

国际商务硕士（MIB）考试辅导用书

# 国际商务专业基础 真题汇编及详解

翔高教育经济学教学研究中心 编

- ★ 严格依照教育部考试中心考试大纲体系的权威阐释
- ★ 北京、上海两地名师亲自执笔，囊括更多内部题库
- ★ 凝聚20余位名师，8个研究项目组，600多天心血结晶
- ★ 精选48套国际商务硕士名校真题，深入解读命题规律
- ★ 真题精选精析，精彩点评，利于在短期内强化和提高
- ★ 纵向梳理与横向归纳相结合，全面覆盖考纲所有考点

中国石化出版社

[HTTP://WWW.SINOPEC-PRESS.COM](http://www.sinopec-press.com)

教·育·出·版·中·心

013058132

F740-44

11

国际商务硕士(MIB)考试辅导用书

# 国际商务专业基础 真题汇编及详解

翔高教育经济学教学研究中心 编



中国石化出版社



北航

C1668860

F740-44  
11

013028135

国际商务硕士(MIB)考试辅导用书

### 内 容 提 要

本书是配合教育部命制的434国际商务专业基础考试大纲而编写的考试辅导用书,整个系列有《国际商务专业基础复习指南》、《国际商务专业基础真题汇编及详解》两本,分别适用于第一轮和第二轮复习。

本书收集了48套最新的名校国际商务硕士考研真题,并对所有真题提供了参考答案与解析。本书适用于参加国际商务硕士(MIB)考试的学生,也可供高等院校国际商务专业的师生参考。

### 图书在版编目(CIP)数据

国际商务专业基础真题汇编及详解 / 翔高教育经济学教学研究中心编. —北京:中国石化出版社,2013.7  
国际商务硕士(MIB)考试辅导用书  
ISBN 978-7-5114-2251-4

I. ①国… II. ①翔… III. ①国际商务-研究生-入学考试-题解 IV. ①F740-44

中国版本图书馆CIP数据核字(2013)第147242号

未经本社书面授权,本书任何部分不得被复制、抄袭,或者以任何形式或任何方式传播。版权所有,侵权必究。

### 中国石化出版社出版发行

地址:北京市东城区安定门外大街58号

邮编:100011 电话:(010)84271850

读者服务部电话:(010)84289974

<http://www.sinopec-press.com>

E-mail:press@sinopec.com

北京柏力行彩印有限公司印刷

全国各地新华书店经销

\*

787×1092毫米16开本20.25印张512千字

2013年7月第1版 2013年7月第1次印刷

定价:45.00元

# 前 言

本丛书是配合教育部命制的434国际商务专业基础考试大纲而编写的考试辅导书，整个系列有《国际商务专业基础复习指南》、《国际商务专业基础真题汇编及详解》两本，分别适用于第一轮和第二轮复习。

鉴于国际商务专业基础的试题皆由招生单位自主命题，冲刺阶段复习所需要的辅导书必须针对各个高校自己的命题情况而编写，因此，《模拟试卷》、《最后冲刺密押三套卷》不再有各个高校通用的版本，而是针对目标高校而编制，由于市场被切割得厉害，单品种销量受限，冲刺部分的图书不再出版，而由翔高直接发行。

本书收集了48套名校国际商务硕士考研真题，并提供了参考答案。由于部分高校不对外提供试题，也有部分高校对外提供非完整版的试题样品，故有部分试题是考生回忆版或不完整版。

本书秉承翔高图书一贯的风格，做到讲练合一，在为试题提供参考答案时，尽量详细地解析相关考点，并且适时地进行归纳总结。讲练合一将最大限度地提高读者的学习效率。

编者建议读者将本书与其姊妹篇《国际商务专业基础复习指南》结合使用，以最大限度提高复习效率，增强应试能力。

由于时间和水平有限，本书疏漏之处在所难免，请各位专家及读者批评指正，如果您发现错误或对该书有任何建议，请联系翔高客服：xgedu@qq.com，本书如有补遗，会在翔高考研论坛(bbs.kaoyanmeng.com)发布。

翔高教育经济学教学研究中心

2013年6月

# 目 录

## CONTENTS

北京工业大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 1 )
北京工业大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 5 )
北京工业大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 13 )
北京工业大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 14 )
东北财经大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 20 )
东北财经大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 21 )
东北财经大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 27 )
东北财经大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 28 )
对外经济贸易大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 34 )
对外经济贸易大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 37 )
对外经济贸易大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 45 )
对外经济贸易大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 45 )
河北大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 49 )
河北大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 49 )
河北大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 54 )
河北大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 54 )
河北工业大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 60 )
河北工业大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 60 )
河北工业大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 67 )
河北工业大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 67 )
暨南大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 73 )
暨南大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 76 )
江西财经大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 83 )
江西财经大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 85 )
江西财经大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 91 )
江西财经大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 92 )
辽宁大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 97 )
辽宁大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 99 )
辽宁大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 107 )
辽宁大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 110 )
南京大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题 .....	( 117 )
南京大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析 .....	( 117 )

