

新发展格局下国内市场与中国企业国际化 如何双向赋能?

——基于四家中国企业的探索性案例研究

杨 勃¹, 吴 波^{2,3}, 江婷婷^{2,3}

(1. 天津财经大学 经济学院, 天津 300222; 2. 浙江工商大学 工商管理学院, 浙江 杭州 310018;
3. 浙江工商大学 浙商研究院, 浙江 杭州 310018)

摘 要: 构建双循环新发展格局是党中央提出的重大战略部署,但当前学术界对如何从微观企业层面畅通国内国际双循环缺乏理解。本文采用探索性的多案例研究方法,探究国内市场与中国企业国际化之间的双向赋能机制,研究发现:第一,国内市场(内循环)对中国企业国际化(企业层面的外循环)具有重要的赋能作用,也是企业参与国际循环的基本保障,包括制度赋能、要素禀赋赋能和市场赋能。第二,中国企业国际化反过来对国内市场具有赋能效应,包括微观层面(赋能企业国内市场发展,如技术赋能、品牌赋能)和宏观层面(赋能国内经济大循环,如促进相关产业发展、国内消费升级)。第三,由于不同企业的国际化模式和程度、国内国际业务占比不同,其双向赋能的模式、强度以及阶段也存在差异。本文的理论贡献是链接宏观双循环与微观企业,从企业视角揭示国内循环与国际循环之间的互动关系,为国内国际双循环研究提供微观基础。同时,与传统国际商务研究分别关注母国市场与企业国际化之间的单向关系不同,本文关注两者的双向影响机制,有助于深化已有研究。

关键词: 双循环新发展格局;国内市场;企业国际化;双向赋能机制;案例研究

中图分类号: F270 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-4950(2022)09-0003-16

一、引 言

构建“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”是中国应对百年大变局、提升经济高质量增长的重大战略抉择。自双循环新发展格局提出以来,学术界高度重视,并对其内涵、特征、构建机制、政策建议等进行了深入探讨(王一鸣,2020;马建堂和赵昌文,

收稿日期: 2021-09-26

基金项目: 国家自然科学基金青年项目(71902131);浙江省软科学重点项目(2022C25007);浙江省自然科学基金项目(LQ20G020007);中国博士后科学基金(2019M661001)

作者简介: 杨 勃(1988—),男,天津财经大学经济学院,副教授;

吴 波(1979—),男,浙江工商大学工商管理学院,教授,博士生导师;

江婷婷(1990—),女,浙江工商大学工商管理学院,讲师(通讯作者,tingtingjiang0820@163.com)。

2020;裴长洪和刘洪愧,2021;江小涓和孟丽君,2021;黄群慧,2021)。然而,当前学术界主要从宏观层面探讨双循环新发展格局,重点关注经济活动的生产、分配、流通、消费等环节。相比之下,从微观“企业”层面探讨双循环的研究较为匮乏(李平和丁威旭,2021;王毅,2021)。事实上,企业是经济活动的微观主体,也是生产、分配、流通、消费等经济环节的主要参与者(刘勇和李丽珍,2021),构建双循环新发展格局离不开企业的深度参与。

双循环新发展格局不是封闭的国内大循环,而是国内循环和国际循环相互促进的格局。习近平总书记强调,以国内大循环为主体,绝不是关起门来封闭运行,而是通过发挥内需潜力,使国内市场和国际市场更好联通,更好利用国际国内两个市场、两种资源。因此,如何推动“国内循环”和“国际循环”相互促进、更好联通就成为构建新发展格局的重要战略目标(江小涓和孟丽君,2021;黎峰,2021)。然而,当前学术界主要从宏观层面分析内外循环的互动关系,很少关注微观企业(尤其是中国跨国企业)在促进内外循环相互促进过程中扮演的重要角色。基于此,本文从企业视角探讨国内循环与国际循环之间的互动关系,聚焦国内市场(国内循环)与中国企业国际化(企业层面的国际循环)之间的双向赋能机制,试图探究以下研究问题:国内市场如何赋能中国企业国际化发展?中国企业国际化反过来又如何赋能国内市场,进而促进国内经济大循环?

鉴于已有研究对上述问题缺乏解释力,本文采用探索性的多案例研究方法,以吉利、海尔、泰普森、巨星科技作为研究对象,探究国内市场与中国企业国际化之间的双向赋能机制。研究发现,国内市场与中国企业国际化相互促进、相互赋能:一方面,国内市场为中国企业国际化提供制度、要素禀赋和市场赋能,也是企业参与国际循环的重要制度保障和资源基础。另一方面,中国企业国际化对国内市场也具有赋能效应,包括微观企业层面的赋能和宏观层面的赋能。然而,由于不同企业的国际化模式和程度、国内国际市场业务占比存在差异,不同企业的双向赋能强度、模式和阶段也存在差异性。此外,从宏观双循环和微观企业的关系看,宏观双循环离不开微观企业的参与。中国企业同时在国内和国际两个市场的双向迭代发展有助于畅通宏观层面的国内国际双循环,促使生产要素、资源、商品等在国内和国际双向循环流通。本文的研究结论有助于从微观企业视角揭示国内循环与国际循环的互动关系,从而为新发展格局研究提供微观基础。此外,本文对中国企业如何在新发展格局下更好地利用国内国际两个市场、两种资源,实现双循环迭代发展提供启示。

需要指出的是,尽管双循环新发展格局在2020年才被正式提出,但事实上中国经济已经很早形成了国内国际双循环发展模式(裴长洪和刘洪愧,2021;李平和丁威旭,2021)。因此,本文探讨的国内市场与中国企业国际化的双向赋能机制不局限于2020年以来,而是从纵深视角探究两者的互动关系。

二、文献综述

(一)双循环新发展格局:国内循环和国际循环相互促进

自双循环新发展格局提出以来,学术界对其内涵和维度进行了丰富探讨。根据内外循环之分,“双循环”可以分为三个维度:一是国内循环(简称“内循环”);二是国际循环(简称“外循环”);三是国内循环和国际循环的相互关系。国内循环是指“整个生产流程在主权国家内部开展并完成的经济系统”(黎峰,2021),或一国经济主要使用国内生产要素、向国内提供产品和服务(徐奇渊,2020;江小涓和孟丽君,2021)。国际循环是指“国内生产流程借助了国外原材料、国外生产制造或国外消费市场开展并完成的经济系统”(黎峰,2021)。相比之下,国内循环和国际循环的互动关系更关注两者之间如何相互影响。本文主要关注第三个维度,即国内循环和国际

循环如何相互促进、相互赋能。

关于内循环和外循环的互动关系,已有研究已经进行了有益探讨。江小涓和孟丽君(2021)将双循环新发展格局解读为“以内循环为主、外循环赋能和更高水平双循环发展的新格局”,突出“内循环”和“外循环”相互促进的重要性。作者认为,虽然“外循环”在中国经济中的地位有所下降,但中国仍需要坚定不移地实行对外开放,继续吸引外资和先进技术,同时积极推动中国资金、技术、产品、企业“走出去”。黎峰(2021)认为,“内循环”和“外循环”之间存在辩证关系:从规模角度看,国内循环和国际循环存在互补和替代关系;从结构和效益角度看,国内循环有助于提升出口产品质量和国际竞争力,而国际循环也有助于促进国内经济结构优化升级。李平和丁威旭(2021)认为,中国自改革开放以来一直实施国内国际双循环战略,即两者兼顾并举,构建双循环新发展格局要有效促进内外循环之间的良性互动。李震等(2021)认为,构建双循环新发展格局要实现内外循环畅通与相互促进,而创新是联通内外良性循环的途径。

以上分析表明,当前学术界已经开始关注国内循环和国际循环的互动关系,强调两者具有优势互补效应,但仍然存在以下不足:第一,当前学术界主要从宏观层面探讨内外循环的关系,较少关注微观企业在促进内外循环互动中扮演的重要角色。事实上,中国参与国际循环的模式主要包括“引进来”(如吸引外资、扩大进口)和“走出去”(如对外投资、出口),其中,中国企业国际化是“走出去”(对外投资、出口)的重要组成部分,也是中国参与国际循环的重要构成维度。因此,有必要从企业层面探讨如何促进内外循环互动。第二,作为同时在国内和国际两个市场经营的市场主体,中国国际化企业(尤其是跨国企业)能够整合国内和国际两个市场、两种资源,促使生产要素、资源、商品等在国内国际双向循环流通。因此,中国国际化企业在促进内外循环相互促进过程中扮演着特殊角色。基于此,本文从微观企业视角探讨内外循环之间的互动关系。

