

中国制造业企业对外直接投资： 模式，动机和挑战

王碧珺 王辉耀

一 引言

长久以来，一个根深蒂固的印象是跨国企业的母国是发达国家，而东道国是发展中国家。然而近年来，来自发展中国家和新兴市场国家，诸如中国、印度、巴西、墨西哥以及南非的跨国企业不断涌现，全球跨国直接投资舞台呈现出新的生机和特点（Dunning, Kim 和 Park, 2007）。

Dunning（1981a）提出的投资发展路径理论描绘了跨国企业出现的宏观背景。他指出，随着一国人均收入水平的提高，该国逐渐从外商直接投资的东道国，变为既是外商直接投资的东道国也是对外直接投资的母国。

尽管外商直接投资对中国经济增长的贡献有目共睹，但较少认识到的是中国已经成为全球对外直接投资舞台上重要的参与者。从 2003 年至 2009 年，中国对外直接投资年均增长 55%。这一增长率超过了同期外商对华直接投资的增长。但在投资存量上，中国对外直接投资存量仍然有限。

关于中国对外直接投资的研究相对较新，但增长很快。一些研究描绘了投资的历史趋势，行业和目的地构成，以及政府政策的演变（Wu 和 Chen, 2001；Deng, 2003, 2004）。另一些研究进行了详尽的案例分析，尤其是针对那些具有广泛影响力的案例（Liu 和 Li, 2002）。近年来，大量的研究从实证上检验了中国对外直接投资的决定因素（Buckley 等，

2007)。所有这些分析都为我们理解中国对外直接投资提供了有益的视角。

然而，系统的中国对外直接投资的研究仍然不充分和不全面。例如，我们没有确切地对中国制造业对外直接投资分行业和分国家的描述。我们也不知道中国企业在海外的绩效如何。这很大程度上是因为无法获得更加全面的细化的数据。唯一的官方数据由商务部每年公布，然而只公布加总的数据（分别有对各东道国或在各行业的对外直接投资数据，没有公布对各东道国在不同行业投资额的数据）。

为了部分弥补这一缺陷，我们收集了在中国国家发展和改革委员会网站上公布的可查找到投资额的发生在 2003 年至 2009 年之间的对外直接投资项目数据。全样本是 226 个项目，其中 104 个投资是由制造业企业进行的。在这 104 个项目中，我们删除其中的 30 个项目，因为其投资于采矿业，于是剩下的 74 个项目作为本章节的样本数据^①。

基于这一样本数据，本章节试图探讨的问题是：中国制造业企业对外直接投资呈现怎样的模式和特点？这些企业对外投资时拥有像发达国家跨国企业那样的竞争性优势吗？如果没有，中国企业的优势何在？他们海外直接投资的目的是什么？是如何实现的？中国制造业企业对外直接投资面临哪些挑战？

本文的分析发现，中国在制造业上的对外直接投资与在其他行业上的呈现不同的特点。首先，主要的投资者是民营企业而不是国有企业。其次，绝大多数制造业投资位于发达国家。最后，中国制造业企业对外直接投资的主要动机是获取技术和战略性资产（主要是品牌）。为了实现这一目标，建立海外研发中心，与在位者建立合资企业，群簇对外直接投资等成为被广泛使用的对外直接投资方式。而兼并收购海外企业日渐成为主要的方式。

我们认为，不同于之前来自发达国家的跨国企业，中国的跨国企业很少

① 虽然中国对采矿业的海外直接投资也很重要和有意思，但基于两点原因我们不将其纳入本章样本：第一，对采矿业投资的性质和特征与其他行业存在明显不同，因此，对采矿业投资应该单独进行分析；第二，大部分中国企业对采矿业的投资由大型集团企业或其子、孙公司进行，这些企业的经营范围极广，从制造业到诸如批发、零售、贸易、房地产等服务业都涉足。

具有特属企业的所有者优势，主要是核心技术、组织和管理能力以及品牌。它们所具有的是特属母国的优势，例如来自政府的资金支持，以及在部分劳动密集型行业的比较优势。与来自发达国家半个多世纪之前的海外直接投资相比，中国企业如今面临不同的环境，这一环境特点是全球化的整体浪潮和中国紧密的融入世界经济。

我们同时认为，中国制造业企业对外直接投资能否成功取决于这些企业是否有能力整合、运营其并购的资产和企业，是否有能力不仅与目标企业，而且与东道国的各相关方（例如当地社区）建立双赢的关系。

二 规模，投资者和投资目的地

2004 年之前，中国企业对外直接投资的规模十分有限。然而 2004 年之后，随着中国经常账户盈余的急速扩张以及人民币的逐渐升值，其海外直接投资脚步加快。海外直接投资流量从 2003 年的 29 亿美元增加到 2009 年的 565 亿美元，年均增长率达到 55%（见图 1）。同期，其占全球比例也从 0.5% 增加到 5.1%。2009 年，中国不仅仅是最大的发展中国家对外直接投资者，同时也是仅次于美国、法国、日本和德国的第五大投资者。

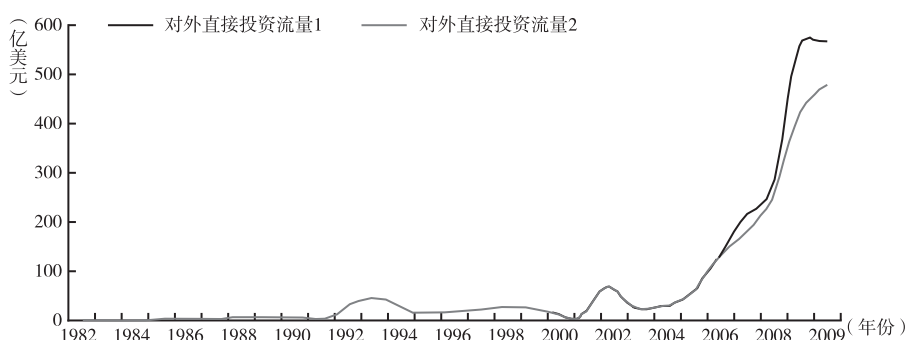


图 1 中国对外直接投资流量

注：（1）在对外直接投资流量 1，从 2002 年至 2005 年的数据是非金融对外直接投资数据，而从 2006 年至 2009 年的数据是所有对外直接投资数据。（2）在对外直接投资流量 2，从 2002 年至 2009 年的数据都是非金融对外直接投资数据。

