

国际商务

(第2版)

INTERNATIONAL BUSINESS



闫国庆 主编



清华大学出版社

国际商务

(第2版)

INTERNATIONAL BUSINESS



闫国庆 主编

清华大学出版社

北京

内 容 简 介

本书是专门为高等院校的本科生和研究生编写的国际商务教材,同时也可做外经贸人员培训用书及对国际商务感兴趣的人员的自学读物。本书共分为8章。第1章对本书的研究内容和框架进行了介绍;第2章和第3章介绍了国际竞争及其主要类型,并详细讲解了国际竞争优势理论,包括国际贸易理论、国际投资理论和国家竞争优势理论;第4章和第5章分别介绍了企业国际化过程以及企业国际化通常采用的方式;第6章对跨国经营中涉及的国际市场营销的内容进行了介绍;第7章对跨国经营中所涉及的文化、法律、政治环境进行了分析;第8章对国际商务中所涉及的跨国经营战略进行了系统的讲解,其中包括国际组织战略、国际营销战略、国际人力资源管理和国际财务管理等内容。

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/闫国庆主编. —2版. —北京:清华大学出版社,2007.7

ISBN 978-7-302-15594-0

I. 国… II. 闫… III. 国际贸易—高等学校—教材 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 098366 号

责任编辑:刘志彬

责任校对:王凤芝

责任印制:孟凡玉

出版发行:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社 总 机:010-62770175 邮购热线:010-62786544

投稿咨询:010-62772015 客户服务:010-62776969

印 刷 者:北京市世界知识印刷厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:15.5 字 数:368 千字

版 次:2007 年 7 月第 2 版 印 次:2007 年 7 月第 1 次印刷

印 数:1~5000

定 价:26.00 元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:025859-01

第2版序

本书第1版自2004年问世以来,承蒙读者垂青,被国内十几所高校作为教材使用,反映效果良好。在深感欣慰之余,我们深知,本书仍存在不少问题,我们的学生、同事及其他院校使用本书的老师也反馈回来各种宝贵意见和建议;与此同时,近几年来,国际商务活动日益活跃,中国企业参与国际商务的范围更广,参与的程度也日益加深。这一切都要求我们进一步补充、修改和调整本书的相关内容。为此,在出版社和广大读者的支持下,我们从2006年初开始着手本书的再版修订工作。

本书第2版仍坚持第1版所强调的特色和基本框架,按照企业走向国际化的逻辑顺序,循序渐进地展开写作。在这样的框架下,我们对本书从诸多方面进行了修订。

第一,结构调整。包括:第1章“绪论”,将原第二节“当前国际商务活动背景”经修改后调整到第7章“国际商务环境分析”中作为第三节“国际商务的经济环境”。第2章“国际竞争及其主要类型”,直接从国际竞争入手,围绕国际竞争力,在对国际竞争主要类型修改基础上阐述了可供企业选择的通用的国际竞争战略。第4章“企业国际化过程”,从补充了的“企业国际化的理论基础”入手,重新编写了企业国际化过程的具体内容,修订了企业国际化过程的影响因素,修改了企业国际化的测度方法。第5章“企业国际化方式”,根据企业国际化参与要素的不同,将企业国际化方式进行了有机的整合,分别从商品国际化方式、技术国际化方式、资本国际化方式、品牌国际化方式、融资国际化方式来系统加以阐述。第7章“国际商务环境分析”,将原第二、三节“国际商务的政治环境、法律环境”整合在一起,从本国的政治法律环境、东道国的政治法律环境以及国际上的一些法律法规三个方面加以阐述。第8章“企业国际化管理”,在“企业国际化战略概述”基础上,对“企业国际化组织战略”、“国际营销战略”、“国际人力资源管理”和“国际财务管理”做了深入挖掘,补充了一些新的内容。

第二,观点更新。进一步强化本书的体系创新和对基本理论的侧重,将创新思维贯穿于教材建设之中,并通过系统的章节教学,传授给学生。譬如,在对相关理论分析的基础上,启迪学生国际商务学习中如何创新,如何更好地将相关知识运用于实践中。

第三,资料更新。将数据(除历史数据外)更新到21世纪初,并尽量到2005年以后;在相关资料中,增加中国尤其是浙江省的典型实例,如杉杉集团、雅戈尔集团等。

第四,增删考虑。为适应我国企业参与国际竞争实际的需要,本书增加了“国际竞争与国际竞争力”、“对外直接投资相关理论”、“企业国际化理论基础”、“品牌国际化方式”等内容。为使结构安排更精简、合理,本书删除了“国际化经营模式”、“世界主要地区文化”等内容。同时还将各章节之间相互有所重复的内容进行了合理整合。



