

跨国界内部交易的特征、动因与影响因素

郑传均

(中南大学商学院, 湖南长沙, 410083)

摘要: 企业对外直接投资的基本目的是把国际市场内部化, 因而必然产生货物、知识产品以及服务的大量跨国界内部流动。文章归纳分析了跨国界内部交易的特征、功能以及微观影响因素, 以期对我国企业的国际化经营有所启示。

关键词: 国际化经营; 内部交易; 内部化

中图分类号: F740

文献标识码: A

文章编号: 1672-3104(2008)04-0458-08

企业国际化经营的主要特征是在全球一体化战略指导下通过对外直接投资(FDI)在两个及以上的国家从事贸易、生产和服务活动, 也就是利用国内和国际“两个市场, 两种资源”。FDI 的基本目的是将外部市场内部化, 因此, 在企业国际化经营过程中必然伴随大量的跨国界内部交易或内部贸易^①。

跨国界内部交易是指发生在公司总部(母公司)与其国外子公司之间, 以及位于不同国家的子公司之间的物质产品、知识产品以及服务的内部流动。跨国界内部交易的产品可分三类: 终产品, 指无需在公司内进一步加工, 而直接供应外部市场的物质产品^②; 中间产品, 狭义的中间产品指不供应外部市场消费, 只在公司内部其他工厂进一步深度加工的原材料、零部件、半成品等, 广义的中间产品除半成品外还包括技术类知识产品; 知识产品, 包括专有技术、专利技术和商标等知识产权, 以及研发管理、生产组织、资产管理、人力资源开发、销售渠道、融资渠道等方面非物质资产, 也包括母公司与子公司之间或各子公司之间相互提供的技术指导、员工培训、公共关系、法律和会计咨询等方面服务。

大量实证研究表明, 与一般国内企业相比, 国际化经营企业(跨国公司)具有更高的贸易倾向, 同时也是内部交易的承担者。这不仅是因为国际化经营通常集中在贸易密集的行业, 而且也因为其生产分布跨国化所必然引起的机器设备、原材料、和零部件等的进出口。企业在国际化经营过程中, 实行全球战略和公司内部一体化, 不仅促进了公司外部贸易的发展, 也

促进了公司内部贸易的发展。内部交易与传统的国际贸易之间存在较大区别, 内部交易在获利动机和交易性质等方面表现出自身的显著特征。目前, 公司内部交易已成为世界经济活动中一个引人注目的现象, 对全球经济及各国经济产生着重大影响。

一、跨国界内部交易的特征

国际化经营企业为克服国际市场的不完全性, 在内部两个相对独立的实体之间进行的跨国界商品和劳务交换, 其本质上仍属于国际贸易, 但实际上又是跨国经营的一种方式, 与一般意义的国际贸易又有很大区别, 显示出自身的显著特征。

(一) 内部交易的获利动机服从于公司整体利润最大化原则

跨国界内部交易是公司内部经营管理的一种形式, 往往以综合交易为基础, 服从于公司整体和综合利润最大化以及资本增值的目的。通过内部交易所创造的是一个内部一体化市场, 其交易动机主要是实现企业内部的经营与管理, 使经营过程中各生产要素实现有计划的运动。企业的内部市场成为真正的国际一体化市场, 使贸易的国别界限、地区市场界限、企业界限消失了。当然, 公司内部一体化市场也不是完全封闭的。

(二) 内部交易的标的物在同一所有权内部转移

内部交易虽然采取国际贸易的形式, 交易的数量

同样要进入各国的对外贸易统计,交易的结果也同样会对各国的国际收支产生影响,但是,内部交易在本质上与一般国际贸易不同。一般国际贸易反映的是各国企业之间商品和劳务的交换,这些企业之间在所有权上没有联系,它们依靠国际市场相互联系并完成交换过程,交易完成后标的物的所有权即从卖方完全转移到买方。跨国经营企业的母公司与子公司之间是按照某种股权比例或技术协议进行联系的,如完全股权、控股、少数股权等,并且母公司拥有对子公司管理或技术上的控制权,这些联系表明众多子公司在某种程度上均隶属同一所有权主体,即母公司。内部交易中商品或劳务在母子公司之间的流动意味着商品或劳务是从同一所有权主体的一个分支机构流向另一个分支机构,并没有流向其所有权之外的企业。虽然由于各自有不同的经济利益,并独立核算,彼此间仍然需要通过交换的形式来互通产品或知识,但公司内部交易中的商品、技术及劳务不转移所有权或不完全转移所有权。

