

Mc
Graw
Hill

Education

International Business
The Challenge of Global Competition
eighth edition

国际商务

—— 全球竞争的挑战 [第8版]

[美] Donald A. Ball Wendell H. McCulloch, Jr. Paul L. Frantz
J. Michael Geringer Michael S. Minor
刘东明 李东贤 张弘强 杨露

著
译

清华大学出版社

Mc
Graw
Hill

国 际 商 务

全球竞争的挑战

(第8版)

Donald A. Ball

Wendell H. McCulloch, Jr.

(美)

Paul L. Frantz

著

J. Michael Geringer

Michael S. Minor

刘东明 李东贤 张弘强 杨露 译

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书是美国有影响的论述国际商务方面的专著,共分四部分。第一部分论述国际商务的性质,内容包括全球化、贸易、投资等方面的论述及有关经济学理论;第二部分论述国际环境;第三部分论述国外环境力量对国际商务的影响,涉及金融、经济、自然与环境、社会文化、政治、法律、劳工、竞争;第四部分论述组织环境对国际商务的影响,包括战略、组织设计、国际市场营销、进出口实务、人力资源、财务及全球运营管理等。本书涉及国际商务的各个方面,内容全面、系统、实用。

本书适合国际商务、对外贸易、投资、企业管理等相关专业高校师生阅读,也可作为跨国公司经理、国际商务人士及涉外管理人员的指南与参考书。

Donald A. Ball

International Business—The Challenge of Global Competition, 8e

EISBN: 0-07-235676-6

Copyright © 2002 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

Original language published by The McGraw-Hill Companies, Inc. All Rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

Simplified Chinese translation edition is published and distributed exclusively by Tsinghua University Press under the authorization by McGraw-Hill Education (Asia) Co., within the territory of the People's Republic of China only, excluding Hong Kong, Macao SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

本书中文简体字翻译版由美国麦格劳-希尔教育出版(亚洲)公司授权清华大学出版社在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区和中国台湾)独家出版发行。未经许可之出口,视为违反著作权法,将受法律之制裁。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的任何部分。

北京市版权局著作权合同登记号 图字 01-2002-4649 号

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13901104297 13801310933

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司防伪标签,无标签者不得销售。

图书在版编目(CIP)数据

国际商务:全球竞争的挑战.第8版/(美)鲍尔(Ball, D. A.)等著;刘东明等译.一北京:清华大学出版社,2004.10

书名原文:International Business: The Challenge of Global Competition, 8e

ISBN 7-302-09051-3

I. 国… II. ①鲍…②刘… III. 国际贸易 IV. F74

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第069966号

出 版 者:清华大学出版社

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

社总机:010-62770175

地 址:北京清华大学学研大厦

邮 编:100084

客户服务:010-62776969

责任编辑:徐学军

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市金元装订厂

发 行 者:新华书店总店北京发行所

开 本:185×260 印张:50 彩插:24 字数:1051千字

版 次:2004年10月第1版 2004年10月第1次印刷

书 号:ISBN 7-302-09051-3/F·853

印 数:1~4000

定 价:78.00元

本书如存在文字不清、漏印以及缺页、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)62770175-3103或(010)62795704



前言

我们很高兴将《国际商务：全球竞争的挑战》的第八版呈现给大家。在此，我们感谢每一个给我们打电话或写信的人，感谢每一个为此书的完善而给我们提建议的人。

本书的目的和使用范围

学生们常问许多与国际商务课程相关的问题：关于不同的文化，为什么产品在不同的国家是相同的（或不同的），为什么不同的民族有不同的礼节，国际互联网对国际商务有什么影响，等等。我们写此书的目的是为这些问题提供答案，不管学生是高年级大学生还是 MBA。作为作者，在我们职业生涯的早期，我们也有类似的疑问。直到现在，我们还是无法回答所有的问题，但是在本书中，我们希望为你提供答案并告诉你一些我们一直着迷的话题。随时会有新问题，而且有时候旧的问题会有新的答案。

《国际商务》第八版为了尽可能地给教师和学生提供方便，把本书分成四个部分。第一部分详细说明了国际商务的本质，管理国际商务运作的三种环境。第二部分讲述国际组织和国际金融体系的重要性，以及它们对国际商务的影响。第三部分主要讲述不可控力如何在各种国际商务环境中起作用，讨论了它们对国际商务实践不可避免的影响。第四部分讨论了管理人员如何处理影响国际商务的各种因素。

