

INTERNATIONAL MANAGEMENT
CULTURE STRATEGY AND BEHAVIOR

8th Edition

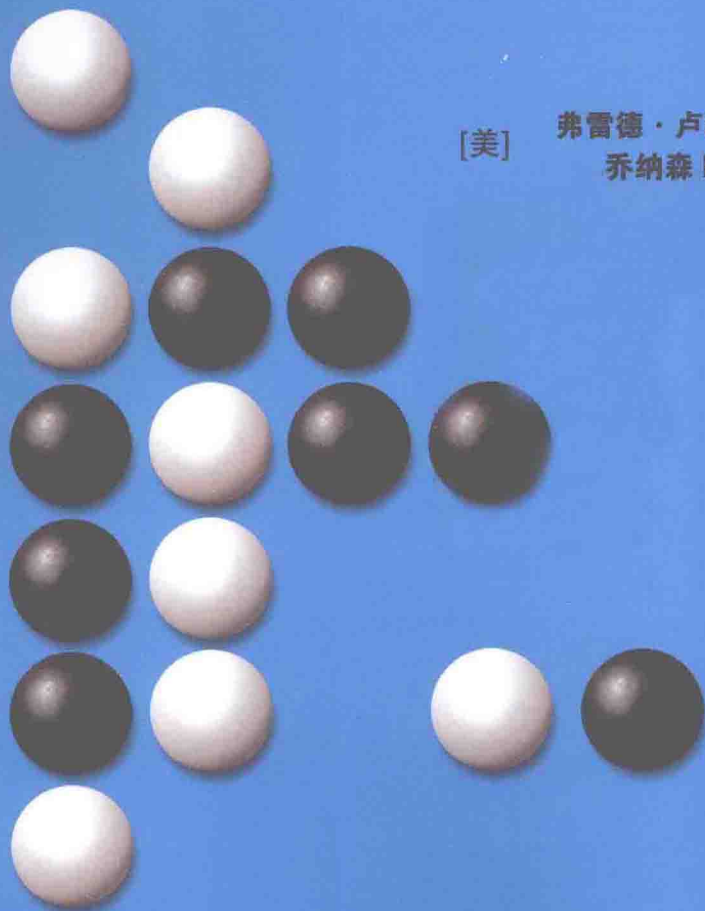
国际企业管理

文化、战略与行为

(英文原书第8版)

[美] 弗雷德·卢森斯 (Fred Luthans) 内布拉斯加-林肯大学 著
乔纳森 P. 多 (Jonathan P. Doh) 维拉诺瓦大学

周路路 赵曙明 等译注



高等学校经济管理英文版教材·管理学系列

INTERNATIONAL MANAGEMENT
CULTURE STRATEGY AND BEHAVIOR
8th Edition

国际企业管理

文化、战略与行为

(英文原书第8版)

[美] 弗雷德·卢森斯 (Fred Luthans) 内布拉斯加-林肯大学 著
乔纳森 P. 多 (Jonathan P. Doh) 维拉诺瓦大学

周路路 赵曙明 等译注



机械工业出版社
China Machine Press

图书在版编目 (CIP) 数据

国际企业管理:文化、战略与行为 (英文版·原书第8版)/(美)卢森斯(Luthans, F.), (美)多(Doh, J. P.)著;周路路等译注. —北京:机械工业出版社, 2015.3

(高等学校经济管理英文版教材)

书名原文: International Management: Culture Strategy and Behavior

ISBN 978-7-111-49571-0

I. 国… II. ①卢… ②多… ③周… III. 跨国公司-企业管理-高等学校-教材-英文 IV. F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 046471 号

本书版权登记号: 图字: 01-2013-1423

Fred Luthans, Jonathan P. Doh. International Management: Culture Strategy and Behavior, 8th Edition. ISBN 978-007-811257-5

Copyright © 2012 by McGraw-Hill Education.

All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including without limitation photocopying, recording, taping, or any database, information or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

This authorized Bilingual edition is jointly published by McGraw-Hill Education and China Machine Press. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan.

Copyright © 2015 by McGraw-Hill Education and China Machine Press.

版权所有。未经出版人事先书面许可, 对本出版物的任何部分不得以任何方式或途径复制或传播, 包括但不限于复印、录制、录音, 或通过任何数据库、信息或可检索的系统。

本授权双语版由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司和机械工业出版社合作出版。此版本经授权仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。

版权 © 2015 由麦格劳-希尔(亚洲)教育出版公司与机械工业出版社所有。

本书封面贴有 McGraw-Hill Education 公司防伪标签, 无标签者不得销售。

本书是一本通行美国高校的国际管理教材, 主要围绕国际企业环境、跨文化、国际管理战略以及跨国组织行为 / 和人力资源管理展开, 对国际企业管理的各个组织层面进行了深入的分析。本书是第 8 版, 在前 7 版的基础上, 作者更新了大部分案例, 完善了各章节内容的体系结构, 使之紧随国际企业管理实践的发展趋势, 也更贴近高校的教学需要。

本书适合高等院校企业管理、国际管理以及其他管理专业本科生、研究生及 MBA 学员, 也可供企业管理人员的自学之用。

出版发行: 机械工业出版社 (北京市西城区百万庄大街 22 号 邮政编码: 100037)

责任编辑: 王金强

责任校对: 董纪丽

印刷: 北京诚信伟业印刷有限公司

版次: 2015 年 3 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 214mm × 275mm 1/16

