

中国企业“走出去”宏观竞争力分析

林奇炼^① 黄梅波(教授)^②

一、引言

世界经济的繁荣与发展离不开经济全球化。近年来,全球经济在以发达国家为主导,跨国公司为主要媒介的发展过程中,通过生产要素在全球范围流动和配置,有效提升了要素使用效率,优化了全球产业布局,形成了高效规范的市场运转模式。在此背景下,中国政府提出“走出去”战略,鼓励国内企业加入经济全球化浪潮,参与国际分工与要素配置,提高企业自身生产效率与经营管理水平,进而提升国家综合竞争力。

自“走出去”战略实施以来,越来越多的中国企业参与到全球竞争与国际化进程中,我国对外直接投资保持持续上升趋势。截至2016年年底,中国2.44万家境内投资者在国外共设立对外直接投资企业3.72万家,分布在全球190个国家,年末境外企业资产总额为5万亿美元。中国投资者在国际市场与产业链中的作用越来越重要,地位不断上升。2016年中国对外直接投资净额为1961.5亿美元,对外直接投资累计净额达13573.9亿美元。2016年全球外国直接投资净额为1.45万亿美元,年末累计净额为26.16万亿美元,以此为基数计算的中国对外直接投资分别占全球当年净额的13.5%,较上年提升3.6个百

分点,位列全球国家(地区)排名的第二位,占累积净额的5.2%,提升了0.8个百分点,全球排名由2015年的第八位上升至第六位。

一般来说,随着企业对外直接投资的快速发展,企业的国际竞争力水平也将得到提升。李优树(2002)指出,公司竞争力的提高来源于其海外企业的增值活动以及跨境的战略联盟,对外直接投资是提升企业国际竞争力的重要手段。

目前,对中国对外直接投资企业国际竞争力水平的研究大多集中在微观层面。一方面,Hymer(1976)基于企业特定优势的角度分析了企业国际化水平与企业绩效水平的关系,他认为在不完全市场的情况下,企业国际化可以通过特定优势获取高额的垄断利润。Yu(2007)与Wang(2010)也认为企业投资绩效与竞争力的最重要评价标准是企业的利润。另一方面,蒙大斌、蒋冠宏等(2014、2016),通过数据匹配法及倍差法检验了企业对外直接投资可以显著提升企业的“生产效率”,同时检验了海外并购与行业国际竞争力之间的关系,认为企业生产效率越高,产业出口竞争力越大,盈利能力越强,海外并购规模就越大。国内外研究者基于世界经济论坛(World Economic Forum)“竞争力报告组”、洛桑国际管理学院(IMD)以及中国企业

联合会的指标评价体系,通过如总资产收益率、净利润、研发投入比、海外资产及员工占比等一系列企业财务与绩效指数构建了一套复合指标体系来评价中国对外投资企业的国际竞争力水平。中国人民大学企业竞争力研究小组、中国企业联合会的评估体系、赵文昌等学者构建了企业国际竞争力的评价体系,将中国“走出去”企业的国际竞争力的评价指标归纳为四个方面:企业规模因素、企业效率因素、企业成长因素以及企业国际化程度。其中,企业规模是体现企业竞争力的主要方面,企业规模的大小主要通过销售收入和利润两个指标来衡量;企业效率是构成企业竞争力的重要内容,反映企业效率的指标主要有总资产收益率、人均收入和销售利润率;企业成长性即企业的持续发展能力,主要通过企业平均销售收入增长率、平均利润增长率以及研发投入比例这三个指标进行衡量;企业国际化程度是评价企业国际竞争力的关键指标,度量国际化程度的指标主要包括海外资产占总资产的比例、海外收入占销售收入的比例、海外员工占总员工的比例。

对外直接投资所带来的国家整体竞争力水平的提升并不是企业个体竞争力水平的加总,除了投资规模、投资效益、劳动生产率等指标,可能还涉及投资模式、产业结

构、区位选择等因素。并且，中国“走出去”企业依旧是以国有企业为主，对外直接投资受国家政策激励影响较大，因此，从宏观层面分析中国“走出去”企业对外直接投资对于中国整体竞争力水平的影响十分必要。然而基于宏观层面分析中国企业对外直接投资与国家整体竞争力水平的研究相对稀缺，本文拟对此问题进行研究。

本文首先立足于宏观视角，通过对外直接投资规模绩效、质量绩效及结构特征等指标，对中国“走出去”企业的整体竞争力做出合理的评价与分析。其次，从企业内部能力、环境以及资源三个角度对外投资企业整体竞争力绩效不佳的原因进行分析。最后，基于目前中国“走出去”企业的现况与竞争力水平，结合“一带一路”背景，试图对中国“走出去”企业整体竞争力水平的提升提出合理的政策建议。

二、中国“走出去”企业竞争力评估

从理论上来看，中国“走出去”企业的竞争力水平与其对外直接投资的绩效水平直接相关，企业对外直接投资的绩效水平越高，那么反映出企业的竞争力水平越高。因此，本文希望通过分析中国整体对外直接投资的绩效水平以及历年变化趋势来衡量中国“走出去”企业的竞争力水平。本文参考现有文献，基于数据的可获得性以及指标的适用性要求，通过三个角度来衡量中国对外直接投资的绩效水平：通过对外直接投资规模绩效指数来反映中国对外直接投资的规模绩效水平；通过对外直接投资