作者身份

你可能已经注意到在第八版中增加了许多新的作者。那些使用先前版本的读者可能会在致谢部分看到这些新作者的名字，这些新作者是案例或者其他方面的作者。Paul Franz, Mike Geringer 和 Michael Minor 为此书的改编增添了许多新的观点和新的活力。他们每一个人也为此书的新版本增添了力量，添加了各自的专业知识。Paul 专门研究国际法、国际雇佣关系和国际移民。Mike 集中研究战略和国际管理。Michael 的研究主要是消费者行为比较学、国际市场营销战略和政治风险问题。这个新的作者团队为此新版本带来了许多充满生机的新观点。



第八版的一些变化

在每一个新版本中，我们都受惠于越来越多提供有益建议的读者们。那些买此书或者在会议上收到本书的教授、评论家、商人和我们自己的研究生、大学生给我们提出了许多有益的建设性建议。我们相信《国际商务》第八版将仍然是一流的关于质量、货币以及与当今挑战相关主题的教材。

1. 根据读者对第七版的意见反馈，战略一章需要提前。我们把战略规划那章的材料从第二十章提前到第十四章。

2. 我们收到的另一种一致的意见是关于第十三章的。我们把关于对分销力量的讨论（第十三章的很大一部分）移到第二章。

3. 我们对因特网的介绍已经改变了。在第七版，我们主要把因特网看做是研究的主要资料来源。在此版中，我们反映的是目前的现实。因特网是公司国际战略计划很具体的一部分，因特网不止影响营销组合和生产的有关问题——事实上，它的影响力遍及公司的各个职能部门。

4. 我们前面提到，增加的三名新作者给这个新的版本带来巨大的变化，尤其是本书关于战略、营销、法律方面的章节。这个新的作者团体的真诚合作确保了此新版本具有先前版本的风格和实力，同时还保证了这个新版本对国际商务的学生来说不仅是最新的，而且是最全面、最适合的教材。

主要的特点和资源

1. 因特网名录：像第七版那样，在第一章的最后包括了大量的因特网地址和资源目录。这将使学生们研究国际商务方面的课题更加容易。这些网站地址同样包括在第八版里，而且将会被周期性地更新和扩充。

2. 与商务人士有关：本文的一些概念由国际商人的现实经历引入的。通过那些案例，学生们很容易明白为什么这些概念是相关的和重要的。

3. 在线学习中心：<http://www.mhhe.com/ball8e>；本国际商务网站对学生和教师来说都是巨大的资源。自从第七版以来该网站进行了大规模的升级。第八版网站提供公司和电子商务的更新情况、书的特点、职业中心、专家资源、网上作业、可下载的补充资料，以及为教师和学生提供的 BBS、章节小测验等等。

第一章

增加了社会学家和商人对“全球化”这一含义不断延伸的单词的讨论。引入了一个新词“全球性”。联合国商务与发展会议的报告提供了全球跨国公司飞速发展的新证据。而且因特网名录被完全更新了。因特

网名录也会出现在本书的网站上，这样如果有任何链接被更改或者被删除的话将会及时得到更新。

第二章

关于中小企业在国际出口和投资中所起作用方面的最新信息也被列入讨论之中。我们更新了对世界上主要地区和国家近期变化、趋势以及直接商务和投资的讨论，包括与中国和其他一些亚洲国家相关联的变化。在以前的版本中，关于分配力量的讨论是第十三章的一部分，为了更好地讨论国际商务和投资公司进入外国市场的方式，现在将此部分移到第二章以扩大讨论的范围。

第三章

更新了关于欧盟禁止进口美国牛肉的资料，其中包括 WTO 认可美国的报复行为。添加了关于欧盟—美国签订的限制政府对商业飞机制造商补贴协议方面的信息。

第四章

我们扩充了对欧盟以及经济合作与发展组织和其他的一些国际组织的讨论。同时增加了一个新的部分来说明国际组织和国际商务的关系。

第五章

为了及时反映当前的发展情况，更新了对欧元及其优缺点的讨论。欧元地区（欧洲中央银行制定金融政策的地区）的发展也包括在此章。

第六章

包括对欧元新的讨论和它对国际商务的影响。同样也扩充了美元在国际商务和国际金融方面所扮演角色的讨论，并探讨了它们是如何影响世界其他国家商务的。

第七章

修订了本章大量的表格。介绍了新的发展指标：手机、家庭电脑、因特网站。重新强调了社会文化的重要性。举例说明了通货膨胀率的极度可变性，而且增加了历史性的展望。

第八章

此章更新和添加了许多资料。添加如下资料：切尔诺贝利核电站事故引起的最大的生态灾难，连接瑞典到丹麦新大桥的影响，还包括由于北约轰炸南斯拉夫引起的莱茵河的阻塞，非传统的以石油为原材料的产品的发展情况。

