



北京市高等教育精品教材立项项目



# 涉外企业管理教程

A Course in Foreign  
Business Management

张晓华 编著



电子工业出版社

PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY

<http://www.phei.com.cn>

北京市高等教育精品教材立项项目

# 涉外企业管理教程

A Course in Foreign Business Management

张晓华 编著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京 • BEIJING

## 内 容 简 介

本书主要介绍了中国吸收外商投资的基本知识, 政府对外商投资企业管理的基本政策规定, 外商投资企业进入中国市场的基本情况。重点分析了外商直接投资对中国经济发展的影响, 中国今后吸收外商投资的政策方向, 跨国公司在华经营管理战略的最新变化。同时, 也简要介绍了中国内资企业“走出去”的情况, 以及内资企业在海外的对外承包工程、对外劳务合作的情况和对未来发展方向的展望。

本书既适合作为高等学校管理类及相关专业研究生、本科生和大专生的教材, 也适合于政府机关和企事业单位作为涉外企业管理知识的培训教材, 同时对于有兴趣致力于涉外企业管理的人员也不失为一本较好的读物。

未经许可, 不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有, 侵权必究。

## 图书在版编目(CIP)数据

涉外企业管理教程 / 张晓华编著. —北京: 电子工业出版社, 2006.1

北京市高等教育精品教材立项项目

ISBN 7-121-02187-0

I. 涉… II. 张… III. 外向型经济—企业管理—中国—高等学校—教材 IV. F279.246

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 158467 号

责任编辑: 刘宪兰 特约编辑: 叶皓彤

印 刷: 北京智力达印刷有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

经 销: 各地新华书店

开 本: 787×960 1/16 印张: 14.25 字数: 267 千字

印 次: 2006 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 5 000 册 定价: 23.00 元

凡购买电子工业出版社的图书, 如有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系。联系电话: (010) 68279077。质量投诉请发邮件至 [zlts@phei.com.cn](mailto:zlts@phei.com.cn), 盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。



## 前 言

谈论今日中国经济的发展离不开改革开放,离不开利用外资和中国企业赴海外投资。从麦当劳到摩托罗拉,从中航油的折戟到中海油的海外收购,“引进来”和“走出去”已经成为我国坚定不移地对外发展的战略。在经济全球化发展的今天,中国参与国际分工的程度将不断加深,涉外企业必将成为中国企业的普遍方式。

涉外企业已成为我们社会生活的重要组成部分。改革开放 27 年来,外商已在华设立 50 多万家企业,全球 500 强已有 450 家进入中国市场,累计实际吸收外商直接投资 6000 亿美元。目前城镇就业人口的 10%,全国税收总额的 21%,全国出口总值的 57.07%,全国工业增加值的 27.8%都来自外商投资企业。到 2004 年底,中国累计对外直接投资近 370 亿美元,扩展到 160 多个国家和地区,在境外兴办企业达 8 000 多家。

现在,我们无论是研究经济问题还是寻找就业工作岗位都要与涉外企业打交道。中国吸收外商投资的基本方式,政策变动方向,加入 WTO 后跨国企业进入各个领域的实际情况,跨国企业如何进入中国及其变动趋势,中国对跨国企业的管理及其政策,跨国企业的经营模式、发展战略及用人策略,中国企业在海外的经营发展和趋势等方面的情况,这些都是当前经济理论和社会实践的重要内容。这些问题,不仅对国内的企业有意义,而且对当代青年群体特别是大学生们,也是迫切需要了解和普遍关注的现实问题。本书对这些问题做了系统的阐述,以便对涉外企业一目了然,使大家更加理性地认知和对待涉外企业。

