公司将在国内面临来自政府和国民的强烈反对，进而影响其持续的对外直接投资。事实上，有些国家跨国公司大规模的对外直接投资和从其海外生产基地的逆进口，已经在其国内引起了“产业空心化”的疑虑。

跨国公司理论先驱海默曾指出，拥有东道国企业所不具备或难以模仿的某种垄断优势，是跨国公司得以进行对外扩张的根本保障。弗农在其产品生产周期理论中诠释了新产品诞生于母国的理由。竞争论大师迈克尔·波特则发现，国家特定的环境——由生产要素条件、需求条件、企业战略原结构与竞合关系以及关联产业和支持产业所构成的“钻石”——赋予某些产业以特殊的国际竞争优势（该理论后来得到进一步的深化而发展成为产业集群理论），该产业领域的企业在不同的国家使用这些国际竞争优势从而发展成为跨国公司。上述理论都在说明一个共同的规律：跨国公司的特殊资产、核心能力、竞争优势的源泉在于母国，母国是跨国公司最为坚实的后盾。作为回报，跨国公司在全球经营中所创造的价值，又通过跨国公司内部贸易渠道以转移价格的方式送回母国。

跨国公司在母国不断创造新产品、新技术乃至新产业使之发展成为新的主导产业，这是跨国公司对外直接投资持续开展和母国产业结构调整顺利进行的前提条件和最根本的保障。因为只有这样才能继续保持与东道国的产业结构水平距离（或差异化），也只有这样才能有效地防止“产业空心化”的出现。从以往发达国家的实践看，拥有众多跨国公司、对外直接投资额不断扩大的美、日等发达国家基本上满

足了这一条件。

但目前的世界经济发展迎来了一个新的时期，全球化和信息化改变了各国产业结构调整的环境。一方面，随着以中国为代表的发展中东道国的技术水平的提高，追赶型产业发展速度加快，利用跨国公司渠道所承接的产业在不断升级，给母国施加了竞争压力；另一方面，日新月异的技术进步和全球性的竞争压力，使产品的生命周期不断缩短，给母国的产业结构调整提出新的挑战。毫无疑问，在新一轮的产业结构调整中跨国公司仍将发挥重要作用。当然这需要一系列国际、国内环境条件特别是母国的战略性政策的支持。

### 国际 跨国公司 跨国公司对母国产业结构调整的促进作用

各国跨国公司的对外直接投资总体上促进了母国产业结构的调整。这一促进作用主要体现在以下两个方面：

(一) 跨国公司通过将失去比较优势的行业和生产活动移向国外，为新兴的或正在获得比较优势的产业让出必要的资源，进而促进现有产业结构的升级。事实上，大量的研究已表明，跨国公司对外直接投资结构的演化同母国产业结构的升级换代在时间上有很强的相关关系。

跨国公司国际经营活动对母国产业结构升级带来的效应，可以从两个层面上加以分析：

第一个层面是产业。跨国公司制造业活动向国外的转移，为国内服务业的发展提供了广阔的发展空间。如为跨国公司海外经营活动服务的国际性企业服务业（如国际金融、国际保险、国际贸易、国际运输与物流、国际广告、国际旅游、国际咨询、国际信息通讯服务）不断涌现和发展壮大。另外，跨国公司留在国内的制造业部门趋向于服务化。如劳动密集型纺织工业的生产活动大量转移到发展中东道国，留在国内的活动转向高级面料的研究与开发、时装设计、品牌创造与管理、供应链管理等方面的专业化。如今，越来越多的制造业跨国公司正在将其产品的生产活动同研究与开发、营销活动分离开来，

前者依靠由国外的分支机构或独立的供应商所组成的密集网络进行，后者则依靠母国公司体系来完成。跨国公司直接肩负的职能向价值链中附加值更高的上游和下游活动转移。如美国著名的跨国公司耐克鞋业公司 1987 年销售额近 10 亿美元，其商品生产 1988 年实行分包（即外包方式生产），母国公司的职工队伍主要从事整个价值链中服务性的部分，包括设计、产品开发、营销、分销、数据处理、销售以及管理职能等（资料来源：转引自，1990）。

自 20 世纪 70 年代以来，香港迅猛扩大的对外直接投资极大地促进了其服务业的发展。自中国大陆改革开放以来，以对华投资为中心，香港的对外直接投资迅猛增长，使香港成为国际投资市场上的一颗新星。<sup>①</sup> 香港的劳动密集型制造业大量向外转移，服务业得到空前发展，尤其是国际金融、商贸业和房地产业发展格外迅猛。服务业在总产出中所占的比重自 1980 年的 25% 左右提高到 1988 年的 35% 左右，已达到世界主要发达国家的水平。服务业在香港经济中占据优势地位和香港金融业在世界金融业中地位的迅速提高，是香港对外直接投资促进其产业结构高级化的具体表现。

跨国公司国际经营活动对母国产业结构升级的促进效应，还表现在第二个层面，即制造业内部层面上：比较劣势产业的转移促进了母国制造业结构的升级。跨国公司把即将失去国际竞争优势的产业转向国外，这些产业在使用国外区位优势的过程中恢复了竞争力，进而销往包括母国在内的其他国家。而产品的逆进口给母国同一行业带来极大的冲击，迫使国内企业集中资源加快技术进步，以不断创造新产品和差异化产品。这是同一行业内部实现高附加值化的过程。另外，由于不再具有竞争优势的产业被推向国外，国内资源可以移向新兴部

<sup>①</sup> 仅在 1980—1988 年间，香港的对外直接投资以年均 15% 的速度扩大，1988 年其对外直接投资额达到 100 亿美元，这相当于全球对外直接投资总额的 10%，成为继美、英、法之后的世界第四大对外直接投资大户（汤建中：《香港对大陆的直接投资及其效益分析》，载《世界地理研究》，1990 年第 1 期）。

门，促进制造业内部主导产业的更替。以日本为例，在 20 世纪 70 年代末到 80 年代初的第一次对外直接投资高峰期，日本劳动密集型轻型产业向外转移；在 80 年代末到 90 年代初对外直接投资的第二次高峰期，日本将“清仓型”（匀志菊况蒙早，钢铁、有色金属、石油化学等资源密集型制造活动转向海外）重化学工业向外转移；在 90 年代中期到 2000 年代初对外直接投资的第三次高峰期，日本将组装加工型机械工业向外转移；2000 年以来在日元升值压力下，日本将低层次、低端消费类电子工业向亚洲国家转移。这几次转移分别为日本主导产业依次向资本密集型、技术密集型和知识密集型产业升级换代让出了宝贵的资源。

图 10 表示的是跨国公司的国际经营活动对母国产业结构升级的促进效应。总体上，母国产业结构的重心从第一产业向第二产业进而向第三产业方向依次转移。从比较优势角度看，在同一产业内部，劳动密集型部分向要素费用低廉的发展中东道国转移，母国向技术和知识密集型领域专业化。如第一产业中利用尖端生物技术的领域、第三产业中高水平软件开发领域等（图中的 3、4 和 5 部分）趋于扩大。制造业将走出纯粹的产品生产的概念，向各种层次的研究、开发、设计领域专业化，这种新概念的制造业，不妨称之为“第 4 次产业”或“第 5 次产业”等。

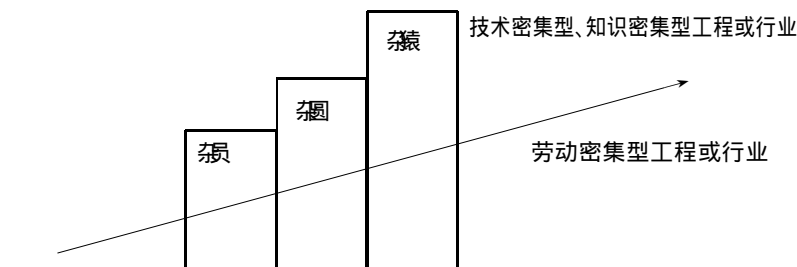


图 10 跨国公司母国产业结构的高度化示意图

（图）跨国公司构筑全球价值链网络，在增强企业的国际竞争力的同时，也间接地强化了母国产业的创新能力和控制能力。以往跨国公

司向外转移的产业多为本国失去比较优势的产业，而这些产业的转移不会对国内经济产生很大的冲击。因为在国内会很快出现可替代这些产业的新的主导产业，致使经济增长得以持续下去。然而，自 20 世纪 80 年代以后的情况发生了重大变化，由于贸易摩擦、成本压力加大和应对地区经济一体化等原因，汽车、电子、机械等产业领域的跨国公司的对外直接投资迅速扩大，使这些在母国仍主导经济增长的产业较早地变成全球性产业。为了在全球范围内确立竞争优势，跨国公司将价值链体系中的各项职能进行细分，并把各项活动置于最有效率的区位上，在统一战略下予以协调和控制，形成一个完整的价值创造体系，以实现高度国际分工下的“全球协同效应”。这些全球化产业的竞争力来源已不再仅仅局限于国内资源，而是来自于全球各区位专业化资产的组合。在这样的全球一体化价值创造体系中，母国企业总部变成管理控制中心，母国的中央研究院成为创新中心，母工厂转变为试制中心、测试中心和新生产工艺的诞生地，国内网络中的工厂成为向海外子公司提供高附加值资本品、中间产品的供给中心。作为具体的例子，表 10-1 给出了日本制造业跨国公司的全球价值链体系中，母国生产基地和研究与开发基地所承担的主要职能状况。

表 10-1 日本跨国公司的全球价值链体系中国内生产基地和研究与开发基地的作用

	国内生产基地	研究、开发、设计活动基地
汽车	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 应对日本国内市场需求</li> <li>• 向小规模市场供应产品</li> <li>• 补充海外生产的不足部分</li> <li>• 生产特殊、高性能车辆</li> <li>• 生产新车辆等</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 发动机、变速箱等关键部件以国内开发为主</li> <li>• 设计以国内为中心，但有全球化的倾向</li> <li>• 在制造技术上，国内工厂领先，国外工厂接近国内水平</li> <li>• 环境技术要适应当地情况</li> </ul>

续上表

	国内生产基地	研究、开发、设计活动基地
车床	<ul style="list-style-type: none"> <li>基本上区位于国内</li> <li>海外基地的规模小，海外子公司以技术支持和销售为中心</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>为及时满足汽车业等客户的需要，在国内进行开发</li> </ul>
产业机械	<ul style="list-style-type: none"> <li>产业机械的生产需要大规模设备，因而多区位于国内，海外基地的中心职能为销售、服务中心</li> <li>部分机械厂商追随客户企业走向海外</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>大型产业机械的技术开发基地以国内为中心</li> <li>飞机、飞机引擎制造等尖端研究与开发领域欧美企业居垄断地位，日本企业从事机翼等部分产品开发</li> </ul>
电子部件	<ul style="list-style-type: none"> <li>面向内需市场的部件中，成本压力高的通用部件已大量转向海外，逆进口急增</li> <li>近年为内需市场和出口市场服务的手提、数码技术部件设备投资持续扩大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>在高附加值信息技术设备的开发上，日本仍有竞争优势</li> <li>家用游戏机的开发上，日本居垄断地位</li> <li>汽车电子部件的开发领域，日本的竞争力仍强劲</li> <li>同终极产品生产厂商共同致力于高附加值产品的开发</li> </ul>
半导体及其设备	<ul style="list-style-type: none"> <li>从以 制造业 为中心转向信息家电用半导体生产</li> <li>向多品种、少批量生产转变</li> <li>半导体生产设备的 70% 以上集中于国内，在海外设立生产基地的企业为数不多</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>原来的生产工厂转变成研究与开发基地</li> <li>面向信息家电产品的 垄断上，日本企业拥有核心竞争力</li> <li>日本作为半导体的设计开发中心的地位仍较稳定</li> <li>半导体生产设备的开发与设计集中于日本</li> </ul>

续上表

	国内生产基地	研究、开发、设计活动基地
关联设备	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 除相关产品中除 研究开发外，以美国和中国台湾为主要的生产中心</li> <li>• 信息家电因各种部件的集成度高而主要在国内工厂生产</li> <li>• 组装工厂多向海外转移</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 除相关产品中除 研究开发外，以美国和中国台湾为主要的研究与开发中心</li> <li>• 信息家电的研究与开发与设计集中于关东地区</li> <li>• 软件占信息家电开发成本的大部分</li> </ul>
家电	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 普及品的生产已转向海外，国内生产以数码 家电产品等市场创造型产品为中心</li> <li>• 海外生产基地正在经历重组，按品种适当加以集中</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 集中于国内</li> <li>• 部分企业已开始在海外开展部分研究与开发活动</li> <li>• 信息家电产品的开发由于需要同通信设备厂商和半导体厂商合作，日本的重要性得到增强</li> </ul>
化纤	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 因廉价的劳动力、市场扩大等原因，化纤中的通用产品生产基地转向亚洲</li> <li>• 国内基地转向高附加值产品和多元化或新产品生产</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 研究与开发仍以国内为中心，但当地市场适应型开发活动和批量生产技术有可能转向海外</li> </ul>
钢铁	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 高炉、电炉均处于设备过剩状态，但仍需要高附加值投资</li> <li>• 面对激烈的国际竞争，钢铁业界面临重组</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 为保持世界钢铁技术上的领先优势，继续以国内为中心致力于研究与开发</li> <li>• 环境技术为未来的攻关课题</li> <li>• 日本的钢铁业技术贸易收支一向保持大幅度顺差</li> </ul>
通用化工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 生产能力无大的变化</li> <li>• 向亚洲出口增多</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 主要的研究与开发、设计活动在国内</li> </ul>
特殊化工	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 以国内生产为主，同时在韩国和美国等国家新建生产基地</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 研发同生产活动结合密切，研发活动主要在国内进行</li> </ul>

资料来源：根据日本政策银行：《我国主要制造业的国际竞争力变化与国内

区位动向》[《产业报告》(第 圆卷), 圆园年 怨月] 所载内容整理。表中的业界内容分别来自各行业协会。

总而言之, 跨国公司影响下的母国产业结构调整绝非一帆风顺, 调整过程要受诸多变量的左右。当结构升级进展不顺时(表现为国内没有出现替代性的新的成长产业, 或国内产业的劳动生产率下降等), 母国将不可避免地陷入“产业空心化”的恐惧之中。

### 远源 圆 “产业空心化”疑虑与本质

“产业空心化”是发达国家在产业结构调整中遇到的一个带有争议性的焦点问题。这是研究跨国公司国际经营行为对母国产业结构调整的作用所不能回避的问题, 需要对此有正确的认识和客观的评价。

#### 员援 “产业空心化”的概念

“产业空心化”议论在历史上曾经出现在不同的国家(见表 远源 员)。从表中可看出, “产业空心化”疑虑主要出现在产业革命以来曾经在世界产业舞台上呼风唤雨的工业霸权国家中。但到了 圆世纪 怨年代, 亚洲“四小龙”也开始担心“产业空心化”。说明“产业空心化”已不再是只适用于少数发达国家的专有名词。

