



国际贸易经典译丛

J·迈克尔·格林格 (J.Michael Geringer)
迈克尔·S·迈纳 (Michael S.Minor) / 著
珍妮·M·麦克内特 (Jeanne M. McNett)
张倩 彭志文 等 / 译

国际商务

International Business



国际贸易经典译丛

国际商务

J·迈克尔·格林格 (J. Michael Geringer)
迈克尔·S·迈纳 (Michael S. Minor) / 著
珍妮·M·麦克内特 (Jeanne M. McNett)
张倩 彭志文 等 / 译

International Business

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务/格林格等著;张倩等译.—北京:中国人民大学出版社,2016.1
(国际贸易经典译丛)
书名原文:International Business
ISBN 978-7-300-22327-8

I. ①国… II. ①格…②张… III. ①国际商务 IV. ①F740

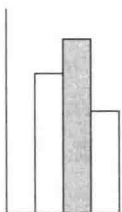
中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 320021 号

国际贸易经典译丛

国际商务

J·迈克尔·格林格
迈克尔·S·迈纳 著
珍妮·M·麦克内特
张倩 彭志文 等译
Guoji Shangwu

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511770 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	三河市汇鑫印务有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2016 年 1 月第 1 版
印 张	23.25 插页 1	印 次	2016 年 1 月第 1 次印刷
字 数	450 000	定 价	55.00 元



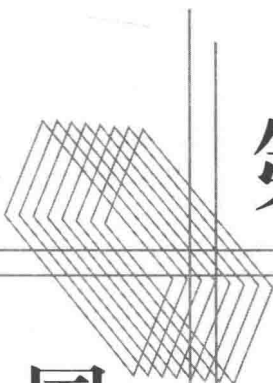
目 录

第一篇	国际商务的本质	1
	第 1 章 国际商务带来的挑战	3
	1.1 什么是国际商务?	4
	1.2 国际商务有什么不同?	5
	1.3 国际商务简史	9
	1.4 国际公司与国际商务的增长	11
	1.5 什么是全球化?	15
	1.6 全球化的驱动力	15
	1.7 进入海外市场的动机	22
	1.8 企业全球化的七个维度	27
	1.9 本书的结构	27
	第 2 章 国际贸易与国际投资	28
	2.1 国际贸易	29
	2.2 国际贸易的方向	31
	2.3 主要贸易伙伴:对管理人员的影响	33
	2.4 解释国际贸易为什么发生:国际贸易理论	35
	2.5 对外投资	44

2.6	贸易和投资是否会影响经济和社会发展?	52
2.7	解释对外直接投资: 国际投资理论	55
第3章	国际商务视角的国际制度	59
3.1	什么是制度以及为什么它们能起作用	60
3.2	联合国	62
3.3	国际货币基金组织	65
3.4	世界贸易组织	68
3.5	经济一体化协定	71
3.6	经济一体化协定的例子	73
3.7	欧盟	74
第二篇	国际环境	79
第4章	社会文化因素	81
4.1	什么是文化?	82
4.2	文化影响着企业的各个方面	83
4.3	文化的比较框架	85
4.4	社会文化角度的文化	95
第5章	自然资源与环境的可持续性	100
5.1	竞争优势: 波特的钻石模型	102
5.2	地理位置: 政治与经贸关系	102
5.3	地形地貌	104
5.4	水体	106
5.5	气候	108
5.6	自然资源	109
5.7	环境可持续性	123
第6章	政治与贸易因素	130
6.1	政府对企业的所有权	131
6.2	私有化	131
6.3	政府保护	132
6.4	政权稳定	135
6.5	跨国公司	135
6.6	国家风险评估	136
6.7	贸易限制	137
第7章	知识产权与其他法律问题	148
7.1	国际法律因素	149

