



现代经济与管理类规划教材

国际商务

——理论与实务

(第2版)

王建华 主编 邹志波 曹细玉 副主编



清华大学出版社 · 北京交通大学出版社

◇ 现代经济与管理类规划教材

国际商务——理论与实务

(第2版)

王建华 主 编
邹志波 曹细玉 副主编

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书采用理论与实务相结合的编写方法。全书内容分为三大部分：第一部分为国际商务基础理论知识，包括导论、国际贸易理论和国际商务环境；第二部分为国际商务活动，主要包括国际货物贸易、国际技术贸易、对外直接投资和国际间接投资；第三部分为国际商务管理，包括国际商务战略管理、国际市场营销、人力资源管理和国际企业财务管理。

本书内容全面，通俗易懂，既可以作为经济类管理类本科生、自考生、经济管理干部的学习和培训教材，也适合所有对国际商务知识感兴趣的读者。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签，无标签者不得销售。

版权所有，侵权必究。侵权举报电话：010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

国际商务：理论与实务/王建华主编. —2版. —北京：清华大学出版社；北京交通大学出版社，2012.11

(现代经济与管理类规划教材)

ISBN 978-7-5121-1229-2

I. ① 国… II. ① 王… III. ① 国际商务-高等学校-教材 IV. ① F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 238898 号

责任编辑：吴嫦娥 特邀编辑：林夕莲

出版发行：清华大学出版社 邮编：100084 电话：010-62776969 <http://www.tup.com.cn>

北京交通大学出版社 邮编：100044 电话：010-51686414 <http://press.bjtu.edu.cn>

印刷者：北京市德美印刷厂

经 销：全国新华书店

开 本：185×260 印张：14.5 字数：359 千字

版 次：2012 年 11 月第 2 版 2012 年 11 月第 4 次印刷

书 号：ISBN 978-7-5121-1229-2/F·1106

印 数：12 001~15 000 册 定价：29.00 元

本书如有质量问题，请向北京交通大学出版社质监组反映。对您的意见和批评，我们表示欢迎和感谢。

投诉电话：010-51686043, 51686008; 传真：010-62225406; E-mail: press@bjtu.edu.cn。

第2版前言

随着世界经济一体化进程的发展和企业国际化步伐的加快,以国际商品贸易、服务贸易、跨国投资等为主要形式的国际商务活动也得到了长足的发展。纵观国际商务的发展历史,第二次世界大战是国际商务发展的分水岭。在第二次世界大战前,限于国际商务环境的制约,国际商务活动虽已达到一定的规模,但从总体上看,国际商务仍处于初级发展阶段。第二次世界大战后,随着各国经济发展水平的提高、国际经济一体化程度的加大、科学技术发展水平的提高及跨国公司的迅猛发展,国际商务环境已发生了根本的改变。在此背景下,国际商务活动无论从规模、地位、内容、形式、制度等方面都发生了巨大的变化。进入 21 世纪后,国际商务活动使得各国经济相互依存、相互影响的程度进一步加深。

改革开放 20 多年来,中国经济与世界经济的联系日趋密切,国际商务活动的形式也呈现出多样化的特征。与此相对应,中国企业的国际化经营也达到了一个新的水平。2001 年,我国加入世界贸易组织,这意味着中国经济、中国企业面临着更为全球化的市场、更为全球化的竞争。

目前有关国际商务的教材或涉及国际商务内容的书籍较多,但其中多侧重于理论分析或实务训练,而将两者结合起来的教材或书籍并不多。另外,部分已出版的教材在内容安排上偏多,不适应目前多数学校在该门课程上规定的课时数。针对这一情况,我们编写了这本教材。本教材以目前大量的主要用于专业类的国内外相关教材(主要是国际贸易、国际金融、国际商务、战略管理、国际市场营销等)为基础,有重点地选择其中的核心内容,并辅之以新的编写思路。教材力求通俗易懂,并有较宽的覆盖面,使学生能够在有限的课时里掌握较多的国际商务方面的知识。

本书由汕头大学商学院王建华主编,邹志波和曹细玉为副主编。全书共 10 章,其中第 1、第 3~5 章由王建华编写,第 2、第 6 章由冯家斌编写,第 7、第 9 章由曹细玉编写,第 8、第 10 章由邹志波编写。全书由王建华修改定稿。

