

对外经济贸易大学

国际工商管理学院 MBA 系列教材

# 国际企业管理

马春光 著

对外经济贸易大学出版社

对外经济贸易大学  
国际工商管理学院 MBA 系列教材

# 国际企业管理

马春光 著

对外经济贸易大学出版社

(京)新登字 182 号

图书在版编目(CIP)数据

国际企业管理/马春光著. —北京:对外经济贸易大学出版社, 2001  
ISBN 7-81078-098-0

I. 国… II. 马… III. 国际企业-企业管理-教材 IV. F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 063608 号

© 2002 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

## 国际企业管理

马春光 著

责任编辑 彭秀军

---

对外经济贸易大学出版社  
北京市朝阳区惠新东街 12 号 邮政编码:100029  
网址:<http://www.uibep.com>

---

莱芜市圣龙印务书刊有限责任公司印刷 新华书店北京发行所发行  
开本:787×1092 1/16 35.5 印张 690 千字  
2002 年 1 月北京第 1 版 2002 年 1 月第 1 次印刷

---

ISBN 7-81078-098-0/F·044  
印数:0001—5000 册 定价:54.00 元

## 总 序

我国社会主义市场经济的迅速发展,对我国的工商管理教育提出了新的要求。如何更好地为社会培养具有扎实的理论基础,熟悉市场经济运行规则,了解现代工商管理活动的理念、规范、方法和技能,具有决策能力、创新意识和开拓精神的工商管理人才,是摆在我国管理教育界面前的一个紧迫问题。工商管理硕士(Master of Business Administration, MBA)教育是以美国为代表的西方国家普遍采用的培养高层次管理人才的主要方式,而我国从 90 年代初才正式开始 MBA 教育的试点。今天,以 MBA 教育为核心的各种形式、各种层次的工商管理教育和培训在我国方兴未艾,社会对工商管理知识和人才的需求仍在膨胀。

对外经济贸易大学于 1982 年成立国际企业管理系,在我国率先引进了美国工商管理教育的课程体系,研究生和本科生多数专业课程采用英文原版教材,并用英文授课。1988 年,美国纽约州立大学董事会在对我校企业管理研究生专业的课程体系、教学质量以及学生质量进行严格评估的基础上,承认我校的企业管埋研究生相当于美国的工商管理硕士,并颁发了证书。我校也是我国第二批 MBA 教育的试点院校之一。多年来,我们走的是一条引进、消化、吸收的道路。在国际交流合作中,采用请进来和派出去的方式,培养了一批了解国际上 MBA 发展前沿、能够胜任 MBA 教学的骨干教师,在学科建设、教学和科研方面取得了丰硕成果。

作为国内较早开展工商管理教育的高校,我们有义务也有责任为我国的现代工商管理教育作出更大的贡献。为此,对外经济贸易大学国际工商管理学院经过认真策划,编写了这套“工商管理硕士课程系列教材”。我们希望通过这套教材将我们在多年教学和科研实践中的经验和成果展现给广大读者,为 MBA 学生和希望学习、了解 MBA 课程的企业管理人员以及其他人士提供最新的工商管理理念、方法和技能。

通过对我国多年工商管理教育的认真审视,结合我校工商管理教育的特色和课程体系结构,我们确定了 20 多个选题,涵盖了国家规定的 MBA 培养方案中的核心课程,同时也兼顾到课程体系的系统性与协调性、中国国情与国际可比性等问题。这套教材的编写者

都是在我校多年从事 MBA 教学的教师,多数人有在国外长期学习和工作的经历,有着丰富的 MBA 教学经验和资料的积累。在教材的编写过程中,他们本着理论联系实际这一 MBA 教学的基本要求,追求教材内容的实用性和可操作性,将他们多年在教学过程中积累和编写出的案例用于教材的编写,使教材的内容更加充实。他们还力求教材内容难易适度,图文并茂,可读性强。我相信,通过教材编著者的辛勤耕作和对外经济贸易大学出版社的大力支持,这套教材会以崭新的内容和形式呈现在广大读者面前。

