



高等院校会计学教材系列

Q·C·C·O·U·N·T·I·N·G

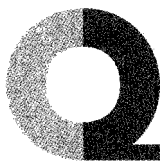
国际财务

张俊瑞 曹玉珊 主编

格致出版社



上海人民出版社



高等院校会计学教材系列

国际财务

张俊瑞 曹玉珊 主编

格致出版社  上海人民出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际财务 / 张俊瑞, 曹玉珊主编. — 上海: 格致出版社, 2010
高等院校会计学教材系列
ISBN 978-7-5432-1893-2

I. ①国… II. ①张… ②曹… III. ①国际财务管理—
高等学校—教材 IV. ①F811.2

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 254609 号

责任编辑 王韵霏
美术编辑 路 静

高等院校会计学教材系列

国际财务

张俊瑞 曹玉珊 主编

出版 世纪出版集团 格致出版社
www.ewen.cc www.hibooks.cn
上海人民出版社
(200001 上海福建中路193号24层)



编辑部热线 021-63914988
市场部热线 021-63914081

发 行 世纪出版集团发行中心
印 刷 浙江临安曙光印务有限公司
开 本 787×1092 毫米 1/16
印 张 18.5
插 页 1
字 数 397,000
版 次 2011 年 4 月第 1 版
印 次 2011 年 4 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-5432-1893-2/F·378
定 价 32.00 元

会计是经济管理的重要组成部分,经济越发展会计越重要。凡是有经济活动的地方都需要有会计,会计已成为人民群众需要了解和运用的基本知识。作为一门重要的学科,会计学是研究会计工作规律和会计发展规律的知识体系,它是一门经济管理科学。会计学在发展过程中,为适应经济和社会发展、科学和技术进步、管理和改革要求的需要,形成了相互联系、相互制约的各种分支学科。与此相联系,在高等院校的会计教学中,为了培养高级会计人才,也形成了由各种会计学科相互联系、相互制约的会计课程体系。

考虑到在 21 世纪发展知识经济的条件下会计更要重视管理的要求,以及会计人员要具有创新精神和实践能力的要求,为了适应普通高等院校和高等职业、成人学校会计教育的需要,在上海世纪出版股份有限公司格致出版社大力支持下,我们组织有关高等学校编写“高等院校会计学教材系列”。在这套会计学教材系列中,有 20 门左右是会计专业、财务管理专业和审计专业的主体课程,另有 20 门左右是选修课程,供会计及相关专业教学选用。

会计学教材系列的编写,力求适应我国改革开放现阶段发展的实际需要,从培养符合现代市场经济要求的会计人才出发,特制定如下的编写要求:(1)要理论和实践相结合;(2)要反映会计工作规律,具有相对稳定性;(3)要反映认识由浅入深循序渐进的规律;(4)要反映最新财务会计准则、制度和相关法规的要求;(5)要反映会计信息化对会计核算的影响;(6)要反映当代会计研究水平,具有一定的超前性;(7)要借鉴西方会计,并与国际会计准则协调;(8)要开拓创新编写新教材;(9)严格遵守《著作权法》和相关法规的规定,严禁抄袭、剽窃。

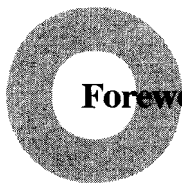
为了编好会计学系列教材,特成立编委会,负责组织教材系列的编写工作。每本教材实行主编负责制,主编负责组织本书的编写工作,每位作者对本人编写的内容完全负责。欢迎广大教师和学生在使用过程中提出意见和建议。