尽管我们已尽了全力,但由于编者水平所限,书中难免有疏漏或错误之处,恳请读者批评指正。

编者

2012 年 9 月

目 录

第1章 导论	1
1.1 国际商务的概念与经营形式	1
1.1.1 国际商务的概念	1
1.1.2 国际商务的经营形式	1
1.1.3 国际商务的发展现状与特点	2
1.1.4 国际商务与国内商务的比较	4
1.2 世界经济一体化与企业国际化	5
1.2.1 世界经济一体化	5
1.2.2 企业国际化	5
1.2.3 我国企业的国际化	6
1.3 跨国公司	6
1.3.1 跨国公司的概念	6
1.3.2 跨国公司的经营特征	7
1.3.3 跨国公司的发展现状与经济贡献	8
◇ 本章核心概念	8
◇ 本章练习题	8
第2章 国际商务环境	10
2.1 概述	10
2.2 国际商务的经济环境	11
2.2.1 经济制度	11
2.2.2 经济发展阶段	12
2.2.3 目标国经济环境	13
2.2.4 国际经济环境	14
2.3 国际商务的政治与法律环境	16
2.3.1 政治环境与政治风险	16
2.3.2 政治风险的规避	17
2.3.3 法律环境的影响	18
2.3.4 国际商务争端解决	19
2.4 国际商务的社会文化环境	20
2.4.1 文化的构成	20
2.4.2 民族文化的差异	21
2.4.3 跨文化的国际商务开展	23

2.5 国际商务环境的评估	24
2.5.1 国别冷热比较法	25
2.5.2 罗氏等级评分法	25
2.5.3 闵氏评估法	27
2.5.4 投资障碍分析法	27
2.5.5 道氏公司动态分析法	28
◇ 本章核心概念	29
◇ 本章练习题	29
◇ 案例分析	29
第3章 国际货物贸易	31
3.1 国际货物贸易的主要理论	31
3.1.1 绝对优势理论	31
3.1.2 比较优势理论	32
3.1.3 要素禀赋理论	32
3.1.4 新贸易理论	33
3.2 国际货物贸易政策	35
3.2.1 关税措施	35
3.2.2 非关税壁垒	37
3.2.3 鼓励出口的措施	39
3.3 国际货物贸易实务	40
3.3.1 国际货物贸易的交易条件	40
3.3.2 国际货物贸易买卖合同的磋商与履行	54
◇ 本章核心概念	57
◇ 本章练习题	57
◇ 案例分析	58
第4章 国际服务与技术贸易	60
4.1 国际服务贸易	60
4.1.1 服务的含义	60
4.1.2 服务的特征	60
4.1.3 服务的分类	61
4.1.4 国际服务贸易的发展与特点	62
4.1.5 我国的服务贸易发展	62
4.2 服务贸易总协定	63
4.2.1 服务贸易总协定的产生与主要条款	63
4.2.2 服务贸易总协定的后续谈判	65
4.2.3 我国在主要服务行业的承诺	65
4.3 国际技术贸易	65

4.3.1	技术的概念	65
4.3.2	技术的分类	66
4.3.3	国际技术贸易的含义与形式	66
4.3.4	国际技术贸易的方式	67
4.3.5	国际技术贸易与国际货物贸易的区别	68
4.4	与贸易有关的知识产权	69
4.4.1	知识产权的概念	69
4.4.2	与贸易有关的知识产权	70
4.4.3	知识产权的主要特点	70
4.4.4	专利、专有技术与商标	71
4.4.5	与国际技术贸易有关的国际公约、条约与惯例	75
4.5	国际技术贸易合同	77
4.5.1	国际技术贸易合同的主体和类型	77
4.5.2	国际技术贸易合同的特点	78
4.5.3	国际技术贸易合同的一般结构	79
◇	本章核心概念	81
◇	本章练习题	81
◇	案例分析	82
第5章	对外直接投资	83
5.1	对外直接投资理论	83
5.1.1	垄断优势理论	83
5.1.2	内部化理论	84
5.1.3	国际生产折衷理论	85
5.1.4	比较优势理论	85
5.2	对外直接投资的形式	86
5.2.1	国际独资经营企业	86
5.2.2	国际合资经营企业	89
5.2.3	国际合作经营	91
5.3	国际直接投资的其他方式	95
5.3.1	国际租赁投资	95
5.3.2	BOT 投资	97
5.3.3	国际工程承包	99
5.3.4	OEM	100
◇	本章核心概念	101
◇	本章练习题	101
◇	案例分析	102
第6章	国际间接投资	103