我们编写这套 MBA 教材的另一个目的是积极寻求与国内兄弟院校的合作与交流。我们恳请国内同行和此套教材的使用者提出建议和批评,以便我们改进。

对外经济贸易大学副校长

徐子健

2000 年 6 月 30 日

## 前言

20 世纪 90 年代以来,人类进入了信息和知识经济时代。随着世界经济一体化步伐的加快,企业的经营活动也从 60 年代末至 80 年代中期的国际化过渡到全球化,且日益呈现出加剧的趋势。

改革开放 20 多年来,在我国经济体制从计划经济向社会主义市场经济转轨的过程中,国内经济正在逐渐与世界经济接轨,国内市场已经成为国际市场不可分割的一部分。截止到 2000 年底,我国已累计批准外商投资企业 364 345 家,协议外资金额 6 767.18 亿美元,实际使用外资 3 486.24 亿美元;国际上已有 300 多家大型跨国公司在华投资,直接参与国内市场的竞争,外商投资企业的进出口占全国外贸总额的比重已接近 50%。我国的外贸依存度已从改革开放之初的 8% 上升到 2000 年底的 43%,标志着我国经济与世界经济接轨的程度在不断加大,而我国加入世界贸易组织(WTO)必将会加速这一进程。

随着我国国内市场经济体制的不断完善和我国经济与世界经济接轨程度的加深,我国企业尤其是国有企业通过产业结构调整、资产重组、深化企业改革、建立现代企业制度,不断提高了市场竞争力。越来越多的我国企业立足国内,走出国门,将生产要素移动到国外进行直接投资,参与国际竞争,搞国际化经营。据不完全统计,截至 2000 年底,我国在境外投资经营的企业有 6 298 家,投资总额达 113.6 亿美元,其中中方投资为 75.7 亿美元。我国企业正在融入到企业国际化和全球化的浪潮之中,已逐渐显示出其强大的生命力,今后必将在国际竞争中发挥重要的作用。截至 2000 年年底,我国外汇储备高达 1 656 亿美元,综合国力的提高为我国企业参与全球化竞争打下了坚实的物质基础。

为了帮助我国企业经理人员更好地了解和掌握国际企业的运作方式,笔者在多年来为企业管理专业的研究生、MBA 研究生、EMBA 研究生和企业高级管理人员讲授企业国际化经营和管理的基础上,编写了《国际企业管理》这本 MBA 系列教材。该书主要涉及一个企业所处的国际环境以及处在这种变化莫测、激烈竞争的环境下,企业走向国际化、全球化的理论根据、发展过程、管理方式、控制手段、经营战略和国际企业管理人员所应具备的素质、条件和能力等内容。

在本书的编写过程中,对外经济贸易大学国际工商管理学院院长张新民教授给予了大力支持。北京大学国际经营管理研究所所长、光华管理学院张国有教授提出了宝贵意

见。对外经济贸易大学出版社彭秀军总编辑、编辑部刘传志主任和朱成器教授为此书的整理和编辑工作付出了大量的心血;出版社社长刘军教授在本书的出版过程中给予了大力的支持和帮助,在此一并表示感谢。

