

International Business

The Challenge of Global Competition

Eighth Edition

国际商务

全球竞争的挑战（第8版）

(美)唐纳德·A. 鲍尔 (Donald A. Ball)

(中)李东贤 胡英 高淑明

(美)温戴尔·H. 麦克库洛赫 (Wendell H. McCulloch)

(美)保罗·L. 弗朗兹 (Paul L. Frantz)

(美)J. 迈克尔·赞瑞格尔 (J. Michael Geringer)

(美)迈克尔·S. 米纳 (Michael S. Minor)

著

International Business

The Challenge of Global Competition

Eighth Edition

国际商务

全球竞争的挑战（第8版）

(美)唐纳德·A. 鲍尔 (Donald A. Ball)

(中)李东贤 胡英 高淑明

(美)温戴尔·H. 麦克库洛赫 (Wendell H. McCulloch)

(美)保罗·L. 弗朗兹 (Paul L. Frantz)

著

(美)J. 迈克尔·赞瑞格尔 (J. Michael Geringer)

(美)迈克尔·S. 米纳 (Michael S. Minor)

Donald A. Ball, Wendell H. McCulloch, Paul L. Frantz, J. Michael Geringer, Michael S. Minor, International Business—The Challenge of Global Competition, 8th ed

Copyright © 2009 by The McGraw-Hill Companies, Inc.

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

This edition is authorized for sale in 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出版、发行。

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: 01-2012-4741

本书封面贴有 McGraw-Hill 公司的防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话: 010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

国际商务:全球竞争的挑战:第8版 = International Business: The Challenge of Global Competition/
(美)鲍尔(Ball, D. A.)等著. —北京:清华大学出版社, 2012

ISBN 978-7-302-29332-3

I. ①国… II. ①鲍… III. ①国际商务 IV. ①F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 147718 号

责任编辑:徐学军

封面设计:漫酷文化

责任校对:王荣静

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

邮 编:100084

社总机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质量反馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795954

印 刷 者:清华大学印刷厂

装 订 者:三河市新茂装订有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm

印 张:54.75

字 数:1051千字

版 次:2012年9月第1版

印 次:2012年9月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:79.00元

产品编号:045218-01



中文版编委会(按姓氏笔划顺序)

于利民	王育文	王志芳	李家和
李东贤	张子珉	杨雁娟	段文斌
胡英	徐向春	高淑明	崔一川
普学杰	漆敏		



序 言

跨过 21 世纪的第一个十年,中国在全球经济发展中取得了举世瞩目的成就,中国的国际贸易与国际商务亦随着全球化而迅速腾飞:2009 年中国超越德国,成为全球出口“冠军”,2011 年中国正式超越日本排名世界经济总量第二位。走向世界,在全球舞台之上引领风骚已经成为当世潮流,而本书《国际商务》正是诞生于此种特殊的情境之中。

本书详细阐述了国际商务的核心概念和理论体系,分章节系统、详尽地介绍了在国际商务中发挥重要作用的各种宏观力量以及国际商务具体运作过程中的各主要环节,重点通过对国际商务概念和国际商务理论体系,国际组织和世界货币体系与财政体系,国际商务中的经济与社会力量、自然力量、社会文化力量和政治力量,影响国际商务的法律力量、劳工力量和竞争力量,国际市场营销、人力资源管理、组织管理以及财务管理,关税以及非关税壁垒和进出口实务等内容及案例的编写,理论结合实务,使读者能够系统掌握国际商务理论知识,了解国际商务运作与管理的理念,在掌握国际商务理论的基础上,同时具备实际国际商务运作的规划与管理能力。本书可作为国际商务本科、研究生(或 MBA、EMBA)的教科书,也适用于经济管理各专业的教育、培训,还可供国际商务专业人士和关心国际商务知识的各类人员阅读。