6.1 概述	103
6.1.1 国际间接投资概述	103
6.1.2 国际间接投资特点	103
6.1.3 国际间接投资形式	104
6.2 国际股票投资	105
6.2.1 股票概述	105
6.2.2 国际股票与国际股票市场	106
6.2.3 国际股票发行与交易	110
6.2.4 国际股价指数	113
6.3 国际债券投资	115
6.3.1 债券概述	115
6.3.2 国际债券和国际债券市场	116
6.3.3 国际债券的发行	119
6.3.4 国际债券的等级评定	120
◇ 本章核心概念	121
◇ 本章练习题	121
◇ 案例分析	121
第7章 国际商务战略管理	123
7.1 战略管理的内容和层次	123
7.1.1 战略管理的概念及其特征	123
7.1.2 战略管理的内容	124
7.1.3 战略管理的层次	126
7.2 国际商务战略规划与实施	128
7.2.1 战略环境分析	128
7.2.2 国际商务战略目标	139
7.2.3 战略实施	140
7.3 国际商务战略管理中的竞争理论	140
7.3.1 国际商务战略管理的一般竞争理论	140
7.3.2 国际商务战略管理的国际竞争理论	143
◇ 本章核心概念	144
◇ 本章练习题	144
◇ 案例分析	145
第8章 国际市场营销	147
8.1 国际市场营销概述	147
8.1.1 市场营销与国际市场营销	147
8.1.2 国际市场营销环境	148
8.1.3 国际市场营销调研	150

8.1.4 国际市场细分	151
8.2 国际市场营销产品策略	153
8.2.1 产品的概念与层次	153
8.2.2 国际产品生命周期及营销策略	154
8.2.3 国际产品标准化与差异化	156
8.2.4 国际产品品牌策略	157
8.2.5 国际新产品开发策略	158
8.3 国际市场营销价格策略	160
8.3.1 影响国际产品定价的主要因素	160
8.3.2 国际产品定价方法	161
8.3.3 国际产品定价的基本策略	162
8.3.4 国际产品定价的其他策略	164
8.4 国际市场分销渠道策略	164
8.4.1 国际市场进入渠道策略	164
8.4.2 国际市场营销渠道策略	166
8.4.3 国外中间商的选择与激励	168
8.5 国际市场营销促销策略	169
8.5.1 国际广告	169
8.5.2 人员推销	170
8.5.3 营业推广	170
8.5.4 国际公共关系	170
◇ 本章核心概念	171
◇ 本章练习题	171
◇ 案例分析	172

第9章 国际人力资源管理	174
9.1 国际人力资源管理概况	174
9.1.1 国际人力资源管理的定义和内容	174
9.1.2 国际人力资源管理的目的和复杂性	175
9.2 国际人力资源招聘与选拔	176
9.2.1 对母国外派人员的选拔	176
9.2.2 对东道国人员的选拔	181
9.2.3 对第三国人员的选拔	183
9.3 国际人力资源培训与开发	183
9.3.1 国际人力资源培训与开发的特点	183
9.3.2 国际人力资源培训与开发的具体操作	184
9.4 国际人力资源绩效评估与薪酬激励	186
9.4.1 国际人力资源绩效评估	186
9.4.2 国际人力资源薪酬激励	189

◇ 本章核心概念	192
◇ 本章练习题	192
◇ 案例分析	193
第 10 章 国际财务管理	196
10.1 国际融资的管理	196
10.1.1 国际融资的概念及其特点	196
10.1.2 资金成本与资本结构	197
10.1.3 国际信贷融资	198
10.1.4 国际证券融资	200
10.2 营运资金的管理	204
10.2.1 营运资金及其管理目标	204
10.2.2 现金管理	205
10.2.3 应收账款管理	206
10.2.4 存货管理	209
10.3 国际转移价格	210
10.3.1 国际转移价格及其作用	210
10.3.2 影响国际转移定价的因素	211
10.3.3 国际转移定价的方法	211
10.4 国际税收的管理	213
10.4.1 国际税收管理概述	213
10.4.2 国际重复征税及其免除	215
10.4.3 国际避税	216
◇ 本章核心概念	217
◇ 本章练习题	217
◇ 案例分析	218
参考文献	219