由于编写时间仓促,编者水平有限,文中可能还有一些缺陷和纰漏,敬请读者批评指正。

对外经济贸易大学国际工商管理学院

马春光

2001年12月28日

## 目 录

|                              |       |
|------------------------------|-------|
| <b>第一章 国际企业管理概论</b> .....    | (1)   |
| 第一节 国际企业.....                | (1)   |
| 第二节 国际企业经营环境 .....           | (35)  |
| <b>第二章 国际企业的发展模式</b> .....   | (52)  |
| 第一节 国际企业的发展阶段 .....          | (52)  |
| 第二节 我国企业的发展阶段 .....          | (60)  |
| 第三节 国际企业外部化发展模式 .....        | (76)  |
| <b>第三章 国际企业经营模式</b> .....    | (98)  |
| 第一节 国际贸易 .....               | (98)  |
| 第二节 国际连锁经营.....              | (119) |
| 第三节 有价证券投资.....              | (136) |
| 第四节 对外直接投资.....              | (146) |
| <b>第四章 国际企业经营战略</b> .....    | (170) |
| 第一节 企业经营战略.....              | (170) |
| 第二节 经营战略分析方法.....            | (205) |
| 第三节 企业经营战略的创新.....           | (218) |
| <b>第五章 我国企业国际化经营</b> .....   | (236) |
| 第一节 企业国际化经营与国际收支平衡.....      | (236) |
| 第二节 我国企业国际化经营的必要条件.....      | (264) |
| <b>第六章 企业国际化经营理论体系</b> ..... | (291) |
| 第一节 国际化经营理论.....             | (291) |

---

|             |                         |              |
|-------------|-------------------------|--------------|
| 第二节         | 全球化经营理论·····            | (304)        |
| <b>第七章</b>  | <b>国际企业的组织管理·····</b>   | <b>(321)</b> |
| 第一节         | 管理的开放系统模式·····          | (321)        |
| 第二节         | 企业的组织设计·····            | (346)        |
| 第三节         | 企业的管理体制·····            | (357)        |
| <b>第八章</b>  | <b>国际企业的人力资源管理·····</b> | <b>(368)</b> |
| 第一节         | 行为科学在企业人力资源管理中的应用·····  | (368)        |
| 第二节         | 人力资源管理·····             | (400)        |
| <b>第九章</b>  | <b>国际企业的财务管理·····</b>   | <b>(423)</b> |
| 第一节         | 国际企业内部资金管理·····         | (423)        |
| 第二节         | 国际企业子公司的股权策略·····       | (432)        |
| 第三节         | 国际企业的外币换算·····          | (437)        |
| 第四节         | 国际企业审计·····             | (445)        |
| <b>第十章</b>  | <b>国际企业跨文化管理·····</b>   | <b>(454)</b> |
| 第一节         | 企业文化·····               | (454)        |
| 第二节         | 跨文化管理与全球化经营谬误·····      | (466)        |
| <b>第十一章</b> | <b>国际企业决策方法·····</b>    | <b>(483)</b> |
| 第一节         | 风险条件下的决策·····           | (483)        |
| 第二节         | 定量决策方法·····             | (488)        |
| <b>第十二章</b> | <b>国际企业的定价机制·····</b>   | <b>(514)</b> |
| 第一节         | 转移价格和正常交易价格·····        | (514)        |
| 第二节         | 转移定价在企业国际化经营活动中的应用····· | (538)        |

## 第一章 国际企业管理概论

### 【本章提要】

本章主要涉及国际企业和企业国际化经营、跨国公司在企业国际化和全球化中的地位和作用以及国际企业的经营环境和分析方法。

### 【本章学习目标】

通过本章的学习,着重了解企业开展国际化和全球化经营所处的国际经济环境特点、发展趋势,企业参与国际竞争所需的必要条件,以及国际化经营和管理人才的素质、能力和培养方式等。

## 第一节 国际企业

### 一、国际企业和企业国际化经营

#### (一)企业国际化经营特点

20 世纪 90 年代以来,人类进入了信息和知识经济时代。随着世界经济一体化步伐的加快,企业的经营活动也从 20 世纪 60 年代末至 80 年代中期的国际化过渡到全球化,且日益呈现出加剧的趋势。

企业进行对外直接投资和跨国经营,是当代生产社会化发展的必然趋势。随着关税和贸易总协定的结束和世界贸易组织的成立,世界上越来越多的企业进入了“无国界竞争时代”,企业国际化经营已从单一的把商品推向国际市场,进入到从生产、销售、服务以至产品开发和研究一体化的全方位时期。

过去五年,全球跨国投资保持较高的增长速度,跨国投资金额从 1995 年的 3 287 亿美元,增加到 1999 年的 8 650 亿美元,2000 年超过 1 万亿美元。据权威机构预测,未来五年,全球跨国投资仍将持续增长。大量的跨国资金流动,为我国吸引外资提供了有利的外部条件。

