

我国跨国工业企业的高技术战略

Hi-Tech Strategy of China's Industrial Transnational Corporations

舒志军

(首钢研究与开发公司国际化经营研究所 北京 100088)

跨国公司在世界经济中的作用越来越大。联合国《1992年世界投资报告》中的资料显示,到1990年底跨国公司在世界上已超过3.5万家,其海外子公司约15万家。1990年跨国公司对国外的直接投资额(FDI)为2250亿美元。累计对外投资额约1.73万亿美元。1991年世界500家最大的工业公司的销售总额约5.2万亿美元,约占全世界国内生产总值(GDP)的28.3%。面对世界上巨型跨国工业公司的竞争和挑战,我国大型工业企业要奋起直追,迎头赶上,更积极地去参与国际竞争和交换,以提高我国的综合国际竞争力。

一、生产国际化,跨国公司形成的基础

第二次世界大战后,世界经济和科技发展十分迅速。从60年代开始,世界进入了新技术革命的时代,高技术及其产业发展日新月异,极大地推动了世界经济的增长。在西方发达国家中,经济增长中70%以上来源于科技进步。生产力的发展使国与国之间的经济联系更加紧密,生产国际化的现象更为普遍。

生产国际化首先表现在产品的国际化,也就是在生产总额中为出口生产所占的比重大大提高,1991年美国50家最大的工业企业出口额大约占销售额的1/5左右。其次是生产过程的国际化,据美国一项调查,有88%的美国制造商在自己的产品中采用外国元件。生产过程的国际化,使一件最终产品可能由几十个国家,上万个企业协同生产。再次是生产组织的国际化,跨国公司的海外投资使其子公司遍及全球。一般大型跨国公司的海外子公司达几十个或上百个,海外销售额占总销售额的比重在1/3以上。据联合国跨国公司中心的统计资料,1985年全世界最大的10家工业跨国公司的国外销售额占总销售额的40.2%。

历史发展说明,生产资本国际化是跨国公司形

成和发展的基础。在生产、商业和金融三种形态的国际资本运动中,生产资本具有决定意义。离开了生产资本,商业资本和金融资本就成了无源之水,无本之木。

二、工业型跨国公司的基本特征

工业跨国公司是指工业企业以母国为基地,通过对外直接投资,在其它国家和地区设立分支机构或子公司,从事国际化的生产和经营活动。

工业跨国公司多是通过从国内经营走向跨国经营的。根据约翰·邓宁等外国专家的跨国公司投资发展周期理论,这一过程通常要经历三个主要发展阶段:

第一阶段,以国内生产经营为主,兼营商品与劳务的进出口贸易。这一阶段的特点是产品在国内制造,并设立自己的进出口业务部门,利用代理商进行传统的进出口贸易。这一阶段企业的战略目标往往是积极扩大出口,提高出口产品在销售额中的比重。

第二阶段,利用海外机构扩大出口,并进行跨国投资和生产经营。由于产品往往受到对象国的各种限制,企业在国外逐步建立起销售公司乃至全世界范围内的销售网络;同时,企业通过在海外直接投资建立起自己的生产机构,并成立子公司或分公司。这一阶段企业的战略目标是通过海外直接投资扩大产品的出口,从事跨国生产经营,获得比较利益,不断提高海外资产、销售额和收益的比重。

第三阶段,进行全球化的生产和经营活动。随着商品进出口贸易、直接投资生产和技术转让等业务的国际化,跨国公司各种子公司及分支机构已遍布世界各个角落,这就决定了现代跨国公司把全球发展作为它的战略目标,来安排生产、投资、销售、科研等经营活动。全球范围的盈利最大化和尽可能地扩大国际市场占有率是其主要战略目标。

综观世界大型跨国工业公司,一般都具有金融、贸易、生产、科技、服务等综合性的职能部门,实行全方位的多角化经营。

其一,跨国工业公司一般都有强大的金融后盾或者拥有自己的金融机构。如美国、日本、德国、韩国的大型工业公司多以大财团(康采恩)作为金融后盾进行跨国经营。而日本的一些独立系工业企业集团,如日立、松下、索尼等则靠自己的银行、保险公司等金融机构在海内外筹集资金,进行跨国投资、开发和生产。

其二,跨国工业公司拥有遍布全球的信息和营销网络。如日本的丰田汽车在世界上拥有5 000多个销售网点,遍及全世界140多个国家和地区。这些营销网点除了收集各种市场、技术信息,扩大汽车销售之外,还积极做好售后服务,促进汽车出口量的迅速增加。