编著者

2005 年 12 月



# 目 录

|          |     |
|----------|-----|
| 引言 ..... | (1) |
|----------|-----|

## 上篇 关于外资的基本知识与政府管理

|                        |      |
|------------------------|------|
| 第1章 外商直接投资基本知识 .....   | (5)  |
| 1.1 外商直接投资基本形式 .....   | (6)  |
| 1.1.1 中外合资经营企业 .....   | (6)  |
| 【案例】 北京航空食品有限公司 .....  | (6)  |
| 1.1.2 中外合作经营企业 .....   | (8)  |
| 1.1.3 外商独资经营企业 .....   | (8)  |
| 1.1.4 合作开发 .....       | (8)  |
| 1.1.5 新的投资方式 .....     | (9)  |
| 【案例】 广西来宾电厂 .....      | (9)  |
| 1.2 外商投资企业设立程序 .....   | (11) |
| 1.2.1 设立企业的项目核准 .....  | (11) |
| 1.2.2 申请企业名称登记 .....   | (12) |
| 1.2.3 审批合同、章程 .....    | (12) |
| 1.2.4 工商登记 .....       | (12) |
| 1.2.5 办理其他相关手续 .....   | (13) |
| 1.2.6 经营期限及企业终止 .....  | (13) |
| 1.2.7 审批权限 .....       | (14) |
| 1.2.8 劳动管理 .....       | (14) |
| 1.3 中国吸收外资的基本政策 .....  | (15) |
| 1.3.1 产业政策 .....       | (15) |
| 1.3.2 地区政策 .....       | (16) |
| 1.3.3 税收政策 .....       | (18) |
| 1.3.4 外汇政策 .....       | (21) |
| 1.3.5 土地使用权的有偿获得 ..... | (22) |
| 1.3.6 投资促进 .....       | (23) |

|                                                                          |             |
|--------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1.3.7 吸收外商投资的政策走向 .....                                                  | (23)        |
| 1.4 外商投资的法律 .....                                                        | (28)        |
| 1.4.1 外商投资的法律框架 .....                                                    | (28)        |
| 1.4.2 入世后中国对外商投资法规的修改 .....                                              | (28)        |
| <b>第2章 外商直接投资对中国经济发展的影响 .....</b>                                        | <b>(35)</b> |
| 2.1 外商投资概况 .....                                                         | (36)        |
| 2.1.1 入世使中国的市场开放进一步扩大 .....                                              | (36)        |
| 2.1.2 外商来华投资的速度明显加快 .....                                                | (36)        |
| 2.1.3 外商投资项目技术含量显著提高 .....                                               | (37)        |
| 2.1.4 外商投资正在逐渐形成产业配套群 .....                                              | (38)        |
| 2.1.5 服务业成为外商新的投资热点 .....                                                | (38)        |
| 2.1.6 外商对西部地区显示了较高的投资热情 .....                                            | (38)        |
| 2.1.7 开发区成为外商投资的新增长点 .....                                               | (39)        |
| 2.2 外商直接投资分方式简况 .....                                                    | (39)        |
| 2.3 外商直接投资分领域简况 .....                                                    | (40)        |
| 2.4 东、中、西部吸收外商直接投资的情况 .....                                              | (41)        |
| 2.5 对中国内地投资的主要国家和地区的概况 .....                                             | (41)        |
| 2.6 外商投资企业的主要经济指标 .....                                                  | (43)        |
| <b>第3章 外商投资进入领域管理 .....</b>                                              | <b>(45)</b> |
| 3.1 法律服务 .....                                                           | (46)        |
| 3.1.1 中国入世对法律服务开放的具体承诺 .....                                             | (46)        |
| 3.1.2 目前法律服务对外开放的法规 .....                                                | (46)        |
| 3.1.3 外国律师事务所可以在中国设立办事处 .....                                            | (47)        |
| 3.1.4 法律服务对外开放的现状 .....                                                  | (47)        |
| 3.2 会计服务 .....                                                           | (48)        |
| 3.2.1 中国入世对会计服务开放的具体承诺 .....                                             | (48)        |
| 3.2.2 中国政府允许外商投资会计业采取的形式 .....                                           | (48)        |
| 3.2.3 外商投资会计服务业的状况 .....                                                 | (48)        |
| 3.3 建筑设计服务、工程服务、集中工程服务、城市规划和风景园林设计服务 .....                               | (49)        |
| 3.3.1 中国入世对建筑设计服务、工程服务、集中工程服务、城市规划和<br>风景园林设计服务(城市总体规划服务除外)开放的具体承诺 ..... | (49)        |
| 3.3.2 外商投资工程设计法律规定 .....                                                 | (49)        |