印张: 40.5

书号: ISBN 978-7-111-49571-0

定价: 85.00 元

凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社发行部调换

客服热线: (010) 88379210 88361066

投稿热线: (010) 88379007

购书热线: (010) 68326294 88379649 68995259

读者信箱: hzjg@hzbook.com

版权所有·侵权必究

封底无防伪标均为盗版

本书法律顾问: 北京大成律师事务所 韩光 / 邹晓东

谨此纪念 **Richard M. Hodgetts**

——一名国际管理教育的前辈

出版说明

教育部在 2001 年颁布了《关于加强高等学校本科教学工作提高教学质量的若干意见》，明确要求高校要积极开展双语教学。为适应经济全球化的挑战，培养符合现代社会需要的高级管理人才，推进高校“教育面向现代化、面向世界、面向未来”的发展，双语教学逐渐在我国大学教育中推广开来。

机械工业出版社华章公司为了满足国内广大师生了解、学习和借鉴国外先进经济管理理论、经验，开展双语教学的迫切需求，与国外著名出版公司合作影印出版了“高等学校经济管理英文版教材”系列。我公司出版的该系列教材都是在国际上深受欢迎并被广泛采用的优秀教材，其中大部分教材是在国外多次再版并在该领域极具权威性的经典之作。为了让该系列教材更好地服务于读者，适应我国教育教学的客观需求，我公司还专门邀请国内在该学术领域有一定研究的专家学者，结合国内教学的实际对这些教材中的重点内容精心加入中文注释，以方便读者快捷地把握学习重点，提高阅读和研究的效率。

在此我们需要提请广大读者特别注意的是，由于我公司所选择出版的该系列图书其原书作者均来自先进管理思想比较集中的欧美国家，他们所处国家的政治环境、经济发展状况、文化背景和历史发展过程等与我国社会发展状况之间存在着显著差异，同时作者个人人生观、价值观以及对各种问题的认识也仅仅只代表作者本人的观点和态度，并不意味着我们完全同意或者肯定其说法。敬请广大读者在阅读过程中，立足我国国情，以科学分析为依据，仔细斟酌，批判吸收，客观学习和借鉴。

为了更好地服务于读者，满足我国教学需求，我们对原版图书进行了删节，因此读者在阅读的过程中可能会发现跳页的现象，而且原文中提到的页码或内容有可能已被删掉而无法找到，由此给读者带来的诸多不便，我们深表歉意。

最后，这套中文注释版英文教材的出版，得到了清华大学、北京大学、南开大学、南京大学等高校很多专家学者的大力支持和帮助，对他们的辛勤劳动和精益求精的工作态度在此深表谢意！能为我国经济管理学科的理论教育与实践发展以及推动国家高校双语教学计划略尽绵薄之力是我们出版本套教材的初衷，也实为我们出版者之荣幸。

欢迎广大读者对我公司出版的这套教材和各类经济管理类读物多提宝贵意见和建议，您可以通过 hzjg@hzbook.com 与我们联系。

机械工业出版社华章公司经营出版中心

导 读

1991年从美国学成回国后，我一直致力于跨国企业的经营管理和人力资源管理与开发等问题的研究，并于1992年出版了《国际企业：人力资源管理》一书（南京大学出版社）。同时，在南京主持召开了第一届企业跨国经营国际学术研讨会，至今已经成功举办了七届。记得大约20多年前，鉴于当时国内有关国际企业经营管理方面的教科书还比较稀缺，有关国际企业经营管理问题对于绝大多数中国人来说还是新生事物，甚至从事相关问题教学和研究的学者对此也知之较少。但近些年来，随着经济全球化和经济区域一体化进程的加快，中国作为最具发展活力和发展潜力的国家之一，跨国公司纷纷在中国抢占市场，而中国的企业也逐步跨越国界，登上了国际舞台，寻求国际发展机遇。据《2013年世界投资报告》显示，2012年中国对外直接投资创下了840亿美元的历史纪录，中国成为世界第三大对外投资国，而且中国目前仍是外资流入量最大的发展中国家，吸收外资保持在1210亿美元的高水平，在全球范围内仅次于美国，排名第二。在这种背景下，越来越多的人需要了解国际经营管理方面的知识。为此，我于2006年译注出版了理查德·M·霍杰茨（Richard M. Hodgetts）和弗雷德·卢森斯（Fred Luthans）撰写的《国际企业管理：文化、战略与行为》（第5版）。2009年，又译注出版了弗雷德·卢森斯和乔纳森·P·多（Jonathan P. Doh）撰写的第7版。从译注原书第5版至译注原书第8版已经过去多年的时间，其间国际和国内环境都发生了很大的变化，诸如全球金融危机爆发及其蔓延、国际分工不断深化和国际产业转移、全球对社会责任和环境的高度关注、互联网技术的发展等，都对企业的跨国经营产生了重大影响，由此使我们产生了再次译注《国际企业管理：文化、战略与行为》（第8版）的想法。

本书的作者为弗雷德·卢森斯和乔纳森·P·多，均为国际知名的国际管理领域的专家，在国际企业管理研究领域和管理咨询方面有很深的学术造诣和丰富的实践经验。他们所撰写的《国际企业管理：文化、战略与行为》，其最大的特色就在于内容同时整合了国际管理中的文化、战略和行为等相关的问题。本书内容新颖、涉及面广，还有很多专为本书设计的综合案例，不仅适合大学生、研究生等各类在校学生学习和研究使用，同样也是从事跨国经营或正在从事国际企业经营的企业领导者的经典案头书。