本版的成书,首先要感谢唐纳德·A. 鲍尔先生的信任。较之上一版及其他的同类书籍,本书的独特之处就在于着力关注全球化下在中国开展国际商务的理论研究以及实际操作,在各章节的展开上具有以下特色:第一,在理论展开的同时穿插中国的国际商务案例和数据,使学生能够在学习国际商务知识的同时了解中国的国际商务实况;第二,每章学习要点突出,使学生可以在每章的学习中迅速掌握学习要点;第三,运用大量真实公司和真实国际商务实践的案例,有助于学生将书中理论与现实相结合;第四,每章小结明晰,各章最后都会将本章最核心的概念和内容单独列出,加以归纳总结,便于学生把握各章核心知识;第五,使用互联网学习,使学生回顾并应用在该章学到的内容。

中国人民大学商学院段黎、李成强、胡晶、曹蕊、张静、刘颖、董世宁、张瑞芳、刘青、刁慧娟、韦恩瑶、李子南、彭薪洁、李莹、张蓝天、艾娟、陈欢、



温晓炜,中国人民大学新闻学院普瀚璐、烟台大学柳涯妮、北京青年政治学院贾梦莹、云南省政法干部学校成教办普玲红、华北科技学院夏语、对外经济贸易大学周新月、北京工商大学嘉华学院院长胡英等老师和同学都积极参与了该书的撰写工作;中艺联合工贸有限公司于利民、王育文、普学杰,中国冶金科工集团及中冶纸业集团有限公司徐向春、张子珉,北京亚美东方科技发展有限公司崔一川、中国农业银行云南省分行农村产业金融部段文斌、云南省农村信用合作社银行卡中心风险管理部杨雁娟、海南天雅仪器设备有限公司李家和、香港非凡表业漆敏、重庆泰正(集团)有限公司王志芳、中国兵器工业集团北方导航科技集团有限公司人力资源部部长高淑明等企业界的领导和朋友为该书提供了许多宝贵的资料和案例,并热情参与编写。同时,我们还得到了清华大学出版社各位编辑的大力支持和帮助,没有他们的帮助,本书将很难顺利地呈现于读者面前。我们竭尽全力做好本书的撰写工作,但是由于时间紧迫以及作者水平有限,书中难免存在需要改进的地方,欢迎广大读者批评指正。

最后,借此机会我要感谢所有参与本书的撰写和校对工作的老师、同学,以及各位企业界的朋友们。

教师反馈表

McGraw-Hill Education, 麦格劳 - 希尔教育出版公司, 美国著名教育图书出版与教育服务机构, 以出版经典、高质量的理工科、经济管理、计算机、生命科学以及人文社科类高校教材享誉全球, 更以丰富的网络化、数字化的教学辅助资源深受高校教师的欢迎。

为了更好地服务于中国教育界, 提升教学质量, 2003 年麦格劳 - 希尔教师服务中心在京成立。在您确认将本书作为指定教材后, 请您填好以下表格并经系主任签字盖章后寄回, 麦格劳 - 希尔教师服务中心将免费向您提供相应教学课件或网络化课程管理资源。如果您需要订购或参阅本书的英文原版, 我们也会竭诚为您服务。

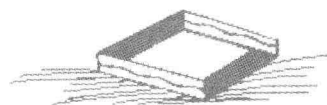
书名:			
所需要的教学资料:			
您的姓名:			
系:			
院 / 校:			
您所讲授的课程名称:			
每学期学生人数:	_____人 _____年级	学时:	
您目前采用的教材:	作者: _____ 出版社: _____ 书名: _____		
您准备何时用此书授课:			
您的联系地址:			
邮政编码:		联系电话:	
E-mail: (必填)			
您对本书的建议:	系主任签字: 盖章		



清华大学出版社经管事业部
北京市海淀区学研大厦 B509 室
邮编: 100084
电话: 010-62770175-4506/4324
传真: 010-62775511
电子邮件: xuyy@tup.tsinghua.edu.cn



