

列教材

跨国公司财务

徐晓云 © 编著

→ KUAGUO GONGSI CAIWU



图书在版编目 (CIP) 数据

跨国公司财务/徐晓云编著. —北京: 中国人民大学出版社, 2012. 6
国际商务系列教材
ISBN 978-7-300-15738-2

I. ①跨… II. ①徐… III. ①跨国公司-财务管理-高等学校-教材 IV. ①F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2012) 第 089740 号

国际商务系列教材
跨国公司财务
徐晓云 编著
Kuaguo Gongsì Caiwu

出版发行	中国人民大学出版社		
社 址	北京中关村大街 31 号	邮政编码	100080
电 话	010-62511242 (总编室)		010-62511398 (质管部)
	010-82501766 (邮购部)		010-62514148 (门市部)
	010-62515195 (发行公司)		010-62515275 (盗版举报)
网 址	http://www.crup.com.cn http://www.ttrnet.com (人大教研网)		
经 销	新华书店		
印 刷	北京七色印务有限公司		
规 格	185mm×260mm 16 开本	版 次	2012 年 6 月第 1 版
印 张	20.5 插页 1	印 次	2012 年 6 月第 1 次印刷
字 数	496 000	定 价	36.00 元

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

教学支持说明

中国人民大学出版社经济分社与人大经济论坛（www.pinggu.org）于 2007 年结成战略合作伙伴后，一直以来都以种种方式服务、回馈广大读者。

为了更好地服务于教学一线的任课教师与广大学子，现中国人民大学出版社经济分社与人大经济论坛做出决定，凡使用中国人民大学出版社经济分社教材的读者，填写以下信息调查表后，发送电子邮件、邮寄或者传真给我们，经过认证后，我们将会向教师读者赠送人大经济论坛论坛币 200 个，向学生读者赠送人大经济论坛论坛币 50 个。

教师信息表 姓名： 大学： 院系： 教授课程： 联系电话： E-mail： 论坛 id： 使用教材： 论坛识别码（请抄下面的识别码）：	学生信息表 姓名： 所读大学： 所读院系： 所读专业： 入学年： QQ 等联系方式： E-mail： 论坛 id： 使用教材： 论坛识别码：pinggu_com_1545967_4210768
---	---

我们的联系方式：

E-mail: gaoxiaofei11111@sina.com

邮寄地址：北京市中关村大街甲 59 号文化大厦 1506 室中国人民大学出版社经济分社，100872

传真号：010 - 62514775

附：人大经济论坛（www.pinggu.org）简介

人大经济论坛依托中国人民大学经济学院，于 2003 年成立，致力于推动经济学科的进步，传播优秀教育资源。目前已经发展成为国内最大的经济、管理、金融、统计类在线教育和咨询网站，也是国内最活跃和最具影响力的经济类网站：

- 拥有国内经济类教育网站最多的关注人数，注册用户以百万计，日均数十万经济相关人士访问本站。

- 是国内最丰富的经管类教育资源共享数据库和发布平台。

- 提供学术交流与讨论的平台、经管类在线辞典、数据定制和数据处理分析服务、免费的经济金融数据库、完善的经管统计类培训和教学相关软件。

论坛识别码：pinggu_com_1545967_4210768

总序

2010年5月,国务院学位委员会第27次会议决定在我国新增国际商务专业硕士学位,中国人民大学经济学院作为首批设立了“国际商务”专业硕士学位的教学单位,成为研究生教育改革的重要实验基地。

长期以来,中国的研究生教育以学术学位教育为主,即按照学术研究的要求培养学术研究人才,研究生的就业取向多集中在教学、科研岗位。随着我国的经济与社会发展,这种单一的学术型培养目标越来越不适应社会对多样化人才的需要,社会对高层次应用型人才的需求越来越旺盛,于是,专业硕士学位就应运而生。专业学位的学生就业取向定位在各类实际应用部门。专业学位教育旨在应用和实践教育,注重培养学生的应用性、开发性研究与设计能力,以满足特定社会职业对专业应用型人才的需求。在美国、欧洲,专业学位教育已经非常普遍,例如,美国比较常见的有74种专业硕士学位,55种专业博士学位,10种第一职业学位,庞大的专业学位体系覆盖了几乎所有社会职业,使研究生教育具有更加广泛的社会适应性。

国际商务专业的培养目标是适应复杂国际经济、政治、文化环境,培养通晓现代商务基础理论,具备完善的国际商务知识体系,熟练掌握现代国际商务实践技能,有较强的外语交流能力、国际商务分析与决策能力的应用型、复合型、职业型的高级商务专门人才。

那么,如何培养应用型、复合型、职业型的高级商务专门人才呢?

