

管理科学译丛

国际商务

〔加〕艾·伦·M·鲁格曼 著
〔美〕理查德·M·霍杰茨 著
李克宁 译



Jm 67/20

译丛总序

经济科学出版社陈捷同志策划、组织翻译的《管理科学译丛》就要出版面世了，这是令人高兴的事。我在大学教书，每当我知道要出版新的管理学书籍，尤其是读它而受益时，就想到出版社。我想，在管理领域，出版社何尝不是一所“大学”！何尝不是一所“管理学院”！一本书就是一门课，一本书就是一位教师，出版社在国内、国外精选许多优秀的管理“课程”，精选许多卓越的管理学“教师”，组织成这样的可以任意“选修”的开放性大学，使每一位买书、读书的人从中不断地汲取管理领域的新见解、新知识、新方法，增益自己的管理素质，为社会创造更多的盈余。从这个角度，出版社真是功不可没。《管理科学译丛》是经济科学出版社为提高我国管理者的素质水平所做的长期的不懈努力的组成部分。我非常钦佩他（她）们战略性的眼光和严谨踏实的工作精神。

管理既是科学，又是艺术，也就是说管理既有规律可循，又因人、因地、因时、因事而千变万化。建筑是门科学，设计建筑物必须遵循建筑学的基本规律。但是每个建筑师所设计、构筑出来的建筑物又因不同背景而独具特色。要使活动有成效，必须确立目标，这是管理的基本规律。但怎样确立目标，如何实现目标，却要因实际背景由管理者进行选择。要有适当的管理幅度，这是设计组织、控制组织的基本原则。但管理幅度多大比较合适，要因组织本身的状况，结合十多种影响管理幅度的因素去选择确定。国际经营活动”成效首先取决于对跨国文

化的理解与实践，这也是一个基本原则，但每个国家的情况各有特点，如何理解和适应某个国家的文化，是个具体实践问题。所以，管理科学是从实践中产生并发展起来的、揭示管理活动规律、用于指导管理实践的科学知识体系。管理活动和纯粹的自然科学活动不一样。通常，学会了数学分析就可以求解微分方程，掌握了化学实验方法就能进行化学试验。而管理则不然，即使背熟了所有管理学原理，也不一定能够成功、有效地去管理一个组织。管理需要管理者在管理实践中根据实际情况进行创造性的发挥，才能解决实际问题。如同你熟背菜谱，却做不出好菜来一样，管理活动成效既取决于对规律的把握，又要有丰富的经验和技巧。管理是科学与艺术的结晶。

自有人类产生以来，管理活动就随之而来。对管理活动规律的研究，各国的研究者都为此做出了卓越的贡献。但直至现在，这种研究的结果仍是百家争鸣，仍处于“丛林”状态。经济科学出版社的这套译丛，就是不同国家的学者们在自己的研究领域得到的丰硕成果，他（她）们从不同的角度对管理学的科学化和艺术性做出了自己的贡献。读这样的书，会给我们很多启迪。

谈起加快中国的社会经济发展，人们都说缺技术、缺资金、缺高素质的人才。但我一贯认为，我国最缺的是科学的管理，技术从哪里来？资金从哪里来？高素质的人才从哪里来？这些资源不是说要就一下子会得到的。就是得到这些资源，也不是都能够发挥其作用的。“百分之九十九的资源，百分之一的组合”，所有的资源是通过管理来发挥其最大效用的。管理是生产力要素，是比劳动力和技术手段更为基础的要素。好比你看到公路中央有块大石头，阻碍了交通，减小了运输力，有许多车辆和行人绕石而过。后来，有一智者召集了几个过路人搬这挡路石，他高声喊着“一、二、三，起！”石头就被众人一点一点地搬到了路边。障碍没有了，道路通畅了。如果没有人去计划、组织、指挥，怎么会有这些协调性行为？怎么会有“移动”的效果？那些劳动力和技术不就是通过管理而组合起来的吗？我认为，中国遍地都是资源，但到处也都有绕石而过的人。你看，缺的就是那百分之一的“组合”，缺的是那从事组合活动的、能看出问题并迎头而上指挥搬石头的智者。

