



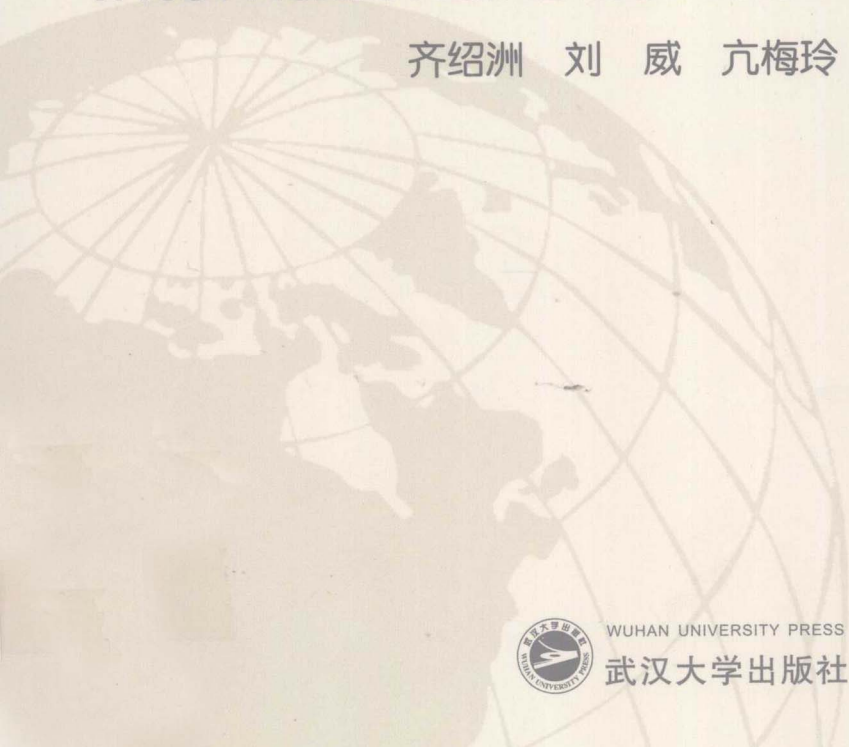
高等学校国际商务创新规划教材



国际商务环境

International Business Environment

齐绍洲 刘 威 亢梅玲 主编



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

三 高等学校国际商务创新规划教材

Business

国际商务环境

International Business Environment

主 编 齐绍洲 刘 威 亢梅玲



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际商务环境/齐绍洲,刘威,亢梅玲主编. —武汉:武汉大学出版社,
2011. 8
高等学校国际商务创新规划教材
ISBN 978-7-307-08685-2

I. 国… II. ①齐… ②刘… ③亢… III. 国际商务—经济环境—高
等学校—教材 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 064964 号

责任编辑:辛 凯 责任校对:刘 欣 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.whu.edu.cn)

印刷:通山金地印务有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:15.75 字数:350千字 插页:1

版次:2011年8月第1版 2011年8月第1次印刷

ISBN 978-7-307-08685-2/F·1506 定价:30.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

总 序

陈继勇

武汉大学经济与管理学院院长、教授、博士生导师

国际商务是指侧重于国际经济与贸易操作性的专业活动。教育部设置国际商务硕士专业学位的目的,是培养能够胜任在企事业单位和国家机关从事国际商务运作与管理,并且能开拓国际市场的高素质、复合型高级商务专门人才。以贯彻落实科学发展观,实施互利共赢对外开放战略,拓展对外开放的广度和深度,全面提高开放型经济水平,实现从贸易大国向贸易强国的转变和推动国民经济又好又快的发展。

为积极有效地加快培养和造就一大批高层次国际商务专业人才和管理人才,借鉴其他国家培养专业人才的有益经验,结合我国国情,调整专业设置,改革培养模式,我们承担了教育部第二特色专业建设点项目《国际经济与贸易国际化人才培养》(项目号:TS2291),组织了武汉高校相关专业的教师编写了这套《国际商务系列教材》。希望通过这套教材能使学生通晓现代国际商务基础理论,具备完善的国际商务知识体系,掌握现代国际商务实践技能,具有较强的英语交流能力,能在企事业单位和政府机关从事国际商务运作与管理,并且能成为开拓国际市场的高素质、复合型高级商务专门人才。

