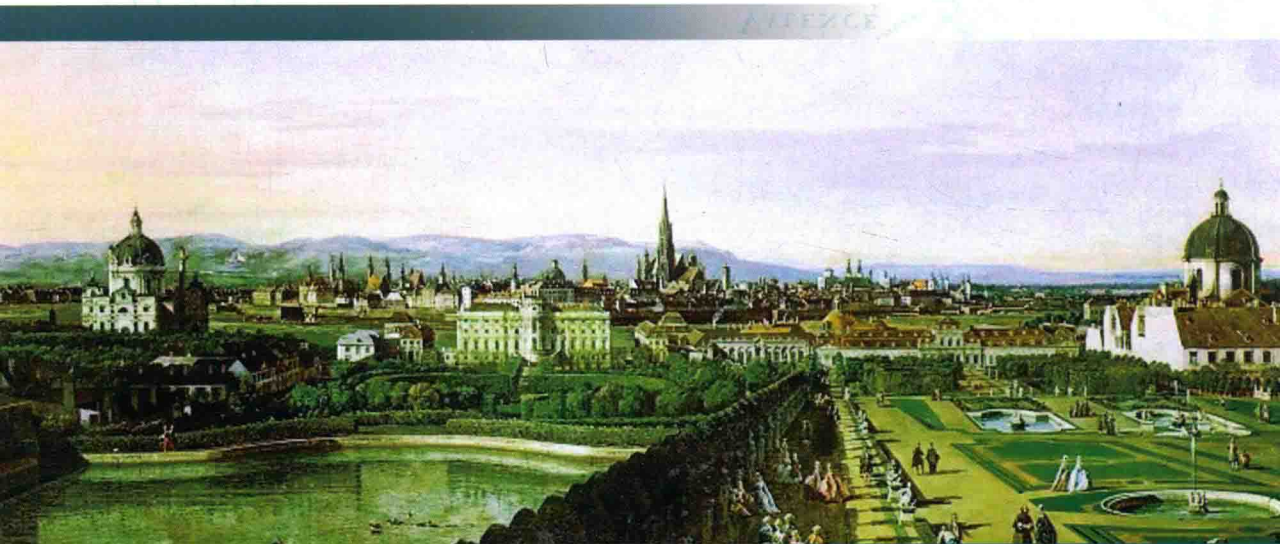


中国国际商务教育奠基人王林生教授关怀之作

# 国际商务 第2版

*International Business*



王炜瀚 王健 梁蓓 等编著

全国国际商务专业学位研究生教育指导委员会副主任委员、秘书长联合作序  
长江学者刘锡良、牛东晓 诚挚推荐  
对外经济贸易大学等7所高校教师联合编写国际商务领域创新精益之作



