

现代国际商务丛书

洪银兴 张二震 | 主编

国际商务导论

洪银兴◎著

《国际商务导论》

当今世界，经济竞争日趋激烈，国际市场商战正酣。

本书精辟分析了国际商务环境，概述了国际商务全貌，讲述了国际商务战略，为您参与国际市场竞争、

从事贸易投资等商务活动提供宏观指导。

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

中国图书出版社

现代国际商务丛书

洪银兴 著

国际商务导论

中国青年出版社

(京)新登字 083 号

图书在版编目(CIP)数据

国际商务导论/洪银兴著. —北京:中国青年出版社,
1996. 10

(现代国际商务丛书)

ISBN 7-5006-2266-X

I. 国… II. 洪… III. 国际贸易-商务-概论 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 11608 号

社址:北京东四 12 条 21 号 邮政编码:100708

中国青年出版社印刷厂印刷 新华书店经销

*

850×1168 1/32 9 印张 2 插页 175 千字

1996 年 10 月北京第 1 版 1996 年 10 月北京第 1 次印刷

印数 1—8,000 册 定价 13.00 元

总 序

80年代初开始，中国人民冲破了长期的自我封闭状态，勇敢地向世界敞开了大门。“走向世界市场”，已成为有战略远见的企业家们的实际行动。随着改革开放的不断深入，我国经济的开放度日益扩大。国际上一般用一国进出口总额占国民生产总值的比重来表示经济开放度，按照这一指标，1995年我国经济开放度已经超过了40%。这就是说，我们不仅消费着约占国民生产总值20%的外国商品，我们还有约占国民生产总值20%以上的产品的实现依赖于世界市场。中国经济已经日益与世界经济融为一体。与此同时，国际贸易、国际融资、引进外资、对外投资等国际商务活动也得到了迅猛发展。

进入90年代以来，国际经济呈现出与80年代初我国改革开放起步阶段时不同的特点。虽然“冷战”结束后的世界并不太平，但是和平和发展已成为当今世界的主题。随着国际分工、国际交换和生产要素国际流动的深入发展，各国的经济日益国际化了。所谓经济国际化实质是市场的自由化和国际化，从一国的角度看，其主要特征：一是市场高度开放，国内市场成为世界市场的一部分，即没有国内市场和国际市场之分，而只有

世界市场的国内部分和国外部分之别，国内市场和国际市场实际上合二为一；二是产业的全面开放，无论是第一产业、第二产业还是第三产业，都向世界开放，全面参与国际竞争，关税、配额等保护贸易措施降至最必要的水平，本国产业依靠竞争获得发展、提升的动力；三是投资领域的自由化和国际化，国外资本和国内资本可以在相同的条件下进行投资，外资享受国民待遇，同时本国对外投资增长迅速，引进外资和对外投资渐趋平衡。可见，经济国际化实际上就是本国经济与世界经济体系的高度融合。应该说，随着我国经济开放度的不断扩大，经济国际化发展已是大势所趋。如果说，在 80 年代我们实施外向型经济发展战略时，议论得最多的是怎样扩大出口、怎样吸引更多的外资，以及怎样保护和发展民族经济的话，那么，在经济国际化更加发展的今天，我们更应注重市场开放、对外投资和跨国经营，迎接经济国际化的挑战。因此，了解并掌握有关国际商务的新理论、新情况和新知识，就显得特别重要。

什么是国际商务？用最通俗的话说，就是跨国界做生意，在全球范围内开展生产经营活动。要走出国门从事国际商务活动，需要多方面的知识。比如，开展国际贸易，就必须熟悉贸易环境、贸易政策，了解商贸惯例；进行跨国投资，就要懂得融资手段，擅长经营管理，善于规避风险；遇到贸易或投资方面的纠纷，还要能够运用法律手段来维护自己的合法权益。国际商务活动是科学和艺术的结合，因此，商务语言的运用、商务谈判的技巧、营销方式的选择，都是成功的国际商务活动所必须具备的知识。

我们主编的这套《现代国际商务丛书》，就是为了使广大读

者特别是企业家，系统掌握有关国际商务活动的知识，以适应我国扩大开放，更广泛、更全面地参与国际竞争的需要。这套由南京大学国际商学院中青年教授撰写的丛书，具有以下鲜明特色：（1）重视国际商务环境的分析，即把国际贸易、国际金融、国际投资以及跨国经营等放在整个世界经济发展的大背景下分析，使读者能从宏观的视角、从整体上把握国际商务活动的规律。因此，本丛书十分重视理论上的分析和论证，有一定的理论深度。（2）重视对国际商务活动中出现的新情况、新问题的分析和新知识的介绍，如对部门内贸易、公司内贸易现象的分析，对最新营销方式的介绍，等等。（3）重视对国际商务经营实务的介绍，向读者提供实际的操作知识，使本丛书具有较高的实用价值。另外，在行文上力求简明、通俗，深入浅出。当然，本丛书在多大程度上体现了上述特色，只有让专家学者及广大读者来评判了。

