



CENGAGE
Learning™

国/际/商/务/经/典/译/丛

全球商务

..... 第 3 版

彭维刚 (Mike W. Peng) 著

易靖韬 译

Global Business

..... Third Edition



 中国人民大学出版社

国/际/商/务/经/典/译/丛

全球商务

..... 第**3**版

彭维刚 (Mike W. Peng) 著

易靖韬 译

Global Business

..... Third Edition

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

全球商务: 第3版/彭维刚著; 易靖韬译. —北京: 中国人民大学出版社, 2016. 1
(国际商务经典译丛)
ISBN 978-7-300-22417-6

I. ①全… II. ①彭…②易… III. ①国际贸易-教材 IV. ①F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 020666 号

国际商务经典译丛
全球商务 (第3版)
彭维刚 著
易靖韬 译
Quanqiu Shangwu

出版发行	中国人民大学出版社	邮政编码	100080
社 址	北京中关村大街31号		010-62511770 (质管部)
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62514148 (门市部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62515275 (盗版举报)
	010-62515195 (发行公司)		
网 址	http://www.crup.com.cn		
	http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店	版 次	2016年2月第1版
印 刷	北京七色印务有限公司	印 次	2016年2月第1次印刷
规 格	185 mm×260 mm 16开本	定 价	68.00元
印 张	25.25 插页2		
字 数	524 000		

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

出版说明

随着经济全球化的深入发展，国际贸易、投资和商务活动日益频繁，企业不可避免地要应对来自全球范围的更加激烈的竞争。与许多跨国公司相比，我国企业在国际化环境下成功运作的经验不足，国际化经营水平还比较低。更重要的是，我国国际商务专门人才极度短缺。

适应经济发展的要求，加速国际商务专门人才的培养和培训，已成为我国高等院校面临的紧迫任务。2010年，经国务院学位委员会批准，在部分高校设立国际商务硕士专业学位；2012年，教育部颁布了《普通高等学校本科专业目录（2012年）》，将国际商务专业从目录外专业调整为基本专业。

顺应这一教育发展趋势，中国人民大学出版社在成功出版“工商管理经典译丛”的基础上，精心策划并适时推出了“国际商务经典译丛”（翻译版）和“国际商务经典教材”（英文版）两套丛书。丛书所选书目，都是国际知名教授所著的经典教材，经过长期教学实践检验，多次再版且畅销不衰，被许多国家的著名大学和专业经管院校采用，包括查尔斯·希尔的《国际商务》、托马斯·普格尔的《国际贸易》和《国际金融》、沃伦·基根的《全球营销》等。

在引进和出版这两套丛书的过程中，我们力图基于目前国际商务专业的核心课程，兼顾企业国际化经营的实际需要。我们希望，通过政府相关部门的大力支持，通过教育机构、高等院校对企业需求和学科发展的关注，通过学生在学习过程中的积极努力和反馈，以及通过像中国人民大学出版社这样一批职业出版人的不懈追求，最终促进我国管理教育国际化的发展、我国企业国际竞争力的提升以及具有全球视野的国际商务专门人才的成长。

愿我们出版的这两套丛书，能对读者在系统学习国际商务基本理论知识、改善自身国际商务实践、全面提升自己的英语表达和跨文化沟通能力等方面有所助益。

中国人民大学出版社

译者序

全球化是一个历史进程，每一轮全球化浪潮都伴随着技术变迁和制度变革，中国在全球化的历史进程中扮演了重要的角色。中国由近代的闭关锁国走向现代的改革开放之路也经历了深刻的思维转变和体制变革。自20世纪80年代以来中国企业从计划走向市场，从封闭走向开放，在第一轮改革开放的“引进来”和第二轮改革开放的“走出去”中面临前所未有的竞争和挑战，在新的游戏规则中谋求生存和发展乃至进一步重新构建游戏规则已经成为我国政府部门和企业管理人员最重要的研究课题。

中国人民大学出版社顺应时代发展的要求，引进了国际商务领域著名学者彭维刚教授撰写的《全球商务》一书，对为我国政府部门政策制定者和当代企业管理者培养国际商务相关的知识、技能和视野做出了重要的贡献。彭维刚教授是美国得克萨斯大学达拉斯分校全球企业战略领域杰出讲座教授，是全美管理学界具有中国背景的学者中鲜有的单独撰写畅销教材的教授，《全球商务》一书即是他在北美国际商务领域的畅销教材之一。

