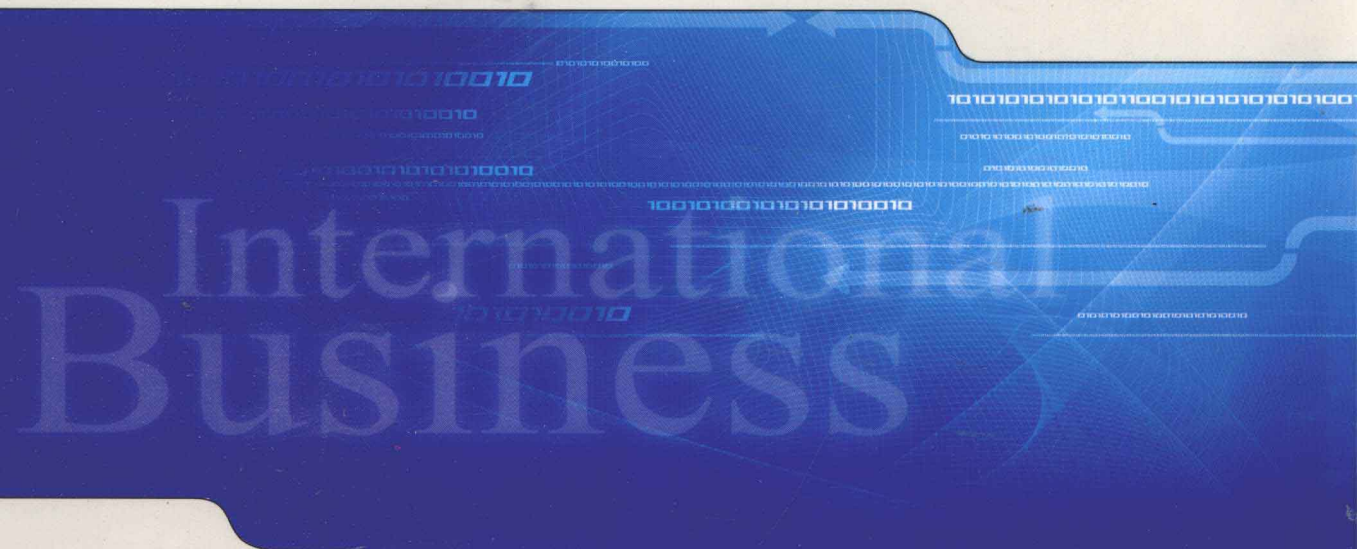




高等学校国际商务创新规划教材



国际商务概论

An Introduction to International Business

主 编 肖光恩 陈继勇

副主编 肖 德 余 振 胡 艺



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

国际商务概论

An Introduction to International Business

主 编 肖光恩 陈继勇

副主编 肖 德 余 振 胡 艺



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际商务概论/肖光恩,陈继勇主编;肖德,余振,胡艺副主编. —武汉:武汉大学出版社,2011. 1

高等学校国际商务创新规划教材

ISBN 978-7-307-08363-9

I. 国… II. ①肖… ②陈… ③肖… ④余… ⑤胡… 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(2010)第 236488 号

责任编辑:舒 刚 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:21 字数:468千字 插页:1

版次:2011年1月第1版 2011年1月第1次印刷

ISBN 978-7-307-08363-9/F·1450 定价:32.00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。

《高等学校国际商务创新规划教材》编委会

主任

陈继勇

副主任

李 卓 齐绍洲 肖光恩 余 振

编委会委员（按姓氏笔画排序）

王 峰 邓新明 尹显萍 申 皓 孙 平
刘 威 齐绍洲 李 卓 余 振 陈 虹
陈汉林 陈继勇 肖卫国 肖 德 肖光恩
胡 艺 彭斯达

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地发展。

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

目 录

第一篇 国际商务导论

第1章 国际商务及其发展趋势	3
1.1 国际商务的基本概念	3
1.1.1 国际商务的概念	3
1.1.2 国际商务学的概念	6
1.1.3 国际商务活动种类	7
1.1.4 国际商务活动体系	10
1.2 当代国际商务发展的趋势	12
1.2.1 国际商务活动网络化	12
1.2.2 国际商务主体微观化	15
1.2.3 国际商务活动电子化	17
第2章 国际商务基本形式	29
2.1 国际商品贸易	29
2.1.1 国际商品贸易基本概念	29
2.1.2 国际商品贸易中的贸易术语	30
2.2 国际技术贸易	33
2.2.1 国际技术贸易基本概念	33
2.2.2 国际技术贸易的特点与方式	35
2.3 国际服务贸易	36
2.3.1 国际服务贸易基本概念	36
2.3.2 国际服务贸易的特殊性	38
2.4 国际资本流动	40
2.4.1 国际资本流动基本概念	40
2.4.2 国际资本流动的经营动机	41
第3章 企业家精神与国际商务动机	45
3.1 企业家精神与国际商务	45
3.1.1 企业家与企业家精神	46

