



国/际/商/务/经/典/译/丛

Mc
Graw
Hill
Education

国际商务

..... 第11版

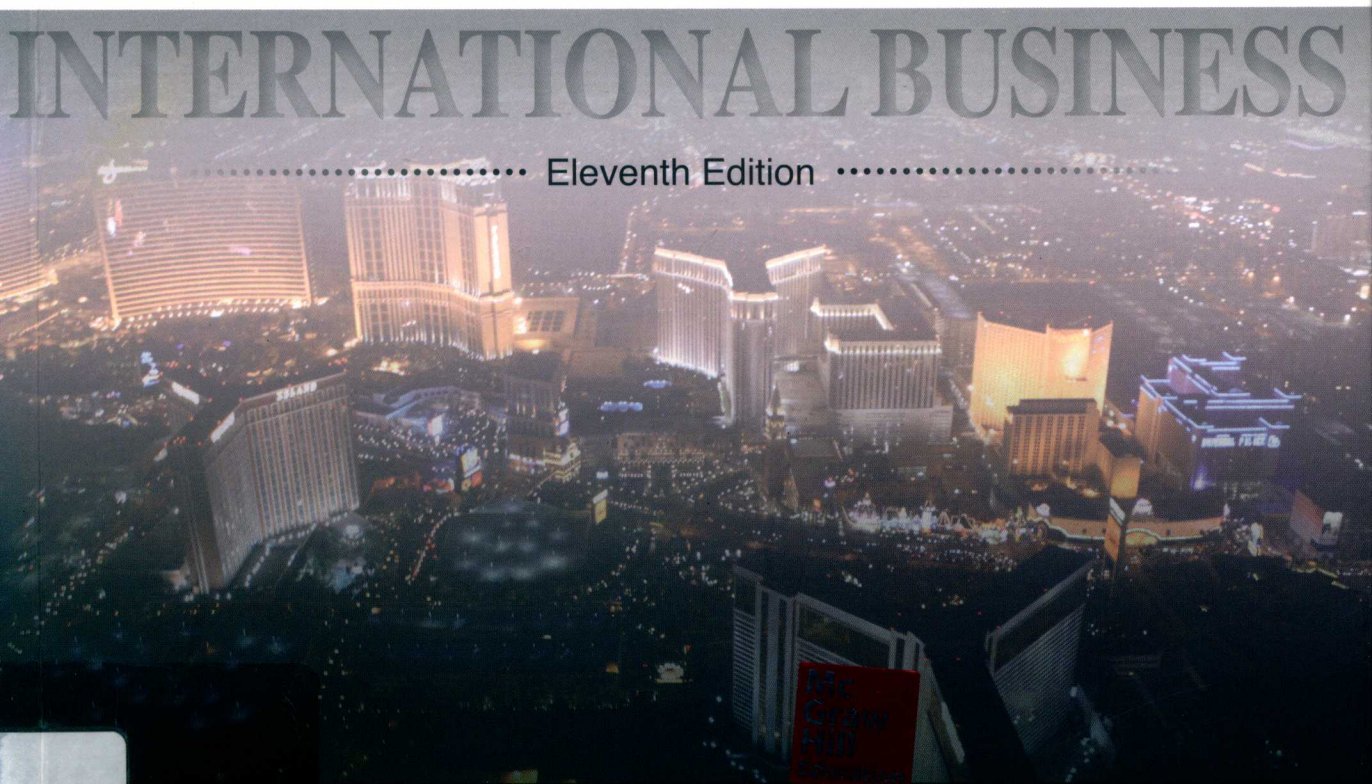
查尔斯·希尔 (Charles W. L. Hill) 著
托马斯·霍特 (G. Tomas M. Hult)

郭羽诞 等 译

郭羽诞 校

INTERNATIONAL BUSINESS

..... Eleventh Edition



 中国人民大学出版社

国/际/商/务/经/典/译/丛

国际商务

..... 第 11 版

查尔斯·希尔 (Charles W. L. Hill) 著

托马斯·霍特 (G. Tomas M. Hult)

郭羽诞 等 译

郭羽诞 校

INTERNATIONAL BUSINESS

..... Eleventh 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 11 版/查尔斯·希尔等著；郭羽诞等译. —北京：中国人民大学出版社，2019. 3
(国际商务经典译丛)
ISBN 978-7-300-26408-0