《国际企业管理：文化、战略与行为》的作者在第8版中增加了许多新的内容，从而使本书保持着鲜活的时代特点。本书的章节结构安排颇具特色。全书共分14章，其中包括环境（3章）、文化（4章）、战略（4章）以及组织行为和人力资源管理（3章）。每章都以“国际管理世界”作为开篇案例，章节中间穿插很多新的“国际管理实践”，作者更新了很多新的小型案例和深度综合案例，有些案例专为本书设计，诸如《学生倡议与血汗工厂：罗素体育的案例》、《达能和娃哈哈之争》、《沃尔玛的全球战略》、《索尼能重获创新优势

吗? OLED 项目》、《塔塔“Nano”: 人民汽车》、《崛起的亚洲航空: 在亚洲成功建立平价航空公司》等。这些案例贴近管理实践, 文笔生动, 极富启发性。本书不仅可以帮助我们更多地了解国际企业经营的特点, 而且也有助于指导我国企业如何进入国际市场, 从事跨国经营活动。

《国际企业管理: 文化、战略与行为》第 8 版的译注工作无疑是非常有意义的, 也是一个学习和重新认识的过程。这里我要感谢我的博士生和硕士生席猛、吕贝贝、白晓明、刘泱、孙秀丽、何莹、于静静、姚苏丽等, 他们帮助译注了初稿, 最后由我和周路路博士对译注初稿进行了认真修改并统一审校。这里我们也非常感谢唐春勇教授、陈曦教授和刘洪久教授, 他们对本书译稿进行了校对, 并提出了很好的修改意见。

在本书即将出版之际, 还要特别感谢机械工业出版社华章公司副总经理王磊女士和王金强编辑, 他们对本书的译注与出版给予了热心的支持与帮助。

由于水平有限, 书中难免有译释不当之处, 敬请读者批评指正。

赵曙明 博士

南京大学商学院名誉院长、特聘教授、博士生导师

写于韩国全南国立大学

作者简介

弗雷德·卢森斯

弗雷德·卢森斯 (Fred Luthans) 是内布拉斯加—林肯大学管理系的乔治·霍尔莫斯讲座教授，同时也是盖洛普公司的高级研究学者。他在艾奥瓦大学获得学士、MBA 和博士学位，并且于 2002 年在那里获得“杰出毕业生奖”。他于 1965 ~ 1967 年在美国军队任职，并在美国西点军校讲授领导学。他还是众多大学的访问学者，曾在欧洲和太平洋沿岸的许多国家做过讲座，并在曼谷大学、夏威夷大学、英国亨利学院、挪威管理学院、澳大利亚莫纳什大学、中国澳门、德国开姆尼茨、阿尔巴尼亚地拉那当过客座教授，讲授国际管理学课程。他曾是美国管理学会会长，1997 年被学会授予“杰出教育者”称号。2000 年，他作为 5 位在一流管理期刊上经常发表论文的作者之一，被选为管理学会荣誉成员。现在，他是 *Journal of World Business* 的主编，*Organizational Dynamics* 的编辑，*Journal of Leadership* 和 *Organization Studies* 的主编，并且出版了许多著作。他的著作《组织行为学》(McGraw-Hill/Irwin) 已经出版了第 12 版。他是管理学会、决策学机构、太平洋商业评论协会的成员。他 25 年前就开始担任太平洋商业评论协会的委员会成员，该委员会帮助太平洋沿岸国家组织年会。他一直从事动机和行为管理技巧的实地研究，分析俄罗斯的管理行为，这些论文都已经在 *Academy of Management Journal*、*Journal of International Business Studies*、*Journal of World Business* 和 *European Management Journal* 发表。自从东欧市场向市场经济转变，他就一直积极参与美国 Agency for International Development in Albania and Macedonia 的管理教育项目和美国信息处关于中亚国家（哈萨克斯坦、吉尔吉斯斯坦、塔吉克斯坦）的研究项目。卢森斯教授最近的国际研究包括积极心理资本这一概念研究。他和他的同事已经在 *International Journal of Human Resource Management* 和 *Management and Organization Review* 发表了论证中国工人心理资本对他们工作表现影响的研究。他正在积极进行有效全球管理的组织行为和诚信领导行为的实证研究。

乔纳森 P. 多

乔纳森 P. 多 (Jonathan P. Doh) 在乔治·华盛顿大学获得战略和国际管理博士学位，是国际商业 Herbert G. Rammrath 主席，全球领导力中心的创立指导主任以及维拉诺瓦商学院副教授。他既授课，也做研究，并兼任国际战略和企业责任领域的管理顾问。他同时也是战略和国际研究中心的资深伙伴，以及杜克合作教育和沃顿商学院客座教授。此前，他曾任教于美国乔治敦大学，曾是美国政府高级官员，负责北美自由贸易协议。乔纳森曾在国际商业和管理顶级杂志发表相关文章超过 45 篇、25 篇学术性文字以及会议论文超过

