

21 世纪商务教材译丛

国际商务

International Business

[美] 莱丝·R·德利贝 著

旋天颖 贺俊峰 译

人民邮电出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务 / (美) 德利贝著; 旋天颖 贺俊峰译.

—北京: 人民邮电出版社, 2002.8

(21 世纪商务教材译丛)

ISBN 7-115-10457-3

I. 国... II. ①德...②旋... III. 国际贸易—高等学校—教材 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2002) 第 054153 号

21 世纪商务教材译丛

国 际 商 务

-
- ◆ 著 [美] 莱丝·R·德利贝
译 旋天颖 贺俊峰
策 划 贾福新 张宏巍
责任编辑 张宏巍 唐少清

 - ◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061 电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 <http://www.ptpress.com.cn>
读者热线 010-67180876
北京汉魂图文设计有限公司制作
北京顺义振华印刷厂印刷
新华书店总店北京发行所经销

 - ◆ 开本: 720×980 1/16
印张: 13.25
字数: 224 千字 2002 年 8 月第 1 版
印数: 1-8 000 册 2002 年 8 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记 图字: 01-2002-3545 号

ISBN 7-115-10457-3/F·378

定价: 19.80 元

本书如有印装质量问题, 请与本社联系 电话: (010) 67129223

Les R. Dlabay

International Business

**Copyright©2002 South-Western, a division of Thomson
Learning, Inc.**

内 容 提 要

本书融合了当今最新的国际商务理论和国际商务环境，主要包括：国际商务简介，国际商务环境，国际商务组织，国际商务管理，国际经济中的市场营销，国际金融管理等几部分内容。

本书可作为白领充电读物，公司培训教材，**MBA** 通俗读物，同时也适合商务及管理专业本专科学生，以及其他商务工作者使用。

目 录

第1章

国际商务基础	1
职业引导案例	2
1.1 国际贸易	3
1.2 国际商务基础	10
1.3 国际商务经济	15
1.4 本章复习	22

第2章

国际商务环境	27
职业引导案例	28
2.1 国际文化	29
2.2 国际商务交流	37
2.3 国际商务法律	44
2.4 本章复习	53

第3章

国际商务组织	58
职业引导案例	59
3.1 商务执行	60
3.2 进口和出口	68
3.3 外汇活动	76
3.4 本章复习	84

第4章

国际商务管理	89
职业引导案例	90
4.1 管理	91
4.2 人力资源管理	99
4.3 信息系统	106
4.4 生产过程	113
4.5 本章复习	119

第5章

国际经济中的市场营销	124
职业引导案例	125
5.1 市场和消费者	126
5.2 产品开发	134
5.3 定价和销售	143
5.4 营销沟通	152
5.5 本章复习	160

第6章

国际金融管理	165
职业引导案例	166
6.1 国际商务融资	167
6.2 国际金融机构	174
6.3 国际风险与保险	182
6.4 本章复习	191

词汇表	196
-----------	-----

第1章 国际商务基础

课程 内容

- 1.1 国际贸易
- 1.2 国际商务基础
- 1.3 国际商务经济

主 题

国际商务计划

课程目标

- 了解影响国际商务活动的地理、经济、文化和政治等因素
- 了解衡量国际商务活动的基本方法
- 解释影响一个国家经济发展水平的因素

职业引导案例

美国商务部

“如何在东欧卖电动汽车？”

“在拉丁美洲做生意会遇到什么样的贸易壁垒？”

美国商务部出口帮助中心的贸易专家时刻准备回答这些国际贸易问题。

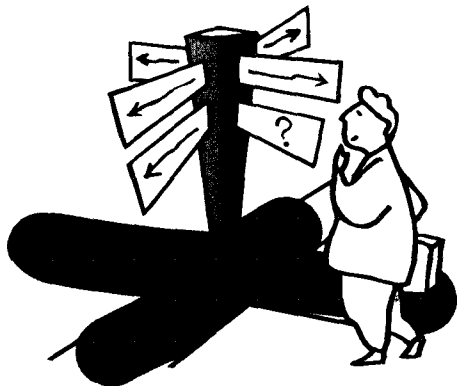
分布于全美国 80 个城市的贸易专家将能够：

- 研究潜在的外国产品或服务市场
- 帮助确定在其他国家的客户
- 帮助开发国际营销计划

入门级商务专家需要具备与国际贸易有关的本科学位或三年业务工作经历。

小思考

1. 可以询问贸易专家的其他问题是什么？
2. 出口帮助中心的贸易专家必须具备的工作素质是什么？



目标

描述国际贸易的重要性
界定国际商务环境的4个要素

1.1 国际贸易

国际贸易的重要性

对 美国人来讲，电子产品来自亚洲，衣服来自东欧，新鲜的水果和蔬菜来自中美洲和南美洲。

大多数人想当然地每天使用商品或服务。他们没有认识到这些东西都是国际商务活动的结果。在过去，大多数家庭自己种植需要的食物，生产自己所需要的衣服。但是，随着人口的增长，生产和分工方式有所改进，人们开始在产品和服务方面互相依赖。今天，全世界已有一个复杂的商务系统使人们可以使用更广泛的产品。