改革开放 20 多年来,在我国经济体制从计划经济向社会主义市场经济转轨的过程中,国内经济正在逐渐与世界经济接轨,国内市场已经成为国际市场不可分割的一部分。我国实行改革开放 20 年来,在对外经济交往方面取得了举世瞩目的成就,除了商品进出口贸易值翻了一番外,在吸收外商投资、兴办海外企业、开展劳务出口等方面都有很大发展。截至 2000 年底,我国外贸进出口总额达 4 743 亿美元,其中外贸出口额为 2 492 亿美元,在世界的排名已由 1999 年的第 9 位上升至第 7 位,占世界出口贸易总额的比重也由 1999 年的 3.4% 上升至 2000 年的 3.9%;进口额为 2 251 亿美元,在世界的排名上升至第 8 位。外贸依存度(占国内生产总值的比例)已从改革开放之初的 8% 上升到 2000 年底的 43%,标志着中国经济与世界经济接轨的程度在不断加大,而中国即将加入世界贸易组织(WTO)必将会加速这一进程。据外经贸部统计,截至 2000 年 12 月底,我国已累计批准外商投资企业 364 345 个,合同外资金额 6 767.18 亿美元,就业职工达数千万人;国际上已有 300 多家大型跨国公司在华投资,直接参与国内市场的竞争,外商投资企业的进出口额占全国外贸总额的比重已达 50%。

随着中国国内市场经济体制的不断完善和中国经济与世界经济接轨程度的加大,中国企业尤其是国有企业通过产业结构调整、资产重组、深化企业改革、建立现代企业制度,不断提高了市场竞争力。越来越多的中国企业立足国内,走出国门,将生产要素移动到国外进行直接投资,参与国际竞争,搞国际化经营。据不完全统计,截至 2000 年底,我国在海外 130 多个国家和地区开办了 1 万多家贸易和生产型企业(其中乡镇企业 6 500 多家),投资总额达 70 多亿美元。中国企业正在溶入到企业国际化和全球化的浪潮之中,已逐渐显示出其强大的生命力,今后必将在国际竞争中发挥重要的作用。

综观改革开放 20 年来中国企业改革的历程和经营现状,从总体来说,中国企业在管理体制、经营机制、管理理念、企业文化、组织结构、管理方法和手段、人员素质和能力等诸多方面与西方企业尤其是大型跨国公司仍相差甚远。加入世界贸易组织后,中国的经济结构和发展将面临很大的冲击和挑战,中国企业如何在国内和国际两个市场上应对新的挑战? 中国企业如何进一步加大其国际化的力度,参与国际竞争? 作为在校的企业管理专业的学生,如何在学习和借鉴西方企业管理理论和知识的同时,系统地思考、分析和研究中国企业参与国际竞争,开展国际化经营的管理策略,提出颇有新意的建议与对策,为我国企业的国际化经营和发展尽力,是一项很有意义的工作。

蓬勃发展的境内“三资企业”和不断增长的我国海外企业现状证明,中国企业国际化已经成为一种不可逆转的趋势。我国大中型企业,尤其是企业集团如何抓住有利时机转换经营机制,向实业化、集团化、国际化、多元化、综合化发展,进行跨国经营,直接参与国际竞争,努力开拓国际市场,在国际市场上最大限度地发挥自己的优势,这对于增强企业活

力,提高管理效益,促进我国经济的发展具有重要的现实意义。江泽民总书记在党的第十四次全国代表大会上的报告中指出:“积极开拓国际市场,促进对外贸易多元化,发展外向型经济”,和“积极扩大我国企业的对外投资和跨国经营”。我国企业如何进行跨国经营或称作国际化经营,对我们来说是一个比较新的课题。

