

在华外商企业中国市场进入模式选择的实证研究

康青松

(华侨大学 工商管理学院, 福建 泉州 362021)

摘要:首先构建了企业海外市场进入模式选择的理论模型,之后基于对华投资韩国制造企业的调查数据,进行了实证分析,得出如下结论:基于企业资源因素、战略因素、区位优势因素的研究模型,对于解释发展中国家企业的海外投资模式,具有有效性和适用性;企业的差异化优势、出口生产导向型战略对独资方式的选择产生显著影响;市场导向型战略、东道国对外资企业的规制政策对合资方式的选择产生显著影响。

关键词:海外市场;进入模式;决定因子;实证研究

中图分类号:F270 **文献标志码:**A **文章编号:**1671-1807(2012)11-0138-07

1 问题提出

怎样选择海外市场进入模式是国际经营学研究领域一直受关注的重要课题^[1-3]。因为,进入模式的选择与企业的资源投入、风险承担、市场渗透、控制水平以及利益分配等问题密切相关。而且,全球环境的不确定性使得跨国公司的投资决策成为更复杂的过程,更重要的是中国等发展中国家企业的海外投资方兴未艾。但是,到目前为止,国外的相关研究多数以发达国家的企业为研究对象,而基于发展中国家企业视角的研究还为数不多。

综观国内,关于企业国际化问题的研究,早期以怎样吸引、利用外资为目的而进行。2000年以后,随着“走出去”战略的实施,国内学者也开始更多地从投资流出国的角度对海外直接投资进行了探讨。但是,目前的国内研究,定性研究为主,实证研究较少。即使是实证研究,又以二手资料为基础数据,多为经济、产业层面的探讨,缺乏基于企业层面的分析和验证。不可否认,这与目前我国企业的国际化尚处初始阶段、对外投资结构中避税类投资所占的比重较大的客观事实有着直接的关系。

但是,从另一角度来说,尽管在中国国内拥有不同国籍、行业和规模的众多外商投资企业,而且研究这些企业的国际市场进入战略,对我国企业的国际化具有深层的借鉴意义,但是目前国内学术界对此的关注显然不足。

因此,本文拟以对华投资的韩国制造企业为研究

对象,通过问卷调查获取一手数据,进行实证分析,甄别和检验其海外市场进入模式选择的决定因子。从而在学术上弥补在国内相关研究中基于企业战略视角的实证研究较少的不足,并为研究中国企业的海外市场进入模式的选择,提供理论和方法论上的借鉴和参考;在企业实务方面,为中国企业的国际化实践提供借鉴和启示。

2 理论考察

早期代表性的海外投资理论有:Hymer 和 Kindleberger 的垄断优势理论^[4-5]、Buckley & Casson 和 Rugman 的内部化理论^[6-7]。垄断优势理论偏向于解释在国内具有垄断优势的跨国公司的海外投资;而内部化理论是利用市场不完整性和与之相伴的交易成本来解释企业的海外投资。显然,两个理论因片面地强调了垄断优势的拥有和市场不完整性动因,而不足以全面地解释企业特别是对中小企业和发展中国家企业的海外投资决策,但是也为之后的海外投资理论的发展奠定了理论基础。

之后,Dunning 对垄断优势理论和内部化理论进行了整合,并将投资对象国的区位优势也考虑进去,提出较全面的海外投资折衷理论。他主张,企业的海外市场进入模式由所有权优势(Ownership)、区位优势(Location)、内部化优势(Internalization)来决定,因此也被称之为OLI模型^[8]。

交易成本理论是由 Anderson 和 Gatignon^[9]提出,是目前在海外市场进入模式研究中应用最广的理

收稿日期:2012-08-06

基金项目:留学回国人员科研启动基金(教外司留 2011-508);华侨大学高层次人才科研启动基金(10BS303)

作者简介:康青松(1968—),男,吉林延吉人,华侨大学工商管理学院,讲师,博士,研究方向:国际经营、战略管理。

论^[10]。该理论运用交易资产的特有性、外部的不确定性、内部的不确定性和搭便车等四项要素,解释了海外投资股权模式的选择问题。资产的特有性是指产品的专有性、生命周期所处阶段;外部的不确定性是指东道国的政治、社会风险;内部的不确定性是指企业的国际化经验、与东道国的社会文化距离;搭便车是指不以成本为代价获取利益的可能性。当企业产品的专有性高、生命周期处于初期或成长期,东道国的社会、政治风险低,企业的国际化经验丰富,与东道国的社会文化差距大,企业的品牌价值高的情况下,可以采取高控股模式进入;反之,可采取中间或低控股模式进入。

