



21st CENTURY
实用规划教材

21世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材

东南亚南亚 商务环境概论

主编 韩 越



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



中国农业大学出版社
CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY PRESS

21 世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材

东南亚南亚商务环境概论

主 编 韩 越



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



中国农业大学出版社
CHINA AGRICULTURAL UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书在借鉴国内外同类教材的基础上,全面、系统地介绍了东南亚、南亚的商务环境,主要包括:绪论,东南亚经济贸易、市场及商务环境特点,泰国,缅甸,越南,老挝,柬埔寨,印度尼西亚,马来西亚,菲律宾,新加坡,文莱,东帝汶,东南亚地区经济一体化,南亚国家经济贸易、市场及商务环境特点,印度,巴基斯坦,孟加拉国,斯里兰卡,尼泊尔,不丹,马尔代夫,南亚地区经济一体化。

本书可作为本科经济管理相关专业学生的教学用书,也可作为其他自学者的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

东南亚南亚商务环境概论/韩越主编. —北京:中国农业大学出版社;北京大学出版社, 2010.2
(21 世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材)

ISBN 978-7-81117-956-9

I. 东… II. 韩… III. ①商务—概况—东南亚②商务—概况—南亚 IV. F733.3 F733.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 018977 号

书 名: 东南亚南亚商务环境概论

著作责任者: 韩 越 主编

总 策 划: 第六事业部

执 行 策 划: 李 虎

责 任 编 辑: 程志强 潘晓丽

标 准 书 号: ISBN 978-7-81117-956-9

出 版 者: 北京大学出版社(地址: 北京市海淀区成府路 205 号 邮编: 100871)

网址: <http://www.pup.cn> <http://www.pup6.com> E-mail: pup_6@163.com

电话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62750667 出版部 62754962

中国农业大学出版社(地址: 北京市海淀区圆明园西路 2 号 邮编: 100193)

网址: <http://www.cau.edu.cn/caup> E-mail: cbsszs@cau.edu.cn

电话: 编辑部 62732617 营销中心 62731190 读者服务部 62732336

印 刷 者: 北京宏伟双华印刷有限公司

发 行 者: 北京大学出版社 中国农业大学出版社

经 销 者: 新华书店

规 格: 787 毫米×980 毫米 16 开本 23.75 印张 473 千字

版 次: 2010 年 2 月第 1 版 2010 年 2 月第 1 次印刷

定 价: 38.00 元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: 010-62752024

电子邮箱: fd@pup.pku.edu.cn

21 世纪全国应用型本科财经管理系列实用规划教材

专家编审委员会

主任委员 刘诗白

副主任委员 (按拼音排序)

韩传模

李全喜

王宗萍

颜爱民

曾 旗

朱廷珺

顾问 (按拼音排序)

高俊山

郭复初

胡运权

万后芬

张 强

委员 (按拼音排序)

程春梅

邓德胜

范 徵

冯根尧

冯雷鸣

黄解宇

李定珍

李相合

李小红

刘志超

沈爱华

王富华

王仁祥

吴宝华

张淑敏

赵邦宏

赵 宏

赵秀玲

法律顾问 杨士富

丛 书 序

我国越来越多的高等院校设置了经济管理类学科专业，这是一个包括经济学、管理科学与工程、工商管理、公共管理、农业经济管理、图书档案学 6 个二级学科门类和 22 个专业的庞大学科体系。2006 年教育部的数据表明在全国普通高校中经济类专业布点 1518 个，管理类专业布点 4328 个。其中除少量院校设置的经济管理专业偏重理论教学外，绝大部分属于应用型专业。经济管理类应用型专业主要着眼于培养社会主义国民经济发展所需要的德智体全面发展的高素质专门人才，要求既具有比较扎实的理论功底和良好的发展后劲，又具有较强的职业技能，并且又要求具有较好的创新精神和实践能力。

