

电子商务:对日出口蔬菜的模式创新

福建农林大学经济与管理学院 吴声怡 铁晓明 邓燕雯 郑森茜

江苏省无锡市农林局科教处 刘小兵

[摘要] 本文在分析我国与日本之间传统蔬菜贸易模式的基础上,以无锡市林克网络服务有限公司为例,详细介绍并分析了电子商务对日出口蔬菜模式的基本流程与利弊,并提出若干对策和建议。电子商务对日出口蔬菜模式的最大特点在于抛弃了中间商,利用国际互联网络建立国际间直接供给体系,有效地弥补了传统出口蔬菜外贸方式的缺陷,进行了革命性的创新,从而有利于我国外贸市场的稳步、健康发展。

[关键字] 电子商务 日本 出口 蔬菜 模式

日本是离中国最近的蔬菜消费市场,也是中国蔬菜出口最主要的对象国,日本蔬菜自给率不足70%,而中国出口的蔬菜占日本进口蔬菜的40%,品种超过50个。传统的蔬菜贸易是通过中间商销往日本市场,弊端很多,近年来兴起的电子商务手段有效地革新了以往的交易模式,并在无锡市首开先河地进行了成功的实务操作,证明了这一创新模式具有良好的开发潜力和发展前景,值得各级政府和领导高度关注。

一、电子商务手段出口蔬菜与传统贸易形式的区别

传统的蔬菜出口是通过外贸公司为主的中间商完成的,一般是国外的中间商找到中国的中间商,以外贸订单形式向国内的生产基地和专业户采购,而后向日本消费市场销售,赚取中间差额利润。这种贸易形式的不利之处在于:

1、国内生产者承担最大的风险。同任何商品市场一样,蔬菜市场的供求关系往往是波动不稳的,当日本市场紧缺的时候,中间商利用信息不对称的现象,仍在中国产地低价采购蔬菜,只要数量无视质量,然后运往日本市场高价牟取暴利;而当日本市场低靡的时候,中间商又以种种借口撕毁合同,最终让生产者承担风险和损失。这方面的例子很多,比如前几年宜兴市洋溪萝卜曾因外贸受阻而让广大种植户蒙受了巨大的经济损失,即是典型的例子,在萝卜对日出口供不应求的情况下,中间商放松合同条款的限制大量采购,而出口不利的情况下,中间商便搬出原先合同中种种严格限制条件,对农户设卡拒收,最终把外贸的经济风险转嫁到农民头上。

2、生产者缺乏自主权。当中间商垄断中日蔬菜贸易的主要流通渠道,生产者是不可能知道自己的蔬菜是如何流向日本市场的,也不知道在日本市场上的竞争优势,既没有自己的品牌,又没有培植固定的批发接受商和消费群体。这样往往就要陷于被动,国内生产者的命运就全部系在订单上,哪一天没有订单自己就束手无策了。

3、引发贸易摩擦。2000年5月发生的中韩大蒜贸易战,2001年4月发生的中日蔬菜贸易争端,其矛盾焦点在于中间商破坏了整个市场的销售和生产品序。由于中间商的贸易行为总是基于价格杠杆的原理,拿中国价格压制日本菜农的销售价格,只要有利可图就会一哄而上,当日本市场一时无力消化中国庞大生产能力的冲击时,日本农民怨声载道,便会借助于日本农协使用经济和政治的双重手段向中国发难,贸易争端因此发生,最后承担损失的还是中国的菜农。