第五,错误纠正。尽力改正第1版中的错误,包括作者疏忽、排印错误等。

本书修订工作基本遵循了第1版的分工,具体执笔如下:闫国庆,第1章、第2章、第3章;陈丽静,第4章、第5章;黄文军,第6章、第7章、第8章。陈丽静、黄文军在本书结构研究、确定过程中做了大量的工作。全书由闫国庆总纂和定稿。

在本书修订过程中,我们得到了许多朋友和同志的支持和帮助,在此向他们致以由衷的感谢。

我们要特别感谢清华大学出版社及其编辑,他们对本书的修订给予了多方面的具体指导和支持,为本书付出了极大的热情和心血。我们还要特别感谢仲鸿生教授、李汉君教授、李明生教授(美国),以及高科、曾超、张滨、刘润茜、孙搏廷、庞松斌、冯素琴、李虹等,他们认真阅读了本书修订稿,提出了很多宝贵的改进意见。在此,我们要真诚地说一声:谢谢你们!

我们也忘不了家人给予我们的关怀、理解、支持和做出的奉献,他们是我们战胜一切困难的重要动力。

在修订过程中,我们的心中时常想起鲁迅先生的一段话,“记得三四年前,有一个学生来买我的书,从衣袋里掏出钱来放在我手里,那钱上还带着体温。这体温便烙印了我的心……”正是广大读者充满热忱的期待和支持,激励着我们集思广益、群策群力去打造更好的版本,激励我们倾心投入此次修订工作。诚然,囿于我们的水平,本书仍会存在一些不足,甚至谬误,恳望大家不吝赐教,并将您们的宝贵意见和建议及时传达给我们。我们的 E-mail:nb0421clj@yahoo.com.cn 或 newhwj2001@sina.com。

编 者

2007年5月

第1版序

本书是为高等院校的本科生和研究生编写的国际商务教材,同时也可用于外经贸人员培训及对国际商务感兴趣的人员自学。

本书力图在以下方面有所作为:

1. 在形成一个科学的国际商务学体系上有所建树。国际商务学是20世纪50年代刚刚兴起的一门学科,其体系尚未成熟,加之本学科涉及面广,不同学者往往根据自己研究的兴趣和重点不同而强调国际商务学不同的侧面。国内外国际商务学教材五花八门,至今没有一本被各方面公认的权威教科书。本书在总结和借鉴他人经验的基础上,按企业走向国际化的逻辑顺序,循序渐进地展开写作。从企业开始做国际化方面的准备,到进行国际化管理,本书引领学生由近及远、由浅入深地一步步地进行探索,使学生对国际商务活动的种种规律和奥妙逐步得到一个完整而深刻的理解,避免了许多国际商务教材中出现的将国际贸易、国际金融、国际投资、国际营销、国际商法等课程简单迭加起来予以论述,各章节之间缺乏融会贯通、无整体性的现象。当学生学完本书时,应该可以透彻地理解国际商务的基本原理以及国际企业经理们所需要处理的各种关键问题,熟悉作为一名国际企业经理应采取的企业经营战略与对策。

2. 案例贴近中国企业实际。作者为了使本书内容更贴近中国的实际,在写作本书过程中除了将作者原来在国内企业和政府工作期间及在国外学习和实习期间的亲身经历加以总结之外,还实地考察了国内外一些知名的国际性企业。作者一方面将这些企业的经验、教训加以总结并融入到本书有关章节中;另一方面将这些企业的发展历程及其有影响的重大事项编写成案例放到本书中,这使本书学起来真实感很强,学生学习起来有针对性,理论运用于实际较容易。

3. 易于让学生理解且感兴趣。国际商务这门课涉及5~6门国际经济与贸易学科的主干课程,将这些原本是5~6本书的主要内容在这一本书里按其内在的逻辑关系融会贯通地阐述清楚,是一件很不容易的事情。本书作者为了使学生们学习这本书时不感到枯燥乏味,写作时在内容生动有趣、信息量大且通俗易懂方面下了很大的工夫。作者充分运用自己国内外学习和工作的经历去理解和阐述原本较复杂抽象的理论,并力图运用自己的热情去感染学生,使学生们感到国际商务确实是一块令人着迷、让人兴奋的领域。作者相信,只要方法得当,即使复杂抽象的概念和原理也能让大多数具有不同能力和背景的学生感兴趣,促使他们主动地去理解和掌握。