这套教材在编写的过程中主要突出专业性和综合性的特征。

专业性突出体现在全球视野下从事商务活动的职业定位,强调理论和实际工作技能尤其是软技能的提升。全球视野的缺失和专业技能的弱化是传统国际经贸人才培养的不足,本套教材力图打破经济学与管理学的界线,特别是把经济学与管理学理论知识与开放经济实践联系起来,通过大量的实验教学和案例研究,使学生掌握国际商务的基本理论知识和国际商务实践的先进方法,提升学生在国际商务领域中的工作能力、外语能力和跨文化沟通能力。因此,教材编写是以职业性和实践性为导向,知识内容具有明显的专业性。

综合性意味着国际商务专业人才要具备宽厚的知识面,学习多门跨学科的课程,塑造较高的职业操守,形成广博知识与较强能力的综合素质,胜任在复杂多变的国际环境下成功开展商务活动的工作。因此,这套教材在编写的过程中,重视经济理论与管理理论的综合,强调国家经济实践与国际经济实践的结合,突出企业国内经济活动与国际经济活动的结合,把理论知识与企业具体的经济实践结合在一起,使学生能从多方位、多角度和多渠道来吸收国际商务基础知识,掌握国际商务的基本技能。因此,教材编写以综合性为导向,知识体系具有很强的综合性。

这套教材是一个系统工程，其内容涉及多个学科和领域，参考了国内外很多同行的研究成果，在此表示衷心感谢！武汉大学出版社经济图书事业部舒刚主任付出了很多的劳动，在此也表示感谢。

我们虽然重视知识内容创新，但更强调尊重知识产权，因此，要求各书主编向每位编（著）者强调这一方针，每位编（著）者对所写内容文责自负。

2010 年 10 月于武汉大学枫园

序

进入 21 世纪,随着我国日益融入世界经济,以国际贸易活动、国际投资活动和国际金融活动等为核心内容的国际商务活动在广度和深度上日益增多,深入全面地认识、理解、把握和驾驭国际商务环境,更有效地从事国际商务活动,成为我国正在从事或将要从事国际商务的工商企业界人士急需解决和学习的重要内容之一。

《国际商务环境》这部教材是教育部高等学校第二类特色专业建设点项目“国际经济与贸易国际化人才培养”的最终研究成果之一,是由武汉大学经济与管理学院世界经济系和金融系合作编撰的一部教材,是武汉大学“国际商务专业硕士”系列教材中的一部。该教材在前人研究成果的基础上,运用现代经济学和案例分析方法,以中国的视角,从经济、政治、法律、文化和技术等五个方面,介绍了国际商务环境的基本内涵、主要构成要素、国际商务环境的评估方法、如何适应和把握国际商务环境、国际商务环境的发展趋势等问题。该部教材在编写上具有以下五个方面的特点:

第一,强调方法性,注重案例教学。由于本教材编写的目标对象以从事国际商务实务的专业在职人员和拟从事国际商务工作的学员为主,因此,在这部教材具体内容的编写中,强调在保持全书一定理论性的基础上,更加注重教材的易理解性,即本部教材强调在每节内容的叙述中,都要求用相应的国际商务案例加以解释和说明,用更多的国际商务实务案例,帮助学习本教材的学生更清楚地理解书中所述的国际商务知识和内容。

第二,强调实践性,注重结合教学对象的实际情况进行编写。这部教材强调理论与实践相结合,但由于面临的教学对象以国际商务活动中的实务工作人员为主,因此,本部教材的内容有意识地偏向实践性,适当减少全书的理论性,注重结合国际商务实际情况进行编撰。例如,在介绍国际商务文化环境知识和问题时,这部教材结合法国、俄罗斯、美国等国家的不同商务文化习俗和文化传统,介绍和分析我国企业在国际商务活动中可能面临的具体文化问题。

