



高职高专国际商务专业系列教材

跨国公司经营与管理

Kuaguo Gongsi Jingying Yu Guanli

顾 问 / 薛荣久 主 编 / 李秀平 韦海燕



重慶大學出版社

<http://www.cqup.com.cn>



高职高专国际商务专业系列教材

跨国公司经营与管理

江苏工业学院图书馆
藏书章

顾问 / 薛荣久 主编 / 李秀平 韦海燕 副主编 / 吴娅雄 付建全

重庆大学出版社

内容提要

本书主要介绍了跨国公司形成、发展的历程;跨国公司经营战略以及制订方法;跨国公司的经营方式与组织结构;国际市场营销;跨国公司跨文化管理和人力资源管理;跨国公司的技术研发管理、供应链管理、内部贸易;跨国兼并的方式方法;跨国公司涉及的国际税收以及跨国风险管理等内容。

本书可作为高职高专国际商务专业或经贸类专业的教材,也可作为跨国经营从业人员的学习培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

跨国公司经营与管理/李秀平,韦海燕主编. —重庆:
重庆大学出版社,2006.8
(高职高专国际商务专业系列教材)
ISBN 7-5624-3732-7

I. 跨... II. ①李...②韦... III. 跨国公司—经济
管理—高等学校;技术学校—教材 IV. F276.7

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第079154号

高职高专国际商务专业系列教材

跨国公司经营与管理

顾问 薛荣久

主编 李秀平 韦海燕

副主编 吴娅雄 付建全

责任编辑:顾丽萍 版式设计:顾丽萍

责任校对:李小君 责任印制:张策

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:张鹤盛

社址:重庆市沙坪坝正街174号重庆大学(A区)内

邮编:400030

电话:(023) 65102378 65105781

传真:(023) 65103686 65105565

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)

全国新华书店经销

重庆万州日报印刷厂印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:17.25 字数:309千

2006年8月第1版 2006年8月第1次印刷

印数:1—3 000

ISBN 7-5624-3732-7 定价:22.00元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

- 顾问** 薛荣久(对外经济贸易大学教授、博士生导师)
- 主任** 刘红燕(深圳职业技术学院副教授、博士)
陈科鹤(广西国际商务职业技术学院副教授、系主任)
- 副主任** 蒋琳 李国冰 卢永忠 刘冰涛
谢晋洋
- 委员** 黄志平 侯贵生 李小红 姜洪
唐友清 李秀平 刘靖 雷裕春
李玫宇 韦海燕 李晓璇 江运芳

序言

进入 21 世纪以来,随着经济全球化的深入发展,世界经济贸易发生了巨大变化,特别是我国加入 WTO 后的权利与义务,对我国的国际经济贸易环境产生了深远影响,也对我国的人才素质和知识结构提出了更高的要求。对我国高等职业教育提出了要求:如何跟上我国国际经济贸易的迅速发展?如何为我国培养出合格的、综合型和实用性的国际商务职业人才?

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分,担负着为国家培养输出生产、建设、管理和服务第一线技术应用型人才的重任。进入 21 世纪后,高职高专教育的改革和发展呈现出前所未有的发展势头,在校学生数量和毕业数量已占我国高等教育的半壁江山,成为我国高等教育的一支重要的生力军;“以就业为导向”、“够用、适用”、“订单式培养”的办学理念成为高等职业教育改革与发展的主旋律。

为适应我国开放型经济和高等职业教育的发展要求,必须加强高职高专院校的教学改革和教材建设。为了进一步提高我国高职高专的教材质量,重庆大学出版社在全国范围内进行了深入的调研,2005 年 8 月在昆明组织了 10 多所在国际商务专业方面有丰富办学经验的高职高专院校的专家和一线骨干教师,就该专业的系列教材在书目品种、结构内容、编写



体例等多个方面进行了科学严格的论证。

在重庆大学出版社精心策划下,经过与会者的共同努力,我认为本套系列教材具有如下的亮点:

第一,全新的课程体系。本套系列教材是根据岗位群的需要来规划、设置而编写的。

第二,立体化的教材建设。课程突出案例式教学以及实习实训的教材体系,并配套推出电子教案,为选用本系列教材的老师提供电子教学支持。

第三,突出实用性。参与本套教材编写的教师均具有多年的国际贸易实践经验和长期从事教学和研究工作的经历。在教材编写中力求把二者结合起来,做到实用,使学生较好地掌握实际操作本领,使得“实务”课程真正体现“务实”。

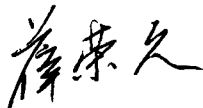
第四,内容体现前沿。本套系列教材反映了国际商务的最新研究成果和规范。教材内容既能满足高职高专国际商务专业学生培养目标的需要,又能满足培养具有外贸实务操作、业务外语交流、熟悉电子商务技术等具有较强业务能力的复合型人才的需要。

本人1964年从北京对外贸易学院(对外经济贸易大学前身)研究生毕业,留校至今,一直从事国际贸易的教学与研究。对我国的国际贸易教育与研究一直积极支持。2005年8月重庆大学出版社邀我参加“国际商务高职高专系列教材”编写会议,就这套教材编写应考虑的国际商务发展背景、教材定位、书目品种、结构内容、编写体例发表了意见,还就已经编写出的教材大纲发表了修正建议,与参会的老师进行了交流。

此外,重庆大学出版社邀我担任这套系列教材的主审,对此盛情我婉言谢绝。主要理由是我没有履行主审任务的时间。因为我一直担任本科、硕士研究生和博士研究生的教学,还承担教育部“211”重大课题《国际经贸理论通鉴》的总主编工作,此外,还有一些社会活动,没有时间从事这套系列教材的主审,但可为它作序。

总之,我相信,在重庆大学出版社精心策划下,在全体编写老师和编审委员会的共同努力下,一套内容新、体系新、方法新、工具新的符合我国国际商务发展需要的“国际商务高职高专系列教材”已基本成型,其中有的教材已被教育部列为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。相信本套系列教材能够满足国际商务教学和高等国际商务职业人才培养的需要。

对外经济贸易大学教授、博士生导师



2006年7月13日



目录 CONTENTS

第 1 章 导论	1
1.1 跨国公司的内涵及特征	2
1.2 跨国公司的形成与发展	5
1.3 企业跨国经营的动因	17
本章小结	21
思考题	22
案例分析	22
第 2 章 跨国公司的经营战略	24
2.1 跨国公司的全球性经营战略	25
2.2 跨国公司经营战略的演变与内容	34
2.3 跨国公司经营战略的制订程序与制订方法	39
2.4 跨国战略联盟	43
本章小结	55
思考题	55
案例分析	55
第 3 章 跨国公司的经营方式与组织结构	59
3.1 跨国公司的经营方式	60
3.2 跨国公司的组织结构	71
3.3 跨国公司的组织形式	79



3.4 跨国公司的管理体制	91
本章小结	97
思考题	98
案例分析	98
第4章 国际市场营销	102
4.1 国际市场营销概述	103
4.2 国际市场营销环境	106
4.3 国际市场营销策略	113
本章小结	119
思考题	119
案例分析	120
第5章 跨文化管理	123
5.1 文化透析	124
5.2 跨国企业中的文化冲突	126
5.3 跨文化管理	131
本章小结	136
思考题	136
案例分析	137
第6章 人力资源管理	139
6.1 人力资源概述	140
6.2 跨国公司人力资源管理本土化	144
6.3 跨国公司人力资源管理本土化的策略	148
本章小结	151
思考题	152
案例分析一	152
案例分析二	153

第 7 章 跨国公司的技术管理	156
7.1 跨国公司技术研发(R&D)全球化	157
7.2 跨国公司对技术的内部化运用和全球战略 下的技术转让	162
本章小结	167
思考题	167
案例分析	168
第 8 章 全球制造与供应链管理	173
8.1 供应链管理内涵	174
8.2 供应链设计与管理	177
本章小结	191
思考题	191
案例分析	192
第 9 章 跨国公司的内部贸易与转移价格	193
9.1 跨国公司的内部贸易	194
9.2 跨国公司转移价格	198
9.3 跨国公司使用转移价格的经济效益	200
9.4 转移价格确定的方法	202
本章小结	204
思考题	204
案例分析	205
第 10 章 跨国兼并与收购	207
10.1 兼并与收购的内涵	208
10.2 跨国并购的特点及动因分析	215