在当前开拓新型工业化道路，推进全面小康社会建设的新时期，进一步加强经济管理人才的培养，注重经济理论的系统化学习，特别是现代财经管理理论的学习，提高学生的专业理论素质和应用实践能力，培养出一大批高水平、高素质的经济管理人才，越来越成为提升我国经济竞争力、保证国民经济持续健康发展的重要前提。这就要求高等财经教育要更加注重依据国内外社会经济条件的变化适时变革和调整教育目标和教学内容；要求经济管理学科专业更加注重应用、注重实践、注重规范、注重国际交流；要求经济管理学科专业与其他学科专业相互交融与协调发展；要求高等财经教育培养的人才具有更加丰富的社会知识和较强的人文素质及创新精神。要完成上述任务，各所高等院校需要进行深入的教学改革和创新。特别是要搞好有较高质量的教材的编写和创新。

出版社的领导和编辑通过对国内大学经济管理学科教材实际情况的调研，在与众多专家学者讨论的基础上，决定编写和出版一套面向经济管理学科专业的应用型系列教材，这是一项有利于促进高校教学改革发展的重要措施。

本系列教材是按照高等学校经济类和管理类学科本科专业规范、培养方案，以及课程教学大纲的要求，合理定位，由长期在教学第一线从事教学工作的教师立足于 21 世纪经济管理类学科发展的需要，深入分析经济管理类专业本科学生现状及存在问题，探索经济管理类专业本科学生综合素质培养的途径，以科学性、先进性、系统性和实用性为目标，其编写的特色主要体现在以下几个方面：

(1) 关注经济管理学科发展的大背景，拓宽理论基础和专业知识，着眼于增强教学内容的联系实际和应用性，突出创造能力和创新意识。

(2) 体系完整、严密。系列涵盖经济类、管理类相关专业以及与经管相关的部分法律类课程，并把握相关课程之间的关系，整个系列丛书形成一套完整、严密的知识结构体系。

(3) 内容新颖。借鉴国外最新的教材,融会当前有关经济管理学科的最新理论和实践经验,用最新知识充实教材内容。

(4) 合作交流的成果。本系列教材是由全国上百所高校教师共同编写而成,在相互进行学术交流、经验借鉴、取长补短、集思广益的基础上,形成编写大纲。最终融合了各地特点,具有较强的适应性。

(5) 案例教学。教材具备大量案例研究分析,让学生在学习过程中理论联系实际,特别列举了我国经济管理工作中的大量实际案例,这可大大增强学生的实际操作能力。

(6) 注重能力的培养。力求做到不断强化自我学习能力、思维能力、创造性解决问题的能力以及不断自我更新知识的能力,促进学生向着富有鲜明个性的方向发展。

作为高要求,财经管理类教材应在基本理论上做到以马克思主义为指导,结合我国财经工作的新实践,充分汲取中华民族优秀文化和西方科学管理思想,形成具有中国特色的创新教材。这一目标不可能一蹴而就,需要作者通过长期艰苦的学术劳动和不断地进行教材内容的更新才能达成。我希望这一系列教材的编写,将是我国拥有高质量的高校财经管理学科应用型教材建设工程的新尝试和新起点。

我要感谢参加本系列教材编写和审稿的各位老师所付出的大量卓有成效的辛勤劳动。由于编写时间紧、相互协调难度大等原因,本系列教材肯定还存在一些不足和错漏。我相信,在各位老师的关心和帮助下,本系列教材一定能不断地改进和完善,并在我国大学经济管理类学科专业的教学改革和课程体系建设中起到应有的促进作用。

刘诗白

2007年8月

刘诗白 刘诗白教授现任西南财经大学名誉校长、博士生导师,四川省社会科学联合会主席,《经济学家》杂志主编,全国高等财经院校资本论研究会会长,学术团体“新知研究院”院长。

