



高职高专系列教材

国际商务综合实习

主 编 ◇ 刘春娣 崔淑娜

副主编 ◇ 杨淑琴

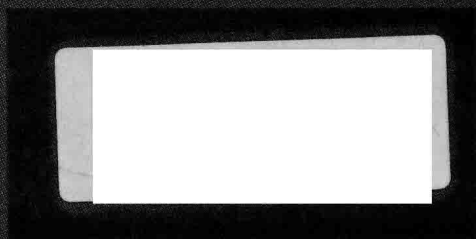


高职高专系列教材

国际商务综合实习

主 编 ◇ 刘春娣 崔淑娜

副主编 ◇ 杨淑琴



华东师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际商务综合实习/刘春娣,崔淑娜主编. —上海:华东师范大学出版社,2013. 12

ISBN 978-7-5675-1562-8

I. ①国… II. ①刘…②崔… III. ①国际商务—高等学校—教学参考资料 IV. ①F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 320945 号

国际商务综合实习

主 编 刘春娣 崔淑娜
项目编辑 吴 余 孙小帆
审读编辑 孙晓楠
责任校对 时东明
封面设计 孔薇薇

出版发行 华东师范大学出版社
社 址 上海市中山北路 3663 号 邮编 200062
网 址 www.ecnupress.com.cn
电 话 021-60821666 行政传真 021-62572105
客服电话 021-62865537 门市(邮购)电话 021-62869887
地 址 上海市中山北路 3663 号华东师范大学校内先锋路口
网 店 <http://hdsdcbbs.tmall.com>

印 刷 者 浙江省临安市曙光印务有限公司
开 本 787×1092 16 开
印 张 17.25
字 数 388 千字
版 次 2015 年 6 月第 1 版
印 次 2016 年 2 月第 2 次
书 号 ISBN 978-7-5675-1562-8/F·238
定 价 34.80 元

出 版 人 王 焰

(如发现本版图书有印订质量问题,请寄回本社客服中心调换或电话 021-62865537 联系)

前言

“国际商务综合实习”是高等职业院校国际商务、报关与国际货运等经管类专业的一门专业课程。时下,职业技术教育的专业课程体系正在进行改革,并努力构建以学生就业为导向、以职业岗位能力为核心、以工作任务为主线的应用型课程体系,旨在将学生培养成为符合企业工作岗位需求的职业型人才。因此,教材编写的主导思想是改变传统的学科体系,本着理论够用及实用的原则确定教学的结构与内容,着重学生综合素质的养成,力求体现能力本位的培养要求。

《国际商务综合实习》是针对高职学生职业生涯、工作岗位能力、学生认知规律等要求进行编写的。在本书的编写过程中,我们参考了国外学者的相关著作,同时也研究了国内出版的相关著作,本着创新、现代、系统和适用的原则,吸收了国外、国际商务综合实习教学体系的精华,融合了传统理论体系与现代经济环境的新变化和发展趋势,体现了现代人才培养对能力的要求。本书与其他经济学教材相比具有以下显著的特点:

1. 结构创新,以提问式体例取代章节式体例

为突出能力本位的教学原则,让学习者更好地把握和理解教材中每章的内容,我们开发了全新的结构形式:取消以往教材的章节式体例,以设置问题的形式取而代之,可以让学习者带着问题去阅读和学习,始终紧扣问题点,围绕问题点展开思路,层层深入,更符合学习者的认知规律。

2. 生动活泼的开篇案例,富有哲理,发人深思

一本教材如果能够激发学习者主动地学习,无论对编者和学习者来说,都是一件令人兴奋的事情。在每一章的开头,我们都采用生动的、结论令人眼前一亮并蕴涵丰富国际商务综合实习哲理的开篇案例,让学习者以较高的兴趣,带着轻松、快乐的情绪投入到国际商务综合实习知识

的学习与挖掘中去。通过对开篇案例的剖析,可引发学习者的主动思考,从而形成一种自我学习驱动力——主动地学习和探索国际商务综合实习的理论与问题,并激发其主动探寻问题的答案。

3. 贴近生活的国际商务现象,提高学生的应用能力

在每个实习任务结束后,都附有与本任务内容相关的国际商务现象,有的是用故事来说明国际商务原理,有的则是将国际商务原理当作隐含的前提,应用原理,揭示和推论某种社会现象,旨在提高学生分析问题和解决问题的能力。通过阅读生活中的国际商务现象,进一步加强学生对知识的理解和内化,从而达到能力本位教育的目的。同时,这些现象贴近生活,富有强烈的时代气息,能够进一步激发学生使用国际商务原理分析生活中社会现象的热情。