南京大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(124)
南京大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(124)
南京理工大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(132)
南京理工大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(134)
南开大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(142)
南开大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(142)
南开大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(148)
南开大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(148)
宁波大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(153)
宁波大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(154)
宁波大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(161)
宁波大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(162)
上海财经大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(168)
上海财经大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(168)
上海财经大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(175)
上海财经大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(175)
深圳大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(181)
深圳大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(181)
深圳大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(187)
深圳大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(188)
天津商业大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(195)
天津商业大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(196)
厦门大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(202)
厦门大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(202)
厦门大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(208)
厦门大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(208)
云南大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(215)
云南大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(215)
云南大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(219)
云南大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(219)
浙江工商大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(224)
浙江工商大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(224)
浙江工商大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(229)
浙江工商大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(229)
中国海洋大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(234)
中国海洋大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(234)
中国海洋大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(241)
中国海洋大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(241)

(421)	中国人民大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(245)
(421)	中国人民大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(247)
(431)	中国人民大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(253)
(431)	中国人民大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(254)
(441)	中央财经大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(261)
(441)	中央财经大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(263)
(441)	中央财经大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(269)
(441)	中央财经大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(271)
(451)	浙江大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(278)
(451)	浙江大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(280)
(461)	浙江大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(286)
(461)	浙江大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(287)
(471)	复旦大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(292)
(471)	复旦大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(292)
(471)	复旦大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(297)
(471)	复旦大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(297)
(481)	复旦大学 2013 年 434 国际商务专业基础试题	(300)
(481)	复旦大学 2013 年 434 国际商务专业基础试题解析	(300)
(491)	首都经济贸易大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(305)
(491)	首都经济贸易大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(305)
(491)	首都经济贸易大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(308)
(491)	首都经济贸易大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(308)
(501)	四川大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题	(311)
(501)	四川大学 2012 年 434 国际商务专业基础试题解析	(312)
(508)	苏州大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题	(315)
(508)	苏州大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析	(315)

# 北京工业大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题

## 第一部分

### 一、术语解释(每小题 2 分,共 20 分)

1. 国际商务
2. 多国企业(MNE)与多国公司(MNCs)、跨国公司(TNCs)
3. 国际收支平衡表(BOP)的两个主要组成账户
4. 即期交易和远期交易
5. 战略性贸易政策
6. 外汇掉期
7. 波特钻石理论的产业竞争力四要素
8. 远期升水和远期贴水
9. 费雪效应
10. 信用证

### 二、判断题(每小题 3 分,共 30 分)

请仔细阅读下列的每一个陈述,判断是否正确,并简述你的判断依据。

1. 按照国民总收入(GNI)的统计方法,在美国生产的福特 SUV 的价值和使用美国资本与管理在墨西哥生产的 SUV 价值,都应计入美国 GNI。但在美国用日本资本和管理生产的日本丰田的这部分价值也可以计入美国的 GNI。

2. 为了弥补一国的贸易逆差可采取的吸引资本流入的方法有两种手段:一是通过国际援助等单方面转移支付来完成,另一是通过国际投资。

3. 根据要素禀赋理论,相对充裕的要素的价格要比那些相对稀缺的要素价格高。

4. 国际商务的主要形式是商品贸易和外国直接投资。

5. 石油输出国组织是一种生产者联盟,利用配额来控制供给,间接影响价格。不能算作国际商品协定。

6. 麦当劳在中国允许经销商使用其商标,同时提供日常营运操作、培训、营销、广告、人力资源、采购和店铺选址等广泛的支持和保障。这是一般的许可使用经营方式。

7. 外汇市场有两大组成部分:场内市场和场外市场组成,大多数外汇交易活动在场内市场进行,场内市场由商业银行、投资银行、证券交易市场等组成。

8. 乐观和保守是公司在评价和承认收入时所表现出的谨慎态度。从会计观点来看,乐观的国家倾向于低估资产和收入,而保守的国家在确认收入时比较宽松。

9. 当把外国货币财务报表换算成美元时,有两种方法:现行汇率法和时态法,它们的主要差别在于确认国外损益,在现行汇率法下,收益或者损失直接记入损益表,影响每股收益;在时态法下,收益或损失直接作为所有者权益中独立的项目计入资产负债表。

10. 直接标价法是以一定单位的本国货币为标准来计算应支付多少单位的外国货币。人民币、欧元和英镑采用的是直接标价法。



### 三、简答题(每小题7分,共28分)

请对下列问题进行简单分析。

1. 试述造成国际商务不同于国内商务的主要原因。
2. 请通过做图比较和描述供给曲线和需求曲线受关税壁垒和非关税壁垒中的配额政策影响所发生的变化特点,解释两种贸易措施对生产商和消费者所造成的影响方式和特点。
3. 请比较外国债券、欧洲债券和全球债券的区别。
4. 预测未来汇率变化时,应该注意哪些重要因素?请简要说明。