但是,企业的海外投资又是一项战略性抉择,全球市场导向型企业有可能更多地从公司整体战略的角度,选择海外市场的进入模式,而交易成本理论和折衷理论忽视了这一点。对此,Hill, Hwang & Kim 主张,对海外子公司的控股水平决定于实现公司全球战略的所需。因此,海外市场进入模式的研究,不仅要考虑企业所拥有的资源和东道国的区位优势,还要考量企业的战略意图,即进入模式的选择又是企业战略的因变量^[11]。Kim 和 Hwang 把企业的全球战略区分为三个维度进行了实证分析,其结果验证了这一点,即产业的全球集中度越高、企业追求全球协同效应的程度越高、企业的全球战略动机越强,进入模式越趋于选择高控股模式^[12]。另外,全球化和海外市场进入壁垒的降低,使得发展中国家的企业以获取先进技术、全球品牌等战略性资产为目的,进行海外直接投资^[13]。

20 世纪 90 年代以后,学者们运用实证分析方法对进入模式的具体的影响因子进行了广泛的探讨,并验证了竞争优势、海外市场经验、企业家的能力、组织文化、政府政策、文化距离、市场规模、战略选择等海外市场进入模式的影响因子。其中,Ekeledo 和 Sivakumar 从组织文化视角进行的探讨,给予我们有益的启示。组织文化是企业竞争优势的重要来源,当企业拥有优秀的组织文化时,不仅可以提高跨国经营的自信感,还有可能出于防范独有利益的流失,而倾向于采取高控股的进入模式。他们进一步通过对美国海外投资企业的实证分析得出能够使企业在海外市场维持竞争优势的组织文化,对进入模式的选择部分显著(显著性概率 $p < 0.10$)^[14]。这一观点,为我们阐释发展中国家企业的国际化提供了新的研究视角,即不具备较强竞争优势的发展中国家企业能够进行海外投资,内部驱动力可能来源于其冒险型或学习型组

织文化。

3 研究假设

根据交易成本理论、战略观点和折衷理论可以得到一个理论框架,即企业拥有的资源因素、企业的战略导向和东道国区位优势对国际化企业的海外市场进入模式的选择产生影响。根据这一理论框架和其它先行研究结论,可以设计如下研究假设并进行检验。

3.1 企业资源因素

1)组织文化。组织文化是维持企业竞争优势的重要来源^[15],冒险投资、善于模仿和学习是东亚新兴工业国(或地区)企业的重要特征。如属于发展中国家的韩国企业,虽然在全球竞争中诸多方面都处于劣势,但在知识的获取和学习上具有很强的能力^[16]。换言之,善于模仿和学习是东亚新兴工业国企业的组织特征之一,而在合资模式下更有利于从合作方学习到更多的市场知识、管理经验和新的技术等。

假设 1:企业的学习型组织文化特征越强,其进入模式越倾向于选择合资方式。

2)差异化优势。企业的差异化能力对海外市场进入模式的选择,产生决定性的影响^[17]。这是因为差异化优势作为企业竞争优势的重要来源,有助于企业抵消和克服因东道国政治、经济和文化的差异而产生的外国成本,并能提高企业对跨国经营的自信。另一方面,竞争优势的跨国移转以人力、财力等经营资源的相应投入为条件,为了有效地利用投入资源,势必要对海外子公司采取较高的控股水平。

假设 2:企业的产品差异化优势越强,其进入模式越倾向于选择独资方式。

3)国际化经验。拥有较多海外市场经验的企业,倾向于选择独资方式进入目标市场^[14]。但是,关于国际化经验对海外市场进入模式选择的影响争议较大。如 Knight & Cavusgil 指出,国际化经验已不再成为企业进行国际化和全球化的障碍,企业所具备的国际化的企业家导向性和国际化的市场导向性,可使得企业早期的国际化和在国际市场上的成功成为可能^[18]。另外,国际化经验不足的企业,有可能对合资方式下的经营决策和文化上的冲突,缺乏管理能力和信心,更倾向于选择独资方式。为此本文设立了如下假设。

