



高等学校国际商务创新规划教材

International
Business

国际商务管理

International Business Management

肖卫国 刘跃斌 主编



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社



高等学校国际商务创新规划教材

International
Business

国际商务管理



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际商务管理/肖卫国,刘跃斌主编. —武汉:武汉大学出版社,2010. 12
高等学校国际商务创新规划教材
ISBN 978-7-307-08379-0

I. 国… II. ①肖… ②刘… III. 国际贸易—商业管理—高等学校—教材 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 243816 号

责任编辑:朱凌云 责任校对:黄添生 版式设计:马 佳

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)
(电子邮件:cbs22@whu.edu.cn 网址:www.wdp.whu.edu.cn)

印刷:湖北金海印务有限公司

开本:787×1092 1/16 印张:19  字数:423 千字 插页:1

版次:2010 年 12 月第 1 版 2010 年 12 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-307-08379-0/F·1455 定价:35.00 元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

总 序

陈继勇

武汉大学经济与管理学院院长、教授、博士生导师

国际商务是指侧重于国际经济与贸易操作性的专业活动。教育部设置国际商务硕士专业学位的目的,是培养能够胜任在企事业单位和国家机关从事国际商务运作与管理,并且能开拓国际市场的高素质、复合型高级商务专门人才。以贯彻落实科学发展观,实施互利共赢对外开放战略,拓展对外开放的广度和深度,全面提高开放型经济水平,实现从贸易大国向贸易强国的转变和推动国民经济又好又快的发展。

为积极有效地加快培养和造就一大批高层次国际商务专业人才和管理人才,借鉴其他国家培养专业人才的有益经验,结合我国国情,调整专业设置,改革培养模式,我们承担了教育部第二特色专业建设点项目《国际经济与贸易国际化人才培养》(项目号:TS2291),组织了武汉高校相关专业的教师编写了这套《国际商务系列教材》。希望通过这套教材能使学生通晓现代国际商务基础理论,具备完善的国际商务知识体系,掌握现代国际商务实践技能,具有较强的英语交流能力,能在企事业单位和政府机关从事国际商务运作与管理,并且能成为开拓国际市场的高素质、复合型高级商务专门人才。

这套教材在编写的过程中主要突出专业性和综合性的特征。

专业性突出体现在全球视野下从事商务活动的职业定位,强调理论和实际工作技能尤其是软技能的提升。全球视野的缺失和专业技能的弱化是传统国际经贸人才培养的不足,本套教材力图打破经济学与管理学的界线,特别是把经济学与管理学理论知识与开放经济实践联系起来,通过大量的实验教学和案例研究,使学生掌握国际商务的基本理论知识和国际商务实践的先进方法,提升学生在国际商务领域中的工作能力、外语能力和跨文化沟通能力。因此,教材编写是以职业性和实践性为导向,知识内容具有明显的专业性。

综合性意味着国际商务专业人才要具备宽厚的知识面,学习多门跨学科的课程,塑造较高的职业操守,形成广博知识与较强能力的综合素质,胜任在复杂多变的国际环境下成功开展商务活动的工作。因此,这套教材在编写的过程中,重视经济理论与管理理论的综合,强调国家经济实践与国际经济实践的结合,突出企业国内经济活动与国际经济活动的结合,把理论知识与企业具体的经济实践结合在一起,使学生能从多方位、多角度和多渠道来吸收国际商务基础知识,掌握国际商务的基本技能。因此,教材编写以综合性为导向,知识体系具有很强的综合性。

这套教材是一个系统工程，其内容涉及多个学科和领域，参考了国内外很多同行的研究成果，在此表示衷心感谢！武汉大学出版社经济图书事业部舒刚主任付出了很多的劳动，在此也表示感谢。