与来华直接投资收益率及其差异的变动趋势来反映中国对外直接投资的质量绩效水平；通过对外直接投资的投资主体、产业结构和区位分布来判断中国企业对外直接投资的结构特征。

（一）中国“走出去”企业的规模绩效

对外直接投资绩效指数是联合国贸发会（UNCTAD）在 2001 年的世界投资报告中构建的指标，用以反映控制母国经济体规模之后一国对外直接投资的相对份额。其公式为：

$$\text{对外直接投资绩效指数} = \frac{OFDI_i / OFDI_w}{GDP_i / GDP_w}$$

其中， $OFDI_i$ 表示一国当年对外直接投资流量， $OFDI_w$ 表示全球当年 OFDI 总流量， GDP_i 表示该国当年国内生产总值（GDP）规模， GDP_w 表示全球当年 GDP 总规模。对外直接投资绩效指数可以用来反映在去除母国经济规模的影响因素后，一国在世界对外直接投资市场上的真实投资规模水平。如果绩效指数大于或等于 1，则表明该国对外直接投资的绩效水平达到或高于世界的平均水平；如果绩效指数小于 1，则说明该国对外直接投资的绩效水平低于世界平均水平，该国的对外投资规模相对于其 GDP 规模相对滞后。根据英国经济学家邓宁的国际生产折中理论，当所有权优势、区位优势 and 内部化优势较为明显时，一国的跨国公司具备对外扩张的潜力和能力，在东道国市场更具竞争力，这样对外直接投资量也会越大。换言之，对外直接投资绩效指数越大，那么一国的对外直接投资的规模越大，表明

该国企业对于所有权与区位优势利用越充分，该国企业在国际市场上的竞争力就越强。

从图 1 中可以看出，发达国家对外投资规模绩效指数一直在 1 ~ 1.2 之间波动，且保持稳定趋势，对外直接投资的规模领先于世界平均水平，而发展中国家的对外直接投资规模绩效指数低于世界平均水平，但是一直保持着稳定上升的趋势。美国作为老牌资本主义国家，对外直接投资拥有悠久的历史。从实际投资量上来看，2000 年以来，美国每年的对外直接投资净额均占世界总投资净额的 10% 以上，2000—2016 年间最高占比达到 23.08%；但从对外直接投资规模绩效指数上来看，美国的规模绩效指数波动幅度较大，但是绝大多数年份低于发达国家的平均水平。美国对外直接投资规模绩效指数不高的原因在于，金融危机后，美国推行“再工业化”促进制造业的复苏，海外企业以及对外直接投资开始逐渐向国内回归，尤其在 2017 年特朗普上台之后，“逆全球化”思潮兴起，这都使得美国对外直接投资下降。此外，经过数十年的对外直接投资，美国的对外投资战略不再单纯关注投资的规模，而是更注重投资的质量，对外直接投资的项目更有选择性、针对性，投资的效率更高。与美国不同，日本是第二次世界大战之后发展起来的发达国家，对外直接投资的历史相对于美国较短。日本对外直接投资规模绩效指数始终保持上升趋势，且在 2012 年之后高于发达国家平均水平，这表明日本的对外直接投资规模绩效水平很高。2008 年经济危

机发生后，日本的对外直接投资相对保守。近年随着日本经济的不断恢复与日元的不断升值，对外直接投资总额不断上升，2011年相对2010年增加85%，此后进入高速发展阶段。中国的对外直接投资起步较晚，2000年中国对外投资规模绩效指数接近于0，不仅远低于发达国家水平还远低于发展中国家水平；但是中国对外直接投资规模绩效指数飞速上升，2016年对外投资规模绩效指数为0.85，首次超过发展中国家平均水平；但就总体来看，中国对外直接投资规模绩效指数低于发展中国家平均水平，其增长变化趋势大致与发展中国家平均水平变动趋势相符合。印度与中国一样作为新兴市场国家的代表，对外直接投资规模水平与中国有一定的差距，近年的规模绩效指数有下降趋势。

（二）中国企业“走出去”的质量绩效

对外直接投资规模绩效指数可以很直观地从宏观层面上表明一国对外直接投资的规模程度，但是并不能反映投资的质量水平。通过中国对外直接投资与外商来华投资收益率以及收益率差额可以衡量中国“走出去”企业在海外环境下的总体质量绩效。近年来，中国对外直接投资的收益总额一直保持着强劲的上升势头，2016年中国对外直接投资收益达到1984亿美元，较2000年的123亿美元的总收益上涨约15倍，平均年增长率为23.22%。但是，就对外投资收益率来看，中国对外直接投资的质量绩效水平并不高。中国对外直接投资的收益率2005—2016年间始终保持在2.9%~3.8%

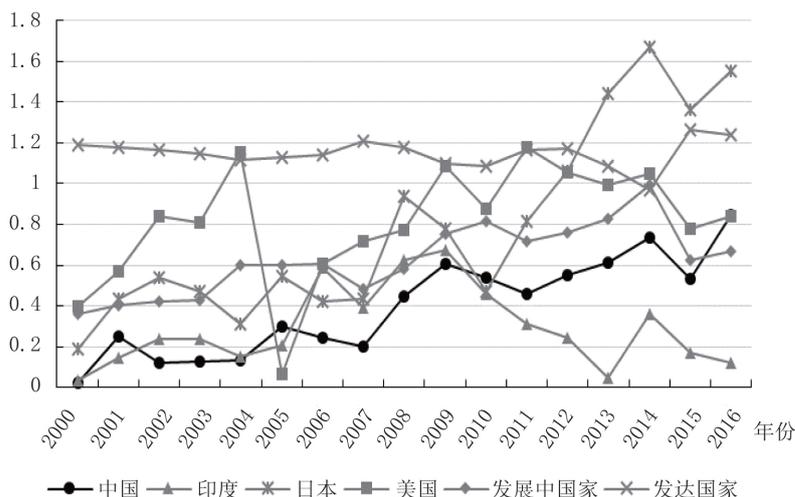


图1 对外直接投资规模绩效指数比较图 (2000—2016年)