本章小结	221
思考题	221
案例分析	221

第 11 章 国际税收 225

11.1 国际税收概述	226
11.2 国际重复征税	231
11.3 国际避税与反避税	235
本章小结	240
思考题	241
案例分析	241

第 12 章 跨国公司的风险管理 242

12.1 跨国公司经营风险的种类	243
12.2 跨国公司风险管理措施	249
本章小结	253
思考题	253
案例分析	253

参考文献 258

第1章

导论

【本章导读】

本章对跨国公司的基本内容做了详细介绍,主要阐述跨国公司的内涵与特征,介绍跨国公司的形成与发展,简要分析跨国公司的跨国经营活动与世界经济的关系,以及企业从事跨国经营活动的动因,以使读者对跨国公司和企业跨国经营具有一定的认识和了解。



1.1 跨国公司的内涵及特征

跨国公司是 20 世纪兴起和发展起来的大型国际性企业组织,是当今世界组织国际经济活动最重要的主体。全球范围内有超过 65% 以上的世界贸易额、90% 的国际直接投资额由跨国公司创造;全世界每年 GDP 的 25% 也由跨国公司的生产总值贡献。在推动世界科技高速发展、生产国际化、资源配置优化和经济全球化的过程中,跨国公司日益受到各国政府、企业和研究机构的普遍关注。随着经济全球化的加速、国际化竞争的加剧和科技的高速进步,跨国公司越来越成为国际生产的主力军和世界经济中的重要角色。

1.1.1 跨国公司的内涵

1) 跨国公司的名称

跨国公司的字面含义是指从事跨国生产经营活动的经济实体,但跨国公司的名称和概念在其产生以后的较长时间里并没有得到统一,曾被称为跨国企业 (Multinational Enterprises)、国际公司 (International Corporations)、国际企业 (International Business)、全球企业 (Global Enterprises)、宇宙公司 (Cosmo-corporations) 和跨国公司 (Transnational Corporations, TNCs) 等。

1974 年,联合国经济及社会理事会决定,对从事跨国生产经营活动的企业采用“跨国公司”的名称,并设立一个政府间的跨国公司委员会和跨国公司中心作为永久性机构,研究和协调相关事宜。跨国公司强调了企业的国际性(即企业是在国与国之间开展业务活动)和多国性(即企业是在许多不同的国家开展业务活动)。跨国公司通过对外直接投资,在东道国进行产品研发、生产制造和产品与技术的转让销售等活动,最优化地运用全球范围内的资金、商品、劳务、技术、信息和人力资源等要素,达到全球一体化的效果。

跨国企业常被西方学者所使用,泛指在许多国家从事生产经营活动的跨国企业;国际公司常使用于企业界,与多国公司、跨国公司通用,有时指大型跨国企业母公司的国际部或海外地区业务部;国际企业在中国港、澳、台地区流行;全球公司、世界公司和宇宙公司常通用,指以全球竞争环境为出发点制订企业经营战略,企业的业务面向全球,实施“全球取向”(Global Orientation)的生产

经营活动。

2) 跨国公司的定义

系统地来看,一个真正意义上的跨国公司至少应该具备这样3个特征:①生产经营活动跨越国界;②在多个国家拥有从事生产经营活动的分支机构,并能够对各分支机构进行有效的控制;③具有全球性的经营目标和战略,并将所有经营活动都置于其全球性战略目标的监控指导之下。