4. 人性化的实务训练,人性化的“收口”设计

俗话说“编筐编篓,全在收口”。一个人性化的设计内容能够让学习者很好地把握每个任务内容“脉络”与知识体系结构;一个设计合理的图表,胜过千言万语的表述。我们本着更好理清学习者思路、清晰表达知识体系、突出人性化的理念,在每个任务的后面,为学生特别设计了实务训练板块,可让学生更清晰、更轻松地把握每个任务的内容,更好地掌握各知识之间的对应与连带关系,充分体现了“以人为本”的现代理念。

《国际商务综合实习》由上海工程技术大学的刘春娣、崔淑娜担任主编,上海工程技术大学的杨淑琴为副主编,全书结构由刘春娣设计并负责审核、统稿。具体编写分工是:杨淑琴(第一编)、刘春娣(第二编、第三编)、崔淑娜(第四编)。

在本书的编写过程中,参考了国内外有关的研究成果,谨在本书付梓出版之际,对有关的专家、学者表示衷心的感谢。由于编者水平所限,不足之处在所难免,敬请批评指正。

编者

2014年10月

目录

前言	1
----	---

第一编 认识国际商务

实习项目 国际商务的概念及其发展趋势	1
--------------------	---

实习任务一 国际商务的基本概念 / 3

实习知识点一:国际商务的概念 / 3

实习知识点二:国际商务学的概念 / 5

实习知识点三:国际商务活动种类 / 6

实习知识点四:国际商务活动体系 / 9

实习任务二 当代国际商务发展的趋势 / 11

实习知识点一:国际商务网络化 / 11

实习知识点二:国际商务主体微观化 / 11

实习知识点三:国际商务活动电子化 / 11

第二编 开拓国际商务市场

实习项目一 熟悉消费者需求研究	17
-----------------	----

实习任务一 掌握消费者需求的特征 / 19

实习知识点一:研究消费者需求的重要性 / 19

实习知识点二:了解需求和欲望 / 19

实习知识点三:熟悉消费者对市场的基本期望和要求 / 20

实习知识点四:明确消费者需求的特征 / 21

实习知识点五:了解我国消费者需求的发展变化趋势 / 24

实习任务二 研究消费者购买行为 / 25

实习知识点一:消费者购买行为的分析 / 26

实习知识点二:影响消费者购买行为的因素 / 26

实习知识点三:消费者购买行为的类型 / 34

实习任务三 熟悉消费者购买过程 / 37

实习知识点一:确认需要 / 37

实习知识点二:收集信息 / 38

实习知识点三:选择评价 / 38

实习知识点四:购买决策 / 39

实习知识点五:购买后评价 / 39

实习项目二 国际商务企业的 STP 战略分析

43

实习任务一 进行市场细分 / 45

实习知识点一:市场细分的概述 / 45

实习知识点二:市场细分的标准与方法 / 48

实习任务二 选择目标市场 / 54

实习知识点一:目标市场 / 55

实习知识点二:评估细分市场 / 55

实习知识点三:选择目标市场 / 57

实习知识点四:目标市场的战略选择及营销策略 / 59

实习任务三 市场定位 / 63

实习知识点一:市场定位概述 / 64

实习知识点二:市场定位的步骤 / 67

实习知识点三:市场定位策略 / 68

实习项目三 制定国际商务企业的国际营销策略

77

实习任务一 制定国际市场产品策略 / 79

实习知识点一:产品 / 79

实习知识点二:产品生命周期 / 85

实习知识点三:产品生命周期各阶段的市场特点和营销对策 / 86

实习任务二 知晓国际市场定价策略 / 90

实习知识点一:新产品定价策略 / 91

实习知识点二:心理定价策略 / 94

实习知识点三:折扣定价策略 / 97

实习知识点四:系列产品定价策略 / 101

实习任务三 选择国际市场分销渠道策略 / 103

实习知识点一:识别中间商类型 / 103

实习知识点二:影响分销渠道选择的因素 / 106

实习知识点三:选择分销渠道策略 / 108

实习任务四 了解国际市场促销策略 / 113

实习知识点一:促销概念及作用 / 114

实习知识点二:促销组合、促销策略及制约因素 / 114

第三编 实施国际商务谈判

实习项目一 国际商务谈判的准备

119

实习任务一 了解国际商务谈判的类型与内容 / 121

实习知识点一:商务谈判的类型 / 122