➔ 第 1 章

导 论

本章主要内容

- 国际商务的概念与经营形式
- 国际商务的发展与现状
- 经济全球化与企业国际化
- 跨国公司



1.1

国际商务的概念与经营形式

1.1.1 国际商务的概念

虽然国内外学者对国际商务（International Business）概念的描述有所不同，但其本质内容基本一致。

加拿大学者鲁格曼和美国学者霍杰茨认为：国际商务是一门研究为满足个人及组织需求而进行跨国经济交易的学科。这里的经济交易包括贸易，如进口和出口，以及对海外企业的直接投资。

美国学者科斯认为：国际商务包括越过国界的任何形式的商业活动。它包括任何形式的经济资源——商品、劳务（如技术、熟练劳动力、运输）和资本的国际转移。

国内学者梁能认为：国际商务学主要研究的是国与国之间的商务活动。这个定义包括两层含义：一是国际商务研究的是跨越国界的经济活动；二是国际商务研究的是商业性的经济活动，而不是非商业性的跨国经济活动。

综上所述，国际商务的概念可以概括为：国际商务是一种以商品、劳务、资本和技术等经济资源的国际转移为主要内容的跨国商务活动。

1.1.2 国际商务的经营形式

国际商务是一个历史范畴，它的内容和形式随着经济发展而不断丰富和多样化。目前，国际商务活动的主要形式包括以下 5 个方面。

(1) 国际货物贸易

国际货物贸易即货物的出口与进口，它是最古老也是最为重要的国际商务活动形式。与

其他的国际商务形式相比,国际货物贸易相对容易,因而往往是企业从事国际商务活动的第一步。

(2) 国际服务贸易

国际服务贸易是指国家之间出售和购买服务的贸易。第二次世界大战前,国际服务贸易的内容和形式主要与国际货物贸易有关,如银行服务、保险服务、交通运输服务等;第二次世界大战后,许多新的服务贸易形式涌现出来,如信息类服务、咨询类服务等。

(3) 国际技术贸易

国际技术贸易是指跨越国境的技术转让或许可的行为。与一般的国际货物贸易和服务贸易的对象不同,国际技术贸易的对象主要指专利、商标、技术秘诀等知识类产品,并且其所交易的主要是使用权利。

(4) 国际间接投资

国际间接投资即证券投资,是投资者为了获得股息、红利和利息等资本收益而以股票、债券等证券形式所进行的跨越国境的投资。随着国际金融市场的一体化进程,国际间接投资的规模也越来越大。

(5) 国际直接投资

国际直接投资是指投资者在海外以独资、合资、合作的形式建立企业,并进行经营和管理的投资形式。国际直接投资是国际投资的最初形式,也是国际投资最重要的形式。第二次世界大战后,国际直接投资无论从规模还是从形式上都发生了很大的变化。

1.1.3 国际商务的发展现状与特点

国际商务作为一种跨越国界的经济活动,是在一定的历史条件下形成和发展的。纵观国际商务的发展历史,第二次世界大战无疑是国际商务发展的分水岭。在第二次世界大战前,限于国际商务环境的种种制约,国际商务活动虽已达到一定的规模,但总体上看,仍处于初级发展阶段。第二次世界大战后,随着各国经济发展的水平提高、国际经济一体化的程度加大、科学技术发展水平的提高及跨国公司迅猛发展,国际商务环境已发生了根本的改变。在此背景下,国际商务在规模、地位、内容、形式、制度等方面都有巨大的变化。

