现代国际商务丛书

洪银兴 张二震 主编

国际商务导论

洪银兴 著

《国际商务导论》

当今世界，经济竞争日趋激烈，国际市场竞争正酣。本书精辟分析了国际商务环境，概述了国际商务全景，讲述了国际商务战略，为您参与国际市场竞争、从事贸易投资等商务活动提供宏观指导。

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

国际商务导论

中国商业出版社

一部分，即没有国内市场和国际市场之分，而只有

主要参阅书目

1.John D.Daniels & Lee H.Radebaugh：InteruationnalBusiness Addison-Wesley Publishing Company，1994.

2.[美]多米尼克·萨尔瓦多：《国际经济学》，江苏人民出版社 1992 年版。

3.[日]小岛清：《对外贸易论》，南开大学出版社 1987 年版。

4.[世界银行]唐纳德·基辛：《发展中国家的贸易政策》，中国财政经济出版社 1986 年版。

5.龚维新主编：《国际商务》，立信会计出版社 1993 年版。

6.洪银兴、林金锭：《发展经济学通论》，江苏人民出版社 1990 年版。

7.洪银兴：《市场经济条件下的经济发展》，高等教育出版社 1994 年版。

8.洪银兴等主编：《发展外向型经济的战略思考和竞争策略》，江苏人民出版社 1989 年版。

9.新加坡南洋理工大学亚洲商业与经济研究中心：《新加坡发展经验》，中国对外贸易出版社 1994 年版。

前　言

经过十几年的改革开放，中国经济已经成为开放型经济。外国的产品大量进入中国市场，中国的产品也已大量进入国际市场；外商进入中国投资办厂，中国的企业也进军海外。过去的中国厂商主要在国内经商，现在的中国厂商许多在做跨国生意，或者要同进入中国的外商做生意，或者要走出国门，在国外做生意，这意味着国际商务已经和正在进入中国企业的千家万户。

厂商从国内商务转向国际商务，面对的是竞争更为激烈的市场，需要掌握许多新的国际规范的运行规则和运作工具，需要了解和遵循国际经济和商务的规律。本书作为国际商务的导论，不仅仅是解释国际商务的基本概念，还要给读者提供一个国际商务的全貌，使读者了解自己所处的整个国际商务的环境。

国际商务本身是实务性的，但它需要多方面的知识，包括经济、管理、金融、财务、营销、贸易等；它所依托的是国际经济的背景。因此作为国际商务的导论，就要将这些学科的知识集中在一起作一概论，还要给读者提供国际商务所涉及的国际经济学知识。迄今国际商务教材和专著在国内尚不多见。国外流行的国际商务教材，基本上是以发达国家成熟的国际商务关系为对象的。发展中国家的厂商从事国际商务面对着许多与其他发达国家不同的经济发展问题。因此，作为“导论”又必须提供国际商务所涉及的发展经济学知识。本书则从中国这样的发展中大国的实际情况出发，专门研究中国所面对的国际商务问题，特别关注中国厂商必备的国际商务战略和方法。

国际商务即跨国做生意，涉及国际贸易、国际投资和国际融资等活动，与这些活动相关的学科有国际贸易、国际金融等。国际商务同这些学科的区别，不只是在于将国际贸易、国际金融等学科分别研究的活动都包含在一起，更重要的是它从厂商出发，而不是从国家整体出发，研究在国际贸易、国际投资、国际融资中的厂商行为，特别关注厂商进入国际市场的方式、竞争策略和跨国经营的各种规则。

无论是国际贸易，还是国际投资，都要由厂商的国际商务活动去推动。在现代国际经济中，一个国家厂商从事国际商务的规模和水平，反映该国经济国际化的水平。国际经济发展的实际已证明：不能进入国际市场的国家，可确信是经济影响力下滑、居民生活水准下降的国家，而成功的参与国际商务就可抓到改善居民生活质量并使国家更加文明甚至领先的希望。企业也是这样，只有那些有能力从事跨国经营的企业才能真正成为强者。

国际商务与国内商务的明显区别是环境因素差别。国际商务活动从属于新的宏观环境因素的安排，这些环境因素有经济的，但大量的是非经济的，其中包括政治的、法律的、社会的、习俗的、地理的等等。不同国家的商务环境有明显的差别，形成机会和风险的约束。国际商务要在对这些环境作充分了解的基础上去适应它，并要从中抓到商业机会。正因为环境的重要，所以许多国外的国际商务教材和专著，大都以国际商务环境和运作作为书名或书名的副标题。

国际商务作为厂商的行为，无论是从事国际贸易还是国际投资，都有相对独立的目标。这就是国际商务属于经营性活动，是自主经营自负盈亏的公司的经营行为，它理应以利润最大化作为目标，尽管其经营过程要受政府的

对外经贸目标的制约。明确这一点非常重要。目前的某些国际商务活动偏离了这个目标，突出表现在两个方面：一是在贸易或投资过程中，只算政治帐不算经济账；二是单纯追求出口和利用外资的数量，不讲究出口和利用外资的质量和效益，以至于出口和利用外资的代价太高。国家的“九五”计划提出，要形成出口增长主要依靠质量效益的机制、引进外资不要单纯追求数量，而要把重点转到质量和效益上来。现在看来，只要把出口贸易和利用外资作为国际商务活动来对待，保障厂商在出口贸易和利用外资中的效益最大化行为，便能形成出口和利用外资的质量效益机制。

国内厂商进入国际市场有 3 种方式：出口进入、许可证贸易进入和投资进入。像我国这样的发展中国家的厂商进入国际市场时，海外市场基本上被发达国家和其他工业化国家的厂商占领，每个市场都要以竞争的途径进入，因此厂商进入海外市场时面对的严峻问题是：正确选择所要进入的目标国家市场，正确选择进入的方式，正确选择进入的竞争策略，进入国际市场后，还要不断地寻找市场机会，规避各种可能的市场风险。

面对变幻莫测的国际市场，企业必须采取多元化市场、多角化经营的战略。多角化经营指的是企业生产要素的多渠道投放，不仅是产品品种多元化，而且是经营内容多样化，即生产、贸易、运输、服务多种经营，企业在多方位开拓市场的基础上面向多个市场经营。这样，不论是经营的产品，还是经营的范围，还是经营的市场，都有“黑了东方有西方”的机会，企业的市场风险大大分散化。在这里，企业不是被动地适应市场，而是积极地适应市场，及时地在不同的市场上抓住商业机会。

厂商要想进入国际市场并在激烈竞争的国际市场上站住脚，关键是自身要有竞争优势，包括出口产品有竞争优势、海外投资企业有竞争优势。

长期以来，占主导的国际分工理论是比较优势理论，现在又强调竞争优势理论，两者应该统一起来理解。就像中国有劳动力资源的比较优势，按照比较优势理论，中国的国际贸易的比较利益结构是以劳动密集型产品出口为主。而在现实的国际竞争中，劳动密集型产品不具有竞争优势，要使中国的劳动力优势成为竞争优势，就要将先进的生产要素同劳动力结合，形成有竞争优势的产品。如果将引进国外生产要素的国际商务结合进来考虑，那应该是指，将引进的国外资金、国外先进技术，同中国丰富而廉价的劳动结合，生产在国际市场上有竞争力的产品。这时的比较优势就在于，同是高技术产品，但在中国生产的劳动价格含量比在其他国家生产的低，具有费用低的优势。

国际投资的重要理论是垄断优势理论，其中包括所有权优势、内部化优势和区位优势。我国厂商的对外投资也应该努力培植这三大优势，没有这三大优势，投资进入国际市场非常困难，即使进入了也很难保住自己的地位。

所有权优势，即某个企业所特有的、其他企业不具备的优势，其中包括企业所有的资产、技术、企业管理的国际经验、开发不同产品的能力等。目前，国际直接投资总额的 90%以上属于发达国家。原因非常明显，发达国家的企业具有所有权优势。发展中国家的对外投资数额小，原因是缺乏有明显的所有权优势的企业，因此大都选择低风险的出口进入国际市场的方式。但是，对外投资不能成为发达国家垄断的领地，发展中国家应该进入。为了有效地进入对外投资领域，我们也有个培养自身的垄断优势问题。我们需要在专利、商标、技术等方面打出自己的品牌，需要在产品的差别性上形成自己

的特色和垄断优势，以此为基础，我国的对外投资企业也会形成自己的竞争优势。

内部化优势。这是指企业将自己所特有的优势内部化在企业内部所产生的垄断优势。这里一方面包括公司将自己特有的资产、工业产权和技术内部化在本企业中使用，另一方面是指公司通过在各个市场上建立与生产经营相关的子公司，从而将外部分工内部化在企业内部，形成在国际市场上的垄断优势。这就提出了企业对外投资，在国际市场上建立跨国子公司的必要性。

区位优势，即目标国家市场的区位优势。其中包括该区位的自然资源、劳动力、地理位置、政府政策等方面的优势。从经济上考虑，特别重要的区位优势是该区域的市场潜能，和该区域正处于快速增长阶段。根据这个理论，我国的对外投资应该选择在具有区位优势的市场上，特别是要进入处于增长中心的市场。

企业在跨国经营后，面对的重要问题是跨国企业的管理问题。跨国企业与国内经营的企业相比，在经营管理上有许多不同的特点。跨国企业的经营管理涉及全球战略计划的制定、跨国企业内部组织机构的设计，母公司对子公司的控制等。

国际商务活动是一项风险性很强的国际经济活动。它所涉及的风险包括政治风险、外汇风险、税收风险、市场波动风险，不仅有东道国的政治经济条件变化所产生的风险，还有国际政治环境变化所产生的风险。从事商务活动的厂商对国际市场又比较生疏，这就使得国际商务活动中所面临的风险通常具有突发性以及引发因素多、预测难度大、控制难度高等特征。因此，厂商在国际商务活动中必须充分认识可能遇到的各种风险，并能掌握规避风险的方法。只有这样，才能在机遇与风险并存的国际商海中或巧妙地绕开险滩暗礁，或将风险降到最低限度。

总　序

80 年代初开始，中国人民冲破了长期的自我封闭状态，勇敢地向世界敞开了大门。“走向世界市场”，已成为有战略远见的企业家们的实际行动。随着改革开放的不断深入，我国经济的开放度日益扩大。国际上一般用一国进出口总额占国民生产总值的比重来表示经济开放度，按照这一指标，1995 年我国经济开放度已经超过了 40%。这就是说，我们不仅消费着约占国民生产总值 20%的外国商品，我们还有约占国民生产总值 20%以上的产品的实现依赖于世界市场。中国经济已经日益与世界经济融为一体。与此同时，国际贸易、国际融资、引进外资、对外投资等国际商务活动也得到了迅猛发展。

进入 90 年代以来，国际经济呈现出与 80 年代初我国改革开放起步阶段时不同的特点。虽然“冷战”结束后的世界并不太平，但是和平和发展已成为当今世界的主题。随着国际分工、国际交换和生产要素国际流动的深入发展，各国的经济日益国际化了。所谓经济国际化实质是市场的自由化和国际化，从一国的角度看，其主要特征：一是市场高度开放，国内市场成为世界市场的一部分，即没有国内市场和国际市场之分，而只有世界市场的国内部分和国外部分之别，国内市场和国际市场实际上合二为一；二是产业的全面开放，无论是第一产业、第二产业还是第三产业，都向世界开放，全面参与国际竞争，关税、配额等保护贸易措施降至最必要的水平，本国产业依靠竞争获得发展、提升的动力；三是投资领域的自由化和国际化，国外资本和国内资本可以在相同的条件下进行投资，外资享受国民待遇，同时本国对外投资增长迅速，引进外资和对外投资渐趋平衡。可见，经济国际化实际上就是本国经济与世界经济体系的高度融合。应该说，随着我国经济开放度的不断扩大，经济国际化发展已是大势所趋。如果说，在 80 年代我们实施外向型经济发展战略时，议论得最多的是怎样扩大出口、怎样吸引更多的外资，以及怎样保护和发展民族经济的话，那么，在经济国际化更加发展的今天，我们更应注重市场开放、对外投资和跨国经营，迎接经济国际化的挑战。因此，了解并掌握有关国际商务的新理论、新情况和新知识，就显得特别重要。

什么是国际商务？用最通俗的话说，就是跨国界做生意，在全球范围内开展生产经营活动。要走出国门从事国际商务活动，需要多方面的知识。比如，开展国际贸易，就必须熟悉贸易环境、贸易政策，了解商贸惯例；进行跨国投资，就要懂得融资手段，擅长经营管理，善于规避风险；遇到贸易或投资方面的纠纷，还要能够运用法律手段来维护自己的合法权益。国际商务活动是科学和艺术的结合，因此，商务语言的运用、商务谈判的技巧、营销方式的选择，都是成功的国际商务活动所必须具备的知识。

我们主编的这套《现代国际商务丛书》，就是为了使广大读者特别是企业家，系统掌握有关国际商务活动的知识，以适应我国扩大开放，更广泛、更全面地参与国际竞争的需要。这套由南京大学国际商学院中青年教授撰写的丛书，具有以下鲜明特色：　（1）重视国际商务环境的分析，即把国际贸易、国际金融、国际投资以及跨国经营等放在整个世界经济发展的大背景下分析，使读者能从宏观的视角、从整体上把握国际商务活动的规律。因此，本丛书十分重视理论上的分析和论证，有一定的理论深度。（2）重视对国际商务活动中出现的新情况、新问题的分析和新知识的介绍，如对部门内贸易、

公司内贸易现象的分析，对最新营销方式的介绍，等等。（3）重视对国际商务经营实务的介绍，向读者提供实际的操作知识，使本丛书具有较高的实用价值。另外，在行文上力求简明、通俗，深入浅出。当然，本丛书在多大程度上体现了上述特色，只有让专家学者及广大读者来评判了。

洪银兴　张二震

1996 年 2 月于南京

国际商务导论

第一章　经济国际化和国际商务

什么叫国际商务？商务，最通俗地讲就是做生意，国际商务就是跨国界或境界做生意。我们过去很少听到国际商务的概念，为什么这几年国际商务会如此时髦？原因很简单，国际商务是同我国经济国际化的进程相一致的，在国际化经济中，厂商面对的商务活动大量的是国际商务，厂商所从事的国际贸易、国际融资事务都可概括为厂商的国际商务活动。进入国际贸易、国际资源的流动等经济过程从事国际商务活动的公司、企业，在国际商务活动中具有厂商的行为：竞争性、经营性和赢利性。

一、从封闭经济到开放经济

国际商务的产生和发展是同经济活动国际化的进程一致的。

在现代社会中，人们要越过国境做现代经济交易，例如从日本买进汽车，从法国买进香水。许多产品也不可能单独由一个国家制造，例如汽车，精明的汽车商可能从德国进口引擎，从韩国进口钢材，从日本进口电子系统，从英国进口皮革，从瑞典进口安全系统。资源也可以在国际间流动，成功的厂商可以利用日本的技术，马来西亚的劳工，香港的市场，所有这一切都是通过国际商务实现的。

国际商务给一个国家和人民所带来的经济福利是不可估量的。马克思和恩格斯在 100 多年前发表的《共产党宣言》中说，资本主义在它产生后的 100 多年中创造的生产力超过了过去的总和，其中一个重要原因是这些国家的商人为了扩大产品的销路，足迹走遍了全世界。在今天，新加坡、韩国、香港等国家和地区能在短短的时期中一跃成为新兴的工业化国家和地区，主要原因也是它们经济的国际化，是国际商务改变了它们的落后面貌。实践证明，一个国家的经济由封闭转为开放，经济活动国际化，是现代化的必由之路。

中国古代曾以四大发明闻名于世，也曾经有过全盛时期，但到近代落伍了。究其原因，在于封建专制在我国统治太久，自给自足的自然经济在我国延续的时间太长，与此相联系的便是长期的闭关锁国，隔绝了中国和国外的经济联系。从 1840 年开始的鸦片战争，轰开了紧闭着的清帝国的大门，中国的经济开始被卷入世界经济的漩涡，当时出现的洋务运动实际上就是一种国际商务活动。当然，在中国由此发展起来的国际经济关系和国际商务是畸形的，它带有殖民地性质，中国不是以主权国家的身份从事国际贸易和国际商务，而是成为世界列强的原料产地和商品倾销地。

中华人民共和国建立以后，由于长期受“左”的思想指导，商品经济没有得到及时的发展，自然经济的基础没有得到彻底摧毁，再加上帝国主义在一个时期实行孤立中国的政策，在这种国际国内环境下，我国实际上实行了关门搞建设的方针：片面强调自力更生，过分强调既无内债又无外债。这时的国际贸易限制在很小的范围内，而且国际贸易基本上由政府下属的公司按照政府的意志来运作，谈不上厂商的国际商务。

在当今世界上，任何一个国家的经济都不可能长期脱离国际经济，谁要是闭关锁国，拒绝参加国际竞争，谁就是将自己置身于人类生产力进步和物质文明的主流之外，谁就不能跻身于先进民族之林。中国在近现代落后，就在于与世界经济发展隔绝，错过了几次发展的机遇。

1978 年末，中共十一届三中全会作出了对外开放的重大决策，所谓对外开放，一方面是指国家放弃了闭关自守的政策，积极主动地扩大对外经济交往，另一方面是指放宽政策，放开或者取消各种限制，不再采取封锁国内市场和国内投资场所的保护政策，把对外经济关系推进到一个更高的水平。因此，对外开放不仅包括扩大对外贸易，同时也鼓励外国资本、技术等生产要素流入中国，中国为之提供有利的投资环境，并且允许我国的资金、技术、劳动力流向国外。这样一来，商务活动就由国内发展到国外，作为对外开放载体的国际商务也就迅速发展起来了。

