

中小企业国际化管理丛书
ENTERPRISE INTERNATIONALIZED MANAGEMENT SERIES



中小企业营销 国际化管理 系统

企业国际化管理研究课题组 著

光明日报出版社

●中小企业营销国际化管理丛书

中小企业营销国际化管理系统

企业国际化管理研究课题组 著

光明日报 出版社

图书在版编目(CIP)数据

中小企业营销国际化管理系统/企业国际化管理研究课题组著.

- 北京:光明日报出版社,2005.1

(中小企业营销国际化管理丛书)

ISBN 7-80206-015-X

I. 中… II. 企… III. 企业管理—市场营销学

IV. F274

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 124094 号

版权所有·翻印必究

书 名: 中小企业营销国际化管理系统

作 者: 企业国际化管理研究课题组

出版发行: 光明日报出版社

北京市崇文区珠市口东大街 5 号

邮编: 100062

电话: 010-67078234

传真: 010-67078255

经 销: 全国各地新华书店

印 刷: 北京东方七星印刷厂

规 格: 787×980 毫米 1/16

印 张: 149

字 数: 2441 千字

版 次: 2005 年 1 月第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 1-10000 册

书 号: ISBN 7-80206-015-X/F

定 价: 266.00 元 (全七册)

如发现有印装错误 可随时退本社更换



中小企业营销国际化管理丛书

- 中小企业营销国际化管理系统
- 中小企业营销国际化管理方法
- 中小企业营销国际化管理模式
- 中小企业营销国际化管理文案
- 中小企业营销国际化管理制度
- 中小企业营销国际化管理表格
- 中小企业营销国际化管理案例

中小企业国际化管理丛书

- 《中小企业营销国际化管理丛书》
- 《中小企业财务国际化管理丛书》
- 《中小企业企划国际化管理丛书》
- 《中小企业人力资源国际化管理丛书》
- 《中小企业创新开发国际化管理丛书》
- 《中小企业公共关系国际化管理丛书》
- 《中小企业行政办公国际化管理丛书》

全案策划：宿春礼

责任编辑：曹 杨

封面设计： 大象工作室 010-84803033
石建华+郭红玲

企业国际化管理研究课题组

成 员 名 单

课 题 总 监: 宿春礼 R. W. Reagan (美)

课 题 主 持: (排名不分先后)

宋新力 吴 华 张士清 崔明礼 郭红珍

李 宁 邢群麟 徐保平 林家昌 (港)

H. Ferdinand (美) H. Thatcher (美) E. Dorothy (美)

T. Wolfgang (美) P. Cooley (英) E. Kästner (德)

营销课题主持: 崔明礼 E. Dorothy (美)

营销课题研究: (排名不分先后)

崔明礼 于心愿 蔡亚兰 杜延起 李晓琳

何瑞欣 苏亚莉 李淑敏 齐 冲 陆晓飞

李秀敏 李 乐 陈凌云 王 杰 胡乃波

孙明平 石德清 陈 振 莫 可 (港)

鐘鎮其 (港) 秦通藝 (台) 水野マリ子 (日)

車植煥 (韩) 鈴木义道 (日) T. Jackson (英)

E. Dorothy (美) D. Sylvester (美) M. K. Sophia (美)

J. D. Müller (德) F. Prelot (法) J. Hofmann (德)

B. Angelo (美) D. Sheldon (美) C. Eustace (美)

V. Shwarcz (英)



总 序

2001年12月,中国加入世贸组织(WTO)法律文件开始生效,中国成为世贸组织的正式成员。中国加入世贸组织,标志着中国的对外开放进入了一个新阶段,具有历史性的重大意义。中国企业参与国际竞争也步入新时期。机遇与挑战并存,企业必须抓住机遇,应对挑战,在改革中求发展,在竞争中壮大。