第三,强调完整性,注重内容之间的连贯性和完整性。本部教材从国际商务经济环境出发,用四章内容分别介绍变革中的国际商务经济环境(包括经济一体化与经济低碳化问题)、国际商务的贸易环境、国际商务的金融环境和国际商务的投资环境。从这四章内容来看,国际商务经济环境问题是整个教材的核心内容。在全面介绍国际商务经济环境之后,本教材结合国际商务活动中的实际新案例,进一步详细介绍国际商务的政治环境、国际商务的法律环境、国际商务的文化环境以及国际商务的技术环境等知识和内容。可以说,这部教材的内容完整、主题鲜明、逻辑严谨且思路清晰。

第四,强调本土性,注重与中国国际商务的实践相结合。考虑到本教材的适用对象

是中国的国际商务人士，因此，我们注重从中国的视角，以中国公司的案例为主，解决中国企业从事国际商务中最关心的问题、难点和疑惑，着力提高中国国际商务人士认识、理解、把握和驾驭国际商务环境的能力。当然，为了使中国的国际商务人士具有更加广阔的国际视野，我们也精心安排了一些相关内容，特别是国际知名企业的案例，以做到知己知彼。

第五，强调新变化，注重企业如何适应新变化、捕捉新商机。本教材在遵循教材编写注重成熟、公认的研究成果这一规律的同时，更加注重引用资料的时效性、前沿性和前瞻性，努力把国际商务环境的新变化、新趋势和国内外学者研究的新成果体现出来，让读者既要了解成熟的知识，又要了解前沿动态和发展趋势。比如，本教材紧密结合当前经济全球化的新发展趋势和世界各国更加关注气候变化和能源等新问题，对国际商务中的经济低碳化问题进行了详细的介绍和探讨，并结合国际知名跨国公司的实际案例，分析我国企业如何适应国际商务环境的新变化、捕捉新商机。

综上所述，《国际商务环境》是近年来国内教育界和学术界对国际商务环境问题研究的一项重要教学成果，具有较高的学术价值和较强的实践意义，适合国内经济界专门从事国际商务实践活动和具体工作的专业人员学习。因此，可以预见，这部教材的出版不仅会丰富国内学术界对国际商务研究的理论体系，而且会帮助国内专业从事国际商务活动的实际工作人员积累更多的理论知识和案例经验，更好地应对我国企业在国际商务活动中遇到的问题和困难，具有较高的实践指导意义。

本教材是集体分工合作的成果，编写组集体商定写作方法、写作提纲、写作风格和写作定位，在合作的基础上进行分工。具体分工如下：第一章，齐绍洲；第二章和第三章，亢梅玲；第四章，白晓燕；第五章，刘威；第六章，万暄；第七章，杨勇；第八章，白红菊；全书最后由齐绍洲、刘威和亢梅玲审阅、修改和定稿。

作为国内第一批国际商务专业硕士学位的系列教材之一，本书是在前人大量研究基础上所进行的本土化的探索，由于时间仓促，水平有限，书中错误在所难免。我们愿作为探路者，抛砖引玉、投石问路，虚心听取各位专家、学者、学员和广大读者的批评指正，不断吸取修改意见和建议来完善本教材，努力打造出适合我国企业从事国际商务的本土化的好教材来。

目 录

第1章 变革中的国际商务环境：经济全球化、一体化与低碳化	1
1.1 变革中的国际商务环境：经济全球化	1
1.1.1 经济全球化的含义与动因	1
1.1.2 经济全球化变革国际商务环境	3
1.1.3 以全球化的思维从事国际商务	6
1.2 变革中的国际商务环境：区域经济一体化	8
1.2.1 区域经济一体化的含义与动因	8
1.2.2 区域经济一体化变革国际商务环境	10
1.3 变革中的国际商务环境：经济低碳化	14
1.3.1 全球气候变化与低碳经济	14
1.3.2 国际商务与低碳经济共舞	18
第2章 国际商务的贸易环境	23
2.1 国际贸易环境的界定	23
2.1.1 国际贸易与自然环境	24
2.1.2 国际贸易与政策环境	28
2.2 国际贸易政策工具	31
2.2.1 进口关税	31
2.2.2 进口配额	33
2.2.3 出口补贴	34
2.2.4 其他非关税措施	35
2.3 国际贸易与全球性政策环境：从 GATT 到 WTO	38
2.3.1 全球贸易协定：GATT 和 WTO	38
2.3.2 贸易救济与争端解决	41
2.4 国际贸易与区域性政策环境：区域贸易协定	48
2.4.1 区域贸易协定相关理论	48
2.4.2 区域贸易协定的实践	51
第3章 国际商务投资环境	59
3.1 国际商务投资环境内涵	59

