

中国企业对外投资现状及意向 调查报告

中国国际贸易促进委员会

经济信息部

(2009 年 4 月)

目 录

调查背景说明

调查报告概要

第一章 企业对外投资现状

第二章 未来对外投资的意向强烈

第三章 地区和行业比较

第四章 投资政策和环境评价

第五章 样本分析

第六章 结论

附录：

一、调查问卷（略）

二、中国企业跨国经营程度指数计算方法

调查背景说明

中国国际贸易促进委员会继 2005 年和 2006 年两次初步尝试之后，于 2008 年 12 月至 2009 年 2 月开展了第三次“中国企业对外投资现状及意向调查”。此次调查规范了取样对象，扩大了调查规模，目的是深入了解中国企业在国家促进企业“走出去”战略背景下的对外投资现状及意向，并通过与前面两次调查结果进行对比，了解中国企业对外投资的发展动态。同时，调查的目的还包括了解企业对中国政府“走出去”相关政策和服务体系的评价与需求。

本次调查主体是中国国际贸易促进委员会，实施主体是中国国际贸易促进委员会 19 家分会，分别是江苏、广东、深圳、大连、广西、济南、四川、陕西、武汉、上海、珠海、河南、湖南、厦门、广州、云南、杭州、河北和电子行业分会。本调查以中国国际贸易促进委员会的会员企业中曾从事过进出口贸易、企业年收入超过 100 万人民币的企业为对象，因为采用随机抽样的方法，有部分受访企业没有达到上述标准，我们也把这部分受访企业作为样本。

调查采用问卷调查的方式。问卷包括企业对外投资现状、对外投资意向、公司的情况以及对中国政府促进“走出去”的政策和服务体系的看法等问题。参与调查的企业直接完成问卷或由中国国际贸易促进委员会分会的工作人员协助完成问卷。调查期间为 2008 年 12 月至 2009 年 2 月。问卷回收率为 46%，回收的有效问卷为 1104 份。

2005 年和 2006 年的同类调查是中国贸促会（CCPIT）与加拿大亚太基金会（APF）合作开展的，2009 年的调查也获得了 APF 的大力协助，另外中国贸促会的部分地方分会和行业分会协助总会实施了问卷发放和回收的工作，在此一并对它们表示感谢。

本调查的数据和所有文字报告版权归中国贸促会所有。其他机构和个人使用须经中国贸促会授权。

调查报告概要

为了深入了解中国企业在“走出去”战略背景下的对外投资现状及意向，了解影响和决定企业对外投资的因素以及企业对我国政府相关政策和服务体系的看法，中国国际贸易促进委员会开展了第三次“中国企业对外投资现状及意向调研”。

调查的主要结果包括：

- 参与对外投资的企业比例约为 28%。在 1104 家受访企业中，有 315 家企业进行过对外投资。
- 信息技术行业受访企业对外投资比例最大。信息技术行业受访企业中，有超过 50% 的企业有对外投资，其次是建筑企业，超过 40%，自然资源开发企业和农业企业对外投资的比例也超过了 30%。
- 在所有受访企业中，位于环渤海地区的企业进行过对外投资的比例较高，有接近半数的企业曾经进行过对外投资，其次是长三角地区，珠三角排在第三位，而中部地区和西部地区都仅有 20% 的企业有对外投资。
- 虽然几年来企业对外投资规模有所上升，但是总体对外投资规模仍然较小。在所有进行过对外投资的受访企业中，约有三分之二的企业表示现有对外投资规模小于 500 万美元。对外投资超过 1000 万美元的企业占 20%，其中超过 1 亿美元的仅达到 6%。
- 制造业是目前中国企业对外投资领域的首选，其次是贸易和自然资源的开采、运输和加工。根据对企业未来对外投资意向的调查，这一趋势基本保持不变。
- 东亚和东南亚（包含中国香港、澳门地区）是目前中国企业对外投资的首选之地。在进行过对外投资的企业中，超过 60% 的企业在东亚和东南亚有对外投资，其次是北美洲、西欧和非洲。根据对企业未来对外投资意向的调查，这一趋势基本保持不变。
- 扩张市场是中国企业目前对外投资最主要的目的。居于第二位的是获取国外先进技术和管理经验，其他投资目的包括降低成本、利用东道国的自然资源、获取国际知名品牌和回避贸易壁垒等。
- 虽然各行业对外投资的目的差异较大，但是对外投资时基本遵循了发挥优势、取长补短的原则，说明中国企业已经把对外投资作为一个长期战略。
- 在海外建立销售办事处是中国企业对外投资最常见的形式，紧随其后的是与当地企业建

立股份制合资公司，然后才是设立自己的零售商店和营销网络以及建立全新的独资公司，并购还没有成为对外投资的主流方式。这种格局未来 3—5 年内不会发生大的改变。

- 对外投资的融资渠道呈现多元化趋势，自有资本成为企业未来对外投资的最重要资金来源，选择国有银行贷款进行融资的企业为 45%，选择国内非国有银行融资的企业为 10%，选择发行新股票融资的为 15%，有少部分企业选择发行债券融资。
- 中国企业跨国经营程度仍然较低。根据调查，进行过对外投资的受访企业总体跨国经营指数在 20%左右，而世界顶级跨国公司的跨国经营指数的值大多数都在 50%以上，说明中国企业跨国经营的程度总体上看还比较低。企业跨国经营的网络分散程度也比较低。
- 多数受访企业对现有对外投资状况表示满意。超过 90%的企业表示非常满意或基本上满意，仅有不到 10%企业表示不满意。
- 受访企业表示消费者对中国产品质量和安全性的担心是他们对外投资过程中面临的最大挑战。其他一些主要挑战包括融资困难、缺乏对新市场法规和风险的了解、当地消费者不了解中国品牌、公司缺乏专业人才等。
- 金融危机对中国企业的对外投资意向产生明显影响。超过半数的企业表示，金融危机后将减少对外投资的金额，接近 18%的企业表示要转移投资的所在国或者改变投资行业，仅有 7%的企业表示会增加对外投资的金额。
- 受访企业对世界各国（地区）投资开放程度总体是满意的。以 5 分制打分，所有国家（地区）的分数均超过了 3 分，即介于开放和比较开放之间。而北美地区成为中国企业认为最为开放的地区，其次是东南亚和澳大利亚。
- 受访企业总体上对中国政府现有的鼓励“走出去”发展的政策表示基本满意，在各项政策中，对财税政策和投资管理政策满意程度最高，而对信贷保险和外汇管理政策的满意度最低。
- 受访企业大多数对现有的“走出去”公共服务体系表示基本满意，但是也有 20%左右的企业对各项服务表示了不满意。在各项公共服务中，企业对信息服务表示出了最高的满意度，满意度最低的是人才培养服务，其次是技术服务。

第一章 中国企业对外投资现状

1、 参与对外投资的企业数量

1104 家受访企业中，有 315 家企业进行过对外投资，占全体受访企业的 28%，这个比例比 2006 年进行的同类调查有较明显下降，主要是受访企业的地区范围和数量的扩大造成的。

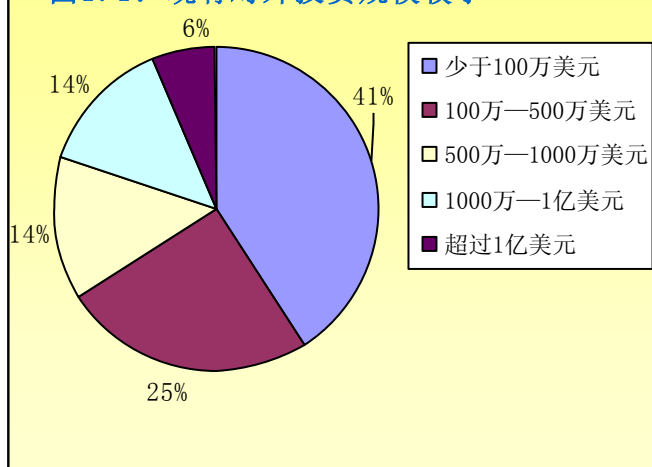
2、 投资规模依旧较小

在所有进行过对外投资的受访企业中，约有三分之二企业表示现有对外投资规模小于 500 万美元，对外投资超过 1000 万美元的企业占 20%。

与 2006 年的调查相比，投资规模少于 500 万美元的企业比例从 73%下降到 66%，投资超过 1 亿美元的企业比例则从 3%上升到 6%以上。

总体上反映，中国企业对外投资的规模依旧较小，但是比三年前有显著提高。

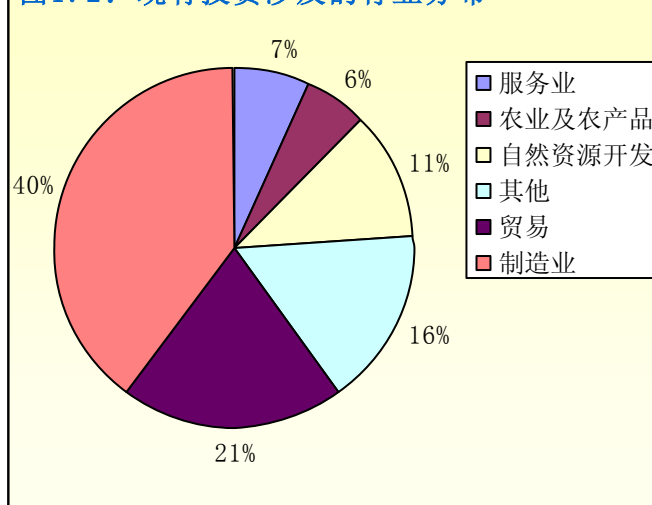
图1.1：现有对外投资规模较小



3、 投资领域分布较广

企业对外投资涉及的产业分布较广，包括信息产品在内的制造业是首选，其次是贸易，为 21%，投资于自然资源的开采、运输和加工的企业比例超过 10%，投资于农业和农产品生产、金融、商业和技术等服务业的企业比例较少。

图1.2：现有投资涉及的行业分布



4、 投资目的地分布

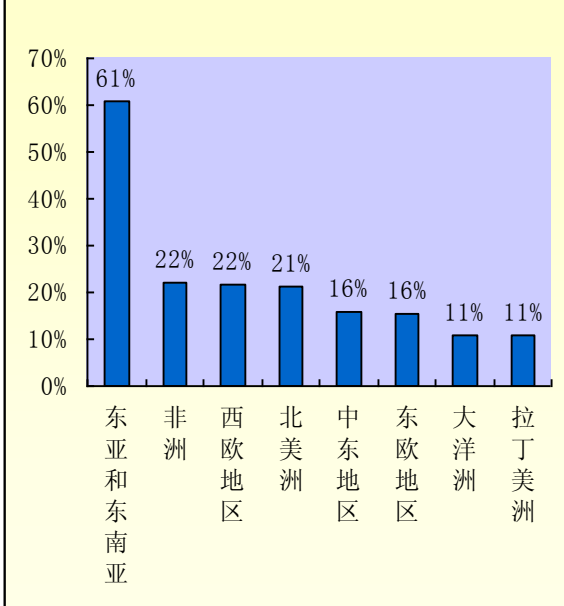
进行过对外投资的企业中，超过 60%在东亚和东南亚有对外投资，这个比例比 2006 年的 45%有显著上升，说明东亚地区对中国企业的吸引力增强。而非洲以 22%上升为可以与西欧和北美地区相比的热点地区。只有较少的中国企业选择到拉丁美洲和大洋洲投资。