(二)母国市场与企业国际化

在国际商务领域,母国(home country)如何影响企业国际化一直是学者们关注的重要问题(Wu和Chen,2014;Chen等,2019;杨勃和刘娟,2020),并认为这种影响是复杂和不确定性的(Cuervo-Cazurra,2011;Cuervo-Cazurra等,2018)。一种观点认为,母国对企业国际化产生积极影响,很多企业在进入海外市场时均依赖于母国特定优势(如自然资源、劳动力、资本)(钟筱彤等,2019),这些资源有助于企业克服外来者劣势。与此同时,母国政府对企业国际化的支持(如提供财政激励和支持、税收优惠、与东道国政府签订贸易投资协定等)也是促进企业国际化的重要基础,尤其是对新兴市场企业而言(Luo等,2010;杨婵等,2021)。第二种观点则认为母国对企业国际化产生负面影响。一些针对新兴市场跨国企业国际化的研究表明,新兴市场存在的要素市场不发达、人才短缺和负面的来源国形象导致企业国际化面临来源国劣势(Ramachandran和Pant,2010;杜晓君和张宁宁,2019;杨勃和刘娟,2020)。

在学者关注母国市场影响企业国际化的同时,另一些研究也在关注企业国际化对母国市场的反向影响(邹玉娟,2008)。例如,对外直接投资的逆向技术溢出相关研究表明,企业对外直接投资有助于促进母国技术进步、推动母国经济发展和产业升级(揭水晶等,2013)。从内在机理看,企业对外直接投资可以通过研发费用分摊、研发成果反馈、逆向技术转移、外围研发剥离等途径影响母国技术进步(赵伟等,2006)。企业通过对外直接投资接近东道国研发资源,进入东道国高端技术聚集区,获取先进技术和知识,并将其转移到母国市场,从而提升母国技术发展水平(揭水晶等,2013)。特别是对新兴市场跨国企业而言,企业国际化的重要目标是获取海外战略性资源(Luo和Tung,2007),并将其转移到母国市场(Zheng等,2016;Luo和Tung,2018;Li等,2021),这意味着新兴市场跨国企业的国际化对其母国市场具有重要的反向影响。

然而,已有研究仍存在以下不足:第一,已有研究“割裂”地研究母国市场与企业国际化之间的单向关系,鲜有研究同时考察两者之间的双向互动机制。从学科分布看,探讨母国市场对企业国际化影响的研究主要集中在国际商务(管理学)领域,而关注企业国际化对母国市场影响的研究更多集中在国际经济学领域,两个领域长期相对独立发展。第二,已有研究主要从宏观层面、采用大样本实证方法对母国市场与企业国际化的关系进行分析,鲜有研究从微观层面、采用定性研究方法探讨两者相互影响的微观机制。第三,企业国际化是一个国家参与国际循环的重要微观表现,但当前国内国际双循环研究很少深入到微观企业层面。基于此,本文将从企业层面探讨国内循环(国内市场)与国际循环(企业国际化)之间的双向赋能机制。

三、研究设计

(一)研究方法

本文采用探索性的多案例研究方法,原因如下:第一,本文旨在探究国内市场和中国企业国际化之间的双向赋能机制,鉴于当前理论界对这一问题缺乏理解,这就决定本文属于探索性研究,而探索性的案例研究方法在构建理论方面具有显著优势。第二,本文试图从动态视角分析国内市场与中国企业国际化之间的互动关系,这就决定本文的研究内容属于动态和过程性问题,而案例研究方法在揭示事物发展过程方面具有显著优势。第三,为了识别和比较不同类型双向赋能机制,本文选择多案例研究方法,比较不同案例双向赋能的差异性。

(二)案例选择

根据研究问题和研究目的,本文设定以下案例选择标准:第一,典型性原则,即案例企业属于典型的国内国际双循环发展模式企业,同时在国内和国际两个市场开展经营活动,且两个市场具有联动效应。第二,多样性原则,即案例企业的国际化模式、所处行业、国内国际业务占比等不同,其双向赋能机制或路径也存在差异性,有助于归纳更加丰富的理论模式。第三,数据可获得性原则,即能够从案例企业获得丰富的数据。根据以上标准,本文选择浙江吉利控股集团、青岛海尔集团、浙江泰普森实业集团有限公司、杭州巨星科技股份有限公司四家企业作为研究对象。

第一,四家企业均属于典型的国内国际双循环发展企业,不仅在国内市场经营,同时积极拓展海外市场,且国内市场和国际市场之间具有相互赋能的特征。第二,从国内市场发展看,吉利和海尔长期深耕国内市场,不仅在国内市场生产和销售产品,且国内市场份额均处于行业领先地位,品牌影响力较高。相比之下,泰普森和巨星科技虽然也在国内市场生产产品,但其产品主要出口海外市场,国内市场业务占比较低,两组案例之间的差异性有助于对案例进行差别复制。第三,从国际市场发展看,尽管四家企业的国际化发展均取得显著成就,但国际化发展模式存在差异。其中,吉利和海尔主要以大型跨国并购、绿地投资等方式拓展国际市场,如吉利并购沃尔沃汽车、宝腾汽车等,海尔并购Fisher & Paykel、GE家电等世界知名品牌,并在海外就地生产和销售产品;相比之下,泰普森和巨星科技主要通过出口拓展海外市场,虽然也有海外并购和绿地投资活动,但占比较低。第四,从国内国际双循环发展模式看,泰普森和巨星科技属于以国际循环为主(依靠外需)的发展模式,国际业务占比较高,国内业务占比较低;而吉利和海尔经过多年的国内国际双向发展,已经逐步形成了国内和国际双循环并重的发展模式,两个市场在其业务中均占据重要位置。

(三)数据来源

本文的数据来源包括访谈、案例企业资料、媒体新闻报道等。(1)访谈数据。根据实际条件,本文的研究人员对泰普森进行了多次实地调研和(在线)访谈(2020年7月至2021年4月期间),访谈公司高管、海外市场主要负责人、海外子公司主要负责人、国内销售主要负责人、普通员工

等。对海尔、吉利、巨星科技的研究则主要借助公开的二手数据(仅对个别员工或部门负责人进行在线访谈)。访谈采取半结构化方式,重点邀请受访者介绍企业国内市场发展和国际化发展,询问受访者如何看待国内市场在企业国际化中的作用,以及企业国际化对国内市场的影响等。(2)企业资料,包括企业官网、年度报告、对外新闻稿、企业内部报刊等,这些二手资料能够与一手数据进行相互验证和补充。(3)国内外主流媒体的新闻报道,重点关注新闻媒体对案例企业国内和国际发展大事件的报道。(4)其他数据来源,如电商平台企业官方自营店的消费者评价、公司海外市场销售网站、公司内部刊物等。

(四)数据分析

数据分析在案例描述、数据编码、跨案例比较之间进行反复迭代,试图综合运用多种数据分析技术对原始数据进行概念化和理论化,进而构建理论。

第一步,案例描述。案例描述是根据研究问题对每个案例的国内和国际发展历程、关键事件、国内国际互动关系等进行刻画,深化对案例企业的了解,从整体上把握案例企业及其发展过程。研究人员首先对原始数据进行阅读,识别案例企业在国内市场和国际市场的发展历程和关键事件。由于本文探究国内市场与企业国际化之间的双向赋能机制,因此在案例描述时特别关注国内市场与企业国际化相互影响的事件。

