

中日企业海外发展 初期比较研究

康荣平

【内容提要】 选择中日企业海外发展初期进行比较研究是可比性较大、也是较有价值的。二战后,日本企业在海外发展初期的动力非常强,其所面对的国际市场空隙很大,因此有足够时间以渐进和低风险方式从容发展,并取得较高的成功率。与日本当年相比较,中国企业在海外发展初期的动力较小,面对的国际市场空隙很小,准备不足但发展速度很快。经济全球化对中国企业影响甚大,迫使它们迅速向海外发展,并很快向跨国并购方式升级。

【关键词】 企业国际化;中日企业比较;经济全球化

【作者简介】 康荣平,中国社会科学院世界经济与政治研究所研究员。(北京 邮编:100732)

【中图分类号】 F113 **【文献标识码】** A **【文章编号】** 1006-9550(2007)08-0074-07

随着中国企业海外并购项目的迅速增加,人们开始将其与日本企业在20世纪80年代中后期的海外并购相比较,甚至认为它与日本80年代的情况极其相似。笔者认为,迄今为止,中国企业的海外发展仍处于初期阶段,将其与日本企业在20世纪50~70年代海外发展初期进行比较研究将会有更大的价值和意义。本文尝试对中日企业海外发展初期进行比较,重点是制造业企业的海外直接投资,在比较研究中,一个重要的参照系就是美欧国家的跨国公司先行者。

一 日本与中国企业海外 发展初期的概况

要想比较中日企业的海外发展,必先了解它们在海外发展的背景、进程和不同阶段的划分。

(一)二战后日本企业海外发展的进程

日本企业的对外直接投资始于1951年,至1989年日资企业大举进军美国市场,大致经历了三个阶段。

1. 缓慢起步阶段(1951~1969年)。1951年,日本政府颁布《外汇与外贸管理法》,以审批制度允许企业对外直接投资。由于外汇缺乏,对外直接投资一直受到严

格限制。1951~1962年,年均投资额不足1亿美元,每项投资的平均规模只有71.2万美元;1963~1969年,年度投资额从1亿美元上升到6亿美元。

2. 加快发展阶段(1970~1984年)。从20世纪60年代中期起,日本的国际收支转为顺差,外汇储备逐年增加。自1969年开始,日本政府采取对外直接投资自由化措施,从原则禁止转变为原则自由。1970年对外直接投资总额上升到9亿多美元,1972年达到23亿美元,1973年增至35亿美元,从而进入加快发展期。

3. 急速膨胀阶段(1985~1989年)。1985年9月,“广场协议”迫使日元大幅度升值,导致日本企业海外发展急速膨胀。从表1可以看出,首先是对外投资规模迅速扩大,从1984年的101亿美元猛增到1989年的675亿美元。其次是海外并购件数明显增加,从1984年的44件上升至1989年的405件。

木每:《中日对外直接投资比较分析》,载《日本学刊》,2006年第2期,第97~105页。

本文主要分析日本企业海外发展初期的情况,而经济泡沫破灭后日本海外发展状况不在本文研究范围,故这里略去。

二战后日本企业对外投资数据参见日本大藏省:《财政金融统计月报》,京:大藏省,1951~1969年各年度统计月报。

表 1 日本企业的对外直接投资 (1984 ~ 1989年)

年份	1984	1985	1986	1987	1988	1989
总额 (亿美元)	101.6	122.2	223.2	333.6	470.2	675.0
并购件数	44	100	204	228	315	405

资料来源： 洋經 ； 經 統計年鑑 』， 京： 洋經 新報社， 1991年， 第 1 - 89頁。

(二)中国企业海外发展的进程

1949 ~ 1979年，中国 政府在计划经济体制下大力发展国有经济，培育了一批规模较大的工业企业，这个时期尚无企业到海外投资。20世纪 70年代，中国开展了以企业为主体进行有偿的工程承包和劳务输出活动，成为中国企业走向跨国经营的前奏。这一时期可以称之为中国企业跨国化进程的“预备阶段”。

