

中国制造业企业进入国际市场方式分析

燕山大学 毕云平

[摘要] 20 世纪 90 年代以来,我国制造业发展迅速。制造业不仅是我国国民经济的主体和支柱,而且也是经济增长的“发动机”。但自 2001 年 12 月我国加入 WTO 后,在经济全球化大趋势下,中国制造业不仅要在本土开展国际竞争,还应在国家“走出去”战略的指导下,借鉴发达国家制造业发展的实践经验,发挥后发优势,大力开展跨国经营,以促进中国制造业的产业结构优化升级,分享世界各国的比较优势利益,创造国际竞争优势,实现跨越式发展。

[关键词] 制造业企业;进入;国际市场;跨国经营

制造业在世界经济中占有十分重要的地位。不论在工业经济时代,还是知识经济时代,一国经济的强盛都依赖于制造业的强大与发展。20 世纪 90 年代以来,我国制造业发展迅速,占国内生产总值中的比重一直维持在 40% 以上,其出口占全国总出口的近 90%,创造了近 3/4 的外汇收入和 50% 的财政收入,吸收了近一半的城市就业和农村剩余劳动力。目前,我国制造业增加值居世界第四位,家电、医药、电子等制造行业的近百余种产品产量位居世界第一。可见,制造业不仅是我国国民经济的主体和支柱,而且也是我国经济增长的“发动机”,在未来至少 20 年内,我国经济的比较优势还在制造业。作为制造大国,“引进来”战略在过去 20 多年里对我国制造业发展的贡献功不可没,但自 2001 年 12 月我国成为 WTO 的正式成员后,国内市场国际化、国际市场国内化已成为不争的事实,特别是在以“贸易自由化、金融全球化、生产一体化”为核心内容的经济全球化大趋势下,中国制造业企业不仅要在本土开展国际竞争,还应在国家“走出去”战略的指导下,在全球范围内直接参与国际竞争。笔者试就中国制造业企业进入国际市场的方式进行分析,并提出建议,敬请各位专家、同行指正。

一、制造业企业进入国际市场的基本方式

企业进入国际市场通常有三种方式,即出口(Exporting)、技术许可(Licensing)和对外直接投资(FDI,即跨国经营)。把三种进入方式加以比较(见下表)可以发现,出口最简单易行,成本和风险也最小,对企业国际化经营能力的要求也最低。FDI 方式下,企业需要进行资本、技术、管理等一揽子投资,并直接参与和控制其国外分子公司的生产和经营管理活动,因此其经营成本和风险较高,对企业国际经营能力要求最大,但这种方式能够使公司达到争夺市场、获取资源和规模经济等多种目的。技术许可方式一般不需要许可方大量投资或参与管理,投资成本和投资风险相对较小,而且在贸易壁垒和国际投资壁垒较高的情况下,能够克服这些障碍,灵活进入国际市场;但由于许可方不能涉及制造、管理和营销,无法进行深入有效地控制,因此容易丧失技术垄断优势,并可能培养潜在的竞争对手,从这个角度来看,技术许可的风险又最大。

制造业企业进入国际市场三种方式比较

出口	FDI	技术许可	
优点	1. 资本投入少 2. 风险程度低 3. 初步积累国际化经营经验	1. 可直接参与、控制海外企业经营管理 2. 直接获得国外资源,扩大市场 3. 规模经济	1. 投入成本小 2. 可绕过贸易壁垒
缺点	1. 了解国外市场潜力有限 2. 不利于对海外经营活动的控制	1. 投入成本高 2. 风险大	1. 不能深入有效控制海外企业 2. 风险大

在国际化的初级阶段,企业一般是选择出口进入方式。随着海外业务的扩大,当市场条件成熟时,开始进行对外直接投资,建立海外生产、制造基地,开展跨国经营。技术许可比较适合于拥有垄断技术的企业进入那些对进口和投资都实行严格管制的国家。改革开放以来,我国制造业的生产和出口都有了较大提高,但目前其生产技术和世界先进水平相比,还有很大差距,缺乏核心技术和自主知识产权,尚不具备技术垄断优势,因此,不宜采取技术许可进入方式。从我国制造业企业所处的国际化阶段看,大部分处于出口进入的初级阶段。但近几年,由于中国制造业产品出口的大幅增长,“挤占”了一些国家的市场,对发达国家和发展中国家的产品和产业造成了一定威胁,因此,在国外遇到了层出不穷的贸易壁垒和歧视性措施。如果采取对外直接投资进入方式则可以顺利绕开贸易壁垒,降低完全依赖出口所面临的巨大风险,并享受诸多优惠政策,包括发达国家给予某些发展中国家在贸易、投资方面的优惠政策。