表 远源 员 “产业空心化”议论出现的历史

- 
- (员) 圆世纪后半期到第一次世界大战前夕的英国
  - (圆) 圆世纪 远年代的美国
  - (猿) 圆世纪 愿年代前半期的美国
  - (源) 圆世纪 怨年代以后的日本
  - (缘) 圆世纪 怨年代以后的日本
  - (远) 圆世纪 怨年代以来的亚洲“四小龙”(韩国、中国台湾、中国香港、新加坡)
- 

“产业空心化”按其现象和引起的原因大体可分为两种类型: 第一种为所谓的“服务经济化(圆世纪 怨年代以来, 也称非工业化)”,

它是以制造业的萎缩和商品贸易出现赤字为特色，这种空心化属于广义的空心化。早期英国的空心化属于这一类型。由于当时美国以及欧洲大陆上的德国等国家的兴起，构成英国经济命脉的纺织、钢铁等制造业在世界工业中所占的比重迅速下降，贸易出现巨大赤字。英国经济转而高度依赖于金融业，扮演着“世界银行”的角色。第二种空心化指的是由于对外直接投资扩大，国内工厂消失的现象（*工厂外迁*），属于狭义的空心化。第二次世界大战后，美、日以及部分亚洲“四小龙”面临的空心化属于这一类型。尽管出于认识上的考虑，本书做出了上述类型划分，然而现实上两者之间却是有一定联系的。如果狭义的“产业空心化”没有及时得到解决，那么很可能转向广义的“产业空心化”。因此，狭义的“产业空心化”应是问题的焦点，本书在以下部分的讨论都将围绕着这一问题展开。

对于“产业空心化”，目前还没有准确的定义。但基本的含义是由于产业（特别是工厂）从一国或一地区流出，使国家或地区的产业乃至经济增长陷入停滞或衰退状态。导致“产业空心化”的原因可能有很多，但最直接的导火索一般都认为是由企业将生产基地大举迁至国外而导致的。这一点通过表 10-1 可清晰地加以辨认，各国“产业空心化”议论出现的年代分别都和该国企业大规模地开展对外直接投资的历史时期高度吻合。促使企业将生产职能转向国外的理由主要有：①来自外部的成本压力。如 20 世纪 70 年代以来美国的产品遇到了来自日本和亚洲“四小龙”等低成本区位的激烈竞争，迫使企业将部分生产转移到拉丁美洲和东亚等发展中国家和地区。②来自国内的压力。如 20 世纪 80 年代中期以后的日本和 20 世纪 70 年代以来的亚洲“四小龙”，由于本国货币的持续升值，产品的成本竞争力迅速丧失，企业寻找低成本区位而走向东南亚、中国等国家。③本国货币的升值，使海外投资和海外生产的成本相对下降，从而进一步增强了企业走向海外的能力。④终极产品生产厂商的海外生产，诱发供应商企业的追随型投资行为。然而，海外生产并不一定会导致国内产业的空心化，空心化的产生还要看其他方面的影响。

### 圆援三种不同的“产业空心化”论调<sup>①</sup>

迄今为止，围绕着“产业空心化”问题，存在有三种不同的见解和主张：

第一种论调为空心化论，主要出现于美国，认为美国确实发生了空心化。提出这一主张的主要依据是，自 圆世纪 苑年代以来，美国制造业就业人口占总就业人口的比率和制造业附加值占名义 郧郧的比率一直趋于下降。该论调认为导致这一结果的最主要元凶是过多的对外直接投资。由于制造业生产大量转向海外，美国经济变为非工业化，经济整体状况趋于恶化——工厂关闭、失业增多、贸易出现赤字。

第二种论调为非空心化论，认为没有发生所谓的空心化。提出这一主张的主要依据是，不论美国还是日本，其制造业附加值占实际 郧郧的比率几乎都没有下降。该论调认为由于制造业劳动生产率自 圆世纪 愿年代以来迅速提高，制造业产品的价值相对下降，这样按名义制造业价格计算的制造业附加值 辘郧的比率下降，但按实质价格计算的这一比率并没有下降，因此并没有产生非工业化，更谈不上结构体质的恶化问题。引起 苑年代美国失业的主要原因在于，总需求增加缓慢（因为制造业最容易受景气变动影响）；还有，愿年代以来美国贸易赤字扩大的主要根源在于美国内需急剧扩大（但国内生产未能满足内需，因而贸易赤字扩大）和汇率变动，并不意味着美国经济整体竞争力下降。运用海外生产比率（海外生产基地的销售总额 辘国内销售额，以此代表生产向海外转移水平）与 郧脱（郧脱 = 辘国内销售额 - 辘国内销售额，即为  $[(\text{出口} - \text{原进口}) / \text{辘国内生产总值}]$ ，主要代表空心化程度）指数对美国 愿年代各年度进行对比研究的结果表明，这两者之间并不存在绝对的相关关系。如在美国，海外的生产比率最高的行业为化学工业，但化学工业的 郧脱却达 缘以上。相

<sup>①</sup> 此部分内容主要参考 [日] 永田雅启：《日本的产业空心化验证》，载《产业年报》，第 苑期，国民经济研究协会。

反, 钢铁、纺织、原成衣等工业虽然海外的生产比率较低, 其 硃脱指数却呈较高的负数, 所以不能一概地认为海外生产一定会导致空心化 (村冈直人, 1983)。

第三种论调是空心化无害论, 属于乐观派, 这是美国很多经济界人士和主要的经济学家共同的主张。该论调认为美国经济确实出现非工业化现象, 但这并不等于经济体质恶化, 而是意味着产业结构高级化。他们的依据是, 即使已失去竞争力的劳动密集型产业在国内消失, 也不会发生产业空心化。因为美国国内主导产业向尖端产业或高附加价值的服务业升级。

上述不同论调给我们启示: 在议论空心化问题时, 要格外注意不要把短期性问题与长期性问题混为一谈。空心化尽管属于长期的结构性问题, 但很容易受景气循环、汇率变动等短期宏观经济运行状况的影响。母国的经济萧条和货币升值会恶化企业经营环境, 促使资本寻求更高的收益率而从国内转向国外。

### 3. 1.2 “产业空心化”的衡量依据

那么究竟应该从哪些方面去把握“产业空心化”问题呢? 日本经济企划厅在其 1983 年《经济白皮书》中提出应从三个方面入手: ①面对进口品的激烈竞争, 国内产品被进口品替代而使国内生产萎缩; ②国内生产寻求低成本区位而转向海外, 国内生产减少; ③国内生产萎缩, 制造业在国内经济中所占的比重持续下降。如果上述因素对国内经济 (就业、实际工资、生产率) 产生了恶性影响, 那么即可断定发生了“产业空心化”。

“产业空心化”最令人担忧的后果应该是失业问题。以日本为例, 在先后两次出现的“产业空心化”讨论中, 第一次的风波很快消失。因为 1983 年日元首次升值后, 虽然制造业流出国外, 但并没有导致所预期的高失业率 (见表 10-1)。原因主要有以下几点: ①当时的日元升值幅度不够大 (1 美元兑换 160 日元), 而且仅仅是对美元的汇率提高, 对欧洲货币的升值不太明显, 因此对出口的影响并未达到毁灭性的程度 (仅下降两成); ②虽然制造业的国内投资下降, 但由

于非制造业的国内投资扩大，总的国内投资并没有大幅度地减少；  
 ③不久进入泡沫经济景气时期，内需扩大刺激了国内制造业的投资。也就是说，即使海外投资增加，只要受内需支持和新产业发展的推动，新增国内投资仍然超过海外投资，则不会发生空心化。另外，由于成本压力而转向海外生产的产品，最初多属于劳动密集型低附加值生产部门，因此，如果国内继续扩大高附加值产品和高度技术密集型产品的生产，那么国内的产业结构就会得到升级。失业者若被商业和服务业等非制造业部门所吸收，也不会发生失业问题。

表 远原 日本失业率的年度变化（豫）

单位：豫

	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年	员圆年
失业率	圆	圆	圆	圆	圆	圆	圆	圆	圆	圆	猿	猿	猿	源	源	源

资料来源：云云原云云

然而，员圆年以后日元的进一步升值（因此而称“超日元升值”）使“产业空心化”逐渐现实化。

首先，完全失业率在这一阶段持续上升，到员圆年已达到猿。

其次，海外生产规模进一步扩大，如制造业企业的海外生产的比率从员圆年的猿提高到员圆年的圆，其中在电子电机、精密机械、汽车等日本的主导产业领域，这一比率分别高达猿、猿和圆（国际协力银行，员圆）；而且大多数企业表示继续扩大海外投资，而对国内投资表现不够积极（见表 远原）。

表 远原 海外事业活动对国内投资的影响

单位：豫

	员圆年	员圆年	员圆年
国内生产设备投资不受影响	远	猿	猿
减少国内生产	忽	员	圆

资料来源：[日]国际协力银行：《员圆年度我国制造业企业的海外事业活动调查报告》。

再次，日本从低成本区位的进口迅速扩大，而且进口的商品不再仅仅是纺织品等劳动密集型产品。以中国为例，1994年，中国首次超过美国而成为日本最大的进口对象国家，也就在这一年，机械类产品首次超过纺织品成为第一大进口商品，其中，机电关联产品进口已占到全部进口额的 55%，而机电关联设备的生产一向是日本具有国际竞争力的领域。日本对中国的贸易收支近些年一直呈逆差结构，1994年达到 108 亿美元（资料来源，1995）。尽管中国向日本的机电关联产品的出口得益于日本与中国之间的产业内分工，特别是工程间分工，而且对日本的出口主要由日本企业在中国的子公司来主导，但中国机电关联产品出口迅猛发展之势，确实也反映了国际分工结构正在发生的重大变化给日本带来了巨大的压力。

表 10-1 日本对华进口商品构成

单位：百万美元；豫

	1994年		1995年	
	金额	比率	金额	比率
进口总额	135.5	100%	142.0	100%
机电食品	13.0	10%	15.0	11%
机电原料	15.0	11%	16.0	11%
机电矿物性燃料	10.0	7%	11.0	8%
制成品进口	100.0	74%	100.0	71%
机电化学制品	15.0	11%	16.0	11%
机电纤维制品	15.0	11%	16.0	11%
机电非金属矿物制品	15.0	11%	16.0	11%
机电金属及其制品	10.0	7%	11.0	8%
机电机械机器	15.0	11%	16.0	11%
办公用设备	10.0	7%	11.0	8%

续上表

	1980年		1985年	
	金额	比率	金额	比率
音响、映像设备	1.5	1.2	1.5	1.2
通讯设备	1.2	1.0	1.0	0.8
半导体等电子部件	1.2	1.0	1.2	1.0
汽车	1.0	0.8	1.0	0.8
科学光学设备	1.0	0.8	1.0	0.8
(其中关联产品)	1.0	0.8	1.0	0.8
其他	1.0	0.8	1.0	0.8

资料来源：佐藤昭的《国际贸易投资白皮书》。

最后，生产现场向海外的流出已波及构成日本产业基础的中小型转包企业，从而威胁到日本的技术根基。如日本东京大田区是中小型机械加工企业最为聚集的区域，日本汽车制造业、电子电气工业和精密机械制造业所需要的高、精、尖部件及其加工在很大程度上依赖于大田区的中小企业，而该区域的中小企业数量从20世纪80年代中期的1000多家减少到1995年的500家左右（关满博，1997）。中小型转包企业的消失，很有可能影响到日本的技术竞争力，从而动摇大企业的技术基础。

#### 源发“产业空心化”的实质

“产业空心化”，可以理解为由跨国公司主导的国际分工对母国产生的消极影响的综合反映，而产生各种消极影响的一个重要原因是国家目标与企业目标的偏离。而且在跨国公司的母国，“产业空心化”问题因受国民的危机感、舆论的错误导向以及对东道国的某种情绪等因素的影响而容易被夸大。

“产业空心化”的产生，并不完全是企业扩大海外生产所导致的，而是一系列结构性问题未能得到及时解决的结果：①新的成长产业和

主导产业的诞生迟于衰退产业的转移步伐，产业结构的升级换代受阻；②失业的劳动者受知识结构、技能和经验的局限，不能及时转移到其他生产率更高的产业，造成就业结构的调整滞后于产业结构调整。

另外还有一点值得注意的事实是：“产业空心化”对同一个国家内部不同区域的影响有差异。政治、经济、文化的中枢管理职能集中的首都和大城市圈，很少受到“产业空心化”的困扰，相反，远离国土中心的区域则深受“产业空心化”的影响，有些区域甚至面临区域经济崩溃的严峻局面。这是由跨国公司原来在国内所构筑的企业内分工格局所决定的。跨国公司在走向海外之前，一般在国内都建立有自己的网络体系。在这一网络体系中，一般在首都集中了总部职能和研究与开发职能，主要的特大城市则吸引地区性的营运中心和重要的生产职能（母工厂、试制厂等），而大多数地方城市和中小城市吸引的要么是标准化产品的批量生产厂，要么是劳动密集型的部件加工厂。当企业为寻求低成本区位走向海外时，其负面影响首先要波及地方城市和中小城市。因为最早转向海外生产的就是这些地方工厂所承担的职能。从这个意义上说，跨国公司同发展中国家的国际分工代替了国内大城市和地方城市间的分工关系。如果一个区域集中了较多的大企业的“分工厂”，这些工厂的相继关闭有一系列的连锁反应，最终打击整个区域经济，导致地方社会的衰退（见图 10-1）。与之相反，首都和特大城市往往可以保持持续繁荣。因为它们占据着跨国公司全球网络的中心位置，承担着开发、创建跨国公司核心资产的职能和管理、控制、协调跨国公司全球成员的职能，成为跨国公司在全世界范围内的人、财、物、信息流的集结点和发散中心。所有这些职能活动刺激城市的企业服务业的发展，从而给首都和特大城市创造一系列新的工作岗位和新的就业机会。

