

“十三五”国家重点出版物出版规划项目

Mc
Graw
Hill

经济科学译丛

国际商务

亚洲视角

查尔斯·W.L. 希尔 (Charles W.L. Hill)

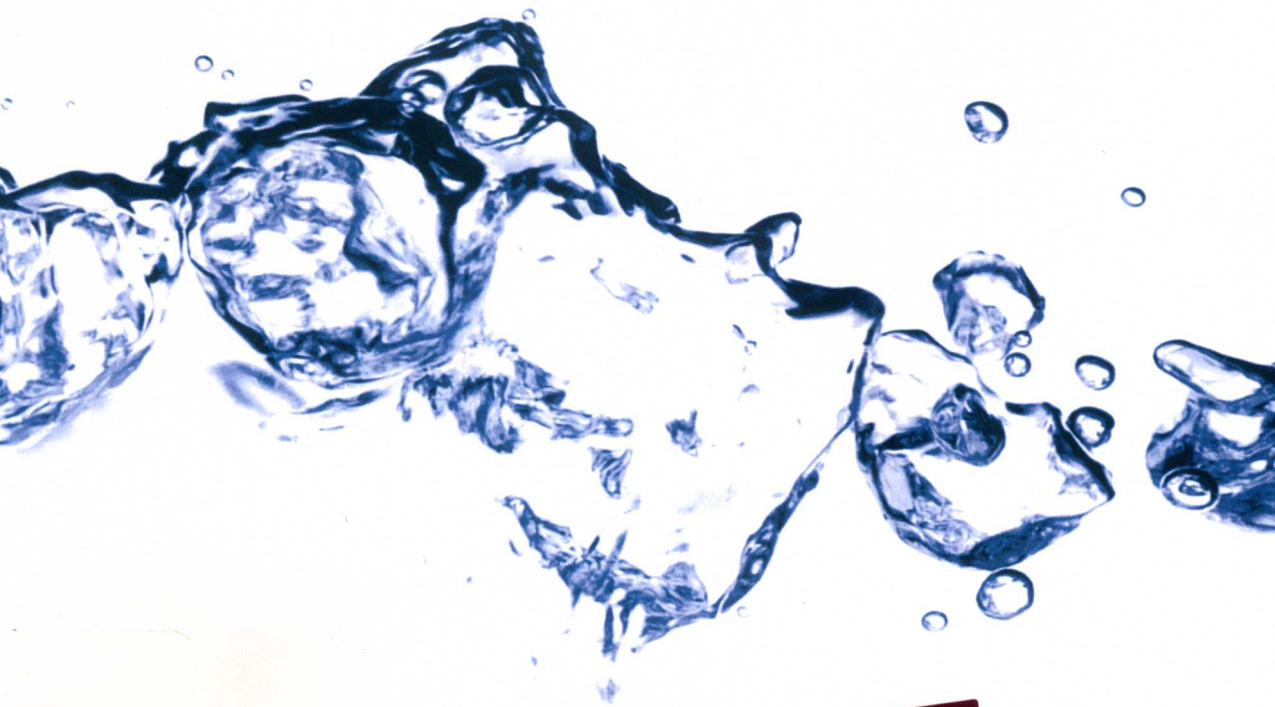
黄昭虎 (Chow-Hou Wee)

著

克里希纳·乌代阿桑卡 (Krishna Udayasankar)

International Business

An Asian Perspective



 中国人民大学出版社

Mc
Graw
Hill
Education

“十三五”国家重点出版物出版规划项目

经济科学译丛

国际商务

亚洲视角

查尔斯·W.L. 希尔 (Charles W. L. Hill)

黄昭虎 (Chow-Hou Wee)

著

克里希纳·乌代阿桑卡 (Krishna Udayasankar)

倪晓宁 李娜 邹颖妮 梅敏超 周宇翔 译

倪晓宁 校

International Business

An Asian Perspective

中国人民大学出版社
· 北京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务：亚洲视角 / () 查尔斯·W.L. 希尔
(Charles W. L. Hill), () 黄昭虎 (Chow-Hou Wee),
() 克里希纳·乌代阿桑卡 (Krishna Udayasankar) 著;
倪晓宁等译. —北京：中国人民大学出版社，2019.4
(经济科学译丛)
ISBN 978-7-300-26791-3

