

GUOJI SHANGWU

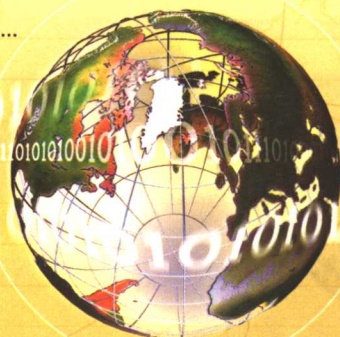
国际商务

主 编 赵美田 孟繁华



11010.....
001010100101.....
11001.....

11010.....
001010100101.....
11001.....
10101101010110.....



GUOJI SHANGWU

中国矿业大学出版社

China University of Mining and Technology Press

国际商务

主 编 赵美田 孟繁华

中国矿业大学出版社

内容提要

本书结合当前高等学校课程改革综合化的方向,以案例为主,阐述了与国际商务相关的各方面的基础知识与技能,内容包括国际贸易政策与国际贸易实务、国际金融、国际投资、国际市场营销、国际商法等。

本书是国际商务专业低年级学生和各类非国际商务专业学生的教材,也可作为初级国际商务从业人员的参考书。

图书在版编目(CIP)数据

国际商务 / 赵美田, 孟繁华主编. — 徐州: 中国矿业大学出版社, 2005.10

ISBN 7-81107-193-2

I. 国... II. ①赵... ②孟... III. 国际贸易—高等学校—教材 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 113052 号

书 名 国际商务

主 编 赵美田 孟繁华

责任编辑 刘社育 王春风

出版发行 中国矿业大学出版社

(江苏省徐州市中国矿业大学内 邮编:221008)

网 址 <http://www.cumtp.com> E-mail: cumtpvip@cumtp.com

印 刷 北京兆成印刷有限责任公司

经 销 新华书店

开 本 787×960 1/16

印 张 14

字 数 248 千字

版次印次 2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月第 1 次印刷

印 数 1~2100 册

定 价 22.00 元

(图书出现印装问题,本社负责调换)

前 言

随着全球经济一体化进程的日益深入,各国间的经济贸易往来日趋频繁,商务活动的国际化将全面展开。在此背景下,我国急需大批熟练掌握国际商务知识与技能的人才。但是,由于国际商务所涵盖的内容十分广泛,包括国际贸易、国际投资、国际金融、国际市场营销、国际商法等多学科的内容。这些,即使是专业人士,在短时间内掌握起来都感到吃力,在一定程度上制约了我国国际商务人才的培养,并将影响我国经贸领域的国际化进程。为适应新形势的需要,普及国际商务知识,加强国际商务相关知识技能的教育,构建新形势下国际商务教育的新模式,加快普及型国际商务教材的建设,已成为培养国际商务复合型人才的重要任务之一。

基于以上考虑,我们结合当前高等学校课程改革综合化的方向,特编写了本教材。它主要有以下特点:

(1) 涵盖范围广。本教材基本上包括了与国际商务相关的各方面的基础知识与技能,包括国际贸易政策与国际贸易实务、国际金融、国际投资、国际市场营销、国际商法等。通过学习本教材,可使学生和广大读者对国际商务知识与技能有全面而系统的了解与认识。

(2) 实践操作性强。本教材在写作体例上,力戒单纯理论描述,强调以案例为主,而且每章都有课后的综合案例分析题,增强了教材的适用性、实践性与操作性。

(3) 通俗易懂。本书作为一本普及国际商务基本知识与技能的教材,在写作过程中,主基调就是强调通俗易懂,力戒晦涩艰深。

基于以上特点,本书可作为国际商务专业低年级学生和各类非国际商务专业学生的教材,也可作为初级国际商务从业人员的参考书。

本书由赵美田、孟繁华任主编,具体的编写分工如下:赵美田编写第一章第二节与第五章;孟繁华编写第一章第一节与第六章;刘振铎编写第二章第一节、第二节;刘瑾编写第二章第三节;李朝晖编写第三章;郑湄编写第四章。全书由赵美田、孟繁华统稿。侯胜利教授对本书进行了认真审校。

在本书的编写过程中,得到了华北科技学院很多专家和学者的大力支持,并且参阅了一些文献,部分已列入书后的主要参考文献,在此,特向所有对本书的编写与出版予以帮助的同仁表示衷心的感谢!