假设 3:企业的国际化经验对进入模式的选择不显著。

4)公司规模。中小企业因保有的资金和经营资产有限,更倾向于选择合资方式^[17]。当东道国市场具有很强的市场活力时,大企业倾向于以独资方式进

人^[19]。因此,规模大的企业可利用的资源丰富,成本分摊能力强,在克服外国企业各种不利因素方面也更具优势,所以更倾向于选择独资方式。

假设4:企业的规模越大,其进入模式越倾向于选择独资方式。

3.2 企业战略因素

Kim 和 Hwang 指出,企业战略是决定海外市场进入模式的重要因素^[12]。但是,在发展中国家企业中能够追求全球协同效应、在全球范围内调整和部署价值创造活动的,目前还为数不多,因此 Kim 和 Hwang 的全球化战略指标无法适用于发展中国家企业。

企业海外投资的战略动机可以归纳为以下几点:第一,市场导向型,是以占据和扩大东道国市场为目的的投资,它是海外投资最重要的动因之一;第二,资源导向型,如获取和利用原材料、品牌、技术等为目的投资;第三,效率导向型,通过生产体系的优化配置,降低成本、保持竞争优势为目的的投资。改革开放初期,对华投资外商企业更多地倾向于利用廉价劳动力,提高价格竞争力,扩大出口为目的;进入20世纪90年代以后,随着我国经济发展和改革开放水平的提高,外商投资企业的战略导向明显地转向于占据中国内需市场和提高市场竞争地位上。因此,本文把对华投资外商企业的战略区分为,中国本土市场导向型和出口生产导向型战略两个类型。其中,市场导向型战略对合作伙伴所具有的市场营销能力和流通渠道等赋予更大的价值;而出口生产导向型战略,因企业保有海外销售市场不看重本土化营销能力,更强调对企业的控制水平。据此可以设计如下研究假设。

假设5:企业的战略导向对进入模式的选择产生显著影响。

假设5-1:越是追求中国市场导向型战略的企业,越是倾向于选择合资方式。

假设5-2:越是追求出口生产导向型战略的企业,越是倾向于选择独资方式。

3.3 东道国区位优势因素

1)环境的不确定性。改革开放30余年,中国的社会、政治和经济环境日趋稳定。但是,在国内尚存市场机制不健全、政策法规有待完善、行政干预等不确定性因素,这种不确定性有可能进一步演化成为企业的经营风险。因此,企业感知的不确定性风险较大时,倾向于选择合资方式规避风险。

假设6:东道国环境的不确定性越大,企业越倾向于选择合资方式。

2)规制政策。东道国政府的干涉和政治上的规制程度是影响海外市场进入模式的决定性因素^[20]。表现在竞争环境、市场准入和金融政策等方面的不同于内资企业的差别化规制措施,可以变相地提高内资企业的竞争地位,同时又限制外资企业的资源获取,使其处于不利的竞争地位,而合资方式在社会间接资本的获取上明显优于独资方式。

假设7:东道国对外资企业的规制越严,企业越倾向于选择合资方式。

4 研究方法

本研究的样本来源于对华投资韩国制造企业。韩国是新兴工业国,目前尚属发展中国家,而且其企业的国际化历程也较短,从20世纪90年代才开始进行较系统的海外投资,因此这一样本的选择具有一定的典型意义。

4.1 样本来源

样本来自于韩资企业较集中的京津地区、东北三省和华东地区(上海、山东、江苏)。被调查对象限定为由韩国总部派出的管理人员,这是因为投资决策是由总公司做出。为了提高问卷设计的代表性和适用性,咨询了三名相关领域资深教授的意见,对问卷进行了必要的补充和完善。

问卷调查采用判断抽样法,以邮寄、传真、e-mail的方式,共发送560份问卷,并回收了158份,回收率达到28.2%。其中,20份因答卷无诚意、无法回访等原因而废弃,有效答卷数为138份。答卷者的职务构成为总经理46名(33.3%)、部长31名(22.5%)、次长/科长50名(36.2%),可以认定调查结果的有效性和代表性。