改革开放之初的 1979年 8月，中国政府提出了“出国开办企业”的经济改革措施。迄今为止，中国企业的海外发展可以划分为三个阶段。

1 转折型起步阶段 (1979 ~ 1995年)。用“转折型”来定义起步阶段，就是强调其主体是一些在原来计划经济条件下已经“长得很大”的企业，在对外开放后转而进行跨国化发展。首钢、中信、中化等一批大型国有企业是这个阶段的主体，首钢是典型代表。它们在跨国化的动因、行为方式和策略等方面，与世界上其他跨国公司相比存在许多差异，其中最突出的特点就是海外投资的跃进性。这个阶段中国企业对外直接投资的规模很小，年平均投资额只有 1.14亿美元。

2 常规型发展阶段 (1996 ~ 2003年)。常规型跨国公司是指在一个国家的国内市场产生的企业，当它们成长壮大后“自然而然”地向国际市场扩展而成为跨国公司的类型。中国在改革开放后脱颖而出的一大批企业，当它们发展壮大后自然而然地开始了跨国化发展，因此构成了常规型发展阶段的主体。首批中国企业的海外投资集中于 1996年，所以我们把这个阶段的起点定在 1996年，这个阶段的典型代表是海尔集团。

3 加速发展阶段 (2004年至今)。在前两个阶段里，中国企业的海外进入方式都是以绿地投资为主的。2001年底中国加入世界贸易组织 (WTO)之后，中国企业面对的全球化竞争压力明显增加，迫使它们加快了跨国化的步伐。跨国并购迅速成为中国企业跨国化的重要进入方式，并在 2004年达到第一个高潮。从表 2可以看出，在中国企业对外直接投资中并购所占比重不断

提高，2003年仅占 18%，2004年猛升至 31.8%，2005年再升至 53%；中国企业对外直接投资总额也迅速上升。这个阶段的典型代表是联想集团。

加入 WTO 及外汇储备迅猛增，中国 政府对企业海外直接投资的政策也从严格审批转向积极促进。2004年，商务部颁发《关于境外投资开办企业核准事项的规定》，下放了对投资核准权，简化了相关手续。

表 2 中国对外直接投资中的新建与并购

年份	总额 (亿美元)	新建比重 (%)	并购比重 (%)
2003	28.5	82.0	18.0
2004	54.9	68.2	31.8
2005	122.6	47.0	53.0

资料来源：商务部、国家统计局编制：《2003年度中国对外直接投资统计公报》(非金融部分)，http://www.stats.gov.cn/was40/gjtj_detail.jsp?channelid=8717&record=15；《2005年度中国对外直接投资统计公报》(非金融部分)，<http://hzs.mof.com.gov.cn/aarticle/date/200609/20060903095437.html>；吴喜林：《全面推动走出去战略》，载《国际经济合作》，2005年第 3期，第 4页。

二 中日企业海外发展的背景和条件存在巨大差异

在进行中日企业海外发展比较之前，有必要明晰中日企业在世界各国企业国际化进程中所处的地位。首先，纵观世界各国企业国际化或跨国公司成长的历程，可以根据企业开始国际化进程的时间及其国际化所处国际环境的不同，把企业的国际化或跨国公司成长历程划分为两大类型：第一，先发展型。一般说来，在世界跨国公司史中早期发展的那一批跨国公司，或者近期在某行业中的先行国际化经营者，都可被视为先发展型的跨国公司，主要具有两大特点：(1)先行者特征，当该企业从事跨国经营的初期，该行业里还没有或很少有跨国公司；(2)技术自主者特征，该企业的核心技术基本上是自己发明研制的。先发展型跨国公司的典型代表是欧洲和美国早期的跨国公司。第二，后发展型。与先发展型相对应，后发展型跨国公司也有两个主要特点：(1)后来者特征，该类企业开始国际化时，其行业的国际市场中已充满了跨国公司；(2)技术依赖者特征，该类企业的核