3.1.2 企业家精神与国际商务	48
3.2 国际商务基本动机	49
3.2.1 开拓国际市场	49
3.2.2 获取国外隐含科技知识	51
3.2.3 获取国外当地化的资源	54
3.2.4 获取国外特定的关系资产	57
3.2.5 实现企业的多元化战略	59

第二篇 国际商务基本理论

第4章 国际商务活动方式选择理论	71
4.1 传统国际商务活动方式选择理论	71
4.1.1 国际贸易与国际投资选择理论	72
4.1.2 产品周期理论	74
4.1.3 生产折中理论	75
4.2 国际商务活动方式选择一般理论	78
4.2.1 理论基本特征	78
4.2.2 理论模型的创立	79
4.2.3 模型的解	82
4.2.4 基本结论	90
第5章 国际商务活动区位选择理论	95
5.1 国际商务活动中的地理区位理论	95
5.1.1 新古典贸易理论中的地理区位问题	96
5.1.2 新贸易理论中的地理区位问题	98
5.2 国际商务活动地区选择一般理论	102
5.2.1 模型的基本结构	103
5.2.2 模型的长期稳定均衡分析	105
5.2.3 模型长期稳定均衡的动力机制	106

第三篇 国际商务环境

第6章 国际商务国别环境	113
6.1 国别文化环境的差异	114
6.1.1 文化的内涵	114
6.1.2 文化的主要决定因素	115

6.1.3 文化差异的区分	121
6.1.4 国别文化环境差异对国际商务的启示	123
6.2 国别政治环境的差异	125
6.2.1 国别政治制度的差异	125
6.2.2 国际商务中的政治风险	128
6.2.3 政治风险的管理	130
6.3 国别经济环境的差异	132
6.3.1 国别经济体制的差异	132
6.3.2 国别经济发展水平的差异	134
6.4 国别法律环境的差异	136
6.4.1 国别法律制度的类型	136
6.4.2 国际商务中的法律和伦理问题	138
6.5 国别环境差异对国际商务的影响	142
6.5.1 收益的国别差异	142
6.5.2 成本的国别差异	143
6.5.3 风险的国别差异	143
6.5.4 国别环境的综合吸引力	144
第7章 国际商务的国际环境	150
7.1 国际商务的国际环境基本概念	150
7.1.1 企业跨国经营国际环境的结构	151
7.1.2 企业跨国经营国际环境的影响矩阵	153
7.1.3 企业跨国经营国际环境的特点	154
7.2 国际商务的具体国际环境	155
7.2.1 经济全球化深入发展	155
7.2.2 全球区域经济一体化浪潮方兴未艾	160
7.2.3 经济信息化趋势初现端倪	164
7.2.4 全球技术创新速度加快	166
7.2.5 国际竞争日益激烈	167
7.3 国际环境的变化对国际商务活动的影响	168
7.3.1 对跨国企业的整体运营环境与成本产生影响	168
7.3.2 促使企业跨国经营方式发生转变	170
7.3.3 对跨国企业的经营战略与结构产生影响	170
7.3.4 对跨国企业的生产与研发产生影响	172

7.3.5 对跨国企业之间的竞争与合作策略产生影响	173
---------------------------------	-----

第四篇 国际商务运营管理

第8章 国际商务主体与组织结构	181
8.1 跨国公司及其发展	181
8.1.1 跨国公司的定义	181
8.1.2 跨国公司的发展	182
8.2 跨国公司的组织形式	183
8.2.1 母公司和子公司	183
8.2.2 总公司和分公司	183
8.3 跨国公司的管理组织结构	184
8.3.1 管理组织结构的基本模式	184
8.3.2 跨国公司管理组织结构的发展趋势	186
第9章 国际生产管理	191
9.1 国际生产系统管理	191
9.1.1 生产系统与物流系统概述	191
9.1.2 生产系统管理的方法	194
9.2 国际生产采购管理	197
9.2.1 采购	197
9.2.2 采购管理	199
9.2.3 准时制采购	200
9.3 国际生产流程再造	202
9.3.1 国际生产流程战略概述	202
9.3.2 国际生产流程再造概述	204
9.3.3 影响国际生产流程再造的因素	206
9.4 国际生产库存管理	207
9.4.1 库存管理概述	207
9.4.2 影响存货水平的因素	209
9.4.3 有效管理库存的途径	210
第10章 全球供应链管理	216
10.1 全球供应链管理概述	216
10.1.1 全球物流的含义	216
10.1.2 供应链管理	217