首先,培养应用型人才,需要我们坚持能力为重培养方式。过去的学术型学位教育注重基础、注重理论,而专业学位的人才培养模式以职业所需的知识体系来组织课程,教学过程的实践性尤为突出,目标是使学生成为可用的人才。国际商务的应用型人才应具备如下能力:发现、阐述、分析和解决国际商务活动中的问题的能力;在国际团队中跨文化交流、合作与谈判的能力;把握国际经济贸易金融环境、洞悉商务机会的能力;使用国际通用的方法与工具分析问题的能力等。

其次,培养复合型国际商务人才,需要我们以职业所需的知识体系来组织课程,

完善学生职业发展所需要的知识结构,并将职业实践与专业学习结合起来。国际商务是跨国界的商务活动,从内容上,它包括贸易、投资、金融等各领域。具体讲,围绕跨国界的商务活动,需要掌握国际市场、国际战略、资源配置、经营管理、市场营销、如何遵守国际规则、如何适应不同国家政治和文化环境等诸多知识,只有掌握这些知识才能成为复合型的国际商务人才。

再次,培养职业型人才,专业学位的培养目标着眼于提高人的职业能力、职业伦理、职业精神,更好地胜任职业工作。例如,一个优秀的国际商务职业人员要有建立和维护商务人际网络、建立和谐关系的能力,要熟悉企业文化,有道德感和社会责任感,有职业的精神面貌,更要有职业的奋斗精神和开拓创新精神。

最后,我们还要强调国际商务专业学位培养的是高级的精英商务人才,而这主要体现在人才的国际化培养定位上。具备国际化的视野、国际化的思维,了解国际规则和法律,熟练使用外语这些都是对学生的基本要求。

尽管过去我们在培养国际贸易、世界经济等相关专业的研究生方面积累了比较多的经验,但国际商务专业学位毕竟刚刚设立,应用型学位与学术型学位研究生的培养有比较大的差异,我们必须跳出过去的学术型研究生的培养路子,探索一种适应新的培养目标的培育模式。中国人民大学经济学院作为我国经济学类研究生的重要培育基地,理应为探索一条既与国际接轨又适合国内需求的中高级实用性国际商务专业人才的培养路子。为此,我院成立了以杜厚文教授为主任并有多位相关专业的国内著名学者、政府官员、企业家参与的国际商务学术委员会,深入讨论国际商务专业学位研究生的培养模式。大家一致认为,尽快编写出一套适应新的培养目标的国际商务教材至关重要。于是,以我院国际经济系为主体,组织教师就如何编写出国际商务系列教材召开多次研讨会,力争在取得基本共识的基础上,把专业学位特征的教育思想体现在系列教材的设计、写作与编辑之中。

中国人民大学经济学院推出的国际商务系列教材具有如下特点:

第一,系统性。该系列教材系统覆盖了国际商务所需的知识体系,涉及国际经济、国际贸易、国际金融、国际商务、跨国公司管理、国际规则运用、跨文化沟通、市场营销等各个方面。

第二,突出了案例教学的特点。教材选用了大量具有国际背景的前沿性的案例,能够帮助学生了解国际商务的现实环境,并通过案例学习获得职业感觉和应用能力。

第三,具有创新性,突显了中国人民大学经济学院的知识产权特色。在教材编写过程中,我们多次讨论什么是国际商务教学的一般要求、一般规律,如何能将中国人民大学经济学院长期沉淀下来的知识优势融入这一般规律中,在国际商务的培养中创立人民大学特色。而今,呈现在读者面前的这套系列教材,凝聚了我们的思想和创新。