1. 国际货物贸易的发展现状与特点

国际货物贸易是最为古老的国际商务活动,它是随着生产力的发展和社会分工的扩大而逐步形成的。第二次世界大战后,国际货物贸易发展迅速,除 1951—1952 年、1957—1958 年、1974—1975 年、1980—1983 年国际货物贸易有所下降外,在其余年份,国际货物贸易都是直线上升,并且其上升幅度都快于同期的世界生产的增长。进入 20 世纪 90 年代以来,国际货物贸易增长速度年平均达到 6% 以上,远远快于同期世界生产增长率,进入 21 世纪后,国际货物贸易增长速度出现一定程度上的波动,2000 年国际货物贸易增长率为 12.5%,但 2001—2003 年增速出现下降,国际货物贸易速度慢于同期世界生产的增长速度。2004 年后,国际货物贸易增速有所加快。2006 年世界贸易总额为 24 442 万亿美元,比 2005 年增长 14%。在国际货物贸易总量出现快速增长的同时,也曾现出一些特点。一是国际货物贸易发展的不平衡,大量的国际货物贸易主要集中在北美、欧盟和亚洲这三个地区。据统计,这三个区域的国际货物贸易已占到全球货物贸易的 80% 以上;而其他地区,如非洲和拉美只占

到很少的份额。二是在国际货物贸易总量中,制成品贸易增长迅速,已成为国际货物贸易的主体。2008年后,在国际金融危机及欧债危机的影响下,国际货物贸易增速明显放缓,波动幅度加大,贸易保护主义抬头。

2. 国际服务贸易的发展现状与特点

国际服务贸易伴随着国际货物贸易形成和发展,20世纪60年代以来,世界经济重心开始转向服务业,国际服务贸易也得以迅速发展。1970年,国际服务贸易总额为700亿美元,1980年为3800亿美元,1990年为8660亿美元,2000年为14164亿美元,2008年达到37800亿美元的最高历史水平,在1970—2008年的38年里,国际服务贸易总量增加了54倍。与国际货物贸易一样,2008年后,国际服务贸易增速下降,甚至出现了负增长。但与国际货物贸易一样,国际服务贸易也存在严重的不平衡现象,发达国家不仅在服务贸易总额方面占有绝对优势,并且存在巨额顺差。2007年,在世界服务贸易出口额的前十位国家和地区中,只有中国一个发展中国家进入了前十名。

3. 国际投资的发展现状与特点

第二次世界大战前,国际投资以间接投资为主,并且投资规模非常有限。根据有关资料显示,从18世纪末19世纪初的第二次工业革命到第二次世界大战结束前夕的一个多世纪时间里,国际投资规模总额不到800亿美元。从第二次世界大战到20世纪70年代,为国际投资的恢复增长阶段,在这段期间,发达国家的对外投资总额由1945年的510亿美元增长到1978年的6000亿美元。在国际投资的形式上,对外直接投资取代间接投资成为国际投资的主流形式。1945年,国际直接投资总额为200亿美元,1978年国际直接投资达到3693亿美元,国际直接投资占总投资的比重由1945年的39.2%增加到1978年的61.6%。20世纪80年代后,受金融创新、跨国公司全球化经营等多种因素的共同影响下,国际投资发展迅速,其增长速度大大高于同期世界总产值和世界货物贸易的增长速度,成为此时期世界经济发展中最为活跃的因素。据统计,20世纪80年代以来,国际直接投资流量年平均增长率在20%以上,1982年国际直接投资额为570亿美元,到2000年国际直接投资总额达到12710亿美元,其绝对数增加了21倍多,而同期世界国民生产总值仅由106120亿美元增长到318950亿美元,其绝对数仅增加2倍多。在此阶段,国际间接投资增长速度更是远远超过国际直接投资的增长速度,在2000年仅跨国证券交易的规模就已达世界国民生产总值的数倍。2001—2003年,国际投资特别是国际直接投资出现了明显的下滑,2001年的国际直接投资比2000年下降41%,2002年又比2001年下降13%,2003比2002年下降11.7%,2004国际直接投资出现恢复性增长,当年国际直接投资总额为6480亿美元,比2003年增长2%。2008年后,国际投资规模波动性增大。当前,国际投资呈现出以下特色:

① 从国际投资区域流向看,发达国家之间的相互投资仍是国际投资的主流,发展中国家虽然在国际投资中的比重不高,但发展速度较快;

② 从投资产业流向看,国际投资主要集中在制造业、服务业和高新技术产业部门;

③ 从国际投资主体看,跨国公司已成为当今国际投资的最主要力量;

