

开放战略转型需要加快企业海外拓展

辜胜阻 杨 威

(武汉大学战略管理研究院 湖北 武汉 430072)

摘要:“十二五”期间,我国实现开放战略转型需要加快企业海外拓展。我国企业海外拓展要通过人才多元化、品牌高端化、管理国际化、生产专业化、发展集群化等途径,分类拓展、循序渐进、互利共赢,逐步提升企业的国际化水平。我国政府需要加强企业海外投资立法、制定国家对外直接投资的战略规划,加强对企业“走出去”的金融支持和财税扶持,强化企业海外投资服务体系,建立企业海外投资风险预警机制,帮助企业“走出去”。

关键词: 开放战略; 经济转型; 海外拓展

中图分类号: F272.2 **文献标识码:** A

文章编号: 1007-7685(2012)07-0007-07

当前,世界经济格局正在发生重大变化。“欧美消费——中国制造”的全球经济增长模式正逐步改变,世界金融体系、国际产业链结构也将面临新的调整。从中长期看,由于世界经济再平衡、贸易保护、各国财政紧缩、人口老龄化等问题,全球经济将会进入中低速增长阶段。虽然国际金融危机冲击了全球政治经济格局,改变了国际产业链分工体系和金融体系,但没有改变经济全球化、区域经济一体化的发展趋势。在开放的背景下,我国经济转型不仅要求国内经济发展方式转型,也要求开放战略转型。对此,我国“十二五”规划明确提出,要“加快转变外贸发展方式,推动外贸发展从规模扩张向质量效益提高转变、从成本优势向综合竞争优势转变”,“坚持‘引进来’和‘走出去’相结合,利用外资和对外投资并重”,“提高对外开放水平”。2011年,胡锦涛主席在中国加入世界贸易组织十周年高层论坛上强调,中国将始终不渝奉行互利共赢的开放战略,形成开放型经济新格局,引导企业有序开展境外投资合作,造福当地人民。2012年,温家宝总理在《政府

工作报告》中进一步提出,要努力提高对外开放的质量和水平,实施“走出去”战略。为推动我国开放战略转型,必须加快企业海外拓展。

一、国内外相关研究文献综述

目前,国外关于企业海外拓展的理论研究主要包括以下几方面:一是基于发达国家的企业对外直接投资理论,如海默(Hymer,1960)的垄断优势理论、弗农(Vernon,1966)的产品生命周期理论、邓宁(Dunning,1976)的国际生产折衷理论、小岛清(Kojima,1977)的比较优势理论、巴克利和卡森(Buckley & Casson,1976)的市场内部化理论,^[1]对发达国家企业海外拓展的动因、影响因素和阶段等进行分析。二是基于发展中国家的企业国际化理论,如威尔斯(Wells,1983)的小规模技术理论、拉奥(Lall,1983)的技术地方化理论、坎特韦尔和托兰惕诺(Cantwell & Tolentino,1990)的技术创新产业升级理论,^[2]对发展中国家企业的国际化优势、模式进行研究。三是基于经济全球化和信息化发展而具有普适性的新兴企业国际化研究,如奥维雅特和麦格道格(Oviatt & McDou-

收稿日期:2012-03-11

作者简介:辜胜阻(1956-),男,湖北武汉人,全国人大常委会委员、民建中央副主席,武汉大学战略管理研究院教授、博士生导师。研究方向:民营经济、企业发展。

gall,1994)关于“国际新创企业”的探讨,马德森和瑟维斯(Madsen & Servais,1997)关于“天生全球化”企业的探讨,^[3]乔汉森和卡特森(Johanson & Mattsson,1988)的企业国际化关系网络理论,^[4]研究了部分不遵循传统国际化进程而呈现跳跃式发展的国际化企业,并认为企业国际化是一种超越国界的创业行为。