7.2	解决国际争端	150
7.3	知识产权	152
7.4	全球法律的标准化	155
7.5	一些具体的国家法律	156
7.6	影响美国企业国际商务活动的一些美国法律	161
第8章	国际货币体系与金融因素	165
8.1	国际货币体系	166
8.2	金融因素	171
8.3	外汇	172
8.4	汇率变化的原因	173
8.5	外汇管制	176
第9章	劳动力	185
9.1	全球劳动力状况及发展趋势	185
9.2	招聘政策方面的考虑	194
9.3	劳资关系问题	200
第三篇	组织环境	205
第10章	国际竞争战略	207
10.1	跨国公司管理者面临的竞争挑战	208
10.2	国际战略及其重要性	208
10.3	全球战略规划	209
第11章	组织设计与控制	226
11.1	什么是组织设计? 为什么它对国际化企业来说 很重要?	227
11.2	控制	238
11.3	汇报	244
11.4	在一个失控的世界从事管理活动	245
第12章	国际市场评估	246
12.1	市场筛选	247
12.2	国家筛选	248
12.3	地区筛选	260
第13章	进入模式	264
13.1	进入海外市场	265
13.2	出口的挑战	276

第 14 章 国际营销	278
14.1 国际营销的复杂性	279
14.2 营销矩阵（卖什么以及如何卖）	279
第 15 章 全球化经营与供应链管理	297
15.1 管理全球供应链	298
15.2 产品与服务设计	299
15.3 全球外包	300
15.4 生产系统	306
15.5 物流	306
15.6 全球化经营的标准化和管理	307
15.7 全球化经营标准化的阻力	311
15.8 当地制造系统	314
第 16 章 人力资源管理	317
16.1 国际人力资源管理方法	318
16.2 员工招聘与筛选	320
16.3 员工培训与发展	323
16.4 外派人员	325
16.5 薪酬	332
第 17 章 国际会计与财务管理	344
17.1 国际会计	345
17.2 国际财务管理	351
17.3 企业的资本结构	351
17.4 现金流管理	355
17.5 外汇风险管理	359
17.6 税收问题	362



第一篇

国际商务的本质

本篇介绍

我们生活的世界日渐以一种复杂并且有趣的方式联系在一起。本书第一篇介绍国际商务的本质和范畴，以及国际商务经理们从事经营活动的三种环境。这些经理们的业绩如何很大程度上就取决于他们对国内环境、国际环境以及国外环境的理解。

第1章讨论什么是国际商务、三种环境的概念以及它们的影响因素。通过学习国际商务的历史，我们了解到跨国企业已经存续了几个世纪的时间，但是今天的国际化企业——以爆炸式扩张以及对海外业务的高度控制为特征——与之前的国际化企业有着显著区别。我们还会讨论哪些力量驱动着企业走向国际化以及企业为什么要走向海外市场，并且探讨支持和反对企业国际化的各方之间的争论。另外，我们还介绍了如果管理者希望带领企业走向国际化的话，他们可以沿着哪七个维度进行发展。

在第2章中，我们会介绍与国际贸易和国际投资的发展、扩大有关的内容。我们还对与国际贸易和国际投资有关的主要理论做了一个简要的回顾。对这些内容有一个基本的了解不仅可以帮助学生更好地理解企业管理者、政府官员等过去的一些做法，而且可以更好地洞悉未来他们会做些什么。

第3章讨论在国际环境中运行的一些组织，以及会通过一些基本的方式对国际商务产生影响的机构。这些国际机构既可能促进也可能阻碍企业的发展。本章介绍的这些国际机构以及国际协定既有政府组织也有一些私人组织，它们存在的目的可能是政治方面的也可能是经济方面的，或者是两者兼而有之。这些国际组织中有一些权力很大（比如欧盟），其他一些组织的权力可能相对要小一些，但是不论权力大小它们对于企业来说都是非常重要的。