第九章

更新了对比信奉宗教人口的表格以及把表格变为图解表，这样可以使信息更加容易理解。为了反映迪斯尼乐园的成功变化，我们更新了迪斯尼乐园的小插图。我们简要地说明从其他国家流入美国的科学家和工程师的数量在减少。给出了新的行贿金额的列表（来自 Transparency International 机构），并增加了一个新表说明在世界上不同国家企业家精神的程度。



第十章

我们增加了政治对商务重要性的解释说明。其中包括解释保守主义和自由主义、左翼和右翼概念。

第十一章

在此章讨论了国际诉讼以及其他解决商务争端的一些方法。扩充了对美国治外法权应用和全世界范围内反托拉斯法应用的讨论。此外，还包括对美国司法部门所发挥角色的讨论。

第十二章

增加了关于移民的新部分，主要集中在商人如何移民进入美国。我们还扩充了对技术如何影响工人和工作场所以及世界范围内劳动力转移趋势的讨论。

第十三章

更新和修订了本章所讨论的宏观上（国家间的竞争）的竞争。修订了本章大量的表格，增加了大量的表格和图表，其中包括新的国家竞争力指标。更新了关于美国、欧盟和日本等国竞争力的主要变化，其中讨论了日本 keiretsu 角色的变化，讨论了信息和通讯技术在影响发达国家相关的发展速度和发展方向中所起的作用。还包括了对国际电子商务的讨论，扩充了对新兴的工业化经济制度，以及经济发展突出的亚洲发展中国家（包括中国）的讨论。对国际商务的重要问题——伪造、盗版的讨论被扩充和更新了。我们接受了评论家和读者的建议，把以前本章中关于对力量分配的讨论移到了第二章。

第十四章

为了更好地反映战略和战略规划的作用，我们将本章从本书的最后提前到第四部分的开始。这些内容对讨论经理们如何处理影响国际商务的各种因素是介绍性的和组织性的知识。在新的第十四章，我们对战略和竞争优势的概念，以及它们对国际商务的重要性进行了讨论。我们更新了许多在本章所介绍的关键概念的例子。本章还包括新的战略规划的例子（关于 3M 的例子），还有中小企业开发先进计算机技术的例子。

第十五章

我们把我们的注意力从基于每一个国家的市场观念转移回来，同时介绍了这样一个核心观点，即跨国部门很重要。我们再次强调了这样一个事实：作为国际商务的风险因素，稳定的政策比稳定的政治更重要。我们也第一次介绍几项政治风险预测服务。彻底更新了关于社会文化力量方面的材料。增加了市场调查实践方面的详细小插图，同时增加了关于新兴经济潜力的新表格。

第十六章

在此再次讨论了作为永恒主题的标准化与适应变化的关系，主要集中在需要适应变化的可能性。另一个变化是，与企业与企业之间的销售相比，我们更集中地讨论了消费品和服务。我们第一次引入一个表格来

详细说明因特网广告代理。我们还讨论了广告、个人销售、分销渠道、因特网上的价格等所带来的挑战。而作为一个定价问题，对内部调拨价格相对讨论得比较少。

第十七章

我们增加了一个新的图表来说明出口支付条款的风险/投入平衡。还增加了对国外销售公司的接任者的讨论。美国政府同意世界贸易组织(WTO)在满足它的要求后消除对外销售公司(FSC)。本章所包括的信息还显示许多大公司都在从事出口业务，从来自一家调查机构的信息可以确认大部分与大跨国公司有关的出口价值是由相关方协力合作完成的。最大的50家制造商占已知出口价值的45%。

第十八章

本章包括：对童工的新的解决方法、对公司为了国外业务物色和招聘合适管理人员的讨论、日本雇用惯例的变化、新管理人员的面试技术、新的生活成本、商务环境、办公租金以及不同国家劳动报酬的比较表。