由于编者水平有限,书中不足之处在所难免,恳请读者批评指正。

编 者

2005 年 6 月

目 录

第一章 国际商务导论	(1)
第一节 国际商务概述	(1)
一、国际商务的概念	(1)
二、国际商务的基本特征	(1)
三、国际商务的主要内容	(6)
四、国际商务研究的对象	(7)
五、国际商务的发展趋势	(7)
第二节 国际商务环境	(8)
一、宏观环境	(9)
二、微观环境	(15)
复习思考题	(18)
第二章 国际贸易	(19)
第一节 国际贸易惯例	(19)
一、国际贸易惯例的含义	(19)
二、国际贸易惯例的产生	(19)
三、国际贸易惯例与法律的关系	(20)
四、国际贸易惯例与合同条款的关系	(21)
五、常用的国际贸易惯例	(22)
第二节 国际贸易政策与措施	(28)
一、国际贸易政策	(28)
二、国际贸易措施	(32)
第三节 国际货物买卖合同	(44)
一、商品的品名、品质、数量和包装	(44)
二、国际货物运输	(50)
三、国际货物运输保险	(55)
四、进出口商品价格	(58)
五、国际货款收付	(60)
六、商品检验、索赔、不可抗力与仲裁	(65)
复习思考题	(69)

案例分析	(69)
第三章 国际金融	(71)
第一节 外汇与汇率	(71)
一、外汇	(71)
二、汇率	(73)
三、汇率变动的影响因素	(77)
四、汇率变动对经济的影响	(80)
第二节 外汇市场与外汇交易	(82)
一、外汇市场的构成	(82)
二、外汇交易市场的类型	(83)
三、外汇交易方法	(84)
第三节 外汇风险管理	(89)
一、外汇风险的概念与种类	(89)
二、外汇风险的构成因素及相互关系	(90)
三、外汇风险的防范措施	(93)
复习思考题	(103)
案例分析	(104)
第四章 国际投资	(106)
第一节 国际投资概述	(106)
一、国际投资的概念与种类	(106)
二、国际投资风险	(109)
三、国际投资政策管理	(114)
四、国际投资法规管理	(116)
第二节 国际直接投资	(120)
一、国际直接投资的概念及种类	(120)
二、国际直接投资的特点	(122)
三、国际直接投资理论	(122)
第三节 国际间接投资	(126)
一、国际间接投资的概念与种类	(126)
二、国际间接投资的特点	(127)
三、影响国际间接投资的因素	(127)
四、国际间接投资理论	(128)
复习思考题	(137)
案例分析	(138)

第五章 国际市场营销	(140)
第一节 国际市场营销的基础	(140)
一、国际市场营销的定义	(140)
二、国际市场营销的性质	(141)
三、国际市场的进入	(143)
第二节 国际市场营销环境	(147)
一、经济环境	(147)
二、政治法律环境	(150)
三、社会文化环境	(152)
第三节 国际市场营销组合策略	(155)
一、国际产品策略	(155)
二、国际分销策略	(158)
三、国际定价策略	(160)
四、国际促销策略	(162)
复习思考题.....	(167)
案例分析.....	(168)
第六章 国际商法	(172)
第一节 国际商法的渊源与法律体系	(172)
一、国际商法的概念	(172)
二、国际商法的产生与发展	(172)
三、国际商法的法律渊源	(173)
四、西方国家两大法系	(175)
第二节 国际商法的主要内容	(178)
一、商事组织法	(178)
二、合同法	(186)
三、国际货物买卖法	(198)
四、产品责任法	(204)
五、代理法	(208)
复习思考题.....	(211)
案例分析.....	(212)
主要参考文献	(214)

第一章 国际商务导论

【本章教学目的】 通过本章的学习,要求掌握国际商务的概念与特征、主要内容、研究对象、发展趋势及国际商务环境。

【本章教学重点】 国际商务的概念与特征、国际商务的主要内容及国际商务环境。

【本章教学难点】 国际商务环境。

第一节 国际商务概述

一、国际商务的概念

国际商务,顾名思义是跨越国界的商务活动。从其英文“International business”来看,“International”含有“跨越国界”的意思,是指介于国家之间的活动,“business”是指“商务”,即营利性质的业务行为。可见,国际商务就是指跨越国界的任何形式的有偿经济活动。它既是商务活动的一部分,又是国际经济活动的具体表现。