无论是发达国家还是发展中国家,无论是传统产业还是新兴产业,企业国际化进程中都会面临多重困难和风险。但值得注意的是,企业国际化程度与企业效益并不总是正比关系,而是呈正向线性、负向线性、倒U形、U形及水平S形曲线等多种关系形态,^[5]尤其是企业海外拓展的策略在推进其国际化进程中发挥重要作用。近年来,国内学者也对我国企业海外拓展的特点、模式、障碍与对策等进行了研究,如,田青(2001)^[6]、罗仲伟(2008)^[7]、张建红和周朝鸿(2010)^[8]、夏善晨(2010)^[9]等。

本文研究的重点在于,基于当前我国企业国际化的现状分析,总结了企业海外拓展的一般原则与具体策略,并基于企业国际化的现实困难,提出政府相应的扶持措施,从而为企业制定“走出去”战略提供更有针对性的政策参考。

二、我国企业海外拓展的现状

近年来,我国正在从资本输入大国转变为资本输出大国。商务部统计数据显示,2010年我国企业对外投资占全球总量的5.8%,位居全球第五。截至2011年,我国在全球178个国家和地区共有1.6万家对外直接投资企业。中国经济与世界经济融合的进程加快,海外拓展已成为我国企业国际化的重要战略。但我国企业海外拓展的水平依然较低,存在以下问题:一是对外投资规模较小、行业过于集中。《2010年世界投资报告》显示,2009年全球吸收外资与对外直接投资比重的平均水平为1:0.988,发达国家平均为1:1.45,我国仅为1:0.505,我国对外直接投资存量仅占全球存量的1.21%。同时,2010年76%的“走出去”企业对外投资集中于制造业、批发零售业、农林牧副渔业、能源业和建筑业,^[10]投资现代服务业和高技术行业等较少。二是存在投资主体“国强民弱”、国际化方式滞后问题。“走出去”企业

中国有企业仍占主导地位,民营企业对外投资不足。《2009中国企业“走出去”发展报告》显示,国有企业在我国非金融类对外直接投资存量中占69.6%,而民营企业仅占1.0%。目前,我国企业进入海外市场的主要方式是出口,而“战略联盟”、“直接投资”、“海外特许权”等方式运用较少,仍处于国际化初级阶段。三是企业海外拓展能力较弱、企业综合素质不高。大部分“走出去”企业主要依靠“低成本生产要素优势”进入海外市场,^[11]并存在企业间恶性竞争、社会责任感缺乏、文化不相容、投资绩效低等问题。四是企业“走出去”风险逐渐增大、海外并购的成功率较低。目前,由于我国有关法律法规、管理服务体系和金融财税政策不完善,企业“走出去”面临政治、经济和安全等多重风险。据麦肯锡公司统计,过去二十年里,中国企业海外收购案失败率高达67%,远远超过50%左右的世界平均水平。

三、我国企业海外拓展的战略意义

未来我国企业国际化战略需要进行调整,要从世界工厂的“打工者”转变为全球资源“整合者”。要推动我国从依赖廉价劳动力和土地等要素竞争取胜的产品国际化走向依靠技术、管理、创意等非物质要素竞争取胜的企业国际化,从商品输出走向资本输出,从中国制造走向中国创造,实现从低层次国际分工战略向高层次国际运营战略的根本性转变。当前,在我国经济发展方式和开放战略转型的背景下,推动我国企业“走出去”进行海外拓展具有重要战略意义。

(一) 有利于促进我国居民储蓄向投资转化

企业海外拓展有利于打破我国储蓄与投资结构失衡的格局,拓展民间资本的发展空间,缓解国内民间投资渠道狭窄而形成大量游资的局面,能把大量的热钱引导至实体经济中。日本、韩国的发展经验表明,加大居民对外直接投资力度是化解国内流动性过剩的有效手段。如,上世纪80年代后,日本尽管出现日元大幅度升值和房地产泡沫、股市泡沫等问题,但消费物价指数仍然保持较低水平,这与日本企业和个人进行大量海外投资具有密切关系。^[12]