在联合国1977年起草、1986年最后定稿的《跨国公司行为守则草案》中,对跨国公司的定义是:“本守则中使用的跨国公司一词系指由两个或更多国家的实体所组成的公营、私营或混合所有制企业:不论此等实体的法律形式和活动领域如何;该企业在—个决策体系下运营,通过一个或一个以上的决策中心得以具有吻合的政策和共同的战略;该企业中各个实体通过所有权或其他方式结合在一起,从而其中一个或更多的实体得以对其他实体的活动施行有效的影响,特别是与别的实体分享知识、资源和责任。”

跨国公司是指这样一种大型企业:它按其统一的全球性经营计划在多个国家从事生产经营活动,它有一个集中的决策体系和全球化的经营动机与一体化的经营战略目标,其遍布全球的各个分支机构分享资源和信息并分担相应的责任。

1.1.2 跨国公司的特征

现代意义的跨国公司是一种高度国际化的企业组织形式和运作方式,是随着—国大型企业进行对外直接投资而引发国内企业跨国界生产经营而产生的。跨国公司与国内企业相比,由于生产经营条件与环境等方面的差异,具有其自身不同于国内企业的特征。这些特征主要体现在以下几方面:

1) 全球性战略

跨国公司具有全球性的战略目标。跨国公司以全球整体市场作为其目标市场,在各个产品生产和服务的不同环节具有特别优势的国家和地区组织专业化生产和服务,通过其在世界各地的分支机构之间的内部交易把这些活动联系起来,达到其可利用资源在全球的最优化配置,以期在全球范围内获得整个公司的最大整体利益。



2) 对外直接投资

跨国公司与传统国内企业最根本的区别在于跨国公司是以对外直接投资为基础展开其跨国界生产经营活动的。在跨国公司实施跨国界经营活动的各种形式如商品出口、无形资产转让、间接投资和对外直接投资中,对外直接投资是一种能够长期获取最大利益的主要方式,并且这种方式更符合其全球性经营战略的需要和最大限度地扩大赢利的需要。

3) 生产经营规模巨大

大多数跨国公司年营业额或海外营业额都达到1亿美元以上。根据《财富》杂志2005年所评选的世界500强企业资料显示,排名在第三位的企业埃克森美孚,通过其关联公司在全球大约200个国家和地区开展业务,拥有8.6万名员工,年营业额达2707.72亿美元,年利润为253.3亿美元,其资产总额达1017.56亿美元,其年利润已经和一些中小国家如冰岛、卢森堡等的GDP接近。最后一位企业美国马斯柯公司(Masco)年营业额也达到了124.31亿美元、雇员人数达到62000人。

4) 内部一体化

跨国公司内部一体化体现了其高度集中性决策对全球各地众多分支机构的高效管理。跨国公司拥有众多分支机构遍布世界各地,各地的分支机构都从事各自具有特定优势的业务环节,在各分支机构具体的生产经营运作上具有很大的自主性。但是,涉及公司在全球整体利益的重要管理问题上,诸如产品和服务的价格、产品的研发和生产计划、投资项目与计划、利润分配等,则由总公司高度集中决策、各分支机构按统一计划执行。这种高度集中的一体化管理,既保证了公司在世界各地分支机构所进行的生产服务的不同环节对资源的合理利用、公司在全球的总体布局以及各分支机构相互衔接和配合,实现了各分支机构的优势互补,又避免了各分支机构重复生产与销售所导致的内部不利竞争,提高了公司的总体竞争优势,保障了公司在全球的整体利益。

5) 内部交易

很多跨国公司分布在全球各地的众多分支机构往往在一个领域里从事不同环节的生产经营活动,在公司总部的集中领导下,各分支机构之间、母公司与各分支机构之间的相互协作和配合实际上是在不同的国家和地区之间进行国