高等院校会计学教材系列编写委员会

20 世纪 80 年代以来,经济全球化和跨国企业的发展,使世界各国的经济交往不断增强,并成为世界经济发展的最重要特征。企业财务的理论与方法也随着经济活动的跨国发展日益渗透到跨国经营企业的日常活动中。近年来,发端于美国、波及全球的金融危机给世界经济一记重创,也对跨国企业的财务管理提出了更高的要求。面对瞬息万变的国际理财环境,企业暴露在各种风险之中,传统的财务管理理论已经远远不能满足国际化企业经营和管理的需要,亟须汲取新的科学原理和科学方法。比如,国际企业财务管理需要熟悉各种汇率预测理论,掌握外汇市场的技术分析方法,正确判断外汇走势,灵活运用各种金融工具,规避外汇风险、实现资产套期保值;在国际投资、国际融资、国际营运资金管理、国际并购与国际业绩评价中,要运用多种方法与工具,充分考虑并应对汇率、利率、税收、政治等风险因素,评估其对财务决策与决策效果的影响。因此,国际财务管理是以财务管理原理与技术方法为基础,以汇率风险、利率风险、通货膨胀风险与政治风险管理为重点,灵活运用金融管理工具,充分利用国际经营机遇,积极应对国际经营风险,为实现企业价值最大化,制定经营战略与财务策略,组织财务活动,处理财务关系的一项经济管理活动。

加入 WTO 以来,我国企业在世界经济中的参与度和所占份额逐年递增,企业经营比以往任何时候都容易受到国际经济环境的影响,企业理财比以往任何时候都更加需要国际财务的理论支持和实践体验,跨国企业比以往任何时候都迫切需要熟悉国际经济环境、精通国际经营之道、掌握国际财务相关知识的专业化人才,理财人员比以往任何时候都需要掌握国际金融、国际贸易、国际投资、国际结算、国际税收、国际政治等方面的知识和发展动态。不仅如此,还需要及时获取各国股票市场、债券市场、货币市场、信贷市场、期货市场以及衍生品市场的即时行情,并具有基本的预测市场的能力,这对于会计、财务以及相关专业的在校学生和国际化企业的理财人员,都是一个严峻的挑战。

本书吸收了国内外最新的研究成果与国际财务环境的新变化,尤其描述了 2008 年以来的全球金融危机对国际财务管理的影响,体现了国际财务的前沿性与时代性。内容安排上,本书体系完整、结构合理、深入浅出、可读性强,将国际金融、国际财务的基本原理以通俗易懂的方式加以表述,配以恰当的案例,以利于学生和其他读者学习。此外,每章开篇的学习目标将帮助学生清楚地了解本章的基本内容;结尾设有本章小结,简明地概括出本章所必须掌握的主要知识点。每章编排的习题和思考题又可以帮助学生强化知识,在引导学生思考的同时提升其技能。



Forewords

本书以国际财务管理的环节为主线,围绕各环节突出介绍国际财务管理的相关知识。第一章介绍了跨国公司和国际经营的相关理论、经济全球化的实现路径,以及国际财务概述;第二章介绍了国际货币体系与外汇市场,为国际财务环境提供一个理论背景;第三、第四章继承了前两章,介绍了国际平价关系,将内容深化到汇率预测的方法、外汇风险的计量与管理;第五、第六章介绍了几个重要的市场——国际信贷、债券与股票市场、衍生金融工具市场;第七、第八章进入到了实务性更强的领域,具体介绍了跨国融资、投资,以及并购;第九、第十、第十一章是财务管理的重要内容,分别介绍了跨国资本预算、跨国资本成本和资本结构以及国际现金管理;第十二、第十三章牵涉企业的投资理财,详细介绍了国际转移价格管理和国际税收管理,第十三章突出介绍了国际避税的原理和操作。

本书由西安交通大学教授张俊瑞博士和江西财经大学曹玉珊博士担任主编,负责拟订编写提纲、筹划作者队伍,在听取各编写人员意见后,提出写作要求,组织编写人员共同完成本书的编写工作。各章具体分工如下:

第一、第五章由张俊瑞(西安交通大学管理学院)编写,第二章由王兰兰(西安交通大学管理学院)编写,第三、第七章由张建光(西安交通大学管理学院、武警工程学院军事经济系)编写,第四、第十、第十一章由曹玉珊(江西财经大学会计学院)编写,第六章由叶方圆(江西财经大学会计学院)编写,第八、第九章由孟艳玲(西安交通大学管理学院、西北工业大学管理学院)编写,第十二、第十三章由苏坤(西安交通大学管理学院)编写。最后由张俊瑞总纂定稿,曹玉珊协助。

本书可作为高等院校会计学、财务管理、国际金融和贸易、国际经济等专业本科生、研究生,MBA、MPAcc、EMBA 等专业学位研究生开设的国际财务管理课程的教材,也可以作为其他财务会计人员和经济管理人員自学国际财务管理的参考书。

