# 市场国际化与中国市场结构战略(1)论文

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-03-02

*市场国际化对市场结构的影响是很大的。从现代产业组织理论的角度看，将中国市场结构置于国际市场大环境中加以研究，通过分析市场国际化对市场结构的影响和中国市场结构现状与市场国际化的不适应性，探讨在市场国际化条件下优化中国市场结构的基本战略，这是本...*

市场国际化对市场结构的影响是很大的。从现代产业组织理论的角度看，将中国市场结构置于国际市场大环境中加以研究，通过分析市场国际化对市场结构的影响和中国市场结构现状与市场国际化的不适应性，探讨在市场国际化条件下优化中国市场结构的基本战略，这是本文论述的主题。

一、市场国际化对市场结构的影响 改革开放以来，我国在对外开放方面取得了举世瞩目的成就。对外开放主要包括引进外资、对外贸易和对外直接投资，其结果使国内市场和国际市场逐渐融为一体。

因此，对外开放过程实质上也就是市场国际化过程。而市场国际化对决定市场结构的规模经济、进入壁垒和市场集中这三个主要因素的影响，集中反映在以下几个方面：

（一）市场国际化为企业实现规模经济提供了巨大的潜力。规模经济要求企业的生产规模达到一定水平，并随着生产规模的扩大，使单位产品成本下降，收益增加。

假如企业只在国内市场上追求规模经济，就会受到许多因素的制约： １．国内资源可供量的限制。因为一国的资源往往存在相当程度的稀缺性，企业扩大生产规模有可能因获取资源的代价太高反而使产品的边际成本上升，甚至有可能根本无法获得所需的大量资源。

企业进入国际市场后，就能以较低的价格得到所需的资源，以扩大生产规模，实现规模经济。例如，目前上海“宝钢”所需的铁矿石９０％以上来自澳大利亚等国，其规模经济的实现对国际市场的依赖性很大。

２．国内市场需求量的限制。在特定时期内，一国对任何产品的需求都是有限的，企业若一味追求扩大生产规模，往往会造成产品严重供过于求，迫使企业又不得不缩小其生产规模。

而在广阔的国际市场上，产品的需求量就会大幅度增加，从而为企业实现规模经济突破了产品需求的制约。 ３．国内技术水平的限制。

生产能力的扩大通常是以技术进步为推动力的，企业在扩大生产规模时总是要采用效率更高的新技术。而一国的技术水平不可能在每个方面都处于领先地位，在那些技术水平较低的产业中，企业追求规模经济就会受到生产技术的限制。

这对技术总体水平较低的发展中国家来说更为突出。企业通过国际市场引进高效率的新技术，提高生产能力，就能较充分地发挥规模经济效益。

总之，市场国际化突破了国内市场的种种限制，为企业实现规模经济创造了良好的条件。

（二）国际市场的进入壁垒具有多层次的特点。目前，世界上已存在许多不同规模和层次的区域性经济组织，并大有继续发展之势，这意味着世界经济将进入区域一体化、集团化新阶段。

欧洲经济共同体于１９９３年１月就宣布建立在１２个成员国之间的商品、资本、劳务和人员自由流动的统一市场，并设想在２１世纪中期，把欧洲经济区扩展到东欧和南欧的周边国家，把欧洲建成“全欧洲经济联盟”；１９９２年１２月，美国、加拿大和墨西哥三国签署了《美加墨自由贸易协议》，标志着“北美自由贸易区”的建立。１９８９年１１月，亚太地区１２个国家的部长在澳大利亚的堪培拉举行首次会议，组成了“亚太经济合作组织”；１９９２年１月，东南亚国家联盟（简称“东盟”）达成了“东盟自由贸易协定”，形成“东盟自由贸易区”。

由于“东盟”成员国也是“亚太经济合作组织”的成员国，因此，两者是处于不同层次的区域性经济组织。此外，还有不少新的区域性经济组织尚处于酝酿或筹建之中。

各种区域性经济组织的一个共同特点是，在成员国之间降低甚至消除相互之间的进入壁垒，加强经济合作，而对非成员国则形成新的区域壁垒，如欧洲共同体（欧盟）达成建立西欧统一市场协议后，先后制定了限制纺织品进口、保护西欧电子产品市场、提高进口产品关税等一系列政策措施。同时，从７０年代末开始，在８０年代普遍化的国际贸易保护主义趋势，在９０年代将继续发展，世界主要工业国家为摆脱经济“滞胀”、高失业率和贸易逆差急剧上升的局面，纷纷制定各种国际贸易保护政策和措施，对外国产品进入国内市场设置很高的进入壁垒，从而在国际市场上便形成了“大区域进入壁垒→小区域进入壁垒→特定国家的进入壁垒”这样一种多层次、复杂的进入壁垒体系。

（三）国际市场的竞争将是跨国公司寡头主导型竞争。由于国际市场为企业充分实现规模经济提供了可能，同时，在国际市场上形成了多层次的进入壁垒，这就使仅靠对外贸易很难开拓国际市场。