我们虽然重视知识内容创新，但更强调尊重知识产权，因此，要求各书主编向每位编（著）者强调这一方针，每位编（著）者对所写内容文责自负。

2010 年 10 月于武汉大学枫园

前 言

当代经济的本质特征是开放经济。开放经济的突出表现就是基于经济全球化背景的国际商务活动的加速推进与空前发展。国际商务活动指那些为满足个人和组织需求而进行的跨国界的商业性经济活动，涵盖了商品、劳务、人员、资本、技术与信息等一揽子经济资源的跨国交易。显然，国际商务活动所面临的市场环境的复杂性、业务活动的不确定性以及相应的风险性远非国内商务活动所能比拟。因此，国际商务管理学作为前人对国际商务活动运行规律的探索和企业跨国经营管理实践的总结，无疑是大专院校商科类学生、攻读 MBA 及国际商务专业硕士学位的研究生必须认真学习和牢固掌握的一门专业必修课程。同时，对于各级涉外经济管理部门的人员和直接从事国际商务经营的人员而言，学习、研究国际商务管理的基本原理与方法，对于其把握经济全球化的机遇与应对开放经济的挑战也是不可或缺的。

广义而言，国际商务管理既包括外部国际机构和各国政府对国际经济交易的管理，同时也包括国际企业自身的管理。前者如世界贸易组织、联合国贸易和发展会议、国际商会等，都从宏观层面对国际商务活动进行着管理。但本书作为《国际商务系列丛书》之一并不专门讨论外部国际机构和各国政府对国际商务活动的管理问题，而只是侧重探讨国际企业自身管理问题。换言之，本书中的国际商务管理仅专注于国际商务微观层面的管理，即以国际企业为主要研究对象，主要从管理职能和不同国际商务活动类型角度来研究国际商务管理。为此，我们把国际商务管理定义为：国际企业在跨国经营中为更有效地实现目标而开展的一切管理活动，包括在国际范围执行管理职能，协调组织各种资源要素的活动过程。基于国际商务微观层面的管理思路，本书侧重介绍企业从事国际商务管理的基本原理和相应的具有可操作性的方法。全书共由十章组成。

第一章是国际商务管理概述，重点探讨国际商务管理的界定、基本特征、主要内容与理论基础。第二章是国际商务规划与决策，重点介绍国际商务管理职能中的计划职能，包括国际商务规划、选择任务目标、比较多种方案、作出决策、实施决策方案、完成计划目标等内容。第三章是国际商务组织理论与设计。本章在引入组织的基本内涵并介绍组织理论的基本内容和演进情况的基础上，具体分析了组织设计、组织战略、组织结构以及组织有效性等理论的内容，并探讨了组织设计理论的具体实践。第四章是国际商务人力资源管理。本章首先概述国际人力资源管理的发展阶段及其研究的视角和方法，然后侧重从规划与招聘、培训开发与职业规划、绩效管理薪酬管理以及劳资关系这四个方面详细探讨国际人力资源管理的内容。第五章是国际商务领导与控制管理，重点介绍国际商务管理职能中领导职能与控制职能。一方面概述国际商务领导方式及其基

本理论,并侧重探讨国际商务领导中激励与沟通的方法与技巧;另一方面在简要介绍国际商务控制类型的基础上,探究了国际商务控制的主要过程与基本方法。第六章是国际商务营销管理,首先概述国际商务营销管理的主要内容,然后重点从产品、价格、促销和分销四个层面探讨企业如何实施国际商务营销组合策略。第七章是国际商务财务管理,重点研究国际商务中投资管理、融资管理和营运资金管理的主要内容与方法。第八章是国际商务外汇风险与税收管理,首先系统论述经济风险、交易风险和换算风险等三类外汇风险的测算及相应的管理策略,然后分析国际商务税收管理的一般方法以及转移定价等其他避税方式。第九章是国际商务生产与供应链管理,主要是探讨国际生产战略与供应链结合中的国际质量管理、国际物流管理、国际采购管理和国际库存管理的基本原理与方法。第十章是国际商务信息与创新管理,首先在对国际商务信息管理进行界定并对信息资源管理的相关理论作简要介绍的基础上,从会计信息和知识管理两方面具体探讨了信息资源管理在国际商务管理中的应用;然后简要介绍技术创新管理的定义、分类和影响因素,重点研究技术创新过程管理,包括外部技术获取、技术创新项目、技术创新与新产品开发、技术创新与服务创新等内容。

