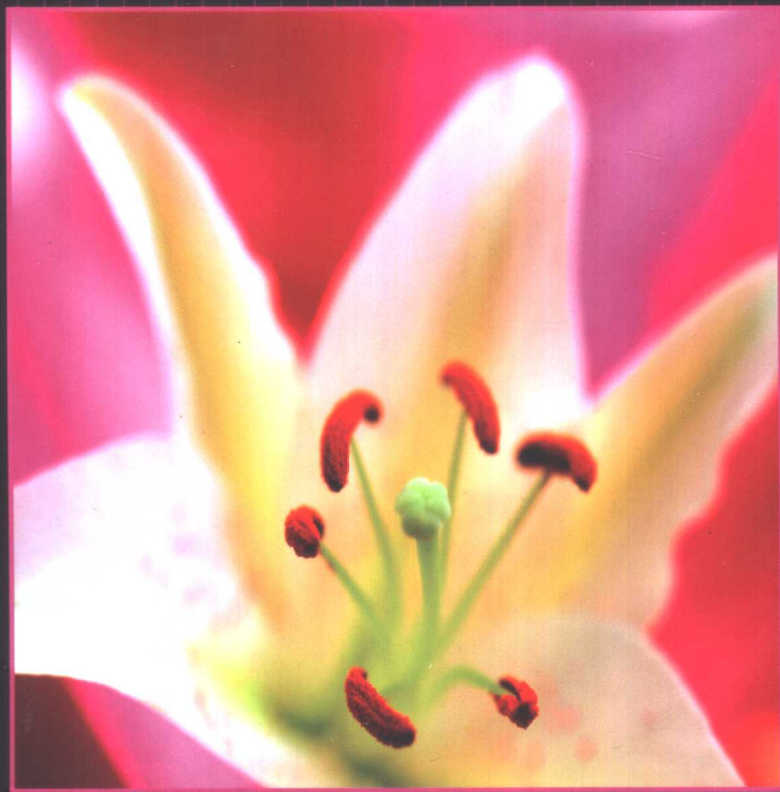


21世纪经典原版经济管理教材文库

(英文版 · 第5版)

国际商务

(美) 迈克尔·R·钦科陶 (Michael R. Czinkota) (乔治敦大学)
伊尔卡·A·隆凯宁 (Ilkka A. Ronkainen) (乔治敦大学) 著
迈克尔·H·莫菲特 (Michael H. Moffett) (美国国际管理研究生院)



International Business



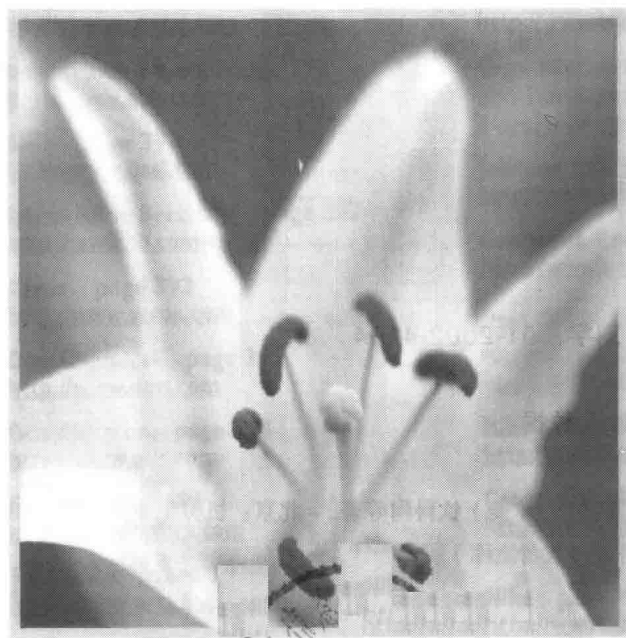
机械工业出版社
China Machine Press

21世纪经典原版经济管理教材文库

(英文版 · 第5版)

国际商务

迈克尔·R·钦科陶 (Michael R. Czinkota) (乔治敦大学)
(美) 伊尔卡·A·隆凯宁 (Ilkka A. Ronkainen) (乔治敦大学) 著
迈克尔·H·莫菲特 (Michael H. Moffett) (美国国际管理研究生院)



International Business



机械工业出版社
China Machine Press

本书从全球化的角度出发,从国际商务的基本理论入手,并结合该领域的最新观点,由浅入深地向读者介绍了国际商务的概念、背景、理论发展的过程及其在现实中的应用。同时本书还收集了来自全球范围的大量案例和资料,充分体现了当前国际商务活动的全球化趋势,保证了本书的客观性和实用性。

本书适用于国际商务和企业管理等专业本科生、研究生和MBA学生,以及企业管理者和相关专业人员。

Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen, Michael H. Moffett. International Business, 5th ed.