3.1.1	投资环境的概念	59
3.1.2	国际投资环境的分类	60
3.2	国际商务投资环境影响因素分析	61
3.2.1	自然环境	62
3.2.2	经济环境	63
3.2.3	基础设施	65
3.2.4	政治环境	66
3.2.5	法律环境	67
3.2.6	社会文化环境	68
3.3	国际商务投资环境评估	71
3.3.1	定性评估法	71
3.3.2	定量评价方法	75
3.4	投资环境与跨国企业选址决策分析	77
3.4.1	跨国企业投资动机	77
3.4.2	跨国企业国际投资选址决策分析	78
第4章	国际商务金融环境	93
4.1	国际商务的货币金融环境	93
4.1.1	国际货币体系和汇率制度	93
4.1.2	货币自由兑换与外汇管制	97
4.1.3	国际金融市场	98
4.2	国际融资	105
4.2.1	国际直接融资	105
4.2.2	国际间接融资	108
4.2.3	国际并购中的融资	111
4.3	汇率与国际商务	113
4.3.1	汇率变化的决定因素	113
4.3.2	汇率变化对国际商务的影响	114
4.3.3	汇率预测	116
4.3.4	汇率风险防范	116
第5章	国际商务政治环境	123
5.1	政治环境概述	123
5.1.1	政治环境的定义	123
5.1.2	政治环境的主要构成要素及其对国际商务的影响	124
5.2	政治稳定与国际商务	129
5.2.1	政府与国际商务的关系	129

5.2.2 政治稳定性与国际商务	131
5.3 国际商务中的政治风险	134
5.3.1 政治风险的定义	134
5.3.2 政治风险的主要分类	135
5.4 政治风险的评估	140
5.4.1 政治风险评估的考察因素	140
5.4.2 政治风险评估的主要方法	144
5.5 政治风险的管理	145
5.5.1 政治风险与国际商务	145
5.5.2 企业对政治风险的管理	146
第6章 国际商务法律环境	153
6.1 国际商务法律环境概述	153
6.1.1 法律环境与国际商务法律环境	153
6.1.2 国际商务法律所处的社会环境	156
6.1.3 国际商务活动所处的法律环境	158
6.2 国际商务活动中的常见法律风险	165
6.2.1 合同法律风险	165
6.2.2 责任风险	170
6.2.3 财产权相关法律风险	175
6.2.4 政府管理相关法律风险	178
6.3 当代国际商务法律环境的发展趋势	182
6.3.1 经济全球化环境下的法律全球化	182
6.3.2 当代国际商务法律环境的发展趋势	185
第7章 国际商务文化环境	189
7.1 国际商务文化环境概述	190
7.1.1 文化	190
7.1.2 国际商务文化	192
7.1.3 国际商务的社会文化环境	197
7.2 社会文化环境与商务风格	198
7.2.1 国际商务中的社会文化环境差异	198
7.2.2 社会文化环境差异对国际商务的影响	202
7.3 企业跨文化商务	212
7.3.1 跨文化商务风险	212
7.3.2 跨文化商务沟通	214
7.3.3 跨文化商务管理	216

7.3.4 跨文化营销	218
第8章 国际商务技术环境	223
8.1 国际商务技术环境概述	223
8.1.1 技术环境	223
8.1.2 国际商务技术环境因素分析	224
8.2 国际商务技术环境的特点及其影响	229
8.2.1 国际商务技术环境的特点	229
8.2.2 对国际商务的影响	230
8.3 国际商务如何利用技术变革趋利避害	234
8.3.1 发展技术贸易提高国际商务的技术能力	234
8.3.2 高新技术园区大大提高国际商务的竞争能力	234
8.3.3 风险投资拓宽国际商务的融资能力	234
8.3.4 知识产权保护提高国际商务的自主创新能力	235
8.3.5 电子商务提高国际商务的运行能力	235
参考文献	237

