

● 国际商务系列教材

国际商务

(第二版)

韩玉军 © 编著

→ GUOJI SHANGWU

非
外
借

 中国人民大学出版社

本成果受到中国人民大学“统筹支持一流大学和一流学科建设”经费的支持

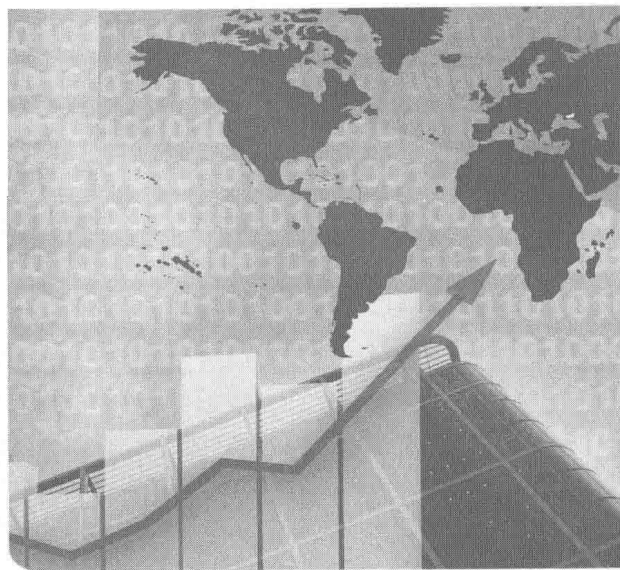
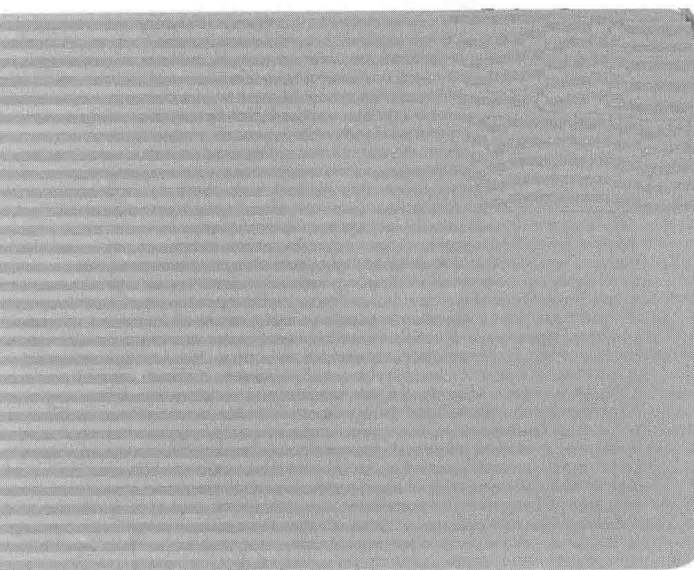
● 国际商务系列教材

国际商务

(第二版)

韩玉军 © 编著

→ GUOJI SHANGWU



中国人民大学出版社

· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务/韩玉军编著. —2 版. —北京: 中国人民大学出版社, 2017. 6

国际商务系列教材

ISBN 978-7-300-24226-2

I. ①国… II. ①韩… III. ①国际商务-教材 IV. ①F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 041231 号

国际商务系列教材

国际商务 (第二版)

韩玉军 编著

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

版 次 2011 年 8 月第 1 版

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

2017 年 6 月第 2 版

印 张 30.5 插页 1

印 次 2017 年 6 月第 1 次印刷

字 数 682 000

定 价 65.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

总序

2010年5月,国务院学位委员会第27次会议决定在我国新增国际商务硕士专业学位,中国人民大学经济学院作为首批设立了国际商务硕士专业学位的教学单位,成为研究生教育改革的重要实验基地。