际贸易,但这是跨国公司的各机构之间的内部交易,其交易价格即为内部转移价格,并优先转让高新技术和信息资源共享。

1.2 跨国公司的形成与发展

跨国界的经贸活动具有悠久的历史,陆上、海上的跨国贸易源远流长。古代的中国通过“丝绸之路”与欧亚各国进行了丝绸、瓷器、茶叶与毛毯、象牙、香料、玻璃的交换;古希腊、古罗马人在地中海沿岸各国进行海上贸易交换了黄金、珠宝、钻石和香料等;古代的阿拉伯商人更是通过陆路和海路进行了大量的对外贸易。但是这些横跨欧、亚、非大陆的跨国贸易活动并未直接导致跨国公司的产生。到了16世纪,随着航海技术的发展和地理大发现,欧洲主要的资本主义国家在全球范围内进行了野蛮残酷的资源掠夺,获取了大量促进资本主义大发展的资本积累。这些积累主要是通过殖民掠夺和对外贸易产生,正如英国东印度公司总裁、晚期的重商主义代表 Tomas 所说,发展对外贸易、实现贸易出超是积聚财富的最主要、最行之有效的。这一时期人类的跨国经营活动在全球范围内得到了广泛的开展,但所涉及的领域仅限于商品交换为主的贸易领域,与现代意义的跨国公司具有本质的区别。

真正意义上的现代跨国公司的出现始于19世纪的后半期,是与近代生产力发展和世界经济发展格局紧密相关的,是科学技术与人类社会生产力进步的结果,是生产集中、资本集中和经济国际化的产物。

1.2.1 跨国公司的形成

1) 早期的跨国公司

最初的跨国公司与早期工业化国家的工业化进程一起发展。作为社会生产力高度发展的结果之一、资本国际化和生产国际化的伴生物,跨国公司的形成与发展同现代企业的成长密切相关。跨国公司迄今不过只有100多年的历史。19世纪后半期到第一次世界大战前夕,在美国以及欧洲的英、法、德等当时发达的资本主义国家,先后出现了一批拥有先进技术和管理水平、资金实力雄厚的现代企业,形成了具有对外直接投资特征的早期跨国公司。



2) 早期跨国公司的跨国经营方式

早期的跨国公司在进行跨国经营的活动,其业务范围开始由各自母国的殖民地其他国家扩张,并在业务内容上由跨国界的商品经营活动转向直接投资进行生产销售活动。在19世纪末到20世纪初的10余年间,美国国内的大企业不断出现,超过半数都在海外进行投资,在国外设立工厂或分公司,欧洲的一些大型企业也开始向欧洲以外的地区进行投资,将其市场范围由国内延伸到国外,生产加工扩展到国外,实现了国内工厂与国外工厂同时生产、同时销售,形成了世界上首批真正意义上的跨国公司。时至今日,它们中的佼佼者如美国的美孚石油公司、福特汽车公司、通用电气公司,欧洲的西门子公司、雀巢公司、飞利浦公司和英荷壳牌公司等,依然在全球市场上雄踞各行业首位。

3) 早期跨国公司发展的因素

促使早期跨国公司出现的因素主要有这样几个方面:①维持企业技术垄断优势,扩张和争夺国际市场份额。②避开目标市场的保护性贸易限制。如法国铁路公司规定空气刹车必须由当地厂商供应,刺激了美国威斯汀豪空气刹车公司到法国投资设厂生产。③东道国对外国企业到本国投资设厂的刺激鼓励。如加拿大政府为鼓励外国制造商到加拿大投资设厂,加速国内经济发展,采取了高关税的政策,推动了美国企业向加拿大的投资经营。1876年美国杜邦公司在加拿大兼并了两家动力机械厂。1883年爱迪生公司也到加拿大投资设厂。④对殖民地和半殖民地的资源进行控制和掠夺。如英国的对外直接投资中只有5%投向欧洲,另有21%投向了美国,其中的70%以上投向了英属殖民地和拉美及其他经济落后地区。

1.2.2 跨国公司的的发展

1) 两次世界大战期间跨国公司的的发展

(1) 跨国公司发展速度减慢

两次世界大战期间,世界上大多数的跨国公司发展速度大大放慢,1913—1938年,世界各国对外投资由143亿美元增加到213亿美元,仅增加了70亿美元,这些增加主要是在直接投资的制造业项目上。据统计,美、英和欧洲其他国家的制造业跨国公司共在这期间建立了1400多个国外子公司,是各行业企业