

日本在华跨国公司竞争地位与竞争优势研究

毛蕴诗, 汪建成

(中山大学管理学院, 广州 510275)

摘要: 将国际生产折衷理论应用于跨国公司竞争优势的分析, 从专属优势、区位优势、内部化优势的角度, 分析日本在华跨国公司取得有利竞争地位的决定因素。基于对 230 家日本在华投资母公司的应答问卷分析, 得出: 日本在华跨国公司竞争优势主要来自于专属优势以及部分区位优势, 而内部化优势与竞争优势的关系并不显著。

关键词: 日本跨国公司; 竞争优势; 专属优势; 区位优势; 内部化优势

中图分类号: GF27 **文献标识码:** A **文章编号:** 1007-9807(2005)03-0000-07

0 引言

跨国公司作为推动经济全球化的重要力量, 使国与国之间的经济关系逐步走向互相渗透、横向联合、广泛合作、利益共享的新时代^[1]。20 世纪 90 年代以来, 全球跨国投资规模迅速扩大, 中国经济的迅速发展以及由此形成的巨大市场吸引了众多外国投资者。按照 2002 世界投资报告的数据, 从 1990 年以来, 流入中国的直接投资逐步增加。1998 年亚洲金融危机以后, 流入中国的外国直接投资有所减少。但是与全球跨国投资急剧下降的趋势不同的是, 2001 年, 流入中国的直接投资增加了约 15%。中国成为全球唯一大幅度增加外国直接投资的发展中大国^[2]。2002 年, 中国引进外资数量一举超过美国, 跃居世界第一位。

日本由于其本身的经济实力以及地理位置等因素, 自中国实行改革开放以来就在对华直接投资方面扮演重要的角色。从投资流入的情况来看, 20 世纪 80 年代以来, 日本对华投资金额一直明显高于英、德、法等欧洲发达国家, 并有 9 个年度超过美国居于发达国家对华直接投资第一位, 2001 年, 日本在华企业数已达 2 467 家, 仅次于美国居于第二位(据《跨国商业外经统计年鉴

1952—1988》、《跨国统计年鉴 1990—2002》、《东洋经济》(2002、1999、1994、1989 年版))。

日本对华直接投资不但在投资金额、企业数量上居于世界前列, 而且日本在华跨国公司也表现出了很强的竞争能力, 如汽车业的丰田、本田, 家电业的松下、三洋等。本论文将以在华投资的日本母公司为问卷调查对象, 探讨日本在华跨国公司的竞争地位、竞争优势的决定因素。

1 文献综述

企业的竞争优势已经成为战略管理领域的一个重要研究方向。对企业竞争优势的研究通常是从企业内外两个方面进行的。文献研究表明, 近 20 年来, 基于企业资源观来探讨竞争优势的研究颇丰, 如 Rumelt 认为隔绝机制是维持竞争优势的重要手段, 此种隔绝机制包括专有性资产、转换和搜寻成本、消费者和生产者的学习、团队一体化的技巧、独特资源、特有信息、专利和商标、声誉和想象力、进入的法律约束、原因不明等; 又如 Barney 指出: 只有那些不可交易、不可模仿的、不可替代的资源才能创造价值, 从而形成企业的竞争优势^[3]。另一方面, 环境分析对于研究竞争优势非常

收稿日期: 2003-04-21; 修订日期: 2005-03-25.
基金项目: 国家自然科学基金重点资助项目(70132010).
作者简介: 毛蕴诗(1945—), 男, 四川夹江人, 教授, 博士生导师.