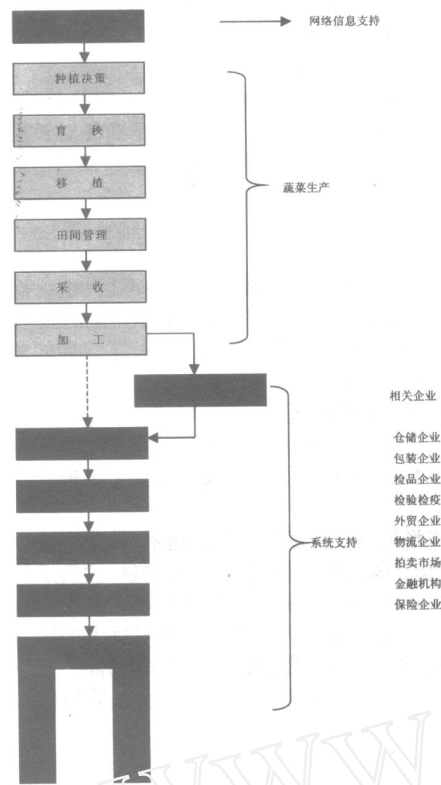
4、国内蔬菜产业不能提升综合竞争力。由于缺少类似日本农协这样强有力的专业协会,国内蔬菜加工企业、种植基地和菜农的组织和协调工作就由中间商承担了,但中间商以谋求利润最大化为企业使命,不会也不可能在蔬菜种植、加工、出口等环节的信息传递和引导机制上作出良性推动,相反更多时候采用低价倾销手段进行恶性竞争,扰乱了正常的出口秩序,增加了农户和企业的生产盲目性,企业效益和农户收益下降,不利于我国蔬菜出口产业的整体发展。而电子商务手段出口蔬菜有效地弥补了传统的外贸方式的缺陷,这种模式的宗旨在于促使处于不同国家、不同文化背景、不同法律制度、不同经济体制的企业之间,利用国际互联网络建立国际间直接供给体系。这种模式最大的特点是抛弃了中间商,中国生产者和目标市场经销商通过电子商务的操作平台直接实现市场对接。在电子商务模式运作下,中国生产的保鲜蔬菜直接流入日本中央批发市场,通过拍卖进入日本最终消费市场。电子商务对日出口蔬菜的模式有不少优点,可以说避免或修正了传统的中间商操纵的外贸形式带来的缺陷,相反有助于国内蔬菜生产者以主体身份及时获取市场信息,同时也能通过信息交换提供市场,再根据目标市场的需要合理控制种植面积,有目的、有计划地种植蔬菜,主动改善产品质量管理。不仅如此,中国生产者和目标市场生产者完全可以在稳定物价满足市场的框架下相互合作,相互补充,共同发展,保证了国内外“两种市场”、“两种资源”的有序开发和多赢发展。

二、电子商务对日出口蔬菜模式介绍

通过电子商务形式向目标市场出口保鲜蔬菜项目是由无锡市林克网络服务有限公司(以下简称LIS)联合日本企业和中国、日本五所大学经过五年艰辛探索、共同开发出来的国际间合作项目,已成功申请了专利,2000年并已在原锡山市经历了出口包菜的成功运行考验。日本蔬菜供应稳定基金计划指导部、日本能率协会综合研究所地域经营研究室、日本农林省等学者和官员都到过无锡实地考察过项目的详细情况,给予了高

度评价,并正式探讨了深入合作的可能性。

电子商务出口蔬菜程序:



电子商务手段对日出口蔬菜模式的流程是:国内的蔬菜生产基地和规模种植农户经审核合格以会员的身份参加 LIS 的生产供应体系,在 LIS、仓储、包装、商检、物流、外贸公司、银行、保险公司等 8 家捆绑组成的服务体系支持下,直接进入目标市场即日本中央批发市场,以自有品牌通过拍卖方式销售蔬菜。这样生产者在蔬菜拍卖市场上得到的收入,扣除服务体系 8% 的服务费后,剩余收入即为自己所有。在这种模式的运作中,LIS 主要支持网络信息服务,一是提供电子出口蔬菜标准和出口包装标准等交易标准;二是提供目标市场信息,比如历年来某蔬菜品种销售数量、价格、产地等信息;三是提供目标市场产地信息,如产品面积、产量、销售分布、市场价格动向等;四是提供中国产地市场信息,如种植面积、产量、上市时间、质量标准、田间管理状况等情况,从而为中日两国生产者提供种植决策、交易安排的信息和依据参考;五是组织专业化、跨行业的服务体系。在服务体系中的技术部门负责指导生产者标准化生产行为,按出口标准从种子提供、栽培技术、产品规格、加工要求、包装方式等方面进行规范,比如为了解决农药残留等技术避垒问题,派专人对签约农户实施指导,要求农户指定专人记录农药、肥料的使用。其它服务体系中,仓储环节主要提供产地保鲜蔬菜速冻、冷贮服务,包装环节提供蔬菜防水、承重的包装服务,商检环节按外贸交易规格、检验标准负责检品服务,外贸环节负责蔬菜的报关出口业务,物流企业提供集装箱海运服务,金融机构提供货币按汇率结算服务,保险企业提供理赔、审查责任服务,在日本设立的 CHN 株式会社主要负责本地拍卖、电子结算等服务。