Copyright © 1999 by The Dryden Press, a division of Thomson Learning.

All rights reserved. Jointly published by China Machine Press/Thomson Learning. This edition may be sold in the People's Republic of China only. This book cannot be re-exported and is not for sale outside the People's Republic of China.

本书英文影印版由机械工业出版社和汤姆森学习出版集团合作出版。未经出版者书面许可,不得以任何方式抄袭、复制或节录本书中的任何部分。

版权所有,翻印必究。

本书版权登记号:图字:01-2002-4194

图书在版编目(CIP)数据

国际商务(英文版·第5版)/(美)钦科陶等著.-北京:机械工业出版社,2003.4
(21世纪经典原版经济管理教材文库)
ISBN 7-111-11848-0

I. 国… II. 钦… III. 国际贸易-教材-英文 IV. F74

中国版本图书馆CIP数据核字(2003)第018632号

机械工业出版社(北京市西城区百万庄大街22号 邮政编码 100037)

责任编辑:师冬平 版式设计:赵俊斌

北京忠信诚胶印厂印刷·新华书店北京发行所发行

2003年4月第1版第1次印刷

889mm×1194mm 1/16·57 印张

定价:93.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

21世纪经典原版经济管理教材文库

编 委 会

主任委员 赵纯均

副主任委员 陈国青 陈章武 李维安

常务委员 钱小军 杨 斌

委 员 陈国权 陈 剑 陈涛涛

冯耕中 韩 焱 刘冀生

刘 力 刘丽文 刘 昕

宋逢明 宋学宝 吴维库

夏冬林 谢德仁 杨 忻

原毅军 朱宝宪 赵 平

郑晓明

总 序

2001年,对于中国而言,是新世纪的开门红。这一年中所发生的很多事情,无论是加入WTO,还是获得2008年的奥运会主办权,都提示着我们,21世纪的中国是一个更加开放的中国,也面临着一个更加开放的世界。中国的日益开放,大背景是当今世界发展所呈现出的最显著的趋势——经济全球化,这也是为越来越多的事实揭示与验证的。当然,这当中也有以网络为代表的信息技术突飞猛进的重要影响。在今天的中国,任何企业、任何组织,想谋求发展,想自我超越,恐怕都很难脱离开日益密切的政治、经济、文化等方面的国际合作大舞台,当然这同时也意味着更加激烈的全球范围的挑战。

春江水暖鸭先知。教育,特别是管理教育,作为一个前瞻性的事业,在学习、借鉴与合作中扮演着先行者的角色。改革开放以来,尤其是20世纪90年代之后,为了探寻中国国情与国际上一切优秀的管理教育思想、方法和手段的完美结合,为了更好地培养高层次的“面向国际市场竞争、具备国际经营头脑”的管理者,我国的教育机构与北美、欧洲、大洋洲以及亚洲一些国家和地区的大量的著名管理学院和顶尖跨国企业建立了长期、密切与实质性的合作关系。以清华大学经济管理学院为例,2000年,学院顾问委员会成立并于10月举行了第一次会议,2001年4月又举行了第二次会议。这个顾问委员会包括了世界上最大的一些跨国公司和中国几家顶尖企业的最高领导人,其阵容之大、层次之高,超过了世界上任何一所商学院。此外,在同外方合作的过程中,我们始终坚持“以我为主,博采众长”,能够主动地实施国际化战略,而不是被动地“守株待兔”。同外方合作,就是要增强我们办学的综合实力,加强我们成为一流学院的力量。在这样高层次、多样化、重实效的管理教育国际合作中,教师和学生,特别是教师,与国外学术机构和企业组织的交流机会大大增加,管理教育工作者和经济管理学习者,越来越深入到全球性的教育、文化和思想观念的时代变革中,真切体验着这个世界上正发生着的深刻变化,也能够更主动地去探寻和把握世界经济发展和跨国企业运作的脉搏。

我们清楚地知道,要想建设一流的大学、一流的管理学院、一流的MBA项目,闭关锁国、闭门造车是绝对不行的,必须同国际接轨,按照国际先进水准来严格要求自己。正如朱镕基总理在清华大学经济管理学院成立10周年时所发的贺信中指出的那样:“建设有中国特色的社会主义,需要一大批掌握市场经济的一般规律,熟悉其运行规则,而又了解中国企业实情的经济管理人才。清华大学经济管理学院就要敢于借鉴、引进世界上一切优秀的经济管理学

