

美国企业在中国市场的战略调整

安丽娜

(北京理工大学, 北京 100081)

摘要:近年来,随着中国经济的迅速增长和市场的不断开放,美国在华公司在经营战略上也有了新的调整 and 变化,这些变化集中体现出以下的六大趋势:投资区域由东部地区向中西部地区扩展;投资范围由一级城市向二级城市延伸;跨国并购成为主要进入方式;投资方式由合资向独资转变;制造业仍是投资热点,服务业投资加强;高科技产业转移加快,研发力度加大。

关键词:美国企业;中国市场;战略调整

中图分类号: F13/17 **文献标识码:** A **DOI:** 10.3772/j.issn.1009-8623.2009.04.010

早在新中国成立以前,美国企业就开始了在华经营活动。伴随着1979年中国的改革开放和中美两国的正式建交,美国企业真正开始进入中国并取得持续发展。近年来,随着中国经济的迅速增长和市场的不断开放,美国在华公司在经营战略上又有了新的调整 and 变化,这些变化体现出了以下的六大趋势。

一、投资区域由东部地区向中西部地区扩展

从总体来看,美资在我国区域结构上不会有大的变化,仍将主要集中在我国的华东长三角、华北环渤海地区。

但近些年,随着我国政府西部开发政策的启动,以及我国经济的投资环境的整体进步,我国中西部地区吸引的美国直接投资有扩大的趋势。资源寻求型的美国直接投资可能会更多地投资于我国中西部,以期利用西部地区资源丰富的优势和我国开发西部的优惠政策。西部实际利用外资出现快速增长势头。美国对华直接投资有逐渐向西部地区推进的特征。见表1。

表1 1982-2005年西部地区吸收美国外商直接投资情况

(单位:个、万美元、%)

国别/地区	项目数	比重	合同外资	比重	实际投资	比重
西部地区总计	13 782	100	3 696 153	100	1 537 435	100
美国	1652	12.00	580 878	15.72	147 317	9.58

数据来源:2005年商务部外资统计。

二、投资范围由一级城市向二级城市延伸

2007年,中国制造业和服务业共吸引了近800亿美元的外商直接投资^[1]。尽管外资主要集中在我国一线城市(北京、上海和广州),较大的二线城市也吸引了数量可观的外资。虽然不少城市都自认为属于“二线城市”,但一般西方专家认为,二线城市主要指距离一线城市较近的“新兴市场”,而一线城市通常能享受到更多的中央政府或省政府给予的政治、经济或社会方面的政策倾斜。这类城市主要包括:东北环渤海经济圈、上海以西的长三角和广东的珠三角地区,这些地区基础设施、经济发展更成熟,具有技术水平较高的劳动力资源。

第一作者简介:安丽娜(1984-),女,北京理工大学管理与经济学院,硕士研究生;研究方向:营销管理与创新。

收稿日期:2008年12月8日

源。

近年来,美国跨国公司继续加大在华投资的力度和范围,各企业正越来越多地扩展到成都、大连、天津、南京、杭州、重庆等二线城市。根据2006年中国美国商会调查报告^[2],在华投资的美国企业大部分(58%)已经进入了如北京、上海和广州这样的一线城市之外的地区。而2004年以前,只有不到一半的调查企业(46%)将其在华的经营活动扩大到了二线城市。并且,新进入市场的公司正在迅速地在二线城市建立业务:在华历史不超过两年的公司里有24%已经在二线城市建立了业务。此外,超过20%的公司正在将超过一半的投资注入一线城市之外的地方。

美国跨国公司在中国市场采取以上策略的原因可以归结为以下三点:

首先,13亿中国人及由此产生的庞大劳动力和消费市场对美国来说是个巨大的机会。中国经济持续发展,国民购买力不断增强,使在华经营的美国公司持普遍的、持久的乐观态度。目前,中国市场规模已居世界前列。

其次,中国投资环境的日趋完善,促使越来越多的美国服务性公司和中小企业来华拓展业务。随着经济全球化进程加速,以及中国加入世界贸易组织后过渡期结束,中国的商业环境正在日益完善。世界银行在2006年9月发布的《2007全球商业环境报告》中指出,在商业环境的改善方面,中国是全球改进最快的4个国家之一。日趋完善的商业环境也增加了美国公司对华投资的信心。