在许多国家，人们仍然是自给自足，这些国家并不像美国、加拿大、日本、西欧那样拥有广泛的生产和销售设施。不过，像美国这样的国家虽然经济上有一定水平的独立性，但他们还是对其他国家有依赖性。例如：美国使用的大多数咖啡来自比利时，日本的大部分石油也要靠其他国家提供。

案例分析

李金顺和海克特·罗米利兹经营 CD 和 DVD 本土化工具的公司已有三年时间，他们的销售量通过电话和网站订购一直持续增长。最近，他们将产品销售给其他国家的消费者，在他们开展国际商务以前，他们必须考虑到什么因素？

大多数商务活动都发生在一国境内。在国内进行的生产、购买、销售商

品和服务活动被称为国内商务。购买本国生产的软饮料就是国内商务的一个例子。

相反，如果你购买的是危地马拉生产的短袖衫，那么你已经参与了全球经济。尽管你是从美国的公司购买的，但它是美国公司从国外生产商那里获得的。国际商务包括所有的国与国之间制造、运输、销售商品和服务所必须的商务活动。国际商务，也可以称全球商务或国际贸易、外国贸易。公司参与国际商务主要有以下 5 个原因：

你知道吗？

国际贸易并不是新事物。证据表明，中国、日本、印度在数千年前就在全世界有产品贸易。

获得原材料或部件

美国生产的产品，其原材料和部件来自世界各国。每年，美国都从其他国家购买石油、天然气、铁和钢等原材料。许多美国制造的汽车发动机及其他部件都是日本、德国、墨西哥、比利时、法国、韩国、意大利、英国和其他国家生产的。

对外国产品的需求

当消费者想要的东西是其他国家生产的时候，国际间的相互依赖就产生了。人们确实需要其他国家的产品和服务，例如，如果非洲国家津巴布韦只有少量的降雨，谷物欠收，农用牲畜死亡，其结果就是该国必须从国外购买 90% 的食物。

新的市场机会

像可口可乐公司、福特、麦当劳和微软等公司将产品销售给其他国家的商户或消费者，以扩大商务机会。不论是大的或是小的公司，都通过与外国

的贸易来增加销售量和利润。

投资机会

许多人投资商业是为了赚取更多的钱。当一个公司在其他国家扩展其商务活动时，一个新的投资机会就产生了。因为希望能够赚到钱，投资者还为外国公司提供资金，不管这个外国公司是处于起步阶段还是正处于成长阶段。

改善了的政治关系

有些人已经认识到“进行贸易往来的国家更不希望互相之间发生战争”。国际商务活动有利于相互理解、交流，提高不同国家之间的人们相互尊重的水平。国际商务影响到每个人。如果某公司不销售来自外国产品或不向外国销售自己的产品，那么他自己本身也受到影响。每一个公司都在与外资公司或出售外国产品的公司之间进行竞争，其结果是，即便是你认识不到这点，国际商务仍然在影响着你的生活。

技术对话

国际电子商务

“你的公司在多少个国家有商务活动？”这个问题通常可以在全球性公司的管理者中间听到。今天，对这个问题的回答是“在互联网可以联接到的每一个国家”。科技使公司在全球范围内购买、销售和交换信息。国际互联网和可视会议改变着商务运作的方式。以下这些因素正在创造着国际电子商务机会：

- 在线销售
- 与其他国家供应商的网上商务链
- 产品和服务的大量本土化

- 对客户服务和存货记录的信息处理及数据分配
- 对国际消费者需求的在线研究

小思考

作为科技进步的结果，哪些类型的商务活动更快更容易了？

检 查

各国参加国际贸易的 5 个主要原因是什么？

国际商务环境

世界上商务活动的许多方面都是相似的。消费者要以公平的价格购买他们所需要的产品或服务。商家以收回成本并有合理利润的价格出售他们的产品。

不同的国家，其商务活动也有许多方面的不同。例如：在大部分非洲国家，商品或服务的交换场所不是在大商场进行，而是在露天市场进行。日本的消费者购买生鱼以在晚餐时食用，但可能没有其他的亚洲人会喜欢吃。一些国家政府要求玩具电视广告要包括价格等一些具体内容。

这些都是构成国际商务运行环境的实例。对国际商务环境的 4 个主要分类是：地理因素、文化和社会因素、政治和法律因素、经济状况因素。

地理因素

一个国家的气候、地形、所处位置和自然资源将影响到商务活动。非常炎热的气候将限制可种植的谷物种类，以及在这种状况下的商务活动。一个拥有许多河流和海港的国家将很容易用船运输产品以进行国际贸易，自然资