国际商务有广义和狭义之分。一般而言,我们把一国的政府、企业、个人与世界其他国家的政府、企业、个人、国际组织及世界性的企业之间发生的所有跨国经济活动所引起的所有营利性质的业务行为统称为广义的国际商务,包括日常合法的跨国商务活动、跨国的灰色交易行为等;由于这些营利性质的业务行为通常是由各类企业来具体实施,所以把所有企业的跨国经营行为,尤其是跨国公司的经营管理业务活动称为狭义的国际商务。

国际商务是人类社会生产力发展到一定历史阶段,在世界经济日趋全球化和企业生产经营管理活动日益国际化的背景下产生和发展起来的。它是以生产的国际化、交换的国际化以及消费的国际化为特征,并分别通过产品流动和要素流动来实现的。它是根据每个国家、政府、企业各自不同的战略目标,各自的资源条件,以及外部环境提供的可能性,进行多种的选择和组合的结果。国际商务活动的形式不同,其商务国际化的程度和空间跨度也就不同。

二、国际商务的基本特征

国际商务活动的基本特征是相对国内商务活动而言的,主要包括以下几方面。

(一) 环境更加复杂多变

国际商务活动涉及不同的主权国家,所以与国内商务活动相比,企业面临更加复杂、多元的经营环境。

(1) 由于各国政体和国体存在着差异,使得国际商务活动面临着不同的政治制度和不同的法律环境。这就要求跨国企业管理者必须尽快了解、熟悉和掌握有关国家的政治制度、法律法规,以确保企业在有关主权国家的商务活动中知法守法,有效规避不必要的风险和冲突。

(2) 各国的经济发展程度不同、经济体制不同、交通和通信设施存在差异、对外开放程度不同,以及经济政策尤其是有关国际商务活动方面的政策措施也不尽相同,这些都使得进行国际商务活动的经济环境远比国内的经济环境复杂得多。在与处于“地利”优势的当地企业的竞争中,企业经营者需要更加注意把握经营环境的变化趋势,并能够针对这一变化趋势在经营策略上做出迅速反应和调整。

(3) 各国拥有的文化传统、价值观念、生活方式、语言文字存在很大的差别,因而使各国消费者、产品供应者以及雇员具有不同的行为方式,这就决定了国际经营者必须认真面对多元文化之间的沟通问题,若稍有疏漏就可能会导致企业国际商务活动的失败。

(4) 世界各国因所处地理位置、自然环境差异很大,因而对国际贸易结构、商品销售季节以及运输方式等会产生影响;各国机构设置不同,其职能和在国民经济中所起的作用不同,也会对国际商务活动产生一定影响,使企业的商务运作趋于复杂多变。

当然,任何事物都有其辩证的两个方面,国际商务活动中的复杂多变,一方面给企业造成了众多障碍和困难,大大增加了企业经营管理的工作难度;另一方面也使企业经营者拥有了更多的机会和选择,能够为企业的发展寻求更多的机遇。例如,同样的产品在不同经济发展水平的国家,其产品生命周期所处的阶段就不尽相同,将产品生命周期与国别经济发展水平差异结合起来,就可以有效延长本企业的产品生命周期,或使其进入新的生命周期。

(二) 风险因素加大

与国内商务活动不同,国际商务活动所面临的风险除一般商业风险外,还会遭遇由不同国家、不同的政治体制、经济环境和法律法规等多因素导致的一系列国际风险。这使得国际商务活动所面临的风险因素不断加大。

1. 政治风险

所有的国际商务活动都涉及政治风险,并且投资期限越长,政治风险越大,这是跨国经营的共同结论。与外汇风险、通货膨胀风险、税收风险等相比,政治

风险可以说是跨国公司所面临的最具威胁的风险。

政治风险包括来自于东道国内部、外部,以及由跨国经营企业本身所引发的政治冲突、政策变动所产生的风险。例如,来自东道国内部与执政者对抗的政治哲学思想、社会动荡及混乱,以及为争夺政权而产生的武装冲突及内部叛乱;东道国与别国形成的国际联盟等因素所带来的政治风险,它使企业在该国的利益受到影响;来自东道国外部外国军事力量的干涉与邻国产生边界纠纷或受到全面战争威胁等因素带来的政治风险,使企业在该国的经营活动出现险情;企业在东道国的经营目标和经营行为与东道国的经济发展和实现目标发生冲突,从而导致东道国置企业于风险之中。从本质上说,国际商务活动是企业在世界范围追求利润最大化的活动,但这种“纯经济”活动往往会对某个国家、地区或企业的经济利益造成短期有时甚至是长期的不良影响,因而成为各国政治冲突或政策变更的借口或导火索,其结果使企业在该国的利润及其他目标直接受到影响。