第一篇 国际商务的本质

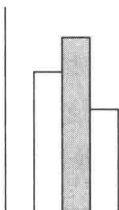
第1章 国际商务带来的挑战

第2章 国际贸易与国际投资

第3章 国际商务视角的国际制度

第二篇 国际环境

第三篇 组织环境



国际商务带来的挑战

学习目标

在学过本章之后，你应该能够：

1. 理解什么是国际商务以及为什么国际商务很重要。
2. 了解国际商务与国内商务为什么不同以及有哪些不同。
3. 了解国际商务在世界发展过程中有着悠久历史，占据重要的地位。
4. 了解市场上激烈的国际化进程。
5. 了解使得管理者带领企业走向国际化的五种不断变化的驱动力。
6. 了解支持和反对企业国际化的各种观点。
7. 解释企业进入海外市场的原因。

8. 了解国际化企业至少可以在七个维度上进行国际化扩张，并且企业从某个维度看可能是部分国际化的，但是从其他维度看就是完全国际化的了。

本章要点

为了弄清楚你是如何参与到国际经济中的，不妨想一下你自己每天的生活是如何开启的。早晨醒来之后，你会用卡西欧手表看时间，用三星手机查短信，然后一边洗澡一边用东芝电视收看新闻和天气预报。用康尼尔吹风机吹干头发之后，可能你会套上迪赛牌的牛仔裤，匆忙喝一杯达能酸奶以及摩特（Mott）

公司生产的苹果汁，在用联合利华出品的 CLOSE UP 牙膏刷牙之后，开着你的本田轿车去上课，其中你的轿车用的是费尔斯通的轮胎，烧的是壳牌汽油。与此同时，在地球的另一端，一群穿着耐克的日本学生在 YouTube 上看过视频之后可能正在一边关惠普电脑，一边讨论着要不要去麦当劳喝杯可乐、吃个汉堡，或者是去星巴克喝杯咖啡。离开学校的时候，他们把所有的书本放到杰斯伯 (JanSport) 背包里，穿上北脸公司生产的夹克，带上 Oakley 公司生产的太阳眼镜，同时打开他们的 iPod。

在本章开篇给出的例子中，有没有发现你和日本学生们有什么共同之处？答案是，你们消费的都是由外资企业生产的产品。这就是所谓的国际商务。

到目前为止，你阅读的每一个字都指向一个重要的事实：为了应对国际化竞争带来的挑战，每一个企业管理者都必须具备一定的国际商务方面的知识。获取这方面的知识一定程度上包括学习一些与国际商务有关的专业术语，就像你们所了解的，这也是所有入门课程的一个重要功能。

1.1 什么是国际商务？

因为国际商务是一个相对比较新的学科而且变化非常大，所以你可能会发现对它的定义也是五花八门。为了避免因为不同定义指代范围不同而造成困扰，在本书中我们将使用下面给出的定义，这也是被企业经理们普遍接受的一些定义：

(1) 国际企业 (international business) 是指业务活动跨越国界的企业。这个定义不仅仅包括国际贸易和海外生产制造，而且包括正在不断发展的服务业，比如交通运输、旅游业、广告业、批发零售业以及大众传播业等。

(2) 外资企业 (foreign business) 是指在母国市场之外的其他国家开展经营的企业。很多人在提到这类企业时往往包含它们在外国经营的意思。但是有时候，有些人会不加区分地使用外资企业和国际企业这两个术语，但是在本书中二者还是有区别的。

(3) 多国本土化公司 (multidomestic company, MDC) 是指在多个国家拥有分支机构，各个分支机构都根据所在市场的独特之处，自主制定自己的商业战略的组织。

(4) 全球公司 (global company, GC) 是指希望在全球范围内实现大部分甚至是所有业务的标准化和一体化的组织。

(5) 国际公司 (international company, IC) 是指全球或多国本土化公司。

虽然我们主要使用全球、多国本土化以及国际公司或者企业这种说法，但是有时候我们也会穿插使用多国企业（multinational enterprise, MNE）或者是多国公司（multinational company, MNC）、国际公司这样的表达方式，其他文献以及在现实生活中这些术语也是混用的。