洪银兴 张二震

1996年2月于南京

目 录

前 言	1
第一章 经济国际化和国际商务	7
一、从封闭经济到开放经济	7
二、从国际贸易到国际商务	11
三、从国际资本流动到国际商务	14
四、发展的引擎	18
五、国际商务是科学和商务艺术的结合	22
第二章 国际商务的目标和约束因素	25
一、厂商从事国际商务的动机	25
二、国际商务的效益目标	29
三、国际商务的环境约束	33
四、国际商务与市场竞争环境的适应	37
五、国际商务的政府行为约束和推动	42
第三章 国际市场环境	49
一、当今国际市场竞争的格局	49

二、区域经济一体化	58
三、世界各主要市场商务环境分析	64
第四章 从比较优势到竞争优势	74
一、“比较利益陷阱”和结构劣化	74
二、比较优势转化为竞争优势	80
三、培植优势产业的贸易战略	84
四、进口替代的保护政策	92
五、出口导向的鼓励政策	99
第五章 国际资源的利用方式和效果	108
一、国际资源流动的特点	108
二、利用外资的经济效果	114
三、利用国际直接投资的方式和效益	120
四、利用国际间接投资的方式和效益	131
第六章 国际市场进入的战略和方式	137
一、进入海外市场的目的	137
二、国际市场的进入方式	143
三、目标市场的选择	148
四、出口进入的策略	155
五、投资进入的策略	168
第七章 企业的国际化经营和管理	178
一、战略计划	178
二、组织管理	185
三、生产管理	193
四、控制活动	202

第八章 国际商务的服务机制	211
一、国际商务的支持系统.....	211
二、国际运输.....	213
三、国际保险.....	222
四、国际支付和结算.....	229
五、国际租赁.....	237
六、国际咨询和国际广告.....	242
第九章 国际商务风险与规避	246
一、国际商务所面对的经济风险.....	247
二、国际商务所面对的政治风险.....	252
三、国际商务所面对的法律风险.....	255
四、国际商务风险的预防.....	258
五、对付国际商务风险的策略.....	264
主要参阅书目	272
后 记	273

前 言

经过十几年的改革开放,中国经济已经成为开放型经济。外国的产品大量进入中国市场,中国的产品也已大量进入国际市场;外商进入中国投资办厂,中国的企业也进军海外。过去的中国厂商主要在国内经商,现在的中国厂商许多在做跨国生意,或者要同进入中国的外商做生意,或者要走向国门,在国外做生意,这意味着国际商务已经和正在进入中国企业的千家万户。

厂商从国内商务转向国际商务,面对的是竞争更为激烈的市场,需要掌握许多新的国际规范的运行规则和运作工具,需要了解和遵循国际经济和商务的规律。本书作为国际商务的导论,不仅仅是解释国际商务的基本概念,还要给读者提供一个国际商务的全貌,使读者了解自己所处的整个国际商务的环境。

国际商务本身是实务性的,但它需要多方面的知识,包括经济、管理、金融、财务、营销、贸易等;它所依托的是国际经济的背景。因此作为国际商务的导论,就要将这些学科的知识集中在一起作一概论,还要给读者提供国际商务所涉及的国际经济学知识。

迄今国际商务教材和专著在国内尚不多见。国外流行的国际商务教材,基本上是以发达国家成熟的国际商务关系为对象的。发展中国家的厂商从事国际商务面对着许多与其他发达国

家不同的经济发展问题。因此，作为“导论”又必须提供国际商务所涉及的发展经济学知识。本书则从中国这样的发展中大国的实际情况出发，专门研究中国所面对的国际商务问题，特别关注中国厂商必备的国际商务战略和方法。

国际商务即跨国做生意，涉及国际贸易、国际投资和国际融资等活动，与这些活动相关的学科有国际贸易、国际金融等。国际商务同这些学科的区别，不只是在于将国际贸易、国际金融等学科分别研究的活动都包含在一起，更重要的是它从厂商出发，而不是从国家整体出发，研究在国际贸易、国际投资、国际融资中的厂商行为，特别关注厂商进入国际市场的方式、竞争策略和跨国经营的各种规则。