其三,跨国工业公司拥有全球性的生产基地。为了在竞争中取得优势,许多企业在全球范围内配置专业化工厂网,定点生产,分工制造部件,然后集中装配成品。

其四,跨国工业公司拥有强大的科技开发机构。高新技术的研究与开发关系到企业的生存和发展,因此跨国公司都加强了这方面的投资。如美国IBM公司1991年的研究与开发费用近50亿美元,在国内外共设有30多个电子产品研究所。

其五,跨国工业公司拥有多元化的服务产业部门。以美国国际电话电报公司为例,顾名思义,它是以生产通讯设备为主的工业企业。然而80年代以来,它的经营领域越来越广。80年代中后期,其旅馆、保险、租赁、医院、运输、出版等服务业产值已超过其总产值的50%以上,近年来已成为以服务业为主的跨国工业公司,其投资的希尔顿连锁饭店遍及全世界50多个国家。

三、跨国工业公司高技术发展战略的新趋势

80年代末和90年代初以来,为了适应世界高技术迅猛发展的需要,跨国工业公司纷纷制定了高技术发展战略,其中主要有:

1. 加速发展战略

高技术的飞速发展,使新产品更新速度加快,周期缩短。据西门子公司管理专家的计算,产品开发时间每缩短一天,便可增加0.3%的商业利润,缩短5天可增加1.6%,缩短10天则增加3.5%。据悉,西门子公司仅提高开发产品速度,缩短开发时间这一项,每年可获取10亿美元的纯利润。近年来在国际市场上,一些高科技产品更新换代已经不是以年计算,而是以月、以天、以小时甚至以分钟计算,如

钟表生产王国瑞士的跨国公司平均每20天就有一个品种问世;而遍及全球的日本电子业的跨国公司,每30分钟就有一种新产品出台。90年代,跨国公司的国际竞争已经到了争分夺秒的白热化阶段,谁因循守旧,慢慢腾腾,谁就会被挤出国际竞争舞台。

2. 联盟开发战略

高技术具有投资大、风险高的特点。为了分担昂贵的研究与开发费用,减少高技术投资的风险,一些跨国工业公司纷纷结成了共同研究开发新产品的战略联盟。1990年,IBM与西门子结成战略联盟,共建了一个合资企业,生产16兆位芯片,并共同开发64兆位芯片。1992年初,日本东芝电气公司也加入了这一战略联盟。三家联手开发256兆位超微芯片,并着手生产笔记本型便携式计算机。又如,1992年5月,法国于齐诺尔·萨西洛尔钢铁公司与日本新日铁、住友金属、神户制钢、川崎制铁、日本钢管等九大钢铁公司结成战略联盟,共同研究与开发新型炼钢工艺,以求在未来国际钢铁市场竞争中取得优势。

3. 信息全球化战略

跨国公司的组织分散在世界各地,靠传统的通讯方式远远不能适应信息“爆炸”时代的需要。现在,一些大跨国公司正在开发和启用新一代的计算机数据通讯网络、卫星遥感通讯等现代信息技术,并把之作为决定企业前途的战略措施。据悉,日本索尼公司已建成连接英、法、美、德等世界各地子公司的全球计算机数据通讯网络系统,使其电子产品更新速度加快,国际市场占有率显著提高。又如,日本三井物产公司建成一个庞大的跨国信息通讯网络系统,其环球商情信息网点分布世界各国达133处,通讯线路长达44万公里;该系统在东京、纽约、伦敦等地设立了五大信息控制中心,由通讯卫星传递信息,昼夜24小时运转,日通信量达5万多件,及时给本公司系统提供世界各地的政治、经济、商贸等信息。

4. 人才高层化战略

国际经济和技术竞争的关键在于人才,各国跨国工业公司都重视培养和争夺高技术人才。美国科学基金会认为,高科技产业中的科学家和工程师应占企业职工总数的20%以上。现在日本三菱重工的6万多名职工中,从事科研开发的人才就有1万多名,约占职工总数的17%,接近于上述标准。该公司从事科研开发的人员中80%毕业于工科大学,20%为理科大学毕业。跨国公司为了争夺高技术人才,不惜血本。西欧一家电子业跨国公司拟以年薪200万美元的重金聘用美国“硅谷”一家企业的高级工程师被拒绝后,决然用3 000万美元连企业带工程师一起收购下来。当日本打入美国科技界,在美国