(二) 有利于化解我国当前的产能过剩问题

企业海外拓展可以带动国内设备和零部件制

造企业出口,带动我国的经济发展和就业,实现互利双赢,并使我国投资过剩、消费不足形成的产能过剩,通过企业海外拓展得到有效化解。据商务部测算,2006~2009年我国对外承包工程带动出口约760亿美元,其中以机械、机电设备和建材为主,有效解决了国内产能过剩问题。

(三) 有利于抓住国际金融危机后的战略性投资机遇

国际金融危机后,一些国家经济衰退是我国企业战略性投资的良好时机。国外相当一部分知名企业纷纷在危机中陷入经营危机,这为我国企业进入国际中高端市场、树立自身品牌提供了一个难得的机遇。国际金融危机也为我国购买国外先进技术和设备以及进口石油、黄金等战略资源创造了机遇。

(四) 有利于企业应对高成本压力

经营活动的国际化是世界范围内大企业发展过程中的普遍规律。^[13]在国内劳动力、原材料、资金、土地等各项成本上升的条件下,企业通过向国外廉价要素地区转移,可以规避高成本压力。

(五) 有利于企业规避贸易壁垒,避免贸易争端

当前,全球经济增长前景不容乐观,国际市场需求不振。世界银行预计,2012年世界经济增长率将从2011年的3.3%降至2.5%,世界贸易增长率将从2011年的6.6%降至4.7%。同时,发达国家出现再工业化趋势,纷纷出台贸易保护措施,恶化了外贸环境。据商务部统计,2009年我国以约9.6%的全球出口量,遭受了全球40%左右的反倾销案、75%的反补贴案。加快企业海外拓展,可以将企业部分生产环节转移到国外,规避贸易壁垒,有效应对国外贸易保护措施。

四、我国企业海外拓展的原则与策略

(一) 我国企业海外拓展的原则

1. 分类拓展,趋利避害。海外拓展存在高风险,企业在海外投资过程中要避免“陷阱”,将风险降至最低,必须首先做到知己知彼。因此,我国企业要认清自身优势和劣势,制定发展战略,对目标市场、并购对象等进行详尽的调查研究,对海外拓展所需资金、人才做好分析和储备,对投资的预期收益及风险做好评估。企业海外投资的目的主要

是寻求资源、战略资产、市场和实现经济效用最大化,海外投资方式主要为并购和新建企业。并购能迅速利用现有的技术、品牌和生产能力,使用现有的营销渠道进入当地市场,减少竞争。但受当地政策限制,并购后业务整合和管理比较复杂。新建企业在绝大部分国家比并购需要的手续简单,但对当地文化和管理机制的适应周期较长。我国企业在海外拓展中要根据自身实力、发展阶段、行业性质、比较优势,灵活选择不同的海外拓展模式与目标市场,确定海外投资方式和经营模式。

2. 分步实施,循序渐进。企业在国际化进程中,可选择以贸易为先导,再分阶段、分步骤将企业的生产经营环节向目标市场拓展,根据自身条件,由低到高逐级选择直接出口,设立海外代表处、海外分公司、海外子公司等方式,跟随国家自由贸易区战略逐步“走出去”。通过对国外技术、品牌、渠道等要素的投资,推动企业转型升级,提升企业在全价值链的地位,进一步促进企业国际化。同时,企业要主动融入华商网络,借助海外华商的力量,克服资金、人才、管理和品牌等国际化障碍。《2009年世界华商发展报告》显示,目前海外华侨华人约为4800万人,华商企业总资产达到3.9万亿美元,遍布全球168个国家和地区,拥有成千上万个华人社团或商会。海外华商基于血缘、亲缘、地缘、学缘和业缘而形成的跨国商业网络,包含资金流、人才流、信息流等多种资源,对推进我国企业“走出去”可以发挥巨大作用。