上述原因所引起的政治风险主要表现为资产国有化、外汇管制、进口限制、歧视性干预或惩罚、改变税法、增加当地生产要求等。其共同特征是:风险难以识别,政府或其他有影响的机构团体对经济活动的任何干预都会在不同程度上影响企业利益或目标的实现。

2. 法律风险

世界各国的法律规定、管理制度、贸易条例和商业习惯不尽相同,有的甚至大相径庭。企业在一种法律环境中进行国际商务活动时,必须确定其适用哪国的法律和规定、该国的法律应如何解释、使用的程度如何等。当企业一旦确定了适用的法律之后,有关法律的变化、解释和运用上的差别很可能会给投资者带来不利影响,甚至造成企业的损失。因此,法律风险对从事国际商务活动的企业来说应引起格外的重视。

【案例 1-1】 美国的“必胜客”公司就曾受到美国影响最大的两家报纸《纽约时报》和《华盛顿邮报》的抨击,被指责在不同国家对其员工实行的医疗保险制度上“厚此薄彼”。原因在于:“必胜客”在德国和日本对所有的雇员都提供医疗保险;在美国却用雇佣钟点工的办法,对大多数雇员不提供任何医疗保险。甚至有议员在为此召开的新闻发布会上责问说:“为什么‘必胜客’要跟美国工人这样过不去?”在美国国会为医疗保险体制举行的听证会上,“必胜客”公司的总裁为此做了如下解释:他指出,在德国和日本,法律规定企业必须为每个雇员提供基本医疗保险,“必胜客”必须遵守当地法律;而在美国,由于法律上没有这样的规定,而且事实上“必胜客”在美国的绝大多数员工是临时打工的学生和其他从事第二职业的兼职人员,他们通常都在学校和本职单位有其他的医疗保险,在“必胜客”打工时间一般不超过 6 个月。“必胜客”公司认为,对这些工作不满 6 个月

又另有保险的钟点工不提供医疗保险,不仅完全合乎美国法律,也是完全合情合理的。同时,“必胜客”公司也为这些员工联系了每月费用为 11 美元的辅助医疗保险计划,员工可以按个人需要与否决定是否购买。这就避免了由于提供事实上多余的保险服务而提高比萨饼的成本。因此,正是由于这种针对不同法律区别对待的灵活做法,使得比萨饼的价格在美国比日本、德国要低得多。美国比萨饼的价格平均为 11 美元,而在德国和日本则分别是 19 美元和 25 美元。

3. 外汇风险

外汇风险是指国际商务活动中,由于两国汇率的变动可能给企业带来的损失,按其影响因素可分为交易风险、会计风险和经济风险。交易风险是在以外币计价的交易中,因汇率变动而产生的风险;会计风险是指在会计结算中,由于汇率变动引起资产负债表上某些项目价值的减少;若引起汇率变动的因素是意料不到的经济因素,则由此引起银行或公司在未来一定时期收益的损失就是所谓的经济风险。

4. 税收风险

税收风险是指由东道国财政政策的意外变化和税收法规的运用所引起的风险。对于外资企业,各国都有相关的政策、措施、规定,如税收政策等。有时,由于东道国和企业所属母国之间在征收方面不协调,造成对外资企业的双重征税,或导致企业的获利程度降低。

(三) 矛盾、冲突更加尖锐

企业从事国际商务活动是为了在世界范围内追求利润最大化及实现企业的既定目标,这种目标往往与东道国的利益、目标不一致,因而导致其经营活动中不可避免地会与东道国发生矛盾和冲突。这种矛盾和冲突主要体现在盈余的分配、资源的配置以及控制权上。例如:东道国追求本国国民收入的增长,而跨国公司追求企业投资收益和财产的增加;东道国追求更多的就业机会,而跨国公司追求高效率、低成本;东道国追求先进技术以提高本国现代化水平,而跨国公司则倾向核心技术的垄断以追求企业在国际竞争中的领先地位,等等。可见,东道国和跨国公司追求的目标存在很大差异,且这种差异往往随着跨国公司的发展而不断扩大。因此,各国政府在鼓励外资企业进入的同时,都会加强对其经营活动的管理和控制,这使得跨国公司实现其海外目标的国际商务活动更加趋于复杂、困难。

