

21

世纪商务系列教材

国际商务

International Business

金润圭 主 编
杨 蓉 副主编



立信会计出版社

LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

21世纪商务系列教材

国际商务

金润圭 主 编
杨 蓉 副主编

究所，
rtid=

3读书

1/GB/

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际商务/金润圭主编. —上海:立信会计出版社,
2006.5

(21世纪商务系列教材)

ISBN 7-5429-1644-0

I. 国… II. 金… III. 国际贸易-教材 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 041120 号

出版发行	立信会计出版社
经 销	各地新华书店
电 话	(021)64388409
	(021)64391885(传真)
	(021)64695050
网上书店	www.Lixinbook.com
	(021)64388132
地 址	上海市中山西路 2230 号
邮 编	200235
网 址	www.lixina.ph.com
E-mail	lxaph@sh163.net
E-mail	lxzbs@sh163.net (总编室)

印 刷	立信会计常熟市印刷联营厂
开 本	787×960 毫米 1/16
印 张	23.5
字 数	468 千字
版 次	2006 年 5 月第 1 版
印 次	2006 年 5 月第 1 次
印 数	3 000
书 号	ISBN 7-5429-1644-0/F·1474
定 价	34.50 元

如有印订差错 请与本社联系

总 序

21 世纪肇始,整个世界并不像人们所期望的那样精彩纷呈。“9·11”事件、伊拉克战争、恐怖主义、“非典”猖獗、新经济受挫、全球性通缩、对外直接投资进入低潮……但是,在整个世界经济不够景气的同时,也有一些亮点在闪烁。例如,中国经济持续高速发展,对我国的外国直接投资节节攀高,2002 年达到 527 亿美元,超过了美国。“中国制造”的产品,从低档到高档,正在不断提升自己的竞争优势。2003 年 10 月,随着中国载人航天飞船成功进入太空,由航天热产生的航天经济正在给中国经济的发展创造出新的机会。所有这些扑朔迷离的事件和变化,都会给企业商务环境带来许多不确定的因素,形成快速变革的态势,造成负面的或正面的影响。

美国戴尔计算机公司总裁迈克尔·戴尔指出:“商场中唯一永恒不变的就是所有事情都在不断变革。我们必须利用并驾驭变革,同时防止受到变革的控制。我们必须成为这场变革游戏的赢家。”针对本世纪变革环境下的战略挑战,这套丛书的宗旨就是在总结过去理论成果和实践经验的基础上,通过对商务理论和实践的再总结和创新,告诉读者我们应该做什么,不应该做什么,从而帮助读者利用和驾驭变革,防止完全成为变革的奴隶,并最终在变革中立于不败之地。

为了达到上述目的,本丛书力求处理好三个关系,在内容、形式和体例上有所创新,以形成自己的风格和特色。

其一,处理好过去、现在和将来之间的关系。在丛书中,有大量的理论来源于过去的实践。对过去经验进行总结,使得我们今后不会从零开始并不断重复过去的错误,这样可以加快前进的步伐;但是,我们不能仅仅停留在过去,否则就会过于保守。我们讲未来,是为了了解未来的发展趋势,不至于在变革面前束手无策;但是,我们也不能太沉醉于未来,否则就会太超前、太缥缈。我们的态度是:立足过去,关注现在和放眼未来,尤其要从现在做起。因此,我们

在阐述基本理论和事实的基础上,十分注重对今天所发生的经济现象进行理论解释和说明,对未来可能发生的经济现象进行预测和理论解说。丛书力求对最新的理论成果和实践进行总结和概括,以体现 21 世纪的时代特征。

其二,处理好理论概念与实务操作之间的关系。理论概念是每一门学科的基石,包括“为什么”和“怎么样”两个方面。实务则是理论概念的应用和实践,主要表现为“如何做”。在以往的教材中,我们一般偏重于理论概念,而对实务操作不屑一顾。现在,也有人从一个极端走向另一个极端,认为理论没有用处。在本丛书中,我们力求在理论和实践之间取得平衡,在讲清每个基本概念来龙去脉的基础上,将重点放在探讨和说明应该“如何做”方面。换言之,本丛书具有实务性较强的特点。