3. 落地生根,互利共赢。企业海外拓展的难度不在于“走出去”,而在于“走出去”后的运作,因此,需要加强对企业海外并购后资产、人力、品牌和文化的整合。在“走出去”过程中,处理好国际化与本地化的关系,推进生产采购本地化、融资本地化、人才本地化等,尽量利用当地生产要素生产,借助当地人才经营管理,并与当地企业结成利益共同体,坚持经济效益与社会效益并重,造福当地社会,以推进企业更快、更好、更深地融入当地社会、扎根当地社会。

(二) 我国企业海外拓展采取的策略

1. 推进经营人才多元化。企业海外投资具有高风险性,规避高风险的关键在于用好国际化的管理人才。人才多元化不仅能够适应跨国家或

地区的业务开展和日常运营的需要,也有利于激发员工创新。当前,我国企业需要通过引进海外高端人才、聘请具有跨国公司工作经验的优秀人才、选派企业高层管理和技术人员去海外深造、定期组织员工参加相关培训和灵活招聘、配置不同领域人才资源等途径,构建开放、多元化的人才体系。多元化的激励机制是吸引多元化人才加盟的重要基础。在人才引进与培训的过程中,要针对不同国家或地区的文化差异、不同员工差异化个人需求,灵活运用物质激励、精神激励等不同激励方式。华为集团国际化的成功,很大程度上归功于其人才多元化战略。截至 2008 年末,华为集团近 8 万名员工中,海外员工已超过 22 000 人,其中海外本地员工超过 12 500 名,海外员工本地化率达 57%,并且聘用海外本地员工的数量平均每年增长 15% 以上。^[14]

表 1 日本家电企业品牌国际化策略

国际化策略	企业	设立分 销点年份	开工厂与 设分销点 的年份差
代工生产 + 自有品牌	松下	1959	6
	夏普	1962	17
	东芝	1965	12
先代工生产、后建立品牌	日立	1964	15
直接自有品牌	索尼	1960	12
	三菱	1974	3

2. 实现品牌高端化。能否打造出知名的国际品牌,既决定了企业能否成功实现国际化,也标志着企业国际化是否成功。我国企业可以借鉴日本家电企业推进品牌国际化的成功经验,结合企业自身实力,灵活选择“代工生产 + 自有品牌”、“先代工生产、后建立品牌”和“直接自有品牌”等不同策略,推进品牌国际化。^[15](见表 1)具体说,在市场定位上要避免与当地强势品牌竞争;在产品设计上,要融合中国特色与当地文化,有效契合当地消费者的文化、感官和功能需求;在渠道布置上,要将建立自己的销售渠道与借助本土销售渠道相结合,逐步探索适合企业需要的营销渠道;在广告策略上,要灵活选择不同传播媒介,将商业广告宣传方式与赞助、捐赠等社会公益活动宣传结合起来,扩大企业知名度和美誉度;在售后服务上,要加大投入、下足功夫,延长售后服务期限、完

善售后服务网点等,形成自身独特的售后服务模式。

3. 推进管理国际化。我国企业要成功实现国际化,需要借鉴国际通用的管理模式,引进世界先进的管理方法,执行国际规范的管理认证标准,加快企业治理结构改造等,以提升企业管理水平。尤其要高度重视企业跨文化管理,经验表明,35%~45%的跨国企业是以失败而告终的,其中约有 70% 是由于文化差异引起的。^[16]在跨文化管理过程中,企业要承认并理解不同国家或地区间文化差异的客观存在,加强员工对跨国语言、文化以及相互交往技能等的学习和培训,化解文化冲突,推进管理层的本土化,探索母公司企业文化与当地文化有效整合的方式,推动建立新的共同的企业文化。