### 减缓防止“产业空心化”的出路

跨国公司对外直接投资是顺应市场经济的必然结果。只要经济全球化继续进行，为了获取全球性的竞争优势和实现利润最大化，跨国

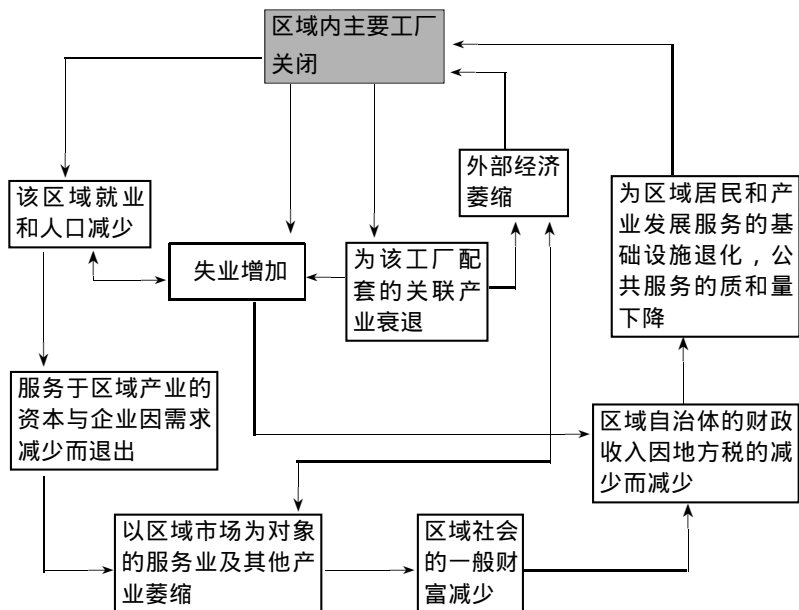


图 1 远藤愿 廖尔达尔的累积因果关系的单纯图式（恶性循环）

资料来源：[日]春日茂男，藤森勉：《重化学工业的结构性与企业的区位行为》，大明堂 1985 年版

公司会不断地深化国际分工，推进其全球网络化发展进程。跨国公司母国要想避免“产业空心化”的产生，只能努力提高国内产业的生产效率，还要营造高附加价值新产业诞生和发展的创新环境，以新的产业来弥补向外转移的产业所留下的空缺。与此同时，靠新产业的活动带动经济持续发展。目前，美国、日本等发达国家围绕“产业空心化”而采取的主要措施可以总结为以下几个方向：①加入积极吸引外国直接投资的行列，通过采取放宽限制、提供财政、金融优惠措施等途径鼓励跨国公司进入本国产业领域，期待跨国公司的投资能够创造新的就业机会；②举国上下实施产业集群战略，目的是要增强吸引外资方面的区位竞争力，发挥产业集群在创新和创业方面所特有的功能，力求使产业集聚成为新产业的“孵化器”；③在国家、区域、企

业三个层次上实施创新战略，努力培育新的成长产业；④已陷入或正在陷入“产业空心化”困境的区域改变传统的发展观，摒弃依赖大企业、外来企业的“外源型”发展模式，试图利用区域自身的资源（历史、文化、自然等），经过区域自主的努力，走出一条自立和自律的“内源型”发展道路。

## 第 九章

# 跨国公司与现代世界贸易发展

跨国公司的成长，推动了“二战”后世界经济的发展及与其经营活动相关联国家和地区的产业结构的调整。跨国公司还通过加强和扩大体系内部国际分工，对现代世界经济联系起着重大的促进作用。资本的全球流动、科学技术的创新与全球扩散、商品与服务的全球交换等，无不受到跨国公司的强烈影响，跨国公司已成为现代国际分工与世界经济联系的重要组织者和推动者。本章通过分析跨国公司内部国际贸易的发展及其结构变化规律，揭示跨国公司在现代世界经济联系中的重要作用。

## 一、跨国公司在世界贸易中的重要地位

跨国公司在世界贸易中的地位，可以从不同角度考察。首先从数量上，同跨国公司相关联的贸易至少应包括两个方面：一是跨国公司母公司的贸易；二是跨国公司国外子公司的贸易。其次从性质上，跨国公司的贸易分为公司体系内部的贸易和体系外部的贸易。前者被称为跨国公司内部贸易，它包括母 子公司之间的贸易和国外子公司之间的贸易两个侧面。其中，与跨国公司相关联的贸易——母公司和国外子公司的贸易规模，可以反映跨国公司在现代世界贸易中的地位；而跨国公司的内部贸易——母 子公司间和国外子公司之间的贸易，则从深层次上决定着现代国际分工和世界贸易的性质。即跨国公司内

部贸易最能体现跨国公司对国际分工和世界贸易的有意识的组织、协调和控制作用。

目前世界上没有一家权威机构负责统计与跨国公司相关联的贸易，因此很难准确把握跨国公司在世界贸易中的地位。在这样的情况下，美国是全球唯一较全面地把握跨国公司关联贸易和跨国公司内部贸易的国家，因而为研究跨国公司活动与世界贸易的关系提供了重要的线索。以美国为例，1982年，本国的跨国公司母公司和在美外国跨国公司子公司的出口占美国全部贸易的比重达到 70%。其中，跨国公司内部出口（美国母公司对国外子公司出口与在美外国子公司对其母公司的出口之和）达到了 50%。如果用美国的数据来推断世界的总体水平，跨国公司将拥有世界出口的 40%~50%，世界出口的 50%以上是在子公司之间进行的（戴曼洪增阔，1993）。另外一项估计表明，跨国公司国外子公司占世界出口的 50%以上和发展中国家出口的 50%。

跨国公司的体系内部贸易和体系外部贸易包含着相当复杂的内容和关系，本节主要从以下角度切入，透视跨国公司在世界贸易中的地位。

### 7.1.1 跨国公司国外子公司的出口倾向<sup>①</sup>

跨国公司在国外设立子公司的主要目的是提高开拓和占领东道国市场的能力和效率，以低的成本生产产品，增强其在全球市场上的价格竞争力。为获取和利用廉价的生产要素，跨国公司多将子公司设在发展中国家和地区，子公司相当于公司全球一体化生产网络中的一个

① 对 1982年占世界出口 70%的发达国家和发展中国家样本的估计。基于外国子公司的母国数据，估计外国子公司约占 1982年世界出口的 50%以上（戴曼洪增阔，1993）。

② 这项估计基于 1982~1985年期间，10个发展中国家和地区样本的出口，以 1982年作为基期。这些国家和地区占世界出口的 50%以及发展中国家和地区出口的 50%（戴曼洪增阔，1993）。

③ 出口倾向是指出口（总销售额-原当地销售额）占总销售额的比重。

结节点，带有很强的出口加工基地性质，所产产品主要销往母国或第三国，因而促进东道国乃至世界的出口。如果跨国公司以占领当地市场为主要目的，则它对东道国出口的贡献相对有限。但是如果跨国公司兼顾国外子公司的规模效应，或东道国是一体化的区域市场的一员，那么即便是当地市场指向型子公司，也会有部分产品销往第三国，因而促进出口。另外还有一种可能是，当东道国市场难以提供给子公司生产所需要的投入品（生产设备或原料和零部件等中间产品）时，无论哪一种类型的子公司都要依赖进口，而这些投入品的供应往往利用的是公司内部渠道（在大多数情况下由母公司或第三国的子公司供应），因而会间接地促进出口（对东道国而言是进口）。此外，国外子公司所拥有的特殊资产优势以及东道国给予的鼓励出口的一系列优惠措施（出口导向型政策），甚至是强制性的出口要求等，也是促进跨国公司国外子公司出口的重要因素。

跨国公司国外子公司的出口倾向，能够在一定程度上反映跨国公司体系内成员对出口的贡献。表 7-1 表示的是美国制造业多数股权国外子公司（*multinational corporations*）的出口倾向及其变化情况。<sup>①</sup>

表 7-1 1970—1985 年美国制造业多数股权国外子公司的出口倾向（豫）

国家与地区	1970年	1975年	1980年	1985年	1990年
所有国家与地区	1.15	1.18	1.20	1.22	1.24
发达国家	1.15	1.18	1.20	1.22	1.24
加拿大	1.15	1.18	1.20	1.22	1.24
英国	1.15	1.18	1.20	1.22	1.24
法国	1.15	1.18	1.20	1.22	1.24
德国	1.15	1.18	1.20	1.22	1.24
荷兰	1.15	1.18	1.20	1.22	1.24

<sup>①</sup> 多数股权国外子公司是指母公司股权超过 50% 的国外子公司（简称 *multinational corporations*）。

续上表

国家与地区	1970年	1975年	1980年	1985年	1990年
意大利	100%	100%	100%	100%	100%
日本	100%	100%	100%	100%	100%
澳大利亚	100%	—	—	100%	100%
发展中国家和地区	100%	100%	100%	100%	100%
巴西	100%	100%	100%	100%	100%
墨西哥	100%	100%	100%	100%	100%
中国	—	—	—	—	100%
中国香港	—	—	100%	100%	100%
马来西亚	—	100%	100%	100%	100%
泰国	—	100%	100%	100%	—
韩国	—	100%	100%	100%	—
新加坡	—	100%	100%	100%	100%
中国台湾	—	100%	100%	100%	100%

资料来源：根据 世界银行《世界投资报告》（1990, 1995）资料整理。

通过表 4-1 可以看出，美国跨国公司国外子公司的出口倾向，在过去的几十年间有了显著提高，1990年平均达到了 100%，比 1970年前提高了近 100 个百分点。出口倾向提高最为显著的有三个国家——同为 经合组织成员的加拿大和墨西哥，另一个是中国。加勒比海地区和东亚的 菲律宾和 马来西亚的美国子公司出口倾向一直保持很高的水平，说明这些国家和地区在美国跨国公司全球战略中扮演着出口加工基地的角色。但是随着亚洲“四小龙”和东盟部分国家要素价格上升和国内市场形成规模，其作为出口加工基地的意义在逐步让位于中国等后起的发展中国家，而当地市场的重要性在增强。这些国家和地区的子公司出口倾向的降低充分证明了这一点。但出口倾向的下降并不

意味着设在这些国家和地区的子公司出口绝对额减少或增长减缓，也不意味着子公司在这些国家和地区出口中的地位在下降。<sup>①</sup>

再看改革开放后迅速成长为世界贸易大国的中国。从表 苑原圆 中不难发现，自 苑园世纪 怨园年代中期以来，内资企业的出口绝对值有增加的趋势，但在出口倾向上，明显逊色于外资企业，后者一直保持高于 源缘豫的水平。

表 苑原圆 中国境内的内资企业和外资企业的出口倾向比较

单位：亿元人民币

年份	内资工业企业			外资工业企业		
	总产值 (亿元)	出口额 (亿元)	出口所占 比重(豫)	总产值 (亿元)	出口额 (亿元)	出口所占 比重(豫)
苑园	愿源愿	苑源圆	愿缘	员园苑苑	缘苑缘	源缘
苑园	怨特源	愿缘缘	怨园	员源裁怨	远园苑	源圆
苑园	员园源愿	愿缘苑	愿源	员源缘园	远园	猿源
苑园	员园源猿	愿源猿	愿猿	圆园特	苑猿苑	猿源
苑园	远园源	员园源	员源	圆源源	怨源	源源

- 注：①内资企业的总产值 越 全国工业总产值 原 外资工业企业总产值；  
 ②内资企业出口额 越 全国工业企业总出口额 原 外资工业企业出口额；  
 ③汇率按 员美元 越 愿猿人民币折合计算；  
 ④ 苑园年，内资工业企业和外商投资工业企业的总产值都比前几年减少，是由统计口径变化造成的；  
 ⑤ 苑园的工业总产值，是指国有及规模以上非国有工业企业，而此前是指全部工业企业；

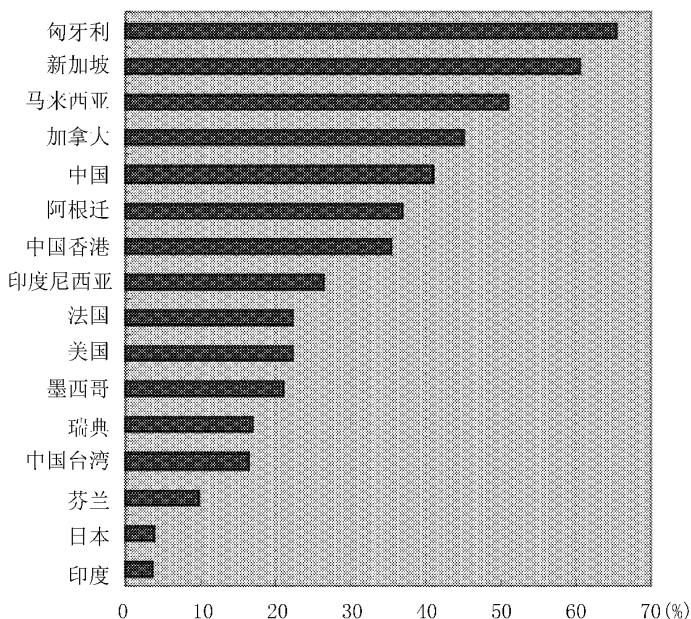
资料来源：江小涓：《中国的外资经济》，中国人民大学出版社 苑园年版。

<sup>①</sup> 裁源选的有关资料表明，美国多数股权子公司在新兴工业化国家和地区(粤)的制成品出口中所占比重，自 苑园世纪 怨年代以来不仅没有缩小，在中国香港和新加坡的制成品出口中所占比重反而有所上升。

## 4.1.1 跨国公司在东道国出口中的地位

跨国公司的国外子公司在东道国总出口中所占地位在各国之间存在较大的差异（见图 4-1）。国外子公司对东道国出口的贡献，主要与东道国吸收的 FDI 存量 and 流量、东道国作为出口基地的区位优势等因素密切相关。吸收大量的 FDI 并且区位优势很强（如邻近一个大国市场或一体化了的区域大市场）的国家，如加拿大，或拥有投入成本优势的国家，如匈牙利、新加坡、马来西亚和中国等，国外子公司对出口的贡献格外突出。而吸收的 FDI 规模小、成本高的国家，如日本，以及远离现实的大市场、对外开放程度较低的国家，如印度，国外子公司在其出口中的地位很低。总之，外国子公司在东道国出口中所占份额的差异，可以反映一个国家吸收的 FDI 数量和类型的差别以及国内企业和外国子公司的相对出口能力（见表 4-1）。

再看最典型的发展中东道国——中国。在 20 世纪 80 年代，中国的对外贸易保持了较高的增长速度，进出口总额从 1980 年的 180 亿美元增长到 1995 年的 1200 亿美元。在中国发展成为世界贸易大国的过程中，外资企业起了举足轻重的作用。在 20 世纪 80 年代，外资企业的出口，无论规模还是相对地位都有大幅度的提高。外资企业的出口额从 1980 年的 10 亿美元上升到 1995 年的 150 亿美元，同期在中国出口总额中的比重也由 5% 上升到 12%。如今，外资企业占了中国对外贸易的半壁江山（见表 4-2）。



图苑 跨国公司子公司在东道国初级产品和制成品出口中的份额（最新数据）

注：印度，1985年；法国，1985年；墨西哥，1985年；加拿大、芬兰、马来西亚、瑞典，1985年；阿根廷、日本、中国台湾，1985年；匈牙利、印度尼西亚、新加坡、美国，1985年；中国香港、中国，1985年