资料来源：从 1982 年至 2001 年的数据来自于 UNCTAD（联合国贸易及发展会议数据库）；从 2002 年至 2009 年的数据来自于商务部自 2003 年每年公布的《中国对外直接投资统计公报》。

然而，同期中国在制造业上的海外直接投资并没有同步增长。正如图 2 所示，在 2005 年的急剧上升后（很大程度上是受到联想并购 IBM 个人电脑业务的影响），中国在制造业上对外直接投资的流量在 2006 年减少到 10 亿美元。2007 年反弹到 21.3 亿美元。之后，受到全球金融危机的影响，中国在制造业上海外直接投资在 2008 年减少了 17%，但是很快在 2009 年反弹到新高。

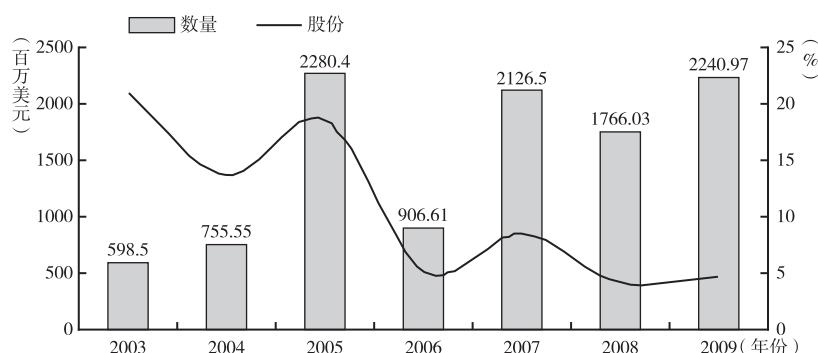


图 2 中国在制造业上对外直接投资流量，投资额和占非金融对外直接投资比例

资料来源：商务部《中国对外直接投资统计公报》。

由于相对增长较慢，制造业在中国对外直接投资的比重从 2003 年的 21% 下降到 2008 年和 2009 年平均的 5%（见图 2）。这与发达国家 24% 和发展中国家 15% 的平均比例形成鲜明的对比（见表 1）。相应的，中国在采矿业和服务业上有更多的投资。

中国在制造业上对外直接投资比例的下降部分是因为中国在能源上（例如石油、铁矿石等）对外直接投资的规模都很大。第二个原因是，虽然针对企业海外直接投资的审核和批准程序都已简化，但获得审批仍然需要不短的时间。一般而言，中国企业必须获得不同层级的发改委、商务部、中国海关和国家外汇管理局的批准。这一过程显然不利于便利中国制造业企业对外投资，这一过程也可能使得他们错过一些投资机会。有估计认为大约 50% 浙江省的民营企业在进行海外直接投资时通过各种途径绕过了国家的审批过程（Huang, 2010），从而制造业企业对外直接投资数据被低报。

表 1 对外直接投资流量行业分布（2006 ~ 2008 年）

单位：%

部门/行业	发达国家	发展中国家	世界	中国
第一产业	7.8	8.4	8.0	18.7
农、林、牧、渔业	0.0	0.3	0.1	0.6
采矿业、石油	7.8	8.1	7.9	18.1
制造业	24.1	15.0	23.2	4.7
服务业	60.0	69.3	60.9	76.6

资料来源：Wang 和 Huang（2011）。

唯一的官方公布的中国对外直接投资详细数据是商务部自 2003 年每年公布的《中国对外直接投资统计公报》，但是这一数据是加总数据^①。为了获得更加详尽的信息，我们收集了公布在国家发改委网站上的可查找投资额发生在 2003 年至 2009 年之间的项目投资数据。我们的研究集中分析其中 74 个由制造业企业进行的海外直接投资项目。

中国在制造业上对外直接投资呈现出与其在其他行业上不同的特点。

第一，中国在制造业上对外直接投资的投资者主要是民营企业而不是国有企业，62.2% 的数量和 64.0% 的投资额都是由民营企业贡献的（见表 2）。作为对比，整体上中国对外直接投资的主要投资者是国有企业，从 2006 年至 2009 年，其在投资额上平均占比为 72%。

第二，中国在制造业上的海外直接投资主要位于发达国家而不是发展中国家。对于民营企业而言，发达国家在数量上占比 65.2%，在投资数额上占比 81.5%。对于国有企业而言，这些比重更高，分别为 85.7% 和 95.1%（见表 2）。作为对比，从 2003 年至 2009 年，中国对外直接投资中发达国家平均仅占 40%。

表 2 中国制造业企业对外直接投资的部分目的地（2003 ~ 2009 年）

民营企业			国有企业		
经济体	数量	数额（亿美元）	经济体	数量	数额（亿美元）
美国	6	19.310	韩国	2	5.999
韩国	2	3.828	法国	2	4.086