### 四、案例分析(42分,每题21分)

1. 阅读案例并根据案例内容分析沃尔玛在墨西哥的成功与北美自由贸易协定、沃尔玛自己的经营策略的关系。

#### 沃尔玛在墨西哥的经营

沃尔玛在墨西哥经营的门店总数有671家,包括山姆会员商店、Bodega商店(折扣商店)、沃尔玛购物中心、Superama商店(杂货店)、Suburbia商店(服装店)和VIPS餐馆。沃尔玛在北美自由贸易协定签订之前就开始涉足墨西哥市场,但是遇到了不少困难。最大的难题之一就是墨西哥对在沃尔玛商铺中销售的很多商品都征收进口税,这就使得沃尔玛很难实现“天天低价”的营销策略。由于不清楚当地的需求,沃尔玛的货架上堆满了溜冰鞋、渔具和乘骑式草坪割草机等在墨西哥根本不受欢迎的商品。当地的店铺经理也未意识到这一点,而是将其全部打折出售,结果使沃尔玛的自动定货系统在第一批商品卖出去之后又接着续订这些商品。另外,由于墨西哥的公路状况很差以及运货卡车的缺乏,物流供应也遇到了麻烦。不仅如此,来自阿肯色州的管理人员与当地经理之间还发生文化冲突的问题。其中的部分难题是通过实践摸索逐步得到了解决,而大部分难题还是在1994年北美自由贸易协定实施后得到了彻底的解决。在这其中,北美自由贸易协定将美国销往墨西哥产品的出口关税从10%降低到了3%。在北美自由贸易协定签订之前,沃尔玛对墨西哥的Comerci、Gigante和Soriana等一些顶尖的零售商还构不成大的威胁,但是随着北美自由贸易协定的签订,贸易壁垒不复存在。沃尔玛跟墨西哥的那些企业拥有了同等的地位,拥有了成为墨西哥最大的零售商的所有条件。

北美自由贸易协定还促使墨西哥改善了运输条件,这就使沃尔玛得以解决物流问题。北美自由贸易协定的签署还为外国向墨西哥投资打开了大门。沃尔玛从亚洲和欧洲等地进口商品时要缴纳大额进口税。外国企业意识到如果在墨西哥建立制造工厂,除了可以享受在北美自由贸易区内像墨西哥、美国和加拿大免税的货运好处,还可以利用成本较低的墨西哥劳动力来降低生产成本。由于这些企业开始在墨西哥投资建厂,沃尔玛也就可以直接从当地生产商那里购买商品而不需再缴纳高额进口税。索尼在墨西哥建设的Wega平板电视生产线,就是一个例子。沃尔玛的山姆会员商店从日本进口Wega电视机的进口关税是23%,外加巨大的运输成本,这样一台Wega电视机在沃尔玛会员店的售价就达到了1600美元。1999年,索尼在墨西哥建立了一家生产工厂,这样沃尔玛的山姆会员店就可以直接从索尼的墨西哥工厂中购买Wega电视机而不用再缴纳进口税,同时,也大大减少了运输费用。山姆会员店将成本减少的好处转移给了消费者,每台Wega电视机的售价仅为600美元。

北美自由贸易协定所提供的有利条件,如较低的关税和基础设施改进,不仅仅是帮助了沃尔玛,也帮助了它的竞争对手,比如Comerci。然而,沃尔玛比他们更擅长利用这些优势

条件。沃尔玛不是简单地享受低关税带来的收益，而是采取降低产品价格的策略。1999年，一家沃尔玛购物中心停业一天，然后将6000多种商品全部打折出售，折扣高达14%。Comerci和其他企业为了与沃尔玛竞争也采取降价策略，但是在许多商品上他们无法将价格降到沃尔玛的水平。沃尔玛对自己的供应商具有获得优惠价格的谈判控制能力。大多数墨西哥零售商采取的是不同的定价方式，他们习惯于采取所谓的“有高有低”的定价策略，将部分商品降价或打折出售，而不是全面降低商品价格。虽然他们也一直在努力调整定价结构以适应沃尔玛的策略，但是沃尔玛持续不断地消减成本，使得他们总是力不从心。墨西哥国内的竞争者以及部分供应商都对沃尔玛很恼火，不断向墨西哥联邦竞争委员会指控沃尔玛的定价策略为不正当行为。

2. 阅读下列的经济信息内容，并根据提问进行分析。

10月20日，美国进口商与英国出口商签订合同，进口价值125万英镑的货物，约定6个月以后付款提货。签订合约日现汇市场上英镑汇率是 $GBP1 = USD1.6200$ 。为预防汇兑成本上升，美国进口商可以买进价格为 $GBP1 = USD1.6300$ 的英镑期货合约(1MM 每份英镑期货合约价值62500英镑)。在合约到期时可能出现两种情况：一是外汇市场和期货市场上英镑汇率都上升，分别升至 $GBP1 = USD1.6325$ 和 $GBP1 = USD1.6425$ 。

问题：

- (1) 现在支付200万欧元需要多少美元？
- (2) 若美国进口商不采取保值措施，损失或收益是多少美元？
- (3) 美国进口商利用远期外汇市场进行保值后，损失或收益各是多少？
- (4) 为了避免汇率风险带来的损失，跨国企业的汇率风险管理应包括哪些内容？

## 第二部分

英语语言能力测试(30分，问题回答共15分，翻译每题3分)

此部分的试题由问题分析和英译中两部分组成。请认真阅读下列所提供的英文背景资料，根据问题提示用英语进行分析解答(用中文解答为零分)，然后将文中划线部分的句子按编号顺序译成中文。

What are Samsonite's Global Manufacturing Configuration Strategies for Softside Luggage?