麦格劳 - 希尔教育出版公司教师服务中心
北京 - 清华科技园科技大厦 A 座 906 室
邮编: 100084
电话: 010-62790299-108 传真: 010-62790292
教师服务热线: 800-810-1936
教师服务信箱: instructorchina@mcgraw-hill.com
网址: <http://www.mcgraw-hill.com.cn>



目 录

第一章 定义 21 世纪的国际商务	(1)
1.1 国际商务的历史和发展	(5)
1.1.1 国际商务	(5)
1.1.2 全球化	(6)
1.1.3 国际商务的飞速发展	(11)
1.1.4 最近的发展情况	(18)
1.2 国际商务的特点	(21)
1.2.1 各种环境力量	(21)
1.2.2 国内环境	(22)
1.2.3 国外环境	(23)
1.2.4 国际环境	(25)
1.2.5 决策更复杂	(25)
1.3 国际商务术语与国际商务模型	(27)
1.3.1 国际商务术语	(27)
1.3.2 国际商务模型	(30)
1.4 企业与国际商务	(32)
1.4.1 现代企业功能的组织部分	(32)
1.4.2 现代管理必备的知识	(33)
本章小结	(33)
关键词	(34)
问题	(35)
互联网练习	(35)
第二章 国际商务中的贸易与投资	(37)
2.1 国际贸易	(41)
2.1.1 贸易额	(41)
2.1.2 贸易方向	(43)
2.1.3 主要贸易伙伴：与商务人士有关的内容	(45)



2.2 国外投资	(49)
2.2.1 证券投资	(49)
2.2.2 国外直接投资	(50)
2.2.3 中国的国外直接投资	(52)
2.2.4 国外对中国的直接投资	(53)
2.3 进入国外市场	(54)
2.3.1 增加利润和销售额	(55)
2.3.2 保护市场、利润和销售	(60)
2.4 如何进入国外市场	(70)
2.4.1 出口	(70)
2.4.2 国外制造业	(71)
2.5 多国还是全球化战略?	(82)
2.5.1 世界环境正在改变	(83)
2.5.2 全球化的7个方面	(83)
2.6 分销渠道	(83)
本章小结	(91)
关键词	(93)
问题	(93)
互联网练习	(94)

第三章 国际商务的理论基础

(96)

3.1 国际贸易理论	(100)
3.1.1 重商主义	(100)
3.1.2 绝对优势理论	(101)
3.1.3 相对优势理论	(102)
3.1.4 赫克歇尔-俄林的要素禀赋理论	(104)
3.1.5 列昂惕夫悖论	(105)
3.1.6 引入货币	(106)
3.1.7 国际产品生命周期	(108)
3.1.8 贸易方向的一些新说明	(112)
3.1.9 国际贸易理论总结	(114)
3.2 贸易限制	(115)
3.2.1 国家防御	(115)
3.2.2 贸易限制的种类	(123)
3.2.3 贸易壁垒的成本	(131)
3.3 国际投资理论	(132)
3.4 企业国际商务理论	(134)
本章小结	(137)
关键词	(139)



问题	(140)
互联网练习	(141)
第四章 国际组织动态	(144)
4.1 国际组织和国际商务之间的关系	(146)
4.1.1 联合国	(147)
4.1.2 联合国的成长和变化	(149)
4.2 世界银行和其他多边开发银行	(151)
4.2.1 世界银行	(151)
4.2.2 国际金融公司(IFC)	(152)
4.2.3 国际开发协会(IDA)	(153)
4.2.4 多边投资担保处(MIGA)	(153)
4.2.5 国际投资争议协调中心(ICSID)	(154)
4.2.6 世界银行私人化?	(154)
4.2.7 非洲开发银行(AfDB)	(154)
4.2.8 亚洲开发银行(AsDB)	(155)
4.2.9 欧洲重建与开发银行(EBRD)	(155)
4.2.10 泛美开发银行(IDB)	(155)
4.3 国际货币基金组织	(156)
4.4 国际清算银行	(157)
4.5 世界贸易组织	(158)
4.5.1 全球国际贸易合作早期阶段	(158)
4.5.2 1947—1995 年的 GATT	(159)
4.5.3 世贸组织的诞生	(159)
4.6 石油输出国组织	(162)
4.7 经济一体化	(164)
4.8 欧洲联盟	(165)
4.8.1 背景	(165)
4.8.2 欧盟的机构	(168)
4.8.3 一个欧洲合众国?	(169)
4.8.4 欧洲堡垒?	(170)
4.8.5 欧盟的问题	(170)
4.8.6 欧盟在经济上的一些举措	(171)
4.9 其他区域性国际组织	(173)
4.9.1 东南亚国家联盟(ASEAN)	(173)
4.9.2 欧洲自由贸易联盟(EFTA)	(174)
4.9.3 各类非洲贸易协定	(174)
4.9.4 《北美自由贸易协定》(NAFTA)	(175)
4.9.5 美洲国家组织(OAS)	(177)



