



工商管理系列教材

国际商务

GUOJISHANGWU

吴晓荧 编著

华文出版社

国际商务

吴晓荧 编著

华文出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务/吴晓荧编著. —北京: 华文出版社, 2004. 4
ISBN 7 - 5075 - 1688 - 1

I. 国… II. 吴… III. 国际贸易 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2004) 第 031593 号

华文出版社

(邮编: 100800 北京市西城区府右街 135 号)

网址: <http://www.hwchs.com>

电子信箱: webmaster@hwchs.com

总编室: (010) 83086663 编辑部: (010) 83085707

发行部: (010) 66531801 (010) 66167834

新华书店总经销

东兴有限责任公司印刷

850 × 1168 32 开本* 10.5 印张 230 千字

2004 年 5 月第 1 版 2004 年 5 月第 1 次印刷

印数: 1 - 5000 册

定价: 17.00 元

工商管理系列教材编委会

主 任 王树林

副主任 朱晓青 曾宪植

成 员 （按姓氏笔画为序）

王 昊 王虎成 王 梅 王嘉武

刘治兰 刘思尚 吴晓荧 孙玉秀

余存龙 李静江 金国利 张隆华

郭 榛 钟 勇 贺 艳 高小辉

薛文平

序

为适应综合类大学和成人教育工商管理专业教学以及本专业人员工作实践的需要，我们编写了这套工商管理系列教材。

我们设定工商管理专业的培养目标，是培养德才兼备、视野开阔、勇于开拓创新、适应工商企业和经济管理部门需要的务实型、综合型管理人才。根据这一培养目标，我们在这套教材的编写过程中遵循以下原则：

第一，安排上注意“宽、新、实”结合。“宽”，即尽量扩大知识面，使学员开阔视野，在掌握较广泛知识的基础上，提高分析问题、解决问题的能力；“新”，即尽量介绍国内外企业经营管理的动向、新做法、新经验，突出创新和时代特色；“实”，即强调理论联系实际，理论上的阐述尽可能简明、扼要，重视案例分析与实证分析。工商管理教材和传统企业经营教材的一个重要区别在于：它注重案例分析。我们在这套教材编写中力求体现这一特点。

第二，在体系上注意系统性。一方面，各门课程之间内容的衔接力求紧密，内在逻辑关系清楚；另一方面，尽可能减少相关课程之间在内容上的交叉、重叠。

第三，在深度的把握上注意难易适度。我们的教学培养的对象是本科学历的学员，因此这套教材编写的深度，是按照这一培养对象的实际水平和目标把握的。

由于时间仓促和我们的水平有限，这套教材肯定还存在不足之处，错误也在所难免，恳请读者批评指正。

工商管理系列教材编委会

2004年2月

目 录

第一章 导论	(1)
第一节 国际商务概述	(1)
一、国际商务的概念与种类	(1)
二、国际商务活动的基本特征	(2)
三、经济全球化的三大纽带	(10)
第二节 企业国际化发展过程	(13)
一、对外贸易阶段	(13)
二、市场渗透阶段	(14)
三、跨国经营阶段	(15)
第三节 国际商务研究的内容及本书架构	(16)
一、国际商务研究的内容	(16)
二、国际商务研究的结构架构	(17)
【案例】	(18)
第二章 国际商务理论基础	(28)
第一节 基本概念	(28)
一、国际贸易	(28)
二、贸易差额	(29)
三、贸易壁垒	(29)
四、国际贸易条件	(31)
第二节 国际贸易理论与政策	(33)
一、国际贸易理论	(33)