I. ①国… II. ①查… ②郭… III. ①国际商务-教材 IV. ①F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2018) 第 258280 号

国际商务经典译丛
国际商务 (第 11 版)
查尔斯·希尔 著
托马斯·霍特
郭羽诞 等 译
郭羽诞 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 - 62511770 (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	涿州市星河印刷有限公司		
规 格	185 mm×260 mm 16 开本	版 次	2019 年 3 月第 1 版
印 张	39 插页 2	印 次	2019 年 3 月第 1 次印刷
字 数	970 000	定 价	79.00 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相对短缺。

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学校面临的紧迫任务。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“国际商务经典丛书”（英文版）。丛书所选书目，都是国际知名教授的经典著作，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，我们力求基于目前国际商务专业的核心课程，既帮助高校建立自己的课程体系，又兼顾企业国际化经营的实际需要。同时，我们在编辑出版的过程中，对引进版图书的内容严格把关，取其精华，对不严谨或不当之处进行删改，确保图书质量。我们希望，得益于政府相关部门的大力支持，立足于教育机构、高等学校对企业需求和学科发展的关注，通过吸收高校师生在教学过程中的反馈意见和建议，我们的努力最终能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

相关性、实践性和综合性

《国际商务》一书自第1版至今已有25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其在许多方面别出心裁。我为此书设定了一系列目标：

- 既有综合性，又有现代性；
- 强调与管理的密切关联；
- 关注国际商务概念的应用；
- 各章内容紧凑连贯；
- 与结果导向的技术紧密结合。

多年来，十次再版，我一直努力坚持这些目标。我与托马斯·霍特博士合著的第11版同样以此为目标，这并非易事。在过去几年中，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。

我们常常不得不对一些章节进行大段大段的重写，淘汰旧的案例，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。正如下面提到的，我们在第11版中做了大量的改编，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，我们不仅根据自己的阅读、教学和研究经验做出判断，而且听取了全球许多使用本书的教师和学生、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。

相关性和综合性

一本国际商务教材要具有相关性和综合性，必须做到：

- 解释世界各国如何以及为何存在差异；
- 详察国际贸易和投资中的经济和政治现象；
- 探索国际商务中相关的伦理、公司社会责任和可持续性问题的；
- 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；
- 评估国际企业各项职能的特定作用。

本教材一直努力做到上述几点。许多其他教材对国际企业的战略和组织结构不够重视,往往忽略了企业各项职能在国际商务中的应用。我们的目标是使本书具有相关性、实践性和综合性,既要涵盖宏观问题,又要涵盖微观问题。我们认为任何缺乏这种深度和广度的教材都是有严重缺陷的。许多学习国际商务课程的学生不久将会到国际企业中工作,他们需要懂得组织的战略、结构和职能在国际商务中的运用。我们为本书给读者提供国际商务学习经验感到自豪和欣慰。

相关性和综合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们的目标之一。为了达到此目标,在本书中我们采纳、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;
- 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) 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关于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;
- 从企业资源基础和互补性理论出发制定国际商务战略的灼见;
- 保罗·萨缪尔森 (Paul Samuelson) 对自由贸易理论的批评;
- 全球供应链管理的概念和实证研究,包括物流、采购(外包)、运营和营销渠道。

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,我们尽全力确保其内容不断更新。自本书第 1 版面世以来,世界上发生了巨大的变化。2016 年,每天有超过 4 万亿美元在各国间流动。如此大规模的货币流动引起人们的关注,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不稳定。

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和印度,其经济持续快速增长。除了世界上现有的工业大国,新的多国公司在发展中国家不断涌现。世界经济全球化愈益影响着众多各种规模(从很大到很小)的企业。遗憾的是,全球恐怖主义伴随地缘政治风险凸显,有些是近 10 年才出现的难以想象的风险,它们已成为全球经济一体化和全球经济活动的威胁。

第 11 版的特点

《国际商务》(第 11 版)最明显的变化是增加了合作者托马斯·霍特。霍特教授是约翰·

拜因顿首席教授，教授营销和国际商务课程，同时担任密歇根州立大学布罗德商学院国际商务中心主任。他是国际商务、营销和管理领域的著名学者，也是全球供应链管理、全球战略和营销战略领域的著名专家。此外，他还在国际商务协会担任重要职位，目前是该协会的执行总监和总裁。