长期以来,中国的研究生教育以学术学位教育为主,即按照学术研究的要求培养学术研究人才,研究生的就业取向多集中在教学、科研岗位。随着我国经济与社会的发展,这种单一的学术型培养目标越来越不适应社会对多样化人才的需要,社会对高层次应用型人才的需求越来越旺盛,于是,专业硕士学位就应运而生。专业学位的学生就业取向定位在各类实际应用部门。专业学位教育旨在应用和实践教育,注重培养学生的应用性、开发性研究与设计能力,以满足特定社会职业对专业应用型人才的需求。在美国、欧洲,专业学位教育已经非常普遍。例如,美国比较常见的有74种专业硕士学位,55种专业博士学位,10种第一职业学位,庞大的专业学位体系覆盖了几乎所有社会职业,使研究生教育具有更加广泛的社会适应性。

国际商务专业的培养目标是适应复杂的国际经济、政治、文化环境,培养通晓现代商务基础理论,具备完善的国际商务知识体系,熟练掌握现代国际商务实践技能,有较强的外语交流能力、国际商务分析与决策能力的应用型、复合型、职业型高级商务专门人才。

那么,如何培养应用型、复合型、职业型高级商务专门人才呢?

首先,培养应用型人才,需要我们坚持能力为重培养方式。过去的学术型学位教育注重基础、注重理论,而专业学位的人才培养模式以职业所需的知识体系来组织课程,教学过程的实践性尤为突出,目标是使学生成为可用的人才。国际商务的应用型人才应具备如下能力:发现、阐述、分析和解决国际商务活动中的问题的能力;在国

际团队中跨文化交流、合作与谈判的能力；把握国际经济贸易金融环境、洞悉商务机会的能力；使用国际通用的方法与工具分析问题的能力等。

其次，培养复合型国际商务人才，需要我们以职业所需的知识体系来组织课程，完善学生职业发展所需的知识结构，并将职业实践与专业学习结合起来。国际商务是跨国界的商务活动，在内容上，它包括贸易、投资、金融等各领域。具体讲，围绕跨国界的商务活动，需要掌握有关国际市场、国际战略、资源配置、经营管理、市场营销、国际规则、国家政治和文化环境等诸多知识，只有掌握这些知识才能成为复合型国际商务人才。

再次，培养职业型人才，专业学位的培养目标着眼于提高人的职业能力、职业伦理、职业精神，使之更好地胜任职业工作。例如，一个优秀的国际商务职业人员要有建立和维护商务人际网络、建立和谐关系的能力，要熟悉企业文化，要有道德感和社会责任感，要有职业的精神面貌，更要有职业的奋斗精神和开拓创新精神。

最后，我们还要强调国际商务专业学位培养的是高级的精英商务人才，而这主要体现在人才的国际化培养定位上。具备国际化的视野、国际化的思维，了解国际规则和法律，熟练使用外语这些都是对学生的基本要求。

尽管过去我们在培养国际贸易、世界经济等相关专业的研究生方面积累了比较多的经验，但国际商务专业学位毕竟刚刚设立，应用型学位研究生的培养与学术型学位研究生的培养有较大的差异，我们必须跳出过去的学术型研究生的培养路子，探索一种适应新的培养目标的培育模式。中国人民大学经济学院作为我国经济学类研究生的重要培育基地，理应为探索一条既与国际接轨又适合国内需求的中高级实用型国际商务专业人才的培养路子。为此，我院成立了以杜厚文教授为主任并有多位相关专业的国内著名学者、政府官员、企业家参与的国际商务学术委员会，深入讨论国际商务专业学位研究生的培养模式。大家一致认为，尽快编写出一套适应新的培养目标的国际商务教材至关重要。于是，以我院国际经济系为主体，组织教师就如何编写出国际商务系列教材召开多次研讨会，力争在取得基本共识的基础上，把专业学位特征的教育思想体现在系列教材的设计、写作与编辑之中。

中国人民大学经济学院推出的国际商务系列教材具有如下特点：

第一，系统性。该系列教材系统覆盖了国际商务所需的知识体系，涉及国际经济、国际贸易、国际金融、国际商务、跨国公司管理、国际规则运用、跨文化沟通、市场营销等各个方面。