前 言

随着中国对外开放的不断深入,东南亚南亚地区与中国的经济贸易合作关系日益加深,双方的经济、贸易、投资、商务往来、文化交流日益增多。但是,能适应这种国际化发展的人才十分紧缺,存在着对东南亚南亚地区国家的基本状况、政治法律、经济贸易与投资市场环境、社会文化环境缺乏系统的了解以及经济贸易及商务知识积累不足的状况,这已经成为对外开放和企业走出去的制约因素。究其原因,主要有以下几点。

(1) 目前,对东南亚南亚的研究仅集中在基础材料、宏观层面、国际关系、社会文化知识、经济贸易投资政策、区域合作、地区国际组织等领域,大部分属于基础性研究、学术性探讨和政策性调研。

(2) 研究成果分散在各个不同部门和机构中,如社会科学院的学术研究机构、高校研究机构、政府的政策研究机构等,研究成果主要服务于决策。

(3) 大量的知识性普及材料散见于因特网、报纸杂志、旅游指南等。虽然对东南亚南亚的研究已经很多,但是到目前为止全国几乎没有一本专门针对高校专业人才培养和企业国际化的教科书。

本书出版的意义在于综合已有的研究成果,将积累的知识系统化、课程化,以特色人才的培养为目的,以填补此类专门人才培养的空白。

国内对东南亚南亚的研究主要分布于社会科学院系统、政府研究机构、高校学术研究机构以及旅游、新闻媒体、出版机构等部门。主要研究成果也根据研究机构的性质、专业、需要有所侧重。例如,社会科学院系统的研究主要是对政治、经济、社会、历史、文化进行学术探讨,其成果主要发表于各专业研究所的学术刊物和年鉴;政府部门的研究成果主要集中于对外开放所需要的基础材料、形势、政策及专门调研报告;高校则主要根据教学要求和科研计划有针对性地进行研究,其成果主要发表于高校学报、专业期刊和学术专著;此外,旅游部门、新闻媒体、出版机构则根据社会需要编辑并出版知识性、普及性和学术性成果。

国外在东南亚南亚方面的研究成果也十分丰富。除了东南亚南亚本地区的研究机构、高校及其研究成果外,美、日和欧洲的许多国家都有专门的独立研究机构,许多国外的高校也设有东南亚南亚专业研究所和地区专门化课程。国外研究机构的大部分研究成果也都由各类出版公司和相关的出版机构公开出版。此外,一些国际机构每年还出版年鉴和统计类书籍,如世界银行、亚洲开发银行、联合国系统的专业出版物等。但是,这些成果比较分散,无法作为高校课程的教材进行使用。

现在全国与东南亚南亚地区交流较多的各个省份多在实施“走出去”战略(如云南省),



需要大量熟知东南亚南亚商务环境的人才,本教材的出版将会为全国培养该类人才提供重要的指导作用。

本书分为东南亚国家商务环境和南亚国家商务环境两大部分。

第1部分(第2章~第13章)包括了第1篇(中南半岛湄公河流域国家)和第2篇(东南亚海岛国家),讲述了东南亚各国的经济贸易、市场和商务环境特点。

第2部分(第14章~第22章)介绍了南亚各国的经济贸易、市场及商务环境特点。

每一部分中均分国别介绍了各国的整体情况,并且针对每个国家的商务环境,从简史、自然环境、政治环境、经济环境、社会环境、文化环境、商业环境7个方面进行了系统阐述。另外,还介绍了东南亚地区和南亚地区经济一体化的知识。在每个国家的章节末附有填空、思考、判断、案例分析等习题,以便读者复习巩固所学知识。

