

# 关于加快发展中国跨国公司的几个问题

卢进勇

〈对外经济贸易大学〉

## 一、中国跨国公司发展的现状与特点

### (一) 中国跨国公司发展的现状

中国跨国公司的产生和发展是建立在中国企业海外直接投资的基础上的，没有企业的海外直接投资，中国跨国公司是发展不起来的。根据中国商务部统计，2004年中国非金融类对外直接投资额为36.2亿美元，其中股本投资25.06亿美元，利润再投资11.16亿美元，当年经商务部核准和备案设立的境外投资企业共计829家，中方协议投资额37.12

亿美元；截止到2004年底，中国累计对外直接投资近370亿美元，累计批准设立境外投资企业8299家，分布的国家和地区达160多个。伴随对外直接投资的逐步增加，中国跨国公司从无到有发展起来了，中国的跨国公司已初具雏形，发展潜力巨大，这是一件积极的有历史意义的事情。

根据联合国贸易与发展会议（UNCTAD）发布的《2005年世界投资报告》第265页公布的数据，截止2003年，仅中国大陆已经有2000家跨国公司母公司，海外分支机构有215000家（见表1）。在

表1 中国大陆与港澳台地区跨国公司母公司和海外分支机构数量  
(单位：家)

年份	国家或地区	跨国公司母公司数	海外分支机构数
2003	中国大陆	2000	215000
2003	香港特别行政区	948	9072
2003	澳门特别行政区	35	723
2004	中国台湾省	606	2934

资料来源：UNCTAD: *World Investment Report 2005*, p. 265.

表2 2003年中国入选发展中国家最大50家非金融类跨国公司数量  
(按海外资产排名；单位：百万美元/雇员数)

公司名称	排名位次	所在产业	资产		销售额		就业	
			国外资产	总资产	国外销售	总销售额	国外就业(人)	总就业(人)
中国远洋运输集团公司	7	运输和仓储	8457	18007	6067	9163	4600	64586
中国石油集团公司	13	石油开采、冶炼和分销	4060	97653	5218	57423	22000	1167129
中国建筑工程总公司	19	建筑	3417	9677	2716	9134	17051	121549
中国海洋石油总公司	38	石油和天然气	1467	14479	1877	6507	1000	24000
中国五金矿产集团公司	46	矿产开采和加工	1150	5352	1933	1168	973	33000

资料来源：UNCTAD: *World Investment Report 2005*, p. 270-271.

表3 2003年中国入选世界最大50家金融类跨国公司数量  
(按总资产排名; 单位: 百万美元/雇员数)

公司名称	排名位次	总资产	总就业 (人)	机构数量 (个)		东道国数量 (个)
				国外机构	总机构	
中国工商银行	23	637823	389000	71	22000	12
中国银行	34	442598	188716	543	12090	26
中国建设银行	39	409438	410000	9	21000	8

资料来源: UNCTAD: *World Investment Report 2005*, p. 273.

表4 1999年、2000年、2004年中国大陆与港澳台地区对外直接投资流入与流出存量  
(单位: 百万美元)

国家或地区	FDI 流入存量			FDI 流出存量		
	1990	2000	2004	1990	2000	2004
中国大陆	20691	193348	245467	4455	27768	38825
香港特别行政区	45073	455469	456833	11920	388380	405589
澳门特别行政区	2809	2801	4195	—	—	497
中国台湾省	9735	17581	39029	30356	66655	91237

资料来源: UNCTAD: *World Investment Report 2005*, p. 310-311.