国际商务的发展水平同对外开放的程度密切相关，对外开放度越高，国际商务活动越是活跃，其规模也越大。

发展外向型经济是贯彻对外开放政策的重要组成部分,国家在 80 年代后期明确在沿海地区发展外向型经济。外向型经济区是对外开放度最高的地区。在这里，商品、资金、技术、人员的流进和流出更为自由，吸引和利用国外资源的形式更为灵活。这里的产业结构以出口为导向，产品销售以国外市场为主。总之，整个外向型经济区的生产、交换、分配、消费等经济活动与世界市场接轨，形成开放式的经济运行系统。很显然，在这种外向型经济区，国际商务不仅活跃，而且可以达到相当高的水平。当然，这不是说只有沿海开放区，只有外向型经济区才能进行国际商务，在内陆地区照样可以进行国际商务活动，区别是在沿海开放地区国际商务的环境更好一些。现在沿海开放政策已经扩大到沿江城市、沿边城市和内陆的省会城市，这种全面外向的态势就给国际商务活动提供了更为广阔的范围。

现在我国的对外开放正在进入新的发展阶段，这就是与积极准备加入世界贸易组织相配合扩大对外开放的范围，提高对外开放的程度。具体表现是：第一，扩大吸引外资的范围，在继续吸引外商直接投资的同时，采用更灵活的方式进入国际金融市场融资，并向外资开放中国的股票市场；第二，扩大国际贸易的范围，由商品贸易扩大到技术贸易，吸引更高更新的技术支撑经济增长；第三，扩大开放的领域，由开放第二产业扩大到第三产业的金融、贸易、信息、交通、服务、旅游等部门；第四，提高引进的外资的质量，尤其要注意吸引海外跨国公司和大银行进入中国；第五，由请进来发展到走出去，到境外办跨国公司和海外企业。

开放型经济与国际商务密不可分，如前所说，国际商务依赖于国家的对外开放的程度，开放程度同样依赖于国际商务。因为对外开放是一种政策，国际商务是对外开放的载体，对外开放要成为现实则有赖于国际商务活动。只有开放政策，没有进出口贸易，没有资本的进出，开放只是口头上的，而且一个地区、一个国家对外开放度的提高也要靠活跃的国际商务活动推动。

二、从国际贸易到国际商务

一般说来，国际商务同国际贸易是联系在一起的。

国际贸易是国家之间的商品和劳务（为商品的国际流动和旅游者提供的服务及船舶、仓库、保险、银行等的服务）的交易。从一个国家的角度来看，国际贸易又称对外贸易。这个国家在商品和劳务方面同外国进行交易就是对外贸易。同样，国际商务从一个国家的角度看，有时也可称为对外商务。

在开放型经济中贸易是不分国际和国内的，尽管贸易商可能会有主要从事国内贸易还是从事国际贸易的分工，就像许多外国大学的贸易专业就不分国内贸易和国际贸易一样。而在我国，刚由封闭经济转向开放经济，贸易刚由国内转向国外，外向度还不很高，因此，在一段时间中贸易还会有国内和国外之分。商务也是这样，在一段时间中还会有国内商务和国际商务之分。

国际贸易、国际商务同国内贸易、国内商务有明显不同的规律和运行规则。过去人们熟悉的是国内贸易和国内商务，现在要参加国际贸易和国际商务活动，就必须专门研究国际贸易和国际商务的知识，掌握其规律。

国际贸易具有两重性：一重是个别交易，一重是整体的交易。相应的就有两重交易主体：个别交易主体和整体交易主体。

整体交易的主体是国家，个别交易主体则是厂商。研究这种两重交易行为，就区分了国际贸易和国际商务两门学科。从研究的对象和范围来说，国际贸易研究的是国家作为整体的交易行为，以国家与国家之间的贸易关系为研究对象，其理论出发点是国家的整体贸易利益及国家的国际收支。国际商务则是研究在国际贸易中个别交易主体的行为，以厂商参与的国际商务活动力研究对象，其理论出发点是厂商的赢利原则。国际贸易要研究国际收支的平衡，研究汇率的调整，研究国家的贸易政策和贸易体制。国际商务则是以国家的国际贸易体制和政策作为背景和前提研究厂商的国际商务行为，寻求国际经营和赢利的机会和方式。

在现实中，国际贸易和国际商务是结合在一起的，两者相互促进又相互制约。

一方面国际贸易是不同国家之间的贸易关系，但国际贸易总是由各个厂商参与的，商品不会自己走到国际市场上去，商品也不会不是为了赚钱而进入国际市场。就是说，商品和劳务的进出口都是在厂商所从事的国际商务活动中进行的。这表明每个具体的国际贸易活动又都是国际商务活动，国家的贸易利益归根到底是由各个厂商对利润最大化的追求实现的。

另一方面，国际商务又要受国际贸易的制约。首先，由国家推动的国际贸易关系的扩大会带动国际商务活动的扩大，国家推行的鼓励和保护政策也会给从事国际商务活动的国内厂商带来商务利益。其次，国际贸易涉及国家的整体利益，国际收支和国家的国际支付能力，外汇汇率和国家的金融形势，比较利益和国家的产业政策等等，国家会从国家的整体利益出发制定国际贸易政策，这些政策会直接影响国际商务活动。而且，对从事国际商务活动的厂商来说，他们不仅要受本国国际贸易政策的制约，还要受外国的国际贸易政策制约。从这意义上说，虽然国际商务是国际竞争行为，但对厂商来说，竞争不可能是完全的。国际商务作为经营性行为必须服从国家的国际贸易政策，同时也要研究贸易对方国家的政策许可范围。

国际商务的范围和方式也随着国际贸易的发展而扩大。国际贸易最初只

是商品贸易，国际商务也只限于进出口活动。后来，国际贸易的内容扩大了，国际贸易的数量规模也扩大了，国际贸易的空间范围也扩大了，这一切都同时扩大了国际商务的内容、范围和方式。首先是与进出口贸易相关的服务进入国际商务的范围，例如，交通运输业务、船舶服务及维修等。接着是银行、保险等金融业务进入国际商务的范围。后来又出现商品租赁、信息咨询、国际结算等商务性活动。现在，税务、法律、会计、资产评估等中介性机构也承担起国际商务业务。国际商务领域的扩展又进一步推动了国际贸易的发展。

在现代国际经济中，贸易和投资往往是结合在一起的。贸易商同时会采取投资行为，投资者也会采取贸易行为。贸易商和贸易商所在国为了扩大国际贸易所采取的投资行为主要包括：一是国际贸易信贷，其中包括给进口商提供的进口信贷和对出口商提供的出口信贷。这种信贷一方面可看作是进出口贸易的资金融通，另一方面可看作是国际资本投资的灵活方式。二是补偿贸易，是指交易一方作为贷款方，向对方提供设备、技术或其他物资，在一定期限内，进口方以产品或商定的其他办法偿还贷款本息的一种贸易方式。在这里卖给对方的设备、技 木价款不用现汇支付，而是日后以产品分期偿还，这种贸易方式有了明显的投资性质。三是国际租赁，这是一方将机器、设备等物资出租给对方，按期取得租金的一种经济形式。国际租赁是一种将贸易和信贷相结合的融资和融物融为一体的业务，银行、保险公司等金融机构插手其间。这种国际贸易方式，实际上也有了国际投资的性质。所有这些贸易和投资结合在一起的商务活动，都是作为国际商务来进行的。

国际贸易发展为国际商务的典型特征是跨国经营。为打开国际市场，厂商在国外建立企业，通过海外企业和跨国公司，直接在国外市场销售，最后又进一步发展到将生产场所建在国外，直接利用当地的资源和当地的市场。

三、从国际资本流动到国际商务

国际间的经济关系不仅包括商品和劳务的国际间流通，还包括生产要素的国际间流动，其中包括资本、技术、信息、劳动力等要素的流动。相应地，国际商务活动也包含在这些要素的国际流动之中。在现实的国际经济中，技术、劳动力、信息等要素的流动，都是同资本的流动结合在一起的，进一步说，这些要素本身是作为资本的组成部分来流动的，因此，所有要素的流动都可以用国际资本的流动来概括。

从历史的发展顺序来看，是先有商品的国际交换，后有资本的国际流动。正如列宁所讲的，到 19 世纪末 20 世纪初，资本主义进入帝国主义阶段，资本输出替代商品输出成为占统治地位的方式，当然资本的输出又会进一步带动商品输出。国际投资一般都以赢利为目的，因此国际投资一般都是国际商务活动。现在的国际资本流动非常活跃，不仅有发达国家对不发达国家的投资，也有发达国家相互之间的投资，还有不发达国家向发达国家以及其他不发达国家的投资。与此相应，国际投资在国际商务活动中占越来越重要的地位。

国际资本流动的形式很多，主要有三类方式：直接投资，间接投资，灵活方式投资。直接投资指直接在国外建立各种形式的企业，这是产业资本的输出。在当代国际经济中，尽管直接投资包括各类企业的国外投资，但占主导的是跨国公司的投资。间接投资是指国际信贷和国际证券投资。国际信贷包括商业银行的贷款、国际金融组织贷款、政府贷款等，这是借贷资本的输出。证券投资主要有股票、债券等证券投资。证券投资不仅包括到国外去购买该国企业的股票、债券，也包括到国际金融市场购买有关证券。灵活方式是指除了上述两种方式以外的各种方式，如补偿贸易、国际租赁等。所有这些国际投资的形式，同样都是国际商务的形式。

中国是后起的发展中国家，其后发优势就在于：在国际资源可以在国家间流动的条件下，本国发展所需要的资源并不完全依赖于本国的储蓄，可以吸引和利用国外储蓄来支撑本国的经济发展，同时借此来吸收当代新技术革命的最新成果，在较短的时间中缩短与发达国家的距离。因此，中国对外开放的一个重要方面是引进外资。由于外资是作为国际商务活动进入中国的，所以我国引进外资的过程本身也应看作国际商务活动。

把引进外资作为国际商务来对待，对提高引进和利用外资的效益有非常重要的意义。尽管引进外资的重要前提是允许外资赚钱，但从国际商务的角度来引进外资，就必须更多地考虑引进外资后的效益问题，尽管效益可能是宏观的或社会的。从国际商务的角度来说，国际资本流动包含了投资方和接受投资方双方的商务关系。与此相应，提供给国际投资双方的商务活动和领域就包括：对投资双方对象的选择业务，对投资双方的资信评价业务，给双方提供的信息咨询业务，给合作双方提供的会计审计业务，等等。与这些业务相对应，便会出现各种专门从事这种国际投资商务的中介机构和咨询服务机构。

我国从 80 年代起大规模引进外资特别是利用国外直接投资，增长速度非常快。 1984 年我国实际利用外资仅 27.05 亿美元，1994 年实际利用外资达 432.13 亿美元，其中利用的直接投资达 337.67 亿美元。在数量增长的同时，我们还要清醒地看到利用外资的质量和效益问题。利用外资的效益并没有随

着外资数量的增长而相应提高，其主要原因就在于没有将引进外资作为国际商务来对待。在不少地区，引进外资作为一种政治行为来进行，盲目追求数量增长，造成了过大的利用外资的成本。现在我国利用外资要由单纯追求数量增长转向追求质量和效益，可行的途径就是将引进和利用外资通过国际商务的渠道来进行，从竞争角度和营利角度加强对外资的选择性。

我国引进外资发展到今天，已由在国内被动地等待外资发展到走出国门到境外招商引资。在境外的招商活动应该说都是国际商务活动。一开始是各级政府的行为，后来就发展到出现专门从事代理国内企业在境外招商活动的国际商务公司。我国目前引进的外资不仅是直接投资，还包括间接投资，还要到国际金融市场发行债券、股票，融通资金。所有这些在国外金融市场的融资活动，都是国际商务活动。

我国的开放型经济发展到今天，不仅引进外资达到了很大的规模，也进入了国际投资的行列。我国出现了一批跨国公司和海外企业，投资国外，在海外建立分公司和企业，其国际商务活动也达到了较高的水平。跨国公司和海外企业投资国外占领国际市场，不仅自身可在国外赚取利润，同时也可为国内企业拓展各种国际商务活动： （1）海外企业在海外市场上从事商品和劳务的进口和出口，不仅可大大降低由外商作为中介代理进出口的交易成本，还可躲开有关国家的贸易保护，扩大中国出口产品市场。（2）跨国公司在多国设立分公司，可选择海外市场，避免中国出口产品在国际交易中的风险。（3）海外企业在国际经营中较国内企业更能了解国际市场行情，不仅可给国内企业提供较为准确的生产和贸易的信息，还能利用身处海外之便，熟悉和了解外国企业的资信，给国内企业提供较为准确的外资信息，这样可减少国内企业外贸和寻找国外合资合作伙伴的盲目性。

国际资本的流动同时也带动了劳动、技术、土地等生产要素的国际流动。

就劳动力要素来说，发展中国家智力外流，无疑是人力资本的外流，发达国家从中得到了更大的利益。但是发展中国家人口众多，劳动力数量过多，国内就业岗位不足，劳动力输出可缓解国内就业矛盾，还可增加外汇收入。现在劳动力作为劳工到国外就业，大部分是通过国际商务的渠道进行的，与此相应便出现了专事劳工进出口的国际商务活动和国际商务公司。

就技术要素来说，技术在国际间转移，可缩短国际间技术水平的差异，这对发展中国家尤为重要。发展中国家的一个后发优势就是在其发展的一开始就能利用世界范围的知识和技术的存量。现代科学技术是人类的共同财富，没有国界，但使用新技术不是不要付出代价的。新技术会作为专利等工业产权的形式进入商务活动，也可能随着国际投资这种商务活动一起进行，国际直接投资也可能带进非专利技术。这样，技术在国际间流动成为国际商务的一个方面。与此相应，便出现技术贸易、工业产权有偿转让、技术入股等国际商务的业务，专事技术转移的国际商务公司也随之产生。

就土地要素来说，土地本身不能移动，但土地的产权可以在国际间流动。我国国有的土地可以在一定的期限内转让土地使用权，也可以转让给外商进行成片开发，我国的公司也可以到外国去购买房地产。于是就出现房地产的国际交易，房地产投资、开发和经营便成为国际商务的重要方面，专事国际房地产投资的国际商务公司也就应运而生。

综上所述，在当今世界，国际商务活动已非常广泛，其范围包括国际贸易、国际资本流动和为国际贸易、国际投资提供的服务。具体地说，国际商

务涉及的不仅是商品的国际交换，还涉及资本、劳动、技术、信息和房地产的国际流动。为国际贸易和国际要素流动的各种服务也进入了国际商务的范围。

四、发展的引擎

诺贝尔经济学奖得主刘易斯曾经将国际贸易称为发展中国家经济“增长的引擎”。现在看来，不仅国际贸易，整个国际商务活动都是发展中国家发展的“引擎”。

现在，随着国际贸易、国际投资和跨国企业的发展，参与国际商务活动已成为国际经济合作的主要方式和普遍的国际现象。各国都充分利用自身的比较优势，积极从事对外贸易、对外投资和跨国经营。从一定意义上说，现在没有哪个国家可以离开世界经济大背景，没有哪个国家的企业不搞国际商务。我国的国际商务起步较晚，国际商务的范围还不大，但是我国已经从国际商务中得到了不小的利益。实践已经和正在证明，国际商务无论是对国家还是对企业都是经济增长的“引擎”。

经济增长的重要制约因素是资金供给。我国和其他发展中国家一样，由于人均国民生产总值低，储蓄能力弱，因而资金供给严重不足。发展中国家的后发优势在于，其发展所需要的资本并不完全靠国内储蓄，借助国际商务活动就可有效地利用国外储蓄来支撑本国的经济增长。我国沿海几个省、市，即使在国家加强宏观调控、紧缩银根时，仍能保持较高的增长速度，其秘诀就是这里的国际商务活动活跃，依靠国际商务引来了大量的资金，支持了较高的投资率。

后起国家也有后发劣势。这就是海外市场已经被先行国家所占领，后起国家打开国际市场要受到很大的限制。借助国际商务便可以较小的成本打破这种限制。一方面通过国际商务活动引进的生产性投资，不仅带来了资金，还带来了出口渠道。据 1994 年海关统计，全国进出口商品总值 23673128 万美元，其中外商投资企业进出口商品总值达 8764714 万美元，占 37%。当年全国出口总值 12103848 万美元，其中外商投资企业出口值达 3471297 万美元，占 28.7%。 1994 年，广东外商投资企业出口值占全省的 37.2%，江苏外商投资企业自营出口额占全省出口总额的 29.7%，山东外商投资企业出口额占全省出口总额的 33.8%。另一方面跨国公司和海外企业的国际商务活动又可躲开贸易保护，以较小的成本打开国际市场。我国外贸连续多年出现出超，同正在发展起来的国际商务不是没有关系的。

在利用外资推动经济增长的同时，我国企业的对外投资也正在成为推动今后一个时期经济发展的“引擎”。一方面，面对国内市场的激烈竞争，企业必须以自己的相对优势开拓并进入国际市场，利用国际市场的差异性扩大自己的生存与发展的空间。另一方面，引进外国生产要素不仅仅是在国内进行，还可以进入国外，到先进技术的来源国，到原材料供应国办企业，设立经营网点，就近获取生产要素，降低获取国外生产要素的代价。特别要注意的是，在国际贸易保护主义横行的条件下，单靠在国内办“三资企业”的方式开拓国际市场的能力是有限的，甚至还可能挤占国内市场，只有向海外投资，跨国经营才能及时抓住国际市场机遇，理顺出口渠道，掌握商业信息，减少中间盘剥，提高国际商务效益。

我国人民经过长期的探索，终于选择了以市场经济来推动生产力的发展，并且确定建立社会主义市场经济体制的改革目标。但是由于市场发育不成熟，体制转轨的难度较大。国际商务活动则可借助发达的国际市场经济关系的外力来推动我国的市场经济的发展，缩短社会主义市场经济体制的形成

过程。

第一，国际商务含有国内市场竞争机制同国际市场竞争机制的接轨。国际市场竞争是强化的、充分的，在国际竞争中，尽管有关国家会采取保护措施，但保护本身也是要付出代价的。在我国企业参加国际商务活动后，国际市场激烈的竞争会迅速地传导到国内，现行体制中竞争不充分、不公平等问题及其弊端便会暴露无遗。国际竞争的强大压力会成为国内改革经济体制、强化竞争机制的外在推动力。