由于时间仓促,书中难免有疏漏之处,恳请广大读者批评指正。

编 者

2010年1月

目 录

绪论.....	1	4.2 自然环境	68
习题.....	16	4.3 政治环境	71
第 1 部分 东南亚国家商务环境	17	4.4 经济环境	73
第 1 章 东南亚国家经济贸易、市场 及商务环境特点	17	4.5 社会环境	78
第 1 篇 中南半岛湄公河流域国家.....	24	4.6 文化环境	80
第 2 章 泰国	24	4.7 商业环境	82
2.1 简史	24	本章小结	84
2.2 自然环境	25	习题	84
2.3 政治环境	28	第 5 章 老挝	86
2.4 经济环境	30	5.1 简史	87
2.5 社会环境	38	5.2 自然环境	88
2.6 文化环境	40	5.3 政治环境	90
2.7 商业环境	42	5.4 经济环境	92
本章小结	46	5.5 社会环境	95
习题	47	5.6 文化环境	97
第 3 章 缅甸	48	5.7 商业环境	99
3.1 简史	49	本章小结	101
3.2 自然环境	49	习题	101
3.3 政治环境	52	第 6 章 柬埔寨	103
3.4 经济环境	54	6.1 简史	104
3.5 社会环境	58	6.2 自然环境	104
3.6 文化环境	59	6.3 政治环境	105
3.7 商业环境	62	6.4 经济环境	107
本章小结	64	6.5 社会环境	112
习题	64	6.6 文化环境	113
第 4 章 越南	66	6.7 商业环境	116
4.1 简史	67	本章小结	118
		习题	118



第2篇 东南亚海岛国家	120	第10章 新加坡	177
第7章 印度尼西亚	120	10.1 简史	178
7.1 简史	121	10.2 自然环境	178
7.2 自然环境	122	10.3 政治环境	180
7.3 政治环境	123	10.4 经济环境	181
7.4 经济环境	125	10.5 社会环境	185
7.5 社会环境	130	10.6 文化环境	187
7.6 文化环境	132	10.7 商业环境	190
7.7 商业环境	134	本章小结	195
本章小结	137	习题	195
习题	137	第11章 文莱	197
第8章 马来西亚	139	11.1 简史	197
8.1 简史	139	11.2 自然环境	198
8.2 自然环境	140	11.3 政治环境	199
8.3 政治环境	142	11.4 经济环境	200
8.4 经济环境	144	11.5 社会环境	202
8.5 社会环境	147	11.6 文化环境	203
8.6 文化环境	148	11.7 商业环境	204
8.7 商业环境	151	本章小结	204
本章小结	154	习题	205
习题	154	第12章 东帝汶	206
第9章 菲律宾	156	12.1 简史	206
9.1 简史	157	12.2 自然环境	207
9.2 自然环境	157	12.3 政治环境	208
9.3 政治环境	159	12.4 经济环境	209
9.4 经济环境	161	12.5 社会环境	211
9.5 社会环境	166	12.6 文化环境	212
9.6 文化环境	168	12.7 商业环境	213
9.7 商业环境	171	本章小结	214
本章小结	175	习题	214
习题	175		

第 13 章 东南亚地区经济一体化	216	第 17 章 孟加拉国	283
13.1 东盟经济一体化的国际背景	217	17.1 简史	284
13.2 东盟经济一体化的目标和进程	219	17.2 自然环境	284
13.3 东盟经济一体化对东南亚 经济发展的影响	222	17.3 政治环境	286
13.4 东盟经济一体化发展的制约 因素与发展趋势	225	17.4 经济环境	287
习题	227	17.5 社会环境	291
第 2 部分 南亚国家 商务环境	228	17.6 文化环境	293
第 14 章 南亚国家经济贸易、市场 及商务环境特点	228	17.7 商业环境	294
第 15 章 印度	237	本章小结	296
15.1 简史	238	习题	297
15.2 自然环境	239	第 18 章 斯里兰卡	298
15.3 政治环境	241	18.1 简史	299
15.4 经济环境	244	18.2 自然环境	299
15.5 社会环境	247	18.3 政治环境	301
15.6 文化环境	255	18.4 经济环境	302
15.7 商业环境	259	18.5 社会环境	306
本章小结	263	18.6 文化环境	307
习题	264	18.7 商业环境	310
第 16 章 巴基斯坦	265	本章小结	312
16.1 简史	266	习题	312
16.2 自然环境	266	第 19 章 尼泊尔	314
16.3 政治环境	269	19.1 简史	315
16.4 经济环境	271	19.2 自然环境	315
16.5 社会环境	274	19.3 政治环境	317
16.6 文化环境	277	19.4 经济环境	319
16.7 商业环境	280	19.5 社会环境	322
本章小结	281	19.6 文化环境	324
习题	282	19.7 商业环境	327
		本章小结	328
		习题	329
		第 20 章 不丹	330
		20.1 简史	331