4. 资料 and 理论新颖。本书作者在写作过程中除了做了大量的实地调研工作外,还做了



大量的案头资料查询工作。为了保证所引用的有关资料、数据和理论的新颖性,作者查阅了上千份资料、上百部书籍,吸收了其精华,保证了学生们获得的资料 and 理论不是过时的而是最新颖的。

本书由闫国庆、陈丽静、黄文军共同研究和完成。具体执笔如下:闫国庆,第1章、第2章、第3章;陈丽静,第4章、第5章;黄文军,第6章、第7章、第8章。全书由闫国庆总纂和定稿。

完成本书是一项庞大的工程。在本书写作过程中,我们得到了许多朋友和同志的支持和帮助,在这里向所有帮助过我们的人一并表示感谢。

我们要特别感谢白钦先教授、仲鸿生教授、陈荣耀教授、李明生教授(美国)、王勇江博士(英国)、朴命镐教授(韩国),他们对本书所提供的宝贵建议和资料使本书更显丰实。我们还要感谢原《国际商务》(中国商业出版社,2002.8)一书的合作者杜晓燕讲师、毛筠副教授,她们对本书提出了很好的修改意见,本书也保留了部分她们的研究成果。同时还要感谢孙琪、陈晓峰、蒋军伟、严希希、孙丽君等老师和同学的帮助,他们阅读了本书原稿,提出了很多改进的意见,同时在整理案例等方面做了大量的工作。在此,我们要真诚地说一声:谢谢你们!

我们要感谢本书涉及的所有公司及其管理人员。我们不能忘记洛兹、雅戈尔、杉杉、罗蒙、奥克斯、方太等公司经理们拿出宝贵时间与我们一起探讨本书有关的内容、倾心交流他们的内心感受,同时还为我们提供了大量的宝贵资料,这是使本书处于中国国际商务实践的最前沿所不可或缺的。宁波市外经贸局、浙江省经济贸易委员会、国家发展改革委员会、国家商务部、对外经济贸易大学、中山大学、浙江万里学院等单位有关部门的领导和同志在我们调研过程中提供了许多具体的帮助,在此我们表示深深的谢意。

应该说本书不仅仅是作者多年教学 and 实际工作经验的结晶,更是整个团队精诚合作的结晶,是各位朋友和同仁积极主动地帮助和参与的结果。

虽然我们已经尽了很大的努力,对本书精雕细琢,希望能奉献给读者一部精品,但限于水平,我们深知本书会存在很多不尽如人意的地方。我们诚恳地希望广大读者能将意见传达给我们,以便再版时修订。

E-mail:newhwj2001@sina.com。

编者
2004年6月



第2版序	I
第1版序	III
第1章 绪论	1
1.1 国际商务学及其研究内容	1
1.2 当代国际商务的三大纽带	2
1.3 本书的基本框架	8
本章小结	8
关键术语	8
思考题	9
第2章 国际竞争及其主要类型	12
2.1 国际竞争与国际竞争力	12
2.2 国际竞争主要类型	16
2.3 企业国际竞争战略选择	20
本章小结	28
关键术语	28
思考题	29
第3章 国际竞争优势理论	34
3.1 国际贸易理论	34
3.2 对外直接投资理论	49
3.3 国家竞争优势理论	53
本章小结	56
关键术语	57
思考题	58



第4章 企业国际化过程	63
4.1 企业国际化理论基础	64
4.2 企业国际化过程	67
4.3 企业国际化影响因素	70
4.4 企业国际化测度	73
本章小结	77
关键术语	78
思考题	78
第5章 企业国际化方式	88
5.1 商品国际化方式	88
5.2 技术国际化方式	91
5.3 资本国际化方式	97
5.4 品牌国际化方式	109
5.5 融资国际化方式	116
本章小结	129
关键术语	130
思考题	131
第6章 企业国际目标市场选择	135
6.1 国际市场细分	135
6.2 国际目标市场的选择	141
6.3 国际市场定位	145
本章小结	148
关键术语	148
思考题	149
第7章 国际商务环境分析	153
7.1 国际商务的文化环境	153
7.2 国际商务的政治与法律环境	163
7.3 国际商务的经济环境	169
本章小结	176
关键术语	177
思考题	177
第8章 企业国际化战略	182
8.1 企业国际化战略概述	182
8.2 企业国际化组织战略	186
8.3 国际营销战略	192
8.4 国际人力资源管理	206
8.5 国际财务管理	213
本章小结	219