第二，国际商务含有国内市场价格和国际市场价格的接轨。虽然国内价格基本上已经放开，产品开始由市场定价，但市场价格形成机制尚未真正完善，价格体系扭曲问题仍很严重；而在国际市场上，国际价值规律作用较为充分，国际市场价格体系较为合理。通过国际商务将国内市场和国际市场接轨后，国际价格形成机制和国际价格体系便会传导到国内市场，国内市场价格变动便有了参照系，国内市场价格形成机制的完善也有了国际标准和外在的调整杠杆。

第三，国际商务含有国内市场体系同国际市场体系的接轨。现在国内市场体系还不完全，而在国际市场上存在着发育成熟的商品市场、金融市场、劳动力市场、房地产市场和技术市场。通过国际商务，我国将同发达的国际商品市场发生大规模的贸易往来，将进入国际金融市场开展大量的多种形式的融资活动，将有大批的劳动力出口，也将在国际技术市场上引进技术，在国际人才市场上引进管理和技术人才，也将加入国际的房地产投资。这些市场通过国际商务传导到国内，不仅为各类市场的培育和建设提供参照系，还为加快建立相应的各类市场提供外力的强制。

第四，国际商务含有国内管理体制和经营方式同各种国际竞争惯例的接轨。我国的计划经济体制虽已被打破，但其惯性还起作用，特别是管理方式和经营方式的许多方面还是旧的。通过国际商务，国际市场竞争的各种惯例传导到国内，传统的管理方式和经营方式就会自愧弗如。国际商务活动的开展会迫使国内的管理和经营方式适应国际竞争惯例作出调整，如会计制度要能提供外商能看得懂的会计信息，就得按国际惯例作相应改革。

总而言之，我国的对外开放政策和经济国际化的战略提供了良好的国际商务环境，国际商务又是对外开放政策得以贯彻的必要途径。积极开展国际商务，加快推进我国经济国际化的进程，可以加快我国的经济改革和经济发展的进程，从而在较短的时间内走完发达国家走过的经济发展路程。

五、国际商务是科学和商务艺术的结合

最简明他说，国际商务是跨国境做生意的学问。当今世界上几乎很难找到一家公司与国际商务没有联系，有的公司直接进入国际市场经营，有的公司的原材料要借助国际商务活动从国际市场获得，有的公司的产品要出口国外，有的公司要同外国来的商品和服务竞争。因此，不论你处于何种层次的国际商务活动上，都需要掌握国际商务知识。和外商做生意、和外商竞争需要了解国际竞争的惯例和规则；需要了解国际经营的环境，特别是经营的目标国家的商务环境；需要了解和选择国际市场，无论是投资品供给市场还是产品销售市场；需要了解打开并占领国际市场的方式；等等。

理性的厂商进入国际市场不是单凭经验，也不是靠碰运气，而是在掌握全面的国际商务知识、了解国际经济规律的基础上作出理性的决策。这就提出了厂商从事国际商务所要掌握的知识范围问题。这涉及两方面问题：一是国际商务本身的学科范围问题，二是从事国际商务需要掌握的国际商务学科以外的知识问题。

从学科上讲，国际商务同国际经济学、国际贸易的联系非常密切。国际商务是以国际经济活动和国际贸易为背景的，或者说，厂商所从事的国际商务活动基本上是国际经济和国际贸易活动，但是，从各自研究和讨论的重点来看，还是有明显的学科界限的。

国际贸易和国际经济学教材和论著都是将国家作为整体来讨论国家与国家之间的贸易和经济关系，国际商务则是要讨论参与国际贸易和国际经济活动的各个厂商的商务行为。与国际经济学和国际贸易相比，国际商务的应用性更强，它要提供商务决策和运作的应用性理论和知识。

国际商务考察厂商的国际商务行为，看起来似乎是微观的，但在实际上这种微观的经营活动所面对的经营环境要比国内的商务活动更宏观，因为厂商是在国际经济的大舞台上参加国际竞争。这样，国际商务学科必须比一般的商务学科提供更宏观的知识。因此，在通常的国际商务教材中都要以较大的篇幅分析厂商所面对的国际商务环境。这种环境有经济的，政治的，社会的，法律的，地理的，文化的等等。即便是经济方面的，涉及的面也很广，包括经济制度、财政、金融、外汇、贸易、财务、投资、市场、保险等等。从这一意义上说，国际商务是将所涉及的这些学科的知识综合应用于国际商务活动。

上述国际商务所涉及的种种问题也表明，国际商务是科学和商务艺术的结合，它需要经济学、管理学、地理学、法学、历史、语言等各方面的知识。从事国际商务的公司及其管理者不仅要有这些知识，同时也要有进行商务活动的艺术。有不少国际商务的经营者，国际商务的理论知识很丰富，但缺乏国际商务的艺术，在国际商务活动中不但不能获利，还可能失败。商务的基本原则是应用，国际商务知识和艺术只有融合进商务决策和经营中才会显示出威力。

国际商务是两个或更多的国家的厂商或政府间进行的营利性商业活动。国际商务活动不仅厂商可以介入，政府也可以介入。政府介入国际商务活动会推动国际商务效率的提高。当然，政府的介入也可能会造成低效率，但问题不是出在政府的介入上，而在于政府没有掌握国际商务的规律，其有关国际商务的决策失误。在国际商务活动中，政府实际上也是作为厂商行事，或

者说作为本国厂商的总代表行事。这表明对国际商务知识，不仅厂商要学习，政府部门的官员也要学习。

第二章　国际商务的目标和约束因素

现代系统论的一个重要方法是设定系统目标和明确实现目标的约束因素。国际商务的运行系统的目标是什么？通常的回答是扩大出口，扩大引进外资。这不准确。出口和引进外资只是国际商务活动的形式。国际商务的定义实际上明确确定了国际商务的目标。根据定义，国际商务是政府和厂商从事的跨国境的营利性商业活动。这种营利性商业活动便规定了国际商务的效益目标。国际商务包含两个过程：一是在国内与境外厂商做生意，二是在境外做生意。这里讨论国内厂商（公司）在这两个国际商务过程中的目标。

一、厂商从事国际商务的动机

厂商进入国际市场从事国际商务一般有三个动机：一是扩大销售，二是从国外市场获得资源，三是选择更有利的产品销售渠道和原材料供给来源。

1.扩大销售

扩大销售是厂商扩大国际商务的主要动机。在市场经济中，产品的市场容量是制约企业发展的主要因素。任何一种产品的国内市场容量总是有限的，世界的消费者人数和购买能力总量比国内大得多。在国内市场竞争日益激烈的条件下，厂商不会等到国内市场饱和以后才进军国际市场，一般都是国内市场和国际市场同时开拓。而且世界各国的市场需求差异很大，有些产品国内缺乏需求，在其他国家却可能有很大的需求量。现在许多世界大公司有一半以上的销售在国外，如荷兰的菲力普公司，日本的索尼公司等等。当然，并非只有大公司才能在国外扩大销售，在国际市场上活动的小公司很多，销售量也非常可观。这些小公司大都为大公司专业化生产零部件，产品以国外销售为主。

2.获得资源

在现代国际经济中，厂商所需要的资源并不都在国内取得。原因不仅在于各国的资源禀赋的差别，也在于不同国家取得资源的成本差别很大，在国外获得的资源（包括服务）可能比国内更便宜。获得资源的方式可以是从国外进口所需的资源。厂商在国际商务的实践中发现：有些在国际市场销售的产品直接在靠近资源产地的地方生产成本更低。于是产生到自然资源的供给地或廉价劳动力的供给地投资建厂的动机。其可能性在于，一方面在现代技术条件下，生产过程的分工和再分工十分先进，以致这些分工后的操作非常简单，员工只需经过短期培训便可达到操作的技术要求；另一方面，现代的运输和通讯条件非常先进，集装箱运输、宽体空中运输机和卫星通讯使得国外生产基地、产品销售市场及管理机构之间的空间距离已大大缩短。对厂商来说，在紧靠资源供给地的地方直接投资还能起到控制资源的作用。

3.选择市场

厂商从事国际商务的一个重要动机是对产品的销售市场和资源供给市场进行选择。国际市场差别很大。除了各国的自然差别以外，各国的税制差别、商务政策差别会直接影响商务效益。同时，各个国家的商业周期不完全一致，在一个国家进入不景气时，在另一些国家可能还处于景气阶段。所有这些都给厂商提供了不同的商业机会和风险。国际商务既然是“国际”的，它就不是只在一两个国家开展商务活动，在多个国家开展商务活动便有了选择市场、分散和规避风险的机会。在市场多元化的条件下，黑了东方有西方。厂商可在处于不景气的国家减少销售而在经济扩张的国家扩大销售，在处于不景气的国家扩大购买原材料而在经济扩张的国家减少购买原材料。厂商也可通过自己的经营策略，利用不同国家的税制和商务政策差别转移风险，谋求

更大的利益。

近年来，国际商务有了新发展。在通常情况下，国际商务的交易成本比国内商务要大得多。其原因是：国际商务是跨国界的，分布在各个国家，距离远，信息成本、运输成本、管理成本都要比国内大，风险也明显大于国内商务。可是由于以下的原因，近年来国际商务出现了显著的发展变化。

(1)由新技术革命推动的通讯和运输技术的进步大大缩短了国家之间的空间距离，特别是国际电脑网络（internet）的出现所引起的信息革命，使国际商务联系与国内联系一样方便（在国内信息手段落后的条件下，国际联系可能比国内更方便）。这一发展导致了国际商务的信息成本、运输成本和管理成本的显著下降。

（2）由国际经济一体化推进的国际经济自由化。尽管许多国家的保护主义还存在，但是在国际经济一体化的浪潮中，由于国外竞争的压力、国家间协定（如关贸总协定）和世界贸易组织（WTO）的约束，各个国家均在不同程度上降低贸易壁垒，放宽要素国际流动的限制，特别是一些发展中国家还采取鼓励外资进入的政策。这种贸易和要素流动自由化的趋势可以降低厂商进入国际市场的成本。

（3）商务性服务机构的发展。过去到国外开展国际商务的困难是相应的服务机构不健全，如运输的困难、结算的困难、汇兑的困难等等，造成过大的交易成本。现在，商务性服务机构发展非常迅速，银行、保险、交通等服务机构，不仅拓展了海外业务，还随着其客户投资海外也在海外投资建立其分支机构。在现阶段，一家本国银行如果不设立国外分行，就几乎不能为从事国际商务的厂商提供服务。海外商务性服务机构配合制造业在海外直接投资支持了国际商务的发展。

（4）全球竞争的压力。在国际经济一体化的条件下，国际竞争加剧，国家的保护壁垒降低。谁都不可能关起门来守住自己的市场。你不去抢占国际市场，人家要来占领你的市场。从事国际商务几乎成了厂商的生存条件。

在现代国际经济中，厂商所从事的国际商务主要有三种类型：一是商品的进出口，二是国际投资，三是为进出口和海外投资提供的服务。在现实中，从事国际商务的厂商大都是一业为主同时兼营其他业务，如专营进出口的厂商可能在海外也有投资项目。海外投资者、海外的金融机构同时也搞进出口业务。

二、国际商务的效益目标

由于国际商务的主体是厂商（公司），因此，国际商务的效益目标也主要从公司效益来规定。明确这一点非常重要。国际商务同国内商务的明显区别是，厂商个别参与的国际交易活动和国家作为交易总体介入的国际贸易和国际投资活动是结合在一起的。虽然在大多数场合个别交易和总体交易的目标是一致的，但也有许多场合是不一致的。因为国家的利益不仅有经济利益，还有政治利益；国家的对外经贸政策不可能顾及到每个交易者的目标，只可能顾及国家的总体发展目标。这意味着，我们在讨论国际商务目标时不能将它同政府的对外经贸目标混同。国际商务有相对独立的目标，这就是国际商务属于经营性活动，是自主经营自负盈亏的公司的经营行为，它理应以利润最大化作为目标，尽管其经营过程要受政府的对外经贸目标的制约。只算政治帐不算经济帐决不是国际商务行为。

目标	形式	功能
扩大产品销售	商品和劳务进出口	国际营销
获得国外资源	旅游和运输	国际融资
选择国际市场	直接投资和证券投资	国际会计
	引进外资	国际税收
	技术贸易	国际企业管理

图 2—1　国际商务经营目标和形式

从利润目标考虑，国际商务的效益就不能仅仅从多少产品出口、多少外资进入、多少资本输出来衡量，而应该从这些活动中得到多少经济利益来衡量。当然，这种利益不仅是短期利益，更重要的是长期利益。由此出发，国际商务行为应符合熊彼得的创新要求：（1）不断地发明和开发新产品，（2）不断地发现和开拓新市场，（3）不断地发现和采用新技术，（4）不断地发现和建立新的组织制度，（5）不断地发现和开辟新的资金和原材料的供给市场。

1.国际贸易效益

国际商务活动的一个职能是把国内生产的产品带到国际市场。在这个过程中的效益目标便是扩大在国际市场上的占有份额，降低市场交易成本，争取更高的商业利润。按此要求，国际商务所要考虑的问题是：

①实行什么样的市场开拓和营销策略，将更多的产品打进国际市场？

②如何选择市场和买主，到能卖较高价格的国家和地区去销售产品？

③采取什么样的竞争策略和手段，打败竞争对手，扩大市场占有率？

④如何广泛、迅速、准确地收集和处理国际供求信息，及时地扩大或缩小出口规模，及时地进入或退出市场，最大限度地抓住市场机会，最大限度地避开市场风险？

⑤如何提高贸易服务的效率和质量？因为国际结算、运输、保险等服务的效率和质量也是国际竞争的重要方面。

2.国际投资效益

在国际投资中进行的国际商务包括两个方面：引进外资和对外投资。相应地，国际投资中的效益目标也应从两个方面来分析。

（1）就引进外资来说，国际商务的职能是把境外资金引进国内。对国际商务来说，不是把外资引进来就了事。作为商务活动，就要讲成本，讲收益。其效益目标便是以较小的成本引进大量的外资，并且将引进的外资配置到最有效率的领域。因此，作为国际商务来引进外资时，必须考虑以下问题：

——什么样的投资项目适合外资投入？或者说外资投入什么样的投资项目能取得效益？

——选择什么样的外资渠道？是引进境外直接投资，还是到国际金融市场筹资？

——如何寻找和选择投资者？如何确切地了解境外投资者的资信状况？

——如何依据投资项目的预期效益确定外商投资的方式和利润分成方式？

——如果是到国外金融市场筹资，就要考虑：选择何种金融市场筹资？是发行股票还是债券？选择何种币种？筹资项目的偿还能力如何？

——如何进行商务谈判？如何保障投资双方的合法利益？

（2）就对外投资来说，国际商务的职能是把资金投到境外。作为商务活动的国际投资主要是指国外直接投资。因此，它不仅仅是在国外建一个机构、建一个“窗口”就了事，作为国际商务的对外投资的效益目标是寻找更有利的投资场所，争取较高的投资回报。现在我国对外投资办的企业主要有进出口贸易公司、生产企业、从事投资活动的金融机构和投资公司。所有这些办在境外的公司在从事国际商务活动时，都应考虑以下问题：

——如何选择有利的投资场所、投资领域和投资项目？如何发现和抓住投资机会？

——如何了解投资国的法律、税制、财务制度和各种竞争惯例？

——如何掌握投资国的市场供求信息并及时作出反应？

——如何根据国际惯例提高经营效率和各种服务质量？

——如何进行多角化经营，以避免经营风险？

——如何利用各国税制的差别，在跨国经营中进行合法的国际避税？

——如何规避国际经营的政治风险、汇率风险、价格风险？

以上只是就国际商务的几个主要方面指出在国际商务活动中需要考虑的几个效益问题。在现实的商务活动中要考虑的问题还有很多。这里只是强调国际商务作为营利性商业活动，必须要以利润作为经营目标。根据国际商务的国际性特征，营利目标必须同国际市场上的市场占有目标结合起来，只有占领并不断扩大自己的市场占有份额，才可能在国际商务中得到最大限度的利润。

需要指出，国际商务的效益目标的实现，依赖于从事国际商务的企业真正成为自主经营自负盈亏的企业。在现行的体制中，许多企业还在吃着大锅饭，在国内商务中的利润目标还不强烈，更不用说国际商务了。在国际商务中效益目标不明确，所造成的经济损失将比国内商务大得多。

三、国际商务的环境约束

国际商务的环境是指那些影响厂商从事国际商务成败和盈利水平的外部条件的总和。由于各个国家或地区之间在政治、经济、文化、法律、社会习俗等方面存在着显著的差异，因此国际商务环境要比国内市场环境复杂得多。正确认清这种环境，并努力去适应这种环境是从事国际商务活动所必须的。

从理论上说，厂商的利润目标应该在完全竞争的环境中实现，而在现实中，这种完全竞争的环境并不具备。特别是在国际商务中，国际商务与国内商务的一个重要区别是，国际商务处在比国内商务更复杂的环境中。一方面影响国际商务的环境因素很多，不仅有自然的，还有社会的；不仅有经济的还有非经济的。另一方面外部环境对国际商务效益的影响强度非常大。在厂商与外部环境的关系中，尽管厂商也能影响环境，但与环境对厂商的影响相比是微不足道的。正因为如此，许多国外的国际商务教材和著作的书名，大都加上“国际商务的环境”作为副标题。

国际商务所面对的竞争外的环境因素非常多，其作用也非常强，概括起来，主要有以下四个方面：

1.人口和自然环境

人口是一国经济最基本的因素。在其他条件相同的情况下，一国人口越多，潜在的市场就越大，尤其是那些与人口有关的食品、服装、体育用品等消费品市场。同时，人口的年龄结构和性别结构是决定市场需求结构的一个重要因素。

自然环境包括所进入的国家的地理环境，自然资源供给结构，气候条件等。这些自然环境直接影响生产和运输成本，影响市场需求规模和需求结构。例如，皮夹克在寒冷的独联体国家市场需求很大，而在紧靠赤道的新加坡市场很小；在自然资源丰富的国家投资建厂，利用当地资源生产，生产成本显然很低。所有这些，都会直接影响国际贸易的方向和海外投资的地点与项目的选择。