从2010年5月国家批准国际商务学位建设起的短短一年多的时间里,我们推出了这套系列教材。一方面这套及时出版的系列教材可以为刚刚起步的国际商务专业学位研究生的培养提供一个可供选择的教材蓝本,为同行之间的交流提供一个参照和渠道;另一方面,我们不得不承认,在这么短的时间内推出一套全新的教材体系,无论是时间上还是我们的知识水平上都可能使得我们的这套教材存在着这样或那样的不足。我们诚恳地希望同行们批评指正,以便我们在再版这套教材时吸收来自各方面的意见,把教材修订得更好。

我们这套系列教材得到了中国人民大学经济学院的“985”项目与“211”项目的资助，这套教材也是我院“中国经济学”学科建设子项目的成果之一。同时，中国人民大学出版社在国际商务系列教材的编写过程中自始至终给予了很大的支持，在此我们表示感谢！国际商务专业学位是个新生事物，让我们共同努力，让这个新生事物能像雨后春笋一样破土而出，茁壮成长！

杨瑞龙

2011年8月19日于中国人民大学明德楼

第 1 部分	导论和市场基础知识	
	第 1 章 导 论	3
	1.1 经济全球化对企业财务工作的影响	3
	1.2 如何更好地使用本书	10
	思考题	13
	参考资料	13
	第 2 章 外汇风险管理基础	15
	2.1 外汇市场及产品	16
	2.2 交易风险	21
	2.3 经营风险	27
	2.4 折算风险	33
	思考题	39
	参考资料	39
第 2 部分	跨境投资	
	第 3 章 跨国公司的对外直接投资	43
	3.1 世界国际直接投资趋势	43
	3.2 中国引进外资和对外投资的发展	48
	3.3 跨国直接投资的主要模式	55
	思考题	65
	参考资料	66
	第 4 章 对外直接投资的资本预算	67
	4.1 资本预算的基本理论	68
	4.2 现金流量的计算方法（简）	73

4.3	资本预算的风险评价技术	77
4.4	对外直接投资的资本预算需要考虑的特殊内容	84
	思考题	87
	参考资料	88
第5章	资本成本的计算	89
5.1	加权平均资本成本	90
5.2	跨国公司的权益资本成本	99
5.3	跨国公司的债务资本成本	103
5.4	国际化的资本结构	105
5.5	APV法和税盾	107
	思考题	107
	参考资料	108
第6章	海外投资项目预算的案例	109
	思考题	124
	参考资料	124
第7章	跨国兼并收购的案例	125
	思考题	132
	参考资料	133
第3部分	跨境融资	
第8章	跨境股权融资——跨境上市	137
8.1	境外上市的优势	138
8.2	全球股票市场的发展和现状	142
8.3	中国企业境外上市现状	148
8.4	企业上市实务	153
	思考题	160
	参考资料	161
第9章	跨境股权融资——私募股权	162
9.1	私募股权融资简介	163
9.2	跨境私募融资	175
9.3	跨境私募股权融资实务	178
	思考题	185
	参考资料	185
第10章	全球债务融资	186
10.1	跨境债务融资的原因及策略	187
10.2	跨境债务融资工具	191
	思考题	204
	参考资料	205

	第 11 章 跨国租赁	206
	11.1 租赁的概念	207
	11.2 跨国融资租赁	216
	思考题	224
	参考资料	224
第 4 部分	营运资本管理	
	第 12 章 流动资产资产管理	227
	12.1 现金管理	227
	12.2 库存管理	233
	12.3 应收账款管理	235
	思考题	239
	参考资料	240
	第 13 章 国际贸易融资	241
	13.1 信用证、票据和单证融资	242
	13.2 政府的出口融资援助计划	254
	13.3 对销贸易	258
	思考题	261
	参考资料	261
	第 14 章 跨国公司税收环境	262
	14.1 税收理论概述	263
	14.2 国际重复征税及避免重复征税	269
	14.3 降低税负的跨国公司组织结构	278
	思考题	281
	参考资料	281
	第 15 章 资金的国际间重组	282
	15.1 跨国公司资金重组概述	283
	15.2 跨国公司资金重组的效应分析	287
	思考题	292
	参考资料	293
第 5 部分	跨国公司财务评价	
	第 16 章 跨国公司财务评价	297
	16.1 会计报表和财务指标分析	298
	16.2 经济增加值	301
	16.3 跨国公司的业绩评价	309
	思考题	314
	参考资料	317