4.9.6 亚太经济合作组织(APEC)	(177)
4.9.7 南方共同市场(Mercosur)	(179)
4.9.8 经济合作与发展组织	(180)
本章小结	(181)
关键词	(182)
问题	(182)
互联网练习	(183)
第五章 理解世界货币体系	(184)
5.1 对金本位历史的简短评述	(185)
5.1.1 回到金本位?	(187)
5.1.2 黄金在现在的作用	(187)
5.2 布雷顿森林体系和金汇兑本位制	(189)
5.2.1 国际收支	(189)
5.2.2 国际收支平衡与不平衡	(192)
5.2.3 美国的国际收支逆差	(193)
5.2.4 中国的国际收支双顺差	(194)
5.2.5 金汇兑本位制	(195)
5.3 1971年8月15日与随后两年	(197)
5.4 现阶段货币浮动与货币市场	(198)
5.4.1 货币区域	(199)
5.4.2 “蛇”	(199)
5.4.3 浮动的历程	(201)
5.4.4 货币市场, 外汇	(205)
5.4.5 未来的特别提款权	(207)
5.4.6 欧洲货币体系(EMS)	(209)
5.4.7 从欧洲货币单位(ECU)到欧元	(211)
本章小结	(217)
关键词	(218)
问题	(218)
互联网练习	(218)
第六章 影响国际商务的财政金融力量	(220)
6.1 国际外汇市场	(222)
6.1.1 波动货币的价值	(222)
6.1.2 外汇牌价	(222)
6.1.3 汇率	(224)
6.1.4 汇率波动的风险与货币兑换控制	(229)
6.2 国际财金环境	(233)

6.2.1	国际收支	(233)
6.2.2	关税与税收	(234)
6.2.3	通货膨胀	(235)
6.2.4	贫困指标	(237)
6.2.5	会计制度	(238)
6.2.6	家庭储蓄	(238)
6.3	国家债务	(239)
6.3.1	国家债务的现状与成因	(239)
6.3.2	国家债务的解决	(241)
6.3.3	国家债务解决的新进展	(243)
6.3.4	中国的债务	(244)
	本章小结	(250)
	关键词	(251)
	问题	(251)
	互联网练习	(251)
第七章	经济与社会经济力量	(253)
7.1	国际经济分析	(255)
7.1.1	国际经济分析数据的来源	(255)
7.1.2	国际经济分析的目的	(256)
7.1.3	国际经济分析的内容	(257)
7.2	经济维度及其与商务人士的关联性	(258)
7.2.1	国民生产总值	(258)
7.2.2	人均 GNP 和人均 GDP	(259)
7.2.3	收入分配	(260)
7.2.4	私人消费	(261)
7.2.5	国内投资总额	(263)
7.2.6	单位劳动力成本	(264)
7.2.7	其他经济维度	(267)
7.3	社会经济维度及其与商务人士的关联性	(269)
7.3.1	总人口	(269)
7.3.2	年龄分布	(270)
7.3.3	人口密度和人口分布	(275)
7.3.4	其他社会经济维度	(276)
	本章小结	(278)
	关键词	(279)
	问题	(279)
	互联网练习	(280)