尽管你可能会发现有人认为多国公司和多国企业、跨国公司（transnational corporation）等是同一个意思^①，但是美国以及很多发展中国家的政府会使用跨国而不是多国一词来指代那些在不止一个国家做生意的企业。比如，联合国贸易和发展会议（简称联合国贸发会议，UNCTAD）给出的定义是：“跨国公司通常是指那些在两个以及两个以上的国家设立分支机构，有着同一个决策制定系统，执行统一的政策和共同的战略的企业。这些分支机构通过股权或者是其他方式紧密联系在一起，互相影响，更重要的是可以互相分享各种技术、资源以及责任。”^②最近，一些学者开始用“跨国”一词来指代那些兼具全球公司 and 多国公司特征的企业：（1）希望通过全球一体化来实现规模经济效应；同时（2）对当地特殊的环境有高度的自主权（对此，一个新的名称是“多文化多国家”）。^③

1.2 国际商务有什么不同？

与国内商务活动相比，国际商务的不同之处在于跨国经营的企业必须应对三种不同的环境因素——国内环境、国外环境以及国际环境。相反，业务活动主要发生在某个国家内部的企业只需要关注国内环境的变化。但是没有哪国内企业可以完全摆脱国外或者是国际环境因素的制约，因为来自国外进口或者是国外竞争对手在本国设立分支机构的压力永远是存在的。下面我们首先来看一下这三种环境因素，然后再来探讨一下企业如何在三种环境中运营和发展。

^① For example, see Cornelis A. de Kluyver and John A. Pearce II, *Strategy: A View from the Top*, 2nd ed. (Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall, 2006), p. 38; *InvestorDictionary.com*, “Multinational Corporation,” <http://investordictionary.com/definition/multinational-corporation.aspx> (May 2, 2010); and “Multinational Corporation,” http://en.wikipedia.org/wiki/Multinational_corporation (May 2, 2010).

^② UNCTAD, “Transnational Corporations Statistics,” www.unctad.org/templates/Page.asp?int-ItemID=3159&lang=1 (May 2, 2010).

^③ Anil K. Gupta, Vijay Govindarajan, and Haiyan Wang, *The Quest for Global Dominance*, 2nd ed. (San Francisco: Jossey-Bass, 2008); Yves Doz, Jose Santos, and Peter Williamson, *From Global to Metanational* (Boston, MA: Harvard Business School Press, 2001); Anne-Wil Harzing, “An Empirical Analysis and Extension of the Bartlett and Goshal Typology of Multinational Corporations,” *Journal of International Business Studies*, First Quarter 2000, pp. 101–19; and C. A. Bartlett and S. Goshal, *Managing across Borders: The Transnational Solution* (Boston: Harvard Business School Press, 1989).

□ 1.2.1 外部与内部环境因素的影响

在这里，我们使用“环境”一词来指代会影响到企业生存与发展的所有因素。这些因素本身又可以分为外部因素和内部因素。外部因素通常又被称为不可控因素。企业管理者不能直接掌控这些因素，尽管这些因素确实会产生影响——比如要求改变立法的游说力量以及大力推销某种要求人们的文化观念发生转变的新产品。外部因素主要包括以下几种：