第二步,数据编码。借助扎根理论思想,本文对原始数据进行编码,将原始数据进行概念化和理论化。数据编码包括三个级别:一级编码旨在从原始数据中提炼出与研究内容相关的关键信息,对数据进行概念化,形成一级概念(first-order concepts)(Clark等,2010)。研究人员对原始数据进行逐字逐句阅读,标记与研究主题相关的语句,并用简单词汇或描述性短语对数据进行贴标签。二级编码是对一级编码的结果进行范畴化,识别二级主题(second-order themes),使数据更加理论化。三级编码是对前述编码结果进行聚类分析,形成聚合维度(aggregate dimensions)。通过编码,本文归纳出21个一级概念、8个二级主题和2个聚合维度,数据编码结构如图1所示。

第三步,跨案例比较分析。跨案例比较分析旨在比较不同案例的差异性和相似性,识别丰富的双向赋能机制、模式和动态路径。由于四家企业在国际化模式和程度、国内国际业务占比等方面存在差异性,这些因素可能会影响双向赋能机制。

四、案例描述

(一)吉利案例

由于篇幅限制,本文仅展示吉利与泰普森两个企业的案例描述。吉利于1997年进入汽车市场,目前旗下拥有吉利、领克、沃尔沃、莲花等品牌,已经成为中国领先的跨国汽车集团。吉利不仅在国内市场业务广泛,同时在全球拥有众多子公司、生产基地、研发中心。目前吉利已经初步形成了以国内市场为主、国内国际相互促进的双循环发展模式。图2展示了吉利从1997年进入汽车市场至2020年期间国内和国际市场发展的典型事件。从图可见,吉利的国内市场发展与国际化发展并非相互独立,而是相互影响、相互赋能、持续迭代。

(1)国内市场对吉利国际化的赋能。1997年进入汽车市场后,吉利主要借助国内低成本制造优势制造廉价汽车,李书福的目标是“造中国最便宜的车”。2001年国家为了支持和规范汽车产业发展,先后发布多批次汽车生产企业产品公告,吉利成为国家汽车定点生产基地,为吉利正式生产轿车提供了政策支持(制度赋能)。借助国内低成本优势和政策优势,2003年吉利开始出口汽车,开拓国际市场。同时,依靠国内大市场积累的资金优势,吉利开始尝试通过对外直接投资方式进入海外市场。从2006年开始,吉利先后收购多家世界知名汽车及零配件公司,获得

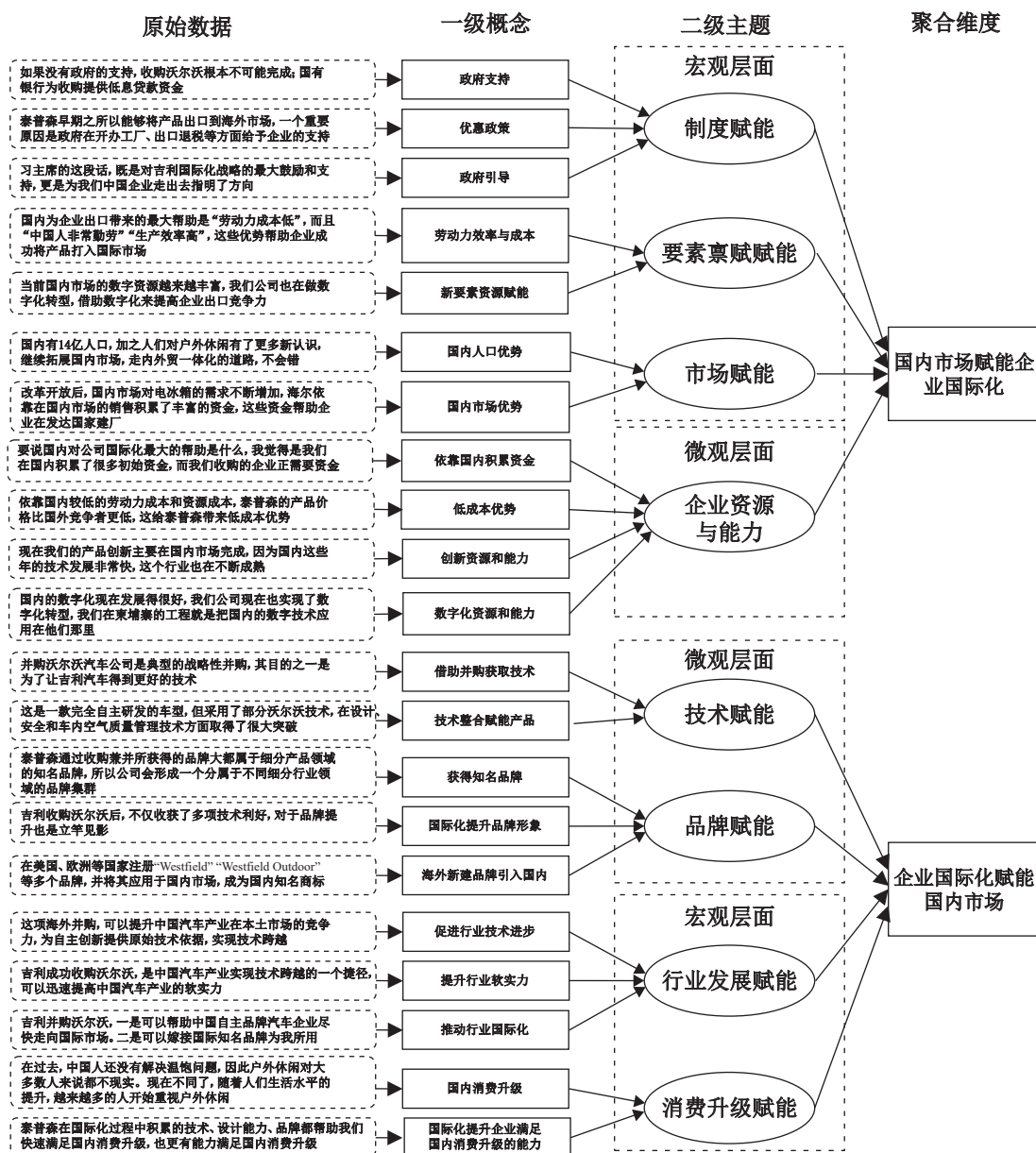


图1 数据编码的结构图

海外技术、品牌,提升企业核心竞争力。这些跨国并购能够顺利完成,很大程度上依赖于吉利在国内市场的发展,以及国内市场为吉利提供的政策优势(制度赋能)、低成本优势(要素禀赋赋能)和大市场优势(市场赋能)。

(2)吉利国际化对国内市场的赋能。吉利的国际化对母国市场的赋能包括微观和宏观两个层面。微观层面的赋能是指吉利的国际化对吉利在国内市场发展的赋能效应,如帮助吉利提升技术能力和品牌影响力,进而赋能企业国内市场发展,提升企业国内市场竞争能力。在技术赋能方面,李书福表示收购沃尔沃汽车的战略目标是让吉利获得更好的技术,弥补吉利在核心技术方面存在的“短板”(技术赋能)。借助沃尔沃的技术和设计能力,吉利开始在国内市场推出更加优质的新产品。在品牌赋能方面,吉利借助国际化发展获得沃尔沃、路特斯、Smart等世界知名品牌,同时也显著提升了自身在国内市场的品牌形象(品牌赋能)。在宏观层面,吉利的国际化