第二，突出了案例教学的特点。教材选用了大量具有国际背景的前沿性的案例，能够帮助学生了解国际商务的现实环境，并通过案例学习获得职业感觉和应用能力。

第三，具有创新性，凸显了中国人民大学经济学院的知识产权特色。在教材编写过程中，我们多次讨论什么是国际商务教学的一般要求、一般规律，如何能将中国人民大学经济学院长期沉淀下来的知识优势融入这个一般规律中，在国际商务专业人才的培养中创立中国人民大学的特色。而今，呈现在读者面前的这套系列教材，凝聚了我们的思想和创新。

从2010年5月国家批准国际商务专业学位建设起的短短一年多的时间里，我们推出了这套系列教材。一方面，这套及时出版的系列教材可以为刚刚起步的国际商务

专业学位研究生的培养提供一个可供选择的教材蓝本，为同行之间的交流提供一个参照和渠道；另一方面，我们不得不承认，在这么短的时间内推出一套全新的教材体系，无论是时间上还是我们的知识水平上都可能使得我们的这套教材存在着这样或那样的不足。我们诚恳地希望同行们批评指正，以便我们在再版这套教材时吸收来自各方面的意见，把教材修订得更好。

我们这套系列教材得到了中国人民大学经济学院的“985”项目与“211”项目的资助，这套教材也是我院“中国经济学”学科建设子项目的成果之一。同时，中国人民大学出版社在国际商务系列教材的编写过程中自始至终给予了很大的支持，在此我们表示感谢！国际商务专业学位是个新生事物，让我们共同努力，让这个新生事物能像雨后春笋一样破土而出，茁壮成长！

杨瑞龙

中国人民大学明德楼

2011年8月19日

第二版说明

《国际商务》一书自 2011 年 8 月出版以来，得到了设有国际商务专业的高校广大师生很大程度上的认可，特别是受到广大备考国际商务专业硕士的学生的欢迎。但我们通过和一线任课教师及使用过本教材的学生的交流、调研以及很多学生的意见反馈，发现比较普遍的一个反应是数据陈旧，而且有多处错误。对此，我们在第二版修订时，参考大家的意见，作出如下几个方面的调整与修改：

第一，修改或更正了在第一版中发现的打印错误、表述错误以及错漏的地方。

第二，更新了几乎大部分的数据，但由于有些数据不统一或难以找到公认的数据，因而未做出修改。其中，数据更新最多的是第 6 章，大多数数据一般更新到最近两年。

第三，补充了一些新内容，主要是与数据更新相适应的内容。

第四，更新了很多表格，并增加了表 6-10。

虽然我们在再版中尽量使本书更趋完善，更适应广大师生的需求，但仍然感到不尽如人意，书中缺点和错误仍然在所难免，我们殷切希望广大师生及各方面的读者提出批评、意见和建议。

韩玉军
中国人民大学明德主楼
2017 年 4 月

前 言

2010年5月,《国务院学位委员会关于开展新增硕士专业学位授权点审核工作的通知》(学位[2010]20号)指出:根据国务院学位委员会第27次会议精神,积极推进研究生教育结构调整,着力培养高层次应用型专门人才,加快发展研究生专业学位教育,经研究,决定开展新增硕士专业学位授权点审核工作。中国人民大学经济学院有幸被列为首批新增国际商务硕士(MIB)专业学位授权点单位。

我们经过认真研究国际商务硕士专业学位的研究生教育特点和规律,认为国际商务这门课是该专业硕士学位教育中最重要的专业基础课。为了使该专业的学生能够掌握该领域坚实的基础理论和宽广的专业知识,具有较强的解决实际问题的能力,成为具有良好的职业素养的高层次应用型涉外专门人才,我在参考了大量国内外有关国际商务教材的基础上,编写了这本适合国际商务专业硕士研究生使用的《国际商务》教材。