Background Information about Samsonite Corporation

### Samsonite Corporation's Business Description

Samsonite Corporation, incorporated in 1987, is a designer and distributor in the luggage industry. The Company distributes a range of products that include softside, hardside and hybrid (combination hardside and softside) luggage; business and computer bags; outdoor and casual bags; shoes and accessories, and other related products. It sells its products under a number of brand names, primarily Samsonite Black Label, Samsonite and American Tourister, and licensed brand names, such as Lacoste. (1) In addition to using the Samsonite and American Tourister brand names on the products it manufactures or distributes, the Company licenses these brand names to third parties for use on products that include travel accessories, leather goods, furniture and other products.

The Company's products are sold in more than 100 countries at various types of retail establishments, including department stores, high street shops and luggage specialty stores, mass merchants, warehouse clubs, computer and electronic superstores, office superstores, bookstores,

and travel product stores. It also sells certain products through over 300 Samsonite – operated retail stores in North America, Europe, Asia and Latin America, and in shop – in – shop concessions principally in Asia and in franchised retail stores. In addition, its products are sold through www. samsonitecompanystores. com, www. samsoniteblacklabel. com and the Websites of many of its customers. The Company designs the majority of its luggage products at its facilities in Europe, North America and Asia. (2) Sales in Europe, North America, and in its other markets, including Asia and Latin America comprised 41.9% , 35.3% , and 21.6% of its net sales, respectively, during the fiscal year ended January 31, 2007 (fiscal 2007). Licensing revenues comprised the remaining 1.7% of total revenues in fiscal 2007.

### Softside luggage and Hardside luggage

The softside luggage category includes suitcases, garment bags and soft carry – on suitcases. (3) Approximately 90% of the softside luggage the Company sells is made for it by independent finished goods suppliers located around the world. The Company produces the balance of its softside luggage and garment bags in its own facilities located in Eastern Europe. The Company’s softside products are sold under all of its major brands. Over the past few years, Samsonite has introduced a number of features in its softside luggage products in response to consumer demands for increased ease of use and better interior organization, mobility and protection.

The Company manufactures most of its hardside suitcases in Company – owned factories. Its hardside luggage is sold under the Samsonite, Samsonite Black Label and American Tourister brands. Each line includes a variety of sizes and styles to suit differing travel requirements. Its hardside suitcases include features to facilitate packing and transport.

### Locations of 27 Samsonite Owned Subsidiaries

Location	Company Number	Location	Company Number
United States	9	Belgium	1
Thailand	1	Mexico	2
Japan	2	Sweden	1
Bahamas	1	Peru	1
Canada	1	Italy	2
Spain	1	Germany	1
France	1	Hungary	1
Netherlands	1	United Kingdom	1

### Manufacturing Configuration

(4) There are three basic configurations that Multinational Enterprises (MNEs) consider as they establish a global manufacturing strategy. The first type is to have centralized manufacturing in one country and to produce and export a selection of standard, overpriced products to different markets. This is quite common for new – to – export companies to use this strategy, typically through their home – country manufacturing facilities. The second configuration type is the use of regional manufacturing facilities to produce and supply the products within these. regions, (5) The third type is to adopt multidomestic strategy by setting up country – specific manufacturing facilities to

service local customers. In reality, MNEs choose a combination of these approaches depending on their product strategies.

1. Question & Answer: What are the strategies that Samonite has adopted for softside luggage? Please find the proofs and evidence from the passages and analyse the strategies of manufacturing configuration adopted by Samsonite.

2. Translation: Please translate those underlined sentences into Chinese.

## 北京工业大学 2011 年 434 国际商务专业基础试题解析

### 一、术语解释(每小题 2 分, 共 20 分)

1. 国际商务是超越了国界产生的围绕企业经营的事务性活动, 主要是指企业从事国际贸易和国际投资过程中产生的跨国经营活动。国际贸易包括货物、服务和知识产权交易; 国际投资, 主要是指国际直接投资, 包括独资、合资和合作经营。

2. 多国企业指企业在两个或两个以上的国家经营, 并在国外直接投资成立分公司等, 其主要目的是希望能复制成功的经营模式至其他地区, 以及逐行其全球运筹式的管理模式。

多国公司指两个或两个以上国家的资本联合组成的国际经济组织。其活动范围和经营特点类似跨国公司, 不同的是它不属于一国垄断资本所有。第三世界国家与外资的联合, 一般属于联合企业组织, 如中外合资企业。

跨国公司就是指具有全球性经营动机和一体化的经营战略, 在多个国家拥有从事生产经营活动的分支机构, 并将它们置于统一的全球性经营计划之下的大型企业。

3. 经常项目主要反映一国与他国之间实际资源的转移, 是国际收支中最重要的项目。资本与金融项目反映的是国际资本流动, 包括长期或短期的资本流出和资本流入。是国际收支平衡表的第二大类项目。