在劳动力数量、质量不变，技术手段不变的情况下，通过组合活动使结构发生变化，结果就大不一样。这是管理作为生

产力的典型表现。古时田忌赛马，马匹、技术、骑手均无变化，只是巧妙地组合了出场顺序，结果就赢了，实现了目标。在我国体制改革中，有些企业效率低下，在各种基础条件不变的情况下，换了主管，换了领导班子，对企业各种要素重新组合，结果面貌大变。由此看来管理的良性循环可以形成生产力、维护生产力、发展生产力。相反，管理的非良性循环，也可以降低生产力、涣散生产力、瓦解生产力。一个国家的资源条件并不落后，但国家的发展状态长期处于落后水平，根子是管理问题。企业是社会经济发展的基本单位，企业的活力及效率水平，不仅是企业自身管理的问题，同时也是政府的宏观管理问题。经济科学出版社看到了这一点，因而早就精心组织出版了许多宏观管理和微观管理方面的书籍。《管理科学译丛》就是其中的一部分。看起来，他（她）们是在出书，实际上是在设法提高我国各层管理者的管理水平。

一般情况看，管理是管理者通过计划、组织、指挥、控制去协调他人的活动并达成组织目标的过程。但从深层次看，管理是管理者利用、设计、培植一种文化，形成一种环境，通过这种环境，去规范、协调、激励人的行为，从而达成组织目标的过程。这种文化表现为长期积淀下来的传统。中华民族几千年来作为，形成中华民族的传统和文化。某个企业几十年、上百年的经营行为，形成这个企业的传统和文化。行为一旦积淀成文化，就可作为运行力存在，不知不觉地影响着群体活动的行为趋向和行为效果。所以，我认为管理是有文化背景的，是以传统为基础的。在生产配置、技术管理等方面的许多管理规则，世界各国、同类企业都可以通用，但在文化传统方面却各有其规范，难以通用。日本是博采世界先进技术，用日本民族文化来推动日本经济发展的。中国也应该博采世界先进技术，用中华民族的文化来推动中国经济的发展。至于说传统文化的惰性部分，可以通过改革加以改善，但不考虑本民族的文化，企图全盘引进外来文化，替代本土文化，从而规范具有完全不同文化背景的群体行为，这是行不通的。多年来，在管理上借鉴外国模式，取得了有益的经验，但东倒西歪地盲目模仿，也出现了许多失误。所以，管理学在中国的发展，也应在博采世界先进技术，运用中国传统文化推进中国社会经济发展的基础上多方面地进行研究。近年来经济科学出版社组织出版了不少国外管理学精品书籍，为我国理论界和实业界研读国外优秀成

果做出了贡献。现在看到的这套译丛，主要是侧重工商管理方面的。它可以引发我们更多地去思考国外的工商管理研究成果，更好地、更深入地去研究我国自己的工商企业管理问题。如果有一天，在国外也出版了由中国学者和企业家撰写的、有中国文化特色的管理学丛书，再回过头来看包括经济科学出版社在内的我国许多出版社今天所做的努力，是非常宝贵的，非常有远见的。

在《管理科学译丛》出版前夕，陈捷同志让我写几句话，我借这套译丛谈了一些不成熟的见解。总起来，还是祝贺译丛的出版，感谢出版社的同志们为此付出的卓有成效的劳动，祝愿经济科学出版社能有更多更好的管理学书籍问世，我也愿意和大家一起读书，更多地研讨共同关心的管理问题。

