

教育部、财政部高等学校特色专业教材
高等院校国际经济与贸易专业系列教材

International Business Management

国际商务管理

(第四版)

张海东◎编著

高等院校国际经济与贸易专业系列教材

国际商务管理

(第四版)

张海东 编著



上海财经大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际商务管理/张海东编著. —4 版. —上海:上海财经大学出版社,
2012. 8

(高等院校国际经济与贸易专业系列教材)

ISBN 978-7-5642-1383-1/F · 1383

I. ①国… II. ①张… III. ①国际商务-商业管理-高等学校-教材
IV. ①F740. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 123654 号

☐ 责任编辑 张美芳
☐ 封面设计 张克瑶
☐ 责任校对 林佳依 胡 芸

GUOJI SHANGWU GUANLI

国际商务管理

(第四版)

张海东 编著

上海财经大学出版社出版发行
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: webmaster@sufep.com

全国新华书店经销

上海译文印刷厂印刷

上海叶大印务发展有限公司装订

2012 年 8 月第 4 版 2012 年 8 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16 16.75 印张 428 千字

印数: 80 001—85 000 定价: 33.00 元

国际商务管理是近几十年来随着国际贸易、国际投资与国际金融活动的发展和跨国公司的成长而形成与发展起来的一门新的经营管理学科。20世纪60年代以来,随着科学技术的进步和生产力的发展,世界各国间商务活动的内容和形式都发生了巨大的变化,传统的以商品贸易为主的国际贸易学科,已经无法全面解释错综复杂的国际商务活动,更无法指导其实践。到70年代中后期,国外对国际商务及其管理的研究、教学和应用受到高度重视,取得了丰硕的成果,西方一些大学的商学院纷纷开设国际商务管理类课程。进入90年代以来,世界经济发生了深刻的历史性变化,其突出表现是以贸易自由化、金融全球化、生产国际化和市场国际化为代表的经济全球化趋势不断增强,商品、资本、技术及劳务的国际流动推动世界经济迅速发展。国际商务活动因此获得长足发展,新的经营管理理念也不断涌现。

经济全球化浪潮使世界经济真正形成一个统一的体系,各国经济相互依存、相互影响日益加深,国际经济合作与交往日益密切。中国已于2001年12月11日成为世界贸易组织的正式成员,开放的中国正以全新的姿态,更加广泛、全面地参与国际经济合作与竞争,中国企业发展的必由之路必然是走向世界,开展国际化经营,在世界范围内优化配置资源,实现国际市场与国内市场的有效对接。因此,在世界经济日新月异、我国改革开放不断深入的形势下,学习和掌握国际商务管理的理论,提高国际商务管理的水平,使我们的企业更规范、更有效地投入到国际经营管理的实践,融入全球化经济,已是势在必行。

正是基于上述背景,作者结合自己多年来潜心学习、研究与讲授国际商务理论与实践的心得编著本书,根据当代国际商务活动的特点,以企业的国际化经营为线索,就国际商务管理的理论和实践问题进行阐述。在结构体系上,全书分五部分,共十一章:第一部分即第一章,是全书的导论。第二部分是理论部分,由第二、第三章构成,包括国际商务的理论基础与环境。第三部分是战略部分,由第四、第五章构成,其中第四章分析企业国际商务经营形式及其选择,第五章论述战略管理。第四部分是职能管理部分,由第六至第十章构成,包括国际企业组织管理、国际市场营销管理、国际技术转移与创新管理、国际人力资源管理、国际财务管理等具体问题。第五部分即第十一章,探讨中国企业的国际化经营。

本书适合作为高等院校经济与管理类本科生的教材,也适用于企业管理人员的在职培训与MBA教学。为了便于教学,各章在正文前安排了教学目的和要求,在正文后安排了本章小结和思考题,大部分章的正文后附有引用的相关案例。

本书自2002年出版以来,受到了同行和读者的首肯,多次重印,发行数万册。借再版之际,作者结合近年来教学和科研的新成果,对本书进行了增补和修订:一是更新了资料和数据,力争反映当前国际商务活动现实,并通过对更多资料和分析,加深读者对有关国际商务活动实践及管理的理解;二是重写了跨国公司、国际直接投资理论、世界贸易组织等内容,大幅度修改了企业国际化理论、国际商务战略的新内容、中国企业国际化经营等章节,其余章节也做了一定的修改。第四版力求对近年来国际商务管理学科的新进展有所反映。

尽管做了不少努力,但由于学科的发展和囿于作者的水平,本书仍存在不足甚至错误,欢迎读者提出批评与建议,以便今后改进与提高。作者的电子信箱是 hdzhang@mail.shufe.edu.cn。