加入世贸组织后,我国企业的发展趋势应是建立现代企业的国际化经营管理。这是在经济全球化背景下,企业生存、发展的必然选择。这就要求企业在参与国际竞争中,建立全球观念,迅速、准确地掌握国际市场最新信息,从而做出快速决策,制定战略和行动纲领。同时,企业的国际化管理也意味着可以进入更广大的国际市场,合理地配置资源,广泛地利用国际资金和人才,获得最新的科学技术。显然,国际化管理给企业提出了更高的要求。

总之,在中国加入世贸组织之后,在经济全球化的大背景下,中国企业必将面临更多的外国企业的竞争。中国企业加快自身的改革,走国际化经营管理之路,将成为紧迫的任务。

经过二十多年的改革与发展,中国企业在开拓国际化管理上已具备了一定的基础条件。虽然在整体的实力和技术上并不领先,但我国也已有一些具备国际竞争优势的产业、行业和企业。同时,良好的国内经济环境也为中国企业实施国际化管理提供了条件。未来十年,中国经济将进入新一轮增长期,对企



业发展和加快国际化管理，提供了有利的条件。

但是，也要清醒地看到，中国企业的国际化管理尚处于初级阶段，总体水平不高，普遍存在几方面的问题，如：（1）大多数企业规模不大，实力不强；（2）人力资源的国际化管理水平不高；（3）对企业国际化经营管理的相关法律法规不完善，还有不必要的行政干预；（4）金融服务滞后，缺乏宽松的融资环境。

面对中国加入世贸组织的新形势和经济全球化浪潮，中国企业必须审时度势，加快改革创新，全方位提高自身素质，为企业进行国际化管理创造条件。

一、抓住加入世贸组织和经济全球化的机遇，树立国际化管理的观念。

企业首先要培养全球战略意识。没有经济全球化的观念，就不会有全球化的行动，要善于从经济全球化的经营角度，优化资源配置，开拓资本运作渠道，建立全球客户网络，提高管理水平。

二、发挥比较优势，培育核心竞争力。

发展具有比较优势产业，是我国企业国际化经营的重要战略。与此同时，还要培育竞争优势。只有把两方面的优势结合起来，才能构成企业完整的国际核心竞争力的框架。

三、规范管理体系，开拓全球市场。

为了进入国际市场，必须根据市场要求，调整企业的产品结构，使产品达到国际质量标准，对企业要有更高的技术和质量管理要求。企业内部组织也必须向运作严谨、管理有序的跨国公司发展，适应国际竞争的要求。

四、善于与跨国企业合作，取长补短。



跨国公司在国际化经营管理方面有很多成熟的经验，可以借鉴。中国企业加强与跨国公司合作，有利于取长补短，提升国际化经营管理的水平。

五、培养人才，完善人才管理。

人才不足是中国企业扩大国际化经营规模、提高国际化管理水平的主要制约因素。发展国际化经营管理，不仅需耀金融、法律、财务、技术、营销等方面的专业人才，更需要有战略思想和熟悉现代企业管理的经理人才。加强人才的管理、选拔、培训，是企业国际化管理的重要工作。

企业国际化管理研究课题组，集合多方面专长，以推动中国企业国际化竞争力的提升和专业国际化经营人才的成长为使命，成功编写了《中小企业国际化管理丛书》。本《丛书》从中国企业国际化管理的需要出发，结合中国企业经营管理的深刻变革和发展趋势，较为科学地引入了西方先进的企业管理理念、经验和方法，并结合中国企业的实际，从系统、模式、方法、制度、文案、表格、案例七个方面入手，系统阐述了现代国际化企业营销、财务、人力资源、组织、企划、生产运作、行政办公、公共关系、资本运营、创新开发、战略等专题，为中国企业提供了一套现实所需的国际化管理参考方案，是很有价值的。

借此《丛书》出版之机，祝中国企业在全球市场竞争中取得成功，祝愿中华民族在经济全球化的浪潮中迎来伟大的复兴。

中国第一任 WTO 首席谈判代表
中华人民共和国外经贸部原副部长

《中小企业国际化管理丛书》总书目

置身企业管理实务前沿



提供经营管理操作方案

安邦管理书系 之《中小企业国际化管理丛书》(1-14)