① 商务部只公布中国对外直接投资对各国或者在各行业的流量和存量，但是不公布中国企业对各国在各行业的流量和存量。

续表

民营企业			国有企业		
经济体	数量	数额(亿美元)	经济体	数量	数额(亿美元)
香港	6	3.734	意大利	1	2.500
老挝	1	1.972	澳大利亚	1	1.776
越南	5	1.770	奥地利	1	1.389
百慕大	1	1.350	美国	5	1.195
德国	10	1.251	德国	7	0.953
日本	2	1.096	英国	1	0.870
印度	1	0.600	荷兰	1	0.478
新加坡	1	0.550	老挝	2	0.390
俄罗斯	2	0.489	印度	1	0.350
加拿大	1	0.350	捷克	1	0.300
柬埔寨	2	0.338	卢森堡	1	0.293
墨西哥	1	0.276	印度	1	0.291
澳大利亚	1	0.098	日本	1	0.046
意大利	1	0.068			
埃塞俄比亚	1	0.050			
尼日利亚	1	0.020			
马里	1	0.015			
加总	46	37.164	加总	28	20.9
占全部比重(%)	62.2	64.0	占全部比重(%)	37.8	36.0
发展中国家	16	6.880	发展中国家	4	1.031
占民营企业比率(%)	34.8	18.5	占国有企业比率(%)	14.3	4.9
发达国家	30	30.284	发达国家	24	19.884
占民营企业比率(%)	65.2	81.5	占国有企业比率(%)	85.7	95.1

资料来源：基于作者从国家发改委网站上收集的数据的计算。

三 没有优势的跨国企业

现有的基于发达国家跨国企业经验的理论认为，对外直接投资企业在海外市场探索时，需要拥有某些唯一的和可持续的竞争性优势（特属于所有权的优势）：

第一类竞争性优势是拥有垄断力量，从而在最终产品市场上形成某种程度的进入壁垒（Bain，1956；Hymer，1976）。

第二类竞争性优势在于拥有某些稀有的，唯一的和可持续发展的资源和能力，这本质上反映了某公司相对于其竞争者超群的技术和效率（Dunning, 1958; Safarian, 1966）。例如，专利、品牌或者生产流程。

第三类竞争性优势在于拥有在全球范围内识别、评估和治理的资源和能力，从而在最大程度上实现公司长期利益的提升。这一方面的竞争性优势尤其为那些管理学和组织学的学者所强调，例如 Prahalad 和 Doz（1987），Bartlett 和 Ghoshal（1989, 1993）。

除了这些特属于所有权的优势外，Dunning（1981b, 2001）提出的 Eclectic Paradigm 理论还融入了另外两个优势，区位优势 and 内部化优势，拥有这三种优势，企业就具备了跨国经营的竞争力。区位优势和内部化优势都有助于企业运用其特属于所有权的优势，区位优势来源于投资的特定东道国，而内部化优势来源于企业的管理、组织和制度。

中国企业似乎不具备特属于企业的所有权优势。经过三十年的改革，相对于全球巨头而言，它们在技术水平、管理能力和品牌等方面竞争力仍然不强。国有企业依旧受到政府的行政性制约。而民营企业虽然表现出一定程度的企业家精神，但仍无法在全球范围内参与竞争（Nolan, 2001）。

相对于其他产业，中国在制造业上具有一定的优势，但这样的优势集中于技术含量不高的产品，例如钢铁、煤矿、水泥、电视机、洗衣机、电冰箱、空调、微波炉和摩托车等。但即使对于这些产品，中国企业的主要贡献仍限于组装和制造，因为它们不拥有核心技术。相反，中国企业严重依赖进口零部件和技术。例如，格兰仕如今是世界上最大的微波炉制造商，但是其关键零部件“磁场控制管”仍然依靠进口。虽然中国已经成为世界上最大的空调制造地，但是其柜式空调的制造依赖美国公司生产的“涡旋压缩机”，而变频空调的生产仍然依靠日本的技术。

中国对外技术依赖率超过 50%，而发达国家平均不到 30%，美国和日本大概是 5%（Lu 和 Zhang, 2007）。因此，超过一半的“中国制造”依赖海外技术，主要是美国、日本和德国的技术（Li, 2007b）。这意味着中国制造业企业的利润率很低，较大一部分利润由提供技术和其他服务的跨国企业获取。这另一方面也使得中国企业从事创新和研发的动力不够和能力不足。

中国还缺乏世界知名的品牌。正如表 3 所示，根据“2009 年全球最佳品牌 100 强”，前十名中八家企业是美国公司，而这 100 强中没有一个品牌

属于中国公司。至于中国最佳品牌前十名，除了海尔外，所有其他九个品牌都是央企，集中分布在那些垄断和高度控制的行业，例如金融、能源、电信、石化和航空。唯一的民营企业是家用电器制造商海尔集团。然而，其品牌价值相对较低，只有 94 亿美元。

表 3 世界和中国品牌前十强

2009 年世界最佳品牌				2009 年中国最佳品牌		
排名	公司名	品牌价值 (10 亿美元)	所属国家	排名	公司名	品牌价值 (10 亿美元)
1	可口可乐	68.7	美国	1	中国工商银行	18.3
2	IBM	60.2	美国	2	国家电网	17.5
3	微软	56.6	美国	3	中国中央电视台	15.9
4	通用电气	47.8	美国	4	中国移动	15.6
5	诺基亚	34.9	芬兰	5	中国人寿保险	12.1
6	麦当劳	32.3	美国	6	中国航空航天	10.5
7	谷歌	32.0	美国	7	中化集团	10.1
8	丰田	31.3	日本	8	中国铁路	10.1
9	英特尔	30.6	美国	9	海尔	9.4
10	迪斯尼	28.4	美国	10	中国银行	9.3

资料来源：Interbrand 咨询公司公布的全球最佳品牌，世界品牌实验室公布的中国最佳品牌。

尽管如此，这并不意味着中国海外直接投资企业不具备任何优势。事实上，Dunning（2000）承认来自发展中国家跨国企业的竞争力与现有理论所考虑和阐述的不同。世界投资报告（WIR 2006）总结了发展中国家跨国企业三个方面的竞争力。

第一类是基于专业知识和技术的所有权优势，这些优势主要表现在诸如消费者电子、电子产品、食品和饮料、重工业和交通设备等行业。

第二类优势来源于母国的资源或在母国的经营行为。这可以是新技术的早期应用（后发优势）。也可以是能获取便宜的资金，而这些资金最终来源于较高的储蓄率，贸易顺差或者拥有丰富的大宗商品。