在本书写作过程中,编写人员参考了大量国内外学者的研究成果与优秀教材,在此向这些学者表示感谢和敬意!由于编写人员水平以及时间限制,加之国际财务诸多内容尚处于探索和争议阶段,书中难免会出现疏漏、不当乃至错误,敬请广大读者及同仁不吝赐教,给予批评指正。

张俊瑞 曹玉珊

第一章 跨国公司、经济全球化与国际财务/1

第一节 跨国公司概述/1

第二节 国际经营理论/3

第三节 实现经济全球化的途径/6

第四节 跨国经营的风险/9

第五节 国际财务/11

本章小结/16

第二章 国际货币体系与外汇市场/18

第一节 国际货币体系概述/18

第二节 早期国际货币体系——国际金本位货币体系/20

第三节 布雷顿森林体系/23

第四节 现行国际货币体系——牙买加体系/27

第五节 国际外汇市场及其产品在跨国公司中的运用/30

本章小结/36

第三章 国际平价关系/39

第一节 国际平价理论/39

第二节 费雪效应与国际费雪效应/48

本章小结/51

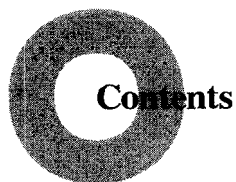
第四章 外汇风险管理/55

第一节 外汇风险的种类及其计量/55

第二节 外汇风险的主要管理方式/62

第三节 金融套期保值的必要性与操作程序/79

本章小结/81



Contents

第五章 国际金融市场/83

第一节 国际金融市场的概念与分类/83

第二节 国际中长期信贷市场/85

第三节 国际债券市场/88

第四节 国际股票市场/94

本章小结/106

第六章 国际金融衍生品及其应用/108

第一节 金融衍生品概述/108

第二节 金融远期/111

第三节 金融期货/114

第四节 金融期权/118

第五节 金融互换/122

第六节 金融衍生品的最新发展/125

第七节 金融衍生品的功能与弊端/126

本章小结/129

第七章 国际融资/132

第一节 国际股票融资/132

第二节 国际债务融资/135

第三节 国际贸易融资/140

第四节 其他国际融资/146

本章小结/151

第八章 跨国直接投资/154

第一节 跨国直接投资概述/154

第二节 跨国直接投资动机与决策分析/160

第三节 跨国并购/163

本章小结/171

第九章 跨国资本预算/177

第一节 跨国资本预算的方法/177

第二节 国外投资计划的基本评估步骤/186

第三节 调整项目评估的风险因素/189

本章小结/193

第十章 跨国资本成本和资本结构/197

第一节 跨国公司的资本成本/197

第二节 跨国公司的资本结构/205

本章小结/212

第十一章 国际现金管理/215

第一节 国际现金管理概述/215

第二节 国际现金管理的一般方法/219

第三节 跨国公司的集中式现金管理体系/225

第四节 跨国公司的避税策略与冻结资金的跨国转移/235

本章小结/242

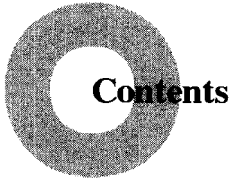
第十二章 国际转移价格/245

第一节 国际关联企业与国际转移价格/245

第二节 国际转移价格的种类与形式/251

第三节 国际转移价格的制定/252

第四节 国际转移价格的确定方法/255



Contents

本章小结/259

第十三章 国际税收/263

第一节 国际税收概述/263

第二节 国际税收管理/266

第三节 国际税收筹划/269

本章小结/280

参考文献/284

第一章

跨国公司、经济全球化与国际财务

【学习目标】

自从第二次世界大战以来,随着跨国公司的日益发展和壮大,经济全球化的浪潮一浪高过一浪。经济全球化导致世界经济格局发生了重大变化,跨国资本流动越来越频繁,各国各地区之间的经济联系越来越紧密。通过本章学习,要求了解跨国公司的概念及其目标和组织类型;掌握国际经营理论以及各自的适用性;掌握经济全球化与跨国经营的路径以及可能存在的风险因素;掌握国际财务的概念、主要内容及模式选择。