|                                  |      |
|----------------------------------|------|
| 3.3.3 工程设计业外商投资的状况 .....         | (50) |
| 3.4 医疗服务 .....                   | (50) |
| 3.4.1 中国入世对医疗服务开放的具体承诺 .....     | (50) |
| 3.4.2 外商投资医院的法律规定 .....          | (50) |
| 3.4.3 医院外商投资现状 .....             | (51) |
| 3.5 房地产服务 .....                  | (51) |
| 3.5.1 中国入世对房地产服务开放的具体承诺 .....    | (51) |
| 3.5.2 房地产服务业外商投资的状况 .....        | (52) |
| 3.6 广告服务 .....                   | (52) |
| 3.6.1 中国入世对广告服务开放的具体承诺 .....     | (52) |
| 3.6.2 外商投资广告业法律的规定 .....         | (52) |
| 3.6.3 广告业中外商投资的现状 .....          | (53) |
| 3.7 管理咨询服务 .....                 | (53) |
| 3.7.1 中国入世对管理咨询服务的对外承诺 .....     | (53) |
| 3.7.2 管理咨询服务业外商投资的状况 .....       | (53) |
| 3.8 会议服务和展览服务 .....              | (53) |
| 3.8.1 中国入世对会议服务和展览服务的对外承诺 .....  | (53) |
| 3.8.2 会议服务和展览服务业外商投资的状况 .....    | (54) |
| 3.9 通信服务 .....                   | (54) |
| 3.9.1 中国入世对通信服务的对外承诺 .....       | (54) |
| 3.9.2 外商投资电信业的法律规定 .....         | (55) |
| 3.9.3 通信服务业外商投资的状况 .....         | (56) |
| 3.10 录像分销服务和电影院服务 .....          | (57) |
| 3.10.1 中国入世对电影院服务的对外承诺 .....     | (57) |
| 3.10.2 外商投资电影院的法律规定 .....        | (57) |
| 3.10.3 电影院外商投资的状况 .....          | (58) |
| 3.11 录像分销服务 .....                | (58) |
| 3.11.1 中国入世对录像分销服务的对外承诺 .....    | (58) |
| 3.11.2 对外商投资音像制品的法律规定 .....      | (58) |
| 3.12 建筑及相关工程服务 .....             | (59) |
| 3.12.1 中国入世对建筑及相关工程服务的对外承诺 ..... | (59) |
| 3.12.2 对外商投资建筑业的法律规定 .....       | (59) |