## (二)国际企业

何谓国际企业?企业进行跨国经营与国际化经营属于同一概念,均涉及国际范围内的产品、技术、劳务、信息、资金、人才等的流通和管理,而从事上述经营活动的企业(实体)称之为国际企业。国际企业是将各国经济连接在一起的重要力量,其国际生产流动过程的中心环节,是通过对其企业人力、物力、财力等要素的有效规划、组织协调、指挥和控制,形成有形和无形资产在国际间的移动,获取利润,推动世界经济的发展。在过去的几十年中,世界上数以百万计的国际企业和数以万计的跨国公司参与国际竞争,形成了一股强劲的国际化潮流。从理论上讲,研究我国企业如何进行跨国经营和建立我国的跨国公司属于国际企业管理学的范畴。

## 二、世界经济一体化和企业经营全球化

### (一)世界经济一体化

#### 1. 新经济的本质和特征

“新经济”现已成为社会的流行语,它有许多同义词,如“数字经济”、“网络经济”、“互联网经济”、“知识经济”等。它表达了一个所有涉及以数字网络为基础的市场或经济模式。在这种模式中,出售的主要不是物质财富,而是信息财富。信息可以在不离开拥有者的情况下被转移、出售和交流,人们既可以销售“产品”,也可以出售“主意”。信息可以在不增加费用的情况下,通过网络成千上万地发送出去。

因此,新经济的本质实际上就是知识资本化,知识成为创造财富的主要资源,人们通过知识的质量,而不是通过数量创造剩余价值。在物质生产中,生产资源会不断地被消耗,而在信息经济中,知识资源却是取之不尽、用之不竭的源泉,知识资源被使用得越多它反而会更加丰厚。

“新经济”时代的最大特点,就是传统的规则被打破了、被改变了。过去那种“生产规模越大、生产成本越低”传统的规模经济的观念受到了挑战,因为在信息化生产中小批量生产的成本不会比大批量生产的成本高多少,反而是面向顾客的单个生产甚至比批量生产更有效。现在有些公司已经开始根据个人要求先由计算机设计单件或小批量的衣服、家

具,调制化妆品等方案,然后通过计算机网络把设计方案发送到千里之外的当地工厂的数控机床上加工并销售给客户,整个过程完全不受地域和设备的限制。

通过计算机网络,公司设计人员和客户可直接对话,共同参与设计,从而生产出完全体现个人要求的服装、家具、汽车和住房。

新经济发展的速度也是有目共睹的。它的速度甚至使企业不用考虑资金的原始积累,不用去考虑单纯的利润。发展就是一切,无论什么模式,只要能实现最快速度的发展就是好的模式,发展速度成了衡量企业效益的重要标准。

新经济并非是完全无序的。新经济的本质是知识资本化,而知识更新速度是极快的。人们目前强调的创新就是顺应了知识性经济(即新经济)的需求延伸出的管理及经济理论。因为知识是在高度分化融合,其更新的速度又绝非其他经济元素所能比拟的。所以,作为个体存在的经济体在整个经济体系中的地位时时刻刻随其知识含量的变化而变化,表现出来就是典型的无序性。其实这正是知识经济其创新精神的产物,其本质上的有序性是由知识的创新要求决定的,它将伴随新经济的存在而长期存在。

其次,新经济特征中的随机性是由于目前正处于新经济的雏形期向发展期转化的特殊阶段的结果。新经济在 1995 年前处于雏形阶段,理论体系尚未形成,各种经济个体也是在摸索中。真正信奉新经济的也仅是少数的新兴企业。一个成熟的架构应该是金字塔结构的,上层是少量的占统治地位的企业,下层是大量的中小型企业。上层结构应该是相对稳定的,而下层结构则经常变化。其实,今天的新经济企业(特别是互联网企业)无论其市值多高,知名度多高,其本身还是处于发展期。这既是独立经济个体的情况,也是新经济的总体情况。

新经济是在传统经济下产生出来的,与传统经济有着本质上的区别,这里仅就信息和商务这两部分在新经济时代和传统经济下的差别作一个对比(见图 1—1 和图 1—2)。当然,新经济的发展离不开传统经济,而传统经济只有在新经济的带动下才能再创辉煌。