资料来源：根据 世界投资网《世界投资报告》（1989）资料汇制

外资企业对中国出口的贡献，不仅体现在数量上，更重要的意义在于它们为改善中国出口商品结构作出了突出贡献。在 1982-1985 年，中国的高新技术产品出口额从 15.4 亿美元增加到 25.6 亿美元，年平均增长 16.5%，远远超过全国出口总额的年均增长（同期为 10.4%）。高新技术产品在中国出口总额中所占比重也由 1982 年的 15% 上升到 1985 年的 20%。而在中国高新技术产品出口的增长过程中，外资企业一直起着主导作用。1985 年，外资企业对中国高新技术产品出口的贡献度已高达 55%（见表 7-10）。跨国公司对东道国高新技术产品出口的贡献，绝不只在中国，而是吸收跨国公司外

国直接投资的国家普遍存在的现象。当然，出于对技术的垄断和保护  
的考虑，跨国公司在高新技术产业领域的出口，更多的是在其体系内  
部实现的。

表 7-1 20 世纪 90 年代外资企业在中国进出口及其占全国的比重

单位：亿美元；豫

年度	进出口总额			进 口			出 口		
	全国	外商投 资企业	比重 (豫)	全国	外商投 资企业	比重 (豫)	全国	外商投 资企业	比重 (豫)
1990	156.7	10.0	6.4%	100.0	10.0	10.0%	56.7	6.0	10.6%
1991	160.0	10.0	6.3%	100.0	10.0	10.0%	60.0	6.0	10.0%
1992	165.0	10.0	6.1%	100.0	10.0	10.0%	65.0	6.0	9.2%
1993	170.0	10.0	5.9%	100.0	10.0	10.0%	70.0	6.0	8.6%
1994	175.0	10.0	5.7%	100.0	10.0	10.0%	75.0	6.0	8.0%
1995	180.0	10.0	5.6%	100.0	10.0	10.0%	80.0	6.0	7.5%
1996	185.0	10.0	5.4%	100.0	10.0	10.0%	85.0	6.0	7.1%
1997	190.0	10.0	5.3%	100.0	10.0	10.0%	90.0	6.0	6.7%
1998	195.0	10.0	5.1%	100.0	10.0	10.0%	95.0	6.0	6.3%
1999	200.0	10.0	5.0%	100.0	10.0	10.0%	100.0	6.0	6.0%
2000	205.0	10.0	4.9%	100.0	10.0	10.0%	105.0	6.0	5.7%

资料来源：各年度中国海关统计。

表 苑原 外资企业在中国高新技术产品出口中的主导地位

	全国高新技术产品出口额 (亿美元)	外资企业高新技术产品出口额 (亿美元)	外资企业出口额所占比重 (豫)
员怨苑	员苑苑	苑	缘
员怨苑	员	员	远
员怨愿	圆	员	苑
员怨怨	圆	员	苑
圆园园	猿	圆	愿
圆园员	源	猿	愿

资料来源：中国国家科技部。

美国是世界上最大的跨国公司母国，拥有跨国公司数量最多，对外云规模最大，国外分支机构分布最为广泛。不仅跨国公司母公司对本国乃至世界出口的贡献度大，未计入母国贸易统计的外国子公司的贸易也达到相当的规模，对各自东道国的贸易带来深远的影响。据美国商务部调查表明，员怨怨年美国多数股权国外子公司的出口额达到源亿美元（对美国的出口垣对第三国的出口），这一规模相当于同年美国出口总额的愿缘。<sup>①</sup>员怨苑~员怨苑年的猿年间，美国制造业多数股权国外子公司在所有东道国制成品出口中所占的比重由苑豫提高到怨豫（见表苑原缘。美国跨国公司国外子公司对东道国出口的贡献度，在美洲大陆表现最为突出。其在加拿大、墨西哥、阿根廷、哥斯达黎加、智利等国制成品出口总额中所占比重都在猿成以上。与美洲大陆上的美国子公司出口主要是面向美国本土市场相比，欧洲的美国子公司出口则主要面向域内的欧洲统一大市场。

① 美国商务部调查表明，员怨怨年美国多数股权国外子公司的出口额达到源亿美元（对美国的出口垣对第三国的出口），这一规模相当于同年美国出口总额的愿缘。<sup>①</sup>员怨苑~员怨苑年的猿年间，美国制造业多数股权国外子公司在所有东道国制成品出口中所占的比重由苑豫提高到怨豫（见表苑原缘。美国跨国公司国外子公司对东道国出口的贡献度，在美洲大陆表现最为突出。其在加拿大、墨西哥、阿根廷、哥斯达黎加、智利等国制成品出口总额中所占比重都在猿成以上。与美洲大陆上的美国子公司出口主要是面向美国本土市场相比，欧洲的美国子公司出口则主要面向域内的欧洲统一大市场。

表 4-1 1985—1995 年美国制造业多数股权国外子公司  
占东道国制成品出口的比重

	1985 年	1990 年	1993 年	1994 年	1995 年
所有国家	20.6	21.0	21.5	21.0	21.2
发达国家	20.2	20.5	20.5	20.5	20.5
比利时	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
法国	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
德国	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
荷兰	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
西班牙	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
英国	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
加拿大	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
日本	—	20.5	20.5	20.5	20.5
澳大利亚	—	—	—	20.5	20.5
发展中国家和地区	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
墨西哥	20.5	20.5	20.5	20.5	20.5
巴西	—	20.5	20.5	20.5	20.5
中国	—	—	—	—	20.5
中国香港	—	—	20.5	20.5	—
马来西亚	—	20.5	20.5	20.5	20.5
新加坡	—	20.5	20.5	20.5	20.5
泰国	—	—	—	20.5	—

注：1985 年比利时包括了卢森堡的数据。

资料来源：世界贸易组织：《世界投资报告》，1996。

## 图 10-10 跨国公司内部贸易（母子公司间贸易）在公司贸易和一国贸易中的地位

跨国公司内部贸易迅速发展，是 20 世纪 60 年代以来世界贸易发展的一项重大变化。如前所述，跨国公司的内部贸易最能体现出跨国公司有意识地组织、协调和控制国际分工和世界贸易。具体来讲，跨国公司内部贸易包括两种主体的三个方向：① 母公司对子公司的出口（进口）；② 国外子公司向母公司的出口（进口）；③ 国外子公司相互间出口（进口）。见图 10-10。

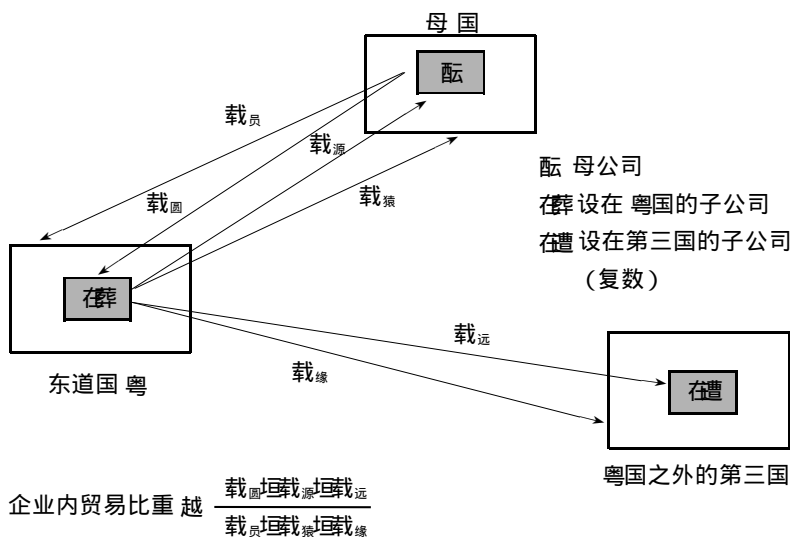


图 10-10 同跨国公司相关联的贸易及跨国公司内部贸易比重概念

注：① 企业内贸易比重包括：母公司与子公司间的企业内贸易比重和国外子公司间的企业内贸易比重。② 图中的企业内贸易比重是针对某一跨国公司而言的。实际上由于很多国家境内既有本国跨国公司，又有外国跨国公司的子公司，所以，以国家为单位计算跨国公司企业内贸易比重较为复杂

遗憾的是，目前没有一家国际权威机构能够全面把握跨国公司内部贸易的情况，各国的贸易统计也没有详细地按跨国公司母公司、子

公司的划分进行专门统计。即使是跨国公司内部贸易统计制度最为完备的美国,也未能准确地把握其国外子公司以及在美国境内外国跨国公司子公司在不同方向上的详细贸易状况,因此只好依据个别国家的统计加以推测。表 7-1 表示的是美国和日本的跨国公司内部(母子公司间)贸易比重以及内部贸易在各自国家贸易中所占的比重。从表中可以看出,跨国公司的内部贸易由两部分组成:一是本国跨国公司母公司对国外子公司的贸易;二是各国境内外国跨国公司子公司同其母公司之间的贸易。另外,跨国公司内部贸易的地位也从两个方面分别考察:一是母子公司内部贸易在母公司或子公司贸易中地位;二是内部贸易在一国贸易中的地位。企业内部出口在美国和日本出口总额中所占的比重,在 20 世纪 70 年代前后都在 10% 左右;企业内部进口在进口总额中所占的比重在美国和日本之间存在较大的差异,在美国已达到 30% 以上,而日本只有美国的一半水平。导致两者之间差异的主要原因可能有两点:①美国是全球的最大市场,这一点无论对美国本土跨国公司还是外国跨国公司都产生巨大的魅力,不仅外国的跨国公司极力通过其子公司扩大对美国的出口,连美国跨国公司也面对激烈的竞争,从其海外生产基地输入用来满足其国内市场的产品(详细情况在本章第三节的分析);②美国是世界上吸引跨国公司设厂最多的国家,而外国的子公司的内部进口倾向远远高于美国的母公司,相比之下,日本并不是跨国公司的主要东道国。

表 7-1 美国与日本的贸易中跨国公司的内部贸易及其在国家贸易中所占比重

单位:美国为亿美元;日本为 100 亿日元

	美 国			日 本		
	1970年	1975年	1980年	1970年	1975年	1980年
出口总额 [本国母公司 原国外子公司]	10.0%	12.0%	15.0%	—	15.0%	15.0%

续上表

	美 国			日 本		
	员991年	员992年	员993年	员991年	员992年	员993年
粤母公司总出口	员992	圆197	圆197	猿992	猿992	圆197
月母公司对子公司出口	远99	怨99	员99	员997	员999	员999
母公司的企业内贸易比率(豫)月99	猿999	源999	源999	猿99	源999	源999
[境内外国子公司原母公司]						
悦境内外国子公司总出口	源99	怨99	员99	员99	员999	员99
阅境内外国子公司对母公司的出口	圆99	猿99	源99	远99	愿99	远99
境内外国子公司的企业内贸易比率(豫)阅99	源99	源999	源999	缘99	源999	源999
企业内贸易比率(月99) 猿(粤99) (豫)	猿999	源999	源999	猿999	源999	源999
(月99) 出口总额(豫)	猿999	猿999	猿999	—	源999	猿999
进口总额	猿999	源999	缘999	—	猿999	圆999
[本国母公司原国外子公司]						
耘母公司总进口	员999	员999	圆999	员999	员999	员999
云母公司从子公司进口	缘99	愿99	员999	圆99	缘99	猿99
母公司的企业内贸易比率(豫)云99	源99	源999	源999	圆999	圆999	猿999
[境内外国子公司原母公司]						
员境内外国子公司的总进口	员999	员999	员999	圆99	缘99	猿99
匀境内外国子公司从母公司的进口	怨99	员999	员999	员99	猿99	圆99

续上表

	美 国			日 本		
	员952年	员962年	员972年	员952年	员962年	员972年
境内外国子公司的企业 内贸易比率(豫)匀(部)	苑(缘)	苑(缘)	苑(缘)	缘(源)	缘(源)	缘(源)
企业贸易比率(云匀) 猿 (耘匀) (豫)	缘(源)	缘(源)	远(源)	圆(源)	源(源)	猿(源)
(云匀) 进口总额(豫)	源(源)	源(源)	源(源)	原	圆(源)	圆(源)

资料来源：据日本贸易振兴会（先(部)）《员972年世界与日本的海外直接投资》资料整理。美国数据来自美国商务部，日本数据来自日本通产省。

## 跨国公司内部贸易的发展

只看跨国公司母公司与其子公司之间的贸易，很难真实地把握跨国公司内部国际分工程度和对世界贸易的组织和控制作用。事实上，随着经济全球化进程的加快，跨国公司在全球范围内编织的内部分工网络越来越精致。各跨国公司一个共同的趋势是：跨国公司国外子公司之间的联系正在得到加强，相互之间建立复杂的关系，国外子公司在公司全球的价值创造和分配中发挥的作用变得重要起来。然而，目前能够准确掌握到的跨国公司子公司之间的贸易统计的国家只有美国。自 20 世纪 70 年代以来，美国跨国公司体系内国外子公司之间的贸易迅速增长。1970~1972 年，国外子公司向其他国家子公司的销售额从 1.5 亿美元增加到 2.5 亿美元，扩大了 1 倍；同期，国外子公司之间贸易占国外子公司内部贸易总额的比重从 10% 提高到 20%，提高了 10 个百分点。以 1972 年为例，美国跨国公司子公司间贸易规模相当于当年美国出口总额的 1%（1972 年，美国出口总额为 1.5 亿美元），规模相当可观；同年，国外子公司间贸易在跨国公司内部贸易中所占的比重已上升到 10%（见表 7-10）。

表 苑京苑 美国跨国公司国外子公司对美国跨国公司其他  
国外子公司的销售额及其相对重要性

项 目	发达国家	发展中国 国家和地区	所有国家 和地区
销售额 (元亿美元)			
员苑苑年	猿源园	员园园近	源园愿
员园园年	缘园苑	员园园猿	苑园园
员园园年	员园园员	园园园缘	员园园近
员园园年	园园园员	源园园	园园园猿
占本公司体系内部出口总额的比重 (豫)			
员苑苑年	源	员缘	猿园
员园园年	源	园元	源
员园园年	源	园	源
员园园年	—	—	—
占国外子公司公司内部出口总额的比重 (豫)			
员苑苑年	远园缘	员园园	猿园园
员园园年	远园园	猿园缘	缘园园
员园园年	远园近	源园	远园
员园园年	远园猿	源园	远园

注：①本公司体系内部出口总额 越母公司对子公司出口 垣子公司对母公司出口 垣子公司对子公司出口；

②国外子公司公司内部出口总额 越子公司对母公司的出口 垣对其他国外子公司的出口。

资料来源：根据 哉晕港粤阅《世界投资报告》(员园园, 员园园) 资料整理。

从表 苑京苑中还可以看出，美国跨国公司国外子公司之间的国际分工程度，在发达国家和发展中国家之间有着一定的差距，但这种差距正在缩小。如 员园园年，设在发达国家的子公司销往发达国家子公