我非常高兴霍特加盟本书的写作。他是本书的长期用户，并为本书各版提供了章末材料（比如，他利用密歇根州立大学 globalEDGE 网站上的材料设计了“研究任务”专栏）。我相信他的技能是对我的补充。他充沛的精力、热情和知识基础使本书更上一层楼。霍特为第 11 版做出了许多重大贡献，其中包括第 4 章、第 5 章、第 10~12 章、第 13~15 章、第 16~20 章以及第 7 篇末的很多综合案例。

《国际商务》一书前 10 版的成功很大程度上源于把前沿研究融入本书，通过对新案例和新统计数据的应用，通过在相关理论框架内对当前事件的讨论，来展示全球的发展趋势和企业采取的战略。在这些优势的基础上，第 11 版的目标集中于以下几个方面：

- 融入学者的研究成果；
- 确保本书内容尽可能涵盖所有重要问题；
- 确保本书包含新的案例和统计数据；
- 大部分章节增加了新的有启发性的章首案例和章末案例；
- 各章都包含提升读者能力的 globalEDGE 网站“研究任务”专栏；
- 把各章内容与它的管理应用联系在一起；
- 增加了新的篇目——第 7 篇“综合案例”。

第 11 版几乎每一章都有改动。所有的统计数据都已更新，一般是 2014—2015 年的统计数据。我们增加了新的案例，对旧的案例做了更新以反映新的发展。

重要的是，《国际商务》（第 11 版）有一个由霍特带来的新特征，即在每章设置了提升读者能力的 globalEDGE 网站“研究任务”专栏。用谷歌搜索“国际商务资源”，排名第一的正是 globalEDGE 网站，该网站为读者提供了丰富的资料，以及最新的数据和信息。使用本书的教师可以利用 globalEDGE 网站对各章的相关资料进行更新，这使得学生能够跟踪国际商务领域最新的发展。

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，需要考虑正反方的各种意见。为了使学生明确这一点，我们采取一种批判的方法，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，我们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是一件很危险的事。

为了帮助学生加深对如何应用国际商务知识的理解，本书的每一章都有两个“研究任务”专栏，它们是由托马斯·霍特和 Tunga Kiyak 以及密歇根州立大学国际商务中心和该校负责 globalEDGE 网站的团队设计的。这些练习对应各章所涵盖的内容。

内容的整体连贯性

很多教科书的一个缺点是各章的论题缺少整体连贯性。本书在第 1 章就向学生说明了各章之间的关系。通过对材料的合理安排,每一章的内容从逻辑上都为后一章的内容做了铺垫,以保持连贯性。

第 1 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。市场全球化和生产全球化是其核心。

第 2 篇

第 2~4 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、公司社会责任和可持续发展问题。大部分国际商务教材喜欢把这些内容安排在后面,但我们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,许多核心问题源于各国在政治经济和文化上的差异。

第 3 篇

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

第 4 篇

第 10~12 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 5 篇

第 13~15 章的重点从环境转到企业。换句话说,从宏观层次转向微观层次。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 6 篇

第 16~20 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,包括出口、进口和对等贸易、全球生产、全球供应链管理、全球营销、全球研发、人力资源管理、会计和财务职能等。

在本书中,后一章新增的资料都与前一章讨论的主题相关,这是为了让学生把各章的知识融会贯通。我们经过精心的设计,在涉及宏观主题的各章(第 1~12 章)中应用管理的视角,而在涉及微观主题的各章(第 13~20 章)中应用宏观视角。

第 7 篇

第 7 篇的综合案例为学生更好地理解宏观和微观问题提供了强大的学习工具。

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，我们使用的一项技巧就是在叙述中穿插一些奇闻趣事，用故事来诠释理论。

各章大多有“国家聚焦”专栏，该专栏介绍了与国际商务密切相关的各国政治、经济、社会或文化的方方面面。

麦克劳-希尔出版公司《国际商务》一书的网络资源

应用

● 互动式应用练习。麦克劳-希尔出版公司网站上的各种互动式作业要求学生把学到的知识应用到真实情景中。这些互动式应用练习有助于学生加深对相关概念的理解。这些练习包括视频案例、现实世界中真实公司的决策情景和案例、案例分析练习、商业模式、流程和问题解决案例等。