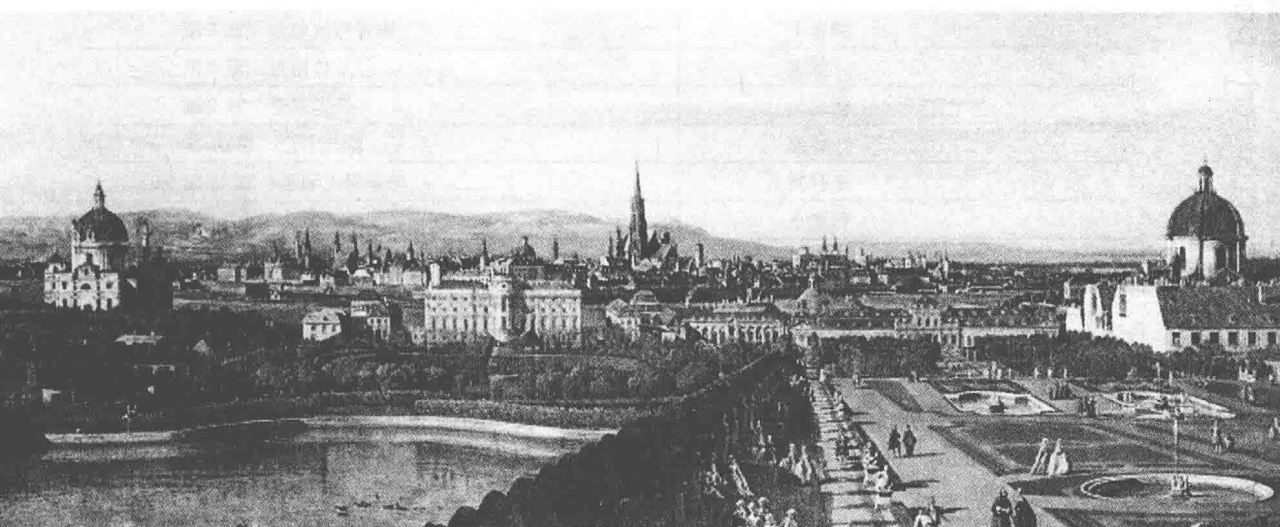
机械工业出版社  
China Machine Press

高等院校国际经济与贸易系列精品规划教材

# 国际商务 第2版

*International Business*

王炜瀚 王健 梁蓓 等编著



机械工业出版社  
China Machine Press

## 图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务 / 王炜瀚等编著. —2 版. —北京: 机械工业出版社, 2015.8  
(高等院校国际经济与贸易系列精品规划教材)

ISBN 978-7-111-51265-3

I. 国… II. 王… III. 国际商务—高等学校—教材 IV. F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 192562 号

什么是国际商务? 中国的国际商务呈现怎样的发展态势? 本书以明晰国际商务的学科属性和基本内容的国际商务导论作为开篇, 构建了国际商务环境、国际商务战略、国际商务实施以及国际商务支持四大篇章。全书增加了非制造企业的国际商务活动, 并引入全球知识管理、全球信息系统, 以及全球风险管理及保险等新主题。本书从全球化的视角兼顾中国本土特色, 用 15 个实际案例引出全书 15 个主题, 全方位、立体化地为读者呈现了国际商务的内涵与外延, 并明晰了其相关内容与国际贸易、国际投资以及国际管理的关联和区别。

本书可以作为国际经济与贸易、企业管理等经济学与工商管理类专业本科生高年级用书, 国际商务专业硕士、经济学与工商管理类研究生低年级用书, MBA 的企业国际化课程用书, 理工科专业学生选修用书和高层管理培训项目的教材, 也适合作为政府部门和业界人士的案头参考读物。

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: 施琳琳

责任校对: 董纪丽

印刷: 藁城市京瑞印刷有限公司

版次: 2015 年 9 月第 2 版第 1 次印刷

开本: 185mm × 260mm 1/16

印张: 22.5

书号: ISBN 978-7-111-51265-3

定价: 40.00 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

# EDITORIAL BOARD

## 编委会

本书的最终完成是编写团队集体努力的结果。王炜瀚负责拟定全书的结构框架和各章的写作思路，王健、梁蓓参与了结构框架的讨论和确定。各章的编著人员如下，编写者介绍以姓名拼音为序。

篇章题目	编著人员
第1章 全球化与国际商务	王炜瀚
第2章 国际商务的学习	王炜瀚
第3章 国际商务的国别制度环境	王炜瀚、黄庆波
第4章 国际贸易与投资环境	李洋、薛书武、王炜瀚
第5章 国际金融环境	张婷
第6章 跨国公司的组织与战略	王炜瀚
第7章 全球知识管理	王清晓
第8章 进出口	王健
第9章 全球生产	王炜瀚
第10章 全球营销	康蓉
第11章 国际工程承包	周巧玉
第12章 全球人力资源管理	李雁玲
第13章 国际会计与财务管理	梁蓓
第14章 全球信息系统	刘瑞林
第15章 国际商务的风险管理与保险	于涛、陈欣

