

安徽省民营企业国际化路径研究

□胡小龙

【内容摘要】安徽省民营企业国际化是对国内市场及国际市场变化作出适应性调整的结果。安徽民营企业已具备从事国际化的必要条件,但同时也存在诸多影响企业国际化的制约因素和问题。本文认为促进安徽民营企业进入国际市场,民营企业须根据自身情况和外部环境,选择合适的国际化策略、模式,而转型则是安徽民营企业在这一国际化路径探寻中需要重点探讨和尝试的方向。

【关键词】民营企业;国际化;模式转型

【基金项目】本文为安徽省教育厅人文社会科学研究一般项目“安徽省民营企业国际化路径研究”(编号:06061850)成果。

【作者简介】胡小龙(1972~),男,安徽合肥人;安徽大学商学院讲师,河海大学商学院博士研究生;研究方向:创新与创业管理

一、引言

安徽省民营企业虽然近年来有了较快的发展,但从总体上看,发展的总量不大,比重不高,实力不强,同发达省份相比还存在很大的差距。浙江省民营经济已占到GDP的70%以上,福建省超过50%,而安徽省只有30%左右。在民营企业数量上,安徽省仅是江苏省的1/5,浙江省的1/4。^[1]面对全球经济一体化的趋势,安徽民营企业在得到更多公正、合理的待遇的同时,也面临着国内市场国际化的竞争压力。越来越多的国外大型企业进入到中国市场,给安徽民营企业带来了生存危机,因此,实施国际化经营战略,在国际市场上寻找更大的生存空间成为安徽民营企业一个重要的战略选择。从过去几年的发展状况来看,安徽民营企业的国际化水平相对落后,但民营企业的国际化步伐呈加快的趋势,综合竞争力不断增强,涌现出一大批外向型企业,积极参与国际竞争。

安徽居于中部地区,同东部沿海发达城市相比,民营企业国际化路径的研究充斥着很多空白。本文试图通过对安徽民营企业国际化战略发展状况和影响因素进行研究分析,从而寻找出适合安徽民营企业国际化经营战略方法,帮助这些企业成功高效地实现国际化经营。

二、文献综述

20世纪70年代中期以来,以约翰逊和瓦尼(Johanson and Vahlne, 1990)为代表的北欧学派,使用企业行为理论研究方法,提出了企业国际化阶段论。“企业国际化的网络模型”理论认为企业的国际化是企业国际市场网络中建立、发展网络关系的过程。企业国际化程度决定了其国际市场网络中的地位。企业国际化的资源论认为企业国际化经营时会受到企业特有资源的影响,与早期国际化理论相比,资源基础论使人们认识到中小企业也拥有许多独特的资源优势,合理利用这些资源优势就会促进中小企业的国际化经营。^[2]

随着经济全球化趋势越演越烈,国内学者开始把精力放在国内企业国际化的研究上。江浙等沿海地区由于民营企业国际化进程早、程度高,有很强的实践经验做基础,该地区科研机构、院校在企业国际化方面研究成果比较多,但有着明显的地域性。安徽省地处中部,企业的国际化进程较晚且

不成熟,相关理论研究凤毛麟角,主要有张亨明(2008)的《安徽省民营企业国际化的内部建设策略》,^[3]程永文、洪世勤(2008)的《安徽省民营企业国际化的外部环境建设》^[4]等,就安徽民营企业国际化的现状、内外部制约因素、应对策略进行分析,但并没有涉及国际化具体路径的研究。

三、企业的国际化扩张路径

企业国际化经营包括内向国际化和外向国际化两种类型。企业内向国际化是指企业通过直接或间接进口生产性要素或非生产性要素而实现的企业国际化,其主要形式有进口贸易、三来一补(主要有OEM)、合资合营、购买技术专利、成为外国公司的子公司或分公司,它是外向国际化的基础。企业外向国际化是指企业通过直接或间接出口生产性要素或非生产性要素而实现的企业国际化,其主要形式有出口贸易、国外合资合营、技术转让、国外合同签订、在国外建立子公司或分公司,它是内向型国际化发展的必然趋势。二者相互促进、相互影响,贯穿于企业国际化的全过程。

根据企业国际化阶段理论,企业海外经营(即外向国际化)一般要经历四个不同的发展阶段:不规则的出口活动、代理出口、建立国外销售机构、对外投资建厂。由于安徽民营企业跨国经营起步较晚,缺乏国际市场知识和经验,国际竞争力较差,目前更多的是依靠出口贸易、境外加工等初级手段,即主要处于内向国际化阶段和外向国际化的初级阶段。而就其国际化路径和经营战略模式而言,当前主要有以下几种:

(一)OEM。OEM(Original Equipment Manufacturing)即贴牌生产,是指企业根据买主所提供的产品设计、与产品生产相关的技术协助,提供劳务为买主生产指定产品,然后贴上买方品牌销往市场的供应方式。OEM模式是为了实现优势互补,它是当前我国企业在跨国经营过程中普遍采用的一种策略。ODM模式的优势在于:使生产方顺利进入国际市场,参与国际竞争;规模生产并降低成本;学习经验和技能;提升产品和技术创新能力;节约销售投资,专心从事生产环节。

典型的企业是江苏斯威特旗下的小天鹅集团,为了进一步拓展国际市场空间,提高国际竞争能力,小天鹅主动加强了与知名跨国公司的合作,当前已与数家世界五百强中的家

电企业结成生产联盟。目前,斯威特的消费电子产品已成功进入欧、美、日等发达国家市场,它旗下的小天鹅品牌也已开始得到各国消费者的了解和承认。因此,OEM对于那些在国际市场上尚未建立品牌知名度的民营企业来说,不必高风险地使用自有品牌去占领国际市场,而是充分挖掘和利用自身的比较优势与国际知名品牌合作,并以此为切入点,逐步进入和开拓国际市场。但OEM模式也可能带来风险,如一味发展OEM的企业可能会挤兑自有品牌的发展、降低企业抵御市场风险的能力,容易导致企业后期发展的疲软和虚空等。而从产品价值链的角度来看,在研发、生产、销售几个环节中,生产环节利润是最低的。因此,企业在实施OEM战略模式时,必须处理好企业技术升级、自有品牌发展等问题。

(二)出口贸易。在外向型国际化中,目前安徽民营企业普遍采取出口贸易战略。出口贸易包括间接出口和直接出口两种,前者主要是通过中间代理商来销售企业产品,而后者则是企业在国外当地市场建立自己的销售机构,直接从事产品销售工作。选择用出口贸易来开拓国际市场的最大好处是离当地市场较远,经营风险较小,收益见效快。但是它也得面临各种关税和非关税壁垒的阻碍,特别是在贸易保护主义盛行的今天,这一国际化经营模式仍面临着不小的风险,而且它让企业很难及时准确地把握国际市场的需求偏好。更准确地说,出口贸易属于国际化经营的初级阶段,处于这一阶段的企业自身缺乏直接参与国际市场竞争的能力和知识,缺乏化解国际市场风险的能力。

(三)对外直接投资模式。近几年来,“走出去”投资办厂的安徽民营企业越来越多,它们在境外或独资或与当地公司合资建厂,投资形式主要以跨国并购、合资企业和新设投资为主。海尔、联想、TCL等公司都采取这种模式。海尔将全球分为11个经济区,目前已在其中8个经济区建立了13个生产基地;在美国、巴基斯坦两国分别设立了工业园。在进入顺序上,海尔奉行“先难后易”的策略。为了降低国外建厂的风险,海尔坚持“先有市场、然后建厂,建厂时必须达到盈亏平衡点”的原则。一般来说,企业海外投资建厂的动因无非在于获得技术、市场、资源或是迫于东道国政府压力等,安徽民营企业通过境外投资建厂,一来可以有更多机会接近东道国市场,了解当地消费者偏好,扩大国际市场占有份额;二来利用当地廉价且集中的原材料、劳动力资源等,降低生产成本;三来可以利用当地丰富的科技资源(包括高素质人力资源等),跟踪世界产业技术发展潮流,提高企业自身技术研发能力;四是可以绕过东道国的各种关税和非关税贸易壁垒,开辟新的国际场或增加现有市场份额。但是目前安徽民营企业对外投资新建的主要是生产加工型企业,因此存在对外投资质量不高、投资规模偏小等弊端。

(四)格兰仕模式。与国外建厂相比,格兰仕没有将国内的资金拿到国外去建厂,而是通过受让国际知名品牌生产线的方式实现国际化扩张,即将国际知名品牌的生产线搬到中国来,交由格兰仕组织生产,所生产的产品再按照比这些名牌企业自己在本国生产的成本价更低的售价卖给对方,由对方利用自己的品牌、销售网络在国外销售。目前格兰仕已经同200多家跨国公司建立了合作关系,这200多家国际知名品牌的不少企业已将自已的生产线转移到了格兰仕。格兰