张维有

1998年5月1日

作者简介

艾伦·M·鲁格曼 (Alan M. Rugman) 教授现为英国牛津大学天普顿学院 (Templeton) 战略管理研究员。他是国际商务学会会员。鲁格曼博士曾在多伦多大学等校任教授达 28 年之久, 其间, 作为客座教授, 他还在如下大学讲授国际商务: 伦敦经济学院、哈佛大学、哥伦比亚大学、加利福尼亚大学、麻省理工学院的斯隆管理学院 (Sloan School of Management at M. I. T.)、布兰代斯大学 (Brandeis University) 和夏威夷大学。在此之前, 鲁格曼教授曾在加拿大达尔豪斯大学 (Dalhousie University) 和温尼勃格大学 (University Winnipeg) 任教。他还曾在欧洲、东亚、墨西哥和加勒比地区讲学。在 1986 ~ 1988 年加美政府谈判期间, 鲁格曼教授曾任加拿大政府高级顾问。这次谈判导致了《加美自由贸易协定》以及之后的《北美自由贸易协定》。他还曾在一些大型私有企业担任顾问。鲁格曼博士已出版了 28 部著作, 内容涉及经济、金融、跨国公司的战略管理以及贸易和投资政策等多方面内容。他还任国际性学术年刊《全球战略管理研究》(Research in Global Strategic Management) 杂志主编。他在著名学术刊物上已发表二百余篇论文, 这些刊物包括:《美国经济评论》(American Economic Review)、《加利福尼亚管理评论》(California Management Review)、《国际商务研究》(Journal of International Business Studies) 和《哥伦比亚世界商务》(Columbia Journal of World Business)。

理查德·M·霍杰茨 (Richard M. Hodgetts) 系佛罗里达国际大学管理及国际商务系教授。他是管理学会会员和学校董事委员会学术委员会成员。近年来他活跃于国际讲坛, 曾在巴哈马、智利、丹麦、牙买加、墨西哥、秘鲁和委内瑞拉等国授课和主持经理研讨班。他曾在埃克森国际公司 (Exxon International)、科威特政府和墨西哥税务署 (Revenue Department) 等公司和机构工作。他编著及合著了 25 种教材, 其中很多部被翻译成外文并为外国大学所用。他的《国际管理》第二版 (麦格劳·希尔 (McGraw-

Hill) 出版公司, 1994 年版) 是这一领域的领先教材。近年来他曾在如下杂志发表论文:《报酬与福利评论》(*Compensation and Benefits Review*)、《国际人力资源管理评论》(*International Human Resource Management Review*)、《国际管理评论》(*Management International Review*) 及《组织动态》(*Organizational Dynamics*)。他现任《商务研究》(*Journal of Business Research*) 和《组织动态》杂志编委及书评专栏编辑。霍杰茨教授目前正从事应用于非大三角国家商务中心全面质量管理方面的国际研究。

前言

学习国际商务课程的学生非常幸运，他们生活在这样一个实验室里，在其中他们可以将本书所讲述的原理应用于每日的经济现实之中。当今的每一个管理决策都要受到国际事件的影响，对国际政治、经济、文化、汇率以及外国竞争者的任何天真幼稚的想法，都立即会对企业的绩效产生不利的影响。这本国际商务教材的目标在于，向管理专业的学生提供恰当的、理论性的和实际的知识，以便使他们更好地理解现实的国际商务世界。我们是通过以下三条途径来实现这一目标的。

第一，本教材十分强调要符合实际。全书共有百余个有关国际商务问题的企业经营的实际案例，以便使读者洞察现实，展望未来。

第二，本教材以深入浅出的方式介绍了最新的理论进展，以便于本科生和 MBA 学生理解的形式讲述，例如，教材对诸如迈克尔·波特（Michael Porter）的有关国际竞争力的“钻石”理论，对跨国公司理论的最新研究成果，以及对于公司组织学习的最新研究等重要问题进行了讨论。

第三，也是最重要的，通过自始至终对“战略管理”这一概念的使用，本教材将理论问题与实际问题结合在一起。本书是第一部以战略管理为中心来介绍国际商务的教材。这一特征可以帮助学生根据企业战略管理分析的需要，来对国际环境中异常庞杂的事件进行有选择的学习与研究。

符合实际、坚实的理论基础和与战略管理相结合，这三个特点相辅相成，为学生提供了深刻认识国际商务管理的机会。简而言之，本书描绘了一张既广阔又详细的国际商务图景。

《国际商务》突出的特点：以战略管理为中心

本书有 6 个突出的特点，这使其不同于其他的同类竞争教材。

第一，本书用战略管理的观点对国际商务进行综合性考察。以战略管

理为中心的研究方法，使本书具有“如何管理国际商务”这一综合性主题，并以此贯穿全书。

第二，其他一些国际商务教材过份强调大量技术性概念，本书则并非如此。例如，我们有选择地论述了汇率管理中的有关内容，但将一些技术问题，如为国际交易融资而进行的“货币互换”这样的细节，留给更为专业化的国际金融课程去讲授。类似地，我们讲述了绝对优势与比较优势这样的内容，但只是考察了其中与跨国公司管理者建立和实施经营战略相关的部分。我们专设一章讨论有关国际经济学的内容，但我们不是在讲这门课程。简言之，本书不去重新阐明那些工商管理专业学生要在各门专业课中学习的技术概念；相反，我们只是有选择地分析那些对国际商务专业学生有用的内容。