(四) 决策更具特殊性

如上所述,国际商务活动由于面临的环境复杂、多变,风险因素和矛盾冲突比国内商务活动加大,因而企业的战略决策将更加复杂、制定战略决策难度更大。决策者必须根据国内外环境和企业自身条件,洞察国际商务活动中可能遇

到的困难和风险,抓住一切可能的机会,根据经营目标制定有效的经营战略。

一般企业经营战略的制定,要考虑八个因素:国内环境;东道国的社会经济环境;国际经济和政治环境;公司资源;公司以往的经验;公司现在的组织结构(结构刚性);信息系统的质量;公司决策者的偏好(如对一些偶然出现的机会的看法)。这些因素之间是有密切联系的,公司结构和管理决策者的个人偏好在一定程度上决定了信息系统质量的高低,而信息系统的质量和个人偏好又会反过来影响决策者对内外环境的理解和认识。

综合考察以上八个因素之间的相互作用和影响,可使决策者分析识别企业所面临的压力和风险,然后根据企业自身的约束条件,制定出本企业经营目标和相应可行的经营战略。

由此可见,与国内商务相比,国际商务决策具有其特殊性,这种特殊性主要表现在以下五点:

(1) 由于涉及的可控因素和不可控因素增多,使决策费用更加昂贵。这是因为,企业原用于国内商务的分析方法不再适用,对专门的法律、金融、地理和文化知识要求更高,决策所需信息量大大增加,国际间交流、沟通、人员往返增多,这一切都会增加决策费用。

(2) 国际商务决策受国内市场调研的影响较小,而更多地受到国外压力和风险的影响。

(3) 国际商务决策着重于对国外市场机会有选择的分析,而不是广泛的比较性分析。

(4) 由于国际经营环境面临较多的不可控因素,对这些不可控因素往往难以准确预测。因此,国际商务决策较少受定量分析的影响。

(5) 由于国际商务决策所考虑的影响因素大大增加,因而使决策过程更加复杂,难度更大。

(五) 渐进式发展

企业的商务活动由国内走向国际,大多是先易后难、逐步升级的渐进式发展的。这种渐进性主要体现在两个方面:

1. 地理范围的渐进发展

从大多数企业由本土走向世界的实际过程来看,其市场范围的扩大通常遵循“由近及远,先熟悉后陌生”的原则,按照“本地市场—地区市场—全国市场—海外相邻市场—全球市场”的地理顺序向外扩张和发展。这样做的好处是:便于企业经营者随着地理范围的扩大,逐渐掌握、熟悉新市场的需求特性、消费变化和反馈;便于企业营销渠道的培养,以降低风险,积累经验,最终取得海外经营的成功。

【案例 1-2】 中国企业走出国门的第一步可以考虑我国的香港地区、台湾地区,这些地区和我国大陆不仅地理相邻、时区相同,而且语言文化、风俗习惯、消费心理等也都有很多相似的地方。这些地区市场基本饱和之后,再考虑地理、文化、语言等相对较远的亚洲国家、欧洲国家,最后是美洲国家。

2. 经营方式的渐进发展

在跨国经营方式的选择上,大多数企业也都遵循先易后难、逐渐升级的策略。在企业跨出国门的初期,一般采用简单易行而又灵活的间接出口方式;然后,随着企业国际经营能力的提高和经验的积累,逐渐采取更高级的经营方式。因此,就一般企业而言,其跨国经营方式的演变大致遵循“纯国内经营—间接出口—直接出口—设立海外销售部—设立海外分公司跨国生产”这样一个过程。

企业国际商务活动的渐进发展,是由企业经营国际化的本质所决定的。一方面,企业经营国际化过程不只是简单的产销范围的量的扩大,而是管理人员不断学习有关知识,掌握、接受、处理知识信息量的过程,这种知识的信息量的积累必然是一个渐进的过程;另一方面,企业经营国际化也不仅仅是企业产品走向世界,而是企业管理人员的视野迈出国门、走向世界的过程。一般来说,人的冒险精神与人们对自己驾驭风险能力的自我认识或自信程度成正比。自信程度越高,冒险精神越强。企业走向世界之初,由于对海外市场缺乏了解,主观感觉风险大,所以绝大多数企业都持小心谨慎的态度,把最初的资源投入控制在最低风险范围内。以后,随着海外业务逐渐扩大和经验累积越来越丰富,管理人员的自信程度逐步提升,对跨国经营的尝试会越来越大胆,市场选择也就逐渐由近而远,资源投入、经营方式也会逐步升级。