第 1 章

变革中的国际商务环境：经济全球化、一体化与低碳化

◎本章要点

1. 经济全球化的含义、动因。
2. 经济全球化对国际商务环境的变革。
3. 以全球化的思维从事国际商务。
4. 区域经济一体化的含义、动因。
5. 区域经济一体化对国际商务环境的变革。
6. 低碳经济的概念，对国际商务环境的变革与商机。
7. 国际商务如何与低碳经济共舞。

1.1 变革中的国际商务环境：经济全球化

世界著名经济学家约翰·H. 邓宁宣称：除非有天灾人祸，经济活动的全球化不可逆转。这是技术进步的结果，而技术进步的趋势不可逆转。世界贸易组织的第一任总干事雷纳托·鲁杰罗表示：阻止全球化无异于想阻止地球自转。经济全球化为什么有如此巨大的力量？它给国际商务环境带来什么影响？如何在全球化环境中更好地从事国际商务？这些都是优秀的国际商务人士必须深刻理解和清晰判断的现实问题。

1.1.1 经济全球化的含义与动因

1. 经济全球化的含义

关于经济全球化（Globalization）的含义有多种解释。国际货币基金组织（IMF）对经济全球化的定义是：“跨国商品及服务贸易与国际资本流动规模和形式的增加，以及技术的广泛迅速传播使世界各国经济的相互依赖性增强。”经济合作与发展组织（OECD）首席经济学家奥斯特累认为：经济全球化主要是指生产要素在全球范围内的广泛流动，实现资源最佳配置的过程。

从这些定义中不难看出,经济全球化就是通过生产要素在全球的自由流动实现经济资源在全球范围内的最优配置;跨国公司作为全球化的主体,充分利用信息技术、运输技术革命以及国际贸易、国际投资和国际金融的自由化,而在全球范围内从事国际商务活动,目的是占领更大的市场份额,获得更多更廉价的原材料和分散风险;全球化的最终结果使世界各个国家都被纳入新的国际分工体系,企业越是以开放的姿态积极地参与经济全球化,越能够从经济全球化中获益。

2. 经济全球化的动因

经济全球化特别是 20 世纪 90 年代以来加速发展的经济全球化浪潮,是国际政治格局变迁、经济自由化和市场化思潮占据主导地位、信息技术和运输技术革命的推动、跨国公司的全球竞争战略、气候变化和环境压力导致的国际产业转移等综合因素作用的结果。

(1) 国际政治格局的变迁

20 世纪 80 年代末的东欧剧变和前苏联解体标志着冷战的结束和两极格局的终结。国际政治发生了深刻的变化,朝着多极化趋势发展,和平与发展成为时代的潮流。世界各国开始将关注的焦点放在经济发展方面,而且经济安全、社会安定、生态环境日益成为国际安全的重要组成部分。为此,各国逐步认识到进行经济合作、寻求共同发展的必要性。另外,发达国家与发展中国家对和平与发展逐渐取得共识,它们的经济相互依存和相互渗透的程度不断加深,这为世界经济全球化的发展提供了前提条件。

(2) 通信和运输技术革命

20 世纪 80 年代,特别是 90 年代以来,通信和运输技术的重大突破及其在现代日常生产生活中的日益广泛的应用,颠覆了国与国之间的时空概念,极大地降低了国家间的交易费用和远距离控制的成本,便利了商品、服务和生产要素的国际流动,促进了各国经济的联系,从而加快了世界经济全球化的进程。

1970 年,从纽约拨往伦敦的电话,3 分钟就要 10.80 美元,而今天不足 0.20 美元。即使小企业也可以通过互联网与其全球客户和供应商交流。例如,亚特兰大的兰迪·奥尔盖耶(Randy Allgaier)有一个从未谋面的中国台湾的合作伙伴,并且与一家从未到访过的中国工厂签订合同,这家工厂为其生产照明设备——这都是因为有了现代通信技术,尤其是与互联网相关的技术。