二、依据定量模型的选择方法

制造业企业跨国经营的根本目的是获得经济利益,进入成本和收益是企业在选择国际市场进入方式时考虑的重要因素,所以,在微观上,企业可以采用净现值模型加以比较和确定。首先,设:R—利用企业特定优势作为中间产品而实现的最终产品的销售收入。C—母国的基本生产成本,即劳动、资本和其他投入要素成本。

[2] Frosch, R. A., Gallopoulos. Strategies for Manufacturing, Readings from Scientific American: Managing Planet Earth. W. H. Freehman and Co, New York, 1990. P107.

[3] Rose, A., S. Casler, Input - output structural analysis: A critical appraisal. Economic system research 1996, 8 (1): 33 - 62

C^* —东道国的基本生产成本,即劳动、资本和其他投入成本。 M^* —出口销售成本,如关于外国市场的信息成本等。 A^* —通过 FDI 在国外生产的附加成本。 D^* —企业特定优势的丧失成本,即传播和吸收相关企业的、系统的以及工业特定知识于一定程度,使技术转让有实质性效果时所需要的成本。

所有变量都是某一特定时间 t 上的量,初始时间假定为 t_0 ,于是三种方式的净现值(NPV)分别为:

$$\text{出口: } NPV_E = \sum_{t=t_0}^{\infty} \frac{R_t - C_t - M_t^*}{(1+r)^t} \quad \text{FDI: } NPV_F = \sum_{t=t_0}^{\infty} \frac{R_t - C_t^* - A_t^*}{(1+r)^t} \quad \text{技术许可: } NPV_L = \sum_{t=t_0}^{\infty} \frac{R_t - C_t^* - D_t^*}{(1+r)^t}$$

1. 当 $NPV_E > \max(NPV_F, NPV_L)$ 时,选择出口。
2. 当 $NPV_F > \max(NPV_E, NPV_L)$ 时,选择 FDI。
3. 当 $NPV_L > \max(NPV_F, NPV_E)$ 时,选择技术许可。

总的来说,随着我国制造业的迅速发展,国内工资水平的不断提升,劳动力成本优势在不断降低,国内制造成本相对上升,再加之国际新贸易保护主义的抬头使出口成本相对上升,投资成本则相对下降。

三、基于环境因素的定性分析

经营战略的确定既要考虑企业的内部资源,还要考虑外部环境因素。企业内部资源包括企业所掌握的国外市场知识经验和自身资源能力,主要有技术、资金、人才、品牌知名度等。内部资源越丰富,跨国经营能力越强。外部环境因素主要包括:国外市场规模、市场竞争结构、东道国的政策、法律法规等。由于直接投资和技术转让方式需要额外掌握国外产品市场信息、生产要素信息、技术转让信息,因而要付出较多环境成本。所以,初期 FDI 进入成本要高于出口成本,而随着企业对东道国环境的熟悉,环境成本逐渐下降,特别是由于跨国公司可通过内部化加强对技术转让的控制,技术转让成本下降更快,因此,后续投资将选择 FDI 和技术许可方式。进入 21 世纪以来,世界经济一体化程度越来越高,各国特别是发展中国家投资环境日益松动,计算机网络技术的普及应用使市场信息成本大大降低,国际化知识经验随着跨国经营实践与理论的丰富和成熟也更加容易获得,与 FDI 进入方式相关的环境成本大幅缩小,FDI 已成为进入国际市场的主导模式。另外,从我国经济发展现状和趋势看,国内经济环境状况也非常适于我国制造业开展跨国经营。首先,我国国内生产总值(GDP)稳步增长。从 1980~2003 年的 23 年中,GDP 年均增长 15.7%。2004 年,中国 GDP 超过 13 万亿元,约合 1.6 万亿美元,人均 GDP 超过 1000 美元,若按购买力平价折算,则要远远高于这一数字。目前,我国南方部分城市人均年收入已达 2000 美元~5000 美元左右。按照邓宁的投资发展阶段理论,我国总体经济发展水平正处于对外直接投资的第二阶段:外资流入较多、对外投资输出相对较少,这与中国的实际情况相符。但从宏观经济总量看,中国 GDP 增长潜力巨大。党的“十六大”确定的我国全面建设小康社会的奋斗目标为 GDP 到 2020 年比 2000 年翻两番,年增长率为 8% 左右。据世界银行预测,到 2020 年,中国的人均 GDP 将达到 10 800 美元。其次,我国外汇储备充裕,人民币处于升值趋势。自 1996 年 12 月 1 日实现了人民币经常项目下的自由兑换以来,我国国际支付能力大大提高,充足的外汇储备为中国企业开展对外直接投资奠定了坚实的经济基础,使我国有能力在实施对外直接投资战略时承受国际收支的风险。而且随着中国经济和外贸出口的迅速增长,国际上要求人民币升值的呼声不断高涨,因此,在自 2005 年 7 月 21 日起我国实施的弹性更大的浮动汇率制度下,人民币未来升值趋势已在所难免。在这种情况下,特别适于加大对外直接投资。从国际发展经验来看,1986~1989 年日本制造业对外直接投资之所以每年有成倍的增长,其最大的原因莫过于日元升值的影响(从 1985 年第三季度至 1987 年第三季度期间,日元汇率对美元上升了 63.8%)。另外,中国政府在扶持制造业“走出去”方面出台并逐步完善了一系列的具体政策与措施。在银行贷款、利息补贴、外汇管理、保险、人员外派等方面给予相应的优惠和扶持。自 2003 年,中国商务部又下发了部分对外投资审批权限,简化审批手续;正式实行了境外投资统计、年检和绩效评价制度;建立“走出去”业务基础数据库和“走出去”业务管理信息系统等。为促进对外直接投资,保护海外中资企业的利益,我国政府同世界上 100 多个国家签订了多边或双边投资保护协议。凡此种种,为制造业企业实施跨国经营战略营造了更有力的政策环境,使其在更广阔的空间里进行资源的优化配置,完成产品、技术和产业结构的调整与升级。所以,当今的我国制造业企业,完全可以跨越国外传统跨国公司的某些传统国际化阶段,在国内经营基础上直接开展对外直接投资。