心技术主要是从外国引进的。日本和中国的公司都属于后发展型跨国公司。

其次,美欧发达国家创建了现代企业和市场经济体制,主宰着相关的游戏规则和商业语言。在语言文化上,中日两国与欧美发达国家存在很大差异,造成中日企业在国际化进程中面临两方面困难:(1)在欧美国家直接投资时难以逾越的文化障碍,即“心理距离(psychic distance)很大; (2)直接聘用欧美经理人才难度极大,只能靠自己慢慢培养人才。

与美欧企业相比,中日企业在海外发展的背景和条件有很多相同之处,但中日企业间也有很大差异。

(一)国内市场的作用

在国内市场的大小及对该国企业成长所发挥的作用程度上,中国大于日本、更大于韩国。这种差异导致了企业从本土公司成长为跨国公司的动力与国内市场的构成反比关系,即在其他条件相同时,一个国家的国内市场越大,则该国企业跨国化的动力越小。具体而言,企业跨国化的动力:中国小于日本、更小于韩国。

(二)国际经济背景的差异

中国企业开始海外发展时,正值经济全球化浪潮兴起。中国企业面临的挑战比其他国家要大得多,它面临市场化、信息化和国际化的三重压力。这是中国企业与日本企业的最大差异。经济全球化使大部分中国企业在国内立足未稳时,国内市场已经国际化,“中国已经被普遍认为是世界上竞争最激烈的经济体,甚至在许多观察家眼里已经属于过度竞争了”。这迫使中国企业迅速向海外发展。

(三)国际市场的空隙

比较而言,二战后日本企业海外发展时,由于二战毁坏大批欧洲企业使国际市场出现许多空隙;当20世纪末中国企业开始海外发展时,所面对的国际市场已经大相径庭。我们用一些数字粗略地说明这方面的差异(见表3)。二战后日本企业海外发展的初期(1969年),国际市场中的跨国(子)公司总数只有2.7万家;而当中国企业海外发展时(1995年),国际市场中的跨国(子)公司总数已达27万家,当年的全球对外直接投资总额已达3500亿美元。

(四)企业体制方面的差异

自20世纪50年代起至今,日本企业海外发展的主体一直以私营企业为主,而中国走出去的主体却是以国有企业为主。直至2004年,中国海外直接投资的主体

仍然是国有企业,占总数的34%。

表3 全世界跨国公司的数量发展

年份	母公司(万家)	海外子公司(万家)	国际直接投资流量(亿美元)
1969	0.73	2.7	120
1978	1.07	8.2	-
1985	2.0	10	-
1990	3.5	15	2250
1995	3.9	27	3500

资料来源:UNCTAD, *World Investment Report*, N. Y.: UN Pub., 1990 - 1997.

(五)与日本相比,中国准备不足

纵观日本企业在20世纪50~60年代的海外发展历程可以看出,一方面,由于国际市场竞争对手少,可以从容进行海外发展;另一方面,一些企业还有二战前积累的海外发展经验。反观中国企业,经过30多年的计划经济后,开始改革开放,经济转轨;市场化改造任务尚未完成,而全球化已经降临,只好仓促上阵走向海外。还有,从技术基础乃至自主创新能力方面看,中国企业不如当年的日本企业。

(六)日本先走出去后引进来,中国则相反

这是指政府政策导向上的差异,日本政府和经济界在二战后很长时间里抵制外国资本的进入,而积极鼓励本土企业走出去;直至2000年前后才开始鼓励外国企业到日本直接投资。中国在改革开放后一直积极鼓励外国企业到中国直接投资,在2000年以后才开始鼓励本土企业走出去。中日两国政府对企业“走出去”政策导向不同的重要原因之一是中日两国企业跨国化初期的背景条件上的差异,例如,国内市场大小的差异、对外国企业占有的担心程度不同以及在国际市场经验方面的差异。