院的教学内容、方法和手段，结合中国国情，办成世界第一流的经管学院。”作为达到世界一流的一个重要基础，朱镕基总理多次建议清华大学的MBA教育要加强英语教学。我个人体会，这不仅因为英语是当今世界交往中重要的语言工具，是连接中国与世界的重要桥梁和媒介，而且更是中国经济管理人才参与国际竞争，加强国际合作，实现中国企业的国际战略的基石。推动和实行英文教学并不是目的，真正的目的在于培养学生——这些未来的企业家——能够具备同国际竞争对手、合作伙伴沟通和对抗的能力。若英文学习同专业学习脱钩，那么培养高层次的面向国际市场竞争、具备国际经营头脑的管理者是不可能的。按照这一要求，清华大学经济管理学院正在不断推动英语教学的步伐，使得英语不仅是一门需要学习的核心课程，而且渗透到各门专业课程的学习当中。

根据我们的师生在培养工作中的体会，除了课堂讲授外，课前课后大量阅读英文原版著作和案例对于尽快提高学生的英文水平是相当关键的。这不仅是积累一定专业词汇的必由之路，而且是对学习者思维方式的有效训练。就阅读而言，学习和借鉴国外先进的管理经验和掌握经济理论动态，或是阅读翻译作品，或是阅读原著。前者属于间接阅读，后者属于直接阅读。直接阅读取决于读者的外文阅读能力，有较高外语水平的读者当然喜欢直接阅读原著，这样不仅可以避免因译者的疏忽或水平所限而造成的纰漏，同时也可以尽享原作者思想的真实表达。而对于那些有一定外语基础，但又不能完全独立阅读国外原著的读者来说，外文的阅读能力是需要加强培养和训练的，尤其是专业外语的阅读能力更是如此。如果一个人永远不接触专业外版图书，他在获得国外学术信息方面就永远会比别人慢半年甚至一年的时间，就会在无形中减弱自己的竞争能力。因此，我们认为，只要有一定外语基础的读者，都应该尝试着阅读外文原版，只要努力并坚持，就一定能过这道关，到那时就能体验到直接阅读的妙处了。

在掌握了大量术语的同时，我们更看重读者在阅读英文原版著作时对于西方管理者或研究者的思维方式的学习和体会。我认为，原汁原味的世界级大师富有特色的表达方式背后，反映了思维习惯，反映了思想精髓，反映了文化特征，也反映了战略偏好。对于跨文化的管理思想、方法的学习，一定要熟悉这些思想、方法孕育、成长的文化土壤，这样，有朝一日才能真正“具备国际战略头脑”。

当然，在学习和研究管理问题的时候，一定要兼顾全球化与本土化的均衡发展。教师要注意开发和使用相当数量的反映中国企业实情的案例，在教学过程中，要启发学生“思考全球化，行动本地化”。我们希望在这样的结合中能够真正培养出具备“全球视野，国情感觉，规范训练，务实手段”的中国MBA。

机械工业出版社华章公司与 McGraw-Hill、Thomson Learning、Pearson Education等国际出版集团合作，从1998年以来出版了100余种MBA国际经典教材，为我国MBA教育教材的建设做出了很大贡献。这些出版物大都是在海外一版再版的成熟而经典的教材，同时，该公司向任课教师提供的教师手册、PowerPoint、题库等教辅材料非常完备，因此，这些教材也在国内大学中广为采用，并赢得了不错的口碑。

华章公司特别注意教材的更新，其更新频率也争取与国际接轨。这次，清华大学经济管理学院与华章公司联合策划并陆续推出的英文版教材中，也有一部分是已出版教材的更新版本。我们在审读推荐的

VI

部分教材甚至是国外公司出版前的清样 (Pre-publication Copy), 所以几乎能够做到同步出版。

“雄关漫道真如铁，而今迈步从头越。” 祝愿我国的管理教育事业在社会各界的大力支持和关心下不断发展、日新月异；祝愿我国的经济建设在不断涌现的大批高层次的面向国际市场竞争、具备国际经营头脑的管理者的勉力经营下早日振兴。

赵纯均 教授

清华大学经济管理学院院长

全国工商管理硕士教育指导委员会副主任

推 荐 序

对于很多人来说，谈到国际商务这个词，他们会说，不过是国际贸易加上国际金融而已呀！但是，如果您读过这本书会发现，自己只说对了一半，远远不止于此：真实的国际商务要比这些丰富得多、有趣得多。它就在您的身边，有些东西您可以在书本中找到，而更多的需要您去体会。这本书不仅可以让您重温许多经典的理论，同时它还会在娓娓动听的故事中告诉您，不管您的身份如何，都在以某种方式影响着国际商务活动；您的一言一行在某种场合并不比外汇市场的行情次要。此外，它为读者提供了大量的辅助推荐手段，让您可以在想到的地方无时无刻进行学习和体验。