本书在体系的编排和内容的甄选上力求做到历史与现实、理论与实际的有机结合,论及了从国际商务的规划与决策到国际商务的组织理论与设计,再到国际商务各主要类型的管理(包括人力资源、领导与控制、营销、财务、外汇风险与税收、生产与供应链、信息与技术看创新等类型的管理)理论与实践。本书的框架体系由肖卫国、刘跃斌拟定,各章的具体分工如下:第一章由刘跃斌、赵阳编写;第二章和第五章由刘跃斌编写;第三章和第四章由肖卫国、黄彧睿编写;第六章、第七章和第八章由肖卫国、张晨编写;第九章由肖卫国、袁威编写;第十章由肖卫国、袁威和赵阳编写。各章内容既可作为专题独立研究,又彼此紧密联系为一个有机整体。各章的最后都附有相应的生动具体的实际案例和思考题,力求突出国际商务管理的应用性与实践性。然而,国际商务管理学作为一门基于经济学、管理学、国际经济学、市场营销学和运筹学等多学科交叉的新兴应用学科,其理论体系在不断延伸与深化,其实践内容在不断发展和丰富,加之编者水平有限且时间紧促,书中一定存在诸多不足与欠妥之处,敬请读者不吝批评与指正。

在本书的编写过程中,武汉大学经济与管理学院肖光恩博士提出了许多有价值的参考意见,武汉大学金融系2009级硕士研究生赵忠武、洪思思、李姗姗、朱欣凤、张婧、胡菁、阿依古丽等做了大量资料收集与整理工作,武汉大学出版社给予了极大的关心与支持,我们在此一并表示深深的谢意。

编 者

2010年9月于珞珈山

目 录

第1章 国际商务管理概述	1
1.1 国际商务管理的概念与特征	1
1.1.1 国际商务管理的概念	1
1.1.2 国际商务管理的特征	4
1.1.3 国际商务管理的艺术性与科学性	5
1.2 国际商务管理的对象与过程	5
1.2.1 国际商务管理者与管理对象	5
1.2.2 国际商务管理的过程	8
1.2.3 国际商务变革管理	10
1.3 国际商务管理的相关理论	11
1.3.1 全球视野下的现代管理理论	11
1.3.2 企业国际化动因理论	17
1.3.3 职能管理理论	19
案例分析	22
思考题	24
第2章 国际商务规划与决策	25
2.1 国际商务规划方法与类型	25
2.1.1 国际商务规划的性质	25
2.1.2 国际商务规划方法	26
2.1.3 国际商务规划编制的步骤	28
2.1.4 国际商务规划的类型	29
2.2 国际商务规划中的目标管理	30
2.2.1 目标的性质	30
2.2.2 建立目标的过程	30
2.2.3 目标管理的步骤	31
2.3 国际商务中的战略规划	32
2.3.1 确立战略规划的相关因素	33
2.3.2 道斯矩阵（即SWOT）分析法	33
2.3.3 波士顿矩阵分析法	33

2.3.4 波特的产业结构分析法及三种基本战略·····	34
2.4 国际商务决策管理·····	35
2.4.1 国际商务决策的特点与原则·····	36
2.4.2 主要决策的类型·····	37
2.4.3 决策的相关方法·····	39
2.4.4 国际商务决策过程·····	39
案例分析·····	40
思考题·····	43
第3章 国际商务组织理论与设计 ·····	44
3.1 组织理论概述·····	44
3.1.1 组织的基本内涵·····	44
3.1.2 主要的组织理论及其内容·····	47
3.2 国际商务组织设计·····	49
3.2.1 组织设计的基本内涵·····	49
3.2.2 组织战略与设计·····	58
3.2.3 组织结构与设计·····	60
3.2.4 组织的有效性及其衡量方法·····	74
3.3 国际商务组织设计的实践·····	78
3.3.1 制造技术中的组织设计·····	78
3.3.2 服务技术中的组织设计·····	80
3.3.3 组织设计中信息技术的应用·····	81
案例分析·····	85
思考题·····	86
第4章 国际商务人力资源管理 ·····	87
4.1 国际人力资源管理概述·····	87
4.1.1 国际人力资源管理的内容及特点·····	87
4.1.2 国际人力资源管理的发展·····	89
4.1.3 国际人力资源管理研究的视角与方法·····	90
4.2 国际人力资源的规划与招聘·····	93
4.2.1 国际人力资源规划·····	93
4.2.2 国际人力资源招聘与甄选·····	99
4.3 国际人力资源的培训开发与职业规划·····	105
4.3.1 国际人力资源培训开发·····	105
4.3.2 国际人力资源职业规划·····	109
4.4 国际人力资源的绩效管理与薪酬管理·····	111