数据来源：根据UNCTAD数据计算得出



图2 中国对外直接投资与来华投资收益率及收益率差额图 (2005—2016年)

数据来源：根据UNCTAD数据计算得出

之间，且随着时间的推移，两者的差额并没有明显改善。从2012—2016年数据来看，中国对外直接投资平均收益率为3.10%，而同期外商来华投资的平均收益率为5.85%，两者平均差额为-2.75%，最高差额高达-4.12%。相较而言，美国的五年平均对外投资收益率达到7.67%，日本的平均收益率为7.42%。此外，同为新兴市场国家的印度五年对外直接平均投资收益

率为2.85%。可见，中国的对外直接投资的质量绩效远低于以美国、日本为代表的发达国家，略高于印度为代表的新兴市场国家。

（三）中国企业“走出去”的结构特征

1. 投资模式

对外直接投资的主要投资模式有绿地投资和跨国并购。跨国企业通过绿地投资方式可以对新设立的境外公司的资源和技术具有较高的

控制权，但是绿地投资的固定投资成本很高。绿地投资的主要形式有两种：一是建立国际独资企业，其形式有国外分公司、国外子公司和国外避税地公司；二是建立合资企业，其形式有股权式合资企业和契约式合资企业。跨国企业通过跨国并购可以取得东道国企业的相关资源，包括技术、研发、品牌及营销网络等。从跨国公司理论上来看，跨国并购虽然固定投资成本较低，但是需要更高的沉没成本来达到整合并购资产、协调管理等目的，这要求跨国并购的企业具有更高的可转移优势（高生产效率、研发投入等）。因此，相对于跨国并购而言，绿地投资对于跨国企业的生产率水平要求低，且更有利于不具有可转移优势的企业，从而可以由一国企业的投资进入模式来侧面反映该国企业的竞争力水平。

中国的对外直接投资方式以绿地投资为主，如图3中所示，中国对外直接投资中的跨国并购金额不断上升，2016年高达1353亿美元。尽管如此，除了2016年外，中国跨国并购占比基本在30%~40%之间，自2008年起保持下滑趋势，中国对外直接投资还是以绿地投资为主。相较而言，美国的对外直接投资并购金额达到50%以上，通过收购、兼并快速渗透进入世界其他国家市场；同时日本从2014年开始并购金额占对外直接投资的比例增加到50%，依托国内企业进行海外并购投资成为日本对外投资的最重要渠道。

2. 产业结构

从企业数量角度，从表1中的数据可以看出，截至2016年年底，

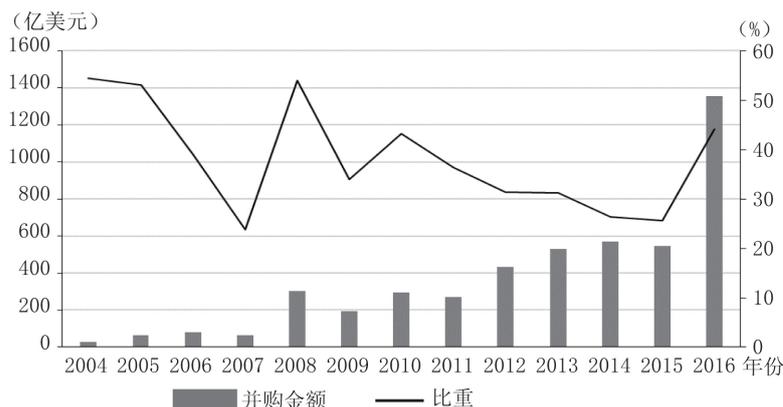


图3 中国跨国并购金额及占对外直接投资流量比重 (2004—2016年)

数据来源：《2016年度中国对外直接投资统计公报》

中国“走出去”企业主要活跃于批发和零售业、制造业以及租赁和商业服务业等行业，投资这三个行业企业数量高达2.3万家，占有企业的62.58%。其中，批发零售业的企业数量高达10648家，占有所有对外直接投资企业的28.65%；制造业其次，占有所有对外投资企业的20.78%；租赁和商业服务业的企业为4889家，占比13.16%，位居第三。其余各类别行业企业分布较广且分散，充分说明了我国“走出去”企业多元化的趋势。其中，建筑业企业2386家，占比6.42%；信息传输、软件和信息技术服务业企业1745家，占比4.70%；农、林、牧、渔业企业1737家，占比4.67%；科学研究和技术服务业企业1578家，占比4.25%；采矿业1516家，占比4.08%；交通运输、仓储和邮政业企业1004家，占比2.70%；其余各类别行业企业数量均低于1000家。

从投资额角度，从图4中可以看出，截至2016年年末，中国对外直接投资存量最大的租赁和商业服务业，投资总净额高达4739.9

亿美元，远超其他各类别行业的存量；金融业对外直接投资总净额为1773.4亿美元，是仅次于租赁和商业服务业的最大行业；对外直接投资总净额在1000亿美元以上的行业还有批发零售业、采矿业以及制造业，是历年来中国对外直接投资的主要领域。