其三,处理好理论阐述与案例分析之间的关系。我国的教科书历来比较注重对理论的阐述,理论体系一般比较严谨,但是案例分析比较少。自从美国哈佛大学等世界著名大学的案例分析教育传到我国以后,好评如潮。案例分析被认为是培养学生提高分析和解决问题能力的重要环节,因此也有人主张用案例分析替代纯理论分析。实际上,理论阐述与案例分析是一种互补的关系,而不是一种相互替代的关系。因此,我们在丛书中保留了严格的理论逻辑体系,同时也应用了大量的案例分析和研究。与发达国家相比,我国的案例分析与研究还比较落后,可供选择的典型案例既少又不够成熟。尽管如此,我们还是尽量选用了最新的、发生在中国的案例,以显示丛书的本土化特点。

作为一套完整的商务丛书,我们将陆续推出相关的系列教材,力求覆盖面广、配套全,以利于读者一套丛书在手,商务内容一览无余。就每一本教材而言,由于论述对象、角度和所用的分析工具有所不同,各自体例的安排也百花齐放。但是从总体上看,我们力求每一本教材在体系安排、理论阐述、概念说明、文字表达等方面都努力做到规范化,每本教材都有每章小结、案例、习题和注解,以便于读者学习。

参加本丛书写作的作者来自于上海的主要高校,从学术研究的经历看,他们中有的某个学科的老权威,有的是才气横溢的年轻教授,这样,就保证了这套丛书的权威性。从从事教学工作的层次看,他们中有的专注于研究生的教学,有的长期从事本科教学,有的在高职、大专的讲台上;这些从事不同层次高等教育的教授组合在一起,取长补短,可以保证丛书具有比较广泛的适用性。丛书既可以适用研究生的教学,也可以适用本科、大专和高职的教学;既

可以适用商务专业或非商务专业的学生,也可以作为实际工作者的参考。

这套丛书的出版得到了立信会计出版社总编孙时平、责任编辑用健临等同志的大力支持和帮助,他们为这套丛书的设计和出版费尽心血,做了大量卓有成效的工作。没有他们的支持和帮助,这套 21 世纪商务系列教材丛书是不可能与大家见面的。

有一个蓝调吉他手沃伦斯·史蒂夫斯说,我不可能创造完美的世界,但我却可以倾注所有的力量来装点她。一套丛书不可能创造出一个完美的商务世界,但我们已经为此而倾注了所有的力量。如果丛书能够为增强中国企业的竞争优势,为 21 世纪中国经济的发展作出一点微薄的贡献,我们将感到十分满足了。

华东师范大学商学院国际企业研究所所长、教授、博导

金润圭

2003 年 4 月

目 录

第一章 导论	1
第一节 国际商务的发展	1
一、国际贸易	2
二、国际投资	4
三、国际商务的推动力	8
第二节 国际商务与跨国公司	12
一、跨国公司	12
二、跨国公司的发展	14
三、跨国公司推动国际商务	22
第三节 跨国公司的新特点	27
一、直接投资以购并为主	27
二、重视发挥集群效应	28
三、直接投资转向服务业	29
四、研发活动国际化	31
案例	34
本章小结	36
思考题	37
第二章 国际商务理论	38
第一节 传统国际贸易理论	38
一、重商主义对外贸易学说	38
二、绝对利益论	39
三、比较利益论	41
四、要素禀赋论	42
五、里昂惕夫反论及其解释	43
六、李斯特贸易保护论	45
第二节 现代国际贸易理论	46

一、产业内贸易理论	46
二、需求偏好相似理论	47
三、产品生命周期理论	48
四、不完全竞争理论	49
五、技术差距理论	50
六、国际贸易新要素理论	51
七、新贸易保护主义	52
第三节 对外直接投资理论	53
一、传统的资本国际流动理论	53
二、以产业组织学说为基础的对外直接投资理论	54
三、以国际贸易学说为基础的对外直接投资理论	56
四、最新对外直接投资动态发展理论	57
第四节 国际竞争优势理论	59
一、价值链理论	59
二、“钻石”理论	59
三、优势产业阶段理论	61
四、创新机制理论	62
五、“产业集聚”理论	62
案例	63
本章小结	64
思考题	66
 第三章 国际商务环境	67
第一节 国际政治与经济全球化	67
一、国际政治与国际商务	68
二、经济全球化与国际商务	70
第二节 国际文化环境	73
一、文化概述	73
二、国家文化的差异	74
三、文化差异对国际商务的影响	80
第三节 国际贸易环境	82
一、国际贸易资源(禀赋)环境	82
二、国际贸易政策环境	83
三、国际贸易组织环境	85