实习知识点二:国际商务谈判的形式 / 127

实习知识点三:国际商务谈判的内容 / 129

实习任务二 熟悉国际商务谈判的各项准备 / 138

实习知识点一:谈判人员准备 / 138

实习知识点二:谈判情报的搜索和筛选 / 145

实习知识点三:制定谈判计划 / 150

实习知识点四:谈判物质条件的准备 / 153

实习知识点五:谈判方式的选择 / 154

实习知识点六:模拟谈判 / 155

实习项目二 国际商务礼仪的养成

159

实习任务一 掌握国际商务礼仪的特征 / 161

实习知识点一:国际商务礼仪的重要性 / 161

实习知识点二:国际商务礼仪的特征 / 164

实习知识点三:国际商务礼仪的重要原则 / 166

实习任务二 国际商务人员服饰礼仪 / 171

实习知识点一:国际商务人员服饰功能与原则 / 171

实习知识点二:国际商务活动中的男士着装礼仪 / 174

实习知识点三:国际商务活动中的女性服饰礼仪 / 176

第四编 国际商务业务应用

实习项目一 进出口业务的准备

181

实习任务一 出口业务的准备工作 / 183

实习知识点一:办理相关手续 / 183

实习知识点二:国际市场调研 / 185

实习知识点三:制定出口商品经营方案 / 186

实习知识点四:落实货源 / 186

实习知识点五:开展出口促销 / 187

实习知识点六:建立业务关系 / 188

实习任务二 进口业务的准备工作 / 190

实习知识点一:市场调研 / 192

实习知识点二:建立业务关系 / 192

实习知识点三:办理进口相关手续 / 193

实习知识点四:制定进口经营方案 / 195

实习项目二 进出口业务的磋商和合同订立

197

实习任务一 进出口业务的磋商 / 199

实习知识点一:交易磋商的形式 / 199

实习知识点二:交易磋商的内容 / 200

实习知识点三:交易磋商的程序 / 200

实习知识点四:报价核算 / 206

实习任务二 进出口合同的订立 / 212

实习知识点一:国际货物买卖合同的形式、内容 / 212

实习知识点二:国际货物买卖合同的签订 / 215

实习项目三 进出口业务的履行

225

实习任务一 出口合同的履行 / 227

实习知识点一:备货 / 227

实习知识点二:落实信用证 / 230

实习知识点三:出口报检 / 234

实习知识点四:租船订舱、投保、报关与装运 / 235

实习知识点五:制单结汇 / 237

实习任务二 进口合同的履行 / 245

实习知识点一:信用证的开立和修改 / 245

实习知识点二:租船订舱、催装、派船接货与投保货运险 / 248

实习知识点三:审单付款 / 250

实习知识点四:进口报检 / 251

实习知识点五:进口报关 / 252

实习知识点六:拨交货物 / 252

实习项目四 进出口业务善后工作

255

实习任务一 出口业务善后工作 / 257

实习知识点一:出口收汇核销 / 257

实习知识点二:出口退税 / 258

实习任务二 进口业务善后工作 / 259

实习知识点一:进口索赔 / 259

实习知识点二:进口付汇核销 / 261

参考文献 / 266

第一编 认识国际商务

实习项目 国际商务的概念及其发展趋势

学习目标

- 理论目标
掌握国际商务的基本概念、分类、体系以及当代国际商务的发展趋势。
- 案例目标
能运用国际商务的基本概念和分类判断国际商务企业的业务性质。
- 实务目标
了解国际商务的基本概念和分类,为从事国际商务实务打下基础。

实习任务一 国际商务的基本概念

案例导入

如何做智慧的卖家

国外一家贸易公司与我国某进出口公司订立购买小麦 500 吨的合同。合同规定,买方于 2012 年 1 月 20 日前开出信用证,卖方 2 月 5 日前装船。1 月 28 日买方开来信用证,有效期至 2 月 10 日。由于卖方按期装船发生困难,故电请买方将装船期延至 2 月 17 日,并将信用证有效期延长至 2 月 20 日,买方回电表示同意,但未通知开证银行。2 月 17 日货物装船后,卖方到银行议付时,遭到拒绝。

请思考下列问题:

- (1) 银行是否有权拒付货款? 为什么?
- (2) 作为卖方,应当如何处理此事?