(三) 内部交易的交易价格在一定程度上不受市场供求关系的影响

内部交易采取“转移价格”的定价策略。内部交易的转移定价可大致分为三种:资金融通转移定价,指跨国公司内部交易中,提高从母公司或其它子公司进口货物的价格,使利润以支付贷款的形式汇出,并通过借贷资金利率的高低,影响关联企业的成本及利润水平;有形资产转移价格,指跨国公司内部机器、设备等有形资产的出租和转让的调拨价格;无形资产转移定价,指跨国公司内部提供管理、技术与咨询服务、商标等无形商品时的价格。“公司内部定价就是对被同一个所有者拥有的企业单位之间所转让的货物和劳务的价值确定,它包括贷款利息、租金费用、劳务费、货物价格以及其支付方法的确定。公司内部价格不必等于内部成本,它可能远远低于或高于会计成本,在有些情况下它与实际成本甚至没有直接联系。”(Arpan and Radebaugh, 1985)

从企业整体角度看,商品的价格并不重要。由于转移定价在一定程度上不受市场供求关系的影响,而是根据子公司所在国的具体情况和母公司在全球的战略目标和经营管理需要而人为制定的。公司的决策者可在很大程度上随意给企业系统内部的商品定价。所以,转移定价就不仅成为企业内部交易和偿付的方法,而且成为企业调节内部经济关系,避开公开市场缺陷,

扩大企业总体利益,追求利润最大化的手段。也就是说,实际上,转移价格策略只是公司内部的一种会计手段,其目的在于使整个公司的长期利益极大化。通过世界范围内的子公司和附属机构构成内部交易体系,将公开市场上的交易转化为公司内部交易,就可以避免由于各国环境的差异,造成企业面临不完全竞争或有缺陷公开市场而难以通过公开市场交易实现其全球利益最大化的情况。内部交易和转移定价为企业国际化经营克服贸易障碍,减轻税收负担,降低交易风险,提高经济效益提供了合法的有效手段,并获得国际竞争优势。

(四) 内部交易受企业全球战略统筹规划

一般国际贸易是公司之间的交易活动,尽管公司之间在长期的贸易活动中往往建立了较为稳定的贸易关系,但它们之间每一次交易的供求关系的形成则是临时的,公司之间的这种贸易关系不会成为各公司的长期战略规划的一个组成部分,但公司内部交易的商品数量、结构以及地理流向等要受公司长期发展战略规划的控制与调节。公司将其投资、生产、销售以及研究与开发等活动根据其战略目标安排到全球范围内的子公司,在子公司之间实现有序的分工和紧密的协作,这种分工协作是现代企业实施其长期战略规划的结果,因而具有计划性。随着公司生产的进一步集中和公司规模的不断扩大,公司内部国际分工的日益深化,就更需要在公司范围内进行全面的计划管理,以保证内部再生产各个环节能彼此协调发展。内部分工的计划性决定了内部交易的计划性,主要表现在内部交易的数量,商品结构以及地理流向等要受跨国公司长期发展战略规划、市场销售计划、生产投资计划及资金和利润分配计划等的控制和调节。

(五) 大多数进行内部交易的公司都具有垄断性

公司内部交易是跨国公司在全球范围内拓展其公司特定垄断优势的重要策略。公司内部交易以信息、技术、管理能力以及产品的研究与开发能力为主,这类中间产品会直接给企业带来竞争中的垄断性优势。

(六) 内部交易与产品的生命周期及行业的技术水平相关

在通常的情况下,公司所处的行业技术水平越高,其内部交易的比重也就越大。公司内部交易的主体是加工制成品贸易,而不是基础资源产业和服务业中的公司内部交易。产品是否通过内部渠道交换与产品所在产业、产品性质和产品所处的生命周期有关。技术

成熟、生产已实现标准化的产品在成本竞争压力下倾向于实行内部交易。一般来说,产品的内部化率随产品加工程度的提高而上升,制成品内部化率一般还远高于初级产品的内部化率。