因为交通运输技术创新,在时空意义上大大拓展了市场潜力。例如,以前常常认为在美国销售外国种植的花是不切实际的,可是现在,在美国参与花卉市场竞争的有远至厄瓜多尔、以色列、荷兰和新西兰的鲜花,因为这些鲜花剪下之后,第二天就可以摆放到美国的商店里。相反,试想骆驼商队在丝绸之路以每天 13 公里的速度运送鲜花和其他易腐商品会如何?而历史上的几个世纪里,中欧之间的丝绸之路曾占据世界贸易的重大份额^①。

^① 约翰·D. 丹尼尔斯、李·H. 拉德巴赫、丹尼尔·P. 沙利文. 国际商务:环境与运作(原书第 11 版)[M]. 石永恒,译. 北京:机械工业出版社,2008:5-9.

(3) 经济活动的自由化与市场化

20 世纪 70 年代的两次石油危机，西方发达国家经济普遍出现滞胀现象，新自由主义兴起。它们为了摆脱经济衰退和扩大世界市场，采取减少国家干预、放松经济管制的自由化政策，掀起了贸易自由化和资本自由流动的浪潮。发展中国家，尤其是新兴工业化国家也纷纷调整经济发展战略，实行市场经济体制，从而进入经济振兴时期，为世界经济注入了巨大的活力。无疑，各国国内的市场化改革以及对贸易投资领域管制的解除或放松，促进了商品、服务和生产要素在世界范围内的流动，从而在很大程度上加速了世界经济全球化的进程。

(4) 跨国公司的全球生产经营活动

跨国公司是当今世界经济中集生产、贸易、投资、金融、技术开发和转移于一体的经营实体，是世界经济全球化的主要体现者。近 20 年来，奉行全球战略的跨国公司以在全球范围内配置资源、降低成本、争夺全球市场份额为目标，在世界各地展开生产经营活动，带动了资本、技术和服务在各国间的流动，促进了生产和资本的国际化。特别是近几年跨国公司大量兼并与收购，建立了多种形式的战略联盟，再加上交易内部化和本地化经营战略，有力地推动了经济全球化的发展。

(5) 国际经济组织自身的发展和完善

国际货币基金组织（IMF）、世界银行（WB）和世界贸易组织（WTO）三大国际经济组织对于稳定各国经济，特别是促进世界经济的发展，促进世界经济相互依赖关系的加强，推动世界经济全球化进程，起到了重要的作用。

(6) 气候变化和环境压力带动全球产业转移

随着气候变暖带来的一系列生态环境危机对全人类的生存威胁越来越为世人所认识，减少温室气体排放、阻止气候变暖、保护人类生存环境越来越需要国际社会采取一致共同的行动，需要加强合作，需要发达国家对发展中国家提供相关资金和技术援助。联合国气候变化大会、《联合国气候变化框架公约》（*United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC*）和《京都议定书》（*Kyoto Protocol, KP*）都是世界各国加强合作的制度性安排和国际法律协议。另外，随着越来越多的国家采取更加严格的气候和环保政策，一些企业（主要是发达国家的企业）为了逃避严格的气候和环保政策而把生产转移到气候和环保政策宽松的国家以降低成本，这引起了新一轮的以气候变化和环境保护为核心的国际产业大转移，进一步加速了经济全球化的发展。

1.1.2 经济全球化变革国际商务环境

1. 竞争优势取代比较优势

在经济全球化下，比较成本已经不能再成为决定国际分工的主要基础。因为比较成本理论和要素禀赋理论有一个至关重要的假设前提，即要素在国家间的不可流动性造成了各国比较成本的差异和比较优势，国家之间的分工和贸易就成为平衡这种差异的唯一途径。但要素，特别是在资本要素的流动性日益增强的情况下，比较成本优势已经不再

为一国所独享。在此情况下，某一国的比较优势实际上成为本国及外国都可以利用的区位优势。那么，是本国企业还是外国企业可以利用？这就要看哪个国家有国际竞争力强的企业。因此，竞争优势成为国际贸易分工的主要基础。