1.《中小企业营销国际化管理系统》	中小企业营销 国际化管理丛书 企业国际化管 著 理研究课题组 光明日报 出版 出版社 全套定价:266.00 元 38.00 元/本 联系 电话:13601026436	●营销战略与战术、 营销管理过程、目标市场 营销、产品决策、定价决 策、渠道决策、广告决策、 公关决策、促销决策、沟通 谈判、人员管理、物流管理 ●虚拟营销、个性化 营销、客户中心管理、敏捷 营销组织、数字化分销渠 道、顾问型营销人员、全球 一致性品牌
2.《中小企业营销国际化管理方法》		
3.《中小企业营销国际化管理模式》		
4.《中小企业营销国际化管理制度》		
5.《中小企业营销国际化管理表格》		
6.《中小企业营销国际化管理文案》		
7.《中小企业营销国际化管理案例》		

8.《中小企业财务国际化管理系统》	中小企业财务 国际化管理丛书 企业国际化管 著 理研究课题组 光明日报 出版 出版社 全套定价:266.00 元 38.00 元/本 联系 电话:13601026436	●交易处理、筹集资 本、税务处理、成本管理、 现金流量管理、会计控制、 全面预算与监控、内部审 计、财务报告、财务监督 ●改善财务作业流 程、提高信息系统质量、高 度集中财务预警权、高度 集成财务与业务、评估企 业风险与机会、提高资金 效率、企业纳税规划
9.《中小企业财务国际化管理方法》		
10.《中小企业财务国际化管理模式》		
11.《中小企业财务国际化管理制度》		
12.《中小企业财务国际化管理表格》		
13.《中小企业财务国际化管理文案》		
14.《中小企业财务国际化管理案例》		



置身企业管理实务前沿  提供经营管理操作方案

安特管理书系 之 《中小企业国际化管理丛书》(15-28)

15.《中小企业人力资源国际化管理系统》	中小企业人力资源 国际化管理丛书 企业国际化管理研究课题组 著 光明日报出版社 出版 全套定价:266.00元 38.00元/本 联系电话:13601026436	●人力资源规划、招聘、选拔、录用、调配、晋升、降职、轮换;技能培训、潜能开发、职业生涯管理;报酬、激励;组织设计、工作分析、员工关系、员工参与、人事行政 ●策略导向型人力资源规划、人本型业绩辅导流程、多元弹性化人员甄选、动态目标绩效评估体系、激励导向式薪资策略、自助式福利政策
16.《中小企业人力资源国际化管理方法》		
17.《中小企业人力资源国际化管理模式》		
18.《中小企业人力资源国际化管理制度》		
19.《中小企业人力资源国际化管理表格》		
20.《中小企业人力资源国际化管理文案》		
21.《中小企业人力资源国际化管理案例》		

22.《中小企业企划国际化管理系统》	中小企业企划 国际化管理丛书 企业国际化管理研究课题组 著 光明日报出版社 出版 全套定价:266.00元 38.00元/本 联系电话:13601026436	●战略企划、营销企划、人力资源企划、公关企划、品牌企划、CI企划、广告企划、融资企划 ●科学化动态性企划,企划创意→企划论证→企划实施→企划监控→企划评估
23.《中小企业企划国际化管理方法》		
24.《中小企业企划国际化管理模式》		
25.《中小企业企划国际化管理制度》		
26.《中小企业企划国际化管理表格》		
27.《中小企业企划国际化管理文案》		
28.《中小企业企划国际化管理案例》		



置身企业管理实务前沿  提供经营管理操作方案

支持管理书系 之《中小企业国际化管理丛书》(29-42)