在美国和中国香港，有 20%的企业有投资，是吸引中国投资最多的地区，而在越南有 10%的企业有投资，越南正在成为吸引中国投资的一个重要国家。

表 1.1: 前十位中国企业投资数量最多的国家或地区

国别	企业数	比例
美国	63	20%
香港	62	20%
日本	35	11%
越南	33	10%
德国	25	8%
澳大利亚	25	8%
新加坡	19	6%
俄罗斯	15	5%
英国	13	4%
印度	13	4%

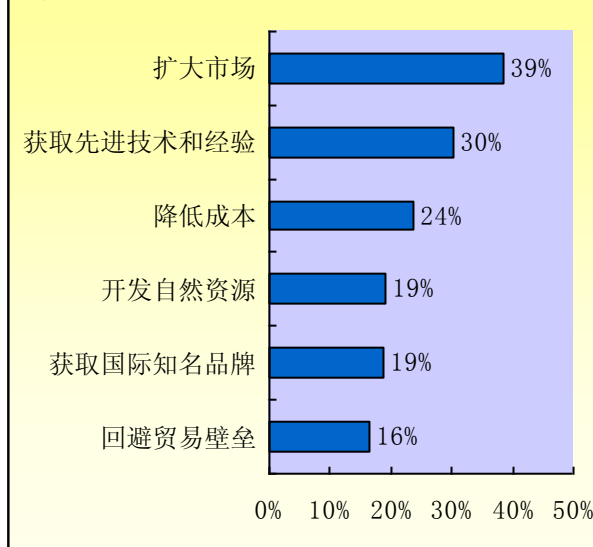
图1.3：现有投资地区分布



5、 投资目的

扩张市场是中国企业对外投资最主要的目的，而获取国外先进技术和管理经验居于第二位，第三是降低成本，而开发自然资源、获取国际知名品牌和回避贸易壁垒等都是企业对外投资所关注的目标。

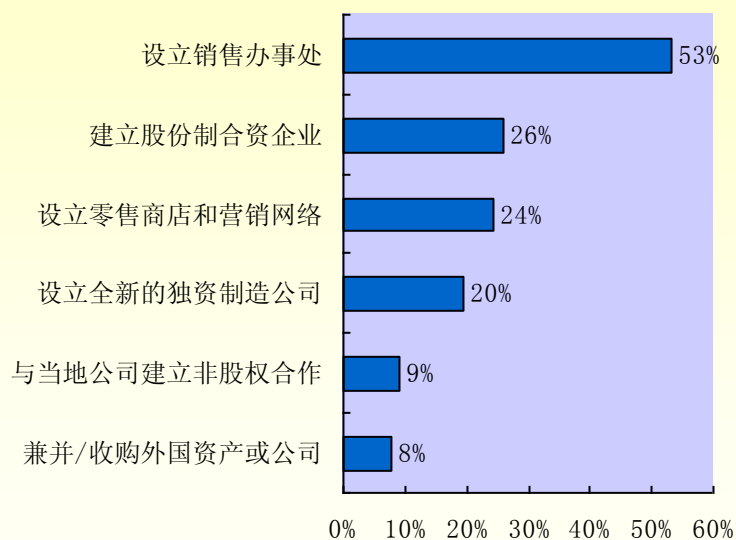
图1.4：扩大市场是企业对外投资的最主要目的



6、 对外投资方式选择

超过半数的企业在国外建立自己的销售办事处，表明这种方式仍然是对外投资最常见的方式。与当地企业建立股份制合资公司紧随其后，然后才是设立自己的零售商店和营销网络，以及建立全新的独资公司。通过并购方式对外投资的企业只有不到 8%，并购还没有成为中国企业对外投资的主流选择。

图1.5：设立销售办事处是企业选择最多的投资方式



7、 跨国经营程度估计

本次调查我们第一次尝试对中国企业的总体跨国经营程度进行衡量，我们用三个指标来度量中国企业跨国经营的程度，分别是：企业海外资产占总资产的比例（FATA）、企业海外销售收入占总销售收入比例（FSTS）和网络分布指数（NI），这三个指数的计算方法见附录二。

经过计算：

进行过对外投资的受访企业总体海外资产占总资产比例为：22.7%

进行过对外投资的受访企业总体海外收入占总收入比例为：21.9%

进行过对外投资的受访企业网络分布指数为：2.15

根据联合国贸发会议《2008 年世界投资报告》数据显示，世界顶级跨国公司的跨国经营指数 TNI 的值大多数都在 50%以上，而我们的调查结果显示，进行过对外投资的受访企业总体 TNI 估计应该在 20%左右，这说明中国企业跨国经营程度在总体上看还比较低，从海外资产和海外销售来看，与大型的跨国公司相差较远，在网络分布方面，有对外投资的受访企业对外投资的国家数平均仅为 2 个国家。

8、 面临的挑战

受访企业表示在对外投资中面临的¹最大挑战是外国消费者对中国产品质量和安全性存在担心，其他一些主要挑战是：融资困难、缺乏对新市场法规和风险的了解、当地消费者不了解中国品牌、公司缺乏管理型人才和专业人才等，中国和东道国政府和民间对投资项目的负面反应，并不是很突出的挑战。

表 1.2： 海外投资过程中遇到的各种挑战的评分

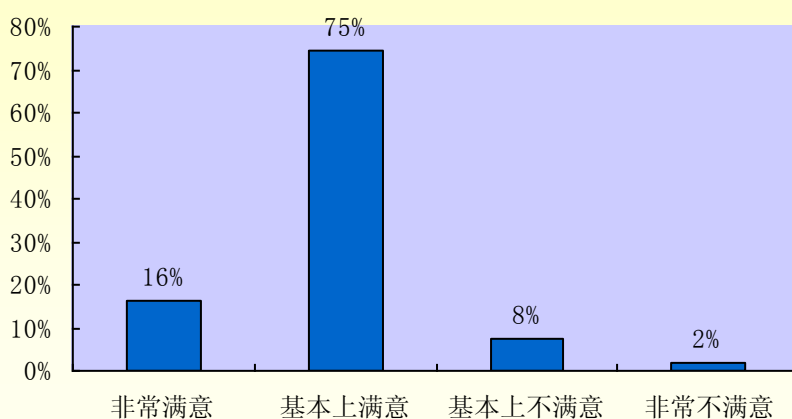
挑战	得分
外国消费者对中国产品质量和安全性存在担心	2.71
公司在融资上有困难	2.61
公司缺乏对新市场法规和风险的了解	2.60
当地消费者对中国品牌还不了解	2.59
公司缺乏管理型人才和专业人才	2.53
公司缺乏国际经营战略和管理策略等知识	2.49
公司缺乏对国际市场	2.36
当地雇员对公司不熟悉	2.34
文化壁垒使得商业活动难以推行	2.19
后勤保障上的障碍使得商业活动难以推行	2.18
投资东道国对于该投资有负面反应	1.81
中国政府或民间对于该投资有负面反应	1.63

注：得分越大表示挑战越大

9、 是否满意

多数受访企业对现有对外投资状况表示满意，超过 90%的企业表示非常满意或基本上满意，仅有不到 10%企业表示不满意。

图1.6： 现有对外投资满意度评价

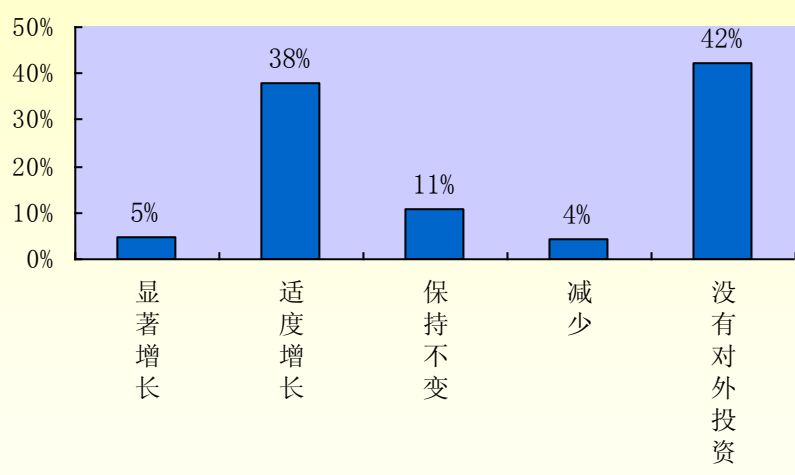


第二章 未来对外投资意向

1、 未来 2 年投资趋势

受访企业中,预期在未来 2 年内会增加对外投资的企业超过 40%,同时也有超过 40%的企业表示未来 2 年不会进行对外投资。这反映了中国企业面对当前金融危机带来的风险,对海外投资采取了较为谨慎的态度。

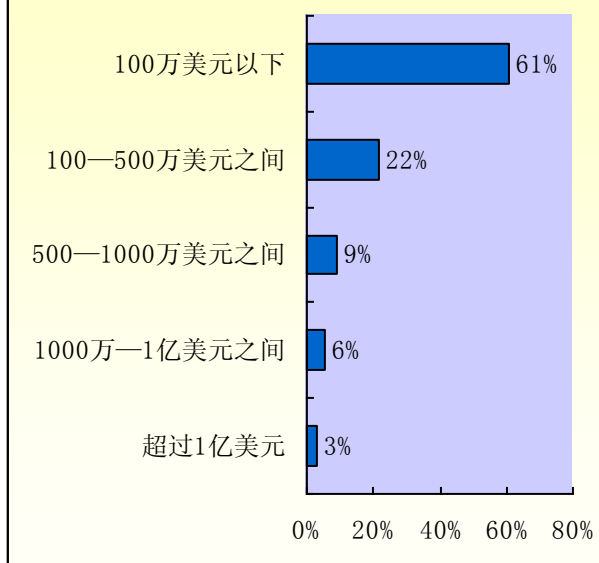
图2.1：今后2年对外投资预期



2、 未来 3—5 年投资规模

在中长期（3—5 年）内，受访企业拟对外投资的规模仍然较小，有超过 60%的企业预期未来 3—5 年的对外投资规模在 100 万美元以下，另外还有 22%企业表示对外投资规模将介于 100 万—500 万美元之间，未来对外投资超过 500 万美元的企业不足 20%。这组数字与 2006 年的调查结果相比显得不是很乐观，除了金融危机的影响外，我们认为抽样范围的扩大也是一个影响因素。