三 中日比较:进程与特点

中日企业在海外发展进程中各有哪些特点,有哪些

康荣平等:《中国企业的跨国经营》,第71~89页;康荣平、柯银斌:《华人跨国公司成长论》,北京:国防大学出版社,2001年版,第74~81页。

这一概念最早由贝克曼(W. Beckmann)在1956年提出。
[美]乔纳森·安德森著,余江、黄志强译:《走出神话》,北京:中信出版社,2006年版,第19页。

商务部、国家统计局编制:《2004年度中国对外直接投资统计公报》(非金融部分), <http://hzs.mofcom.gov.cn/table/20040909.pdf>。

相同或差异处?笔者将结合企业案例予以论述。

(一)中国企业跨国化转折型起步属于“空前绝后”

中国企业在计划经济条件下成长起来,此后进行的对外开放和渐进性改革,形成了以国有企业为主体和渐进性发展为特色的“转折型”起步阶段。这一特点不仅是“空前的,美、欧、日、韩跨国公司都没有,而且也将是“绝后的,具有类似条件的俄罗斯与东欧国家,由于采取了激进型改革也就不可能出现以国有企业为主体的跨国化发展了。

案例分析:中国首钢总公司与日本川崎制铁公司比较

中国首钢总公司(简称“首钢”)的前身是1919年建立的“龙烟铁矿公司石景山炼铁厂”。20世纪50年代末,靠本国能力发展成为钢铁联合企业。本文主要研究首钢1978~1995年间三个阶段的发展状况。第一阶段(1978~1987年),主要是引进外国先进设备,在国内办中外合资企业,产品出口。第二阶段(1988~1991年),出口扩大,海外投资起步。第三阶段(1992~1995年),海外经营迅速扩大。1992年11月,首钢竞标获胜,以1.2亿美元收购秘鲁铁矿公司(Hierro Peru Co)的全部股权。

日本川崎制铁公司(简称“川铁”)的前身是1918年川崎造船所建立的钢铁厂,1950年成立“川崎制铁株式会社”。本文主要研究川铁在1950~1990年间三个阶段的海外发展状况。第一阶段(1950~1966年),产品出口、原料进口、引进技术,并建立国际销售网络。第二阶段(1967~1974年),原料跨国化。从1967年起在原料领域进行海外直接投资。1971年以后陆续在巴西、利比里亚、澳大利亚参股几家铁矿、煤矿的建设。第三阶段(1975~1990年),生产跨国化。1989年,在美国合资建立阿姆科钢公司(Amco),川铁占50%的股份。

首钢与川铁都是在20世纪50年代以后发展起来的,都属于“后发展型”,它们的核心技术都是“外来的”。尽管同属于“后发展型”,但它们之间也存在明显差异:首先是基本路线的差异。川铁属于较早国际化型企业,首钢则属于自力发展到相当大的程度,再进入国际化的“转折型”企业。其次是活动方式的差异。川铁的国际化呈现循序渐进的特点,例如,先出口钢材和进口铁矿焦煤,然后在各国设办事处;相隔八年左右,对外国矿业进行直接投资;又隔了七八年,才开始在外国合资生产,直到1989年,其在合资项目中所占股份才达到

50%。相比之下,首钢的国际化则显示突发和跃进性的特点,例如,1988年,首钢在美国刚设了第一个机构才几个月就收购了一个工程技术公司,作为初次海外直接投资已经带有某种“跃进性”;然而,在南美洲大陆上几乎没有开展什么经贸活动的情况下,投资1.2亿美元全资收购了秘鲁铁矿,更是兼具突发性和跃进性的特征。最后是股权策略的差异。在海外直接投资中,川铁坚持以少数股权为主,首钢则以多数股权为主。总而言之,川铁走的是低风险路线,首钢则是高风险路线。