第十九章

本章对如何防止外汇交易风险、衍生物市场的新发展，以及交互商务的新发展等做了更进一步的讨论。

第二十章

在本章中，我们进一步扩充了对国际化外包的讨论，同时我们扩充了对外包、价值链和周期的讨论。本章还增加了大量对电子采购，以及电子商务对国际商务管理的影响的讨论，其中还讨论了新出现的企业与企业(B TO B)之间电子采购实务所带来挑战和机遇。我们扩充了对国际标准化的介绍，重点介绍了ISO标准，也扩充了对管理部门如何在国际化运作中保持活力的讨论。我们更新了许多与关键概念（这些概念在本章引入）相关的例子，其中包括介绍服务型企业方面的例子来补充生产型企业方面的例子。还包括对全球并发工程（追逐太阳）的讨论，同时增加了中小型企业国际化运作管理的例子（认知技术解决方案(Cognizant Technology Solutions)）。



致 谢

为本书做出贡献的人的名单，我们增加了威斯康星—麦迪逊大学的 Robert T. Aubey 教授，威尔弗雷德·洛里埃大学的 Mark C. Baetz，默里州立大学的 Rufus Barton，加利福尼亚理工大学的 Joseph R. Biggs，特拉华大学的 S. A. Billon，杨百翰大学的 James R. Bradshaw，密苏里州西北大学的 Sharon Browning，北卡罗来纳大学的 Dennis Carter，Old Dominion 大学的 Mark Chadwin，宾夕法尼亚州立大学的 Refik Culpán，佛罗里达中心大学的 Peter DeWill，伊利诺斯州立大学的 Gal-pira Eshigi，波特兰州立大学的 Christof Falli，纽约州立大学普拉茨堡分校的 Perm Gandhi，扬斯敦州立大学的 Stanley D. Guzell，曼凯托州立大学的 Gary Hankem，纽约州立大学 Brockport 分校的 Baban Hasnat，密苏里西南州立大学的 Paul Jenner，古斯塔夫斯·阿道弗斯大学的 Bruce H. Johnson，New Haven 大学的 Michal Kubin，南密西西比大学的 Eddie Lewis，Wartburg 大学的 Lois Ann McElroy Lindell，加利福尼亚州立大学（位于 Dominguez Hills）的 Carol Lopilato，圣何塞州立大学的 Gray Odden，Mobile 大学的 John Setnicky，威廉与玛丽大学的 Jesse S. Tarleton，Akron 大学的 John Thanopoulos，中田纳西州立大学的 Kenneth Tillery，Redford 大学的 Hsin-Min Tong，Wisconsin—Stout 大学的 Dennis Vanden Bloomen，纽约州立大学 Binghamton 分校的 George Westacott。Parker 律师事务所的 Mary C. Tolton 律师及 Adams & Bernstein 律师事务所（位于北卡罗来纳州首府城市罗利）的 Poe 为法律力量这一章提供了许多有价值的补充阅读资料，并且我们感谢加利福尼亚州立大学（位于 Long Beach）学生 Danielle Acosta，Denalee Eaton，Nicolaus J. Roessler，Rosemary Taylor 的帮助。

我们还要感谢如下的评论家，因为他们帮助我们修订第八版以更好地满足市场需求。

阿什兰大学的 Aruna Chandras。

密苏里大学（位于 Kansas 城）的 John Cleek。

佛罗里达农业与机械大学的 Kenneth Gray。

Akron 大学的 Veronica Horton。



蒙大纳大学的 Fraser McLeay。

Assumption 大学的 Jeanne McNett。

乔治·华盛顿大学的 Les Mueller。

俄亥俄州立大学的 Mike Peng。

兰凯斯特大学的 V. N. Subramanyam。

Ramapo 大学的 Angelo Tarallo。

加利福尼亚州立大学的 Terry witkowski。

在过去的八个版本中，上百个教授曾经审阅过本书，他们的反馈意见形成了本书轮廓。他们的建议和反馈意见对我们很有价值，在此我们很感谢他们为本书付出的努力和时间。

最后，我们想感谢 Andrew Yap，他为 PowerPoint 演示文稿和学生 CD-ROM 上的问题做了大量的工作；还要感谢 Chula King，他为网站的建设做了大量的工作；还有 David Sturges，他为本书的在线学习部分做了大量的工作。