二、国际贸易政策	(40)
第三节 对外直接投资理论与政策	(47)
一、对外直接投资理论	(47)
二、对外直接投资政策	(55)
【案例】	(59)
第三章 国际商务环境分析	(66)
第一节 国际商务环境中的政治环境	(67)
一、政治环境的稳定性	(67)
二、政治风险类型	(68)
三、国有化风险	(69)
第二节 国际商务活动中的经济环境	(71)
一、经济制度	(71)
二、经济结构类型及其发展水平	(72)
三、经济要素	(74)
四、经济变动的阶段性考虑	(81)
第三节 国际商务环境中的法律环境	(82)
一、法律体系	(83)
二、国际商法	(84)
三、国际商务涉及的法律内容	(86)
第四节 国际商务环境中的社会文化环境	(87)
一、社会文化环境的相关因素	(88)
二、跨国经营者对外国文化的理解与融合	(96)
【案例】	(99)
第四章 市场进入战略	(104)
第一节 目标市场选择	(104)
一、国际市场调研	(104)
二、目标市场的筛选	(109)

第二节 进入方式种类	(115)
一、出口进入	(115)
二、契约式进入	(117)
三、直接投资进入	(123)
第三节 进入方式选择	(129)
一、企业外部因素	(130)
二、企业内部因素	(132)
三、进入方式基本特征	(135)
【案例】	(137)
第五章 出口贸易	(144)
第一节 出口贸易方式与渠道	(144)
一、间接出口	(144)
二、直接出口	(146)
第二节 产品策略	(149)
一、出口产品的适应策略	(150)
二、出口产品的以质取胜策略	(152)
三、出口产品的品牌、商标策略	(153)
四、国际新产品开发策略	(155)
第三节 分销渠道策略	(156)
一、国际分销渠道的结构	(156)
二、国际分销渠道的选择	(157)
三、国际分销渠道长度决策	(158)
四、国际分销渠道宽度决策	(160)
五、国际分销渠道的管理和控制	(161)
第四节 定价策略	(163)
一、国际定价的影响因素	(164)
二、国际定价的方法与策略	(165)

三、汇率变动时的国际定价	(168)
四、通货膨胀时的国际定价	(168)
第五节 促销策略	(169)
一、人员促销	(170)
二、国际广告策略	(171)
三、公共关系	(175)
四、营业推广	(176)
第六节 服务策略	(177)
【案例】	(180)
第六章 跨国直接投资	(183)
第一节 跨国直接投资的动因和基本特征	(184)
一、跨国直接投资的动因	(184)
二、跨国直接投资的基本特征	(186)
第二节 几种主要投资形式的优缺点分析	(187)
一、企业的创建与购并	(188)
二、合资经营与独资经营	(190)
第三节 我国跨国直接投资发展战略	(193)
一、目标模式选择	(193)
二、投资区域选择	(195)
三、投资主体选择	(198)
第四节 我国跨国直接投资运筹策略	(201)
一、投资策略	(201)
二、融资策略	(204)
【案例】	(207)
第七章 国际商务中的外汇风险管理	(214)
第一节 国际商务与国际金融	(214)
一、国际商务与国际金融的交融发展	(214)

二、西方国家国际商务融资体系的形成与发展	… (215)
三、我国国际商务融资体系的演变	… (216)
第二节 外汇风险种类及产生外汇风险的因素	… (217)
一、外汇风险种类	… (218)
二、导致外汇风险产生的因素	… (224)
第三节 外汇风险的防范与管理	… (227)
一、交易风险的防范与管理	… (227)
二、经济风险的防范与管理	… (239)
【案例】	… (243)
第八章 国际商务中的财务管理	… (246)
第一节 融资管理	… (246)
一、融资资金来源	… (247)
二、国际融资决策	… (249)
三、国际融资技术	… (253)
第二节 运营资本管理及税收筹划	… (273)
一、现金流量管理	… (274)
二、资金转移策略	… (275)
三、多边净值结算	… (279)
第三节 资本支出管理	… (281)
一、净现值法简介	… (281)
二、净现值法在国际企业财务分析中应考虑的问题	… (282)
【案例】	… (284)
第九章 国际人力资源管理	… (287)
第一节 国际人力资源的招募策略	… (287)
一、跨国公司管理人员的配备	… (287)
二、影响管理人员配备的主要因素	… (291)