四、国际贸易环境发展趋势	87
第四节 国际金融环境	88
一、国际外汇市场	88
二、资本市场与货币市场	90
三、国际金融组织	91
案例	95
本章小结	97
思考题	98
 第四章 企业国际化	99
第一节 内向国际化与外向国际化	99
一、内向国际化与外向国际化的联系	100
二、内向国际化	101
三、外向国际化	102
四、中国企业的内向国际化与外向国际化	103
第二节 企业国际化与经营国际化	104
一、企业国际化	105
二、经营国际化	106
第三节 国际化的动因	109
一、国际化动因论	109
二、国际化动因分类	111
三、中国企业国际化动因	113
第四节 企业国际化过程	115
一、企业国际化阶段论	115
二、中国企业国际化过程	118
案例	122
本章小结	123
思考题	124
 第五章 国际商务战略	125
第一节 战略决策与管理	126
一、战略模式	126
二、战略选择	127
三、战略规划	128

四、战略实施	129
第二节 国际成长战略	132
一、密集型成长战略	132
二、一体化成长战略	134
三、多样化成长战略	135
四、国际成长战略的发展	135
第三节 国际竞争战略	137
一、比较优势与竞争优势	137
二、获取竞争优势的方式	138
三、价值链和竞争优势	139
四、竞争战略的选择	142
第四节 全球战略	144
一、全球战略的含义	144
二、全球战略的基本特征	146
三、全球战略选择和竞争	148
案例	151
本章小结	153
思考题	154
 第六章 目标市场选择与进入	 155
第一节 市场细分与目标市场选择	156
一、市场细分	156
二、目标市场选择	159
第二节 市场进入方式与选择	162
一、进入国际市场的方式	162
二、国际市场进入方式的选择	167
第三节 新建与购并	168
一、新建海外企业	169
二、国际购并	173
案例	177
本章小结	179
思考题	179
 第七章 全球生产	 180

第一节 研究与开发·····	180
一、企业研究与开发的类型·····	180
二、企业研发的领域及其选择·····	181
三、企业研发方式·····	181
四、企业研发费用的确定·····	182
五、加速开发新产品·····	183
第二节 国际物流·····	184
一、国际物流的概念·····	184
二、国际物流的发展·····	185
三、跨国公司与国际物流·····	185
四、国际物流系统·····	188
五、互联网与国际物流·····	190
第三节 国际生产与国际生产体系·····	192
一、国际生产的战略选择·····	192
二、全球供应战略·····	196
三、国际制造·····	198
四、全球生产体系·····	202
案例·····	203
本章小结·····	205
思考题·····	205
 第八章 国际营销·····	 206
第一节 国际营销观·····	206
一、国际营销和国内营销·····	206
二、国际营销和出口营销·····	208
三、标准化和当地化·····	209
四、国际营销组合·····	211
第二节 国际产品策略·····	212
一、现代产品观·····	212
二、产品战略·····	213
三、消费品出口·····	215
四、工业品出口·····	217
第三节 国际定价策略·····	219
一、价格类型·····	219

二、定价策略	220
三、转移定价	221
四、倾销与反倾销	222
五、灰色市场	225
第四节 国际促销策略	225
一、广告	225
二、国际公共关系	228
三、营业推广	229
第五节 国际分销策略	230
一、国际分销渠道	230
二、渠道国别差异	230
三、分销渠道选择	231
案例	232
本章小结	234
思考题	235
 第九章 国际商务的组织	 236
第一节 国际商务的法律组织	236
一、母公司	236
二、分公司	238
三、子公司	238
第二节 国际商务的管理组织	239
一、现代企业组织结构	239
二、国际商务组织结构的演变	242
第三节 全球组织结构安排	247
一、全球职能结构	247
二、全球产品事业部结构	248
三、全球地区事业部结构	249
四、全球混合结构	251
五、全球矩阵结构	251
第四节 新的组织结构安排	253
一、跨国网络结构	253
二、兼并的组织安排	255
三、联合经营的组织安排	256