I. ①国… II. ①查… ②黄… ③克… ④倪… III.
①国际商务 IV. ①F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2019) 第 041516 号

“十三五”国家重点出版物出版规划项目

经济科学译丛

国际商务：亚洲视角

查尔斯·W.L. 希尔

黄昭虎 著

克里希纳·乌代阿桑卡

倪晓宁 李娜 邹颖妮 梅敏超 周宇翔 译

倪晓宁 校

Guoji Shangwu; Yazhou Shijiao

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

电 话 010-62511242 (总编室)

010-82501766 (邮购部)

010-62515195 (发行公司)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com> (人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州市星河印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

印 张 47.25 插页 2

字 数 1 032 000

邮政编码 100080

010-62511770 (质管部)

010-62514148 (门市部)

010-62515275 (盗版举报)

版 次 2019 年 4 月第 1 版

印 次 2019 年 4 月第 1 次印刷

定 价 108.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

《经济科学译丛》

编辑委员会

学术顾问

高鸿业 王传纶 胡代光 范家骧 朱绍文 吴易风

主 编

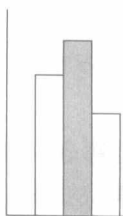
陈岱孙

副主编

梁 晶 海 闻

编 委 (按姓氏笔画排序)

王一江 王利民 王逸舟 贝多广 平新乔 白重恩
朱 玲 刘 伟 许成钢 李 扬 李晓西 李稻葵
杨小凯 汪丁丁 张宇燕 张维迎 林毅夫 易 纲
金 碚 姚开建 钱颖一 徐 宽 高培勇 盛 洪
梁小民 樊 纲



《经济科学译丛》总序

中国是一个文明古国，有着几千年的辉煌历史。近百年来，中国由盛而衰，一度成为世界上最贫穷、落后的国家之一。1949年中国共产党领导的革命，把中国从饥饿、贫困、被欺侮、被奴役的境地中解放出来。1978年以来的改革开放，使中国真正走上了通向繁荣富强的道路。

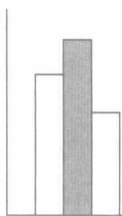
中国改革开放的目标是建立一个有效的社会主义市场经济体制，加速发展经济，提高人民生活水平。但是，要完成这一历史使命绝非易事，我们不仅需要从自己的实践中总结教训，也要从别人的实践中获取经验，还要用理论来指导我们的改革。市场经济虽然对我们这个共和国来说是全新的，但市场经济的运行在发达国家已有几百年的历史，市场经济的理论亦在不断发展完善，并形成了一个现代经济学理论体系。虽然许多经济学名著出自西方学者之手，研究的是西方国家的经济问题，但他们归纳出来的许多经济学理论反映的是人类社会的普遍行为，这些理论是全人类的共同财富。要想迅速稳定地改革和发展我国的经济，我们必须学习和借鉴世界各国包括西方国家在内的先进经济学的理论与知识。

本着这一目的，我们组织翻译了这套经济学教科书系列。这套译丛的特点是：第一，全面系统。除了经济学、宏观经济学、微观经济学等基本原理之外，这套译丛还包括了产业组织理论、国际经济学、发展经济学、货币金融学、公共财政学、劳动经济学、计量经济学等重要领域。第二，简明通俗。与经济学的经典名著不同，这套丛书都是国外大学通用的经济学教科书，大部分都已发行了几版或十几版。作者尽可能地用简明通俗的语言来阐述深奥的经济学原理，并附有案例与习题，对于初学者来说，更容易理解与掌握。

经济学是一门社会科学，许多基本原理的应用受各种不同的社会、政治或经济体制的影响，许多经济学理论是建立在一定的假设条件上的，假设条件不同，结论也就不一定成立。因此，正确理解并掌握经济分析的方法而不是生搬硬套某些不同条件下产生的结论，才是我们学习当代经济学的正确方法。

本套译丛于 1995 年春由中国人民大学出版社发起筹备并成立了由许多经济学专家学者组织的编辑委员会。中国留美经济学会的许多学者参与了原著的推荐工作。中国人民大学出版社向所有原著的出版社购买了翻译版权。北京大学、中国人民大学、复旦大学以及中国社会科学院的许多专家教授参与了翻译工作。前任策划编辑梁晶女士为本套译丛的出版做出了重要贡献，在此表示衷心的感谢。在中国经济体制转轨的历史时期，我们把这套译丛献给读者，希望为中国经济的深入改革与发展做出贡献。