本书从全球化的角度出发，把各种传统理论与该领域的最新观点结合在一起，从国际商务的基本理论入手，由浅入深地向读者介绍了国际商务的概念、背景、理论发展的过程及其在现实中的应用。本书收集了来自世界各地、各行各业大量的资料和案例，不仅客观地反映了国际商务活动的全球化趋势，同时保证了本书的实用性。

本书的最大特点在于内容全面，角度新颖，适用对象广，实践指导意义强。它把理论与实践真正地以一种寓教于乐的方式结合在一起，从另一个思路把我们带入了国际商务的殿堂。每个读者都会感受到，国际商务就在我们的身边，我们甚至会产生一种身临其境的感觉。对于学生来说，通过这本书的阅读，他们会发现，学习国际贸易或者国际金融根本不必像以前那样枯燥、晦涩；对于从事国际商务活动的商业人士来说，他们会突然醒悟，文化与地理的作用并不亚于汇率价格；而对于政府官员来说，全面了解当今国际商务活动作为全球化载体所发挥的作用，有助于他们更现实地看待国际事务和完善相应的政策法规；即使对于普通人来说，他们同样可以发现国际商务原来是一件如此有趣的事情。

相信这是一本非常具有实用价值，同时也是一本不会让读者感到失望的作品。

刘寅龙

北方交通大学经济学院

2003年3月

作者简介

迈克尔·R·钦科陶 (Michael R. Czinkota)

迈克尔·R·钦科陶就职于乔治敦大学市场营销及国际商务研究生学院和商务管理学院。从1981~1986年,他担任该大学国家进出口研究中心的主席。此外,他还在亚洲、澳大利亚、欧洲以及美洲地区多家大学主持专业职称评定工作。

从1986~1989年,钦科陶博士在美国政府担任商务部助理,负责宏观贸易分析、国际贸易谈判及贸易对策研究,同时还参与了国际金融、投资和货币事务等方面的政策协调工作。此外,他还担任过巴黎联合国经合组织(OECD)工业委员会美国代表团的首席代表以及美国出口控制机构的高级贸易顾问。

钦科陶博士的专业背景包括长达8年的私营企业工作经历,他曾经作为合伙人在一家进出口公司和广告代理公司工作,此后,他在研究和教学界工作了18年,曾先后接受过多个组织的研究基金,这些组织包括国家科学基金、国家就业与小企业委员会以及美国国家机构。他是《国际商务研究周刊》评选的国际商务研究领域三名杰出作者之一,曾经发表过多部著作,包括《国际市场营销》、《全球营销指南》和《国际商务的核心问题研究》。

钦科陶博士曾担任美国市场营销协会委员会主任和营销科学学术委员会主席,并就职于《商业研究周刊》、《国际商务研究周刊》、《国际市场营销评论》以及《亚洲市场营销周刊》编委会。他被命名为营销科学学术委员会的杰出成员。由于他在国际商务和贸易政策领域所做出的杰出贡献,先后被多米尼加共和国和秘鲁的两所大学授予名誉博士学位。

钦科陶博士在美国国内外众多私人企业和机构担任顾问职务。他还在多家公司的董事会任职;先后在AT&T、IBM、GE、雀巢以及美国西部(US WEST)公司就职;在多个政府组织担任助理,协助制订有关的贸易促进政策。

钦科陶博士出生并成长于德国,先后在奥地利、苏格兰、西班牙和美国接受教育。他在埃朗根-纽伦堡(Erlangen-Nürnberg)大学学习法律和商业管理,并且接受了为期两年的福尔布莱特(Fullbright)奖学金。他在俄亥俄州立大学获得国际商务MBA学位和物流学博士学位。钦科陶博士及其妻子伊洛娜生活在弗吉尼亚州谢南多厄海峡的卢雷。

伊尔卡·A·隆凯宁 (Ilkka A. Ronkainen)

伊尔卡·A·隆凯宁就职于乔治敦大学商务管理学院的市场营销及国际商务专业教研组。从1981~1986年，他担任国家进出口研究中心的副主任，从1986~1987年，担任该组织的主席。

隆凯宁博士担任赫尔辛基经济学院的国际市场营销导师。在1987~1988和1991~1992学年担任HSE的访问学者，此后继续在管理MBA、国际MBA和国际BBA专业从事教学工作。隆凯宁博士持有南卡罗来纳大学的博士和硕士学位以及赫尔辛基经济学院的经济学硕士学位。