四、凯立茨组织安排	257
五、电子网络组织结构	258
第五节 组织结构的选择	259
一、国际商务经营战略	259
二、国际经营的程度	260
三、管理人员的能力	261
案例	262
本章小结	263
思考题	264
 第十章 跨文化管理	265
第一节 国际化经营与跨文化管理	265
一、跨文化管理概述	265
二、跨文化管理的主要内容	267
三、跨文化管理的模式	269
第二节 跨文化沟通	271
一、跨文化沟通的含义	271
二、跨文化沟通的影响因素	272
三、跨文化沟通的知识与技巧	274
第三节 文化融合	275
一、平衡文化差异	275
二、文化融合的途径	277
第四节 跨文化管理的实践策略	279
一、正确识别文化差异	279
二、跨文化培训	280
三、建立共同经营观和公司文化	281
四、实施本土化策略	281
案例	282
本章小结	283
思考题	284
 第十一章 国际人力资源管理	285
第一节 国际人力资源管理的特点	285
一、国际人力资源管理定义	285

二、国际人力资源管理特点	286
三、国际人力资源管理模式	288
第二节 国际人力资源管理过程	292
一、跨国企业的人员配置	292
二、跨国企业管理人员的培训与发展	297
三、跨国企业员工的绩效管理	299
四、跨国企业员工的薪酬管理	302
第三节 人力资源管理模式的国际比较	304
一、美日国际人力资源管理模式分析	304
二、美日人力资源管理模式比较	307
三、人力资源管理模式的发展	308
案例	310
本章小结	312
思考题	313
第十二章 国际财务与税收	314
第一节 国际财务系统	315
一、国际财务管理的职能和特点	315
二、国际财务管理方式	316
三、国际财务管理系统	317
第二节 国际融资	318
一、国际融资战略	318
二、国际融资来源	320
三、国际筹资方式	322
第三节 国际资金运用	323
一、国际企业外部现金流量管理	324
二、国际企业内部现金流量管理	325
三、国际投资财务决策	327
四、对外投资的资本成本	329
第四节 国际转移定价与税收	331
一、国际转移定价	331
二、国际税收管理	333
第五节 外汇风险和防范	337
一、外汇风险的类型	337

二、外汇风险管理过程	339
三、外汇风险管理技术	340
案例	344
本章小结	347
思考题	348
 附录 1 专用术语中英文对照	 349
附录 2 参考资料	357

第一章 导 论

最近,英国海滨小城布莱顿一家中学成为第一家把中文普通话列为必修课的学校。美国大学理事会(The College Board)的“世界语言项目”曾在2003年进行过一次调查,询问全美的中学是否考虑把意大利语、俄语、日语和中文列为“进阶先修课程项目”(Advanced Placement Program),调查结果使该项目主管人员大吃一惊:50所学校选了俄语,175所中学选了日语,240所挑了意大利语,但选择中文的学校高达2400所,至少是其他任何语言的10倍!在日本,有近200万人学中文,500余所大学几乎全部开设了中文课,中文在日本已成为英语之后的第二外语;在韩国,学习中文的人数近40万人,每年都有2万人参加汉语水平考试,其成绩已成为韩国许多大企业用人及升职的标准之一。在欧洲大陆,法国教育部在中学积极推动中文与法文的双语教育实验计划,百余所法国大学开设了中文专业;德国学汉语的人数,这几年间增加了5倍多,中文在德国许多州成为中学会考的科目。较高的汉语水平,正成为跨国公司职场竞争的一大优势。一位美国哈佛大学MBA专业2005年毕业生介绍求职经验时说:“凡简历上写着懂中文的人都炙手可热。”在华投资的跨国企业有10多万名外籍高层主管,其汉语水平高低也影响着他们的业绩和发展。^① 中文热的兴起,一方面反映了中国正在逐步融入世界,其改革开放的成绩举世瞩目,中国因素在国际商务活动中的重要性日益凸显;但也从另一方面反映了国际商务与改革开放中的中国息息相关。