三、驻外失败原因及成本分析	(293)
第二节 驻外管理人员的选拔与培训	(295)
一、驻外管理人员的选拔	(296)
二、驻外管理人员的培训	(303)
第三节 驻外管理人员的管理与控制	(307)
一、驻外管理人员的绩效考核	(307)
二、驻外管理人员的薪酬管理	(310)
三、驻外管理人员的回国安排	(312)
【案例】	(317)
后 记	(321)
参考书目	(322)

第一章 导论

第一节 国际商务概述

一、国际商务的概念与种类

(一) 国际贸易的概念

国际商务，简单地说就是国与国之间的商务活动。这种活动同时具备两个特点：第一，它是一种超越国界的、涉及两个或更多国家的活动；第二，它是一种经济活动，是企业以经济利益为目标，在国与国之间实现商品、劳务、技术、资本等经济资源转移的经济活动。与国内商务相比，国际商务活动在范围和程度上都存在着较大的差异，因此国际商务活动有其自己的特殊规律。

(二) 国际商务活动的类型

1. 商品的进出口

商品的进出口，包括有形商品和无形商品的进出口。这是国际商务活动中最简单的一种方式，也往往是企业跨出国门走向世界的第一步。在进行国际商务活动的最初阶段，采取商品

进出口方式的主要目的是将剩余的生产能力输出到国外，占领国外市场，而不是对外直接投资，因此可以降低企业资源上的风险，减少不必要的费用开支。而其中的无形商品即服务，目前在各国经济增长中占有重要地位，因而也是国际商务活动的重要形式之一。

2. 间接投资

间接投资，又称为有价证券投资，是指在国际证券市场上通过发行和买卖债券、股票及其他证券而进行的投资。间接投资的目的是要获得预期的股息与红利，而不直接参与企业的经营管理。

3. 直接投资

直接投资，是为了取得企业经营的控制权，而提供贷款或购买其股权的资本流动形式。直接投资的核心不是单纯的货币资本流动，而是资本、技术和经营知识的总体转移。由于从事跨国经营的企业在经营管理上不可确定的因素较多、风险较大，企业在直接投资的具体形式上常常采用合资经营，以减少经营上的风险。

4. 跨国公司

跨国公司，是从事国际生产与经营的一种十分重要的经营形式和组织形态，涉及到各种类型的国际生产与经营形式，既可有国际贸易的经营形式，又可有技术转移的经营形式或直接投资的经营形式。

二、国际商务活动的基本特征

这里，国际商务活动的基本特征是相对于国内商务活动而言的，主要包括以下几个方面。

(一) 环境更加复杂多变

国际商务活动涉及不同的主权国家，所以与国内商务活动相比，企业面临的是政治、经济、法律、文化等差别各异、更加复杂、多元的经营环境。这是因为：

第一，由于各国政体和国体存在着差异，使得国际商务活动面临着不同的政治制度和不同的法律环境。这就要求跨国企业管理者必须尽快了解、熟悉和掌握有关国家的政治制度、法律法规，以确保企业在有关主权国家的营销活动中知法守法，有效规避不必要的风险和冲突。

第二，各国的经济发展程度不同、经济体制不同、交通和通讯设施存在差异、对外开放程度不同，以及经济政策尤其是有关国际商务活动方面的政策措施也不尽相同，这些都造成企业国际商务活动的经济环境远比国内的经济环境复杂得多，在与处于“地利”优势的当地企业的竞争中，企业经营者需要更加注意把握经营环境的变化趋势，并能够针对这一变化趋势在经营策略上做出迅速反应和调整。

第三，各国拥有的文化传统、价值观念、生活方式、语言文字存在很大的差别，因而使各国消费者、产品供应者以及雇员具有不同的行为方式，这就决定了国际经营者必须认真面对多种文化之间的沟通问题，稍有疏漏会导致企业国际商务活动的失败。