2.人文环境

人文环境包括所进入国家的语言、历史传统，风俗习惯，教育水准，宗教信仰，价值观念等。这些人文环境直接影响消费偏好和禁忌、消费水准，直接或间接地影响产品的设计、包装、产品被接受的程度、信息的传递方法、分销与推广的措施等。只有考虑到这些人文因素，才能解释为什么收入完全相同的两个人，消费行为却不一样，或者说，国民收入水平相似的两个国家，消费格局却有很大的差别。例如，伊斯兰国家含酒精的饮料市场需求很小，水果饮料却十分畅销；法国人喜欢鲜明的色彩，但忌讳墨绿色；埃及人喜欢绿色而不喜欢蓝色。

在国际商务活动中，对国际间文化差异上的疏忽或对文化差异理解上的错误，常常会导致商务活动的失败。有时，语言上的差别也会成为国际商务活动顺利开展的一大障碍。例如，中国的“白象牌”汽车配件，出口到美国

后直译成英语为“whiteelephant”，殊不知，在英语中这是“无用而累赘之物”的意思，这种产品自然不会得到广泛接纳的。又比如，我国某家企业生产一种“芳芳”口红，按一般习惯用汉语拼音译为“fangfang”，而英语中的 fang 是指“狼的牙齿、毒蛇的毒牙”，如此可怕的口红，在美国市场的销售前景是可想而知的。

3.政治法律环境

政治和法律环境包括所进入的国家的政治制度，政府的政策和法律规范等。

就政治制度来说，在国际商务活动中，首先必须考虑的是政治风险；不仅要考虑目前的政治风险，而且要考虑将来的稳定性。政治风险主要来源于政体的改变、社会动荡与混乱、当地工业引起的新限制、政治上的独立、武装冲突和战争、国际新同盟关系的形成等。常见的政治风险有：国有化、外汇管制、贸易壁垒和价格控制。

法律环境是指当地国颁布的各种经济规法令。国际商务活动中应该考虑的法律环境主要有以下几个方面：（1）有关竞争的法规；　（2）维持零售价格法；　（3）关于分销路线的法规；（4）产品品质法规；　（5）包装法；（6）售后保证的规章；　（7）价格管制及其上下限；　（8）保护知识产权的法规，如专利、商标及版权法；　（9）投资法；　（10）关于外汇管理的法规。

许多有关评估国际商务环境的论著给各种环境因素打分（确定各因素的权重），分数最高的是政治和法律方面的诸因素，因为国际商务风险最大的莫过于政治风险。谁都不会愿意到政局不稳定和没有法制的国家去投资。即便是在政局稳定法制健全的国家搞贸易和投资，也要特别重视其政策和法律条文，贸易商和投资者要从不同国家的政策和法律规定的差别，及同一国家的政策和法律规定的变化中寻找获利和规避风险的机

4.经济环境

经济环境包括所进入国家的经济制度，经济发展水平，与国际有关贸易组织的关系等。

就经济体制来说，一个国家实行计划经济制度还是市场经济制度，或是处于由计划经济向市场经济转型的阶段，其投资环境是不同的。不同的经济制度对国际商务活动有不同的影响。在市场经济条件下，企业可根据自身的经济目标和条件，在价格信号的引导下，自主地确定商务活动的策略，商务环境较宽松；而在计划经济条件下，资源的分配和产品的生产都要由计划部门统筹安排，企业自主性小，从事商务活动比较困难。

再就经济发展水平来说，一个国家所处的发展阶段不同，经济结构、国民收入的水平就会不同，消费者对产品的需求也不一样，从而直接或间接地影响着国际商务活动。例如，经济发展水平较高的国家，其分销制度偏向于大规模自动化零售业；而经济发展水平较低的国家，则偏重于家庭式规模经营的零售业。在工业品方面，经济发展水平较高的国家着重投资于先进、精密、自动化程度高的生产设备；而在经济发展水平低的国家，则偏向于投资

少、耗劳动力多、简单、易操作的设备。正处于经济起飞阶段的发展中国家，对外资的进入一般有鼓励政策。

就某个国家与国际贸易组织的关系来说，国际贸易条约和协定有贸易条约、贸易协定、支付协定、国际商品协定等四种形式。在这些协定中，会确定某个国家在贸易关系中的地位（最惠国待遇或国民待遇），最典型的是关贸总协定。关贸总协定的缔约国和非缔约国的贸易壁垒有很大的差别，进入某个国家享受的待遇会直接影响进入不同国家的国际商务的效益。

以上四个方面是国际商务与国内商务相比所特有的环境因素。由于这些非市场性环境因素的影响，国际商务不可能有完全竞争的环境。

四、国际商务与市场竞争环境的适应

由上述国际商务的环境约束因素可见，国际商务和国内商务虽然都要追求利润目标和效益目标，但是由于国际商务所受的约束因素与国内商务不同，因此，国际商务目标的实现有不同的特点。这里特别要指出的是，国际商务和国内商务虽然都会面临市场竞争环境，但国际市场的竞争更为激烈，市场更不确定，国际交易的成本更大，以效益最大化为目标的国际商务更要适应国际市场环境。

1.国际市场的竞争

第三节的分析表明，由于国际市场上各种因素的影响，国际竞争是不完全的，但这决不意味着国际市场竞争不激烈。同国内商务一样，厂商面对着买者之间、卖者之间、买者和卖者之间三方面的竞争。不同的是在国际竞争中竞争者的数量更多，竞争的环境更不确定。美国学者约翰·丹尼尔（JohnD. Daniels）和李·雷德波（Lee H. Radebaugh）在《国际商务》一书中根据国际商务的特点概括了竞争环境的 6 个因素，或者说，厂商进入不同国家的市场所面对的 6 个方面的竞争环境的差别：（1）产品革新的速度；（2）基本顾客的类型；（3）国际竞争者的数量；（4）产品运输费用；（5）竞争者的独特能力；（6）技术和电信的发展。这 6 个方面也反映厂商进入某个国家市场所面对的竞争压力，厂商也需要依据自己的竞争能力选择自己所能进入的市场，从中寻找获利的机会，采取适当的竞争手段。

2.国际市场的价值规律

马克思主义经济学揭示了国际市场价值规律作用。

在国际市场上，同一商品所包含的各个国家的个别价值（国别价值）不同。但在国际竞争中，商品按国际价值交换，这是价值规律在国际市场上作用的结果。在国别价值还原为国际价值的过程中，强度较大的、劳动生产率较高的国别劳动比强度较小、劳动生产率较低的国别劳动会在同一时间还原为更多的价值。反之，若国别价值高于国际价值，在国际市场交换中便会出现马克思所讲的“一个国家的三个工作日也可能同另一个国家的一个工作日交换”的现象。[①]虽然这仍然体现等价交换，但对生产者来说便会出现同一种商品出口收益明显低于国内销售收益的状况。问题不仅在于此，下面的分析表明，出口商品的交易成本也明显高于内销。这些都会提高换汇成本。

以上从国际价值规律作用的分析表明，由于技术等原因，劳动生产率低的发展中国家的出口，如果国内市场较大的话，从微观上讲，出口的效益不一定高于内销。但是，从宏观上讲，出口的利益不能简单地以这些成本来衡量，尽管在出口贸易中要努力降低出口成本。在当代的国际竞争中，发展中国家面临的紧迫任务是提高本国产品的国际竞争力，打开并占领国际市场，在国际市场上争得一席之地。产品在国际市场上站住脚，国际竞争力提高后，出口效益会明显提高，但这不意味着在短期内不要作降低出口成本的努力。

[①] 《马克思恩格斯全集》第 26 卷III，人民出版社 1974 年版，第 112 页。

既然出口具有宏观效益，国家就要采取有效的政策和措施，支持出口，降低出口成本。

3.国际交易成本

厂商进入国际市场从事国际商务，不仅要增加运输、保险等方面的成本，还要增加交易成本。交易成本是通过市场进行交易的成本，其中包括寻找市场、寻找真实价格的信息成本、谈判成本、签订和监督合约的成本等。

就信息成本来说，与国内商务比较，国际商务所面对的市场更不确定，所需要的各种知识，不仅范围更广，而且量更大，就是说，商务决策和商务活动所需要的信息量大大增加。与此同时，大量的商务信息要在国外获得，因此，信息的取得、交流所花的时间大大增加。当然，在有些领域利用国际网络可能会节省时间，但所需的费用不会减少，特别是为避免商务风险所需要的信息费用更大。正因为如此，从成本考虑，不是所有厂商都会从事国际商务的。在目前条件下，只有那些能够承担如此高的信息成本的厂商才会从事国际商务。从这一意义上说，能否承担必要量信息成本是造成厂商在国际商务和国内商务之间进行分工的重要标准。

国际商务中较高的交易成本除上述大大提高了的信息成本外，还有其他的寻找市场和交易对象、寻找真实价格的成本。例如，为寻找市场，国际间人员的往返增多，国际旅费大大增加；由于国际商务涉及同外商签订合约，不仅签订合约的成本大大增加，监督合约执行的成本也大大增加；特别是国际商务会碰到许多不可预料的风险，如汇率变动的风险、东道国政局变动和政策变动的风险；另外，还有运输费用的增大，保险费用的增大，等等；这些都会加大交易成本。

4.对国际市场环境的适应

以上分析表明，国际商务与国内商务有不同的成本结构，国际商务的成本一般要高于国内商务。对于各个追求利润最大化的厂商来说，虽然谁都不能脱离国际商务，但不是个个厂商都能从事直接的国际商务活动的。只有当预期的国际商务收益高于其国际的交易成本时，厂商才可能从事国际商务活动。当然，这种成本一效益比较不能是静态的，也不能是被动的，厂商应该积极创造条件，争取更大的国际商务利益和尽可能小的国际交易成本，从而在更大的范围扩大国际商务。但对一些企业来说，预期收益明显不能抵偿国际交易成本，就不一定直接搞国际商务。现在我国有不少厂商不计成本，一窝蜂地搞国际商务，这就违背了厂商的利润最大化目标。中国不同于一些小国，国内市场很大，不适合搞国际商务的搞国内商务同样有较大的市场，这些厂商也可给专事国际商务的公司提供产品和服务，由此形成一种分工。

适应市场的前提是了解市场。进入国际市场的厂商，进行商务决策要考虑多方面的环境因素。国际商务要选择国外市场的机会，因而更多的是要对国际市场进行调研。了解国际市场，不仅要了解影响国际市场的经济因素，更要了解目标国家的政治、法律和金融制度及政策，了解地理和风土人情等人面的知识，这些在商务决策中占很大的比重。

5.集团化和多角化

面对更不确定的、竞争更为激烈的国际市场，交易成本加大，竞争费用加大，风险也加大，单个的分散化经营的企业是难以承受的。降低国际交易成本的重要途径是，推进从事国际商务的企业的集团化。

企业集团化是将原先在企业外部的分工通过集团化或资产一体化的形式转变为企业内部分工。这种内部化的途径不是重走过去的大而全、小而全的老路，而是根据规模经济、多角化经营和降低交易成本的要求进行企业间的联合、兼并，使这种联合体能适应激烈竞争的国际市场。

首先，国际商务的联合体集工、商、金融于一体，以集团整体参加国际市场竞争。这不仅意味着经济实力的增强，更重要的是由过去部门间的市场交易转为内部的管理和协调，成本人大降低，因而在国际竞争中具有较强的竞争力。

其次，企业的多角化经营可灵活地适应多变的国际市场。多角化经营指的是企业生产要素的多渠道投放，不仅是产品品种多元化，而且是经营内容多样化，生产、贸易、运输、服务多种经营，企业在多方位开拓市场的基础上面向多个市场经营。这样，不论是经营的产品，还是经营的范围、经营的市场，都有“黑了东方有西方”的机会，企业的市场风险大大分散。在这里，企业不是被动地适应市场，而是积极地适应市场，及时地在不同的市场上抓住商业机会。

五、国际商务的政府行为约束和推动

与国内商务的一个明显区别是，政府对国际商务的干预特别强。厂商的国际商务效益目标的实现，在很大程度上受政府行为的约束。原因在于，虽然国际商务是个别厂商的交易，但是，既然这种交易是国际性的，那么为了保障国家的整体利益，政府就不能不介入。

1.国际商务的宏观调控

在通常情况下，政府和厂商的国际商务利益是一致的，因此厂商的国际商务行为与政府对国际商务干预的目标是一致的。但是，政府行为同个别厂商的行为在不少场合又是相矛盾的。国际商务是一个国家经济发展的重要组成部分，政府要从国家的整体利益考虑：要进口什么产品，出口什么产品（贸易方向）；该进行多少贸易（贸易数量）；应引进多少外资，如何向国外投资（国际资本流动方向）；当国际收支不平衡时，用什么方法去调整（国际收支的调整）；如何改变产业结构和贸易方向来加强自己的比较优势（结构调整）。所有这些问题，在任何国家都不可回避，个别厂商的任何交易，都没有任何理由拒绝国家从整体交易效益角度进行的调节。政府对国际商务的调节具体包括以下几方面：

首先是国际收支的平衡。同个人的收支需要平衡一样，一个国家的收支也必须保持平衡。一个国家，超出它的出口能力继续进口，贸易赤字过大，便会出现支付危机。进口大于出口便形成国家债务。外债规模有界限。国际上通常用外债清偿率指标（还本付息额/当年收汇额）来衡量偿债能力。以25%作为安全线。政府会通过各种政策和调控措施，影响进出口商的商务活动，防止外债规模超出安全线。反过来，出口大于进口达到一定程度也要加以调控。因为在结汇售汇制中，出口赚取的外汇要卖给银行，银行要发出相应的人民币。在外汇储备过多时，流通中的货币过多会如下文所说导致通货膨胀。因此国家也会从国际收支平衡的角度，调节出口规模。

其次是国内货币的稳定。通货膨胀对任何一个政府都是头号大敌。通货膨胀是货币现象，国家的外汇储备是影响中央银行发行基础货币量的一个重要要素。国家的外汇储备增大，反映国家国际收支的良好状态。但是外汇储备过大又会增大国家的货币发行量，从而成为推动通货膨胀的重要因素。出现这种状况时，政府可能要作出鼓励进口或限制外国资本流入的调控措施，目标是保障货币的稳定。

第三是汇率的变动。汇率是由作为全部个别交易的总和的一国的进口额和出口额的平衡关系决定的，反映外汇的供求关系。就是说，外汇汇率对各个从事国际商务的厂商来说是外在的，或者说是由有它们所参加的整体商务活动决定的。在我国，目前尚未实行货币自由兑换制度，汇率调整基本上是由政府决定的，尽管政府调整汇率要以国际外汇市场行情作为参照系。即便是在自由兑换的制度中，国家的货币政策也会影响汇率。汇率变动会成为国际商务的一种风险，直接影响厂商的进口和出口的收益，也会影响国际投资的收益。

第四是国家的产业政策影响。国家的整体发展的重要方面是产业发展。国家会制定统一的产业政策，确定在一个时期中重点发展的产业部门，限制

发展的产业部门。国家会相应地通过贸易政策、投资政策、税收政策、信贷政策来贯彻产业政策；国家会在不同的时期实施进口替代或出口导向的战略；国家也会在贸易保护政策和自由贸易政策之间进行调整。所有这些政策的制定和实施都会直接影响国际商务。如出口退税政策鼓励出口，不同的关税税率会影响进口结构，对不同行业的不同政策会影响外商在中国的投资结构。

第五是国家的对外投资政策的限制。国际投资是国际商务的重要方面。国际投资同样会给国家带来利益，因此发展自己的跨国公司，建立海外企业本身应该鼓励。但是，在我国这样的发展中大国，建设资金非常缺乏，特别是我国海外投资的法规不健全，在国际投资的名下，国有资本的流失非常严重。这样，国家对国际投资会有一定的限制。国家对海外投资和资本流出会采取必要的审批手续。

第六是国家对国际竞争的干预。我国的厂商进入国际市场竞争，往往不是同外国公司竞争，而是同本国的其他公司竞争。就竞争本身来说，应该是自由的，不管你是外国公司还是本国公司。但是就国家利益来说，自相残杀的竞争的结果是本国利益受损，竞争的好处给了外国公司。在这种情况下，国家面对的难题是，一方面为了同世界贸易组织（WTO）的规定接轨，国家要允许并鼓励厂商在国际商务中展开竞争，同时又要对本国公司的竞争行为进行干预，限制乃至惩罚本国公司间的不正当竞争。

上述政府对国际商务的干预和约束，意味着厂商是在政府约束下参与国际竞争的，其追求利润最大化行为受政府目标的约束。这种政府约束各个国家都存在，不同国家的区别只是政府约束程度的差别。正是在这一意义上，日本学者小岛清将国际贸易理论概括为两个特点："（1）它是生产要素流动和消费选择自由受到了明显限制的不完全竞争理论；（2）它是以国际交换领域实行自由竞争但要考虑收支平衡这一相对竞争原理为基础的理论。"[①]

上述政府对本国企业的约束同样也会成为对进入本国的外国厂商的约束。这意味着厂商在进入外国从事国际商务活动时也会遇到所在国政府的约束。贸易保护越是严格的国家，对厂商的约束越是严格。因此，国际商务活动中的竞争决不是自由放任的，厂商所受的约束比国内大得多。当然，厂商会力图选择政府约束最薄弱的国家和地区进行国际商务活动。

2.政府推动

在国内商务活动中，政府过多的介入，会造成低效率。而在国际商务中，政府的介入，在许多场合具有提高效率的作用。当然，政府的介入也可能会造成低效率，但问题不是出在政府的介入上，而是在于政府没有掌握国际商务的规律，对有关国际商务的决策失误。