《经济科学译丛》编辑委员会



关于作者

查尔斯·W.L. 希尔，华盛顿大学

查尔斯·W.L. 希尔 (Charles W.L. Hill) 先生是美国华盛顿大学 (University of Washington) 商学院的国际商务“休斯·M. 布莱克”^{*} 教授，早年在英国曼彻斯特理工大学 (UMIST) 获得博士学位，曾先后就职于曼彻斯特理工大学、得克萨斯农工大学 (Texas A&M University) 和密歇根州立大学 (Michigan State University)。

希尔教授已经在包括《管理学会杂志》 (*Academy of Management Journal*)、《管理学会评论》 (*Academy of Management Review*)、《战略管理杂志》 (*Strategic Management Journal*) 及《组织科学》 (*Organization Science*) 在内的同行评审学术期刊上发表了 50 余篇论文；还出版了两本大学教科书：一本有关战略管理，另一本有关国际商务；也是包括《战略管理杂志》和《组织科学》在内的数本学术期刊的编委。他在 1993—1996 年还担任过《管理学会评论》的顾问编辑。

希尔教授在华盛顿大学为 MBA、EMBA、管理及博士项目授课，也为定制的培训项目授课，并在 MBA、EMBA、管理项目的教学活动中获得了优秀教学奖。

希尔教授还为大量机构提供咨询服务，其客户包括新能源科技 (ATL)、波音 (Boeing)、百路驰 (BF Goodrich)、赫氏 (Hexcel)、弗雷泽百货 (House of Fraser)、微软 (Microsoft)、西雅图城市照明 (Seattle City Light)、塔科马城市照明 (Tacoma City Light)、汤普森金融服务 (Thompson Financial Services) 及威世智 (Wizards of the Coast)。

黄昭虎，南洋理工大学

黄昭虎 (Chow-Hou Wee) 先生是一位战略与营销专业的教授，担任南洋理工大学 (Nanyang Technological University) 南洋商学院市场营销与国际商务系系主任职务，同时是中国厦门大学 (Xiamen University) 和马来西亚东姑阿都拉曼大学

^{*} “休斯·M. 布莱克”是为教授设置的一个荣誉称号。——译者注

(Tunku Abdul Rahman College) 的管理学专业荣誉教授。

作为优秀奖学金、科伦坡计划奖学金及英联邦国家奖学金的获得者，黄教授早年在加拿大西安大略大学 (University of Western Ontario) 的毅伟商学院获得 MBA 学位和博士学位，并在 1995 年获得公共管理奖章 (银奖)，在 1999 年获得公共服务奖章，在 2006 年获得由新加坡总统颁发的公共服务之星奖。

黄教授在各种法定机构和公司实体中处于重要位置，作为董事为其提供服务，包括华达利国际 (HTL)、国家生产力委员会 (National Productivity Board)、新加坡通信局 (Telecommunications Authority of Singapore)、东方海皇航运 (Neptune Orient Lines) 和中兴精密技术 (China Precision Technology)。黄教授也是年度泰晤士-敦豪 (Times-DHL) 商务奖的评委。

黄教授在各种国际期刊、区域性期刊、本地期刊和会议论文集中发表了 300 多篇文章，同时是数本畅销书的作者。他为 30 多个国家的 250 多家公司提供了咨询和经营培训服务，包括戴尔 (Dell)、摩托罗拉 (Motorola)、诺基亚 (Nokia)、罗氏诊断 (Roche Diagnostics) 和吉沃丹 (Givaudan) 等大型公司。他还定期收到世界各地重要商务和专业会议的致辞邀请。

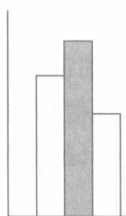
克里希纳·乌代阿桑卡，南洋理工大学

克里希纳·乌代阿桑卡 (Krishna Udayasankar) 女士是南洋理工大学南洋商学院市场营销与国际商务系国际商务团队中的一员，拥有南洋理工大学战略管理专业的博士学位、悉尼大学 (University of Sydney) 国际商务专业的硕士学位及印度大学 (India University) 国立法学院法律专业的荣誉学位。