PART 1

第1部分

导论和市场基础知识



导 论

本章重点

1. 全球化及其表现
2. 计算跨国指数
3. 财务管理国际化的必要性
4. 如何更好地运用本书

关键词

全球化 外向程度比率 跨国指数 (transnationality index, TNI)

本章是对本书撰写意义、撰写特点以及使用方法的一个全面的概括。本书名为《跨国公司财务》，既可以理解为学习跨国公司的财务管理的教材，也可以理解为学习公司的跨国财务管理的教材。之所以将国际化的财务管理作为专门的课程来学习，是因为世界经济的全球化趋势在加速深化，中国也以前所未有的迅猛势头加入全球化的浪潮之中。本书在公司财务的理论和方法的基础上，全面地介绍了企业涉外财务工作的基础理论和基本方法，是专门针对涉外财务工作者的教材。希望学生在校学习这本书后，在工作中遇到涉外财务工作时能够应对，或至少有基础在实践中尽快上手。本章分两节，第一节为经济全球化对企业财务工作的影响，目的是阐述本书的撰写意义，我们的生活常识、所见所闻以及统计依据表明，全球化在不断地发展和深化，而跨国公司正是全球化发展的载体。跨国公司的财务工作因此也具备国际化的特殊性，这表现在日常财务管理、营运资本管理和长期投融资业务中；本章的第二节为如何更好地使用本书，是对本书撰写的说明以及使用的一个指南。

1.1 经济全球化对企业财务工作的影响

本节在描述经济全球化这一现象的基础上，做出跨国公司是经济全球化的载体这一判断。而日益深入发展的经济全球化对企业的财务工作也提出了更高的、国际化的要求。本节讨论三个问题：经济全球化及其表现，跨国公司是全球化的载体，全球化

的收入、支付和投资、融资，要求全球化的财务管理。

1.1.1 全球化及其表现

随着生产和技术的发展、交通与通信的便利，随着全球对于国际贸易和国际投资在政策上的非管制化和市场化改革，随着各国人员和文化的广泛交流，也随着区域一体化如欧盟的形成与发展，世界经济呈现出全球化的趋势，这一趋势日益改变着全球分工生产、国际贸易、国际投资的格局，也影响着全球人们生活的方式和文化。每一个人都有其对于全球化的体会，总结起来，全球化主要表现在以下几个方面：

(1) 生产日益全球化。在全球范围内进行分工生产，是经济全球化的基础。当前的全球分工，已经从过去的按资源禀赋的不同进行的分工，转变为以追求多样性和追求规模效益而进行的分工；过去不同国家根据生产发展的水平不同，处于全球垂直分工的不同位置，而现在越来越多的水平分工出现在同一产业甚至同一产品中，就像欧洲到处都能看到丰田和本田车，而奔驰和宝马在日本也一样；越来越多的国家生产着全球人民使用的产品，同时也享用全球生产的成果。

(2) 在世界贸易组织以及其前身关税与贸易总协定的努力之下，全球贸易加速增长，增长速度快过世界 GDP 的增长。国际贸易从消费品贸易、资本品贸易逐渐发展到更多的服务贸易；虽然贸易保护主义时有抬头，但较二战前的关税壁垒，各国的关税得到巨幅削减，各国人民都能享受到全球分工带来的丰富、多样和更加廉价的产品。

(3) 国际金融交易频繁，各国金融越来越融合。外汇交易脱离国际贸易实务的需要而自身得到迅猛发展，各种金融衍生工具不断创新，国际金融市场成为集服务、融资、投资和投机为一体的市场，其交易额已远超全球国际贸易额。欧盟国家更是推出了统一的货币，使用统一的中央银行和遵守同样的货币政策。由于金融自由化的不断推进，当前各国的人民可以拥有不同国家的金融资产，比如美国、英国、新加坡等国的人民就可以通过在股票市场购买中国公司的股票（从技术上来讲是存托凭证）来持有中国企业的股权。而欧洲货币市场的发展，给世界各国政府、企业和机构提供了以美元为主的多币种的融资平台。