(二)海外发展阶段与速度比较:中国企业更快

中日两国企业在海外发展初期都面临着外汇短缺的困难,也各自经历了20年左右的“严格审批”阶段后,才进入快速发展期。如果仅从对外直接投资流量增长的因素看,中国企业的发展速度超过了日本企业。例如,从海外发展起步到年度投资额达122亿美元,日本用了35年,中国只用了28年。但是从“强势企业文化”的因素看,中国则落后于日本。日本企业从1970年起步到1989年,在大约20年的时间里形成了独具特色的“日本经营方式”,以其整合海外企业取得了良好业绩。中国企业从1979年起步到今天历时28年,却还没有形成自己的“强势企业文化”。当然,这与前述的中国企业体制和准备不足等因素直接相关。

案例分析:中国海尔集团与日本松下公司比较

1984年,海尔集团有限公司(简称“海尔”)的前身是青岛电冰箱总厂。2004年,海尔营业总额达1016亿元人民币,居中国家电行业的首位、世界白色家电第四位,生产工厂达40多家(其中海外13家)。海尔的海外发展特点是:(1)常规型海外发展;(2)以投资新建方式跨国化;(3)以渐进方式实现跨国化;(4)高度重视合资合作,迄今为止的十几项海外投资中,绝大多数是合资的。

日本松下电器公司(简称“松下”)是二战后日本工业企业首批海外发展者,并且长期保持着日本企业海外子公司数目第一的地位。其国际化进程是:(1)产品出口阶段(1951~1960年);(2)在发展中国家建厂(1961~1967年),到1967年底,已经在发展中国家建立了八家工厂;(3)在发达国家建厂(1968~1978年),1973年

康荣平等:《中国企业的跨国经营》,第115~137页。

川崎制鐵社史編纂委員:《川崎制鐵五十年史》。京:川崎制鐵株式会社,2000年。

进行了首次海外并购；(4)在发达国家建大型工厂（1979～1989年）；(5)从 1990年起开始大型海外收购。

松下与海尔的比较:第一,松下与海尔同为各自国家企业海外渐进式发展的典型代表,也是新建投资方式的典型代表及合资合作的典型代表。笔者认为,海尔向松下学习取得了显著成效,甚至在某些方面还超过了松下。第二,在日本电子企业海外发展中,松下实际上是一个战略跟随者,它所追随的先行者是索尼公司。海尔在中国电子行业海外发展中一直处于领先的地位。第三,海尔在海外发展的速度明显快于松下。从表 4 可以看出,在海外发展的每个阶段,海尔的节奏几乎都比松下快一倍。第四,海尔在首席执行官(CEO)当地化方面超过松下。

表 4 海尔与松下跨国化比较

	松下	海尔
从出口到海外建厂	1951～1961=(10年)	1990～1996=(6年)
建厂:发展到发达	1961～1968=(7年)	1996～1999=(3年)
从建厂到收购	1961～1973=(12年)	1996～2001=(5年)
从建厂到境外上市	1961～1971=(10年)	1996～2003=(7年)
从小购到大购	1973～1990=(17年)	2001～
从建厂到建研发中心	1961～1976=(15年)	已建 R&D 9个
首席执行官当地化	-	1999年美国公司

资料来源:邦光史郎:《松下電器》,京:講談社,1990年;海尔集团编辑出版:《海尔人》,相关年份各期, <http://www.haier.com/cn/> - 14k。

(三)海外进入方式:从新建到并购

作为后发展型的日本企业,在海外发展初期的进入方式上,与先发展型的美国跨国公司有明显的差异,那就是偏重选用合资以及新建企业的方式。1970年底,在日本 60家跨国公司的 562家海外企业中,独资企业仅占 6%,合资企业则占 94%。而联合国跨国公司研究中心的数据显示:1951年以前,美国 180家跨国公司海外企业中的独资比例高达 58.4%。