乌代阿桑卡博士的研究兴趣是商务-政府-社会交互作用，这是一个跨度很广的动态领域。她已经在该领域的重要期刊如《商业伦理学杂志》 (*Journal of Business Ethics*) 上以公司社会责任为主题发表了论文。她也因在跨国公司治理方面的工作获得了奖励，包括在 2005 年管理学学术会议上获得最佳论文奖，在 2008 年最重要的公司治理国际会议上获得高度推荐论文奖。

乌代阿桑卡博士将其担任律师、非政府组织活动家、公司管理者及商务顾问期间获得的丰富经验注入自己的课堂，将抽象和复杂的理论概念分解成经理人能够吸收和应用的直观模块，她特别注重为实践和理论之间的沟壑铺平道路。

乌代阿桑卡博士在其闲暇时间里喜欢创作诗歌和小说，喜欢与其丈夫和两条西伯利亚爱斯基摩犬一起长距离散步。



亚洲版序言

能够编写《国际商务：亚洲视角》一书是我们的荣幸。作为这个特定领域中的教育者，我们一直对这本教材的优势和价值保持赞赏，同时理解一个逐渐一体化的全球经济需要本书有多视角的不同版本。我们写作本书的目标是在保留原始版本独特价值——易于理解、与实践相关及综合性——的基础上沿用相同方式增加其价值。在保留其众多使命的基础上，我们尤其专注于以下几件事情：

(1) 增加更多有关亚洲现象的信息和内容；

(2) 采用更加全球化的方法替代原先以美国为中心的管理应用；

(3) 从发展中国家的视角讨论理论和现象的应用，而不只是从主导的西方国家视角。

实际上，这种寻找平衡点的态度，以及对全球社会、文化和经济差异表示尊敬和接受的方式——为了在全球竞争环境中获得进展和成功——构成了关键的“亚洲”价值之一，这种价值正是我们寻找并期待注入本教材以使其真正体现全球化所需要的内容。

为什么要出版亚洲版？

向今天的全球学生教授国际商务既是一件吸引人的事情，也是一件颇具挑战性的工作。学生们现在越来越想要超越典型西方跨国公司在挑战性国际环境中从事商务的主流视角。我们认为这种情况由两方面原因造成。

首先，今天的学生不再是那些寻求在其他国家学会如何从事商务活动的典型西方国家经理人。现代跨国公司很可能源于亚洲、欧洲或南美洲，其经理人意在在发达国家市场上与知名跨国公司进行品牌竞争。因此，任何一门国际商务课程现在都必须用竞争的、全球环境的多视角意识来武装学生，以使其参与一个全球化的世界。

其次，我们也看到读者的需求是变化的。在当前这个时代，国际商务不仅是经

理人自己的话题，同时也是政策制定者、立法者甚至社会活动家们的兴趣。作为这个领域的教师，这要求我们采用一种多视角方式来对待国际商务主题——不仅要考虑公司的需求，也要考虑国际商务对众多选民的影响和意义。

这些结果是全球环境变化的结果——环境恰好构成我们详细审视本书时的关注点。正是带着这样的观点，我们着手进行了这本最优秀教材的重构和重写。

我们真诚感谢所有麦格劳-希尔教育（McGraw-Hill Education）集团（亚洲部）的员工对本书给予的支持和参与。

亚洲及对国际商务不同方式的需求

本教材使所有内容在亚洲环境中变得更相关，甚至更加必要。随着亚洲跨国公司数量的增多、主要亚洲经济体从制造到消费的趋势变化，以及中国和印度经济力量的上升（所有这些内容我们将在随后的章节中做出详细安排），出现了一类全新的经理人——既有来自亚洲国家的，也有来自其他地区的，他们代表亚洲公司的利益在全球环境中竞争。我们的教材可以满足这一类新出现的经理人的诉求。同时，本书对那些在西方国家跨国公司工作的更传统的经理人也一样具有意义，因为他们都正在寻求向亚洲和世界其他地区扩张的机会。

我们的多视角意识——一种将亚洲看作全球商务活动关键地点的国际商务方法，因此变得相当重要。商务活动不再跟随源自西方并扩展到东方的模式，而是很有可能倒过来。这改变了我们对国际商务的理解，也改变了我们进行全球商务决策的方法。