4.2 变量的度量

1)自变量。自变量度量参照国外的研究结果进行了情境化的修改和补充,并采用了Likert5分量表。企业因素中的组织文化,主要参照Sinkula等^[21]用于测量学习型组织的指标,设计了5个提问;差异化优势参照Morrison和Roth^[22]用于测量竞争优势的指标,设计了4个提问;国际化经验定义为,对特定国家社会经济环境、商务和文化习惯的了解和体验,在问卷中设计了3个提问;公司规模利用总公司的职工数来测量,并把少于300名的企业定义归为中小企业,而大于300名的企业归为大企业^①。

注:①韩国的《中小企业法》规定,制造企业以职工数300名为基准区分大、中小企业。

战略导向参照 Kwon^[23]、Dunning^[13]的研究,设计了8个提问。环境的不确定性因素,参照 Delios 和 Beamish^[24]的研究和韩国全国经济人联合会的调查报告^[25],设计了8个提问。(具体的变量构成见表1)

2)因变量。据大韩贸易投资振兴公社^[26]的调查,投资于中国的韩国企业中独资企业占75.6%、合资企业占8.6%、合作企业占3.2%,说明韩国企业的对华投资中以上三种方式占绝对多数。因此,本研究的因变量设为独资企业(虚拟变量:1)和合资企业(虚拟变量:0)。

5 实证分析

为了检验研究模型及研究假设,对所得数据利用 SPSS 17.0 进行了统计分析。

5.1 样本的特征

样本的地域分布为,北京、天津占23.1%,上海、江苏占29%,山东占22.5%,东三省占25.4%。从投资规模来看,注册资本低于100万美元的企业占得

比重为38.4%,101~1000万美元的企业占33.3%,高于1001万美元的企业占28.3%。从所属行业来看,电子(29.7%),机械、金属行业企业(12.3%),服装纺织(12.3%),汽车及配件(10.9%)等行业占的比重达65.2%。从母公司规模来看,企业母公司属于大企业的占31.1%,剩下68.9%企业的母公司属于中小企业。

5.2 因子分析和信度分析

利用多个变量收集的大量数据需要进行因子分析和信度分析,以便对所测项目的妥当性和可靠性进行检验。因子分析就是将彼此可能存在相关关系的多个实测变量,转换成少数几个彼此不相关的综合指标因子的统计方法。信度分析是指采用同一方法对同一对象进行调查时,所得结果的一致性程度。分析结果显示,所有测量项目的因子负荷大于0.50,因子的 Cronbach's α 值大于0.60,通过了因子和信度的检验。(见表1)

表1 因子分析和信度分析的结果

项 目		组织文化	差异化优势	国际化经验	Cronbach's α 值
企业因素	接纳各种意见和批评	0.858			0.869
	互助的工作作风	0.794			
	对各种创意活动的支持	0.793			
	积极追求各种创新	0.762			
	追求设备运转率的最大化		0.866		0.844
	生产高品质的产品		0.842		
	提供优质服务		0.757		
	新产品的开发能力		0.706		
	对中国市场的商务经验			0.866	0.638
	在类似于中国的市场上保有商务经验			0.728	
	主动学习关于中国的各种知识			0.628	
项 目		出口导向型战略		市场导向型战略	Cronbach's α 值
战略因素	利用廉价劳动力	0.719			0.627
	向第三国迂回出口	0.702			
	生产以后返销韩国	0.671			
	解决原材料的供应	0.602			
	利用东道国市场的潜能			0.928	0.843
	开拓东道国本土市场			0.903	
项 目		环境的不确定性		规制政策	Cronbach's α 值
区位因素	政治环境的不确定性	0.852			0.763
	政策的不确定性	0.784			
	经济发展的不确定性	0.725			
	税收制度的差别化	0.604			
	对股权的限制			0.885	0.705
	金融政策上的差别化			0.867	
	对企业经营的干涉			0.506	

注:在进行因子分析的过程中,有些观测变量因未能归于相关因子,而被去除。具体的项目有:组织文化中的“不是等级分明的层级制组织”;战略因素中的“规避贸易壁垒”、“学习新技术”;区位因素中的“对知识产权的保护”等四个变量。

5.3 研究假设的检验

本研究的回归模型因因变量进入模式是用名目尺度(Nominal Scale)测量的,所以适用 Logistic 回归分析。其回归模型为: $P(Y_i = 1) = 1/[1 + \exp(-a - BX_i)]$