(4) 国际投资遍布全球。国际投资是全球经济增长的动力。国际资本在全球寻找盈利机会的努力一直没有间断，不仅发达国家之间相互投资，而且越来越多的资本被投到新兴市场和发展中国家。无论出于对资源的占有目的（比如对海外油气田和天然矿产的购买），还是出于绕开关税壁垒的目的，或者出于拓展品牌的考虑，或者出于利用不同地区廉价和优势资源的考虑，国际直接投资以爆发的姿态在发展。本世纪前十年的国际投资额比全球过去所有国际投资额的总和还要多。发达国家之间的资本在不断渗透，而发达国家通过资本也在不断地影响其他国家的经济与发展。世界 500 强企业在中国的分支机构已经遍布中国大地，2011 年跨国公司报告中，世界 500 强企业在中国的分支机构目录就有两百多页。与此同时，中国的对外投资也从无到有猛增至世界第六。

(5) 世界生产、贸易、金融和投资的国际化，要求越来越多的国际化人才。随着国际交流的频繁，各国文化出现了越来越融合、越来越多样化的变化，符合国际化要求的商务、技术人员也越来越多。不同背景的人才组成的团队随处可见。很多理念在

全球获得广泛共识：可持续发展、生态多样化、绿色低碳、反腐败、反垄断、团队合作精神等等。由于网络、通信技术的发展，人们几乎可以做到天涯咫尺的交流。

(6) 越来越多的政府层面的合作与协调，使得各国在应对经济问题时获得了更多的支持。虽然为了各自民族的利益，或者为了竞选的需要，各国政府仍然不时针锋相对，但不可否认的是政府之间的协调确实有了加深。无论是 G7，G8，还是 G20，都是一种协调的途径。中美之间的部长级磋商，也为两国在务实层面加强政府间合作提供了较为方便的通道。

1.1.2 跨国公司是全球化的载体

跨国公司在全球范围内安排分工生产，寻求最便宜的自然和人力资源——比如非洲的矿产资源、中国廉价的简单劳动力、印度的软件工程师；跨国公司在全球范围内安排销售，占据最有利的市场——比如无处不在的苹果公司产品和遍布全球的沃尔玛超市；跨国公司在全球范围内投资，追求最大化利润——比如在全球拥有上百家分支机构的百年企业杜邦；并且在全球范围内宣传其产品及其文化——比如宣传“科技以人为本”的诺基亚，等等。可以说，跨国公司就是全球化最重要的载体。

表 1—1 是 2011 年世界 500 强中的前 20 名，表 1—2 是世界 500 强中的最靠前的 10 个中国公司。我们可以从这两个表中看到跨国公司的巨大实力及中国企业在全球地位的崛起。关于世界 500 强企业的介绍很丰富，简单了解这些企业的名录和基本数据，可以给我们带来如下启示：1) 跨国公司富可敌国，掌握着全球最巨大的资本和财富，也雇用了全球最大数量的人才，其在政治经济上的影响力不可忽视。2) 跨国公司就在我们身边。我们不仅在享受越来越多的跨国公司提供的产品和服务，也有越来越多的人将就职于这些企业，这将改变我们的职业生涯，对我们知识储备的国际化提出更高要求。3) 中国企业的实力在增强，学生们为国际化企业服务的机会将越来越多。4) 中国企业的国际化水平与世界先进水平还有相当大的距离，我们必须为中国企业的国际化发展添砖加瓦。

表 1—1 2011 年世界 500 强前 20 名

2011 年 排名	2010 年 排名	公司名称 (中英文)	营业收入 (百万美元)	利润 (百万美元)	国家
1	1	沃尔玛 (Wal-Mart Stores)	421 849	16 389	美国
2	2	荷兰皇家壳牌石油公司 (Royal Dutch Shell)	378 152	20 127	荷兰
3	3	埃克森-美孚 (Exxon Mobil)	354 674	30 460	美国
4	4	英国石油公司 (BP)	308 928	-3 719	英国
5	7	中国石油化工集团公司 (Sinopec Group)	273 421.9	7 628.7	中国
6	10	中国石油天然气集团公司 (China National Petroleum)	240 192.4	14 366.9	中国
7	8	国家电网公司 (State Grid)	226 294	4 556.1	中国
8	5	丰田汽车公司 (Toyota Motor)	221 760.2	4 765.7	日本