④ 从国际投资的形式看,在直接投资、间接投资等传统形式继续发挥重要作用外,跨国并购成为当前国际资本流动的主要形式;

⑤ 在融资方式证券化背景下,国际间接投资的比重越来越大。

1.1.4 国际商务与国内商务的比较

国际商务与国内商务有许多共同点和联系。首先,两种商务活动的最终目的一致。以企业为例,企业从事国际商务与从事国内商务的最终目的都是为了实现收益的最大化或股东权益的最大化。其次,两种商务活动所遵循的基本原则一致,即企业在国际商务经营过程中和国内商务经营过程中都遵循一些共同的基本原则,如质量管理、成本控制、市场开拓和人力资本管理等。第三,国内商务活动往往是企业从事国际商务活动的基础,并且多数企业同时经营着这两类业务。

但与国内商务相比,国际商务也有一些明显的特点。

1. 国际商务面临着更为复杂多变的国际环境

国际商务活动跨越不同的主权国家,这就决定了它要面临着比国内商务活动更为复杂的商务环境,如由于各国政体和国体的差异而使企业可能面临着政治制度、法律制度、税收制度及货币汇率制度等与国内不同的政治环境;由于经济体制、经济政策、经济发展程度、基础设施水平等不同而使企业面临着与国内不同的经济环境;由于语言、文化传统、价值观、消费习惯等不同而使企业面临着与国内不同的文化环境;由于自然环境、地理位置、资源禀赋等不同而使企业面临着与国内不同的地理环境等。

2. 国际商务面临着更大的风险

风险是指由于不确定性的存在而带来损失的可能性。国际商务面临着复杂多变的国际环境,这就意味着它将面临着较大的风险。主要包括以下内容。

① 政治风险。指由于政治制度不同和冲突带来的风险,如来自东道国的国有化政策、外汇管制、进口限制及政治制裁、来自东道国与母国的政治冲突、关系恶化等。

② 法律风险。指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,诸如成文法和判例法对于一些具体商务活动的不同规定、各国对产品责任法的不同理解等。

③ 外汇风险。指由于两国汇率变动给企业带来的风险,如在以外币计价交易中,由于该种外币与本币汇率发生变动而可能引起亏损的交易风险、由于意料不到的汇率变动使公司未来收益可能发生减少的经济风险等。

④ 税收风险。指由于财政政策意料之外的变化及有关税收政策的变化所带来的风险,如关税政策的调整、各国国内所得税政策的调整等。

⑤ 其他。诸如由于文化冲突带来的风险,由于种族、信仰不同带来的风险等。

3. 国际商务决策的难度更大

与国内商务决策相比,国际商务决策具有一定的特殊性。

首先,在影响决策的因素上,国际商务决策需要考虑的因素比国内商务决策更多、更复杂。这就要求决策者在决策时要综合考虑影响决策的各种因素,不但要考虑企业自身因素,还要考虑其他竞争者因素;不但要考虑东道国因素,还要考虑本国因素;不但要考虑经济方面的因素,还要考虑政治、文化等各方面因素。

其次,国际商务决策的重点和决策方法与国内商务有所不同。在国际商务决策上,企业根据不同的进入战略,在决策时重点有所不同。如出口,企业更多的是考虑本企业产品在东道国是否有质量和价格优势。而直接投资的决策则比较复杂,企业决策的重点在于分析自身在东道国经营活动中所具有的优势与劣势以及可能出现的各种机遇与挑战。在分析方法上,

国际商务决策对于法律、金融、地理知识及东道国文化因素的要求更高,对于分析的准确性要求更高。

第三,国际商务决策的难度和风险要比国内商务决策大。由于国际商务决策所涉及的不确定性因素多,企业自身不可控制的因素多,这就决定了国际商务决策的难度和风险比国内商务决策大。