该报告的第270至271页, 列举了2003年发展中国家按海外资产排列的50家最大的发展中国家的非金融类跨国公司, 其中中国大陆有5家公司入选(见表2)。在该报告的第273页, 列举了2003年世界上按总资产排列的50家最大的金融类跨国公司, 中国大陆有3家银行入选(见表3)。另外, 在该报告的第310页, 披露了截止2004年底联合国贸易与发展会议推测的中国对外直接投资的总存量为388.25亿美元(见表4)。

## (二) 中国跨国公司的发展阶段

我认为, 从总体上看中国跨国公司的发展处在从初步发展阶段向较快发展阶段过度时期, 前25年是初步发展阶段, 是第一个大的阶段, 今后将进入较快发展阶段即第二个大的阶段。中国的跨国公司虽然属于年轻的跨国公司, 但毕竟已经走出了最初的一步。这一企业群体不仅包括国有大中型企业, 也包括私营企业, 既有贸易公司或经济合作公司, 也有生产型企业、科技型企业、金融型企业或其他服务业企业。近几年, 中国东部沿海地区的若干省

份和若干技术比较成熟的行业, 开始出现跨国投资的新一轮高潮, 跨国公司的发展出现了加快的苗头。应当说, 中国跨国公司出现和壮大的过程, 正是中国开始由对外投资小国向对外投资大国转变的过程。预计到2020年至2030年时, 中国有可能成为对外投资的现实大国。因为按照中国全面建设小康社会的发展目标, 到2020年中国的人均GDP将达到3000美元, 全面进入跨国公司加快发展的第三阶段, 即大幅度增长阶段。英国著名的跨国公司专家邓宁曾经提出过“投资发展周期理论”, 认为一国的对外投资发展与该国的人均GDP数量密切相关, 呈现正比例关系。这一理论基本上是正确的, 但是, 在经济全球化加快发展的现实面前, 也应当考虑完善和发展, 因为现实的情况证明用不了邓宁所分析的那么高的人均GDP有的国家就开展对外直接投资了。

## (三) 中国跨国公司发展的特点

同其他国家和地区比较, 中国跨国公司的产生与发展有以下特点:

1. 成长与发展的国内环境特殊。首先，中国跨国公司产生于世界上最大的发展中国家，所以是发展中国家的跨国公司，是后发型跨国公司；其次，产生和成长于从计划经济向市场经济过渡的经济体制转型时期，既得到了政府的有力支持又受到了一些非经济因素的影响和制约；再次，中国的国内市场大，导致中国跨国公司的跨国程度相对较低一些；还有，由于企业自身情况差异较大，中国跨国公司在发展中创造出了多种模式，包括建立海外营销渠道投资模式、海外加工贸易投资模式、国家战略主导投资模式、海外自主创牌投资模式、海外品牌并购投资模式、海外品牌输出投资模式、海外资产并购模式、海外股权并购模式和海外研发投资模式等；最后，中国跨国公司的发展壮大与中国的和平崛起相连，是具有中国文化背景的跨国公司。

2. 企业自身条件有特殊性。第一，中国许多跨国企业开始走出去的时候，还没有建立起现代企业制度；第二，中国企业是在几乎没有国际知名品牌的状况下开始走出去的，这点同其他国家跨国公司发展初期的情况有所不同，国外跨国公司的成长一般是先在国内锻炼，先在国内创牌，练得相当不错时往外走，而我们的跨国公司好多是没有这个过程的，是一边往外走一边创牌子，在发展中一点一点地扩大品牌的影响力；第三，中国跨国公司的成长并不是完全等到中国企业的国际竞争力很高以后才开始的，竞争力是走出去的基础，但走出去也可以磨练提高竞争力；第四，到目前为止，走出去的主体主要是国有企业或国有控股企业，有一些是垄断性大企业。

3. 成长过程中面临的任務不同。中国跨国公司成长的时间短但还要加快发展，所以不得不缩短跨国经营各个阶段所需要的时间，甚至合并某些阶段或采取跨越式发展，因此，总体来讲速度比较快；国内母公司既要走向国际市场，对外参与竞争，接受锻炼，又要在企业内部进行现代企业制度的改革，完善公司治理结构。

4. 成长与发展的国际环境更困难。当前，外国跨国公司已经基本上控制了全球市场和全球资

源，已经形成了既定的生产与营销网络，形成了即定的利益格局，中国跨国公司的成长需要打破原有的格局，因此将会遭遇到既得利益者的抵制甚至阻挡。这表明中国跨国公司成长所面临的挑战比发达国家跨国公司成长时面对的要严峻。