与此同时，对全球化的争论更多了，随全球化发生的外国投资和企业私有化也获得了更大的推动。作为自由化时代的结果，自由贸易及 20 世纪 90 年代结构调整的效果现在开始展现，对世界贸易及全球商务体系未来的讨论也呈现新的深度。对国际商务的实践应用及其效果，尤其是对其利益相关群体不同影响的批判式评价，现在代替了纯理论讨论，这些讨论原本在很大程度上基于那些极端的政治观点。

在这个具有新经济政治视角的年代中，与以往相比，对国际商务的研究变得更重要，同时更具有挑战性。我们着力使本书成为那些承担挑战的教育者和学生的不可缺少的有价值的工具。

全球趋势

近年来在全球发生的事情，尤其是 2008 年的经济危机，已经迫使包含批评家在内的许多人从更公平的角度重新考虑他们原先对不加管制的自由市场的明确支持是否可取。同时，支持可持续发展及人类福利而非单纯的增长和利润的宽泛经济哲学因此变得更完善并获得更多认可。结果，许多国际商务环境要素现在成为人们争论和寻求改进的主题。

我们相信这折射出国际商务环境的各种政治、社会和经济体系（也译作体制）的趋同和共存，这种趋同和共存降低了风险的同质利益，并使得人们积极展望未来，同时仍然能够接受渗透了全球商务环境的社会文化差异性。

实际上，这才是真正的全球化结果——国际商务领域所依存其上的基础建设模块。这种混杂的全球商务环境的形成，预示着国际商务和国际商务教育进入了一个新时代。我们谦恭地希望本书是最早涉足这一新领域的教材之一。

亚洲版中的新内容

在本书中，我们同时在理论和实务方面引入了关注全球商务环境的内容以及基于亚洲公司的案例。本书通过“聚焦国家”和“聚焦管理”两个专栏对主要章节的叙述进行修改，并引入全新的有趣逸事，以突出本书内容的前沿性。

例如，在第二章中我们针对国际企业治理体制引入了一个“聚焦管理”专栏，在第八章涉及区域经济一体化时增加了有关东南亚国家联盟（ASEAN，简称东盟）、亚洲太平洋经济合作组织（APEC，简称亚太经合组织）及南亚区域合作联盟（SAARC）的新材料。同样，在第十五章中提供了一个有关巴基斯坦出口加工区管理局的“聚焦国家”专栏。

此外，我们也尽可能更新了美国版第八版教材中的所有统计数据和其他信息。

致谢

我们深深感谢麦格劳-希尔教育集团（亚洲部）的团队，尤其是波林·蔡（Pauline Chua）和艾琳·杨（Irene Yeow），他们和我们一起不知疲倦地持续工作，使得本书得以最终出版。

我们也将深深的谢意送给以下审稿人和评论者，他们提供了许多宝贵的反馈意见和有助于本教材完成的建议：

阿祖拉·奥马尔（Azura Omar），马来西亚国际伊斯兰大学（International Islamic University Malaysia）；

克里斯蒂娜·谢赫·伊·英（Christine Cheah Yeh Ying），国家能源大学（Universiti Tenaga Nasional）；

玛丽·汉（Mary Han），香港科技大学（The Hong Kong University of Science and Technology）；

汉弗莱·欣-莱普·亨（Humphry Hing - Lap Hung），香港理工大学（Hong Kong Polytechnic University）；

约翰·利姆·基·吉廷（Johan Lim Kii Geat），东姑阿都拉曼大学（Tunku Abdul Rahman College）；

劳伦斯·洛（Lawrence Loh），新加坡国立大学（National University

of Singapore);

莫汉·尤尼斯·宾·哈杰·马吉德 (Mohd Yunus Bin Haji Majid), 国家能源大学;

萨利纳·达乌德 (Salina Daud), 国家能源大学;

伯克哈特·施拉格 (Burkhard Schrage), 新加坡管理大学 (Singapore Management University);

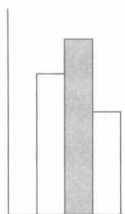
沙姆斯·巴哈林·赛罕 (Shamsul Baharin Saihani), 马拉工业大学 (Universiti Teknologi Mara);