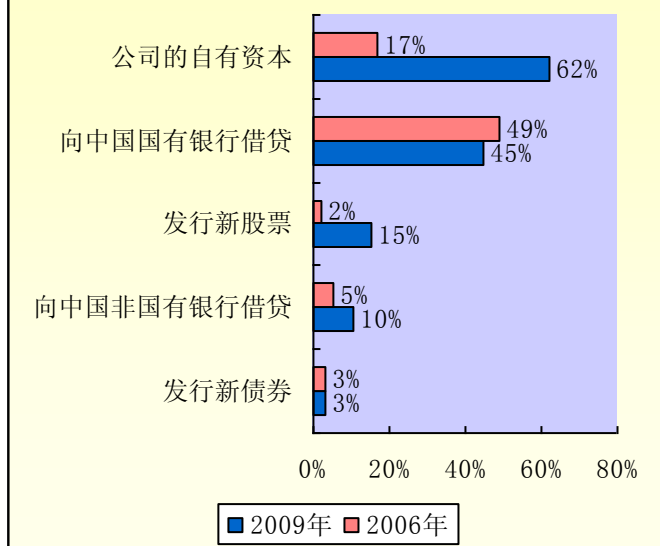
图2.2：今后3—5年预期投资规模



3、 未来选择的融资渠道

与 2006 年的调查结果相比，企业未来对外投资选择的融资渠道发生了重要变化，公司自有资本成为企业最重要的资金来源，有超过 60%的企业做出了这样的选择，而选择国有银行贷款进行融资的企业比例从 2006 年的 49%下降到 45%，选择国内非国有银行融资的比例从 2006 年的 5%上升到 10%，通过发行新股票融资的从 2006 年 2%上升到 15%，发行新债券融资的仍然保持在 3%左右。

图2.3：未来融资渠道选择

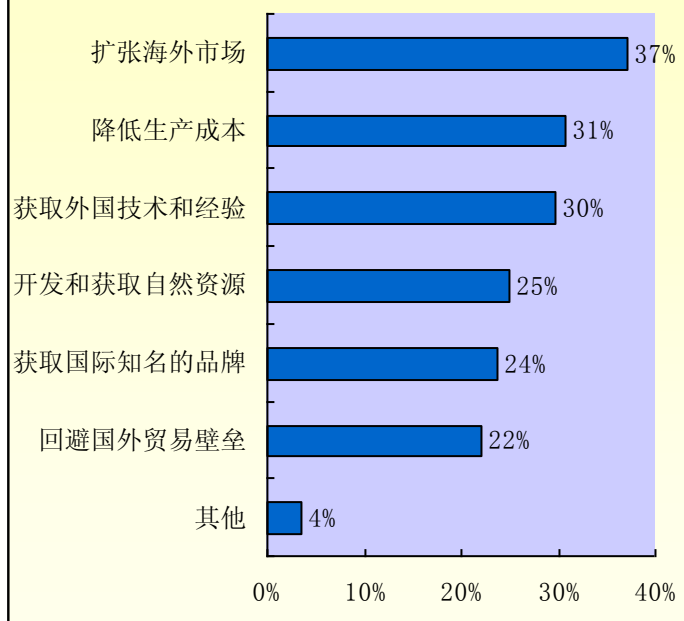


融资渠道的变化反映了两个事实，第一是 3 年来中国企业盈利能力大幅提高，自有资金相对变得充裕；第二是 3 年来中国的金融体制和资本市场也发生了重大的变化，融资渠道变得多元化了，过去融资难的问题有重要的改善。

4、 未来投资目的

受访企业已经将未来的海外投资作为一项长期的发展战略。尽管扩张海外市场还是 37% 受访企业对外投资的主要目的，但是其他的一些因素，例如降低成本、获取技术和经验、避开贸易壁垒、获取国外知名品牌、获取战略性自然资源等都成为企业进行对外投资决策时重要的影响因素，表明中国企业对外投资的目的趋于多元化。

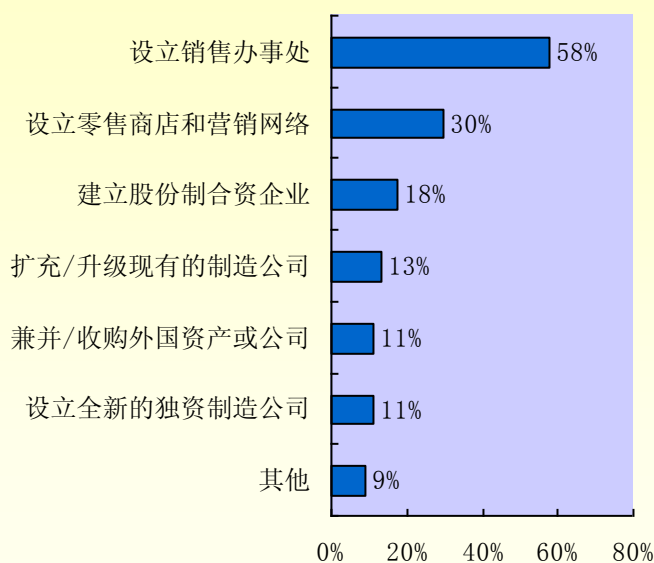
图2.4：未来对外投资目的



5、 未来投资方式选择

设立自己的销售办事处还是未来企业对外投资方式的首选，这是大多数初次进行对外投资企业最愿意采取的方式，也有相当数量的企业选择了其他的对外投资方式，而扩充、升级现有制造公司的企业并不多，可能反映了现有对外投资并没有给企业带来太大的效益，追加投资的动力相对不足等所致。另外，未来希

图2.5：未来对外投资方式选择

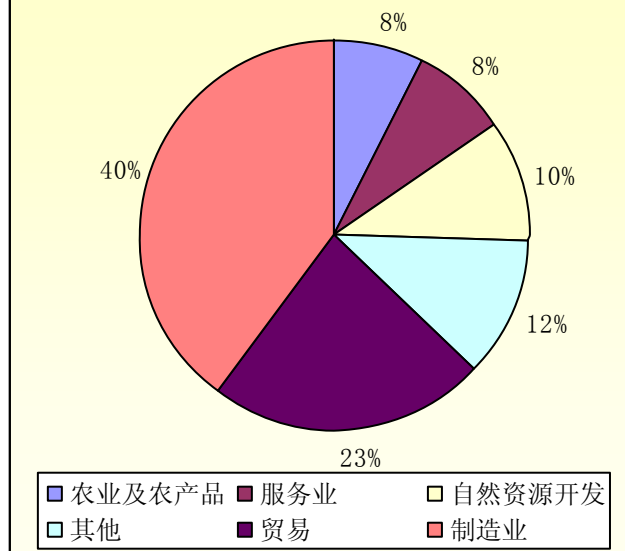


望通过并购进行投资的企业比例与现状相比，有所增加，但是增加并不明显。

6、 行业选择

受访企业未来对外投资涉及的行业领域分布与现有投资的行业分布几乎相同，制造业仍然是主要的企业对外投资的行业，其次是进出口贸易，与现有投资相比，投资于农业和金融服务业的意向略有上升。

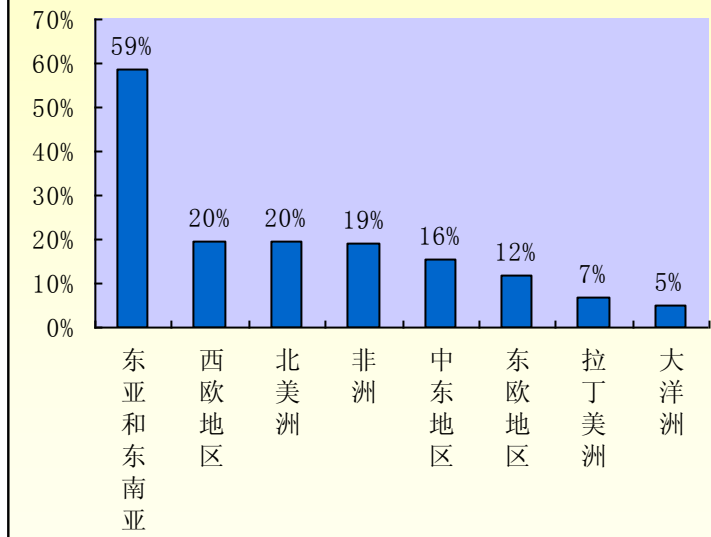
图2.6：未来投资涉及的主要领域



7、 投资目的地选择

东亚和东南亚地区仍然是受访企业未来对外投资的首选，有 59%的企业表示未来投资的 20%以上要投向东亚和东南亚，西欧、北美、非洲、中东等地区也吸引了很多受访企业，而选择投资大洋洲的企业数最少，仅有 5%的企业愿意把 20%以上的投资投向大洋洲。

图2.7：未来对外投资目的地选择



在排名前十的最有可能的投资国（地区）中，越南出人意料地成为受访企业最愿意投资的国家，有近 28%的企业表示未来最有可能在越南投资，而香港和澳门、美国、泰国、澳大利亚、加拿大、新加坡、德国紧随其后。

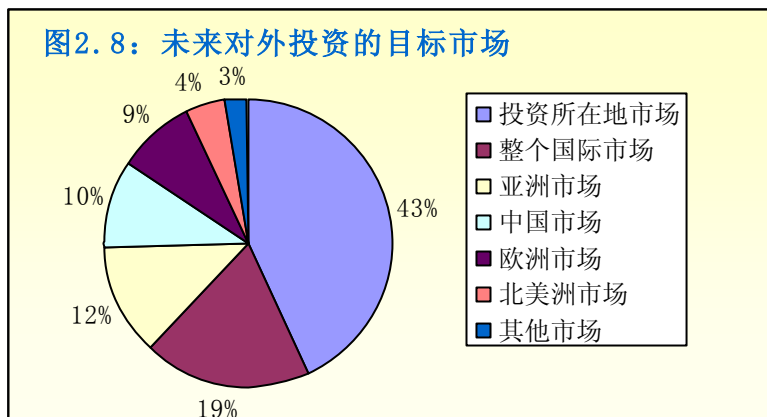
表 2.1：排名前十的最有可能投资目的地

最有可能投资国（地区）	比例
越南	28%
香港/澳门	21%
美国	20%
澳大利亚	15%
泰国	15%
加拿大	13%
新加坡	12%
德国	12%
韩国	10%
开曼群岛、维尔京群岛等免税港	6%

8、 首要目标市场

受访企业表示，未来海外投资首要的服务目标市场是投资所在地市场，其次是拟服务于整个国际市场，而服务于亚洲市场的企业要多于服务于中国市场，瞄

图2.8：未来对外投资的目标市场



准欧洲和北美市场的企业比例仅有 13%。

9、 金融危机的影响

起源于美国的国际金融危机对中国企业的对外投资造成了重大影响，有接近 85%的企业表示金融危机对海外投资有影响，其中 40%企业表示有较大影响。

超过半数的企业表示，金融危机后，将减少对外投资的金额，接近 18%的企业表示要转移投资的所在国或者改变投资行业，仅有 7%的企业表示会增加对外投资的金额，有不少企业对金融危机后对外投资的决策采取了观望态度。