|                                           |      |
|-------------------------------------------|------|
| 3.12.3 建筑及相关工程服务外商投资的状况 .....             | (60) |
| 3.13 分销服务业 .....                          | (61) |
| 3.13.1 中国入世对分销服务业的对外承诺 .....              | (61) |
| 3.13.2 外商投资商业的法律规定 .....                  | (62) |
| 3.13.3 分销服务业外商投资的状况 .....                 | (63) |
| 3.14 保险业 .....                            | (63) |
| 3.14.1 中国入世对保险业开放的具体承诺 .....              | (63) |
| 3.14.2 法律规定 .....                         | (64) |
| 3.14.3 保险业外商投资的状况 .....                   | (65) |
| 3.15 银行及其他金融服务 .....                      | (66) |
| 3.15.1 中国入世对银行及其他金融服务的对外承诺 .....          | (66) |
| 3.15.2 法律规定 .....                         | (66) |
| 3.15.3 外资金融机构外商投资的状况 .....                | (68) |
| 3.16 旅游和与旅游相关的服务 .....                    | (68) |
| 3.16.1 中国入世对旅游和与旅游相关的服务对外开放的具体承诺 .....    | (68) |
| 3.16.2 外商投资旅行社的法律规定 .....                 | (69) |
| 3.16.3 外商投资旅行社的现状 .....                   | (70) |
| 3.17 海运服务 .....                           | (70) |
| 3.17.1 中国入世对海运服务对外开放的具体承诺 .....           | (70) |
| 3.17.2 法律规定 .....                         | (70) |
| 3.17.3 海运服务外商投资的状况 .....                  | (71) |
| 3.18 道路运输服务 .....                         | (71) |
| 3.18.1 中国入世对道路运输服务对外开放的具体承诺 .....         | (71) |
| 3.18.2 道路运输业对外开放的法律规定 .....               | (71) |
| 3.18.3 道路运输业外商投资的现状 .....                 | (72) |
| 3.19 国际货物运输代理服务 .....                     | (73) |
| 3.19.1 中国入世对国际货物运输代理服务对外开放的具体承诺 .....     | (73) |
| 3.19.2 外商投资货运代理的法律规定 .....                | (73) |
| 3.19.3 外商投资国际货物运输代理的状况 .....              | (74) |
| 3.20 图书、报纸、期刊等的出版和分销服务 .....              | (74) |
| 3.20.1 加入 WTO 对图书、报纸、期刊等的出版和分销的对外承诺 ..... | (74) |
| 3.20.2 外商投资图书、报纸、期刊等的出版和分销业的法律规定 .....    | (75) |

|                              |      |
|------------------------------|------|
| 3.21 印刷业 .....               | (77) |
| 3.21.1 外商投资印刷业的法律规定 .....    | (77) |
| 3.21.2 外商投资印刷业的现状 .....      | (78) |
| 3.22 城市规划服务 .....            | (78) |
| 3.23 民用航空业 .....             | (79) |
| 3.23.1 外商投资民用航空业的法律规定 .....  | (79) |
| 3.23.2 目前民用航空业对外开放的状况 .....  | (80) |
| 3.24 境外机构境内证券投资者制度 .....     | (80) |
| 3.25 商业特许经营 .....            | (82) |
| 3.26 外商投资租赁业 .....           | (83) |
| 3.26.1 租赁业在 WTO 中对外的承诺 ..... | (83) |
| 3.26.2 对外商投资于租赁业的法律规定 .....  | (83) |
| 3.26.3 租赁业外商投资的情况 .....      | (84) |

## 中篇 跨国公司在 中国

|                                |             |
|--------------------------------|-------------|
| <b>第 4 章 本地化经营战略与管理 .....</b>  | <b>(89)</b> |
| 4.1 由被动的国产化到主动的本地化 .....       | (90)        |
| 4.1.1 以往对国产化的被动实施 .....        | (90)        |
| 4.1.2 以往实施国产化的矛盾 .....         | (90)        |
| 4.1.3 主动的本地化 .....             | (91)        |
| 4.2 跨国公司在华本地化战略的策略 .....       | (91)        |
| 4.2.1 人员本地化 .....              | (91)        |
| 4.2.2 生产本地化 .....              | (92)        |
| 4.2.3 技术开发本地化 .....            | (93)        |
| 4.2.4 管理本地化 .....              | (93)        |
| 4.2.5 产品本地化 .....              | (93)        |
| 4.2.6 品牌本地化 .....              | (94)        |
| 4.2.7 采购本地化 .....              | (94)        |
| 4.3 跨国公司本地化战略与国际化结合带来的挑战 ..... | (94)        |
| 4.3.1 对汽车、移动通信设备产业的挑战 .....    | (94)        |
| 4.3.2 对进口限制的挑战 .....           | (95)        |
| 4.3.3 对政府管理的挑战 .....           | (95)        |