20.2 自然环境	331	21.5 社会环境	346
20.3 政治环境	332	21.6 文化环境	347
20.4 经济环境	334	21.7 商业环境	347
20.5 社会环境	335	本章小结	348
20.6 文化环境	337	习题	349
20.7 商业环境	338	第 22 章 南亚地区经济一体化	350
本章小结	339	22.1 一体化初期表现——南亚区域	
习题	339	合作联盟建立	350
第 21 章 马尔代夫	341	22.2 一体化提速——建立自由贸易区	351
21.1 简史	342	22.3 与一体化进程有关的各类经济	
21.2 自然环境	342	合作表现	353
21.3 政治环境	343	22.4 对南亚经济一体化的评述	361
21.4 经济环境	344	参考文献	363

绪 论

1. 国际商务环境概述

1) 国际商务环境的学科性质

国际商务(International Business), 在英文里是指国际交易、买卖、生意上的事情、业务和工作任务等。做任何买卖和生意的行为都必须在特定的区域和地点中进行, 而这些地点又是在一定的国家主权范围内的。因此, 国际商务行为必然受所在地点的自然环境、经济和政治体制、政策法规、社会文化、风俗习惯等因素的制约和影响。把这些制约和影响因素综合起来, 就是我们通常所说的“国际商务环境”(International Business Climates)。

如果要给国际商务环境下一个定义的话, 它是指世界不同国家(地区)政府、企业、个人(自然人和法人)为了共同的利益, 在进行跨越国家主权边界进行生产经营、商品和服务的交易、经济合作以及一切与商业活动相关的人员交流和谈判时所面临的外部条件和因素。由于国际商务环境的研究与世界经济、国际贸易、国际经济合作等学科一样, 也是研究国际经济关系的学科之一, 而且其研究的范围和领域涉及地理学、历史学、经济学、政治学、法学、社会学、管理学、统计学、文化人类学以及其他人文社会科学, 因此, 国际商务环境也是一门新兴的综合性交叉学科。

2) 国际商务环境的含义

根据以上定义, 国际商务环境包括了以下几方面的含义。

(1) 国际商务活动的主体是不同国家(地区)的政府、企业和个人, 他们之间交往、贸易、合作是超越国界的, 他们面对的是不同的国家(地区)、不同政治经济体制、不同的民族和宗教信仰、不同的语言文化和风俗习惯等, 国际商务行为主体面对的风险和各种环境远比国内复杂得多。

(2) 国际商务环境是在不断变化的, 它会随着世界基本格局和国际形势(包括制度变迁、政权更迭、技术进步、国际分工甚至气候环境)的变化而产生变化。世界基本格局和国际形势的变化将会影响国际商务活动的内容、决策和行为, 最终影响其结果。

(3) 国际商务环境的内容是多方面的, 归纳起来主要包括: 地理和自然环境、政治和法律环境、经济环境、社会环境、文化环境和商业环境等。因此, 国际商务环境具有空间性、时间性、物质性、非物质性和复杂性等特点。

(4) 国际商务环境具有跨文化的特征, 国际商务活动是在不同文化之间进行的, 国际商务的行为者就必须具备跨文化的知识和跨文化的经营管理能力, 并且不能以自我文化中