隆凯宁博士在多种杂志和出版社出版了大量的学术著作。他是《国际市场营销》的合作作者之一。他曾经在《商业研究周刊》、《国际商务研究周刊》、《国际市场营销评论》编辑委员会任职，担任1986~1990年度欧洲市场营销学会的北美地区协调员，1981~1986年度华盛顿国际贸易协会执委会成员，并创办了协会的时事分析专刊《贸易趋势》。

隆凯宁博士是多家美国和国际机构的顾问，曾经先后在IBM、兰德机构 (Rand Organization) 和美国政府机构就职。他一直与多家芬兰公司保持着密切的联系，协助这些公司从事国际化和教育方面的工作。

迈克尔·H·莫菲特 (Michael H. Moffett)

迈克尔·H·莫菲特目前是美国国际管理研究生院 (蓝鸟) 金融和国际商务专业的助教。莫菲特博士于1977年在奥斯汀得克萨斯大学获得经济学学士学位，1979年获得科罗拉多州立大学能源经济学的理学硕士学位，1985年在科罗拉多-博尔德大学获得国际经济学硕士和博士学位。

莫菲特博士曾经在世界各地的多所大学授课，包括丹麦的奥胡斯商业学院、芬兰的赫尔辛基经济与商业管理学院、挪威的挪威经济学院和斯洛文尼亚的卢布尔雅那大学。莫菲特博士还曾经在多所美国大学授课，包括华盛顿特区的特里尼蒂学院和科罗拉多-博尔德大学。他曾是布鲁金斯学院的访问学者，最近，他刚刚在密歇根-安·阿波尔大学国际商务部完成为期两年的访问学者工作。

迈克尔·H·莫菲特的科研成果发表在多种学术刊物上，包括《国际货币与金融周刊》、《金融与数量分析周刊》、《当代政策》以及《国际财务管理与会计周刊》。1998年，他和戴维·艾特曼 (David Eiteman) 以及亚瑟·斯通希尔 (Arthur Stonehill) 共同编写了《跨国经营财务》第8版，1993年与亚瑟·斯通希尔为联合国跨国公司中心 (United Nation Center for Transnational Corporation) 合作出版了《跨国财务管理》。他在国际金融和国际商务领域发表了一系列的作品，其中包括《当代金融手册》和《国际会计与财务手册》。迈克尔·H·莫菲特还担任美国和欧洲多家私人公司的顾问。

前 言

首先，我们要感谢广大读者给予本书的大力支持。在编写本书的过程中，我们深刻地认识到，在教育图书这一领域，畅销书意味着一种责任——你必须在内容和形式上为读者带来一种真正的创新和改进。在本书中，我们采用通俗易懂的形式，在大量事实案例的基础上向您奉献出我们的研究成果，使广大读者能够轻松愉快地进行国际商务的教学和学习。

本书以独到的视角对国际商务进行了分析和探讨。我们收集了来自各行各业大量宝贵的经验和建议，使读者有机会与我们共同体验当今国际市场的激烈竞争。在政策层面上，我们与国内外相关组织紧密合作，为读者带来了有关国际商务领域中政府活动的第一手观点。同时，在管理科学研究领域所具有的领先地位，使得我们有机会向广大读者提供全球经济管理的最前沿理论。因此，本书不仅对那些大型跨国公司具有借鉴价值，而且对于许多刚刚进入市场的小公司来说同样具有重要的指导意义。通过对本书的阅读，读者可以正确地理解政府干预市场的方式和原因，并针对企业的经营管理提出若干与政府策略相互协调以实现公司经营目标的措施。本书不仅具有深厚的理论基础，同时全面地反映了商业领域中最新的管理学观点。最后，我们在教育性、文学性以及写作方式等方面也进行了一些新的尝试，从而使本书更加生动有趣。

第5版的改进

本书的范围

在筹备本书的过程中，我们倾听了来自市场各方面的呼声，希望能够以此为读者献上一份物有所值的作品。本书首先阐述了国际商务对国家、企业以及个人的影响。然后，我们重点分析了文化、政策和政治在国际商务中的作用，并以具体事例和实际情况为基础，从伦理学、社会责任以及社会多样性等范畴进行了全面的分析。通过对反倾销的研究，使我们了解企业如何运用这些政策措施维护自身的竞争优势，促使本国政府实施政策性贸易壁垒，抵消国外竞争对手的实力。此后，我们进一步探讨了血汗工厂的问题，着重指出了全球范围内对工人基本工作条件提出的要求，并从内部人的视角，针对如何减少贿赂和腐败等问题对国际间的最新协议进行了说明。最后，我们对国际商务中争议解决程序的重要性加以解释，并以比尔·盖茨的事例说明了企业如何通过自身游说对政府的政策施加影响。