公司的出口占其子公司公司内部出口总额的 25%，比发展中国家的 15% 高出 10 个百分点，说明美国跨国公司在发达国家内部的企业内分工程度比发展中国家要高；然而由于发展中国家子公司间贸易增长速度加快，这种差异正在缩小（1985 年差 10%，1988 年差 7%），反映出美国跨国公司企业内分工迅速向发展中国家扩展，发展中国家子公司间的一体化正在得到加强。

综上所述，第二次世界大战后与跨国公司相关联的贸易，特别是体系内部贸易的迅速发展，成为世界贸易大发展的重要推动力量；而且，世界贸易中所出现的一系列结构性变化——产业内贸易、中间品贸易、发展中国家和地区在世界贸易中地位的上升等，均与跨国公司内部贸易的发展和深化有着密切关系。此外，跨国公司实际上还通过技术转移、加剧竞争、提供示范等途径，刺激东道国当地企业的出口倾向和国际竞争力，从而间接地促进世界贸易的发展。

## 7.1 跨国公司与贸易的关系——理论解释

在当今世界经济中，国际直接投资和国际贸易已成为世界经济联系的最主要的两大内容。其中，贸易对经济发展的积极作用已被人们普遍认识，同时，跨国公司的国际直接投资对经济发展的积极作用正逐渐为人们所认识。也就是说，跨国公司主导的国际直接投资与国际贸易各自分别对经济发展作出贡献。但如果两者同时发生在同一个国家或同一个产业上，将会产生何种效应？究竟是贸易导致投资还是投资扩大贸易？是贸易替代投资还是投资替代贸易？或者二者之间是否存在某种互补性？两者之间的关系将对经济发展起何种影响？

然而，长期以来国际经济学界对国际直接投资和国际贸易的研究是分割的。国际直接投资理论的主要任务是解释企业为什么要进行对外直接投资、投资为什么要选择特定国家进行等问题，并引用了所有权特定优势、内部化优势和区位特定优势等概念加以阐释。在标准的

国际直接投资理论中，贸易与国际直接投资是二选一的关系，即跨国公司一旦选择了对外直接投资，就会用当地生产来代替原有的出口。而国际贸易理论则在一般均衡分析框架中探讨国家间为什么进行贸易的问题，认为国家间存在的比较优势是贸易格局的决定因素，各国出口自己生产起来相对廉价的产品，进口自己生产成本相对较高的产品。面对第二次世界大战后国际贸易中产业内贸易（~~国际贸易~~）迅速增长的现实，新贸易理论引进产品差异理论、规模收益递增和不完全竞争等产业组织理论加以解释。即使如此，国际贸易理论中企业只在某一个区位上进行生产的前提假设仍没有变化——贸易发生在两个国家中相互独立的企业之间，即国际贸易理论中不存在云云 也就是说没有跨国公司这一企业形态。

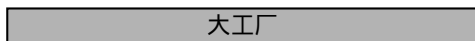
然而，就如本章第一节所分析的那样，现实的世界贸易中跨国公司发挥的作用变得日益重要，表明跨国公司国际经营的深入发展与贸易之间存在着密切的相关性。世界经济实践的客观上要求将国际直接投资理论与国际贸易理论结合起来。

## 苑园 国际直接投资与贸易的结合理论

园世纪 愿年代以来，贸易理论开始修正企业必须是某国的假设，允许企业拥有和使用不同国家的生产要素，为国际直接投资和贸易理论的结合作出了贡献（~~国际贸易~~）。由此而出现的各种理论模式中，最有代表性和最有说服力的理论可以说是“工程间分工理论（~~国际贸易~~）”（也有学者称之为垂直的产业内分工或产品内分工）。该理论认为，原本在一个区位进行的一体化的产品生产活动，可以划分为若干个不同生产集合（~~国际贸易~~），并分散于对各自有效率的区位上，终极产品是这些分散区位的各个工程的集合结果。把生产过程从技术上和区位上相互分离的理由在于：即使属于同一产业的内部，也有相对劳动密集的作业工程和相对资本密集的作业工程，把这些要素密集程度不同的作业工程分别区位于要素禀赋有差异的不同国家互相贸易，将有助于提高产品的成本竞争力和增

进贸易成员国的福利水平。工程间分工模式如图 苑京猿所示。

工程间分工发生之前



工程间分工发生之后

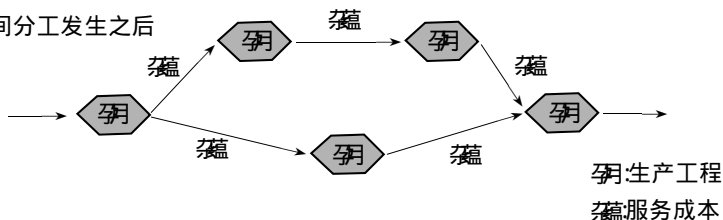


图 苑京猿 工程间分工模式图

资料来源：[日]木村福成：《国际贸易理论的新潮流与东亚》，载《国际金融研究所报》，1994年第 1 期

对于工程间国际分工的发展来说，将分散区位的各个工程相互连接起来的“服务连接成本（~~服务连接成本~~）”具有重要意义。服务连接成本包括运费、通讯费以及抽象意义上的协调费用（木村，1994；若杉，1994）。随着交通运输技术和信息技术的发展、关税和非关税壁垒的减少、对稳定企业间契约至关重要的法制和市场经济制度的逐步完善、各种规制的相继放宽，中间产品的运输费用 and 专业化生产者之间的协调费用趋于下降，从而大大地推动了工程间分工的深化发展。而且，工程间分工的发展，促进了中间品世界市场的形成。结果中间品的生产实现规模经济，生产成本进一步降低，进而再一次促进工程间分工的发展。

国际间工程间分工既可以发生在企业之间（外部化），也可以发生在企业内部（内部化）。前者产生的贸易是独立企业间贸易，而后者产生的贸易属于企业内部贸易。相互独立的企业之间所开展的工程间分工，可以看作是跨国公司母国内部组装企业和零部件企业原转包关系的国际版本。而跨国公司体系内部母公司和子公司之间以及国外

子公司之间开展的工程间分工，构成了跨国公司内部国际分工的重要组成部分。当然，企业间分工和企业内部分工所遵循的法则是不同的：企业间分工依据的是市场价格，而企业内部分工则按照内部特殊的转移价格进行，两者之间存在性质上的差别。这是由跨国公司特有的世界性寡头垄断企业的特性所决定的。也正是因为转移价格的存在，推动了跨国公司内部分工的发展，提高了跨国公司内部贸易在世界中的地位 and 作用。

随着东道国当地企业技术水平的提高，企业间国际分工的内容也相应地向更高水平发展：先是从劳动密集型的简单中间品生产向资本密集型的复杂中间品生产升级，进而向技术密集型的复杂中间品生产升级，有的跨国公司母公司甚至从组装加工领域退出，向当地企业委托生产（即所谓“贴牌生产”），自己则专门从事研究与开发和品牌支配，企业间的商品贸易转化为跨国公司向东道国提供技术服务，再从东道国当地企业进口终极产品。专门承接电子产品和手机的批量生产业务的电子制造服务（EMS）企业的诞生以及企业专注于相对优势业务的核心能力（核心竞争力的趋势等，都可以看作是国际企业间工程间分工发展的高级形式。

由于产业间存在技术和产品特性的差异，国际间工程间分工并不是均衡地发生在所有产业，工程间分工的程度也因产业而异。这一点可以从企业的外购比重（从外部企业的采购额占销售额的比重）、海外筹供比重（海外筹供额占外部采购额的比重）以及海外筹供中公司内部筹供率（来自国外子公司的筹供额占全部海外筹供额的比重）的比较中得到启示。

图 苑原表示的是日本不同产业领域跨国公司的外购比重及其变化情况。从图中可以看出，外购比重在两种类型产业中增加迅速：一类是资源密集型产业（食品、纤维和木材加工业）；另一类是资本密集型产业（电气机械、一般机械、运输机械和精密机械等机械产业）。这说明，这两大类产业中生产工程的分化程度较高。

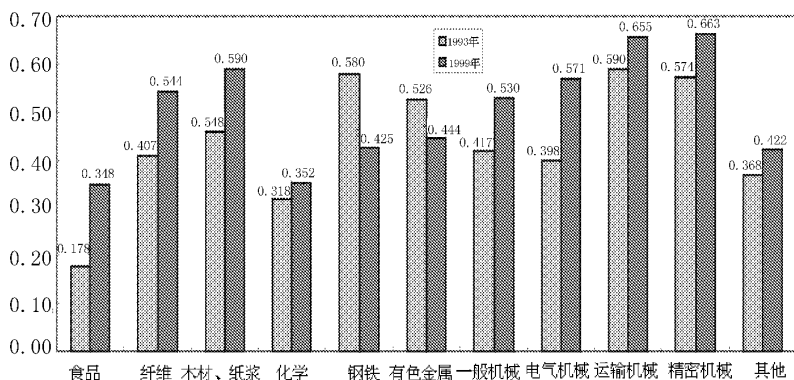


图 苑原 日本制造业企业的外购比重 (豫)

资料来源：据 [日] 经济产业省《平成 缘年度海外事业活动基本调查》和《平成 员年度海外事业活动基本调查》有关资料绘制

再看产业间海外采购比重及其变化情况。电气机械和精密机械的海外筹供比重在迅速提高，说明这些产业的国际间工程分工显著，而且进展迅猛（见图 苑原缘）。

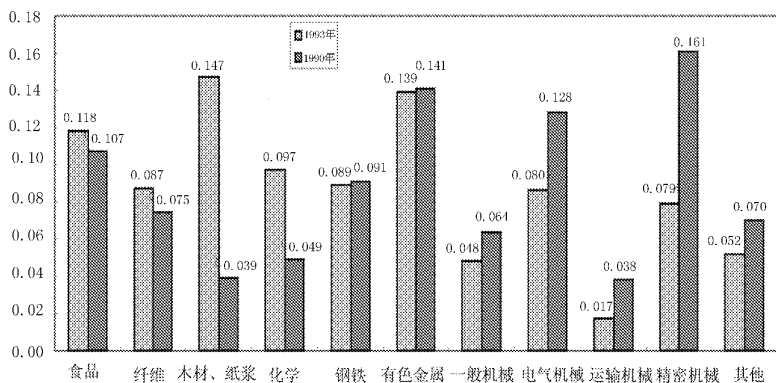


图 苑原缘 日本企业的海外筹供比重

资料来源：同图 苑原

接下来看海外筹供中企业间交易和企业内交易的对比状况。图 苑

猿源表示的是跨国公司海外筹供额中内部筹供所占的比重。跨国公司的内部筹供比重在很多产业上都有不同程度的增加。

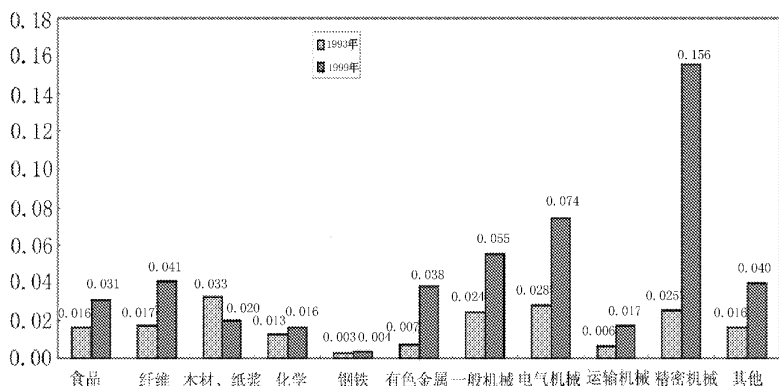


图 苑猿远 日本企业的海外筹供中跨国公司内部筹供比重

资料来源：同图 苑猿源

与跨国公司的国际间工程分工相适应的，是东亚地区贸易中中间品贸易的迅速增长。大量吸收外国直接投资并致力于出口导向型工业化的东亚国家，在扩大出口方面取得了巨大成效，在世界贸易中的地位在过去的 猿多年中有了显著提高。到 猿年，东亚 员国（地区）出口贸易在世界出口贸易中所占比重已提高到 员（员），其中日本以外的东亚 怨个成员的出口贸易额占 员）（猿），在某种意义上改写了世界贸易版图。在东亚的贸易增长中，来自域内和域外的外商直接投资发挥了重要作用。在东亚国家和地区的贸易中，中间品贸易的迅速增长是和跨国公司的国际间工程分工密不可分的。表 苑猿愿表示的是整个 猿世纪 怨年代，东亚国家和地区贸易中机械部件产品贸易增长的情况。从表中可以看出，这一地区的出口中机械类部件所占的比重在日本、中国、 和 国家中分别提高了 员个百分点、 个百分点、 个百分点和 员个百分点。而机械类产品是目前世界贸易中最重要的贸易产品， 年，机械类产品出口总额达到 员亿美元，在世界贸易中占 员（猿），

图 4-10。

表 4-10 东亚的中间品贸易（机械工业部件的出口为例）

单位：亿美元

	一般机械部件		运输机械部件		电气机械部件		精密机械部件		机械部件总计		机械类部件贸易在机械产品贸易总额中的比重
	1990	1995	1990	1995	1990	1995	1990	1995	1990	1995	
日本	100	150	100	150	100	150	100	150	100	150	100
中国	100	150	100	150	100	150	100	150	100	150	100
菲律宾	100	150	100	150	100	150	100	150	100	150	100
马来西亚、泰国、印度尼西亚	100	150	100	150	100	150	100	150	100	150	100

注：①受数据来源限制，中国和中国香港的 1995 年数据实际为 1994 年数据，菲律宾为 1995 年数据；1995 年数据中，中国台湾用的是 1994 年数据，泰国为 1994 年数据。

②马来西亚、泰国、印度尼西亚。

资料来源：据日本经济产业省《通商白皮书 1996》资料整理。

## 4.10 跨国公司与贸易：相互关系的内容及其变化

国际间工程分工理论，对跨国公司与贸易的相互促进关系作出了较好的解释。但在两者关系的阐述上尚未引入时间视角，也没有深入分析企业间分工与企业内分工性质的差异。为此，下面将从动态的角度分析跨国公司与贸易相互关系的具体内容。

### 4.10.1 跨国公司主导的贸易促进效应

当跨国公司出于占领市场（水平型分工）和节约成本（垂直型分工）的动机而在国外设立子公司时，子公司生产所需要的设备、原

材料、零部件一般由国内供应，因而对国内出口起促进作用。由母国提供投入品的原因主要有：①东道国的当地企业受技术水平的限制，无法供应跨国公司所需要的投入品；②跨国公司尚未掌握关于当地部件供应商的充分信息；③东道国的交易费用较高（法律和其他条件不完备）。中间投入品的出口会在一定程度上抵消当地生产对母国终极产品的出口替代，或者抵消逆进口。跨国公司的当地生产，有助于提高当地客户的认知度（品牌渗透力），也帮助企业逐步积累营销知识，进而间接地促进母国对东道国的出口（称之为需求扩大效应）。另外，由于国内同行业寡头垄断企业之间竞争异常激烈，某一竞争对手企业的海外扩张会引发其他企业的战略反应（要么进行追随型的当地生产，要么扩大对东道国的产品出口），进而促进母国的出口（称之为竞争性的终极产品出口诱发效应）。最后，当母公司采用从海外逆进口具有成本优势的中间品来生产终极产品时，由于该产品获得了成本竞争力而有助于扩大对第三国的出口（称之为迂回的出口诱发效应）。