关键术语	220
思考题	220
附录一 国际商务有关网站	224
附录二 世界主要节庆	227
附录三 涉外活动禁忌	229
参考文献	234



第1章

绪论

本章学习要点：

- 1 说明国际商务学研究对象与内容；
- 2 了解国际商务中跨国公司的内涵和地位；
- 3 了解当代国际商务活动的三大纽带的基本内容；
- 4 明确本书会为你在国际商务活动提供哪些帮助。

1.1 国际商务学及其研究内容

国际商务学是20世纪50年代开始发展起来的一门年轻的、综合性的、跨专业的边缘学科。它涉及面很广，与其他学科，例如经济学、管理学、人类学、社会学、组织学、心理学等有很多交叉之处。

美国学者科斯(1990)认为，国际商务包括越过国界的任何形式的商业活动，它几乎包括任何形式的经济资源——商品、劳务和资本转移。

英国学者J. H. 塔格特、M. C. 麦克德莫特(1997)认为，国际商务是跨国界的商务活动，所有这些活动可以发生在个人之间、公司之间以及其他公共与私人团体之间。国际商务的关键点包括技术、政治、职能、竞争与环境影响，所有这些都会直接影响跨国公司的发展战略。

美国学者迈克尔·辛可塔等人(1999)指出，国际商务包括那些为满足个人和组织需求而进行的跨国界的交易。这些交易可以表现为相互关联的不同形式，其基本形式有进出口贸易和对外直接投资，以及许可、特许经营和管理合同。



本书认为,国际商务学(international business)是一门研究为满足个人及组织需求而进行的跨国界商务活动的学科。它包含两层含义:一是国际商务学研究的是跨国界的活动;二是国际商务学研究的是国家、企业或个人以经济利益为目的而进行的商业性经济活动,而不是非商业性的跨国经济活动(例如国家的对外经济援助),非商业性经济活动不在国际商务学的研究范围之内。国际商务的本质是“跨国界”,最基本的国际商务活动是跨国界的经济交换活动。国际商务学研究的主要对象是跨国公司。跨国公司是指在两个或两个以上国家设立分支机构或子公司进行跨国生产经营活动的企业。

国际商务和国内商务活动存在许多区别,主要体现在以下三个方面。

首先,发展环境不同。企业在从事国内商务时,所面对的是各种国内环境,如政治、法律、经济、社会、文化等环境。这些环境通常比较稳定,而且为企业所熟悉,比如单一的货币、统一的语言、相同的文化、共同的法律体系等。当企业从事国际商务时,由于跨国经营,企业必须面对复杂多变的国际环境。与国内环境相比,国际环境更加复杂多元化,因为企业要同时接受多个国家对涉外经济活动的管理;也更容易变化,而且变化难以预期,如汇率的波动,一国政府对待外来资本的态度等。国际环境与国内环境存在着很大差异,如政治制度、法律体系等方面的差异,企业如若不熟悉这些差异,开展国际商务活动必将遇到很大的困难。

其次,活动方式不同。国际商务的活动方式和国内商务的活动方式不同。以国际贸易为例,和国内贸易相比,交易双方不仅磋商过程中谈判的内容不同、所订合同的内容不同,而且履行合同的步骤及具体环节也不同。在国际贸易中,货物由出口国运到进口国大都需经长途运输,有的还需要使用多种运输方式;每笔交易除了买卖双方之外,往往还需要得到国内外的运输、保险、海关、检验与检疫和银行等部门的协作、配合,或接受其监督与管理;交易过程中还涉及一些特殊业务方式如外汇风险保值、信用证和货运单据管理等。

最后,管理因素与方式不同。与企业对国内商务的管理相比,国际商务决策所要考虑的影响因素更多,这使得决策过程更加复杂,难度加大。当企业国际化程度达到较高阶段时,往往还需要与全球商务活动相适应的战略、组织结构和管理方式。

国际商务学是以跨国公司的成长与发展为主线进行研究的,主要研究内容是:企业到底应该在本国市场还是在海外市场寻找成长发展的机会;企业应当选择什么样的方式进入海外市场以及如何选择国外目标市场;进入国际市场后,企业又将如何管理跨国经营业务。其研究重点是企业怎样走向世界;企业走向世界后如何进行跨国经营。