75 篇，他最近的文章出现在以下一些刊物上：*Academy of Management Review*、*California Management Review*、*Journal of International Business Studies*、*Organization Science*、*Sloan Management Review* 和 *Strategic Management Journal*。他是 *Globalization, NGOs* (Praeger, 2003)、*Handbook on Responsible Leadership* 以及 *Governance in Global Business* (Elgar, 2005) 的主编及作者，也是本书——现在最畅销的国际管理教材之前版本的主编之一。他现在的研究主要集中在新兴市场战略、全球化的社会责任和服务外包。他最近完成了两本书：*Multinationals and Development* (与 Alan Rugman 合著，耶鲁大学出版社，2008) 和 *Corporations and NGOs: Conflict and Collaboration* (与 Micheal Yaziji 合著，剑桥大学出版社，2009)。乔纳森还创作了很多原始案例和模拟，发表在著作、期刊和案例数据库中，并被很多一流大学所使用。他是多家著名跨国公司高级管理顾问，为 ABB、英美资源集团、鲍迪克、博世、中国民生银行、韩亚金融集团、汇丰银行、英格索兰公司、美敦力公司、上海市政府、暹罗水泥公司、世界经济论坛和德勤提供咨询服务，并作为德勤全球能源集团资深外部顾问。他在乔治·华盛顿大学获得战略和国际管理博士学位。

译注者简介

赵曙明

1952年生，江苏海安人。赵曙明教授1977年毕业于南京大学英文专业；1981年留学美国，1983年获教育学硕士学位；1987年再度赴美攻读博士学位，1990年获美国加州克莱蒙特研究生大学高等教育与人力资源管理学博士学位；1990~1991年在佛罗里达大西洋大学商学院从事人力资源管理博士后研究。现任南京大学商学院名誉院长，南京大学特聘教授、博士生导师，南京大学人力资源管理战略研究所所长，教育部工商管理学科专业教育指导委员会副主任委员，国家自然科学基金委员会管理科学部学科评审组专家，国家社科基金管理学部评审专家，全国MBA教育指导委员会委员兼案例建设分委员会召集人，教育部科学技术委员会学部成员，教育部学风委员会委员。他是中国管理研究国际学会（IACMR）第三届主席，中国管理现代化研究会副会长，中国人力资源研究会副会长，江苏省人力资源学会会长，江苏省工业经济学会、企业管理协会及江苏省企业家协会副会长。他多次主持国家自然科学基金重点和面上项目，出版十多部著作，在国内外重要学术期刊上发表了200多篇论文。2006年他的著作《人力资源管理研究》（中国人民大学出版社，2001年版）获教育部第四届人文社会科学优秀成果一等奖。2006年被美国西通、霍尔大学授予工商管理名誉博士学位。2008年被美国密苏里大学授予“密苏里大学校长最高特别奖章”，2010年获复旦管理学杰出贡献奖，2011年他的著作《我国管理者职业化胜任素质研究》（北京大学出版社，2008年版）获江苏省第十一届哲学社会科学优秀成果一等奖。2011年他和他的团队“基于胜任特征理论的人力资源管理人才本土化培养模式”获江苏省教学成果一等奖。主要研究方向是人力资源管理和企业跨国经营。

周路路

1983年生，江苏盐城人。2010年获南京大学商学院人力资源管理专业博士学位，现担任东南大学经济管理学院讲师。周路路博士曾在《外国经济管理》、《经济管理》、《管理学报》、《科学管理研究》等杂志上发表多篇论文。主持国家教育部青年基金项目《中国情境下的雇佣关系、心理授权与员工态度和绩效的跨层研究》，作为主要参与者，参与国家自然科学基金、省部级项目及企业管理咨询项目多项。主要研究方向是人力资源管理和组织行为学。

前 言

中国图书出版

全球商业环境持续发生变化，全球范围的金融危机和经济衰退对全球化，尤其是经济的一体化构想造成了一定的冲击，但其反映了全球经济内在联系的本质。尽管世界上绝大多数国家和地区有着千丝万缕的联系，但它们在体制和文化环境方面仍然存在深刻的分歧。国际管理所面临的挑战反映了全球经济、政治事务的动态性和日益增加的不可预见性，新兴市场的持续发展正悄然打破经济力量的平衡。在发达国家经济萧条甚至停滞不前的时期，许多新兴市场经济保持着持续增长的势头。全球政治环境变化无常，时局不稳，中东和非洲地区发生冲突，伊朗和朝鲜由于受到美国对伊拉克和阿富汗两个国家干预的影响，局势尤为紧张。在经济方面，未能达成重要的贸易协定，包括由世界贸易组织（WTO）主导的发展一轮多边贸易的谈判以及对一些双边贸易协定的支持不足，使得国际经理人和跨国公司面临着更大的挑战。此外，在墨西哥湾的BP漏油事件重新呼吁企业要采取更多的措施保护地球，政府必须加强对企业的监管和监督。社交网络和其他媒体的出现已经悄然改变了人们联系的方式以及商家全球营销、促销和分销商品的手段，这可以说是通过数字化网络技术集体协作发展新的和创新的系统、产品和理念的结果。在不同国家，社交网络和集体协作均给人们带来了新的力量和影响，也改变了他们与国际组织间的关系属性。正如过去，这些发展凸显了理解世界范围内不同的文化、国家制度及企业管理实践的重要性。在校学生和企业管理者现在认识到所有的商业都是全球性的，并且，现在的世界不仅在地域上相互连接，电子通信和心理的联系也日益增强。很难想象会有任何商业或者非商业的组织不受全球化的直接影响。但是，文化、政治和经济的差异仍然存在，因此，洞察力强的国际经理人必须能够形成一种全球化理念，以便及时有效地调节、适应和掌控他们每天面临的不断变化的环境。