### 专 栏 一

日本学者小岛清曾用图 苑原苑描绘了在东亚地区外国直接投资对贸易的促进模式。图 苑原苑中投资方有两个：一是日本；二是亚洲“四小龙”（下称 晕颡译。投资接受方也有两个：亚洲 晕颡译和中国（当然也有东盟国家，但为便于说明未包括进来）。左侧的 粤图 为直接投资的流向，右侧 月图 表示贸易流向。

首先，该地区惟一的发达国家——日本，在国内失去比较优势的产业（如劳动密集型的纺织工业）领域进行对外直接投资，投资一开始主要流向亚洲 晕颡译。图 苑原苑上表现为 粤图中的 曠，由此发生向 晕颡译子公司的设备、原材料等中间产品的出口，即 月图中的 灑，这就是第一次贸易创造效应。

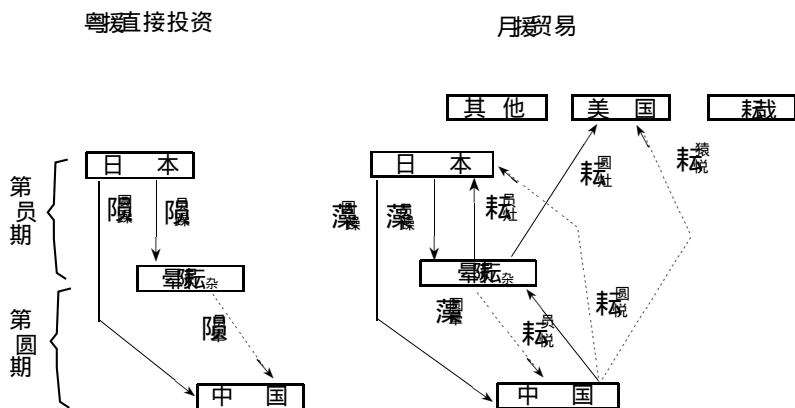


图 苑原苑 直接投资对贸易的促进模式

资料来源：[日] 小岛清：《东亚经济的再出发》，载《世界经济评论》1982年第 1 期

对外直接投资引起投资国经营资源的一揽子转移，它同东道国的区位优势结合起来，使东道国吸收对外直接投资的产业的生产效率迅速提高，从而形成具有比较优势的产业。国外子公司生产的产品一部分在当地销售，另一部分还可借助于跨国公司的海外销售网络和营销能力，向投资国日本或美国等第三国出口（月图中  $T_{12}$  和  $T_{21}$  此外，也有向东盟、欧盟、其他国家的出口，但图中省略），由此产生第二次贸易创造效应。其中，亚洲  $T_{12}$  对日出口对日本意味着域外筹供，比在日本国内生产购买价格要低。逆进口产品如果为终极消费品，将有助于提高国内福利水平；如果是中间产品，则有助于降低以此为中间产品的终极产品的生产成本，因而帮助提高产品竞争力。

直接投资通过技术转移以及带来竞争压力等机制，促进当地同行业竞争者或关联行业企业的技术改造和经营革新，从宏观上推动东道国经济的增长。随着国内收入水平的上升，国内市场趋于扩大，引发对国外产品的需求，包括来自日本的产品进口，称之为第三次贸易创造效应（图中未表示）。

关于东道国与投资国之间贸易商品性质问题。到目前为止，日本与 暹罗之间围绕着直接投资发生的贸易主要集中在中间产品领域（图中可以明确地断定为中间产品的用英文 藻来表示），即日本出口的产品主要为机械设备、原材料、零部件等，用于国外子公司的生产；东道国国外子公司生产的产品中向日本出口的产品既有终极消费品，也有原材料、零部件等中间产品，但以后者为主（进行工程间分工的结果）。投资国与东道国之间中间产品贸易的扩大意味着两国生产工程更加紧密地被联结在一起，形成稳定的国际分工关系。

随着亚洲 暹罗作为新兴投资国（地区）的崛起以及中国迅速成长为世界最主要的外国直接投资吸收国，亚洲太平洋地区的直接投资贸易关系格局发生了重大变化，直接投资对贸易的促进作用进一步增强。暹罗和日本均对中国进行直接投资（分别为图 粤中的 隰和 隰），与此相伴产生对中国的机械设备、原材料、零部件等中间产品的出口（图 月中的 藻和 藻）。对华直接投资比较成功的领域会产生向“四小龙”和日本，进而向美国等第三国的产品出口（即图 月中的 纛，纛和 纛）。对中国而言，来自港、台等“四小龙”的直接投资有着特殊的意义，在某种程度上它们带来的产品、技术和经营方法更适合于中国，产业移植的效果更明显。

总之，立足于比较优势原则的直接投资创造并扩大了东亚地区的贸易，从而在该地区形成了投资与贸易相互促进、共同推动经济发展的格局。

### 圆援母国（东道国）贸易收支的动态变化

从母国的角度来看，母公司的贸易促进效应和母国贸易收支的顺差倾向能否持续，会受到出口诱发效应、出口替代效应和逆进口效应的综合影响。一般来说，属于组装型产业的母公司有较强的出口倾向（提供零部件和设备），而其海外子公司则有着较强的进口倾向。当东道国为发展中国家时，由于东道国国内缺乏合适的供应商，子公司的进口倾向更高，即海外子公司的设立初期出口诱发效应显著。但是随

着海外子公司和东道国当地企业技术水平的提高（技术溢出效应的结果），当地加工水平逐渐提升，加工产品也向高附加值方向升级，海外子公司的当地筹供比重也随之提高，出现出口替代效应，母公司的出口会相应地趋于减少。

最初，东道国政府为了吸引跨国公司投资，对外资企业的生产投入品进口放宽限制。生产步入轨道后，为了保护国内产业和促进技术转移，政府开始提出国产化要求，同时鼓励当地企业的技术进步，减少母公司的出口诱发效应而增强出口替代效应。此外，很多采取出口导向型发展战略的发展中国家鼓励外资企业开展出口指向型活动。此时，海外子公司所产产品的首要去向为母公司（逆进口效应），从而对母国的贸易收支产生负面影响。目前还存在一种跨国公司同东道国企业基于契约的合作关系，如国际转包、委托加工贸易和 许可 等，这种关系下的产品去向一般也是发包者（同为逆进口效应）。

以此看来，母公司的出超和母国的贸易顺差并非固定不变。随着逆进口的增加，贸易收支会逐步减少，甚至在有些国家会转为逆差。以日本为例，1955 年，日本向海外当地制造业法人的中间品（不包括资本品）出口额达到了 1.5 万亿日元，中间品输出占总出口的比重达到 15%。虽然这一比例比 1951 年的 12% 增加了近 3 个百分点，但该比重的增长主要集中于 1950—1952 年，即正是日本迫于日元升值的压力而迅速扩大海外直接投资的时期，自 1953 年以来该比例几乎没有提高（见 表 7-1）。日本资本品（包括一般机械、运输机械、电气机械和其他）的出口在 20 世纪 50 年代以来迅速增加，其在日本出口总额中所占的比重从 1951 年的 15% 提高到 1953 年的 25%，自 1953 年以来一直保持着 20% 左右水平（财务省《贸易统计》），即使海外生产比重提高，这一比重也未有大的增长。这说明，海外法人的生产一旦步入轨道，对母国资本品进口的依赖就会下降。另外，随着海外生产的扩大，从海外生产基地向日本的产品出口开始增加，逆进口额从 1951 年的 1.5 万亿日元增加到 1955 年的 2.5 万亿日元，在日本总进口中逆进口所占的比重在 1955 年已提高到了

贸易顺差（经济产业省《海外事业活动动向调查》）。但是总体来讲，除了个别年份（1999年）外，出口诱发效应仍然大于出口替代效应和逆进口效应，贸易收支仍然保持顺差。

总之，母国贸易收支的状况，主要受三个因素的影响：①东道国当地的技术溢出效应；②当地加工水平的提高程度；③母国的产业空心化程度。在此需要特别注意的问题是，很多发达国家有着双重角色，即发达国家之间云间相互渗透的结果使发达国家既是跨国公司的母国，又是重要的东道国，从而为准确把握贸易收支的影响增添了难度。

### 猿援跨国公司内部贸易成为跨国公司贸易活动的中心

零部件和半成品等中间产品和终极产品的出口，多采用企业内部贸易（阴间非云电 劫器器形式，因而在性质上属于非市场化的内部化运作，交易按转移价格（劫器器进行。转移价格并不是按照供求关系的变化而形成的市场价格，而是一种企业内部独特的管理定价方式。管理价格一般要由公司设定。转移价格通常背离市场价格，要么高于市场价格，要么低于市场价格，母公司究竟采用何种定价，取决于市场条件、子公司的状况、税率的高低与产业特性，一般情况下，前者多用于出口，而后者多用于进口。然而现实中转移价格的制定是非常复杂的，要受很多因素的制约，表 苑原列出了跨国公司实施转移高价和转移低价的外部环境因素。

由于跨国公司可以战略性地使用转移价格策略，母公司可获取的利润要大于同独立企业之间进行交易时的利润，即隐蔽了的超额利润。关于跨国公司在何种条件下制定何种价格能实现利润的最大化问题，西方学者作了大量的理论研究和实证研究。研究主要集中于公司所得税、汇率控制、通货膨胀、利润汇出限制等如何影响跨国公司的转移定价等问题。<sup>①</sup> 在此，仅介绍其中一个不同税率下转移价格对企

<sup>①</sup> 关于此问题的综述，参看孙国辉著：《跨国公司内部贸易研究》，山东人民出版社 2004 年版。

业纯收益的影响（见表 7-10）。在这一例中，子公司所在的粤国和月国之间存在税率的差异（粤国为 15%，月国为 25%）。在（粤）低价策略中，粤国家子公司制造的部件（成本为 100 美元）以 120 美元的价格销售给月国家子公司。月国子公司对其进行追加投入后（再

表 7-10 跨国公司实施转移定价的外部环境条件

促使母公司以转移高价向子公司提供产品、子公司以转移低价向母公司提供产品的东道国因素	促使母公司以转移低价向子公司提供产品、子公司以转移高价向母公司提供产品的东道国因素
存在当地合伙者	关税税率较高
子公司劳工要求分享更多公司利润	税率平均水平比母国低
存在国有化或没收的政治风险	东道国市场竞争激烈
存在外汇管制和利润汇出障碍	当地融资的难易取决于子公司的信用等级
政治动荡	子公司的进出口额决定出口补贴和退税幅度
存在货币贬值风险	东道国通货膨胀率低于母国
政府以成本为基础对终极产品价格实施管制	东道国存在进口配额
子公司的高利润可能吸引竞争者的进入	东道国存在针对终极产品的反倾销法

资料来源：何自力编著：《跨国公司经营与管理》，南开大学出版社 2003 年版。

加工或用来组装成品的成本为 100 美元）将终极产品以 120 美元的价格在市场上销售。此时，跨国公司共支付税负 18 元（120 元 × 15%）。再看（月）高标价策略，这时跨国公司利用转移价格将粤国子公司销售给月国子公司的价格提高到 150 美元。此时，月国子公司的税前收益从 50 美元降为 30 美元，而粤公司则从 20 美元增加到 40 美元，结果公司整体支付的税负从 18 美元减少到 12 美元，两者间的差额 6 美元追加到跨国公司整体纯收益中，公司整体纯收益从原来的 100 元





地生产从劳动密集型转向资本密集型领域，届时，母公司对海外子公司投入的不再仅仅是原材料或零部件等产品，其重点将转向信息服务（生产技术、经营管理诀窍和营销技能等，呈知识产权的形式）。也就是说，母公司提供知识产品，而海外子公司则以生产实物的形式加以回报，进而在母公司与海外子公司之间围绕着信息服务和产品形成企业内国际分工（这种分工关系也会通过契约的方式扩展到东道国当地企业），即跨国公司将原本属于不同范畴的两种贸易集于一身。而这种分工格局下的交换法则，往往对前者极为有利，即提供信息服务的母公司得到的回报（以技术专利使用费收入和转移价格中的追加收入的形式实现）比子公司或有契约关系的东道国伙伴要高得多。上述知识产权产品贸易之间存在的“剪刀差”，促使跨国公司母公司转变为服务型企业，即母公司逐步淡化甚至退出生产活动，业务向价值链两端集中（即向上游的策划、研究与开发、设计活动和下游的品牌创造与管理、营销活动、售后服务等活动）。而发展中国家的跨国公司子公司和东道国当地企业承接生产活动，转变为跨国公司的“世界加工厂”。财富虽然在发展中国家生产，但却在发达国家实现，财富的分配权被掌控在跨国公司手中。

## 猿猿 跨国公司内部贸易的发展及其结构

直接投资促进下的贸易扩大，主要由跨国公司来主导。跨国公司的内部贸易自然成了衡量全球化环境中国际直接投资与贸易相互影响形式和程度的最重要的指标。而跨国公司内部贸易是多边的贸易，不仅母公司与子公司间存在内部国际贸易的关系，子公司与子公司之间也存在内部国际贸易的关系。因此，只有从母公司和子公司两种角度分析跨国公司内部国际贸易，才可能全面地认识跨国公司内部贸易以及跨国公司内部国际分工的结构特征。

## 苑原愿 跨国公司内部贸易方向的多边化

跨国公司内部贸易的规模以及贸易的方向，主要受跨国公司直接投资规模、生产国际化程度和国际生产战略的影响。

一般来说，在跨国公司发展的早期阶段，其对外直接投资规模小、国外子公司数量少。设立海外子公司的目的主要是占领东道国市场，多倾向于采用独立子公司战略。在这种战略下，跨国公司内部贸易规模有限，贸易方向上多为母公司对子公司的单方面出口——机械设备和原材料、零部件等中间产品（见图 苑原愿）。

