

大学管理类教材丛书

# 国际商务管理

(第二版)

薛求知 刘子馨 主编

復旦大學出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

国际商务管理/薛求知,刘子馨主编. —2版. —上海:  
复旦大学出版社,2002.4  
(大学管理类教材丛书)  
ISBN 7-309-03146-6

I. 国… II. ①薛…②刘… III. 国际贸易-经济管理-  
高等学校-教材 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 013018 号

---

出版发行 复旦大学出版社  
上海市国权路 579 号 200433  
86-21-65118853(发行部) 86-21-65642892(编辑部)  
fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

经销 新华书店上海发行所  
印刷 复旦大学印刷厂  
开本 850×1168 1/32  
印张 15.75 插页 1  
字数 408 千  
版次 2002 年 4 月第二版 2002 年 4 月第一次印刷  
印数 1—6 000  
定价 24.00 元

---

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究



## 前 言

国际商务(International Business), 作为一类经济活动由来已久, 但作为一门学科还是一个新兴的领域。商品的进出口、技术的转让和引进、海外的直接投资, 长期以来, 只是被看做部分厂商专业分工形成的、单独的、分散的经营行为, 或只是国内经营活动的补充形式。因而, 经济学家们根据这些活动发展的先后顺序, 分别研究形成了国际贸易、技术贸易和国际投资等学科。但当世界进入了一个全球经济相互依赖的时代, 企业国际化成了当今世界经济发展的一大趋势和特征时, 人们看到这些国际经营的多种形式已并存于同一企业之中, 企业已从经营战略的高度在全球不同区位交替使用这些形式以达到企业的目标, 以及通过跨国的管理更有效益、更有效率地进行这些活动, 跨国公司便是这类企业的典型代表。实践向经济学家、管理学家提出了挑战, 于是超越传统的理论局限, 把国际贸易、国际营销、国际商法、国际投资、企业管理等学科进行整合, 并以企业国际经营这一主线加以提炼、分析、总结, 建立一门综合性学科便成了必然, 这也就是国际商务学科的研究主题和研究内容。

国际商务作为一门课开出, 即使是在发达国家的著名商学院也是 1970 年代后半期的事。而近三十年恰恰是国际商务活动发展最为迅速的一段时期, 尤其是 2001 年, 我国正式成为 WTO 的成员之后, 新的经营理念层出不穷, 企业的经营手段和方式花样翻新, 管理上也是新招迭出, 这对课程内容的稳定性提出了难题。在这门课中, 目前很难找出公认的经典教材, 而这一点又恰恰是为这

门课编写教材的诱人之处。

在市场经济确立和完善过程中最新定位的中国企业,越来越多地按照市场经济条件下企业的本质要求来确定自己的经营目标、经营内容和经营区位。“问题本身并不在于资本主义生产的自然规律引起的社会对抗的发展程度的高低,问题在于这些规律本身,在于这些以铁的必然性发生作用并且正在实现的趋势,工业较发达的国家向工业较不发达的国家所显示的,只是后者未来的景象”(马克思)。生产力发展的一般趋势显示:先进的技术、管理、生产率等总是通过企业组织作为载体,在世界范围内进行传播和扩散;企业从自身利益出发进行的跨国经营活动,客观上顺应了生产力国际化发展的一般趋势,中国企业走国际化经营之路,这也是一种必然趋势。这种尝试始于1980年代,到1990年代已成为一股不小的势头。改革开放环境中的中国企业经营行为与国际接轨的速度是惊人的,当1989年,我们第一次尝试在复旦大学管理学院为研究生开出这门课时,学生觉得所学的内容与中国一般企业的实践隔得是那么遥远,可是随着时间的推移,这种距离感在大大被缩短,如今,其中不少内容已在中国企业中被实践、被运作。一批中国的跨国企业正在培育和发展起来,越来越多的企业把经营国际化和企业国际化归入了战略规划之中。所以,十分有必要从发达国家的企业实践中和理论家的归纳中汲取有用的东西,作为认识和发展中国企业跨国经营的思想材料和行为参照。