10.2 全球供应链管理的内容	218
10.2.1 供应链中的规划任务	218
10.2.2 国际运输问题	218
10.2.3 全球包装问题	219
10.2.4 全球存储问题	219
10.3 全球供应链管理的方法	220
10.3.1 全球供应链的新环境	220
10.3.2 全球供应链管理的整合	220
第11章 国际市场营销	226
11.1 国际市场细分战略	226
11.1.1 国际市场细分	226
11.1.2 国际目标市场战略	230
11.1.3 国际市场定位	231
11.2 国际市场营销策略	234
11.2.1 标准化与定制化	234
11.2.2 产品策略	235
11.2.3 分销策略	238
11.2.4 沟通策略	240
11.2.5 定价策略	243
11.2.6 确定营销方法组合	245
11.3 国际市场营销控制	245
11.3.1 国际营销控制的含义和内容	245
11.3.2 国际营销控制程序	247
11.3.3 国际营销控制系统	250
第12章 国际人力资源管理	256
12.1 国际商务中人力资源管理的特殊性	257
12.1.1 国际商务中人力资源管理的范围更宽	257
12.1.2 国际商务中人力资源管理的问题更加复杂	258
12.1.3 对国际商务人力资源管理者的要求更高	259
12.2 国际商务中人力资源管理的主要策略	259
12.2.1 民族中心法	260
12.2.2 多中心法	260
12.2.3 全球中心法	261
12.2.4 地区中心法	261

12.2.5 国际企业选择人力资源策略需要考虑的因素·····	262
12.3 国际商务中外派人员的选拔与培训·····	264
12.3.1 外派人员的来源·····	264
12.3.2 外派人员的选拔标准·····	265
12.3.3 外派人员的选拔办法·····	267
12.3.4 外派人员的培训·····	269
12.4 国际商务活动中人力资源的绩效评估与报酬·····	270
12.4.1 外派人员的业绩考核·····	270
12.4.2 外派人员的薪酬管理·····	272
12.4.3 外派人员的劳资关系·····	275
第五篇 国际商务战略	
第13章 国际商务战略联盟 ·····	285
13.1 战略联盟概述·····	285
13.1.1 战略联盟的定义·····	285
13.1.2 战略联盟的主要特征·····	286
13.1.3 跨国战略联盟兴起的时代背景·····	288
13.1.4 战略联盟的优势·····	290
13.1.5 战略联盟的劣势·····	293
13.2 国际商务战略联盟类型及其选择·····	294
13.2.1 非竞争者间战略联盟·····	294
13.2.2 竞争者间战略联盟·····	297
13.3 战略联盟的管理·····	299
13.3.1 战略联盟伙伴选择·····	299
13.3.2 战略联盟的风险控制·····	300
第14章 国际商务竞争战略 ·····	306
14.1 国际商务竞争战略概述·····	306
14.1.1 国际商务竞争战略的基本概念·····	306
14.1.2 国际商务竞争战略的重要性·····	307
14.2 国际商务竞争的基本战略及其选择·····	307
14.2.1 成本领先战略·····	308
14.2.2 差异化战略·····	309
14.2.3 集中战略·····	311
14.2.4 国际商务基本竞争战略的选择·····	312
14.3 国际商务竞争的跨国战略及其选择·····	315

14.3.1 国际化战略.....	315
14.3.2 全球化战略.....	316
14.3.3 本土化战略.....	316
参考文献	320
后 记	324

第一篇

国际商务导论



第 1 章

国际商务及其发展趋势

◎本章要点

1. 广义的国际商务是指在两个或两个以上的国家（经济体）之间发生的交易行为，通常是指私人、商业组织、政府、国际组织相互之间在生产、销售、投资、后勤服务、运输等方面发生的交易活动。狭义的国际商务是指商业组织在两个或两个以上的国家（经济体）之间进行的以商业为目的的各种交易活动。