张海东
2012年7月

目 录

前言

1

第一章

导论

1

第一节 国际商务与国际商务管理	1
第二节 经济全球化与企业国际化	6
第三节 国际商务活动的主体——跨国公司	9
第四节 当代国际商务活动的现状及其发展趋势	17
本章小结	26
参考读本	26
思考题	27

第二章

国际商务的理论基础

28

第一节 国际贸易理论	28
第二节 国际直接投资理论	34
第三节 企业国际化理论	41
本章小结	45
参考读本	46
思考题	46

第三章

国际商务环境

47

第一节 国际商务的制度与市场环境	47
第二节 政治与法律环境	61
第三节 经济与技术环境	69
第四节 社会文化环境	72
第五节 国际商务环境的评估	75
本章小结	79
参考读本	79
思考题	79

第四章	国际商务经营形式及其选择	80
	第一节 国际商务经营形式	80
	第二节 国际商务经营形式的选择	92
	本章小结	96
	参考读本	97
	思考题	97
	案例分析	97
第五章	国际商务战略	99
	第一节 战略管理概述	99
	第二节 战略分析	101
	第三节 战略规划	106
	第四节 战略实施	113
	第五节 国际商务战略的新内容	114
	本章小结	124
	参考读本	125
	思考题	125
	案例分析	125
第六章	国际企业组织管理	130
	第一节 企业的法律形式	130
	第二节 跨国公司的组织结构演进及其形式	133
	第三节 企业的组织结构选择与设置	143
	第四节 企业的组织控制模式及其选择	147
	本章小结	150
	参考读本	151
	思考题	151
	案例分析	151
第七章	国际市场营销管理	153
	第一节 国际市场细分与目标市场策略	153
	第二节 国际产品策略	157
	第三节 国际定价策略	163
	第四节 国际分销渠道策略	168
	第五节 国际促销策略	171
	本章小结	175
	参考读本	176
	思考题	176
	案例分析	176

第八章	国际技术转移与创新管理	179
	第一节 国际技术转移	179
	第二节 国际技术创新	189
	本章小结	194
	参考读本	194
	思考题	194
	案例分析	195
第九章	国际人力资源管理	197
	第一节 国际人力资源管理概述	197
	第二节 海外经理人员管理	201
	第三节 国际劳工管理	207
	本章小结	210
	参考读本	210
	思考题	210
	案例分析	211
第十章	国际财务管理	212
	第一节 国际财务管理概述	212
	第二节 国际融资管理	214
	第三节 国际营运资金管理	217
	第四节 国际转移定价与税收管理	220
	第五节 外汇风险管理	225
	本章小结	233
	参考读本	233
	思考题	233
第十一章	中国企业的国际化经营	234
	第一节 中国企业国际化经营的必要性与可能性	234
	第二节 中国企业国际化经营的发展	237
	第三节 中国企业国际化经营的作用分析	246
	第四节 中国企业国际化经营战略研究	247
	本章小结	255
	参考读本	255
	思考题	255
	案例分析	255
参考文献		259

第一章

导 论



教学目的和要求

1. 掌握国际商务与国际商务管理的基本含义与内容；
2. 了解国际商务的发展演变历程；
3. 了解经济全球化与企业的国际化经营行为；
4. 了解跨国公司的基本概念、形成与发展、类型、经营特征及其经济贡献；
5. 了解当代国际商务活动的现状与发展特征。

国际商务作为一种跨越国界的经营活动,是在一定的历史条件下产生和发展起来的,有其内在的客观演进规律。国际贸易是最古老的国际商务活动,随着它的发展和统一世界市场的形成,活跃的生产力必然冲破国家疆界的束缚,实现资本的国际化,跨国公司于是成为国际商务活动的主体。因此,国际商务也不再局限于单纯的商品交换,而是包括商品、资本、技术以及劳务等在国际间的移动,其经营范围和方式获得了空前的发展。

当前,经济全球化的趋势使各国经济的相互依赖和合作进一步加强,又更进一步推动了国际商务的发展与深化。国际商务管理,作为对各种类型的跨国经营活动进行的经营管理,也随着国际商务活动的不断深入得以发展。

第一节 国际商务与国际商务管理

一、国际商务的概念及其经营形式

目前,国内外学者对国际商务(International Business)概念的理解基本一致。

美国著名的国际商务管理专家迈克尔·辛可塔(Michael R. Czinkota)、伊卡·罗卡尼(Ilkka A. Ronkainen)和迈克尔·莫菲特(Michael H. Moffett)在他们合著的《国际商务》一书中指出,国际商务包括那些为满足个人和组织需求而进行的跨越国界的交易。这些交易可以表现为相互关联的不同的形式,其基本形式有进出口贸易和对外直接投资,以及许可、特许经营和管理合同等。^①

美国学者克里斯托弗·科斯(Christopher M. Coase)认为,国际商务包括越过国界的任何形式的商业活动。它几乎包括任何形式的经济资源——商品、劳务(如技术、熟练劳动、运输)和资本的国际转移。^②

^① Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen, Michael H. Moffett: *International Business*, fifth edition, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers, 1999, P. 4.