第三类优势来源于在生产价值链上某些环节的专业化生产。这通常发生在诸如电子、汽车零部件和服装等行业。

对于中国而言，相对于第一产业和服务业，其制造业部门在出口市场上具有显示性比较优势，在国内产业上发展程度也更好（Wang 和 Huang，

2011)。一方面，新中国成立六十年来，中国已经建立了一套相对成熟的制造业体系。在机械制造业、金属冶炼业、家用电器业和纺织业上，中国具有标准的，尽管不必然是最先进的技术（Li，2007b）。这些行业成熟的技术十分符合中国和其他欠发达国家的需要。

另一方面，中国对外直接投资获得了国内强大的支持。中国本身市场巨大，这意味着中国企业如果在海外市场亏损，其可以通过国内市场的利润来进行弥补。例如，中国消费电子制造商 TCL，一直在海外市场上亏损，但国内市场上的盈利使其仍然能够生存。中国政府十分重视中国企业“走出去”战略。为了促进中国企业对外直接投资，政府政策支持围绕五个领域：为企业进行海外直接投资提供激励机制；简化行政审批流程，包括更加透明的制度和将权限下放；放松资本管制；提供海外投资机会的信息和指引；减少投资风险（Buckley 等，2008；Luo 等，2010；Lu 等，2010）。

中国的民营企业有其自身的独特优势。它们规模小，管理结构简单，适应能力强，以及具有企业家精神。它们集中分布在那些具有较高竞争性，劳动密集型行业，并且它们比国有企业具有更高的生产率（Dougherty，Herd 和 He，2007）。同时，相对于国有企业，民营企业更容易被东道国社会所接受，尤其是投资在那些战略性资源和高技术部门。

然而，中国制造业企业特属于行业和特属于母国的优势并不能弥补它们在特属于企业和所有权优势的缺失。相反，前者是一把双刃剑，尤其是牵涉政府的参与。原因有三：第一，企业有时不得不在从政府获取资金支持和潜在失去自主决策的可能性之间作出平衡（Child 和 Rodrigues，2005）；第二，政府在企业对外直接投资活动的参与可能会受到东道国当局的抵制，因为东道国会担忧中国投资者背后的政治动机；第三，强有力的政府金融和政策支持可能导致国内企业在进行海外投资时过于匆忙，他们的投资决策可能不是基于其自身的技术和管理能力或者是投资机会本身，而很可能是基于便宜的银行贷款和政府补贴（Lu 等，2010）。

四 动机和进入模式

中国企业应该在积累了足够的特属于企业和所有权的优势后再进行海外直接投资吗？答案是：不一定。现有的对外直接投资理论是基于发达国家跨

国企业的投资经验。然而，Dunning's OLI 分析框架并不能很好解释这些跨国企业是如何获取其最初的竞争性优势的，也不能解释后起的跨国企业如何赶超先行的跨国企业（Li, 2003, 2007a; Mathews, 2002, 2006; Yeung, 1994）。

随着日本和亚洲四小龙（中国台湾，韩国，中国香港和新加坡）的崛起，人们发现，来自这些国家的跨国企业最初并不拥有核心竞争力。相反，他们还有资源孱弱的劣势，试图与技术和商业主流寻求联系（Mathews, 2002）。

如今的中国企业所处的环境与他们又不一样。

一方面，经济全球化意味着跨境的商品、服务、资本和劳动力流动的壁垒逐渐减少，从而降低跨国经营的成本。再加上中国政府通过提供低成本的资金和财政补贴的政策支持，以及东道主国家为了吸引外商直接投资而提供的优惠性政策，使得中国企业能够在其积累足够的特属于所有权优势之前从事海外直接投资。

另一方面，经济全球化还意味着各国经济与全球经济的融合。这导致本国存在激烈的竞争压力，企业无法再躲在保护主义壁垒的背后生存（Bartlett 和 Ghoshal, 2000）。尤其对于中国的民营制造业企业，他们一方面面临来自外商投资企业的激烈竞争，另一方面无法完全享受国有企业从政府获得的支持（Buckley, Clegg 和 Wang, 2002; Child 和 Rodrigues, 2005）。这使得民营企业有强烈的动机到海外进行直接投资，获取诸如研发设施、技术、品牌、分销渠道和管理经验等战略性资产，从事“资产修正”型对外直接投资，而不是传统的“资产利用”对外直接投资。

除了寻求技术、品牌、分销渠道外，中国制造业企业对外直接投资还有如下动机。

“制度逃逸”（Witt 和 Lewin, 2007）：许多中国企业到海外投资是为了避免仅仅在国内市场经营的竞争性劣势（Boisot, 2004）。这些劣势包括地方保护主义、较难获取资金、缺乏知识产权保护以及高技术和知识性人才的供给不足等（Zhang, 2005）。

寻求市场：对机械和电子产品、家用电器等制造业产品而言，国内市场已经日趋饱和。据估计，中国制造业部门产能过剩达到 40%（Li, 2007b）。这些产品在其他国家的市场上仍然有较大需求，这类需求通常通过出口来满

足。然而，非关税壁垒和其他贸易保护主义仍广泛存在，尤其是在此次金融危机后，且越来越多的针对中国（Peng 等，2008）。为了绕过这些贸易壁垒，拥有更多出口经验的企业更可能从事海外直接投资（Buckley 等，2008）。

提高效率：中国持续高速的经济增长部分归功于较低的劳动力成本。然而，近年来，中国劳动力成本呈现持续上涨的趋势，同时，工业用地的使用费用也增加，对环境保护的要求也愈发严格。这些因素增加了中国制造业企业在国内的生产成本，迫使它们在海外寻求更加便宜的生产区位。事实上，中国目前已经成为越南最大的外商投资者。