综合来看，中国对外直接投资的主要领域为租赁和商业服务业和批发零售业。这两类行业投资存量较大，投资企业数量多但对外直接投资并不直接从事生产活动，多以商贸和投资形式存在，其中包括以投资控股为主要目的的对外投资活动，主要分布在中国香港、开曼群岛、英属维尔京群岛、卢森堡、荷兰等国家（地区）。金融业对外直接投资总净额较大，但企业数量较少，且企业多为国有企业为主的大型金融机构。制造业企业的投资总净额较小，但企业数量很大，这表明了“走出去”的制造业企业规模较小，一般为规模以下的中小型民营企业。近年来制造业的投资净额及企业数量都上升较快，越来越多的

表 1 中国对外直接投资行业分布情况 (2016 年年末)

行业	企业数量	比重 (%)
批发和零售业	10648	28.65
制造业	7721	20.78
租赁和商业服务业	4889	13.16
建筑业	2386	6.42
信息传输/软件和信息技术服务业	1745	4.70
农/林/牧/渔业	1737	4.67
科学研究和技术服务业	1578	4.25
采矿业	1516	4.08
交通运输/仓储和邮政业	1004	2.70
居民服务/修理和其他服务业	944	2.54
房地产业	910	2.45
文化/体育和娱乐业	488	1.31
金融业	477	1.28
电力/热力/燃气及水的生产和供应业	464	1.25
住宿和餐饮业	384	1.03
教育	112	0.30
其他	161	0.43
合计	37164	100.00

数据来源:《2016 年度中国对外直接投资统计公报》

中国制造业企业“走出去”,成为中国对外直接投资的新动力。其余各类别行业的对外直接投资规模都相对较小,投资企业数量也相对较小。美国对外直接投资的行业主要集中在金融保险、开采业、制造业、批发零售以及投资行业,2015 年对非银行金融机构的投资额度为 25822 亿美元,占比 51.23%,制造业排名第二,占比 13.1%,对金融保险业的投资位列第三,占比 12.2%。日本对外直接投资的行业集中在制造业、金融业、交通运输业及采矿业。截至 2014 年年底,制造业、金融业、交通运输业及采矿业对外直接投资累计净额所占比重分别为 46.24%、19.22%、13.71%、8.08%。对外投资的行业选择明显表

现出以自身优势产业直接开拓国际市场为主要目的的特点。

3. 区位选择

截至 2016 年年末,中国境外投资企业数量高达 37164 家,覆盖世界 81.5% 的国家与地区。其中,亚洲的覆盖率最高,达到 97.9%,且企业数量最多,高达 20784,占所有“走出去”企业的 55.93%。从图 5 中可以看出,中国对外直接投资总净额集中在发展中国家与地区,尤其是亚洲及拉丁美洲地区,分别为 67% 与 15%。从表 2 中可以看出,2016 年,流向亚洲地区的直接投资流量 1302.7 亿美元,占当年对外直接投资流量的 66.4%;流向拉丁美洲地区的投资 272.3 亿美元,占当年对外直接投

资流量的 13.9%;流向北美洲地区的投资 203.5 亿美元,占当年对外直接投资流量的 10.4%;流向欧洲的投资 106.9 亿美元,占当年对外直接投资流量的 5.4%。虽然中国对外直接投资开始逐渐转向发达地区,但是对外直接投资的地区还是以亚洲与拉丁美洲为主。根据跨国公司理论,越发达的东道国,对于对外直接投资的门槛也越高,对于企业的生产率水平要求也越高。亚洲与拉丁美洲等东道国大多数为发展中国家,投资进入的门槛相对较低,从侧面反映出中国对外投资企业的竞争力水平还有提升的空间。美国 2015 年主要对外直接投资区域集中在以欧洲、大洋洲以及加拿大等为代表的发达地区。具体来看,美国有 71% 的总投资集中在经合组织国家,其中对欧洲的占比最大,占对外直接投资的 58.5%。日本对外直接投资存量最大的四个国家分别是美国、中国、英国和澳大利亚。日本对外直接投资的区位有两个明显倾向:一是重视对经济发展水平高、市场规模大、法律制度相对完备的地区投资,二是重视对东亚邻国的投资。

(四) 小结

自 2002 年将“走出去”战略写入十六大报告中之后,中国政府先后出台了许多政策鼓励国内企业走出国门,开拓新的投资领域。十九大会议中指出,要以“一带一路”建设为重点,坚持“引进来”和“走出去”并重,遵循共商共建共享原则,加强创新能力开放合作,形成陆海内外联动、东西双向互济的开放格局,进一步支持国内

企业“走出去”参与国际分工与国际市场竞争。

但从以上分析可知，从规模绩效角度，在“走出去”政策的激励下，中国对外直接投资规模明显增加，“走出去”企业的数量与投资量均显著上升。2016年中国对外投资规模较2000年增长39倍之多，中国“走出去”企业运用所有权优势与区位优势的能力也显著提高。但比较而言，中国对外直接投资的规模与发达国家还有很大的差距，与发展中国家的总体水平亦有较大的距离。从近年来看，这种差距并没有显著下降，规模绩效指数差距稳定在0.23左右，中国对外直接投资的规模依旧滞后于其GDP水平，中国对外直接投资规模仍有很大的提升空间。从质量绩效角度，中国对外直接投资与外商来华投资的投资收益率差额较大，并且2005—2016年间并未呈现改善趋势。这表明中国“走出去”企业在海外的总体经营水平不佳，收益能力远低于国外企业在中国的收益能力，并且收益能力并未因为政府“走出去”政策的推广而得到改善。从结构特征角度，中国“走出去”企业对外直接投资还是以绿地投资为主，产业结构以能源、建筑以及制造业等行业为主，投资区位以亚洲、拉丁美洲的发展中国家为主；以美国、日本为主的发达国家对外直接投资以跨国并购为主，重点投资产业领域覆盖科技创新以及服务业，区位的选择也更加多样化。中国企业从投资结构来看，也与发达国家有较大的差距，反映了中国企业的竞争力相对较低。