(1) 竞争因素：竞争对手的类型与数量、竞争对手所处的位置以及推出哪些活动。

(2) 分销渠道：可用来配送产品和服务的国内外机构。

(3) 经济因素：会影响企业业务能力的各种因素（比如国民生产总值、单位劳动力成本、个人消费支出水平等）。

(4) 社会经济因素：人口的特征与分布。

(5) 金融因素：包括利率、通货膨胀率以及税率等在内的一些因素。

(6) 法律因素：规制企业运营的国内外法律法规。

(7) 自然条件：包括地形地貌、气候以及自然资源等在内。

(8) 政治因素：包括民族主义、政府组织形式以及国际组织等在内的一国的政治气候。

(9) 社会文化因素：对国际管理人员至关重要的文化因素（比如人们的价值观、信仰以及世界观等）。

(10) 劳动力因素：劳动力的构成、技能以及价值观等。

(11) 技术因素：会影响到资源转换成产品的方式的技术水平以及机器设备等。

企业管理人员拥有一定掌控力的因素被称为内部因素，比如生产要素（资本、原材料、人员）以及组织的活动（人员、财务、生产以及营销等）。这些都是可控因素，管理人员必须进行管理以便应对不可控因素的变化。下面我们来看一下政治因素的一个变化——欧盟在 2007 年的扩张——是如何对全世界在 27 个欧盟成员国做生意的企业产生影响的。这些企业必须要进行自查，调整那些会受到这次扩张影响的业务。比如，有些欧洲企业或者是其他国家的企业将海外分公司从某个欧盟成员国搬到了其他成员国，以便利用当地成本更低廉的劳动力。有些美国以及亚洲企业在某个欧盟成员国设立了分厂，以便为这个庞大的自由贸易区提供产品。这样一来，这些企业就无须再从母国进口产品，从而也就不必再缴纳关税了。

□ 1.2.2 国内环境

国内环境是指发源于一国国内、会影响到企业生存和发展的所有不可控因素。显然，这也是企业经理们最熟悉的因素。不过，虽然说是国内因素，但是并不代表它们不会影响到企业的海外业务。比如，如果母国出现了外汇短缺，本国政府可能会限制对外投资以便减少外汇流出本国。这样一来，多国公司的企业经理们可能会发现自己无法按照所希望的那样扩大海外分公司。另外一个真实的例子是，一国本土企业的工会组织罢工时了解到，该企业的海外分公司向总部提供了一部分零部件。于是，这些罢工人员联系了海外分公司的工会，请求那里的工人不要加班来为正举行罢工的企业提供零部件。国内环境因素的影响在国内外都可以感受到。

□ 1.2.3 国外环境

国外环境与国内环境类似，区别在于这些因素存在于企业所在国家之外的其他国家和地区。但是，因为各种原因——包括我们在这里介绍的这些原因，国外环境的作用方式不同于国内环境。

1. 价值观不同

尽管国内和国外两种环境中的因素的类型没有太大区别，但是它们的价值观往往差别很大，有时候甚至是完全相反的。政治因素具有截然相反的价值观并且给跨国公司的经理们带来很大困扰的一个经典案例是美国对古巴的贸易禁运。禁运意味着古巴不能从美国制造商那里购买公共汽车。为了绕开禁运，古巴转而从这些美国制造商设在阿根廷的分厂进行采购。虽然公司总部通知因为贸易禁运的规定，分公司不能接受这些订单，但是阿根廷政府却下令要求当地企业履行这些订单。阿根廷政府声称，阿根廷企业不需要服从外国政府的指令，而这些美国企业的阿根廷分公司无疑也属于阿根廷企业的范畴。结果是，阿根廷分公司的经营管理层不知如何是好。最后，美国总部改变主意，允许它们的阿根廷分公司接受古巴的订单。

2. 很难评估

国外环境因素存在的另一个问题是它们通常都很难评估。对于法律和政治因素来说，尤其是这样。为了取悦一部分国内民众，一国可能会通过一项民族主义倾向极为强烈的立法。在外界眼中，一国政府看上去似乎是反对外来投资的；但是一个追求实用主义的领导人可能恰恰是鼓励外来投资的。这

方面一个很好的例子便是墨西哥，一直到 1988 年，该国的一项立法都禁止外国人在墨西哥企业拥有绝大多数股权。但是，另外一项规定则允许例外情况的存在，即“如果该投资有助于提升墨西哥的福利水平，则除外”。正是因为这一规定，包括 IBM、伊顿（Eaton）等在内的一些企业才被获准在墨西哥设立全资子公司。