中间产品在公司内部交易中一直占有较高比重。这是由国际化经营企业的特性所决定的:当同一生产部门的专业化分工程度足以创造大量的中间性需求时,中间产品贸易便应运而生,这种专业性分工一旦超越国界,中间产品贸易便成为国际贸易的组成部分。公司内各相对独立的经济实体之间由于内部分工形成了相互依赖的专业化生产关系,中间产品贸易就成为企业经营活动正常进行的重要途径。特别是当产品处于新产品阶段时,如果是属于知识与技术密集型的中间投入品,那么市场的不完全因素就比较大,国际贸易在公司内进行的动机就比较明显。此外,由于知识型产品的特性,技术含量高的新产品在公司内部交易中也占有一定的比重,这种内部技术贸易在一定程度上也推动了国际技术转让的发展。

(七) 内部交易与子公司的股权结构相互联系

根据母公司对子公司的持股程度,可以将子公司分为全资子公司(母公司持有100%股权,即我国所说的外商独资企业)、绝对控股子公司(母公司持有50%以上的股权)、相对控股子公司(一般股权比例在25%—49%之间)、参股子公司(一般标准是持股比例低于25%)四类。国外学者在研究内部贸易时(主要指实证数据的选取)一般只统计母公司与前三类子公司之间的贸易^⑧。国际化经营企业可以将前三类子公司(拥有资产所有权和经营控制权)的活动纳入其全球生产经营网络,进行公司内部交易时不必担心泄密和顾忌合资对方的反对,因而,与这三类子公司的贸易在内部交易总额中占有相当大的比例,而对非控股公司或参股公司的内部交易一般较少。

二、跨国界内部交易产生的动因——管理学视角

内部交易的产生和发展有其深远的内部原因及外部环境因素。谋求总体利益的最大化是企业的基本经营目标,为此,降低母公司与子公司之间或各个子公司之间的内部交易成本,并通过内部交易来实现公司内部资源包括资金、技术、设备和人员等在组成一个统一体的各子公司之间的最优配置,就成为开展内部

交易的一种强烈的内在要求,而企业外部的国际市场不完全性的现实存在则成为开展内部交易的客观理由和依据。内部交易是企业内在发展动力的主动驱使和对外部环境做出适应性选择双重力量共同作用的结果(Fujita, 1999)。向心力因素包括三方面:①外部规模经济——促使价值增值链某环节的集聚;②纵向关联——产生中间品供应和终产品销售内部市场;③横向关联——使知识外溢、人力资源和专业管理内部共享成为可能。离心力是指市场交易的阻碍因素使外部交易效率下降,企业被迫选择内部市场。

建立健全有效的市场网络,满足对中间产品的特定需求,维持技术垄断和实现公司利益最大化,是内部交易的主要动因。国际化经营企业凭借母国有利的环境条件,首先在国内进行扩张,并培育具有国际竞争力的公司特定优势,而后逐步开展国际扩张,在适宜本公司发展的国家和地区建立国外子公司,以内部化公司特定优势,并充分利用各东道国的本地区位优势。只有通过内部交易才能实现企业自身的所有权优势与各东道国区位优势完美结合,从而充分享用全球优势资源(有形的和无形的生产要素),并实现全球利益最大化。

内部交易为企业带来的经济和非经济方面的收益包括:

(一) 内部交易的交易费用节约功能

外部市场不完全是内部交易产生的主要原因,绕过高成本的外部市场在公司内部进行交易,可以降低交易成本,并提高交易效率。跨国公司内部交易的效率一般要高于外部市场,当通过外部市场的交易效率低于内部市场的交易效率时,企业就有可能实行纵向分工或横向联合,将原先由外部市场连接的分工转化为企业内部分工,并且将原来通过外部市场完成的国际贸易改由内部交易来完成。

(二) 内部交易的整体和长期收益最大化功能

公司内部交易可以利用内部转移价格的特殊功能获取额外经济利益。转移价格在一定程度上不受市场供求关系法则的影响,而是取决于公司的经营管理上的需要。利用转移价格可以回避价格管制,逃避征税和外汇管制,占领市场,利用币值变动而从中谋利的作用。转移价格作为一种润滑剂,使得封闭的公司内部市场得以正常运行,通过这种价格体系下的国际贸易,能够隐蔽地取得高额垄断利润,为其全球长期利益最大化服务。