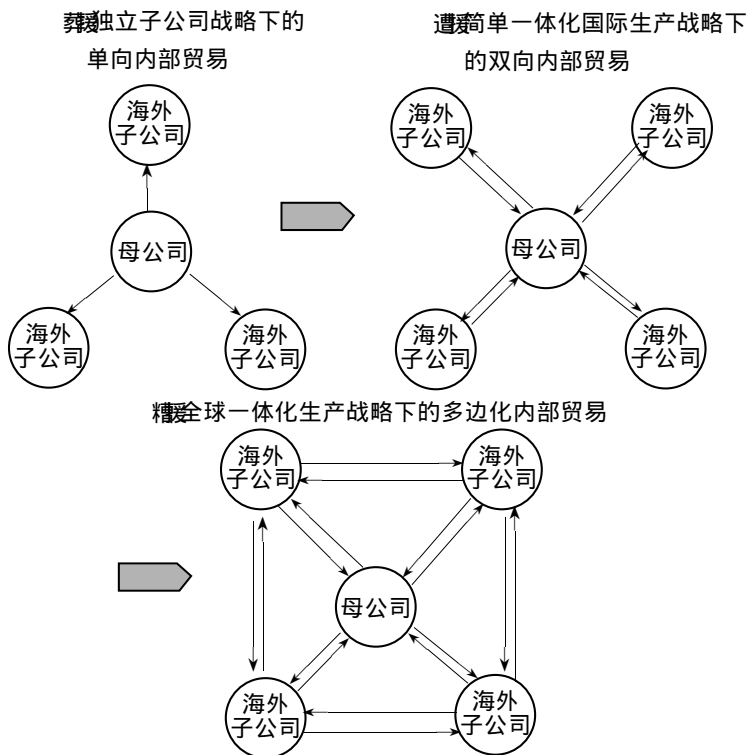


图 苑原愿 跨国公司内部贸易的发展示意图

由于外国直接投资政策和贸易政策趋向自由化和科学技术的进步，原本阻碍跨国公司内部国际分工和国际生产的限制因素得到大大改善，跨国公司直接投资规模迅速扩大，国外子公司数量迅速增加，跨国公司转向采取简单一体化国际生产战略。在这一战略下，国外子公司生产的具有价格竞争力的终极产品或中间品开始反销到母国，即母公司的“逆进口”增加。内部贸易从母公司对子公司的单方向出口向母公司与子公司之间双方向交易发展，企业内部贸易规模因此而扩大。

随着区域经济一体化和经济全球化进程的不断推进以及信息通讯技术的长足发展，跨国公司市场进入、获得和利用国外生产要素的条件进一步得到明显改善，跨国公司选择市场、生产区位的自由度大大提高，同时，也为企业带来更大的竞争压力。所有这些，迫使跨国公司采用全球一体化生产战略。它们为寻求更高的效率而越来越重视国外资产的区位组合，将分散的国外子公司生产组织起来，在其体系内部构建基于产品间和工程间分工的精致的国际分工网络，使其体系转变为利用全球资源、为全球市场生产产品与服务的一体化的价值创造网络。在这一网络下，跨国公司内部联系变得多元化，母公司和国外子公司之间、国外子公司相互之间形成错综复杂的投入与产出关系，企业内贸易已不再仅仅是母公司和子公司间的单向或双向流动，跨国公司内部子公司间的进出口也大大增加。因此，跨国公司内部子公司间的贸易流动，成为跨国公司全球一体化生产网络的最重要内容。

### 苑圆 美国的跨国公司内部贸易的发展

美国是世界上惟一的系统而全面地把握有关跨国公司内部贸易统计数据的国家。美国商务部依据美国法律从 20 世纪 70 年代起对美国国内公司的对外云况情况进行问卷调查，从 80 年代起对外国跨国公司对美国国内的云况详细情况进行问卷调查，并每隔五年通过杂志公布。因此，本章的以下部分就以美国为例，剖析跨国公司内部贸易的发展及其结构的特征。

美国的跨国公司内部贸易包括两个方面：一是美国跨国公司母公

司的企业内部贸易，二是外国跨国公司在美子公司的企业内部贸易。前者包括母公司同国外子公司之间的贸易，而后者则包括在美子公司同其母国的母公司和外国的体系内部子公司（第三国）之间的贸易。表 7-1 显示了 1970—1990 年美国的企业内贸易的变化情况（图 7-1 为该表的说明图）。通过表可以发现以下几方面的重要事实：

第一，自 1970 年到 1990 年，企业内出口在美国的出口中所占比重一直保持在 15% 左右；而企业内进口在美国进口中所占比重则大体保持在 15% 强水平。对美国出口的贡献，美国的跨国公司母公司要大于在美外国子公司。如 1990 年，美国跨国公司母公司对美国出口的贡献度为 44.4%，为在美外国跨国公司子公司的 4.4 倍。

第二，跨国公司内部贸易对美国贸易收支平衡的影响，在美国跨国公司母公司和在美外国跨国公司子公司之间存在着截然相反的作用。美国跨国公司母公司的贸易收支结构一向为顺差，对改善美国贸易收支平衡作出一定贡献。然而，在美外国子公司同其母公司的内部贸易一向表现为逆差，而且逆差规模有扩大的趋势（有些年份甚至超过了美国贸易逆差总额）。1990 年，逆差高达 100 亿美元，占美国总逆差的 15%。这一事实说明，美国作为世界最大的消费市场，自然在外国跨国公司战略中居于举足轻重的地位，而这些公司的在美子公司则扮演着母公司开拓和占领美国市场的窗口作用。

第三，美国的跨国公司在构建公司内外全球网络结构方面似乎要比外国跨国公司走得更远一些。这一点可以从母子公司间贸易在跨国公司体系内部贸易中所占的比重加以推测。在美国跨国公司的母公司贸易中，母子公司间贸易所占的比重（表 7-1 中的项目 1），无论出口还是进口都不超过 15%。而在美外国子公司的贸易中，子公司对其母公司的贸易比重（表 7-1 中的项目 2）均高于美国的跨国公司母公司。特别是在进口方面，前者从母公司的进口在其进口总额中所占的比重高达 15%，也就是说，子公司高度依赖于母公司。这又一次证明了外国跨国公司在美子公司在公司体系内部的战略定位，即是向美国市场销售商品的销售基地。

表 苑原愿 美国母公司 原海外子公司( 苑远缘)之间的分行业和国别的企业内贸易( 苑原愿)

单位 :亿美元 ;豫

	全产业			制造业			批发贸易业			石油及其他		
	出口	进口	收支	出口	进口	收支	出口	进口	收支	出口	进口	收支
加拿大	猿缘	猿缘	原	猿缘	猿缘	原	猿缘	猿缘	原	猿缘	猿缘	原
欧洲	猿缘	猿缘	原	猿缘	猿缘	原	猿缘	猿缘	原	猿缘	猿缘	原
比利时 转森堡	缘	—		缘				缘			缘	
法国	源	愿	原	愿	怨	怨	原	怨	原	员	园	员
德国	缘	原	源	源	原	原	原	园	原	园	园	员
意大利	员	远	员	怨	缘	源	苑				园	
荷兰	源	怨	猿	原	愿	员	原	园	愿	源	园	猿
瑞士	缘	猿	原	圆	园	员	原	圆	原	园	园	园
英国	苑	源	猿	源	原	员	原	愿	员	愿	猿	远
拉丁美洲	员	愿	原	员	猿	原	员	缘	怨	怨	原	原
巴西	员	猿	原	员	猿	原	园	园	园	园	园	园
墨西哥	员	猿	原	怨	猿	原	苑	猿	源	员	员	园
非洲	猿	原	原	员				园				员
中东	圆	远	原	园							员	
亚洲、太平洋	员	原	原	苑	员	原	员	猿	猿	远	愿	原
澳大利亚	愿	缘	原	原	源	愿	员				园	
中国香港	原	猿	原	远	怨	原	原	原	原	员	园	员
日本	苑	原	缘	原	原	原	源				猿	
韩国	远	猿	源	源			圆			园	园	园
马来西亚	苑	原	原	远	原	原	员	园	员	园	园	园
新加坡	缘	远	原	猿	缘	原	怨				员	
中国台湾	员	怨	圆	缘	愿	原	缘	园	缘	园	园	园
合计	员	愿	原	远	远	原	猿	苑	原	源	愿	原

资料来源 :同 苑原愿

表 苑原原 在美子公司 原外国母公司之间的分行业和国别的企业内贸易(原原)

单位 :亿美元 ;豫

	全产业			制造业			批发贸易业			石油及其他		
	出口	进口	收支	出口	进口	收支	出口	进口	收支	出口	进口	收支
加拿大	猿	猿	原	猿	猿	原	猿	猿	原	猿	猿	原
欧洲	猿猿	猿猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
比利时 猿森堡	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
法国	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
德国	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
意大利	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
荷兰	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
俄罗斯	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
瑞士	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
英国	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
拉丁美洲	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
巴西	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
墨西哥	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
非洲	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
中东	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
亚洲、太平洋	猿猿	猿猿	原猿猿	猿猿	猿猿	原猿猿	猿猿	猿猿	原猿猿	猿猿	猿猿	原猿猿
澳大利亚	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
中国	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
中国香港	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
日本	猿猿	猿猿	原猿猿	猿猿	猿猿	原猿猿	猿猿	猿猿	原猿猿	猿猿	猿猿	原猿猿
韩国	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
马来西亚	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
新加坡	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
中国台湾	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿	猿	猿	原猿
合计	猿猿	猿猿	原猿猿	猿猿	猿猿	原猿猿	猿猿	猿猿	原猿猿	猿猿	猿猿	原猿猿

资料来源 :同表 苑原原



第四，从子公司对母公司的逆进口的情况看，美国跨国公司母公司从其海外子公司的进口在不断地扩大，特别是进入 20 世纪 80 年代以后，这一变化更加显著，而且其规模（表中的项目⑧）远远超过在美外国子公司对其母公司的出口（项目④）。如 1985 年，前者为 120 亿美元，相当于后者（20 亿美元）的 6 倍。这说明，美国跨国公司构建全球生产网络，加剧了美国产业的空心化，而在外国跨国公司的全球战略中，美国的子公司只是当地销售基地，在其母公司构建的全球网络中作为面向全球市场的生产加工基地的意义并不大。

### 4.2.2 跨国公司内部贸易的部门结构

跨国公司内部贸易的规模及其深度在不同部门间存在着较大的差异。首先表现为产业间差异。一般来说，制造业跨国公司内部国际贸易规模以及内部贸易比重远远高于服务业（批发贸易除外）。很显然，这与跨国公司对外直接投资的产业结构很不相称，在对外直接投资中服务业投资已超过制造业。导致投资与贸易间如此不对称的主要原因在于：服务业企业受服务可贸易性的限制而尚未充分开展企业内国际分工。但随着 20 世纪 80 年代以来 信息技术的发展，有些领域的服务业特别是信息密集型服务业（如金融服务、研究与开发、数据资料服务等）的贸易性有所增强。下面分别从美国跨国公司母公司和在美外国子公司这两个方面，考察跨国公司内部贸易的部门结构特点。

#### 4.2.2.1 美国跨国公司（母公司）内部贸易的部门结构

表 4-2 表示的是美国跨国公司母公司与其多数股权子公司（子公司）之间企业内贸易的部门构成情况。从表中可以总结出以下三个方面的重要特征：



首先，美国跨国公司母公司的进出口贸易以制造业为中心，但出口中制造业所占比重在逐步减少，相反地在进口中的比重却一直在增加，结果进入 20 世纪 80 年代以后，制造业的贸易收支转变为逆差，1989 年达 150 亿美元。这意味着美国跨国公司的海外战略发生了重大转变。长期以来，美国跨国公司利用在母国创造的特殊资产优势，通过对外直接投资来积极扩大海外市场，而现在却从其海外生产基地大量进口产品。这既是美国产业空心化的结果，也是使这一进程进一步加剧的重要因素。在制造业领域，美国的优势在减退，而海外的生产优势得到加强。

其次，和制造业跨国公司相反，批发贸易业跨国公司的企业内贸易收支呈大幅度的顺差，而且在逐年增加。这表明，批发贸易业跨国公司对改善美国的贸易收支起着积极的作用。另外，在批发贸易领域，企业内贸易所占的比重非常高，无论是进口还是出口，都在 80% 左右，说明批发贸易业比制造业更加依赖于公司内部渠道。

再次，在石油等初级产业领域，美国的贸易收支一向为逆差，而且企业内贸易所占的比重最低。这说明，美国的跨国公司从世界各国广泛地进口原料和燃料，而且其渠道是多元化的。

#### 表 4-1 在美外国子公司内部贸易的部门结构

表 4-1 表示的是在美外国子公司同其母公司之间的企业内贸易的部门构成。从表中可以分析出以下几方面的重要特征：

首先，在美外国子公司同其母公司的贸易也呈逆差，而且逆差规模大得异乎寻常（1989 年高达 150 亿美元）。这同跨国公司企业内贸易的一般规律相一致。这说明，在美外国子公司具有很强烈的销售基地的色彩，而这种色彩在批发服务领域表现得尤为突出。



其次,在美外国子公司的企业内贸易的主力为批发贸易业,进口和出口都占 40% 以上,而且贸易收支形成巨额的逆差,1995 年多达 200 亿美元。从规模上看,1995 年,在美外国子公司从其母公司的进口规模达 100 亿美元,甚至超过了美国跨国公司母公司同年从其多数股权海外子公司的进口规模(90 亿美元)。

再次,制造业在在美外国子公司的企业内贸易中的地位虽然并不太高,但其规模却在迅速地增加。从 1976 年到 1995 年的十多年间,扩大了 5 倍以上,远远超过其他部门,结果,在其企业内贸易中所占比重相应地提高,1995 年已占到约 15%。另外,制造业的企业内贸易比重在进口和出口中有较大的差异。如 1995 年,在美外国子公司的制造业出口的企业内贸易比重仅为 10%,而进口则高达 25%。这一现象不妨可以解释为:在美外国子公司为了占领美国的市场,从其母公司大量进口中间投入品甚至终极产品,在美国加工制造的终极产品绝大多数在美国市场销售,有一部分销往第三国(包括利用其第三国的子公司渠道)。

### 美国制造业跨国公司的企业内贸易行业结构

在制造业内部不同行业间,美国跨国公司企业内贸易的规模及其比重也有较大差异(见表 7-1)。如表 7-1 所示,机械类行业(包括产业机械、运输机械、电子电气机械)跨国公司的企业内贸易比重较高,其中尤以产业机械最高(内部出口比重和内部进口比重均超过 20%)。可以从以下几个方面分析其原因:①这些产业属于加工组装型工业,终极产品由为数众多的部件装配而成,生产工程可以在空间上加以分离,而且其区位自由度较高,为在全球范围内开展工程间分工提供极大的技术可能性;②这些产业的全球市场需求有趋同化的趋势,使跨国公司面向全球市场开展大量生产、大量销售成为可能;③这些产业属于成熟

工业,市场竞争十分激烈,国际间广泛的专业化分工有助于降低成本。<sup>①</sup>在上述电子、汽车、通讯设备等规模经济和技术密集程度要求较高的行业中,为维持竞争力,跨国公司创造内部市场,将其体系内生产与国际市场联系在一起,为其扩大生产规模提供市场保证。