随着经济全球化的发展,世界正在快速变化着。当企业走向世界成为国际企业时,它将面临一系列新的挑战。国际管理人员为应对挑战,除需要掌握基本的经济学与管理学的原理外,还需掌握和实行各种战略和政策才能获得成功。

本教材以环境—理论—战略与组织—运营作为分析的逻辑线索与框架,围绕国际企业运营理论基础、商务环境和企业资源能力,分析了国际企业的战略竞争与组织,并从国际企业运营的角度探讨了国际市场营销、供应链管理、国际人力资源管理以及国际财务管理问题,从而从不同的角度分析了国际企业如何获取可持续发展的竞争优势。

《国际商务》是一本内容非常丰富、新颖、资料翔实、结构清新、规范完整的教材。本教材的具体内容除了导论外,可以分为4部分:

第1部分：国际商务环境。本部分从国家层面介绍国际企业经营面临的政治、经济、法律等国家因素的差异性，同时介绍不同国家文化、宗教、社会责任等对国际企业经营的影响。

第2部分：国际商务的理论基础。本部分从贸易、投资、金融以及国际生产等方面介绍国际商务的基本理论。

第3部分：国际企业的战略与组织。本部分对国际企业的竞争战略与组织结构，包括战略联盟与并购等进行深入介绍。

第4部分：国际企业的运营。本部分从国际市场营销、供应链管理、国际人力资源管理、国际财务管理等方面分析和研究国际企业在全局运作中的管理问题。

作为教材，体系完整且合理、概念准确且清晰、表述简练且精确是非常重要的。本教材在国际商务术语，特别是外来语的表述上注意保持学术的严谨，同时吸收大量相关的新的研究成果，在教材中穿插“案例”和“专栏”等作为背景资料，有助于读者对有关理论的理解。在各章开始都有本章提要 and 关键术语，在章后均附有复习与思考题。

本教材具有较强的可读性，同时本教材注重理论联系实际，且深浅适度，既可作为国际商务硕士研究生的学科基础教材，又可作为高等院校经济与管理类专业的高年级本科生的教材和准备参加国际商务硕士（MIB）、MBA等入学考试的学生的复习用书，同时也可作为跨国公司、涉外企业的中高层管理人员及从业人员的必备参考书。

在编写本教材的过程中，中国人民大学经济学院国际经济系的博士生王汉儒、李璜、赵丹，硕士生陈亮、赵飞、张晓梦、陈滢、冀玥竹、樊欢等在资料的搜集和整理方面做了许多支持性工作，并参加了有关专业问题的具体讨论，在此表示诚挚的感谢。

感谢中国人民大学经济学院杜厚文教授、高成兴教授、黄卫平教授、雷达教授、刘元春教授的热情鼓励、帮助和支持，感谢中国人民大学出版社马学亮编审及其他工作人员的认真细致的辛勤工作。

教材中难免有缺点和错误，衷心希望读者提出宝贵意见与建议，以便我们在再版时进行修正。

韩玉军

中国人民大学明德主楼

2011年5月

目 录

第1章 导论	1
1.1 国际商务的基本概念	1
1.2 国际商务的产生与当代背景——全球化	5
1.3 国际商务的内容与本书的框架结构	22
第1部分 国际商务环境	27
第2章 国家的政治、经济、法律与社会差异	29
2.1 概述	29
2.2 政治体制	30
2.3 经济体制	32
2.4 法律体系	33
2.5 转型中的国家	40
2.6 国际关系和法律	44
2.7 环境保护标准	46
2.8 社会责任标准	51
第3章 文化的差异	55
3.1 文化的定义	56
3.2 文化的要素	58
3.3 文化知识及分析	78
3.4 跨文化管理	80