图2.9：金融危机对海外投资的影响

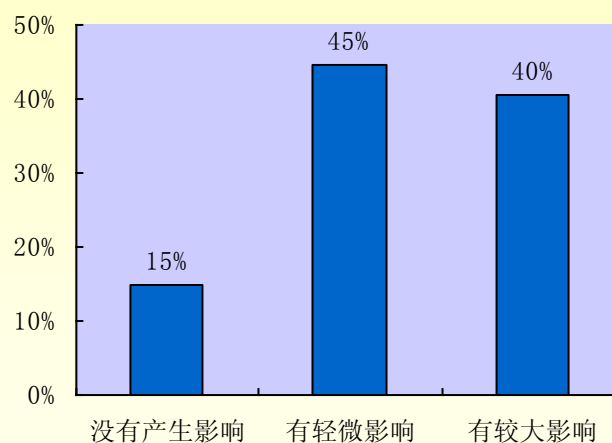
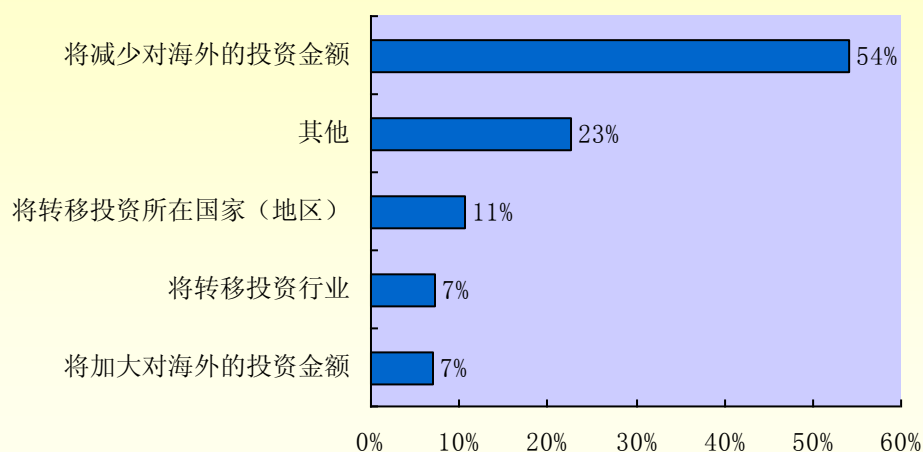


图2.10：金融危机后，对外投资的变化



一、地区比较

1、参与对外投资的企业比例和对外投资规模比较

图3.1：各地区有对外投资的企业占受访企业总数的比例

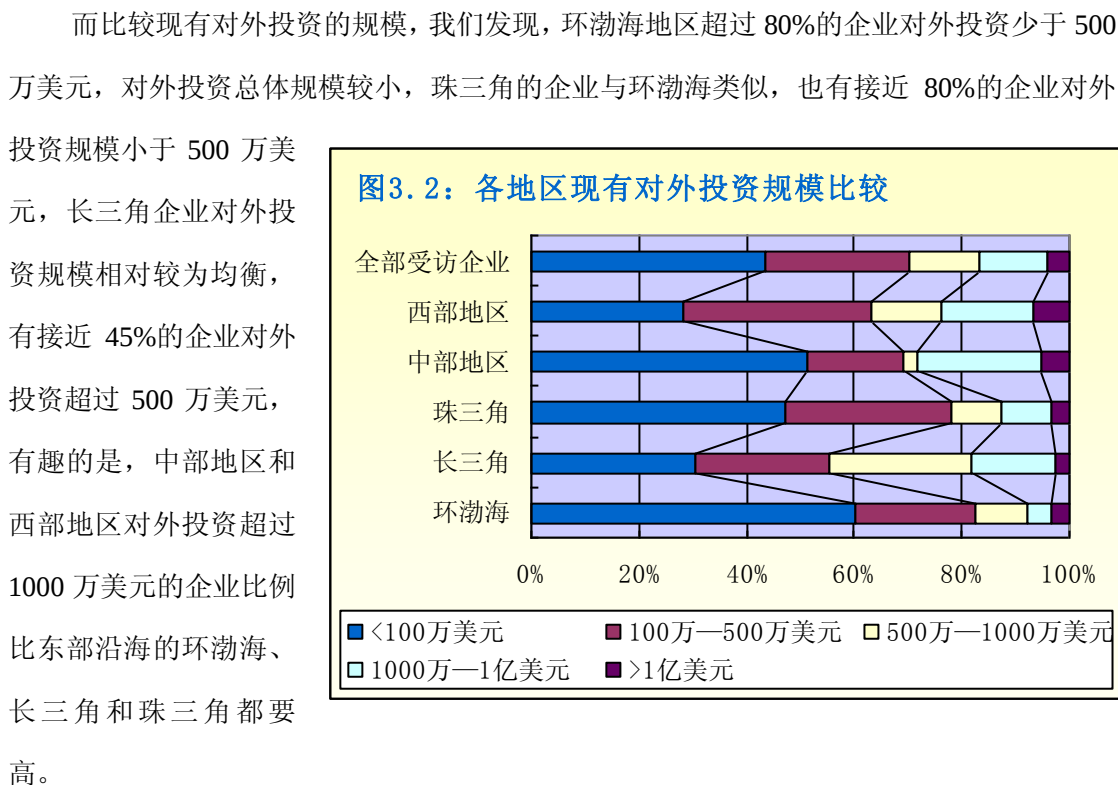
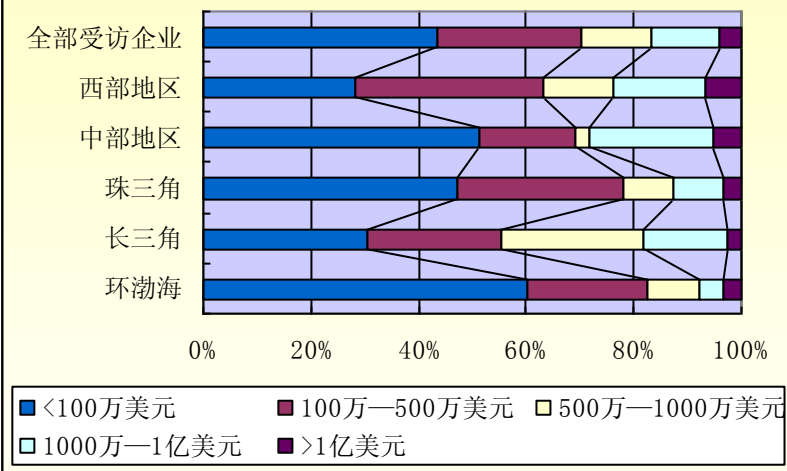


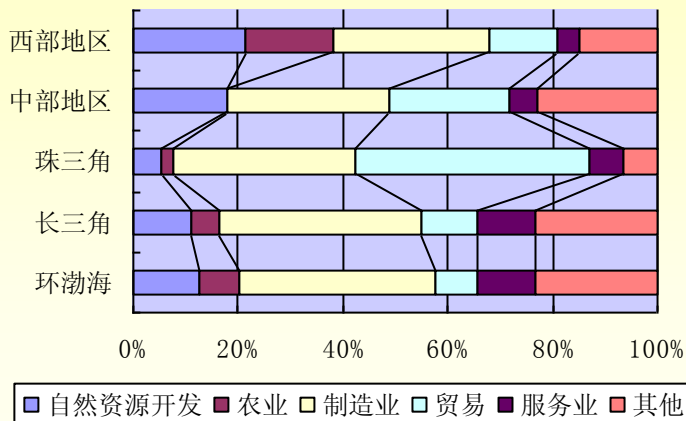
图3.2: 各地区现有对外投资规模比较



2、对外投资涉及的领域比较

所有地区投资于制造业的企业比例均超过或接近 30%，表明制造业是对外投资的最重点行业。在制造业之外，环渤海企业投资于服务业的比例相对较高一些，而投资于贸易和农业的比例相对较小，而长三角企业在自然资源开发、贸易和服务业方面的投资比较均衡，比例都在 10% 左右，珠三角企业的特征非常明显，就是主要投资于贸易和制造业，投资于其他行业的

图3.3：各地区现有对外投资行业比较

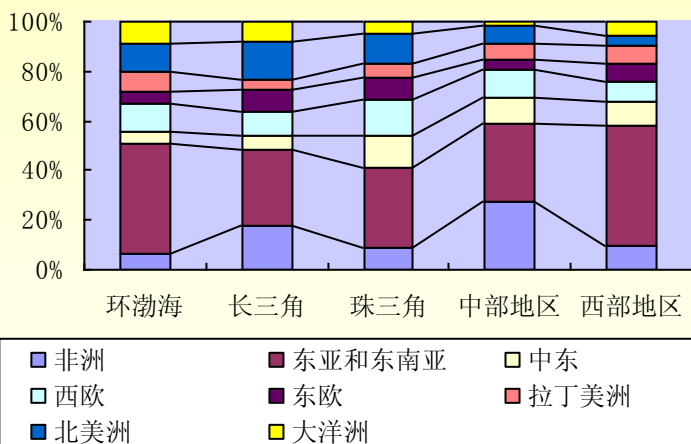


其他行业的企业比例均低于 10%。中部地区企业除了投资于制造业外，行业重点是自然资源开发和贸易，投资于农业的企业比例非常小。西部地区对外投资的行业分布也比较均衡，除了服务业投资较少外，在自然资源开发、农业、制造业和贸易等行业，都有不小比例的企业进行投资，多元化的表现较为突出。

3、对外投资目的地比较

东亚和东南亚是受访企业选择最多的对外投资目的地，中国的各地区企业对外投资项目都有超过 30% 的比例选择在那里落户。环渤海企业的对外投资项目主要集中在东亚、东南亚、西欧和北美地区，而长三角企业除了东亚和东南亚外，更多地

图3.4：各地区现有对外投资目的地比较



投资于非洲和北美洲，欧洲也是长三角企业投资较多的地区，珠三角企业投资于东亚、东南亚、中东、欧洲和北美地区的企业比例较高，中部地区企业的投资主要集中于非洲、东亚、

东南亚和西欧，这几个地区集中了中部地区企业超过 60%的对外投资。除了东亚和东南亚外，西部地区企业对外投资比较分散，在非洲、中东、欧洲、拉丁美洲、北美等地区的投资企业比例都少于 10%。

4、企业跨国经营程度比较

用海外资产占总资产的比例(FATA)来衡量，西部地区企业的跨国经营程度最高，其次是长三角企业，珠三角和中部地区企业排在第三，而环渤海企业海外资产占总资产比例最低。因为西部企业对外投资中投资于自然资源开发和农业的比例较高，所以其海外资产所占比例也较高一些。

如果用海外收入占总销售收入比例（FSTS）衡量，长三角企业跨国经营程度最高，其次是珠三角企业和环渤海企业，而中部地区和西部地区企业的跨国经营程度相对较低。这与各地区经济发展水平和开放程度是一致的。

表 3.1：各地区对外投资企业跨国经营程度比较

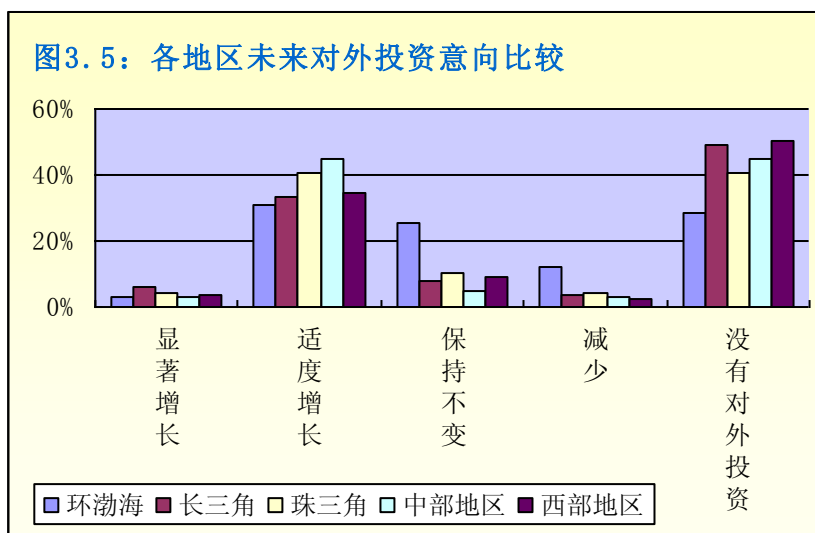
	FATA	FSTS	NI
环渤海	20.1%	22.3%	1.69
长三角	24.0%	23.0%	2.22
珠三角	21.6%	22.6%	2.57
中部地区	21.3%	20.4%	2.02
西部地区	27.4%	20.9%	1.96