心主义来进行国际商务活动和认识国际商务环境。

3) 对国际商务环境的认识和研究

16世纪以来,随着世界贸易的发展和国际市场的形成以及工业革命推动的现代化进程,世界经济一体化的发展趋势使世界各国之间的相互依存度越来越高,不同国家和不同文化之间的交流更加紧密,尤其是作为国际经济关系(国际贸易和国际经济合作)的手段和桥梁的国际商务活动更加频繁和重要。国际商务创造了新的市场、导致了观念的更新,使服务和资本在世界范围内自由流动、为消费者带来了更多的选择,还推动了各国生活水平的提高。但是如果国际商务要更好地实现上述目标,则面临着十分复杂的环境所以必须考虑决定成败的各种因素。于是,为实现国际商务目标而对各种影响商务活动的条件和因素(环境)的调查研究、分析学习、归纳总结,逐步形成了对国际商务环境的认知体系和研究方法。

在早期的国际商务活动中,商业活动的行为者对国际商务环境只考虑商业的目的,也主要以自我文化中心主义来对待不同的环境,以本地区本民族的认知方式和价值观来进行商务活动,但由于国家间经济政治和社会文化环境的差异,在历史上国家间曾为打开市场、争夺资源和经济利益、划分市场范围引起争端,进而展开经济战、贸易战、制裁甚至是军事冲突。经过长期的实践和探索,尤其第二次世界大战后,在经济自由主义和全球贸易谈判(GATT)的影响和推动下,自由贸易和经济开放、跨国公司的迅速发展、经济全球化使国际商务成为建立和完善国际经济关系的重要手段和方式,也逐步在综合相关学科理论的基础上形成了一套完整的理论和知识体系。同时国际商务活动也在复杂的环境中针对如何实现商务目标逐步形成了一套研究分析国际商务环境的认知系统和方法。

国际商务环境是一个十分复杂的知识系统,对其的研究要借助地理学、政治学、经济学、管理学、社会学、文化人类学等学科的研究和分析方法,研究的目的是服务于国际商务活动。例如,在进行国际贸易、国际经济合作、跨国生产和管理、国际市场营销之前和过程中,国际商务的主体都会通过地理信息系统提供的资料数据了解自然资源、位置面积、气候降水、人口和劳动力的地理分布、生产力的布局、区位特点和优劣势、生产和贸易物流与市场的距离、商品生产和市场分布、行政区划、主要城市等情况。利用政治学的知识了解不同国家和地区的政治体制、政权的稳定性、政策连续性、法律法规、政治过程、决策机制、利益集团的作用、政府对经济的干预程度、政府对外资的态度、开放政策等,可以帮助国际商务做出决策,规避政治风险。利用经济学的知识和分析方法,研究商务对象经济体制、经济增长、经济发展战略、经济及产业结构、市场状况、投资贸易、国际经济合作、国际收支、金融货币等情况,可以为国际商务的决策、市场进入的机会选择提供服务。应用管理学的知识和方法了解和把握商务对象国的市场准入、工商管理的一般准则、管理程序、管理机构、知识产权和专利申请、商务谈判的风格等,对支持和帮助企业国际化、跨国公司经营、跨文化企业管理、国际市场营销和提高国际商务的效率都非常重要。学习社会学的理论和研究方法,了解社会分层,社会组织、阶级状况、收入分配、家庭消

费群体、社会秩序等,对市场细分、商品生产、提高服务质量和水平十分重要。通过文化人类学的知识和研究可以帮助国际商务行为者了解不同国家和地区民族、语言、宗教、风俗习惯(礼仪、节假等)、文化教育、民族主义、价值取向、核心价值观、商业风格、对外来文化的态度等,有助于帮助提高国际商务行为者跨文化管理能力、提高国际商务的成功率、提高为不同文化的国家和市场设计、生产、营销能力。可见,了解和研究国际商务环境需要丰富的知识和理论作为基础。

