

DRC—RIETI小型研讨会  
“中国企业的国际化——根据企业数据进行实证分析”

# Handout



DRC.ERI 陈小洪 亓长东 周燕 宗方宇  
日本 东京 2013、4

# 中国企业的海外投资

## 以47家企业调查为基础的发现和讨论

DRC.ERI 陈小洪 亓长东 周燕 宗方宇  
日本 东京 2013、4

# 目录

- 一、研究背景、目标和企业情况
- 二、发现：基本情况和动向
- 三、IT电子业：三个案例
- 四、讨论：发展重点、阶段、驱动因素

# 一、研究背景、目标和企业情况

## 研究背景：

- 中国企业海外投资发展很快（02年27亿USD，11年747亿USD），影响日益重要，各方面关心。
- 以现场调查为基础的系统研究少。已有3类公开成果：
  - ✓ 学者根据少数企业现场调查和公开资料的研究
  - ✓ 国际咨询、调查公司的问卷调查
  - ✓ 中国专业机构，如中国贸促会的问卷调查

## 研究目标：

- 企业投资经营现状和影响因素
- 未来计划
- 投资环境和政策的评价

# 一、研究背景、目标和企业情况

47家企业

- 分布6行业
- 销售收入较大，平均1608亿元，最大的25500亿元，最小的3亿元；
- 所有制，国有46.8%、民营44.7%、混合占8.5%；
- 上市公司占61.7%；
- 分布地区6省，主要在沿海

| 行业<br>销售（亿元） | 电子电器 | 纺织 | 机械 | 能源·材料 | 汽车 | 医药化工 | 合计 |
|--------------|------|----|----|-------|----|------|----|
| <100         | 2    | 2  | 6  | 1     | 1  | 5    | 17 |
| 100-300      |      | 1  | 5  | 1     | 1  |      | 8  |
| 300-1000     | 4    | 2  | 3  | 1     | 2  |      | 12 |
| >1000        | 4    |    |    | 3     | 3  |      | 10 |
| 合计           | 10   | 5  | 14 | 6     | 7  | 5    | 47 |

表中行业是按4级分类合并后的结果

# 一、研究背景、目标和企业情况

## 海外投资年限

- 海外投资年限平均8.6年, 10年以上29.8%, 5年~10年38.3%, 5年以下31.9%。
- 分行业看, 电子电器业年限最长, 平均10.6年, 6家过10年; 医药化工最短, 平均 3.4年, 都在10年内。

海外投资时间与行业

| 投资时间  | 电子 | 纺织 | 机械 | 能源 | 汽车 | 医化 | 小计 |
|-------|----|----|----|----|----|----|----|
| <3年   |    |    |    | 1  | 1  | 1  | 3  |
| 3~5年  | 1  |    | 7  | 1  | 1  | 2  | 12 |
| 5~10年 | 3  | 3  | 5  | 1  | 4  | 2  | 18 |
| >10年  | 6  | 2  | 2  | 3  | 1  |    | 14 |
| 小计    | 10 | 5  | 14 | 6  | 7  | 5  | 47 |

# 目录

- 一、研究背景、目标和企业情况
- 二、发现：基本情况和动向
- 三、IT电子业：三个案例
- 四、讨论：发展重点、阶段、驱动因素

## 二、发现：基本情况和动向

### 1、海外销售及比重

- 企业海外销售平均409亿元，最大6200亿元，最小0.06亿元。
- 平均销售能源·材料最大，电子电器其次，医药化工最小。
- 海外销售额100亿元以上14家企业，电子电器6家，能源·材料4家，汽车1家。