寻求自然资源：国内有限的自然资源和日益高涨的国际市场价格，使得中国制造业企业有动机到海外市场寻求诸如石油、天然气、木材等原料。

为了识别中国制造业企业对外直接投资的主要动机，我们将从国家发改委网站上收集到的 74 个项目信息根据 Dunning（1993）和 Buckley 等（2006）的定义进行分类，结果如表 4 所示。

表 4 中国制造业企业对外直接投资动机^①

		获取市场	获取自然资源	获取技术	获取其他 战略性资产 ^②	提高生产效率
民营企业	投资数量(个)	10	3	14	9	10
	%	21.7	6.5	30.4	19.6	21.7
	投资额(亿美元)	3.09	2.938	6.217	22.722	2.193
	%	8.3	7.9	16.7	61.1	5.9
国有企业	投资数量(个)	11	1	13	2	1
	%	39.3	3.6	46.4	7.14	3.5
	投资额(亿美元)	5.72	1.776	10.425	2.743	0.25
	%	27.35	8.49	49.85	13.12	1.20
总计	投资数量(个)	21	4	27	11	11
	%	28.38	5.41	36.49	14.86	14.86
	投资额(亿美元)	8.815	4.714	16.642	25.465	2.443
	%	15.18	8.12	28.65	43.85	4.21

①制度逃逸型对外直接投资在没有进行深入的案例分析的情况下，较难确定，因此没有纳入本书的考量范围。

②其他战略性资产指的是有助于增加或者完善特属于企业优势的资产，主要包括品牌、分销渠道等。

资料来源：基于作者从国家发改委网站上收集的数据的计算。

可见，对于中国制造业企业而言，不管是民营企业，还是国有企业，对外直接投资的主要动机都在于获取技术和其他战略性资产。寻求市场是第二重要的动机，28%的投资项目和15%的投资额是为了开拓或扩大海外市场。相较而言，获取自然资源不是主要驱动力，只有6.5%的民营企业和3.4%的国有企业从事这类海外投资。这一发现并不与抓人眼球的中国企业在海外买石油、铁矿石和其他自然资源的报道相悖。正如前文所述，这74个投资项目是在剔除了在采矿业、发掘业和石油开采业上投资后纳入研究样本的。本文主要的研究对象是制造业企业，而大量的自然资源寻求型投资是由大型企业集团进行的。

提高生产效率是最次要的对外直接投资动机，尤其是对于国有企业而言。仅仅总投资额的4.21%和国有企业投资额的1.2%是为了提高生产效率而在海外进行直接投资。这与日本海外直接投资初期的情况十分不同。一个可能的原因是中国有广大的内陆区域，随着沿海生产成本的上升，企业可以将生产转移到中西部地区，而不一定要转移到海外。

对于中国制造业企业而言，通常有四种策略获取技术和品牌。

第一个策略是在海外建立研发机构。尤其是在发达国家建立研发分支，这一策略不仅有助于直接获取海外技术，而且还可以享受东道国的技术聚簇和创新中心的外部溢出效应（UNCTAD，2005）。华为1999年以来在包括美国、德国、瑞典、俄罗斯和印度等国建立了17个研发机构，还与世界顶级企业，例如英特尔、德州仪器、高通公司、微软、IBM和惠普合作建立了20多个创新中心。在强大的研发力量的支持下，华为在2009年成为全球仅次于爱立信的第二大通信设备制造商。格兰仕，中国领先的微波炉、空调和小家电制造企业，为了提高技术能力，投资超过两千万美元在西雅图和华盛顿建立研发中心（Deng，2007）。海尔集团，中国领先的家用电器制造商，已经在洛杉矶和波士顿建立了设计和研发中心，试图在东道国获取技术和信息并将其转移回母公司。

第二个策略是与发达国家的东道国在位者建立合资企业。TCL，中国最大的彩电制造商，就是这一策略的典型执行者。2003年11月，TCL和法国汤姆逊公司（Thomson SA）建立合资企业TCL-Thomson Electronics（TTE）生产电视机和DVD机。TCL在合资企业中占股67%，Thomson SA持有余下股份。合资企业TTE生产的电视机在亚洲以TCL的品牌销售，在欧洲和北

美以 Thomson 和 RCA 品牌销售。合资企业使得 TCL 可以利用汤姆逊在北美和欧洲的渠道和经验、RCA 技术，以及被广泛认可的 Nipper 商标。合资企业 TTE 还使得 TCL 获取汤姆逊在新加坡、墨西哥和欧洲的世界级研发能力。2004 年 4 月，TCL 投入 5500 万欧元与法国移动公司阿尔卡特（Alcatel）建立合资企业，获取 55% 股权。通过这一交易，TCL 得以进入欧洲移动电话市场，并且获取相应的核心技术（Deng, 2007）。然而，这一策略的潜在风险是中国企业可能在技术和认同感上被东道国合资方所主导，从而当中国企业发布自身品牌时，外国合资方会加以阻挠和反对，两者变成竞争者（Child 和 Rodrigues, 2005）。

第三个策略是兼并收购海外企业。由于兼并收购为企业获取技术、品牌和建立研发能力提供了快捷的渠道，这一策略已被中国企业广泛使用。最著名的例子是联想在 2005 年以 17.5 亿美元收购 IBM 的个人电脑业务。这一收购使得联想成为世界第三大个人电脑制造商。通过这一交易，联想还获取了全球个人电脑行业领先的“Think”系列家族品牌。联想还可以利用 IBM 的全球经销渠道和网络，以及在美国北卡罗来纳州的研发中心。同时，联想还被 IBM 认可为优先的个人电脑供应商，并且使用 IBM 品牌五年。联想的交易只是中国制造业企业进行海外兼并收购的序曲。从 2005 年到 2009 年之间，根据不完全统计，有 15 起总投资额达 9.047 亿美元的交易（见表 5）。几乎所有兼并收购的目标企业都位于发达国家，尤其在德国和美国，集中在机械工具、家用电器、手机、零部件、纺织业和混凝土机械等行业。