29.《中小企业创新开发国际化管理系统》	中小企业创新开发 国际化管理丛书 企业国际化管理 研究课题组 著 光明日报 出版 出版社 全套定价:266.00 元 38.00 元/本 联系:13601026436 电话	●制度创新、组织创新、管理创新、产品创新、技术创新、市场创新、人才创新、财务创新、文化创新 ●综合创新、全员创新、企业形象个性化、产品服务个性化
30.《中小企业创新开发国际化管理方法》		
31.《中小企业创新开发国际化管理模式》		
32.《中小企业创新开发国际化管理制度》		
33.《中小企业创新开发国际化管理表格》		
34.《中小企业创新开发国际化管理文案》		
35.《中小企业创新开发国际化管理案例》		

36.《中小企业公共关系国际化管理系统》	中小企业公共关系 国际化管理丛书 企业国际化管理 研究课题组 著 光明日报 出版 出版社 全套定价:266.00 元 38.00 元/本 联系:13601026436 电话	●公关调研、公关策划、公关实施、公关评估、公众信息管理、公众舆论管理、公众关系管理、公众形象管理、公共危机管理、公关组织管理 ●沟通策略、传播手段、协调方法、目标定位、资料分析、对象细分、策略选择、操作实施、动态评估
37.《中小企业公共关系国际化管理方法》		
38.《中小企业公共关系国际化管理模式》		
39.《中小企业公共关系国际化管理制度》		
40.《中小企业公共关系国际化管理表格》		
41.《中小企业公共关系国际化管理文案》		
42.《中小企业公共关系国际化管理案例》		

置身企业管理实务前沿



提供经营管理操作方案

安特管理书系 之《中小企业国际化管理丛书》(43-49)

43.《中小企业行政办公国际化管理系统》	中小企业行政办公 国际化管理丛书 企业国际化管理研究课题组 著 光明日报出版社 出版 全套定价:266.00 元 38.00 元/本 联系:13601026436 电话	●日常办公管理、文 秘管理、文书资料管理、会 议管理、出差管理、财产管 理、印信管理、信息管理、 档案管理、生活福利管理、 安全卫生管理、物料与库 存管理、采购管理、配送管 理、维修管理 ●服务意识、沟通策 略、协调方法、事务规范、 物流监管、信息流优化
44.《中小企业行政办公国际化管理方法》		
45.《中小企业行政办公国际化管理模式》		
46.《中小企业行政办公国际化管理制度》		
47.《中小企业行政办公国际化管理表格》		
48.《中小企业行政办公国际化管理文案》		
49.《中小企业行政办公国际化管理案例》		

特别声明:凡购买《中小企业国际化管理丛书》任意一套(七本/套)以上者,凭新华书店发票(发票商品名称栏注明本丛书书名),我社免费赠送《中小企业国际化管理丛书》(6套共42本)光盘一张。发票邮寄地址:北京市海淀区五道口华清商务会馆608室 华夏书网 胡乃波 收
 邮编:100083 **特别提醒:**请注明光盘收件人姓名、地址、邮编和电话。



面向中小企业经营国际化的必然出路



立足中小企业管理的深刻变革和发展趋势



科学引入西方先进的管理理念、经验、模式



深入结合我国当前中小企业现状与需求

目 录

·第一章 企业营销国际化管理导论·

第一节 营销国际化的产生与发展	(3)
一、现代国际营销的产生	(3)
二、国际营销的基本导向	(4)
三、国际营销的新发展	(5)
第二节 企业营销国际化的发展动力	(8)
一、产业的国际化	(9)
二、需求的国际化	(9)
三、市场的国际化	(10)
四、竞争的国际化	(10)
第三节 国际市场营销的新特征与未来趋势	(10)
一、市场营销虚拟化	(11)
二、市场营销个性化	(11)
三、营销管理客户中心化	(11)
四、营销人员顾问化	(12)
五、分销渠道数字化	(12)
六、营销品牌趋同化	(12)
第四节 中国企业营销国际化的现实挑战与回应	(13)
一、营销国际化对中国企业的现实挑战	(13)
二、中国企业营销国际化的基本策略	(15)