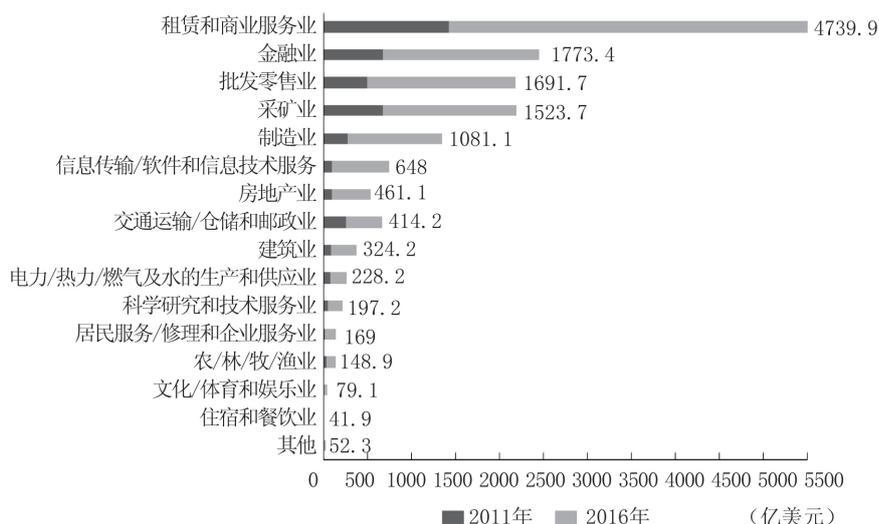


图4 中国对外直接投资总净额行业分布图 (2011年, 2016年)
数据来源: 《2016年度中国对外直接投资统计公报》

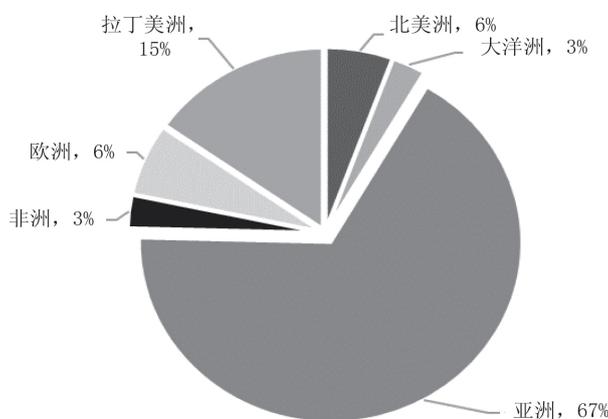


图5 中国对外直接投资总投资净额地区分布 (2016年)
数据来源: 《2016年度中国对外直接投资统计公报》

表2 中国对外直接投资总投资净额地区构成 (2016年)

洲别	金额 (亿美元)	比重 (%)
亚洲	1302.7	66.4
拉丁美洲	272.3	13.9
北美洲	203.5	10.4
欧洲	106.9	5.4
大洋洲	52.1	2.7
非洲	24.0	1.2
合计	1961.5	100.0

数据来源: 《2016年度中国对外直接投资统计公报》

三、影响中国企业“走出去”国际竞争力的因素分析

从前文的分析来看，中国“走出去”企业的对外直接投资规模不断增加，但依旧滞后于当前中国的GDP水平，同时中国“走出去”企业普遍质量绩效水平不高，结构也并不成熟，中国“走出去”企业在国际市场上的整体竞争力水平较弱。并且从时间上来看，这种状况并没有得到明显改善，在“引进来”与“走出去”并举的对外开放新时期，境外投资成为中国企业参与国际竞争与合作的重要方式。分析中国企业对外直接投资绩效水平不高的症结和原因，切实提升中国“走出去”企业的国际竞争力水平，对于中国对外直接投资的健康发展与政府对外开放战略的切实实施显得格外重要。

(一) 自身因素

企业的自身因素是影响中国“走出去”企业竞争力水平的最直接因素。对于企业竞争力的评价，中国企业联合会认为应从经济效益、财务状况、管理水平、科技进步、员工素质、对外开放程度和社会效益七个方面进行。中国人民大学竞争力评价与研究中心在《中国国际竞争力发展报告》中提出，企业国际竞争力受到公司业绩、劳动力成本、管理效率、劳动生产率 and 公司文化等因素的影响。中国“走出去”企业多达37164家，微观个体之间的对外投资动因及经营情况等都有着很大的差异，因此，需要立足于中国“走出去”企业的整体情况，抓住这些企业的共性，以此解释企业自身因素对于

中国企业竞争力的影响。

其一，中国“走出去”企业以国有企业为主。从图6中可以看出，2006年国有企业占对外直接投资企业的比例高达81%，虽然近年民营企业及其他成分的企业逐渐走出国门，但国有企业依旧是中国对外直接投资的最主要主体，2016年占比为54.3%，仍超过半数以上。因此，国有企业的竞争力水平对中国对外直接投资绩效与企业竞争力水平的影响很大。国有企业受到中国政府的支持，具有很强的抗风险能力，在对外直接投资初期，经验不足、外部环境风险不确定的情况下，国有企业可以起到很好的试点作用，也可体现国家整体的战略布局。但是，随着对外直接投资经验的逐渐积累，中国的国有企业产生于特殊的时代背景，其形成与发展并不完全遵照比较优势原则，往往缺乏自生能力。且国有企业的对外投资相当一部分都是由政府政策主导的，一些投资项目是基于政治或者战略安全方面的考量，而非追逐利润最大化；同时，国有企业产权不明确、激励不相容的问题仍然存在，企业的经营成果与企业员工及其管理者的报酬之间关系不明确，因此国有企业普遍经营效率低下，一定程度上拉低了中国“走出去”企业的竞争力水平。