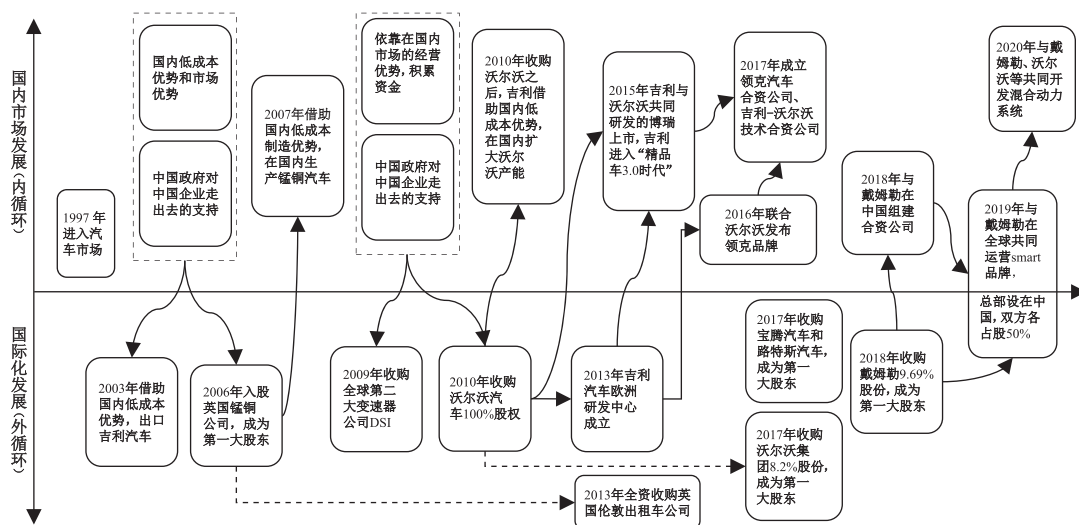


图2 吉利的国内市场和企业国际化发展历程典型事件与互动关系（1997—2020年）

也对国内市场产生赋能作用,即对中国汽车产业发展、国内汽车行业技术进步、国内汽车消费需求具有促进作用。长期以来,中国汽车产业落后于欧美发达国家,核心技术依赖西方公司。吉利并购沃尔沃汽车是中国汽车首次并购发达国家豪华汽车品牌,隆国强认为,“吉利成功收购沃尔沃,是中国汽车产业实现技术跨越的一个捷径,可以迅速提高中国汽车产业的软实力”。此外,随着国内汽车消费升级,消费者对高品质汽车的需求不断增强,吉利借助国际化发展不断提升产品质量和品牌形象,也使其更有能力满足国内消费升级。

（二）泰普森案例

浙江泰普森实业集团有限公司是一家专业生产户外休闲用品的大型外向型企业,主要生产包袋、户外家具、帐篷、花园家具、渔具等产品,是中国户外休闲产业龙头骨干企业。作为外向型、以产品出口为主的企业,产品畅销美洲、欧洲、亚洲等60多个国家和地区,户外家具在北美市场的占有率为50%,渔具产品在欧洲市场的占有率为70%。泰普森的发展模式以“外循环”(依靠外需)为主,产品主要出口到海外市场,目前国内销售占比相对较低。近年来,随着国内户外休闲用品市场的快速发展,泰普森也开始重视国内市场,并借助国际化积累的资金、品牌、技术赋能国内市场发展。泰普森国内和国际市场发展大事件如图3所示。

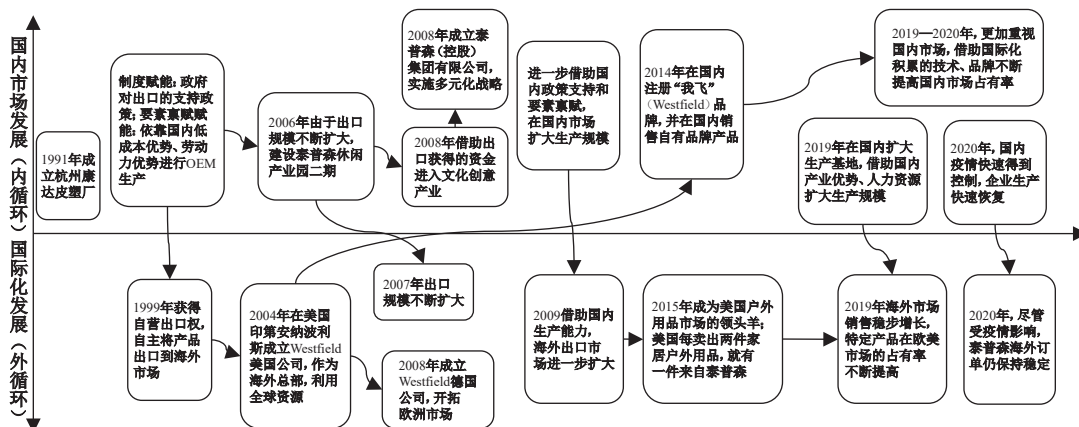


图3 泰普森的国内市场和企业国际化发展历程典型事件与互动关系（1991—2020年）

(1)国内市场对泰普森国际化的赋能。泰普森的前身是成立于1991年的杭州康达皮塑厂,之后才进入户外休闲用品市场。从泰普森休闲用品公司之初,泰普森就将目标市场定位于国际市场,为海外消费者提供户外用品。泰普森早期之所以能够将产品出口到海外市场,很大程度上依赖于国内市场为企业提供的支持,包括制度赋能、要素禀赋赋能等。在制度赋能方面,中国政府为泰普森的发展提供了良好的制度环境和政策支持,受访者表示,政府在开办工厂、出口退税等方面给企业的发展提供了很大帮助,这些制度赋能有助于企业在国内建立生产基地、扩大产能。在要素禀赋赋能方面,受访者表示,国内市场为企业出口带来最大的帮助之一是“中国人非常勤劳”“生产效率高”“劳动力成本又很低”,这些优势显著提升了企业生产能力和价格竞争力,赋能企业出口增长。

(2)企业国际化对国内市场的赋能。通过国际化发展,泰普森积累了丰富的产品设计能力、资金优势、人才优势和品牌优势。随着国内经济快速发展,人均收入不断提升,国内市场对户外休闲用品的需求开始逐渐扩大,泰普森开始将目光转移到国内市场。2014年泰普森开始面向国内消费者销售自有品牌产品。此时,企业通过国际化积累的丰富经验和资源成为企业拓展国内市场的重要基础。例如,在品牌赋能方面,2004年泰普森在美国成立Westfield子公司并注册“Westfield”品牌,将“Westfield”品牌定位为来自美国印第安纳波利斯(Indianapolis USA)的“国际户外装备专业品牌”;目前泰普森在国内市场销售“Westfield”品牌(中文名“我飞”)商品,并强调该品牌的国际性。除了赋能企业国内市场发展,泰普森的国际化发展也有助于赋能国内消费升级,满足国内户外休闲用品消费需求。特别是随着人民生活水平不断提高,对户外休闲的需求不断增长,泰普森长期的国际化发展使其能够快速响应国内消费升级需求。

五、案例分析与研究发现

通过对四家案例企业进行探索性研究,本文发现,国内市场与中国企业国际化之间存在显著的双向赋能效应。其中,国内市场对中国企业国际化的赋能包括制度赋能、要素禀赋赋能和市场赋能,这些赋能帮助中国企业积累资源 and 能力,进而实现国际化发展;反过来,中国企业国际化对国内市场的赋能包括微观(赋能企业国内市场发展,如技术赋能、品牌赋能)和宏观(赋能国内大循环,如促进行业发展、消费升级)两方面或阶段。从动态过程看,国内市场与中国企业国际化之间的双向赋能是一个循环往复、迭代增强的过程,如图4所示。

(一)以内促外:国内市场对中国企业国际化的赋能机制

国际商务研究表明,母国市场在企业国际化过程中扮演着关键角色,也是企业进入国际市场的重要竞争优势来源,学者将这种优势定义为“国家特定优势”(country-specific advantages, CSAs)(Bhaumik等,2016)。特别是对新兴市场企业而言,由于缺乏传统意义上的企业所有权优势(如技术、品牌)(Ramamurti和Williamson,2019),企业国际化更加依赖于母国特定优势(Luo等,2010)。本文支持了上述观点,发现母国市场对中国企业国际化的赋能包括制度赋能、要素禀赋赋能和市场赋能,这些赋能帮助中国企业积累资源 and 能力,进而实现国际化发展。

第一,制度赋能。制度赋能是指母国制度环境对中国企业国际化的赋能效应,如政府对企业国际化的支持、税收优惠、资金支持等。案例分析表明,制度赋能是案例企业国际化初期进入海外市场的重要促进因素;制度赋能为案例企业提供国际化所需的资源(如资金支持),使企业享受额外的利益(如出口退税政策),降低国际化成本,提高国际化效率(如更加便捷的出口海关手续、更高效的政府服务)。在泰普森的案例中,受访者表示,泰普森早期之所以能够将产品出口到海外市场,一个重要原因是政府在开办工厂、出口退税等方面给予企业的支持,这些支持帮助企业提高产品价格竞争力、扩大生产规模、降低成本。在吉利的案例中,2010年吉利通过并购沃尔沃汽车实现国际化发展的重大突破,时任吉利首席执行官桂生悦在媒体发布会上表