国际商务学科在国内起步较晚，从国外引进的教材也为数不多，在同类国际商务教材中，本书具有如下几个鲜明的特点：首先，新颖性。作者从制度理论和资源理论的独特视角来阐释国际商务的现象和问题，并统领全书的主题。本书在继承传统理论的基础上吸收了国际商务最前沿的研究成果，从全新的视角为我们呈现了国际商务问题研究的独特的发展脉络。其次，系统性。作者构建了一个统一的、基于制度和资源观点的理论框架，以此形成了贯穿并统领全书多个主题的主线。这样不仅提升了教材的系统综合性和逻辑严密性，也便于学生更加系统和深入地掌握国际商务相关的知识、技能和观念。最后，实用性。每一章都有开篇案例，章节中间穿插有小案例，章节最后有关于管理启示的讨论，全书较好地体现了理论和实践的结合。

我与彭维刚教授相识于一次国际学术会议，被他的研究和演讲所吸引。在中国人民大学商学院聘请他作为客座教授之后，我们便开始了进一步的联系并进行了深入的交流。在翻译本书的过程中得到了他本人具体细致的指导，他同时对译稿提出了详细的修改意见，翻译本书让我获益匪浅。作为一个研究活跃的学者，作者努力吸收最新的研究成果，参阅了大量国际商务领域顶级期刊和经济学顶级期刊的论文，融研究成果于教材编写之中，增加了专业性和知识性。同时，作者采用生动的对话方式讲述故事，运用大量有趣生动的掌故、趣闻和流行电影素材，融生活素材于教材编写之中，增加了趣味性和可读性。

本书的译校是多人合作的成果。中国人民大学商学院易靖韬副教授组织了全书的译校工作，最后统稿并校译。中国人民大学商学院的研究生积极参与了本书的翻译工作，他们是蒙双（第1章、第2章和第3章），李光耀（第4章、第5章和第6章），张翹（第7章、第8

章和第9章), 徐雅君(第10章、第11章和第12章), 江莹(第13章、第14章和第15章)。

付印之际, 译者首先要感谢本书作者彭维刚教授为我们倾尽心血撰写了这样一本不可多得的具有启迪性和普适性的专业教材。同时, 还要感谢中国人民大学出版社的编辑为国内同行引进国外优秀学术成果和增进国际学术交流所做的卓越工作, 感谢该书第1版的译者刘益、谢恩、王龙伟等学者所做的前期努力和翻译工作, 使读者可以看到这样一本优秀的教材。

本书可作为各类大学本科、硕士研究生、MIB、MBA 和 EMBA 的教材或教学参考资料, 也可作为政府部门工作人员、各类企业管理者和行业分析人员的阅读材料。鉴于译者的水平和时间所限, 译稿内容可能会存在纰漏和不足, 敬请读者见谅并指正。

前 言

本书前两版致力于为国际商务教材设立一个新的标准。由于有来自澳大利亚、巴西、英国、加拿大、中国、埃及、法国、印度、印度尼西亚、爱尔兰、以色列、立陶宛、马来西亚、波多黎各、俄罗斯、斯洛文尼亚、南非、韩国、泰国和美国等国家的师生们的热情支持，前两版取得了前所未有的成功。中文翻译版现在已流行于市面，与克劳斯·迈耶（Klaus Meyer）合著的欧洲改编版也已经顺利推出。简而言之，《全球商务》这本教材是全球性的。

第3版沿用了在第1版中首创的市场制胜框架（即聚焦于一个关键问题和两个核心方面），而且已经彻底地更新以抓住时代发展的脉搏和跟上研究的最前沿。本书主要面向世界范围内的本科生和MBA学生，第3版将会继续致力于让国际商务教学更加吸引人、全面、有趣和相关。

更加吸引人

本书用一个统一的框架整合了所有章节，这在国际商务教材中是一大创新。由于国际商务有着广泛的议题，大多数教材勉强用一种含糊其辞的方式将本学科呈现出来。很少有学者能够解释清楚为什么这就是国际商务。这个统一的框架说明本学科可以由一个关键问题和两个核心方面整合起来。这个关键问题是：企业在全球经营的成败是由什么决定的？为了解决这个问题，本书引入两个核心观点，即制度基础观和资源基础观，并将其呈现在所有章节中。正是通过不断聚焦于一个关键问题和两个核心方面，才使得国际商务中各种各样的议题在本书中以一个综合的方式表述出来。这为国际商务的学习过程提供了连续性。