具体的研究内容有:国际商务学涉及的主要理论,国际竞争的主要类型,企业国际化过程,企业国际化方式,企业国际目标市场选择,企业国际商务环境,企业国际化战略。

1.2 当代国际商务的三大纽带

当代国际商务活动主要通过三大纽带进行,即国际市场、跨国公司、国际条约和组织。

1.2.1 当代国际市场

国际市场是连接世界经济的纽带,是国际各种资源流动、交换的场所。随着社会生产力的发展,以及国际分工和交换规模的扩大,国际市场的规模也越来越大。在当代世界,一个



国家的实力越强、经济规模越大,需要通过国际市场实现的价值也就越多,对国际市场的依存度也就越高。世界商品出口与世界国内生产总值的比例(亦称出口依存度),1950年约为6%,1973年上升到12%,1997年达到20%,2000年达到41.7%,2003年达到45%,2005年达到53%,年均增长率为5.4%。一些新兴工业化国家和地区的出口增长更快。这意味着,各国国内生产总值越来越大的一部分,需要通过国际市场才能实现其价值。

国际市场的主要载体是国际贸易。国际贸易是现代国家经济发展的必要条件和直接结果。国际贸易的发展与世界经济的发展有着内在的联系。国际经济的发展必然表现为世界贸易的增长,国际贸易的增长也必然会带动世界经济的发展。战后,国际贸易的平均增长速度,一般是世界经济增长速度的1~1.5倍。但随着经济全球化的加速,国际贸易的增长速度越来越领先于世界经济的增长速度,1990—1995年达到了3倍,2006年世界经济增长率为4.9%,而国际贸易增长率则达到12.5%。由于国际贸易在经济增长中的作用越来越大,如果国际贸易增速下降,必然也就引起世界经济的下滑。

国际贸易的结构也反映着世界经济的质量和水准。随着经济全球化的发展,传统的国际贸易现在已扩展到服务、技术等要素贸易。据世界贸易组织1998—1999年的年度报告,1982年的国际服务贸易出口额为4 050亿美元,1986年的国际服务贸易出口额为4 496亿美元,1994年超过1万亿美元,达到10 550亿美元的规模。2000年国际服务贸易出口额达到14 350亿美元。1980—2005年全球服务贸易出口总额增长了5.7倍,2005年达到24 147亿美元。2006年,全球国际服务贸易达到27 430亿美元,在全球贸易中的比重超过65%。

国际市场的供求关系是世界经济的发动机和晴雨表。长期以来,美国经济的增长2/3是由消费需求支撑的。如果消费需求旺盛,就会带动国际贸易的增长进而带动世界经济的增长。反之,就会使国际贸易萎缩甚至世界经济萎缩。就一些重要的原材料来说,世界市场上供求关系或者价格的变动,也会对国内企业的生产和经营产生很大的影响。如石油是各国工业、制造业乃至服务业的必需品等。作为一种重要的战略物资和“工业血液”,石油供求关系及其价格一直在世界经济中扮演着重要的角色。1973—1974年的第一次石油危机和1979—1980年的第二次石油危机,都对世界经济产生了重大的影响。据经济合作组织测算,油价每上涨10美元,世界经济增长速度就下降0.25%。日本野村证券研究所测算:油价每涨1%,中国、韩国、新加坡、泰国及菲律宾等国家的国民生产总值就会下降0.01%~0.03%。

1.2.2 跨国公司

跨国公司的经营活动已经扩展到所有国家的所有经济领域,成为世界经济中一支强大的力量。据联合国有关机构统计,2005年全球跨国公司约有6.5万家,控制了全球生产的40%、国际贸易的60%、国际投资的90%、技术贸易的60%、技术转让的80%及研究开发的90%。跨国公司的内部贸易已占国际贸易的40%,当代跨国公司的发展使以国家为主体的世界经济逐步向以跨国公司为主体的经济转化。

当代跨国公司的主要特征表现如下。

(1) 生产经营活动的跨国化。通过对外直接投资,在海外新建或收购现有企业,利用当地资源和廉价劳动力,就地生产、就地销售,并进行其他经济活动,从而使再生产过程在国际