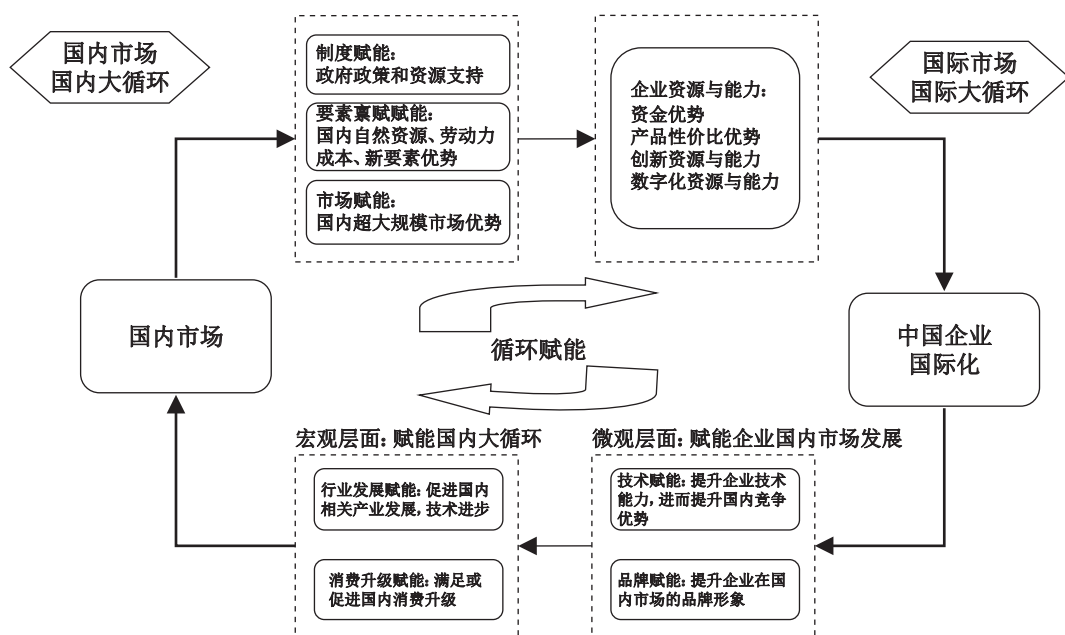


图4 国内市场与中国企业国际化的双向赋能机制

示，“如果没有政府的支持，收购沃尔沃根本不可能完成”。

第二，要素禀赋赋能。要素禀赋赋能是指国内要素禀赋（如自然资源、人口、劳动力成本、土地等）对中国企业国际化的赋能作用。要素禀赋赋能在泰普森的案例中尤为明显，受访者表示，早期国内为企业出口带来的最大支持是低成本要素资源（如劳动力成本），帮助企业成功将产品打入国际市场，建立竞争优势。在海尔和吉利的案例中，两家企业在国际化早期阶段也依靠国内要素禀赋优势提高产品价格优势。随着时间的推移，国内要素禀赋也在不断变化，尤其是数字要素、创新资源日益丰富，案例企业的国际化发展也越来越受益于新要素赋能。例如，泰普森依靠国内数字资源实施数字化转型，并将国内数字化资源和能力转移到海外市场。2020年泰普森在柬埔寨成立子公司和生产工厂，并利用国内数字化资源和企业数字化能力赋能柬埔寨工厂的生产。

第三，市场赋能。市场赋能是指中国国内超大规模市场优势对企业国际化产生的赋能效应，突出表现为案例企业依靠国内庞大消费市场在国内积累资金、技术、人才等，并利用这些资源赋能企业国际化。中国具有超大规模市场优势，强大的国内市场是中国企业持续发展的动力之源，也是企业资金、技术、人才等资源的重要来源。在海尔和吉利的案例中，两家企业在开展国际化初期主要依靠国内市场发展积累的资金、技术和人才，这些资源（尤其是资金）帮助企业实现国际化。海尔的一位受访者表示，“国内市场一直是我们的大本营和根基，海尔在国内发展得越好，才能更加持久、更有竞争力地参与国际市场竞争”。

从链接宏观双循环与微观企业的角度看，国内市场对中国企业国际化的赋能是“以内促外”（内循环促进外循环）的重要表现。“以国内大循环为主体”是双循环新发展格局的显著特征，“国际市场是国内市场的延伸，国内大循环为国内国际双循环提供坚实基础”（刘鹤，2020）。因此，中国企业国际化发展可以依靠国内经济大循环，充分利用国内的制度优势、要素禀赋优势以及市场优势。

（二）以外促内：中国企业国际化对国内市场的赋能机制

随着时间的推移，中国企业国际化发展反过来也对国内市场产生赋能效应，包括微观和宏

观两个层面。从微观层面看,中国企业国际化有助于提升企业自身在国内市场的竞争优势,为企业进一步拓展国内市场提供技术、品牌、人才等支持。从宏观层面看,中国企业国际化对国内经济具有赋能效应,如促进国内相关产业技术进步、满足内需消费升级等。从宏观双循环角度看,这一过程实际上是“外循环”赋能“内循环”(以外促内)的过程。

(1)微观层面:企业国际化对企业在国内市场发展的赋能

传统国际商务研究主要关注母国市场如何影响企业国际化,但较少关注企业国际化如何反向影响母国市场。事实上,很多新兴市场企业国际化的重要目标是将海外战略性资源转移到母国市场,提升企业在母国市场的竞争优势。案例分析表明,案例企业积极通过国际化发展将海外技术、品牌、利润等转移到国内市场,赋能企业在国内市场的发展。

第一,技术赋能。技术赋能是指企业通过国际化获取海外先进技术、前沿知识、专利等,并将这些技术资源转移到国内市场,提升企业在国内市场的竞争优势。吉利在并购沃尔沃汽车后,积极与沃尔沃开展联合研发、技术转让等合作,显著提升了自身的技术能力。特别是与沃尔沃共同成立领克品牌,促进了技术合作和转移。通过技术赋能,吉利不断在国内市场开发新产品,提升产品质量和品质,其市场占有率在国产汽车中位居前列。海尔在并购Fisher & Paykel后将其前沿技术与核心零部件应用于国内市场,赋能产品国内市场竞争能力。在泰普森的案例中,受访者表示,近年来泰普森的产品之所以能够在国内市场快速受到消费者认可,很大程度上依赖于企业多年国际化积累的技术资源和品牌形象。事实上,近年来一大批中国企业通过跨国并购、海外研发等国际化战略提升企业技术能力,赋能企业国内市场发展。

第二,品牌赋能。品牌赋能包括三类赋能机制:一是直接通过跨国并购获得海外知名品牌,并将这些品牌引入国内市场;二是通过国际化发展不断提升企业自身实力和影响力,逐渐提升其自身品牌形象和价值;三是在国际市场创造新品牌,并将新品牌应用在国内市场。吉利和海尔的案例体现了前两种赋能机制,即通过国际化不仅获得海外知名品牌,同时也提升自身品牌形象。例如,通过一系列跨国并购,吉利已经拥有Volvo、Lotus、Smart等国际知名品牌。同时,借助国际化发展,吉利自身的品牌形象也在近年来得到显著提升。根据《2020年全球品牌组合价值最高的十大汽车集团》,吉利成为国内唯一入选的汽车品牌。泰普森主要采用第三种品牌赋能机制,即先在发达国家创立“Westfield”新品牌,再将品牌应用于国内市场。

(2)宏观层面:企业国际化对国内经济大循环的赋能

本文研究表明,国际化不仅能够赋能企业在国内市场的发展,同时也有助于赋能国内经济大循环,如促进国内消费升级、技术进步等。尽管单个企业对国内大循环的赋能效应非常有限,但随着越来越多的中国企业开展国际化,并借助国际化赋能国内市场,企业国际化对国内经济大循环的赋能效果将逐步增强。