4. 实现生产专业化。生产专业化有利于降低企业运营成本,将企业资源集中于价值链创造的关键环节,培育企业核心竞争力。在欧洲和日本有许多几乎不为人知的中小企业,通过高度生产专业化,成为国际市场竞争中的“隐形冠军”,享有 50% 以上的国际市场份额,有的甚至达到 70%~90%。我国企业,尤其是中小企业,普遍规模小、实力弱,在海外拓展中很难获取竞争优势。需要借鉴“隐形冠军”企业的成功经验,专注于特定市场的客户需求,把精力放在行业某一非主导产品领域,并力争把产品做精、做细、做专、做深,从而提升生存能力、获得生存空间。为此,我国企业需要结合自身实力和市场状况,重新确立市场定位,将有限的资源集中于最具竞争优势的产品上,或将经营重点收缩于价值链上某一特定环节,并重视加强与海外客户之间的互动,不断把主导产品做强、做优、形成特色,使企业在最有优势的环节上赢得竞争、获取发展。

5. 推动发展集群化。“抱团国际化”是企业海外拓展初期的重要途径之一。如,我国台湾地区企业通过建立“行销合作网”成功走向全球市场,日本企业通过“下请制”联合起来形成国际市场竞争的“命运共同体”,意大利中小企业以建立“弹性专精”为基础的产业集群参与国际竞争,我国浙江民营企业通过在国外联合建立工业园区或开发区的形式,创造了集群国际化的新模式。有

研究表明:近年来,国际投资不再向低成本方向转移,而是向产业群方向转移。当前,我国企业国际化可以产业链为单位,上下游企业集群“走出去”,进而增加抗御风险能力,获取集群效应,也能在国际谈判中提高话语权。中小企业也可以加入产业集群,根据自身条件对企业进行价值链定位,通过调整产品结构、产销结构等实现与集群内大中企业的多层次分工协作,充分利用其劳动力储备、专业供应商溢出的范围经济效应,增强企业国际市场竞争能力。

表2 奇瑞集团国际化过程中的战略联盟

联盟形式	联盟伙伴	结盟时间	联盟动机
供应合作 链联盟	上汽、万向、华晨、武钢、马钢等公司	2000~2007	获取零部件及稳定、高质、廉价的原料供应
产销合作 联盟	伊朗 SKT、美国克莱斯勒公司等	2003~2009	避免贸易壁垒,进入当地市场
股权合作 联盟	美国量子公司	2008	打造高端品牌,进入欧美市场
技术创新 联盟	奥地利 AVL 公司、美国江森自控、阿文美驰公司	2003~2007	获取发动机、底盘等核心技术及汽车设计技术

6. 在竞争合作中建立战略联盟。战略联盟有利于企业间优势互补、风险共担和成本同降,有利于迅速突破市场进入壁垒,同时相比兼并收购、新建企业等国际化方式具有风险小、成本低的优点,已经成为增强企业国际竞争力的重要手段。如,奇瑞集团推进竞合联盟战略,有效提升了国际化竞争能力,连续8年位居国内乘用车企业出口销量第一位,累计对外出口近50万辆。^{[17][18]}(见表2)华为集团海外拓展中,合作阵营中有国外大企业、知名企业,从而大大增强其海外拓展能力。据统计,几乎平均每家全球性跨国公司都有60个重要的战略联盟。^[19]而2010年中国企业家调查系统数据显示,目前我国只有14.4%的企业在国际化过程中采用“战略联盟”形式。我国企业需要通过主动寻求与国外企业合作,建立供销联盟、研发联盟、生产联盟和合资企业联盟等。在构建联盟过程中,我国企业要明确定位和发展目标,选择合适的战略伙伴,根据企业的资源、能力和需求,选择不同联盟形式,加强对联盟关系的管理,完善双方契约关系,通过建立联盟交流和学习机