4. 即期交易是商品实体能立即被转让给购买者的一种交易方式。又称现期交易、现货交易。远期合同交易、期货交易的对称。其强调的重点是现货的交易, 即买卖的商品是现实存在着的, 且能够立即完成交易。远期交易是指买卖双方签订远期合同, 规定在未来某一时期进行交易的一种交易方式。

5. 是指在“不完全竞争”市场中, 政府积极运用补贴或出口鼓励等措施对那些被认为存在着规模经济、外部经济或大量“租”(某种要素所得到的高于该要素用于其他用途所获得的收益)的产业予以扶持, 扩大本国厂商在国际市场上所占的市场份额, 把超额利润从外国厂商转移给本国厂商, 以增加本国经济福利和加强在有外国竞争对手的国际市场上的战略地位。

6. 是交易双方约定以货币 A 交换一定数量的货币 B, 并以约定价格在未来的约定日期用货币 B 反向交换同样数量的货币 A。外汇掉期形式灵活多样, 但本质上都是利率产品。首次换入高利率货币的一方必然要对另一方予以补偿, 补偿的金额取决于两种货币间的利率水平差异, 补偿的方式既可通过到期的交换价格反映, 也可通过单独支付利差的形式反映。

7. 生产要素包括人力资源、天然资源、知识资源、资本资源、基础设施。需求条件主要是本国市场的需求。相关产业和支持产业的表现这些产业和相关上游产业是否有国际竞争力。企业的战略、结构、竞争对手的表现。

8. 远期升水是指一种货币的远期汇率高于即期汇率。在直接标价法的情况下, 远期汇

率如果是升水，则把升水数的小数加入即期汇率的买入价，把升水数的大数加入即期汇率的卖出价。在间接标价法下，如果远期升水，则从即期汇率的卖出价减去升水数的大数，从即期汇率的买入价减去升水数的小数。

远期贴水是指远期汇率低于即期汇率。在直接标价法的情况下，远期汇率如果是远期贴水，就在即期汇率的基础上减去贴水数，即为远期汇率。在间接标价法的情况下，正好相反，远期汇率如果是远期贴水，就要在即期汇率的基础上加上贴水数，即为远期汇率。

9. 费雪效应是由著名的经济学家费雪第一个揭示了通货膨胀率预期与利率之间关系的一个发现，它指出当通货膨胀率预期上升时，利率也将上升。 $\text{名义利率} = \text{实际利率} + \text{通货膨胀率}$ 。

10. 是指开证银行应申请人的要求并按其指示向第三方开立的载有一定金额的，在一定的期限内凭符合规定的单据付款的书面保证文件。信用证是国际贸易中最主要、最常用的支付方式。

## 二、判断题(每小题3分,共30分)

1. 错误。GNI所说的“一国”指一国国民，即只要是该国公民，无论在什么地方创造的最终产品与劳务的市场价值都应计入。GDP所说的“一国”指一国境内，即只要是在该国领土上，无论哪国人创造的最终产品和劳务的市场价值都应计入。

国内生产总值(GDP)以地域范围作为统计标准；而国民总收入(GNI)以人口作为统计标准。国民总收入(GNI)与国内生产总值(GDP)不同，国民总收入是个收入概念，而国内生产总值是个生产概念。

$\text{GNI} = \text{GDP} + \text{本国公民在国外创造的价值总和} - \text{外国公民在本国创造的价值总和}$ 。

2. 错误。一国在一定时期内出口贸易总值小于进口贸易总值，即贸易逆差。一国弥补贸易逆差最常用的方法是使该国货币贬值从而降低出口产品价格，增强该国产品国际竞争力，增加出口外汇收入，使该国外汇储备增加进而弥补贸易逆差。国际投资并不一定会弥补贸易逆差，例如美国，对美国的投资反而增长了它的贸易逆差。对外投资，赚取他国的利润才可以弥补贸易逆差。

3. 错误。要素禀赋理论认为一个国家生产和出口那些大量使用本国供给丰富的生产要素的产品，价格就低，因而有比较优势；相反，生产那些需大量使用本国稀缺的生产要素的产品，价格便贵，出口就不利。各国应尽可能利用供给丰富、价格便宜的生产要素，生产廉价产品输出，以交换别国价廉物美的商品。

4. 错误。国际商务是超越了国界产生的围绕企业经营的事务性活动，主要是指企业从事国际贸易和国际投资过程中产生的跨国经营活动。国际贸易包括货物、服务和知识产权交易；国际投资，主要是指国际直接投资，包括独资、合资和合作经营。

5. 错误。石油输出国组织其宗旨是协调和统一各成员国的石油政策，并确定以最适宜的手段来维护它们各自和共同的利益。欧佩克成员国对当前形势和市场走向加以分析预测，明确经济增长速率和石油供求状况等多项基本因素，然后据此磋商在其石油政策中进行何种调整。例如，在以往数次大会中，欧佩克成员国曾分别确定提高或是减少该组织的总体石油产量，以便维持石油价格的稳定，为消费者提供稳定的短期、中期乃至长期的石油供应。