(三) 内部交易的风险回避功能

内部交易实行计划性管理,可以降低外部市场造成的经营不确定性风险;可以保证特定投入要素的供应数量、质量、价格和应用期限,健全企业跨国经营稳定性的内部保障体系;可以消除知识资产在市场转移中的各种不确定性,防止技术优势的扩散,在全球范围内拓展其特定垄断优势,增强公司在国际市场上的垄断地位。

(四) 内部交易的内部及外部关系协调功能

通过内部交易不仅可以回避跨国公司与东道国的矛盾与冲突,协调公司国际经营的外部关系,而且能够调节各种生产和经营资源的内部配置,协助子公司竞争,调和跨国公司内部相对独立的利益中心之间的矛盾。以资本、物质产品以及知识产品为载体的内部交易是连接母子公司及子子公司的纽带。内部交易是跨国公司实现所有权优势内部化的保障与必要条件。以内部交易为管道将国内优势传输到世界各地,同时也从具有区位优势的国家吸取营养,如此循环往复,最终建立起庞大的经济帝国(跨国公司)。

三、跨国界内部交易的影响因素——微观角度的分析

研究表明,产品和产业的特殊性、企业的不同特性对跨国界贸易的内部化有着重要的影响^④。企业特定因素对跨国界内部交易程度的影响通常涉及公司的多国化程度、公司规模大小、公司历史长短、国外运作经验(Dunning, 1993)、公司 FDI 战略和运营子公司的战略、工厂规模经济和公司规模经济、纵向一体化和水平一体化、企业国际化程度等。

(一) 产品和产业特征对跨国界内部交易的影响

1. 中间品和终产品以及产品的其他特征对跨国界内部交易的影响

就产品生产技术和质量而言,作为中间投入品的某种产品越特殊,更倾向于依赖内部而不是外部交换。交易费用范式提出,具有更高的技术强度的中间产品很可能形成公司内部交易,其主要理由是不完善的外部信息市场(Lall, 1978)。当一家公司面对一个高度垄断或者少数卖主垄断的中间产品市场时,公司将形成强大的激励机制来建立这个中间产品的内部供应链。但是,当一个公司的生产过程是不可分割的时候,将不存在作为中间投入物的产品成为公司内部交易物的

机会(Casson, 1986)。

动态地看,在任何一个时期成长最快的产业都是那些生产新产品和高科技产品的产业,而在这些新兴产业中跨国界内部交易的比例最高。但是随着这些产业的成熟,产品趋于老化,市场需求得到调整,价格机制的作用增强,市场的效益逐渐提高,其它新成长的产业在市场中超出,而成为新的领先者。因此,虽然从一个时期看,总是新产品产业的跨国界内部交易强度最高,而领先产业在竞争环境中不断替换,但是,总的内部交易的比率却是相对稳定的。同时,内部交易的格局也正在随着世界经济结构的变化而改变,60年代在欧洲的汽车制造工业公司跨国界内部交易比例很高,但是已被美国、东南亚新成长起来的电子、电脑业、办公室机器业等新兴产业所取代。根据调查,目前内部交易密度最高的产品是技术含量高的新产品、半加工制成品、成品零件、二手的固定资产设备和无形产品(如技术诀窍)等。

终产品的跨国界内部交易是解释发达国家之间相互投资增长的重要原因(Balduin and Ottabiano, 2001; Madan, 2000),企业为了获取规模经济效应和协调内部竞争,在不同国家投资生产不同规格的同类产品,部分产品通过内部贸易后再集中配套供应外部市场。

产品的其他特征也可能导致跨国界内部交易的差异,如产品高技术特性、高质量、高的规模经济、独特的产品 and 市场需求(Buckley and Casson, 1976; Hellenier, 1981; Pearce, 1982);产品的品质、价格、供给以及需求的不确定性(Cho, 1988);生产过程分割性,即纵向一体化或者分工的可能性(Casson, 1986)等。