再次,一线城市如北京、上海和广州人力等竞争成本加大,二线城市的成本又相对于一线城市较低。从美国方面来看,美国制造业的国际转移趋势加速,美国跨国公司将继续扩大其在海外的生产、销售、技术开发的投资规模与速度,而东亚特别是我国被成为最大承接地。

三、跨国并购成为主要进入方式

近年来,随着中国入世,以及我国法律法规体系的建立和完善,国有企业改革的逐步深化,股权分置改革的稳步推进,美国跨国公司开始以并购方式进入中国。美国跨国公司直接或间接进入上市公司乃至控股上市公司已经成为跨国公司

对我国上市公司实施并购的新动向。除了通过证券市场和企业产权市场实施整体或部分收购外,跨国公司更多地是通过协议并购和合资企业内通过股权转让或增资扩股稀释中方股权的方式进行并购。

跨国并购是跨国公司通过控制国内企业的股权而控制企业,利用优势互补、聚合效应和名牌效应来降低投资成本,达到事半功倍,快速进入中国市场的效果。同进,并购这种方式可能在一定程度上绕过贸易壁垒,降低产品成本,进一步提高市场竞争力。

由2008年中国美国商会的调查报告显示^[1],在华投资的美国企业正越来越多地表现为购买中国公司的资产,或是直接收购这些公司。报告指出,有24%的美国公司曾经在2005-2008年收购过一家中国本土企业或资产。相比之下,这个数字在2005、2006和2007年分别为13%、19%和23%。

另据2008年中国美国商会的调查的统计结果,美国企业认为在中国市场上进行企业并购的主要原因有:市场准入、扩大客户群、扩大产能、获得关键地区的分销渠道和获得当地有声誉的品牌。他们认为并购活动面临的主要挑战有:议价谈判的差距、尽职调查困难、合同意向书磋商困难、获得政府批准困难和法规不透明度。

四、投资方式由合资向独资转变

中美合资经营企业是美国早期投资的主要形式,绝大部分美国资本是通过这种形式投入中国的,1984年美国在华直接投资的60%是合资企业^[3]。但近年来随着中国市场进一步开发,中国放宽了对外国独资企业的限制,美国企业更倾向于在华成立独资企业。根据中国商务部统计,在1999年还只有1/5的美资公司在华设有独资子公司,而到2003年已经有57%的美国在华企业采用了独资形式。此外,商务部研究院调查还表明,对于今后美国在华的投资方式,57%的跨国公司倾向于独资新建,37%的跨国公司倾向于与具备一定技术和生产资源的企业合资,28%的跨国公司倾向于并购方式。

跨国公司独资化不仅有利于企业拥有自主权,更有利于其实施全球性经营战略,以便更有效地

配置资源和市场,从而获得全球一体化效果。而且,它可以保证绝对的经营控制权,可以有效地防止其拥有的先进技术不正当扩散,可以从子公司获取全部利益,从而更好地推动其管理方式与企业文化。

五、制造业仍是投资热点,服务业投资加强

制造业在很长时期内仍将是美国跨国公司对华投资的热点,但对服务业的投资会逐步加强。联合国贸易和发展会议(UNCTAD)2004年初在335家跨国企业中进行的投资意向调查显示,最希望进行跨国投资的产业依次是电子业、汽车制造业及机械工业等制造行业。美国波士顿咨询公司2004年中期发表的调查报告显示,世界范围内的制造业向低成本劳动力国家的转移还处于起步阶段。因此,制造业在很长时期内还是美国对华投资的热点,但对服务业的投资会不断加大。

美国跨国公司在服务业方面有很强的国际竞争力。随着我国入世后,服务业成为我国外资政策调整最集中的领域,随着我国对《服务贸易总协定》承诺的逐步落实,作为美国具有绝对优势的产业,美国跨国公司对服务业的投资将不断增加,特别是流通业、金融业和保险业、快餐业等行业的投资会有明显增加。

据美国加特纳公司预测:到2010年,美国25%的传统信息业将转向印度、中国和俄罗斯。从近些年的实践看,美国跨国企业倾向于在华投资金融、保险、咨询、会计、公关、物流等行业。因为这新领域在中国尚未发展成熟,其附加值更高,而且在这些领域美国企业具有更强的优势。例如:世界著名的管理咨询公司麦肯希在上海和北京设立了分公司,从事企业管理咨询;另一家管理咨询公司波士顿顾问公司也在上海设立了分公司;著名的爱德曼、博雅、伟达等公关公司在中国设立了分公司或合资企业,从事企业形象设计和公关业务;世界四大会计师事务所安达信、安永、毕马威和德勤也通过合资和合作的方式在华设立了营业性机构,主要为来投资的跨国公司提供会计和咨询业务服务。随着中国金融业务的开放,美国的花旗银行等外资银行也开始在华设