企业的海外销售与行业

| 行业<br>海外收入<br>(亿元) | 电子电器        |          | 纺织          |          | 机械          |          | 能源·材料       |          | 汽车          |          | 医药化工        |          |
|--------------------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|-------------|----------|
|                    | 企<br>业<br>数 | 平均<br>规模 | 企<br>业<br>数 | 平均<br>规模 | 企<br>业<br>数 | 平均<br>规模 | 企<br>业<br>数 | 平均<br>规模 | 企<br>业<br>数 | 平均<br>规模 | 企<br>业<br>数 | 平均<br>规模 |
| <5                 | 1           | 3        | 2           | 1.1      | 3           | 3.2      |             |          | 2           | 2.7      | 1           | 5        |
| 5~10               |             |          |             |          | 4           | 8        |             |          | 1           | 8.7      | 4           | 6.67     |
| 10~30              |             |          |             |          | 5           | 20.4     | 1           | 13       | 2           | 26.5     |             |          |
| 30~100             | 3           | 55       | 2           | 40.3     |             |          | 1           | 63       | 1           | 50       |             |          |
| > 100              | 6           | 655.8    | 1           | 283      | 2           | 155      | 4           | 3119     | 1           | 1197     |             |          |
| 合计                 | 10          | 401.3    | 5           | 73.2     | 14          | 32.4     | 6           | 2092     | 7           | 188.7    | 5           | 6.34     |

汽车行业海外平均销售，扣除有大型收购的某企业为20亿人民币。



## 二、发现：基本情况和动向

### 1、海外销售及比重

- 海外销售比重，平均28.5%，最大100%，最小不到0.1%。
- 电子电器、机械、纺织、能源·材料、汽车、医药化工的算术平均比重从48%顺降至12%。
- 超过50%企业，电子电器5家，纺织服装、机械、能源·材料、汽车也有，医药化工没有。

企业海外销售占总销售比重的行业分布（数：个，比重：%）

| 行业<br>海外规模<br>比重 | 电子电器 |    | 纺织服装 |    | 机械  |    | 能源·材料 |    | 汽车  |    | 医化  |    |
|------------------|------|----|------|----|-----|----|-------|----|-----|----|-----|----|
|                  | 企业数  | 比重 | 企业数  | 比重 | 企业数 | 比重 | 企业数   | 比重 | 企业数 | 比重 | 企业数 | 比重 |
| <10%             | 1    | 9  | 1    | 5  | 6   | 5  | 1     | 7  | 5   | 3  | 2   | 7  |
| 10-30%           | 3    | 22 | 3    | 16 | 4   | 16 |       |    | 1   | 17 | 3   | 18 |
| 30-50%           | 1    | 37 |      |    |     |    | 3     | 26 |     |    |     |    |
| >50%             | 5    | 73 | 1    | 89 | 4   | 76 | 2     | 32 | 1   | 80 |     |    |
| 合计               | 10   | 48 | 5    | 28 | 14  | 30 | 6     | 25 | 7   | 16 | 5   | 12 |

汽车业海外销售平均比重，扣除有海外大型收购的某企业为5.3%。

## 二、发现：基本情况和动向

### 2、海外投资年限、海外收入和员工

- 海外投资年限和规模有关：年限长则规模大，海外收入百亿以上的企业都有5年以上海外经验。
- 海外员工规模与行业、海外销售额及海外网络结构有关
- 有海外员工数的企业，电子电器、能源·材料业、机械行业员工多
- 海外员工以当地员工为主，存在行业、发展阶段差异

海外投资年限与海外收入

| 进入时间<br>海外收入 | 3年以内 |              | 3~5年 |              | 5~10年 |              | 10年以上 |              |
|--------------|------|--------------|------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|
|              | 企业数  | 平均规模<br>(亿元) | 企业数  | 平均规模<br>(亿元) | 企业数   | 平均规模<br>(亿元) | 企业数   | 平均规模<br>(亿元) |
| <5亿          | 2    | 0.38         | 3    | 4.15         | 2     | 1.5          | 2     | 1.94         |
| 5~10亿        | 2    | 6.6          | 3    | 22.4         | 4     | 7.9          |       |              |
| 10~30亿       | 1    | 13           | 2    | 16           | 2     | 21.5         | 3     | 26.7         |
| 30~100亿      | 1    | 34.6         | 1    | 63           | 4     | 57.4         | 1     | 31.5         |
| 100亿以上       |      |              |      |              | 6     | 543          | 9     | 1868         |
| 合计           | 6    | 10.3         | 9    | 14.4         | 18    | 198.1        | 14    | 1075.7       |