## 2. 新经济衡量标准

目前,国际上对新经济尚没有一个统一的定义。从企业的角度分析,新经济可用下述 4 方面的 13 个指标来衡量<sup>①</sup>。

第一,产业结构与就业结构的变化方面:

(1)产业与就业结构指标。新经济的特征之一是以柔性生产商品与服务的生产组织方式来替代传统标准的大批量生产方式;

(2)高技术高工资职业与低技术低工资职业指标;

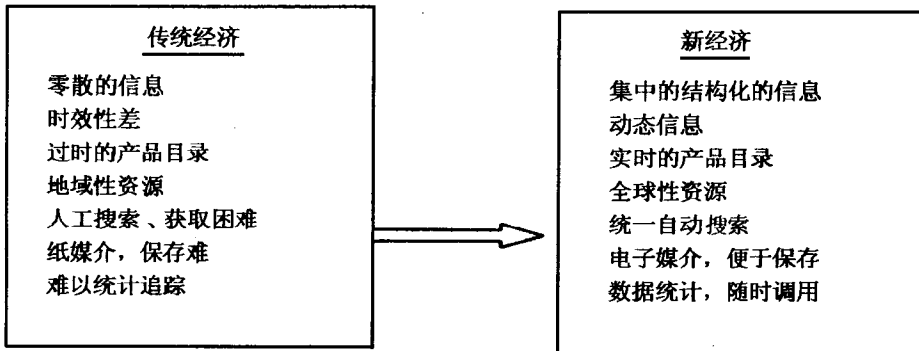


图 1—1 新经济时代的信息与传统经济下的信息的对比

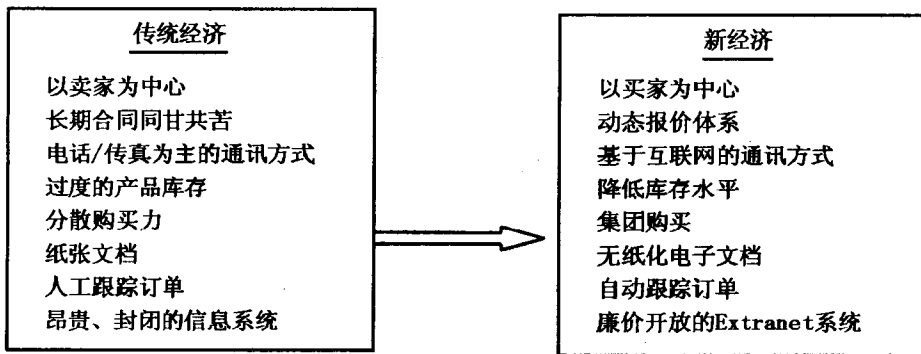


图 1—2 新经济时代的商务与传统经济下的商务的对比

第二，经济全球化方面：

(3) 贸易指标；

(4) 外国直接投资；

第三，活力与竞争方面：

(5) 新兴企业家兴办公司的快速成长；

(6) 剧烈的企业竞争；

(7) 竞争者间的合作增加；

(8) 经济经常处于不稳定之中；

(9) 用户对产品种类的选择性急剧膨胀；

(10) 新产品的开发周期大为缩短，“争夺时间”是竞争的关键；

第四,信息技术革命方面:

(11)微电子无所不在;

(12)计算成本降低;

(13)数据传输成本快速下降。

近几年来,新经济公司不断经历大的震荡,有竞争优势的企业具有以下显著特点:

(1)业内的领导者。例如提到网上书店时,便会立即想起亚马逊(Amazon.com)。

(2)拥有精明的人才。数码科技的兴起,淘汰了很多旧东西,但创意和人才除外。

(3)不懈的革新者。成功的互联网公司不断推出新方法。

(4)专心者。成功的公司会专注它的商业模式,每个行动都在为整体目标着想。

(5)行动迅速。捷足先登占领市场,并吸引资本流入。

(6)与合作伙伴竞争。小型互联网公司与传统巨型企业合作。

(7)有充裕现金。

(8)有兼并能力。一旦一家公司处于收购别人的状态中,它会不断重复收购行动,从而不断成长再成长。思科公司就是一个典型的例子,创办以来已收购数十家公司。

陷入困境的新经济企业往往具有以下特点:

(1)行政人员流失。行政总裁被迫放弃巨额的购股权而离开,表示公司董事局不再信任该行政总裁,或后者对公司前景不乐观,两种情况都不是好迹象。

(2)业务高风险。处在尚未有一个地位稳固领导者出现的行业。

(3)季度销售额不断下降。销售额不断下降,市场占有率会随之不断萎缩。

(4)股价与销售额比率低。股价与销售额比率(P/S)低,意味公司得不到投资市场重视,而不是股价偏低。P/S 低于行内平均数的公司,处境危险。

(5)网站速度缓慢。一些上市公司的网站速度非常缓慢,这表示并没有在高性能的内容传送技术上投资。

### 3. 互联网的产生和发展

互联网是人类社会 20 世纪末最伟大的发明之一,是人类文明进步的重要表现。互联网的递增效应与信息的非排他性,促使信息量以几何级数高速增长,是人类开始从工业经济向信息经济过渡的标志。它的多重开放性、高速成长性给人们以无数伟大的商业憧憬。

随着互联网的兴起和应用的普及,全球的电子商务得到了迅速的发展,具有强大生命力的电子交易手段已越来越被人们所认识。正如江泽民总书记所指出的:“电子商务代表着未来贸易方式的发展方向,其应用推广将给各成员带来更多的贸易机会。在发展电子商务方面,我们不仅要重视私营、工商部门的推动作用,同时也应该加强政府部门对发展电子商务的宏观规划和指导,并为电子商务的发展提供良好的法律环境。”

电子商务可以降低企业的促销成本,减少贸易的中间环节,降低采购成本,减少库存,节约交易成本,提高信息的利用效率,使企业在激烈的竞争中取得竞争优势。著名的管理大师杜拉克(Peter F. Drucker)教授敏锐地指出:“电子商务开创了信息革命的先河,就如同铁路开创了工业革命一样——一种全新的、前所未有的、无法预期的发展。”

据 2001 年 4 月 24 日美国《电脑工业年鉴》公布的数据,全球因特网用户已从 1998 年底的 2 亿多人增加到 2000 年底的 4.14 亿人。从地域分布上看,15 个国家和地区的用户占总用户数的 78%。按每周都使用因特网的人数计算,用户人数最多的前十个国家依次是:美国(1.14 亿)、日本(2 540 万)、德国(1 490 万)、加拿大(1 310 万)、英国(1 260 万)、韩国(1 240 万)、中国(1 130 万)、意大利(930 万)、法国(630 万)和澳大利亚(530 万)。如果将偶尔上网人数也计算在内,各国的因特网使用者平均要增加 28%,中国则以 2 250 万人排第 3 位。俄罗斯的因特网用户从 1998 年底的 140 万增加到 2000 年底的 750 万,在全球排第 15 位。

我国电子商务的发展始于 90 年代初,是以国家公共通信基础网络为基础、以国家金关工程为代表、以外经贸管理服务为重要内容的国家电子商务工程逐步发展起来的。

从 1999 年底开始,大量新的 BtoB 电子商务网站纷纷涌现,联想、海尔、首钢等大型企业斥巨资开展企业间电子商务。

据 2001 年 4 月 15 日中国电子商务协会公布的数据,2000 年中国大陆电子商务 BtoC 市场总值达 6 290 万美元。2001 年将达 1.90 亿美元,2004 年可达 32 亿美元。中国大陆 90% 的网际网络用户未来都愿意上网购物。中国大陆现有逾 600 家网络商店,占电子商务网站总数的 60%。