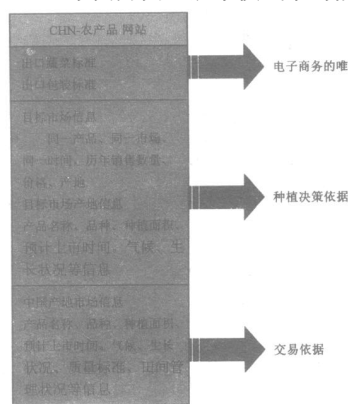
电子商务出口蔬菜,在试运行期间虽然出口数量寥寥无几。但是在贸易模式、生产模式、产品质量控制等方面引起了巨大震

撼。LIS 公司在日本生产管理学会和韩国电子商务学会多次发表论文。

电子商务模式出口蔬菜目前除 LIS 运营以外,在国际上并无第二家尝试,其革命性的创新之处在于:

- (1) 在一个完整的社会服务系统支持下,将农业生产者直接推入国际市场。
- (2) 通过网络信息主动平衡产销市场。通过信息服务最大限度地保证生产者的收益和消费市场稳定。
- (3) 首次在商业模式中引进商业保险手段保护贸易双方的基本利益。
- (4) 在农产品的商品化形成过程中贯彻了全过程安全质量管理理念。

电子商务出口蔬菜模式中的信息服务:

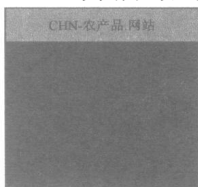


电子商务模式开发成功后,LIS 选择包菜这一日本市场基本需求产品,价格波动相对平稳、利润较为保障的蔬菜品种,于 2000 年在原锡山市进行出口试运行,共发展农户种植 300 亩,出口 3 个批次,先后出口集装箱 4 个共有 24000 公斤(销售实绩见附件),当时《无锡日报》、《江南晚报》、《华东信息日报》对此作过报道。

随着 LIS 运用类似的电子商务手段出口玻纤、服装等商品的相继成功实践,这种电子商务模式的优点越来越多地得到体现。主要是:①减少出口生产的盲目性,增强了开发市场主动性。通过电子商务形式,生产者与市场开始联系紧密,蔬菜等产品生产不再为了履行合同而生产,而是在营造市场信息相对透明的前提下,为稳定市场供求关系实现稳定的供给。②有利于形成自有品牌。没有了中间商的垄断和操纵,生产者直接以主体身份进入市场,注重培育品牌信誉,稳定目标市场的固定客户。③有效地提高收益。电子商务实现了产地和市场的直接对接,除了国际贸易中服务体系提供的

服务支出以外,剩余收入全部归生产者所有,而且与传统外贸方式显著不同的是,服务体系不是象过去的中间商那样一味压低收购价,而是希望生产者提高价格,那样有利于服务体系按比例抽取更高的服务费用。④有助于跨国界多行业多企业进行健康的竞争和合作,中日两国的生产者在信息互换的透明机制上,能基本稳定价格、稳定供应市场,减少因不良竞争引发的技术壁垒因素。

电子商务可选择交易手段



三、无锡市推广电子商务手段出口蔬菜的可行性探讨

优势和保障条件:一是对日出口大有可为。蔬菜是劳动密集型产品,我国的蔬菜出口因品种多、数量大、价格低廉而具备比较优势和国际竞争力,而日本农业停留在家庭为单位的小规模经营阶段,农业生产率和自给率不高,许多农产品的价格是国际平均水平的10倍左右。日本是我国蔬菜出口最主要的市场,原因是蔬菜具有保鲜难的特点,而日本又与我国相距不远,海轮从上海港抵达日本主要港口最快仅需24小时,运输成本相对不高,此外蔬菜品种、栽培条件、消费口味都很接近,加上目前我国已加入世贸组织,进口国关税、配额等贸易壁垒减少,在这些有利条件下我国对日蔬菜的潜力和前景十分看好。据统计,2004年1-8月份我国向日本出口蔬菜97.29万吨,创汇9.17亿美元,同比分别增加10.96%、24.17%。尤其是今年日本国内蔬菜遭受天灾影响,产量骤减,价格飞速增长,给我国蔬菜出口带来难得机遇。