在《国际企业管理：文化、战略与行为》最新的第8版中，我们注意保留了过去几十年的研究和实践中获得的有效基础，同时我们还增加了最近新出现的发展趋势，这些趋势正在改变国际经理人所面临的挑战。国际经理人必须明白他们的利益相关者想要从他们身上获得什么以及新的科学技术和社交媒体的出现造成的全球联系方式的改变。在这一版中，我们加入了大量新的素材，正如下面所描述的那样，我们继续努力让本书变得更加通俗易懂、更贴近生活和管理实践。在《国际企业管理：文化、战略与行为》第8版中我们继续采取一种均衡的方式。其他教材可能注重强调文化、战略或者行为的某一个方面，我们的重点则同时包含了这三个关键的方面，三者产生的协同效应正是国际企业管理之前版本的教材能够处于畅销榜领先地位的主要原因。这一版的章节分配如下：环境（3章）、文化（4章）、战略（4章），以及组织行为和人力资源管理（3章）。国际管理是一个快速变化的领域，第8版每一章节都进行了更新和改善。本书整合了新的案例和研究成果，强调管理与实践的关联性。与前7版一样，我们强调研究和应用的平衡。

对于第 8 版，我们特别加入了如下重要领域的新内容：伦理道德和社会责任，离岸和外包，作为全球交易方式的社交媒体的兴起，在新兴和发展中国家的管理实践以及国际管理领域的其他重要发展。考虑到全球工作的变化性，以及地区、主题和国际企业管理的功能性挑战，我们也整合了许多时事问题，例如离岸和外包——在整本书中我们强调了这些趋势，以适用于现在和未来的国际经理人。我们加强对新兴市场的关注，诸如巴西、俄罗斯、印度以及中国（即“金砖四国”），同样也关注了诸如印度尼西亚、越南这些后起的新兴市场以及非洲、亚洲、欧洲中东部地区、拉丁美洲和中东地区的一些国家。我们也涵盖了以下两个方面最前沿的观点：全球商业中生物技术的角色以及全球管理中公司的社会责任及其可持续性。我们也吸收了最新的关于跨国企业日益增长的竞争压力的研究，并据此来采用更“绿色”的管理实践，包括第 3 章的“国际管理世界”，其中讨论了 GE 的绿色创想计划及 BP 公司墨西哥湾漏油事件。我们也更新了有关中国和印度的新兴巨型跨国公司的讨论，同时也对“金字塔底部”经济所做的市场努力的有效性进行了探讨，并以远程通信、消费产品和其他一些例子加以说明。在一个更高的跨文化和行为水平层次，对 GLOBE 项目跨文化领导力进行全面研究之后，我们得到了一些新的结论。

在第 8 版中，其一大特色是需要读者完成配套的网络应用上的练习。练习的目的是鼓励读者利用网络资源在跨国公司网站上找到相关信息，并以此来回答与每章主题相关的问题。本书结尾还有一个特色，即为国际经理人提供了一套技能和经验的练习，这些课堂练习综合了教材（文化、战略和行为）的各个部分的知识，并提供实践经验。

第 8 版的另一个特色是所有章节开篇的讨论部分，被称作“国际管理世界”（WIM），都是基于非常新的并与之相关的新闻故事，这些开篇讨论很容易引发读者关注，将读者自然地引入章节主题。每章的最后，会对每章的主题进行概括：“国际管理世界：回顾”。在这里，我们会基于读者的视角并根据开篇话题提出一些问题供读者们讨论。回答这些问题之前，读者需要重新思考章节材料，并从中提炼出答案。“国际管理世界：回顾”中讨论题的参考答案在最新一版的教师参考书中可以找到，在教师参考书中我们同样出了一些多项选择题和判断题，这些问题都是直接从“国际管理世界”的章节主旨中提炼出来的，供老师出测试题时用。

大量的案例是本书的一大亮点。本版更新了过去的一些案例，同时加入部分全新案例，这些短小的案例——“国际管理实践”能够在课堂上阅读和讨论。在每部分最后我们修改和新增的综合案例是专为本版而设计的，为课外阅读和分析提供了机会。回顾每个案例的问题是为了促进书面分析和活跃的课堂讨论。我们的“简要综合案例”探究了个人和团队面临的特殊情形和挑战，此外，我们还设计了更长、更具体的“深度综合案例”，对公司面临的挑战开展了更加广泛的讨论。这两种形式的案例给教师们提供了最大的灵活性，他们能更自主地运用这些案例，也能提高读者谈判、展示和分析的能力。这版书中的案例包括全球艾滋病传播、汇丰银行、耐克、沃尔玛、塔塔、亚洲航空、索尼、达能、可口可乐、微软以及其他一些只有本书才有的案例。

本书更新了“国际管理实践”，将应用性案例放入每个章节，每章结尾配有（例如，“复习与讨论题”，“国际管理世界：回顾”和“互联网应用”）本章小结和深度综合案例，书后的互联网应用为国际管理的现实世界提供了相关的完整材料。

《国际企业管理：文化、战略与行为》一书被看成是此类教材的领先者。在此之前有战略专业资料汇编、组织行为领域的专业书籍，人力资源、国际商务、财务、市场以及经济学教材，但没有国际管理的教材，本书仍是市场领先者。由于投入了很多精力去修订，本书得以保持这种领先地位，我们希望读者能认同第 8 版继承了以往的优良传统并且依然是国际管理研究的世界级教材。

