

国际经营概论

赵黎明 主编

GUOJI
JINGYING
GAILUN
tianjinrenminchubanshe

天津人民出版社



国际经营概论

赵黎明 主编

天津人民出版社

(津)新登字 001 号

国际经营概论

赵黎明 主编

天津人民出版社出版

(天津市张自忠路 189 号)

天津市宝坻县印刷厂印刷 新华书店天津发行所发行

*

787 × 1092 毫米 32 开本 12.25 印张 271 千字

1993 年 5 月第 1 版 1993 年 5 月第 1 次印刷

印数: 1—5,000

ISBN 7—201—01578—8 / F·120

定价: 7.90 元

前 言

江泽民同志在党的十四大报告中指出：“积极开拓国际市场，促进对外贸易多元化，发展外向型经济。扩大出口贸易，改善出口商品结构，提高出口商品的质量和档次，同时适当地增加进口，更多地利用国外资源和引进先进技术。”“赋予有条件的企业、科技单位以外贸自营权。积极扩大我国对外投资和跨国经营。”这是加快改革开放和现代化建设步伐的重要举措。

八届人大一次会议的召开进一步加快了改革开放的步伐。社会主义市场经济体制的建立也要求我国广大企业必须实行转轨变型，转换经营机制，参与国际竞争。企业面临着在国际竞争中求得生存和发展的局面。“关贸总协定”缔约国地位的即将恢复，将使这种局面变得更为严峻。

这种新的形势对人才培养也提出了新的要求，要求高等院校迅速培养融工程技术，外贸、外语为一体的国际经营人才，同时也要求企业领导干部和管理人员学习和掌握国际经营的基本理论与方法。本书正是为适应这一需要而编写的。

为适应新形势的需要，天津大学研究生院管理工程专业中设有国际经营研究方向。我指导的研究生在从事这一领域的研究工作。管理工程系设立工业管理工程（国际经营）专业，现已招收双学位本科生。成人教育学院设立国际经营专业大专班，招收在职人员。在全校开设国际经营概论课程，对全校学生进行国际经营基本理论与方法的教育。这些做法对国际经营这一新学科在我国的发展与完善，对国民经济的

发展，无疑将起到有益的促进作用。

本书在编写过程中参考了国内外的有关书籍和文献，采纳了其中的一些理论、观点、方法和资料，书中不能一一说明，在此仅向有关作者表示诚挚的谢意。

本书可作为高等院校教学用书，也适用于企业领导干部和管理人员阅读，亦可作为企业国际经营人员培训教材。

本书编写人（以章为序）如下：

赵初晓（第一章）杜 纲（第二章）赵黎明（第三章、第八章）鹿丽宁（第四章）汪 波（第五章）胡 诚（第六章）何 娟（第七章）

全书由赵黎明任主编。

由于水平有限，书中难免出现错误和不当之处，恳请读者批评指正。

赵 黎 明

1993 年 4 月

目 录

第一章 国际经营环境分析	(1)
第一节 概述	(1)
第二节 影响国际经营的外部环境分析	(8)
第三节 国际经营环境分析的程序和方法	(18)
第二章 国际经营战略研究	(45)
第一节 国际经营战略的制定	(45)
第二节 国际经营战略的实施	(79)
第三章 国际技术转移与经济合作	(95)
第一节 技术与技术转移	(95)
第二节 国际技术转移的理论	(99)
第三节 技术转移环境分析	(104)
第四节 技术贸易	(110)
第五节 国际经济合作的形式	(128)
第四章 国际贸易政策措施与实务	(144)
第一节 国际贸易政策与措施	(144)
第二节 关税与贸易总协定	(159)
第三节 交易的磋商与合同的签订	(166)
第四节 合同条件	(174)
第五节 国际货物销售合同的履行	(207)
第五章 国际市场营销	(213)
第一节 市场营销观念	(213)
第二节 国际营销调研	(219)

第三节	国际市场细分	(224)
第四节	产品策略	(230)
第五节	国际定价策略	(240)
第六节	国际分销渠道	(247)
第七节	国际促销策略	(255)
第六章	国际融资与结算	(263)
第一节	国际金融业务运行环境	(263)
第二节	国际融资业务	(276)
第三节	国际结算业务	(296)
第七章	国际商务谈判	(310)
第一节	概述	(310)
第二节	谈判的组织	(316)
第三节	谈判的过程	(331)
第四节	谈判的策略	(344)
第五节	文化差异对谈判的影响	(352)
第八章	国际经营企业生产管理分析	(362)
第一节	企业生产系统分析	(362)
第二节	企业物资管理分析	(369)
第三节	企业设备管理分析	(373)
第四节	企业质量管理分析	(377)
主要参考文献		(386)

第一章 国际经营环境分析

第一节 概述

国际经营，顾名思义，是指企业在国际环境条件下开展的经营管理活动。

国际经营既然是一种经营活动，那么它必然属于经营的范畴，同样具备传统的国内经营的基本构架。因此要研究企业所处外部环境的变化，要了解企业自身的内部条件，要在分析企业内外环境的基础上，制定正确的战略策略，在内外环境的动态平衡中，寻求和把握企业的发展机会，避开外部环境变化可能给企业造成的威胁，最终实现企业的经营目标。

然而，国际经营又不同于传统意义上的国内经营，因为它以国际市场为导向，面对国际国内两个市场，利用国际国内两种资源，满足国际国内两大用户的需求，因此也必然具有其自身的特殊性。

一、国际经营的特点

国际经营与传统经营相比，具有以下不同的特点：

1. 机制运行的自由性

传统的企业经营，一般来说是内向型经济的产物。国家为了保护民族工业的生存和发展，往往采取政策保护措施，阻碍了资金、技术、原料、劳动力等生产要素在国际间的自

由流动，从而导致资金得不到合理利用，产品缺乏国际竞争能力，最终会影响本国的经济发展。

而国际经营则要求国家减少以至消除对进出口的直接控制，在信贷、税收、汇率、外贸等各方面使国内外企业都处于平等地位，使产品及生产诸要素能在国际间自由流动。这也就是世界银行的发展报告中主张的“中性”政策。当然，这种自由化政策并不意味着不要国家对经济生活的干预，恰恰相反，企业需要国家更多的支持和鼓励，为企业清除影响机制自由运行的各种障碍，从而以更大的步伐走向世界，实行国际经营。

2. 经营环境的复杂性

国际经营，不仅要研究国内经营环境而且要研究国际经营环境。由于影响企业经营的国际政治、经济、市场、科技、社会文化的因素多、变化快、不可控，从而形成经营环境的复杂性和经营环境分析的困难性，其复杂程度是国内环境所不可比拟的。一些从事国际经营的超大型的跨国公司，生产、销售机构遍布全世界，如同一个“经济王国”。即使是中小型企业，它们的产品生产和营销范围，也是过去的传统经营无法比拟的，都要面向国际市场，都要直接承受国际环境因素的种种冲击。

3. 信息处理的高效性

由于国际经营中企业赖以生存和发展的国际环境复杂多变，世界信息量与日俱增，而信息又极具时间性。因此，对于现代企业来说，面对全世界浩如烟海的信息，要及时准确地获取有用的信息，是件很不容易的事。而获取完整的系统的信息则更不容易。因为人们获得的第一手信息必然是零散的，不完整的，需要人们对信息进行进一步去伪存真、由表

及里的加工整理，这又是一件困难复杂的工作。因此，对信息的收集、传递、加工、整理等一系列工作，单靠人工是难以完成的，要求企业不惜巨资建立国际信息网络和信息处理中心，迅速地、高效地传递和处理各种信息资料。如日本三菱商社，已在 128 个国家建立了 142 个分支机构，聘用了 700 多外籍人。中心每天接到各地发回的电报 4 万份，电话 6 万次，邮件 3 万多件，每天的电报函信纸带可绕地球 11 圈，5 分钟内就能和世界各地接通联系。在美国，1 万人以上的大企业全部建立了信息中心，拥有世界上最先进的信息处理手段，以解决“信息爆炸”所产生的种种问题。

4. 经营管理的涉外性

国际经营是一项“两头在外”的经营活动，其涉外性是显而易见的。商品的生产、包装、运输条件要符合国际标准，贸易的洽谈、商品进出口的检验，税款缴纳、货币的汇兑、外汇结算、技术转移等都是十分具体的涉外经营业务。因此，有关国际商业惯例，各国经济法规以及国际金融、国际保险等都是国际经营必不可少的知识。还由于国际经营要超越国界在异国开展经营活动，因此对经营活动所在国家的社会文化、风俗习惯、风土人情要有较深切的了解。

5. 经营人才的高质性

由于国际经营本身的各项特点，它必须具备一支高素质的涉外人员队伍。这些人员要善经营、精业务、会谈判、懂行情、懂政策，既要立场坚定又能灵活应变，既勇于承担风险又有严谨科学态度，既有开拓精神又具求实作风，并能熟练地运用外语和深切理解异质文化的能力。因此，国际经营人才应是高素质的复合型人才。

二、国际经营实体

国际经营实体是直接参与国际经济运行，实行独立核算、自主经营的经济活动单位。由于国际经营实体主要与国外企业发生经济往来，因此必须能灵活地选择经营方式，有权自由筹集和自主支配资金，包括国际资金；应能根据国际市场供求关系的变化，独立地进行供产销的决策并承担相应风险；应能自主调整出口产品价格，采用各种有利于竞争的措施；有权自行决定用工制度和劳动工资的分配形式以充分调动企业职工的积极性等。

目前，我国的国际经营实体主要有以下几种类型：

1. 以从事对外贸易业务为主体的专业进出口公司，如：“中国设备进出口公司”、“中国船舶工业贸易公司”、“中国电子技术进出口公司”、“中国燕山联合对外贸易有限公司”、“中国丝绸公司”、“中国烟草公司”等。上述公司都是由国家行政部门通过转变职能而建立起来的，虽经不断地扩大经营自主权，但在一定程度上仍保留着行政性公司的某些特点，目前仍承担着我国对外进出口贸易的主要任务，并逐步地走向工贸结合、技贸结合或某类专门产品的技、工、贸一体化经营。

此外为适应改革开放而建立的各种专业服务性外贸公司。如“中国国际信托贸易总公司”、“中国国际工程咨询公司”、“中国对外承包总公司”、“中国国际广告信息公司”等也属此类。这些公司虽都设立了董事会，自主经营、独立核算，具有明显的企业性质，但在国内业务上没有竞争对手，其地位与以对外贸易业务为主体的专业进出口公司大体相当。

2. 企业集团公司。如“上海电器集团公司”、“东风汽车

集团公司”、“南方电工集团公司”等，这类以同行业工业生产企业为主体，集技、工、贸为一体的企业集团，直接生产经营某类产品，在国内拥有众多的生产企业或子公司，并积极开拓国际市场，其资金、技术和经营管理能力是国内一些单个的对外贸易公司、出口企业所难于比拟的。它们将是我国未来的跨国公司基础，是我国最具发展前途的国际经营实体。

3. 中外合资经营企业，中外合作经营企业，以及来料、来样加工出口企业。这类企业以合资、合作形式，按有关规定和协议，实行共同管理，履行各自权利和义务。这类企业一般不受行政部门的干涉与指挥，依法独立经营、自负盈亏，具有更强的独立性。其生产的产品除国家限制出口的以外，一般都进入国际市场。这类企业有利于利用外资、引进技术与现代化经营管理，有利于开拓国际市场，对于促进我国外向型经济的发展，加快我国进入国际市场的进程具有重要的增效作用。这类企业主要集中在沿海两省（广东、海南），四特区（深圳、珠海、厦门、汕头）和天津、上海、大连、秦皇岛、烟台、青岛、连云港、南通、宁波、温州、福州、广州、湛江和北海 14 个沿海开放城市，以及五个沿海开放区（长江经济开放区、珠江经济开放区、闽南经济开放区、辽东半岛经济开放区、胶东半岛经济开放区）。

4. 我国海外投资企业。如：“光大实业公司”、“中国国际信托投资公司”、“首都钢铁公司”等。这些企业在国外设厂，有的是与所在国或其它国家企业共同投资经营，有的属于我国独自投资创办。这些企业更有效地利用了国外资金、物资、技术和信息等一切国际资源，完全充分地进入国际市场，在激烈的国际竞争中经受考验，寻求发展，是具有典型

国际经营特点的经营实体。

国际经营在我国尚处于初级阶级，但世界经济从资本主义市场经济形成开始，世界主要工业化国家已经历了国内经营，立足国内生产、销售遍及世界和大规模地进行海外投资三个阶段。虽然不同国家、不同社会制度下的国际经营水平不同，经营实体间存在着许多差异，但基本上都是沿着国际化的道路发展。目前，有两种发展趋势应引起我们的密切注视。

1. 企业日益大型化，实行跨国性的综合经营

由于各国经济不断地从内向型走向外向型，国际间竞争日趋激烈，产品的生产、流通、资金筹措、信息传递和管理方式日益国际化，导致经营实体不断大型化，跨国公司得到了进一步的发展，其规模之大、数目之多、经营范围之广，已达到了前所未有的程度。

如美国通用汽车公司，1904 年买下别克汽车公司，1925 年买下英国伏克斯豪尔公司，1925 年买下德国亚当·奥佩尔公司，1932 年买下澳大利亚霍尔登公司，1984 年在耗资 16 亿美元买下美国电子数据系统公司之后，又于 1985 年以 50 亿美元吞并了休斯航空公司，同年 11 月又购买了美国无线电公司的全部股份，而成为世界上首屈一指的超大型企业。

跨国公司大都有广泛的经营范围。如属于美国梅隆财团的罗克韦尔国际公司，该公司的产品包括：飞机、导弹、汽车、电子、公用事业及各种生活消费品。

2. 小型风险企业的迅速崛起

在伴随超大型企业或跨国公司发展的同时，小型企业近年来再度崛起。据统计，美国现有小型企业 1400 多万家，

日本小型企业占企业总数达 98.4%，德国、匈牙利、斯里兰卡等众多的国家还通过制定法律，鼓励中小型企业的发展，中小企业之所以再度兴旺，是由于世界政治局势的缓和，经济将再度复兴，大部分国家，尤其是第三世界国家为发展本国经济，纷纷加快工业化进程，而导致中小型企业的大量出现。另一方面，激烈的国际竞争、科学技术的迅猛发展以及人民日常生活需求的多元化等，使那些大型巨型企业已感到难以适应上述高速度变化的形势，于是大量中小企业便应运而生，以填补市场中存在的无数需求空白。如今这些中小企业进入国际市场，已充分显示了中小企业旺盛的生命力和巨大的竞争能力。

在上述大量出现的中小企业中，尤以小型风险企业引起了企业界的特别重视。所谓风险企业，是凭借独具特色的研究开发能力，勇于在新领域进行风险投资的企业。这种企业通常规模小，技术密集度高，风险大，而一旦成功，投资回收率也极高。例如英国一家只有 4 个职员微型企业，因发明了新型的安全盔空气阀，使一家大汽车制造商失去了技术上的竞争优势；日本“那高公司”，只有几名技术人员，几年来向国内外大公司出让专利约 3000 件；号称日本“尿布大王”的尼西奇股份公司只有 700 多人，但他们利用了超声波缝纫机及干燥机、耐水压测定机、实体显微镜、通气度试验机、张力试验机等新设备、新技术生产了透气吸水的漂亮小短裤——尿布而风靡世界，产品远销西欧、美洲、非洲、大洋洲的 70 多个国家和地区，年销售额每年持续递增 20%，高达 70 亿日元。

小型风险企业大都以产品“轻薄短小”或以提供特殊技术服务占领市场，他们特别重视信息的作用。如日本大阪、京

都等地区，有各种各样的“风险企业交流会”，1983年初还成立了“新大阪风险企业俱乐部”，有近50个成员企业，定期召开交流会，互通信息。风险企业的经营者一般较年轻，“真空发生器制造销售公司”总经理伊势养治只有18岁。他们不受陈规陋习的约束，有雄心、有能力、有强烈的事业心和使命感，善于从各方面得到有力的支持，并具有坚韧不拔的精神，全身心地投入工作。

风险企业方兴未艾，大有作为。

第二节 影响国际经营的外部环境分析

所谓国际经营环境，是指在国际经济活动中影响企业生存和发展的条件。其中包括企业外部环境和企业内部条件。一般地说，企业的外部环境始终处于不断发展变化之中，是不可控制的；企业内部条件是相对稳定的，可以控制的。企业所以得以生存和发展，关键在于企业能否依靠内部条件，即自己的力量，抓住企业外部环境变化中产生的机会，或避免外部环境变化给企业造成的威胁。因此，分析外部环境的性质及其影响因素是国际经营中的首要问题。

一、国际经营环境划分

国际经营的环境从不同角度可作不同分类：

1. 按企业的系统界限划分，可分为企业外部环境和企业内部环境。

(1) 企业外部环境，是指影响企业生存和发展的外部因素及其对企业作用力的总称。如各国的政治、法律、经济发展水平、科技发展现状、社会生活文化、地理气候条件等因

素。

(2) 企业内部环境

企业内部环境又称企业内部条件，是指企业具备的物质条件与潜在力量的总和。如企业管理体制、企业规模、产品结构、技术状况、经营水平、资源供应、销售能力、财产状况等因素。

2. 按环境与企业的关联程度划分，可分为直接环境和间接环境。

(1) 直接环境，是指能对企业经营起直接影响作用的环境。如市场的需求、原材料及能源供应、经销代销商等因素。

(2) 间接环境，是指必须通过一些中间环节而对企业起间接影响的因素。如政治形势、国家政策、科技发展速度和水平等因素。

3. 按影响因素对企业作用的程度划分，可分为一般环境和特殊环境。

(1) 一般环境，是指在一定范围内对所有企业都起影响作用的环境因素。如国际经济发展、国家经济政策、科技发展趋势、社会消费水平等因素。

(2) 特殊环境，是指对个别或某类企业起特殊影响作用的环境。如战争对于军工企业、某项技术突破对于企业产品开发、国家产业政策的调整对行业的影响等因素。

4. 按企业经营的职能划分，可分为企业投资环境、营销环境、决策环境、竞争环境。

(1) 投资环境，是指影响投资效果的环境因素的总和。如投资对象国的开放程度、信誉高低、工业基础设施、第三产业发展水平等因素。

(2) 营销环境，是指影响企业营销好坏的环境因素总和。如所占国际市场份额、消费者收入高低、市场地区城市化程度等因素。

(3) 决策环境，也称战略环境，是指影响战略制定的环境因素。如政局是否稳定、国家产业政策调整、竞争对手强弱等因素。

(4) 竞争环境，是指影响企业竞争地位变化的环境因素。如竞争对手的数目、新加入竞争的对手力量大小，有无可替代产品等因素。

此外还可以有其它不同的分类。

二、国际经营环境分析

1. 国际政治环境因素

国际政治环境包括各国的政治局势和法律制度。

一般地说，国际政治相对稳定必将带来国际经济的相对繁荣。第二次世界大战的结束，导致了战后世界经济的高速增长；海湾战争对处于海湾地区的国家来说，无疑是一种灾难；我国十年文化大革命，使我国经济濒临崩溃的边缘等等。从特殊性上看，第一、第二次世界大战，美国都大发战争财；越南战争，却给日本和东南亚地区 and 国家的军需工业带来重大机遇；海湾战争促使道·琼斯股价指数连日看涨及艾森豪威尔总统心脏病复发、肯尼迪总统遇刺而导致的股价暴跌都曾使部分股民获利非小；苏联解体和转制造成独联体各国经济的严重危机，同时也促使了少数百万富翁的迅速产生。由此可知，了解和利用国际政治局势的变化，是企业进行战略研究的前提，在进行国际政治局势分析时，要注意分析：