其二，中国“走出去”企业对外投资历史短，缺乏足够的经验，海外经营适应能力差。中国在改革开放之后，一直推行“引进来”的政策，鼓励国外的厂商在中国境内投资办厂等。中国政府在2002年中共十六大报告中提出“坚持‘走出去’与‘引进来’相结合的方针，

全面提高对外开放水平”，鼓励中国企业走出国门进行境外投资活动。自此之后，中国企业才陆续走出国门，加入国际市场参与国际竞争。中国企业对外直接投资的发展历史很短，从图7中可以看出，中国企业对外直接投资是从2003年之后开始飞速增长的，目前依旧处于起步阶段。一方面缺乏足够的跨国企业经营经验，对国际市场的适应能力有待提高；另一方面缺乏具有较高的外语水平和经营管理能力的人才。海外的投资环境受到东道国的政策制度、文化等因素的影响，与国内的经营环境有着较大的差别，人才不足、海外经营能力的不足造成对外投资企业难以适应东道国制度和差异的背景，无法统筹兼顾国内母公司与东道国子公司的经营，无法实现公司整体的战略目标，影响了中国“走出去”企业的竞争力水平。另外，中国企业对外直接投资历史较短，项目大多处于起步阶段，由于项目投资周期一般较长，即便是收益率高的投资项目，在投资初期的收益成果往往也不明显，影响了总体的收益水平。

其三，中国“走出去”企业缺乏品牌意识，且技术水平和创新能力与发达国家还有很大的差距。中国目前的“走出去”企业的动因以自然资源获取型及市场寻求型为主，大多数企业存在创新性不足、技术研发能力弱等问题，在微笑曲线和价值链上往往处于最低端，对外直接投资的利润水平低。好的品牌是企业核心竞争力的主要表现，也是中国企业区别于其他国家企业的标签。品牌可以提升消费者的忠诚度、增加企业知名度、降

低企业的营销成本并帮助企业收取更高的品牌溢价。世界上优秀的公司在制造产品的同时，也会拥有对于品牌的创造、维持、保护和拓展的能力。目前，中国“走出去”企业多达 37164 家，分布涉及众多行业，但是中国企业普遍在国际上知名度不高，拥有国际知名品牌较少。如图 8 所示，据 UNCTAD 统计，2016 年世界前 100 强的非金融类跨国公司中，美国企业占据 22 个，英国 15 个，法国、德国及日本各占 11 个，而中国仅有 4 个，其中中国大陆 2 个，香港及台湾各占 1 个；世界品牌实验室（World Brand Lab）根据市场占有率、品牌忠诚度及全球领导力构建了品牌影响力的综合评价体系，其 2016 年编制的《世界品牌 500 强》排行榜中，美国企业占据 227 席，而中国仅有 36 席；福布斯（Forbes）公布的 2016 年度全球最具价值品牌排行榜（共 100 个品牌）中并没有看到中国企业的身影。技术创新能力弱，品牌知名度不高，均不利于中国企业在激烈的国际市场上竞争。

（二）环境因素

影响中国“走出去”企业对外直接投资的绩效水平与竞争力的因素不仅仅取决于企业自身，更是取决于企业所处的环境。Mintzberg Henry（1998）阐明了环境的独特性与组织的特别属性之间的关系，认为外部环境越稳定，组织结构越正规，越有利于企业的发展。Teece（1997）认为，竞争并不是组织之间的针对性的竞争与冲突，而是组织为适应环境要求而展开的竞争，当企业符合环境的要求时，企业就能够生存下来。外部环境考验

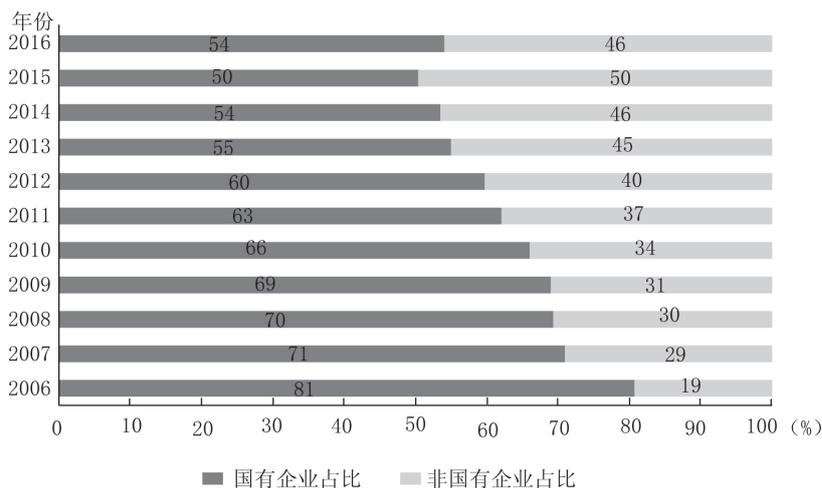


图 6 中国非金融类对外直接投资总投资净额中国有企业与非国有企业占比 (2016 年)