**陈欣**，对外经济贸易大学国际经济贸易学院教授，博士生导师，享受国务院政府特殊津贴。现任中国保险法研究会副会长、中国保险监督管理委员会法规部法律事务咨询专家、北京市律师协会专业委员会顾问。学术领域为保险与保险法。

**黄庆波**，大连海事大学教授。现任管理学院经济贸易系主任、辽宁沿海开放与经济发展研究基地常务副主任。曾在对外经济贸易大学获得经济学博士学位。学术领域为国际贸易政策、跨国公司与国际直接投资等。

**康蓉**，西北大学经济管理学院副教授，富布莱特学者。曾在中国西北大学获得经济学博士学位。学术领域为国际商务谈判、国际市场营销。



# FOREWORD

## 第1版推荐序之一

《国际商务》教材全稿杀青，付梓在即，我有幸得见清样，成为最早的读者，备感欣慰。唯邀我作序，又使我不胜惶惑，因在垂暮之年，已无力跟踪学科的具体发展，实不敢强作解人。但三位主编早岁曾随我攻读国贸专业博士学位，后又赴海外进修，各自在跨国公司、电子商务、国际投资等领域卓然有成。留校任教以来，与我时相切磋，谊介师友之间，今来索序，盛意难却，而所持之说更令我为之动容，遂欣然应命。其说谓此书出版不仅是校内外撰稿的中青年教师共同努力的结果，也沉积着我校老教师历年倾注的心血，它可说是我校教学实践中长期积累的产物。此书“后记”又提出了国际商务（以下简称IB）的学科属性和教学体系问题，故也可说它是教学改革中的一项探索和试验。

我对上说深有同感，“后记”将IB的学科属性定位于interdisciplinary，此虽源于西方文献（Dunning, 1989），但颇有启发性，值得重视。作为一名老教师，从建校至20世纪90年代，我经历了学校教改的全过程，有一个时期我承乏校务，在外贸部领导下主持过我校教改。回顾历史，从切身的体验中感到interdisciplinary之说可能为国际经贸教育改革翻开新的一页。“述往事，思来者”，谨借此序，简述往事，作为历史的见证，并供后来者参考，这便是我应命作序的初衷。

“文化大革命”前实行外贸专营制，其特征是“高度集中，统负盈亏”，即经营权集中在外贸部及所属公司，盈亏则由中央财政统一核算。与此相对应，办学也高度集中，我校成为独家外贸高教基地，20世纪60年代始设上海外贸学院、暨南大学外贸班、东北财经学院外贸系，其教师都曾来我校交流取经，专业课程则仿效我校过去由苏联专家设计的模式，其构成和目的大致如下：“中苏对外贸易原理”“国际贸易”是两门基础理论课，旨在知己知彼；执行进出口计划须有组织上和技术上的保障，故设“外贸组织与技术”（即“进出口实务”）；谈判和履行交易合同须具备法律知识，并了解资本主义经济周期和商品市场的变化，故设“国际商法”“世界市场与行情”；货物交割必伴随货币支付和物资运输，故设“国际汇兑和结算”“国际运输”等。可以看出这样的知识结构是与指令性计划和外贸专营制相适应的。



“文化大革命”后，外贸体制改革首先是“打破垄断，放权搞活”，即下放经营权，采用灵活多样的方式方法，例如，三来一补、合资经营、合作生产、租赁融资等。我校按此调整教学内容，并开设新课，基础理论课则引进西方经济学（当时的称谓）、国际经济学等。由于原对外经济联络部各公司的任务，要由无偿援助转向商业化运作，故增设对外经济合作系，开设“海外工程承包”“项目可行性研究”等课程。当时只知解放思想，不知如何遵循教育理论深入探讨，故这一轮教改只是“急就章”式的紧跟业务部门的需要，新老课程缺乏有机联系，有人戏称之为“拼盘”。