仕用自有品牌生产的产品也主要是外销。2002年,微波炉外销的比例占总产量的70%以上,占全球40%左右的市场份额,空调外销占总产量的60%以上。

(五)温州模式。温州模式实质是指浙江中小企业“抱团”国际化路径。浙江民企是一个充满活力和创造性的群体,他们在国际化过程中创造性实施“抱团”国际化策略,通过产业链、核心企业、电子商务网站等灵活多样的形式联合起来,实现资源共享、风险共担,克服和解决依靠单个企业的资源和能力在国际化过程中无法克服和解决的困难和问题。^[5]

四、安徽民营企业的国际化路径选择

安徽民营企业国际化起步较晚,在自身摸索和借鉴江浙地区企业成功经验基础上已初见成效,但在经济危机所导致的需求紧缩的全球背景下,安徽民营企业的国际化面临着巨大挑战,反思传统国际化模式的弊端,打破体制壁垒和思维惯性,改革不适应新环境的环节,是安徽民营企业走出金融危机困境和打破国际贸易体系边缘化的关键所在。立足安徽民营企业的实际状况,构建出转型模式(见表1)。

表1 安徽民营企业国际化模式转型前后对照表

比较维度	转型前	转型后
总体特征	外向国际化	偏重外向,兼顾内向
速度	渐进式	渐进式、激进式和跳跃式相结合
动因	产能过剩、开拓市场、国内竞争加剧、国内市场萎缩	获取技术、国际合作、全球战略
目标	走出去	走出去与引进来相结合
企业形态	分散企业、产品形式	企业集群、产业形式
进出口构成	出口远大于进口	出口与进口相当
外贸形式	一般贸易为主	提高加工贸易的比重
市场选择	偏重欧美国家	欧美与新兴国家并重
产业特征	劳动密集型产业	技术知识密集型产业
市场进入方式	侨贸、贴牌加工、国际合作	并购、海外投资、建立基地
经营战略	成本领先	差异化品牌
比较优势	低价位、新款式、海外网络	高技术、高附加值

(一)从“走出去”到“引进来”,促进“走出去”和“引进来”的良性互动。安徽民营企业的国际化路线是建立在自身比较优势上的市场扩张,是以劳动密集型产业为主,以数量扩张和价格竞争为主,在产业间贸易而非产业内贸易,因此,在贸易利益分配中处于不利地位。随着国际市场交流的深入,安徽民营企业对外贸易的产品构成没有实质性的改变。在“引进来”方面还远远落后于江浙民营企业,这是制约安徽民营企业产业转型和结构升级的重要因素。当前欧债危机对全球经济造成严重影响,安徽民营企业的发展应该沿着“以民引外、民外合璧”向前走,通过引进国际先进的管理、技术、品牌,通过向跨国公司学习,改造自身和提高技术水平,实现产业升级,使国内经济与国际经济实现互接互补,实现共赢。在“引进来”的同时,也要加快“走出去”。安徽民营资本充裕,欧债危机为其海外并购提供了良好契机,应抓住机会,发展潜力大的国际和地区投资和收购,利用原有的资源、品牌和销售网络,扩大市场份额。到境外投资建厂,宜把加工生产转向成本较低的不发达国家,如非洲、拉丁美洲等,再

云南省农业机械化与粮食产量相关性研究

□张超群 宣 宜

【内容摘要】农业机械化是衡量农业发展水平影响粮食产量的重要因素。文章首先分析了云南省农业机械化和粮食产量的现状,然后用灰色关联法对两者的相关性进行了实证分析并得出了云南省各主要农业机械拥有量与粮食产量相关性排序,最后提出了如何通过提高云南省农业机械化程度来提高粮食产量的建议,旨在进一步推动云南省农业机械化持续健康发展,提高云南省粮食产量。

【关键词】农业机械化;粮食产量;偏离份额分析法

【作者简介】张超群(1988.1~),女,山东淄博人;西南林业大学农村与区域发展专业在读研究生;研究方向:农业产业结构
宣宜(1963.1~),女,云南昆明人;云南省社会科学院经济研究所副所长、研究员;研究方向:农业、农村发展

农业机械化是指运用先进适用的农业机械装备农业,改善农业生产经营条件,不断提高农业生产技术水平和经济效益、生态效益的过程。简言之,农业机械化是指农业从使用手工工具、畜力农具转变为普遍使用机器。它是农业现代化的重要内容之一。

一、云南省农业机械化与粮食产量现状

(一)云南省农业机械化现状。国家出台的良好直补、农机购置补贴等相关政策,提高了农民的种粮积极性,农民对农业机械的需求越来越迫切,在这种大环境下云南省的农业机械化有了一定程度的发展。^[1]但是,以新农村建设的要求来衡量,云南省的农机化发展仍然存在以下问题:

1. 山区的耕地条件不适应现有机械技术性能的发挥。云南省地形在立体上的多层性与水平上的地带性相重叠的状况,形成了由低到高的多级阶梯,使地形相对高差大、切割深,形成坡长、坡陡的态势。全省地貌类型属典型的山地结

构,84%为山地,10%为高原和丘陵,6%为盆地。山区耕地坡度大,地块小而分散,互不连片,田间路窄甚至无路,许多机器进不去,进去了很难发挥其应有的性能。交通不便,加上经济基础差等因素制约了云南农业机械化水平的发展。^[2]

2. 农机推广缺乏经费,制约了新技术、新机具的推广。农机具在减轻劳动强度、提高劳动生产率、促进农民增收增产和劳动力转移等方面发挥了作用。云南省农业经济不发达,农民收入低,2010年云南农民人均年纯收入为3,952.03元,远低于全国农民5,919元的年平均水平。而山区农民收入更少,其多数资金都用来维持生计,绝大多数家庭不具备独立购买机具的能力。山区地方政府财力弱,用于农机购置的补贴不足,导致农机装备差、数量少、分布散,进一步造成了农业生产率低,阻碍了农民的增收致富,形成了一种恶性循环。^[1]此外,农民思想观念、技术知识和经济落后,对新技术、新机具难于接受,致使它们得不到广泛推广,制约了农机化

出口到欧盟,这样有利于继续利用普惠制拓展欧盟市场。

(二)由欧美市场逐渐转入国际新兴市场,破解发达国际需求萎缩的束缚。受欧债危机影响,安徽民营企业的国外市场高度集中于欧美,而这种市场分布态势对出口贸易的强劲增长形成了约束力。欧美等主要发达国家的市场需求明显萎缩,同时发达国家的门槛普遍偏高,标准也高,在贸易保护主义加剧的背景下,安徽民营企业出口出现了较大幅度的下降。在这样的情况下,安徽民营企业应积极开拓新的国际市场,实现出口市场多元化,通过向东盟、中东、俄罗斯、拉美等地区的出口增长,来缓解对发达国家出口放缓所带来的压力。但新兴市场成熟度不高,法制不健全,信用风险较大,这是外贸企业在寻求新兴市场时应该警惕的。由于单个企业的资源有限,而国际市场异常复杂,每个国家的具体国情都有天壤之别,单个企业应对风险弱。因此,政府应当通过政策支持,解除企业担心出口有风险、贷款难收回的后顾之忧。

五、结语

目前安徽民营企业国际化道路还处于起步阶段,与江浙地区民营企业国际化相比较还存在巨大差距,但安徽的民营

企业“走出去”步伐近年明显加快。虽然安徽民营企业规模较小,但是并不妨碍企业的国际化经营。国内外不少中小企业国际化发展成功经验表明,尽管中小企业与大的跨国公司相比,在规模和资源上显得形单力薄,但可以利用自身的独特优势开拓海外业务。相信随着安徽民营企业实力的增强以及发展环境的优化,安徽民营企业的国际化道路必将取得成功。

【参考文献】

1. 安徽省经济与信息化委员会官网. <http://www.aheic.gov.cn/>
2. 肖文,陈益君. 中国民营企业国际化影响因素及模式选择[M]. 杭州:浙江大学出版社,2008
3. 张亨明. 安徽省民营企业国际化的内部建设策略[J]. 特区经济,2007,8
4. 程永文,洪世勤. 安徽省民营企业国际化的外部环境建设[J]. 特区经济,2008,3
5. 何守超. 金融危机冲击下的民营企业国际化模式转型——基于温州企业的分析[J]. 经济社会体制比较,2010,2

作者: [胡小龙](#)
作者单位: [安徽大学商学院](#)
刊名: [产业与科技论坛](#)
英文刊名: [Industrial & Science Tribune](#)
年, 卷(期): 2012(21)

参考文献(5条)

1. [查看详情](#)
2. 肖文;陈益君 [中国民营企业国际化影响因素及模式选择](#) 2008
3. 张亨明 [安徽省民营企业国际化的内部建设策略](#)[期刊论文]-[特区经济](#) 2007(08)
4. 程永文;洪世勤 [安徽省民营企业国际化的外部环境建设](#)[期刊论文]-[特区经济](#) 2008(03)
5. 何守超 [金融危机冲击下的民营企业国际化模式转型—基于温州企业的分析](#) 2010(02)

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_cyykjlt201221025.aspx