5. 发展的速度比较快。外国的跨国公司的发展都是经历了一、二百年，看着像一个大企业的样子了，规模挺大，有名牌。而我们国家搞改革开放才25年，中国跨国公司的发展史大体也就这25年的长度，客观来讲是比较快的。

## 二、发展跨国公司与实施“走出去”战略的关系

### (一) 中国实施的“走出去”战略推动了跨国公司的发展

实施走出去战略和中国跨国公司的关系特别密切，这个战略的实施大大推动和促进了中国跨国公司的发展与成长。因为对走出去战略现在有三个理解，即宽概念、中概念、还有窄概念。宽概念是我们国家所有的对外业务都叫走出去，包括对外贸易，承包劳务，海外投资。这是走出去的宽概念，所有对外经济贸易业务都算。中的概念包括海外投资和对外承包劳务。我们一般使用窄的概念，窄的走出去概念就等于境外投资，或称海外投资。我查了一下有关资料，关于走出去战略，专家学者的分析和领导的讲话比较多的是用窄的概念。如果用窄的走出去战略概念，则就等于海外投资。没有我们的海外投资，就没有我们的跨国公司，跨国公司是必须要与海外直接投资相连的，因为你一定要在外面建点，要在外面建厂开店，然后才有可能变成跨国公司。你至少要在两个或者是两个以上的国家有了企业，你的公司才能称为跨国公司。如果你的公司成了母公司，那么你在境外开办的那些企业就是你的子公司或分公司。因此，也可以说走出去战略也是推动中国跨国公司成长的一个战略，走出去战略的实行将有力地催生和培育中国的跨国公司，加速它们的发展。

## （二）中国的跨国公司是“走出去”企业中的代表，是优秀的主体

优化“走出去”战略的实施主体要求加快发展中国自己的跨国公司。从国家战略高度来看，创建和发展一批中国的跨国公司是实施“走出去”战略的集中体现。实际上，从某种程度上说，“走出去”战略成败的关键就在于能否培育出一批中国自己的、在国际上具有竞争力的跨国公司。没有一批各种类型的中国跨国公司的崛起，中国实施的企业“走出去”战略就很难真正落实，也很难真正成功。

中国的大公司和企业集团参与国际竞争，并在竞争中成长壮大，就会为中国经济扩展出广阔的发展空间。如果中国的大公司和企业集团在国际竞争中站不住脚，成为不了跨国公司，则中国的国民经济发展很可能因为市场的制约而陷于被动地位，中国的“走出去”战略也就没有达到既定目标。实施“走出去”战略，需要提升企业的国际竞争力，而要增强中国企业的国际竞争力，就需要建立中国自己的跨国公司。在新的世纪里，面对国际竞争国内化和国内市场国际化的现实，面对经济全球化加速发展的趋势，中国企业要全面提升国际竞争力，要强化走出去的能力，就要形成若干家有国际竞争实力和影响的跨国公司。

## 三、加快发展中国跨国公司的必要性和应遵循的原则

### （一）发展中国跨国公司的必要性

1. 发展一批具有核心竞争力的跨国公司有利于实现“引进来”与“走出去”的结合，有利于提高中国对外开放的水平。跨国公司实行全球市场战略，内外协调打通，通盘考虑国内国外两个市场，按照最优化原则进行资源配置和成本控制。所以说，一批中国跨国公司的出现，既也有利于实施内外协调均衡发展，也可以使对外开放提升到一个新水平。

2. 中国和平崛起的过程与中国跨国公司崛起紧密相连。中国和平崛起的基础是经济的崛起，而中国跨国公司的崛起则是和平崛起的必要条件。经

济发展的历史表明，一个国家崛起成为世界经济强国，都相应地形成和发展了一批有国际竞争力的跨国公司，如英国、德国、美国、日本和韩国等。发展具有核心竞争力的跨国公司，是仅仅抓住战略机遇期，走和平崛起之路，实现中华民族伟大复兴奋斗目标的战略需要。跨国公司的崛起既可以展示一国的经济实力，也可以为一国争光。