献 词

Donald 把本版本献给他的妻子 Vicki；他的孩子 Don, jr.、Lianne 和 Dulce，以及他们的配偶 Susan 和 Jim；他的孙子（女）Alison、Sean 和 Alexandra。Wendell 把本书献给他的妻子 Sally；他的孩子 Malinda 和 Kevin。Paul 将把本书献给他的父母 Charlotte 和 Kirke Frantz。J. Michael 把本书献给他的父母 Ray 和 JoAnn；他的妻子 Colette Frayne。Michael S. 感谢 Karen 和 Amy，因为他们长时间在办公室里忘我地工作，并感谢他的母亲 Mary Ruth。他还感谢 Melinda Zuniga 和 Elia Ovalle，他们能够容忍自己“为本书忘我地工作”而忽略其他职责。



目 录

第一部分 国际商务的性质

第一章 迅速变化的全球商务	(3)
为什么你需要国际商务经验以及怎样获得它	(4)
国际商务术语	(7)
多国、全球化、国际化和跨国公司	(7)
本教材中使用的定义	(9)
全球视野 全球化公司——谁下的定义?	(10)
国际商务的历史	(12)
全球化	(13)
全球化的力量	(14)
中小型企业 一个小企业使小企业的国际商务更加容易	(16)
飞速的发展	(16)
最近的发展情况	(21)
为什么国际商务与众不同?	(23)
各种环境力量	(23)
国内环境	(24)
国外环境	(25)
国际环境	(26)
决策更复杂	(26)
国际商务模型	(27)
本章小结	(28)
关键词	(30)
问题	(30)
因特网练习	(30)
小案例 1-1 全球化公司和多国公司的主要区别	(31)
因特网附录	(32)
第二章 国际商务中的贸易与投资	(84)
对外投资及出口的大型国际化企业	(85)



国际贸易	(87)
贸易额	(87)
中小型企业 中小型企业是推动出口销售中有多重要?	(90)
贸易方向	(90)
主要贸易伙伴: 与商务人士有关的内容	(93)
国外投资	(96)
证券投资	(97)
国外直接投资	(97)
美国的国外直接投资	(100)
国外对美国的直接投资	(101)
为什么要进入国外市场?	(102)
增加利润和销售额	(102)
保护市场、利润和销售	(107)
全球视野 反向保税区工厂, 一个崭新的概念	(112)
如何进入国外市场	(114)
出口	(114)
国外制造业	(115)
多国还是全球化战略?	(123)
世界环境正在改变	(124)
全球化的 7 个方面	(124)
分销渠道	(124)
分销成员的国际渠道	(125)
间接出口	(125)
直接出口	(129)
国外生产	(130)
本章小结	(132)
关键词	(133)
问题	(134)
因特网练习	(134)
小案例 2-1 McGrew 进入当地批量生产的方法	(135)

第三章 国际商务的经济学理论 (136)

必须了解经济理论	(137)
国际贸易理论	(139)
重商主义	(139)
绝对优势理论	(140)
相对优势理论	(141)
赫克歇尔-俄林的要素禀赋理论	(143)
引入货币	(145)



国际产品生命周期	(146)
贸易方向的一些新说明	(148)
国际贸易理论总结	(150)
贸易限制	(151)
贸易限制的理由以及对它们的反驳	(151)
贸易限制的种类	(156)
全球视野 我们的关税征收准则	(159)
中小型企业 一家小型企业挑战“标准”壁垒	(163)
贸易壁垒的成本	(163)
经济发展	(164)
根据经济发展水平分类	(164)
除了人均国民生产总值, 还需要其他指标	(168)
发展中国家的特征	(168)
经济发展的人类需要学说	(169)
国际投资理论	(172)
当代国外直接投资理论	(173)
本章小结	(175)
关键词	(177)
问题	(178)
因特网练习	(178)
小案例 3-1 Tarus 生产公司	(180)
小案例 3-2 Galawi 国发展政策的影响	(180)

第二部分 国际环境

第四章 国际组织的动态	(185)
美国和联合国: 一种密切的但有时又紧张的关系	(186)
国际组织和国际商务之间的关系	(187)
联合国	(188)
联合国的成长和变化	(190)
世界银行和其他多边开发银行	(192)
世界银行	(192)
国际金融公司 (IFC)	(193)
中小型企业 IFC 的小公司基金情况	(194)
国际开发协会 (IDA)	(194)
多边投资担保处 (MIGA)	(194)
国际投资争议协调中心 (ICSID)	(195)
世界银行私人化?	(195)
非洲开发银行 (AfDB)	(195)



