

● 实用管理类丛书

# 现代 实用商务

章伯虎 李怀勇 编著

SHIYONG GUANLI LEI CONGSHU

● 复旦大学出版社



实用管理类丛书

# 现代实用商务

章伯虎 李怀勇 编著

(12222/20

中央财经大学图书馆藏书章

登录号

456618

分类号

F7/8

复旦大学出版社

责任编辑 赵恒忠

责任校对 韩向群

## 现代实用商务

章伯虎 李怀勇 编著

---

出 版 复旦大学出版社

(上海国权路 579 号 邮政编码 200433)

发 行 新华书店上海发行所

印 刷 复旦大学印刷厂

开 本 850×1168 1/32

印 张 14.125

字 数 370 000

版 次 1998 年 6 月第 1 版 1998 年 6 月第 1 次印刷

印 数 1—6 000

书 号 ISBN7-309-02014-6/F·453

定 价 17.00 元

---

本版图书如有印订质量问题, 请向承印厂调换。

## 内 容 提 要

本书是复旦版的“实用管理类丛书”之一。本书从较实用的角度,阐述了近 20 年来发展迅速的商务活动方面的新的经营理念、经营手段、方式方法和企业制度。全书共 12 章,内容包括现代商务概述、现代商务的企业战略与市场营销战略、现代商务合同的运用、现代商务谈判、现代商务的筹资、现代商务投资、利用外资和对外投资、现代商务进出口货物实务、现代商务技术转让、现代商务国际结算、现代商务社交礼仪和公共关系实务,以及现代商务企业组织与管理。

本书既可作为高等院校开设相关课程的教材,也可供从事实际工作的人员作为参考。

## 前 言

《现代实用商务》是一本论述现代商务的专著。近20年来是现代商务活动发展最为迅速的时期,相继出现的国际商务专门学科在发达国家开设至今也只有30年的历史,新的经营理念、经营手段和方式方法,随着新的企业制度出现,层出不穷。全球战略和国际化经营、多种形式和多元化经营已超出了传统的理论局限,企业国际化经营成了当今世界经济发展的一大趋势。于是把企业战略、市场营销、筹资投资、利用外资、对外投资、国际贸易、技术转让、国际结算、谈判和公共关系实务、企业的组织管理等学科进行综合整理,并加以提炼分析、融合成为一门综合性学科。这就是《现代实用商务》所要研究的主题和内容。

本书是一本现代商务的实用专著,可用作经济类专业、工商管理专业、市场营销专业的教材,也可作为企业管理人员的培训教材和企业家自修企业经营管理知识的教材。

本书在编写过程中,参阅了大量国内外专著,从中吸取了一些有益成果。在此,向有关专家学者表示诚挚的谢意。

本书主编章伯虎、李怀勇,参加编写本书的有章伯虎(上海大学国际商学院教授,第一、三、四、五、六、七、九、十章),李怀勇(上海大学国际商学院教授,第二、十二章),吴颖(上海大学国际商学院教师,第十一章),陈隽(原上海大学国际商学院教师,第八章)。

《现代实用商务》是一门实践性很强的经济学科,尽管我们在编写过程中做了一些调查研究,但仍觉得资料不足,水平有限,书

中难免有缺点和错误之处,恳请各方面的专家学者和读者批评指正!

编 者  
1998 年元月

# 目 录

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| <b>第一章 现代商务概述</b> .....           | 1   |
| 第一节 现代商务的产生和主要内容.....             | 1   |
| 第二节 现代商务的特点.....                  | 7   |
| 第三节 国外目标市场环境 .....                | 13  |
| 第四节 进入市场方式 .....                  | 29  |
| <b>第二章 现代商务的企业战略与市场营销战略</b> ..... | 37  |
| 第一节 现代商务的企业战略 .....               | 37  |
| 第二节 市场营销战略 .....                  | 44  |
| 第三节 市场营销组合及其策略 .....              | 56  |
| <b>第三章 现代商务合同的应用</b> .....        | 77  |
| 第一节 现代商务合同概述 .....                | 77  |
| 第二节 现代商务合同的条款 .....               | 83  |
| 第三节 现代商务合同的订立 .....               | 90  |
| 第四节 现代商务合同的履行、转让、变更和解除 .....      | 98  |
| 第五节 现代商务合同的违约责任.....              | 108 |
| <b>第四章 现代商务谈判</b> .....           | 118 |
| 第一节 现代商务谈判概述.....                 | 118 |
| 第二节 现代商务谈判各个阶段的技巧.....            | 132 |
| <b>第五章 现代商务的筹资</b> .....          | 154 |
| 第一节 现代商务筹资的选择.....                | 154 |
| 第二节 现代商务筹资的依据.....                | 161 |
| 第三节 现代商务筹资的途径.....                | 167 |

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| <b>第六章 现代商务投资</b> .....           | 191 |
| 第一节 现代商务的投资选择.....                | 191 |
| 第二节 现代商务的投资途径.....                | 205 |
| <b>第七章 利用外资和对外投资</b> .....        | 234 |
| 第一节 利用外资.....                     | 234 |
| 第二节 中外合资经营企业.....                 | 254 |
| 第三节 对外直接投资.....                   | 269 |
| <b>第八章 现代商务进出口货物实务</b> .....      | 278 |
| 第一节 出口货物的实务.....                  | 278 |
| 第二节 进口货物的实务.....                  | 297 |
| 第三节 国际货物买卖的贸易术语.....              | 301 |
| <b>第九章 现代商务技术转让</b> .....         | 313 |
| 第一节 技术转让的概述.....                  | 313 |
| 第二节 技术转让的实务.....                  | 326 |
| <b>第十章 现代商务国际结算</b> .....         | 339 |
| 第一节 国际结算及票据和单据.....               | 339 |
| 第二节 国际结算方式.....                   | 353 |
| <b>第十一章 现代商务社交礼仪和公共关系实务</b> ..... | 376 |
| 第一节 现代商务社交礼仪.....                 | 376 |
| 第二节 现代商务公共关系的实务.....              | 393 |
| 第三节 现代商务的公关文书.....                | 410 |
| <b>第十二章 现代商务企业组织与管理</b> .....     | 415 |
| 第一节 管理组织.....                     | 415 |
| 第二节 经营计划与管理控制.....                | 425 |
| 第三节 现代商务企业的人力资源开发.....            | 435 |

# 第一章 现代商务概述

## 第一节 现代商务的产生和主要内容

### 一、现代商务的概念

现代商务是在市场经济条件下,间接或直接从事商品贸易、服务贸易和技术贸易以及围绕商品和服务交易的一种经济活动;是指以一定经营形式和范围,通过贸易、结算和投资,包括商品、劳务、资本、技术、人才、信息等在国内和国际间的转移。

对这一概念的理解,需要说明以下几点:

第一,商务是一种经营活动,是指从事或围绕交换或交易行为的业务,包括制造商和直接从事商品交换活动的“买卖商”,以及为制造商、买卖商直接和间接提供服务的“辅助商”,以及“第三种商”和“第四种商”等的商事和商行为的经营活动<sup>①</sup>。

第二,随着超越国界的商品贸易发展,形成了为促进国际商品贸易成交和转移活动即国际商务。国际商务的活动随着各国所处的环境不同,因而其运作流程都不同于国内商务,故有其特殊性。

第三,现代商务是随着世界市场经济体系形成而发展起来,并超出了商品贸易的范围。由于各国经济都程度不同地纳入了市场经济体系之中同世界市场发生联系,因而把国内市场看作为国际化市场的组成部分,而统一考虑的一种交易或经营活动。

---

① 买卖商是指批发商、零售商;直接提供服务辅助商是指仓储、运输、居间、广告经营等;第三种商如金融、保险、信托、租赁等;第四种商如饮食服务、咨询等。

第四,现代商务的“现代”,是适应当今国际经济状况,其经营活动不只局限于商品贸易,包括了服务贸易和技术贸易,也不再限于流通领域,而延伸到生产和消费领域,是通过贸易、结算和投资,包括商品、劳务、资本、技术、人才、信息等在国内和国际间的转移。

总之,现代商务不仅超越了国界,而且同国际性市场经济体系联系着,其经营形式已从商品贸易扩大到服务贸易和知识产权,已从流通领域延伸到生产和消费领域,形成了多种生产要素在国内和国际之间的转移。

## 二、现代商务的产生和发展

古老的商务活动是一种贸易行为,包含在商业从事商品流通活动之中。

随着商品流通超出国界,从而发生了对外贸易,于是就有了同这些对外贸易有关的商务活动,如承办运输工具、组织对外贸易的合伙经营形式、承担风险责任、货物买卖贷款、借贷和结算方式、贸易法律所需要的各种办法等事务。随着各国对外贸易往来,逐渐形成了一个专门从事于这种为“特殊”贸易服务的商务阶层或部门。在资本主义生产方式下,国内贸易和国际贸易急剧扩大,贸易活动普及全球,商品种类日益繁多,成为资本主义扩大再生产的重要组成部分,商务活动也成了内外贸易中不可分割的重要内容。

第二次世界大战后,随着世界性市场经济体系形成,各国经济都程度不同地纳入了这个体系,成为世界市场经济体系的组成部分,于是在国际经济交往中产生了被多数国家和地区接受的、具有法律约束力的国际惯例以及《公约》和《规则》。各国也相应制定与此接轨的经济法规,而这些经济法规,又大都体现在国际上统一运作的现代商务活动之中。经济快速增长的发展中国家,更是得益于贸易的迅速增长,实行出口导向型经济,其人民生活都得到不同程度的改善。许多国家以增强国际竞争力为目标的调整初见成

效,出口刺激经济增长的作用增大,发展中国家利用世界经济转型机遇,工业和基础设施的固定资产投资和私人消费增长加快,扩大了世界市场容量。到本世纪末世界贸易将持续增长,贸易体制自由化已成为越来越多的国家和地区谋求的策略目标。范围更广泛的全球贸易自由化,将使国际商品、技术和劳务交流更为方便,使现代商务活动在各国和地区间的往来十分频繁。

服务贸易、知识产权随着商品贸易的增长和迅速发展,先进的科学技术不仅大大促进了传统的国际贸易的发展,如金融、保险、运输、港口和航空服务等,而且也随着许多商品本身包含的越来越复杂的技术,以及商品市场竞争条件日益激烈,商品生产过程中所投入的设计到营销的各种生产服务在商品价值中所占的比重越来越高。企业为提高商品的竞争力,对生产过程中的各种生产服务的需求不断提高,这就大大促进了许多新的服务项目兴起,涌现出越来越多的专业性服务公司,如财会、广告、营销、咨询、信息、视听服务甚至卫星发射等。同时电子计算机以及其他技术的应用,使服务贸易可以不同的形式,在不同的地区和地点进行,为信息产业的繁荣提供了良机。经过数年的多方努力终于达成规模空前的乌拉圭回合,其结果使贸易自由化延伸到长期受保护的农产品和纺织服装等行业,并超越纯货物的贸易范围,扩大到了服务贸易与之有关的投资和知识产权等新领域,使得现代商务活动已超出纯货物贸易领域。

国际结算方式是随着生产和国际贸易的发展而发展起来的。当今,作为支付工具的各种票据,特别汇票开始执行,海运提单演变而成可以背书转让的物权凭证;凭单付款方式大量被迫使用于国际结算之中,银行不仅在国际贸易结算方面充分发挥作用,而且银行的信用和资金融通作用也被广泛利用,贸易信用证特别是跟单信用证随之出现并被推广使用,为克服进出口商之间互不了解、互不信任的矛盾以及资金周转方面的障碍创造了极为有利的条

件,从而进一步推动国际贸易的发展,使现代商务活动的种类和内容多而复杂。

国际资金流动继续增加,各国和地区的外汇储备普遍增加,由于国内投资环境欠佳,这些相对过剩的资本增加就需要通过资本转移来寻找更为有利的新的投资场所。在国际资本流动总量增加的同时,资本流动更趋向实际投资项目,使直接投资规模扩大,发展中国家吸收海外资金的能力增强,资金更倾向于流入这些国家,从而使国际投资在现代商务经营活动中越来越占据重要的地位。

由于国际投资和跨国企业的迅速发展,各国相互依存关系日趋深化,产品的多国化趋势也迅速发展。即使工业最发达的国家也不能强调所谓“纯国产品”,而必须周密地计算成本,在世界范围内选用最经济的生产要素,以提高经济效益。跨国企业在 90 年代至下一世纪将处于全盛时期,高水平、高科技、高层次、大规模的国际生产、投资和贸易活动将以跨国企业为主体或载体进行,全球战略已成其主要的目标,这就成了现代商务活动的主角。

综上所述,古老的商务活动是伴随着商业的产生而产生;资本主义工业的建立,国际贸易具有了世界性质,商务活动成了国与国之间贸易往来不可缺少的纽带;随着资本主义生产和资本高度集中,资本的输出已成为帝国主义重要特征之一,跨国企业的出现在国际经济贸易中的地位日益重要,全球战略已成为它的重要目标,现代商务活动已不再是单纯的商品移动,而包括商品、劳务、技术、资本、人才、信息等在国内和国际间的转移。

### **三、商务活动与商业活动的共同点和区别点**

共同方面:都处于流通领域;都是一种通过货币为媒介的交易活动,都需要有专门的人去经营,是“第三者的专业”;都与独立的货币投资联系在一起。

区别方面:

(1) 商业是商品交换的发达形式,是指先买后卖、为卖而买的买卖活动;而商务在一次商品交换中要么卖出,要么买进,在资本流通中要么投入、要么收取,包括了有形物和无形物的转移。

(2) 商业是发达的商品流通,其运动形式经历着两个相反的形态所组成的循环,即货币—商品和商品—货币。商务是流通中的发展形式,经历着多个相反的形态变化所组成的循环,除了经历着商品—货币、货币—商品两个独立形态变化外,还有通过筹集资金、运用资金进行资本投入融通的货币资本流通;以图纸、技术资料、语言文字表示的技术成果的交换活动;以提供信息、咨询的信息交换活动;以就业位置在地区性和结构性之间交流的活动。在经营活动方式方法上有其特殊性,不仅包括传统商业形式的经营范围,相比之下内容更为广泛、运作更为复杂。

(3) 商业资本投资表现为商品资本的投资;而商务活动的资本和货币转移,也时常表现为增加物品价值产品、知识产业等方面的投资。

(4) 商业是独立于生产之旁,专门媒介成商品交换,是专门的人从事“第三者的专业”;而商务活动的“第三者的专业”门类广泛,交叉经营,有的直接参与生产经营,如直接投资活动等,有的是通过贸易、结算、筹资等,主要实现商品贸易和生产要素在国内或国际间的合理配置的转移活动。

#### **四、现代商务的主要内容**

从传统的商务发展到现代商务,它的内容包括:

从一般商品贸易发展到生产要素的资源配置,以市场取向在地区间、国际间的转移;

从有形商品贸易发展到服务贸易、技术贸易的无形商品贸易;从商品的进口、出口发展到劳务的输出和输入以及技术转让、管理经营技能、人才的流动;

从商品和劳务的一般结算发展到利用银行信用和资金融通,出现了各种票据和物权凭证的流动,以及凭单付款及信用证等结算形式;

从货币资本直接投资发展到证券股份形式的间接投资和证券交易以及拥有技术、管理控制企业经营活动的直接投资和非控股安排,诸如国际许可证方式、补偿贸易、产品分成、管理合同、技术协助合同、经济合作等经营形式;

从单个企业的投资设立发展到企业间的合作、合资、联营、兼并、收购等企业集团的经营形式;

从市场信息的一般传递发展到信息流和信息活动渗透到一切领域,出现了知识产权、信息技术、信息传播等工业和中介性的信息服务和咨询业的活动;

从流通领域的各种形式扩展到生产领域、消费领域,集商品、服务、技术、资金、人才、信息等于一身的多角化经营和跨国企业等。

上述这些内容,其经营主体是:介于生产和消费之间专门从事有形的和无形的商品交换的中介商或称“固有商”,包括各种形式的批发商、零售商、进出口商、代理商等,以及提供个人劳务的旅游业和交通业等。

专门从事为商品贸易服务的“辅助商”,包括实物形态转移的运输、仓储、报关、广告等行业。

与商品贸易和服务相关联,通过货币进行债权、债务的结算,通过有价证券和非证券形式的金融投资,货币资本在地区间、国际间投资和融资的融资机构。

专为社会生产提供技术、知识、专利、劳动力、信息或广告、技术交易、市场咨询、人才交流、财务会计、资产评估等服务机构。

以一国或几国的大公司作为母公司对外直接投资或其他经营方式,在几个国家和地区间拥有一定的生产经营能力,实行“全球

战略”进行集体化管理的国际性组织的跨国企业或多国公司。

总之,现代商务其内容比以往的流通中介活动来得广泛复杂,门类众多,已扩展到众多领域,成为联系生产与消费、供给与需求、企业之间、地区之间、国家之间经济贸易的桥梁和纽带。

## 第二节 现代商务的特点

现代商务是一种量大面广,涉及多个领域、多个部门,超越商品交换和出口贸易的范围,超越国界的经营活动。面临的环境因素更为复杂,承担的风险更大。无论在经营形式、经营方式、经营的战略策略等方面同国际贸易和国内商务活动比较都有着明显不同的特点,具体表现如下。

### 一、相比国际贸易的内容要广泛得多

1. 现代商务是包括商品、劳动、资本、技术、人才、信息等的转移活动,其商品的进出口和出口重点在于售出;而国际贸易的内容主要是商品或劳务的进出口和出口是由购进和售出两方面构成的。

2. 现代商务的组织者主要是企业,卖主是企业或海外子公司,买主可能是这个国家的企业或个人,也可能是本企业的海外子公司及附属机构;而国际贸易的组织者主要是国家,卖主或买主是企业,买主或卖主是这一国家的企业和个人。

3. 现代商务活动是超越国界,但其产品或劳务可以超越国界,也可以不超越国界(在东道国市场上就地生产、就地销售);而国际贸易的商品或劳务的交换必须是跨越国界的,由一国向另一国转移。

4. 现代商务经营的程度涉及整个企业的战略过程,从纵向来说,要研究市场、确定目标、制订计划、执行和控制;从横向来说,要

制订一套与纵向适应的策略措施,包括产品、定价,分销和促销等因素的最佳组合。国际贸易是从现有产品或可能生产的产品出发,组织生产,进行购销,实体分配,产品定价等,缺乏整体营销的计划、组织与控制。

5. 现代商务的信息来源是依赖于市场营销;而国际贸易的信息来源主要依赖于国家的国际收支状况。

6. 现代商务的经营形式,除了组织进口出口外,还有参与股权的直接或间接的投资以及非股权的安排;而国际贸易的经营形式有直接进口和出口或委托代理、代销、寄售等。

## 二、面临的外部环境更为复杂多变

环境是指影响某一事物或行为的外部条件。商务活动的外部环境包括政治、法律、经济、社会文化、地理等环境,这些环境因素的变化影响和制约着商务活动的开展,尤其是国际商务涉及不同的主权国家,面临的国际环境远比国内商务更为复杂。如,在政府法律环境中,因各国的国体和政体、政治局势,东道国政府对内干涉经济的程度,和所制定的法律法规等;在经济环境中各国的经济状况和发展水平,人均收入、对外贸易依赖程度,对外资流入的宽严程度以及国家对外国商务活动的政策措施等;在文化环境中各国的风俗习惯、教育水平、语言文字、宗教信仰、价值观念、艺术美学等的差异,对同一商品因消费习惯、消费心理的接受程度,对信息的传递方法,销售和推广措施等有着不同的态度;各国的自然环境和自然资源存在着差异。有些国家对环境保护和管理的加强,对自然资源的管理干预等商务活动所面临政府的有关部门,如各种商会、民间团体等组织的职能及所起的作用、权利大小的差异等等。

环境因素的复杂性和多变性,对现代商务活动的决策与评估会带来一定的困难。

### 三、面临的国际市场是全方位且十分激烈的竞争态势

当前国际市场出现了许多商品的供过于求,卖主之间竞争激烈,国际市场的国家构成发生了变化,兴起的一些国家和地区为发展自己的优势冲击着国际市场,打破了由原来少数发达国家全面控制国际市场的格局,竞争变得更加激烈。科学技术发展,迫使所有工业发达国家改变了产品结构的方向,大力发展高新技术产品,推动了经济发展,而且也促使发展中国家经济起飞和参加国际市场的角逐,这就使国际市场的竞争进一步加剧。

随着经济生活国际化趋势的日益加强,国际市场容量不断扩大,生产要素在国际市场的流动和重新配置,使国际市场上的商品价格、利润及货币利息更加趋于统一;初级产品在国际贸易中所占的份额逐渐下降,工业制品比重不断上升,新产品所占比重越来越大,而且周期又越来越短,技术贸易和劳务贸易都在迅速增长,这些因素的变化使国际竞争更趋于白热化。

经济发展阶段相同的国家之间的相互贸易逐渐增加,国际贸易方向正在变化;由于国家之间经济发展不平衡、科技发展不平衡、劳动生产率、储蓄率和投资率方面的差异,引起了经济结构的调整和汇率变动,造成了现代商务特别是国际商务的不平衡。

某些利益相近国家兴起了组成集团贸易和区域性经济集团,对内实行优惠政策,对外采取某些限制,这对国际市场有着巨大影响,使不同地区、不同集团贸易之间竞争更加对峙。

跨国企业在争夺和占领国际市场的竞争中发挥着越来越大的作用。跨国企业的迅速发展比起单纯依靠出口的垄断组织有着优越的条件,可以使其资本、生产、科技能力进行国际性经营,既可向世界市场直接出口产品,又可投资设厂就地生产、就地销售,占领东道国的市场。它的存在显然在不同程度上有利于东道国振兴本国经济,但也不可否认会与东道国之间引起各种矛盾和冲突,致