形成一本向中国经营实务界和未来的经营者、管理者既能全面介绍国际商务的一般理论,又能对国际商务管理进行实用指导的教材兼参考书是作者多年来的愿望。本书是在我们近年来潜心学习、讲授和研究国内外国际商务理论和实践的基础上编著而成的。本教材的第一版自1996年出版以来,受到同行和读者的首肯,多次重印,发行数万册。而近几年来,经济全球化导致的国际经营环境发生了巨大的变化,企业国际商务实践活动也有许多创

新,而在国际商务学界也有许多新发展,修订本教材已势在必行。这次修订由薛求知、刘子馨共同讨论了修订大纲,然后由薛求知对全书进行了修订,其中重写了第一章、第六章、第十一章、第十二章;对第二章、第三章、第八章作了较大量的补充和调整,阎海峰重写了第十一章。其余各章也作了一定的修改。我们同时更换了五分之四的案例,挑选了一些更适合于教学讨论,背景更新近的案例,但考虑到有些案例内容经典,我们予以保留。在新版教材中我们还是注意保留和发扬本教材的特点:

1. 在有限的容量中体现结构和内容的丰富性,把国际商务中环境、战略和管理三个主要方面的重点内容尽可能包括其中。

2. 包容国际商务主体的多层次性,不仅包括国际商务的主要载体——跨国公司,同时也涉及具有参与国际商务活动潜质的中小型企业。

3. 教材行文风格的中间路线。既要体现经典教材所强调的规范性和严谨性,又溶合 MBA 教材的现实性和活力。

本教材适合于高等院校管理和财经类研究生、本科生教学使用,也适用于在职管理人员为对象的培训中作为教材。即使作为非系统性学习或因一般兴趣而阅读,也希望它具有一定的吸引力。

尽管我们作了努力,但由于学科自身发展的局限性和囿于我们的水平,不少地方仍有待不断地提高和完善。好在这只是一本概论性质的教材,探索和研究这一领域的真谛,还有待于理论界和实务界的共同努力。

作者

2002年1月

# 目 录

前言	1
<b>第一章 国际商务导论</b>	1
第一节 国际商务的发展与现状	1
第二节 经济全球化与国际商务	10
第三节 国际商务的特殊性	13
第四节 现代企业与国际商务	18
<b>第二章 国际商务的基本理论</b>	28
第一节 国际贸易理论	28
第二节 对外直接投资理论	38
第三节 国际竞争力理论	47
第四节 企业国际商务理论	53
<b>第三章 国际商务环境</b>	60
第一节 国际贸易与世界市场	60
第二节 国际金融市场	65
第三节 国际资本流动	79
第四节 国际收支	84
第五节 国际经济组织	92
<b>第四章 外国经营环境</b>	97
第一节 国际经营面对的环境	97
第二节 经济物质环境	100
第三节 政治环境	111
第四节 法律环境	115

第五节	社会文化环境	120
第六节	国际商务环境评估	124
<b>第五章</b>	<b>国际商务经营方式</b>	128
第一节	商品出口	128
第二节	技术授权	135
第三节	合同安排	139
第四节	对外直接投资	142
第五节	国际经营方式的选择	150
<b>第六章</b>	<b>国际经营战略</b>	157
第一节	国际经营战略的模式与选择	157
第二节	全球竞争优势:目标与方法	172
第三节	战略实施	185
<b>第七章</b>	<b>国际商务的营销管理</b>	188
第一节	国际营销决策	188
第二节	国际产品策略	194
第三节	国际销售渠道策略	200
第四节	国际定价策略	208
第五节	国际促销策略	215
<b>第八章</b>	<b>国际商务中的进出口实务</b>	221
第一节	国际贸易业务的程序	221
第二节	进出口业务中的交易条件	223
第三节	贸易磋商的环节	239
第四节	合同的订立	244
第五节	合同的履行	246
第六节	EDI在进出口实务中的应用	252
<b>第九章</b>	<b>国际财务管理</b>	255
第一节	国际财务管理的功能	255
第二节	国际商务中的融资管理	259