表 苑原猿 制造业领域中美国跨国公司母公司与  
子公司间的内部贸易状况(猿猿年)

单位:亿美元;豫

	制 造 业					
	总计	食品	化学	产业机械	电子电气 机械	运输机械
出 口						
粤母公司总出口	猿猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿
月母公司对子公司出口	猿猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿
母公司企业内出口比重(月粤,豫)	猿猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿
进 口						
粤母公司总进口	猿猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿
月母公司对子公司进口	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿
母公司企业内进口比重(月粤,豫)	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿	猿猿

资料来源:据日本贸易振兴会《猿猿年猿猿的白皮书:世界与日本的海外直接投资》资料整理。

化学工业的情况较为特殊(美国制造业对外直接投资中按累积额计算规模最大的行业)。该行业跨国公司企业内贸易中母公司对国外

<sup>①</sup> 日本跨国公司母公司同其国外子公司间的内部贸易也呈同美国类似的特点。据日本贸易振兴会的有关资料表明,猿猿年,日本制造业平均的企业内部出口比重为猿猿豫,其中,内部出口比重最高的行业是电气机械(猿猿豫),其次为精密机构(猿猿豫)、运输机械(猿猿豫)和产业机械(猿猿豫)。制造业平均的内部进口比重为猿猿豫,按内部进口比重从高到低排列的顺序依次为精密机械(猿猿豫)、纤维(猿猿豫)、电气机械(猿猿豫)、产业机械(猿猿豫)。纤维业的内部进口比重很高(远远高于猿猿豫的内部进口比重),说明该行业跨国公司在海外从事的生产带有很强的加工出口倾向,即生产的目的是为了供应国内市场的需求。机械类行业的企业内贸易比重,无论是出口还是进口均呈较高的水平,充分体现了日本跨国公司所开展的企业内部国际分工的广度和深度。

子公司的内部出口比重较高,而从子公司的内部进口比重较低,母公司与子公司间的进出口绝对规模也相差很大。这是因为化学工业属于装置型工业,国外子公司的设立需要巨大的成套设备投入,而母公司往往是最主要的设备供应者;另外,化学工业在生产工艺上属于生产工序紧密连结型工业,而且对规模经济的要求很高,这对开展企业内分工带来一定困难,这是导致从国外子公司内部进口较少和内部进口比重相对低的主要原因之一。

表 7-1 中,电子电气机械跨国公司母公司与子公司间内部贸易的情况,未能充分反映该行业跨国公司的国际分工状况。该行业美国跨国公司亚洲子公司的情况可以证明这一点。如表 7-2 所示,美国在亚洲的电子业子公司的出口倾向很高,而且出口中相当部分是向美国以外的第三国出口(包括对第三国的美国子公司出口)。目前,美国、

表 7-2 美国亚洲电子行业子公司的销售与出口\*

单位:百万美元

项 目	1987年	1988年	1989年
总销售额	10000	10000	10000
总出口额	10000	10000	10000
对美国出口	10000	10000	10000
对母公司出口	10000	10000	10000
对第三国出口	10000	10000	10000
总进口额			
来自美国的进口	10000	10000	10000
来自母公司的进口	10000	10000	10000
出口占销售比重(出口倾向)	100%	100%	100%
企业内部出口比重(对母公司)	100%	100%	100%

注:\* 为美国跨国公司主要控股非银行子公司的数据。

资料来源:根据联合国跨国公司与投资司《1990世界投资报告》资料整理。

日本电子行业跨国公司在发展中国家的子公司对母公司出口的比重大于其他子公司对母公司的出口。上述情况说明,该行业亚洲子公司已成为企业一体化生产和贸易网络的重要组成部分。

## 猿猿 美国的跨国公司内部贸易的地域结构

### 猿猿 总体特征

表 猿猿 表示的是 猿猿 年美国跨国公司母公司和在美外国子公司同各大地区、主要国家之间的贸易状况。从表中可以看出,跨国公司内部贸易在地区层次和国家层次上的一些特征。

第一,美国的出口在地域上呈“三极”结构,即出口主要集中于 晕粤云裁粤 加拿大和墨西哥合占 猿猿、欧洲(猿猿)和亚洲 原太平洋(猿猿)等三大地区,企业内贸易表现也类似,只是对三大地区的集中度更高一些(晕粤云裁粤为 猿猿,欧洲为 猿猿,亚洲 原太平洋为 猿猿)。说明在世界主要市场上,跨国公司更加依赖于企业内部渠道。如果把美国的跨国公司内部贸易分为美国母公司和在美外国子公司两种行为主体,则会发现美国母公司的内部出口高度集中于 晕粤云裁粤和欧洲(分别占 猿猿和 猿猿,两个地区合计占 猿猿),而在美外国子公司的出口则异常地集中于日本一国(占 猿猿)。

第二,在进口中,亚洲 原太平洋地区为美国最主要的进口对象区域,占 猿猿,按国家来看,加拿大(猿猿)和日本(猿猿)并列成为美国最重要的进口对象国。再看企业内贸易,则会发现,对日进口是由日本母公司对其在美子公司的出口带动的(占 猿猿),而加拿大的比重是由美国的子公司对其母公司的出口带动的(占 猿猿),如果再加上墨西哥(占 猿猿),仅加拿大和墨西哥这两个 晕粤云裁粤的成员国就占了美国在外子公司对其母公司内部贸易的一半以上。这说明,日本跨国公司为占领美国市场,从母国大量进口终极产品以及用来在美国组装的中间投入品,而美国在外子公司则把其在海外利用区位特定优势(特别是廉价的劳动力资源)而生产的产品大量反销到母国。

第三,从贸易收支情况来看,美国的逆差主要来自对日贸易(逆差

为 100 亿美元), 而其中的 90 亿美元(对日贸易逆差总额的近 80%) 是由在美子公司对母公司的贸易活动所致。其他国家跨国公司的在美子公司的内部贸易也普遍呈现逆差, 结果在美国子公司对其母公司的内部贸易逆差总计高达 100 亿美元。与之呈鲜明对照的是, 美国母公司的内部贸易顺差总额达到 100 亿美元, 这主要源于对欧洲的企业内贸易(100 亿美元)。

#### 美国跨国公司内部贸易的分国别行业构成

为更清晰地了解跨国公司内部贸易的地域结构的特性, 把产业部门和国家两者结合起来加以考察。先利用表 7-1 分析了美国跨国公司的企业内贸易的情况。

首先可以指出的是, 美国跨国公司的企业内贸易在制造业上的逆差主要发生在 暹罗、印度尼西亚、马来西亚(原 100 亿美元)和墨西哥(原 100 亿美元), 以及亚洲的新加坡(原 100 亿美元)和马来西亚(原 100 亿美元)等发展中国家。这是因为美国子公司在这些国家利用廉价的生产要素从事着出口加工型生产, 所产产品大量反销到美国。而发达国家子公司的主要使命是在当地市场销售美国的产品, 因此贸易收支呈顺差。

其次, 在批发贸易业中的巨额顺差则广泛产生于世界主要国家和地区, 其中以欧洲、日本和加拿大等发达国家和地区为中心。即美国的母公司主要通过自己在海外设立的商业子公司来销售美国的产品。

#### 在美外国子公司内部贸易的分国别行业构成

从表 7-2 中可以看出, 在美的外国子公司同其母公司之间的内部贸易在所有的部门都呈入超。特别是批发贸易业尤为显著(原 100 亿美元), 该部门发生的逆差占逆差总额的近 80% 而且其中的近一半来自日本跨国公司的在美子公司。其他依次为德国(原 100 亿美元)、加拿大(原 100 亿美元)、韩国(原 100 亿美元)、法国(原 100 亿美元)和荷兰(原 100 亿美元)等。其中, 日本的子公司除了从其母公司大量进口产品外, 对其母公司的出口规模也并不小(100 亿美元), 这相当于在美外国子公司企业内出口总额的 100%。

此外, 在制造业领域也有相当规模的贸易逆差, 主要发生于日本、

表 苑原京 美国的跨国公司企业国内贸易发展

	出 口					进 口				
	①总额 (② 垣⑤)	企业贸易(出口)			⑤其他出口	⑥总额 (⑦ 垣⑩)	企业贸易(进口)			⑩其他进口
		②合计 (③ 垣④)	③美国母 公司向子 公司	④在美子 公司向外 国母公司			⑦合计 (⑧ 垣⑨)	⑧国外子 公司向美 国母公司	⑨外国母 公司向在 美子公司	
△ 员缘苑	员缘苑	源苑 猿缘苑	猿缘 缘缘苑	员苑 怨缘苑	缘苑 远缘苑	员缘苑	远苑 源缘苑	猿缘 缘缘苑	猿缘 缘缘苑	缘缘 缘缘苑
△ 员缘苑	缘苑 源	苑苑 猿缘苑	源苑 缘缘苑	缘苑 员缘苑	员缘苑 远缘苑	缘苑 苑	怨苑 猿缘苑	猿缘 员缘苑	缘苑 缘缘苑	员缘苑 远缘苑
员缘苑	缘苑 远	苑苑 猿缘苑	源缘 缘缘苑	缘苑 员缘苑	员缘苑 远缘苑	缘苑 苑	怨苑 猿缘苑	源苑 员缘苑	缘苑 缘缘苑	员缘苑 远缘苑
员缘苑	缘苑 苑	缘苑 猿缘苑	缘苑 缘缘苑	缘苑 员缘苑	员缘苑 远缘苑	猿缘 苑	员缘苑 猿缘苑	缘苑 员缘苑	苑缘 缘缘苑	缘苑 远缘苑
员缘苑	缘苑 怨	缘苑 源缘苑	远缘 缘缘苑	缘苑 员缘苑	员缘苑 缘缘苑	猿缘 缘	员缘苑 源缘苑	缘苑 员缘苑	缘苑 缘缘苑	缘苑 缘缘苑
员缘苑	缘苑 苑	缘苑 猿缘苑	远苑 缘缘苑	缘苑 怨缘苑	员缘苑 远缘苑	猿缘 缘	员缘苑 源缘苑	缘苑 员缘苑	怨苑 缘缘苑	缘苑 缘缘苑
○ 员缘苑	缘苑 苑	缘苑 猿缘苑	远缘 缘缘苑	员缘苑 苑缘苑	员缘苑 远缘苑	源苑 苑	员缘苑 源缘苑	远缘 员缘苑	员缘苑 缘缘苑	缘苑 缘缘苑
员缘苑	猿缘 源	员缘苑 猿缘苑	苑缘 缘缘苑	缘苑 缘缘苑	缘苑 远缘苑	源苑 苑	员缘苑 源缘苑	远缘 员缘苑	员缘苑 缘缘苑	缘苑 缘缘苑
△ 员缘苑	猿缘 缘	员缘苑 猿缘苑	缘缘 缘缘苑	猿缘 怨缘苑	缘苑 远缘苑	源苑 苑	缘苑 缘缘苑	苑缘 员缘苑	员缘苑 缘缘苑	缘苑 缘缘苑
员缘苑	猿缘 苑	员缘苑 猿缘苑	怨苑 缘缘苑	猿缘 怨缘苑	缘苑 远缘苑	源苑 缘	缘苑 源缘苑	缘苑 员缘苑	员缘苑 缘缘苑	缘苑 缘缘苑
员缘苑	源苑 苑	员缘苑 猿缘苑	怨苑 缘缘苑	源苑 员缘苑	缘苑 远缘苑	源苑 缘	缘苑 源缘苑	缘苑 员缘苑	员缘苑 缘缘苑	缘苑 缘缘苑
○ 员缘苑	源苑 苑	员缘苑 猿缘苑	员缘苑 缘缘苑	缘苑 远缘苑	缘苑 缘缘苑	缘苑 苑	缘苑 缘缘苑	怨苑 员缘苑	员缘苑 缘缘苑	猿缘苑 缘缘苑
员缘苑	源苑 缘	员缘苑 猿缘苑	员缘苑 缘缘苑	源苑 缘缘苑	猿缘 远缘苑	缘苑 苑	缘苑 缘缘苑	怨苑 员缘苑	员缘苑 缘缘苑	猿缘苑 缘缘苑
△ 员缘苑	缘苑 远	员缘苑 猿缘苑	员缘苑 缘缘苑	缘苑 远缘苑	远缘 缘	缘苑 缘	员缘苑 源缘苑	员缘苑 缘缘苑	员缘苑 缘缘苑	猿缘苑 缘缘苑

续上表

	收 支					美 国 母 公 司 贸 易 中 母 原 子 公 司 贸 易 所 占 比 率	在 外 子 公 司 贸 易 中 母 原 子 公 司 贸 易 所 占 比 率		在 美 外 国 子 公 司 贸 易 中 子 原 母 公 司 贸 易 所 占 比 率		
	① 总额 (① 垣⑥)	企 业 内 贸 易			其 他 贸 易 (⑤ 原⑩)		(⑤ 出口 ( 豫 )	(⑤ 进口 ( 豫 )	(⑤ 出口 ( 豫 )	(⑤ 进口 ( 豫 )	
		合 计 (② 垣⑦)	美 国 母 公 司 原 在 外 子 公 司 间 (③ 原⑧)	外 国 母 公 司 向 在 美 子 公 司 (④ 原⑨)							
△ 美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
△ 美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
○ 美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
△ 美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
○ 美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国
△ 美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国	美国

注：△为美国对对外云河实施问卷调查的年份；○表示美国对对内云河实施问卷调查年份；( )内为在总额中所占比率。

资料来源：宰圣社升在云河实施问卷调查的年份，数据来源于美国商务部国际贸易统计数据库，云河实施问卷调查的年份。

德国、加拿大、瑞士、英国和法国等发达国家。这说明,为躲避贸易摩擦而进行的对美直接投资,在改善美国贸易收支方面并未达到预期的效果。

综上所述,跨国公司内部国际贸易的发展正在深刻地改变着国际贸易的发展及其格局。传统的国际分工和国际贸易已在相当程度上被跨国公司内部国际分工和内部国际贸易所替代,传统的国际分工性质及其协调机制部分被跨国公司内部有意识、有计划的协调机制所取代,跨国公司成为现代国际分工的重要组织者和承担者。

跨国公司的介入在一定程度上改变了各国比较优势的演变轨迹,过去主要靠各国内部积累自发而缓慢升级的过程,由于跨国公司带来的稀缺资产而被加速。东道国潜在的比较优势变成现实比较优势的时间因此而缩短。战后,特别是 20 世纪 70 年代后半期以来,以东亚、东南亚为中心的发展中国家广泛投入到与发达国家之间的产业水平分工中,以至在国际分工中占有一席之地,这与跨国公司所组织的内部国际分工有密切关系。而广大发展中国家的广泛参与,对国际分工规模、效率、覆盖空间的扩大又起到了积极的推动作用。