2. 国际商务学是一门研究国际商务活动的学科，它涉及经济学、管理学、地理学、信息科学、组织学、社会学、人类学和心理学等许多学科，是一门综合性很强的交叉学科。

3. 按交易前国际商务活动双方的独立性可以把国际商务分成独立型国际商务活动和非独立型国际商务活动；按国际商务活动地理区位可以把国际商务活动分为地区型国际商务活动和全球型国际商务活动；按国际商务活动的标的可把国际商务活动分为货物国际贸易、服务国际贸易、资本国际直接投资、资本国际间接投资、劳动力国际流动和技术国际转让；按国际商务活动关系把国际商务活动分为水平型国际商务活动、垂直型国际商务活动和网络型国际商务活动。

4. 国际商务体系主要由国际商务活动主体、国际商务活动市场体系和国际商务活动环境等构成。目前国际商务活动出现了很多新趋势，主要表现为国际商务活动网络化、国际商务活动主体微观化和国际商务活动电子化。

1.1 国际商务的基本概念

1.1.1 国际商务的概念

1. 国际商务的定义

(1) 广义的定义

从广义上讲，国际商务是在两个或两个以上的国家（经济体）之间发生的交易行

为,通常是指私人、商业组织、政府、国际组织相互之间在生产、销售、投资、后勤服务、运输等方面发生的交易活动。例如,商业公司为了利润而进行跨国交易,政府为了经济和政治的原因也会参与国际商务活动。总之,国际商务是指商品、服务、资源或资产跨越国界的所有交易行为^①;而经济资源的跨国界交易主要包括资本流动、国际技术转让和劳动力的跨国流动等;后勤服务主要指为商品和服务的国际生产和国际交换提供相关的服务。

国际商务的主体一般包括个人、商业组织、政府组织和国际组织四大类。

个人的跨国活动是当前世界经济的重要构成内容之一,例如为了娱乐、休闲和商业目的而进行的跨国旅行,已经成为最流行的全球休闲时尚,2008年全球有9.22亿的国际旅行者,全球旅游收入达9440亿美元以上。

全球重要的商业组织是世界经济发展的主体,这些商业组织主要是指跨国公司(包括跨国公司联盟),例如世界快餐业中的麦当劳(McDonald's)和百胜集团(Yum Brands),交通工具制造业中的通用汽车公司(General Motors)、福特汽车公司(Ford Motor)和丰田汽车公司(Toyota),消费电子行业中的三星(Samsung)电子公司、乐金电子公司(LG)和索尼公司(Sony),能源制造业中的埃克森美孚国际公司(Exxon-Mobil)、壳牌石油公司(Shell)和英国石油公司(BP),它们都是在多个国家经营的巨型跨国公司之一,各自在他们所在的行业中占支配地位。

政府国际采购是一个国家对外的重要经济活动,它不仅能产生巨大的经济效益,而且也具有重要的政治目的。目前,政府采购增长速度很快。据统计,发达国家政府采购占国内生产总值的10%~15%,而发展中国家政府采购占国内生产总值的20%左右。而这些政府采购有相当大的部分是通过国际贸易完成的,因此,政府国际采购对国际贸易产生了重大的影响,目前它已经为世界贸易组织(WTO)经济协调的重要内容之一。

国际组织主要有政府间的国际组织(IGOs)和非政府间的国际组织(NIGOs)。政府间的国际组织主要有世界贸易组织、世界银行(WB)、国际货币基金组织(IMF)和欧盟(EU)等,非政府间的国际组织主要有世界童子军运动组织和国际红十字会等。尽管这些国际组织的经济活动功能不是很强,但是它们的活动却与其他国际商务主体的经济活动密切相关,甚至对其他国际商务主体的经济活动产生重大影响。

追逐跨国利润是国际商务活动的根本目的。众所周知,由于国际商务活动与国内商务活动所面临的商务环境不同,因此,国际商务活动必然比国内商务活动面临更大的风险和更高的成本。如果没有巨额跨国利润的存在,各种商务主体在理性主义的约束下都不太可能到国外开展国际商务活动。一般说来,国际商务活动都是追求利润的国际最大化或者是成本的国际最小化。

当然,开展国际商务活动也可能存在非经济的目的,如为改善国际政治关系或国际政治地缘关系而进行的国际援助或人道主义援助等。

^① John H. Duning. *Multinational Enterprises and the Global Economy*. Addison-Wesley Publishing Company, 1992, p. 4.