其中, $P(Y_i = 1)$ 代表选择独资方式的概率; X_i 为自变量; B 为回归系数; a 为常数。具体的 Logistic 回归分析结果如表 2。

第一,企业因素中,差异化优势显著影响独资方式的选择($p < 0.01$),而且 $\text{Exp}(B)$ 值为 2.100,说明差异化优势增加一个单位时,与合资方式相比选择独资的概率增加 2.1 倍。差异化优势对独资方式产生影响是因为它有利于克服外国成本,从而提高企业对独资经营的自信。另外,拥有较强竞争优势的企业,对合资方式有可能造成的专有技术、信息和诀窍的泄露存有疑虑。

表 2 Logistic 回归分析结果

变 量	B	S. E.	Wald	显著性 概率	Exp (B)
学习型组织文化	-0.200	0.232	0.737	0.390	0.819
差异化优势	0.742	0.255	8.493	0.004	2.100
国际化经验	0.039	0.215	0.034	0.854	1.040
母公司规模	-0.632	0.504	1.569	0.210	0.532
市场导向型战略	-1.062	0.293	13.155	0.000	0.346
出口导向型战略	0.366	0.210	3.021	0.082	1.411
东道国环境不确定性	0.220	0.220	0.993	0.319	1.246
东道国规制政策	-0.573	0.232	6.108	0.013	0.564
常数	1.081	0.290	13.928	0.000	2.946

-2 Log Likelihood: 142.875; Chi-Square: 34.16; $p < 0.000$;

注:独资企业(虚拟变量 1)共 91 家;合资企业(虚拟变量 0)共 47 家。

组织文化的回归系数与研究假设相同,为负数,但统计上不显著。这可能说明,学习型组织文化更多地对以发达国家为投资对象的技术资源获取型投资产生影响。国际化经验对进入模式统计上不显著,这一结果与很多并不具备国际化经验的韩国中小企业,倾向于以独资方式进入中国的现象相吻合。母公司的规模对进入模式的选择统计上不显著,而且其回归系数为负数。究其原因,有以下两方面,①在现实中,韩国中小企业倾向于选择独资方式;②不少韩国大企业出于获取市场的目的,利用合资方式进入中国市场^①。

第二,战略因素中,市场导向型战略显著影响合资方式的选择($p < 0.01$)。而出口导向型战略显著影响独资方式的选择($p < 0.10$),而且, $\text{Exp}(B)$ 值为 1.411,说明出口导向型变量增加一个单位时,与合资方式相比选择独资的概率增加 1.411 倍。东道国市场导向型企业倾向于选择合资方式,是因为开辟新市场需要具备营销能力、流通渠道和市场知识等,而在合资方式下可以共享合作方的这些资源。而作为出口生产型投资,因其市场在国外不需要具备本土化的市场开发能力,强调对公司采取高的控制水平。

第三,区位因素中,东道国环境的不确定性对进入模式统计上不显著,说明历经三十余年的改革开放,中国的社会政治、经济和政策环境已非常稳定,这些因素对外资企业不构成经营风险。但是,规制政策显著影响合资方式的选择($p < 0.05$)。这表明目前在我国社会经济环境中,还存有不利于外资企业发展的障碍性因素,这些因素可能体现在市场准入方面的限制、金融政策上的规制和对经营活动的干涉等方面。

6 结论及启示

本研究,首先通过理论梳理构建了关于海外市场进入模式选择的理论模型,之后通过对在华投资韩国制造企业的问卷调查,收集一手数据,进行了统计分析,得出如下结论:第一,本研究构建的以企业资源因素、战略因素和东道国区位因素为统计变量的研究模型,适用于阐释新兴工业国企业的海外市场进入模式;第二,研究假设 2 成立,即企业的差异化优势越强,其进入模式越倾向于选择独资方式;第三,研究假设 3 成立,即企业的国际化经验对进入模式的选择不显著;第四,研究假设 5-1 成立,即越是追求市场导向型战略的企业,其进入模式越是倾向于选择合资方式;研究假设 5-2 成立,即越是追求出口生产导向型战略的企业,其进入模式越是倾向于选择独资方式;第五,研究假设 7 成立,即东道国对外资企业的规制越严,企业越倾向于选择合资方式。