可见,从国内型企业到全球型企业的演变过程,同时也是企业自身的成长过程。这一过程错综复杂,充满了未知数和不可预见的风险。企业管理人员既不能坐等自己掌握了所有必需的知识之后再迈出国门,也不能对国际环境不加分析,盲目冒险,闭着眼睛去闯世界。解决这一两难处境的较好的方法就是循序渐进,先从相对熟悉、风险最小的海外相邻市场开始,以投资要求最低的间接出口方式“投石问路”,在实践中摸索、积累了一定经验之后,再逐步扩大跨国经营的范围和程度。

三、国际商务的主要内容

(一) 国际贸易

商品进出口的主要目的是将剩余的生产能力输出到国外,占领国外市场,而不是对外直接投资,因此可以降低企业资源上的风险,减少不必要的费用开支。而其中的无形商品(即服务),目前在各国经济增长中占有重要地位,因而也是国际商务活动的重要形式之一。

（二）国际金融

国际商务活动涉及不同国家货币及货币制度,因此企业进行国际商务活动必须掌握国际金融活动的货币流动和资金融通的关系,必须熟悉相关知识,主要包括国际收支、货币汇率、国际金融体系、国际金融政策等。因而,国际金融构成了国际商务的重要组成部分。

（三）国际投资

国际投资包括直接投资和间接投资。间接投资,又称为有价证券投资,是指在国际证券市场上通过发行和买卖债券、股票及其他证券而进行的投资。间接投资的目的是要获得预期的股息与红利,而不直接参与企业的经营管理。直接投资,是为了取得企业经营的控制权,而提供贷款或购买其股权的资本流动形式。直接投资的核心不是单纯的货币资本流动,而是资本、技术和经营知识的总体转移。由于从事跨国经营的企业在经营管理上不可确定的因素较多、风险较大,企业在直接投资的具体形式上常常采用合资经营,以减少经营上的风险。

（四）国际市场营销

企业进行国际商务活动,就必须了解并掌握相关国家市场的环境、进入国际市场的方式以及进行国际市场开拓的方法与技巧。因此,国际市场营销也成为企业商务活动的组成部分。

（五）国际商法

企业进行国际商务活动,面临着不同的法律环境与制度。因此,熟悉并了解国际商务惯例、国际公约或条约以及相关国家的商事法律规定,对企业从事国际商务活动大有益处。

四、国际商务研究的对象

当前,新技术革命和经济全球化的迅猛发展,使世界经济不断向深度和广度进军,在全球范围内,不但存在着高度发达的世界商品市场和世界资本市场,而且存在着日益完善的世界服务市场和世界信息市场,发生在世界各国间的物流、资金流、信息流、服务流不计其数且交织在一起,国际商务的内涵和外延得到空前的丰富和发展,国际商务的发展进入一个新的历史阶段。正是在这样的背景下,以国际间发生的所有形式的经济活动的业务全过程为研究对象,运用全新的理念对国际贸易、国际金融、国际投资、国际市场营销、国际商法等多学科的内容进行全面系统的整合,重点突出国际商务运作规范,一种普遍意义上的大一统的国际商务观正在形成。

五、国际商务的发展趋势

国际商务活动属于历史的范畴,它是在一定历史条件下产生,并随着人类历史的进步和生产力水平的提高而不断发展扩大。最初的国际商务活动规模很

小,中国的“丝绸之路”就是历史上跨国贸易的典型例子。但是,国际商务活动发展到今天,这种超越国界的经济活动已包罗万象、无所不有,并渗透到国际经济领域的各个方面。

(一) 国际商务活动的规模日益扩大

当今世界经济活动的 1/3 已直接纳入跨国生产和跨国销售的国际分工体系,国际分工和企业经营国际化已经成为国民经济发展的基本必要条件。世界经济一体化程度正以每年 0.6 个百分点的速度在增长,世界分工也越来越深化,越来越多的产品卷入世界贸易并改变了世界贸易结构,使以往国与国之间按比较优势原则交换自然资源和初级产品的世界贸易逐渐地被制造业的“制成品”和“半制成品”贸易所取代。与此相适应,历史上按最终产品的“横向分工”也越来越多的转化为按生产环节在同一行业内部的“垂直分工”。