立分公司或分支机构,提供外币及人民币的业务。

六、高科技产业转移加快,研发力度加大

与其他国家对华投资担心技术转移或技术外溢不同,美国跨国公司对华投资项目的技术含量都很高,它们一贯坚持凭借强劲的技术优势在中国市场推出高科技产品来挤占和扩大市场份额的投资战略。

随着研发全球化和本地化的加速,美国高新技术产业转移大大提前和加快,打破了美国传统的产品周期论,即高技术产业只有到成熟阶段、失去竞争优势时才向低成本国家转移。目前,美国跨国公司的投资主要向微电子技术、信息服务等高科技产业转移。微软、朗讯、英特尔、国际商用机器、惠普、得克萨斯仪表、康柏、戴尔、苹果、虹志等公司都加大了对中国的投资。如在我国电子行业中最大的美国跨国公司——摩托罗拉1998年在天津建成一座耗资50亿美元的半导体生产厂,生产世界上顶尖科技产品亚微米8寸芯片,这种产品将广泛使用于汽车、通讯、电脑和数字化产品上^[6]。2006年1月,微软中国研究开发集团正式成立,并宣布大幅度增加对中国研发的整体投入,加速推动新一轮的创新。该集团最重要的目标就是使之发展成为全球范围内基础科研、技术创新及产品开发的核心基地^[7]。2002年,戴尔中国设计中心(CDC)落户上海,支持公司以客户为中心的全球领先技术。2004年,戴尔中国设计中心、上海销售及企业支持中心、全球采购中心实现资源整合。2006年,戴尔公司宣布将进一步扩大戴尔中国设计中心的规模,该中心将增加200名设计人员^[8]。

2003年以来,美国跨国公司纷纷在华投资设立研发中心,已经设立的研发中心也纷纷增加研发投入。这些研发机构主要集中在信息通信、生物制药、精细化工、运输设备制造等行业,从地区分布看,主要集中在北京、上海、广东、江苏等地区。根据2006年中国美国商会商务环境问卷调查^[9],2005年7%的受访公司建立了研发中心,45%的公司扩大了研发活动,65%的公司计划在2006年对研发领域进行投资。

综上所述,近些年来,美国企业为了适应新的国际化竞争形势和进一步在中国市场进行扩张和发展,对其投资的区域、投资的范围、投资的方式、投资的行业、投资的领域等方面都进行了战略上的调整 and 变化。这些调整和变化对于跨国公司自身以及中国的本土企业的发展都有着深远的影响,必将引发未来中国经济发展的重大变化和市场竞争格局的深刻变革。■

参考文献:

- [1] 中国美国商会.美国企业在中国2008年白皮书 [R] . 2008: 129-130
- [2] 中国美国商会.美国企业在中国2006年白皮书 [R] . 2006: 43
- [3] 稻垣清,21世纪中国総研著.中国進出企業地図 日系企業・業種別篇.蒼蒼社, 2004
- [4] 张艳, 安丽娜著.美国企业中国市场营销策略.北京: 科学技术文献出版社,2008
- [5] 王志乐主编.2008跨国公司中国报告 [R] .北京: 中国经济出版社,2008:11-14
- [6] 摩托罗拉中国官方网站: <http://www.motorola.com.cn/>
- [7] 微软中国官方网站: <http://www.microsoft.com.cn/>
- [8] 戴尔中国官方网站: <http://www.dell.com.cn/>
- [9] 中华人民共和国商务部中国投资指南网: <http://www.fdi.gov.cn/>

Strategies Adjustments of American Enterprises in Chinese Market

AN Lina

(Beijing Institute of Technology, Beijing 100081)

Abstract: With rapid growth of Chinese economy and market opening, the American enterprises in Chinese market have adjusted their management and development strategies in recent years. These adjustments mainly focus on six aspects: the investment region is expanding from eastern to midwest of China; the investment range is expanding from first-tier cities into secondary cities; the cross-border mergers and acquisitions is becoming the main market entry mode; the investment mode is changing from joint venture to exclusive investment; the manufacturing industry investment is still the hotspot and the service industry investment is increasing; the high-tech industry transferring is accelerating and the R&D investment is increasing.

Key words: American enterprises; Chinese market; strategy adjustment