无论是国际贸易，还是国际投资，都要由厂商的国际商务活动去推动。在现代国际经济中，一个国家厂商从事国际商务的规模和水平，反映该国经济国际化的水平。国际经济发展的实际已证明：不能进入国际市场的国家，可确信是经济影响力下滑、居民生活水准下降的国家，而成功的参与国际商务就可抓到改善居民生活质量并使国家更加文明甚至领先的希望。企业也是这样，只有那些有能力从事跨国经营的企业才能真正成为强者。

国际商务与国内商务的明显区别是环境因素差别。国际商务活动从属于新的宏观环境因素的安排，这些环境因素有经济的，但大量的的是非经济的，其中包括政治的、法律的、社会的、习俗的、地理的等等。不同国家的商务环境有明显的差别，形成机会和风险的约束。国际商务要在对这些环境作充分了解的基础上适应它，并要从中抓到商业机会。正因为环境的重要，

所以许多国外的国际商务教材和专著，大都以国际商务环境和运作作为书名或书名的副标题。

国际商务作为厂商的行为，无论是从事国际贸易还是国际投资，都有相对独立的目标。这就是国际商务属于经营性活动，是自主经营自负盈亏的公司的经营行为，它理应以利润最大化作为目标，尽管其经营过程要受政府的对外经贸目标的制约。明确这一点非常重要。目前的某些国际商务活动偏离了这个目标，突出表现在两个方面：一是在贸易或投资过程中，只算政治帐不算经济账；二是单纯追求出口和利用外资的数量，不讲究出口和利用外资的质量和效益，以至于出口和利用外资的代价太高。国家的“九五”计划提出，要形成出口增长主要依靠质量效益的机制、引进外资不要单纯追求数量，而要把重点转到质量和效益上来。现在看来，只要把出口贸易和利用外资作为国际商务活动来对待，保障厂商在出口贸易和利用外资中的效益最大化行为，便能形成出口和利用外资的质量效益机制。

国内厂商进入国际市场有3种方式：出口进入、许可证贸易进入和投资进入。像我国这样的发展中国家的厂商进入国际市场时，海外市场基本上被发达国家和其他工业化国家的厂商占领，每个市场都要以竞争的途径进入，因此厂商进入海外市场时面对的严峻问题是：正确选择所要进入的目标国家市场，正确选择进入的方式，正确选择进入的竞争策略，进入国际市场后，还要不断地寻找市场机会，规避各种可能的市场风险。

面对变幻莫测的国际市场，企业必须采取多元化市场、多角化经营的战略。多角化经营指的是企业生产要素的多渠道投放，不仅是产品品种多元化，而且是经营内容多样化，即生产、

贸易、运输、服务多种经营，企业在多方位开拓市场的基础上面向多个市场经营。这样，不论是经营的产品，还是经营的范围，还是经营的市场，都有“黑了东方有西方”的机会，企业的市场风险大大分散化。在这里，企业不是被动地适应市场，而是积极地适应市场，及时地在不同的市场上抓住商业机会。

厂商要想进入国际市场并在激烈竞争的国际市场上站住脚，关键是自身要有竞争优势，包括出口产品有竞争优势、海外投资企业有竞争优势。

长期以来，占主导的国际分工理论是比较优势理论，现在又强调竞争优势理论，两者应该统一起来理解。就像中国有劳动力资源的比较优势，按照比较优势理论，中国的国际贸易的比较利益结构是以劳动密集型产品出口为主。而在现实的国际竞争中，劳动密集型产品不具有竞争优势，要使中国的劳动力优势成为竞争优势，就要将先进的生产要素同劳动力结合，形成有竞争优势的产品。如果将引进国外生产要素的国际商务结合进来考虑，那应该是指，将引进的国外资金、国外先进技术，同中国丰富而廉价的劳动结合，生产在国际市场上有竞争力的产品。这时的比较优势就在于，同是高技术产品，但在中国生产的劳动价格含量比在其他国家生产的低，具有费用低的优势。

国际投资的重要理论是垄断优势理论，其中包括所有权优势、内部化优势和区位优势。我国厂商的对外投资也应该努力培植这三大优势，没有这三大优势，投资进入国际市场非常困难，即使进入了也很难保住自己的地位。

所有权优势，即某个企业所特有的、其他企业不具备的优势，其中包括企业所有的资产、技术、企业管理的国际经验、开

发不同产品的能力等。目前,国际直接投资总额的90%以上属于发达国家。原因非常明显,发达国家的企业具有所有权优势。发展中国家的对外投资数额小,原因是缺乏有明显的所有权优势的企业,因此大都选择低风险的出口进入国际市场的方式。但是,对外投资不能成为发达国家垄断的领地,发展中国家应该进入。为了有效地进入对外投资领域,我们也有个培养自身的垄断优势问题。我们需要在专利、商标、技术等方面打出自己的品牌,需要在产品的差别性上形成自己的特色和垄断优势,以此为基础,我国的对外投资企业也会形成自己的竞争优势。