由于国家的宏观目标和政策对国际商务有根强的约束，厂商的国际商务目标的实现在很大程度上依赖于同政府目标的协调。从总体上说，国家的国际经济贸易利益同厂商的国际商务利益是一致的。这是两者得以协调的基础。协调厂商的商务目标和政府的宏观目标，关键是政府真正在"亲商"观念的指导下保障厂商的国际商务的效益目标的实现。这实际上是从宏观上改

[①] [日]小岛清：《对外贸易论》，南开大学出版社 1987 年版，第 8 页。

善国际商务的外部环境。

第一，为保障国际商务的市场占有目标，政府要通过制定有效的对外经济贸易政策，开展政府间的外交活动，为厂商扩大国际商务的范围创造尽可能大的空间。特别是在目前保护主义盛行的条件下，需要政府通过签订政府间的协定，和政府通过谈判加入国际经济贸易的有关组织的途径，为厂商更便利地进入更大的国际市场扫清道路。这实际上是通过本国政府的行为改善本国厂商所进入的国家的国际商务环境。在国际商务活动中，一般说来，政府的信用比厂商信用要高得多，因此许多厂商的国际商务活动需要政府介入。例如到国外招商，由政府官员出面较为有效；再如，厂商在海外融资或贷款，在许多场合都需要由政府有关部门作担保。在这种情况下，政府要在对本国厂商及其海外项目经过认真评估的基础上为企业提供招商和担保等方面的服务。

第二，政府要为厂商提供各种便利和服务，降低厂商进入国际市场的信息成本和交易成本。一方面，政府对国际商务的管理和调控要讲究效率，国际商务审批的范围要有规范，并限制在必不可少的范围内；审批的程序要简化并高效。由政府的管理所造成的国际商务成本要降到最低。另一方面，政府要对厂商的国际商务活动提供各种有效的服务，其中最关键的是信息的服务，对国际商务效益来说，信息可能是最重要的。国际商务信息和国内商务信息的渠道不尽一致，在国内，对市场信息的获取由在市场上运作的企业直接获取可能比政府获取并发布信息更为有效，信息成本也小；而在国际市场上情况不同了，政府在国际上的特殊地位决定了它获取国际市场信息在许多方面比厂商更为有效，集中获取信息的成本也小。现在的关键是，政府要建立起有效的国际商务信息的采集和服务机制。

第三，政府对国际商务的管理要遵循公平公正公开的原则，保障从事国际商务的国内厂商的公平而充分的竞争。一方面，国家要对国内厂商间的国际商务竞争活动作出规范，防止国内厂商间的过度和不正当的竞争，导致“肥水”（竞争效益）外流；另一方面，国家要以竞争手段在厂商间分配国际商务资源。例如，在进口或出口有许可证限额时，政府不能以权谋私，也不能惜此“寻租”，应该以拍卖或招标等竞争方式来进行分配，使最有竞争力的厂商获得这种国际商务资源，这是市场法则在国际商务管理中的体现。

在厂商自主从事国际商务时，为保障其在竞争环境中争取利润最大化，政府应为之提供规范的宏观和微观的政策环境。国际商务与国内商务的一大区别是，它所受的政策制约太强，外贸政策、外汇政策、投资政策、税收政策等等，几乎商务活动的方方面面都有政策规定。从国家利益考虑，许多政策规定是必需的，现在的主要问题有三个：第一，国内的各种国际商务政策应逐步同国际惯例和世界贸易组织的规定接轨，以免由于政策的原因削弱自己的国际竞争力；第二，国家的国际商务政策应该相对稳定，不能多变，更不能朝令夕改，政策多变，厂商无所适从，会严重影响国际商务的效率；第三，国家的国际商务政策应统一，特别是不能对不同的地区不同的厂商实行不同的政策。政策环境不公平，就会使一部分厂商不是依靠自己的国际竞争力，而是靠享受到的政策来赚钱，也可能使一些厂商把主要精力放在争取优惠政策上。

我国目前从事国际商务的厂商在经营中效益目标不是很清楚，主要症结在于政府的政策和管理体制不是建立在效益基础上。就拿对外贸易来说，政

府的指导思想是扩大出口的数量，所采取的措施是：通过出口退税对出口进行财政补贴；银行对外贸公司拖欠贷款实行不罚息、不加息、不停贷的政策。现在许多外贸企业是亏损出口，挂帐出口。在这种政策环境中，外贸企业实际是吃着国家的大锅饭搞国际商务，感觉不到国际竞争的压力，因而在国际商务中竞争不充分。显然，要使企业真正在国际商务中具有竞争性企业的行为，谋求最大限度的利润，关键是政府要以市场原则对待企业，从事国际商务的企业必须真正自负盈亏。

第三章　国际市场环境

无论是国际贸易还是国际投资，都有一个对国外国标市场的选择问题。厂商进入国际市场经营都需要了解自己所处的国际市场环境。在当代复杂的国际经济关系中，像我国这样的发展中大国进入国际市场，必须实行市场多元化战略。只有这样，才能在复杂的国际竞争中增加回旋余地，争得主动地位。因此我们不仅需要了解国际商务所处的整个国际市场的环境，还要了解各个特定区域的市场环境，其中包括各个市场的范围、交易机制、约束因素和市场结构等方面的特点。

一、当今国际市场竞争的格局

从 20 世纪 80 年代初至今，当代世界经济发展经历了从复苏、低速稳定增长、再入衰退、然后回暖的周期性变化过程。随着各国国际贸易迅速发展，国际市场已成为各国竞争的主战场。

据关税与贸易总协定（GATT）的报告统计， 80 年代世界市场规模迅速扩大，全球贸易总量增长了 50%，以美元计算的全球贸易额增加了 75%。 90 年代以来，世界贸易增长因全球整体经济的不景气而减缓，但并不太慢。1990 年、 1991 年、 1992 年、1993 年增长率分别为 4.5%、3%、5%和 3%。1994 年是世界经济贸易发展的转折年。这一年世界经济平均增长了 3.7%，为 90 年代以来最快的速度。世界经济的复苏，扩大了世界市场的容量，带动世界贸易的回升。1994 年，世界商品贸易额首次超过了 8 万亿美元，其中出口额 4.06 万亿美元，进口额 4． 196 万亿美元。世界贸易量增长了 9%，增幅创 18 年来最高记录。在世界经济增长和广泛的市场开放措施的推动下，1995 年世界贸易增长率达 5%。世界贸易的增长速度，自 80 年代开始持续快于经济的增长速度，世界贸易增长对经济增长的弹性系数（世界商品生产额增长 1 个百分点所引起的世界贸易额增长的百分率）整个 80 年代年均为 1.58；进入 90 年代后，此系数有较高上升， 1990 年为 2.5， 1991 年为 1.5， 1992 年猛升到 4.5， 1993 年为 3.3。这反映在世界经济增长中市场规模迅速扩大。在这种世界贸易增长格局中，国际市场呈现出许多新的特征。

1.世界贸易结构的重大变化

世界贸易结构在战后发生了巨大的变化。 80 年代以来，这一变化继续深入发展并有新的特点：

（1）制成品贸易比重显著上升，原材料和初级产品呈下降趋势；制成品中深加工产品、高技术产品、技术知识密集型产品贸易比重迅速上升；“绿色产品”即环保产品贸易异军突起，快速增长。世界商品贸易结构正在向知识技术密集型、服务密集型和绿色安全型转变。造成这种变化的主要原因，一是在 70 年代中期后，包括能源在内的原材料价格暴跌。二是新技术革命的推动。科学技术的进步以大量新的生产资料和新的消费需求充实了国际贸易，特别是家用电子电器产品。三是全球社会对污染问题更加关注，促使厂商更加合理地利用原材料和燃料。

（2）服务贸易的比重日益上升。80 年代初以来，金融、保险、信息、运输等世界服务贸易以高于世界商品贸易的速度增长，成为世界贸易的重要组成部分。 1982 年世界服务贸易出口额为 4050 亿美元，到 1992 年则达到 1.1017 万亿美元，相当于当年商品贸易的 1/3 以上。世界服务贸易额占全球贸易总额（包括商品贸易额和服务贸易额）的比重也从 1982 年的 18%增至 1992 年的 22%。1994 年世界服务贸易出口额已达 1.08 万亿美元，比 1993 年增长 6%。

但是，世界服务贸易的发展极不平衡。世界服务贸易的 86.5%（1993 年数据）集中在发达国家和新兴工业化国家和地区，其中发达国家在服务贸易领域占有明显优势。长期以来，他们一直谋求把服务贸易自由化列入多边贸易谈判议程，而乌拉圭回合则首次将世界贸易的规则扩展至服务业，达成

了服务贸易总协定，为发达国家进入发展中国家的服务贸易市场铺平了道路。相比之下，多数发展中国家在世界服务贸易的市场竞争中处于劣势，发展缓慢，面临着发达国家的强大攻势和激烈竞争。

2.国际市场在激烈的竞争中趋向自由化

90 年代，随着冷战体制的终结，各国都把发展经济作为头等大事，在制定对外政策时，把提高本国经济的效益和竞争力作为主要出发点和目标。再则，在世界产业结构和贸易结构调整中，为克服国内市场狭窄的制约，各国政府也采取措施，强化本国的竞争力，以挤占他人市场份额求得生存发展。这使得国际经济矛盾出现加剧的趋势。一方面由于贸易发展的不平衡和贸易收支严重失衡，贸易磨擦及冲突此起彼伏。尤其是美、日、西欧等发达国家对世界市场的争夺更加激烈，相互间的贸易纠纷逐渐增多且有升温的态势，处理经贸纠纷在他们的外交中越来越占有重要的地位。另一方面，发展中国家的经济增长和出口强劲，引起发达国家的恐慌，而对来自发展中国家的竞争压力，发达国家趋向于加强贸易保护主义，不断设置新的贸易壁垒。与此同时，随着发展中国家对外贸易的增加，也出现了发展中国家在争取本国产品进入西方发达国家市场时，相互激烈竞争的现象，相互间的磨擦也日益增多。

国际市场竞争日益激化推动了各国经济国际化和世界贸易自由化进程的加快，世界市场进一步开放。今后全球贸易自由化争议的焦点将主要集中在贸易竞争与劳工标准、出口生产与环境保护、国际多边贸易原则与各国竞争政策等问题上。

经济国际化是国际分工和生产社会化的结果，它包括商品资本、生产资本和货币资本的国际化。战后，国际分工最显著特点是从垂直（纵向）分工扩大到水平（横向）分工。一方面由于国际货币基金组织、世界银行和关贸总协定等国际经济组织的建立，创造了较为自由和稳定的国际经济秩序；另一方面，在科学技术革命的推动下，资本主义国家的经济获得了迅速的恢复和发展，从而促进了商品的国际流动。国际贸易的空前扩大，推动了商品资本的国际化。

生产资本的国际化则是伴随着发达国家大量的对外直接投资所引起的生产国际化过程而出现的。战后，发达国家的对外直接投资不仅规模大，增长速度快，而且出现了一系列不同于战前的新特点。如发达国家对外直接投资的主要流向转向发达国家之间相互投资，而且投资主要集中在制造业和高技术产业，因而对外直接投资的利润主要来自发达国家。

在生产国际化的进程中，跨国公司成了生产国际化的主要载体，在生产国际化中起着决定性作用。生产过程的直接国际化不但带动了商品资本国际化的高度发展，同时引起了货币资本在国际范围内迅速流动；跨固银行的发展及其全球性经营又大大加速了货币资本的国际化。

80 年代以来，经济自由化和国际化趋势，还突出表现在国际之间商品、劳务、资本、人员和技术的流动规模和速度都大为提高上。

经济国际化程度的提高，客观上要求打破民族、国家、疆域的限制，尽可能根据比较利益在全球范围内安排产供销，以求得最大的经济效益；但在现实世界里，这却处处受到具有不同利益要求、不同经济体制和政策的民族

国家的限制。世界贸易组织的建立和区域经济合作的发展，则在一定程度上遏制了这种矛盾的激化，保证经济自由化和国际化的发展。

乌拉圭回合最后协议已于 1995 年 1 月 1 日开始实施。这是世界贸易自由化进程中的重大里程碑，占世界贸易 90%以上的国家都要接受这套规则的全面约束，各缔约方都必须做出重大的政策和法律调整来适应新协定的要求。同时，各国也要做出重大的产业结构调整来适应开放的国际竞争的挑战。这必将使全球多边自由贸易体制恢复活力，为世界贸易的稳定增长创造良好的国际环境，使贸易争端的多边解决机制得到加强；使各贸易集团的排他性及各种非关税保护措施受到制约；使世界更加开放。

特别要注意到，乌拉圭回合的新协议将服务贸易、知识产权和与贸易有关的投资纳入多边规则范畴，无疑使世界多边贸易体系趋于完善。这将增强投资者信心，加快服务贸易、知识产权转让等活动的步伐，加速全球范围内生产要素的流动。

3.新贸易保护主义

在当今的国际市场上，不仅有强劲的自由化趋势，还有强烈的保护主义趋势。国际竞争的加剧，世界经济的一度不景气，使贸易保护主义在全球范围内抬头，发达国家尤为突出。当今贸易保护主义的显著特点是“新贸易保护主义”盛行。

新贸易保护主义是对经济发达国家为保住昔日的经济优势地位，通过广泛实行保护措施来维持其政治与经济利益的理论和政策的概括。这种以非关税壁垒为特征的贸易保护主义，自 70 年代开始产生，到 90 年代更加强化，西方国家所说的“管理贸易”是其典型表现。

据关贸总协定、联合国贸发组织的调查，新贸易保护主义措施数量繁多，种类不下 40 余种，主要包括：繁琐的海关程序和海关估价制度，条件苛刻的技术标准，复杂的健康与环境卫生检疫，内容和手续繁杂的商品包装和标签规定，进口许可证、进口押金制度，最低限价和禁止进口，“自动”出口配额制，有秩序行销协定，歧视性政府采购政策，外汇管制，进口国家垄断，各种国内税、补贴和进口配额制等。

新贸易保护主义的影响范围极广。据关贸总协定 1990 年统计，国际贸易中所有产品种类的 98%受到非关税壁垒的影响；联合国开发计划署 1992 年发表的报告称，目前“只有 7%的世界贸易或多或少是自由进行的，完全符合关贸总协定”。发展中国家受的影响比发达国家大得多，一些发达国家的措施是直接对准发展中国家的大宗出口品的。“工业国家的保护主义每年夺走发展中国家 5000 亿美元的收入”。

当前新贸易保护主义的特点是趋向于区域性贸易壁垒，即由一国的贸易保护演变为区域性贸易保护。在区域范围内国家之间仍实行自由贸易，而对区外国家则实行共同的贸易壁垒。典型的例于是欧洲经济共同体的贸易政策。欧共体不仅通过关税同盟与共同的农业政策对外筑起贸易壁垒，而且将这种区域保护范围扩大到联系国（如对 46 个发展中国家实行了优惠制），使西欧工业品和农产品市场逐渐对外封闭。这种区域性贸易保护影响到美国的出口利益，反过来助长美国的新保护主义思潮。80 年代美国在全球贸易体制上的挫败使其不再坚持反区域保护的立场，而转向提倡自由贸易全球化与实

行贸易保护区域化的政策。北美自由贸易区的建立，标志着美国由片面的全球自由贸易退到强调“互惠”的区域自由贸易立场上。

在发达国家逐步丢弃它们宣称了百余年的“自由贸易”，转向持更保守的立场时，发展中国家却逐步放弃了贸易保护政策。从关贸总协定乌拉圭回合开始之日起，已有 60 多个发展中国家取消了自己的贸易限制政策。乌拉圭回合以美法相互妥协最终达成协议，这在一定程度上有效地遏制了有增无减的新一轮贸易保护主义势头。但是，新贸易保护主义不仅不会自行烟消云散，有时还可能再度盛行。原因在于：

第一，乌拉圭回合最后协议中的例外和存在的问题，为保护主义的存在和再度盛行提供了温床。例如，乌拉圭回合最后文件允许进行跨行业报复（比如知识产权或服务贸易的问题可以在纺织品方面进行报复）。统一的争端解决机制虽能有效地调解国际贸易争端、防止单方面报复，却未能从根本上解决一些国家利用国内法对外国贸易中的限制进行报复的问题（如美国就可以动用 301 条款或超级 301 条款，对他国实行贸易制裁）。另外，反倾销协议还纳入美国等一些国家国内法的内容，为其随意动用反倾销规定限制进口提供了借口。

第二，新贸易保护主义将以更隐蔽的形式出现。重点逐渐转向尖端技术产品，而不是陷入结构性危机的产业部门。此外新贸易保护主义将带有明显的地区性和集团性色彩。

4.跨国公司在国际经济活动中的重要作用

影响当代国际经济关系发展和变化的主要力量之一，是遍布全球的跨国公司。据联合国贸发会议 1994 年 10 月发表的《1994 年世界投资报告》统计，1994 年初，全球跨国公司达 3.7 万家，附属于公司 20 余万家（1993 年为 17 万家）。到 1993 年底，它们所拥有的外国直接投资总存量约 21250 亿，其中 1/3 由全球最大的 100 家跨国公司提供。1992 年跨国公司销售额达 5.5 万亿美元，远大于 4 万亿美元的全球贸易额（其中 1/3 属跨国公司内部贸易）。

当前跨国公司的发展呈现出以下特点：

（1）跨国公司的母国日益多样化。在 1970 年联合国认定的 7000 家跨国公司中，半数以上属英美两国； 80 年代末则不到半数来自美国、日本、前联邦德国和瑞士，英国退居第 7 位。同时，其分布的全球化过程在加快。“四小龙”、中国、巴西、印度等新兴工业化国家（地区）和其他发展中国家出现了 3800 多家跨国公司。

（2）母公司和子（分）公司交替增长。1968 年至 1969 年，全球跨国公司母子公司比例为 1：3.7， 1986 年增至 1：5，1990 年降至 1：4.6 以下，1994 年又回升到 1：5.2。这种交替增长隐含着跨国公司发展格局的两种变化：一是随着世界经济一体化进程的加快，越来越多的中小企业成长为跨国公司；二是老牌跨国公司不断扩充其海外关联企业。