同样作为后发展型的中国跨国公司,在海外发展初期的进入方式上与日本基本相同。截至 1995年,海外企业中的独资比例为 21%,合资比例为 79%。

由于海外并购企业方式比新建方式在经营管理能

力上的要求更高,中日两国的企业都是在以新建企业为主要方式持续了很多年后,海外并购方式才上升为主要方式,只是在持续时间长短上略有差异——日本大约 35年,中国约 28年。伴随着经济全球化,跨国并购上升为世界各国对外直接投资中的主导方式,这也是促进中国企业加快采用海外并购方式的一个原因。

案例分析:联想与索尼比较

联想集团有限公司(简称“联想”)1984年诞生于中国北京。从 1990年起,联想在国内建立起个人计算机的生产和销售网络,1996年获得中国个人计算机(PC)市场销售第一的殊荣并保持至今。2004年底,联想以 17亿美元收购美国国际商用机器公司(BM)个人电脑部门。

日本索尼公司成立于 1946年,从 1953年起把经营重点转到海外市场,1959年实现外销内销各占 50%的目标后,开始海外建厂。进入 20世纪 70年代,逐渐形成全球生产体系。

索尼与联想在各自国家同期的企业中都是佼佼者,但由于日本与中国国内市场规模的差异,导致中日企业走上不同的成长道路。索尼很早就把重点转向国际市场,并越走越宽广。联想在 20世纪 80年代由于行政管制被迫去开发国际市场,一旦行政批准就积极开拓国内市场,并完全放弃国际市场,即使遇到困难后仍以国内市场为目标实施多元化战略,最后是临危一搏抓住 BM公司送来的机遇开始跨国化发展。不过联想的这种跨国化方式也创了一个记录:大型企业以大型跨国并购方式直接“走出去”,在日本企业中尚无先例。为此笔者征询了多位日本学者,也得以证实。

(四)海外发展的行业选择:有同有异

由于中日在行业统计上差别较大,笔者以各自的初期行业情况分别列表,进行粗略比较。

作为“后发展型”的跨国公司,中国和日本的企业在海外发展初期的行业选择上也基本相同。首先是商务服务业的比重很高(见表 5和表 6)。中国已经超过

李文光等:《日本的跨国企业》,北京:中国经济出版社,1993年版,第 66～67页。

联合国跨国公司中心:《再论世界发展中的跨国公司》,北京:商务印书馆,1982年版,表 - 25。

康荣平等:《中国企业的跨国经营》,第 67页。

凌志军:《联想风云》,北京:中信出版社,2005年版,第 352～414页。

50%,日本如果加上金融业,其比重会超过 25%。这说明“扩大对外贸易”是两国企业海外发展初期的重大任务,中国企业由于还同时肩负着向市场经济转型的任务,所以商务服务业的比重更高。

表 5 2004年中国对外直接投资
存量行业分布 (非金融业)

行业	商务服务	批发零售	采矿	运输仓储	制造业	信息服务	其他
%	36.6	17.5	13.3	10.2	10.1	2.6	9.7

资料来源:商务部、国际统计局编制:《2004年度中国对外直接投资统计公报》(非金融部分), <http://hzs.mofcom.gov.cn/table/20040909.pdf>。

表 6 1972年日本对外直接投资存量
行业健在分布 (非金融业)

行业	采矿	商业	纺织	林木	机械	冶金	其他
%	45.9	15.2	8.4	5.9	5.5	4.9	14.2

资料来源:関口末夫等:『日本の直接投資』, 京:日本経新聞社, 1974年。

其次是制造业,以劳动密集的轻工纺织行业及(获取)自然资源的诸行业为主。小島清(K. Kojima)分析了日本海外发展模式的特点:(1)以对自然资源开发获取、生产纺织品、零部件等标准化的劳动密集型行业的直接投资为中心;(2)以中小企业为主体,因而其规模也远比欧美国家小得多,转让技术也多为适用技术,符合当地的生产要素结构与水平,投资也多采用合资形式;(3)日本对外直接投资与贸易是互补的,可称为顺贸易导向型的对外直接投资。