本研究作为新兴工业国企业的海外市场进入模式的实证研究,对我国及其发展中国家企业的国际化,具有如下的启示和借鉴。第一,本研究的模型可以应用于中国企业的海外市场进入模式的研究,但是有待于开发如“关系”等更多情景化变量,提高模型的说服力。第二,拥有较强竞争优势的企业可以以独资方式进入海外市场,这有利于专有技术和资产的保护

注:①如 LG 电子在中国的 13 家生产法人中,有 9 家是合资企业,而浦项制铁在中国拥有 9 家合资企业。

及其利益的独享。但如以开辟东道国市场为目的时,与独资相比合资方式可能更有效。因为,在合资方式下通过共享合作方的市场资源和流通渠道,可以更加快速、有效地开发东道国市场。第三,如海外投资以利用廉价劳动力、出口生产为目的,采取高控制水平的股权模式或独资方式更为有效。第四,东道国环境的不确定性较高、对外资的规制较严时,合资方式有利于共担风险、提高企业的国民形象,还可以通过利用合作方的资源规避政府规制。

最后,在本研究,国际化经验未对进入模式产生影响,这可能在一定程度上支持 Knight & Cavusgil 的对于一些新生企业,经验、资本、人力资源和有形资产的不足,已不再成为其国际化的障碍性因素的观点^[18]。但是,不具备国际化经验的传统制造业企业,尤其是中小企业,应怎样进行国际化有待于进一步商榷。在本研究调研过程中发现,不少韩国中小企业在不具备国际化经验和管理能力的情况下,迫于国内的成本压力和激烈的竞争匆匆选择对华投资,出现破产倒闭也说明了这一问题。因此,本文还是认为,企业在进行海外投资前,应重视学习东道国的社会、文化和市场知识,同时还应在投资对象国或与之相似的市场上的直接积累商务经验,这样才有利于克服外国成本(Liability of Foreignness),并与东道国企业同台竞争。

作为不足或研究展望,首先,Knight & Cavusgil^[18]所强调的国际化的企业家精神,可能对发展中国家企业以及中小企业的国际化模式的选择产生重要的影响,但本文未能对此进行探讨;第二,学习型组织文化对进入模式的影响,在对发达国家的资源获取型投资上可以进行进一步的探讨;最后,利用实证分析方法对港台等华商企业的海外市场进入模式进行探讨,并进行规范化的横向比较研究,得出更多有意义的研究结论。

参考文献

- [1] ANDERSEN O. Internationalization and Market Entry Mode: A Review of Theories and Conceptual Frameworks[J]. *Management International Review*, 1997, 37(Special Issue): 27—42.
- [2] LUO Y. Entry and Cooperative Strategies in Strategies in International Business Expansion[M]. Quorum Books: Westport, CT, 1999.
- [3] CHEN S F, HENNART J F. Japanese Investors' Choice of Joint Ventures Versus Wholly-Owned Subsidiaries in the US: The Role of Market Barriers and Firm Capabilities[J]. *Journal of International Business Studies*, 2002, 33(1): 1—18.
- [4] HYMER S H. The International Operations of National Firms: A Study of Direct Investment[D]. Ph. D. Dissertation, MIT Univ, 1960.
- [5] KINDLEBERGER C P. American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment[M]. New Haven: Yale Univ. Press, 1969.
- [6] BUCKLEY P J, CASSON M. The Future of the Multinational Enterprise[M]. London: Macmillan, 1976.
- [7] RUGMAN A M. Internalization as a General Theory of Foreign Direct Investment: A reappraisal of the Literature[J]. *Weltwirtschaftliches Archiv Review of World Economics*, 1980, 116: 335—379.
- [8] DUNNING J H. Toward an Eclectic Theory of International Production[J]. *Journal of International Business Studies*, 1980, 11(1): 9—31.
- [9] ANDERSON E, GATIGNON H. Modes of Foreign Entry: A Transaction Cost Analysis and Propositions[J]. *Journal of International Business Studies*, 1986, 17(3): 1—16.
- [10] BROUTHERS K D. Institutional, Cultural and Transaction Cost Influences on Entry Mode Choice and Performance[J]. *Journal of International Business Studies*, 2002, 33(2): 203—221.
- [11] HILL C W, HWANG P, KIM W C. An Eclectic Theory of the Choice of International Entry Mode[J]. *Strategic Management Journal*, 1990, 11(2): 117—128.
- [12] KIM W C, HWANG P. Global Strategy and Multinationals' Entry Mode Choice[J]. *Journal of International Business Studies*, 1992, 23(1): 29—53.
- [13] DUNNING J H. The Eclectic Paradigm as an Envelope for Economic and Business Theories of MNE Activity[J]. *International Business Review*, 2000, 9(2): 163—190.
- [14] EKELEDO I, SIVAKUMAR K. International Market Entry Mode Strategies of Manufacturing Firms and Service firms: A Resource-Based Perspective[J]. *International Marketing Review*, 2004, 21(1): 68—101.
- [15] HALL R. The Strategic Analysis of Intangible Resources[J]. *Strategic Management Journal*, 1992, 13(2): 135—144.
- [16] PARK Y R, KIM D J, SON J M. 韩国企业海外子公司控股的文献研究[J]. *国际经营研究*, 2004, 15(3): 115—148.
- [17] JOHANSON J, VAHLNE J E. The Mechanism of Internationalization[J]. *International Marketing Review*, 1990, 7(4): 11—24.
- [18] KNIGHT G A, CAVUSGIL S T. Innovation, Organizational Capabilities, and the Born-Global Firm[J]. *Journal of International Business Studies*, 2004, 35(2): 124—141.
- [19] LI L, QIAN G M. Partnership or self-reliance entry modes: Large and small technology-based enterprises' strategies in overseas markets[J]. *Journal of International Entrepreneurship*, 2008, 6(4): 188—208.
- [20] ROOT F R. Entry Strategies for International Markets