进入20世纪80年代后期，经济体制改革继续深化，提出政企分开，企业应成为自主经营、自负盈亏的市场主体。外贸吃大锅饭的财务体制也酝酿改革，要求抓好管理和核算。故我校教改也加强了对企业管理专业（后为国际工商管理学院）的学科建设。恰值1986年世界银行、联合国开发署先后向外贸部提供教育援助项目，由部教育局领导实施，由国际贸易中心（ITC）负责技术指导，ITC是联合国和GATT共同的联系机构，总部设在日内瓦，它物色了美国、加拿大四所高校的工商管理学院进行协助。中外双方就培养目标、教学内容、课程设置、师资培养等问题开展了一系列讨论，并拟定了实施方案。我校外贸系、企管系、海关系、经合系选派了若干青年骨干教师，先后共二十多人，到美、加对口院校，在对方教授的指导下“备课”，为期半年，个别为一年，要求他们编写出教学大纲以及若干章节的讲稿，并带回教科书或主要参考书、教师手册等有关材料。这一轮可说是“成套设备引进”式的教改，结果虽未能尽如人意，但对学科建设确实起了重要的促进作用。

回顾过去的教改，对照今天的IB专业硕士项目，有一个问题值得深思，即当我国的发展已进入新的历史时期，这个新设的项目不应只着眼于当前人才和就业的需要，而应从长期的战略观点出发，进行新的探索和开拓。换言之，它不应仅仅停留在过去的框架内，将跨国经营理论与实务课相组合，也不应局限为企业管理的功能向海外业务的延伸，更为长远考虑的选项应是本书“后记”提及的interdisciplinary，它是要从各相关学科中吸取国际化经营所需的专业知识进行整合，形成新的教学体系，这是有机的融合，是“冶众说于一炉”的熔铸，它能发挥“1+1>2”的整体效应。按Shenkar的设想，这是对自S. Hymer以来各种跨国经营理论范式的超越，还要以此来取代传统的企业管理教学的国际化模式。当然，这绝非一蹴而就，需要各方面的专家协同进行长期的研究，Shenkar自己就提出了9大项课题，并呼吁社会各界给予支持，像这样过于超前也过于庞大复杂的系统工程，且不论其设计的科学依据如何，至少一时还缺乏可行性，我们不必也不宜效法，但interdisciplinary的思路却有启发性，不妨以IB专业硕士项目作为新世纪新一轮商科教育改革的试验田，这本教材也许可视为试验田中的一株幼苗，有待于发育成长，更加令人期待的是希望校内外同行一起来进行试验探索，为提高我国的国际商务教育水平，适应党中央“走出去”战略的需要而共同努力。

王林生

2013年3月3日于对外经济贸易大学

# FOREWORD

## 第1版推荐序之二

21 世纪的今天，全球化已经不再是陌生的新词汇。在全球生产垂直专业化趋势的推动下，今日的中国不仅跻身全球化的舞台，而且在全球贸易与直接投资中占据非常重要的地位。近 10 年来，中国企业对外直接投资保持连续增长，尤其是对外承包工程完成营业额更是保持了年均 20% 以上的增长速度。2012 年，中国在全球的货物贸易额排名第二，仅比美国少 150 亿美元。中国的货物出口贸易额已超过美国，居世界第一。

居安思危。我们在看到成绩的同时，也注意到中国的出口贸易和对外投资面临着尴尬：目前，成功的外向型、国际化企业仍是凤毛麟角。中国的出口产品多在全球产业链的低端，不仅附加值低，而且经常遭遇贸易、投资、金融、文化各方面的壁垒。在进入海外市场、品牌拥有、搭建和管理全球网络、运营与支持全球企业的各个职能方面，中国企业都欠缺知识、技能和能力，并为此付出了许多学费。

正基于此，为适应经济全球化的机遇与挑战，无论是涉外企事业单位，还是政府部门和社会团体，都迫切需要熟悉国际商务经营运作与管理工作的专业人才，此看法已被国人所共识。据不完全统计，从 2011 年开始，包括对外经济贸易大学在内，中国已有 78 所院校建立了国际商务专业硕士项目，本科层次的国际商务专业的建设业已在稳步推进之中，旨在培养具有开阔的国际视野、国际化能力强；具有熟练的国际商务技能、创新能力和国际市场开拓能力的现代国际商务人才。