第 2 部分	国际商务的理论基础	85
	第 4 章 国际贸易理论	87
	4.1 国际贸易理论概述	87
	4.2 古典国际贸易理论	88
	4.3 新古典国际贸易理论	100
	4.4 新国际贸易理论	112
	4.5 国家竞争优势理论	126
	第 5 章 国际贸易政策及其理论	134
	5.1 国际贸易政策及其主要措施	135
	5.2 贸易保护的理论依据	153
	5.3 贸易保护的政治经济学分析	171
	第 6 章 国际直接投资理论	179
	6.1 国际直接投资概述	179
	6.2 国际直接投资的几种理论	181
	6.3 国际直接投资与国际贸易关系理论	189
	6.4 跨国公司与国际直接投资理论	191
	6.5 中国与国际直接投资	193
	第 7 章 国际收支	219
	7.1 国际收支概述	220
	7.2 国际收支平衡	225
	7.3 国际收支调节理论	228
	第 8 章 外汇与汇率	237
	8.1 外汇与汇率的基本概念	238
	8.2 汇率决定的基础和影响汇率变化的因素	242
	8.3 汇率理论	247
	8.4 人民币汇率制度	257
	第 9 章 金融市场与国际货币体系	266
	9.1 外汇市场、外汇交易与风险	267
	9.2 国际金融市场	275
	9.3 国际货币体系	282
第 3 部分	国际企业的战略与组织	301
	第 10 章 跨国公司的战略	303
	10.1 跨国公司的经营战略	303
	10.2 跨国公司的战略联盟	311
	10.3 跨国公司的并购	320
	10.4 跨国公司之间的战略竞争	325

	第 11 章 国际商务组织	330
	11.1 跨国公司的组织结构	330
	11.2 跨国公司的组织文化	339
	11.3 跨国公司的组织变革	344
第 4 部分	国际企业的运营	351
	第 12 章 国际市场营销	353
	12.1 国际市场营销概述	353
	12.2 国际目标市场的选择	358
	12.3 国际品牌管理	364
	12.4 全球营销与新产品研发	369
	第 13 章 供应链管理	381
	13.1 全球化制造与跨国公司	381
	13.2 供应链运营管理	385
	13.3 企业知识管理	404
	第 14 章 国际人力资源管理	413
	14.1 国际人力资源管理概述	413
	14.2 国际人力资源的跨文化管理	421
	14.3 国际人力资源的绩效管理	427
	14.4 国际人力资源的薪酬管理	432
	14.5 国际劳资关系	442
	第 15 章 国际财务管理	446
	15.1 国际企业会计	446
	15.2 国际税收	450
	15.3 国际企业的财务管理	454
	参考文献	470

导 论

本章提要

1. 国际商务的基本概念
2. 国际商务的产生与当代背景——全球化
3. 国际商务的内容与本书的框架结构

关键术语

国际商务

全球化

反全球化

随着经济全球化的发展,世界正在快速变化着。当企业走向世界成为国际企业时,它将面临一系列新的挑战。国际管理人员为应对挑战,除需要掌握基本的经济学与管理学的原理外,还需掌握和实行各种战略和政策才能获得成功。这样国际商务这一在中国新兴的专业学科的作用就日益凸现出来了。

作为《国际商务》这本教材的导论,本章开篇着重介绍国际商务的一些基本概念,国际商务的产生及背景,以及国际商务的研究内容及本书的框架结构。

1.1 国际商务的基本概念

1.1.1 国际商务的含义

国际商务 (international business) 或国际商务学是一门研究为满足个人及组织的需求而进行的跨国界交易的科学。该定义有两层含义:一是国际商务学研究的是跨国界的活动;二是国际商务学研究的是国家、企业或个人以经济利益为目的而进行的商业性经济活动,而不是非商业性的跨国经济活动(例如国家的对外经济援助)。非

商业性经济活动不在国际商务学的研究范围之内。

国际商务学是 20 世纪 50 年代开始发展起来的一门年轻的综合性、跨专业的边缘学科。它涉及面很广，与其他学科（例如经济学、管理学、人类学、社会学、组织学及心理学等）有很多交叉。