二是扶持政策保障有力。以前短缺经济年代,增加粮食产量是政府主抓农业的头等大事,但近年来随着农业结构调整,农业从单纯数量型转向向偏重数量和质量相结合进行发展,这样客观上留下了外向型农业发展的资源空间。近年来,各级政府和领导为了大力推动蔬菜外向型经济,在投入机制、基地建设、出口扶持等方面出台了不少鼓励性政策措施,各级财政下拨了各类项目扶持性资金。2004年5月无锡市政府制定了“都市农业”发展规划,提出到2010年建设精细蔬菜35万亩,划定了规划片区,并出台了一系列的鼓励政策措施,提出加大财政资金的投入和引导,支持创新运作机制等。

三是蔬菜产业基础条件较好。①无锡种植蔬菜的自然条件优越。无锡历来著称“鱼米之乡”,一方面受太湖小气候的调节,气候温和湿润,土壤肥沃,水、肥、气、热因子协调,土壤是典型的“夜潮土”,给发展蔬菜提供了良好的自然环境条件;另一方面,水陆交通便捷,离上海港口较近,出口运输的交易成本较低。②无锡市蔬菜产业化发展良好。随着政府对“菜篮子工程”的不断投入,以及在城市消费有力拉动下,无锡市蔬菜产销组织化程度较高,蔬菜种植专业村、产加销一体化企业、大型龙头批发市场,蔬菜专业协会在蔬菜生产和流通中占据了主要的市场份额。③蔬菜生产科技水平相对较高。基层农技推广部门和专业协会历来注重新品种引进、新技术推广、新知识培训,以典型引路、示范推广等有效措施帮助和引导菜农,行政管理部门加大了蔬菜投入品管理、检测检验力度,先后制定了《出口甘蓝》、《出口甘蓝生产技术规程》等标准,为出口蔬菜提供了智力和技术上的保证。④外向型“订单”经济有所突破。无锡市蔬菜出口企业做得最为成功的是宜兴市万昌食品有限公司,该公司是一家蔬菜深加工出口企业,产品全部外销日本,2003年出口创汇890万美元,带动蔬菜生产基地3000多亩。⑤工业加工基础雄厚,可将蔬菜产业链延长,进行冷冻、盐渍、脱水、罐装等深加工处理,使蔬菜剩余产品得到处理,挖掘附加值。

制约因素:JLIS公司早在2000年间在原锡山市运作电子商务方式,前后出口了三批包菜(学名甘蓝)和西兰花,菜农得到了很多的受益,这种创新模式也曾引起日方关注,日本蔬菜供应稳定基金计划指导部等机构等来华与企业认真谈判接触,探讨了更为深入的合作问题,但由于下列原因不得不暂时终止:

一是生产组织模式不能适应。电子商务的模式旨在通过社会化专业服务支持生产者与消费者直接交易,彻底抛弃中间商以后,生产者在获得生产利润的同时还能获得商业利润和部分风险利润。而目前的生产销售组织形式常见的是“公司+农户”,无法提高生产者直接收益,无法实现通过电子商务最大程度减少不增加商品价值的成本之目的。

二是社会化配套能力不足。目前,无锡以及周边地区尚未形成支持农业产品出口的社会服务产业。例如:无锡地区没有一个可以提供社会服务的低温保鲜库。即使是产品包装问题,由于国家没有农产品包装标准,包装箱生产企业以及包装箱用材料生产企业都不生产农用包装产品。中国产的包装箱价格基本等同或高于进口农用包装箱。由于当时国内生产的纸箱不能解决防水、承重的问题,包菜受压、受损情况严重,这就等于增加了巨大的成本损耗。

三是产品综合利用水平不高。一般来讲生产基地符合出口标准的最高成品率在50%左右,就是说每出口一吨包菜,就要有同等数量的剩余产品留在产地。而出口包菜因为主要供生吃,而熟食味差,但国内消费者对生食包菜还没有接受,这就带来包菜剩余无法消化的矛盾,减少了利润空间。产品综合利用问题不解决,直接影响到生产者的经济效益,而且,花工时处理剩余产品浪费的都是净利润。