## 二、发现：基本情况和动向

### 3、海外网络：规模、功能和布局

- 海外网点范围1~380个，平均40个。
- 电子电器网点最多，平均57个，5个企业（占行业样本50%）网点大于50个；纺织服装最少，平均6个。
- 海外网点规模与海外销售额、海外年限、并购有关，销售大则网点多，海外投资年限长则网点多；海外网点过50个的10家企业半数以上有海外大型并购。

海外网点与行业

| 行业           | 电子电器 | 机械 | 能源·材料 | 汽车 | 纺织 | 医药化工 |
|--------------|------|----|-------|----|----|------|
| 平均网点（个）      | 57   | 40 | 38    | 67 | 6  | 7    |
| 网点大于50的企业（个） | 5    | 2  | 2     | 1  | 无  | 无    |
| （%）          | 50   | 14 | 33    | 14 |    |      |

## 二、发现：基本情况和动向

### 3、海外网络：规模、功能和布局

- 按功能分为6类：销售72%，生产组装9%，获取自然资源占6%，研发设计占4%；
- 随网点增加，销售网点比例波动中逐步提高，生产组装比例开始相对稳定以后下降，研发设计网点增加比例逐步下降。

海外网点数量与功能分布（%，个）

| 海外网点（个） | 销售 | 生产组装 | 研发设计 | 自然资源 | 其它 | 企业数（个） |
|---------|----|------|------|------|----|--------|
| <20     | 56 | 13   | 8    | 6    | 17 | 28     |
| 20~50   | 61 | 15   | 7    | 2    | 15 | 9      |
| 50~100  | 49 | 14   | 5    | 21   | 11 | 6      |
| > 100   | 88 | 5    | 2    |      | 5  | 4      |
| 加权平均    | 72 | 9    | 4    | 6    | 9  |        |

## 二、发现：基本情况和动向

### 3、海外网络：规模、功能和布局

- 各行业销售网点比例均较大
- 能源·材料行业资源网点比例大
- 纺织、电子电器行业生产组装比例较大
- 医药化工、纺织和电子电器研发设计比例较大

分行业的网点功能比例 %

|    | 销售技服 | 生产组装 | 研发设计 | 资源  | 其它   | 合计  |
|----|------|------|------|-----|------|-----|
| 电子 | 67   | 13   | 6    | 0.2 | 13.8 | 100 |
| 纺织 | 53   | 27   | 7    | 7   | 6    | 100 |
| 机械 | 79   | 6    | 3    | 1   | 11   | 100 |
| 能源 | 30   | 9    | 1    | 55  | 5    | 100 |
| 汽车 | 88   | 5    | 3    |     | 4    | 100 |
| 医化 | 49   | 3    | 23   | 9   | 14   | 100 |

## 二、发现：基本情况和动向

### 3、海外网络：规模、功能和布局

#### 海外网络分布

- 网点主要分布在发展中国家70.4%，亚洲（除日韩）34.6%；北美10.4%、西欧13.5%、日韩5.7%。
- 销售，主要在发展中国家70%，亚洲（除日韩）34%；北美9%、西欧14%、日韩6%。
- 生产组装，主要在发展中国家69%，亚洲（除日韩）36%；北美、西欧各13%、日韩5%。
- 研发设计，主要在发达国家，西欧32%、北美37%和日韩14%；亚洲（除日韩）6%，其他11%

## 二、发现：基本情况和动向

全球网点比例

(企业数：个，比例：%)

| 地区     | 销售 | 生产组装 | 研发设计 | 资源 | 其它 | 总计   | 网点比例 | 企业数 |
|--------|----|------|------|----|----|------|------|-----|
| 日韩     | 79 | 8    | 10   |    | 3  | 100% | 5.7  | 21  |
| 港澳台    | 61 | 2    | 1    |    | 40 | 100% | 7.2  | 33  |
| 东盟     | 72 | 12   | 1    | 5  | 10 | 100% | 10.1 | 31  |
| 中东     | 88 | 5    |      | 7  |    | 100% | 4.7  | 14  |
| 亚洲其它   | 71 | 14   | 1    | 9  | 6  | 100% | 12.7 | 30  |
| 澳大利亚   | 65 | 7    | 5    | 16 | 7  | 100% | 2.3  | 20  |
| 东欧，俄罗斯 | 75 | 11   | 6    | 2  | 6  | 100% | 4.6  | 27  |
| 西欧     | 74 | 9    | 10   |    | 8  | 100% | 13.5 | 32  |
| 非洲     | 76 | 7    |      | 11 | 6  | 100% | 16.1 | 28  |
| 北美     | 62 | 12   | 15   | 5  | 7  | 100% | 10.4 | 37  |
| 南美     | 70 | 10   |      | 8  | 12 | 100% | 12.7 | 31  |
| 合计     | 72 | 9    | 4    | 6  | 9  | 100% | 100  | 47  |