4.4.1 国际人力资源绩效管理	111
4.4.2 国际人力资源薪酬管理	116
4.5 国际人力资源的劳资关系	118
4.5.1 国际人力资源劳资关系的含义及内容	118
4.5.2 劳动谈判	119
4.5.3 劳动争议的含义和处理	121
案例分析	122
思考题	124
第5章 国际商务领导与控制管理	126
5.1 国际商务领导方式及其理论	126
5.1.1 国际商务领导发挥作用的前提条件	126
5.1.2 国际商务领导的权力	127
5.1.3 国际商务领导的类型	128
5.1.4 国际商务领导的基本理论	128
5.1.5 国际商务领导者的素质与领导艺术	131
5.2 国际商务领导中的激励与沟通	132
5.2.1 国际商务中的领导激励	132
5.2.2 国际商务领导中的沟通	134
5.3 国际商务控制	136
5.3.1 国际商务控制的必要性	136
5.3.2 国际商务控制的类型	137
5.3.3 国际商务控制方法与过程	138
案例分析1	139
案例分析2	141
思考题	143
第6章 国际商务营销管理	144
6.1 国际商务营销管理概述	144
6.1.1 国际商务营销管理的概念	144
6.1.2 国际商务营销管理的主要内容	145
6.2 国际商务营销管理中的产品策略	153
6.2.1 产品决策	153
6.2.2 新产品研发	155
6.2.3 品牌策略	157
6.3 国际商务营销管理中的价格策略	159
6.3.1 国际市场定价的影响要素	159

6.3.2 国际市场定价的主要策略	161
6.4 国际商务营销管理中的促销策略	165
6.4.1 促销的类型	165
6.4.2 促销中的广告管理	166
6.5 国际商务营销管理中的分销策略	168
6.5.1 进入模式选择	168
6.5.2 市场渠道管理	172
案例分析	173
思考题	175
第7章 国际商务财务管理	177
7.1 国际商务财务管理概述	177
7.1.1 国际商务财务管理的概念与特点	177
7.1.2 国际商务财务管理的目标及其实现	179
7.1.3 国际商务财务管理的主要内容	180
7.2 国际商务投资管理	181
7.2.1 国际商务投资的概念	181
7.2.2 国际商务投资管理的主要内容	181
7.3 国际商务融资管理	186
7.3.1 国际商务融资的概念	186
7.3.2 国际商务融资的主要方式	186
7.4 国际商务营运资金管理	191
7.4.1 国际商务营运资金管理的概念	191
7.4.2 国际商务营运资金管理的主要内容	191
案例分析	195
思考题	197
第8章 国际商务外汇风险与税收管理	199
8.1 国际商务外汇风险管理	199
8.1.1 外汇风险的概念	199
8.1.2 经济风险管理	200
8.1.3 交易风险管理	203
8.1.4 换算风险管理	207
8.2 国际商务税收管理	210
8.2.1 国际商务税收管理的概念	210
8.2.2 国际商务税收管理的主要策略	211
案例分析	214