保罗·惠特拉 (Paul Whitla), 岭南大学 (Lingnan University)。

我们也希望将感谢送给我们各自的家庭, 家人的理解和支持有助于我们一点点付出努力并最终获取成功。

黄昭虎

克里希纳·乌代阿桑卡



亚洲版新增内容

第一章

全球化的动态变化

我们通过从亚洲情况中提取出大量例子，说明了当今全球化不仅是产品和服务在东西方之间的往返流动，而且是贸易、社会和文化跨越许多国家的多边交流。我们通过展示消费者使用的产品和服务如何在本质上变得具有多国性，着力说明全球商务环境发生了何种改变。这些例子同时突出了另一个要点——单一产品或服务可以不再从一个国家产生，就像消费者现在变成多元文化的“全球公民”一样。我们还更新了本章的统计数据，使其时间得以更新，并且与主题更相关。

第二章

亚洲内外的国家政治经济差异

本章新增了一个“开篇案例”，用来将现有“章尾案例”补充完整。该案例通过聚焦印度尼西亚苏哈托政权的崛起，追踪了苏哈托的权力上升过程，包括其政权曾经如何在腐败的基础上引领了一个经济快速发展的时代。该案例不仅突出了国家经济政治差异的程度和影响，也突出了从不同角度来深刻理解这些差异的必要性。同时，本章增加了一个关于菲律宾腐败的“聚焦国家”专栏，以便读者们能够比较和领会不同亚洲国家之间的趋势——以这种方式理解亚洲国家是不同实体，而非将整个亚洲看作一个同质的地区。在同样的思路下，本章包含了一个新的国际企业治理方面的“聚焦管理”专栏，用来突出全球企业治理环境的差异及趋同的大趋势。本章还包含了有关 2008 年经济危机及 2010 年欧洲危机的内容。

第三章

理解亚洲文化

本章加入了一个与关系相关的“聚焦管理”专栏，采用更深入及更有洞见的方式去辨别亚洲内部各国及世界其他地区的文化差异。此外，我们也对本章有关亚洲哲学和宗教及文化实践的部分材料进行了修订。

第四章

发展中的经济伦理

本章介绍了伦理困境，尤其是出现在亚洲和世界其他地区新兴经济体中的伦理困境，例如与雇用童工有关的问题。这些增加的材料强调了伦理变化并非来自不同的精神信仰或品德，而是来自这些发展中国家因社会经济条件不同而呈现的现实。本章还包含了一个新的“聚焦管理”专栏，论述了全球环境中公司的社会责任及其对国际商务的启示。

第五章

国际贸易和亚洲新兴产业的崛起

在线游戏——一种众所周知且流行于当年轻年人中的活动，并不如人们所猜测的那样始于西方国家，而是始于韩国。新“聚焦管理”专栏论述了在韩国的在线游戏产业中，其新产品、革新甚至整个产业如何在世界各个不同地区尤其是亚洲独特的社会经济环境中形成，并成长为价值数十亿美元的商务活动。本章附录还更新了涉及国际贸易和国际收支平衡的基础内容。

第六章

国际贸易环境中的发展中国家

我们加入了一个涉及国际贸易的政治经济问题的新“聚焦管理”专栏，内容有关“印度香米”专利权。这个专栏追踪了一家母公司位于美国的公司如何就“印度香米”递交专利申请及最终导致争议的案例，而这种大米原本是一种在巴基斯坦和印度得到广泛种植的作物。本章还包含一些有关倾销对发展中国家的影响的材料，以及一个有关发达国家使用补贴和保护主义措施的简要讨论，以便从多个角度理解不同贸易体系下的全球不同观点。本章还对部分其他讨论问题进行了修订。