实习知识点一:国际商务的概念

一、国际商务的定义

1. 广义的定义

从广义上讲,国际商务是在两个或两个以上的国家(经济体)之间发生的交易行为,通常是指私人、商业组织、政府、国际组织相互之间在生产、销售、投资、后勤服务、运输等方面发生的交易活动。例如,商业公司为了利润而进行跨国交易,政府为了经济和政治的原因也会参与国际商务活动。总之,国际商务是指商品、服务、资源、资产等跨越国界的所有交易行为。如经济资源的跨国界交易主要包括资本流动、国际技术转让和劳动力的跨国流动等;后勤服务主要指为商品和服务的国际生产和国际交换提供相关的服务。

国际商务的主体一般包括个人、商业组织、政府组织和国际组织四大类。

个人的跨国活动是当前世界经济的重要构成内容之一,例如为了娱乐、休闲、商业目的而进行的跨国旅行已经成为最流行的全球休闲时尚。2008 年全球有 9.22 亿的国际旅行者,全球旅游收入达 9440 亿美元以上。

全球重要的商业组织是世界经济发展的主体,这些商业组织主要是指跨国公司(包括跨国公司联盟)。例如世界快餐业中的麦当劳(McDonald's)和百胜集团(Yum);交通工具制造业中的通用汽车公司(General Motors)、福特汽车公司(Ford Motor)和丰田汽车公司(Toyota);消费电子行业中的三星(Samsung)电子公司、乐金电子公司(LG)和索尼公司(Sony);能源制造业中的埃克森美孚国际公司(Exxon Mobil)、壳牌石油公司(Shell)和英国

石油公司(BP),它们都是在多个国家经营的巨型跨国公司,且各自在它们所处的行业中占据支配地位。

政府国际采购是一个国家对外的重要经济活动,它不仅能产生巨大的经济效益,而且也具有重要的政治目的。目前,政府采购增长速度很快。据统计,发达国家的政府采购占国内生产总值的10%—15%,发展中国家政府采购占国内生产总值的20%左右。而这些政府采购有相当大的部分是通过国际贸易完成的,因此,政府国际采购对国际贸易产生了巨大的影响,目前它已成为世界贸易组织(WTO)经济协调的重要内容之一。

国际组织主要有政府间的国际组织(IGOs)和非政府间的国际组织(NIGOs)。政府间的国际组织主要有世界贸易组织、世界银行(WB)、国际货币基金组织和欧盟(EU)等;非政府间的国际组织主要有世界童子军运动组织和国际红十字会等。尽管这些国际组织的经济活动功能不是很强,但是它们的活动却与其他国际商务主体的经济活动密切相关,甚至对其他国际商务主体的经济活动产生重大影响。

追逐跨国利润是国际商务活动的根本目的。众所周知,由于国际商务活动与国内商务活动所面临的商务环境不同,因此,国际商务活动必然比国内商务活动面临更大的风险和更高的成本。如果没有巨额跨国利润的存在,各种商务主体在理性主义的约束下都不太可能到国外开展国际商务活动。一般来说,国际商务活动都是追求利润的国际最大化或者是成本的国际最小化。

当然,开展国际商务活动也可能存在非经济目的,如为改善国际政治关系或国际政治地缘关系而进行的国际援助或人道主义援助等。

2. 狭义的定义

各种以商业为目的的交易活动都可以称为国际商务。具体来说,主要是指跨国公司进行的以营利为目的的各种跨国经济活动,交易的标的物主要是资产(金融资产和非金融资产,如知识或组织体系等)、商品(最终产品和中间产品)和服务(后勤服务和非后勤服务)。当然,这种狭义的国际商务活动还取决于跨国公司的经营商业目标、实现这种商业目标的手段和跨国公司所处的商业环境。

本书分析的主要是狭义的国际商务活动,重点介绍国际商务基本知识、国际商务活动基本原理、国际商务环境、国际商务运营管理和国际商务基本战略。

二、国际商务与世界经济

国际商务起源较早,与世界经济相伴而生。国际商务活动的不断扩展与深化,必然会导致世界经济的形成、发展和扩张。

世界经济通常是指以全世界的国家(主要是民族国家)为基础的经济,或者把它看成是全球社会的经济;国家经济通常是指当地社会(或者是当地化)的经济,而正是由这种当地化的经济构成了全球经济。因此,世界经济忽略民族性和地域性,而国际商务活动则是国家经济与世界经济之间的桥梁和纽带,是它把世界国家间的经济活动交织在一起。国际商务活动的蓬勃发展不断地消除了世界各国民族之间的障碍,减少了地理区位的阻隔与限制,最后促进全球各国经济的融合,推动经济全球化不断深化,加速世界经济的全面发展。