思考题	217
第9章 国际商务生产与供应链管理	218
9.1 国际生产与供应链管理概述	218
9.1.1 国际供应链管理的定义及内涵	218
9.1.2 国际生产战略	221
9.1.3 国际供应链与生产战略的结合	223
9.2 国际质量管理	224
9.2.1 质量和质量管理	224
9.2.2 全面质量管理及其方法	226
9.2.3 质量成本	230
9.2.4 工序质量控制	232
9.2.5 抽样检验	233
9.3 国际物流管理	234
9.3.1 国际物流的定义及内涵	234
9.3.2 国际物流系统	237
9.3.3 国际货运代理和第三方物流	240
9.3.4 国际物流信息系统	242
9.4 国际采购管理	244
9.4.1 国际采购的定义及内涵	244
9.4.2 国际供应商管理	246
9.4.3 国际采购流程管理	248
9.4.4 国际采购组织与渠道管理	249
9.4.5 国际采购的风险管理	251
9.5 国际库存管理与计划	252
9.5.1 库存管理的定义及内涵	252
9.5.2 库存控制方法	254
9.5.3 资源计划	257
9.5.4 供应商管理库存	261
9.5.5 零库存与准时制生产	263
案例分析	265
思考题	267
第10章 国际商务信息与技术创新管理	268
10.1 国际商务信息管理	268
10.1.1 国际商务信息管理概述	268
10.1.2 国际商务信息管理的相关理论	269

10.1.3 国际商务信息管理应用	274
10.2 技术创新管理	276
10.2.1 技术创新管理的定义及内涵	276
10.2.2 技术创新过程管理	278
10.2.3 技术创新的能力基础	282
案例分析	286
思考题	287
参考文献	288

第 1 章

国际商务管理概述

◎本章要点

本章重点介绍国际商务管理的基本概念和主要内容。即以国际商务的交易主体国际企业为研究对象,分析国际商务管理的微观管理过程。具体从管理职能和企业各类生产经营活动两方面,分析国际商务的计划、组织、人事、领导和控制等管理职能的概况,以及国际商务相关的生产、供应、销售、财务和创新管理的概况。本章最后一节介绍国际商务管理的理论基础,具体包括现代管理理论、国际直接投资理论和其他经营管理理论三个方面。

1.1 国际商务管理的概念与特征

1.1.1 国际商务管理的概念

1. 国际企业在国际商务中的地位

国际企业是直接参与国际商务活动的主体。广义上的国际企业是指所有经常直接从事跨国交易的一国或地区的合法注册企业。在国际企业发展的早期阶段,国外业务在企业的全部业务中所占的比重较小,企业国际化程度不高。国际企业国际化程度较高的企业形式是跨国公司,其典型特征是:以母国的母公司为中心,向海外多国投资,兴办国外子公司(包括独资子公司和合资子公司等多种形式)。母公司运营的重心已经不是在本国业务或少数几个东道国的经营上,而是从全球角度对公司的整体资源进行配置,以追求公司全球整体利益最大化为目标。国际化程度高的国际企业包括了跨国公司母公司和其子公司组成的共同体。

1974年,联合国把跨国公司定义为:“就是在它们的基地所在国之外拥有或控制着生产或服务设施的企业。”联合国1983年又给跨国公司的补充定义是:跨国公司应包含三个基本要素:其一,包括设在两个或两个以上国家的实体,不管这些实体的法律形式和领域如何;其二,在一个决策体系中进行经营,能通过一个或几个决策中心采取一致

对策和共同对策；其三，各实体通过股权或其他方式联系起来，其中一个或多个实体有可能对别的实体施加重大影响，特别是同其他实体分享知识资源和分担责任。^① 按照该定义，我们可以容易得出结论：只要在1个以上的国家设有1个以上的海外子公司或分公司，并从事盈利性生产经营活动的企业，都可称为跨国公司。美国哈佛大学跨国公司研究中心在对欧、美、日等经济发达国家跨国公司进行调查后，认为国际化程度要达到更高水平才能称得上是跨国公司。即必须是被美国《财富》杂志列为世界500强的企业，其子公司必须分布在6个或6个以上国家，在国外子公司中拥有的股权高于25%，年销售额在1亿美元以上。还有些知名专家从产值、资产、人员（特别是研发人员和管理人员）等方面比较跨国公司的海外分量指标。发达国家跨国公司无论从规模还是数量上均占较大比重。