(二) 跨国公司在世界经济活动中的地位日益提升

1990 年跨国公司在海外的子公司和合资企业的总产值第一次超过了世界贸易总额,这说明世界经济的组织形式已经发生了根本变化。今天的国际商务活动已越来越多的表现为:由国家属性日益模糊的跨国公司在产供销各环节组织协调世界经济分工,民族企业间的贸易交换日益为跨国公司总公司及其在世界各国的子公司之间的组织分工、协作生产所取代。全球经济已形成“你中有我,我中有你”、“牵一发而动全身”的一体化格局。

(三) 一系列双边、多边国际条约和国际组织的产生

伴随国际商务活动和跨国公司发展而来的,是一系列双边、多边国际条约和国际组织的产生。这些国际条约和国际组织以官方和半官方的形式,把世界经济生活纳入了一种“冲突不断但大体有序”的体制,以保证世界经济的顺利发展。

由此,在世界经济一体化格局中,国际商务活动、跨国公司、国际条约和国际组织的作用显得尤其重要,形成了体现各国之间经济联系的三大纽带:

(1) 各种国际商务活动把世界各国的市场联系了起来。

(2) 跨国公司在世界各国的分支机构把各种国际商务活动中的分工、协调、计划、管理在组织上联系了起来。

(3) 适应国际商务活动、跨国公司发展需要而产生的各种国际公约及国际组织,后者又反过来促进了国际商务活动和跨国公司的健康发展。

第二节 国际商务环境

企业总是在一定的环境条件下开展商务活动,而这些环境条件是不不断变化的。商务活动环境泛指一切与企业商务活动有关的外部因素与力量,这些因素

与力量影响并制约着商务活动的进行和企业的发展。它既给企业带来了新的市场机会,又给企业造成某种威胁,是企业不可控制的变量。因此,商务活动环境对企业的生存和发展具有重要意义。商务实践证明,许多得以发展壮大企业都非常善于适应环境,而另外许多由于对环境变动预测不及时的企业,结果造成了很大的被动,甚至破产倒闭。因此,对于企业来说不能不了解与其有关的各种环境因素,应分析其中蕴涵的机会与威胁,扬长避短,趋利避害,适应变化,抓住机会,实现自己的经营目标。

国际商务环境的内容既广泛又复杂。一般来说,组成国际商务环境的各种因素,按对企业商务活动的直接影响程度,可以概括性地分为两大类:一类是宏观环境;另一类是微观环境。

一、宏观环境

国际商务的宏观环境主要由对企业产生比较深远影响的社会性因素与力量构成,包括人口、经济、自然、政治与法律、社会文化、科技等环境因素。

(一) 人口环境因素

商务活动是围绕市场来进行的,而市场是由那些想购买商品同时又具有购买力的人构成的,因此,企业必须重视对人口环境的研究。对人口的分析不仅要看数量,还要看人口的增长率、地理分布、年龄和性别结构、家庭结构、人口的流动性等。这些对于开展国际商务活动都会产生一定的影响。

1. 人口数量

市场是由一定的人口组成的。一国市场人口的数量极大地影响着其对产品和服务的需求。人口数量作为市场规模的一个标志,最精确的反映在大众消费品市场方面。如果收入水平不变,那么对食物、衣服、日用品等生活必需品的需求量与人口数量成正比。人口越多,市场越大;人口越少,市场越小。由人口数量可推算出市场规模。

2. 人口的性别结构

性别不同,对商品的需求和态度也不同,因而性别也是细分市场的标准之一。男女的消费用品中有许多在款式、颜色、情趣、尺寸等方面有所不同。例如,服装、鞋帽、手提包、饰品、自行车等都有男女之别。即使有些消费品没有性别之分,但采购者都在男女之间有传统的分工。例如:厨房用品、食品、家庭生活日用品大多数是由女性采购的;汽车、房子、家用电器大多数由男性采购。另外,男女在接受广告的习惯上也有明显的不同。例如:女性喜欢看生活气息浓厚的广告片;男性多喜欢看和体育结合的广告片。因此,把市场细分为男性市场和女性市场是有重要意义的。