2. 产品技术密度或企业研发强度对跨国界内部交易的影响

产业研发密度是影响跨国界内部交易的一个重要的因素,研究开发的密度越大跨国界内部交易的比率越高。研究密集度低的部门,如食品、纺织品和一般建筑材料,这些产业的生产技术相当成熟,并已经扩散为当地企业所掌握,从当地其他企业采购也能保证质量;中等研发密度的行业的产品绝大部分是技术成熟的产品,强大的成本竞争压力促使生产公司在全球范围实现生产“效率合理化”,在公司内部建立跨国性的分工与协作,从而增加了公司内部产品特别是中间产品的国际间内部供应;研发密度高的行业,出于维持企业的技术垄断性,避免技术扩散,一般将贸易内

部化。这一说明,研发能力比较强的产业对外部的市场依赖会较少(Inge Ivarsson and Tommy Johnsson, 2000)。企业选择内部交易的模式,可能使成本更低,更适合降低外部交易的市场风险(如知识产权的非法挪用)。因此,研发能力较高的企业更有可能使他们的交换活动内部化(Caves, 1996)。除少数特例外上述论断已经被众多实证所证明(Buckley 和 Pearce, 1979; Helleiner 和 Lavergne, 1979; Sleuwagen, 1985 等)。

3. 产业竞争结构对跨国界内部交易的影响

公司所在产业的竞争程度和产业成熟程度也影响其产品销售的内部化程度。如果竞争激烈,公司的贸易内部化率较低。因为从供应方来说,竞争性市场有利于价格的形成,市场的不完全性较小,供应方内部化销售的动机减弱;从下游的购买方来说,它的供应能够得到很好的保证,内部化的动机也小。

部分国家的内部交易统计数据(Richard A. Cameron, 1998; William J. Zeile, 1997)表明,跨国界内部交易主要发生在需要大量使用复杂劳动的深度加工行业,而简单劳动和资源密集型初级加工行业的跨国界内部交易规模相对规模较小。这说明当前跨国公司对外直接投资的目的不再是从前的以争夺自然资源为主,而是以争夺智力资源为主。

(二) 跨国公司 FDI 战略对跨国界内部交易的影响

对外直接投资可分为资源导向型、市场导向型、效率导向型和战略资产导向型四种基本类型(表 1),不同战略类型对跨国界内部交易产生的影响也存在很大差异。

1. 资源导向型 FDI 的跨国界内部交易

在自然资源密集型或资源依赖型产业,其对外直接投资的主要目的是利用较近的原料产地和工厂规模经济来降低投入品的运输成本,所生产的产品以内部出口为主。分两种情形:若是对上游企业进行 FDI,则国外子公司生产的中间品一般在母公司或兄弟公司之间进行延续加工,将产生大量的中间品跨国界内部交易;若是对下游企业进行投资,则子公司所需投入品大部分是从当地采购,内部进口较少,但下游企业生产的终产品可以利用跨国公司自身的分销子公司进行二次销售,以提高本公司的组织能力和销售能力,于是跨国界内部交易的结构以终产品为主,而中间品跨国界内部交易较少。

2. 市场导向型 FDI 的跨国界内部交易

市场导向型对外直接投资目的是市场最大化,其基本策略是通过水平扩张的方式在发达国家之间进行

表 1 FDI 战略类型与跨国界内部交易的关系

序号	FDI 战略类型	战略细分	跨国界内部交易特征
1	资源导向型 FDI	1. 对上游企业投资	产生大量的中间品内部交易。
		2. 对下游企业投资	以终产品为主,而中间品内部交易较少。
2	市场导向型 FDI	—	中间品内部交易量比较多,而终产品内部交易则比较少。
3	效率导向型 FDI	1. 专业分工效率导向的分布式生产	分布生产、分布销售、中间品内部交易;分布生产、集中销售、终产品内部交易。
		2. 规模经济效率导向的集中生产	在发展中国家建厂,中间品内部交易量较大,而终产品就比较少;在发达国家建厂,中间品内部交易不多,而终产品内部交易量就比较大。
4	资产创造型或战略资产导向型 FDI	1. 以获取技术诀窍和高新技术为目的	1. 中间投入品的内部交易量较少。
		2. 以获得产业群聚优势为目标	2. 终产品进口较少而出口较多。
5	其他战略类型	1. 新建工厂	存在大量的跨国界内部交易,终产品通过母公司的销售体系再出口。
		2. 购并	终产品主要供应当地市场,内部交易较少。
		3. 跨产业跨国界内部交易和多国公司	情况复杂。