第七章

外国直接投资

我们删除了一些有关美国直接投资流入和流出统计数据的内容以便突出全球贸易流，更新了其他统计数据以便反映全球趋势，并且修订了部分其他讨论问题。

第八章

亚洲的区域经济一体化

我们在有关东南亚国家联盟及亚洲太平洋经济合作组织的章节中加入了大量新材料，还增加了有关南亚区域合作联盟的一个新章节。

第九、十、十一章

外汇、货币体系和全球资本市场

我们修订了这些章节中的一些例子和讨论问题，以便反映外汇市场、国际货币环境及全球资本市场的全球本质。我们还更新了这些章节的内容，以便反映最新的趋势和统计数据。

第十二章

国际商务战略

本章已经更新，并修订了部分讨论问题。

第十三章

国际商务组织

本章通过日本企业集团和韩国财阀的案例增加了有关亚洲不同公司结构和不同所有制类型的新内容，也增添了一些有关组织文化差异的材料，还增添了一个有关亚洲企业有效领导力的新“聚焦管理”专栏。这部分内容极为有趣，尤其是对非亚洲经理人和学生，以及对亚洲文化有相当了解的人而言。

第十四章

跨国公司进入战略及战略联盟

我们通过跟踪亚洲跨国公司与传统西方国家跨国公司的并肩崛起来剖析变化的商务环境。而跨国公司正在这种变化的环境中制定各自的进入决策。我们也突出了亚洲和南美洲公司给竞争性环境带来的独特的有价值的观点，在这样一种环境中，这些将可能影响各跨国公司的进入决策和联合决策。我们也修订了部分其他讨论问题，以鼓励学生在一个更广阔的全球商务环境中利用其知识和技能。

第十五章

发展中国家的出口导向

本章新增了一个例子，内容有关亚洲进出口银行及其提供的出口信贷保险的类型。这部分内容因其说明了如何减轻政治风险和经济风险，因此具有特别重要的意义，对那些更小的公司和来自新兴经济体的公司而言尤其如此。我们通过添加一个有关巴基斯坦出口加工区管理局的“聚焦国家”专栏来进一步强调这一点。本章还新增了一个“聚焦管理”专栏，该专栏概括了新比亚迪卡（Symbiotica）案例，这是一家成长为全球出口商的马来西亚制药企业。

第十六章

外包和物流

本章已经更新。

第十七章

全球营销

本章增加了一个有关本田（Honda）的例子，并修订了部分讨论问题。

第十八章

全球商务环境中侨居国外的经理人

本章用一个新“聚焦管理”专栏探讨了经理人移居国外的动机和态度，辨识了经理人移居国外的5种不同类型，特别是通过研究从西方国家移居亚洲人员的行为，得出移居国外者和东道国都可从中获益的结论。

第十九章

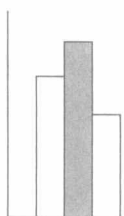
会计实务中的差异

本章新增的内容有关各种非正式资本市场机制。在不同类型的经济体中都能找到这类机制，无论是发达经济体还是新兴经济体。通过关注印度企业的商务案例，例如印度的塔塔集团（Tata group），以及日本企业集团，我们说明了金融约定上的不同如何导致会计实务的变化。

第二十章

金融管理的全球化

我们新引入了一个“聚焦国家”专栏来强调金融管理实务的差异，探讨了软件巨头印孚瑟斯（Infosys）和萨蒂扬（Satyam）等印度公司在美国股票市场上市，以期完全受益于全球金融资源的问题。本章还修订了部分其他讨论问题，以便增添全球化意蕴。



使用说明

贯穿全书的案例、专栏和习题使得书中的理论变得可接受及有趣味，同时也展示了如何将理论与国际商务实践相联系。

开篇案例

“开篇案例”用于引入本章的主题。

章尾案例

“章尾案例”证明了本章材料与国际商务实践的相关性。

每部分的结尾案例

每部分的结尾案例更长，用来对诸如快乐蜂（Jollibee）这样的国际企业进行更深入的研究。

聚焦国家

每一个“聚焦国家”例子都提供了与国际商务问题紧密相关的国家的政治、经济、社会或文化方面的背景。

聚焦管理

“聚焦管理”中的例子更好地说明了章节材料和国际商务实践的相关性。

给管理者的启示

在第二部分、第三部分和第四部分中，每章结尾处所关注的都是国际商务环境，而不是个别公司——而“给管理者的启示”清楚解释了本章所讨论材料在管理上的应用。

研究任务

学生利用本教材及 globalEDGE™ 网站可以解决与每一章相关的实际国际商务问题。这些练习向学生展示了国际经理人进行明智商务决策所使用的工具和数据资源种类。

为教师提供的补充材料

教师手册

更新后的教师手册 [由韦罗妮卡·霍顿（Veronica Horton）准备] 包含课程大