第三节	长期资金投放管理	267
第四节	营运资本管理	271
第五节	外汇风险管理	277
<b>第十章</b>	<b>国际人力资源管理</b>	<b>285</b>
第一节	管理者的管理	285
第二节	劳工的管理	295
第三节	多元文化背景下的管理	304
<b>第十一章</b>	<b>国际商务组织与控制</b>	<b>312</b>
第一节	组织结构的设计与演变	312
第二节	组织结构的基本类型	318
第三节	新组织形态:跨国网络结构	329
第四节	国际经营控制体系	332
<b>第十二章</b>	<b>中国企业的国际经营</b>	<b>339</b>
第一节	我国企业国际经营的发展	339
第二节	我国企业国际经营的因素分析	357
第三节	我国企业国际经营的模式与策略	367

## 案    例

一、	国际商务学生开的国际商务企业	380
二、	欧洲迪斯尼乐园	383
三、	波美合资企业中的组织与国家文化	395
四、	通用电气照明公司出击全球三大市场	404
五、	海鸥方镜照相机在国际市场的夹缝中拓展	408
六、	三家外国企业打入美国汽车市场的“进入战略”的 比较	411
七、	ABB公司	421
八、	全球竞争中的两个组织	436

九、拉特—安德松机器制造公司 .....	440
十、国际银行马来西亚分行 .....	442
十一、由海尔的国际化到国际化的海尔 .....	452
十二、中信公司境外企业管理制度 .....	461
十三、万向美国公司境外经营经验:本土化 .....	469
十四、上海实业集团海外收购案 .....	477

# 第一章 国际商务导论

全球化是当今世界经济的主要时代特征之一。全球化时代为世界各地的企业和个体开启了机会之门。日益增长的国际贸易和国际直接投资,日新月异的新技术和创新活动,日渐发达的媒体和互联网,都为经济增长和人类发展注入了生机。经济全球化的潮流势不可挡,它摧毁了各种贸易的壁垒、市场的限制,冲破了国家的、地区的界限,经营国际化和企业国际化在此条件下便成了一种必然选择。

我们加入了 WTO 以后,在“国民待遇”的总体方略条件下,在有越来越多的跨国公司进入中国市场的同时,也会有越来越多的中国企业走向国际市场。“国内竞争国际化,国际竞争国内化”,面对日益国际化的中国市场和日益全球化的国际市场,作为今天的或未来的管理者,都有必要树立全球的经营视野,了解国际商务理论,掌握国际商务管理的知识和能力,以适应经济全球化条件下企业管理的需要。

## 第一节 国际商务的发展与现状

### 一、国际商务

国际商务(International Business)是指越过国界的任何形式的工商活动。它包括几乎任何形式的经济资源——商品、劳务、技术和资本的国际转移。

当代世界经济,是一个发展成熟的世界经济,在全球范围内不

但存在着高度发达的世界商品市场,而且存在着高度发达的世界资本市场,并在一定程度和某些范围内存在着世界人力资源市场。因而,一国的政府、企业、个人与世界其余国家的政府、企业、个人及世界性的企业发生着极其复杂的经济往来关系,而国际商务主要指的是企业之间的这类经济往来。这类经济联系是以生产的国际化、交换的国际化以及消费的国际化为背景的,分别通过产品流动和要素流动来实现的,其经营活动的主要内容包括:

(1) 以商品进出口为中心的国际贸易;

(2) 对外投资,包括国际证券投资、在国外的直接投资、国外的生产等;

(3) 技术转让方面的特许或授权(Licensing),包括商标、专利权、制造程序或有价的知识技能的国际化,以及研究与发展(R&D)活动的国际化;