本土聘用高级科研人员时,美国大公司也不甘示弱,以重金从日立、东芝、日产等大公司以及日本各名牌大学实验室 招聘日本第一流的科技专家。

四、90 年代我国大型跨国工业企业高技术战略展望

1979~1991 年底,我国在境外(包括港澳地区)投资的非贸易性企业达1 008 家,双方协议投资总额为31.5 亿美元,其中我方直接投资额为13.9 亿美元,占44.3%。在这些海外投资企业中,工业企业约占46%。在工业企业中,资源开发方面的投资额大约占我国海外直接投资额的40%以上,而技术密集型的海外投资项目几乎是凤毛麟角,比例很小。我国工业企业近十多年来技术进步对净产值增长的贡献率大约为50%,与发达国家相比差大约20 个百分点。面对世界各国跨国公司在高技术领域中的挑战,我国大型跨国工业企业要有紧迫感和危机感。笔者认为,90 年代我国大型工业企业跨国经营战略要以科技进步和提高国际市场竞争力为导向。为此,提出如下战略目标,供有关部门和企业参考。

1. 加速研究与开发的战略

新产品的研究与开发(R&D)关系到企业的生死存亡。目前,我国工业企业科研开发费用仅占销售额的0.6%。这一比重不仅低于发达国家工业企业的平均水平(5%左右),而且在发展中国家也是较低的。要改变我国出口产品档次低、质量差、技术含量少、更新速度慢的局面,必须增加科技开发的投资,加速新产品开发和更新的速度。对于从事跨国经营的大型工业企业来说,要使其研究与开发费用占销售额的比重提高到3~5%左右。

2. 与大型跨国公司合作战略

高科技大型跨国公司联盟是当前跨国公司战略趋势之一。我国大型跨国工业企业在90 年代要加强与国外高技术大型跨国公司的合作关系。一是吸引国外大型跨国公司到我国兴办高技术投资企

业或设立科研院所;二是与高技术大公司合资在海外兴办技术密集型的投资企业,联盟开发高科技产品,兴办海外试验室等,以取得当地的高技术,进而反作用于国内的高新技术产业,提高我国大型工业企业的国际竞争力。

3. 全球信息网络化战略

随着我国大型跨国工业企业海外事业的发展,必须在海外相应建立商情信息中心。有条件的大型跨国工业企业要加强跨国计算机管理信息网络系统(TCIMNS)和无纸贸易(EDI)的研究、开发和应用;要与国外大型信息中心和数据库联网,在国外一些重点大城市设立商情控制中心,及时地将国际金融、贸易、科技及经营等方面的信息反馈到公司总部,进而形成全球范围内的商情和管理信息网络控制系统。

4. 海外企业人才开发战略

海外企业的兴衰,人才素质是决定性因素。尤其是知识和技术密集型的海外投资企业,对企业管理人员的素质和文化知识要求更高。我国大型工业企业的海外企业管理人员,要以高标准选拔和聘用人才。不仅要培养和招聘懂外语、懂经贸、懂金融、懂法律的人才,更需要懂技术、懂工艺、懂现代化管理的高层次的管理人才。必要时,可采取当地化的战略,聘用当地的我国留学人员和国外高科技人才,参加海外企业的经营管理和科技开发工作。

5. 高技术“拳头”产品战略

当今世界80%以上的高技术产品市场被发达国家的跨国公司所垄断。我国大型跨国工业企业不能甘居落后。在航空航天、生物工程、软件开发、核能应用等高新技术领域,我国具有一定的优势和国际竞争力。在90 年代,要下大力气组建一批高技术跨国工业企业集团,直接进入国际市场,在上述有优势的领域形成一批有国际竞争力的高技术“拳头”产品,加大我国在国际高技术产品市场中的份额。

(责任编辑 宋义荣)

(上接第47 页)

物实施20 年的保护。从此,任意仿制国外农药新品种并受到奖励的作法行不通了。这迫使我国农药开发由仿制推向创制的轨道,开始了我国创制农药的新时代。我国已组织了一批与农药学科有关的科技英才,借鉴国外成熟的经验,从分子生物学方面构思先导化合物,高起点、高水平地创制我国农药的新结构。除创制新农药外,我国仍可利用仿制力量强的优势,继续仿制一些超过专利保护期,而经过长年考验,药效稳定、成本低、无慢性毒性和环境问题的品种,许多品种还是一些优良的混配制剂的主要组分,它们照样发挥新品种的作用。一些老品种

使用多年,并不等于它们的所有用途已开发完毕,随着应用技术的深入,老品种还会开发出新用途。随着新除草剂的不断问世,研制人员会越来越重视除草剂的应用技术的研究,使除草剂安全、有效、经济地应用。随着除草剂雾滴形成与沉降规律及植物吸收与传导机理的彻底阐明,将会设计出安全、省药、无飘移和污染的新一代对靶喷雾器械;开发出不同的缓释剂和解毒剂,进一步提高土壤处理的药效与安全性。随着掌握杂草的生物学特性和除草剂的作用特点,运用最优化方法,开发出更为合理的除草剂混剂。

(责任编辑 肖庆山)