源稀少的国家肯定要依靠进口。

文化和社会因素

在一些国家，握手是一种比较合适的商务礼仪。但在另外的一些国家，拥抱是一种礼貌。这些不同代表了不同的文化。文化是一种被接受的行为、习惯和社会价值观。一个社会的文化对商务活动有着非常重大的影响。例如，在墨西哥有一种传统，许多商店到下午就关闭了，余下的时间里人们去享受午餐、午睡或休闲。

影响国际商务的一些主要的文化和社会因素有：语言、教育、宗教、价值观、习惯和社会关系。这些关系包括家庭、工会和其他组织间的关系。

政治和法律因素

你每天都会遇到政府影响商务活动的例子。公平广告管理，加强合同管理，对食品或药品的安全检查等。但总体来讲，在美国进行商务活动的自由度还是很大的，而在世界上其他国家却不一定如此。在一些地方，消费者和商家的活动都是受限制的。影响国际商务的最常见的政治和法律因素包括政府的类型、政府的稳定性和政府的商务政策。

经济状况因素

每个国家、每个个体都面临着满足需求的资源有限的问题。每个人都面临着这个最基本的经济问题。你可以逐渐地决定如何使用你的时间、金钱和能量。同理，每个国家也对它拥有的土地、工人和财富进行计划，以更好地满足人们的需要。

专题作业

将所有的人分成 4 组，每组负责国际商务环境的一个重要因素。做一份影响国际商务活动重要因素的列表，解释这些因素是如何影响公司的。

联 系 实 际

5. **商务法律** 举出一些与美国的法律不同的其他国家的法律。

6. **地理** 使用图书馆或网络找出非洲、亚洲或南美洲一个国家的位置，描述这个国家的地理特征，解释这些因素如何影响该国的国内商务或国际商务。

7. **交流** 与在其他国家居住过或旅游过的人交流。获得有关那个国家的文化和经济的信息，就你的发现提供一份口头作业。

8. **历史** 研究一次世界历史事件，写一份小作业，说明这一事件是如何鼓励或阻止国家间贸易的。

目标

解释进口和出口的基本知识
讨论衡量国际商务活动的方法

1.2 国际商务基础

国际贸易基础

如果一个国家的某一项资源比较丰富，如石油或香蕉，这个国家会试图将这些过剩的产品卖给其他国家。不同国家的商

家都企图加入到国际贸易中去。某国的一个公司将产品或服务销售给另外一个国家的商户或消费者。这样的例子包括，泰国的厂商将收音机卖给法国的电器商店，比利时的计算机公司将产品卖给印度。

我们可以将国际贸易活动看作是来自两个方面——购买和销售。购买别的国家产品的商务活动叫做进口。上面的例子中，法国的收音机和印度的计算机就属进口。从出售者的角度讲，出口是指将产品卖给其他国家的公司或政府行为。同样用上面这个例子，泰国出口收音机，比利时出口计算机。

案例分析

经过最基本的研究后，李金顺和海克特·罗米利兹决定将他们的 CD 和 DVD 本土转化工具提供给其他国家的消费者，他们计划给世界各地的分销商发信，并把他们的网站制作成不同语种的版本。与美国的公司或是世界上的公司相比，他们具有哪些竞争优势呢？他们在商务活动中，将会碰到哪些障碍？

尽管过程看起来简单，进出口商务活动也有障碍。贸易壁垒是一种限制，它减少了贸易的自由。贸易壁垒包括：增加外国产品的进口税以提高其成本，

限制进口，制定防止某种产品进入的法律。最常见的贸易壁垒就是关税，它是对进口产品征收的一种税，也被称作进口税。关税增加了其他国家产品的价格，这样就限制了消费者购买这些产品。

国际贸易活动

在过去，经济活动仅限于某国的边境内，随着国际贸易逐步扩展，边界对于经济活动已经不再绝对有效了。国家之间相互依赖，各国之间的经济也是相互依赖，消费者期待着来自世界不同地方的产品和服务。

公司之间的购买和销售活动基于两个基本的经济准则。如果一个国家生产一种产品或服务的成本低于其他国家，绝对优势就产生了。在自然资源或原材料丰富的国家会产生绝对优势。一些南美国家在咖啡生产上有绝对优势，澳大利亚在羊毛销售上有绝对优势，沙特阿拉伯在石油上有绝对优势。

一个国家可以在许多方面都具有绝对优势。如果是这样的话，该国一定会做出决策以使经济利益最大化。一个国家能够在计算机生产和服装生产上比其他国家都有优势，但在世界计算机市场上可能优势更强些。对该国来讲，这就意味着可以只生产计算机，而服装从国外进口利益会更大。这就是一个比较优势的例子，比较优势是这样一种状况，即某国专门生产某种相对更有效率的产品或服务可取得更大的收益。

你知道吗？

加拿大有 130 万
平方米的森林、农场和
水路。这些自然资源在
纸浆、木材、商业捕捞、
水电业、农业和旅游业
等领域产生了相对优
势和绝对优势。

检查

进口和出口有什么区别？