(4) 国际劳务和服务的提供,包括市场(广告)、法律、财务、保险、运输、会计、管理顾问咨询等劳务;

(5) 国际通讯、信息及传递,包括电台、电视、电影、电话、电报、书籍、报刊、新闻提供等。

从事国际商务经营活动的企业,可以根据企业的战略目标,企业的条件,以及外部环境提供的可能性,进行多种形式的选择和组合,从事不同程度的国际商务活动,以及涉及不同空间跨度的商务活动。

对国际商务的研究和学习主要包括两个方面的内容,一是多元的环境对国际领域内各公司的影响以及公司应采取的对策,二是国际经营企业带有独特性质的国际性的管理过程。

由于国际企业的经营打破单个国家的范围而发展到多个国家,因此会出现各种机会和问题,国际商务的研究重点就放在这些机会和问题上。从非常实际的意义来说,国际商务包含有关这一领域最广泛最有概括性的研究。有关管理的传统理论与研究,

仅是从基本属于国内的环境的角度来观察工商业活动,在国际商务中许多非常重要的参数和环境变量(如外国法律制度、外汇市场、文化差异以及不同的通货膨胀率),或是与国内工商业活动无关,或是在其范围和复杂性大为降低而导致重要性大大降低。因此,从现代经营的理念来看,国内商务是国际商务的一种特殊的有限制的经营领域。

当今国际商务活动的最主要特点之一,就是跨国公司成为国际商务活动的主要载体,跨国公司发展迅速、其数量、规模、经济实力、技术开发能力都达到空前,跨国公司通过无所不包的公司战略和错综复杂的网络结构,将世界各国的经济紧密联系在一起,形成一体化的生产体系。因而,对国际商务的研究,跨国公司自然成为主要对象,不过不同规模和类型的企业都可以参加不同层次的商务活动,由此也可见国际商务活动主体的多样化。

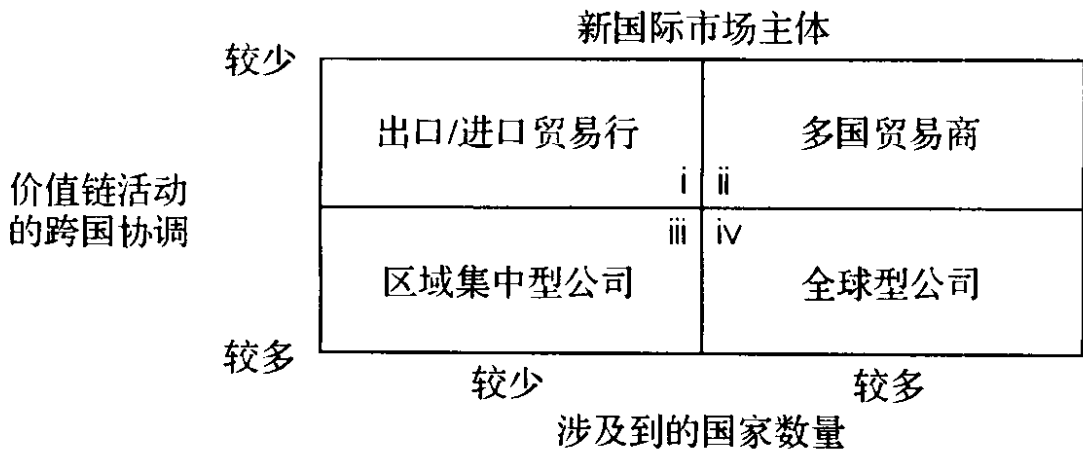


图 1.1 国际商务新建企业的类型

## 二、国际商务的历史发展

国际商务作为一种跨国界的经营活动,是在一定的历史条件下产生和发展起来的,而在这一活动中起决定性影响作用的是国际分工的发展和变化。国际分工是国际间的劳动分工,是各种社会劳动在国际范围内的划分和独立化。国际分工是国际生产力发