^② [美]克里斯托弗·M. 科斯著,汪尧田、薛番康等译:《国际商务》,中国对外经济贸易出版社 1990 年版,第 1 页。

加拿大学者艾伦·鲁格曼(Alan M. Rugman)和美国学者理查德·霍杰茨(Richard M. Hodgetts)则认为:国际商务是一门研究为满足个人及组织需求而进行的跨国界交易的学科。这里的经济交易包括贸易,如进口和出口,以及对海外企业的直接投资。^①

我国学者梁能认为:国际商务学研究的主要是国与国之间的商务活动。这个定义包括两层含义:一是国际商务研究的是跨越国界的经济活动;二是国际商务研究的是商业性的经济活动,而不是非商业性的跨国经济活动。^②

综上所述,国际商务是一种跨越国界的活动,是在不同国家之间进行商品、劳务、资本、技术和信息等资源的国际转移。

在相当长的历史时期内,传统的、狭义的国际贸易,即不同国家间的货物商品贸易一直是国家间经济联系的唯一形式,并且今天仍然成为国际商务活动的主体。但第二次世界大战(以下简称“二战”)以后,随着世界经济的发展和国际间经济交往的扩大,国际间资本流动规模不断增大,技术交流速度明显加快,人员跨国界流动日益频繁,因此,围绕货物商品交换的各种服务,如运输、保险、金融、通信以及旅游服务、劳务贸易、资本转移、技术转让等关系也随之得到了迅速扩展。20世纪60年代以来,伴随着生产要素的跨国界流动和合理配置,以及由此产生的国家之间在经济和技术等方面的合作,出现了国际经济技术合作的概念。这一系列发展变化使得传统的国际贸易与国际经济合作日益融合,并赋予了国际商务以全新的内涵,人们开始用统一的概念来看待国际间的商务活动。国际商务活动的业务范围、表现形式也得到了新的发展。一般来说,当代国际商务活动可分为以下五种主要经营形式:

(一) 国际商品贸易

国际商品贸易即货物的进口与出口。进出口贸易往往是企业从事国际商务的第一步。与许可和投资等其他国际商务形式相比,进出口贸易相对比较容易进行,简单的进出口活动并不一定要求与外国买主或卖主有许多的联系。

(二) 国际服务贸易

国际服务贸易是指国家之间出售或购买服务的交易。它以提供活劳动的形式满足他人需要并获取外汇收入,如国际运输、旅行、旅游、劳务输出以及在国外服务等。此外,金融保险、租赁、工程、咨询及管理等服务也是国际商务的重要内容。按照世界贸易组织的分类,国际服务贸易分为商业、通信、建筑及工程、销售、教育、环境、金融、健康与社会、旅游、文化与体育、运输业及其他,共12大类、155个项目。

(三) 国际技术许可和特许经营

国际技术许可和特许经营是指专利、商标、技术秘诀等无形资产的持有者根据协议向外国公司授予一定时间内的使用权。在成功地从事进出口贸易后,企业常常会转向国际技术许可或特许经营,这不同于一般的进出口贸易,因为许可方往往会派自己的技术人员到国外帮助被许可方建立生产线并使该公司能够生产出合格的新产品。

(四) 国际间接投资

国际间接投资即证券投资,是指企业购买外国公司的上市股票或外国公司、政府发行的债券等。

^① [加]艾伦·M.鲁格曼、[美]理查德·M.霍杰茨合著,李克宁译:《国际商务:一种战略管理方法》,经济科学出版社1999年版,第5页。

^② 梁能著:《国际商务》,上海人民出版社1999年版,第1页。

（五）国际直接投资

国际直接投资是指享有直接海外业务经营管理权的国际商务管理活动,包括独资经营、合资经营以及契约经营等形式。

除此之外,交钥匙工程、合作生产、国际承包等也属国际商务活动。另外还有一些活动或多或少地带有国际商务的某些特征,如补偿贸易等。

以上列举的是企业从事国际商务活动的几种基本形式。显然,不同的国际商务活动性质不同,要求企业的参与程度也不一样。例如,进出口与许可等被认为是一般意义上的参与,而国际直接投资则涉及对企业股权和经营管理权的控制,因此,是深层次上的参与,对企业各方面的要求都比较高。