关键,因为环境的变化会改变资源对企业的重要性。有些学者对过于强调内部资源状况而忽视外部环境因素的资源观学者提出了严厉的批评,他们认为仅从企业内部资源探讨竞争优势是无意义的循环^[4]。

由于跨国公司面临的环境与国内公司截然不同,其竞争优势的形成必然也有所区别^[5,6]。跨国公司的对外直接投资理论有关优势问题的假定有两种主要观点:一是垄断优势论的观点,另一是 Dunning 的国际生产折衷理论中有关企业优势的观点。垄断优势论的观点类似竞争优势的资源观,主要是从跨国公司内部研究竞争优势,而国际生产折衷理论包含了公司特征和外部环境两个方面。因此,从专属优势、区位优势、内部化优势三个方面出发研究跨国公司的竞争优势比较全面^[7,8]。

2 研究假设与研究问题

垄断优势理论认为,为了与熟悉当地环境、市场和商业条件的大公司竞争,外国进入者势必具有某些可转移的优势,具有这种优势使外国投资者往往拥有垄断和进入东道国市场的机会^[9]。Dunning 在前人的基础上,将垄断优势发展为专属优势(或称所有权优势),认为跨国公司的专属优势包括对有价值资产的拥有和跨国公司有效的行政管理能力两方面^[7]。显然,跨国公司的专属优势越明显,越有利于其海外业务开发过程中优势地位的建立。据此,给出以下假定:

研究假设 1(H₁) 日本跨国公司的专属优势对其在华经营的竞争优势有积极影响。

经典的区位理论认为生产成本是决定厂商区位的主要因素,跨国公司往往会选择生产成本最低的区位开展业务^[10,11]。Dunning 总结了四个方面的区位因素:市场因素、贸易壁垒、成本因素以及投资气候^[7]。许多学者认为东道国的区位因素可以概括为两大类,其一是资源禀赋,如自然资源、劳动力资源和接近市场等;其二是政治、经济、法律以及基础设施等情况。有些学者认为外商在华投资的区位因素包括城市经济文化因素、交易成本因素、生产投入供应因素、市场因素以及投入成本因素^[12]。跨国公司为了取得有利的竞争地位,必须选择具有区位优势的地区进行对外投资。某种意义上,东道国的区位因素有利于形成竞争

优势,这种关系可以归纳成以下假定:

研究假设 2(H₂) 日本跨国公司在华经营所面临的区位因素对竞争优势有积极影响。

Dunning 指出,跨国公司的内部化优势是指企业将拥有的专属权优势在内部使用而带来的优势^[7]。由于某些产品或技术通过市场转移时会提高交易成本,因此企业可通过内部化非完全性市场以减少交易成本。尽管从内部化的实质看,它不是指公司所拥有的优势本身,而是将优势在公司内通过资源转换实现增值的过程,但从结果来看,内部化有利于巩固、提升其竞争优势。为此提出以下假定:

研究假设 3(H₃) 日本跨国公司在华经营的内部化程度对竞争优势有积极影响。

在 H₁ ~ H₃ 的基础上,演绎出本文的研究问题如下:

研究问题(RQ):日本在华跨国公司与全球其他竞争者相比以及与中国本土竞争者相比的竞争地位如何?哪些与国际生产折衷理论一致的因素决定其开展业务的竞争优势?

3 研究方法

3.1 样本特征

本研究以日本在华设有制造和销售法人分支机构,以及合资企业的非金融企业母公司为对象,不包括仅设有代表处的母公司。母公司资料、数据来自《海外进出企业总览》(日本东洋经济报社会社编,2002)。

作者于 2002 年 8 月到 10 月访问日本神户大学期间,对 702 家日本在华设有法人机构(公司、企业)的母公司的总经理(取缔役会长)寄发书面调查问卷。702 家公司中有两家因地址不详退回,有两家回函说明公司已经破产不能回答,有两家公司认为涉及公司秘密,回函表示不能回答。实际寄发调查问卷 698 份,有 230 家公司寄回问卷,回收率达 32.95%。回收情况令人满意。

样本企业的基本特征如下:

按 2001 年数据,上述 702 家制造业母公司总计在华设有 2 647 家法人分支机构(公司、企业),平均每家母公司设立 3.77 家分支机构。

应答问卷的日本在华投资母公司至少在海外两个以上的地区开展业务,部分大公司的业务甚至遍布全球,其中主要分布在东南亚、北美、欧洲,提及率分别达到了 86.5%、73.9% 和 58.9%。