1.2

世界经济一体化与企业国际化

1.2.1 世界经济一体化

世界经济一体化是指世界各国经济融入全球经济的现象,即世界各国参与国际分工和国际交换,经济资源实现全球配置的现象。其具体表现为贸易自由化、金融国际化、生产国际化、市场国际化和政策协调化。世界经济一体化主要是通过三条渠道来实现的:一是各种国际商务活动,即国际货物贸易、国际服务贸易和技术贸易、国际直接和间接投资来实现的,各种国际商务活动把世界各国(地区)的商品市场和金融市场联系起来,形成了国际化市场;第二条渠道是跨国公司通过其在世界各国(地区)的分支机构把各种国际商务活动的计划、协调、分工、管理和组织联系起来,形成了世界经济一体化的内部运作机制;第三条渠道是通过各种多边及双边协议、公约和国际性、地区性经济组织和政治组织的制度性规定和工作,从而形成了世界经济一体化的体制和制度。世界经济一体化是全球经济发展的趋势,它一方面意味着世界各国的经济发展不再受制于本国的生产、消费、资金与市场的约束,同时也意味着全球的竞争及国际化的规则与制度。

1.2.2 企业国际化

企业是经济的微观主体之一,企业国际化是世界经济一体化的表现形式,也是实现世界经济一体化的途径。目前,学术界对企业国际化的内涵还存在不同的理解,比较有代表的观点有以下4种。

(1) 企业国际化就是指企业的跨国经营活动

持有这一观点的学者以英国教授斯蒂芬·扬(Stephen Young)为代表,他在其《国际市场进入与发展》一书中认为,企业国际化就是指企业进行跨国经营的所有方式,包括产品出口、直接投资、技术许可、特许经营等。

(2) 企业国际化是企业经营与企业自身的国际化过程

梁能在其《国际商务》一书中认为:企业国际化主要有两方面的含义,其一是企业经营的国际化,即企业的经营活动范围从国内到国际化的过程;其二是企业自身的国际化,即企业从一个本土企业发展成为跨国企业的过程。

(3) 企业国际化是企业有意识地追逐国际市场的行为

美国学者理查德·罗宾逊(Richard D. Robinson)在其《企业国际化导论》一书中认为,企业国际化是企业在产品及其要素流动的过程中,对市场国际化而不是对某一特定市场所做出的反应。

(4) 企业国际化是一个渐进发展的过程

20 世纪 70 年代,瑞典学者约翰森(Johanson)、瓦海恩(Vahlne)和瓦德歇姆·保罗(Wiedesheim Paul)等对瑞典四家制造商跨国经营的历史进行调查,提出了企业国际化是企业由国内市场向国际市场渐进演变的观点,具体表现为企业对国际市场逐渐提高承诺的连续形式。在他们对四家企业的 63 家海外销售分部的调查中,有 56 家都是从最先的出口中间商的基础上发展起来的,只有 7 家从纯国内经营直接在海外建立销售分部。在海外生产分公司的设立上,没有一家从纯国内经营直接建立海外生产分公司,有 28 家是从海外销售分部发展起来的。

1.2.3 我国企业的国际化

在我国,对企业国际化的认识及实践经历了一个逐步深化的过程。在改革开放初期,对企业国际化的理解就是企业参与国际贸易,即企业通过产品的对外销售,赚取外汇、进口所需要的设备和技术,以提高企业产品的质量和在国际市场上的竞争力;或利用国内与国际市场的产品价格差异,进口商品,获得差价收益。随着我国改革开放的逐步深入,特别是 2001 年我国加入世界贸易组织后,我国的企业对国际化有了更深的理解,即企业国际化不仅仅只是产品进入国际市场,其本质是实现经济资源的国际化配置,是以国际化意识并按照国际化的规则从事企业的各项经营活动。与改革开放初期相比,我国企业目前的国际化意识和水平已有很大的提高,企业国际化的内容和形式出现多样化的局面,不仅仅是国际货物贸易得到迅速发展,国际服务贸易、国际直接投资、国际间接投资也出现了一定的发展。在国际化进程中,我国也涌现出一些国际化水平比较高的企业。但应该清醒地看到,我国目前大多数企业参与国际分工的内容主要还停留在国际贸易的初级阶段,企业的国际化意识、经济资源的全球化配置及按国际化规则运营的机制还都处于较低的水平,与当前世界经济一体化的步伐还有一定的差距,还需要我国企业更多的努力。