|            |                                 |              |
|------------|---------------------------------|--------------|
| 4.4        | 正确引导跨国公司本地化战略的应对措施 .....        | (95)         |
| 4.4.1      | 为跨国公司实施本地化经营营造宽松的环境 .....       | (95)         |
| 4.4.2      | 变硬性限制实施国产化为主导引导跨国公司本地化 .....    | (95)         |
| 4.4.3      | 利用跨国公司进入中国所带来的机会加快内资企业的发展 ..... | (96)         |
|            | 【案例】 百事公司在中国 .....              | (96)         |
| 4.5        | 点评 .....                        | (103)        |
| <b>第5章</b> | <b>营销战略与管理 .....</b>            | <b>(105)</b> |
| 5.1        | 以全球营销为核心逐渐将中国纳入其销售体系 .....      | (106)        |
| 5.2        | 重点进行品牌营销, 强化母公司品牌 .....         | (107)        |
| 5.3        | 强化营销本地化, 大力开展促销活动 .....         | (108)        |
| 5.4        | 注重长期回报的市场进入战略 .....             | (108)        |
| 5.5        | 与中方合作者合作发展共生营销 .....            | (109)        |
| 5.6        | 用并购来吃掉中方竞争对手 .....              | (109)        |
| 5.7        | 注重供应链管理 .....                   | (110)        |
| 5.8        | 缺少社会责任的营销 .....                 | (110)        |
| 5.9        | 不断进行营销理念创新 .....                | (110)        |
| 5.10       | 大力借助网络等现代营销手段 .....             | (111)        |
|            | 【案例】 宝洁公司在中国 .....              | (111)        |
| 5.11       | 点评 .....                        | (114)        |
| <b>第6章</b> | <b>企业文化与管理 .....</b>            | <b>(117)</b> |
| 6.1        | 将企业文化建设放在重要战略地位 .....           | (118)        |
| 6.2        | 建立新的价值取向 .....                  | (118)        |
| 6.3        | 针对不同文化背景采取不同的策略 .....           | (119)        |
| 6.4        | 充分利用人脉关系进行不同文化的融合 .....         | (119)        |
| 6.5        | 通过文化本地化策略树立“本地企业”的形象 .....      | (120)        |
| 6.6        | 加强跨文化培训进行文化渗透 .....             | (120)        |
| 6.7        | 注重语言培训 .....                    | (121)        |
|            | 【案例】 西安杨森——文化是魂 .....           | (121)        |
| 6.8        | 点评 .....                        | (125)        |
| <b>第7章</b> | <b>人力资源战略与管理 .....</b>          | <b>(127)</b> |
| 7.1        | 将人力资源管理作为企业发展战略的重要内容 .....      | (128)        |
| 7.2        | 加强人力资源部门的配备和管理 .....            | (128)        |

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| 7.3 吸纳最优秀的人才 .....              | (128) |
| 7.4 重视海外人员的选派 .....             | (129) |
| 7.5 建立完备的人才培训机制 .....           | (129) |
| 7.6 人力资源考核重视员工的个人发展 .....       | (129) |
| 7.7 不断推进人才本地化战略 .....           | (130) |
| 【案例】 诺基亚在华的人力资源管理 .....         | (131) |
| 7.8 点评 .....                    | (133) |
| <b>第8章 竞争战略与管理</b> .....        | (135) |
| 8.1 逐渐进入市场不断加大投资 .....          | (136) |
| 8.2 注重提高核心竞争力 .....             | (136) |
| 8.3 加强在华技术投入战略 .....            | (137) |
| 8.4 扩大在中国的采购以形成国际生产网络 .....     | (137) |
| 8.5 全面实施本地化战略 .....             | (138) |
| 8.6 独资化趋势加快 .....               | (138) |
| 8.7 设立地区总部 .....                | (139) |
| 8.8 加速公司内部改革扩大服务外包 .....        | (139) |
| 8.9 扩大产业配套 .....                | (139) |
| 8.10 加大并购重组步伐发展战略联盟 .....       | (140) |
| 8.11 充分运用价格转移战略 .....           | (140) |
| 【案例】 沃尔玛在中国 .....               | (140) |
| 【案例】 飞利浦在中国 .....               | (142) |
| 8.12 点评 .....                   | (144) |
| <b>第9章 研发战略与管理</b> .....        | (145) |
| 9.1 跨国公司加速在中国设立研发中心 .....       | (146) |
| 9.2 充分利用现代通信手段从事研发活动 .....      | (147) |
| 9.3 研发费用投入力度明显加大 .....          | (147) |
| 9.4 研发的内部化 .....                | (147) |
| 9.5 跨国公司通过研发争夺人才 .....          | (148) |
| 9.6 研发中心的技术成果显著, 基础研究力度加大 ..... | (148) |
| 【案例】 摩托罗拉公司研发中心 .....           | (149) |
| 9.7 点评 .....                    | (154) |