（3）跨国公司分布范围日趋全球化。 80 年代中期以来，在世界范围内出现了企业境外投资的兴盛之势， 1983—1990 年，其增速比世界国民生产总值快 4 倍，比国际贸易快 3 倍。 1993 年全球外国直接投资流量达 1950 亿美元。跨国直接投资已成为比世界贸易还要强大的一块经济。跨国公司投资的地区格局和产业格局也呈多元化发展的态势。

（4）跨国公司内部贸易数额巨大。跨国公司大规模地向各地区渗透，进行跨国生产、经营和销售，大大促进了生产的国际化，也促进了世界贸易的发展。跨国公司采取全球经营的战略，不仅增加了东道国的对外贸易量，而且其开创的以公司内部分工为特征的国际生产一体化体系，使母公司和分支机构间的内部贸易量也相当可观，成为世界贸易的重要组成部分。公司内贸易可以克服外部市场的不完全性，发挥企业内部市场的优势，因而，跨国公司的生产、销售越来越多地在公司内部进行。据统计， 1966 年跨国公司的内部贸易占世界贸易的 22%，到 80 年代末、 90 年代初，这一比重已上升到 30—40%，目前世界贸易的 70%以上与跨国公司有关。

随着世界经济的复苏，跨国公司将更加活跃。乌拉圭回合“与贸易有关的投资措施协议”，要求各国逐步减少其与贸易有关的投资措施中那些有贸易限制或扭曲作用的规定，并要求发达国家在 2 年内，发展中国家在 5 年内，最不发达国家在 7 年过渡期内取消这些规定。把商品竞争和相互投资密切结合起来，这将使跨国公司在世界市场上的竞争地位不断加强，也为跨国公司的发展提供了更多的机遇和保证。可以预期， 90 年代全球经济一体化将加速发展，跨国直接投资和跨国公司在世界经济发展中的作用将会进一步加强，世界任何国家都将面临跨国公司的挑战。

二、区域经济一体化

何谓经济一体化？就如美国经济学家 B.巴拉萨所说，经济一体化既是一个过程，又是一种状态。就过程而言，它包括旨在消除各国经济单位之间差别的种种措施；就状态而言，则表现为各国间各种形式差别的消失。一体化是将各个部分（国家）联合起来而形成为一个整体，即两个或两个以上的国家不仅允许生产诸要素和商品在它们之间的自由流动，而且必须就消除各国的经济政策可能存在的无形的歧视，作出一定程度的政策协调。

1.区域经济一体化的趋势

世界经济区域化、集团化趋势自 60 年代产生以来，经过 80 年代的显著发展，进入 90 年代已成为席卷全球的浪潮。各发达国家为增强自己的国际竞争力，积极地营造自己的势力范围，联合周边国家组成区域经济集团。主要以地缘和文化背景为基础的区域集团经济活动，已逐渐代替了过去的以意识形态为基础的经济活动。据统计，目前全球因经济集团利益而进行优惠贸易安排的贸易量已占世界商品贸易的 80%以上。在西欧，区域内贸易均占各国对外贸易总额的 70%左右。在北美，区域内出口占其出口总额的比重也在 30%以上。东亚地区内部贸易比重提高得最快，区内彼此间贸易已占东亚对外贸易的 43%以上。在拉美随着地区经济一体化的发展，地区内贸易也呈兴旺之势，区内贸易正以年均 20%以上的速度递增。目前，欧洲联盟已确定了向中、东欧扩展的计划；美洲国家首脑会议提出了在 2005 年实现美洲自由贸易区的设想；亚太经合组织领导人非正式会议确定了亚太地区不迟于 2020 年（其中发达国家不迟于 2010 年）实现自由开放的贸易和投资这一目标。

80 年代中期以来促使区域经济一体化蓬勃发展的原因在于：

（1）出现相对有利的国际经济政治条件。区域经济一体化发展的快慢与国际经济状况的好坏呈正相关关系。 80 年代初期以后，西方发达国家先后摆脱经济“滞胀”困境，走上低通货膨胀、低速增长的经济运行轨道。许多国家经济还出现了较长时期的持续稳定增长,加上 80 年代中期以后东西方关系缓和，“冷战”格局结束，这些都为区域经济一体化的加速发展提供了有利条件。

（2）贸易保护主义重新抬头与多边贸易自由化的停顿。 80 年代以来，发达资本主义国家继续调整经济结构，发达国家间的贸易不平衡加剧，加上发展中国家债务危机的发生，使国际市场容量缩小，竞争更为激烈，于是贸易保护主义重新抬头。而为了遏制贸易保护主义的乌拉圭回合谈判又步履艰难。这充分反映以“乌拉圭回合”为核心的多边自由贸易体制的缺陷和它在继续推动贸易自由化方面已力不从心。多边自由贸易陷入停顿，促使更多国家去寻求区域的一体化安排来作为一种替代。在通常情况下，这种安排所涉及的国家少，谈判更加容易。对于许多国家来说，如能与自己的主要出口对象国达成一项可在集团内自由贸易的一体化安排，便能使自己的产品有保证地进入主要出口市场。加拿大、墨西哥及其他拉美国家改变立场而愿意与美国组成自由贸易区的主要原因就在于此。

（3）区域经济一体化趋势的“自我加速效应”。这主要是指区域经济一体化集团之间的互相影响、互相作用。很明显，为了抵消区域经济一体化集

团的组建对非成员国的不利影响，非成员国也从区域经济一体化中寻求对策或出路。当年，欧共体的建立显然对“欧洲自由贸易联盟”以及其他一些一体化集团的出现起了直接刺激作用。80年代中期，欧共体“内部大市场”的建设和“美加自由贸易协定”的互相作用也表现得十分明显，而西欧、北美的一体化又对整个国际经济领域形成强大的冲击波，促进了区域经济一体化的强化。

2.经济一体化对国际商务环境的影响

经济一体化对国际商务有静态和动态两方面的效应。

从静态上看，它带来了“贸易创造”和“贸易转移”两种相反的效果。所谓贸易创造，就是区域内的一个成员国现在要从另一个成员国进口一些在先前它根本不进口的商品。所谓贸易转移，就是区域内的一个成员国现在将从另一个成员国新进口一些在先前从第三国进口的商品。贸易创造使得贸易商品的生产地点由高成本成员国转向低成本成员国，因而提高了资源配置效率，给成员国带来福利的增加。而贸易转移则可能使贸易商品的生产地点由低成本的第三国转向高成本的成员国，因而降低了资源配置效率，成员国遭受了福利损失。这两种效应相互比较的结果就决定了经济一体化总的福利意义。

从动态上看，经济一体化作为一种扩大了的市场，对贸易和经济增长的积极影响有以下几方面。首先是规模经济效益。组建一体化经济集团，可使成员国有一个稳定而扩大的市场，有条件实现规模经济和大批量生产。而且，由于集团内部生产要素可以自由流动，也便于生产资料的集中使用，有利于实现规模节约。其次，一体化经济集团形成后，实行自由贸易和生产要素的自由转移，促进了竞争，有利于经济效益的提高，实现资源的最优配置。第三，一体化经济集团内企业为了应付市场的扩大和竞争的加剧，必然千方百计增加投资，更新设备，采用新技术，扩大生产规模。同时也会吸引集团外国家进入一体化区域内投资。

区域经济一体化的负面影响。经济一体化集团能够获得诸多利益，从某种意义上说，是以牺牲集团外国家的利益为代价的。经济一体化集团采取歧视性贸易政策，对内开放，对外保护。一般说来，贸易创造型经济一体化对集团外国家的不利影响要小些，但也要看不同情况。至于贸易转移型经济一体化，则属于典型的集团贸易保护主义，对集团外国家则是更为不利。一体化集团的歧视性外贸政策，使集团外国家丧失的市场，不止限于一种产品或相关产品，而是所有成员国的贸易产品。集团外国家的出口商品结构与集团内成员国的出口商品结构越相似，集团外国家出口商品被集团内商品替代的可能性越大。不仅如此，一体化经济集团所形成的诸如规模经济等动态利益，提高了成员国的国际竞争力，对集团外国家在第三国的出口市场也形成了巨大的冲击，威胁着集团外国家在第三国市场的利益。

从实证的角度看，在现实经济中，贸易创造效应和贸易转移效应哪种作用更大，经济一体化的动态效应是正还是负，仍是有争议性的问题。国外有些国际贸易问题专家曾对经济集团化较成熟、较典型的欧共体进行实证研究，发现在工业制品方面，贸易创造产生的正效益超过贸易转移产生的负效益；而在欧共体高度保护的农产品方面，则是贸易转移效应大于贸易创造效

应。至于经济一体化是否提高了全球资源配置效率，似乎还没有一个完整、精确的答案。

区域经济一体化对当代国际商务环境的影响主要有以下两个方面：

一方面，区域经济集团的迅速发展，深刻地改变着世界经济格局，经济大国间的竞争已转变为经济集团之间的对抗。80 年代末以来，欧共体政治经济一体化的突破性进展，美加墨自由贸易区的起步运行，使冷战后的多极化世界经济格局变得更加复杂。两德统一，使德国的经济实力骤然增强，并凭借欧共体为强大后盾，加紧同美国和日本争夺世界市场；美国面对日本和欧共体的挑战，联合加拿大和墨西哥组建北美自由贸易区，以增强自己的竞争力；作为亚洲经济巨人的日本，目前虽然还没有正式组建任何区域经济集团，但已明显加快了对外投资的调整步伐，把海外投资的重点转向亚大地区，一个以日本为核心，可同西欧和北美经济集团抗衡的亚太经济集团正在加速形成。从发展趋势看，欧共体、北美自由贸易区和正在酝酿中的亚大经济集团，最终将取代美、日、欧的地位，左右世界市场。

另一方面，区域经济集团发展的影响已远远超过了区域内国家，而深刻地波及到全球所有的其他国家或地区。西欧、北美、东盟三大区域经济集团迅速发展，受其影响最大、得益最多的当然是区域内国家。区域经济集团固有的对内保护性和对外排斥性，使广大非集团内国家必然面临着由贸易保护主义抬头带来的海外市场收缩的严峻局面。同时，西欧、北美和东盟是全球三个发达的经济中心，它们相互筑起集团壁垒对抗的结果，不仅使发达国家之间的经济竞争升级，而且使广大发展中国家在吸引外资、引进技术、产业结构调整方面面临着更大的困难，经济发展的国际环境趋于恶化。另外，三大集团的发展还迫使越来越多的非集团化国家组建区域经济集团，以集团化的分量来增加自己在国际竞争中的筹码。

三、世界各主要市场商务环境分析

在区域经济一体化的条件下，整个世界实际上已分割成一个个区域性市场。我国的厂商在国际商务中采取市场多元化战略，要进入各个区域市场开展商务活动，有必要在了解各个区域市场环境的基础上采取有针对性的区域化战略。

1.北美市场

这里所讲的北美市场主要是指北美自由贸易区市场，它由美国、加拿大和墨西哥三国组成，是世界上容量最大的商品市场之一。虽然北美自由贸易区成立较晚，且一体化没有达到欧共体那样的程度，但从市场规模和经济实力来看，北美市场要超过欧共体市场。北美地区资源丰富，经济发达，产品需求量大，消费水平高，市场广阔。同时，北美市场社会贫富悬殊，为各种层次的商品大量涌人北美创造了条件。随着高科技领域不断取得进展，美国和加拿大的经济结构在不断地发生重大调整，传统工业部门的淘汰使轻纺产品大部分依赖国外市场，因此，尽管近年来国际上贸易保护主义盛行，美国的市场还是比较开放。

在北美自由贸易区中，美国居首要地位。美国市场进口数量大，进口范围广，从原料到成品，从一般制成品到高技术产品需求都很大。在美国的进口商品中，机械设备类主要是汽车和电子设备及其零部件，原料类主要是石油、有色金属、木材、废金属、纸浆、橡胶等，食品类主要是咖啡、水果等，轻纺产品主要是服装、鞋、玩具等。由于美国市场的开放性和消费性，世界各地商品大量涌入，市场上商品过剩，加上市场变化快，需求季节性强，销售渠道复杂，使得商品价格波动非常大。因此，进口商品的质量要高、包装要具吸引力，还必须使用销售技巧和促销手段。

近年来，为了削减巨额贸易赤字，美国政府加强了对进口商品的管理，以非关税壁垒为主的贸易保护措施日益增多，尤其是 1988 年通过《综合贸易法案》，保护范围已从一般商品扩大到知识产权、劳务和投资领域。

在投资领域，从总体上说美国对外国公司和企业在美设贸易公司或工厂没有大多的限制也没有什么特别优惠条件，只要符合规定的条件，都可享有国民待遇。外国投资者和进口商可以带进资金，也可以在美国银行取得贷款，资本和利润可以自由汇出美国。联邦政府有些部门对外国投资者可以给予技术上的帮助，如美国商业部国际贸易局所属的“在美国投资规划署”，向在美进行直接投资的外国人提供市场、金融等有关信息。另外，有些州和市，为吸引外国投资，也制定了一些鼓励措施。当然在美国投资也不是毫无限制，国防、通讯、航空运输、沿海航运和原子能等若干敏感行业不准外国公司经营。此外，公用事业（如电厂）、银行业、保险业等要受政府专门管理部门管理和监督。

加拿大的国内市场比美国小，整个经济活动对国际市场的依赖性大，主要经济部门多受外资特别是美国资本控制。国内地区间经济发展不平衡，出口贸易属资源产品输出型，进口中制成品占很大比重。加拿大主要进口商品是机器设备、汽车、工业原料和食品。在进口的地区结构中，美国占绝对优势。但 70 年代中期以来，加拿大为发展中国家提供了既低于英联邦特惠税

率，又低于最惠国关税税率的一般特惠关税，刺激了与发展中国家的贸易。

2.西欧市场

西欧地区是世界发达国家最多的地区，它既是世界上最大的商品供应基地，也是世界上最大的销售市场。西欧市场的主体是 1994 年 1 月 1 日正式成立的欧洲经济区，它包括欧共体 12 个成员国：德国、法国、英国、意大利、比利时、荷兰、卢森堡、丹麦、爱尔兰、希腊、葡萄牙、西班牙，以及 5 个欧洲自由贸易联盟国家：挪威、芬兰、瑞典、冰岛、奥地利。欧洲经济区是世界最大的自由贸易区，区内各国相互之间实现商品、人员、资本和劳务的自由流动。

西欧除煤、铁外，矿产资源相对匮乏，其石油、矿产原料的进口主要来自于发展中国家；在服装和传统产品进口市场上，亚洲“四小龙”占有重要地位；工业制成品和高技术产品主要来自美国和日本。西欧国家收入水平高，购买力水平已与美国不相上下。消费方式与美国相似，代表了世界最新消费趋势。食品消费集中于蔬菜、水果和鱼类，食品讲究低热、低脂和营养。近年来对符合环境要求的天然食品、矿泉水、无酒精饮料、低度啤酒、不含咖啡因和茶碱的果茶、药茶的需求明显增加。由于受美国生活方式的影响以及家庭微波炉的普及，冷冻食品、快餐食品的需求增加迅速。服装消费讲究款式的个性化、多样化，丝绸和毛织品等天然纤维不仅在服装市场，而且在室内装饰品市场上非常畅销。西欧是世界上最大的玩具市场之一，崇尚大自然的传统玩具尤受欢迎。西欧家用电器市场，一方面朝高档层次发展，另一方面小家电消费也非常活跃。

在西欧市场上，商业网络十分齐全，经营环境比较宽松。国际营销企业只要在当地注册登记，就可以直接经营进出口贸易。但是西欧各国采取了比较严格的进口管理制度。进口商品一般分为两大类，一类是自由进口商品，不需办理进口许可证，这类商品占绝大多数，但不适用于非市场经济国家。另一类是需进口许可证的商品，这类商品包括烟草、燃料、某些药品、农产品等，在进口中比重较小，目前欧共体进口中非关税壁垒的覆盖率平均达 1/4 以上，高于日本而低于美国。西欧市场上不同产品的非关税壁垒不尽相同，对农产品的非关税壁垒要严于工业品，其覆盖率要比工业品高出一倍。在工业品中，又主要集中在冶金、汽车和纺织、服装等行业。此外，西欧国家对商品的监督管理也相当严格，特别是进口商品，国内质量管理机构对进口品有严格的盘查，一旦不合格产品被查获，就要被罚款，追究法律责任。区内各国关于商品的名称、质量、规格以及商品上的说明内容的法规将趋于统一。

至于西欧各国市场的开放度，总的说来，欧洲市场的渗透率要明显高于美国和日本。在向发展中国家开放制成品市场方面，比利时、荷兰、德国市场开放程度最高，法国、英国等国较低。法国在运用非关税壁垒手段方面较为突出，用非关税壁垒限制进口的占全部进口商品的一半以上。意、英、德则较低。

在接受外国投资的态度方面，英国原则上限制外资对铁路、电力等公共事业进行投资，不过已民营化的旧国营企业欢迎外资。在德国，要对政府管辖的特定事业银行、保险）进行投资时，需经特别批准方可，但为了搞活原民主德国企业，欢迎日本企业前往投资。在法国，除通讯、军事等特定行业

外，没有明确限制，但需逐一单项认可。法国不欢迎对有可能威胁被认为是战略产业的行业汽车等）进行投资。意大利对特定领域如银行、保险、能源、航空、船舶和国家的专卖事业有规定，另外为了贯彻与对象国的互惠主义，对需经批准的行业的投资，也有一定的规定。

3.亚太市场

亚太市场系指濒临太平洋的亚洲国家所组成的市场。近年来，亚太地区经济发展迅速，对外贸易在世界贸易中占的份额不断扩大，在世界经济生活中的地位和作用日益重要。从总体上说，亚太市场是松散的。与西欧和北美相比，亚太地区内的国家和地区社会经济制度不同，有的实行市场经济，也有的实行计划经济；经济发展水平不一，有发达的资本主义国家（如日本），也有新兴工业化国家和地区（如亚洲“四小龙”），更多的是经济发展比较落后的发展中国家；市场容量不一，有人口多达 12 亿的大国，也有人口只有几百万的国家或地区；市场需求也因其不同的地理位置、文化传统、生活习惯而有较大的差异。由于各国间经济发展水平极不平衡，自然资源的分布不均匀，市场需求呈现出多层性。日本和亚洲“四小龙”等工业化程度较高的国家和地区对能源、原材料有较大的需求；而对于发展中国家来说，它们更需要工业制成品、成套设备。特别是高技术产品的进口。此外，由于生活水平的巨大差异，亚太地区对消费品的需求也是多层次的。