范围内展开。

(2) 经营战略全球化。跨国公司以其全球作为其活动的舞台,以世界市场作为其角逐的范围与导向,实行“全球性经营战略”。因此,跨国公司不是孤立地考虑某一子公司所在国的市场、资源等情况和某一子公司的局部得失,而是从多国或全球角度考虑整个公司的发展。有时甚至让某子公司亏本,以便在总体上取得最大利润,也就是说,跨国公司着重考虑的是全球范围内的机会和公司总体利益以及如何实现利润全球范围内最大化。这种战略目标,是跨国公司区别于国内企业和其他经济组织的重要特征。

(3) 公司内部一体化。跨国公司实行“公司内部一体化”,公司内部一体化原则要求高度集中的管理体制,即以母公司为中心,把遍布世界各地的分支机构和子公司统一为一个整体。所有国内外分支机构和子公司的经营活动都必须服从总公司的利益,在总公司的统一指挥下,遵循一个共同的战略,合理配置人力和财力资源。

当代跨国公司的发展趋势主要体现在以下几个方面。

(1) 实行本地化经营,塑造当地化概念。随着经济全球化时代的到来和国际市场竞争的日趋激烈,跨国公司的发展为寻求适度的竞争,越来越注重当地化概念。一是利用当地的丰富资源及廉价劳动力,实行当地生产、销售。与本国相比,东道国存在丰富的资源和廉价的劳动力,使得生产产品的成本相对较低,产品更加具有竞争力。二是利用当地的人力、智力进行管理及研究开发出新的产品。跨国公司充分利用当地的人力实行本地化管理,以熟悉当地文化环境和政府政策的优势,减少经营中的“摩擦”。一改以往在本国进行研究开发的战略,跨国公司直接在东道国设立研究开发中心,利用当地的高科技人才研究开发新产品,根据当地的需求组织生产并投放市场。

(2) 跨国公司越来越重视高新技术的发展,强化以高新技术为主要竞争手段;注重信息化管理,实行信息网络的全球经营。近年来,跨国公司凭借着网络经济的发展、电子商务的频繁利用而使自己的成本大大降低,提高了竞争力。同时,跨国公司更加注重研究开发的投入,现在很多跨国公司都将每年利润的约 10% 投入到研究开发中去,以求开发出新产品适应市场需求。高新技术的应用和新产品、新技术的开发使得跨国公司加快了企业内部的信息沟通、降低了经营成本、提高了企业竞争力。

(3) 跨国公司对发展中国家越来越重视。20 世纪 90 年代以来,发展中国家经济高速增长的过程中蕴藏着巨大的市场潜力和日益旺盛的消费市场需求;同时,发展中国家具有丰富的自然资源和廉价的人力资源;在发展中国家,跨国公司的产品相对来说具有更强的竞争力,比较容易取得较高的市场份额,达到对市场进行垄断的目的。这样,跨国公司对发展中国家的市场就越发青睐。

(4) 跨国并购日趋剧烈。由于全球竞争日趋激烈,而对于一向追求全球战略的跨国公司来说,为了实现全球范围内的最低成本生产和最高价格销售,尽可能提高全球的市场占有率和取得最大的利润,不得不结成跨国战略联盟,借以调整自己的产业结构和进行业务重组,进一步优化配置资源。参与者相互取长补短,通过关键技术、核心能力等方面的协作,使优势内部化,减少成本和风险,产生大量的协作溢出效应。在跨国兼并潮中,跨国公司兼并涉及的行业非常广泛,包括银行、汽车、石油、制药、电信及高科技等产业,同时兼并多发生在同行业之间,跨行业兼并相对较少。



· 背景资料 ·

联合国报告：中国——最受跨国公司欢迎的国家

《亚洲时报》于2007年2月8日援引联合国贸易和发展会议公布的一份报告发表文章称，中国在设立新研发设施方面成了世界上最受欢迎的国家。

该报这篇题为《中国成为全球最热门的研发基地》的文章说，61%的外企在设立新研发中心时会选择中国，相比之下，只有41%的企业选择美国，29%的企业选择印度。这份联合国的报告指出，到2005年为止，跨国企业在中国建立的研发中心已有700个。