第四个策略是“集聚式对外投资”，这一策略在中国民营中小企业中应用较多。中国民营中小企业的规模小、分布广、经营灵活。当进行海外直接投资时，它们通常会充分利用海外华侨的网络力量以便更好地获取东道国的投资机会和经营风险等信息。中国政府通过在海外建立工业和科技园区，在帮助中小企业集聚式走出去中也发挥了重要的作用。大多数工业和科技园区位于发展中国家，以便转移中国部分劳动密集型行业或产能过剩行业。但也有一些位于发达国家，以便获取当地的技术溢出效应，联络当地产品市场，以及获取消费者信息。

例如，美国中国天津商贸工业园位于美国南卡罗来纳州格林维尔市，建立于 2004 年，园区总面积 30 万平方米，总投资 1000 万美元，该园区的设立旨在帮助中国企业开拓美国市场，推动在美国设立加工装配厂、销售中心

表 5 主要的中国制造业企业的海外兼并收购

投资企业	投资额 (百万美元)	目标企业	东道国	年份
上海电气实业公司	1.2	沃伦贝格公司	德 国	2005
TCL 集团	10.0	美国 Vedio 公司	美 国	2005
南京汽车集团	87.0	英国罗孚汽车公司	英 国	2005
上海保隆汽车科技股份有限公司	4.0	美国百年企业 (Dill 工厂)	美 国	2005
丹阳大亚科技集团有限公司	7.0	美国凯普公司	美 国	2005
浙江弘生集团	5.0	德国 GROSS 纺织机械有限公司	德 国	2006
无锡尚德太阳能电力有限公司	107.0	日本光伏生产商 MSK 公司	日 本	2006
杭州机床集团有限公司	7.5	德国 aba z&b 磨床有限公司	德 国	2006
大连机床集团	13.8	德国兹默曼公司	德 国	2006
四川世纪双虹显示器件有限公司	99.9	韩国 ORION PDP CO. LTD 公司 (韩国欧丽安公司)	韩 国	2006
哈尔滨量具刀具集团	13.0	德国凯狮公司	德 国	2007
新疆金风科技股份有限公司	60.4	德国能源股份公司 (VENSYS ENERGY AG)	德 国	2008
长沙中联重工科技发展股份有限公司	250.0	Compagnia Italiana Forme Acciaico S. P. A. 公司	意大利	2008
西安飞机工业 (集团) 有限责任公司	138.9	奥地利最大的波音飞机配件公 司 FACC	奥地利	2009
北京京西重工有限公司	100.0	美国德尔福公司	美 国	2009

资料来源：基于作者从国家发改委网站上收集的数据的计算。

和贸易机构。两年后，通领科技集团在美国亚特兰大投资 3000 万美元建立高科技工业园区。除了美国，中国 2007 年在韩国也建立了工业园，目的是吸引在信息、电子、生物工程和新材料等领域的高科技企业入驻。

五 面对的挑战

尽管中国企业海外直接投资在 2003 年之后显著增加，但这些投资的整体业绩却不尽满意。有研究表明只有 30% 盈利，40% 盈亏基本平衡，而余下的 30% 则亏损 (Ding, 2007)。例如，TCL 与法国移动公司阿尔卡特 (Alcatel) 建立的合资企业就给 TCL 带来了巨大的损失。

海外投资具有较大的风险，对任何企业如此，对中国企业犹是。缺乏特

属于企业和所有权的优势，大量中国制造业企业海外直接投资是为了“修正资产”而不是“利用资产”。然而，即使对于“修正资产型”对外直接投资，正如 Dunning（2000）所指出的，企业也需要具备某些特殊的和可持续发展的资源和能力。

这些资源和能力与一个企业的“吸收能力”（Absorptive Capacity）密切相关。所谓“吸收能力”是指企业识别和吸收外界信息，并将其应用于自身商业活动中的能力（Cohen 和 Levinthal，1990）。事实上，企业海外投资的真正挑战来源于投资后的整合。这包括：如何与外国股东建立双赢的关系，如何协调企业层面和国家层面的文化差异，如何组织分散在全球的经营活动，如何与东道国的监管者、工会、雇员以及当地的社区建立良好的关系，如何吸收获取的技术，如何运营并购的品牌等。

中国的制造业企业并没有足够的能力和和经验处理以上问题。而中国和东道国在制度上的差异使得中国企业更有可能与外国股东、当地监管者、雇员、当地社区在管理理念、企业文化、激励机制、领导风格、管理流程上产生冲突（Luo 和 Tung，2007）。同时，中国企业落后的公司治理和管理水平削弱了它们整合、吸收、运营所并购的战略性资产的能力。对于国有企业而言，由于产权界定不明，所有者往往抽象而模糊，而管理者则没有足够的激励去经营好企业，也缺乏有效的监管。这些缺陷也不利于其在海外的分支建立有效的公司治理机制。而民营企业，虽然产权界定清晰，但通常受制于个人或者家族的影响，从而不利于吸收人才和形成专业化管理。

中国的制造业企业对外直接投资的另一个挑战是在发达国家有可能面临的进入壁垒。中国与西方社会在意识形态上的差异，常常使得有关于中国及其经济崛起欠缺公允的报道。另外，西方政治体系具有分权的特征，各方相互制约。中国企业投资海外不可避免地会受到不同的政府部门、政治团体、地方政府、利益集团等各方势力的影响（Tang，2009）。这样的环境给不熟悉的中国企业增加了额外的挑战。

然而，进入壁垒并不能完全归咎于东道国。中国企业也应该从自身找原因。不管是国有企业还是民营企业，其公司治理都面临缺乏透明度的问题。东道国外界对于中国投资者无从了解。同时，中国企业也不善于与当地媒体和社区进行有效充分的交流。这类自我封闭的投资习惯不可避免地增加了东道国对于中国企业真实投资动机的怀疑。