数据来源：《2016 年度中国对外直接投资统计公报》

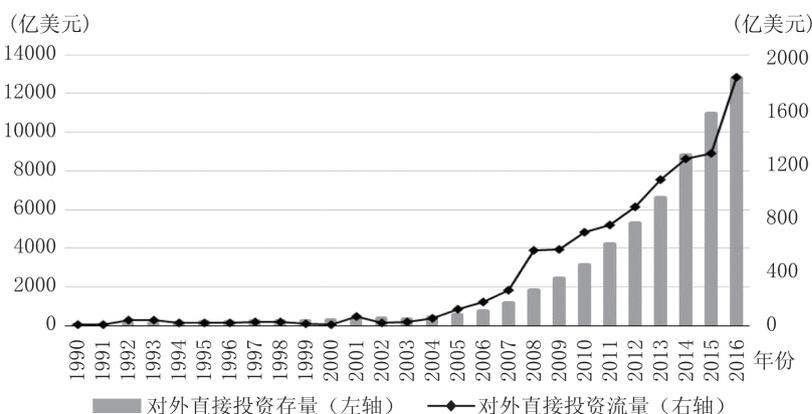


图 7 中国对外直接投资流量与存量变动 (1990—2016 年)

数据来源：UNCTAD 数据库

着企业，决定了企业的生存条件，同时也说明生存下来的企业具有竞争力。这些研究都表明企业所处的环境对企业的竞争力有很大的影响。

1. 国内环境

中国目前国家整体宏观经济水平、综合国力都不断提升，在国际上的影响力也越来越大，这对于“走出去”企业而言都是利好的。但是，中国的制度安排与政策等因素一定程度上限制了中国企业对外直接投资，抑制了中国“走出去”

企业的竞争力。根据华尔街日报与美国传统基金会 2016 年发布的《经济自由度指数》报告，2016 年中国的经济自由度指数为 52.7，远低于世界平均水平 60.7，在 178 个统计的全球国家与地区中排名第 139 位。中国经济自由度低、国家体制独特性造成了政府政策、制度安排等因素对于中国“走出去”企业对外直接投资绩效水平及竞争力水平都有很大的影响。

其一，合理有效的制度安排是

对外直接投资绩效水平提高的基础。一个合理的制度安排包括有效的资源配置、信息的充分利用以及激励相容。在此制度安排下，资源与信息可以有效地利用，个体理性与集体理性相一致。但是，中国的对外直接投资制度是典型的政府主导型对外直接投资制度，企业在对外直接投资的制度变迁中常处于被动地位。国有企业的对外直接投资更多的是出于国家利益考量，忽略了企业自身经营收益情况；民营企业对外直接投资也很可能是为了迎合政府的政策鼓励，而非出于企业发展的战略需求，企业往往在未充分考虑企业自身条件是否已足够应对国际市场严酷的竞争环境时就盲目地进行对外直接投资，影响了对外直接投资绩效水平。

其二，在对外直接投资制度中，政府对于企业的正确引导与支持相当重要。根据发达国家的对外直接投资经验，在对外直接投资中，政府的主要职能在于提供服务、降低交易成本。然而，中国政府在这些职能上还存在诸多不足。首先，国内企业想要“走出去”还面临着申请审批流程手续较为复杂、审批周期普遍较长、政府处理核实效率低下等现象。其次，中国“走出去”企业无法得到政府提供的足够的信息服务。企业对外直接投资的信息往往来自同行朋友的介绍。再次，中国缺乏合理的海外直接投资保险制度，无法在遇到投资风险时为海外企业提供充分的保护，尤其是在一些政治风险较高、国内环境动荡的国家，企业很可能蒙受经济损失而无法得到相关补偿以及持续经营的必要援助，必然会

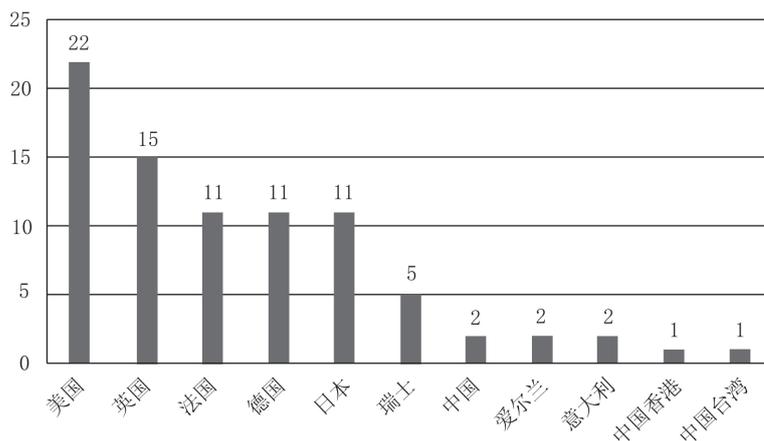


图8 主要国家（地区）的世界前100强非金融类跨国公司数量（2016年）

数据来源：World Investment Report 2017，UNCTAD

影响企业的竞争力水平。

2. 国际与东道国环境

21世纪以来世界经济向着更高水平的经济全球化和区域一体化发展。随着经济全球化的不断发展，全球对外直接投资流量自2001年以来不断上升，各国的跨国公司在全球建立生产基地，不断完善全球产业链，在全球化的演化过程中起到了催化剂的作用。2008年经济危机发生之后，世界经济陷入艰难的调整期，各国基于自身利益开始推出逆全球化的保护主义政策及措施，优先保障本国的生产、就业及商品市场，刺激国内有效需求。全球对外直接投资流量也因此急剧下降，从2007年的最高值2.18万亿美元下降至2009年的1.10万亿美元。随着经济的不断复苏，新兴市场国家纷纷崛起，尤其是中国，成为国际对外直接投资的重要力量。此后全球对外直接投资流量急剧上升，2011年突破1.57万亿美元，之后一直保持在1.5万亿美元左右上下浮动，对外