企业在开展国际商务活动时,需要根据自己的经营目标、资源条件、产品或服务的特点、外部市场条件以及市场机会等,选择适合自己的国际商务经营形式。

二、国际商务的形成与发展

国际商务的实质是资本的国际化运动,主要表现为商品资本、货币资本和生产资本的国际化演进,而资本的国际化运动有其内在的不以人的意志为转移的客观规律性。要认识这种客观规律,就必须以一种历史的观点考察资本国际化的演进。

（一）商品资本的国际化

从18世纪中期第一次产业革命到19世纪末为商品资本的国际化阶段。18世纪60年代至19世纪中叶,英国、美国和一些西欧国家陆续完成了以纺织机和蒸汽机的发明和广泛使用为标志的产业革命,从工场手工业过渡到机器大工业,人类社会的生产力获得空前发展。这种生产能力,就像马克思在《共产党宣言》里所说的,资本主义市场经济在不到100年的时间里魔术般地呼唤出强大的生产力,创造出的财富超出以往一切时代。国内有限的市场空间已无法满足机器大工业创造出来的巨大生产力,一方面,生产出的大量产品需要不断扩大的销售市场与之相匹配;另一方面,机器大工业生产所需的大量原料也需要开辟新的廉价的来源,社会化大生产要求社会分工国际化和市场国际化,形成统一的世界市场。正是在这样的背景下,“一种和机器生产中心相适应的新国际分工产生了,它使地球的一部分成为主要是进行农业的生产区域,以便把另一部分变为主要是进行工业的生产区域。”^①例如,当时的印度已成为英国生产棉花、羊毛和亚麻的地方,而澳大利亚则成为英国的羊毛产地。伴随着这种以主要资本主义工业国为中心的垂直型国际分工体系的逐步形成,国际贸易的规模迅速扩大。因此,商品资本的国际化,即商品的国际交换成为这一阶段国际商务活动的主要形式和基本特征。

（二）货币资本的国际化

19世纪末直至“二战”是货币资本的国际化阶段,即向国外进行以证券投资为主的资本输出。19世纪末,自由竞争的资本主义逐渐向垄断资本主义过渡,“过剩资本”的大量形成直接成为资本国际流动的动力和源泉,西方国家的某些大企业开始向国外投资,资本输出成为这一阶段主要的经济特征。垄断组织通过资本输出把资本主义生产方式扩大到殖民地与半殖民地国家,从而使得传统的垂直分工体系进一步深化,与此同时,资本输出实现了世界范围内的生产国际化和社会化,加强了世界各国的相互依赖及各国对国际分工的依赖。企业的“资本输出

^① 马克思:《资本论》第一卷,人民出版社1975年版,第494~495页。

成了鼓励商品输出的手段。”^①这时的国际投资以证券投资为主,直接生产投资的比例不大,且都是主要经营殖民地和附属国的资源开发项目(如采煤、采油、开矿)以及农业种植园等,只有极少数企业在工业发达国家从事工业生产性投资。总之,这一时期国际商务活动的表现形式为货币资本国际化,以及由货币资本国际化带动的商品资本国际化。

(三)生产资本的国际化

“二战”以后到现在是生产资本的国际化阶段,即投资者对外直接投资,到海外从事生产经营活动。生产资本的国际化是国际分工进一步深入发展的结果,当代跨国公司的不断成长壮大正是生产资本国际化的必然反映。

从历史上看,对外直接投资活动是在资本主义国家生产技术成熟,资本过剩,本国市场饱和,国内投资的盈利因竞争而逐渐减少,新的世界市场亦已开辟的条件下产生的。早在19世纪60年代,在资本主义发展比较早的一些国家里,一些大企业开始向海外进行直接投资,在海外的销售市场建立自己的分公司,如英国的德士古石油公司、德国的拜耳制药公司、美国的胜家缝纫机公司和皇家荷兰壳牌石油公司。这些公司在向外国投资以前,早已将自己的商品销售到国外市场,并在长期的商业销售活动中,证实了就地投资设厂比从本国出口更加有利可图。第一次世界大战(以下简称“一战”)后,面对世界各国在国际贸易中纷纷采取的“关税战”、“汇率战”,一些发达国家的企业不得不到海外投资设厂,就地制造。但总体来看,这一阶段的对外直接投资比例不大,在数量和范围上都还不足以成为资本国际化的主导形式,资本国际化仍然以间接资本输出为主。两次世界大战期间,对外直接投资虽有所增加,但主要集中在资源开发性行业,且具有明显的地域局限性。