1.3 跨国公司

1.3.1 跨国公司的概念

跨国公司(Transnational Corporation)的发展可以追溯到 19 世纪 20 年代,当时的一些经济发达国家的垄断企业就开始在国外建厂,就地生产,跨国公司的雏形已经形成。但第二次世界大战前,跨国公司无论从数量、规模还是对世界经济的影响上看都较为有限。第二次世界大战后,特别是自 20 世纪 50 年代后期起,在生产和资本国际化、科技革命及各国经济政策变化的背景下,跨国公司得到迅速发展。目前,跨国公司已成为国际投资、国际贸易及其他国际经贸活动最重要力量。

从有关经济文献看,对跨国公司的称谓很多,如多国公司、国际公司、国际企业、多国企业、环球企业等,因而对于跨国公司的定义,目前尚未统一的定义。联合国秘书处曾对跨国公司定义为:“在两个或两个以上国家支配工厂、矿山、海外办事处等资产的企业。”联合国经济与社会理事会于 20 世纪 70 年代初召开会议,就跨国公司的定义与准则进行讨论,并

于1974年8月第57届会议上通过决议,将各种有关称谓统一为“跨国公司”,并定义为:“跨国公司是由两个或两个以上国际营业的一组企业组成,这些企业是根据自有资本所有权、合同或其他安排建立的共同控制体制下营业的,各实体在实施全球战略时,相互彼此分享各种资源和分担责任。”1983年联合国跨国公司中心发表的《世界发展中跨国公司第三次调查》认为,“跨国公司是指这样的一种企业:①包括设在两个或两个以上国家的实体,不管这些实体的法律形式和领域如何;②在一个决策体系下经营,能通过一个或几个决策中心采取一致的对策和实行共同的战略;③各实体通过股权或其他方式形成的联系,能够使其中的一个或几个实体可以对别的实体施加影响,特别是同其他实体分享资源和分担责任。”

在学术界,人们对跨国公司的理解和定义还存在很大的差异,有的学者以结构标准对跨国公司进行定义,如英国著名跨国公司专家邓宁就认为,跨国公司就是在一个以上的国家拥有或控制生产设备(如工厂、矿山、炼油厂、分配机构等)的一个企业;有的学者以经营业绩标准对跨国公司进行定义,如罗尔夫认为,一个跨国公司应该有25%或者更多的国外份额的一个公司。而美国学者弗农则认为,销售额在1亿美元的公司不可以称为跨国公司;有的学者以行为特征标准来定义跨国公司,如美国学者霍华德·巴尔马特认为,企业是否成为具有严格现代意义的跨国公司,必须以其战略决策的取向作为重要标准,只有那些实现了全球取向战略决策的企业才称得上是真正的跨国公司。

虽然人们对跨国公司的理解和定义还不同,但对跨国公司的本质特征已达成共识:第一,跨国公司具有全球战略;第二,跨国公司必须在两个或两个以上的国家拥有或控制资产;第三,跨国公司在海外的资产和收益在公司总资产和收益中应占有较大比例。

1.3.2 跨国公司的经营特征

1. 全球战略目标

早期的跨国公司多属于贸易型公司,并且只是在局部地区设立公司进行生产和销售活动。第二次世界大战后,随着科学技术的发展及生产和资本国际化程度的提高,跨国公司在资本、生产、技术及劳动力等方面高度集中,其自身实力也得到迅速扩张。在此阶段,跨国公司的子公司、分公司已遍布世界各个地区,其经营领域也涉及生产、流通、投资、服务等各个方面。跨国公司新的发展特点决定了它必须实施全球战略目标,即以全球视野来安排投资、生产、销售、服务、技术开发等经营活动,以全球利润最大化为目标,而不能仅考虑某一区域、某一公司的得失。

2. 全球一体化经营

为实现全球战略目标,跨国公司就必须实行全球一体化经营,即总公司对诸如分支机构设立、产品生产与销售安排、资金流动、人员配置、技术开发等公司重大活动拥有绝对的控制权。只有这样,才能实现跨国公司在全球范围内实现资源的合理配置,充分利用公司的比较优势,合理安排公司内的产业结构和制定适合自身的发展战略,从而使跨国公司的经济效益达到最大化。

3. 经营方式的不断发展和创新

影响跨国公司经营方式选择的因素很多,诸如,国际经济与政治形势、东道国的政策、跨国公司自身的实力及不同行业的特点等。跨国公司之所以能够在多变的经营环境中快速发