3. 相互作用

在后面的章节中，我们将会看到这些因素是如何相互联系、相互影响的。这本身并不是一个新的问题，因为在国内开展业务的经理们也会面临同样的情形。但是，在国外环境下，不同因素之间相互作用的方式及其结果与国内环境下是不同的。例如，很多发展中国家都面临着资本成本高昂，同时拥有大量非熟练劳动力的局面，导致这些国家和发达的工业化国家相比，往往会采取更低的技术水平。换句话说，面对是采用昂贵的、只需要较少工人的专用设备，还是采用更加便宜、通用性较强但是需要更多工人的技术设备这两个选择，企业管理人员在利率水平较高，同时有大量劳动力供给的条件下，会选择后者。另一个例子是自然条件与社会文化因素的相互作用。阻碍一国人口自由流动的因素，比如大面积的山川和沙漠等，会使得一国内部保留各种不同的文化，而这会对企业的决策产生影响。

□ 1.2.4 国际环境

国际环境由以下不同因素之间的交互作用构成：（1）国内环境因素与国外环境因素；（2）当一国企业与另一国的客户做生意时，这两个国家面对的国外因素。这一点也是和国际商务的定义相吻合的：跨越各国国境的商务活动。

例如，一家跨国企业或者是全球企业总部的员工是在国际环境中工作的，只要他们以任何方式参与到另外一个国家的业务中；但是在国外分公司的员工则不是在国际环境中工作，除非他们通过出口或者是管理其他国家分公司的方式参与到了国际商务中。换句话说，诺基亚（中国）的销售经理如果仅仅在中国销售手机的话，就不是在国际环境中工作。如果诺基亚（中国）公司向泰国出口手机，那么这位销售经理就既受到中国国内环境的影响，也受到泰国环境的影响，因此就变成是在国际环境中工作了。那些自身的行动会对国际环境产生影响的国际组织也是国际环境的一个组成部分。这些国际组织包括：（1）全球性机构（比如世界银行）；（2）几个国家或地区组成的区域经济集团（比如北美自由贸易区、欧盟）；（3）受行业协定规制的组织（比如石油输出国组织）。

1. 决策的制定过程更加复杂

那些在国际环境中工作的人会发现，决策的制定过程和单纯的国内环境下相比要复杂得多。不妨设想以下情形：在某公司总部工作的一位经理要制定一个会对分布在10个不同国家和地区的分公司产生影响的决策（很多国际公司都在全球二十多个国家设立了分支机构）。这位经理不仅要考虑到母国环境的作用，还必须评估另外10个海外国家的影响。与国内同事们只需要考虑由10个因素组成的一组力量的作用不同，他们必须面对10组这样的10个因素的影响，而且既要考虑单一的影响也要考虑这些因素的整体影响，因为它们是相互作用和相互联系的。

例如，如果总公司的管理层同意了某个海外分公司的员工提出的要求，那么很有可能是他们也不得不给予其他分公司的员工同样的待遇，因为不同国家的工会可能会互相交流。此外，正如我们在本书中将要看到的，现实中不仅存在很多不同因素的组合，而且这些组合之间存在很大的差别。

2. 自我参考标准

导致国外环境更加难以应对的另一个诱因是管理人员对其他国家的文化不够了解。让事情雪上加霜的是，管理人员会将自己的偏好和反应强加给其他国家的人们。因此，一个国外的产品经理面对大量积压的未完成订单，可能会选择付加班费让工人延长工作时间。如果对方拒绝加班的话，这位经理就会想不通：“回家之后，他们总是想要赚更多钱才对。”他无法理解和赚更多钱相比，工人们更希望能有属于自己的时间。这种在无意识中将管理者自己的价值观强加给处于新的完全不同环境中的其他人的做法被称为自我参考标准，这很可能是导致国际商务进展不够顺利的最根本原因。那些取得成功的经理们总是会小心谨慎地同时从当地文化以及他们自己的文化出发，来解决问题。

1.3 国际商务简史

虽然国际商务作为一个学科属于新生事物，但是作为一种商业实践却不是这样，所以我们先来简要回顾一下国际商务的发展历史。

早在公元前，腓尼基人和希腊商人就开始向其他国家派遣商务代表，兜售自己的产品了。后来，农产品以及工业制成品在中国的大范围扩张催生了一个国际一体化的贸易体系的出现。“条条大路通中国”这句古老的俗语就是从当时的国际贸易格局中衍生出来的，因为中国在长达1800年的时间里一直占据着

世界头号制造大国的地位，直到 1840 年前后被英国取代。

国际贸易体系的逐渐形成带来了广泛的影响。随着贸易而来的商品以及思想深深地影响着政治、艺术、农业、工业以及人们日常生活的其他一些领域。公共卫生也不例外。一度是历史上最严重的传染病之一的鼠疫的传播就和国际贸易的发展有关，这可以说是很多现代人关心的全球性传染病比如 SARS、禽流感等等的扩散问题的先驱。鼠疫被认为起源于亚洲，后来这种原本存在于东方老鼠身上的病毒随着贸易商以及士兵们的轮船和马车来到了西方。在欧洲，鼠疫被称为黑死病，在从 14 世纪中期到 16 世纪的相当长一段时期里屡屡爆发，蔓延到一个又一个城市，引起极大的恐慌，导致四分之一的中国人以及三分之一的欧洲人因此而死亡。^①

14 世纪前奥斯曼土耳其帝国开始崛起，并且最终将势力范围扩大到欧洲、北美以及中东地区，这对从英格兰到中国，横跨整个地中海以及北非，经中亚和印度洋地区的广袤领域内的人口、商品、货币、牲畜以及微生物的国际流动路线产生了深远的影响。奥斯曼帝国处于整个庞大贸易网络的中心，使得欧洲人在亚洲从事贸易活动的成本被提高。这催生了欧洲人探索前往亚洲的新航线的努力，并且在无意中发现了美洲新大陆。

1600 年，英国一家新成立的贸易公司——英国东印度公司开始在亚洲设立海外分公司，包括葡萄牙、荷兰以及法国在内的其他很多欧洲国家的企业很快就开始效仿这一做法，它们希望利用亚洲的贸易机会来为本国谋取利益。1602 年，荷兰东印度公司成立，其目的一方面是在亚洲开展殖民活动，另一方面则是为了开辟前往东方的海洋贸易新航线。该公司是第一家发行股票的公司，它也常常被看做是第一家多国公司。^②到了 17 世纪末，欧洲贸易公司的商船经由大西洋、印度洋以及太平洋上一条由各国政府共同提供保护的贸易航线来到亚洲已经成了司空见惯的做法。这些商船的目标是获取可以在各个亚洲市场上出售或者再出售的商品，最终满载可以给投资者带来高额回报的布匹、香料等商品返回欧洲。现在人们往往将 17 和 18 世纪称为“重商主义时代”，因为当时各国的实力强弱直接取决于商业资本对政府的支持程度以及政府对商业资本的掌控力度，而商业资本则在政府直接提供的补贴和保护下不断扩张。在第 2 章中，

① “The Black Death,” www.insecta-inspecta.com/fleas/bdeath/bdeath.html (May 2, 2010); and Robbie Robertson, “Globalization Is Not Made in the West,” www.globalpolicy.org/globalize/define/2005/0413notmadeinthewest.htm (May 2, 2010).

② “A Quick Guide to the World History of Globalization,” www.sas.upenn.edu/~dludden/global1.htm (May 2, 2010); “Dutch East India Company,” http://en.wikipedia.org/wiki/Dutch_East_India_Company#History (May 2, 2010); BBC News, “Globalization: What on Earth Is It About?” http://news.bbc.co.uk/1/hi/special_report/1999/02/99/e-cyclopedia/711906.stm (May 2, 2010); and “The Growth of Global Industry,” *The Wheel Extended*, no. 4 (1989), p. 11.