制、信任机制、利益分享机制和纠纷处理机制等,推进战略双方的互信、共赢。尤其是民营中小企业要重视与国企、大企业合作对外投资,发挥各自优势,强调合作共赢,防范恶性竞争、互相拆台,发挥投资协同效应。

五、政府支持企业海外拓展的对策

在企业积极推进国际化过程中,政府需要帮助企业进行海外拓展,把“引进来”和“走出去”更好地结合起来,创新对外投资和合作方式,加快培育我国的跨国公司和国际知名品牌。

(一) 加强企业海外投资立法,制定国家对外直接投资的战略规划

出台促进企业海外投资的相关法律、法规及政策是推动我国企业国际化的前提。当前,我国对外投资存在立法滞后、法律体系不健全、法规层次低等问题,远远不能满足企业海外投资的需要。这就迫切需要系统梳理现有涉及企业海外投资的规章制度、法律法规,清理不符合当前实际情况的法律条文,完善支持企业“走出去”的法律法规体系,并出台《海外投资法》和《海外投资保险法》,从立法上加强对海外投资的鼓励和服务。切实贯彻“十二五”规划提出的“提高综合统筹能力,完善跨部门协调机制,加强实施‘走出去’战略的宏观指导和服务”要求,根据国内经济发展需要和国际环境变化,研究制定我国境外投资的总体战略,在《对外投资国别产业指引(2011年)》基础上,进一步完善境外投资的产业导向和国别指导政策,引导国内企业围绕重点国家、重点领域、重点项目进行投资,探讨将对外投资纳入地方政绩考核中。同时,在制定海外投资法规及政策中,放松对外投资的审批门槛,明确审批条件,减少审批程序,并探讨对部分投资领域由审批制转向备案制。加大对民营企业走出去的支持力度,规范企业间竞争秩序,防范恶性竞争。在战略规划中要重视培育一批跨国公司来提高国家竞争力,重点培育一批具有国际竞争力、自主创新力、行业领导力的民营企业,支持培育民营国际品牌。成立统一的综合协调管理机构,解决多头管理和重复审批问题,促进海外投资便利化。创新对外投资与合作方式,积极发挥我国香港地区在融资、人才、文化和区位等方面的海外拓展优势,建立两

地企业共同“走出去”的协调机制与合作平台,推进香港企业与内地企业联合投资、联合投标、联合承揽项目,借助香港“跳板”加速内地企业“走出去”。

(二) 加强海外投资的金融支持,探索利用外汇储备支持企业海外拓展

从国际经验看,世界上许多国家已经建立起完善的金融支持体系,帮助企业进行海外拓展。目前,我国企业海外拓展面临的突出问题是融资难。《2010年中国企业对外投资现状及意向调查报告》显示,59%的企业获取海外投资资金的主要渠道为“利用公司自有资金”,“融资困难”在我国企业海外投资时遇到的各种挑战中排第一位。为此,要加大金融机构支持民营企业“走出去”的力度。落实“十二五”规划中提出的“逐步发展跨国金融机构”要求,支持金融机构加快境外布局,允许更多的银行等金融机构在境外设立分支机构,或与境外金融机构建立合作关系,完善“内保外贷”政策,允许企业以境内和境外资产权益抵押申请境外贷款,积极开展海外投融资业务。政府要制定财税优惠政策,鼓励商业银行开展业务创新,加大对企业海外拓展的贷款支持力度。逐步放宽对中资银行开展离岸业务的限制,参照外资银行的管理经验,允许并鼓励有实力的中资银行开办离岸业务。^[20]强化政策性金融支持力度,发挥财政资金“四两拨千斤”的作用,建立企业海外拓展投资基金、对外产业投资基金,并鼓励和支持民间资本设立专门的境外投资私募基金和风险投资基金等,对企业国际化进行融资支持。加快进出口银行股份制改革,加大对企业境外直接投资的贷款支持力度,并对重点领域的直接投资制定免息、减息、贴息或缓息等优惠政策。推动境内企业用人民币对外直接投资,特别是要探索利用外汇储备设立对外投资基金,向“走出去”企业注资、向商业性银行拆借等,实现“藏汇于国”到“藏汇于民”、“藏汇于企”的转变,解决企业海外投资融资难问题。进一步放松外汇管制,改进外汇储备管理方式,创新外汇使用工具,满足企业保留和灵活使用外汇的需求,提高国家外汇储备的使用效益。加快温州金融改革试验区进程,探索开展个人境外直接投资试点。