同时，中国企业也应该思考一下其能够给东道国作出怎样的贡献。中国政府不遗余力地吸引外商到中国进行直接投资，一个重要的原因是外商企业带给中国的不仅仅是资金，而且是技术、就业，以及其他的正面溢出效应。相反，如果中国企业到海外投资仅仅是为了将技术和资源带回国，也难怪东道国会抵制这样的投资。

因此，进入壁垒的降低取决于，一方面，中国制造业企业如何能够充分的和有效的与东道国各相关方建立良好的公共关系。另一方面，中国企业是否能与东道国目标企业、当地社区建立双赢关系，考虑如何能够在东道国作出更广泛的贡献。

六 结束语

中国经济的崛起以及与全球经济的融合举世瞩目，然而，系统地分析中国作为海外直接投资者的研究则既不充分也不完全。本章节试图探讨中国在制造业上对外直接投资的模式、动机和挑战。

与其他行业不同，中国在制造业上的海外直接投资主要是民营企业主导的在发达国家的投资。中国的跨国企业也不同于发达国家的跨国企业，它们缺乏诸如核心技术、管理能力和品牌等特属于企业和所有权的优势。民营企业虽然富有企业家精神，但其在全球的竞争能力还有限，而国有企业仍然在很多方面受制于政府机构的行政性制约。尽管如此，中国制造业企业拥有特属于母国的优势，例如，为配合“走出去”战略，中国政府给予的优惠政策；国内完备的制造业体系；以及在某些制造业行业的比较优势等。

尽管缺乏传统跨国企业所具备的优势，本文发现中国制造业企业海外直接投资的重要动机是获取技术、品牌等战略性资产以及扩大海外市场。不同的进入策略有助于这些目标的实现，近年来，兼并收购海外企业成为日益重要的模式。然而，中国企业能否通过海外投资来提高自身的竞争力既取决于投资企业能否有效地整合和运营获取的战略性资产，又取决于在中国企业和东道国相关方之间能否建立沟通、交流和双赢的桥梁。

中国海外直接投资中制造业的比重较低，且从2003年以来呈现下降的趋势。这部分是因为中国在石油、铁矿石等资源项目上的投资额都巨大。但更为重要的是，这反映了中国制造业企业对外直接投资渠道还不畅通，行政

审批仍然繁杂。毫无疑问，中国企业应该尽量避免购买那些价格低廉的“垃圾”企业，以及在投资前做足尽职调查。

中国当前面临着经济增长模式的转变，从传统数量型的增长转变为可持续、包容性和环境友好型的高质量增长。海外直接投资，尤其是在制造业上的投资，是实现这一转型的重要途径。同时还有利于深化国有企业改革、提高民营企业的竞争力。如今跨国企业面临的国际环境既不同于 20 世纪 80 年代和 90 年代日本、韩国等跨国企业所面对的，也不同于 50 年代和 60 年代欧美跨国企业所处的。中国企业因此需要寻找符合自身特点的国际化经营模式。基于中国经济发展的经验，遵循着渐进性、分权以及市场驱动的思路，这一模式有待浮现。

参考文献

- Bain, J. S. (1956), *Barriers to New Competition*, Cambridge (Mass): Harvard University Press.
- Bartlett, C. A. and S. Ghoshal (2000), “Going Global: Lessons from Late Movers.” *Harvard Business Review*, 78, pp. 132 – 142.
- Beamish, Paul and Wang, Huiyao (1989), “Investing in China via Joint Ventures.” *Management International Review*, 29 (1): 57 – 64.
- Boisot, M. (2004), “Notes on the Internationalisation of Chinese firms.” Unpublished Paper, Open University of Catalonia, Barcelona, Spain.
- Buckley, P. J., Clegg, J., & Wang, C. (2002), “The Impact of Inward FDI on the Performance of Chinese Manufacturing Firms.” *Journal of International Business Studies*, 33 (4): 637 – 655.
- Buckley, P. J., Cross, A. R., Tan, H., Liu, X. and Voss, H. (2006), “An Examination of Recent Trends in Chinese Outbound Direct Investment.” CIBUL Working Paper, Centre for International Business Studies University of Leeds; Leeds.
- Buckley, Peter, Jeremy Clegg, Adam Cross, Xin Liu, Hinrich Voss, and Ping Zheng (2007), “The Determinants of Chinese Outward Foreign Direct Investment.” *Journal of International Business Studies*, 38, 499 – 518.
- Buckley, P. J. et al. (2008), “Historic and Emergent Trends in Chinese Outward Direct Investment,” *Management International Review*, 48 (6): pp. 715 – 748
- Chang, S. J. (1995), “International Expansion Strategy of Japanese firms: Capability Building through Sequential Entry.” *Academy of Management Journal* 38 (2): 383 – 407.
- Cheung, Y., & Qian, X. (2009), “The Empirics of China’s Outward Direct Investment.”

CESifo working paperno. 2621. Munich, Germany

Child, J. and Rodrigues, S. B. (2005), "The Internationalization of Chinese Firms: A Case for theoretical extension?" *Management and Organization Review* 1 (3): 381 – 410.

Cohen W. M. and D. A. Levinthal (1990), "Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation." *Administrative Science Quarterly*, vol. 35, no. 1, pp. 128 – 152, 1990.

Deng, Ping (2003), "Foreign Direct Investment by Transnational from Emerging Countries: the Case of China." *Journal of Leadership and Organizational Studies* 10 (2): 113 – 124.

Deng, Ping (2004), "Outward Investment by Chinese MNCs: Motivations and Implications." *Business Horizons* 47 (3): 8 – 16.

Deng Ping (2007), "Investing for Strategic Resources and its Rationale: the Case of Outward FDI from Chinese Companies." *Business Horizons* (2007) 50, 71 – 81.

Ding Gang (2007), "Chinese Firms' Operating Global: Status Quo, Problem and Strategy", in *Chinese Multinational Enterprises to the World for 2007*, China Economics Publishing House, 77 – 82.