展到一定水平的必然结果,而国际分工的发展和深化又促进世界经济的发展,使社会再生产过程各领域向国际化趋势发展。国际商务是在国际范围内把生产要素进行组合从而进行社会再生产的表现形式。所以,国际分工的不同阶段是世界经济发展的不同时期的必然产物。不同的社会生产力水平要求有不同形式、内容和范围的国际商务活动。

1. 国际分工第一阶段。从18世纪中叶到19世纪中叶是自由资本主义时期,英国、美国和一些西欧国家相继完成了工业革命,并形成了统一的世界市场,促成了世界经济体系的形成。马克思和恩格斯在《共产党宣言》中指出:过去那种地方和民族的自给自足和闭关自守状态,已被各民族的各方面的互相依赖所代替。这一时期国际分工的特征是形成世界城市和农村对立的一种垂直式国际工农业分工体系,其表现形式是商品交换的国际化。国际贸易额急剧扩大,国际贸易活动遍及全球,商品种类日益繁多。随着资本主义生产方式的确立,工业革命和机器大生产造成的巨大生产力,使产品作为商品资本而大批生产出来,而国内市场的有限导致了向海外扩张的必然,贸易成了国际性活动。

2. 国际分工的第二阶段。从19世纪70年代以后到第二次世界大战前夕,以内燃机、铁路、汽车等科技成果促进世界经济迅速发展,并形成了第二次科技革命。这个时期国际分工的特征是发达国家间工业部门内各部门和各产品间水平分工的发展和深化,如英国发展纺织业、造船和铁路等交通工具生产,美国发展汽车、农机和电器业,德国发展钢铁业、化工工业等。南北关系仍维持旧有的垂直式工农产品的国际分工。资本在国际间的转移在这一时期有很大的发展,资本转移的重要前提条件是资本的相对过剩,由于受到商业周期的波动的影响,在资本循环与周转过程中存在大量暂时闲置的货币,实物形成的相对过剩资本,由于国内投资环境欠佳,这些过剩资本就通过资本转移来寻找更为有利的新投资场

所。第二次世界大战前间接投资(证券投资)曾盛极一时,即购买外国公司的股票或外国公、私机构所发行的债券。1920年代,英国的海外投资总额约40亿英镑,而证券投资占了35亿。但在1929—1930年,经济大萧条,外国政府及厂商均无力偿付债务。因而这些投资的大部分,在法律无法追索的情况下化为乌有。国际证券投资从此萎缩,而直接投资却有较快的增长,如对海外自然资源的开发和制造业的投资者有长足的发展,特别是在第一次世界大战后,由于各国都想保护自己的民族工业,纷纷设立各种贸易壁垒,使得一些大型企业不得不到海外市场设厂制造或营销,所以当时跨国公司到海外投资发展甚快,其中以汽车工业及相关行业发展更令人瞩目,这期间跨国公司不仅在投资的重心和资本转移的方向上有所改变,而更重要的变化是,跨国公司带有政治使命的外衣已脱下,而以公司利益为主的使命已经建立。这一时期的国际分工的基本特点是资本国际化,通过资本国际化带动商品国际化。

3. 国际分工的第三阶段。第二次世界大战以后到1980年代,以电脑技术、核能、塑料和精细化工、航天工业等为代表的第三次科技革命推动了世界生产力的空前增长和产业结构的巨大变革,进入以生产和劳务合作为基础的国际分工第三阶段。这一阶段的国际分工体系完全以工业部门的水平分工为主,产品分工由部门间分工和产品间系列分工转入以产品内部分工为主,即产品与组件,技术、劳动力、管理等生产要素间的分工,并进一步发展到组件与组件,组件/产品与劳务(技术、咨询和信息、劳力、管理经验以及与营销相关的服务)间为主的国际分工。第二次世界大战以后世界经济格局发生深刻的变化,殖民制度的崩溃和第三世界国家纷纷独立,西欧和日本经济的恢复和发展,一批中央计划经济国家的建立和转轨,东西方关系由冷战、对抗逐渐转变为竞争和合作,从而促进了社会生产力的发展,即向国民生产的全方位国际化方向发展。国际企业,特别是跨国公司在战后日益发展的国际商