采用更多的全球范围实例

在本书中，我们更多的是以全球范围的实例、变化趋势和数据作为分析对象，而不是单纯依赖美国国内的资料，从而突出了当前国际商务活动的全球化趋势。此外，为了保证本书的客观性和实用性，我们反复强调了这样一个问题：“我们的研究对于公司进行国际商务活动有什么现实意义？”同时，我们还通过实例解释了如何把一般性的文化变量用于具体地区，以创造新的、具有现实指导意义的竞争策略。

技术与国际互联网

本书系统地分析了电子化数据信息来源，并在文章中提供了相关的网站资料，使教师和学生不必拘泥于本书的范围，从而从多种渠道获取最新的资料和信息。此外，通过我们在网站上提供的各种问题和研究资料，读者有更多的机会对当前国际商务活动进行深入探讨，随时跟踪日新月异的国际商务活动。文中所有的网站参考资料均以图标形式出现在页边。相应的网站地址列示于封三和封四的一览表中。此外，我们还提供了54个实例，其中55%均为最新资料，这些资料使我们可以更有针对性地把理论和实践联系在一起。通过来自全球各地不同企业的案例资料，我们向广大读者展示了真实的、形形色色的国际商务活动，从非洲到冰岛、从疯牛病到饲养鳄鱼，内容丰富，题材生动。另外我们还提供了有关国际商务和地理方面的一个特殊附录。

把最新的理论付诸于实践

在理论部分，根据我们在主流经济学和商务管理方面取得的研究成果，提出了国际商务领域内出现的最新观点和思想。此外，我们还分析了不同理论之间相互关联和相互依赖的关系，使读者对国际商务理论有一个整体性的认识和理解。本书中所有的表格、数据和图例均为最新资料，以真实反映当今国际商务活动的最近动态。

对当前欧盟、亚洲和转轨经济的认识

在第三部分，我们简要地讨论了国际货币体系，其中包括对欧元的介绍，并进一步讨论了国际金融市场的一般性概念，并着重对亚洲金融危机进行了全面的探讨和分析。同时，我们以大量的篇幅从多个角度对欧盟的历史、现实以及未来继续了全面的介绍，并对南方国家共同体（Mercosur）和亚太经合组织（APEC）在国际经济舞台中的角色进行了剖析。在有关转轨经济的分析和讨论中，由于我们直接参与了亚洲地区3个培训机构的创建工作，因此我们可以从人力资源和领导学角度对市场经济的内在变革进行分析。

其他理论研究

第四部分重点强调了国际商务活动的研究与开发工作。本书提供了全面的资料目录，使学生可以

通过我们的网站或互联网提供的其他资料，增强进行独立研究的能力。我们还对那些在初创阶段就定位于全球化的“天然全球化”企业给予了特殊的关注，并且讨论了这些企业在不同发展阶段的国际化程度。我们还说明了企业在出口方面如何获得政府的支持，以及全球各主要出口组织如何利用互联网信息推动出口增长。本部分新增加的一节强调了具有市场领先优势的公司如何开发“出口投诉管理系统”，以便于与顾客保持紧密的联系，更快地调整公司产品，并取得对出口渠道的控制能力。

强化战略定位

第五部分提出了强化战略定位的概念。新增加的一章主要讨论了战略规划，为市场规划、市场选择和建立企业竞争战略提供了一个科学的理论框架。本部分还针对物流和供应链管理进行了深入的分析，讨论了有关具体事务的实施，包括产品跟踪、电子数据转换和早期的供应商参与等问题。我们还强调了产品生命周期中新出现的“post mortem”阶段，在这个阶段中，公司必须参与针对已出售产品进行的反配送。有关对等贸易一章单独讨论了货币危机期间进行国际商务活动的多种可选择方法。此外，本部分还说明了全球化社区关系，包括有关企业对待危机应采取的准备措施。这一部分还提供了作者采用全球德尔菲研究法得到的最新结论，许多政府和企业构建国际贸易战略过程中采用了这项研究结果。最后一部分单独讨论了妇女在国际商务活动中地位的不断f提高。

本书的特色

艺术化的案例及图片

为激发学生的想像力，本书提供了很多图片资料。综观全书，许多概念通过表格、数据和图片等形式加以描述。通过这些寓教于乐的方式使许多关键概念浅显易懂，同时可以为学生创造出更加轻松的学习方式。