3. 具有核心竞争力的跨国公司是中国经济参与经济全球化和全球经济竞争的主体。据联合国贸发会议发表的《2005世界投资报告》提供的数字，目前全世界大约有7万家跨国公司和69万家国外分支机构。这些跨国公司及其分支机构的总产值已超过世界总产值的1/10，年销售总额达19万亿美元，跨国公司内部和跨国公司之间的贸易占世界贸易的3/5以上，跨国公司的对外投资占全球直接投资的9/10，跨国公司研究开发投资占全球的7/10，跨国公司控制了全球知识产权的7/10。发展跨国公司，抢占国际竞争的制高点，是积极参与经济全球化的客观要求。另外，伴随着经济全球化的发展，是否拥有确具实力的跨国公司，也是衡量一国综合国力和竞争力的重要标志。

4. 发展一批跨国公司，有利于维护国家的产业安全。跨国公司往往是所在产业中的的标杆企业或产业领袖，它们拥有自主知识产权和世界知名品牌，拥有强大的贸易和投资能力，它们的存在有利于提高产业竞争力，维护国家经济安全，抵御各种风险。

### （二）发展中国跨国公司的应遵循的原则

在培育和发展中国跨国公司时，应遵循以下几个原则：

1. 市场取向原则。由于跨国公司的形成主体是企业，不是政府，所以在培养中国跨国公司时要特别注重发挥市场的作用，以市场作用为主，政府的扶持引导为辅。

2. 择优扶持原则。政府对发展跨国公司的扶持不应漫无边际和不加选择，而应主要针对管理出色，具有一定规模，经营状况良好的已具有一定国

际竞争力的企业采取扶持措施。

3. 跨越所有制原则。我们培养跨国公司针对的是所有中国企业中的优势企业，而不应考虑其所有制性质，实际上，私营企业中已经有相当一批企业初具跨国公司雏形，略加扶持将很快发展起来。

#### 四、加快中国跨国公司发展面临的机遇和挑战

##### (一) 面临的机遇

1. 现在，国内有一些产业饱和。产业饱和就有必要向外发展，寻找空间，这是国际投资中“饱和转移论”的观点。某个产业如果国内市场已经饱和了，进行着激烈的竞争，这个时候有实力的企业应当到国外去寻找新的市场，转移过剩生产能力与技术，这就是中国跨国公司成长的机遇。现在国内轻工、纺织、机械、家电、制药等很多行业市场饱和，特别是家电，国内进行着无休止的价格大战，这里面蕴藏着企业并购重组的机遇，蕴藏着海外发展的机遇，也蕴藏着催生中国跨国公司的机遇。

2. 现在，中国政府正在大力推进“走出去”战略，鼓励有条件的企业加快走向国际市场，到国外去投资办厂和投资开店。在实施“走出去”战略中，肯定有中国跨国公司的身影，肯定有中国跨国公司的位置。

3. 很多国家欢迎外资进入。伴随经济全球化和一体化的深入发展，现在几乎所有国家都欢迎外资的进入，除了个别的产业领域有所限制以外，基本上都对外资开放了，欢迎外资进入，欢迎跨国公司进入，其中也包括中国的投资和跨国公司，这也是我们的机遇。

4. 中国已经成为 WTO 成员了，我们一方面要在国内尽义务，另外一方面，我们也可以到国外享受我们该享受的权力。中国企业进入到其他的世贸组织成员国内市场时，它们也应该给我国企业国民待遇，比如说在市场准入方面和日常经营等方面。

##### (二) 遇到的挑战

1. 从国内来讲，我们的遇到的挑战就是企业现在的规模实力还不强，品牌还不够知名，竞争力还比较低，自主创新能力还有待提高。

2. 从国外来看，有一个最大的挑战，就是现在发达国家已有的跨国公司已经把全球的市场和资源基本上占得差不多了。跨国公司全球的销售网络，生产网络，研发网络，采购网络、融资网络基本布局都已经完成，给我们余下的空间比较小。人家都坐好位置了，我们想办法去再挤出一个位置，这是中国跨国公司成长必须面对的最大的挑战。