第八章 自然与环境力量	(284)
8.1 地理位置	(287)
8.1.1 地理位置与政治关系	(287)
8.1.2 地理位置与贸易关系	(288)
8.1.3 主要的地形特征	(289)
8.2 气候环境	(302)
8.2.1 气候	(302)
8.2.2 气候与发展	(302)
8.2.3 气候涉及的问题	(303)
8.3 自然资源	(303)
8.3.1 能源	(303)
8.3.2 自然资源变化监控	(310)
8.4 自然环境的破坏	(314)
8.4.1 博帕尔灾难	(314)
8.4.2 切尔诺贝利:世界上最严重的核灾难	(315)
8.4.3 阿拉斯加石油泄漏	(315)
8.4.4 海湾战争的生态恐怖主义	(315)
8.4.5 切尔诺贝利事件后最大的生态灾难	(316)
本章小结	(317)
关键词	(318)
问题	(319)
互联网练习	(319)
第九章 社会文化力量	(323)
9.1 文化	(325)
9.1.1 什么是文化	(325)
9.1.2 文化对企业职能的影响	(326)
9.2 社会文化的构成要素	(330)
9.2.1 审美学	(330)
9.2.2 态度与信念	(332)
9.2.3 宗教	(337)
9.2.4 物质文化	(343)
9.2.5 教育	(347)
9.2.6 语言	(351)
9.2.7 社会组织	(363)
9.3 国家文化的四个维度	(365)
9.3.1 国家文化的四个维度的内容	(365)
9.3.2 国家文化四个维度的管理含义	(366)



本章小结	(368)
关键词	(369)
问题	(369)
互联网练习	(370)
第十章 政治力量	(374)
10.1 各国的意识形态差别	(377)
10.1.1 共产主义	(377)
10.1.2 社会主义	(378)
10.1.3 资本主义	(378)
10.1.4 保守派与自由派	(379)
10.2 企业的国有化与私有化进程	(379)
10.2.1 资本主义国家实施企业国有化	(379)
10.2.2 国有企业私有化	(381)
10.3 民族主义与恐怖主义	(383)
10.3.1 民族主义	(383)
10.3.2 恐怖主义	(384)
10.3.3 政府保护	(389)
10.4 国际政局的稳定性	(390)
10.4.1 国际政局的稳定与不稳定	(390)
10.4.2 传统的敌对	(393)
10.4.3 国际组织	(395)
10.5 国家风险评估(CRA)	(397)
10.5.1 国家风险的类型	(398)
10.5.2 国家风险评估的信息筛选依据	(398)
10.5.3 国家风险评估的实施者	(399)
10.5.4 国际债务危机给国家风险评估专家的启示	(401)
本章小结	(402)
关键词	(403)
问题	(403)
互联网练习	(403)
第十一章 影响国际商务的法律力量	(405)
11.1 国际法律环境	(406)
11.1.1 税收	(407)
11.1.2 反垄断法	(414)
11.1.3 关税、配额与其他贸易障碍	(417)
11.1.4 产品责任相关法律	(420)
11.1.5 货币兑换管制	(423)

11.1.6 知识产权	(423)
11.1.7 国际标准化力量	(428)
11.1.8 其他法律、法规	(429)
11.2 国际争端解决	(429)
11.2.1 国际法	(429)
11.2.2 国际争端的解决	(430)
11.2.3 中国积极应对国际贸易争端	(432)
本章小结	(433)
关键词	(434)
问题	(435)
互联网练习	(435)

第十二章 影响国际商务的劳工力量

(437)