表1 日本在华跨国公司的行业分布与雇员人数

Table 1 Industry and employee of Japanese MNCs' subsidiaries in China

行业	百分比/ %	母公司雇员数	百分比/ %	中国子公司雇员数	百分比/ %
电机	17.3	1 000 人以下	47.8	200 人以下	30.7
其他制造业	11.9	1 001 ~ 5 000	36.1	201 ~ 500 人	25.9
化学	11.1	5 001 ~ 10 000	7.0	501 ~ 1 000	15.4
机械	11.1	10 001 ~ 15 000	2.6	1 001 ~ 2 000	10.1
运输机械	9.5	15 001 ~ 20 000	1.3	2 001 人以上	18.0
精密机械	9.5	20 001 以上	5.2		
纺织	9.1				

应答的日本母公司在华分支机构主要分布在电机、化学、机械、运输机械、精密机械、纺织等行业。母公司雇员人员在 1 000 人以下的占样本总数的 47.8%，10 000 人以上的共 15 家，占 6.5%。其中国子公司雇员人数在 200 以下的为 30.7%，2 001 人以上的为 18.0%。（参见表 1）

应答的日本母公司 2001 年全球销售收入最大为 134 244 亿日元，最小为 0.80 亿日元，平均为 3 703 亿日元；其中国子公司该年度的销售收入最大为 3 000 亿日元，最小为 0.25 亿日元，平均为 100 亿日元；其中国子公司对日本母公司总销售收入的贡献最大为 80%，最小为 0.02%，平均不到 12%。

从以上企业雇员人数、销售收入等数据可以看出，与母公司相比，在中国的经营机构以中小型规模为主。

应答的日本母公司投资中国的高峰为 1993、1994 以及 1995 年；投资于中国采用的主要形式是合资企业和全资子公司，提及率分别达到了 68.3% 和 65.2%；在中国开展的业务类型主要有“零部件生产”、“装配”和“贸易”，提及率分别为 58.7%、63.0%、57.0%；在华投资的地域主要集中在“长江三角洲”、“珠江三角洲”和“渤海地区（大连、天津周围）”，提及率分别为 68.3%、35.3% 和 32.6%。

3.2 变量衡量

3.2.1 竞争地位

跨国公司在竞争中所处的地位通常可以分为五种情形并形成一层次：支配地位，优势地位，有利地位，维持地位，劣势地位^[8]。企业竞争地位的确认往往采用竞争者的数量、市场份额等指标。但本次研究涉及企业数量较多，行业分布较广，获取这类数据比较困难，因此对日本在华跨国公司的竞争优势衡量采用以下两个主观变量来确定^[13,14]：

1) 日本在华跨国公司相对全球其他竞争者的竞争地位

2) 日本在华跨国公司相对中国本土竞争者的竞争地位

3.2.2 竞争优势的决定因素

根据 Dunning 的国际生产折衷理论，可以从三方面解释竞争优势的决定因素^[7]：

1) 专属优势

跨国经营必须有相对于当地公司的竞争优势以抵消所缺乏的当地优势，如更好的信息，与当地同行已有的关系等。这些专属优势可以沿着公司的价值链进行识别，并分别按有形资产和无形资产的方式体现其竞争优势。本研究使用的指标包括：日本在华跨国公司的产品系列、研发能力、制造技术、零部件采购能力、资金实力、在华投资经历、文化培训、质量管理与交货能力和销售网络与售后服务等 9 项一般竞争力量的评价。

2) 区位优势

东道国的环境对外国公司可视为威胁或机会。环境是一个复杂的配置，其涉及到诸多方面，但最为重要的是相关的当地因素。这可以根据在评估东道国风险和机会的文献中提出的投资环境的定义来识别^[15]。在本研究中，采用了 20 个区位因素用于日本跨国公司评估在华经营的环境：政府效率、外资法、政府官员与公众对外资的态度、服务方面（咨询、银行）、官员的廉洁、一般管理成本（办公房租、交通成本等）、劳动力成本、许可证的获得程序、当地雇员的任职离职态度、货币稳定性与汇率、中方履行合同的状况、短期资本的可获得性、外资企业税率、法规的完善与执行、环境法、当地政府的激励措施、基础设施、政治稳定性、经济政策等。