#### 五、加快发展中国跨国公司的政策措施建议

(一) 在扶持大企业走出去的同时，也要兼顾中小企业。说到跨国公司，人们往往理解为世界 500 强，理解为塔尖上的那些企业，实际上 64000 家跨国公司中大多数是中小型的，它们位于塔的底部，它们是跨国公司的主体。在专门针对中小企业的“全球最佳小公司”评选中，2002 年度中国只有 4 家人选，仅占 0.02%，这无疑也向我们敲响了警钟。今后，国家应象重视与扶持大企业和大集团发展一样，重视和扶持中小企业的发展，加大支持力度，强化中国中小企业的国际竞争能力，发展中小型跨国公司。同时，中国跨国公司的所有制结构应多元化，应大力发展非国有的跨国公司。

(二) 适当放宽外汇管制，加大企业海外投资力度。支持和允许符合条件的中国跨国公司将其自有外汇资金用于境外运作。海外投资的发展是中国跨国公司成长的基础，已经走出去的企业是培育跨国公司的土壤。一国跨国公司的发展规模及数量与该国外投资的规模成正比。

(三) 政府相关部门应制定培育中国跨国公司发展的战略和规划，并制定相应的管理和扶持政策。日本和韩国的经验说明，加快发展跨国公司，需要一定程度的政府扶持。政府在扶持跨国公司发展时，需坚持市场取向原则和择优扶持原则。在市场经济

条件下，政府职能定位的总思路为企业营造一个良好的市场环境。

(四) 企业要制定和实施国际品牌战略。培育核心竞争力强的跨国公司，需要拥有自主知识产权和自己的品牌。要从国家的角度，推进企业品牌战略的实施，重视无形资产的评估、管理、保护和开发利用，实施知识产权保护战略。培育品牌，特别要注意发展自主知识产权。国际知名品牌的发展经验说明，企业应先塑造国内名牌，然后再逐步发展为世界的名牌。有了名牌，企业就可以在境外扩大影响力，制造业企业可以发展定牌制作（OEM），服务业的企业则可以实施境外特许经营等企业扩张方式。

(五) 加快提升中国企业的国际竞争力，尤其是核心竞争力。简单来说，企业核心竞争力就是企业在经营过程中形成的独树一帜的、不易被竞争对手效仿和复制的、支持企业持续竞争优势的能力。可以说，核心竞争力是企业所有能力中最关键和最根本的能力，核心竞争力的强弱，决定了一个企业在市场竞争中的地位 and 命运，决定了一个企业的生死存亡，决定了中国跨国公司的成长速度和存续时间。培育核心竞争力的关键是要拥有较强的自主创新能

力，而且要主业突出。在培育企业核心竞争力的过程中，要特别注意处理好一元化经营与多元化经营的关系。因此，中国企业可以通过不断进行技术创新、营造品牌优势、扩大规模实力、保护无形资产、注重引进和培养人才等手段来培育和提高自己的核心竞争力。

(六) 进一步改革对外投资的审批管理体制。首先，进一步下放对外投资审批权限，简化审批程序，尽快实现网上申报和网上发证；其次，强化信息咨询服务，为企业提供有关东道国投资环境和产业发展状况方面的咨询建议与报告；再次，完善法律体系，为海外投资提供法律保障。

(七) 有一些相关问题需要超前研究。第一，发展中国的跨国公司对国内就业的影响以及如何直接和间接带动国内就业的问题；第二，会不会导致国内产业空心化，如何与国内产业实现结合、带动和服务；第三，如何与国家的对外贸易发展战略、国际能源与资源开发战略以及外交战略等战略实现协调，相互配合；第四，哪些类型的企业不需要发展成为跨国公司？哪些类型的企业不能够发展成为跨国公司？