12.1 劳动力概况	(439)
12.1.1 劳动力质量与数量	(439)
12.1.2 劳动力构成与相对生产率	(439)
12.2 劳动力流动	(440)
12.2.1 全球劳动力流动概况	(440)
12.2.2 移民、难民与外来工人	(441)
12.2.3 劳动力短缺	(444)
12.2.4 中国的劳动力流动	(446)
12.3 就业政策考虑因素	(446)
12.3.1 社会地位	(446)
12.3.2 性别歧视	(448)
12.3.3 种族主义	(455)
12.3.4 传统社会与少数人群	(456)
12.4 雇主与雇员的关系	(456)
12.4.1 劳动力市场	(456)
12.4.2 世界各国的工会	(459)
12.4.3 跨国劳工活动	(461)
12.4.4 劳工标准的一致化	(462)
12.4.5 工人参与管理	(463)
12.4.6 全世界的工人	(464)
本章小结	(465)
关键词	(466)
问题	(467)
互联网练习	(467)

第十三章 影响国际商务的竞争力量

(469)

13.1 国家竞争力概况	(471)
--------------------	-------

13.1.1 宏观层次的竞争——国家竞争力	(471)
13.1.2 各国竞争力排名	(472)
13.1.3 影响各国竞争力提升的威胁因素	(475)
13.2 主要国家的竞争力分析	(478)
13.2.1 美国的国家竞争力	(478)
13.2.2 欧盟的国家竞争力	(485)
13.2.3 日本的国家竞争力	(494)
13.2.4 发展中国家和新兴工业化经济体的竞争力	(499)
13.3 竞争力量分析	(502)
13.3.1 竞争者评估的重要性	(502)
13.3.2 竞争信息的来源	(503)
13.3.3 标杆超越	(504)
本章小结	(506)
关键词	(507)
问题	(507)
第十四章 国际经营战略	(513)
14.1 国际战略的定义以及重要性	(515)
14.2 国际经营战略规划	(517)
14.2.1 为什么要在全球范围内实施战略规划?	(517)
14.2.2 标准化与规划	(517)
14.2.3 全球战略规划过程	(517)
14.2.4 战略规划的特征和实施的便利工具	(525)
14.2.5 战略规划的种类	(525)
14.2.6 战略规划的方法	(526)
14.2.7 规划中的新动向	(528)
14.2.8 组织设计	(532)
14.2.9 组织设计的关注点	(533)
14.2.10 全球公司的演变	(533)
14.2.11 组织形式的变革	(539)
14.2.12 当前的组织趋势	(541)
14.2.13 公司在 21 世纪的生存	(546)
14.3 国际经营战略实施	(547)
14.3.1 战略实施	(547)
14.3.2 战略控制与调整	(547)
本章小结	(555)
关键词	(556)
问题	(556)
互联网练习	(557)



第十五章 评估和分析市场	(560)
15.1 深入基层的市场营销调研	(561)
15.2 市场筛选	(563)
15.2.1 初步筛选	(563)
15.2.2 第二步筛选——基于金融和经济力量的筛选	(567)
15.2.3 第三步筛选——基于政治和法律力量的筛选	(570)
15.2.4 第四步筛选——基于社会文化力量的筛选	(572)
15.2.5 第五步筛选——基于竞争力量的筛选	(574)
15.2.6 新市场的最终选择	(575)
15.3 细分市场筛选	(581)
本章小结	(582)
关键词	(583)
问题	(583)
互联网练习	(584)
附录	(585)
第十六章 国际市场营销	(588)
16.1 国际市场营销的异常复杂性	(590)
16.2 市场营销组合策略	(591)
16.2.1 产品策略	(592)
16.2.2 促销策略	(605)
16.2.3 定价策略	(619)
16.2.4 分销策略	(622)
16.2.5 渠道选择	(624)
16.2.6 外国环境力量和营销组合矩阵	(626)
本章小结	(628)
关键词	(629)
问题	(629)
互联网练习	(630)
第十七章 国际人力资源管理	(633)
17.1 人员管理的地区差异或文化差异	(636)
17.1.1 日本的终身雇佣文化正在消失	(636)
17.1.2 德国人和波兰人的巨大工资差异	(637)
17.1.3 2.5 亿双小手	(638)
17.1.4 孩子和小鸡	(639)
17.2 管理者的管理	(640)
17.2.1 管理者的来源	(643)