四是生产者的国际市场经验匮乏。在电子商务模式下,生产者成了实际上的经营者。目前,蔬菜生产者基本上都缺少国际市场运作经验和能力。即使有了资料也无法对时机、利益、风险做出正确判断。

通过电子商务直接出口,生产者的收益提高了。相应的责任也增加了,正确认识风险,操作风险,将风险置于可控制的范围内,险中取利。现在的蔬菜生产者一听风险就怕,缺乏国际市场运作能力。

五是稳定供给机制不稳定。出口蔬菜是以集装箱为单位,一个集装线载货10吨,相当于5亩地的全部产量。扣除不合格率基本上需要15-20亩保证一个集装箱。蔬菜生产不是工业加工,所有的蔬菜在同一时间长成同样的标准规格。在实际运行中往往要分批采收。如果生产面积小而分散,就会使先或后成熟的农产品不成一个集装箱的量而无法运出。保存后合并出口的思路可行,但在现有的保鲜技术和设备下会在24

小时内就会造成产品质量降低而影响价格。有面积保证才有谈市场运作的前提。才有可能在市场需要时大量出口,获得较高的利润。市场饱和时少量进入市场维持品牌效应。没有稳定的供给机制就无法在消费市场形成产品的规模、品牌效应。就无法获得较好的经济利益。由于无锡市菜农上规模生产的情况很少,绝大多数是小生产、小面积,而且缺少有效的整合、组织机制,这对于稳定供给出口蔬菜源十分不利。对于上述的几个制约因素,多数属于企业运营、摸索过程中的问题,近年来通过LIS与日本官方、学术机构的努力,正逐步得到解决,比如剩余产品转化问题,LIS已与日方商定可将剩余产品加工成泡菜后再出口;新的包装箱已设计成功,研制出了经济有效的保冷运输箱,可降低国际间物流费用70%以上。为解决生产用地,扩大种植面积与陆地运输成本的矛盾,内河快速冷藏加工船也列入了研发项目。最为关键的还是稳定供给的问题,没有大量的生产和供给,其它技术手段和经济手段都无从谈起。

四、推进电子商务模式出口蔬菜的对策和建议

1、政府和领导加强重视和给予扶持。一是要对电子商务手段对日出口蔬菜这一创新模式予以关注和重视,从发展外向型农业、推进农产品质量安全建设、提高优势农产品核心竞争力等角度大力鼓励、支持农产品电子商务做大做强,结合“都市农业”规划形成新时期农业的“工作抓手”。二是领导机制上加强联合。我市农业在分工上过细,市委农工部主抓生产关系,农林局主管农业生产技术,而电子商务出口蔬菜的模式融合了经营体制和生产管理方面的所有内容,如果仅凭LIS几家参与者包办所有环节的工作,显然是无能为力的。因此需要农业主管部门加强联合,平行推动这一模式的开拓进取。三是政府要给予政策支持和必要投入。电子商务出口蔬菜模式最大的特点是生产者与消费者在服务平台帮助下实现对接,生产者直接面对市场,无疑要多承担市场风险,需要政府给予政策扶持,并相应给以引导性资金投入,比如对出口基地的菜农加大清洁化生产技术、农药残留控制、外贸法律知识等方面的培训,支持规模出口企业兴建冷库、购买农药和重金属检测设备。