英国著名国际商业理论学家约翰·邓宁（John H. Dunning）给出了国际商务的广义定义，他接受了《牛津英语词典》关于商务的活动定义，即商务是商业、买卖、采购及销售、交易及交换活动，国际商务是跨国的商务活动，它涉及的主体不仅包括企业这一经济主体，还包括行业、区域、国家乃至整个世界。国际商务涉及经济全球化过程的不同阶段，包括货物与服务的进出口、国际生产制造和对外直接投资等，涉及的层面包括全球性、区域、国家、地区以及产业和企业。国际商务既不能在主体上简单界定为企业层面的活动，它与流行的工商管理从一开始就显示了主体性差异，也不能在外延上简单地贴“国际”标签，而是有着特定内涵和外延的经济活动。

美国学者科斯（R. Coase, 1990）认为，国际商务包括越过国界的任何形式的商业活动，几乎包括任何形式的经济资源——商品、劳务和资本转移。

美国著名国际商务管理专家迈克尔·辛可塔（Michael R. Czinkota, 1998）在《国际商务》一书中指出，国际商务包括那些为满足个人及组织的需求而进行的跨国界交易。这些交易可以表现为相互关联的不同形式，其基本形式有进出口贸易和对外直接投资，以及许可经营和管理合同。

英国学者塔戈特（J. H. Taggart）、德莫特（M. C. Dermott）认为，国际商务是跨越国界的商务活动，所有这些活动可以发生在个人之间、公司之间以及其他公共与私人团体之间。国际商务的关键点包括技术、政治、职能、竞争与环境影响，所有这些影响都会直接影响跨国公司战略。

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）在《国际商务：一种战略管理方法》（1999）中认为，国际商务是一门研究为满足个人及组织的需求而进行的跨国界交易的学科。这里的交易包括贸易，如进出口，以及对海外企业的直接投资。

国际商务的本质是“跨国界”，最基本的国际商务活动是跨国界的经济交易活动。国际商务学研究的主要对象是国际企业或跨国公司。跨国公司是在两个或两个以上国家设立分支机构或子公司进行跨国生产经营活动的企业。所以国际商务主要是指国际企业从事国际贸易、国际投资和国际生产过程中产生的跨国经营活动，或者说国际商务是研究围绕这些跨国经营活动产生的相关事务，包括企业的国际战略、战略，资源配置及经营管理，市场开发、适应与拓展，国际规则，不同国家的政治、经济、文化、法律、社会环境，等等。

对于中国的学术界来讲，回答什么是“国际商务”这个问题不仅关乎本学科在中国的发展，还关乎知识分子兼济天下的使命。在过去的 30 多年，国际商务在中国发展得实在太快，以至什么是国际商务这个问题都还没有来得及仔细想清楚，“‘走出去’战略”就成为社会流行语了，而每每出现的中国企业跨国并购受阻，则平添了几分悲情和民族主义的愤然。

1.1.2 国际商务的类型与特征

1. 国际商务的类型

随着经济全球化的发展,国际经济交往活动日趋频繁,国际商务的形式与内容越来越多样化、复杂化。特别是在科学技术迅猛发展的推动之下,伴随着国际投资以及企业经营组织、经营形式的日益专业化,国际商务活动的范围不断扩大,一些新型的国际商务活动不断涌现,国际技术贸易、国际劳务合作、国际工程承包、特许经营、服务外包等,使国际商务活动的内容越来越丰富,国际商务的类型亦不胜枚举。

概括起来讲,国际商务可以分为三大类:(1)国际贸易,即货物与服务的进出口;(2)国际直接投资;(3)特许经营、合作经营、合作开发、工程承包及劳务合作、国际信贷及融资等除贸易与直接投资以外的其他国际经济活动。

2. 国际商务的特征

国家间的经济贸易往来实践形成了国际商务。世界经济全球化迅猛发展,国际商务从原来单纯的货物进出口贸易发展到服务贸易、技术贸易及各国间的经济合作。其主要特征有如下几个方面。