教学支持

在麦克劳-希尔出版公司网站的“教师资源”中，你可以找到教学所需的完整资料。

● 教师手册。教师手册是一份综合性的教学材料，它可以提高你的教学效果。教师手册包括课程大纲、各章总括及教学要点、教学方法建议、各章的教学目的、章首案例的使用指南、讲课大纲、思考与讨论题的答案、章末案例及学生两项活动的教学指导、每个视频讨论题的视频指导以及 globalEDGE 研究任务的答案。

● 题库。本题库中包括各章 100 道左右的判断题、选择题和论述题。题库中的题目结合了布鲁姆分类学 (Bloom's Taxonomy) 和美国管理商学院联合会 (AACSB) 的认证标准，根据它们对知识和技能的要求设计出各个题项。每个题目都指向本书中列出的学习目标。

● PPT。各章的 PPT 包括教材中重要的数据、表格和地图；还包括小测验，这是为了让学生在上课时集中注意力；此外还包括给教师的教学建议。

目 录

第 1 篇 引言和概论	(1)
第 1 章 全球化	(3)
1.1 引言	(5)
1.2 什么是全球化	(6)
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)
1.6 全球化的争议	(22)
1.7 在全球市场进行管理	(29)
第 2 篇 国家差异	(37)
第 2 章 政治、经济和法律体系中的国家差异	(39)
2.1 引言	(40)
2.2 政治体制	(41)
2.3 经济体制	(45)
2.4 法律体系	(46)
第 3 章 经济发展中的国家差异	(60)
3.1 引言	(61)
3.2 经济发展的差异	(61)
3.3 政治经济与经济进步	(63)
3.4 转型中的国家	(67)
3.5 经济转型的本质	(70)
3.6 政治经济变革的意义	(73)
第 4 章 文化差异	(81)
4.1 引言	(83)
4.2 文化是什么	(84)
4.3 社会结构	(87)
4.4 宗教与伦理体系	(92)
4.5 语言	(101)

4.6	教育	(102)
4.7	文化与工作场所	(103)
4.8	文化的变化	(106)
第 5 章	伦理、企业社会责任和可持续发展	(116)
5.1	引言	(117)
5.2	国际商务中的伦理问题	(118)
5.3	伦理困境	(125)
5.4	不道德行为的根源	(126)
5.5	通往伦理道德的哲学路径	(129)
第 3 篇	全球贸易与投资环境	(147)
第 6 章	国际贸易理论	(149)
6.1	引言	(150)
6.2	贸易理论综述	(151)
6.3	重商主义	(153)
6.4	绝对优势	(154)
6.5	比较优势	(156)
6.6	赫克歇尔-俄林理论	(164)
6.7	产品生命周期理论	(165)
6.8	新贸易理论	(166)
6.9	国家竞争优势: 波特的钻石理论	(169)
	附录: 国际贸易及国际收支	(176)
第 7 章	政府政策与国际贸易	(181)
7.1	引言	(182)
7.2	贸易政策措施	(183)
7.3	政府干预的情况	(189)
7.4	对自由贸易的修正情况	(194)
7.5	世界贸易体系的发展	(195)
第 8 章	国际直接投资	(207)
8.1	引言	(208)
8.2	世界经济中的国际直接投资	(209)
8.3	国际直接投资的理论	(213)
8.4	意识形态与国际直接投资	(219)
8.5	国际直接投资的收益和成本	(222)
8.6	政府的政策工具与国际直接投资	(227)
第 9 章	区域经济一体化	(237)
9.1	引言	(238)
9.2	经济一体化的层次	(239)
9.3	区域一体化的依据	(241)

9.4 反对区域一体化的依据 (243)

9.5 欧洲区域经济一体化 (243)

9.6 美洲的区域经济一体化 (253)

9.7 其他地区的区域经济一体化 (260)

第 4 篇 全球货币制度 (267)

第 10 章 外汇市场 (269)

10.1 引言 (270)

10.2 外汇市场的作用 (271)

10.3 外汇市场的特性 (275)

10.4 汇率决定的经济理论 (276)

10.5 汇率预测 (283)

