

中国跨国企业品牌国际化发展模式及动态演进规律研究

国家自然科学基金面上项目(项目批准号 71972114)“中国跨国企业品牌国际化发展模式及动态演进规律研究”,
项目负责人胡左浩, 2020-01-01 至 2023-12-31



在市场全球化和竞争全球化的大趋势下,中国企业的国际化进程越来越快。在这个过程中大量中国品牌在国际上崭露头角,其中有些中国跨国企业的品牌开始处于全球领先地位。这从下列三组数据中可以清楚地反映出来。

一是从进出口和对外直接投资规模来看。2018 年我国出口总额为 2.48 万亿美元,居世界第一位;同时,2017 年我国的对外直接投资规模达 1583 亿美元,连续多年位列全球三大对外投资国;我国境外企业数量达到 4 万多家,分布在全球各地。这些数据说明“中国制造”被世界消费者普遍接受,且中国企业正大规模进入全球市场。

二是从企业经营规模和国际化程度来看。2018 年进入财富杂志全球 500 强的中国企业达到 120 家(含台湾企业 9 家),其中全球前 100 强中中国企业占 22 家(含台湾企业 1 家)。财富杂志全球 500 强中上榜中国企业数量位居第二位,仅次于美国企业的上榜数量(126 家)。中国企业联合会和中国企业家协会在 2018 年公布的“中国跨国公司 100 大及跨国指数”报告中显示我国大企业在国际化经营方面持续取得进展。2018 年入围的中国 100 家跨国公司的平均跨国指数为 15.80%,较 2017 年提高 0.95 个百分点;入围企业的行业分布广泛,海外资产、海外收入和海外员工数都有所提高。财富杂志全球 500 强数据说明大量中国企业在经营规模上已经处于世界的前列,而中国跨国公司 100 大及跨国指数数据说明中国跨国企业的国际化程度在不断提升。

三是从中国品牌价值国际排名来看。英国知名品牌价值咨询公司 Brand Finance 发布的“2018 年全球品牌 500 强”报告显示,进入全球品牌 500 强的中国品牌达 66 家,其中前 100 强中中国品牌占 22 家;中国入围的品牌总数排名第二,仅居于美国之后。同样,美国 BrandZ2018 年发布的全球最具价值品牌 100 强中,有 15 家中国品牌入围(含一家香港公司品牌),在所有入围国家中中国排名第二,仅次于美国(入围 55 个品牌)。虽然各个榜单的评价侧重点不同,且与美国品牌相比仍有很大差距,但是,这些全球品牌榜单显示大量中国品牌在国际上崭露头角,其中有些中国品牌开始处于全球领先地位却是不争的事实。

那么,中国跨国企业品牌国际化发展过程是怎样的、有何特色?动态演进的关键驱动要素和环境条件有哪些?中国跨国企业的品牌国际化成长的加速机理与演变规律是什么?等等,这些议题不仅成为国内外国际化企业经营者共同关心的重大经营课题,也成为国内外营销界学者共同关注的前沿研究课题。

清华大学经济管理学院市场营销系胡左浩教授于本年度获得国家自然科学基金资助,开展中国跨国企业品牌国际化发展模式及动态演进规律研究。具体包含以下研究内容:中国跨国企业的品牌国际化发展阶段以及动态演进路径和发展模式研究;中国跨国企业的国际品牌架构和品牌扩展模式研究;中国跨国企业的品牌国际化动态演进的关键驱动因素以及演进规律研究;网络化环境下中国跨国企业品牌国际化进程加速的新机理研究。考虑到该研究有以下三个特点:一是可研究的中国跨国企业数量有限,特别是处于全球领先品牌地位的跨国企业更少;二是有关品牌国际化发展过程的研究跨度从过去到现在,涉及历史和当前;三是跨国企业的品牌国际化涉及面广、关联关系复杂。该研究拟在案例研究方法的基础上综合运用文献研究、深度访谈和焦点小组访谈等多种形式的研究方法,保证研究的广度和深度要求,实现研究的系统性、科学性和可靠性。

该研究未来的成果将有助于揭示中国跨国企业的品牌国际化成长的演变规律,夯实中国跨国企业品牌国际化研究领域的知识体系。

供稿:胡左浩、科研事务办公室

编辑:高晨卉

责编:吴淑媛 赵霞