第一节 跨国公司概述

一、跨国公司的概念与特征

(一) 概念

跨国公司(transnational corporation),是企业的一种组织形式,又称多国公司(multi-national corporation)、国际公司(international firm)、超国家公司(supernational enterprise)和宇宙公司(cosmo-corporation)等。20世纪70年代初,联合国经济及社会理事会组成了由知名人士参加的小组,较为全面地考察了跨国公司的各种准则和定义后,于1974年作出决议,决定联合国统一采用“跨国公司”这一名称。

跨国公司是指由两个或两个以上国家的经济实体所组成,并从事生产、销售和其他经营活动的国际性大型企业。联合国跨国公司委员会认为跨国公司应具备以下三要素:第一,跨国公司是指一个工商企业,组成这个企业的实体在两个或两个以上的国家内经营业务,而不论其采取何种法律形式经营,也不论其在哪一经济部门经营;第二,这种企业有一

个中央决策体系,因而具有共同的政策,此等政策可能反映企业的全球战略目标;第三,这种企业的各个实体分享资源、信息以及分担责任。

(二) 特征

根据一般的理解,跨国公司的主要特征有:

- (1) 跨国公司必须在其基地所在国以外拥有或控制生产或服务设施,这些生产或服务设施通常采用公司制。
- (2) 母公司从股权为纽带对国外的子公司实施控制。
- (3) 跨国公司的母公司和各子公司共享资源,共担风险。
- (4) 跨国公司具有一致的政策和共同的战略,各子公司在一个决策体系下运营。
- (5) 跨国公司的资产所有权形式不受限制。

二、跨国公司的目标和组织类型

(一) 目标

与其他公司一样,跨国公司也总是以寻求增加股东财富、实现公司价值最大化为其企业目标的。

为了实现这个目标,跨国公司就必须制定并调整公司战略、拟订经营计划、改善经营手段、开拓新的市场,其中也包括打入外国市场。刚开始时,这些公司也许只是谋求出口产品给特定的国家,或是从国外厂家进口一些设备。但是,随着交易增加,许多公司看到了在国外经营的机会,便逐渐开始在国外设立子公司。比如,陶氏化工、埃克森、布兰兹和高露洁通常一半销售都在国外进行,霍尼韦尔公司在全世界有 42 家子公司和一些合资项目,柯达公司在 32 个国家有子公司,罗克韦尔公司在 26 个国家里经营。所有这些公司努力利用国际经营的结果就是获得了巨大的发展。另一个例子可看一下 CPC 国际公司,它在 47 个不同的国家经营,最近收购了一些国外企业以加强它的国际地位,其中包括意大利的迅驰和法国的面包与糕点公司。也许最明显的例子是可口可乐公司,在超过 160 个国家和地区销售其产品,使用 40 多种货币。它每年超过 70% 的经营收益来自美国以外的国家。

对于那些进入发展中国家的跨国公司来说,其投资目标往往与发展中国家吸引外资的目标存在差异,主要差异如表 1.1 所示。

表 1.1 跨国公司和发展中国家在投资合作目标体系上的偏好差异

	发展中国家吸收外资的目标偏好	跨国公司在发展中国家投资的目标偏好
投资选择	启动落后贫困地区的经济发展 解救亏损老企业 成长产业由东道国控股	选择优良投资环境确保投资安全和效益 增强生产链中的配套生产能力 战略安排决定控股投资

(续表)

	发展中国家吸收外资的目标偏好	跨国公司在发展中国家投资的目标偏好
技术路线	引进高新技术填补空白 以市场份额换技术 引进研究开发中心	控制技术扩散,保持比较优势 以投资跨越市场壁垒 建立全球生产加工基地
市场定位	产品大部分出口 保护性出口	全球战略决定产品销售方向 投资带动母公司进入中国市场
经营管理	利润增长扩大税收 解决就业问题	生产基地是成本控制中心,收益总部控制 提高劳动生产率,降低单位成本

资料来源:王洛林. 2000 中国外商投资报告[M]. 北京:中国财政经济出版社,2000。

(二) 组织类型

跨国公司的组织类型服从于跨国公司的经营战略,根据不同的经营战略,跨国公司的组织可以分为四种类型:

(1) 多国公司(multinational)的经营战略强调对当地市场做出迅速和灵敏的反应,以此增强这类公司的竞争能力。多国公司是各个分散经营的当地公司的联合体,主要通过人事控制网络互相联通,由母公司向海外公司派遣主要管理人员,如联合利华、飞利浦等公司。

(2) 环球公司(global)的竞争战略是规模效益和成本优势,它们一般拥有大规模的生产设备(通常集中于本国),制造出标准化的产品。海外机构则被视为使产品源源不断流入环球市场的运输管道。战略决策、资源和信息等方面由总公司控制,如福特和松下等公司。

(3) 国际公司(international)的竞争力来源于它们能将知识和专业技术转移至较不发达的海外。这是由各个协调经营的当地公司组成的联合体,受控于完备的管理系统,强调员工的互相协助工作,总公司全面控制核心业务,如美国和一些欧洲公司属于这种类型。

(4) 越国公司(transnational)是一个网络组织、组成网络的各单位各具特色、互不相同。公司既考虑了各地企业之间经营一体化的联系,也考虑了本部。子公司不仅仅是总公司的肢体,还是其宝贵的财富。先进的制造技术可以渗透到任何条件许可的地方,各地在具体业务中发掘出来的商业机会也可能推广至全球各地。

第二节 国际经营理论

跨国公司开展国际经营和开拓国际市场,需要用一些理论作为指导。其中,常见的国际经营理论包括:(1)比较优势的理论;(2)不完全市场理论;(3)内部化理论;(4)产品周期

理论。这四个理论在一定程度上重叠,并在形成国际经营演进的基本原理中互为补充。

一、比较优势理论

古典经济学家李嘉图提出的比较优势理论是国际贸易中的经典理论。此前解释国际贸易发生原因的理论是亚当·斯密的绝对优势理论,该理论认为:不同国家间发生贸易的根本原因是各国产品的绝对成本差异,各国应出口本国价格(或生产成本)低于别国的产品,进口本国价格(或生产成本)高于别国的产品。而比较优势理论则表述为:在两国间,劳动生产率的差距并不是在任何商品上都相等。对于处于绝对优势的国家,应集中力量生产优势较大的商品,处于绝对劣势的国家,应集中力量生产劣势较小的商品,然后通过国际贸易,互相交换,彼此都节省了劳动,得到了益处。其核心内容可以概括为:“两利相权取其重,两害相权取其轻”。

具体来说,比较优势理论认为,国际分工的调整是国际贸易产生的一个重要前提,它是世界各国进出口行业生产不断调整以及国内生产要素不断转移的动态过程。各国往往基于比较优势基础形成对外贸易,出口本国具有比较优势的产品,进口本国具有比较劣势的产品。在这样的背景下,为了获得更大的经济利益,各国就会扩大出口产品生产行业的生产规模,缩小进口产品生产行业的生产规模,同时把主要生产要素从进口竞争行业转向出口行业。

比如,A国具有生产劳动密集型产品服装的比较优势,而B国具有生产资本密集型产品钢铁的比较优势。在国际贸易中,A国出口服装,进口钢铁;B国出口钢铁,进口服装。A国将因此扩大服装的生产规模,而缩小钢铁的生产规模,这样劳动和资本都将从钢铁行业向服装行业转移,对于生产服装需求较多的劳动,可能全部从钢铁行业转向服装行业也满足不了服装生产的需要,而还必须从其他行业引入。各国生产的调整和生产要素的转移最终将引致国际分工格局的变化。在这个过程中,各种产品转到生产条件最优越,生产效率最高的国家生产,各种生产要素转向需求能力最强,投入产出率最高的产品投放,整个世界的生产实现了以最小的投入获得最大的产出,从而使得世界产品增加,各国均能消费更多的产品。

在当今世界上,不同的国家或地区各自都存在着不同的比较优势。像美国、欧洲和日本等发达国家具有明显的科技优势,而像中国、越南、墨西哥、牙买加等发展中国家则具有明显的劳动成本优势。由于这些优势不能轻易转移,这些国家就愿意利用他们的优势专门生产那些他们能更高效生产的产品。因此,发达国家更适合资金密集型产品的生产,而发展中国家则更适合劳动力密集型产品的生产。