《亚洲时报》认为，外商直接投资促进了中国国内许多重要商业部门，特别是家电业、汽车业和电信业的发展。

眼下，几乎全球所有行业技术巨头都在中国进行了大量投资，到2005年为止，外商在电信、电脑及其他电子设备生产方面的直接投资约有77亿美元。

联合国贸易和发展会议的报告显示，2005年，中国高新科技产品的出口总额为2180亿美元，合资企业占了其中85%以上。

国内和国际的激烈竞争使跨国公司更多的资产和专业技术转移到中国。1989年到2000年，惠普公司在员工培训方面投入了1800万美元，而IBM公司在3年内就在中国培训了数万名软件工程师。

分析人士称，数量庞大的外商直接投资使当地高技术产业人才的发展受益匪浅，也促使众多中国海外留学生回到祖国。

资料来源：联合国报告：中国——最受跨国公司欢迎的国家。新华网。

http://news3.xinhuanet.com/world/2007-02/09/content_5719559.htm, 2007.2.9/2007.5.6

1.2.3 国际条约和国际组织

随着全球经济一体化进程的加快，需要各国政府间通过合作来解决的有关世界经济发展的重大问题越来越多。一方面，由于主权国家之间都是平等的，不存在超越国家之上的组织管理机构，谁也不能把自己的法律强加于人；但另一方面，协调处理涉及国与国之间的“外部经济效果问题”和“公共产品问题”的国际事务，又不能没有一套超越国家之上的游戏规则和管理机构。因此，伴随国际商务活动范围的扩大和程度的加深，一系列双边、多边国际条约和组织纷纷产生和建立起来。这些国际条约和组织以官方和半官方的形式，把世界经济生活纳入了一种“冲突不断但大体有序”的体制，以保证世界经济的发展。

贸易条约和协定(commercial treaties and agreements)是两个或两个以上的主权国家为确定彼此的经济关系，特别是贸易关系方面的权利和义务而缔结的书面协议。

贸易条约和协定按照缔约国的多少，可分为双边贸易条约和协定与多边贸易条约和协定。前者是两个主权国家之间所缔结的贸易条约和协定，后者是两个以上主权国家共同缔结的贸易条约和协定。这些贸易条约和协定一般都反映了缔约国的对外政策和对外贸易政策的要求，并为缔约国实现其对外政策和对外贸易政策的目的服务。在国际经济关系中，由于各国的社会经济制度和政治经济实力对比关系的差异，它们之间所缔结的贸易条约和协



定的内容及其作用也有所不同。

贸易条约和协定同其他政治性的国际条约和协定相比有其自身的特殊性。从内容上看,贸易条约和协定主要是确定缔约国之间的经济和贸易关系。从国际法角度上看,贸易条约和协定往往订入并遵守某些国际法通用的法律条款,如最惠国待遇和国民待遇条款等。从国际惯例上看,贸易条约和协定既可在建立正式外交关系的国家之间签订,也可在没有建立正式外交关系的国家之间签订;既可在不同国家的政府间签订,也可在不同国家的政府与民间团体之间或双方的民间团体之间签订。但政治性的国际条约和协定,一般只能在建立正式外交关系后由有关国家的政府签订。

在贸易条约和协定中,通常所适用的法律待遇条款是最惠国待遇条款和国民待遇条款。最惠国待遇是指缔约一方现在和将来所给予任何第三方的一切特权、优待、利益及豁免,也同样给予缔约对方。最惠国待遇的基本要求是缔约一方使缔约另一方享有不低于任何第三方享有的待遇。

最惠国待遇条款分为无条件的最惠国待遇和有条件的最惠国待遇两种。无条件的最惠国待遇是指缔约一方现在和将来给予任何第三方的一切优惠待遇,立即无条件地、无补偿地及自动地适用于对方。有条件的最惠国待遇则是指如果一方给予第三方的优惠是有条件的,另一方必须提供同样的补偿,才能享受这种优惠待遇。无条件的最惠国待遇条款首先是英国采用的,所以叫做“欧洲式”最惠国待遇条款;有条件的最惠国待遇条款最先是美国采用的,所以又称为“美洲式”最惠国待遇条款。现在的国际贸易条款和协定一般都采用无条件的最惠国待遇条款。

国民待遇是指缔约一方保证缔约另一方的公民、企业和船舶在本国境内享受与本国公民、企业和船舶同等的待遇。国民待遇条款一般适用于外国公民或企业的经济权利。如外国产品所应缴纳的国内捐税、利用铁路运输和转口过境的条件、船舶在港口的待遇、商标注册、著作权及发明专利权的保护等。但是,国民待遇条款的适用是有一定范围的,并不是将本国公民或企业所享有的一切权利都包括在内。例如,沿海航行权、领海捕鱼权和购买土地权等,通常都不包括在国民待遇条款的范围之内,这些权利一般都不给予外国侨民或企业,只准本国公民和企业享有。