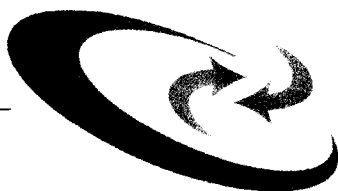
|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| <b>第 10 章 品牌战略与管理</b> ..... | (155) |
| 10.1 高度重视品牌战略 .....         | (156) |
| 10.2 跨国公司在华始终坚持自己的品牌 .....  | (156) |
| 10.3 利用各种方式打压本地品牌 .....     | (156) |
| 10.4 创新以满足当地的品牌 .....       | (157) |
| 10.5 全面推进品牌战略 .....         | (157) |
| 10.6 加速推出新的品牌 .....         | (158) |
| 10.7 加强对品牌的保护 .....         | (158) |
| 【案例】 柯达公司 .....             | (159) |
| 10.8 点评 .....               | (163) |

## 下篇 内资企业在海外

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| <b>第 11 章 内资企业在海外的发展概况</b> ..... | (167) |
| 11.1 境外企业发展概述 .....              | (168) |
| 11.2 主要特征 .....                  | (169) |
| 11.2.1 区位分布集中在中国的港澳地区 .....      | (169) |
| 11.2.2 行业分布较广 .....              | (169) |
| 11.2.3 层次提高 .....                | (169) |
| 11.2.4 投资主体多元化 .....             | (170) |
| 11.2.5 作用增强 .....                | (170) |
| 11.3 境外投资管理 .....                | (170) |
| 11.3.1 境外投资核准机关 .....            | (171) |
| 11.3.2 境外投资核准程序 .....            | (172) |
| 11.3.3 进一步完善境外投资的促进体系 .....      | (173) |
| 11.3.4 进一步完善境外投资的服务体系 .....      | (173) |
| 11.3.5 加强对境外投资的管理 .....          | (174) |
| 11.4 中国境外企业存在的主要问题 .....         | (175) |
| 11.4.1 规模较小 .....                | (175) |
| 11.4.2 立法滞后的问题日益突出 .....         | (175) |
| 11.4.3 “走出去”的支持体系尚有待完善 .....     | (175) |
| 11.4.4 “走出去”的监管体系还不健全 .....      | (175) |
| 11.5 今后的发展方向 .....               | (176) |