据 2001 年 4 月 22 日美国信息顾问公司 Meta 集团发布的电子商务全球评比报告,此次共评出 47 个国家,中国名列第 37 位,美国、日本、德国、法国和芬兰分居前 5 位。其中,美国在数字经济转化程度及全球化两个指标上领先;菲律宾在知识型工作指标上列首位;日本在科技创新方面是第 1 名;中国的科技创新单项排名是第 5 位;芬兰在经济动力方面优于其他国家。

在短短几年的互联网创业浪潮之中,随着人们对它未来发展无限多样性的认识的跃进,陆续出现了如门户网站、立体垂直、BtoC、BtoB、宽带互联以及无线互联等多种多样的商业模式。门户网站在这些商业模式中出现得最早,它的开山鼻祖——雅虎(Yahoo)于 1996 年上市,两年后达到收支平衡。其股票在资本市场上一路飙升,成为各国后来者效仿的创业神话。中国的许多创业者正是从雅虎、美国在线、亚马逊等这些美国纳斯达克(NASDAQ)市场上的神话故事开始认识网络产业并为之心动的。从 1999 年开始,国内 ICP、ISP 等网络服务商纷纷进入电子商务领域。

### (1) 互联网的优越性

首先,互联网的开放性、多重性和巨大的发展空间是门户网站最先具备的巨大优势。其次,用户群是门户网站“拥兵自重”、所向披靡的法宝。第三,从经济学的观点看,网络经济的规模经济效应相对来说不受物理极限的制约。当网站用户群达到一定的规模,为边际用户(每增加一个新用户)提供网上服务的成本极低甚至为零。第四,门户网站可以实现零库存经营。门户网站建设的固定成本相对很低,他们提供的又是虚拟产品或服务,不必建立仓库堆积大量库存。结算方式则多为预付或即时清付,因而无赖帐、呆帐之虑,现金流动性好,给企业平添了一份活力。第五,先行者的巨大优势。门户网站被看作是互联网经济的第一代商业模式,多是互联网的先行者,先行者借以时日在消费者心目中建立起来的品牌意识,是为竞争对手进入同一领域筑起的一道屏障。第六,网络广告与传统媒体相比更有效益。

### (2) 互联网零售经营

互联网使网上零售和购物成为现实,同时,网上零售又成为互联网发展的巨大推动力。在过去几年中,零售网站在发达国家尤其在美国发展迅猛。然而,研究机构 Webmergers 指出,2000 年倒闭的互联网公司多达数百家,其中 3/4 是网上零售商。夭折的网上零售商,多是因为“烧银纸”的速度惊人、边际利润微薄,以及业务规划欠完善所致。

《今日美国》报道,网上零售正在进行一场淘汰赛,但这并不意味着网上零售商业模式的死亡。研究机构 Forrester Research 估计,网民 2000 年圣诞节花在网上购物上的开支,达到 100 亿美元,是 1999 年的两倍。2000 年,美国网上销售较上年同期增长 50%。

据 2001 年 4 月 25 日美国 IDC 公布的数据,2000 年亚太地区企业通过因特网购买的零部件和原材料的总额为 128 亿美元。到 2005 年,该地区的市场规模会超过 5 160 亿美元。亚太地区的企业间电子商务市场的年平均增长率为 109%。美国的市场规模则预计从 2000 年的 1 170 亿美元扩大到 2005 年的 16 000 亿美元,年平均增长率在 68% 左右。在全球企业间电子商务市场中,亚太地区所占比率将从 2000 年的 5% 扩大到 2005 年的 12%,同时美国的市场占有率则将从 41% 缩小到 36%。

网上零售市场形势看好,一些网上零售商营业额不断增长,盈利可观。他们的成功有以下几个共同点:

第一,采用旧经济策略,价格公道。传统经济原理在网上零售世界依然行之有效,网上消费者与一般消费者同样精打细算,他们均倾向以合理价格购买。

家私网站 EZ shop.com,2000 年销售额将达 150 万美元,而且已获得盈利。除了免运费外,该网站也不像大部分零售网站那样,迫使顾客登记个人资料。

第二,审慎理财。获利的成功零售网站,例如影音产品网站 Sneetch.com 及家私网站