续前表

2011 年 排名	2010 年 排名	公司名称 (中英文)	营业收入 (百万美元)	利润 (百万美元)	国家
9	6	日本邮政控股公司 (Japan Post Holdings)	203 958.1	4 891.2	日本
10	11	雪佛龙 (Chevron)	196 337	19 024	美国
11	14	道达尔公司 (Total)	186 055	14 000.9	法国
12	17	康菲石油公司 (Conocophillips)	184 966	11 358	美国
13	16	大众公司 (Volkswagen)	168 041	9 052.7	德国
14	9	安盛 (AXA)	162 235.9	3 640.9	法国
15	270	房利美 (Fannie Mae)	153 825	14 014	美国
16	13	通用电气公司 (General Electric)	151 628	11 644	美国
17	12	荷兰国际集团 (Ing Group)	147 052.2	3 678	荷兰
18	—	嘉能可国际 (Glencore International)	144 978	1 291	瑞士
19	28	伯克希尔-哈撒韦公司 (Berkshire Hathaway)	136 185	12 967	美国
20	38	通用汽车公司 (General Motors)	135 592	6 172	美国

注：本表排名依据为全球营业收入。

资料来源：《财富》中文网。

表 1—2

世界 500 强中的中国前十强

2011 年 排名	2010 年 排名	公司名称 (中英文)	营业收入 (百万美元)	利润 (百万美元)
5	7	中国石油化工集团公司 (Sinopec Group)	273 421.9	7 628.7
6	10	中国石油天然气集团公司 (China National Petroleum)	240 192.4	14 366.9
7	8	国家电网公司 (State Grid)	226 294	4 556.1
60	112	鸿海科技集团 (Hon Hai Precision Industry)	95 190.5	2 450.4
77	87	中国工商银行 (Industrial & Commercial Bank of China)	80 501.3	24 398.2
87	77	中国移动通信集团公司 (China Mobile Communications)	76 673.3	9 733.1
95	137	中国中铁股份有限公司 (China Railway Group)	69 973.3	1 106.3
105	133	中国铁建股份有限公司 (China Railway Construction)	67 414.1	627.3
108	116	中国建设银行 (China Construction Bank)	67 081.4	19 920.3
113	118	中国人寿保险 (集团) 公司 (China Life Insurance)	64 634.5	3 505.4

注：本表数据根据世界 500 强企业名单整理而来，排名依据为全球营业收入。

资料来源：《财富》中文网。

表 1—3 节选自中国企业联合会与中国企业家协会联合发布的 2011 年中国跨国公司跨国指数, 该表按照海外资产总量排序。从海外资产前 30 名的企业来看, 跨国指数在 20% 左右的企业很多, 在 10% 以下的也不少, 因此被广泛评价为跨国指数不高。在全球的优秀跨国公司中, 跨国指数大致在 30%~60% 之间, 也就是说至少 1/3 的业务在海外, 至少 1/3 的业务在国内。

表 1—3 中国跨国公司 20 强 (按海外资产排名) 跨国指数

排名	公司名称	海外资产	海外收入	海外员工(人)	跨国指数(%)
1	中国石油化工集团公司	52 258 269	48 258 870	37 153	21.83
2	中国石油天然气集团公司	51 978 477	73 698 938	85 237	22.56
3	中国中信集团公司	36 262 300	11 256 921	47 422	30.27
4	中国海洋石油总公司	18 189 375	13 823 896	2 023	23.84
5	中国建筑股份有限公司	17 463 742	3 089 320	5 650	18.95
6	中国远洋运输 (集团) 总公司	15 368 589	8 533 213	4 428	35.43
7	中国中化集团公司	14 844 768	25 637 457	7 351	53.78
8	中国铝业公司	12 002 713	610 509	216	11.77
9	浙江吉利控股集团有限公司	7 033 282	4 984 717	14 042	62.03
10	华为技术有限公司	6 667 000	12 040 000	21 700	42.08
11	中国五矿集团公司	6 405 594	6 149 827	7 955	21.42
12	中国海运 (集团) 总公司	4 872 767	2 514 528	2 276	25.95
13	中国交通建设股份有限公司	4 523 275	3 343 839	2 292	9.66
14	中国联合网络通信集团有限公司	3 937 539	93 383	219	2.76
15	中国电子信息产业集团有限公司	3 881 033	10 422 904	38 951	45.19
16	中国华能集团公司	3 662 500	1 565 339	286	4.20
17	中国航空集团公司	3 543 248	3 296 453	1 073	21.14
18	中国水利水电建设集团公司	3 144 364	2 631 604	16 983	21.38
19	中国中钢集团公司	3 085 175	4 219 907	4 787	19.26
20	中国冶金科工集团有限公司	3 084 535	1 878 978	3 889	6.93
21	兖矿集团有限公司	3 036 812	624 187	190	12.14
22	中国外运长航集团有限公司	2 686 203	578 885	547	9.97
23	海尔集团公司	2 330 233	3 722 787	8 772	20.21
24	中国移动通信集团公司	2 232 321	722 457	3 439	1.72
25	中国港中旅集团公司	2 148 971	321 494	3 272	17.80
26	尚德电力控股有限公司	1 991 201	1 856 344	154	50.80
27	中粮集团有限公司	1 970 000	1 510 000	814	5.94
28	中兴通讯股份有限公司	1 948 533	3 806 640	20 000	33.59