2、培育、壮大农民专业合作社经济组织。LIS在推行电子商务模式出口蔬菜的过程中,感到最为头疼的问题是稳定供给出口蔬菜源,其实质是菜农组织化程度松散所致,而这种状况反映的是我国农业普遍存在的矛盾,即小生产与大市场相脱节的矛盾。如何解决这一问题呢?目前看来,只有培育、壮大蔬菜产业协会或合作社这样的农民专业合作社经济组织的路子可行,而所谓的“公司加农户”产业化模式并不可行,因为在这种机制中龙头企业、外贸公司或批发市场等“企业”以利润最大化为原则,在遭遇市场风险时往往将损失转嫁到农民头上,而且,违反了电子商务模式下坚持把菜农作为市场主体身份的原则。成立蔬菜合作社、行业协会等形式的农民专业合作社,不能停留在松散的工作机制和简单的工作思路,要有真正的创新。笔者认为,一要蔬菜合作社成为菜农会员的代表。合作社最初的框架可由开展过电子商务出口蔬菜的生产企业或对电子商务模式有信心的蔬菜协会组建起来,然后发展符合条件、能履行权利义务的菜农作为会员,只要LIS电子商务模式的技术条件许可,会员条件可以跨行政区划进行发展,甚至可以发展第三国农民,最终目的是让合作社代表菜农的利益,作为市场主体进入市场,树立自己的品牌,增强产品竞争力,并在发展更多的会员基础上实现对日出口蔬菜的稳定供给。二要象日本农协那样“有作为”、“有地位”。蔬菜合作社是菜农为会员组成的合作组织,代表广大会员的利益,不是某个利益个体操纵的工具。合作社在除去必要开支后的收入盈余必须归会员所有,不按章程、不经过理事会和监事会等必要程序任何人不得私分或挪用。合作社要在关键环节上做大做强,比如要在会员内部统一质量标准,按出口要求规范生产管理,要根据日本市场的反馈信息及时调整生产经营目标和行为,积极引进、示范、推广新品种和新技术,对会员的履约行为进行有效约束等等。三要成立风险保障基金。有了风险保障基金,既是对潜在风险的有效规避,又是吸引更多会员加入的信誉保证。笔者的设想是由政府或会员筹措最初的基本金,而后在每批次出口的盈利中扣出一定的百分比,滚动计入到保障基金中去,当市场遭遇不利风险、合作社要开展品种引进、试验推广、教育培训等情况下,可从保障基金中支取、分配。

3、多管齐下促进出口蔬菜的稳定供应。出口蔬菜的稳定组织、供应,一方面,要靠政府、合作社采取政策和外贸合同手段加以解决,比如学习日本政府和日本农协经验,近年来日本蔬菜稳定供应基金建立了以稳定价格为目的的生产供应体系,参加会员至少具备10公顷以上的生产面积;另一方面,要谋求资源共享机制降低出口交易成本:一是与日本生产者、日本目标市场交换市场信息,使得两国生产者能在“两种市场”、“两种资源”的背景下有序竞争和合作,各自按目标市场的需要有目的、有计划地安排蔬菜种植和交易等行为;二是国内出口不同主体间交换信息,力求出口蔬菜产品及制品优势互补,避免大家低价恶性竞争,比如出口保鲜蔬菜企业可将剩余产品交给蔬菜加工出口企业开发、处理,不再需要重复的检验检疫等成本支出;三是充分共享检验检疫设施、冷库、物流专用运输工具等资源,充分利用、优化现有设备条件,减少各环节经营成本。

[参考文献]

- [1]黄井 中日电子商取引实现のための中国での取りみ 日本生 管理学会 第14回全国大会讲演论文集 P96 - P99
- [2]田一 日中电子商取引实现のための 官学共同研究の歩み 日本生 管理学会 第14回全国大会讲演论文集 P92 - P95

基于网络视角的跨国公司知识转移机制研究

浙江大学管理学院 王立生 济南大学经济学院 任 辉

[摘要] 跨国公司竞争优势的重要来源之一就是知识能够在网络内部进行高效的转移和开发。本文主要在对跨国公司网络分析的基础上,从宏观和微观两个角度分析了跨国公司的知识转移机制与模式,并分析了跨国公司海外子公司在知识转移过程中的不同角色。

[关键词] 跨国公司 网络 子公司 知识转移

一、问题的提出

跨国公司网络内的资源流动可以概括为资本流动、产品流动和知识流动,而知识转移和开发则是当前国际企业管理和战略管理领域研究的一个重要课题^[1]。很多学者(Drucker, 1995; Inpken, 2001; Mark E. Nissen, 2002; Petersen, 2003, etc.)认为知识是企业实现持久相对竞争优势的少有来源之一。但是知识在不同的企业之间,以及企业内部不同的时间和空间分布是极不均匀的,因此,企业知识基础观认为知识流动(比如在不同的时期,不同的地点,以及组织之间)对于组织竞争优势的获取是至关重要的(Cole, 1998; Grant 1996, Spender 1996, etc.)。Gupta & Govindarajan(2000), Subramaniam & Venkatraman(2001), Amir Shoham(2004)等学者也认为在跨国公司的网络内,知识流动是最重要的资源流动, MNCs 优势的主要来源之一是跨国公司能在其网络内部比外部市场机制更有效地进行知识的转移和开发(Gupta and Govindarajan, 2000, Torben Pedersen, Bent Petersen, Deo Sharma, 2002)^[2]。