第三，每章开头处都提供了一个“主题案例”，对该案例的研究将贯穿各章始终。提供这种来自商务现实的案例的目的在于，展示跨国公司在实施其经营战略时是如何运用本章所讨论的理论与方法的。对案例的研究还有助于将各章内容进行细分，以利于学生学习。

第四，各章末尾有两个“真实案例”。这些案例是从近期的报刊中选编的，这有利于学生将各章中的内容应用于现实的商务环境。这些案例还为各章的内容增添了附加的信息。

第五，各章中穿插了两个“国际商务战略应用”。这些案例也是从现实的文献中选编的，它们展示了企业对书中讨论内容的具体战略性应用。

第六，本书第四篇专门讨论如何在世界上某些重点地区进行商务活动。尤其是在北美、欧洲共同体（European Community, EC）和日本这一大三角（triad）做生意。这一独特内容的目的在于，突出展示跨国公司是如何将本书前面已经讨论的理论用于占领全球市场的。

了解市场需求

我们的目标是编写一部既有坚实的理论基础，又切合实际体系的完整的教科书。而对于教材市场的广泛调研使我们的这一目标更为明确。我们曾以如下必要方式对国际商务教材市场进行了调查和了解：

1. 在本书体系的构思阶段，我们向遍及北美的数百位教授国际商务的教员进行了详细的调查。这一调查揭示了很多重要的市场发展趋势，包括国际商务教授的现实状况。近年来，国际商务课程愈加流行，讲授这门课的教授往往并不是学国际经济学或国际金融的，在很多大学中，常常是由管理学教授（尤其是经营战略和一般管理学教授）负责这门课的教学。我们相信，本教材以战略管理为中心的独特方式编写，对传统的经济学教授以及管理学教授将具有吸引力。当前的国际商务学科也的确是对这些学科的结合。

在调查中我们还了解到，很多有过实际商务工作经验的教授发现，旧的教材并没有“按照事物的本来面目来讲述。”近年来，有越来越多的国际商务教授参加国际会议，参与国际调研并与外国同行进行交流。这本宏

观取向的教材亦会满足这部分人的需要。

2. 本教材编写的各个关键阶段, 本书书稿均经历了严格的评审过程, 对那些曾提出中肯的评论和批评性建议的同行们, 我们深表谢意。我们尤其感谢下列各位的帮助:

巴拉特·B·巴格拉 (Bharat B. Bhalla),	费尔菲尔德大学
加里·N·戴瑟 (Gary N. Dicer),	田纳西—诺克斯维尔大学
普雷姆·甘地 (Prem Gandhi),	纽约—普拉茨堡州立大学
J·莱斯利·扬科里奇 (J. Leslie Jankovich),	圣何塞州立大学
罗伯特·A·肯普 (Robert A. Kemp),	德雷克大学
罗斯·诺茨 (Rose Knotts),	北得克萨斯大学
迈克尔·库布林 (Michael Kublin),	纽黑文大学
斯蒂芬·勒克斯莫尔 (Stephen Luxmore),	圣约翰·费希尔学院
约翰·L·莱昂斯 (John L. Lyons),	佩斯大学
戴维·L·马西森 (David L. Mathison),	洛亚拉·玛丽蒙德大学
斯坦利·D·诺伦 (Stanley D. Nollen),	乔治敦大学
穆恩桑·戴维·奥 (Moonsong David Oh),	洛杉矶——加州大学
李·E·普雷斯頓 (Lee E. Preston),	马里兰大学
约翰·斯坦伯里 (John Stanbury),	科科莫——印第安纳大学
罗伯特·维查斯 (Robert Vichas),	佛罗里达亚特兰大大学