文章的组织

全书共分五个部分。第一部分介绍了国际商务对国家、公司和个人的影响。第二部分的重点是有关国家的国际贸易和投资活动的理论基础。第三部分的重点是与经济活动相关的经济、金融环境以及转轨经济。第四部分是关于国际商务活动和市场准入的筹备。第五部分涉及战略管理问题。

读者范围

本书不仅适合于大型跨国公司，也适合于那些不熟悉国际市场的中小型公司从事国际商务活动。同时，本书全面地分析了国际商务活动的政策范畴，反映了美国和其他国家以及各种国际组织的观点。

本书以大量的事实为基础，从全球角度出发，对国际商务进行了分析。此外，对于那些每天日理万机而对理论研究感到无从下手的国际企业管理者来说，本书将就很多他们感兴趣的话题加以研究并

做出回答。其中包括对等贸易、供应链管理、国际服务贸易以及私有化条件下与新兴市场国家从事商务活动等方面。

地理

为了增加学生在学习经济与地理之间关系的认识，我们重新设计并更新了一部分彩色图片。这些图片可以更形象地向学生展示某些概念，如政治集团、社会经济变量以及运输路径。此外，还提供了一个单独目录以专门说明有关地理与国际商务之间的关系。第LI页是地图目录。

立足于现实的研究方法

每章均提供一定数量的全球性观点，并对目前的现实商业环境加以分析。这些观点的目的在于强化书中的实例和案例，因此有助于帮助教师更好地进行课堂讨论，同时也有助于学生更深入地理解和消化吸收书中材料。

关注研究

本书通过大量篇幅对当前的理论研究状况加以论述。除了与读者分享个人以及本学院的研究成果以外，我们还在每一章的结尾向读者提供了一系列相关的参考文献。这些材料可以使教师和学生在规定时间内，大量参考其他资料，而不仅仅局限于本书的范围。此外，我们还提供了有关学术研究的网站资料，使读者有机会获得本书之外的资料。

案例辅助教学

所有章节均附有专门为本书编写的案例资料。每个案例均附有讨论问题。这些问题鼓励学生就各章节涉及的资料进行深入讨论，使学生可以更好地把掌握的知识运用于实践。

教育学

作为一本教科书，它的作用是用于教学。因此，我们尽自己最大努力使本书更具有指导性和教育性。

- 相关的网址参考目录使学生有机会直接获得各种资料和最新信息。
- 各章图片的设计增加了教学的可视性。
- 全球观点把各种具体实例从形形色色的现实国际商务活动带入课堂。
- 为方便学生的学习，本书提供了术语词汇表。每个关键概念均采用黑体字，并在书中第一次出现时加以定义。全书结束时提供综合术语词汇表。

目 录

总序			
推荐序			
作者简介			
前言			
术语词汇表 (英汉对照)			
第一部分 国际商务的影响			
第1章 国际商务导言	2		
□ 学习目标	2		
□ 开篇案例 Cyberspace: 贸易前沿	3		
□ 国际商务的必要性	4		
□ 国际商务的定义	4		
简要历史回顾	5		
□ 今天的全球化关联	7		
□ 美国在当今国际贸易中的地位	14		
国际商务对美国的影响	15		
□ 本书的结构	18		
□ 本章小结	19		
● 全球视角1.1 自由贸易需要一个具有主导地位的领导核心	8		
● 全球视角1.2 伦理道德与国际商务	11		
● 全球视角1.3 美国的小企业在全世界市场上昂首前进	17		
□ 附录 国际商务的地理学观点	21		
第2章 文化与国际商务	32		
□ 学习目标	32		
□ 开篇案例 我们与他们	33		
□ 文化的定义	35		
□ 文化的要素	36		
语言	37		
非口头语言	39		
宗教	40		
价值观与人生态度	42		
行为方式与社会习俗	45		
物质要素	47		
审美观	47		
教育	48		
社会制度	49		
□ 文化知识的源泉	50		
□ 对文化的分析	53		
□ 来自培训方面的挑战	56		
□ 本章小结	58		
● 全球视角2.1 与欧洲人进行谈判: 当心文化方面的差异	45		
● 全球视角2.2 充分利用文化的作用	52		
● 全球视角2.3 了解国外特殊的行为方式	59		
第3章 国家贸易与投资政策	63		
□ 学习目标	63		
□ 开篇案例 美国人是不是在多管闲事	64		
□ 贸易与投资政策的基本原理和目标	65		
□ 1945以后的全球贸易管制	66		
□ 全球政策环境的变化	68		
国内政策作用的削弱	69		
发展中国家与发达国家之间冲突的激化	75		