然而，要设计好一个培养项目，或成功建设一个专业，都离不开对学科本身的科学认识和正确把握。由于多种原因，认识的形成通常是一个不断调整的过程。2005 年，俄亥俄州立大学的 Oded Shenkar 教授受邀到对外经济贸易大学为师生做讲座。当被问及国际商务同其他领域的本质区别时，他巧妙地将国际商务比作医科中的“儿科”（pediatrics），来说明国际商务作为一个自足（self-contained）学科而独立存在的学科属性。这一回答不但暗合了邓宁（Dunning）早年（1989）的观点，而且让听众豁然开朗，一下子打消了心中的疑问。作为一位具有学术影响力的国际商务学者，其实这是他此前（2004）发表在 JIBS 上论文的重要观点。他的这一比喻对于理解国际商务的学科属性，构建国际商务的学科框架、设计培养方案，都具有重要的指导意义。换言之，如果仅关注国际商



务组织层次，一部多学科（multidisciplinary）视角的国际商务教材，至少应当在现有外版（主要是美国版本的）国际商务（及国际管理）教材以（制造业）企业一般基本管理职能为基本结构的内容设计基础之上，再加入涉外经济活动的核心及辅助环节的内容，如进出口贸易、国际工程承包、承接离岸外包、全球信息系统、全球风险和全球运输等的运营和管理相关内容。

对外经济贸易大学自建校以来一直致力于应用型和复合型商务人才的培养。我们很欣喜地看到，即将问世的《国际商务》这本教材初步纳入了国际经济与贸易、法学（国际经济法）、金融学、工商管理等内容，可以帮助读者把握学科的基本内容和精髓，以全球视角深度了解现代商务活动，迅速掌握国际商务知识体系，具备必要的知识和商务技能尤其是软技能，帮助学生迎接国际竞争并在多变的全球市场中寻找、把握机会。我很清楚地知道本教材的各位编写者，不仅具有多年的教学实践经验，而且在各自的专业领域内成果丰硕，享有相当的学术声誉，这无疑又进一步增加了这本教材的可信性和可读性。我个人认为，这本教材把握了时代的脉搏，能够服务于中国企业走出去和提高国际竞争力的历史使命。所以，我愿意在此向全国读者推荐，并诚恳希望诸位能够提出宝贵的意见或建议，以便教学相长，争取在今后的教材修订和再版过程中不断完善，努力做到至臻至美。

是为序。

林桂军

对外经济贸易大学教授、副校长

全国国际商务专业学位研究生教育指导委员会副主任委员

2013年3月

# FOREWORD

## 第1版推荐序之三

国际商务作为一个独立的学科在欧美发达国家有着一个起伏的发展过程，随着经济全球化的纵深发展及结构性调整，国际商务的内涵与外延也在经历着变化，国际上不同版本的《国际商务》教材充分体现了国际商务学界对此的认识水平和把控能力。国际商务一度被视为管理学科的一个职能性分支，学习“在陌生的地方从事商务活动”这样的课程一直以来是商科学生和从业人员的兴趣所在，然而这种基于企业层面尤其是小企业层面的技能性知识往往有坐井观天的局限。什么是国际商务？它不是简单地将企业的商务活动扩展到国际空间，而是在全球性、区域性、国家、地区、产业与企业多个层面上开展货物与服务进出口、国际生产制造和对外直接投资的综合活动。作为一个知识体系的展示，《国际商务》教材也往往带有百科全书的印记，这在国际上流行的同类教材中表现得很明显。

在过去10年，我国的进出口和对外投资迅速发展，国家实施“走出去战略”风生水起，在知识储备尚不充分的情况下，我们已经走到了国际商务舞台的中央。可喜的是，由王健、梁蓓、王炜瀚三位多年从事国际商务研究教学与咨询的教授联合主编的这本《国际商务》教材，在博采众长的基础上，把握了国际商务的最新发展动态，从全球的视角进行架构，融进了中国的内容。通读了本教材的初稿之后，我认为本教材有以下五个特点，也可以说是五个优点。