除了以上经济学角度的解释外,我们认为还有管理学角度的原因,那就是面对先行者的诸多优势,后来者在战略上首先要“避实击虚”才容易成功。这一点在“先发展型”跨国公司的某些特点上得到验证。钱德勒(Alfred D. Chandler, Jr.)曾分析了 1974年全世界 401家雇员超过 2万人的大公司的行业与国家分布的状况。后来,钱德勒又专门论述“先行者与挑战者”的问题。他的论述可归纳为两点:(1)“先发展型”的跨国公司绝大多数集中于资金密集型的行业;(2)这些先行者们建起了强大的进入壁垒,后来者在这些行业中成功的几率是很小的。因此,中国和日本跨国公司早期的这种行业选择是遵循“避实击虚”战略的一种必然结果。

笔者认为,中日两国的海外行业分布还是有一些差异的(见表 5和表 6)。首先,日本在资源类(矿业和林木)

投资的比重远远高于中国,这是由于日本比中国更缺乏资源所致。其次,在制造业所占比重上,日本大约是 28%,明显高于中国的 10%。这表明中国企业能力上的差距,也许还有体制的因素。日本制造业中排首位的是纺织业,占总投资额的 8.4%,而中国的同比数字(笔者根据大量调研推算)只有 1%~2%,这其中的原因更值得深入研究。

(五)海外发展的地区差异较大

从表 7可以看出,中日企业在海外发展的地区差异主要是在美欧发达国家和地区:日本在该地区的直接投资存量为 41.1%,而中国只有 3.8%。其主要原因是由于中国企业在能力和经验方面的欠缺造成的。

表 7 中国与日本海外直接投资存量的地区比较 (%)

	亚洲	北美	南美	欧洲	大洋洲	非洲
日本(1974年)	30.8	23.8	19.8	17.3	5.9	2.4
中国(2004年)	74.6	2.0	18.4	1.8	1.2	2.0

资料来源:日本大藏省:『我国的海外直接投资』, 京:大藏省, 1988年;中国商务部:《2004年度中国对外直接投资统计公报》,北京:商务部, 2005年版。

(六)综合商社的功能与效果

日本企业在跨国化进程中,发展出一种符合本国国情的特殊的跨国公司——综合商社,属于典型的“后发展型”跨国公司,它在日本经济的国际化发展中起到十分重要的作用。例如,日本中小企业的海外投资大多数是在综合商社指导或合作下进行的。中国企业在跨国化的转折型起步阶段,形成了一批国有的专业外贸公司。这些专业外贸公司在常规型发展阶段(1996~2003年),逐渐失去外经外贸垄断权后江河日下、难以维持生计。与日本相比,中国在建设综合商社方面的失败原因主要是体制的问题。

(七)学习管理:中国企业积极

在对跨国经营管理经验的学习方面,从明治维新到

[日]小島清著,周宝廉译:《对外贸易论》,天津:南开大学出版社, 1987年版,第 444~449页。

Alfred D. Chandler, Jr., “The Evolution of Modern Global Competition,” in Michael E. Porter, ed., *Competition in Global Industries*, Boston: Harvard Business School Press, 1986