当代国际经济方面的条约和协定主要有:《联合国国际货物销售合同公约》、《联合国技术转让准则》、《联合国反垄断行为准则》、《联合国跨国企业行为准则》、《消费者保护准则》、《环境保护协定》、《联合国贸发组织船运公约》及《国际商会 2000 国际贸易术语解释通则》等。

当代最重要的国际经济组织是世界贸易组织、世界银行和国际货币基金组织。这三大组织被视为世界经济体系的三大支柱,对国际商务的运行有着极为深刻和广泛的影响。三大组织的运行规律及其制定的规则构成了当代世界经济运行的重要部分。研究和认识当代商务活动的规律,不能不把这三大经济组织摆到重要的位置上。特别是世界贸易组织(WTO),其成员间的贸易量占全球贸易的 95%。在世界贸易组织中,可以通过正式成员的身份,享受多边谈判成果;通过开放市场,吸收境外投资,并获得进入外部市场的机会;通过多边争端解决机制,公正、平等地解决贸易纠纷。



世界贸易组织

1994年4月15日,在摩洛哥的马拉喀什市举行的关贸总协定乌拉圭回合部长会议决定成立更具全球性的世界贸易组织(World Trade Organization,简称“WTO”),以取代成立于1947年的关贸总协定(General Agreement on Tariffs and Trade,简称“GATT”)。

世贸组织是一个独立于联合国的永久性国际组织。该组织的基本原则和宗旨是通过实施市场开放、非歧视和公平贸易等原则,来达到推动实现世界贸易自由化的目标。它1995年1月1日正式开始运作,负责管理世界经济和贸易秩序,总部设在日内瓦莱蒙湖畔的关贸总协定总部大楼内。1996年1月1日,它正式取代关贸总协定临时机构。

与关贸总协定相比,世贸组织管辖的范围除传统的和乌拉圭回合新确定的货物贸易外,还包括长期游离于关贸总协定外的知识产权、投资措施和非货物贸易(服务贸易)等领域。世贸组织具有法人地位,它在调解成员争端方面具有更高的权威性和有效性。

建立世贸组织的设想是在1947年7月举行的布雷顿森林会议上提出的,当时设想在成立世界银行和国际货币基金组织的同时,成立一个国际性贸易组织,从而使它们成为第二次世界大战后左右世界经济的“货币—金融—贸易”三位一体的机构。1947年,联合国贸易及就业会议签署的《哈瓦那宪章》同意成立世贸组织,后来由于美国的反对,世贸组织未能成立。同年,由美国发起,有关国家协商拟订了关贸总协定,作为推行贸易自由化的临时契约。1986年关贸总协定乌拉圭回合谈判启动后,欧共体和加拿大于1990年分别正式提出成立世贸组织的议案,1994年4月在摩洛哥马拉喀什举行的关贸总协定部长级会议上才正式决定成立世贸组织。

该组织作为正式的国际贸易组织在法律上与联合国等国际组织处于平等地位。它的职责范围除了关贸总协定原有的组织实施多边贸易协议以及提供多边贸易谈判场所和作为一个论坛外,还负责定期审议其成员的贸易政策和统一处理成员之间产生的贸易争端,并负责加强同国际货币基金组织和世界银行的合作,以实现全球经济决策的一致性。

世贸组织的最高决策权力机构是部长会议,至少每2年召开一次会议。下设总理事会和秘书处,负责世贸组织日常会议和工作。总理事会设有货物贸易、非货物贸易(服务贸易)、知识产权三个理事会和贸易与发展、预算两个委员会。总理事会还下设贸易政策核查机构,它监督着各个委员会,并负责起草国家政策评估报告。对美国、欧盟、日本及加拿大每2年起草一份政策评估报告,对最发达的16个国家每4年一次,对发展中国家每6年一次。上诉法庭负责对成员间发生的分歧进行仲裁。

世贸组织成员资格分为两种,即创始成员和新加入成员。创始成员必须是关贸总协定的缔约方,世贸组织在接纳新成员时,须在部长级大会上由多于2/3的成员投票表决通过。

资料来源:新华网·世界贸易组织。

http://news.xinhuanet.com/ziliao/2003-01/27/content_709578.htm, 2003.1.27/2007.5.6