Dougherty, S., Herd, R., & He, P. (2007), "Has a Private Sector Emerged in China's Industry? Evidence from a Quarter Million Chinese Firms." *China Economic Review*, 18 (3): 309 – 334.

Dunning, J. H. (1958), *American Investment in British Manufacturing Industry*, London: George Allen and Unwin, reprinted by Arno Press, New York.

Dunning, J. H. (1981a), "Explaining the International Direct Investment Position of Countries: towards a Dynamic or Developmental Approach," *Weltwirtschaftliches Archiv*, 117, pp. 30 – 64.

Dunning, J. H. (1981b), *International Production and the Multinational Enterprise*. London: Allen & Unwin.

Dunning, J. H. (1993), *The Globalization of business*, Routledge: London and New York.

Dunning, J. H. (2000), "The Eclectic Paradigm as An Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity." *International Business Review*, 9 (1), 163 – 90.

Dunning, J. H. (2001), "The Eclectic (OLI) Paradigm on International Production: Past, Present and Future." *International Journal of the Economics of Business*, 8, 173 – 90.

Dunning, J. H. (2006), "Space, Location and Distance in International Business Activities." Paper Presented at Annual Meeting of European Academy of International Business, Fribourg, Switzerland.

Dunning, J. H., C. Kim and D. Park (2007), "Old Wine in New Bottles, A Comparison of Emerging Market TNCs Today and Developed Country TNCs Thirty Years Ago." SLPTMD Working Paper. Oxford University: Oxford.

Huang Mengfu (2010), *The Investigation of Chinese Private Firms' Going Abroad*, China Financial and Economic Publishing, 2010.

Hymer, Stephen (1976), *The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment*, Cambridge: MIT Press.

Li, P. P. (1994), "Strategy Profiles of Indigenous MNEs from the NIEs: The Case of South Korea and Taiwan." *International Executives* 36 (2): 147 – 170.

Li, P. P. (2003), "Toward A Geocentric Theory of Multinational Evolution: The Implications from the Asian MNEs." *Asian Pacific Journal of Management* 20, 217 – 242.

Li, P. P. (2007a), "Towards an Integrated Theory of Multinational Evolution: The Evidence of Chinese Multinational Enterprises as Latecomers." *Journal of International Management*, 13, 296 – 318.

Li Guifang (2007b), *Chinese Firms Overseas Direct Investment Analysis Report*, China Economics Publishing House.

Liu, H. and Li, K. (2002), "Strategic Implications of Emerging Chinese Multinationals: the Haier case study." *European Management Journal* 20 (6): 699 – 706.

Lu Jinyong and Zhimei Zhang (2007), "Enterprises Own Intellectual Property Rights and Going Global Strategy", *Chinese Firms Overseas Direct Investment Analysis Report*, China Economics Publishing House.

Lu Jiangyong, Xiaohui Liu, and Hongling Wang (2010), "Motives for Outward FDI of Chinese Private Firms: Firm Resources, Industry Dynamics, and Government Policies," *Management and Organization Review*.

Luo Yadong and Rosalie L Tung (2007), "International Expansion of Emerging Market Enterprises: A Springboard Perspective." *Journal of International Business Studies* (2007) 38, 481 – 498

Luo, Y., Xue, Q., & Han, B. (2010), "How Emerging Market Governments Promote Outward FDI: Experience from China," *Journal of World Business*, 45 (1): 68 – 79.

Matthews, J. A. (2002), "Competitive Advantages of the Latecomer Firm: A Resource-based Account of Industrial Catch-up Strategies." *Asia Pacific Journal of Management*, 19, 467 – 88.

Mathews, J. A. (2006), "Dragon Multinationals: New Players in 21st Century Globalization," *Asia Pacific Journal of Management*, 23, pp. 5 – 27.

Nolan, P. (2001), *China and the Global Economy*. Basingstoke, UK: Palgrave.

Peng, M. W., Wang, D., & Jiang, Y. (2008), "An Institutional-based View of International Business Strategy: A Focus on Emerging Economies." *Journal of International Business Studies*, 39 (5): 920 – 936.

Prahalad, C. K., Yves L. Doz. (1987), *The Multinational Mission: Balancing Local Demands and Global Vision*, New York: The Free Press.

Safarian, A. E. (1966), *Foreign Ownership of Canadian Industry*, Toronto: McGraw Hill Company of Canada, Ltd., 1966.

Tang Haihua (2009), "Chinese Firms' Overseas Direct Investment: Risk Analysis and Solution." In *Report on the Development of Chinese Firm Going Abroad 2009*, People's

Publishing House, 381 – 390.

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) (2005), World investment report, 2003—2005. New York7 UNCTAD.

Wang Bijun and Yiping Huang (2011), “Chinese Overseas Direct Investment: Is There a China Model?”, China & World Economy, (2011), forthcoming.

Wang Huiyao (2006), “Ten Models of Chinese Enterprises Going Global.” International Economic Cooperation Research, Chinese Ministry of Commerce (in Chinese), April, 2006

Witt, M. A. , & Lewin, A. Y. (2007), “Outward Foreign Direct Investment as Escape Response to Home Country Institutional Constraints.” Journal of International Business Studies, 38 (4): 579 – 594.

World Investment Report (2006), “FDI from Developing and Transition Economies: Implications for Development,” Geneva, United Nations.

Wu Hsiu-Ling and Chien-Hsun Chen (2001), “An Assessment of Outward Foreign Direct Investment from China’s Transitional Economy.” *Europe-Asia Studies*, 53 (8), pp. 1, 235 – 54

Yeung, H. W. (1994), “Third World Multinationals Revisited: A Research Critique and Future Agenda.” *Third World Quarterly* 15, 297 – 317.

Zhang, J. (2005), “China’s Corporate Cost Advantage is a Myth.” *Financial Times*, April 29, 19.