[M]. New York: Lexington Books,1994.

[21] SINKULA J M,BAKER W E,NOORDEWIER T. Frame-
work for Market-based Organizational learning: Linking
Values, Knowledge, Behavior[J]. Journal of the Academy
Marketing Science, 1997, 25(4): 305—318.

[22] MORRISON A J,ROTH K A. Taxonomy of Business-Lev-
el Strategies in Global Industries[J]. Strategic Management
Journal, 1992, 13(6): 399—417.

[23] KWON Y C. 海外直接投资决定因子和内部化水平[J]. 国
际经营研究, 1999,9(2): 138—159.

[24] DELIOS A, BEAMISH. Ownership Strategy of Japanese
Firms: Transactional Institutional, and Experience influ-
ences[J]. Strategy Management Journal, 1999, 20(10):
915—933.

[25] [韩]全国经济人联合会. 我国大企业的海外投资现状和海
外经营的障碍[R]. 2007.

[26] [韩]大韩贸易投资振兴公社. 进入海外的韩国企业目录
(2005/2006)[R]. 2005.

The Empirical Study of Market Entry Mode’s Determinants of
Foreign Enterprises in China

KANG Qing-song

(College of Business Administration, Huaqiao University, Quanzhou Fujian 362021, China)

Abstract: This paper first designed the theoretical model about firms foreign investment, and then had an empirical study based on the datum of Korean manufacturing firms in China, finally it drew a conclusion: the research model centers on the factors of the firms, strategy and location, which has applicability for explaining developing countries’ foreign investment model; the differentiation advantage of the firm’s products and the export base strategy influence the choice of the wholly-owned subsidiary way; the Chinese market oriented strategy and the limitation in policy of Chinese government to overseas-funded firms influence the choice of the joint venture way.

Key words: foreign market; entry mode; determinant; empirical study

(上接第 125 页)

Research on Dynamic Capabilities of Technology-Based SMEs in Zhongguancun

LI Cheng-long, SONG Zhen

(Beijing Decision-making Consultant Center, Beijing 100089, China)

Abstract: Based on dynamic capabilities theory, a model is proposed and elaborated to research the technology-based SMEs in Zhongguancun. According to analyzing the regional environment and development status of the technology-based SMEs in Zhongguancun, the important roles of universities, research institutes, financial institutions and government departments played in the growth of the technology-based SMEs are taken into account. To investigate the model, a company’s case was studied and illustrates the external institutions’ important roles in the development of firms’ dynamic capabilities.

Key words: Zhongguancun; technology-based SMEs; dynamic capabilities; model