(三) 加大对企业海外投资的财税扶持力度

我国需要制定鼓励企业“走出去”的财税支持措施,对企业海外市场拓展、对外投资等活动提供资金资助、贷款贴息。完善我国企业海外投资的税收体系,对企业“走出去”提供税收激励。加强国际税收协定的谈判,避免双重征税。国家税务总局统计,目前我国已经与90余个国家和地区正式签署税收协定,但相比全世界200多个国家和地区仍显不足。严格按照《关于企业境外所得税收抵免有关问题的通知》要求,加强对企业境外投资的所得税抵免。对企业海外投资,给予规定年限和规模内的延期纳税期限,实施加速折旧、放宽费用列支标准、亏损抵免、再投资退税等优惠政策。对重点投资国家、重点投资领域的企业直接投资,给予所得税减免。调整关税政策,对我国企业海外投资带动的产品或设备出口给予出口关税减免,对海外企业获得的不可兑换的资源或产品,给予进口关税减免。

(四) 强化企业海外投资的公共服务

国际市场复杂多变,企业势单力薄,需要政府提供海外投资服务。《2009年中国企业“走出去”发展报告》中,关于企业对政府“走出去”服务体系建立的调查,68%的企业希望政府“开展经贸活动,搭建合作平台”,61%的企业希望政府“提供信息服务”。我国要落实“十二五”规划提出的“健全境外投资促进体系,提高企业对外投资便利化程度”要求,完善企业海外投资的信息服务网,根据国别、行业、项目类型等特征建立对外投资数据库,加强对企业海外投资的信息服务。通过整合高校、政府和社会资源,为企业海外拓展提供多层次、多元化的培训服务。高等院校、社会教育机构要加强相关专业的教学与培训,为企业“走出去”培育一批涉外工作能力强的国际化人才。通过组织讲座、搭建国际贸易平台、提供销售渠道、开展市场调研、组织企业到国外进行市场考察、参加产品展销会等,为企业提供市场拓展服务。驻外机构和国内投资促进机构要履行职责,为企业特别是对国外缺乏了解的中小企业提供必要的咨询服务。建立驻外使领馆外交官定期访问中资企业制度,并建立相应的帮扶机制,为对外投资企业分忧解难。积极推广境外经济贸易合作区

成功模式,以境外工业园、出口加工区、科技园、境外经贸合作区等多种形式完善、新建一批境外产业园区。整合相关部分的优惠政策,并积极与东道国签署相关经贸合作协议,为国内企业对外投资搭建平台。在政府直接提供服务的同时,通过财税激励、市场整合等多种手段加快建立和完善企业海外投资的中介服务体系,为企业走出去提供金融、法律、管理、咨询等多元化中介服务。