对外直接投资,对生产过程进行跨国复制,在不同国家生产同类产品,然后在当地或第三国市场生产和销售与母公司同样的产品。中间产品供应主要依靠内部采购,进行再加工(装配)后的终产品可直接销售或在跨国界内部交易后再进行二次销售,因而具有纵向一体化装配特征,其零部件及其他中间投入品在跨国界内部交易中占有较大份额,而终产品内部交易则比较少(主要供应当地市场)。(Dunning, 1993)

3. 效率导向型 FDI 的跨国界内部交易

效率导向型 FDI 主要划分为专业分工效率导向的分布式生产和规模经济效益导向的集中生产两种情况。专业分工效率导向的分布式生产以实现生产布局的合理化为目标,有两种做法:一种是各子公司专门生产有限品种的特定产品供应区域市场(分布生产、分布销售、中间品跨国界内部交易),另一种是将各子公司生产的特殊产品进行内部组合后供应国际市场(分布生产、集中销售、终产品跨国界内部交易)。

Dunning 和 Pearce 在 1985 年的研究和美国商务部 1991 年研究数据表明:大型跨国公司的跨国界内部交易由于采取了产品跨国界生产或生产过程(环节)专业化方式,通过纵向一体化将中间品和终产品进行跨国界内部交易出口,从而形成了母公司自己的销售渠道(体系)。美国、日本的跨国公司大部分采用分布制造、集中销售的战略(Greenaway, 1986; UNCTC, 1991; Encarnation, 1994; Laulajinan 1995),他们大部分进口终产品来扩大本身产品的供应范围,基本不进口中间品。规模经济效益导向的集中式生产也有两种基本方式:一是在发展中国家建厂,将产品出口到自由贸易区内其他国家,这种方式下的中间品进口跨国界内部交易量较大,而终产品就比较少;二是在发达国家建厂,将产品出口到发展中国家,这种方式下中间品的出口跨国界内部交易不多,而终产品出口跨国界内部交易量就比较大,主要是由于母公司的销售网在起作用。出口依赖性产品或区域一体化国家的国际生产广泛采用规模经济效益导向的集中生产方式。

4. 资产创造型或战略资产导向型 FDI

这种投资方式主要是利用当地特有的优势来创造或获取公司的竞争能力,从而提升跨国企业现有的特定能力。其目的主要有二,一是以获取技术诀窍和高新技术为目的,因为技术诀窍和许多尖端技术的市场交易比较困难,所以跨国公司一般采取长期的近距离技术合作,合作对象主要是本地供应商、客户及其他伙伴。二是以获得国家(特定)产业集群优势为目标,

主要是体现在地理位置、紧密关系和合作上,还包括国际竞争和区内合作方面的优势,从而提高公司的技术能力。在这两种合作过程中,投入品的进口跨国界内部交易量较少,主要是通过当地采购和与其他跨国公司进行中间品的交易两种方式,相对的,终产品进口较少而出口较多。

(三) 企业规模经济及经营范围对跨国界内部交易的影响

规模经济包括工厂规模经济和公司规模经济两方面,企业的经营范围包括纵向、横向和地理范围三个维度。规模经济决定经营范围,二者是密切关联的。工厂规模经济决定单个工厂的大小和企业经营品种的数量,公司规模经济决定企业产业链的长度以及工厂(或子公司)的总体数量与分布。当某个地区的规模经济产生的利益远远大于运输成本时,此处的企业就很有可能进行集中生产,分销中间品或终产品(Brainard, 1997)。

企业经营范围的纵向维度即企业生产的纵向一体化状况,是指在一个给定的企业中其生产价值链的长度,如果企业通过不断向产业链上游和下游进行国际扩张,则其纵向经营范围较大,相反,如果企业增加外部采购以及企业致力于较少经营活动,则其纵向范围较少;横向维度即水平专业化状况,指企业所从事业务的数量和多样性,如果企业越来越多地放弃非核心业务而更多地致力于核心业务,则企业的横向范围在缩小,反之;地理范围即企业跨国经营的相对广度和深度是指企业跨国经营的国家数量和差异性,随着越来越多的企业向更多的国家拓展业务,他们的地理范围也在扩展。