第一节 国际商务的发展

国际商务(International Business)简单地说,就是指那些跨越国界的商务活动,包括商品、服务、资本等任何形式的经济资源的国际传递。这种国际商务关系可以在民间企业之间发生,也可以在各国政府之间发生。各国企业之间的商业交易活动,其目的在于盈利。政府之间的国际商务活动,可以利润为导向,也可不以利润为导向。

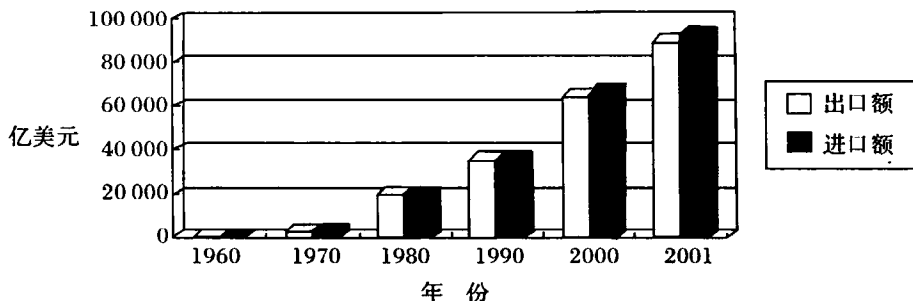
国际商务有国际贸易(International Trade)和国际投资(International Investment)两种最主要的形式,前者包括货物贸易和服务贸易,后者包括对外直接投资(Foreign Direct

^① 魏城:《全球兴起中文热》,2006.1.23,英国《金融时报》中文网, www.ftchinese.com/sc/story.jsp?id=001002608。

Investment—FDI)和间接投资(Foreign Indirect Investment—FII)。1973年石油危机以来,世界经济虽然遭到各种因素的困扰,但是国际贸易和国际投资增长仍然甚快。

一、国际贸易

世界国际贸易的增长很快。如图 1-1 所示,1960 年,世界货物贸易出口额和进口额只有 1 305.46 亿美元和 1 374.44 亿美元;1960~1970 年,世界货物贸易出口平均增长 9.22%,进口增长 9.06%,到 1970 年分别达到 3 170.60 亿美元和 3 295.99 亿美元,是 1960 年的 2 倍多。1970~1980 年是世界货物贸易大发展的时期,出口额和进口额分别增长 20.42%和 20.27%,1980 年跃升到 20 330.75 亿美元和 20 754.30 亿美元,是 1970 年的 6 倍多。1980~1990 年,世界货物贸易平稳发展,出口额和进口额增长 6.00%和 6.08%,在 1990 年分别达到 34 935.75 亿美元和 36 106.76 亿美元。1990~2000 年,货物贸易的发展加快,出口额和进口额分别增长 6.71%和 6.64%,2000 年分别达到 64 357.32 亿美元和 66 330.31 亿美元,比 1990 年增加近 2 倍。21 世纪初,受美国“9.11”事件,以及伊拉克战争、“非典”等突发因素的影响,国际货物贸易受到重创,2000~2001 年,出口额和进口额分别下降 4.01%和 3.81%。但是从 2003 年下半年开始,受到亚洲和美国经济强劲复苏的推动,全球货物贸易总值在 2003 年增加了 16%。2003~2004 年,又分别增长 19.83%和 20.30%,2004 年货物出口额为 89 755.89 亿美元,进口额为 92 446.79 亿美元。从 1960~2004 年,平均增长 10.48%和 10.42%。^① 在一个较长的时间段里,世界贸易的增长速度持续超过了世界产出的增长速度,图 1-2 是 1950~2004 年,以农产品、石油和矿产品、制造产品等几个大类主要产品为基础的世界货物贸易与生产增长速度的比较,从图中可以明显看到世界货物贸易增长的强劲势头。



数据来源:联合国贸发会议, statistical databases on-line, <http://stats.org/Handbook/TableViewer.aspx? ReportId=196>。

图 1-1 世界货物贸易进出口额

^① 资料来源:联合国贸易和发展会议, statistical databases on-line, <http://stats.org/Handbook/TableViewer.aspx? ReportId=196>; <http://stats.org/Handbook/TableViewer.aspx? ReportId=139>。