“二战”以后,尤其是20世纪50年代以来,全球范围内生产资本国际化开始进入蓬勃发展的新时期,究其原因,与“二战”后的时代背景有着深刻的关系。

第一,随着统一的资本主义世界大市场的形成和以微电脑技术、核能、塑料和精细化工、航天工业为代表的第三次科技革命的深入发展,世界生产力获得了前所未有的巨大增长,发达资本主义国家的生产和资本高度积聚和集中,垄断的程度进一步加深,拥有大量资本、先进技术和经营管理优势的垄断企业迫切需要到国外寻求有利的投资机会与销售市场。

第二,科学技术的发展使得国际分工格局呈现出新的特点,国际分工从传统的以自然资源禀赋为基础的产业部门间的分工发展成为以现代生产技术、工艺为基础的产业内各部门间和产品内部的分工,从垂直型分工日益走向水平型分工。国际分工的深化使得分工的范围也随之扩大,在发达国家与发展中国家旧的垂直型国际分工继续维持的同时,技术水平接近的发达国家之间的相互投资和渗透日益加强。同时,高度发达的现代通信技术和运输又为参与现代国际分工的国家提供了重要的物质基础,从而使国际生产成为可能。

第三,“二战”以后,世界经济格局发生了深刻的变化,殖民体系瓦解,传统的殖民地和半殖民地纷纷取得独立,新独立的国家为了维护自身的发展权益,对原来宗主国带有掠夺性质的商品输出采取各种限制办法,迫使国际资本采用东道国欢迎的直接投资形式进入。在1997年东南亚金融危机后,为减少本国经济受国际游资的冲击,许多发展中国家对国际金融资本流动采取了同样谨慎的态度,转而更为欢迎国际资本以直接投资形式进入。而且,在经济逐步发展的同时,许多发展中国家尤其新兴工业化国家的跨国公司开始出现并积极地参与到国际经营中。

在这一新的时代背景下,企业国际化经营得到了迅猛发展,进入跨国经营的高级阶段,即

^① 《列宁选集》第二卷,人民出版社1972年版,第783页。

跨国公司阶段。“二战”后初期,美国的跨国公司在国际竞争中一统天下,20世纪60年代后,西欧、日本的跨国公司开始积极向外扩张,在全球范围内与美国公司展开了激烈的竞争。80年代后,“亚洲四小龙”以及巴西、墨西哥等新兴工业化国家和地区出现了不少颇具规模的跨国公司,从而使现代的跨国经营呈现出多极化的新格局。

总之,“二战”以来,国际商务活动的主要形式是以跨国公司为主体的生产资本国际化及其带动的商品资本国际化。而且,随着社会分工的不断深化,国际直接投资迅速增长,其增长速度大大超过了国际贸易的增长速度,成为世界经济发展的主导因素。

三、国际商务管理的研究对象与内容

伴随着企业遍及全球的贸易和投资活动的不断深入与发展,与之相应,一门研究和指导企业国际化经营的综合性学科——国际商务管理(International Business Management)逐渐形成,并且向着规范化、系统化和应用化方向发展。但对于国际商务管理的研究对象,学术界的看法并不完全一致。

美国哥伦比亚大学教授罗伊·布洛夫(Roy Blough)在所著的《国际商务:环境与适应》(*International Business: Environments & Adaptation*)中认为,国际商务管理是对国外的企业进行管理的活动。

斯蒂范·罗博克(Stefan Robck)、肯尼思·西蒙德(Kenneth Simmonde)和杰克·齐威克(Jack Zwick)在合著的《国际商务与跨国企业》(*International Business and Multinational Enterprises*)一书中则强调其管理活动的跨国性。他们认为,国际商务管理作为管理实践和学术研究的一个领域,主要是对跨国企业管理活动的研究,有关企业活动的内容如货物、资金、劳务或技术转移,甚至员工管理等均在研究范围之内。

辛可塔、罗卡尼和莫菲特则从国际商务和国内商务的不同出发,认为国际商务管理受到一系列与国内商务管理完全不同的宏观环境因素、不同的限制条件以及由不同的法律、文化和社会所产生的经常性冲突的影响,基本的商务管理原则仍然适用,但在具体应用、复杂性和强度上却差别巨大。^①

总之,国际商务管理是对跨越国界的各种商务经营活动进行管理的过程,它不仅包括对向另一国提供的资源与劳务等所进行的管理,也包括企业自身的管理过程。显然,由于国际商务活动超出了一个国家的范围,对其管理也出现了新的特有的问题,因此,需要以跨国经营的视点来研究商务活动,研究国际化经营中遇到的各种特殊问题。

根据上述对国际商务管理研究对象的理解,在研究内容上,国际商务管理主要包括三大部分:

第一,环境管理。任何企业的经营都要受到环境的影响,环境的特点制约或促进着企业经营的发展。由于跨国经营涉及的环境内容更复杂、变化更频繁、不可控程度也更高,因此,认真地分析国际经营环境,并系统地总结国际经营中必须加以分析的环境要素是成功地开展国际经营的前提。

第二,战略管理。国际商务作为一种跨国界的经营活动,要在错综复杂的国际经营环境下取得有利的竞争地位,就必须战略先行。企业决定国际化之后,就必须寻求最合适的国际经营

^① Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen, Michael H. Moffett; *International Business*, fifth edition, The Dryden Press, Harcourt Brace College Publishers, 1999, P. 4.

形式,以便最有效地进入国际市场。企业必须将战略管理作为企业经营管理的核心,制定切实可行的战略规划,有效地实施战略,并根据企业的内、外部条件对国际经营的战略模式作出选择。

第三,职能管理。即如何具体地组织和管理国际化经营企业,以有效地贯彻企业的国际化经营战略,实现企业的国际化经营目标。在形式上,表现为按照企业的职能构成进行相应的管理,具体包括企业的组织结构设计、国际市场营销管理、技术转移与创新管理、人力资源管理、财务管理等内容。

根据上述思路,本书的框架结构由五部分构成,共十一章,具体内容和分析思路如下:

第一部分即第一章,是全书的导论。旨在阐明国际商务管理的一般问题,包括国际商务与国际商务管理的基本内容、企业的国际化以及跨国公司的经营特征及其贡献等。

第二部分由第二、第三章构成,是理论部分。其中,第二章论述国际商务的理论基础,试图通过对各种理论流派的介绍,多角度地揭示国际商务产生及发展的内在规律,具体包括国际贸易理论、国际直接投资理论以及企业国际化理论。第三章分析国际商务环境,由两部分构成,既包括宏观的国际商务制度与市场环境管理,又包括具体的跨国经营所在国的环境管理,对企业国际化经营中必须加以分析的环境要素做了较为系统、全面的阐述。

第三部分由第四、第五章构成,是战略部分。其中第四章分析企业国际商务经营形式及其选择,介绍各种经营形式,并运用一定的理论和方法分析经营形式的选择。第五章论述国际商务战略,主要包括战略管理的概念与特点、一般过程,企业国际经营的战略模式及其选择,以及跨国并购、跨国战略联盟与国际外包等国际商务战略的新内容。

第四部分由第六至第十章构成,是职能管理部分。其中,第六章是国际企业组织管理,对企业的组织结构演进、形式、选择以及企业的组织控制模式等问题进行阐述。第七章是国际市场营销管理,论述企业国际化经营中的营销问题,包括国际市场细分与目标市场策略以及国际营销组合策略等。第八章分析企业的国际技术转移以及技术创新战略。第九章对国际经营企业的人力资源管理进行阐述,包括人力资源管理的一般问题、海外经理人员管理以及国际劳工管理等。第十章是国际财务管理,主要讨论有关国际融资、国际营运资金、国际转移定价与税收以及外汇风险管理等问题。

第五部分即第十一章,探讨中国企业的国际化经营,对中国企业国际化经营的必要性与可能性、国际化经营的发展过程及其现状、国际化经营的作用等进行比较全面的阐述与分析,并对中国企业的国际化战略进行研究。

第二节 经济全球化与企业国际化

一、世界经济全球化的发展趋势

所谓“经济全球化”,是指世界各国经济无一例外地参与国际分工和国际交换,其实质内容是物流、资金流、信息流和技术流的加速运动,从而实现资源在世界范围内的优化配置。经济全球化的具体表现形式为贸易自由化、金融全球化、生产国际化和市场国际化:第一,世界各国的消费日益不受本国生产能力的限制,大量的商品来自其他国家,国际贸易自由化使各国互通有无,消费越来越具有世界性;第二,各国经济的发展日益不受本国资金条件的约束,大量的资金来自其他国家和国际金融市场,巨大的国际融资和资金配置能力为各国创造出巨大的发展

空间;第三,各国的生产越来越不受国内市场的限制,国际分工的深化使得企业能够根据各国的比较优势条件进行生产的国际分工配置,在更大的市场范围内实现规模经济;第四,各国的市场越来越不受地理疆界的限制,经济全球化的发展使得纯粹意义上的国内市场基本不复存在,国内市场与国际市场的界限日趋模糊,各国经济实际上都已不同程度地融入了国际大市场,企业的国内竞争也正成为全球竞争的一部分。