4) 国际商务环境的内容

国际商务活动面临各种外部条件和因素,这些条件和因素就像气候环境一样会因为相关因素的影响而变化,难以预测和把握,从而影响国际商务活动。因此国际商务环境也像投资环境一样,可以划分为硬环境和软环境、物质因素和非物质因素、广义的商务环境和狭义的商务环境。国际商务环境所包含的内容从广义上来讲,包括全球性和地区性的国际经济体制,如世界贸易组织、国际货币基金组织、世界银行以及其他国际制度和国际经济组织的制度安排和规则。从狭义上来讲,国际商务环境主要包括国家间进行商品及服务贸易、国际经济合作(国际直接投资、国际并购、国际技术贸易、国际工程承包、国际劳务合作、国际租赁、国际援助和国家间其他交易)所面临的外部条件和因素,可以说任何一个国际商务的行为主体,在进行经济和商业活动时都会不同程度地受上述环境的影响。从物质和非物质的角度来看,国际商务环境包括了软环境和硬环境,软环境是指影响国际商务行为的非物质条件,如经济政治的体制、制度、政策、法规、管理水平、国家治理方式、意识形态、价值取向、社会文化传统、宗教、语言、教育、风俗习惯等。硬环境是指经济的规模结构(产业链、相关产业、产业集群及产业配套环境)、经济基础设施(能源、交通、通信、水利、港口、机场、厂房设施等)、社会基础设施(城市生活设施、文化教育设施、医疗卫生及健康设施、社会服务设施等)、科技基础设施(科学研究所、科研实验场所、大型科学研究试验基地等的物质规模)。把国际商务环境的内容归纳起来大致可以分为:自然环境、政治环境、经济环境、社会环境、文化环境、商业环境等6个大类。深入研究和把握这6个环境对于政府、企业和个体做出准确的国际商务决策是十分关键的。

5) 国际商务环境的评估

为了实现商务目标,提高商务的效率,降低商务成本,规避商务风险,国际商务的行为主体都不能不对国家商务环境进行调研评估。如何评估国际商务环境,虽然目前还没有系统理论和标准的指标体系,但是在国际经济关系的理论研究和实践中已经有了许多有益的探索,如在国际投资环境研究领域,国际市场开发和营销领域,跨国公司经营管理领域,政府在国际金融、国际贸易、国际资本流动、国际政策协调领域中的国家风险评估,综合国力研究、国家竞争力研究和国家对外政策研究等领域都有成熟的研究方法和分析工具。可以根据不同的国家、地区和商务对象借鉴上述各领域中成熟的评估方法来对国际商务环境进行评估。对国际商务环境的评估主要考虑4个背景因素:①全球性因素;②国家和地

区间的因素；③自然因素；④人为因素。这些因素有的是相对稳定的，如自然因素、国际体系和国际制度安排；有的是中期可变的，如国家和地区因素，经济政治体制、经济增长和结构变化；有的是短期可变的，如人为因素，政策、技术的变化。这些因素基本上也是宏观的变量。具体到不同国家、地区和企业，国际商务环境的评估方法大致有以下几种。

(1) 因素分析法。因素分析法是指进行国际商务环境因素稳定性分类分析的方法。它将影响国际商务环境的因素分为相对稳定因素、中期可变因素、短期可变因素，然后进行排列分析，结合商务活动任务和项目找出哪些是影响商务活动的相对稳定因素、中期可变因素和短期可变环境因素，最后提出对策。

(2) 国别比较法。国别比较法是指将一组商务对象国家放在一起进行好、中、差比较分析，具体的做法是根据对本国海外企业的调查，将各种环境因素综合起来，设定若干指标，如政治的稳定性、经济发展与成就、市场机会、文化差异、法律障碍、自然地理条件等，在这些大指标下还可以分出若干子因素进行比较。如果前 4 个以上指标符合要求则为“好”、后 4 个指标以下符合要求则为“差”、中间 4 个指标符合要求则为“中”。在此基础上还可以进行商务活动模式频率分布分析，一般会发现，国际商务环境为“好”的国家投资进入比较活跃；“差”的国家投资进入少，主要是进行贸易；“中”的国家则贸易和投资参半。