第一，在国际规范下体现中国本土特色。本教材没有脱离国际学术界的成熟范式另起炉灶，但也具有本土特点。教材直面中国经济在国际化过程中面对的基本问题——这些问题是欧美国家在历史不同阶段曾经面对的问题，也是普适性的问题。反映在内容上，虽然整体框架同国外流行版本基本一致，但内容上没有限于一般制造类企业的职能维度，照顾到进出口企业、国际工程承包类企业的决策和执行，这些商务类型在中国尤其突出，也展现出中国实践对国际商务理论发展的贡献。此外，教材还囊括了跨国经营面临的一般性问题，如风险管理与保险等，这显著地不同于流行版本，是在继承基础上的扩展与发展，也在一定程度上体现了主编们所供职的对外经贸大学的学术传统和学科特色。

第二，以独立学科的面貌展现国际商务。本教材明确了国际商务作为一个自足学科

而存在,构建一个完整的知识体系,并以此作为内涵发掘的认知基础。教材没有从企业职能的国际扩展来组织内容,即所谓的 *extension paradigm*,并且明晰了国际商务如何区别于国际贸易和国际投资的综合。

第三,在核心内容安排上恰当处理了国际商务与跨国公司的关系。学界传统上有将国际商务与跨国公司混为一谈的倾向,本教材将跨国公司作为国际商务的一部分处理,更贴近于当代国际商务中非跨国公司的参与程度加深、地位上升的现实。

第四,将全球知识管理提升至战略层面。以往学界只从职能角度关注研发活动,而非从企业整体战略角度诠释知识的管理。本教材用一章的篇幅,独立处理这个主题,在国内外教材中还属首次,既有明显的学术意义,同时对中国面对全球科技竞争提升国际竞争力具有政策导向意义。

第五,从决策角度研究进出口业务。进出口业务是国际商务的起源和基础活动,本教材偏重于决策而非具体流程的介绍,区别于传统的国际贸易实务。这不但是地道的国际商务角度的进出口,而且明显优于国内外所有版本国际商务教材该部分的内容,更提示了传统国际贸易实务课程改革的必要性和该课程自身的重要性。

相信使用本教材的教师、学生能够从中发现国际商务的博大精深,也能够体会作者的匠心独运。是为序。

赵忠秀

对外经济贸易大学教授、副校长

全国国际商务专业学位研究生教育指导委员会秘书长

2013年3月

# PREFACE

## 前言

进入 21 世纪以来, 尽管 WTO 谈判已陷入僵局, 在某种意义上预示着全球化中断的可能, 但是, 对于中国企业而言, 这只意味着“走出去”和全球经营的困难加大, 却没有任何退路可言。同时, 在全球化背景下, 除朝鲜这样的特例国家以外, 任何一国的国内市场和国民经济已经或多或少地同他国融合。所以, 中国企业, 无论是否有意到海外经营, 都已置身国际商务环境。当然, 对于已经、正在或打算“走出去”的企业尤为如此。这些中国企业正面对着美欧等西方企业在过去 60 年国际化过程中不同阶段面对过的所有问题。可以说, 产生中国视角版本的《国际商务》教材是时代的要求和历史的必然。正因如此, 呈现在读者手中的这本教材已经偶然成为这“必然”中的一本。

必须承认, 市场上流行的引进版国际商务教材多是优秀的版本, 其中以希尔 (Charles W. L. Hill) 和彭维刚 (Mike Peng) 的版本最为优秀, 且各具特色。前者适于入门, 便于几乎没有任何相关知识的初学者把握具体的知识要点; 后者整体感强、脉络清晰, 有助于读者在短期内形成对国际商务主要问题的整体认识。不过, 任何教材都不可能适合所有读者。而且, 经过近年的教学实践, 我们发现这些教材对于帮助学生认识国际商务学科、整合已有的相关知识、为校园之外的商务实践做好准备, 仍有一些空间可以进行补充和改进。