如果用对外投资国家数量(NI)来衡量，那么珠三角和长三角企业的跨国经营程度都相对较高，而中部地区和西部地区为其次，环渤海企业平均对外投资的国家数最小。这反映了环渤海地区企业主要针对韩国和日本进行投资的事实。

5、未来对外投资意向比较

对于未来的对外投资，各地区都有超过 40%的企业预期会减少或者不进行投资，相对来说，环渤海、珠三角和中部地区企业未来对外投资的意愿更强烈一些，

图3.5：各地区未来对外投资意向比较

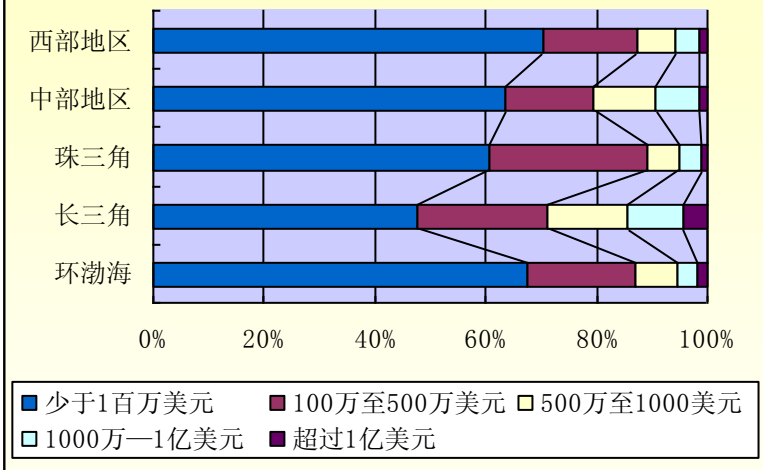


这几个地区有超过半数的企业表示在未来两年会增加或者维持对外投资，长三角和西部地区企业未来两年增加或者维持对外投资的企业比例不足一半。

6、未来对外投资规模比较

各地区未来投资规模预期都比较小，都有接近或者超过 70%的企业表示未来 3 年对外投资将限于 500 万美元以内，相对而言，长三角地区企业未来 3 年预期会有较多一些的大规模对外投资，其次是中部地区也会有一定比例的企业会进行规模较大的对外投资。

图3.6：各地区未来对外投资规模比较



二、行业比较

受访企业的行业分布较广，其中纺织/服装/鞋帽企业有 132 家，化工企业 82 家，机械设备制造企业 238 家，建筑企业 50 家，农业及农产品生产企业 84 家，信息技术企业 100 家，自然资源开发企业 72 家，其他行业样本量较少，所以我们主要针对以上 7 各行业来比较对外投资的现状和意向。

1、各行业对外投资的企业数量

信息技术行业受访企业中，有超过 50% 的企业有对外投资，其次是建筑企业，超过 40%，自然资源开发企业和农业企业对外投资的比例也超过了 30%，化工企业对外投资比例相对较低一些。

2、各行业对外投资规模

各行业有对外投资的企业中，均有超过 50% 的企业对外投资少于 500 万美元，规模较小，而信息技术和自然资源开发的大型对外投资相对较多一些。

图3.7：信息技术和建筑业企业参与对外投资的比例较大

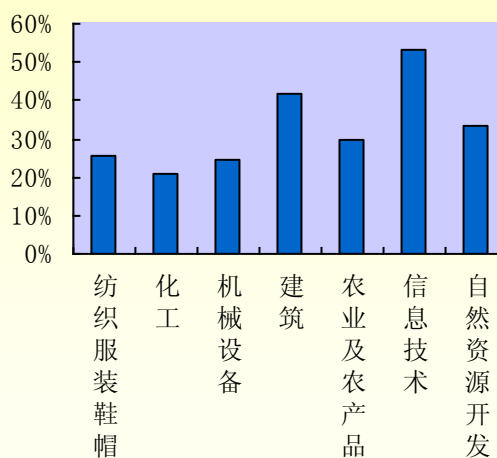
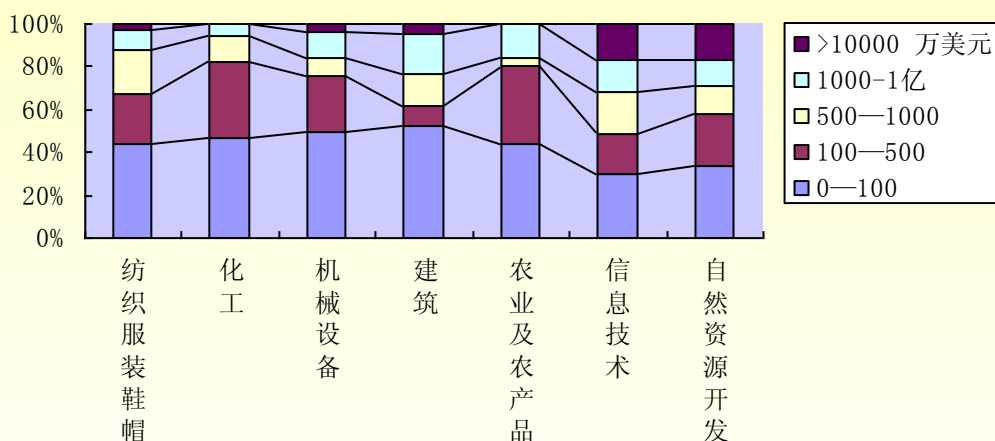


图3.8：各行业对外投资规模比较

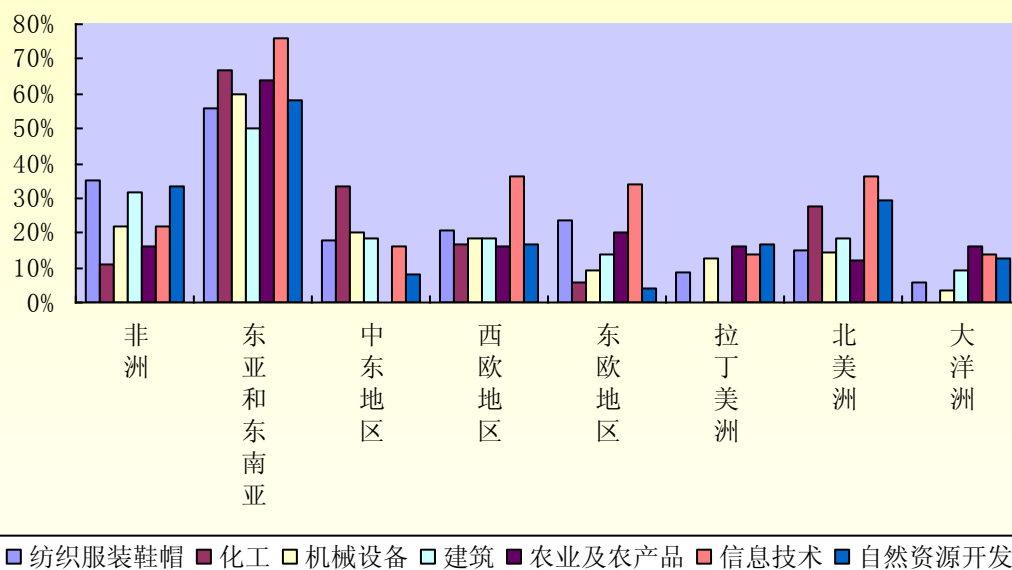


3、各行业对外投资目的地分布

各行业中超过 50% 的企业在东亚和东南亚地区有投资，除东亚和东南亚地区外，纺织服装鞋帽制造企业在非洲、欧洲的投资较多，化工企业在中东和北美的投资较多，机械设备

制造和建筑企业在非洲投资较多，农业和农产品生产企业在欧洲投资较多，信息技术企业投资地区分布较广，在非洲、东欧、西欧、北美的投资比例均超过 20%，各行业在拉美和大洋洲的投资都较少。各行业的投资目的地分布与世界各地的行业发展水平和行业吸引力是一致的。

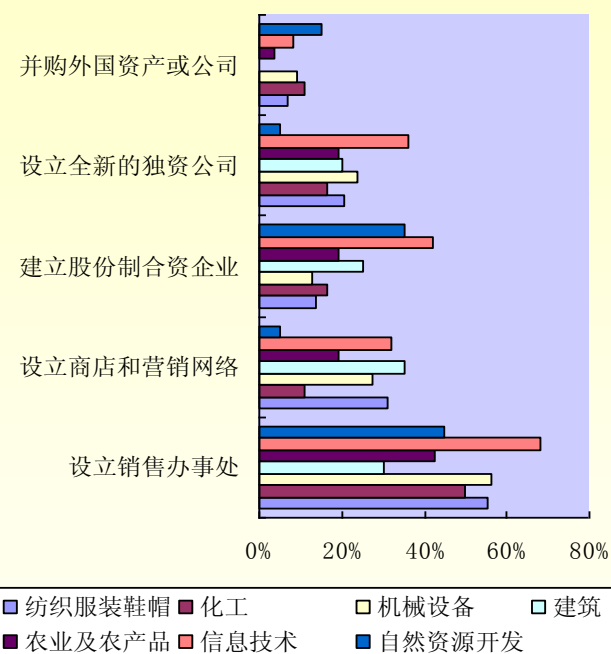
图3.9：所有行业投资于东亚和东南亚的企业最多，信息技术企业对外投资目的地相对更广泛



4、各行业对外投资方式比较

除了建筑企业外，大多数行业都以设立自己的国外销售办事处作为对外投资的最佳选择，建筑企业的对外投资方式比较多元化，有相当比例的建筑企业通过设立营销网络，设立销售办事处、与外国公司合资或者成立独资公司的方式对外投资。信息技术企业的对外投资方式也呈现多元化，除了并购外，每一种投资方式都有超过 30% 的信息技术企业采用。采取并购方式对外