3) 内部化优势

跨国公司内部市场建立和协调能力有利于跨国公司竞争优势的建立。本研究采用子公司产品销往母国市场的比例，筹供来自母国市场的比例这两个指标衡量日本在华跨国公司实际形成的内

部化优势。

4 分析结果

4.1 竞争地位

根据本文提出的衡量方法,日本在华跨国公司竞争地位包括两个方面:与全球竞争者相比的竞争地位,与中国本土竞争者相比的竞争地位。问卷回答者被要求根据李克特五分制进行评估(1 = 非常有利,5 = 非常不利)。

如表2所示,与全球竞争者相比,没有一家日本在华跨国公司处于“非常不利”的竞争地位,15.8%的企业处于“非常有利”的地位,45.2%的企业处于“有利”的竞争地位,平均分为2.3。整体上来看,日本在华跨国公司与全球竞争者相比处于比较有利的竞争地位。

与中国本土竞争者相比,仅有5家日本在华跨国公司处于“非常不利”的竞争地位,高达36.8%的企业处于“非常有利”的竞争地位,

30.9%的企业处于“有利”的竞争地位,平均分为2.1。整体上来看,日本在华跨国公司与本土竞争者相比同样处于比较有利的竞争地位。

尽管日本在华跨国公司与全球其他竞争者、中国本土竞争者相比的竞争地位有所区别,与后者相比,日本跨国公司的竞争地位更为有利。但由于三者在中国这同一市场上开展业务形成竞争,因此两指标必然存在一致性。这一点从两者显著的相关关系也可得以体现($P = 0.000$)。

4.2 竞争地位与竞争优势的决定因素

4.2.1 专属优势

如表3所示,用于衡量专属优势的9个指标的平均值为2.53,说明目前在华投资的日本跨国公司总体上具有一定的专属优势的。而居于前三位的依次为:生产与制造技术、质量管理与交货能力、在华投资经历,平均值分别为2.15、2.22、2.39;居于后三位的依次是文化培训、零部件采购能力、销售网络与售后服务,平均值分别为2.81、2.72、2.70。

表2 日本在华跨国公司的竞争地位

Table 2 Competitive position of Japanese MNCs' subsidiaries in China

竞争地位	相对全球竞争者		相对于地方竞争者	
	提及次	提及率/ %	提及次	提及率/ %
非常有利	35	15.8	81	36.8
有利	100	45.2	68	30.9
一般	72	32.6	46	20.9
不利	14	6.3	20	9.1
非常不利	0	0	5	2.3

表3 专属优势与竞争地位的回归分析

Table 3 Regression analysis of ownership advantages and competitive position

专属优势变量	M^*	竞争地位			
		与全球竞争者相比		与本土竞争者相比	
		Coefficients	t	Coefficients	t
产品系列	2.48	0.214 **	3.426	0.134 *	1.964
研发能力	2.61				
生产与制造技术	2.15	0.247 **	4.008		
零部件采购能力	2.72				
资金实力	2.67				
在华投资经历	2.39	0.257 **	4.391		
文化培训	2.81				
质量管理与交货能力	2.22			0.282 **	4.097
销售网络与售后服务	2.70	0.211 **	3.557	0.174 *	2.384
F 统计值		35.764 **		16.682 **	
R^2		0.462		0.196	
调整后的 R^2		0.450		0.184	

M^* : 五分制平均得分(1 = 很大的优势,5 = 很大的劣势)

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, 双尾检验

回归分析表明,在衡量专属优势的 9 项指标中,与全球竞争者相比,日本在华跨国公司的竞争优势主要来自于产品系列、生产制造技术、在中国的投资经历和销售网络与售后服务. 而与中国本土竞争者相比,日本在华跨国公司的竞争优势主要来自于产品系列、质量管理与交货能力、销售网络与售后服务.

4.2.2 区位因素

如表 4 所示,日本在华跨国公司一般并不认为存在明显的区位因素. 绝大多数企业认为在中国经营环境一般,有关 20 项区位因素的均值为 2.93,稍

稍趋向于认为中国环境有利. 他们认为最大的问题是法规的完善与执行,其次是许可证的获得手续. 在华经营的最大机会是劳动力成本低,其次是当地雇员的素质、当地政府的激励措施和一般管理成本.