亚太国家经济结构的差异和资源分布的不均匀，为该地区经济互补提供了条件。如印度和中国，论产业结构确有不同之处，中国的医药用品生产能力较强，而印度的计算机软件质量好，价格低，双方可互通有无。从趋势看，在亚太市场上，靠出口初级产品来拉动经济的发展中国家逐步转向加强资源开发利用和加工，南亚一些国家放宽了对工业机械的进口限制，资源贫乏的国家进一步加强高附加值产品的出口。总的来说，亚大国家之间经济依赖程度正在加深。

在亚太市场中，作为发达国家的日本，它是一个拥有众多人口、人均消费水平很高的大消费市场。日本的贸易特征是进口能源和原材料，出口工业品。日本的工业品在国际市场上具有极强的竞争力，尤其是电子产品和汽车。近年由于欧美国家贸易保护主义的压力，日本的制成品进口比重在增大，其市场主要被西方发达国家占领，资源类进口则受到国际石油市场的影响。亚洲国家对日本的感情，总的说来是极复杂的。亚太地区既希望日本能在本地区发挥资金、技术方面的龙头作用，又由于历史原因而不信任日本。

亚洲“四小龙”（新加坡、韩国、香港、台湾）自然资源十分贫乏，石油、金属等燃料、原料需大量进口。在“四小龙”中，台湾主要进口产品是电子、电器、日用消费品、化工产品、金属制品、机械产品、交通运输设备及原油等。商品主要来自日本、美国，其次是欧共体、澳大利亚。香港进口商品主要是原材料、食品、各种消费品以及资本货物。其转口贸易十分发达，主要贸易伙伴是中国大陆，其次是日本、台湾、美国、韩国与新加坡。新加坡进口商品主要是各种物资及矿物燃料、工业制成品，其次是化工产品、食品及烟草等。韩国主要进口商品有燃料、工业原料、资本货物、各种消费品等。这 4 个国家和地区对外国投资普遍持欢迎态度，限制较少，利润的汇出也比较方便，但除香港、新加坡外，对金融领域的外资进入限制较严。

东南亚国家联盟（ASEAN）。它由印度尼西亚、马来西亚、新加坡、菲律宾、泰国、文莱和越南组成，区域内拥有丰富的自然资源和人力资源，经济基础较薄弱。近年来，随着经济的高速增长，国民经济结构有了显著改善，主要表现在工矿业特别是制造业在国民经济中地位不断上升。东盟各国进口商品结构以机械运输设备、粮食和食品、燃料、钢铁、汽车、金属材料、纤维及日用工业品为主。在东盟各国的进口中，占有最大比重的还是制成品，尤其是机械和运输设备，一般占总进口的30%以上。此外，各类化工产品在东盟市场也有较大销路，而食品、纺织品在东盟各国进口中所占比重不断下降。在东盟国家，其主要的贸易伙伴是日本、“四小龙”和美国。“四小龙”在东盟贸易中的影响越来越大，但“四小龙”本身却受到日本进口产品的竞争，而且正在遇到许多发达国家特别是欧洲老牌资本主义国家曾经历到的困难，贸易盈余趋于减少。

总的说来，目前的亚太地区市场有两个重要特征：

第一，亚太地区的市场容量大，潜在容量更大。其原因在于，一方面居民消费仍处于较低水平，即使是经济发达的日本，其住宅、环境、娱乐等生活质量方面的消费与欧美国家还有差距。另一方面亚太地区是世界上发展速度最快、经济最活跃的地区，市场潜在的容量很大，区域内既有日本、澳大利亚、新西兰这样的发达国家，又有“四小龙”这样的新兴工业化国家和地区，还有东盟、中国沿海地区等后起之秀。各层次相互追赶，快速发展将带来投资高潮，亚太各国的市场结构将发生显著的变化。

第二，亚太地区缺乏强有力统一市场，整个地区在各国政府贸易保护政策下，关税和非关税壁垒使亚太市场的产品的流动受到一定的限制。亚太地区若能加强相互间经济合作，就可以克服内部障碍，充分利用本地区经济迅速发展的势头和不平衡所形成的贸易机会。东盟（APEC）的出现为这一愿望的实现提供了良好的机会。

4.中东市场

中东地处亚洲、非洲、欧洲三个大陆的交通要道，是东西方贸易的枢纽。中东地区是世界上最大的石油供应基地，这也导致其经济结构较单一，对石油出口的依赖增大。在中东，大部分商品需进口，特别是工业用品。它是世界上门类最不齐全的进口市场。以海湾产油国为主组成的高收入、高消费市场，关税低限制小、外汇充裕、支付能力强、贸易平衡问题对进出口业务影响不大，为各国企业所瞩目。同时，中东国家利用石油美元也使其成了世界上最大的建筑承包市场。当地幅员辽阔，教育落后，不但缺乏专业技术人员，也缺乏熟练劳动力，大规模建设的需要吸引了大量的外籍劳工。中东地区长期以来政局不稳，是世界上最大的军火市场。此外，石油收入积累起来的巨额剩余资金，使中东成为国际金融市场的重要供应者。由于西方发达国家70%的石油依赖中东，中东地区成了这些国家重要的控制对象。中东市场基本上由美、欧、日企业所占领。

5.拉美市场

拉美地区是发展中国家中经济比较发展的地区。拉美地区自然资源丰

富，是世界重要的产油区，糖、烟草、咖啡等农矿产品是拉美各国的拳头出口产品。拉美的进口市场中，原料、中间产品和建筑材料在进口贸易中占最大比重，机械设备等资本结构的进口也占相当地位，只是由于 80 年代的债务危机的影响，经济进入停滞状态，导致拉美各国对进口的压缩和控制，其比重才有所下降。在严格控制的进口政策下，消费品进口市场也趋于萎缩。拉美地区的主要贸易伙伴是欧美各国和本地区内存在互补关系的国家。近年来，为了刺激本国经济的发展，拉美的许多国家采取了开放市场的贸易政策，同时实行开放的投资政策，吸引外国资本的进入。

6.独联体和东欧市场

目前，独联体国家和东欧国家正经历着从计划经济向市场经济过渡，从国家所有制向私有制转化的阶段。由于政治上的矛盾，独联体和原南斯拉夫境内的一些国家甚至爆发了严重的局部战争。这些地区经济混乱，生产下降，通货膨胀严重。近年，由于这些国家采取了各种稳定经济的措施，除前南斯拉夫地区外，各国经济均有转机。

独联体地区人口众多，资源丰富，市场广阔。独联体市场的消费水平低于西方和东欧。主要是长期以来前苏联偏重发展军火工业和重型工业，使轻纺工业的生产水平比较落后，纺织产品、日用消费品和民用电子产品在独联体供不应求，有相当广泛的市场。

东欧市场近年来经济增长缓慢，出口困难。东欧国家经济为了向西欧靠拢，以举债方式大量进口西方国家的机电设备，导致外汇短缺、债务负担沉重。但是，东欧国家的消费水平还是较高的，且正在向西方国家看齐。目前东欧市场上中档产品有较大的市场。

7.非洲市场

非洲的矿产资源极为丰富，有种类繁多的金属和矿物，有丰富多样的农业原料和热带产品。但非洲除了几个阿拉伯国家较发达外，多数国家都陷于贫困之中，农业发展落后，工业化水平不高，二元经济结构明显，资金短缺，对外贸易依存度低，市场较封闭。长期依靠原料和初级产品出口的非洲各国，深受世界不平等经济秩序的影响，贸易条件恶化，出口收入无法提高，债务负担沉重，外汇短缺，支付能力差以至于进口市场长期萎缩，非洲国家目前采取以原料为出口对象的易货贸易。这给各国投资者提供了投资或与第三国合资开发非洲所蕴藏的大量资源的机会。

第四章　从比较优势到竞争优势

无论是出口贸易还是对外投资，都有一个发挥自己优势的问题。我国这样的发展中国家从事国际商务的优势是什么？通常是依据传统的比较利益理论把劳动密集型产品作为我国的比较优势。现代国际竞争的格局表明，单纯的比较优势不一定能成为竞争优势。我国的对外贸易和对外投资不能停留在比较优势上，需要将这种比较优势转化为竞争优势。

一、“比较利益陷阱”和结构劣化

进口商或出口商以获取贸易利益为目标，从事进出口事务。这种贸易利益是同一个国家的比较利益结构密切相关的，比较利益结构的核心是一国产业的比较优势。各个国家按照比较利益原则加入国际分工，从而形成对外贸易的比较利益结构。

1.比较利益理论

长期以来，指导国际分工，从而说明国际贸易的基本理论是比较利益理论。一般说来，国际交换之所以必要，是因为存在国际分工，国际分工使得各个国家专业化的生产最适合本国生产的产品，通过国际贸易可使贸易双方获得更大的福利。各个国家进行国际分工的标准是什么呢？是各自的比较利益。比较利益理论的发展可分为两个阶段。最初是古典学派李嘉图的比较成本理论，后来是瑞典经济学家俄林等人的资源禀赋说。这两种理论的产生虽然有历史的发展顺序，但在后来说明国际分工和国际贸易时，这两个理论实际上都在起作用。

比较成本理论是指，不同国家生产不同产品存在着劳动生产率的差异或成本的差异，各国分工生产各自具有相对优势（劳动生产率较高或成本较低）的产品，尽管一个国家（一般是落后国家）具有相对优势的产品的成本可能会高于另一国家（一般是发达国家）不具有相对优势的同一产品的成本。这样，各国专业化生产的产品产量会增加，通过国际贸易，双方都能获得最大的利益。假定有 A、B 两个国家都生产纺织品和粮食。在 A 国生产纺织品的成本高于生产粮食，而在 B 国生产粮食的成本高于生产纺织品，这时按比较成本进行的分工就是，A 国放弃纺织品生产而集中生产粮食，B 国放弃粮食生产而集中生产纺织品，尽管 B 国的粮食生产成本可能低于 A 国。结果，两个国家无论是粮食还是纺织品的总产量都比分工前增加了，两国经过贸易都得到了福利。

资源禀赋学说是指，各个国家的资源禀赋存在差异，有的劳动资源丰富，有的自然资源丰富，有的资本资源丰富。各个国家分工生产使用本国最丰富的生产要素的产品，经过国际贸易，各国获得最大的福利。这样，发展中国家资本缺乏，就专业化生产劳动密集或自然资源密集的产品：发达国家资本丰富，就专业化生产资本密集的产品，在此基础上便形成发达国家和不发达国家之间的国际贸易。

上述两种比较利益理论实际上有相通之处。发展中国家成本较低的产品实际上主要还是劳动密集或自然资源密集的产品；发达国家成本较低的产品主要是资本密集型产品。

2.比较利益陷阱

上述比较利益理论反映了目前的国际贸易的格局：发展中国家出口的产品主要是劳动密集或自然资源密集的初级产品，进口的主要是发达国家生产的工业制成品。这种比较利益结构虽然在一段时间中使发展中国家得到了一些贸易利益，但强化了自己的低水平的产业结构，同发达国家的经济差距也

进一步扩大，由此进入“比较利益陷阶”。其原因是显而易见的。

第一，初级产品和工业制成品交换的贸易条件，对发展中国家来说，越来越恶化。从需求方面看，初级产品出口面对的是日益缩小的国际市场和日益下降的价格水平。从初级产品的供给条件来看，由于技术落后及开发过度，开发条件恶化，开发成本日益增大。

第二，发展中国家对发达国家的依赖性加强。诺贝尔经济学奖获得者刘易斯曾经指出：“如果增长的引擎是较发达国家的工业产品和欠发达国家的初级产品出口，那么，较发达国家的引擎就比欠发达国家的引擎转动得略为快一些”[①]。就是说，在发达国家出口工业制成品，发展中国家出口初级产品的国际分工格局中，发展中国家的出口依赖于发达国家的增长速度。而且这会造成发展中国家对发达国家的依附性，发达国家始终处于主动地位。发展中国家的初级产品生产总有一天会遇到收益递减的困境，发达国家会随时改变将资源更为充裕的国家作为自己的贸易对方国。如果发展中国家的贸易格局具有初级产品单一化的特征，更容易因发达国家需求改变而陷于死地。

我国过去的国际贸易结构带有低收入国家的特征，在出口结构中，初级产品占很高的比重。例如 1980 年的出口结构中初级产品和工业制成品的比例为 50.3 ： 49.7。进口结构中工业制成品占很高的比重， 1980 年初级产品和工业制成品的比例为 34.8： 65.2。经过十多年的对外开放和结构调整，我国的国际贸易结构发生了重大变化。统计资料显示，到 1993 年工业制成品出口比重已上升到 81.8%,尽管比工业制成品进口所占的 86.3%的比重还低近 5 个百分点。

下面分析一下工业制成品进出口结构。在工业制成品出口中占第一位的是纺织品， 1993 年出口 271.3 亿美元，占工业制成品出口总额 750.9 亿美元的 36.1%；占第二位的是机电产品， 1993 年出口 227.1 亿美元，占工业制成品出口总额的 30.2%。进一步分析这两大类出口产品结构，纺织品中服装最多，达 157.1 亿美元；机电产品中，出口额较大的是电器及电子产品，占机电产品出口总额的 42.7%。再看进口结构。1993 年在工业制成品进口中占第一位的是机电产品，进口额达 494.6 亿美元，占工业制成品进口总额的 55.1%，其中超亿美元的商品主要是运输设备和机械设备。从总体上说，这种对外贸易结构反映我国目前的经济发展水平。对外贸易的这种比较利益结构，避免了许多发展中国家所存在的以初级产品出口为主的弊端。但是，这种贸易结构所潜伏的问题也是不可忽视的。

以上进出口结构的分析表明，我国的进口结构基本上是以技术密集的设备为主，出口结构则是以劳动密集产品为主。其中占出口第一位的纺织、服装明显属劳动和资源密集的产品，即便是占出口第二位的机电产品，实际上大都是劳动密集型的。原因是出口的机电产品中占一半以上是进料加工和来料加工装配产品。 1993 年进料加工机电产品出口 101.9 亿美元，占机电产品出口总额的 44.9%，来料加工装配出口 60.6 亿美元，占 26.7%。应该说，出口劳动密集型产品可发挥我国的劳动力资源优势，通过来料加工等形式，找到了有效利用劳动力资源的出路。问题主要在于，这种贸易结构不能冻结，或者说不能长期化。

[①] [美] 刘易斯：《增长引擎的减慢》，《现代国外经济学论文选》第 8 辑，商务印书馆 1987 年版，第 2511 页。

3.新的比较利益陷阱

前面讲的比较利益陷阱基本上是就发展中国家生产和出口初级产品而言，现在要进一步指出我们所面临的新的比较利益陷阱。在人们的观念中，发展中国家缺资本和技术，而有劳动力丰富而便宜的优势。发达国家的优势则相反。因此，比较利益格局将是：发达国家进口劳动密集型产品，出口资本和技术密集型产品；发展中国家则进口资本和技术密集型产品，出口劳动密集型产品。实际情况不完全如此。

早在 20 世纪 50 年代初，诺贝尔经济学奖得主里昂惕夫就以美国为例，对俄林等人提出所谓的“资源禀赋说”提出了挑战。根据他的投入产出模型，美国作为发达国家，本应进口劳动密集型产品，出口资本密集型产品。而事实正相反，于是在国际经济学界出现所谓的“里昂惕夫之谜”。对这个谜经济学家有各种各样的解释。但无论如何要承认这样一个事实：在发展中国家以密集的劳动生产的产品，在发达国家可能是以密集的资本生产的。面对发达国家资本对劳动的替代，发展中国家的劳动密集型产品并不具有竞争优势。而且，虽然发展中国家劳动密集型产品成本较低，但发达国家面对国内充分就业，会以各种壁垒阻碍廉价的劳动密集型产品进入。这势必又出现新的比较利益陷阱：在劳动密集型产品和技术密集型产品的贸易中，以劳动密集型产品出口为主的国家总是处于不利地位，前面讲的初级产品出口国的问题，同样会成为劳动密集型产品出口国的问题。事实上这种问题已经发生，如纺织品出口就已经在很大程度上受到美国的限制。即便是来料加工一类的出口也是不稳定的，它在很大程度上受外国的制约。自己没有形成独立的出口生产体系，外商会随时选择劳动力更便宜的国家给予来料加工的业务。特别要指出的是，借助外商来料加工，尽管能创造外汇收入，但相对来说创汇的成本较高，在出口的机电产品中中方的净收益并不高。

总而言之，发展中国家如果单纯以自己的资源优势来确定自己的国际贸易结构，就会跌人“比较利益的陷阱”。在国际市场上，无论是哪个国家，只要是以初级产品和劳动密集型产品出口为主，其在国际贸易中决不可能有比较优势，尽管可得到一点比较利益。

二、比较优势转化为竞争优势

以上的分析表明，单纯按比较利益结构来安排国际竞争的产业结构不能形成国际竞争的优势，反而成为竞争劣势。现在需要研究的是如何在现有的比较优势的基础上形成具有国际竞争优势的产业结构。

无论是以劳动生产率差异为基础的比较成本说，还是以生产要素供给为基础的资源禀赋说，其比较利益的前提是各国的供给条件、生产条件不可改变，资源、生产要素不能在国际间流动。现在这种假定条件已经改变。首先，在当今商品经济国际化的条件下，生产要素、资源可以在国际间流动。其次，在新技术革命浪潮推动下，经过投资和新技术的采用，自然资源可以被改良、再造，也可以被新材料所替代；经过人力投资，提高劳动力的技能和素质，又可克服劳动力数量不足的矛盾。这样，随着全球经济一体化的发展，谁都不能单纯以本国拥有的资源来确定自己的比较利益结构，特别是发展中国家。尽管许多发展中国家具有自然资源丰富和劳动力资源丰富的特点，但如果它们还是以此为基础确定自己的外贸结构，在国际竞争中决不可能成为优势。因此，在新的国际经济的背景下，调整自己在国际分工中的比较利益结构，是国际竞争新格局对发展中国家的强制。