图3.10：设立销售办事处是多数行业对外投资方式的首选

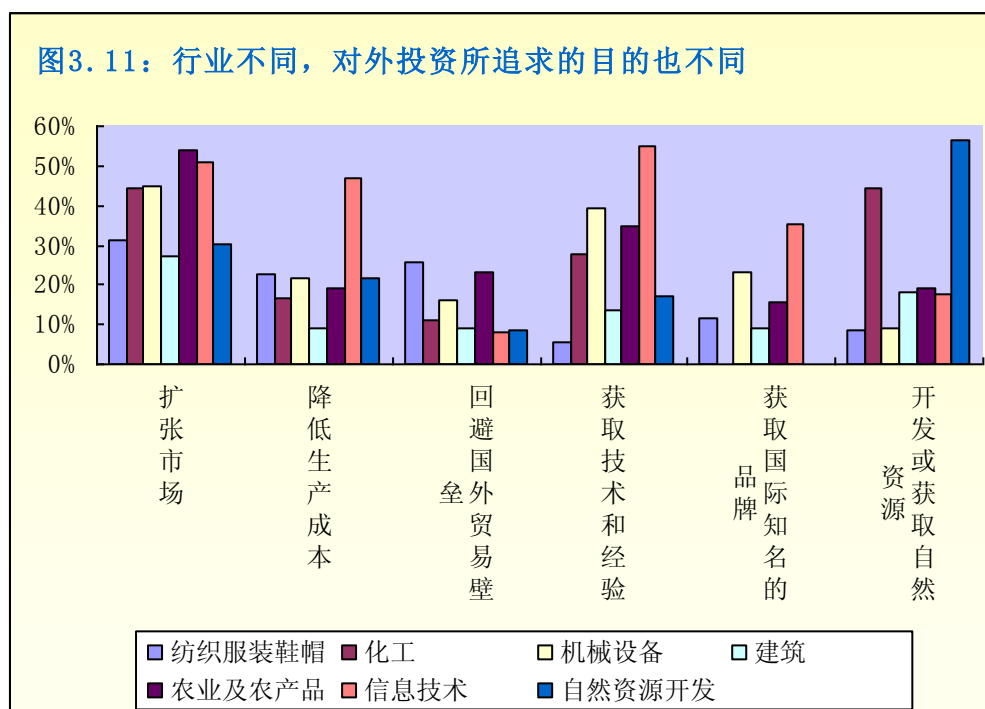


投资较多的是自然资源开发型企业，化工企业采取这种方式的也相对多一些。

5、各行业对外投资目的的比较

扩张海外市场显然是各行业对外投资的一个重要目的，但是除此之外，各行业对外投资的目的差异较大，纺织服装鞋帽制造企业对外投资还有降低成本和避开外国的贸易壁垒的目的；化工企业则主要是为了获得自然资源、先进技术和管理经验；而机械设备制造企业对外投资主要是为了获取先进技术、管理经验，以及获取海外知名的品牌；建筑企业的最主要目的是开拓市场，其他方面考虑较少；而农业企业对外投资的目的更显多样化，降低成本、获取技术、回避贸易壁垒、获取资源等都是农业企业海外投资的重要目的；信息技术企业海外投资有三个非常重要的目的，分别是降低成本、获取技术和获取品牌；获取自然资源毋庸置疑是资源开发型企业对外投资的最主要目的，对这类企业而言，扩张市场还是其次的目的。

各行业对外投资时基本遵循了发挥优势、取长补短的原则，可见中国企业已经把对外投资作为一个长期战略，对外投资时，做出了比较理性的决策。



6、各行业跨国经营程度比较

如果用海外资产占总资产比例（FATA）来衡量，资源开发型企业跨国经营程度最高，其次是化工企业，机械设备制造业和建筑业排在第三，而信息技术行业的跨国经营程度最低。

如果用海外销售收入占总销售收入比例（FSTS）来衡量，则纺织服装鞋帽制造业的跨国经营程度最高，其次是农业和建筑业，化工和机械设备制造业跨国经营程度较低。

如果用在海外投资的平均国家数来衡量（NI），信息技术行业的跨国经营程度最高，平均每个企业在超过 3 个国家有投资，其次是机械设备制造业、纺织服装鞋帽制造业，而化工行业的网络分布指数最小，平均每个企业在不到两个国家有投资。

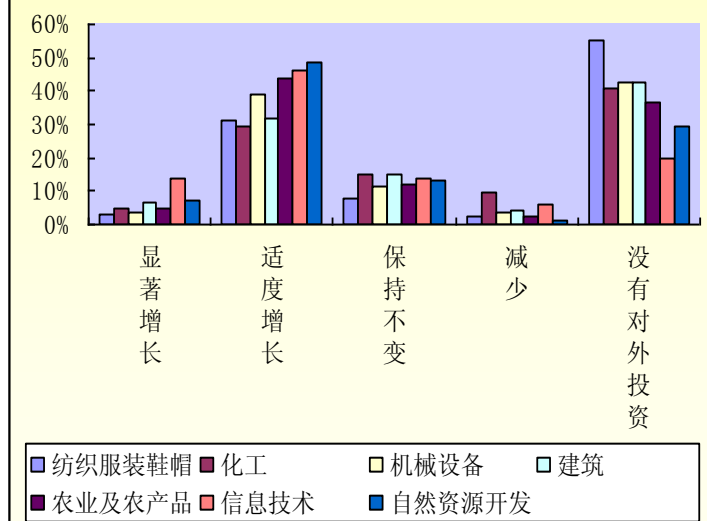
表 3.1：各行业跨国经营指数

	FATA	FSTS	NI
纺织服装鞋帽	23%	25%	2.29
化工	26%	20%	1.61
机械设备	24%	20%	2.32
建筑	24%	23%	2.17
农业及农产品	22%	23%	2.03
信息技术	21%	21%	3.48
自然资源开发	27%	21%	2.15

7、各行业未来投资意向

未来两年，各行业中有相当比例的企业决定将减少或者不进行对外投资。超过 50% 的纺织服装鞋帽制造企业表示不再对外投资，而信息技术企业做出这样预期的比例较小，仅有 20%。各行业也有一定比例的企业表示未来的投资会适度增长，而表示将显著增加海外投资的企业比例超过 10% 只有信息技术行业。总

图3.12：未来两年，各行业都有相当比例企业将减少或者不进行对外投资

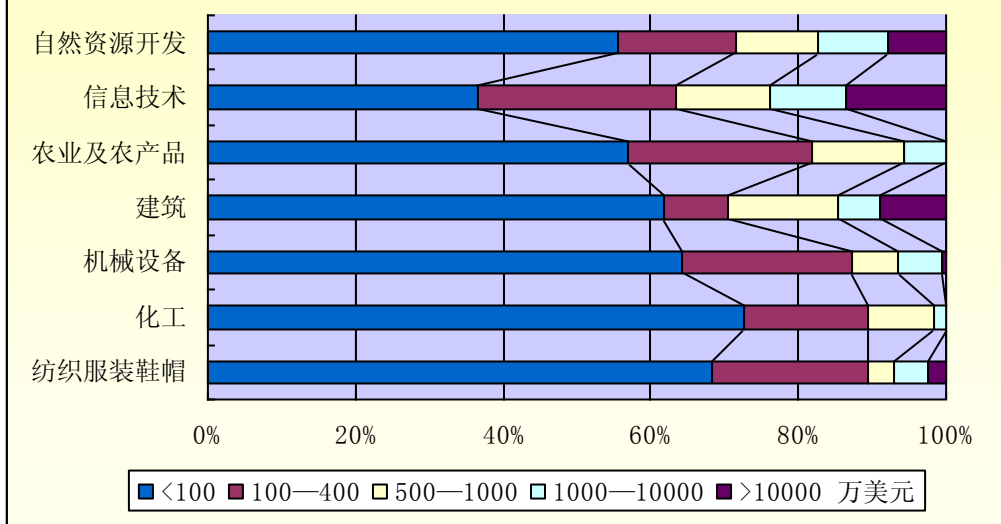


体来看，信息技术企业未来对外投资的一项更强烈一些，其次是资源开发型企业，纺织服装企业对外投资意愿最弱。

8、各行业未来投资规模

未来三至五年，各行业对外投资的规模仍将保持较小的规模，而信息技术企业进行大规模海外投资的可能性相对高一些，其次是资源开发型企业，建筑业居第三位。

图3.13：未来三年，企业对外投资仍将保持较小的规模

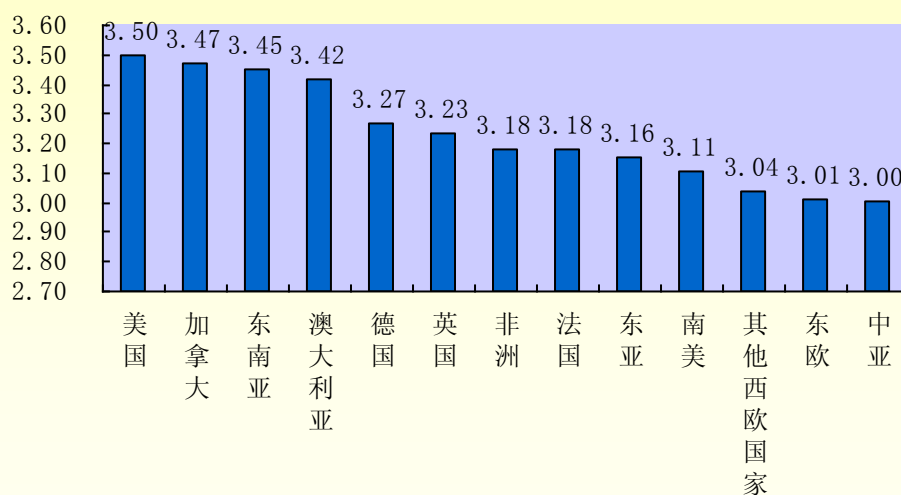


第四章 投资政策和环境评估

1、 对投资东道国开放程度的评价

受访企业对世界各国/地区对中国直接投资的开放程度总体上是满意的,以 5 分制打分,所有国家/地区的分数均超过了 3 分,即介于开放和比较开放之间。而北美地区成为中国企业认为最为开放的地区,其次是东南亚和澳大利亚,欧洲的德国、英国和法国排在第三个档次,有趣的是中国企业认为非洲的开放程度与欧洲的德、法、英等主要国家不相上下。东欧地区和中亚地区被认为是开放程度最低的地区。