2. 国际贸易结构趋向高级化

经济全球化引发了各国间产业结构和经济结构的调整，这种调整导致国际贸易结构趋向高级化，技术贸易与服务贸易发展方兴未艾。突出表现在两个方面：一是货物贸易中工业制成品贸易所占比重不断上升，农产品和初级产品贸易比重持续下降；其中，高新技术产品贸易在制成品贸易中的地位越来越重要。二是服务贸易所占比重不断上升，服务外包成为跨国投资的主流之一，服务产品的生产也成为国际投资的重要领域。^①

3. 公司内部贸易和跨国公司供应链网络内部交易突出

由于分工的细化，不仅制成品各生产环节的中间产品可以分工，而且制造与其他活动也可以分离，从而使产业内贸易在业务开展中出现了一些新的形式。跨国公司通过两种国际生产体系来安排这种新型的产业内贸易：一是通过直接投资和股权安排，形成公司内部价值链分工体系和公司内贸易；二是通过非股权安排，形成公司与其他独立厂商的供应链体系，实现供应链网络内部的贸易。

4. 跨境服务业的大发展

在经济全球化的环境下，为国际商务提供基础性支持的跨境服务业，特别是跨境金融服务业被企业或政府开发并服务于国际商务。例如，当中国的李宁公司将运动衫卖给一个法国球队时，货船一到法国海关，巴黎一家银行就以欧元形式收回货款，然后通过中国一家银行将货款以人民币形式付给李宁公司。因为有银行信贷协议、换汇的国际清算协定和运输保险与出口信用保险等各种跨境金融服务，大大方便了国际商务的收付款。而且金融衍生工具创新与交易，如套期保值、利率互换、外汇期货或期权，也为国际商务分散或锁定利率或外汇风险提供了对冲的工具。信用的全球化还可以让跨国消费者使用本币信用卡方便地进行跨境消费。国际邮政协定，也可使国际商务人士在世界任何地方以当地货币方便地寄出邮件与包裹，无论他们需要通过哪个国家或哪国航班。

5. 消费者影响力的扩大

因为通信技术与运输技术的巨大进步，消费者越来越快速地在全球范围内寻找物美价廉的商品与服务。近年来，从事国际商务的企业开始更多地关注像中国这样的新兴市场，因为全球收入水平特别是新兴市场消费者收入水平的快速提高，过去被认为是奢侈品的商品与服务的需求现在成了普通需求，因此，消费者想要更多、更新、更好的差异

^① 裴长洪、林江. 经济全球化背景下国际贸易的新发展 [EB/OL]. <http://www.xj71.com/?action-viewnews-itemid-18372>. 2009-12-02/2010-04-20.

产品。全球消费需求的扩大激励国际商务企业增加研发投入，并在世界范围内通过互联网、产业杂志、商品交易会和国际商务旅行，寻求可满足更多消费者的差异性商品。

6. 政府提供支持国际商务的跨境基础设施

随着收入的增长，税收也在增长，许多税收收入投资于能提高国际商务潜能的基础设施项目和工程上。例如，政府通过改善机场与海港设施，完善信息网络基础设施，以及修建与邻国相连的高速公路，以提高行进速度并降低货物运输成本。而且，政府还提供关于外国市场的信息、联系外国潜在买家以及提供出口信用保险等一系列服务帮助企业增加出口。

7. 跨国合作中“双边、多边”因素的增强

第一，各国政府越来越意识到，通过双边或多边的条约、协议和磋商，与其他国家合作可增加本国利益。于是各国纷纷通过条约、协定，建立双边或多边的各种层次的区域一体化组织，如自由贸易区、关税同盟、经济共同体或经济联盟；或者就海港和机场的使用权、民用飞机安全标准和飞越领空权、保护知识产权、互相减少进口限制等缔结条约；国家之间还缔结条约或协定以协调边界活动，如修建相连的公路和铁路或者供双方使用的水电站。