本书采用了基于证据的方法。我努力提供最新的研究成果，而非最新的时尚潮流。作为一名积极投身研究事业的人，我所提出的统一框架不仅是我写作时的灵光一现，更是一个关键问题与两个核心观点的拓展。^①

另一个可以与学生契合的途径是讨论。大多数教材把知识陈述出来而忽视了争论，显然本书不会忽视这一点。通过引入最前沿的论题让学生参与讨论是每个教材作者的责任，因

① 对于一个关键问题，请参考 M. W. Peng, 2004, Identifying the big question in international business research, *Journal of International Business Studies*, 35: 99-108. 对于制度基础观，请参考 M. W. Peng, S. L. Sun, B. Pinkham, & H. Chen, 2009, The institution-based view as a third leg for a strategy tripod, *Academy of Management Perspectives*, 23 (3): 63-81; M. W. Peng, D. Wang, & Y. Jiang, 2008, An institution-based view of international business strategy: A focus on emerging economies, *Journal of International Business Studies*, 39: 920-936. 对于资源基础观，请参考 M. W. Peng, 2001, The resource-based view and international business, *Journal of Management*, 27: 803-829.

而,我在每一章的“争论及扩展”部分会予以强调。

最后,本书通过引入一些案例来吸引学生的兴趣,同时又不降低案例水准。没有哪些国际商务教材能够给学生们呈现如下文章:《如何解救欧洲:一条来自国际货币基金组织总裁的消息》(见聚焦8—1),《中国加入世界贸易组织的十年:一条来自美国驻华大使的信息》(见新兴市场8—1),以及《哈佛商业评论》中关于中国对外直接投资的文章(我是那篇文章的作者,见新兴市场6—1)。这些文章不是摘录而是原文,这在国际商务教材(乃至任何管理类教材)中是首创。这些可读性极强的短文给学生提供最原始的见解。

更加全面

本书全面介绍了各种国际商务议题,有一些其他国际商务教材所没有的章节:

- 第10章,关于创业和小企业的国际化。
- 第12章,关于全球的动态竞争。
- 第14章,关于公司财务与治理。
- 第15章,关于公司社会责任(除了介绍道德、文化和规范的第3章)。
- 第11章(联盟与收购)中一半内容都是关于收购的。世界上基于对外直接投资的市场进入中,约70%是通过收购方式完成的。然而没有哪本国际商务教材会用一个章节来关注收购——显然,这是一个知识缺口。

只有借鉴最新和最广泛的研究文献才能做到对话题最全面的覆盖。我在2010年完成本书第2版之后,加快了自己的研究进程,迄今发表了超过50篇文章。^①我把这些最前沿的研究成果和思想融入本书以回馈读者。

除此之外,在图书编撰过程中我也查阅了许多专业期刊,如第5~7章的贸易与金融部分我借鉴了《美国经济评论》(*American Economic Review*)、《经济文献杂志》(*Journal of Economic Literature*)和《经济学季刊》(*Quarterly Journal of Economics*);在编写第10章时查阅了《创业风险杂志》(*Journal of Business Venturing*)和《创业理论与实践》(*Entrepreneurship Theory and Practice*);第14章的部分内容则参考了《金融杂志》(*Journal of Finance*)和《金融经济杂志》(*Journal of Financial Economic*)。

可以说本书拥有其他国际商务教材所没有的广度。虽然一本教材难以做到事无巨细、面面俱到,但我相信没有遗漏任何主流研究领域。

最后,本书还延续了在国际商务教材领域内的一个创新之举,即囊括世界各地学者贡献的全球案例。事实上几乎所有其他国际商务教材中的案例都是由作者本人撰写的。本书的案例集结了奥地利、巴西、中国、法国、德国、印度和美国等国家专家的心血,许多专家来自案例所在地。本书案例丰富多样,集各家之所长,势必会为国际商务在全世界的教学提供便利。