所以，当我们了解国际商务的直接参与主体时，应当了解国际企业体系中存在国际化程度大小差异不同的各类企业，有的叫国际公司（International Corporation），有的叫多国公司（Multinational Corporation），有的叫全球公司（Global Corporation），还有的叫跨国公司（Transnational Corporation）等。

各种各样的国际企业的共同特征是：它们都从事了跨国交易活动，而当今这种跨国交易的内容非常广泛，包括商品、服务、技术、资本、管理技能的跨国界转移。在地域上，有些企业的人员并未出国，却从事了跨国交易，例如从事国际旅游、金融、法律咨询与代理以及会计咨询与代理等涉外服务的企业便是如此。而另外有些企业派出大量人员到海外管理经营项目和企业，同时输出技术设备以及其他资本。在形式上也发展出多种国际经济合作形式，有比较典型的股权式海外子公司，也有契约式合作企业，还有承包工程或仅从事商品和技术的进出口交易。企业国际化的模式还可分为外向型企业国际化和内向型企业国际化。所谓外向型企业国际化就是企业经营方向瞄准国外市场，通过出口产品、输出劳务、对外投资等方面扩展海外业务。内向型企业国际化则是在国内寻求海外经营者进入本国市场，例如：进口商品、引进技术、引进外资等。

总之，国际企业随着经济全球化的发展，在数量上增长很快，其在国际商务中的主体作用也越来越明显。

2. 国际商务管理的概念

（1）关于管理的定义

“管理”概念至今没有一个统一的定义。美国管理学家孔茨和韦里克在其编著的《管理学》一书中认为：“管理是人类各种活动中最重要的活动之一。自从人们开始组成群体来实现个人无法达到的目标以来，管理工作就成为协调个体努力必不可少的因素了。由于人类社会越来越依赖集体的努力来完成任务，以及随着许多有组织的群体的壮大，管理人员的工作也就愈发重要了。管理就是设计并保持一种良好环境，使人在群体里高效率地完成既定目标的过程。这一定义需要展开为：（1）作为管理人员，需完成

^① 肖卫国．跨国公司海外直接投资研究．武汉大学出版社，2002：8-9．

计划、组织、人事、领导、控制等管理职能。(2) 管理适用于任何一个组织机构。(3) 管理适用于各级组织的管理人员。(4) 所有管理人员都有一个共同的目标: 创造盈余。(5) 管理关系到生产率, 意指效益和效率。”^①

国际企业是一种经营范围更广泛的组织, 其规模越来越大, 对管理的需求同样也是很大的。所有从事国际商务管理的管理者都应该接受管理知识的教育。

(2) 国际商务管理的内涵

国际商务活动是指一切跨国交易活动, 这些跨国交易活动的直接参与者是国际企业, 而为此些跨国交易活动提供企业资格认证和交易规则的则是各国政府和国际经济组织, 尤其是后者, 如世界贸易组织、联合国贸易和发展大会、国际商会等, 都从宏观层面对国际商务活动进行着管理。例如, “乌拉圭回合”最终协议中的《服务贸易总协定》(GATS) 规范着世界服务贸易的基本准则。各国政府则从国家角度监管涉外经济活动。以我国政府为例, 商务部负责对我国商品及技术进出口贸易、对外经济合作、引进外资和向海外投资等跨国交易活动进行宏观监管。海关、税务、物价、环保、工商行政管理等部门则从其专门的职能角度对注册企业进行的管理。