我们要感谢那些帮助本书出版的人。我们将永远铭记已经逝世的同事 Richard M. Hodgets 先生，感谢他特别提供的文稿。特别要感谢分布在世界各地的我们的同行，他们为本书的写作提供了很多建议并激励我们站在国际化的角度思考问题。言归正传，弗雷德·卢森斯要特别感谢两位国际管理学者，一位是 Henry H. Albers，内布拉斯加州立大学管理系前系主任、沙特阿拉伯石油矿物大学前院长，他为此书之前的版本做出了重大贡献。另一位是现任内布拉斯加州立大学管理学院院长、太平洋商业协会的主席 Sang M. Lee。乔纳森想要感谢维拉诺瓦商学院及其领导，尤其要感谢 Jim Danko 院长、Kevin Clark 副院长和 Herb Rammrath。同样，对于新的第 8 版，我们也要感谢 Kelley Bergsma，她为每章前的“国际管理世界”做了大量的研究和编撰工作；感谢 Meredith Altenhofen 为章节的修正做了调研；感谢 Tetyana Azarova 帮助调研新的案例和修正案例。感谢 Matthew Reitzle 帮助加入“国际管理实践”的内容，感谢 Deborah Zachar 帮助检查和事实校对。

此外，我们还要感谢世界各地的学者给我们的帮助，在第 8 版的准备过程中，他们的反馈意见指引着我们。他们包括：M. Suzanne Clinton(中央俄克拉何马大学)、Zhe Zhang(中央佛罗里达奥兰多大学)、Jerry Haar(迈阿密佛罗里达国际大学)、Li Weixing(内布拉斯加—林肯大学)、David Turnipseed(南阿拉巴马移动大学)、Curtis Mathene 三世(东田纳西州立大学)、Ann Langlois(棕榈海滩大西洋大学)、George Yacus(奥多明尼昂大学)、Steve Jnener(加利福尼亚州立大学多明戈斯山校区)、Ben Lever 三世(查尔斯顿学院)、Dave Flynn(霍夫斯特拉大学)、Annette Gunter(中央俄克拉何马大学)、Marjorie Jones(诺瓦东南大学)，以及 Koren Borges(北佛罗里达大学)。

当然，我们也非常感谢先前版本的一些评阅人；我们还要感谢世界各地的学者给予我们的帮助和建议。在第 8 版的准备过程中，他们的意见指引着我们，他们的单位和姓名无法一一列出，在此表示诚挚的感谢。

最后，由衷地感谢 McGraw-Hill 的团队：Pau Ducham、Laura Spell、Jane Beck、Jaime Halteman，以及 Erin Melloy。最后，我们非常感谢我们家人的关爱与支持。

弗雷德·卢森斯

乔纳森 P. 多

术语表

- achievement culture 成就文化** 在这种文化中，人们的地位身份取决于其职责履行得如何。
- achievement motivation theory 成就激励理论** 该理论认为，个人有争取获得成功和实现目标的需求。
- act of state doctrine 国家法令主义** 这是国际法的一种裁判原则，对于其他政府所有的法令，即使在美国的法律下，这些法令实际上是非法或不适宜的，美国法庭也承认这些法令的效力。
- adaptability screening 适应能力筛选** 评估一个家庭承受海外生活压力的能力的过程。
- adaptability screening 适应性组织** 是指组织能够对必要变化作出及时反应，但无法预测这种变化，并且也不能保持或领导变化的最前沿。
- administrative coordination 行政协调** 跨国公司采用的战略性规划和实施，是依据具体情况作出战略决策，而不是采用预先设定的经济或政治驱动的战略。
- alliance 联盟** 存在于不同企业间的任何一种合作关系。
- ascription culture 归属文化** 在这种文化中，一个人的地位身份取决于他是谁以及是干什么的。
- assessment center 评估中心** 一种评价工具，用于判别个人晋升的潜力。
- authoritarian leadership 独裁式领导** 为了确保任务完成的一种工作导向的领导方式。
- balance-sheet approach 平衡表法** 一种开发驻外人员薪酬结构的方法，确保驻外人员不会因为接受驻外委任而受到经济上的损失。
- base of the pyramid strategy 金字塔底部战略** 以发展中国的低收入群体为目标顾客的战略。
- bicultural group 双文化群体** 是指在一个群体中，有两个或更多的成员各属于两种截然不同的文化，如4个墨西哥人和4个中国人为了调查一项风险投资的可能性，而组成了一个团队。
- biotechnology 生物技术** 将科学和技术进行整合，并通过工业和对实体组织的应用，创造农业或者医疗产品。
- born-global firms 天生全球化企业** 这些企业在成立之后不久便参与了一些重大的国际行为。
- cafeteria approach 自助方法** 一种开发驻外人员薪酬结构的方法，为驻外人员提供一系列可选择的薪酬结构方案，让员工自己来决定用于支付薪酬的资金如何支配。
- centralization 集权化** 一种管理体系，重要的决策都由高层管理者作出。
- chaebol 财团** 韩国非常大的家族控制的并具有相当大的政治和经济力量的集团企业。
- charismatic leadership 魅力型领导** 通过自身的魅力和能力对员工进行激励的领导。
- chromatics 色彩学** 利用颜色进行信息的传递。
- chronemics 时间学** 文化中利用时间的方式。
- civil or code law 民法或成文法** 来源于罗马法的法律，用于非伊斯兰国家和非社会主义国家。
- codetermination 共同决策** 一种法律体系，要求工人及其管理者对重要决策进行讨论。
- collectivism 集体主义** 一种视社会整体的需求和目标比个体需求更重要的政治哲学（第2章）；指一种文化，人们倾向归属于团队或集体，并彼此照顾表示忠诚（第4章）。
- common law 普通法** 来源于英国法的法律，是美国、加拿大和其他英国体系国家的法律基础。
- communication 沟通** 是从发送信息者到接受者传