四、基于战略因素的进入方式选择

自上个世纪后期以来,国际市场上企业的竞争规则发生了重大变化:跨国公司的所有行为都更注重战略因素。在选择国外市场进入方式时,不是只考虑成本或收益,而是从总体战略目标出发,充分考虑战略竞争因素,即所采用的进入方式是否具有长期获利能力,能否最大限度的增强其国际竞争地位。20 世纪 80 年代,德国大众和日本丰田曾作出过不同的选择,20 年后则产生了截然不同的结果。

在 20 世纪 80 年代初,德国大众选择以 FDI 进入中国汽车市场,1985 年,上海大众汽车有限公司正式成立,成为中国汽车市场的拓荒者。20 年来,大众在中国经历过困难和挫折,有利润也有过亏损,但它在苦心经营中积累了丰富的中国本土化经营经验,也化解了投资风险,大众形象与品牌已深深植入中国消费者的心中。2003 年前三季度,大众占据中国轿车市场 36% 的份额,中国市场对大众汽车集团亚太区销售业绩的贡献率高达 86%。大众今天的大获成功来自于其 20 年前的高瞻远瞩。相反,日本丰田当时则认为中国没条件生产轿车,坚持出口打入方式。出口模式曾一度为其赚取了超额利润,1994 年以前,丰田在中国进口汽车中一支独秀。但 1994 年之后,当中国大幅削减进口车,合资品牌汽车渐成气候时,丰田在中国的品牌形象却变得前所

未有的暗淡,它一直坚守的所谓“只卖产品不卖技术”的原则,最终导致它被竞争对手远远抛在身后。丰田为其当时的选择付出了沉重代价。2002年8月29日,丰田的中国战略来了个180度大拐弯,与中国第一汽车集团公司签订全面合作协议,力图从竞争对手手中夺回在中国市场失去的利益。现在丰田的目标是成为中国市场第一。但实现这个目标,丰田还有很长的路要走。大众和丰田的国际化实践表明,FDI可以使企业抢占市场先机,增强跨国经营能力,FDI比出口更能长期稳定地占有国际市场,扩大企业产品市场占有率,实现企业进入国际市场的最终目的——长期盈利。目前,发展中国家还存在巨大待开发市场,发达国家市场,由于全球化的影响也不断变动,存在很多市场机遇,中国制造业企业应抓住机遇进行跨国经营,抢占市场先机。否则,我们将再次失去争夺剩余国际市场的机会,并失去快速进入的经济成本,增加过晚进入导致的机会成本。

通过以上分析,综合考虑各种因素,笔者认为,我国制造业企业目前不应仅停留在出口阶段,而是通过对外直接投资大力开展跨国经营,充分享受世界各国的比较优势利益,对外直接投资进入方式是中国制造业企业积极主动参与国际分工、并从中获益的最好方式。