第一, 几乎所有的读者都希望明确国际商务的概念内涵, 尤其是它同国际贸易、国际投资、国际管理等较为熟知领域的关联和区别, 这一直是困惑太多师生的问题; 第二, 流行的引进版本基本以制造业企业作为国际商务实体, 而其他类型的国际商务活动, 如工程承包、采掘类企业的国际化问题显然同制造业企业差别较大, 却一直没有得到应有的关注, 使相应的读者群感到需求受到冷落; 第三, 很多企业国际经营中的重要问题, 如跨国公司的全球知识管理、全球信息系统的搭建与管理、各类国际商务活动的风险管理与保险等几乎在多数教材中都少有涉及, 前两个是非传统主题, 继续忽视已不能适应当今的需求。鉴于以上原因, 本教材在借鉴现有成熟教材框架下, 第一, 明确了国际商务的学科属性和基本内容; 第二, 初步增加了非制造业企业的国际商务活动, 如国际工程承包; 第三, 增加了全球知识管理、全球信息系统和全球风险管理与保险三个主题,

进行了编写尝试。可以说，本书是将已有相对成熟的框架进行了扩展，添加了新的内容，力争学科属性更清晰、受众更宽泛、内容更适应时代。

通过使用本教材，读者能够了解全球化背景下国际商务活动的现实概貌，掌握基本概念和理论，认识国际商务的学科属性和学习方法；掌握分析国际商务环境的系统知识，将之作为管理国际商务环境的基础；理解国际商务战略思维的概念框架；了解制造类、贸易类、承包类企业国际经营所需的基本知识；从人力、财力、信息和风险管理多方面了解国际商务的支持活动。掌握以上知识作为一个系统整体，作为基础知识准备，进而拥有认识商务活动，理解商务问题的能力。

教材整体的设计和各章内容的编写都体现了编写团队对目标读者的定位。我们认为，本教材可以作为国际经济与贸易、企业管理等经济学与工商管理类专业本科生高年级用书，国际商务专业硕士、经济学与工商管理类研究生低年级用书，MBA的企业国际化课程用书，理工科专业学生选修用书和高层管理培训项目的教材，也适合作为政府部门和业界人士的案头参考读物。

本书的第2版共15章15个主题。教材的使用有两种基本模式。第一种，《国际商务》定位为譬如国际经济与贸易专业本科生高年级的知识整合性课程，或作为国际商务专业研究生低年级的介绍性课程，全面讲授，但有所侧重。因为学生都或多或少学习过，至少自学过部分内容。课堂上，教师将国际商务的学科基本结构和主要知识内容进行总结或介绍，意在展现全貌。第二种，《国际商务》定位为国际商务体系内同其他独立课程的相互补充，配合其他课程有取舍地讲授。学生以前重点修过的内容或以后将专门学习的内容，教师可提纲挈领简要讲授，甚至跳过不讲；今后不再讲授或教师认为重要的内容详细讲。课程设计要有将所有课程构成一个体系的理念。一般情况下，每周3~4课时，每学期16周，1个或2个学期的设计都是合理的。选修或培训类课程可根据课程设计的主要方向、学生的专业特征和授课教师的意图灵活进行设计。

前期阅读过本书的教师普遍认为，本教材在专业上可信赖，体系完整，教学内容充分，选择余地大；教辅PPT结构清晰，便于不同专业背景的老师使用，便于迅速驾驭其他学科的基本知识。对此，编写团队聊感欣慰，毕竟所有编者都几易书稿，不敢轻率。不过，限于编写者的水平和见识，错漏难免。欢迎所有读者慷慨批评指正，敬请赐教于zjx@hzbook.com，以便我们尽快在下一版中及时修订。

编者

2015年5月

# CONTENTS

## 目 录

编委会

第1版推荐序之一

第1版推荐序之二

第1版推荐序之三

前言

### 第一篇 国际商务导论

第1章 全球化与国际商务 .....	2
引导案例 钓鱼岛“购岛事件”与抵制“日货” .....	2
学习目标 .....	3
1.1 认识全球化 .....	4
1.2 个体企业层次的国际商务活动 .....	9
1.3 世界经济层次的国际商务活动 .....	12
本章小结 .....	27
关键术语 .....	28
本章参考文献 .....	28
第2章 国际商务的学习 .....	29
引导案例 MIB 第一届毕业生的困惑 .....	29
学习目标 .....	30
2.1 国际商务的学科属性 .....	31
2.2 彭氏框架 .....	35
本章小结 .....	38