回归分析表明,问卷调查所列的 20 个区位因素中,许可证的获得手续 ($P < 0.01$)、当地雇员的任职/离职态度 ($P < 0.01$) 对日本在华跨国公司相对于全球竞争者的竞争地位有积极的影响. 而许可证的获得手续 ($P < 0.05$)、当地雇员素质 ($P < 0.01$) 这两个指标对日本在华跨国公司相对于本土竞争者的地位有积极影响.

表 4 区位因素与竞争地位的回归分析

Table 4 Regression analysis of locational factors and competitive position

中国的区位因素	M^*	竞争地位			
		与全球竞争者相比		与本土竞争者相比	
		Coefficients	t	Coefficients	t
法规的完善与执行	4.02				
许可证的获得手续	3.70	0.263 **	3.116	0.162 *	2.056
环境法	3.63				
官员的廉洁	3.52				
政府效率	3.46				
外资法规	3.42				
中方履行合同的状况	3.38				
服务方面(咨询、银行)	3.31				
短期资金的可获得性	3.12				
基础设施	3.08				
当地雇员的任职、离职态度	2.96	0.223 **	2.646		
外资企业税率	2.83				
货币稳定性与汇率	2.78				
政府官员与公众对外资的态度	2.72				
经济政策	2.69				
政治稳定性	2.54				
一般管理成本(办公房租、交通成本等)	2.25				
当地政府的激励措施	2.23				
当地雇员素质	2.21			0.233 **	2.961
劳动力成本	1.76				
F 统计值		7.914 **		7.136 **	
R^2		0.137		0.108	
调整后的 R^2		0.123		0.094	

M^* : 五分制平均得分(1 = 非常有利, 5 = 非常不利)

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, 双尾检验

4.2.3 内部化优势

内部化优势通过日本在华跨国公司与母国市场的交易进行测度. 以两个指标为代表: 返销母国市场的比例, 来自母国市场的筹供比例. 应答问卷的日本跨国公司中 48.9% 的公司返销母国市场的比例只占总销售的 30% 以下, 34.7% 的公司返

销母国市场的比例超过 50%, 16.5% 的公司返销母国市场的比例介于 30% ~ 50%.

应答问卷的日本跨国公司中 27.9% 的公司来自母国市场的筹供比例不到 30%, 47.7% 的公司来自母国市场的筹供比例高于 50%. 这两个内部化指标有显著的相关性 ($P = 0.000$): 返销母国

市场的比例大的公司,来自母国市场的筹供比例也较高。

但是统计分析表明,日本在华跨国公司返销母国市场的比例和来自母国市场的筹供比例均与竞争地位并无显著的相关性。

5 讨论与结论

本文根据对 223 家在华日本跨国公司母公司的调查结果,通过回归分析,可以清楚的看到假设 1 和假设 2 得到了验证,专属优势、区位优势对日本在华跨国公司的竞争地位存在积极的影响。

整体上来看,日本在华跨国公司无论是相对于全球其他竞争者,还是相对于跨国本土竞争者都处于比较有利的竞争地位。这一竞争优势地位的取得,源自内外两个方面,即,专属优势和区位优势。

具体而言,在专属优势方面,与全球竞争者相

比,日本在华跨国公司的竞争优势主要来源于产品系列、生产和制造技术、在华投资经历、销售网络与售后服务四个因素;而与中国本土竞争者相比,竞争优势主要来自于产品系列、质量管理与交货能力、销售网络与售后服务三个方面。在区位因素方面,与全球竞争者相比,日本在华跨国公司的竞争优势来自于许可证的获得手续、当地雇员的任职/离职态度两个因素;与中国本土竞争者相比,竞争优势来自于许可证的获得手续、当地雇员素质两个因素。

本次研究中,假设 3,即日本跨国公司内部化优势与竞争优势之间的关系并未得到证实。原因可能是指标设计方面,尽管 Kobrin 的研究表明产品销往母国市场的比例,筹供来自母国市场的比例这两个指标是衡量内部化的灵敏指标^[13],但在理解上,问卷回答者可能将产品误解为仅指方便衡量的有形产品,而忽视了另一重要部分:技术和知识产品。