五、中国制造业企业跨国经营应注意的几个问题

笔者发现,制造业企业的跨国经营活动实际上是其国内企业发展壮大的结果,是一种经济领域的对外扩张,是一国强大经济实力的重要标志。随着国内制造业企业生产能力的不断扩大,国内市场不能满足其追逐最大剩余利润的目标需求,企业必然把生产领域扩展到国外乃至整个世界市场,以占领更大的经济疆域,获取在全球范围内整合各类资源的能力和由此带来的巨大经济利益。世界著名的制造业跨国公司,如美国的福特、通用电气,日本的索尼、东芝,韩国的现代、三星等的崛起就是典型例证。中国制造业企业要想实现跨越式发展,应注意以下几点:

第一,借鉴发达国家制造业发展的实践经验,大力开展跨国经营以促进中国制造业的产业结构优化升级。经济发展水平和工业化程度不同的国家,其需求层次也存在差异,一国的成熟或标准化技术在其它国可能属于先进技术,一国的过剩产品在有些国家可能有广阔的市场发展前景。我国虽然是发展中国家,制造技术和水平与发达国家相比较落后,但世界发达国家仅有26个,还有很多发展水平与我国相同甚至低于我国的发展中国家以及落后国家。在世界产业结构梯度转移的过程中,我国制造业企业应善于发挥比较优势,利用跨国经营转移我国制造业过剩的生产能力,将在国内已失去或即将失去优势的行业与产品的生产活动移向国外,促进和带动母国产品的出口,扩大生产和市场,这不仅可持续国内竞争优势,还可为母公司获得产业结构调整或优化升级所需的资金支持;而通过投资发达国家可使母公司获得更多的技术信息和市场需求发展动态,促进母公司以世界市场需求为导向的结构调整。

第二,通过跨国经营,分享世界各国的比较优势利益,创造国际竞争优势。发达国家通过国际生产把劳动密集型生产工序转移到发展中国家,解决了其国内劳动力短缺的问题,分享了东道国的低劳动力成本优势。作为发展中国家,只坐等外商直接投资流入,我国制造业无异于是在为自己挖掘更大更深的比较优势陷阱。比较优势从19世纪末、20世纪初的自然资源禀赋发展到20世纪中后期的资本和技术,进入21世纪,国际金融市场的发达和完善使资本的可利用性已不再成为竞争要素,知识和技能是比较优势的唯一来源,而这正是我国的弱势所在。除了教育之外,跨国经营是改变这一局势的重要途径。我国制造业必须把视野放宽,以跨国经营的方式“走出去”,不仅要充分分享资源丰富国家的自然资源优势和某些国家的低劳动力成本优势,更要投资于发达国家,有效利用当地人力资本和技术,分享其人才技术优势,弥补人力资本在国际间流动性差,而我国人才技术又相对稀缺的不足。总之,在经济全球化、贸易投资日趋便利化的信息时代,我国制造业企业不能再等到在国内羽翼丰满后才飞向世界,必须积极通过跨国经营,在全球范围内安排组织生产,充分利用各国知识、人才、技术、信息、管理技能等创造性资产,为我国制造业的迅速发展服务,分享在世界范围内优化资源配置的巨大利益,全面提升中国制造业核心竞争力,尽快缩小和世界制造强国的差距,赶上并超过他们。

第三,发挥后发优势,缩小与世界跨国公司间的差距。我国制造业企业的跨国经营虽然刚刚起步,经验、能力很欠缺,但我们拥有许多世界著名制造业跨国公司起步阶段所无法比拟的优越全球化投资环境,不论是生产技术还是信息技术水平都极大提高,学习成本也大大降低,学习效应则更显著。我们不仅可以更快的学会并超越跨国公司的先进技术,而且我们可以借鉴它们成长过程中积累的丰富的经营经验和成熟的管理方法,从而使我国制造业企业在跨国经营中少走弯路、实现跨越式发展。

[参考文献]

- [1]朱高峰.全球化时代的中国制造业.北京:社会科学文献出版社,2003:26-46
- [2]刘海云.跨国公司经营优势变迁.北京:中国发展出版社,2001:142-145 164-165
- [3]Root, Franklin R. Entry Strategies for International Markets. New York: Lexington Books, 1994:23-24
- [4](英)经济学家情报社.跨国公司在中国——赢家和输家.邹正方.北京:新华出版社,2000:24-25
- [5]Hirsch,Seev. An International Trade and Investment Theory of the Firm. Oxford Economic Paper,1976(7):258