□ 政策对环境变化所做出的反应	75	国际政治	118
进口限制	78	国际法	118
出口限制	83	□ 本章小结	120
鼓励出口的措施	83	● 全球视角4.1 国家安全与经济竞争力之争	102
鼓励进口的措施	85	● 全球视角4.2 攘外却无法安内	103
□ 有关贸易与投资政策的战略观点	87	● 全球视角4.3 两次空难、两种文化、两种补救措施	113
针对美国的观点	87	● 全球视角4.4 瑞士何以成为瑞士军刀的故乡	115
国际化观点	88		
□ 本章小结	89		
● 全球视角3.1 全球性的影响	70	第一部分案例	
● 全球视角3.2 地球峰会之后的僵局：南方与北方之争	78	□ 录像案例：皮尔进口公司的国际零售关系	125
● 全球视角3.3 加利福尼亚的大米还能在日本市场上站住脚吗	81	□ 全球汽车市场：欧洲的主战场	126
● 全球视角3.3 吸引国外投资以促进本国就业	86	□ 宜家：在装饰世界	129
□ 附录 美国贸易促进协调委员会（TPCC）的成员	92	□ 美国的香烟：以国内消费替代出口	134
第4章 政治与法律	93	□ 象牙贸易的过去和未来	139
□ 学习目标	93	□ 吸引外国直接投资：德国豪华汽车在美国	145
□ 开篇案例 血汗工厂经济	94	□ 哈雷-戴维森（A）：保护“肥猪”	148
□ 有关东道国的政治与法律	95		
禁运与制裁	96	第二部分 理论基础	
出口控制	98	第5章 国际贸易与投资理论	152
出口控制环境的变化	100	□ 学习目标	152
出口控制问题与冲突	101	□ 开篇案例 强势货币抑制着捷克的贸易	153
对国际商务活动的管制	102	□ 重商主义时代	154
□ 东道国的政治与法律环境	106	□ 古典贸易理论	155
政治活动与政治风险	106	绝对优势理论	155
经济风险	109	比较优势理论	157
对风险进行管理	111	古典贸易理论的量化实例	157
法律上的差异及其制约条件	112	国家的生产可能性曲线	158
政治与法律的影响	114	国际贸易的收益	160
□ 国际关系与法律	118	古典贸易理论的结论	161

□ 要素禀赋贸易理论	161	错误和遗漏净额	196
生产要素密集度	163	官方储备账户	196
要素禀赋、要素价格与比较优势	164	□ 国际收支平衡的总体	196
要素禀赋理论的假设	164	□ 国际收支平衡表和经济危机	198
里昂惕夫悖论	165	拉美债务危机	201
林德的产品重叠范围理论	166	1994年墨西哥比索的贬值以及蒸馏酒效应	202
□ 国际投资与产品周期理论	167	1997年货币危机以及亚洲流感	203
产品周期的阶段	167	□ 本章小结	205
产品周期理论的贸易含义	168	● 全球视角6.1 美国对亚洲的出口：到底有多重要	190
产品周期理论的贡献	170	● 全球视角6.2 私人部门的债务与亚洲金融危机的	
□ 新贸易理论	171	预测	198
规模经济与不完全竞争	171	● 全球视角6.3 穆迪投资者服务机构提供的评级	199
国家的竞争优势	172	● 全球视角6.4 墨西哥人的悲哀	204
□ 国际投资理论	175	● 全球视角6.5 IMF的援助：现实与设想	206
外国直接投资决策	175	第二部分案例	
外国直接投资理论	177	□ 录像案例：音乐：美国发展最快的出口行业	209
作为寻求者的公司	177	□ 美国国际贸易委员会的一个下午	210
利用国外市场的不完全竞争性	178		
把公司视为内部人	179		
□ 本章小结	179		
● 全球视角5.1 波音公司认为，亚洲危机将导致			
60架飞机延迟交货	180		
第6章 国家进行的国际经济活动：国际收支		第三部分 国际商务环境	
平衡表	183	第7章 国际金融市场	214
□ 学习目标	183	□ 学习目标	214
□ 开篇案例 寻找替罪羊	184	□ 开篇案例 金融官员在香港的口头贸易大战	215
□ 国际收支平衡表的会计基础	185	□ 货币市场	216
国际经济交易的定义	185	汇率的报价和术语	216
国际收支平衡表作为现金流量表	186	直接报价和间接报价	218
国际收支平衡表会计：复式记账法	186	套算汇率	219
□ 国际收支平衡表的会计原理	187	变化率的计算	219
经常账户	187	外汇市场结构	221
资本与金融账户	190	买入价和卖出价	221
		市场规模与构成	223