第一,赋能国内相关产业发展和技术进步。吉利通过一系列跨国并购(如并购沃尔沃汽车)不仅提升了企业自身的技术发展水平,同时也促进了国内汽车产业的技术发展。中国汽车技术研究中心黄永和认为,“这项海外并购,可以提升中国汽车产业在本土市场的竞争力,为自主创新提供原始技术依据,实现技术跨越,并为中国汽车产业‘走出去’提供现成的通道,迅速提升中国汽车及零部件在欧美日市场的比例,解决中国汽车产业自主创新所面临的知识产权问题”。事实上,企业国际化对国内技术进步的赋能作用已经得到了学术界的关注。已有研究表明,对外直接投资具有显著的逆向技术溢出效应,对母国技术发展水平产生正向影响(沙文兵, 2012;揭水晶等, 2013)。本文从微观企业视角支持了已有研究,并为其提供微观基础。

第二,赋能国内消费升级。泰普森对国内大循环的赋能主要表现在消费市场,即促进国内户外用品消费升级,满足国内消费需求。受访者表示,在过去,中国人还没有解决温饱问题,因此户外休闲对大多数人来说都不现实。现在不同了,随着人们生活水平的提升,越来越多的人

开始重视户外休闲。国内消费升级的巨大需求为泰普森拓展国内市场提供了机遇,而企业通过国际化发展积累的技术、品牌等资源也为泰普森服务国内消费升级提供了基础。吉利和海尔的国际化发展也使其在满足国内消费升级方面扮演引领者角色。借助国际化的技术赋能和品牌赋能,吉利和海尔在国内市场不断升级产品,推出中高端产品,满足国内消费升级。事实上,构建新发展格局要充分发挥我国超大规模市场优势,持续释放内需潜力,而中国企业通过国际化发展能够更好地满足国内消费升级。

(三)双向赋能的模式和强度比较

尽管国内市场和企业国际化之间的双向赋能效应在四家企业中均出现,但进一步比较发现,不同企业的双向赋能模式和强度存在差异。其中,吉利和海尔属于典型的双向赋能并重模式,双向赋能强度均较高;而在泰普森和巨星科技的案例中,国内市场对企业国际化的赋能较高,但由于国内业务占比相对较低,企业国际化对国内市场的赋能强度相对较低,暂未形成双向赋能并重的模式。案例企业的双向赋能模式与强度如表1所示。

表 1 案例企业双向赋能的模式与强度比较

案例企业	吉利	海尔	泰普森	巨星科技
赋能模式	双向赋能并重	双向赋能并重	以国内市场赋能企业国际化为主	以国内市场赋能企业国际化为主
	+++	+++	+++	+++
国内市场对企业国际化的赋能强度	国内要素禀赋赋能企业产品出口;政府支持赋能企业跨国并购;国内大市场为企业国际化积累资金	国内要素禀赋赋能企业产品出口;国内大市场为企业国际化积累资金,尤其是在发达国家建立制造基地	借助国内低成本优势、大规模生产能力、人才优势赋能企业出口和海外投资	借助国内生产能力、人才优势、低成本优势赋能企业生产、出口与海外投资
	++++	+++	++	+
企业国际化对国内市场的赋能强度	通过一系列的跨国并购显著提升企业国内市场的竞争优势,也对国内汽车产业产生积极影响	通过跨国并购、海外研发等提升企业核心能力和品牌形象,促进国内相关产业发展	在海外创立Westfield品牌,并将品牌应用于国内市场,但国内业务发展仍处于起步阶段	目前国内业务占比较低,企业国际化对国内市场的赋能效应较为有限

注:表中“+”代表赋能强度,“+”越多,代表赋能强度越高。

在国内市场赋能企业国际化方面,四家企业的赋能强度均较高,表明国内市场(国内大循环)是案例企业参与国际循环的重要基础和竞争优势来源。这一研究发现支持了双循环新发展格局的核心观点,即国内大循环是中国参与国际循环的基础和延续(刘鹤,2020)。从时间阶段看,国内市场对案例企业国际化的赋能强度在企业国际化初期阶段最为显著,因为案例企业在开展国际化初期均高度依赖国内市场的制度赋能与资源优势。然而,随着时间的推移,这种赋能效应并未消失,而是在赋能内容上发生了改变。例如,早期国内市场对案例企业国际化的赋能主要表现为政策支持、低劳动力成本优势和自然资源禀赋;但近年来,国内市场对案例企业国际化的赋能越来越表现为创新资源和数字化资源赋能。

在企业国际化赋能国内市场方面,四家企业存在显著差异。吉利和海尔的国际化对国内市场的赋能强度较高,而泰普森和巨星科技对国内市场的赋能强度相对较低。吉利和海尔的国际化程度较高,国际化模式不仅包括出口,也包括跨国并购、绿地投资、全球研发等更高水平的国际化模式,这些都有助于两家企业将海外战略性资产转移到国内市场,赋能国内市场。相比之下,泰普森和巨星科技是典型的外贸出口型或国际市场发展型企业,市场主要集中于海外,且国内业务相对较少,因此对国内市场的赋能强度较低。事实上,吉利和海尔在国际化初期阶段

与泰普森和巨星科技具有相似性,而随着国际化水平不断提升,其赋能国内市场的资源不断丰富、能力不断提升。因此,从动态视角看,案例企业在不同国际化发展阶段的主导型赋能模式可能存在差异。需要指出的是,随着国内市场对户外用品的需求不断增强,近年来泰普森开始更加重视国内市场发展,不断强化企业国际化赋能国内市场的能力和强度,逐渐向双向赋能并重的发展模式转变。

(四)双向赋能的动态路径和阶段

从动态演化过程看,案例企业的双向赋能路径可以划分为三个阶段:阶段1为国内市场赋能企业国际化(一般在国际化初期阶段);阶段2为企业国际化赋能国内市场;阶段3为更高水平的国内国际相互赋能阶段,即国内市场和企业国际化持续迭代循环赋能,且两个市场高度紧密协作、动态平衡。目前吉利和海尔已经处于或接近第三阶段,而泰普森和巨星科技主要处于第一或第二阶段,如图5所示。

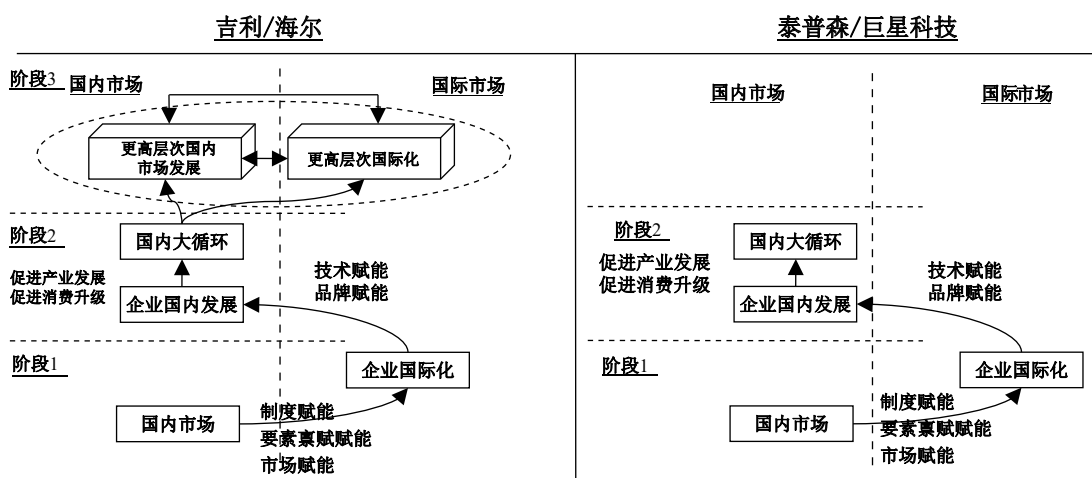


图5 案例企业双向赋能的动态路径和阶段

吉利在开展国际化之前一直在国内市场发展,逐步借助母国制度优势、要素禀赋优势和市场优势开展国际化,先后收购多家海外知名企业(阶段1)。之后吉利开始将国际化获取的优质资源转移到母公司和母国市场,赋能企业在国内市场的发展,同时促进国内汽车产业发展,满足国内消费需求(阶段2)。当前吉利已经开始充分整合利用国内和国际两个市场、两种资源,实现更高水平的国内国际双向发展(阶段3)。海尔与吉利的双向赋能路径具有较强的相似性。在泰普森的案例中,泰普森早期的国际化发展主要依靠国内制度赋能(如出口退税、政府对企业国际化的支持等)和要素禀赋赋能(如劳动力成本、劳动生产率和生产要素成本)(阶段1)。伴随国内市场对户外用品需求的不断增加,泰普森开始关注国内市场。在开拓国内市场过程中,泰普森充分借助国际化积累的技术资源、品牌资源、资金优势赋能企业国内市场发展,促进国内休闲用品消费升级(阶段2)。与吉利和海尔相比,泰普森和巨星科技的国内市场业务占比相对较低,企业国际化对国内市场的赋能强度相对较低,还未形成国内国际相互赋能并重、持续循环迭代的格局,因此暂未到达第三阶段。然而,随着泰普森开始不断重视国内市场,并将两个市场进行有效整合,企业正在逐步形成更高水平的双向循环赋能模式。