(五) 建立企业海外拓展风险预警机制

企业“走出去”面临国外政治、经济、自然灾害等多重不确定性,海外拓展风险较大。据统计,只有1/6的亚洲上市公司在“走出去”的5年后有盈利的记录。^[21]据国际知名金融数据提供商迪罗基公司(Dealogic)公布的数据显示,2010年中国企业跨境收购的失败率全球最高,达到11%,同期美国和英国公司海外收购的失败率仅为2%和1%。^[22]当前,我国企业海外拓展也迫切希望得到政府的风险保护。调查显示,我国50%的企业希望政府保护投资者和境外资产的合法权益。^[23]因此,政府要加强海外使领馆的商业保障功能,加强外交工作对企业“走出去”的服务力度。完善双边与多边投资保护机制,扩大与贸易投资伙伴国的友好交流与互动,推动签订投资保护、经济合作、贸易与投资促进等相关协定。落实“十二五”规划提出的“做好海外投资环境研究,强化投资项目的科学评估”要求,加强对海外投资风险的调研和分析,发布投资风险指南,建立风险预警机制。鼓励海外企业加入行业协会和商会,增强企业抗风险能力。加快商业性出口信用保险发展,完善政策性出口信用保险,建立海外投资保险制度和海外投资亏损准备金制度,帮助企业分担国际化风险。鼓励海外投资企业提高风险防范意识和企业社会责任感,通过推进人才本地化,积极回馈当地社会,承担合理的海外投资的社会与环境责任,通过主动融入本地文化等途径,实现互利共赢,分散企业国际化风险。

参考文献:

- [1]齐晓华. 对外直接投资理论及其在国内的研究[J]. 经济经纬 2004(1).
- [2]陈建南. 发展中国家对外直接投资理论述评[J]. 经济

学动态 2001(2).

[3]王国顺,郑准,杨昆. 企业国际化理论的演进[M]. 北京:人民出版社 2009:237.

[4]Johanson J and Mattsson ,Lars - Gunnar ,International marketing and internationalization processes——a network approach ,In N. Hood & J. E. Vahlne(Eds.) ,Strategies in Global Competition [M]. New York: Croom Helm ,1988.

[5]杨丽丽,赵进. 国际化程度与企业绩效关系实证研究综述[J]. 外国经济与管理 2009(4).

[6]田青. 大国经济和小国经济国际化模式的比较及选择——对我国实施“走出去”战略的思考[J]. 国际经贸探索, 2001(1).

[7]罗仲伟. 我国企业国际化历程与实施“走出去”战略的基本经验[J]. 经济管理 2008(14).

[8]张建红,周朝鸿. 中国企业走出去的制度障碍研究——以海外收购为例[J]. 经济研究 2010(6).

[9]夏善晨. 建立中国企业海外拓展支持体系的思考[J]. 国际经济合作 2010(5).

[10][23]中国国际贸易促进委员会. 2010年中国企业对外投资现状及意向调查报告[EB/OL]. 中国国际贸易促进委员会网 2011.

[11]中国企业家调查系统. 中国企业战略:现状、问题及建议[EB/OL]. 中国发展门户网 2010-04-24.

[12]李迅雷. 放宽民间海外投资渠道,让老百姓的钱出国[J]. 新财富 2010(12).

[13]辜胜阻. 民营经济与创新战略探索[M]. 北京:人民出版社 2009:29.

[14]丘慧慧. 华为:人才国际化与“去英雄主义”[N]. 21世纪经济报道 2009-08-03.

[15]韩中和. 日本家电企业品牌国际化及其对我国企业的启示[J]. 经济管理 2009(2).

[16]孙明华. 在体谅模式下实现跨国企业文化融合[N]. 中国社会科学报 2010-10-28.

[17]詹也. 战略联盟与企业创新的辩证关系分析——以奇瑞为例反思中国轿车工业创新之路[J]. 自然辩证法研究, 2008(3).

[18]魏秀丽. 善于借力:奇瑞的战略联盟之道[J]. 经营与管理 2009(4).

[19]刘彦龙. 中国企业战略联盟报告[M]. 北京:中国经济出版社 2008:3.

[20]孙亚. 我国企业“走出去”金融支持的障碍及应对策略[J]. 国际商务财会 2009(9).

[21]上海市侨办. 充分发挥侨务资源优势帮助国内企业“走出去”[J]. 研究与探讨 2006(4).

[22]张莱楠. “走出去”应成产业链的海外延伸[N]. 上海金融报 2011-07-05.

(责任编辑:李琪)