因此, 广义上的国际商务管理既包括了外部国际机构和各国政府对国际交易者的管理, 同时也包括国际企业自身的管理。但本书在这里不讨论外部国际机构和各国政府对国际交易者的管理问题, 只讨论国际企业自身的管理问题。从这个意义上讲, 本书中的国际商务管理是指国际商务微观层面的管理, 即以国际企业为主要研究对象, 主要从管理职能和不同国际商务活动类型角度来研究国际商务管理。所以, 我们把国际商务管理定义为: 国际企业在跨国经营中为更有效地实现目标而开展的一切管理活动, 包括在国际范围执行管理职能, 协调组织各种资源要素的活动过程。这种管理活动又是和企业的各种业务活动紧密结合在一起的。例如, 企业出口经营行为中必然蕴含管理活动。从管理的内容上讲, 主要包含计划、组织、人事、领导和控制等职能。从国际企业的业务活动来划分, 有国际企业技术创新与开发, 国际企业的采购、生产和销售, 国际企业财务与会计管理等内容。从国际企业的多层结构来看, 又包括母公司总部管理、事业部层管理, 还包括最基层的经营实体的管理。

3. 国际商务管理学与一般企业管理学

国际商务管理学与一般企业管理学体系有着密切的联系, 但是国际商务管理不仅仅是一般企业管理职能在国际范围应用的延伸, 而且国际企业面临的环境更加复杂, 需要找出企业国际化过程中的特殊规律, 建立相对独立的国际商务管理理论系统。

一般企业管理学着重围绕国内现代企业管理诸方面进行研究。例如, 同济大学尤建新教授主编的《企业管理概论》分述了企业管理概论、企业组织与战略、企业资源管理(含人力资源、公司理财、设备管理和信息管理)、企业运作管理(市场营销、生产运作管理、质量管理和物流与供应链管理)以及创新型企业管理和企业创新管理等。

^① 哈罗德·孔茨, 海因茨·韦里克. 管理学. 张晓君等译. 经济科学出版社, 1998: 2-3.

而国际企业既有从事传统的生产经营活动，也有从事来料加工、补偿贸易、交钥匙工程、BOT（建设——营运——返还）等新经营形式。

1.1.2 国际商务管理的特征

国际企业与国内企业面临的外部环境有很大差异，国内企业处于一国政治和社会体系中，语言文化、经济制度和法律制度较为一致。尽管一个国家的不同地区间的环境也有差异，但这种差异远远小于国际企业尤其是跨国公司所面临的不同东道国之间的差异。因此，以国际企业为中心的国际商务管理具有以下特征：

1. 企业组织规模较大以及承受风险能力较强

国际企业多半都有在国内市场成功经营的经验，经济实力上有一定积累，企业已粗具规模，在企业国际化过程中其规模得到进一步扩大。有不少跨国公司在全球各地都有其分公司。尽管国际市场上不确定因素增多，各东道国存在政治风险、经济风险、水土不服风险等，但国际企业凭借其经济实力和国内外市场经营经验，多半都能克服上述风险。

2. 国际经营管理经验丰富以及善于制定全球战略

国际企业在领跑战略和追踪战略驱使下，对世界各地市场都进行了透彻调查，特别是在开拓新兴市场方面经验丰富，拥有一大批国际项目甄别高手和谈判高手。企业家普遍具有全球战略眼光，能够针对不同东道国实际情况，制定和组织实施极具竞争力的企业战略。同时，他们能敏锐发现全球产业分工模式变化，及时调整经营战略。^①

3. 财务管理能力和投融资能力较强

国际企业常常面临多种结算货币，母公司和海外子公司之间存在大量公司内交易，因而要求企业国际财务管理具有较高水平，并且需要非常熟悉国际外汇市场、资本市场以及各国的金融政策、会计法规、税收制度，通常国际企业与国际金融市场上的全球性商业银行及证券机构联系密切，投资和融资能力比较强。

4. 内部管理比较规范以及公司标准体系比较完善

国际企业较多采用了许多科学管理方法。企业经理和基层干部的组织协调能力较强，尤其是具有与不同国籍员工打交道的能力。在技术方面，许多跨国公司坚持公司标准比一般标准体系要求更高，抢先填补标准制定空白，在国际标准形成中拥有更多话语权。

^① 陈继勇，周茂荣．中国对外开放与国际竞争力．武汉大学出版社，2007：325．