第二，当解决问题所耗费的资源可能太多或者其他国家也可从中获益时，一个国家不愿支付所有成本。这时，各国可缔结条约，联合开发技术、共同承担成本。

第三，一个国家的经济政策会影响到其他国家。例如，信息技术使企业能对国家之间成本的微小变化作出迅速反应，从而重新选择供应商或竞争地点。又如，一国的高利率政策能吸引低利率国家的资金，这会造成后者投资资金的短缺，从而破坏后者的经济条件，这就是八国集团、二十国集团、金砖四国（BRICs）、基础四国（BASICs）等定期举行会议，以协调经济政策或立场的原因。

第四，许多难题的确是全球性的，如气候变化和环境问题，并非单独一个国家所能轻易解决，各国必须加强合作以共同制定全球气候和环境政策。比如，《联合国气候变化框架公约》和《京都议定书》等多边协议。

8. 贸易自由与贸易保护“顺周期”的出现

在经济全球化环境下，贸易自由与贸易保护呈现出顺周期的变换特征。经济形势好时贸易自由化占上风；当经济形势不好时，贸易保护主义会抬头。例如，美国次贷危机引发的经济危机使全球贸易保护主义加强，截至2009年10月28日，2009年以来全球已发起反倾销调查171起；反补贴调查28起；保障措施调查26起。在此期间，全球贸易保护主义的突出特点是，在符合WTO规则前提下提高贸易壁垒，比如，越来越多地发起反倾销调查、提供出口补贴、在约束关税范围内提高适用关税水平、有意滥用贸易技术壁垒等，使得对贸易保护的认定变得愈加困难。

9. 国际经济“一荣俱荣、一损俱损”

在经济全球化条件下，各国经济也越来越成为世界经济不可分割的组成部分，任何国家的经济活动必然会以某种方式、通过某种渠道传递到其他国家，同时也接受着他国对自己的经济传递影响。例如，1997年，泰国的金融危机爆发后，不久就迅速席卷整个东南亚，并蔓延至东北亚，影响到韩国和俄罗斯，甚至远涉重洋，波及欧美。具体表现在：一方面，东南亚各国的货币贬值，使其出口产品价格下降，大量流入欧美市场后使其国内同类制造业受到冲击，失业人数增加；另一方面，亚洲金融危机使亚洲各国的购买力严重受挫，进口锐减，欧美的出口受到严重影响。

1.1.3 以全球化的思维从事国际商务

经济全球化极大地变革了国际商务环境，那么，如何以全球化的思维去从事国际商务呢？

1. 改变市场的时空观念

企业要考虑更加遥远的其他国家或地区，并将其作为原材料供应地和销售市场。通过国际商务将不同地区的供给方和市场联系在一起。在全球化的环境下，虽然人们认为起亚索兰托是韩国汽车，但其CD播放机由日本松下公司生产，读CD的激光头在中国生产，然后运至泰国，在运至墨西哥进行音频系统组装之前，松下公司在泰国又添加了机械组件和电子器件，然后用卡车将播放机运至美国港口，再用船运至韩国，起亚把播放机装到索兰托后，再把汽车销往国外^①。因为全球化，消费者得到更加差异化、价廉物美的商品。

浙江“好兄弟”鞋业于2001年在埃及成立全资子公司，将国内工厂生产的半成品组装为成品鞋。这种跨境生产组织方式，既充分挖掘了浙江产业集群中社会化大分工的独特优势，又通过海外制造有效规避了贸易壁垒。“好兄弟”鞋业在东道国设立制造企业，能促进当地的就业与税收，从而获得了良好的政策支持，为市场的拓展提供了保证。2006年，“好兄弟”鞋业产值达到2400万美元，已成为埃及市场占有率最高，盈利能力最强的制鞋企业^②。

2. 通过跨国并购走国际化之路

经济全球化不仅使发达国家在资金、技术和市场上高度融合，而且发达国家与发展中国家之间的经济利益错综交织、互相影响，形成了“你中有我、我中有你”的局面。

① 约翰·D. 丹尼尔斯、李·H. 拉德巴赫、丹尼尔·P. 沙利文. 国际商务：环境与运作（原书第11版）[M]. 石永恒，译. 北京：机械工业出版社，2008：434-455.

② 朱勤. 全球价值链中地方产业国际市场势力的拓展——以浙江鞋业为例[J]. 商业经济与管理，2008（5）：50-54.