六、结论与讨论

(一)研究结论

构建双循环新发展格局为中国企业国内国际双向发展提供了战略性指导,而中国企业同

时在国内和国际两个市场的发展也有助于畅通双循环。本文从微观企业视角探讨国内循环与国际循环之间的互动关系,聚焦国内市场与中国企业国际化之间的双向赋能机制。通过对四家中国企业开展探索性的案例研究,得出以下研究结论:第一,国内市场与中国企业国际化之间存在双向赋能效应。一方面,国内市场为中国企业国际化提供制度赋能、要素禀赋赋能和市场赋能,也是中国企业国际化发展的重要制度保障和资源基础。另一方面,中国企业国际化也对国内市场产生赋能效应,包括微观企业层面赋能和宏观层面赋能。第二,从双向赋能的模式和强度看,不同企业由于国际化模式和程度、国内国际业务占比存在差异,双向赋能的模式与强度也存在差异。相比贸易型企业而言,以投资为主的跨国企业对国内市场的赋能强度更高,因为这类企业更有能力通过国际化获取海外战略性资源,并将其转移到国内市场,赋能国内经济。在不同类型企业中,国内市场对中国企业国际化的赋能强度均较高,表明国内市场是中国企业参与国际循环的重要基本保障。第三,从动态角度看,双向赋能路径包括“国内市场赋能企业国际化(以内促外)→企业国际化反向赋能国内市场(以外促内)→更高水平的双向循环赋能(更高水平的国内国际相互促进)”三个阶段;对于国内和国际市场并重、国际化程度高的中国领先跨国企业而言,已经逐渐形成更高水平的国内国际双向循环赋能格局。

(二)理论贡献

本文对双循环新发展格局、国际商务、赋能理论相关研究具有边际贡献。第一,对双循环新发展格局相关研究,本文从微观企业视角揭示“内循环”和“外循环”之间的双向赋能机制,打开内外循环互动的微观黑箱,有助于为宏观双循环研究提供微观基础。已有研究认为,构建双循环新发展格局要发挥内循环和外循环的相互促进作用(李震等,2021;魏婕和任保平,2021),实现以“内”促“外”、以“外”促“内”和“内”“外”协调并举(黎峰,2021)。本文从微观企业角度考察内外循环之间的互动关系:在以“内”促“外”方面,中国企业国际化是中国参与国际循环的重要微观基础,而中国国内良好的制度环境、要素禀赋、市场优势有助于赋能中国企业国际化;在以“外”促“内”方面,中国企业通过国际化获取海外技术、品牌、知识等资源,并将其转移到国内市场,赋能国内大循环。因此,从企业视角解释内外循环的互动关系有助于学术界更好地理解双循环的微观基础。其次,本文突出中国企业(尤其是跨国企业)在构建双循环新发展格局中的战略性和特殊性角色。当前双循环研究主要从宏观层面切入,但对经济循环的微观主体关注较少。本文认为,宏观双循环与微观企业相互依存、相互影响:一方面,宏观双循环为中国企业国内国际双向发展提供了“土壤”。另一方面,中国企业同时在国内和国际循环发展反过来也促进和畅通了国内国际双循环。

第二,对国际商务研究,本文综合探究母国市场与企业国际化之间的双向影响机制,弥补了已有研究主要关注两者的单向关系的不足。早期的国际商务研究主要关注国家间差异(如制度距离)对企业国际化的影响(Eden和Miller,2004),较少关注母国市场对企业国际化的影响。之后的研究表明,母国对企业国际化也产生深刻影响(Ramachandran和Pant,2010;Wu和Chen,2014;Chen等,2019),但这些研究较少关注企业国际化对母国的反向影响。随着研究的深入,学者们开始关注企业国际化对母国市场的反向影响,尤其是对外直接投资的逆向技术溢出效应(揭水晶等,2013)。尽管如此,鲜有研究同时关注母国市场与企业国际化之间的双向影响。本文在已有研究基础上,综合探讨母国市场与企业国际化之间的互动关系,揭示两者的双向赋能机制,有助于深化已有研究。本文认为,“割裂”地研究母国市场与企业国际化之间的单向关系无法完整刻画两者的复杂关系,尤其是忽视了国内市场与企业国际化之间的双向联动机制。

第三,对赋能理论而言,已有研究主要关注微观个体或组织层面的赋能,如心理赋能、领导赋能、资源赋能、结构赋能、平台赋能、数据赋能等(孙新波等,2020;许晖等,2021),但对宏观外

部环境如何赋能微观组织缺乏阐释。本文探讨宏观环境(国家层面的制度、要素禀赋、市场等)与微观组织之间的双向赋能过程,关注制度、要素禀赋和市场赋能,有助于拓展赋能理论的边界和情境。其中,制度赋能将制度环境视为“使能”(enablers)力量,而非传统制度理论中常常将制度视为“约束”(constraints)力量(DiMaggio和Powell,1983);制度赋能强调制度设计者通过制度创新为组织提供支持和资源,提高组织能动性,而非对组织行为进行约束。

(三)管理启示和政策建议

在双循环新发展格局下,中国国际化企业应兼顾国内和国际两个市场、两种资源,发挥两个市场的比较优势,形成国内国际相互促进的良性发展格局。第一,重视母国市场对企业国际化的重要战略价值(尤其是在国际化起步阶段),充分利用母国制度优势、要素禀赋、超大规模市场优势培育企业资源与核心能力,提升企业国际竞争力。特别是随着中国经济不断向高质量、创新驱动发展迈进,国内市场不断涌现新的要素资源优势,如数字化资源、创新资源。中国企业应充分利用母国优势提升自身能力,为企业国际化提供资源基础。第二,进一步拓展国际市场,充分利用国际化发展和国际市场资源赋能国内市场,实现外循环赋能内循环的重要战略功能。作为中国主动参与国际循环的重要方式之一,中国企业国际化有助于中国主动利用国际资源赋能国内经济发展。因此,中国企业应进一步拓展国际市场,借助国际化提升企业核心竞争力,同时赋能国内经济大循环。第三,从政策层面看,政府可以进一步完善国内制度环境,为企业国际化提供制度赋能;同时推动国内要素市场改革,促进国内要素自由流通,为企业发展提供要素赋能。此外,政府可以进一步支持企业“走出去”,为企业国际化发展提供支持。特别是鼓励企业通过国际化发展服务国内经济发展,提升国内技术发展水平和创新能力,同时满足国内消费升级需求。

(四)局限与展望

本文在研究方法、样本选择、研究内容等方面存在局限。在研究方法方面,本文采用质性的案例研究方法,尽管案例研究方法在探究微观机制方面具有优势,但也存在研究结论外部效度较低的局限。在样本选择方面,本文所选的案例均为传统企业,四家企业均是先在国内发展,再进行国际化;但近年来越来越多的“天生全球化”企业(特别是数字化企业)不断涌现,这些企业可能从成立之初就同时在国内和国际两个市场经营,其双向赋能模式、机制和路径可能与传统企业存在显著差异。在研究内容方面,由于单个企业对国内经济大循环的赋能效应非常有限,因此基于案例研究的结论需要得到大样本研究的进一步检验。此外,本文并未对每一种赋能机制进行深入探讨,未来可以聚焦某一特定赋能机制进行深入研究。