播的过程。

communitarianism 团体主义 指人们将自己看成团队的一部分。

conglomerate investment 混合投资 一种高风险投资，所投资的产品和服务不同于国内生产的产品和服务。

content theories of motivation 激励内容理论 解释有关鼓励，激发或发动员工行为的工作激励。

context 情境沟通 所在的信息环境，并能帮助信息的传递（第8章）。

controlling 控制 针对计划或目标对结果进行评价的过程，并决定是否采取行动以及采取什么行动。

corporate governance 公司治理 商业企业用来进行指导和控制的体系。

corporate social responsibility, CSR 企业社会责任 指企业所采取的并非出于法律要求和企业利益导向的有利于社会利益的行为。

cultural assimilator 文化同化 一种循序渐进的学习技术，向一种文化的成员灌输另一种文化的基本理念、态度、角色认知、习俗和价值观。

culture 文化 人们用来解释经验，产生社会行为的后天获得的知识。知识形成价值，创造态度，影响行为。

decentralization 分权化 把决策放在更低层级，让较低层次的人参与。

decision making 决策制定 在一群可选方案中选择行动方案的过程。

democracy 民主 一种政治制度，在这种制度中，政府由公民直接控制或者通过选举产生。

diffuse culture 扩散文化 公众空间和私人空间在大小上相似，因为进入公众空间也要支付进入私人空间的成本，所以个人谨慎地保护其私人空间。

direct controls 直接控制 为了监督运行的目的使用面对面或私人会议的方式。

distributive negotiations 分配式谈判 对某种价值具有相反目的的双方之间所发生的讨价还价行为。

doctrine of comity 礼让主义 就其自己公民的权利而言，必须相互尊重他国法律、制度和政府的国际法的管辖权原则。

downward communication 下行沟通 从管理者到下级的方向传递信息。

economy imperative 经济规则导向 基于成本领先、差异化、分割的一种世界范围内的策略。

Eiffel Tower culture 埃菲尔铁塔型文化 一种以特别强调层级和任务导向为特点的文化。

emotional culture 情感文化 一种情感得以开放地和自然地表达的文化。

empowerment 授权 给个人和团队资源、信息及他们思考及有效实施所需要的权威的过程。

environmental scanning 环境扫描 提供精确预测关于在企业目前正有业务或正考虑开展业务的地区的外部环境改变信息的过程。

equity theory 公平理论 指人们的动机由其感觉到他们被如何公平对待来决定观点的一种理论。

esteem needs 尊重需要 对权力和地位的需要。

ethics 伦理 对道德和操行标准的研究。

ethnocentric MNC 本国中心主义跨国公司 强调民族主义和把关键国际管理职位控制在总部之下的跨国公司。

ethnocentric predisposition 母国中心倾向 一种母国的价值观念和兴趣引导战略决策的国家主义哲学。

ethnocentrism 民族优越感 一种认为自己做事情的方式优于其他人的信念。

European Union 欧盟 由27个成员国所组成的一个政治和经济组织。

expatriates 驻外人员 远离母国生活和工作的人们。他们是多国公司母国的公民。

expectancy theory 期望理论 假设动机是由努力影响绩效，绩效导致特别的结果，结果由个人评价的个人理念的理論。

expropriation 财产征收 所在国用即使有也是很少的补偿给所有者。

- extrinsic 外在激励** 激励的一个因素，由于竞争和补偿或者奖励计划的存在，使得外部环境和行为的结果更为重要。
- family culture 家族型文化** 一种以特别强调层级和个人导向特点的文化。
- femininity 柔弱性** 社会主导价值关注他人和生活质量的情况。
- Foreign Corrupt Practice Act, FCPA 《反海外腐败法》** 1977年因为关注国际商业领域贿赂而制定的美国法律，该法案使得通过支付给个人或政治献金来影响外国官员成为非法行为。
- foreign direct investment 外国直接投资** 在其他国家所进行的对于财产、工厂或者设备的投资。
- formalization 规范化** 在决策、沟通和控制上使用定义好的结构和系统。
- franchise 特许经营** 一种一方（授予特许者）允许另一方（特许经营者）付费使用其商标、标识语、产品线、运营方法进行经营的商业安排。
- Free Trade Agreement of the Americas, FTAA 《美洲自由贸易协定》** 一个倡导在34个西方国家之间进行自由贸易的协定。
- geocentric MNC 全球中心主义跨国公司** 一种试图通过全球性方法决策来整合世界上的分散区域的跨国公司。
- geocentric predisposition 全球中心倾向** 一种试图整合一个全球体系方法来进行决策的管理哲学。
- global area division 全球地区分部** 一种按照地域而非产品组织全球运营的结构。
- global functional division 全球职能分部** 一种主要基于职能，其次基于产品进行组织全球运营的结构。
- global integration 全球整合** 在全球范围的基础上进行某一类型和质量的产品的生产和销售。
- globalization 全球化** 在世界所有国家之间进行社会、政治、经济、文化和技术整合的过程。
- globalization imperative 全球化规则** 一种认为全球化经营是保证效率和效益的关键因素的理念。