更加有趣

如果你担心本书颇多着墨于当前研究而难逃乏味并心生恐惧,那你错了,因为我用一种

^① 我发表的所有文章都在 www.mikepeng.com 和 www.utdallas.edu/~mikepeng 上。

清晰、有趣的方式把“故事”娓娓道来。与其他国际商务教材相比，本书的章节编排更加直观和简洁。一些评论家认为阅读《全球商务》就像是在阅读一本“好杂志”。书中穿插了许多趣闻轶事，除了来自商界之外，还有些非传统的例子，从中国古代军事作品到美苏之间的“冷战”，从莎士比亚的《威尼斯商人》到托尔斯泰的《安娜·卡列尼娜》。电影《好人寥寥》、《魔鬼代言人》和《律政俏佳人》也均有涉及。此外，章首案例、章末案例、聚焦专栏等都为本书增添了趣味。读者可以查看下列乐趣横生的文章：

- 新兴市场：在沙特阿拉伯开派对（第3章章首案例）
- 为最脏的在线工作增添价值（聚焦4—2）
- 为什么美国出口的产品如此有竞争力？（第5章章首案例）
- 新加坡的难题（聚焦5—1）
- 新兴市场：阿根廷请为我哭泣（第6章章末案例）
- 希腊的悲剧（第8章章末案例）
- 世界上最适宜生产“伟哥”的地方（聚焦9—1）
- 巴西的特大交易（新兴市场11—2）
- 鸡窝里的狐狸（聚焦12—2）
- 新兴市场：米奇走入上海（第13章章首案例）
- 米尔顿·弗里德曼的观点走向全球化（新兴市场15—1）
- 狼之战（第15章章末案例）

更加相关

大多数教材中的章节是为了让学生们明白“那又怎样”的道理，但我把每个章节的内容归纳成一个名为“管理启示”的专栏。每一章都有一个从实践角度出发且清晰归纳了主要知识点的表格，还没有哪本国际商务教材能做到这一点。

伦理道德也是贯穿全书的一个主题，每章都有一系列关键问题讨论。许多章节为学生提供了职场建议，如：

- 第1章在聚焦1—3专栏中直接点出了许多学生都关心的问题：我应该学习哪种语言？研究什么领域？
- 第4章将资源基础观延伸到个人层面，关乎学生自身发展。作为学生，你要让自身具有价值、拥有稀缺的资源 and 难以模仿的能力，从而在企业中无可替代，也就是说，你要让自己的工作无法外包给他人。

目 录

第 I 篇 全球商务基础	(1)
第 1 章 全球化的商务活动	(3)
章首案例 新兴市场：马恒达与约翰·迪尔	(3)
1.1 什么是全球商务	(4)
聚焦 1—1 弄清术语的含义	(8)
1.2 为什么要学习全球商务	(10)
1.3 一个整合的框架	(13)
聚焦 1—2 Zara 摆脱行业规范	(16)
1.4 什么是全球化	(17)
1.5 全球商务和处于十字路口的全球化	(20)
聚焦 1—3 我应该学习哪种语言？研究什么领域？	(22)
1.6 本书结构	(23)
章末案例 新兴市场：金字塔底层的直销	(25)
第 2 章 理解政治、法律和经济	(28)
章首案例 新兴市场：俄罗斯的危险和前景	(28)
2.1 理解制度	(31)
2.2 制度的作用是什么	(32)
聚焦 2—1 监管美国	(32)
2.3 全球商务中的制度基础观	(34)
2.4 两种政治体制	(35)
新兴市场 2—1 管理在利比亚的政治风险	(37)
2.5 三种法律体系	(38)
2.6 三种经济体制	(42)
2.7 争论及扩展	(43)
新兴市场 2—2 欢迎与限制主权财富基金投资	(47)
2.8 管理启示	(49)
章末案例 新兴市场：古巴的未来	(51)