二、不完全市场理论

在生产产品的可用资源方面,因国家不同而异。即使有比较优势,如果所有的资源可以在国家之间轻易转移,国际贸易的数量也很有限。如果市场是完全的,生产要素(不包

括土地)会很灵活和可以自由转移。这些要素不加限制的移动,造成了成本和收益的均等,并消除了比较成本优势这一国际贸易和国际投资的基本原理。然而,现实世界处于不完全市场条件下,生产要素在某种程度上是不可移动的。对劳动力和有关生产资源的转移要花费成本,而且可能存在限制,国家间还可能有资金和其他资源转移的一些限制。因为对于生产所需的各种资源的市场是不完全的,公司要经常利用外国资源。不完全市场为公司寻求国外机会提供了动机。

三、内部化理论

内部化理论是由英国里丁大学的巴克利(Peter J. Buckley)和卡森(Mark C. Casson)提出的,由加拿大学者鲁格曼(Alan M. Rugman)等加以发展形成的。内部化是指企业内部建立市场的过程,以企业的内部市场代替外部市场,从而解决由于市场不完整而带来的不能保证供需交换正常进行的问题。内部化理论的主要观点可概括如下:(1)由于市场的不完全,若将企业所拥有的科技和营销知识等中间产品通过外部市场来组织交易,则难以保证厂商实现利润最大化目标;(2)若企业建立内部市场,可利用企业管理手段协调企业内部资源的配置,避免市场不完全对企业经营效率的影响。企业对外直接投资的实质是基于所有权之上的企业管理与控制权的扩张,而不在于资本的转移。其结果是用企业内部的管理机制代替外部市场机制,以便降低交易成本,拥有跨国经营的内部化优势。

四、产品周期理论

公司如何会发展成为跨国公司,产品周期理论给出了较流行的解释。产品周期理论由弗农(Vernon)提出,该理论运用市场学的产品生命周期概念,解释了产品生命周期不同阶段贸易流向的变化,揭示了产品从国内生产到出口、从出口转向投资(FDI)的过程、动因和条件。在产品生命周期的投入期、成长期、成熟期和衰退期等四个阶段,国家间比较利益的变化如下:在第一阶段,美国等产品创新国拥有垄断优势,新产品在满足国内消费的同时,出口到收入水平相近的国家;在第二阶段,外国开始仿制,产品创新国出口竞争力逐步下降;在第三阶段,外国厂商开始出口该产品,并在第三国市场逐步取代创新国,经由直接投资创新国进行生产线外移;在第四阶段,产品创新国由出口国转变为进口国,同时发展中国家开始逐步具备该产品的生产能力。产品生命周期说是一种动态经济理论,能够在一定程度上揭示不同发展水平国家间的梯度分工格局。

根据产品周期理论,在国内市场建立公司是由于他们认识到他们比其他竞争者有更大的优势,比如市场至少还需要有这样一个产品供应商。因为在国内,市场和竞争的信息更容易取得,所以公司会在国内先建立起来。该国内公司生产的产品通过出口供应国外市场,以满足其需求。但随时间推移,该公司为了减少运输成本、更方便、更快捷地向国外供应产品,就会考虑在国外直接生产该产品。经过一段时间,当其他厂商熟悉了该公司的

产品后,国外市场的竞争就会激烈。这样,这家公司会制定一些能够延长其产品国外需求的策略。一个通常使用的办法是对其产品更新换代,使竞争者们不能供应相同的产品。图 1.1 显示了产品周期的各个不同阶段。