直接投资趋稳。

世界经济环境的新变化对于中国企业而言，既是挑战也是机遇。一方面，全球经济环境不容乐观，国际货币基金组织（IMF）在2017年6月27日将美国未来两年的经济增长预期均下调至2.1%；受欧洲债务危机及成员国财政紧缩政策的影响，欧元区面临高债务风险及工资增长缓慢等挑战；以金砖国家为代表的新兴经济体也受到外需疲软的困扰，经济增长动力不足。这种国际市场环境对于中国“走出去”企业的经营能力与抗风险能力都是极大的挑战。另一方面，发达国家受经济危机的影响，对外直接投资减少，纷纷开始转变战略，注重发展本国市场。美国政府将“再工业化”作为一项重要的战略，推出一系列配套措施促进本国本土制造业的发展，重塑美国制造业的竞争力优势；欧盟的绿色发展战略将大力提升本国劳动力人口定为“五大目标”之一。中国目前对外直接投资企业大多集中在发展

中国家，发达国家的经济战略转变有利于中国企业在发达国家投资制造业等产业，不仅符合发达国家利益，促进当地经济发展，提升本土劳动力就业水平，还可以促进中国企业“走出去”区域多元化发展，提升整体竞争力水平。

四、政策建议

针对世界经济渐渐复苏的新形势新局面，中国政府积极建设开放型经济新体制，不断推进高水平对外开放。近年，中国政府还创造性地提出了“一带一路”倡议，积极推动“一带一路”建设，同时推进国际产能合作。但是中国政府在鼓励更多的企业“走出去”的同时也应关注“走出去”企业的质量，提供更多的政策优惠及其他提高企业国际竞争力的举措。一方面，不断完善法治化、国际化、便利化的营商环境，在改革开放40年的成果基础上继续推进“引进来”工作。另一方面，针对中国产业发展阶段性特点和企业发展的内在需求，进一步推动“走出去”战略，鼓励更多的国内企业走出国门，在“一带一路”背景下，“引进来”与“走出去”双线推进，共同绘就中国改革开放的新格局。

（一）转变政府职能

根据中国的实际状况，完全依赖市场体制或者完全依靠政府主导体制进行对外直接投资的方式在中国都是不可行的，应该建立一个具有中国特色的对外直接投资机制。在这种机制下，以市场为主导，辅以必要的宏观政策指导，企业根据自身的比较优势与经营能力进行对外投资，政府有限地适度干预并提

供合理的宏观指导，协调政府、企业及市场三者的关系，提供良好的市场与政策环境。国家应为企业走出去制定相应的鼓励政策，支持国内企业对外投资开拓国际市场，这种鼓励主要体现在财政税收补贴以及信息服务等，推出企业境外投资引导性法律法规以指导企业的对外投资行为；同时，政府应该借鉴发达国家经验减少企业对外投资的制度障碍，减少企业在申请对外投资时的申报与审批时间；最后应该持续健全与完善海外直接投资的风险评估与保险机制，为“走出去”企业保驾护航。

（二）培育更有竞争力的投资主体

目前，中国对外直接投资的主体还是以国有企业为主，对于中国“走出去”企业的整体竞争力水平造成了很大的影响。国有企业的优势在于受到政府的政策与资金支持，抗风险能力强，符合国家整体战略布局。但是，国有企业对外直接投资也会受到一些其他非经济因素的阻碍。相较于国有企业，民营企业在企业组织制度上具有先天的优势，民营企业产权结构清晰、机制灵活，对于国际市场信息的获取成本低于国有企业。同时，民营企业自负盈亏，海外经营的成果直接影响到企业的利益，风险意识更强，能够更好地适应以市场经济规律为基础的国际市场严酷的竞争。此外，民营企业的规模相对于国有企业较小，不易引发东道国政治或安全上的担忧，可以发挥小规模技术优势，填补市场空白。

目前，民营企业海外投资面临的主要问题是缺乏政策、资金方面

的支持。因此，政府应该多鼓励有能力的、效率更高的民营企业“走出去”，给予适当的政策与资金支持，为其提供公平的发展环境，促进其规模扩大，加强管理，形成产品经营、品牌经营和资本经营并举的格局，促进中国“走出去”企业主体的多元化。

（三）加强国际知名品牌的建立及海外人才培养

中国目前“走出去”企业分布涉及众多行业，普遍在国际上知名度不高，拥有较少的国际知名品牌。企业品牌的树立是企业核心竞争力的体现，是在激烈的竞争市场上与竞争企业同质产品区别的最好标签，是提升企业国际竞争力的重要途径。中国“走出去”企业应当注重品牌战略，建立与维护品牌，确立自身在国际竞争中的品牌优势。

人才也是提升中国“走出去”企业国际竞争力的重要因素。企业想要提升国际竞争力，在国际市场上占据一席之地，提升企业自身的人力资源水平至关重要。企业不仅要提高内部人力资源的整体素质水平，还要主动为企业培养海外管理人才。虽然我国劳动力资源丰富，但是国际人才相对缺乏。中国“走出去”企业必须建立和完善一套人才引进和培养体系，建立起科学成熟的人才激励机制。

[本文得到2016年度国家社科基金重大项目“中国国际援助和开发合作体系创新研究”（项目批准号：16ZDA037）的支持。]

（作者单位：①厦门大学经济学院，②上海对外经贸大学国际经贸研究所；责任编辑：贾佳）