·第二章 国际市场营销管理理论基础与系统构成·

第一节 国际市场与国际营销	(19)
一、国际市场的特点	(19)
二、国内营销与国际营销的比较	(23)





三、国际市场营销的主体与任务	(25)
第二节 国际市场营销的理论基础	(31)
一、绝对优势理论	(31)
二、比较优势理论	(32)
三、生产要素禀赋理论	(32)
四、新要素理论	(33)
五、国际产品生命周期理论	(34)
六、产业内贸易理论	(36)
七、内部化理论	(37)
八、垄断优势理论	(38)
第三节 国际市场营销管理系统的构成	(39)
一、国际市场营销环境系统	(41)
二、国际市场营销调研与预测系统	(41)
三、国际目标市场选择与定位系统	(41)
四、国际市场营销产品系统	(41)
五、国际营销产品定价系统	(42)
六、国际市场营销分销渠道系统	(42)
七、国际市场营销促销系统	(42)
八、国际市场营销过程管理系统	(42)
·第三章 国际市场营销环境系统·	
第一节 国际市场营销的社会文化环境	(45)
一、文化与国际营销的成功	(45)
二、文化差异与文化环境	(46)
三、企业的跨国文化建设	(51)
第二节 国际市场营销的政治法律环境	(53)
一、国际市场营销的政治环境	(53)
二、国际市场营销的法律环境	(58)
第三节 国际市场营销的经济环境	(63)
一、经济发展阶段	(64)
二、收入水平	(66)
三、物价水平	(67)

四、金融与外汇	(67)
第四节 国际市场营销的地理历史环境	(69)
一、自然地理环境	(69)
二、历史环境	(70)
第五节 国际市场营销的科技环境	(71)
一、世界科技发展趋势	(71)
二、科技革命对国际营销的影响	(73)
第六节 国际市场营销的动态环境	(75)
一、获取最大利润	(75)
二、利用国外资源	(76)
三、拓展市场	(77)
四、输出资本	(77)
五、规避风险	(77)
六、强化防御	(78)

·第四章 国际市场营销调研与预测系统·

第一节 营销信息系统	(81)
一、营销信息系统的特性及功能	(82)
二、营销信息系统的构成要素	(83)
三、营销信息系统的内容	(84)
第二节 国际市场的营销调研	(89)
一、国际营销调研的作用	(90)
二、国际营销调研的基本类型	(91)
三、国际营销调研的程序	(93)
第三节 国际市场的营销预测	(95)
一、国际营销预测的概念	(95)
二、国际营销预测的内容与要求	(95)
三、国际营销预测的类型和程序	(99)

·第五章 国际目标市场选择与定位系统·

第一节 国际目标市场细分	(103)
一、市场细分的涵义	(103)





二、有效市场细分的条件	(103)
三、国际消费品市场细分	(105)
四、国际工业品市场细分	(107)
第二节 国际目标市场选择	(108)
一、国际市场机会的把握	(108)
二、选择国际目标市场需考虑的因素	(110)
三、国际目标市场选择的步骤	(111)
四、选择目标市场的营销策略	(113)
五、企业进入国际市场的战略	(114)
第三节 国际目标市场定位	(120)
一、国际市场定位的涵义	(120)
二、国际市场定位策略	(120)
三、国际市场再定位策略	(123)
 ·第六章 国际市场营销产品系统· 	
第一节 国际产品概述	(127)
一、国际产品涵义	(127)
二、国际产品的标准化与差异化	(128)
第二节 国际产品的设计与开发	(133)
一、影响产品设计的主要因素	(133)
二、产品的设计策略	(135)
三、新产品设计开发的步骤	(136)
第三节 国际产品品牌与包装	(141)
一、国际产品的品牌	(141)
二、国际产品的包装	(145)
第四节 国际产品系列的选择方案与适应性	(149)
一、国际产品系列的选择方案	(149)
二、国际产品系列的适应性	(151)
第五节 国际产品服务	(154)
一、服务内容	(154)
二、服务策略	(156)