## 二、发现：基本情况和动向

- 三行业销售网点比例都较大
- 电子电器业海外网点功能较全，生产集中发展中国家，研发集中发达国家
- 能源材料业研发网点少集中北美和西欧，资源网点除北美外集中发展中国家
- 医药化工业生产网点少只有东盟，研发集中于发达国家

三行业海外网点部分功能分布

|                | 电子电器 |    |    | 能源·材料 |    |     |      | 医药化工 |    |    |
|----------------|------|----|----|-------|----|-----|------|------|----|----|
|                | 销售   | 生产 | 研发 | 销售    | 生产 | 研发  | 资源   | 销售   | 生产 | 研发 |
| 日韩             | 63   | 8  | 25 | 50    | 50 |     |      | 67   |    | 33 |
| 西欧             | 79   | 4  | 9  | 64    | 18 | 9   |      | 33   |    | 33 |
| 北美             | 52   | 15 | 26 | 43    | 7  | 7   | 36   | 20   |    | 50 |
| 港澳台            | 50   | 2  | 2  | 44    | 11 |     |      | 67   |    |    |
| 东盟             | 73   | 17 | 2  | 37    | 7  |     | 37   | 67   | 33 |    |
| 中东             | 6    |    |    | 69    | 6  |     | 25   |      |    |    |
| 亚洲其它           | 69   | 23 | 1  |       | 5  |     | 95   | 50   |    |    |
| 澳大利亚           | 70   |    |    |       |    |     | 100  | 100  |    |    |
| 东欧，俄罗斯         | 68   | 15 | 12 | 33    |    |     | 67   | 50   |    | 50 |
| 非洲             | 75   | 14 |    | 13    | 13 |     | 75   | 75   |    |    |
| 南美             | 56   | 21 | 2  | 21    | 4  |     | 75   | 50   |    |    |
| 占各功能网<br>点总数比例 | 28   | 44 | 42 | 3.8   | 0  | 2.5 | 86.8 | 1.3  | 0  | 1  |



## 二、发现：基本情况和动向

### 3、海外网络：规模、功能和布局

海外网络覆盖的国家数（覆盖广度）

- 每个企业网络平均覆盖17个国家
- 覆盖10个国家以上的企业22家，占46.8%，覆盖10个以下国家的25家，占53.2%
- 电子电器业最高平均为31个，纺织服装最低平均为4个
- 汽车、机械等企业网络覆盖广度的大幅提升与海外大型并购有关

海外网络广度与行业

| 行业<br>覆盖国<br>家数 | 电子电器        |                | 纺织          |                | 机械          |                | 能源材料        |                | 汽车          |                | 医药化工        |                |
|-----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|-------------|----------------|
|                 | 企<br>业<br>数 | 覆盖<br>国家<br>均数 | 企<br>业<br>数 | 覆盖<br>国家<br>均数 | 企<br>业<br>数 | 覆盖<br>国家<br>均数 | 企<br>业<br>数 | 覆盖<br>国家<br>均数 | 企<br>业<br>数 | 覆盖<br>国家<br>均数 | 企<br>业<br>数 | 覆盖<br>国家<br>均数 |
| <5              | 2           | 2.5            | 4           | 2.2            | 5           | 2.8            | 1           | 4              | 2           | 1.5            | 3           | 2.7            |
| 5~10            |             |                |             |                | 3           | 7.7            | 2           | 7              | 2           | 6              | 1           | 6              |
| 10~30           | 3           | 24             | 1           | 12             | 4           | 15.8           | 3           | 25             | 2           | 17             | 1           | 12             |
| 30~50           | 4           | 37             |             |                | 1           | 40             |             |                |             |                |             |                |
| > 50            | 1           | 85             |             |                | 1           | 56             |             |                | 1           | 118            |             |                |
| 合计              | 10          |                | 5           |                | 14          |                | 6           |                | 7           |                | 5           |                |