经济全球化是一个不以人的意志为转移的客观规律,是世界经济发展的内在必然性。马克思、恩格斯早在一百多年前写的《共产党宣言》中就曾指出:由于资本主义的向外扩张,使得各个国家、各个民族“自给自足和闭关自守状态,被各民族各方面的互相往来和各方面的互相依赖所代替了”,从而使“一切国家的生产和消费都成为世界性的了。”^①列宁也指出:“人类的整个经济、政治和精神生活,在资本主义制度下已经越来越国际化了。”事实上,在马克思的时代,所谓“全球经济”只涵盖人类社会很少一部分。20世纪中叶以来,随着科学技术的巨大进步和生产力的解放,国际间商品、资本和劳动力流动不断加速,世界经济的相互联系和相互依存日益增强,世界各国的经济生活也日益国际化,正朝着全球经济一体化的方向迈进。如今的经济全球化正在把世界上五十多亿人口都卷入其中,一种真正意义的全球经济正在形成。

二、企业国际化

经济全球化是当今世界经济的重要特征,一国能否实现经济的外向型拓展,以世界市场为发展的舞台,直接决定了未来的经济发展潜力。而企业国际化则是经济全球化的基本途径之一,也是经济全球化的表现形式。目前国内外对企业国际化的理解并不完全一致,比较有代表性的有以下几种观点:

(一)企业国际化是企业由国内市场向国际市场渐进发展的过程

20世纪70年代,瑞典学者约翰森(J. Johanson)、瓦海恩(J. E. Vahlne)和瓦德协姆(Paul Wiedersheim)等是企业国际化渐进论研究的先驱。他们在对瑞典四家制造企业跨国经营的历史进行调查的基础上,提出企业国际化是企业由国内市场向国际市场渐进发展的过程,具体表现为企业对国际市场逐渐提高承诺的连续形式。

如表1-1所示,在约翰森和瓦海恩所调查的四家企业的63个海外销售分部中,只有7例是从纯国内经营直接走向在海外建立销售分部的(N→S),其余56家都是在原有出口中间商的基础上发展起来的(A→S)。在海外生产分公司的设立上,有28家是从原有的海外销售分部发展起来的(S→P),只有9家是在原有出口中间商的基础上发展起来的(A→P),没有一家从纯国内经营直接走向建立海外生产分公司(N→P)。可见,每个海外生产分公司都是在通过出口中间商或销售分部打开局面后才建立的,没有一例是企业不经过出口试验而直接在海外建立生产点的。这种在经营地域和经营方式上“由易而难,逐步升级”的现象并不局限于瑞典企业,国外其他学者对美国、德国和日本等企业跨国经营行为的调查也发现了类似规律。

(二)企业国际化是指企业的跨国经营活动

持这一观点的学者以英国著名跨国公司问题专家斯蒂芬·扬(Stephen Young)为代表,他在合著的《国际市场进入与发展》(*International Market Entry and Development*)一书中认为,企业国际化是指“企业进行跨国经营的所有方式”,^②它包括产品出口、直接投资、技术许

^① 《马克思恩格斯选集》第一卷,人民出版社1975年版,第254~255页。

^② Stephen Young, James Hamill, Colin Wheeler, Richard Davies: *International Market Entry and Development*, Harvester Wheatsheaf, 1989, P. 2.

可、管理合同、交钥匙工程、国际分包生产以及特许经营等。

表 1-1 瑞典四家大公司跨国经营方式的演化

	Sandvik 公司	Atlascopco 公司	Facit 公司	Volvo 公司	总 计
海外销售分部的 设立顺序					
N→S	2	3	0	2	7
A→S	18	14	14	10	56
海外生产分公司的 设立顺序					
N→P	0	0	0	0	0
A→P	2	3	2	2	9
S→P	13	9	3	3	28

注：N——企业在该国无经常出口业务；
A——企业在该国通过中间商出口；
S——企业在该国设有销售分部；
P——企业在该国设有海外生产分部；
N→S——企业在该国设立销售分部以前，在该国无经常出口业务；
S→P——企业在该国设立海外生产分部之前已经设有销售分部；
其余类推。

资料来源：J. Johanson 和 Paul Wiedersheim, 1977, 转引自梁能著：《跨国经营概论》，上海人民出版社 1995 年版，第 106 页。

(三)企业国际化是企业有意识地追逐国际市场的行为体现

美国学者理查德·罗宾逊(Richard D. Robinson)认为,企业国际化是企业在产品及生产要素流动性日益增大的过程中,对市场国际化而不是对某一特定的国家市场所作出的反应。^①

(四)企业国际化是企业走向世界的过程

梁能在《国际商务》一书中认为,企业的国际化主要有两方面含义:其一是企业经营的国际化,也就是企业产销活动的范围怎样从一国走向世界的问题;其二是企业自身的国际化,也就是一个原先“土生土长”的国内企业如何向跨国企业演变发展的问题。^②