1. 公司纵向一体化状况对跨国界内部交易的影响

跨国界内部交易原因之一是通过纵向生产一体化获取收益,公司的不同单位通过中间投入品生产加工程序的流动而联络为一个整体。因数据来源问题,许多研究都假定跨国界内部交易仅由中间品构成(Lall, 1978; Williamson, 1979, 1985)。理论上,纵向一体化生产过程中的中间品跨国界内部交易原因在于:规模经济、工厂专业化、国家不同要素禀赋的开发与利用等。另一方面,由于终产品跨国界内部交易的目标在于外部消费者,因此就与水平一体化子公司相关联,即从母公司或兄弟公司进口与自产产品相关的终产品,以便扩大对外部消费者的供货范围,增强市场竞争力,同时,通过对技术、组织能力和市场的运用

来获取资源能力,从而使本公司得到可持续性发展,增强了全球竞争的核心能力(Dunning, 1997)。

2. 跨国公司水平专业化状况对跨国界内部交易的影响

跨国公司的水平专业化也推动跨国界内部交易份额发生变化。在水平专业化中,跨国公司在全世界,至少是在区域范围内分配生产某种确定性中间品的任务,然后在特定国家实现终产品的生产(Yi, 2000)。因此,产品A有可能是在X国家制造并供应全球,而产品B可能是在Y国家制造并供应全球。这种企业内部跨地区进行专门化生产的方式,已经被越来越广泛地采用。也有人认为(Inge Ivarsson and Tommy Johnsson, 2000),这一趋势是受其他一些因素所驱动,比如日益增强的竞争和更高效率带来的服务方面的压力,汇率变化的影响和企业追求的结构边界,以及越来越普遍的区域性需求等。因此,这种战略的实用性和能得到的净收益必须要求跨国界内部交易的协调性很高。有证据表明在过去的三十年中,跨国公司的国际化程度和专业化水平有上升的趋势(尽管这种观点并未得到一致认同),在此基础上,他们推测内部化贸易有增强的趋势。即,跨国公司水平专业化的提高可能伴随着跨国界内部交易的增加,专业化水平越高,跨国界内部交易在跨国贸易中的份额也就越高。

3. 跨国经营地理范围对跨国界内部交易的影响

公司进行跨国经营的相对广度和深度也可以解释跨国界内部交易的演变过程。如果预计产品的销售量在当地市场或区域市场很大,足以高到能使所包含的额外成本合理化时,企业就可以在国外进行经营活动。国外企业的设立在进行贸易时往往就会产生两个重要的影响:第一,当企业致力于在国外设立公司,提高其跨国经营的力度时,企业渗透到当地市场或区域市场的能力也就增强了。因此,内部交易的份额也随之提高。第二,一旦在国外设立了一个子公司,它就有可能成为“操纵转移价格的一种诱因”(Lall, 1978),国内外进行贸易活动的渠道也会通过子公司拓宽。由于这些原因,我们也可以说,随着国外经营活动越来越密集,国内外的母子公司间贸易活动也会越来越倾向于内部贸易。

四、结语

跨国界内部交易与传统的国际贸易之间存在较大

区别,内部交易在获利动机和交易性质等方面表现出自身的显著特征。内部交易是企业内在发展动力的主动驱使和对外部环境做出适应性选择双重力量共同作用的结果。内部交易具有节约交易费用、收益最大化、风险回避和关系协调等方面功能。产品、产业、公司战略等不同特性对内部交易具有重要影响。

跨国界内部交易集中体现了对外直接投资及国际化生产经营活动的最主要特征,准确理解内部交易的动因和条件对加速我国企业的国际化进程具有重要的现实意义。

注释:

- ① 由于知识产品和服务的内部流动可能免费,并且不通过海关统计,因此本文认为将其统称为“内部交易”而非“内部贸易”更为准确。
- ② 中间产品和终产品只是相对于是否属于跨国公司生产链而言,与平常所说的半成品和终极消费品有所不同。内部贸易的终产品也可以是半成品,比如一家公司在海外投资矿山,并冶炼成钢坯,而后通过内部贸易的方式进口到国内工厂加工成钢板直接销售,此时钢坯是中间产品,钢板是终产品。但如果该跨国公司又将钢板继续深加工为汽车外壳,则钢板由终产品转变为中间产品。
- ③ 学者们将无产权关系企业间交易称为外部市场,将母公司与全资及控股企业间交易称为内部市场,将战略联盟及虚拟经营等长期契约关系称为中间市场,而对母公司与参股企业之间的交易行为(也许我们可以称其为第四市场)缺乏研究。
- ④ 内部贸易的影响因素可以分为微观和宏观两个方面。微观方面是从企业层面研究内部贸易的影响因素,主要讨论产品的性质与品质以及行业研发强度、对外投资目的以及跨国公司对其子公司的运营战略、规模经济及经营范围等因素对内部贸易的影响。宏观方面研究主要是分析宏观经济变量,如国家贸易规模、经济总量、对外投资总量、产业结构等因素对不同国家内部贸易的影响。限于篇幅,本文仅讨论微观因素。

参考文献:

- [1] William J. Zeile. U.S. Intra-firm Trade in Goods. Survey of Current Business, 1997.
- [2] Markusen J R. Trade versus investment liberalization. NBER Working Paper NO. 6231, 1997.
- [3] Richard A. Cameron. Intra-firm Trade of Canadian-based Foreign Transnational Companies. Industry Canada, Research Publications Program, Working Paper Number 26, December 1998.
- [4] Markusen J R, Venables A J. Multinational firms and the new trade theory [J]. Journal of International Economics, 1998, 46 (2): 183-203.
- [5] Eden L. Taxing Multinationals: Transfer Pricing and Corporate

- Income Taxation in North America, Chapter: Multinationals and Intra-firm Trade in North America. University of Toronto Press, 1998: 174–207.
- [6] Inge Ivarsson, Tommy Johnsson. TNC strategies and variations in intra-firm trade: The case of foreign manufacturing affiliates in Sweden. In: *Geografiska Annaler*, 2000, 82B(1): 17–34.
- [7] Kimberly A Clausing. The Behavior of Intra-firm Trade Prices in U.S. International Price Data. U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, BLS Working Paper 333, January 2001.
- [8] Lorraine Eden. Transfer Pricing, Intra-firm Trade and the BLS International Price Program, U.S. Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, BLS Working Paper 334, January 2001.
- [9] Subramanian Rangan. Explaining Tranquility in the Midst of Turbulence: U.S. Multinationals' Intra-firm Trade, 1966-1997. BLS Working Paper 336, January 2001.
- [10] Head K, J Ries. Overseas investment and firms exports [J]. *Review of International Economics*, 2001, 9(1): 108–122.
- [11] Habib Zitouna. Globalization, Fragmentation and Intra-Firm Trade. Pantheon-Sorbonne University Working Paper, October 28, 2002.
- [12] Madan V. Transfer prices and the structure of intra-firm trade [J]. *Canadian Journal of Economics*, 20003, 3(1): 53–68.
- [13] Jennifer W Spencer. Firms' knowledge-sharing strategies in the global innovation system: Empirical evidence from the flat panel display industry [J]. *Strategic Management Journal*, 2003, 24: 217–233.
- [14] William J Zeile. U.S. Affiliates of Foreign Companies Operations in 2001. *Survey of Current Business*, August 2003.
- [15] William J Zeile. Operations of U.S. Affiliates of Foreign Companies Preliminary Results From the 2002 Benchmark Survey. *Survey of Current Business*, August 2004.
- [16] William J Zeile. U.S. Affiliates of Foreign Companies Operations in 2003. *Survey of Current Business*, August 2005.

Motivations and influence factors to transnational intra-firm transactions

ZHENG Chuanjun

(Business School, Central South University, Changsha 410083, China)

Abstract: To internalize the global market is the primary goal of FDI. A mount of transnational intra-firm transactions, therefore, will be created. This article analyzed and concluded the characters, motivations and influence factors of transnational intra-firm transactions, in the hope of deriving some inspirations to the internalization of China enterprises.

Key words: internationalization; internal transaction; internalization

[编辑：汪晓]