## 二、发现：基本情况和动向

### 4、海外经营模式

- 以股权控制为主，也有非股权控制或合作模式
- 生产组装网络，控股模式为主
- 销售网点以控股为主，规模较小企业重视参股或合同模式
- 研发设计以控股为主，两种基本做法
- 自然资源项目以参股与合同合作结合的方式为主

海外生产组装网点形态与行业

| 行业 | 有生产网点企业(个) | 多数形态 | 回答有此形态企业占比例% |     |    |    | 企业总数（个） |
|----|------------|------|--------------|-----|----|----|---------|
|    |            |      | 控股           | 参股  | 独资 | 合同 |         |
| 电子 | 9          | 控股   | 56           | 44  | 33 | 44 | 10      |
| 纺织 | 1          | 参股   |              | 100 |    |    | 5       |
| 机械 | 9          | 控股   | 56           |     | 44 |    | 14      |
| 能源 | 5          | 控股   | 60           | 60  | 40 |    | 6       |
| 汽车 | 6          | 控股   | 50           | 50  | 17 |    | 7       |
| 医化 | 2          | 参股   | 50           | 50  |    |    | 5       |

## 二、发现：基本情况和动向

### 5、海外投资以绿地投资为主，并购日益重要

- 26家企业进行了海外并购，占55.3%
- 并购比例较高产业：电子电器70%、机械57%、汽车57%及能源·材料83%
- 大企业海外并购比例高，11家过1000亿的企业，10家有并购
- 收购主要在发达国家，26家有收购的企业70%收购在发达国家，在发展中国家的收购主要针对资源项目
- 对收购后企业多控股经营。企业认为这样有利于技术交流、掌握销售网络。在重视资源获得的产业，企业参股收购，与当地政策限制有关。

## 二、发现：基本情况和动向

### 6、海外投资效果

对市场、技术、生产等的影响（45家企业）

#### ●市场效果

- 增加海外销售96%
- 增加国内销售额30%
- 提高了国际知名度51%

#### ●技术效果

- 提高了国内研发水平51%，其中约89%的企业在欧美国家有研发中心，约73%的企业有国际并购

#### ●生产效果

- 海外低成本生产9%，纺织1家、汽车1家、家电2家

## 二、发现：基本情况和动向

### 7、影响海外投资和并购的因素

选择投资国别(地区)影响因素13个，最重要5个：

#### 影响因素

- ①获得国外市场，
- ②容易得到高水平的技术人员
- ③投资地企业有公司需要的技术知识
- ④当地税收优惠
- ⑤与投资地国的各种摩擦

#### 行业

- 全部行业
- 电子电器、机械、能源、医化
- 电子电器、机械、能源、医化
- 电子电器、汽车
- 电子电器、机械、汽车

## 二、发现：基本情况和动向

### 7、影响海外投资和并购的因素

海外并购影响因素9个，最重要5个：

#### 因素

- ①技术研发能力
- ②品牌
- ③零部件筹措渠道
- ④销售渠道
- ⑤与中国国内业务内容的匹配和互补性

#### 行业

全部行业  
全部行业  
机械  
机械、汽车  
电子电器、机械、汽车

## 二、发现：基本情况和动向

### 8、对东道国投资障碍的看法

投资障碍21个选项，最重要4个：

| 投资障碍     | 行业         |
|----------|------------|
| ①外汇汇出率限制 | 电子电器、能源    |
| ②雇佣外国人限制 | 电子电器、能源    |
| ③发放签证限制  | 电子电器、能源、机械 |
| ④政治不稳定   | 电子电器、能源    |