总之,企业国际化是指国内企业参与国际分工和经济全球化进程,逐渐发展成为一个跨国公司或国际企业,在全世界范围内建立起生产、经营、销售和服务网络的过程。企业国际化说到底是生产力发展的规律,其实质是企业在全球范围内组织生产,实现资源的最优配置。“二战”后,企业国际化的趋势越来越明显,企业的跨国经营活动日益增加,从简单的商品输出扩大商品销售市场,发展到专利技术的许可交易,以至发展大规模的对外直接投资,在东道国创办新企业或收购兼并原有企业建立起永久性的生产和销售设施。在世界经济全球化趋势不断加强的今天,任何企业的生存和发展都不可避免地要参与到国际竞争中去,因此,企业国际化的进程大大加速,得到前所未有的迅猛发展,不仅大企业的国际化在不断深化和发展,而且不少中小企业也参与了这一历史进程。同时,企业国际化,不仅可以利用国际分工,引进资金、技

① [美]理查德·罗宾逊著：《企业国际化导论》，对外贸易教育出版社 1989 年版，第 1 页。
② 梁能著：《国际商务》，上海人民出版社 1999 年版，第 110 页。

术、人才和管理,同时又可以进入国际市场,实现生产要素的双向流动,对提高企业的国际竞争力与寻求更广阔的发展空间都有重要作用。国际商务管理正是在企业国际化的实践中产生和发展起来的,因此,企业国际化构成了国际商务管理的基础。

第三节 国际商务活动的主体——跨国公司

一、跨国公司的名称与定义

(一)跨国公司的名称

从经济文献看,对于从事跨国生产经营活动的经济组织,有许多各式各样的名称,如跨国公司或企业(Transnational Corporations or Enterprises,简称 TNC 或 TNE)、多国公司或企业(Multinational Corporations or Enterprises,简称 MNC 或 MNE)、国际公司或企业(International Corporations or Enterprises)、超国家公司或企业(Supernational Corporations or Enterprises)、环球公司或企业(Global Corporations or Enterprises)等,其中使用最为普遍的是多国公司与跨国公司。1972 年 7 月 28 日,联合国经济与社会理事会通过决议,由联合国秘书长指定一个知名人士小组研究“多国公司的作用及其对发展过程,尤其是发展中国家的发展过程和国际关系的影响”,在知名人士小组 1973 年提交的题为《多国公司对发展和国际关系的影响》的报告中使用的是“多国公司”。但是,在 1974 年 8 月 2 日联合国经社理事会第 57 届会议上讨论知名人士小组报告时,一些代表尤其是拉美国家代表提出,在拉美国家,“多国公司”特指那些在安第斯条约组织(The Andean Group)帮助下由该组织成员共同创立与经营的公司;而那些主要以一国为基地,从事跨国生产经营活动的公司应称为“跨国公司”。联合国经社理事会采纳了上述建议,并决定将各种名称统一为“跨国公司”,并设立政府间的跨国公司委员会和跨国公司中心,作为永久性机构。自此,联合国的有关文件与出版物都统一使用“跨国公司”这一名称。

(二)跨国公司的定义

对跨国公司进行科学、规范的概念界定一直是西方学者有关跨国公司研究的重要内容。长期以来,学术界对跨国公司的理解存在分歧,主要是由于对跨国公司定义的标准不同,大体上可以概括为以下三种标准:

1. 结构标准

结构标准(Structural Criterion)是指以企业从事生产经营活动跨越的地理区域和企业资产所有权作为划分跨国经营的标准与尺度。英国著名跨国公司问题专家约翰·邓宁(J. H. Dunning)认为,跨国公司“简单地说就是在一个以上的国家拥有或控制生产设施(如工厂、矿山、炼油厂、销售机构、办事处等)的企业”。这是迄今为止最为宽松的定义。但有学者指出,跨国公司一般应有相当广泛的地理分布,对于那些只在本国基地以外一或两个国家拥有子公司的企业,一般不能称为跨国公司。从企业资产所有权来看,一般认为,一个企业只有拥有国外企业的股份所有权,才能构成跨国公司。经济合作与发展组织则认为,跨国公司“通常包括所有权属于私人的、国营的或公私合营的公司或其他实体”。对于拥有国外企业股权的标准,目前普遍使用的是国际货币基金组织提出的标准,即跨国公司控制境外企业的所有权不得低于 25%。

2. 经营业绩标准

经营业绩标准(Performance Characteristics Criterion)是指企业在海外的资产、利润、销