内部化优势。这是指企业将自己所特有的优势内部化在企业内部所产生的垄断优势。这里一方面包括公司将自己特有的资产、工业产权和技术内部化在本企业中使用,另一方面是指公司通过在各个市场上建立与生产经营相关的子公司,从而将外部分工内部化在企业内部,形成在国际市场上的垄断优势。这就提出了企业对外投资,在国际市场上建立跨国子公司的必要性。

区位优势,即目标国家市场的区位优势。其中包括该区位的自然资源、劳动力、地理位置、政府政策等方面的优势。从经济上考虑,特别重要的区位优势是该区域的市场潜能,和该区域正处于快速增长阶段。根据这个理论,我国的对外投资应该选择在具有区位优势的市场,特别是要进入处于增长中心的市场。

企业在跨国经营后,面对的重要问题是跨国企业的管理问题。跨国企业与国内经营的企业相比,在经营管理上有许多不同的特点。跨国企业的经营管理涉及全球战略计划的制定、跨

国企业内部组织机构的设计，母公司对子公司的控制等。

国际商务活动是一项风险性很强的国际经济活动。它所涉及的风险包括政治风险、外汇风险、税收风险、市场波动风险，不仅有东道国的政治经济条件变化所产生的风险，还有国际政治环境变化所产生的风险。从事商务活动的厂商对国际市场又比较生疏，这就使得国际商务活动中所面临的风险通常具有突发性以及引发因素多、预测难度大、控制难度高等特征。因此，厂商在国际商务活动中必须充分认识可能遇到的各种风险，并能掌握规避风险的方法。只有这样，才能在机遇与风险并存的国际商海中或巧妙地避开险滩暗礁，或将风险降到最低限度。

第一章 经济国际化和国际商务

什么叫国际商务？商务，最通俗地讲就是做生意，国际商务就是跨国界或境界做生意。我们过去很少听到国际商务的概念，为什么这几年国际商务会如此时髦？原因很简单，国际商务是同我国经济国际化的进程相一致的，在国际化经济中，厂商面对的商务活动大量的国际商务，厂商所从事的国际贸易、国际融资事务都可概括为厂商的国际商务活动。进入国际贸易、国际资源的流动等经济过程从事国际商务活动的公司、企业，在国际商务活动中具有厂商的行为：竞争性、经营性和赢利性。

一、从封闭经济到开放经济

国际商务的产生和发展是同经济活动国际化的进程一致的。

在现代社会中，人们要越过国境做现代经济交易，例如从日本买进汽车，从法国买进香水。许多产品也不可能单独由一个国家制造，例如汽车，精明的汽车商可能从德国进口引擎，从

韩国进口钢材，从日本进口电子系统，从英国进口皮革，从瑞典进口安全系统。资源也可以在国际间流动，成功的厂商可以利用日本的技术，马来西亚的劳工，香港的市场，所有这一切都是通过国际商务实现的。

国际商务给一个国家和人民所带来的经济福利是不可估量的。马克思和恩格斯在 100 多年前发表的《共产党宣言》中说，资本主义在它产生后的 100 多年中创造的生产力超过了过去的总和，其中一个重要原因是这些国家的商人为了扩大产品的销路，足迹走遍了全世界。在今天，新加坡、韩国、香港等国家和地区能在短短的时期中一跃成为新兴的工业化国家和地区，主要原因也是它们经济的国际化，是国际商务改变了它们的落后面貌。实践证明，一个国家的经济由封闭转为开放，经济活动国际化，是现代化的必由之路。

中国古代曾以四大发明闻名于世，也曾经有过全盛时期，但到近代落伍了。究其原因，在于封建专制在我国统治太久，自给自足的自然经济在我国延续的时间太长，与此相联系的便是长期的闭关锁国，隔绝了中国和国外的经济联系。从 1840 年开始的鸦片战争，轰开了紧闭着的清帝国的大门，中国的经济开始被卷入世界经济的漩涡，当时出现的洋务运动实际上就是一种国际商务活动。当然，在中国由此发展起来的国际经济关系和国际商务是畸形的，它带有殖民地性质，中国不是以主权国家的身份从事国际贸易和国际商务，而是成为世界列强的原料产地和商品倾销地。

中华人民共和国建立以后，由于长期受“左”的思想指导，商品经济没有得到及时的发展，自然经济的基础没有得到彻底