图4.1：投资东道国（地区）开放程度评价

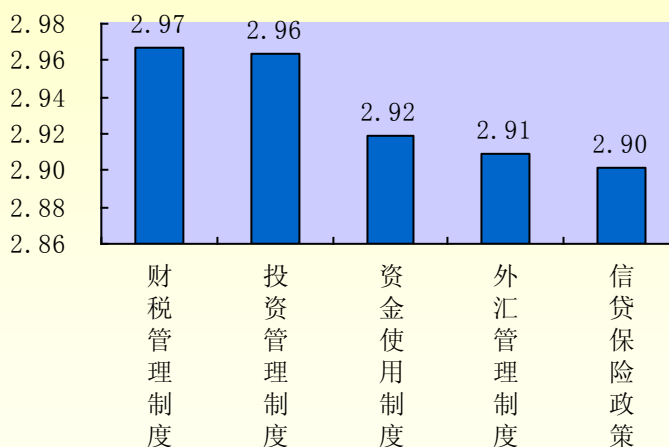


注：分值表示：1—非常不开放；2—不开放；3—开放；4—比较开放；5—非常开放

2、 对中国政府现有鼓励“走出去”政策的评价

受访企业总体上对中国政府现有的鼓励“走出去”发展的政策表示基本满意,在各项政策中,对财税政策和投资管理政策满意程度最高,而对信贷保险和外汇管

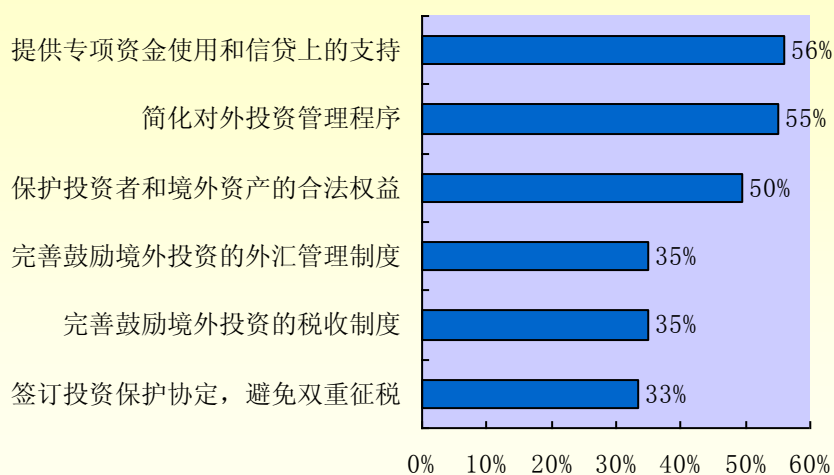
图4.2：对中国政府鼓励“走出去”政策的满意度评价



理政策的满意度最低。

受访企业认为在对外投资时，最需要政府提供专项资金使用和信贷上的支持，希望政府简化对外投资管理程序，还有就是希望政府通过双边磋商，保护海外投资者和海外资产的合法权益，企业对外汇管理制度、税收制度和如何避免双重征税也表示立刻相当的关心。

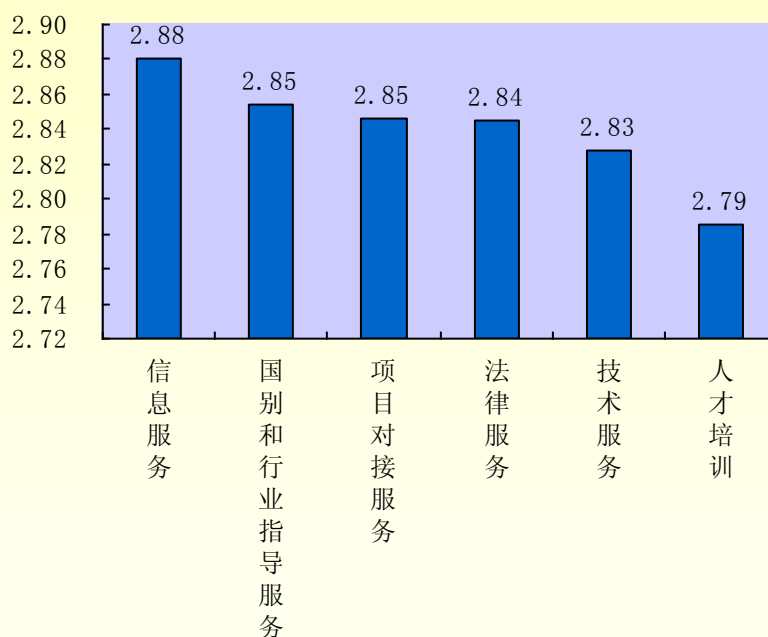
图4.3：企业重点关注的政策支持



3、对中国现有“走出去”公共服务体系的评价

受访企业大多数对现有的“走出去”公共服务体系表示基本满意，但是也有20%左右的企业对各项服务表示了不满意。在各项公共服务中，企业对信息服务表示除了最高的满意度，满意度最低的是人才培养服务，其次是技术服务。

图4.4：对“走出去”公共服务体系的满意度

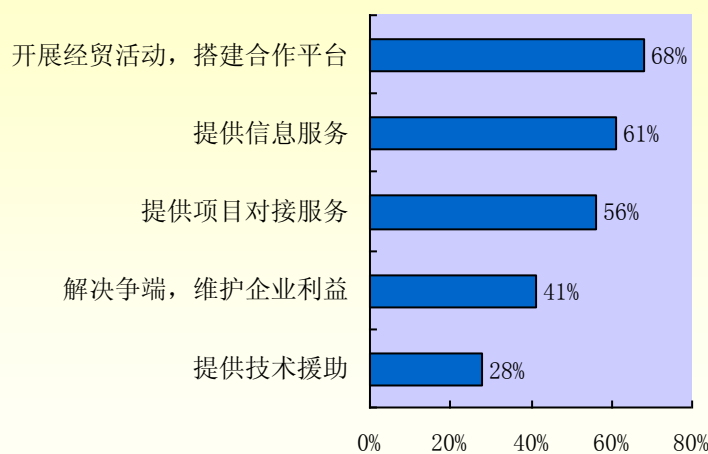


超过三分之二的

企业表示对开展经贸活动，搭建海内外合作平台感兴趣，表明加强中外合作交流是促进中国

对外投资的重要方面，有半数以上企业对信息服务和项目对接有需求，而需要技术援助的企业不足 30%。

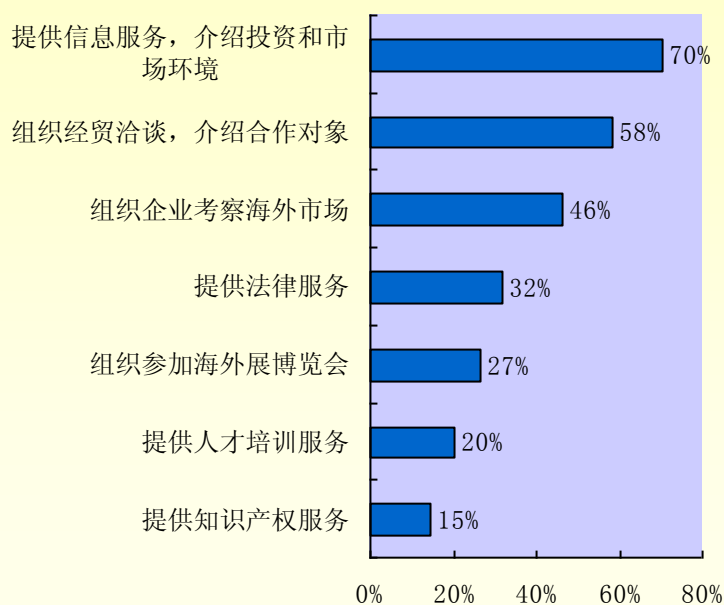
图4.5：企业对公共服务项目需求



4、 希望获得中国贸促会提供的哪些促进“走出去”公共服务

受访企业中，有 70% 的企业曾经获得过中国贸促会的服务，在中国贸促会提供的公共服务中，企业最希望得到的是信息服务，有 70% 的企业表示希望中国贸促会提供海外经贸信息服务，介绍海外投资环境 and 市场状况。而组织中外企业经贸洽谈，介绍商业合作伙伴和组织企业考察海外市场也是企业重点希望中国贸促会提供的服务项目。

图4.6：企业重点希望获得中国贸促会提供的公共服务

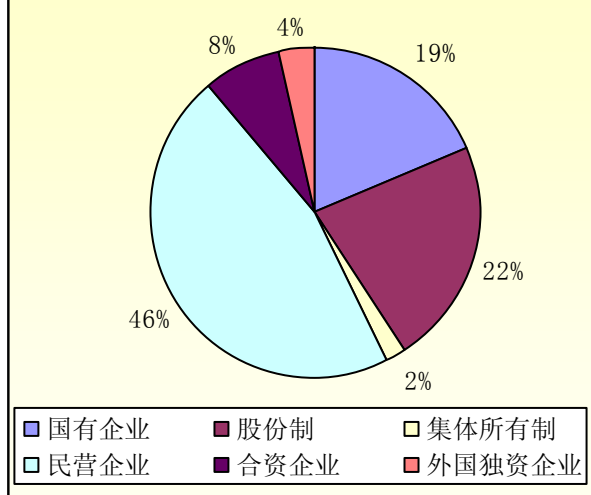


第五章 样本分析

1、所有制分布

1104 家受访企业回答企业性质的有 1093 家，其中接近半数为民营企业，股份制企业占 20%，国有企业接近 20%，其他所有制企业（包括集体所有制、合资、外商独资）各自均不到 10%。

图5.1：样本所有制分布



2、地区代表性

受访企业覆盖了中国的大多数省份，我们把中国划分为五个经济圈，分别是环渤海、长三角、珠三角、中部地区和西部地区，这五个经济圈的样本数都比较充足，具有较好的地区代表性。

图5.2：样本企业的地区代表性

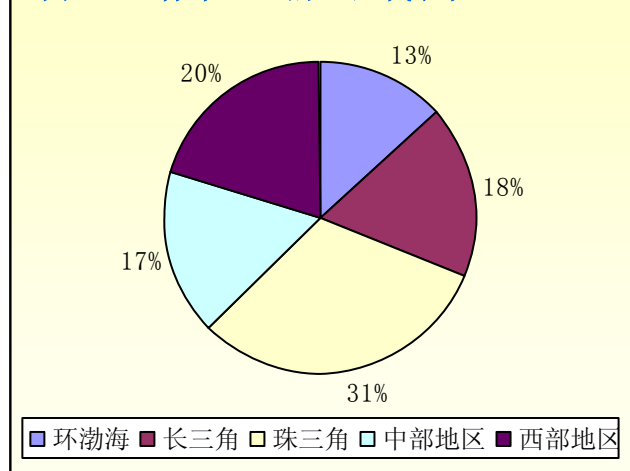


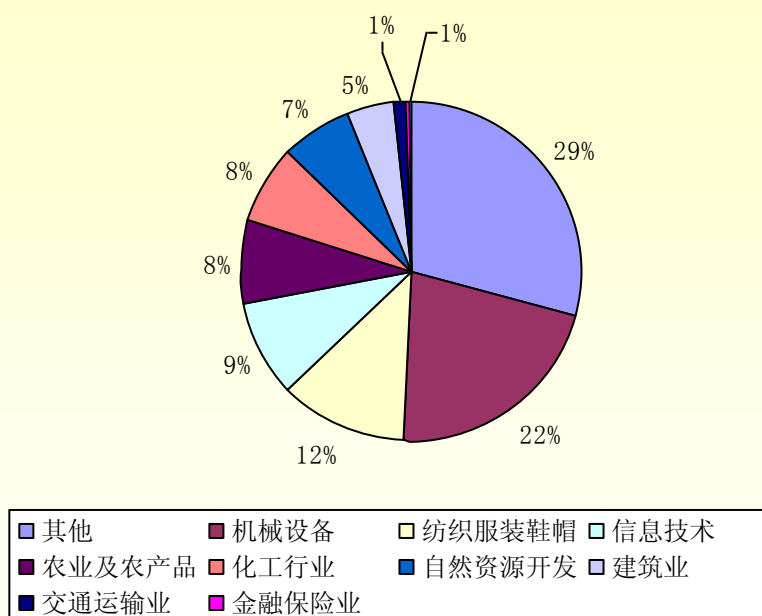
表 5.1：样本企业的地区分布

省份	企业数	比例	省份	企业数	比例	省份	企业数	比例
广东	277	25.3%	湖北	52	4.7%	北京	22	2.0%
广西	101	9.2%	辽宁	50	4.6%	河南	21	1.9%
江苏	98	8.9%	云南	45	4.1%	香港	5	0.5%
山东	74	6.8%	河北	43	3.9%	安徽	2	0.2%
湖南	73	6.7%	陕西	41	3.7%	台湾	2	0.2%
上海	58	5.3%	浙江	40	3.7%	宁夏	1	0.1%
福建	56	5.1%	四川	35	3.2%			