参考文献:

- [1]赵曙明. 新经济下的企业经营管理:现状、挑战与思考[J]. 管理科学学报, 2003, 6(4): 90—94.
Zhao Shuming. Business management in new economy: Present situation, challenges, and thoughts[J]. Journal of Management Sciences in China, 2003, 6(4): 90—94. (in Chinese)
- [2]王志乐. 2002—2003 跨国公司在华投资报告[M]. 北京:中国经济出版社, 2003.
Wang Zhile. 2002—2003 Report of Transnational Corporations in China[M]. Beijing: China Economic Publishing House, 2003. (in Chinese)
- [3]Barney J. Firm resource and sustained competitive advantage[J]. Journal of Management, 1991, 17(1): 99—120.
- [4]Porter M. Changing patterns of international competition[J]. California Management Review, 1986, 28(2): 9—40.
- [5]帕拉哈拉德,伊夫·多茨. 跨国公司使命:寻求经营本地化与全球一体化之均衡[M]. 北京:华夏出版社, 2001.
Pralhad C K. Yves Doz: The Multinational Mission: Search of Balance Between Localization and Integration[M]. Beijing: Huaxia Press, 2001. (in Chinese)
- [6]迈克尔·波特. 竞争优势[M]. 北京:华夏出版社, 2001.
Porter M E. Competitive Advantage[M]. Beijing: Huaxia Press, 2001. (in Chinese)
- [7]Dunning J. The theory of international production[A]. in Khosrow F. ed. International Trade[M]. New York: Taylor & Francis, 1989.
- [8]毛蕴诗. 跨国公司战略竞争与国际直接投资(第2版)[M]. 广州:中山大学出版社, 2001.
Mao Yunshi. Strategic Competition and Foreign Direct Investment of Multinationals[M]. the 2nd Edition, Guangzhou: Sun Yat-sen University Press, 2001. (in Chinese)
- [9]Hymer S H. The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment[M]. Cambridge: MIT Press, 1976.
- [10]Buckley P M, Casson M C. The Future of the Multinational Enterprise[M]. New York: Holmes & Meier, 1976.
- [11]Buckley P J, Casson M C. The Economic Theory of the Multinational Enterprise: Selected Papers[M]. London: Macmillan, 1985.
- [12]魏后凯,贺灿飞,王新. 外商在华直接投资动机与区位优势分析[J]. 经济研究, 2001, 1: 67—76.

- Wei Houkai , He Canfei , Wang Xin. An analysis of motives and location factors of foreign direct investment in China[J]. Economic Research , 2001 , 1 : 67 —76. (in Chinese)
- [13]Kobrin S. An empirical analysis of the determinants of global integration[J]. Strategic Management Journal , 1991 , 12 : 17—31.
- [14]Kumar B N , Yunshi Mao , Ensslinger B. Gobar Strategic Management of German MNCs in China : Patterns and Determinants of Sustainable Competitive Advantage In the Aftermath of the Asian Crisis[C]. Asian Postcrisis Management , 2002. 64—80.
- [15]Düfer E. Internationales Management[M]. München : Oldenbourg , 1997.

Study of competitive position and competitive advantage of Japanese MNCs ' subsidiaries in China

MAO Yun-shi , WANG Jian-cheng

School of Business , Sun Yat-sen University , Guangzhou 510275 , China

Abstract : The paper used the Eclectic paradigm to analyze the competitiveness of MNCs. From the aspects of ownership advantages , locational factors and internalization advantages , the paper studied on factors which determined favored competitive status of Japanese MNCs in China. Based on the 230 responses of questionnaire investigation to 702 Japanese parent corporations , the authors concluded some findings. The competitive advantages of Japanese MNCs in China come from the ownership advantages and locational factors. But there is not obvious relationship between internalization advantages and competitive advantages.

Key words : Japanese MNCs ; competitive advantages ; ownership advantages ; locational factors ; internalization advantages