10.6 货币的可兑换性 (285)

第 11 章 国际货币体系 (293)

11.1 引言 (294)

11.2 金本位制度 (295)

11.3 布雷顿森林体系 (297)

11.4 固定汇率制度的崩溃 (299)

11.5 浮动汇率制度 (300)

11.6 固定汇率与浮动汇率 (304)

11.7 实际实施的汇率制度 (307)

11.8 国际货币基金组织的危机管理 (308)

第 12 章 全球资本市场 (320)

12.1 引言 (321)

12.2 全球资本市场的益处 (322)

12.3 欧洲货币市场 (330)

12.4 全球债券市场 (333)

12.5 全球股票市场 (334)

12.6 外汇风险和资金成本 (335)

第 5 篇 国际企业的战略与组织结构 (341)

第 13 章 国际企业的战略 (343)

13.1 引言 (344)

13.2 战略与企业 (345)

13.3 全球扩张、盈利能力以及利润增长 (350)

13.4 成本压力与地区调适压力 (357)

13.5 战略选择 (361)

第 14 章	国际企业的组织	(371)
14.1	引言	(372)
14.2	组织构架	(373)
14.3	组织结构	(374)
14.4	控制系统和奖励	(388)
14.5	流程	(392)
14.6	组织文化	(393)
14.7	综合：战略与组织构架	(397)
14.8	组织变革	(399)
第 15 章	进入战略和战略联盟	(406)
15.1	引言	(408)
15.2	基本进入决策	(408)
15.3	进入模式	(414)
15.4	选择一种进入模式	(420)
15.5	新创企业还是并购	(422)
15.6	战略联盟	(425)
第 6 篇	国际企业的职能	(435)
第 16 章	出口、进口和对等贸易	(437)
16.1	引言	(438)
16.2	出口的前景和困难	(440)
16.3	提高出口业绩	(442)
16.4	进出口融资	(448)
16.5	出口支持	(453)
16.6	对等贸易	(454)
第 17 章	全球生产与供应链管理	(461)
17.1	引言	(463)
17.2	战略、生产和供应链管理	(463)
17.3	在哪里生产	(466)
17.4	自制还是采购决策	(475)
17.5	全球供应链职能	(478)
17.6	管理全球供应链	(481)
第 18 章	全球营销与研发	(490)
18.1	引言	(492)
18.2	市场和品牌全球化	(493)
18.3	市场细分	(494)
18.4	产品特性	(496)
18.5	分销策略	(498)

18.6	沟通策略	(501)
18.7	定价策略	(508)
18.8	设计营销组合	(511)
18.9	国际市场调研	(514)
18.10	新产品研发	(516)
第 19 章	全球人力资源管理	(527)
19.1	引言	(528)
19.2	国际人力资源管理的战略作用	(529)
19.3	人员配备政策	(530)
19.4	培训与管理发展	(538)
19.5	业绩评估	(541)
19.6	薪酬政策	(542)
19.7	国际劳工关系	(545)
第 20 章	国际企业的会计和财务	(553)
20.1	引言	(554)
20.2	各国在会计准则上的差异	(555)
20.3	国际会计准则	(556)
20.4	控制系统的会计方面	(558)
20.5	财务管理：投资决策	(561)
20.6	财务管理：融资决策	(565)
20.7	财务管理：全球货币管理	(565)
第 7 篇	综合案例	(577)
	生产苹果手机	(580)
	埃及革命	(581)
	加纳：非洲发电机？	(583)
	沃尔玛无法征服所有国家	(584)
	出口废弃电池的伦理	(586)
	印度药品行业的兴起	(587)
	中国限制出口稀土金属	(588)
	在印度的外国零售商	(589)
	我要希腊的电视信号解码器！	(590)
	日元的兴衰	(591)
	马拉维的货币危机	(592)
	中国工商银行的 IPO	(594)
	打造福特的全球竞争力	(594)
	西门子应对全球竞争的组织设计	(596)
	JCB 寄希望于印度市场	(597)

MD 国际公司与拉丁美洲	(598)
亚马逊的 Kindle 革命	(599)
巴宝莉的全球品牌	(601)
MMC 中国合资企业	(602)
巴西戈尔航空	(603)
译后记	(606)

第 1 篇



引言和概论

Introduction and Overview