纺织、医药化工业普遍未回答这个问题，反映这两个行业国际化程度较低。

# 目录

- 一、研究背景、目标和企业情况
- 二、发现：基本情况和动向
- 三、IT电子业：三个案例
- 四、讨论：发展重点、阶段、驱动因素



# 三、IT电子业：三个案例

## —联想、TCL、华为

### 联想

联想控股33.58%，公众持股57.81%，董事持股8.61%

2011年营收296亿美元，海外营收58%

2004年收购IBM的PC，开始十分困难，2010年后好转

海外网点44个，其中销售网点33个、生产网点6个、研发网点3个

➤治理结构国际化程度较高，8董事中4人为外籍

➤收购IBM迅速提高了国际化程度，后多次收购使发展更快

➤重视技术、管理、文化等的整合

| 年份(年)       | 2003 | 2004 | 2005  | 2006 | 2007 | 2008  | 2009 | 2010 | 2011 |
|-------------|------|------|-------|------|------|-------|------|------|------|
| 营业总收入(亿美元)  | 27   | 26   | 127   | 140  | 164  | 149   | 166  | 216  | 296  |
| 海外营业收入占比(%) | 39   | 85   | 59    | 62   | 63   | 57    | 52   | 54   | 58   |
| 净利润(亿美元)    | 1.40 | 1.47 | -0.08 | 1.28 | 4.65 | -2.26 | 1.29 | 2.73 | 4.75 |

# 三、IT电子业：三个案例

## —联想、TCL、华为

### TCL

股权较分散，国有股9.8%，董事长持股5.42%

2011年营收608亿人民币，海外营收38%

2002年收购施耐德、2003年收购高威达、2005年并购汤姆逊、阿尔卡特  
海外网点112个，其中销售网点60个、生产网点15个、研发网点6个

➤收购整合十分艰苦

➤2005年初收购后，资金困难，扭亏为盈几乎用了3年时间

| 年份（年）       | 2003 | 2004 | 2005 | 2006  | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011  |
|-------------|------|------|------|-------|------|------|------|------|-------|
| 营业总收入（亿人民币） | 283  | 403  | 517  | 469   | 381  | 384  | 429  | 519  | 608   |
| 海外营业收入占比(%) | 12   | 40   | 54   | 57    | 44   | 45   | 39   | 39   | 38    |
| 净利润（亿人民币）   | 5.7  | 2.45 | -3.2 | -19.3 | 3.96 | 5.01 | 4.70 | 4.33 | 16.71 |

# 三、IT电子业：三个案例

## —联想、TCL、华为

### 华为

创始人持股1.42%，其余为员工持股

2011年底发明专利2751个

2011年营收2039亿人民币，海外营收68%。2000年收入233亿，海外营收3%

海外网点80个，其中销售网点69个、生产网点3个、研发网点6个

➤没有大的收购，只有小的技术公司收购

➤部分收购在美国受阻。

| 年份（年）       | 2000 | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  | 2009  | 2010   | 2011  |
|-------------|------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| 营业总收入（亿人民币） | 233  | 483   | 664   | 938   | 1252  | 1490  | 1852   | 2039  |
| 海外营业收入占比(%) | 3    | 58    | 65    | 72    | 75    | 63    | 65     | 68    |
| 净利润（亿人民币）   |      | 55.19 | 39.99 | 75.58 | 78.48 | 182.7 | 247.16 | 116.5 |

### 小结

➤海外收购是探索过程

➤海外收购可能成功

➤海外收购路径有差异

# 目录

- 一、研究背景、目标和企业情况
- 二、发现：基本情况和动向
- 三、IT电子业：三个案例
- 四、讨论：发展重点、阶段、驱动因素

## 四、讨论：发展重点、阶段、驱动因素

### 1、中国企业海外投资经营的目标和结果

主要目标：市场、技术和资源

- 市场是主要目标：目标选择和网络比例居第一，海外收入比重增加
- 获得技术重要
- 资源在部分产业重要

目标结果：基本达到目标

# 四、讨论：发展重点、阶段、驱动因素

## 2、中国企业海外投资发展还处于初步阶段

调查和案例企业实践表明

- 1990年代开始海外发展，多数还处于初步国际化阶段，少数进入全球化阶段
- 中国企业海外发展阶段与中国产业的国际竞争力、与产业的国内外环境有关

| 阶段    | 行业               |
|-------|------------------|
| 初步国际化 | 医药、纺织企业为主        |
| 跨国经营  | 能源材料、机电、IT电子企业为主 |
| 全球化   | IT电子业中部分企业       |