[美]钱德勒著,张逸人等译:《企业规模经济与范围经济》,北京:中国社会科学出版社, 1999年版,第 752~763页。

関口末夫等:『日本の直接投資』, 京:日本経新聞社, 1974年,第 217~219頁。

20世纪 60年代,日本企业已经形成了很有特色的“日本经营方式”。此后,日本经理人固守着“日本经营方式”,无论欧美跨国公司形成了什么新的管理方式,往往不会积极地学习改动。与此不同的是,中国企业在 1949年后移植了苏联计划经济的管理方式,改革开放后转而学习发达国家市场经济的管理方式,至今还没有形成一种稳定的管理模式。这造成中国的经理人在近 20年来思想开放、积极学习外国先行者们的管理方式、方法和经验。对此,美国著名的毕博管理咨询公司(Bearing Point)的董事长麦克盖瑞(R. McGeary)指出:“当我来到中国,我发现中国人的商业思维和实践与美国非常一致。相对于日本人,中国人更加有进取心,愿意很快地迎接改变。”全球著名营销顾问公司科特勒营销集团(Kotler marketing group)的总裁 M. 科特勒(Milton Kotler)认为:“中国企业在跨国并购时表现出的敏锐的战略眼光,和 20世纪 80年代日本进行跨国并购的一些古怪的和随意的行为形成了鲜明对比。中国公司的思想更加开放,更加注重行业的协作,它们收购的目的是为了改进企业的战略,它们会借鉴和引入当地的管理经验。”

四 初步的结论

通过中日企业的比较与分析,笔者得出如下结论:

(一)对经济社会活动进行比较研究

对经济社会活动进行比较研究时,一定要高度关注比较对象之间的可比性因素。只有比较对象之间具有较高的可比性时,比较研究才可能具有较高价值。对于日本与中国企业海外发展的比较研究来说,选择日本企业 20世纪 50~70年代与中国企业 20世纪末进行比较,是可比性较为合适的方案。

(二)日本企业在二战后海外发展初期的特点

1 由于日本自然资源高度匮乏,加上国内市场有限,致使日本企业海外发展的动力非常强。

2 在 20世纪 50~60年代,整个世界市场上空隙很大,某些区域市场甚至比二战前有更大空隙。

3 由于日本企业在二战前已经积累了一些国际化经营的经验,所以,在美欧以外的后来者中,二战后的日本企业是“最有经验的”。

4 日本企业在二战后的海外发展中,有足够的时间走上渐进主义道路,以较低的风险从容积累经验和培养

人才。从效果看,其海外发展初期的成功率较高;直至进入大规模并购阶段,由于东西方语言、文化差异等因素,才出现较高的失败率。

5 组织创新。任何国家的企业海外发展中最大的难题之一是如何帮助中小企业走出去。日本在这方面进行了有效的组织创新,创建出综合商社这种新型的企业组织,极大地促进了日本中小企业的海外发展。

(三)中国企业海外发展初期的特点

1 海外发展动力较小。中国成为全球发展最快的大型市场,并且在前 20年里自然资源基本自给,所以中国企业海外发展动力较小。

2 世界市场上的空隙很小。与日本企业相比,中国企业在世界市场上的空隙已经很小;世界市场中的竞争程度更加激烈,跨国公司海外子公司的数量已经增长十倍。

3 准备不足。首先是缺乏经验,导致中国企业在海外发展时的经验和人才准备不但比日本当年差很多,恐怕要比绝大多数后发展国家都要差。其次是企业体制,至今国有企业仍占较大比例。

4 发展速度和方式升级较快。以年度海外直接投资额计算,中国企业海外发展的速度超过了日本企业;在海外进入方式上,从以绿地投资为主发展到绿地投资和并购方式并举,中国企业比日本企业用的时间少。

5 经济全球化对中国企业影响甚大。加入 WTO后的中国市场已经高度国际化,中国企业面对的全球化竞争压力明显增加,迫使它们迅速向海外发展,从而采用最快的海外进入方式——跨国并购。

6 差距与学习。中国至少在两个方面值得向日本企业认真学习:首先是建立具有本国特色的强势企业文化。其次是在帮助中小企业海外发展方面的组织创新。这两个方面对于中国企业的海外发展已经是亟须解决的重大问题。

[收稿日期:2007-01-09]

[修回日期:2007-06-25]

[责任编辑:谭秀英]

程苓峰:《中国企业不会重蹈日企的收购失败史》,载《中国企业》,2005年第6期,第69~70页。

[美]菲利普·科特勒:《中国企业“走出去”的24个战略》,载《成功行销》,2003年第11期,第12~14页。