第3章 重视文化、道德和规范	(54)
章首案例 新兴市场：在沙特阿拉伯开派对	(54)
3.1 非正式的制度从何而来	(56)
3.2 文化	(56)
新兴市场 3—1 北越与南越	(57)
3.3 文化差异的分类	(61)
聚焦 3—1 定义中欧	(63)
聚焦 3—2 对霍夫斯泰德理论框架的批评	(66)
3.4 道德	(68)
3.5 规范与道德挑战	(71)
3.6 争论及扩展	(72)
3.7 管理启示	(75)
章末案例 金吉达坚持香蕉事业	(78)
第4章 在全球利用能力	(81)
章首案例 柯达的最后时光	(81)
4.1 了解资源和能力	(83)
聚焦 4—1 本田知道如何飞行吗?	(84)
4.2 资源、能力和价值链	(85)
4.3 从SWOT到VRIO	(88)
聚焦 4—2 为最脏的在线工作增添价值	(90)
4.4 争论及扩展	(92)
新兴市场 4—1 HTC：从原始设计制造商到原始品牌制造商的转变	(95)
4.5 管理启示	(97)
聚焦 4—3 现代的艰苦战斗	(98)
章末案例 新兴市场：为什么亚马逊的Kindle不能在美国制造	(100)
第II篇 全球商务的途径	(105)
第5章 国际贸易	(107)
章首案例 为什么美国出口的产品如此有竞争力?	(107)
5.1 为什么国家之间会进行贸易	(109)
5.2 国际贸易理论	(112)
新兴市场 5—1 战略性贸易理论在太阳能电池板中的应用	(120)
5.3 国际贸易的现实	(123)
聚焦 5—1 新加坡的难题	(126)
5.4 争论及扩展	(128)
5.5 管理启示	(131)
聚焦 5—2 英国的新工业革命?	(132)
章末案例 新兴市场：巴西寻求比较优势	(134)

第 6 章 对外直接投资	(136)
章首案例 德国公司的对外直接投资.....	(136)
6.1 理解对外直接投资.....	(138)
6.2 为什么企业要通过对外直接投资而成为跨国企业.....	(141)
6.3 对外直接投资的现实情况.....	(147)
聚焦 6—1 对外直接投资对英国的利弊.....	(149)
6.4 跨国企业如何与东道国政府讨价还价.....	(151)
聚焦 6—2 英特尔公司与以色列政府的谈判.....	(152)
6.5 争论及扩展.....	(153)
新兴市场 6—1 基于证据的观点来谈谈为什么中国的对外直接投资 不是威胁.....	(155)
6.6 管理启示.....	(156)
章末案例 新兴市场：阿根廷请为我哭泣.....	(158)
第 7 章 外汇交易	(161)
章首案例 澳大利亚葡萄酒.....	(161)
7.1 影响外汇汇率的因素.....	(163)
新兴市场 7—1 拉丁美洲强劲的经济和坚挺的货币.....	(168)
7.2 国际货币体系的演化.....	(170)
聚焦 7—1 IMF 2.0?.....	(172)
7.3 对于汇率波动的战略反应.....	(174)
7.4 争论及扩展.....	(177)
新兴市场 7—2 中国出口商应对非洲的货币波动.....	(179)
7.5 管理启示.....	(180)
章末案例 瑞士法郎：来自何处的货币?.....	(182)
第 8 章 全球与区域一体化	(185)
章首案例 欧洲业务的一天.....	(185)
8.1 全球经济一体化.....	(187)
8.2 组织全球贸易.....	(189)
8.3 区域经济一体化.....	(192)
8.4 欧洲的区域经济一体化.....	(194)
聚焦 8—1 如何解救欧洲：一条来自国际货币基金组织总裁的消息.....	(198)
8.5 美洲的区域经济一体化.....	(199)
聚焦 8—2 北美自由贸易协定中一个耗费 18 年才得以实施的条款.....	(200)
8.6 亚太地区的区域经济一体化.....	(202)
8.7 非洲的区域经济一体化.....	(203)
8.8 争论及扩展.....	(204)
新兴市场 8—1 中国加入世界贸易组织的十年：一条来自美国驻华 大使的信息.....	(207)
8.9 管理启示.....	(208)