务活动中起了推波助澜的作用。许多国家的厂商通过所有权控制和其他跨国联系,发展成跨国公司。跨国公司的全球战略是在世界范围内将营销和生产化为一体。所以,第三阶段的国际分工特征是科技和生产国际化带动资本国际化和商品国际化:

(1) 由资本、土地、资源、劳务、技术、信息管理等多种生产要素的复合国际转移和重新配置;

(2) 规模大、全方位的多元化、多层次的合作;

(3) 不同社会制度、多种经济发展水平国家间工商企业的多极化合作。

4. 国际分工第四阶段。从 1980 年代中期起,以信息技术、网络技术和通讯技术的变革性的发展,以及经济全球化的推进,使得国际分工进入了生产经营一体化的阶段,随着产品构造日益复杂化,各国企业独立开发零部件的意义越来越低,而且这种硬件的竞争越来越没有必要。这就使各国大公司重视产品的标准化,而把竞争的重点放在产品的综合性能、质量、可靠性和售后服务等方面,所用标准件则采用外包形式。同时,由于产品的关键零部件已相当复杂,单独开发耗资越来越高,且存在极大风险,使独立开发很不经济。因此不少公司宁愿采用共同投资、共担风险、共享成果的方式来进行开发。国际战略联盟成为企业共生的形式。信息化和网络化的发展破除了工业社会生产场所的固定性,消除了工业生产经营的地理界限,拓宽了市场范围。现代通信技术和运输技术使企业可以利用全球范围内的物资、技术、资金、劳动力等资源生产产品,并通过全球信息网络销售产品和提供服务。经济活动的国内和国外界限变得模糊起来,产业布局将在世界范围内重组。信息革命使企业内部和企业之间的信息交流突破了地域空间的限制,从而可以对遍布全球的生产和经营进行控制。信息的高速传输与反馈,为实现全球化经营提供了成本低、效率高的信息交流网络。新的财富创造体系正是由一个全球性的市场、银行、生产中心



和研究机构的网络系统组成。

### 三、国际商务发展的基本动因

我们不仅生活在一个日益变小的世界,而且还生活在一个日益相互依赖的世界。不断扩大的贸易交往,日益增多的资本流动,加速发展的技术传播和信息交流等等,这一切都使得各国经济日益相互渗透,相互依赖和相互制约。经济生活的高度国际化已经成为我们时代发展的一个基本特征。

为了认识国际商务发展的基本动因,我们可以从宏观(即从国家的角度)和微观(即从企业的角度)分别来分析。

从宏观的角度看,国际贸易交换是打破民族经济封闭疆界和体系,在国际经济间建立相互依赖关系的最早、最基本的形式。概括地说,国际贸易至少在以下两个方面打破民族经济的封闭性。

1. 生产的民族资源禀赋限制被打破,即由于交换的发展,可以从外部获得稀缺原料,因而那种自有资源决定生产的格局得到改变。

2. 生产对消费格局被打破,即通过交换获得国内不生产或生产不足的消费品。

在上述情况下,一国经济的发展与外部市场及他国经济的发展相联系,从而使各国间建立起相互依赖的机制。现代国际贸易已大大超出了上述简单基础,其中最突出的是以生产的国际专业化分工为基础的贸易交换得到空前发展。尤其是第二次世界大战以来,生产的国际专业化向工商专业化深度发展,这样交换过程成为生产过程的一个必要环节。在此情况下,国外的生产与国内的生产过程结成一个完整的过程,生产的国际化由为世界市场而生产产品到生产依赖世界市场而进行,由此各国经济之间由外部交往发展到由内部连接了。

资本的跨国流动在建立各国经济相互依赖关系方面,最初不