3、行业分布

受访企业覆盖了大多数的行业，其中有部分行业的样本量较小，我们在对各行业对外投资的现状和意向进行比较分析时，舍去了交通运输和金融保险两个行业，因为这两个行业的样本数较少。

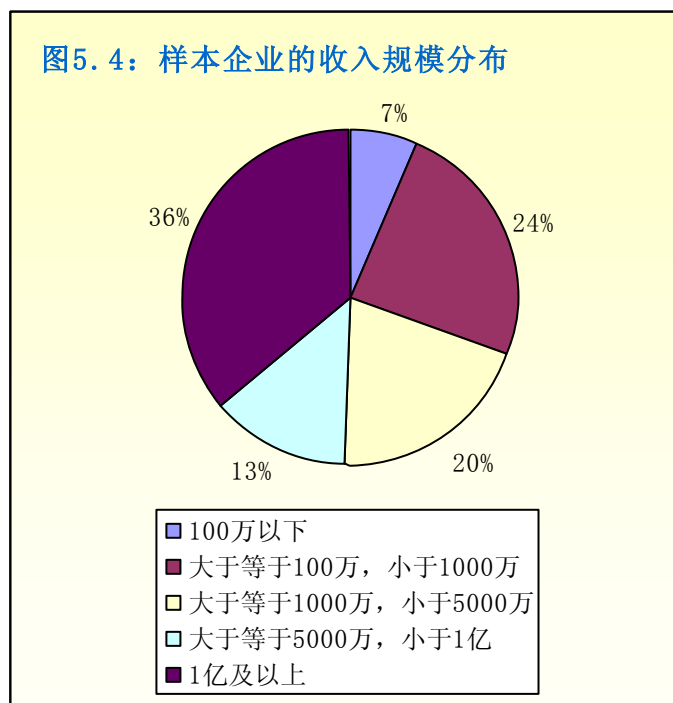
图5.3：受访企业的行业分布



4、企业收入规模

受访企业中有 36%的企业上一年收入超过 1 亿元人民币，上一年收入介于 1000 万元人民币至 1 亿元人民币之间的企业比例也超过 30%，总体上看，此次调查受访企业规模比 2006 年的调查要大。

图5.4：样本企业的收入规模分布



第六章 结 论

随着中国经济开放水平的不断提高,近几年来其对外投资加速发展,2002 年至 2008 年,中国累计实现对外直接投资金额以年均超过 60%的速度增长。但是,我们的调查反映,中国还处于发展中国家企业对外投资成长道路上的起步阶段。中国企业,特别是中小企业,参与对外投资的比例还较少,在投资规模方面,尽管近 3 年来,中国企业对外投资的规模有所提高,但总体而言,投资规模依旧较小的状况并未发生显著改变。有近半数的企业表示在未来的 3—5 年中会增加对外投资,这说明,未来中国的对外投资还将保持一定的增长速度,但也有相当比例的企业对海外投资持观望态度,表达了未来不会进行对外投资的意愿。这一状况一方面放映了中国国际直接投资发展还处于第二阶段,即每年直接投资流出在加速增长,但是其增量还不足以抵消直接投资流入增量的阶段,另一方面也放映了自 2008 年下半年以来受国际金融危机影响,中国企业对外直接投资的意愿有所降低。

据受访企业的反馈,中国企业已经把对外投资作为一项长期的发展战略,企业对外投资的目的、融资渠道和投资方式都呈现出多元化的趋势。

尽管扩张海外市场还是目前和未来几年企业对外投资最重要的目标,但是降低成本、获取先进技术与管理经验、培育知名品牌以及开发和获取能源、原材料等资源,都已经或正在成为企业对外投资所关注的重要目标;

除了设立海外办事处、零售商店等营销网络外,有相当比例的企业在海外设立独资公司或股份制合资企业,虽然中国的一些大型企业在海外投资多采用兼并、收购外国资产或公司的方式,但是对于中小企业来说,并购并没有成为对外投资的主流方式,但是受访企业未来将会采取更多的并购方式进行对外投资;

由于近年来中国经济快速发展,中国企业盈利能力大幅提高,自有资金相对充裕,未来愿意用自有资金对外投资的企业比例大幅提高,而伴随近年来中国金融体制改革的深化,资本市场的完善,中国的对外投资融资渠道呈现出多元化的趋势,融资难问题有显著改善,采取发行股票、发行债券、向非国有银行借贷等方式融资的企业明显增多。

受访企业中,在海外投资于制造业的最多,其次是投资于国际贸易领域,这与中国产业的比较优势相符。经过近 30 年的改革开放,中国在轻工、机电等制造业的优势大增,已经成为世界较大的制造业产品出口大国。因此为了进一步拓展海外市场,降低生产和出口成本,回避外国贸易壁垒,在海外投资建厂、设立营销网络已经成为制造业企业进一步提高国

际竞争力的重要手段。同时，也有相当一部分企业为了弥补资源的稀缺，采取投资于海外，从事自然资源的开采、运输和加工。中国服务业发展比较滞后，反应在海外投资上就是投资于各类服务行业的企业数量和金额都比较少。

东亚和东南亚地区与中国在经济结构方面有较强的互补性，而且文化传统相近，与中国有着悠久的商业往来和联系，因此，东亚和东南亚地区成为中国企业“走出去”发展的最佳目的地，集中了大量的中国海外投资，而且这种状况在未来的 3—5 年内不会发生重大改变，特别需要关注的是，越南因为其经济改革的成效，正日益成为吸引中国投资的一个重要国家。中国企业在其他地区的直接投资比较分散，非洲、欧洲、北美和中东等地区都吸引了不少中国企业。中国各经济圈、各行业在上述地区的投资是按照发挥世界各国比较优势的规律来进行的，例如在中东的投资大多是为了更好地获取能源资源，在非洲投资是为了降低成本、扩大市场，在欧洲和北美更多地是为了获取先进技术和管理经验等。

曾经进行过海外投资的受访企业的跨国经营程度与世界顶级的跨国公司相比，还存在较大差距，用海外资产占总资产比例、海外收入占全部营销收入的比例等指标来衡量，中国企业的跨国经营程度远远低于顶级跨国公司，而用对外投资国家数衡量，有对外投资的中国企业平均仅在 2 个国家有投资。总体上看，中国东部沿海地区企业的跨国经营程度要高于中西部地区，这与东部沿海地区经济发展水平较高，开放程度较高有关。而各行业企业的跨国经营程度都较低，没有明显差别。

受访企业对世界各国（地区）的投资开放程度总体上表示满意，北美被认为是最开放的地区，其次是东南亚和澳大利亚，非洲和西欧排在其后，东欧和中亚被认为开放程度略低。

受访企业对中国现有的鼓励“走出去”发展政策基本满意，企业希望在对外投资时，政府能够更多地提供专项资金和信贷支持，同时希望政府简化对外投资管理程序，保护投资者和海外资产的合法权益等，企业对外汇管理制度、税收制度和如何避免双重征税等，也表示出相当的关心。企业对中国现有的促进“走出去”公共服务体系基本满意，其中对人才培养服务的满意度略低一些。企业希望政府部门、商协会等能够更积极开展经贸活动，为企业搭建中外交流的务实有效平台，为企业提供更多更好的国际市场、投资环境、投资项目等方面的信息和服务。

附录二：中国企业跨国经营程度指数计算方法

衡量企业的国际化程度可以在两个方向上进行，其一是企业的国际化深度，即企业在外国经营的绩效与企业整体经营绩效的比较，例如可以用外国销售(或净收入)占总销售比率、外国利润占总利润比率、外国资产占总资产的比率、国外员工占总员工的比率等衡量；其二是企业国际化广度，即企业在国外经营的分散程度，例如产品销售区域的分散程度、海外投资的分散程度等指标来衡量。

学术界最常用的衡量跨国公司国际化经营程度的五个指标分别是：

1、跨国经营指数（Transnationality Index，简称 TNI）

TNI 是根据一家企业的国外资产比重、对外销售比重和国外雇员比重这几个参数所计算的算术平均值。跨国经营指数可以衡量一个跨国公司对国外资产、国外销售和国外雇员的依赖程度。跨国程度指数高，表明海外企业相对于母国企业，在跨国公司中的地位更重要；跨国程度指数低，表明这个公司虽然也有海外投资企业，但对母国的资产、市场和雇员依赖性更大。TNI 用公式表示如下：

$$TNI = (\text{国外资产} / \text{总资产} + \text{国外销售收入} / \text{总销售收入} + \text{国外雇员数} / \text{雇员总数}) \div 3 \times 100\%$$

联合国贸易和发展委员会就是用 TNI 来衡量一家跨国公司的跨国经营程度。

2、网络分布指数（Network Index，简称 NI）

它是公司国外分支机构所在的国家数与公司有可能建立国外分支机构的国家数，即世界上有 FDI 输入的国家数之间的比率。这个指数用于反映公司经营所涉及的东道国的数量。用公式表示如下：

$$NI = N / N^* \times 100\%$$

其中：N 为公司国外分支机构所在的国家数；N* 为公司有可能建立国外分支机构的国家数，即世界上有 FDI 输入的国家数。实际运算中，从已接受 FDI 输入存量的国家数目中减去 1（排除母国）即可得出 N*。根据《1997 世界投资报告》提供的数据，N* = 178。

3、外向程度比率（Outward Significance Ratio，简称 OSR）

4、研究与开发支出的国内外比率(R&D Ratio，简称 R&DR)

5、外销比例(Foreign Sales Ratios，简称 FSR)

由于我们调查数据仅涉及到企业的海外资产占总资产比率、企业海外收入占总收入比

率和企业在海外投资的国家数等几个指标,所以我们对衡量企业国际化程度的指数进行了调整,用三个指标来衡量:

- 1、企业海外资产总资产比率 (FATA)
- 2、企业海外收入总收入比率 (FSTS)
- 3、企业海外投资国家数 (NI)

另外,由于以上三个指标是直接针对具体企业的,我们在其基础上,将三个指标扩展为衡量一组特定样本的总体国际化程度的指标。

假设我们有 I 个样本企业,企业 i 的三个指标分别是 $FATA(i)$ 、 $FSTS(i)$ 、 $NI(i)$,我们用总体样本的参数平均值作为三个参数的无偏、有效估计,即:

$$FATA = \sum_{i=1}^I FATA(i) / I$$

$$FSTS = \sum_{i=1}^I FSTS(i) / I$$

$$NI = \sum_{i=1}^I NI(i) / I$$

我们用上述三个公式计算一组样本的 FATA、FSTS 和 NI,总样本可以划分为不同地区企业样本、不同行业企业样本进行计算。

FATA 和 FSTS 两个指标与联合国贸发会议《世界投资报告》中所使用的 TNI 指数在衡量企业的国际化程度上很近似,可以互相进行比较,而 NI 与学术界常用的网络分布指数是一致的,可以互相比较。