(3) 障碍分析法。国际商务环境的好坏直接影响商务活动的风险与收益。在决策前必须对国际商务环境进行评估，障碍分析法是依据阻碍国际商务活动的潜在环境因素的多少及其影响程度来评价国际商务环境的一种方法。这是一种以定性为主，简单易行的评估方法。阻碍国际商务活动的环境因素可以分为：①政治障碍，如政治制度不同、政治动荡、政治骚乱、内战和民族冲突；②经济障碍，如经济衰退、国际收支赤字、通货膨胀、基础设施不良，原料和基础产业薄弱，资本和金融市场不健全、对资金限制较大、管理水平低、对外资限制较多、人力资本投入少、政府干预过大等；③法律障碍，如法律制度不健全、缺乏仲裁制度、行政效率低且不透明、贪污受贿比较严重；④文化障碍，如文化类型不同，价值取向差别大，语言、民族、宗教差别大，且关系复杂；⑤地理自然障碍，如资源匮乏、路途遥远、气候恶劣、附加成本大等。

(4) 加权等级评分法。这种方法首先要将 6 个商务环境按重要性和影响程度确定不同的等级分数，再按每一个环境的影响程度设定最高分值以下若干等级，如政治环境为 10 分，也就是说明该商务对象国的政治环境处于长期稳定状态，有利于开展商务活动。这 10 分可以对于政治环境的等级评分划分为：长期稳定——10 分；稳定、但取决于关键人物——8 分；政府稳定、但内部分歧很大——6 分、各个压力集团左右政府政策——4 分；有政变的可能性——2 分；不稳定、随时有可能发生政变——0 分。最后将六大环境的等级评分进行简单累加的计分方法，总分为 100 分，分数越高说明商务环境越好。应用这一方法还可以进一步扩展，如对环境因素的重要性进行排列，并给出相应重要性的权数，然后给六大因

素对国际商务产生影响的程度设定等级评分(从 0~100 分,即从不利到完全有利),最后将各种环境因素等级评分的得分乘以相应的重要性权数,最后加总,按照总分的高低,列出国际商务环境最优、较好、一般、较差和商务环境恶劣的国家。国际商务环境加权等级评分法参见表 0-1。

0-1 商务环境加权等级评分表

	甲国			乙国		
按其重要性排列的环境因素	(1) 重要性 权数	(2) 等级评分 0~100	(3) 加权等级 评分(1)×(2)	(1) 重要性 权数	(2) 等级评分 0~100	(3) 加权等级 评分(1)×(2)
1. 自然环境						
2. 政治环境						
3. 经济环境						
4. 社会环境						
5. 文化环境						
6. 商业环境						
加权等级总分						

(5) 国家风险评估法。

国家风险评估法是指借用国家风险评估部门(机构)发表的“国际风险报告”和“国家风险评级”对国际商务环境进行判断和评估的方法。现代国家风险分析是针对不同国家政治、经济、社会、金融、文化、自然环境和突发事件等因素引致的利益损失、损害和不确定性所进行的研究和评估。大部分的评估指标与国际商务环境的主要指标是重合的。通常情况下,风险高的国家不适宜开展商务活动。国际商务的行为主体通过国家风险分析对目标国家和地区做出对国际商务环境的评判也是可行的方法。

(6) 实地调查法。

实地调查法是指对国际商务对象国的商务环境进行实地的调查研究。这种方法对企业和个体进行国际商务环境评估是一种十分有效的方法。具体的步骤为:①搜集二手资料,包括商务对象国的相关年鉴、统计、手册、指南、研究报告、网络信息和相关信息等;②编写调研计划,在对所有二手资料进行梳理、研究、分析的基础上编写调研计划,明确调研目标和对象、调研方法,设计问卷、问题及实施步骤;③安排行程和时间,实施调查;④编写调查报告,对商务环境做出评估和判断,写出决策咨询报告供决策者使用。

6) 国际商务环境研究的意义

国际商务环境的研究是为国际组织、政府、企业、个体发展对外经济关系(对外贸易和国际经济合作),开展商务活动,制定跨国生产、国际市场营销策略、企业国际化战略,实