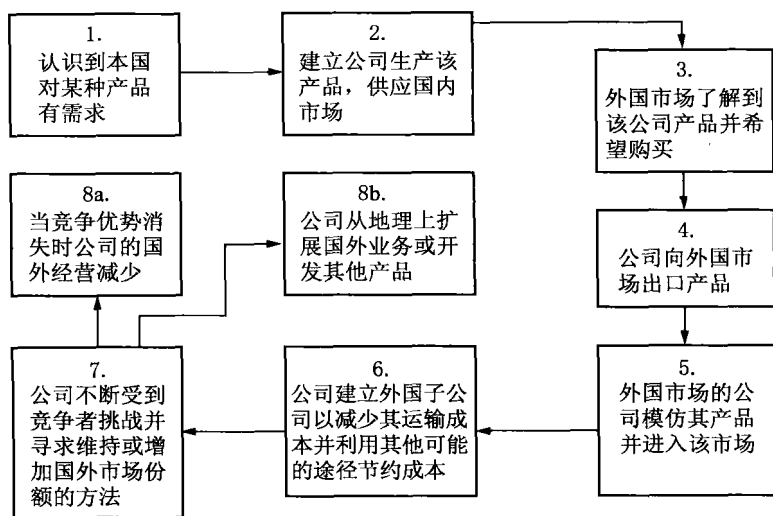


图 1.1 国际产品生命周期

第三节 实现经济全球化的途径

经济全球化作为 21 世纪最流行的词汇,已经深入人心。“全球化”一词最早由 T. 莱维于 1985 年提出,以此来形容此前 20 年间国际经济发生的巨大变化,即商品、服务、资本和技术在世界性生产、消费和投资领域中的扩散。在世界经济领域,“全球化”的含义很广,它指一种新出现的不对称的国际劳动分工。在这一分工中,生产活动的扩散由公司的战略性计划操纵,而不是由政府计划决定。世界经济全球化是指世界各国经济在生产、分配、消费环节的全球化一体化趋势,是生产能力存量在全球范围内的转移活动。

衡量全球化的指标主要有以下几种:

(1) 贸易系数。贸易系数是指世界贸易占世界生产总值的比例。世界贸易的迅速发展是经济全球化的重要标志。战后几十年来,世界贸易得到迅猛发展,增长率一般都高于世界生产总值增长率的 1 倍以上。

(2) 生产要素的国内外流量。生产要素主要指资金、技术和劳动力。生产要素流量与全球化水平一般呈正相关关系。一国生产要素的流量越大,说明其经济全球化水平越高。

(3) 企业国际化程度。企业国际化程度指标包括:跨国经营企业的数目、规模以及经

营活动的领域和所处国际分工的地位等。很显然,一国跨国经营的企业数目越多,产业结构和组织结构越合理,生产经营越符合国际规范,经济全球化程度就越高。

(4) 有效保护率。有效保护率是由保护政策和贸易保护措施(如进口数量限制、配额管理、外汇管制和关税补贴等)综合作用的结果,它反映国内经济运行与国际经济活动在何种程度上进行连接。

公司从事国际经营活动的方法很多,最常见的有:国际贸易、许可经营、特许专营、合资企业、收购现有企业、建立新的境外子公司等。下文分别介绍每一种方法,并对其风险和收益特性进行分析。

一、国际贸易

国际贸易是最传统的实现经济全球化的路径。公司可以通过出口或是以低价获得原材料的进口渠道进入外国市场,而且这种方法的风险最小,因为公司不存在任何资本风险。如果公司的出口额或进口额下降,它通常可以以较低的成本减少或中止这部分的经营。很多大型的美国跨国公司,包括波音、杜邦、通用电气和 IBM,他们每年的出口收入超过 40 亿美元。另外,全美出口价值中超过 20% 的份额则是由小公司提供的。

根据世界贸易组织(WTO)2007 年 4 月 12 日发表的全球贸易报告,2006 年全球商品进出口额排名前 10 位的如表 1.2 所示。

表 1.2 全球十大商品进出口国家						单位:万亿美元	
序号	国 家	出口额	序号	国 家	进口额		
1	德国	1.112	1	美国	1.92		
2	美国	1.037	2	德国	0.910		
3	中国	0.969	3	中国	0.792		
4	日本	0.647	4	英国	0.601		
5	法国	0.490	5	日本	0.577		
6	荷兰	0.462	6	法国	0.533		
7	英国	0.443	7	意大利	0.436		
8	意大利	0.410	8	荷兰	0.416		
9	加拿大	0.388	9	加拿大	0.357		
10	比利时	0.372	10	比利时	0.356		

资料来源:作者根据 WTO 报告整理。

二、特许经营

国际特许经营协会(international franchise association, IFA)对特许经营的定义是:特许经营是特许人与受许人之间的一种契约关系。根据契约,特许人向受许人提供一种