(1) 国际商务是企业国际化战略的综合反映。

商务(business)本身是指各种经济交易活动,国际商务扩展为围绕跨国经济交易活动产生的事务性活动。在经济全球化的今天,国际商务不再是企业被动地遇到的一个个孤立的偶然事务性活动的集合,而是企业以战略的高度,将国际化生产、投资、贸易进行统筹安排,形成一个全盘性的事务性活动整体,核心表现为通过对国际经济、政治、法律、文化等环境的利用,以达到经营的最优化和利润的最大化。

(2) 国际商务以进入和开拓国际市场为目标。

国际市场的存在是解决国内市场狭小、需求有限而供给过剩的矛盾以及产品差异化与规模经济之间的矛盾的主要出路。由于在一个国家中,市场需求有限,若要大量生产某种产品,必然会出现供过于求的矛盾。同时,由于需求的多样性和产品的差异化,任何一个企业都不可能生产同类中的所有产品,完全独占市场,而且生产的产品种类越多,就越难以达到规模经济,因此,产品差异化与规模经济是相互矛盾的。如果进行国际分工,各国的企业只生产一种或少数几种产品,并在国际市场销售,这样既扩大了市场,又降低了生产成本,且都可以达到规模经济。

如日本的小轿车进入美国市场,同时美国的汽车也进入日本的市场,这样通过国际分工,日本的轿车以价廉、节能、轻便、美观赢得美国的顾客,满足一部分美国人的需求;而美国的轿车以豪华为代表,也能迎合一部分日本人的需求。虽然是同类产品,但由于二者是差异化产品,可以互补,使日本和美国的汽车产业都可以发挥各自的优势,并达到规模经济效应。所以才会出现不同国家同类产品既有出口又有进口的情况,即产业内贸易,进而在开拓市场的基础上相互投资设厂,开展国际经济技术合作与生产。

此外,差异化也是中小企业的生存之道。中小企业生存在大企业的夹缝里,如果

仅凭规模报酬递增，无论如何是无法生存下去的。中小企业只有发挥其灵活多变的特性，利用技术差距与产品差异形成与大企业的竞争，并保持产品不断更新换代，花样翻新，使产品尽可能符合消费者、客户的需求，才能长期生存发展下去。所以，市场是至关重要的因素，国际商务的主要目标就是开拓国际市场。

(3) 国际商务复杂多变、风险大。

国际经济活动要比国内经济活动复杂得多，也具有更大的风险。与国内商务比较，国际商务有很多不同点，主要表现在：

①经济活动范围不同。

国内经济活动的范围是在一国之内，或国内经济活动运行的主要基础是国内市场，而国际经济活动是国内经济活动跨越国界向国外的延伸，运行的主要基础是国际市场。显然，国际经济活动的范围大于一国国内经济活动。在当代经济全球化和区域经济一体化的大背景下，没有一个国家或经济体不参与国际经济活动，因此，任何进行国际化经营的企业都会面临国内与国外的竞争。

②受制约或市场化程度不同。

国内经济活动一般受到较少的限制，市场化程度高，主要表现在：国内经济中生产要素与产品的流动是自由的（地方保护主义例外）；而国际经济活动受到的限制多，各国都设置或多或少的贸易壁垒，如关税壁垒、非关税壁垒等，都有自己的经济政策、财政政策、有关公民资格和居留权的种种法律法规等，这使得国家间生产要素与产品一般是不能自由流动的。但值得注意的是，当前，推动经济全球化的主要因素是资源在全球范围内的优化配置，或生产要素在全球范围内的自由流动，但在生产要素中，能够自由流动的主要是资本，而劳动力的流动则十分困难。因此，具有资本优势的发达国家在经济全球化中是主要的受益者，而发展中国家所具有优势的生产要素是劳动力，而劳动力是难以自由流动的，所以在经济全球化中，发展中国家的优势不能得到发挥。因此可以说，经济全球化更有利于发达国家。