第四，世界各国因所处地理位置、自然环境差异很大，因而对国际贸易结构、商品销售季节以及运输方式等会产生影响；各国机构设置不同，其职能和在国民经济中所起的作用不同，也会对国际商务活动产生一定影响，使企业的营销运作趋于复杂多变。

当然，任何事物都有其辩证的两个方面，国际商务活动中

的复杂多变，一方面给企业的国际商务活动造成了众多障碍和困难，大大增加了企业经营管理的工作难度；另一方面也使企业经营者拥有了更多的机会和选择，能够为企业的发展寻求更多的机遇。例如，同样的产品在不同经济发展水平的国家，其产品生命周期所处的阶段就不尽相同，将产品生命周期与国别经济发展水平差异结合起来，就可以有效延长本企业产品生命周期，或使其进入新的产品生命周期。

（二）风险因素加大

与国内商务活动不同，国际商务活动所面临的风险除一般商业风险外，还会遭遇由不同国家、不同的政治体制、经济环境和法律法规等多因素导致的一系列国际风险。主要包括以下几种：

1. 政治风险

所有的国际商务活动都涉及政治风险，并且投资期限越长，政治风险也越大，这是跨国经营的共同结论。与外汇风险、通货膨胀风险、税收风险等相比，政治风险可以说是跨国公司所面临的最具威胁的风险。

政治风险，包括来自于东道国内部、东道国外部，以及由跨国经营企业本身所引发的政治冲突、政策变动所产生的风险。例如，来自东道国内部与执政者对抗的政治哲学思想、社会动荡及混乱，以及为争夺政权而产生的武装冲突及内部叛乱，东道国与别国形成的国际联盟等因素所带来的政治风险，它使企业在该国的利益受到影响；来自东道国外部外国军事力量的干涉与邻国产生边界纠纷或受到全面战争威胁等因素带来的政治风险，使企业在该国的经营活动出现险情；企业在东道国的经营目标和经营行为与东道国的经济发展和实现目标发生冲突，从而导致东道国置企业于风险之中。因为，从本质上

说，国际商务活动是企业在世界范围追求利润最大化的活动，但这种“纯经济”活动往往会对某个国家、地区或企业的经济利益造成短期有时甚至是长期的不良影响，因而成为各国政治冲突或政策变更的借口或导火索，其结果使企业在该国的利润及其他目标直接受到影响。

上述原因所引起的政治风险主要表现为资产国有化、外汇管制、进口限制、歧视性干预或惩罚、改变税法、增加当地生产要求等。其共同特征是，风险难以识别，政府或其他有影响的机构团体对经济活动的任何干预都会在不同程度上影响企业利益或目标的实现。

2. 法律风险

世界各国的法律规定、管理制度、贸易条例和商业习惯不尽相同，有的甚至大相径庭。跨国经营企业在这种众多不同的法律环境中进行国际商务活动时，必须确定其适用哪国的法律和规定、该国的法律应如何解释、使用的程度如何等。当企业一旦确定了适用的法律之后，有关法律的变化、解释和运用上的差别很可能会给投资者带来不利影响，甚至造成企业的损失。因此，法律风险对从事国际商务活动的企业来说应引起格外的重视。

例如，美国的“必胜客”（PIZZAHUT）公司就曾受到美国影响最大的两家报纸《纽约时报》和《华盛顿邮报》的抨击，被指责在不同国家对其员工实行的医疗保险制度上“厚此薄彼”。原因在于，“必胜客”在德国和日本对所有的雇员都提供医疗保健；但是在美国，却用雇用钟点工的办法，对大多数雇员不提供任何医疗保险。甚至有议员在为此召开的新闻发布会上责问说：“为什么‘必胜客’要跟美国工人这样过不去？”在美国国会为医疗保险体制举行的听证会上，“必胜客”