从微观企业视角研究双循环新发展格局具有潜在的理论和现实价值,值得进一步探讨。首先,微观视角可以为双循环新发展格局相关理论提供微观基础,因为企业是经济循环的重要参与者,构建双循环新发展格局离不开企业的深度参与。其次,未来国际商务领域应该重视国际商务理论与双循环新发展格局研究的融合,这将为国际商务研究提供新方向与新机遇。特别是已有国际商务研究主要关注国际市场,较少将母国市场与海外市场纳入一个整体框架下进行分析(Li等,2021)。此外,未来研究可以关注新发展格局下中国跨国企业如何动态平衡和优化国内国际两个市场,以及传统外向型企业回归母国市场发展等现象。

主要参考文献

- [1]陈伟光,明元鹏,钟列场.构建“双循环”新发展格局:基于中国与世界经济关系的分析[J].改革,2021,(7):54-63.
- [2]杜晓君,张宁宇.组织污名对企业国际化绩效的影响[J].外国经济与管理,2019,41(7):112-124.

- [3]黄群慧. 新发展格局的理论逻辑、战略内涵与政策体系——基于经济现代化的视角[J]. 经济研究, 2021, 56(4): 4-23.
- [4]江小涓, 孟丽君. 内循环为主、外循环赋能与更高水平双循环——国际经验与中国实践[J]. 管理世界, 2021, 37(1): 1-18.
- [5]揭水晶, 吉生保, 温晓慧. OFDI逆向技术溢出与我国技术进步——研究动态及展望[J]. 国际贸易问题, 2013, (8): 161-169.
- [6]黎峰. 国内国际双循环: 理论框架与中国实践[J]. 财经研究, 2021, 47(4): 4-18.
- [7]李平, 丁威旭. “双循环”格局下中国企业的有效应对战略: 阴阳平衡视角[J]. 清华管理评论, 2021, (3): 92-97.
- [8]李震, 昌忠泽, 戴伟. 双循环相互促进: 理论逻辑、战略重点与政策取向[J]. 上海经济研究, 2021, (4): 16-27.
- [9]马建堂, 赵昌文. 更加自觉地用新发展格局理论指导新发展阶段经济工作[J]. 管理世界, 2020, 36(11): 1-6.
- [10]裴长洪, 刘洪愧. 构建新发展格局科学内涵研究[J]. 中国工业经济, 2021, (6): 5-22.
- [11]孙新波, 苏钟海, 钱雨, 等. 数据赋能研究现状及未来展望[J]. 研究与发展管理, 2020, 32(2): 155-166.
- [12]王毅. 双循环新发展格局中的企业创新战略[J]. 清华管理评论, 2021, (3): 72-80.
- [13]王一鸣. 百年大变局、高质量发展与构建新发展格局[J]. 管理世界, 2020, 36(12): 1-13.
- [14]魏婕, 任保平. 新发展阶段国内外双循环互动模式的构建策略[J]. 改革, 2021, (6): 72-82.
- [15]杨勃, 刘娟. 来源国劣势: 新兴经济体跨国企业国际化“出身劣势”——文献评述与整合框架构建[J]. 外国经济与管理, 2020, 42(1): 113-125.
- [16]杨婵, 贺小刚, 闫静波. 企业国际化决策中的制度效应: 入驻开发区的视角[J]. 外国经济与管理, 2021, 43(4): 19-33.
- [17]钟筱彤, 周连喜, 罗慧颖. 母国要素与新创企业国际化: 研究回顾与展望[J]. 外国经济与管理, 2019, 41(8): 3-16.
- [18]Bhaumik S K, Driffield N, Zhou Y. Country specific advantage, firm specific advantage and multinationality—Sources of competitive advantage in emerging markets: Evidence from the electronics industry in China[J]. *International Business Review*, 2016, 25(1): 165-176.
- [19]Chen D H, Yu X, Zhang Z. Foreign direct investment comovement and home country institutions[J]. *Journal of Business Research*, 2019, 95: 220-231.
- [20]Cuervo-Cazurra A, Luo Y D, Ramamurti R, et al. The impact of the home country on internationalization[J]. *Journal of World Business*, 2018, 53(5): 593-604.
- [21]Luo Y D, Tung R L. A general theory of springboard MNEs[J]. *Journal of International Business Studies*, 2018, 49(2): 129-152.
- [22]Ramamurti R, Williamson P J. Rivalry between emerging-market MNEs and developed-country MNEs: Capability holes and the race to the future[J]. *Business Horizons*, 2019, 62(2): 157-169.
- [23]Zheng N, Wei Y Q, Zhang Y B, et al. In search of strategic assets through cross-border merger and acquisitions: Evidence from Chinese multinational enterprises in developed economies[J]. *International Business Review*, 2016, 25(1): 177-186.

Two-way Enabling Mechanism between Domestic Market and Internationalization of Chinese Enterprises under the New Development Pattern: An Exploratory Case Study Based on Four Chinese Enterprises

Yang Bo¹, Wu Bo^{2,3}, Jiang Tingting^{2,3}

(1. School of Economics, Tianjin University of Finance Economics, Tianjin 300222, China;

2. School of Business Administration, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China;

3. Zheshang Research Institute, Zhejiang Gongshang University, Hangzhou 310018, China)

Summary: Building the new development pattern of dual circulation is the major strategic deployment put forward by the Central Committee of the Communist Party of China, but the current academic circles lack understanding of how to facilitate the dual circulation from the micro enterprise

level. Enterprises are the micro market entities of economic cycle, and facilitating domestic and international dual circulation cannot be separated from the deep participation of enterprises. This paper discusses the interactive relationship between domestic circulation and international circulation from the perspective of enterprises, attaching importance to the two-way enabling mechanism between the domestic market (domestic circulation) and the internationalization of Chinese enterprises (international circulation at the enterprise level). It explores the following questions: How does the domestic market enable the internationalization of Chinese enterprises? In turn, how does the internationalization of Chinese enterprises enable the domestic market?

Using the exploratory multi-case study method, this paper takes Geely, Haier, Topsun and Great Star as the research objects. The research finds that: Firstly, the domestic market not only has an important role for enabling the internationalization of Chinese enterprises, but also is the basic guarantee for enterprises to participate in the international circulation, including institutional enablement, factor endowment enablement and market enablement. Secondly, the internationalization of Chinese enterprises in turn has an enabling effect on the domestic market, including the micro level (enabling the domestic market development of enterprises, such as technology enablement and brand enablement) and the macro level (enabling the domestic economic cycle, such as promoting the development of relevant industries, promoting domestic consumption upgrading). Thirdly, due to the different internationalization modes and degrees and the proportion of domestic and international businesses, there are also differences in the modes, intensity and stages of their two-way enablement. Finally, from a dynamic perspective, the two-way enabling path between the domestic market and the internationalization of Chinese enterprises includes three stages: domestic market enabling enterprise internationalization → enterprise internationalization enabling domestic market in turn → two-way enablement of a higher level. For Chinese multinational enterprises that pay equal attention to both domestic and international markets and have a higher degree of internationalization, the two-way enabling pattern of a higher level has been gradually formed.

This paper has the following theoretical contributions: Firstly, it reveals the two-way enabling mechanism between domestic and international circulation from the perspective of micro enterprises, opening up the micro black box of interaction between internal and external circulation, which is helpful for providing a micro foundation for the macro dual-circulation research. Secondly, it highlights the strategic and specific role of Chinese enterprises (especially Chinese multinational enterprises) in establishing the new development pattern of dual circulation. Thirdly, different from the traditional international business research which focuses on the one-way relationship between the domestic market and the internationalization of enterprises, it focuses on the two-way influence mechanism between the two, which helps to deepen the existing research.

Key words: the new development pattern of dual circulation; domestic market; enterprise internationalization; two-way enabling mechanism; case study

(责任编辑:王 孜)