国际商品协定是指某种商品的主要生产出口国之间，或者主要生产国与主要进口国之间为了稳定或者操纵该种商品的世界市场价格，获得足够的垄断利润，保证世界范围内的供求基本平衡而签订的多边国际协议。

所以石油输出国组织是国际商品协定。

6. 错误。特许经营是指特许经营权拥有者以合同约定的形式,允许被特许经营者有偿使用其名称、商标、专有技术、产品及运作管理经验等从事经营活动的商业经营模式。

特许商不仅提供给加盟商商标、特殊技能,而且还提供一整套营销和管理的系统,包括培训、店址选择、行为规范、财务制度等。

所以麦当劳是特许经营而不是一般的许可使用经营方式。

7. 错误。按外汇市场的外部形态进行分类,外汇市场可以分为无形外汇市场和有形外汇市场。无形外汇市场,也称为抽象的外汇市场,是指没有固定、具体场所的外汇市场。也就是题中的场外市场。主要特点是:第一,没有确定的开盘与收盘时间。第二,外汇买卖双方无需进行面对面的交易,外汇供给者和需求者凭借电传、电报和电话等通信设备进行与外汇机构的联系。第三,各主体之间有较好的信任关系,否则,这种交易难以完成。目前,除了个别欧洲大陆国家的一部分银行与顾客之间的外汇交易还在外汇交易所进行外,世界各国的外汇交易均通过现代通讯网络进行。无形外汇市场已成为今日外汇市场的主导形式。所以场外市场才是今日外汇市场的主导形式。

8. 错误。保守主义的信条是:确认一切可能的损失,避免预计任何可能的收益。乐观主义则相反。所以乐观的国家倾向于高估资产和收入,而保守的国家在确认收入时比较严格。

9. 错误。现行汇率法是各种折算方法中最为简便易行的一种方法,也是最早采用的一种方法。它对所有的资产和负债项目,都按编表日的期末汇率折算,但业主权益项目按投入资本时的历史汇率折算,折算差额作为资产负债表的一个单独项目“折算调整额”,累计列示在所有者权益之下。

时态法对货币性项目以及以现行成本计价的资产采用期末汇率,其他资产和负债项目按取得时的历史汇率折算,折算差额直接记入当期合并损益中。

10. 错误。直接标价法用1个单位或100个单位的外国货币作为基准,折算为一定数额的本国货币。在直接标价法下,外国货币作为基准货币,本国货币作为标价货币;标价货币(本国货币)数额随着外国货币或本国货币币值的变化而变化。

人民币采用直接标价法,欧元和英镑采用间接标价法。

### 三、简答题(每小题7分,共28分)

1. (1) 国际商务面临着更加复杂多变的商务环境。由于各国政体和国体的差异而使企业面临政治制度、法律制度、税收制度以及货币汇率制度等与国内不同的政治环境;经济体制、经济政策、经济发展程度、基础设施水平等与国内不同的经济环境;语言、文化传统、价值观、消费习惯等不同的文化环境;自然环境、地理位置、资源等不同的地理环境。

(2) 国际商务面临着更大的风险。政治风险,由于政治制度不同和冲突带来的风险;法律风险,各国由于工商业法律、管理制度、贸易条规等不同带来的风险;外汇风险,两国汇率变动给企业带来的风险;税收风险,由于税收政策变化带来的风险。

(3) 国际商务决策的难度更大。国际商务决策需要考虑的因素更大更复杂。这就要求决策者需要综合考虑各种因素,包括自身和竞争者因素,国内国外因素,经济政治文化因素。

(4) 国际商务的经营模式多样化。国际货物贸易、国际服务贸易、国际间接投资、国际直接投资。

2. 图1 其中曲线  $S$ 、 $D$  分别表示国内供给和需求曲线； $P_w$  表示征收关税前的世界价格，即自由贸易条件下的价格； $P_t$  征收关税后的国内价格；假设关税为从量税， $t$  表示对单位进口商品所征收的关税，则征收关税后国内价格可表示为： $P_t = P_w + t$ 。

### (1) 关税的生产效应

关税的生产效应是指征收关税后，国内进口替代部门的生产厂商面对的国内市场价格提高，从而能够补偿因产出增加而提高的边际成本，于是国内生产增加。在自由贸易下，对应于世界价格  $P_w$ ，国内生产为  $Q_1$ ；征收关税之后，国内价格由原来的  $P_w$  上升至  $P_t$ ，此时，国内生产提高到  $Q_3$ ，即征收关税后，国内生产增加了  $Q_1 Q_3$ 。生产者剩余由原来的  $\triangle ICP_w$  的面积变为  $\triangle IAP_t$  的面积，即增加面积为  $a$ ，此即为征收关税后生产者的福利所得。在征收关税的情况下， $C$  由政府所得，产生政府的财政收入效应。