③经济调节程度不同。

国内经济调节程度高，或者说，国内经济易于调节，因为每个国家都有一整套制度、法律法规及政策体系，这种体系对于调节国内经济是非常有力的，往往也是比较有效的。而国际经济的调节则非常困难，因为没有一个是超国家机构来制定这样一整套调节体系，即使制定了，也没有强制力来让各个国家执行，因为只要涉及主权让渡问题，任何一个国家都有权拒绝。

目前，能够进行国际经济调节的国际组织主要是国际货币基金组织（International Monetary Fund, IMF）、世界银行（World Bank, WB）和世界贸易组织（World Trade Organization, WTO），这三个组织一般被称为世界经济的三大支柱。前两个组织，由于供给的是资金或贷款，一个国家要想得到这样的资金或贷款，就要按照这两个组织提出的计划或方案进行国内经济的改革或调整，因此，它们对于国际经济的调节还是比较有力的。而 WTO 所提供各个国家的是规则，因此，对于国际经济的调节往往不是十分有力，当前 WTO 多哈回合谈判难以取得进展就是最好的证明。

④经济运行的媒介体不同。

经济运行的媒介是货币，一般每个国家都发行自己的货币（欧元区国家使用统一

货币欧元是个例外), 这样国内经济活动就不需要货币的兑换, 即不存在汇兑与汇率问题, 因此有利于经济活动的开展。而国际经济活动涉及不同国家, 因此也涉及不同的货币, 这样就出现货币之间的换算, 即存在国际汇兑问题, 因此, 国际经济活动必然涉及国际金融问题。

⑤经济运行的环境与条件不同。

国内经济只涉及一个国家, 在一个国家里, 政治、经济、法律、文化、语言、民族特性(除少数民族外)、风俗习惯几乎是统一的, 或者是差异性非常小的。但在不同的国家, 这些因素的差异性很大, 因此在国际经济运行中, 人们不得不去适应不同的经济环境与条件, 以便达到进行国际经济活动的目的。

⑥风险大小不同。

鉴于以上种种不同, 国际经济活动比国内经济活动要复杂得多, 困难要大得多, 风险也大得多。这些风险主要涉及商业风险、资信风险、汇兑风险、价格风险、运输风险等一般经济风险。此外, 还涉及政治风险、国家风险等非商业风险。

1.2 国际商务的产生与当代背景——全球化

1.2.1 国际商务的产生与发展

1. 国际商务的产生

国际商务发端于国际贸易。一提起国际贸易, 人们似乎就想到异国他乡的特产以及舶来品的诱惑。目前, 我们国内商店随处可见外国生产的各种各样的产品, 这些产品是怎么进来的呢? 几乎人人皆知, 它们一般是通过国际贸易或对外贸易进口的。

国际贸易充满着风险与刺激, 也充满着异域风情和浪漫色彩, 更重要的是具有高额的利润。因此, 国际贸易历来具有强大的吸引力。历史上, 欧洲商人怀着与物产丰富的东方进行贸易的金色梦想, 促使西欧各国从14世纪起就纷纷从事海上探险活动和殖民掠夺。所以, 国际贸易属于历史范畴, 它是在一定的历史条件下产生和发展起来的。

从经济学的角度看, 对外贸易或国际贸易的产生必须具备以下条件: 一是有可供交换的剩余产品; 二是在各自为政的社会实体之间能够顺利进行产品(商品)的交换。因此, 从根本上说, 社会生产力的发展和社会分工的扩大, 是国际贸易产生和发展的基础。

在原始社会初期, 人类处于自然分工状态, 生产力极度低下, 人们只能依靠集体劳动来获取有限的生活资料, 并在部落或公社成员之间进行平均分配, 维持自身生存的需要。因此在这一时期, 既没有剩余产品, 没有私有制, 也没有阶级和国家, 当然也就没有对外贸易。

奴隶社会是以奴隶主占有生产资料和奴隶为基础的社会。在奴隶社会中, 自然经济占统治地位, 生产的目的是为了消费, 商品生产在整个社会生产中所占比重很小, 进入交换领域的商品极其有限, 商品品种不多, 对外贸易的范围也受到生产技术