|               |                                  |              |
|---------------|----------------------------------|--------------|
| 11.6          | 扩大“走出去”的措施 .....                 | (177)        |
|               | 【案例】 海尔集团的国际化发展 .....            | (179)        |
|               | 【案例】 中航油：跨国经营教训惨痛 .....          | (182)        |
| <b>第 12 章</b> | <b>对外承包工程 .....</b>              | <b>(185)</b> |
| 12.1          | 对外承包工程概况 .....                   | (186)        |
| 12.1.1        | 发展速度加快 .....                     | (186)        |
| 12.1.2        | 对外承包工程企业不断壮大 .....               | (186)        |
| 12.1.3        | 对外承包工程领域不断拓宽 .....               | (187)        |
| 12.1.4        | 市场不断扩大 .....                     | (187)        |
| 12.1.5        | 大型项目和工业项目日益增多 .....              | (188)        |
| 12.1.6        | 承包方式多样化 .....                    | (188)        |
| 12.2          | 中国在承包工程中的问题 .....                | (188)        |
| 12.2.1        | 国际化程度低，整体规模不大，在国民经济中的作用有限 .....  | (189)        |
| 12.2.2        | 资金短缺，融资能力不足 .....                | (189)        |
| 12.2.3        | 面临市场准入障碍和技术壁垒 .....              | (189)        |
| 12.2.4        | 企业自身能力亟待提高 .....                 | (190)        |
| 12.2.5        | 恶性竞争严重，经营秩序混乱 .....              | (190)        |
| 12.2.6        | 安全和风险问题日益突出 .....                | (191)        |
| 12.3          | 今后应采取的措施 .....                   | (191)        |
| 12.3.1        | 加快企业的自身建设 .....                  | (191)        |
| 12.3.2        | 不断探索新的经营方式 .....                 | (192)        |
| 12.3.3        | 强化融资能力 .....                     | (192)        |
| 12.3.4        | 加强企业的分工合作 .....                  | (193)        |
| 12.3.5        | 进一步发挥政府对外经济合作和对国际承包工程的带动作用 ..... | (193)        |
| 12.3.6        | 提高企业的国际竞争力 .....                 | (194)        |
| 12.3.7        | 充分发挥行业商会的作用 .....                | (194)        |
| 12.3.8        | 合理调整市场布局 .....                   | (195)        |
|               | 【案例】 中国葛洲坝水利水电工程集团公司 .....       | (195)        |
| <b>第 13 章</b> | <b>对外劳务合作 .....</b>              | <b>(199)</b> |
| 13.1          | 基本情况 .....                       | (200)        |
| 13.1.1        | 总量保持稳步增长 .....                   | (200)        |
| 13.1.2        | 以普通劳务大军为主 .....                  | (200)        |

|        |                       |       |
|--------|-----------------------|-------|
| 13.1.3 | 以亚洲市场为主·····          | (201) |
| 13.1.4 | 行业分布集中·····           | (201) |
| 13.1.5 | 经营主体迅速增加·····         | (201) |
| 13.2   | 存在问题·····             | (201) |
| 13.2.1 | 立法滞后、多头管理和政令不一·····   | (201) |
| 13.2.2 | 服务体系不健全·····          | (202) |
| 13.2.3 | 人员的文化素质较低·····        | (202) |
| 13.2.4 | 企业整体竞争力不强·····        | (202) |
| 13.2.5 | 海外劳务市场关卡重重·····       | (203) |
| 13.3   | 今后发展的方向·····          | (203) |
|        | 【案例】 中建国际劳务公司 ·····   | (205) |
|        | 【案例】 中远对外劳务合作公司 ····· | (206) |
|        | 主要参考文献 ·····          | (209) |



## 引 言

涉外企业包括两个内容：一是外商投资企业在中国，二是内资企业在海外。关于外商投资企业（简称外企）怎样进入中国，中国政府又是如何实施对外商投资企业的管理，外企的经营模式、发展战略及用人策略等；内资企业在海外的经营情况与发展趋势，政府如何管理、政策怎样等，这些都是当代大学生及相关管理人员迫切地需要了解和关注的现实问题。在学习专业知识及从事企业管理实务的同时，进一步了解中国“走出去、引进来”的发展战略，了解未来社会对人才综合素质的要求及发展趋势，具有重要的现实意义。

对于内资企业而言，近距离地关注这些情况可以了解外商投资企业的经营运作的经验，有利于本土企业提高管理水平，有利于中国企业进入国际市场，提高国际竞争力。





# 上篇

## 关于外资的基本知识 与政府管理

从 1980 年外商在北京设立第一批中外合营企业起，外商在华投资的方式不断变化，发展速度惊人。在中国市场上，可以看到世界各国直接投资的各种方式。经过 20 多年的总结和积累，中国政府形成了从投资、设立到日常管理的一整套行之有效的、适合中国国情的对外商投资、对涉外企业管理的政策和法律法规。按照中国加入 WTO（世界贸易组织，简称世贸组织）市场准入的承诺，外商在金融、电信、分销等服务贸易领域的投资，正在不断扩大和深化。研究涉及企业管理，熟悉和了解世界规则与术语，熟悉和了解中国加入世贸组织关于市场准入的承诺，应是学习本课程的基本前提和需要。