亚洲开发银行 (AsDB)	(196)
欧洲重建与开发银行	(196)
泛美开发银行 (IDB)	(196)
国际货币基金组织 (IMF)	(197)
IMF 的转变	(197)
国际清算银行 (BIS)	(198)
世界贸易组织 (WTO)	(199)
全球国际贸易合作早期阶段	(199)
1947 年—1995 年的 GATT	(200)
世贸组织的诞生	(201)
石油输出国组织	(202)
经济与政治实力	(202)
经济一体化	(204)
从经济一体化到最终达到政治一体化的 4 种主要形式	(204)
欧洲联盟	(204)
背景	(204)
欧盟的机构	(208)
一个欧洲合众国?	(209)
欧洲堡垒?	(209)
问题	(210)
欧盟在经济上的一些举措	(211)
欧盟与美国的联系	(212)
其他区域性国际组织	(213)
东南亚国家联盟 (ASEAN)	(213)
欧洲自由贸易联盟 (EFTA)	(214)
各类非洲贸易协定	(214)
北美自由贸易协定 (NAFTA)	(215)
美洲国家组织 (OAS)	(216)
亚太经济合作组织 (APEC)	(216)
南方共同市场 (Mercosur)	(217)
经济合作与发展组织 (OECD)	(218)
本章小结	(219)
关键词	(220)
问题	(220)
因特网练习	(221)
小案例 4-1 国际组织的用处——建立一个百分百自己的公司	(221)

第五章 理解世界货币体系 (222)

欧洲无法处理欧元要怪美国?	(223)
---------------------	-------

对金本位历史的简短评述	(224)
回到金本位?	(225)
黄金在现在的作用	(226)
布雷顿森林和金汇兑本位制	(227)
国际收支	(227)
国际收支平衡与不平衡	(230)
美国的国际收支逆差	(231)
金汇兑本位制	(231)
1971 年 8 月 15 日与随后两年	(233)
政治家与投机者	(233)
从 1973 年到现在	(234)
货币区域	(235)
“蛇”	(235)
中小型企业 欧元的不足会导致欧元体系崩溃吗?	(236)
浮动的历程	(236)
全球视野 大麦克货币	(238)
货币市场, 外汇	(240)
未来的特别提款权	(242)
全球视野 中央储备和国家货币的冲突	(243)
特别提款权的使用	(244)
欧洲货币体系 (EMS)	(245)
从欧洲货币单位 (ECU) 到欧元	(246)
本章小结	(249)
关键词	(250)
问题	(251)
因特网练习	(251)
小案例 5-1 特别提款权交易风险	(252)

第三部分 国外环境力量

第六章 财政金融力量: 影响国际商务	(255)
经得起汇率波动的大麦克	(256)
波动货币的价值	(256)
外汇牌价	(257)
汇率	(258)
0. 701 8 英镑=1. 00 美元	(261)
远期汇率	(261)
太多日元, 太少英镑	(262)
买入价和卖出价	(263)

交叉汇率	(263)
汇率波动带来风险	(264)
货币兑换控制	(265)
国际收支	(268)
关税	(269)
税收	(269)
不同国家的税收	(269)
通货膨胀	(270)
通货膨胀对利率的影响	(270)
金融和财政政策对通货膨胀的影响	(271)
通货膨胀对企业的重要性	(272)
贫困指标	(273)
会计制度	(273)
家庭储蓄	(274)
国家走向破产	(274)
发展中国家债务增长的原因	(275)
债务问题的解决	(275)
美国是债务国吗?	(280)
全球视野 几乎总是全部偿还的第三世界债务	(282)
本章小结	(285)
关键词	(286)
问题	(286)
因特网练习	(287)
小案例 6-1 企业管理者面对国际收支逆差	(287)
第七章 经济与社会经济力量	(288)
印度人有能力消费汽车和电视机吗? 印度消费阶层的规模和平均收入	(289)
国际经济分析	(291)
经济体的维度及其对商务人士的关联性	(293)
全球视野 电话: 一种经济指标?	(302)
国家经济计划	(314)
产业维度	(314)
中小型企业 利用因特网进行经济研究	(315)
本章小结	(315)
关键词	(317)
问题	(317)
因特网练习	(318)
小案例 7-1 World Laboratories 公司	(318)