章末案例 希腊的悲剧	(210)
第Ⅲ篇 全球战略	(213)
第9章 进入外国市场	(215)
章首案例 新兴市场: 印度企业在非洲找到新机遇	(215)
9.1 克服外商劣势	(217)
新兴市场 9—1 俄罗斯企业展翅飞向海外	(217)
9.2 何处进入	(219)
聚焦 9—1 世界上最适宜生产“伟哥”的地方	(220)
9.3 何时进入	(222)
9.4 如何进入	(224)
新兴市场 9—2 珠江钢琴进入外国市场的模式	(227)
9.5 争论及扩展	(230)
9.6 管理启示	(233)
章末案例 坐着巴士进入美国	(235)
第10章 创业型企业	(238)
章首案例 萨图纳资本: 一个伊斯兰金融的领先者	(238)
10.1 创业与创业型企业	(240)
10.2 制度和资源如何影响创业	(240)
聚焦 10—1 获取电力	(242)
10.3 成长中的创业型企业	(244)
新兴市场 10—1 从巴西起飞的阿苏尔航空公司	(245)
新兴市场 10—2 以色列: 创业国度	(246)
10.4 创业型企业的国际化	(248)
10.5 争论及扩展	(252)
10.6 管理启示	(254)
章末案例 萧条中的繁荣: 是好是坏?	(256)
第11章 联盟与收购	(259)
章首案例 桑内拉电信在欧亚大陆的联盟和收购	(259)
11.1 定义联盟和收购	(261)
11.2 制度、资源、联盟与收购	(262)
新兴市场 11—1 肯德基、必胜客与中石化展开合作	(266)
11.3 联盟的形成	(268)
11.4 联盟的演化和解散	(270)
11.5 联盟绩效	(272)
11.6 收购的动机	(273)
新兴市场 11—2 巴西的特大交易	(274)
新兴市场 11—3 来自中国和印度的新兴收购者	(275)
11.7 收购的绩效	(276)

11.8	争论及扩展	(278)
11.9	管理启示	(279)
	章末案例 野村证券整合雷曼兄弟亚洲及欧洲资产	(282)
第 12 章	管理动态竞争	(285)
	章首案例 新兴市场：阿联酋航空与传统航空公司及 区域竞争对手的斗争	(285)
12.1	竞争、合作与合谋	(287)
	聚焦 12—1 道德困境：行业价格的领导者戴比尔斯	(290)
12.2	管理国内与国际竞争的制度	(291)
12.3	影响动态竞争的资源	(294)
	聚焦 12—2 鸡窝里的狐狸	(297)
12.4	攻击、反击和发信号	(298)
12.5	本土企业与跨国企业	(299)
12.6	争论及扩展	(301)
	新兴市场 12—1 从贸易战争到反垄断战争	(303)
12.7	管理启示	(304)
	章末案例 新兴市场：海洋公园对战迪士尼乐园	(306)
第 13 章	战略与结构	(309)
	章首案例 新兴市场：米奇走入上海	(309)
13.1	跨国企业的战略与结构	(310)
	聚焦 13—1 万字酱油的成功	(313)
13.2	制度和资源如何影响跨国公司的战略、组织结构与学习	(318)
	聚焦 13—2 外籍老板	(321)
13.3	在全球进行学习、创新和知识管理	(322)
13.4	争论及扩展	(326)
	聚焦 13—3 拜耳材料科技北美分公司的主导	(327)
13.5	管理启示	(329)
	章末案例 总部海外迁移	(331)
第 IV 篇	实现卓越	(335)
第 14 章	公司治理	(337)
	章首案例 通用资本	(337)
14.1	融资决策	(339)
14.2	所有者	(341)
14.3	管理者	(342)
	聚焦 14—1 新闻集团的委托—委托冲突	(343)
14.4	董事会	(345)
	新兴市场 14—1 中国企业中的外部董事	(346)
14.5	治理机制组合	(348)

14.6	全球视角的治理机制	(350)
14.7	制度、资源与公司财务和治理	(351)
	聚焦 14—2 拯救伦敦	(354)
14.8	争论及扩展	(356)
14.9	管理启示	(357)
	章末案例 良好的公司治理有什么好处?	(359)
第 15 章	公司社会责任	(363)
	章首案例 玛莎百货的 A 计划	(363)
15.1	利益相关者观点	(366)
	新兴市场 15—1 米尔顿·弗里德曼的观点走向全球化	(368)
	聚焦 15—1 迈克尔·波特的共享价值观	(369)
15.2	制度、资源和公司社会责任	(371)
	聚焦 15—2 瑞士再保险公司的智能气候战略	(374)
15.3	争论及扩展	(377)
15.4	管理启示	(379)
	章末案例 狼之战	(381)

第 I 篇

全球商务基础

Laying Foundations

- ▷▷▷ 第 1 章 全球化的商务活动
- ▷▷▷ 第 2 章 理解政治、法律和经济
- ▷▷▷ 第 3 章 重视文化、道德和规范
- ▷▷▷ 第 4 章 在全球利用能力