致谢

多伦多大学管理系的埃米·霍 (Amy Ho) 花费大量时间与精力从事本书的文字工作, 这使此书质量大为提高。此外塞缪尔斯·赫 (Samuel He)、比尔·莫尔里 (Bill Mohri) 和比尔·戈特利布 (Bill Gottlieb) 也在研究中提供了宝贵的协助。多伦多大学国际商务中心的迈克尔·盖斯特林 (Michael Gestrin)、安德鲁·安德森 (Andrew Anderson)、迈克尔·斯科特 (Michael Scott) 等人提供了有益的评论。

鲁格曼教授在西华盛顿大学任加美经济与商务关系的罗斯杰出客座教授时, 曾得到基思利恩·费恩 (Kathleen Finn) 女士宝贵的秘书性支持, 并得到各教学人员, 尤其是罗伯特·斯皮克 (Robert Spich) 有益的评论。

霍杰茨教授感谢下列人士的建议和不断的支持: 林肯内布拉斯加大学 (University of Nebraska, Lincoln) 的管理学教授乔治·霍姆斯 (George Holmes)、弗雷德·卢塞斯 (Fred Luthans); 佛罗里达国际大学 (Florida International University) 管理系的加里·德斯勒 (Gary Dessler) 和乔治·萨提佳 (George Sutija); 诺瓦大学 (Nova University) 的简·吉布森 (Jane Gibson); 以及 GMI 大学的罗纳德·格林伍德 (Ronald Greenwood)。

麦格劳—希尔出版公司的艾伦·萨克斯 (Alan Sachs), 林恩·理查森 (Lynn Richardson) 和丹·阿尔珀特 (Dan Alpert) 任本书的编辑。我们为曾经能与这些乐于奉献的专家进行合作而感到无比荣幸。尤其是林恩和丹, 他们为帮助和促使我们写出领先的教科书而花费了大量的时间。高级编辑

主管库尔特·伯科威茨 (Curt Berkowitz), 策划编辑丽贝卡·科恩 (Rebecca Kohn) 和策划与编辑主任苏珊娜·蒂博杜 (Suzanne Thibodeau) 为我们提供了巨大的帮助。由沙恩·凯利 (Shane Kelley) 准备的地图和由玛丽·福尔肯 (Mary Falcon) 进行的调查也使本书大为增色。

艾伦·M·鲁格曼
理查德·M·霍杰茨

目 录

I	前言
1	I . 国际商务世界
3	1. 国际商务的挑战
5	§ 1 引言
7	§ 2 小企业的作用
7	§ 3 世界商务活动概述
12	§ 4 迎接国际商务的挑战
22	§ 5 对国际商务的研究
24	小结
25	关键名词与概念
25	复习及讨论问题
25	补充案例
33	2. 跨国公司
35	§ 1 引言
35	§ 2 跨国公司的特征
40	§ 3 跨国公司经营实例
43	§ 4 跨国公司的战略管理
48	小结
49	关键名词与概念
49	复习及讨论问题
50	补充案例
58	3. 美、日、欧与国际商务
60	§ 1 引言

60	§ 2 对外直接投资的动机
66	§ 3 美日欧成员国的对外直接投资
69	§ 4 美日欧与国际商务战略
76	§ 5 美日欧内部的经济关系
79	小结
80	关键名词与概念
80	复习及讨论问题
80	补充案例
85	II. 国际商务环境
87	4. 国际政治与经济一体化
88	§ 1 引言: 变化中的政治体制
96	§ 2 经济一体化
105	§ 3 经济一体化与战略管理
108	小结
109	关键名词与概念
109	复习及讨论问题
110	补充案例
114	5. 国际文化
114	§ 1 引言
117	§ 2 文化要素
123	§ 3 文化与行为方式的特征
129	§ 4 文化与战略管理
135	小结
135	关键名词与概念
136	复习及讨论问题
136	补充案例
140	6. 国际贸易
142	§ 1 引言
142	§ 2 国际贸易理论
149	§ 3 贸易壁垒
154	§ 4 非关税贸易壁垒
158	§ 5 其他贸易方式
161	小结
162	关键名词与概念
162	复习及讨论问题