续前表

排名	公司名称	海外资产	海外收入	海外员工(人)	跨国指数(%)
29	中国兵器工业集团公司	1 871 496	6 816 176	2 550	12.46
30	中国广东核电集团有限公司	1 800 662	80 545	1 112	6.17

说明：衡量跨国公司的国际化经营程度的主要指标：

海外销售总额	衡量跨国公司在海外市场规模
海外销售净额	海外销售总额扣除销售折扣、销售退回和销售成本
海外公司比率	海外子公司数/全部子公司数×100%
生产依存度	海外子公司总产值/全部总产值×100%
外向程度比率	海外子公司总产值（或资产、销售、雇员）/全部产值（或资产、销售、雇员）
跨国指数（transnationality index, TNI）	$(\text{国外资产}/\text{总资产} + \text{国外销售额}/\text{总销售额} + \text{国外雇员}/\text{总雇员})/3 \times 100\%$

注：表中海外资产和海外收入单位为万元人民币。

资料来源：中企联网。

1.1.3 全球化的收入、支付和投资、融资，要求国际化的财务管理

跨国公司在全球投资、采购、生产、销售及融资，必然要求其财务管理能够实现国际化。国际化的财务管理和一般国内公司的财务管理有共性，比如都需要掌握估值技术和风险评价技术，在投资项目或兼并收购时做财务可行性研究和风险评价；都需要了解融资渠道，知道如何计算融资成本；都需要对营运资本进行管理，让企业尽量减少资金占压和加快资金周转；都需要制作财务报表，分析财务指标，等等。但是，国际化的财务管理需要知道的和掌握的还不止这些，我们还需要了解跨国公司在国际化的财务管理中遇到的特殊情况，以及掌握处理这些问题的方法。跨国公司财务的特殊性具体表现为：

（1）多币种的货币活动频繁，规避货币风险成为重要内容，国际金融市场成为主要活动平台。跨国公司在全球取得收入，显然币种会不同，比如沃尔玛在全球 16 个国家开设超过 7 000 家超市，每天将在全球不同地点“点数”不同的货币。与此同时，它也必然在全球采购和进货，支付各种不同的货币。还比如说，沃尔玛在不同国家投资建超市时需要用当地货币支付各种设备和人工，开业后需要以当地货币支付员工工资，为了周转需要还可能向当地金融机构融资借款……这些进进出出的货币，数额并不一定匹配，这就需要不同货币同美元之间（沃尔玛的总部在美国）或者不同货币之间进行汇兑以匹配收支需求，这就会带来汇率风险。举个例子来说，沃尔玛在全球的超市里都愿意上架中国的家电，比如微波炉。沃尔玛从中国采购微波炉时，人民币相对美元升值了，虽然中国厂家的卖价没有变，如果沃尔玛超市的卖价也没有变的话，超市的利润就会下降，因为以美元计价的微波炉的采购价变高了，超市成本上升了。又比如，沃尔玛决定由总公司出资在中国建设一家新超市，建设工期为 2008 年初到 2008 年年末，由于 2008 年人民币升值约 10%，超市的建设就会出现一边建设一边增加投资预算的情况。这些货币往来带来的风险，一定程度上是可以被规避