### (2) 关税的消费效应

关税的消费效应是指征收关税使国内市场价格提高，只要国内的需求弹性大于零，国内价格提高必然导致消费量的减少。

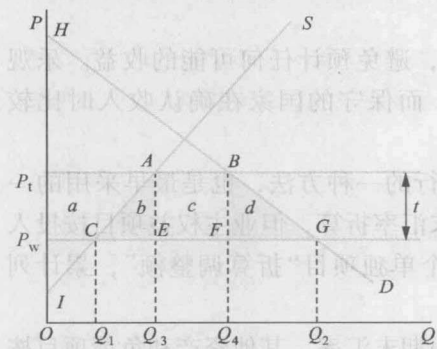


图1 配额效应

图1中，征收关税后，国内消费量为  $Q_4$ ，与征收关税前的消费量  $Q_2$  相比，消费量减少了  $Q_4 Q_2$ 。消费者剩余由原来的  $\triangle HGP_w$  的面积变为  $\triangle HBP_t$  的面积，即减少面积为  $(a+b+c+d)$ 。

图1中曲线  $S$ 、 $D$  分别表示国内供给和需求曲线； $P_w$  表示征收关税前的世界价格，国内生产  $OQ_1$ ，国内消费  $OQ_2$ ，进口量为  $Q_1 Q_2$ 。加入进口限额  $Q_3 Q_4$  后价格上涨为  $P_t$ 。生产者剩余增加了  $a$ ，消费者剩余减少  $(a+b+c+d)$ ，净福利效应 =  $a - (a+b+c+d) = -(b+c+d)$ 。

而在实行配额的情况下，它的归属取决于进口国分配配额的方式以及世界市场上该商品的出口商品状况。现实中，分配配额常常与许可证一同使用。

**【翔高点评】**在理解关税和配额效应时要结合图形，会更加形象直观。考生在平时练习时可以自己画出图形进行分析，再参考书上查漏补缺。

3. 外国债券是指外国借款人(政府、私人公司或国际金融机构)所在国与发行市场所在国具有不同的国籍并以发行市场所在国的货币为面值货币发行的债券。对于发行方式，现在有两种，其一是公募，另一种就是私募。公募指向社会上不特别指定的广大投资者进行募集资金。

欧洲债券是票面金额货币并非发行国家当地货币的债券。是指以外在通货为单位，在本国外在通货市场进行买卖的债券。欧洲债券不受任何国家资本市场的限制，免扣缴税，其面额可以发行者当地的通货或其他通货为计算单位。对多国公司集团及第三世界政府而言，欧洲债券是他们筹措资金的重要渠道。欧洲债券并不是指在欧洲发行的债券，它并非局限于地理概念上的欧洲范围。

全球债券是指在全世界的主要国际金融市场(主要是美、日、欧)上同时发行，并在全球多个证交所上市，进行24小时交易的债券。全球债券在美国证券交易委员会登记，以记名形式发行。这种新型债券为欧洲借款人接近美国投资者提供了工具，同时其全球24小时交易也使全球债券具有了高度流动性。

#### 4. (1) 货币政策

当央行认为对于外汇市场的干预是有效的且干预结果将与政府的货币政策一致时，央行在外汇市场的参与将影响汇率。央行的参与通常是通过买入或卖出本币以将本币稳定在一个被认为是真实和理想的水平。市场的其他参与者对于政府货币政策对于汇率影响的判断以及对于将来政策的预期同样会对汇率产生影响。

#### (2) 政治形势

如果全球形势趋于紧张，则会导致外汇市场的不稳定，一些货币的非正常流入或流出将发生，最后可能的结果是汇率的大幅波动。政治形势的稳定与否关系着货币的稳定与否，通常意义上，一国的政治形势越稳定，则该国的货币越稳定。

#### (3) 国际收支状况

一国的国际收支状况将导致其本币汇率的波动。国际收支是一国居民的一切对外经济、金融关系的总结。一国的国际收支状况反映着该国在国际上的经济地位，也影响着该国的宏观与微观经济的运行。国际收支状况的影响归根结底是外汇的供求关系对汇率的影响。

#### (4) 利率

当一国的主导利率相对于另一国的利率上升或下降时，为追求更高的资金回报，低利率的货币将被卖出，而高利率的货币将被买入。由于相对高利率货币的需求增加，故该货币对其他货币将升值。

### 四、案例分析(42分，每题21分)

#### 1. (1) 北美自由贸易协定为沃尔玛在墨西哥的成功打开了大门。

北美自由贸易区由美国、加拿大和墨西哥3国组成三个会员国彼此必须遵守协定规定的原则和规则，如国民待遇、最惠国待遇及程序上的透明化等来实现其宗旨，藉以消除贸易障碍。自由贸易区内的国家货物可以互相流通并减免关税，而贸易区以外的国家则仍然维持原关税及壁垒。

① 减免税收。在建立北美自由贸易区以前，最大的难题之一就是墨西哥对在沃尔玛商铺中销售的很多商品都征收进口税，这就使得沃尔玛很难实现“天天低价”的营销策略。北美自由贸易协定将美国销往墨西哥产品的出口关税从10%降低到了3%，贸易壁垒不复存在。沃尔玛跟墨西哥的那些企业拥有了同等的地位，拥有了成为墨西哥最大的零售商的所有条件。