三、国际商务与国内商务

根据国际商务的狭义定义可知,跨越国别地理界限是国际商务和国内商务的根本区别。

这也导致了国际商务活动和国内商务活动在许多方面有很大的不同,具体表现为以下三个方面:

1. 商务环境不同

企业从事国内商务活动的环境,例如政治、法律、经济、社会、文化等因素通常比较稳定,且企业对本国商业惯例、语言、文化、法律都比较熟悉,交易成本通常较低,经营风险相对较小。而跨国公司所面临的国际商务环境通常复杂多变,对不同国家的商业惯例、语言、法律制度不是很熟悉;而且国际社会的政治和经济因素变化较大,特别是一些国家的政治经济政策变化很难预测,这些显然增加了国际商务的运行成本和经营风险。

2. 商务过程不同

一般来说,国际商务程序更加复杂,交易时间漫长,原因在于跨国交易的障碍比国内交易多。以国际贸易为例,货物由出口国到进口国大多需长途运输,有的还需要使用多种运输方式;每笔交易除了买卖双方之外,往往还需要得到国内外运输、保险、海关、检验与检疫、银行等部门的协作、配合,或接受其监督与管理。因此,国际商务活动的过程更加复杂,涉及的环节更多。

3. 商务管理不同

由于国际商务涉及的因素更多,例如跨国政治体制、跨国经济体系、跨国文化和跨国语言等不同;跨国公司分支机构在每个国家的财务制度、劳工标准、环境标准、生活条件以及文化认同都不一样;同一家跨国公司在不同国家的商务活动管理都不同。在通常情况下,跨国公司都会把自己在全球的经营标准与当地因素结合起来,因此,跨国公司每个分支机构的商务管理都是“全球标准与当地差异结合的化身”,国际商务的组织结构、商务模式与商务策略显然不同于国内商务。

实习知识点二:国际商务学的概念

一、国际商务学的发展

国际商务学研究起源很早,它是一门古老而又不断更新的学科。自从世界市场形成以来,就有了国际商务活动,对国际商务活动的研究也就开始了。国际商务学的研究是随时代发展和国际商务活动范围扩展而不断深化的。因此,国际商务学研究的内涵也是与时俱进的,它是国际商务活动发展经验的总结与归纳,是国际商务活动在时代发展中的产物。

国际贸易活动可能是最早的具有代表性的国际商务活动,因此,国际贸易理论是较早对国际商务活动进行研究的理论。国际贸易理论研究起源于重商主义,系统研究开始于亚当·斯密。目前,国际贸易理论已经形成了比较系统的体系,而且国际贸易理论与其他学科(特别是经济地理)的结合,开始产生了一些更为一般化的理论(新经济地理理论),用它可以解释很多国际商务活动。

第二次世界大战以后,随着战后“黄金时代”的到来,国际投资快速发展,对国际投资的研究也不断发展。20世纪70年代以马克·卡森、彼得·巴克利和约翰·邓宁为代表的一批英国国际商务学家对国际投资理论进行了系统化的研究,试图把国际贸易活动、国际投资活动和国际技术转让结合起来,形成了所谓的“国际生产折中理论”,至此国际商务学的理论融

合才开始逐渐形成。

20世纪90年代以来,随着信息技术和计算机网络技术的发展,国际网络化生产开始扩张,生产垂直一体化和生产水平一体化快速发展,生产国际分割和生产国际外包理论不断完善且成为许多著名跨国公司跨国生产的重要选择。与此同时,由于生产分割和生产外包的发展,全球生产供应链的管理就变得尤为重要,国际商务学开始把研究的视角从以前的经济分析转入到对国际商务活动管理的全面研究。因此,国际商务的研究对象从贸易销售、海外投资、国际生产转入到全球供应链等经济活动,国际商务学演变成一门综合性极强的交叉学科。

可以预测,随着经济全球化和经济自由化的发展,特别是在科学技术发展的推动下,一些具有企业家精神的创业者会不断地在国际商务活动中创新,国际商务活动的种类会更加丰富,国际商务活动的范围会不断扩展,国际商务学的研究内容会更加充实。

二、国际商务学的定义

尽管对国际商务学的界定存在着分歧,但一般认为,国际商务学是一门研究国际商务活动的学科,研究内容一般包括两层含义:一是研究跨国界的经济交易活动;二是研究个人、组织、国家以经济利益为目的的跨国经济活动,非商业性经济活动不在国际商务学研究范围之内。总之,国际商务学侧重于国际商务活动的理论分析。