主要依据：海外营收比重、全球网络情况及运行、制度和文化

# 四、讨论：发展重点、阶段、驱动因素

## 3、中国企业海外发展的战略模式

中国企业海外发展的战略模式，根据战略和竞争力来源分类

| 战略目标<br>市场           | 竞争力<br>技术、资源                | 海外投资重点               | 产业             | 企业                 |
|----------------------|-----------------------------|----------------------|----------------|--------------------|
| 全球市场重要               | a.一定技术竞争力<br>b.较强技术竞争力      | 市场、技术                | IT电子           | 华为<br>联想           |
| 国内市场为主<br><br>海外市场为辅 | a.价值链整合实力<br><br>b.同时一定技术实力 | 海外技术投资<br><br>一定市场投资 | 机电I<br><br>T电子 | 上海电气印刷设备板块<br>三一重工 |
| 国内市场为主<br>海外资源重要     | 综合实力<br>(价值链+财务能力)          | 重视自然资源               | 资源能源           | 中石油                |
| 国内市场为主<br>海外技术为主     | a.价值链能力<br>b.技术竞争力          | 海外技术投资               | 医药化工、<br>IT电子  |                    |

## 四、讨论：发展重点、阶段、驱动因素

### 3、中国企业海外发展的驱动因素

海外投资驱动因素（海外竞争力）：销售收入（综合实力）、研发投入（技术实力）、海外网点数（战略实施组织）、投资年限（学习和经验）

#### 研究假设

- 假设1a：销售额越高，海外竞争力越强。
- 假设1b：研发投入越高，海外竞争力越强。
- 假设2：海外网点越多，海外竞争力越强。
- 假设3：海外投资年限越长，海外竞争力越强。

#### 模型：

$$\text{海外竞争力} = \beta_0 + \beta_1 \times \text{销售收入} + \beta_2 \times \text{研发投入} + \beta_3 \times \text{海外网点数} + \beta_4 \times \text{海外经验} + \beta_5 \times \text{人均销售额} + \beta_6 \times \text{为国有企业} + \beta_7 \times \text{为上市公司}$$

#### 方法：线性回归



# 变量和测量方法

| 变量名称 (简称)  | 测量方法           |
|------------|----------------|
| 海外竞争力 (OC) | 海外销售收入         |
| 销售收入(S)    | 总销售收入          |
| 研发投入(R&D)  | 研发费用           |
| 海外网点数(Ne)  | 全部海外分支机构数量之和   |
| 海外经验(E)    | 至2012年企业对外投资年数 |
| 人均销售额(P)   | 销售收入与企业员工总数之比  |
| 为国有企业(SOE) | 为国有企业则取1，否则取0  |
| 为上市公司(LF)  | 为上市公司则取1，否则取0  |

# 研究结果

| 变量            | 模型 1        | 模型 2      | 模型 3    | 模型 4     | Model 5     |
|---------------|-------------|-----------|---------|----------|-------------|
| S             | 0.25***     |           |         |          | 0.23***     |
| R&D           |             | 17.49***  |         |          | 2.00**      |
| Ne            |             |           | 3.66    |          | 1.03**      |
| E             |             |           |         | 97.52*** | 1.97        |
| P             | -1151.49*** | -2306.34* | -483.73 | -479.29  | -1271.65*** |
| SOE           | -150.31**   | 274.67    | 484.26  | 161.83   | -118.41*    |
| LF            | -6.47       | 308.28    | 271.65  | 304.17   | -37.28      |
| 常数项           | 114.14*     | -330.51   | -114.44 | -692.09* | 32.26       |
| Adj R-squared | 0.9628      | 0.4444    | 0.0197  | 0.1687   | 0.9709      |

注：样本量为47。\*\*\*、\*\*和\*分别表示在1%、5%、10%的水平下显著。

假设得到支持.