163	补充案例
166	7. 国际金融
168	§ 1 引言
170	§ 2 国际收支表
175	§ 3 国际货币体系
180	§ 4 外汇
187	§ 5 战略管理与国际金融
191	小结
191	关键名词与概念
192	复习及讨论问题
192	补充案例
195	Ⅲ. 国际商务战略
197	8. 制定全球战略计划
199	§ 1 引言
199	§ 2 战略倾向
200	§ 3 战略制定
210	§ 4 战略实施
214	§ 5 战略控制与评价
216	小结
217	关键名词与概念
217	复习及讨论问题
217	补充案例
222	9. 组织战略
224	§ 1 引言
224	§ 2 组织结构
235	§ 3 战略管理与组织战略
241	小结
242	关键名词与概念
242	复习及讨论问题
243	补充案例
246	10. 生产战略
248	§ 1 引言
249	§ 2 研究、开发与创新
253	§ 3 生产产品与提供服务

262	§ 4 国际物流
265	§ 5 战略管理与生产战略
271	小结
271	关键名词与概念
272	复习及讨论问题
272	补充案例
276	11. 营销战略
278	§ 1 引言
278	§ 2 国际市场评价
281	§ 3 产品战略
286	§ 4 促销
289	§ 5 定价
291	§ 6 分销
293	§ 7 战略管理与营销战略
296	小结
297	关键名词与概念
297	复习及讨论问题
298	补充案例
301	12. 人力资源管理战略
303	§ 1 引言
305	§ 2 外派人员的选择与回国安置
309	§ 3 培训与发展
311	§ 4 报酬
314	§ 5 劳资关系
317	§ 6 战略管理与国际人力资源管理战略
323	小结
323	关键名词与概念
326	复习及讨论问题
326	补充案例
330	13. 政治风险与谈判策略
332	§ 1 引言
333	§ 2 政治风险的特征
335	§ 3 预测和处理政治风险
339	§ 4 谈判策略
347	§ 5 战略管理与政治风险
351	小结

352	关键名词与概念
352	复习及讨论问题
353	补充案例
356	14. 国际财务管理
358	§ 1 引言
359	§ 2 确定母、子公司间的关系
360	§ 3 全球现金流量管理
365	§ 4 外汇风险管理
372	§ 5 资本支出分析与资金预算
376	§ 6 战略性国际财务管理
380	小结
381	关键名词与概念
381	复习及讨论问题
382	补充案例
387	IV. 国际商务战略应用
389	15. 公司战略与国家竞争力
391	§ 1 引言
391	§ 2 波特的四因素模型
395	§ 3 其他四因素模型：两个案例
404	§ 4 全球化经营与公司战略
413	小结
413	关键名词与概念
413	复习及讨论问题
414	补充案例
418	16. 在欧共体从事商务活动
419	§ 1 欧共体的环境
426	§ 2 进行战略分析
430	§ 3 战略问题
442	小结
443	关键名词与概念
443	复习及讨论问题
444	补充案例
449	17. 在日本从事商务活动
451	§ 1 日本概况

456	§ 2 在日本取得成功的 7 种基本做法
460	§ 3 选择起动战略
464	§ 4 现场运作管理
469	§ 5 作为美日欧集团强有力成员的日本
472	小结
472	关键名词与概念
472	复习及讨论问题
473	补充案例
477	18. 在北美从事商务活动
480	§ 1 引言
480	§ 2 加拿大
493	§ 3 墨西哥
500	小结
501	关键名词与概念
501	复习及讨论问题
502	补充案例
505	19. 在非美日欧国家从事商务活动
507	§ 1 引言
507	§ 2 进入美日欧市场
508	§ 3 拉丁美洲
510	§ 4 亚洲及太平洋地区
519	§ 5 东欧
525	小结
526	复习及讨论问题
526	补充案例
531	V. 国际商务展望
533	20. 国际商务的未来挑战
535	§ 1 引言
535	§ 2 建立有效的战略
539	§ 3 适应变化的环境
546	§ 4 人力资源问题
551	§ 5 国际商务研究
553	小结
553	关键名词与概念
554	复习及讨论问题