因此，８０年代以来，经济发达国家纷纷以跨国公司为载体，通过对外直接投资，设立境外子公司，利用当地资源组织生产，并实行就地销售，从而使对外直接投资取代了长期以来占统治地位的对外贸易，跨国公司成为国际市场竞争的主力。就市场集中度而言，据美国《幸福》杂志的有关资料，早在１９９０年，世界５００家最大跨国工业公司的销售额为５万亿美元，相当于整个西方世界国内生产总值的１／４左右。

１９９２年在全球２万亿美元的对外直接投资中，跨国公司占主体，仅占１％的大型跨国公司，其对外直接投资额就占世界对外直接投资总额的５０％以上。而世界最大的几百家跨国公司分布在各主要产业中，特定产业被少数几家寡头企业所垄断，这就意味着国际市场的竞争将是跨国公司寡头主导型竞争。

二、中国市场结构与市场国际化不适应性分析 市场国际化把我国企业逐渐推向国际市场大舞台，而从国内市场竞争到国际市场竞争的转变，要求相应地调整我国的市场结构。但就企业自身而言，有一个相当时期的适应过程；就国家宏观管理而言，有一个探索、总结、不断完善的过程。

在此过程中，我国市场结构存在着与市场国际化不相适应的问题，这主要表现在以下两个方面：

（一）企业规模偏小，难以形成规模经济。这突出地表现在那些规模经济明显的重化工、电子等产业中，例如，根据目前的国际标准，汽车工业中单个整车生产企业的最小经济规模为４０万辆以上，而目前我国整车生产企业有１２０多家，超过美国、西欧和日本厂家的总和，但年产超过１０万辆的只有一汽、二汽和上海大众３家。

据统计，９０年代初我国有钢铁企业１５９８家，约占世界钢铁企业总数的１／３，而我国的钢产量只占世界钢产量的１／１０。这些都反映了我国企业分散、规模偏小的现实。

不仅如此，我国参与国际化经营的企业又以中小型企业为主，企业的总体平均规模很小。例如，在１９９０年我国５００家最大的外贸企业中，进出口额在１５００万至１亿美元的就有３５７家，占７１．４％。

这同经济发达国家的情况相比较反差很明显，这些国家为了保证企业拥有足够的国际竞争力，非常重视“企业规模效应”，其跨国公司的规模往往比国内其它企业的规模大得多。可见，我国企业的规模本来就较小，而参与国际化经营的企业又大都是中小型企业，这两重因素必然导致我国企业在国际市场竞争中，因企业规模小，难以实现规模经济而缺乏国际竞争力。

（二）国内企业间的竞争度过高，内部摩擦大，交易费用高。随着对外开放的发展，我国的外贸经营权逐渐下放，这对加快我国市场国际化进程的推动作用本来是无可非议的，但由于缺乏必要的约束机制，国内企业之间竞争激烈，造成很大的内部摩擦。

这在出口方面表现为，同类产品在向同一国家或地区出口时，多头对外，为了抢夺生意而对外竞相削价；在进口方面，则多家进口企业竞相抬价，相互争夺货源，其结果是让外商从中渔利。在引进外资和对外直接投资方面也存在类似情况，过度竞争现象十分严重。

同时，由于我国许多刚开始从事国际化经营的企业，过去同国际市场基本处于隔绝状态，不了解国际市场行情，缺乏国际化经营的基本知识和技能，这些企业单枪匹马进入国际市场，需要花很大的代价去熟悉市场环境，收集国际市场信息，寻找顾客，签订并执行交易合同。而且，由于单个企业的贸易批量小，单位产品的运输费用和购销费用就高，因而一笔交易的交易费用很高。

三、 市场国际化条件下优化中国市场结构的基本战略 基于对市场国际化给市场结构带来的影响和中国市场结构现状与市场国际化不适应性的分析，可以看出：一方面，市场国际化要求我国从事国际化经营的企业具有相当的经济规模，并降低国内企业间的市场竞争度，形成协同竞争格局，以实现规模经济与竞争活力相兼容的有效竞争；另一方面，我国企业却规模偏小，企业间存在过度竞争，内部摩擦大，与有效竞争相差甚远。因此，在市场国际化条件下，优化我国市场结构的基本战略思路是：培育一批经济实力雄厚、具有国际水平的大型企业，作为跨国经营的主力，以充分发挥国际市场所提供的规模经济潜力；适当提高进入壁垒和市场集中度，降低国内企业间的竞争度，减少内部摩擦与交易费用，以协同竞争力，冲破国际市场上的多重进入壁垒，增强与国际寡头垄断企业的竞争能力。