② 运输条件改善。协定签订以前墨西哥的公路状况很差以及运货卡车的缺乏，物流供应也遇到了麻烦。北美自由贸易协定促使墨西哥改善了运输条件，这就使沃尔玛得以解决物流问题。从而实现了“无缝”供应链的运用，大大降低了物流成本，调高运输效率。

③ 吸引外资当地建厂，降低产品进口成本。北美自由贸易协定的签署还为外国向墨西哥投资打开了大门。沃尔玛从亚洲和欧洲等地进口商品时要缴纳大额进口税。外国企业意识到如果在墨西哥建立制造工厂，除了可以享受在北美自由贸易区内向墨西哥、美国和加拿大免税的货运好处，还可以利用成本较低的墨西哥劳动力来降低生产成本。由于这些企业开始在墨西哥投资建厂，沃尔玛也就可以直接从当地生产商那里购买商品而不需再缴纳高额进口税。

#### (2) 沃尔玛在墨西哥的成功离不开自己独特的经营策略。

① 低价策略。沃尔玛不是简单地享受低关税带来的收益，而是采取降低产品价格的策略。沃尔玛与众不同之处在于，它想尽一切办法从进货渠道、分销方式以及营销费用、行政



开支等各方面节省资金，提出了“天天平价、始终如一”的口号，并努力实现价格比其他超市更便宜的承诺。严谨的采购态度，完善的发货系统和先进的存货管理是促成沃尔玛做到成本最低、价格最便宜的关键因素。

② 传达以及信息反馈的速度。总部的高速电脑与 16 个发货中心以及 1000 多家的商店连接。通过商店付款台激光扫描器售出的每一件货物，都会自动记入电脑。当某一货品库存减少到一定数量时，电脑就会发出信号，提醒商店及时向总部要求进货。总部安排货源后送往离商店最近的一个发货中心，再由发货中心的电脑安排发送时间和路线。在商店发出订单后 36 小时内所需货品就会出现在仓库的货架上。这种高效率的存货管理，使公司能迅速掌握销售情况和市场需求趋势，及时补充库存不足。这样可以减少存货风险、降低资金积压的额度，加速资金运转速度。

③ 完善的物流管理系统。沃尔玛被称为零售配送革命的领袖。其独特的配送体系，大大降低了成本，加速了存货周转，成为“天天低价”的最有力的支持。沃尔玛补充存货的方法被称为“交叉装卸法”。这套“不停留送货”的供货系统共包括三部分：高效率的配送中心——沃尔玛的供应商根据各分店的订单将货品送至沃尔玛的配送中心，配送中心则负责完成对商品的筛选、包装和分检工作；迅速的运输系统——沃尔玛的机动运输车队是其供货系统的另一个无可比拟的优势；先进的卫星通讯网络——沃尔玛巨资建立的卫星通讯网络系统使其供货系统更趋完美

④ “无缝”供应链的运用。物流的涵义不仅包括了物资流动和存储，还包含了上下游企业的配合程度。沃尔玛之所以能够取得成功，很大程度上在于沃尔玛采取了“无缝点对点”的物流系统。在供应链中，每一个供应者都是这个链当中的一个环节，沃尔玛使整个供应链成为一个非常平稳、光滑、顺畅的过程。这样，沃尔玛的运输、配送以及对于订单与购买的处理等所有的过程，都是一个完整网络当中的一部分，这样大大降低了物流成本。

⑥ 注重经验积累。刚进入墨西哥市场时由于不清楚当地的需求，沃尔玛的货架上堆满了溜冰鞋、渔具和乘骑式草坪割草机等在墨西哥根本不受欢迎的商品。当地的店铺经理也未意识到这一点，而是将其全部打折出售，结果使沃尔玛的自动定货系统在第一批商品卖出去之后又接着续订这些商品。当沃尔玛意识到这些问题时，及时更改货架上的商品以及修正自动订货系统。积累经验避免类似错误的发生。

**【翔高点评】**在做这种案例分析时，不要只是罗列一些知识点，这样会让阅卷者感觉答案空虚，一定要结合案例来阐述自己的答案，让自己的论据更加充实更有说服力。在做这道题的时候，考生可以用不同的符号来标明不同问题的答案，例如本案例中要求论述北美自由贸易协定和沃尔玛自己的策略对沃尔玛成功的影响，那么我们在阅读的时候就可以用直线画出北美自由贸易协定的部分，用波浪线画出沃尔玛自己策略作用的部分。这样在接下来做题的时候条理就更加的明显，避免了重复阅读浪费时间。

2. (1) 200 万欧元 = 125 万英镑 1 英镑 = 1.6200 美元

200 万欧元 =  $125 \times 1.6200 = 202.5$  万英镑

现在支付 200 万欧元需要 202.5 万英镑。

(2) 若美国进口商不采取保值措施，就不用考虑期货市场的汇率情况，只考虑外汇市场汇率变动。

签订合约日现汇市场上英镑汇率  $GBP1 = USD1.6200$ ，进口价值 125 万英镑，则应支付  $125 \times 1.62 = 202.5$  万英镑

六个月后，外汇市场上英镑汇率上升为  $GBP1 = USD1.6325$ ，进口价值 125 万英镑，则应