- global product division 全球产品分部** 国内分部为全球范围的产品群负责的一种结构安排。
- global strategy 全球战略** 主要基于价格竞争的整合战略。
- Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness, GLOBE 全球领导力和企业行为效力研究** 对于来自62个国家中的951个组织的17 000名经理人所进行的关于文化属性和领导行为的跨国研究和评估。
- goal setting theory 目标设定理论** 一种关注人们如何设定目标和这一过程对其动机影响的原理。
- groupthink 群体思维** 团队中的成员服从和达成统一的社会意识。
- guanxi 关系** 中文，含义是良好的联系。
- guided missile culture 制导导弹型文化** 这种文化的特点是十分强调工作场所的平等和以任务为导向。
- haptics 体态学** 通过身体的接触进行交流。
- home country nationals 母国人员** 移居国外的管理人员，其国籍是跨国公司总部所在国。
- homogeneous group 同类群体** 这类群体的特征是所有成员有相似的背景，认识、解释和评价事物的方法相似。
- honno “本音”** 日语，意思是一个人真正想要做的事。
- horizontal investment 水平投资** 跨国公司在国外投资生产与母国相同的产品和服务。
- horizontal specialization 水平专业化** 通过工作的分配使个人完成特定的功能，并趋向于停留在限定的领域。
- host country nationals 东道国人员** 跨国公司雇用的当地的管理人员。
- hygiene factors 保健因素** 在双因素激励理论中的工作保健变量，包括薪水、人际关系、技术监督、工作环境、公司政策和公司行政。
- incubator culture 孵化器型文化** 这种文化的特点十分强调个人平等和以个人为导向。
- indigenization laws 国有化法律** 要求各国运作中

- 维护一个主要的利益。**
- indirect controls 间接控制** 使用报告和其他书面的沟通形式进行运作控制。
- individualism 个人主义** 一种认为人们应该不受限制地自由追求经济和政治努力的政治哲学(第2章);人们倾向于只关注自我和自己家庭的一种排外文化(第4章)。
- inpatriates 内召人员** 被派往母国工作的,来自东道国或第三国的人员。
- integrative negotiations 整合式谈判** 一种谈判行为,目的是为了在两个团体之间在整合利益、创造价值和投资方面建立合作。
- integrative techniques 整合性技术** 帮助海外运作的技术成为东道国组织的一部分。
- international division structure 国际业务事业部结构** 为了操控国际分支机构的运作而创建的一种结构化安排。
- international entrepreneurship 国际创业** 对创新性、前瞻性和跨国界风险追求行为的一种整合,目的是为组织创造价值。
- international management 国际管理** 在一个跨国跨文化的环境中运用管理概念和技术以及对不同的经济、政治和文化环境采取合适的管理措施的过程。
- international selection criteria 国际招募标准** 为国际任务选拔人员的标准。
- international strategy 国际战略** 结合地区整合需求和响应的混合战略。
- intimate distance 亲密距离** 人与人之间非常亲密的交流中的距离。
- intrinsic 内在激励因素** 激励的一个要素,指的是个体通过实施某个行为帮助别人从而体会到成就感。
- Islamic law 伊斯兰法** 一种由圣经的解释和穆罕默德的训诫而形成的法。这种法常见于大多数伊斯兰教国家。
- job content factors 工作内容因素** 在工作激励中的一些内部控制因素,如责任感、成就感和工作本身。
- job context factors 工作外部条件因素** 在工作激励中的一些由组织控制的要素,如环境、工时、工资、安全感、利益和提升。
- job design 工作设计** 包括工作内容、工作方法以及在组织中工作涉及其他人的方式。
- joint venture 合资企业** 两方或三方合作者拥有和控制海外业务的协议。
- kaizen 持续改善** 日语词,意思是不断地改进。
- karoshi 过劳死** 日语词,指过多的劳动或工作引起的精力耗竭。
- keiretsus 综合商社** 在日本是一个新兴的组织安排。综合商社中,一个巨大的通常是纵向联合的公司团体相互合作、紧密工作,为最终用户提供产品和服务;核心成员可能是因为交叉所有权、长期商业交往、董事会间的联系和社会纽带的原因团结在一起。
- key factors for success, KFS 关键成功要素** 公司有效完成一个市场功能所必不可少的因素。
- kinesics 人体动作学** 研究通过身体动作和面部表情进行交流的学科。
- leadership 领导** 影响人们的过程,指导他们为完成某些特定的目标而努力。
- learning 学习** 获得技能、知识和能力,在行为上产生相对永久的变化。
- license 许可证** 一种允许一方使用另一方工业产权,并对对方进行一定补偿的协议。
- localization 本土化发展** 对驻外人员进行补偿的一种方法,其中包括向驻外人员支付与所在国工资水平相当的工资。
- lump sum method 一次性方法** 对驻外人员进行补偿的一种方法,其中包括预先决定一定的金额补偿,由个人支配这些钱。
- macro political risks analysis 宏观政治风险分析** 回顾可能影响一个国家所有企业的主要政治决策的分析。