本文主要在分析跨国公司网络的基础上,从宏观和微观两个角度分析了跨国公司的知识转移机制与模式,并探讨了母子公司在跨国公司日益网络化的背景下,在知识转移过程中的不同角色。

二、跨国公司的网络分析及其在知识转移过程中的重要性

近年来,关于公司竞争优势的研究大多集中于能力、核心专长(competence)、知识和网络的作用(Grant, 1996; Winter, 1987),为了创造和维持竞争优势需要企业不仅能通过内部的运作学习而且要不不断地从企业外部吸收知识以维持和提升自身能力(Gulati, 1999; McEvily & Zaheer, 1999; Cohen & Levinthal, 1990; Levitt & March, 1988)。跨国公司的研究学者同时强调了跨国公司分布各地的子公司能力发展以及在跨国公司网络内进行能力转移的重要性(Holm & Pedersen, 2000; Birkinshaw & Hood, 1998; Gupta & Govindarajan, 1991, 2000; Kogut & Zander, 1992; Bartlett & Ghoshal, 1989)。为了从外部学习和获取知识,子公司必须融入跨国公司整体网络之中,相互作用并交流知识和其他各种资源(Andersson, Forsgren, & Pedersen, 2001; Andersson & Forsgren, 2000; Lane & Lubatkin, 1998; Ghoshal & Bartlett, 1990; Johanson & Mattsson, 1987)。McEvily & Zaheer(1999)研究指出整合位于世界各地的子公司的能力并将其应用于跨国公司网络内的其他子公司代表了跨国公司的一种特殊优势,也是跨国公司管理层的一项重要任务。因此,跨国公司的母公司既要赋予子公司必要的自治权(autonomy),以激发和保证子公司创造知识和提升能力的积极性,也要维持母公司的整合权力(integrating power),以确保子公司创造的知识和能力能够在跨国公司网络内的转移(Holm & Pedersen, 2000; Birkinshaw & Hood, 1998; Gupta & Govindarajan, 1991, 2000)。

从现有的研究来看,跨国公司的网络是指存在于跨国公司各子公司和分公司之中的内部和外部的所有关系或联系,因此跨国公司的网络可以分为内部网络(Subsidiary internal network)和外部网络(Subsidiary external network)[3]。如下图所示:

跨国公司的外部网络涵盖广泛,包括跨国公司母公司和子公司以外的供应商、销售商、竞争对手、行业协会、东道国和母国的政府机构以及其他利益相关者。跨国公司的外部网络对于子公司的演变有重要影响,是跨国公司整体优势和竞争能力提升的一个重要来源。

跨国公司内部网络的发展对于跨国公司竞争优势的构建则具有更为重要的作用。跨国公司的全球资源配置、全球战略的制定和实施、以及全球资金融通和内部交易以及避税等等都是通过其内部网络来完成的,跨国公司内部全球网络的发展使很多跨国公司成为真正的

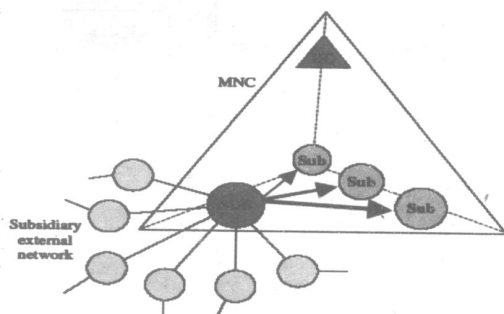


图 1: 跨国公司的内部和外部网络

[3] 森山真光「日中电子商取引实现の军用实验结果报告」日本生 管理学会 第 14 回全国大会讲演论文集 P100 - P103

[4] 王领:我国农产品对外贸易的发展对策[J]. 国际经贸探索, 2002(3): 37 - 40

[5] 陈永福:加入 WTO 对我国蔬菜贸易的影响[J]. 中国农村经济, 2001(1): 32 - 36