目前,研究国际商务学的学者主要集中在经济学和管理学领域,他们的观点主要体现在经济学和管理学的内容上。例如,美国学者科斯(1990)认为,国际商务包括跨越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、劳务和资本的转移。而英国学者塔格特和麦克德莫特(1997)认为,国际商务是跨国界的商务活动,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,所有这些都会直接影响跨国公司的发展战略。

与此同时,还有一些学者开始从事社会学、组织行为学,并从认知科学和信息科学的角度来研究国际商务。例如,英国学者理查德·怀莱特(1992)运用社会学的理论研究欧洲和亚洲的“国家商务体系”,他认为亚洲国家国际商务活动成功的原因是亚洲国家文化不同于欧洲国家文化;美国学家迈克尔·波特(1990,1991)则用产业组织理论分析了国家在国际商务活动中的重要作用和竞争优势来源;英国学者马克·卡森(2000)则运用认知理论、信息理论和企业家精神分析了国际商务方式选择的一般原理,提出了全球系统的观点,并把它用于国际商务活动的分析。

总之,国际商务学是一门综合性和跨专业的边缘学科,它涉及经济学、管理学、地理学、信息科学、组织学、社会学、人类学和心理学等许多学科,是一门综合性极强的交叉学科。

实习知识点三:国际商务活动种类

国际商务活动的内容非常复杂,它不仅涉及不同的交易主体,而且涉及不同的交易地理区位,同时还涉及不同的交易标的物 and 不同的交易影响因素。因此,对国际商务活动进行细分和全面说明,是一项十分困难的工作。尽管如此,本书试图从以下几个方面对国际商务活动的种类进行说明。

一、按国际商务活动主体分

尽管国际商务活动按活动主体来分类,有很多种不同的分类方法,但如果按交易之前双方的独立性来分,则可以分为以下两种:

1. 独立型国际商务活动

它主要指国际商务活动的两个或多个主体在商务活动之前是相互独立的,即这几个国际商务主体之间从来没有开展过国际商务活动,双方主体可以直接开展商务活动或间接地通过第三方来开展商务活动。这种商务活动多发生在国际商务市场的开拓中,为了争取更多的交易对象而主动开展国际商务活动。

2. 非独立型国际商务活动

它主要指国际商务互动的两个或多个主体在商务活动之前是依赖或是合作关系,即国际商务活动主体为了深化或拓宽彼此的商务关系而继续开展商务活动或拓展新的国际商务活动。这种商务活动通常发生在国际商务市场的扩张中,为了深化彼此的合作关系而继续开展商务活动,或者拓宽国际商务活动的领域。

二、按国际商务活动地理位置分

国际商务活动是指两个或两个以上的国家之间发生的各种贸易活动。如果按国际商务活动发生地理区位的数量和距离远近来分,国际商务活动可以分为以下两种:

1. 地区型国际商务活动

它主要指在两个或两个以上而且在地理区位上非常邻近的国家之间发生的国际商务活动。一般是指跨国公司在国际经济地区一体化过程中产生的国际商务活动,它对地区经济的融合和深化起重要作用。

2. 全球型国际商务活动

它主要指在两个或两个以上而且在地理区位上非常分散的国家之间发生的国际商务活动。一般是指在两个或两个以上大洲中的国家之间发生的国际商务活动,这种商务活动通常以全球地区经济成本最小化为重要目的,是全球经济一体化的重要组成部分。

三、按国际商务活动对象分

通常所说的国际商务活动对象是指任何形式的经济资源——商品、服务、技术和资本等。它们在生产、交换和消费的国际化背景下实现的跨国流动构成了国际商务活动的基本方式。具体来说,有以下六种:

1. 国际货物贸易

它主要是指实物产品的国际贸易,这些实物产品通常是有形产品,而且还可以分为最终产品和中间产品,例如机器设备、原材料、消费品等。因此,国际货物贸易是一种最为普遍的国际商务活动,它既包括产品的出口,也包括产品的进口,出口是产品流出国界,进口是产品流入国界,都是实物产品跨越了国界。目前,尽管可利用的国际贸易方式很多,但实物产品的跨国交易仍然是跨国公司一种最基本的国际商务活动。

2. 国际服务贸易

它主要是指服务产品的跨国交易或提供,这些服务产品通常是无形的产品,如跨国财务业务、跨国银行业务、跨国保险业务等。目前,国际服务贸易是一种发展速度很快的国际商务活动,发达国家在其中占主导地位。