为此，需要研究以下两个具体战略问题：一是我国如何形成大型企业；二是在特定产业如何确定国际化经营的核心企业，以协调产业内各企业间的关系。

（一）形成我国大型企业的主要战略及其途径。借鉴当代经济发达国家大型企业的成长经验，我国可采取水平一体化、垂直一体化和混合一体化战略以形成大型企业。

这三种一体化战略不仅存在各自的经济性，而且具有层次性。作为大型企业的发展战略，水平一体是垂直一体化的基础。

通常，企业规模的扩张是从水平一体化开始的，由于企业可利用原有技术和管理经验，在原来的业务范围内扩大其规模，故成功的可能性较大，但企业通过水平一体化达到一定规模后，要进一步发展成为大型企业，就需要进而实行垂直一体化。如美国，大型企业形成的历史就是把大规模生产过程和大规模流通过程结合于单一企业中的历史，到１９１７年，在资产额为２０００万美元以上的美国企业中，将近９０％的企业是经由垂直一体化而形成的。

而在经济波动幅度和频率日益增加的今天，企业要保持原有的市场地位并持续发展成为大型企业，就要求企业努力分散经营风险，稳定企业收入流量，这就迫使企业采取混合一体化战略。同时，当今跨国经营的迅速发展，要求实行跨国产业经营的大型企业作为物质载体，这也刺激企业采取混合一体化战略，以最终形成经济实力雄厚的国际化大型企业。

就实行各种一体化战略以形成大型企业的基本途径而言，主要有以下三种可供选择：一是通过企业自身积累以增强经济实力，逐步扩大其生产经营范围，实行各层次的一体化战略，以形成大型企业；二是凭借其经济实力，通过兼并产业内横向、纵向企业以及不同产业的企业，以形成大型企业；三是突破部门、地区界限，组建大型企业集团。显然，前两种途径（特别是第一种途径）形成大型企业需要较长时期，而通过第三种途径则能在较短时期内形成大型企业。

更为重要的是，目前我国企业在国际化经营中，还受“条条”和“块块”限制，造成分散经营、多头对外的过度竞争局面，而通过组建跨部门、跨地区、经营多个产业的大型企业集团，则有利于消除这种混乱现象。因此，这一途径体现了我国今后形成大型企业集团的发展方向。

（二）根据产业特点确定国际化经营的核心企业。随着外贸体制的深入改革，打破了我国长期以来由外贸企业独家对外经营的局面，不少工业企业也获得了对外经营权。

但随之而来的一个突出问题是：在国际化经营中，工业企业和外贸企业的矛盾日趋尖锐，双方都争取拥有更多、更大的对外经营权。因而不难预见，我国在以组建企业集团为途径形成国际化大型企业的过程中，必然会产生工业企业和外贸流通企业争夺集团核心企业地位的问题。

笔者认为，作为解决这一矛盾的一个比较可行的基本思路是：根据产业的特点确定国际化经营企业集团的核心企业。明确地说，在规模经济不显著的产业，宜以大型外贸流通企业为核心企业，组建贸易型企业集团；而规模经济较显著的产业，应以大型工业企业为核心，组建工业型企业集团。

这是因为，在规模经济不那么显著的产业（如农业、一般日用品制造业）中，云集着大量的中小企业，这些中小型生产企业一般不具备独立开展国际化经营的经济实力和管理经验，只能在很大程度上仰赖富有对外经营知识和技能，拥有一定国际营销渠道与国际信誉的大型外贸流通企业。因此，大型外贸流通企业应积极地将这些中小企业组织起来，形成贸易型企业集团。

而在那些规模经济较显著的产业（如重化工业、机械制造业）中，存在着少数大型工业企业和众多为大企业配套生产的中小企业，这些大型工业企业自身就有比较雄厚的经济实力和较强的经营管理能力，而且，其产品的技术含量一般较大，需要向用户提供一整套售后服务，它们完全有可能，也有必要脱离外贸流通企业而独立从事国际化经营。因此，在这些产业，大型工业企业是“领衔企业”，应当同产业内的中小企业建立工业型企业集团。

据此，国家在制定跨国经营政策时，也应视产业特点而有所区别，一般地说，应该让规模经济显著的产业中的大型工业企业拥有较大的对外经营权；而对规模经济不显著的产业中的众多中小企业，应该适当控制其独立对外经贸权，让大型外贸流通企业去协调它们的对外经营活动，以免在国际化经营中出现过度竞争。 按照以上设想，我国将会形成两类国际化经营的基本主体形式，一类是以规模经济显著的产业为基础的工业型企业集团，从发展趋势看，其国际化经营的重点是对外直接投资，其组织形式向跨国公司演变。

另一类是以那些规模经济不显著的产业为基础的贸易型企业集团，从发展趋势看，其组织形式将向综合商社演变，其经营业务除原来的进出口贸易外，还要为众多的中小企业积极采购原材料，引进国际先进技术，了解国际市场信息，筹措资金，甚至组织中小企业开展对外直接投资等跨国经营活动。这样，出现在国际化经营大舞台，直接对外经营的中国企业将主要是具有整体优势、拥有相当经济实力的大企业集团，它们将有足够的实力冲破或避免国际市场的重重进入壁垒，与国际寡头垄断企业相抗衡，从而使中国市场结构在市场国际化中具备有效竞争的特征。

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn