



Mc  
Graw  
Hill  
Education

国/际/商/务/经/典/译/丛

# 国际商务

..... 第 9 版 .....

[美] 查尔斯·希尔 (Charles W. L. Hill) 著  
王 蕾 等 译  
王 蕾 校

INTERNATIONAL BUSINESS

..... Ninth Edition .....



 中国人民大学出版社

Mc  
Graw  
Hill  
Education

国/际/商/务/经/典/译/丛

# 国际商务

..... 第 9 版 .....

[美] 查尔斯·希尔 (Charles W. L. Hill) 著

王 蕾 等 译

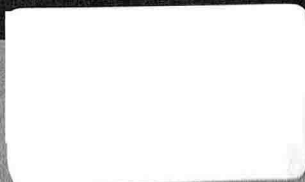
王 蕾 校

INTERNATIONAL BUSINESS

..... Ninth Edition .....

中国人民大学出版社

· 北京 ·



图书在版编目 (CIP) 数据

国际商务 (第 9 版) / (美) 希尔著; 王蔷等译. —北京: 中国人民大学出版社, 2013. 12  
(国际商务经典译丛)

ISBN 978-7-300-18469-2

I. ①国… II. ①希…②王… III. ①国际商务 IV. ①F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 290220 号

国际商务经典译丛

**国际商务 (第 9 版)**

[美] 查尔斯·希尔 著

王 蔷 等 译

王 蔷 校

Guoji Shangwu

---

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 涿州星河印刷有限公司

规 格 185 mm×260 mm 16 开本

版 次 2014 年 2 月第 1 版

印 张 39.25 插页 2

印 次 2014 年 2 月第 1 次印刷

字 数 968 000

定 价 75.00 元

---

版权所有 侵权必究

印装差错 负责调换

# 出版说明

随着经济全球化的深入发展，国际贸易、投资和商务活动日益频繁，企业不可避免地要应对来自全球范围的更加激烈的竞争。与许多跨国公司相比，我国企业在国际化环境下成功运作的经验不足，国际化经营水平还比较低。更重要的是，我国国际商务专门人才极度短缺。

适应经济发展的要求，加速国际商务专门人才的培养和培训，已成为我国高等院校面临的紧迫任务。2010年，经国务院学位委员会批准，在部分高校设立国际商务硕士专业学位；2012年，教育部颁布了《普通高等学校本科专业目录（2012年）》，将国际商务专业从目录外专业调整为基本专业。

顺应这一教育发展趋势，中国人民大学出版社在成功出版“工商管理经典译丛”的基础上，精心策划并适时推出了“国际商务经典译丛”（翻译版）和“国际商务经典教材”（英文版）两套丛书。丛书所选书目，都是国际知名教授所著的经典教材，经过长期教学实践检验，多次再版且畅销不衰，被许多国家的著名大学和专业经管院校采用，包括查尔斯·希尔的《国际商务》、托马斯·普格尔的《国际贸易》和《国际金融》、沃伦·基根的《全球营销》等。

在引进和出版这两套丛书的过程中，我们力图基于目前国际商务专业的核心课程，兼顾企业国际化经营的实际需要。我们希望，通过政府相关部门的大力支持，通过教育机构、高等院校对企业需求和学科发展的关注，通过学生在学习过程中的积极努力和反馈，以及通过像中国人民大学出版社这样一批职业出版人的不懈追求，最终促进我国管理教育国际化的发展、我国企业国际竞争力的提升以及具有全球视野的国际商务专门人才的成长。

愿我们出版的这两套丛书，能对读者在系统学习国际商务基本理论知识、改善自身国际商务实践、全面提升自己的英语表达和跨文化沟通能力等方面有所助益。

中国人民大学出版社

# 序 言

《国际商务》一书自第1版至今已过去20个年头。至第3版本书已作为国际商务教材被世界各地广泛使用。自那以后，其市场份额不断攀升。我将此书成功的原因归结为，在撰写第1版时，我就为自己设定了一系列目标。特别是，我要把此书写成：(1) 既具有综合性，又具有现代性；(2) 超越不加批判的叙述和浅显的介绍；(3) 各章内容紧凑而连贯；(4) 强调与管理的密切关联；(5) 使一些重要理论具有可读性和趣味性。

多年来，八次再版，我一直努力坚持这些目标并非易事。在过去的20年中，无论是在政治、经济和商务的真实世界，还是在理论和经验研究的学术世界，都发生了巨大的变化。我常常不得不对一些章节进行大段大段的重写，淘汰旧的例子，引入新的案例；将新的理论和事实写入书中，删除与现代和动态的国际商务界越来越不相关的陈旧理论。这个过程一直持续到第9版。正如下面提到的，我在第9版中作了大量的改编，毫无疑问这一工作今后还将继续下去。在决定哪些内容需要改写时，我不仅根据自己的阅读、教学和研究经验作出判断，而且听取了全球许多使用本书的教授和学生、评论家以及麦格劳-希尔公司编辑人员的反馈意见。我由衷地感谢他们。

## 综合性和现代性

一本国际商务教材要具有综合性，必须做到：

- 解释世界各国是如何以及为何存在差异的；
- 详察国际贸易和投资中的经济和政治现象；
- 阐明全球货币制度的功能和形式；
- 考察国际企业的战略和组织结构；
- 评估国际企业的各项职能的特定作用。

在《国际商务》的编写过程中，我一直努力完成上述所有事项。我认为，许多其他教材对国际企业的战略和组织结构不够重视，而且往往忽略了企业各项职能在国际商务中的应用。这种忽视的后果严重，因为许多学习国际商务课程的学生不久将会在国际企业中工作，他们需要了解组织的战略、结构和职能在国际商务中的运用。本书特别关注了这些问题。

综合性和相关性也要求涵盖相关领域中的重要理论。将那些新近的学术理论的精髓融入本教材始终是我的一个目标。为了达到此目标，在之前的八个版本中我采纳、添加了下列研究成果：

- 新贸易理论和战略贸易政策；
- 诺贝尔奖得主经济学家阿马蒂亚·森 (Amartya Sen) 论经济发展的著作；

- 赫尔南多·德索托 (Hernando de Soto) 论产权和经济发展的联系的著作;
- 塞缪尔·亨廷顿 (Samuel Huntington) 关于“文明冲突”的有影响力的著作;
- 由保罗·罗默 (Paul Romer) 和吉恩·格罗斯曼 (Gene Grossman) 所领衔的经济发展的新增长理论;
- 杰弗里·萨克斯 (Jeffrey Sachs) 和其他人论国际贸易和经济发展间关系的经验之作;
- 迈克尔·波特 (Michael Porter) 的国家竞争优势理论;
- 罗伯特·赖克 (Robert Reich) 论国家竞争优势的著作;
- 诺贝尔奖得主道格拉斯·诺斯 (Douglass North) 和其他人论国家制度结构与产权保护的著作;
- 由罗纳德·科斯 (Ronald Coase) 和奥利弗·威廉姆森 (Oliver Williamson) 论交易成本经济学的著作派生出的有关对外直接投资的市场不完善性的研究;
- 巴特利特 (Bartlett) 和戈沙尔 (Ghoshal) 关于跨国公司的研究;
- C. K. 普拉哈拉德 (C. K. Prahalad) 和加里·哈梅尔 (Gary Hamel) 关于核心竞争力、全球竞争和全球战略联盟的论述;
- 从企业资源基础出发制定国际商务战略的灼见。

除了融入这些前沿理论,根据国际商务环境的快速变化,在此书出版前,尽全力确保其内容不断更新。自1993年本书第1版面世以来,世界发生了巨大的变化,《关税及贸易总协定》的乌拉圭回合谈判成功地导致世界贸易组织的建立。2001年世界贸易组织着手另一轮重要谈判——多哈回合,以降低贸易壁垒。欧盟按1992年预定的日程向前推进,以形成一个更为紧密的经济货币联盟,包括1999年1月启用统一货币。北美自由贸易协定实现合法化。东欧和亚洲一些国家仍继续经济和改革的改革之路;1989年制度更替时的高涨热情逐渐被日益增强的现实主义意识所取代,其中许多国家面临的道路艰辛曲折。全球货币市场仍在高速发展。2009年,每天有超过2万亿美元在各国间流动。如此规模的货币流动引起了人们的关注,即全球资本市场的短期投机性资本转移是否会导致世界经济的不稳定。互联网成为电子商务日益增长的全球网络系统的中坚。世界经济全球化继续发展,若干亚太地区的经济体,包括最引人注目的中国,其经济持续快速增长。服务职能被外包到中国 and 印度等地,使西方发达国家面临新的重点问题。除了世界上现有的工业大国,新的多国公司在发展中国家也不断涌现。世界经济全球化日益影响着众多各种规模(从最大到很小)的企业。

然而,遗憾的是,随着2001年在美国发生的“9·11”恐怖袭击事件,全球恐怖主义伴随地缘政治风险凸显,成为全球经济一体化和全球经济活动的威胁。

为了反映这种快速的变化,在这一版中我尽量确保所有的资料和统计数据都有所更新,但要绝对更新是不可能的,因为变化始终与我们同在。今日流行的到明天可能就过时了。因此,我在互联网上为本书建立了主页,其网址为: [www.mhhe.com/hill](http://www.mhhe.com/hill)。读者在该主页上能得到各章经常更新的资料以及与国际商务专业的学生有关的主题发展报告。我希望本书的这些辅助资料能对读者有用。

## 超越不加批判的叙述和浅显的介绍

---

在国际商务中，许多问题是复杂的，因而需要考虑正反方的各种意见。为了使学生明确这一点，我采取了一种批判的方法，将有关经济理论、政府政策、企业战略、组织结构等的赞同与反对的观点分别列出。

关于这一点，我力图讲清国际商务中许多特有的理论和现象的复杂性，使学生能充分理解一个理论为何要这样表述或某一现象背后的原因。这些理论和现象在本书中的解释较之同类教材更深入透彻。对理论与原理本质的解说与其泛泛而谈、浅尝辄止还不如不说；从事国际商务，但对有关的知识一知半解或不甚了了，实在是一件很危险的事。

## 内容的整体连贯性

---

许多教材的一个不足是各章的论题缺少整体连贯性。本书在第1章就告诉学生书中的各论题是如何相互联系的；通过对材料的组织，每一章的内容从逻辑上都为后一章的内容作了铺垫，以保持连贯性。

### 第 I 篇

第1章概述了书中提出的主要问题并介绍了本书的内容安排。

### 第 II 篇

第2章到第4章集中阐述了政治和文化上的国家差异；第5章阐述了国际商务中的伦理问题。多数国际商务教材喜欢把这些内容安排在书的后面，但我认为先讨论国家差异很重要。毕竟，在国际贸易和投资、全球货币制度、国际企业的战略和结构，以及国际企业的营运等方面，许多核心问题都起因于各国在政治、经济和文化上的差异。要透彻理解这些问题，学生必须首先了解国家和文化的差异。伦理问题之所以安排在本篇，主要是因为许多伦理困境皆源于政治制度、经济制度和文化上的国家差异。

### 第 III 篇

第6章到第9章分析了国际贸易和投资中的政治经济。本篇的目的旨在描述和解释贸易与投资环境，国际商务正是发生在这样的环境之中。

### 第 IV 篇

第10章到第12章阐述并介绍了全球货币制度，详尽展示了从事国际商务交易的货币框架。

### 第 V 篇

第13章到第15章的内容重点从环境转到了企业。本书的这部分介绍了企业在国际商务

环境中有效竞争所采取的战略和组织结构。

## 第Ⅵ篇

第16章到第20章的内容更为集中具体，深入研究了企业的营运。这几章解释了为在国际商务环境中成功地竞争，企业是如何履行其主要职能的，包括生产制造、市场营销、研发、人力资源管理、会计和财务职能等。

在整本书中，我向学生指出了先前各章讨论的有关新材料与论题的联系，旨在增进学生的理解，以使其懂得这些材料是如何构成一个整体的。

## 强调与管理的密切关联

我坚信，向学生讲清教材中的素材和国际商务实践的相关性是很重要的。本书的后面几章突出了国际商务实践，但前半部分并不十分明显。本书的前半部分谈了许多宏观经济和政治问题，涵盖从国际贸易和国际直接投资到国际货币基金组织和通货膨胀率对外汇牌价的影响等方面。相应地，在第Ⅱ、第Ⅲ、第Ⅳ篇各章（主要讲述国际商务环境，而非特定的企业）的章末，配有一个专栏命名为“对管理者的启示”。在这些专栏中清晰地解释了该章所讨论的素材与管理的密切关系。如第6章“国际贸易理论”的章末就详尽讨论了各种贸易理论与国际企业管理的关联。

此外，每一章的开始都用一个案例来说明该章内容与国际商务实践的相关性。例如，第2章“政治经济中的国家差异”的章首案例就描述了波兰的经济。

我还在各章后加了一个章末案例，这些案例也是为了说明该章材料与国际商务实践的关联。例如，第2章章末案例考察了印度尼西亚的经济。

为突出与管理的密切关联，我使用的另一种工具是“管理聚焦”专栏，在每一章中我至少配有一篇相应的文章。像章首案例一样，这些专栏的目的是说明章中的素材与国际商务实践的密切联系。例如，第2章的“管理聚焦”专栏审视了星巴克是如何在中国加强其品牌形象的，此专栏解释了国家差异在国际商务中对保护知识产权所起的重要作用。

## 可读性和趣味性

国际商务的大舞台是令人着迷和激动人心的，我一直试图用我的热诚去感染学生。如果以趣味性、知识性和可读性来传播主题内容，学生就更能好学不倦，不致食而不化。为了做到这一点，我所用的一项技巧就是在叙述中穿插一些有趣的奇闻逸事，用故事来诠释理论。章首案例和聚焦专栏同样也是出于这一目的，以增加所探讨理论的可读性和趣味性。

各章大多都有两种聚焦专栏——“管理聚焦”（如上所述）和“国家聚焦”，“国家聚焦”专栏介绍了与国际商务问题密切相关的各国政治、经济、社会或文化的方方面面。例如，在第2章，“国家聚焦”专栏中讨论了委内瑞拉是如何在乌戈·查韦斯的领导下发展经济的。



## 第9版的新内容

---

《国际商务》前8版的成功，部分是因为在书中加入了最前沿的研究成果，使用了最新的例子和统计数据，以解释全球的趋势和企业战略，并在适当的理论背景下探讨了新近发生的时事。基于这些优势，我给这次修订确定了以下三个目标：

- (1) 只要合适，就尽可能加入近期学术研究的新观点；
- (2) 确保本书的内容涉及该领域所有恰当的问题；
- (3) 确保书中有关当前事件、数据和例子尽可能最新。

作为修订过程的一部分，书中的各章都有所变动，这也是整个修订工作的一部分。所有的统计资料都已更新，换上了能得到的最新数据。例子、案例、专栏的旧内容已被新内容所替换，以反映新的发展。这一版中章首和章末的案例几乎都是新的。为了反映学术界新近的研究工作或当前的重大事件，只要合适我都尽可能将新材料融入其中。

本版最显著的变化是在许多章节中增加了对发生在2008年和2009年的全球金融危机，以及它给国际企业的启迪的深入讨论。例如，第7章的章首案例探讨了全球金融危机对许多国家贸易保护主义态度的影响。同样，第11章的章末案例描述了全球金融危机如何引发了拉脱维亚的经济动荡及货币危机。

此外，第7章更新到了由世界贸易组织发起的，旨在削减贸易壁垒，尤其是有关农业的此轮谈判议程（多哈回合）。第8章讨论了发生在2008年和2009年的对外投资流量的骤降，解释了2008年全球金融危机如何影响了它。第10章探讨了2004—2008年间美元的弱势，它在2008年美国及其他地区严重金融危机期间的反常反弹，等等。

# 目 录

<b>第 I 篇 引言和概论</b> .....	(1)
<b>第 1 章 全球化</b> .....	(3)
1.1 引言 .....	(4)
1.2 什么是全球化 .....	(6)
管理聚焦 Vizio 与平板电视机市场 .....	(8)
1.3 全球机构的出现 .....	(9)
1.4 全球化的推动力 .....	(10)
1.5 变化了的全球经济统计数据 .....	(15)
国家聚焦 印度的软件业 .....	(17)
管理聚焦 中国的海信公司——一家新兴的多国公司 .....	(20)
1.6 全球化的争议 .....	(22)
国家聚焦 在法国对全球化的抗议 .....	(24)
1.7 在全球市场进行管理 .....	(29)
章末案例 星巴克的全球化 .....	(32)
<b>第 I 篇综合案例</b> .....	(36)
<b>第 II 篇 国家差异</b> .....	(39)
<b>第 2 章 政治经济中的国家差异</b> .....	(41)
2.1 引言 .....	(42)
2.2 政治体制 .....	(43)
国家聚焦 查韦斯的委内瑞拉 .....	(46)
2.3 经济体制 .....	(47)
2.4 法律体系 .....	(48)
国家聚焦 在尼日利亚的腐败 .....	(53)
管理聚焦 星巴克在中国赢得关键商标权一案 .....	(56)
章末案例 印度尼西亚——亚洲的问题大国 .....	(58)
<b>第 3 章 政治经济 and 经济发展</b> .....	(61)
3.1 引言 .....	(62)
3.2 经济发展的差异 .....	(63)
3.3 政治经济与经济进步 .....	(69)

国家聚焦 中国的知识产权保护 .....	(71)
3.4 转型中的国家 .....	(72)
3.5 经济转型的本质 .....	(75)
国家聚焦 印度的经济转型 .....	(77)
3.6 政治经济变革的意义 .....	(79)
章末案例 日本的经济痼疾 .....	(84)
<b>第4章 文化差异</b> .....	(87)
4.1 引言 .....	(88)
4.2 文化是什么 .....	(89)
4.3 社会结构 .....	(92)
国家聚焦 打破印度的种姓等级制度 .....	(95)
4.4 宗教与伦理体系 .....	(96)
国家聚焦 土耳其的伊斯兰资本主义 .....	(101)
管理聚焦 DMG 在上海 .....	(105)
4.5 语言 .....	(105)
4.6 教育 .....	(107)
4.7 文化与工作场所 .....	(107)
4.8 文化的变化 .....	(110)
章末案例 松下电器和日本的文化变化 .....	(115)
<b>第5章 国际商务伦理</b> .....	(120)
5.1 引言 .....	(121)
5.2 国际商务中的伦理问题 .....	(121)
管理聚焦 苹果公司 iPod 工厂 .....	(123)
管理聚焦 Unocal 公司在缅甸 .....	(125)
管理聚焦 戴姆勒公司的贿赂 .....	(127)
5.3 伦理困境 .....	(129)
5.4 不道德行为的根源 .....	(130)
5.5 通往伦理道德的哲学路径 .....	(132)
章末案例 骑士服装公司 .....	(144)
<b>第II篇综合案例</b> .....	(147)
<b>第III篇 全球贸易与投资环境</b> .....	(155)
<b>第6章 国际贸易理论</b> .....	(157)
6.1 引言 .....	(158)
6.2 贸易理论综述 .....	(159)
6.3 重商主义 .....	(161)
国家聚焦 中国是新重商主义国家吗? .....	(162)
6.4 绝对优势 .....	(162)

6.5	比较优势 .....	(164)
	国家聚焦 转移美国白领工作 .....	(170)
6.6	赫克歇尔-俄林理论 .....	(171)
6.7	产品生命周期理论 .....	(172)
6.8	新贸易理论 .....	(175)
6.9	国家竞争优势: 波特的钻石理论 .....	(177)
	管理聚焦 芬兰诺基亚的崛起 .....	(180)
	章末案例 孟加拉国纺织贸易的崛起 .....	(185)
<b>第7章</b>	<b>国际贸易中的政治经济</b> .....	(190)
7.1	引言 .....	(191)
7.2	贸易政策措施 .....	(192)
	国家聚焦 日本对小麦生产的补贴 .....	(194)
	管理聚焦 美国镁业寻求保护 .....	(197)
7.3	政府干预的情况 .....	(198)
	国家聚焦 使用激素的牛肉贸易 .....	(200)
7.4	对自由贸易的修正情况 .....	(204)
7.5	世界贸易体系的发展 .....	(205)
	国家聚焦 估计美国从贸易中获得的收益 .....	(214)
	章末案例 全球金融危机和贸易保护主义 .....	(218)
<b>第8章</b>	<b>国际直接投资</b> .....	(222)
8.1	引言 .....	(223)
8.2	世界经济中的国际直接投资 .....	(223)
	国家聚焦 中国的外来直接投资 .....	(227)
8.3	国际直接投资的理论 .....	(229)
	管理聚焦 西麦克斯的国际直接投资 .....	(231)
8.4	意识形态与国际直接投资 .....	(235)
	管理聚焦 DP 环球和美国 .....	(238)
8.5	国际直接投资的收益和成本 .....	(238)
8.6	政府的政策工具与国际直接投资 .....	(243)
	章末案例 西班牙电话公司 .....	(250)
<b>第9章</b>	<b>区域经济一体化</b> .....	(253)
9.1	引言 .....	(254)
9.2	经济一体化的层次 .....	(255)
9.3	区域一体化的依据 .....	(257)
9.4	反对区域一体化的依据 .....	(258)
9.5	欧洲区域经济一体化 .....	(259)
	管理聚焦 欧盟委员会与媒体业的兼并 .....	(261)
	国家聚焦 建立金融服务业的统一欧洲市场 .....	(263)
	国家聚焦 欧元区严重的债务危机 .....	(267)

9.6 美洲的区域经济一体化 .....	(268)
9.7 其他地区的区域经济一体化 .....	(274)
章末案例 《北美自由贸易协定》和墨西哥的汽车运输业 .....	(279)
<b>第Ⅲ篇综合案例</b> .....	(283)
<b>第Ⅳ篇 全球货币制度</b> .....	(289)
<b>第10章 外汇市场</b> .....	(291)
10.1 引言 .....	(292)
10.2 外汇市场的作用 .....	(293)
管理聚焦 大众公司的套期保值策略 .....	(297)
10.3 外汇市场的特性 .....	(298)
10.4 汇率决定的经济理论 .....	(299)
国家聚焦 量化宽松、通货膨胀和美元 .....	(304)
10.5 汇率预测 .....	(307)
10.6 货币的可兑换性 .....	(309)
管理聚焦 应对强势欧元 .....	(312)
章末案例 卡特彼勒公司 .....	(315)
<b>第11章 国际货币体系</b> .....	(318)
11.1 引言 .....	(319)
11.2 金本位制度 .....	(321)
11.3 布雷顿森林体系 .....	(322)
11.4 固定汇率制度的崩溃 .....	(324)
11.5 浮动汇率制度 .....	(326)
国家聚焦 美元、石油价格和石油美元的回流 .....	(329)
11.6 固定汇率与浮动汇率 .....	(329)
11.7 实际实施的汇率制度 .....	(332)
11.8 国际货币基金组织的危机管理 .....	(334)
国家聚焦 土耳其和国际货币基金组织 .....	(341)
管理聚焦 空中客车和欧元 .....	(345)
章末案例 拉脱维亚的经济动荡 .....	(347)
<b>第12章 全球资本市场</b> .....	(350)
12.1 引言 .....	(351)
12.2 全球资本市场的益处 .....	(352)
管理聚焦 德意志电信叩开全球资本市场大门 .....	(354)
国家聚焦 全球资本市场是否殃及了墨西哥? .....	(359)
12.3 欧洲货币市场 .....	(360)
12.4 全球债券市场 .....	(363)
12.5 全球股票市场 .....	(364)

国家聚焦 在捷克共和国寻求资本 .....	(365)
12.6 外汇风险和资金成本 .....	(366)
章末案例 中国工商银行 .....	(369)
<b>第Ⅳ篇综合案例</b> .....	(371)
<b>第Ⅴ篇 国际企业的战略与组织结构</b> .....	(377)
<b>第13章 国际企业的战略</b> .....	(379)
13.1 引言 .....	(380)
13.2 战略与企业 .....	(381)
13.3 全球扩张、盈利能力以及利润增长 .....	(386)
13.4 成本压力与地区调适压力 .....	(392)
管理聚焦 MTV网的地区调适 .....	(394)
13.5 战略选择 .....	(396)
管理聚焦 沃达丰在日本 .....	(397)
管理聚焦 宝洁的战略演变 .....	(400)
章末案例 IBM公司的战略演变 .....	(402)
<b>第14章 国际企业的组织</b> .....	(405)
14.1 引言 .....	(406)
14.2 组织构架 .....	(407)
14.3 组织结构 .....	(408)
管理聚焦 沃尔玛的国际分部 .....	(410)
管理聚焦 陶氏化学公司的矩阵结构兴衰记 .....	(416)
14.4 控制系统和奖励 .....	(420)
14.5 流程 .....	(424)
14.6 组织文化 .....	(425)
管理聚焦 林肯电气公司的组织文化与奖励机制 .....	(428)
14.7 综合：战略与组织构架 .....	(429)
14.8 组织变革 .....	(431)
章末案例 联合利华组织变革的十年 .....	(435)
<b>第15章 进入战略和战略联盟</b> .....	(439)
15.1 引言 .....	(440)
15.2 基本进入决策 .....	(441)
管理聚焦 乐购的国际增长战略 .....	(442)
管理聚焦 快乐蜂现象——一家菲律宾跨国公司 .....	(445)
15.3 进入模式 .....	(446)
15.4 选择一种进入模式 .....	(453)
15.5 新创企业还是并购 .....	(454)
15.6 战略联盟 .....	(458)
管理聚焦 思科与富士通 .....	(459)

章末案例 通用电气的合资企业 .....	(464)
<b>第 V 篇综合案例</b> .....	(468)
<b>第 VI 篇 国际商务运营</b> .....	(479)
<b>第 16 章 出口、进口和对等贸易</b> .....	(481)
16.1 引言 .....	(482)
16.2 出口的前景和困难 .....	(482)
管理聚焦 FCX 系统 .....	(484)
16.3 提高出口业绩 .....	(484)
管理聚焦 在政府的帮助下出口 .....	(486)
管理聚焦 3M 公司的出口战略 .....	(488)
管理聚焦 红点颜料公司 .....	(489)
16.4 进出口融资 .....	(489)
16.5 出口支持 .....	(493)
16.6 对等贸易 .....	(494)
章末案例 MD International .....	(499)
<b>第 17 章 全球生产、外包与物流</b> .....	(502)
17.1 引言 .....	(503)
17.2 战略、生产和物流 .....	(503)
17.3 在哪里生产 .....	(505)
管理聚焦 飞利浦在中国 .....	(507)
17.4 国外工厂的战略地位 .....	(512)
管理聚焦 惠普在新加坡 .....	(513)
17.5 外包生产: 零部件来源决策 .....	(514)
17.6 管理全球供应链 .....	(519)
章末案例 崛起的印度汽车行业 .....	(522)
<b>第 18 章 全球营销与研发</b> .....	(526)
18.1 引言 .....	(527)
18.2 市场和品牌全球化 .....	(528)
18.3 市场细分 .....	(529)
管理聚焦 对巴西黑人的营销 .....	(530)
18.4 产品特性 .....	(530)
18.5 分销策略 .....	(532)
18.6 沟通策略 .....	(536)
管理聚焦 联合利华——向印度穷人销售产品 .....	(539)
管理聚焦 多芬全球“真美”运动 .....	(541)
18.7 定价策略 .....	(542)
18.8 设计营销组合 .....	(545)

管理聚焦 李维·斯特劳斯的本土化 .....	(546)
18.9 新产品研发 .....	(547)
章末案例 微软在印度 .....	(553)
<b>第 19 章 全球人力资源管理 .....</b>	<b>(556)</b>
19.1 引言 .....	(557)
19.2 国际人力资源管理的战略作用 .....	(558)
19.3 人员配备政策 .....	(559)
管理聚焦 壳牌国际石油公司对外派人员的管理 .....	(565)
19.4 培训与管理发展 .....	(566)
管理聚焦 孟山都公司的归国规划 .....	(568)
19.5 业绩评估 .....	(569)
19.6 报酬政策 .....	(570)
管理聚焦 麦当劳的全球报酬支付政策 .....	(572)
19.7 国际劳工关系 .....	(574)
章末案例 阿斯利康公司 .....	(577)
<b>第 20 章 国际企业会计和财务 .....</b>	<b>(581)</b>
20.1 引言 .....	(582)
20.2 各国在会计准则上的差异 .....	(583)
管理聚焦 不同会计准则的后果 .....	(584)
20.3 国际会计准则 .....	(585)
20.4 控制系统的会计方面 .....	(586)
20.5 财务管理：投资决策 .....	(589)
管理聚焦 黑海能源有限公司 .....	(591)
20.6 财务管理：融资决策 .....	(592)
20.7 财务管理：全球货币管理 .....	(592)
章末案例 巴西高尔 .....	(601)
<b>第 VI 篇综合案例 .....</b>	<b>(604)</b>
译后记 .....	(608)



# 第 I 篇

## 引言和概论

Introduction and Overview

▷▷▷ 第 1 章 全球化