关键词 .....	38
本章参考文献 .....	38

## 第二篇 国际商务环境

### 第3章 国际商务的国别制度环境 .....

引导案例 中资企业在利比亚战争中损失惨重 .....	40
学习目标 .....	41
3.1 国际商务中的政治环境 .....	42
3.2 国际商务中的经济环境 .....	45
3.3 国际商务中的法律环境 .....	51
3.4 国际商务中的文化环境 .....	56
3.5 国际商务环境管理 .....	63
本章小结 .....	65
关键词 .....	65
本章参考文献 .....	66

### 第4章 国际贸易与投资环境 .....

引导案例 哥斯达黎加的战略贸易与投资政策 .....	67
学习目标 .....	68
4.1 政府的贸易与投资政策 .....	69
4.2 全球与区域经济一体化 .....	78
本章小结 .....	89
关键词 .....	89
本章参考文献 .....	89

### 第5章 国际金融环境 .....

引导案例 中航油新加坡公司事件 .....	91
学习目标 .....	92
5.1 国际货币体系 .....	93
5.2 国际金融市场 .....	96
5.3 国别金融环境 .....	108
本章小结 .....	110
关键词 .....	111
本章参考文献 .....	111

## 第三篇 国际商务战略

<b>第6章 跨国公司的组织与战略</b> .....	114
引导案例 雀巢公司的战略与结构 .....	114
学习目标 .....	115
6.1 企业战略与组织架构 .....	116
6.2 跨国公司组织的内部选择机制 .....	119
6.3 跨国公司组织的外部选择机制 .....	126
6.4 组织架构的其他要素 .....	130
6.5 战略演化与组织变革 .....	133
本章小结 .....	134
关键术语 .....	134
本章参考文献 .....	134
<b>第7章 全球知识管理</b> .....	135
引导案例 海尔的全球知识管理与创新 .....	135
学习目标 .....	136
7.1 创新、全球学习与全球知识管理 .....	137
7.2 跨国公司全球知识管理战略 .....	139
7.3 全球知识管理战略的实施 .....	142
7.4 基于知识供应链的跨国公司协同创新 .....	148
本章小结 .....	149
关键术语 .....	150
本章参考文献 .....	150

## 第四篇 国际商务实施

<b>第8章 进出口</b> .....	152
引导案例 进出口业务流程外包与外贸模式创新：一达通发展路径 .....	152
学习目标 .....	153
8.1 进出口在国际商务活动中的界定及其地位 .....	154
8.2 出口的一般程序 .....	156
8.3 进出口的动机 .....	161
8.4 出口的管理与战略 .....	165
8.5 网络时代进出口的新趋势 .....	169
本章小结 .....	174
关键术语 .....	175
本章参考文献 .....	175

<b>第9章 全球生产</b> .....	176
引导案例 冯氏集团与全球生产 .....	176
学习目标 .....	177
9.1 全球生产的区位选择 .....	178
9.2 全球生产的模式选择 .....	182
本章小结 .....	190
关键术语 .....	190
本章参考文献 .....	190
<b>第10章 全球营销</b> .....	191
引导案例 墨西哥水泥集团的“今日遗产”营销项目 .....	191
学习目标 .....	192
10.1 关于市场全球化带来市场营销问题的概述 .....	193
10.2 国际营销的产品战略 .....	197
10.3 国际分销渠道决策 .....	202
10.4 国际定价策略 .....	204
10.5 国际促销策略 .....	208
10.6 全球营销实施与跨文化交流/跨国商务谈判 .....	210
本章小结 .....	211
关键术语 .....	211
本章参考文献 .....	211
<b>第11章 国际工程承包</b> .....	212
引导案例 挫败中国承包商的波兰公路项目 .....	212
学习目标 .....	213
11.1 国际工程承包市场概述 .....	214
11.2 国际工程项目的招投标 .....	222
11.3 FIDIC 各类合同条件和运用 .....	228
11.4 国际工程项目的合同管理概述 .....	231
本章小结 .....	236
关键术语 .....	236
本章参考文献 .....	236