在目前的国际竞争新格局中，除了一部分原料生产国，特别是石油输出国还主要靠输出石油等原料，继续以自己的资源优势参与国际竞争外，大多数国家调整了国际贸易结构。如果说过去各国参加国际竞争主要靠自身的供给条件的话，那么现在参加国际竞争的主要约束条件则是国际市场需求。为了占领国际市场，在国际市场上占有更大的份额，获得更大的国际贸易利益，每个国家都要争先采用新技术，以新技术产品打进国际市场。面对这种国际竞争格局，我国的国际商务既不能限于同外国的互通有无，也不能限于自己在劳动力资源上的相对优势，而应以增强自己的国际竞争能力为主要目标。

1.竞争优势的体现

中国有劳动力资源的优势，但不意味着中国的国际贸易的竞争优势结构是以劳动密集型产品出口为主。如果将引进国外生产要素的国际商务结合进来考虑，那竞争优势应该是指，将引进的国外资金、国外先进技术，同中国丰富而廉价的劳动相结合，生产在国际市场上有竞争力的产品。这时的比较优势就在于，同是高技术产品，但在中国生产，劳动价格含量比在其他国家生产的低，具有价格竞争的优势。如日本索尼品牌的高质量电子产品，可以在美国生产，在日本生产，也可以在新加坡生产，在中国生产。中国的地域空间大，地价便宜，劳动力资源丰富，劳动价格便宜，因此在中国生产并出口的索尼品牌的电子产品具有生产成本低的优势。这种状况说明三点：

第一，现在的国际分工将主要不是不同国家生产不同产品的分工，或者说国际贸易已不限于部门外（不同生产部门生产的产品间）的贸易。例如前文所举的例子，A 国生产并出口粮食，B 国生产并出口纺织品。现在大量的是部门内（不同国家交换同种产品）的贸易。例如 A 国和日国都生产汽车，A 国的汽车出口到 B 国，B 国的汽车也向 A 国出口。在这里产品的差别性起着决定性作用。

第二，不同国家产品差别性的一个重要方面是，所含成本的差别。这时

一个国家的资源或要素优势起着重要作用，例如同一种产品可能是在日本制造的质量更高，在中国制造的价格更便宜。反过来也可以说，各个国家的比较优势不完全体现在生产不同产品上，而是体现在生产同种产品的成本、质量等方面的差别性上。

第三，发展中国家的劳动力优势不会直接成为国际贸易的优势。它要成为国际贸易的竞争优势必须有个转换过程。必须要有高技术，包括从国外引进的高技术与之结合，才能真正产生比较利益。

一些发展经济学家还进一步发现，在发展中国家，缺乏投资品工业部门，结果，初级产品和劳动密集型产品出口国因对外贸易而增加的有效需求，大部分没有留在国内，而是漏到国外去了。于是形成收入的两个漏出，一是进口的漏出，二是储蓄的漏出。具体他说，发展中国家一方面需要以一部分收入从国外进口技术密集型产品用于消费，另一方面因国内缺乏投资品工业，国内的储蓄还要漏到国外购买投资品，用于设备更新或新投资。这样，对外贸易没有产生带动本国经济发展的效应。这说明一国的对外贸易的比较利益同其产业结构状况关系极大。国际商务活动不仅要引进国外先进生产要素来发挥自己的劳动力优势，还应该注意引进国外的先进产业，逐步培植本国的产业优势。

2.产业结构的优化

根据钱纳里的分析，一个国家的对外贸易战略同这个国家产业结构的比较优势相联系，一个国家对外贸易战略的调整又同这个国家的产业结构的比较优势的改变相联系。因此，为了在对外贸易中获得更大的比较利益，必须致力于调整和优化产业结构，提高技术密集产业的比重，扩大技术密集产品出口。

在当前国际经济一体化的大背景中，调整和优化产业结构不能封闭式进行，需要利用国际资源，需要利用国外资金和技术，需要引进国外先进产业。这就提出了国际贸易和吸收国外资源的国际商务结合进行的要求。用马克思在《资本论》中的公式说明，过去我们的对外贸易是“为买而卖”，也就是为了得到国外物品而出口；现在则是“为卖而买”，也就是为了扩大出口，提高国际竞争力而进口国外先进生产要素。

这里特别要强调引进国外先进产业对优化我国产业结构的意义。在一个劳动力充裕的大国，是引进国外资金来发展劳动密集型产业，还是引进国外先进技术产业来利用本国的劳动力，这是一种选择。前者考虑的是就业岗位，后者关心的是劳动的附加价值。新加坡在 20 世纪 70 年代经济还很落后，特别是现代制造业部门很少。新加坡发展的一个成功经验就是，大力引进国外先进产业部门，鼓励国际著名跨国公司落户新加坡。具体他说，新加坡引进外资的重点不是利用国外资金来发展自己的劳动密集型产业，而是引进高技术产业来利用本国在当时还相对廉价的劳动力。采用这一产业发展战略取得了成功，新加坡的现代制造业部门迅速发展。到 90 年代初新加坡已成为世界电脑磁盘制造中心，世界第三大炼油中心，在许多工业领域都处于世界前列。新加坡的经验值得我国参考。我国现在搞外向型经济表面看来轰轰烈烈，但劳动密集型出口加工业投资在外商在华投资中占相当高的比重，这样利用外资不会优化我国的比较利益结构。在一些地区，利用的外资越多，产业结构

的劣化可能越是严重。因此在我国一些经济发达地区，有必要调整国际商务战略，重点引进高技术产业，扩大高技术产品出口。在明确调整产业结构、优化比较利益结构目标的同时，我们还必须立足当前，搞好现行的产业结构同目标的比较利益结构的接轨。一方面要对劳动密集型产业进行人力资本投入和技术投入，提高其技术密集度，使其由简单劳动密集型转变为智力劳动密集型。另一方面在市场选择的基础上，国家要通过技术引进和高科技投入等途径有重点地培植一批技术含量高、出口前途好的产业部门，增强其国际竞争力。再一方面，对外资进入我国要逐步提高对其技术含量的壁垒（门槛），鼓励高技术产业进入我国。

三、培植优势产业的贸易战略

在现代国际商务活动中，厂商进入国际市场，无论采取出口进入的方式还是投资进入的方式，一个重要的条件是自己有某一方面的竞争优势。竞争优势可以通过多方面培养。这里研究通过对外贸易的途径培养厂商的竞争优势问题。就培植国际竞争的优势产业来说，涉及对进口替代和出口导向两种战略的选择问题。

1.进口替代

进口替代战略的理论出发点是国内发展主导说。其基本思想是发展中国家应以国内发展尤其是工业化主导对外贸易，先搞替代进口的工业化，再搞出口化。出口导向战略的理论出发点是出口主导说。其基本思想是出口的扩大能刺激并主导国内各种经济活动的产生和发展。

进口替代战略强调以本国制造来替代进口的制成品，也就是通常说的国产化。这种战略同发展中国家的保护幼稚工业和实现国家工业化的战略和政策是一致的。发展经济学的先驱之一劳尔·普雷维什指出了进口替代对发展中国家的意义。他认为，不受限制的贸易对发展中国家的贸易条件和国际收支的不良影响，远远超过其从贸易中得到的利益，因此，他提出：“由有节制、有选择的保护政策刺激起来的进口替代，是取得某些合意的效果，经济上明智稳妥的好办法。这种政策有助于纠正发展受外国制约的趋势”，同时也可将更多的资源转向工业生产，“从而抵消贸易条件恶化的趋势”。[①]

进口替代的主要对象是在国内有较大市场的产品。国家通过建立保护壁垒，如课以较高的关税，规定进口限额，对生产这些产品的厂商进行保护。进口替代工业的产品，起初的生产成本可能很高。但是，人们预期这些幼稚工业会逐渐成熟，规模效益也会日趋明显，生产成本随之下降，并逐渐具有在国际市场的竞争能力。

首先应该肯定，在中国这样的发展中的大国，国内市场容量很大，要改变中国对外国的产业结构的依附性，中国应该建立自己的现代工业，许多产品应该国产化，从这一意义上说，中国在许多现代工业部门应该实行进口替代战略。国家在一个阶段中需要对一些关系到国家长期发展的幼稚产业进行保护。但是，同样不能忽视的是，在国家以较高的保护率保护的进口替代战略的负面效应。

在不同的进口替代阶段上，替代成本是不一样的。在用国内产品替代非耐用消费品（如服装、鞋帽等进口阶段，由于这些产品的技术含量不高，发展中国家具有劳动力价格便宜的优势，所以对这些产品的国产化，不需要大多的保护，替代成本自然较低。而在替代耐用消费品（电视机、电冰箱等）进口阶段，需要有较高的保护成本。因为这些产品的技术含量高，生产这些产品需要有较大的规模。在这种情况下，为替代进口，替代进口的部门必需进口大量的设备、原材料，引进国外技术，由此付出了高昂的替代成本。国家为保护这些承担了高的替代成本的部门，对相应的进口品必须规定较高的

[①] [美] 杰拉尔德·迈那、达德利·西尔斯编：《发展经济学的先驱》，经济科学出版社 1988 年版，第 181 页。

关税税率。这样，进口替代品的市场价格必然很高。我国目前正处于这一替代进口阶段上。

进口替代还会带来效率降低的负效应。在国内市场上，替代进口产业遇不到进口竞争的对手，生产替代进口品的企业在政府的保护下会满足于既得利益，安于现状，不思改进技术和提高质量，由此加剧国内企业的低效率状况。

而且，没有效率的进口替代不一定能带来推动工业化的效应。发展中国家原指望进口替代工业部门能够通过其与其他经济部门产生的前向和后向联系效应，来推动整体工业化，但低效率进口替代的结果往往是：一方面由于保护造成了替代进口工业品过高的价格，使作为其前向联系的产业部门的投入成本高昂；另一方面是替代进口的部门所需的投入品从国外购买，对本国的后向联系上的部门没有产生带动作用。这样，实际是放慢国家工业化的速度。

面对进口替代的高额成本，出口导向战略理所当然地受到了重视。出口导向又称为出口替代。它不是一般地扩大出口，特别是不能把单纯地扩大初级产品出口当做出口导向。在实行进口替代战略时也是鼓励出口的，但出口的主要产品是初级产品。出口导向战略则强调以制成品替代初级产品成为主要的出口产。

2.出口导向

出口导向或出口替代战略有两个层次：一是以劳动密集型工业制成品替代初级产品出口，二是以技术密集型产品替代劳动密集型产品出口。前述我国的出口结构表明，我国和许多发展中国家一样，目前尚处于以劳动密集型产品替代初级产品出口阶段。

服从于出口导向战略，国家要改变为了进口替代而采取的保护贸易政策，推行鼓励工业制成品出口的关税和汇率政策。

根据成本效益分析，出口替代的外向效益明显高于进口替代。

第一，出口导向战略的实施有利于缓解发展中国家的外汇限制。从理论上讲，通过进口替代节省的一个单位的外汇，同通过出口替代赚取的一个单位的外汇是相等的。但是从成本和效益分析表明，赚取一单位外汇所付出的国内资源的代价，要比节省一单位外汇的国内资源的代价要小。也就是说，如果把进口替代中使用的资源转用于出口替代工业，能够赚取的外汇数量，要比在依靠国家关税保护的进口替代中所节省的外汇数量大，对国内其他部门的工业化带动作用也更大。当然，在出口导向的起步阶段，成本可能要高一些，而且在有的情况下，如关税保护或高估本国货币的情况下，进口替代可能更赚钱。但是，从长远和宏观看，出口替代的效益一般要高于进口替代。

第二，出口替代可以超越国内市场的限制，开拓和利用国际市场。厂商进入国际市场后，可以不断地推进规模经济，获取学习效应以及由国际竞争所带来的效率。正如世界银行专家唐纳德·基辛所说：学习出口制成品对经济发展具有决定性意义。一个不能出口制成品的国家很难被认为是完全的发达国家，因为他们的供应能力很窄。这些国家一旦很好地掌握了大量生产和

出口技术，成为一个完全发达的国家仅仅是时间和继续努力的问题。[①]

第三，出口替代较进口替代可以提供更多的就业机会。在劳动密集型工业制成品替代初级产品出口阶段，无疑可创造更多的就业岗位。出口替代面向国际市场，企业面对更大规模的市场需求，因而可实行规模经济，劳动力的就业机会也可进一步增加。

第四，出口替代对外国投资者有较大的吸引力。外资流入并非完全依存于发展中同家对国内市场的保护，更多的是看重发展中国家丰富而廉价的劳动成本或土地、原材料等资源成本。

在资源丰富而廉价的国家设厂生产面向国际市场的出口产品，对外商是颇有吸引力的。而且，一些国际性商业银行也倾向于贷款给那些努力促进出口的发展中国家，因为只有当债务国增加出口收入时，外债的偿还才不成问题。

但是，发展中国家推行出口导向战略也有困难。一方面，当发展中国家工业制成品进入国际市场时，市场已经被发达国家占领，发展中国家遇到来自发达国家更有效率的工业的竞争，发展中国家自己建立出口工业是非常困难的；另一方面，发达国家对于发展中国家具有优势的劳动密集型制成品工业又实行高水平的保护，致使其优势产品难以打进国际市场。这意味着发展中国家实行出口导向也不是没有成本的。[①]

3.进口替代和出口导向的搭配

从贸易战略和工业化的执行情况看，发展中国家政府起初一般都采取进口替代的内向性战略，旨在促进国家工业化。然而在实际上工业化进程较快的却是那些采取出口替代战略的国家和地区。韩国和我国台湾地区的发展就证明了这点。这意味着实行出口导向战略同国家的工业化、现代化目标是不矛盾的。

以上对进口替代战略和出口导向战略的比较分析表明，这两种战略对发展中国家都有现实性。各个国家在经济发展的不同阶段都会有自己的战略重点，这同自己所处阶段的国情和发展目标密切相关。

我国发展外向型经济的一个显著成就是出口比重特别是工业制成品的出口比重增大。出口总值占 GDP 的比重由 1982 年的 8%上升到 1994 年的 23%，工业制成品出口值在出口总值中的比重由 1980 年的49%上升到 1993 年的81%强。但从总体上说，我国经济的外向度不高（见表 4—1），尚未进入出口导向阶段。当然沿海的许多地区已经在推行出口导向战略。

表 4—1　出口总值在国内生产忌值中的比重（%）1991 年

美国	7.4	印尼	25.4
日本	9.4	台湾	42.3
英国	18.2	韩国	25.4
法国	18.1	新加坡	148.1
德国	25.3		

资料来源：中国对外经济贸易年鉴 1993。

[①] [世界银行] 唐纳德·基辛：《发展中国家的贸易政策》，中国财政经济出版社 1986 年版，第 32 页。

[①] [美]多米尼克·萨尔瓦多：《国际经济学》，江苏人民出版社 1992 年版，第 249 页。

一般说来，大国与小国对国际贸易的依存度是有差别的。如表 4—1 所示，小国对国际贸易的依存度要大于大国。小国只有在对外贸易依存度加大的情况下才能加快经济增长。而对大国来说，对外贸易的依存度达不到小国的水平也可实现经济增长。原因是大国的国内市场和资源条件允许其发展专业化和规模经济。[①]我国的经济不仅仅是大国经济，与许多小国相比简直是巨国经济。市场容量很大，不可能像小国那样整个经济都外向。片面追求外向度，舍弃国内大市场会付出很大的代价和成本。从这一意义上说，我国不能完全放弃进口替代的战略，国产品在我国总会有一定的市场。同时我国还必须进一步提高外向度，借助出口替代战略融入世界经济，以此带动整个经济的现代化。

以上分析表明，在中国现阶段，既不能搞单一的进口替代，也不能搞单一的出口替代，关键是将这两个战略有机地结合起来，搭配使用，使这两个战略的发展效应都能起作用。

首先，实行进口替代的产业部门一般是关键的幼稚产业部门，国家对这些幼稚产业部门的保护必须规定明确的不太长的期限，促使其迅速成熟并具有出口替代的能力。到期国家就要取消保护，将这些产业部门推进国际竞争的战场，从而将进口替代的负效应降到最小。

其次，外商进入，同中国企业合资、合作或独资发展现代制造业部门，能有效地实现进口替代与出口替代的结合。外商在中国的投资企业，无疑会以出口为导向，因此能推动我国出口工业的迅速形成，同时也可降低推行出口导向战略的成本。另一方面，外商在中国发展的产业部门如果是先进的现代部门，也就带有替代进口的性质。按此要求，引进外资的国际商务活动，不仅要继续扩大引进外资，更要对外资在中国举办的产业进行选择和导向，鼓励和引导外商在中国发展具有现代水平的进口替代产业部门。

4.战略贸易政策

在进口替代和出口导向两种战略的搭配中，战略贸易政策受到了青睐。

战略贸易政策的依据是，一个国家能够在某些代表未来发展方向的关键性产业如计算机、电信、生物技术等产业中创造比较利益。这些高技术产业一旦获得成功，就会产生广泛的外部经济，并促进该国未来发展的前景，并能先于其他国家占领国际市场。显然，这种战略贸易政策不是一般的进口替代，保护幼稚产业，而是创造关键的高技术产业的比较优势。不少经济学家认为，日本的成功就在于它成功地实施了战略贸易政策。以半导体为例，在 20 世纪 70 年代，半导体市场被美国控制。从 70 年代中期开始，日本政府把发展半导体工业作为目标，政府采取了一系列扶持政策，包括筹集研究和开发基金，准予将从该产业得到的税收投资于该产业，保护国内市场抵制外国（尤其是美国）的竞争。这些政策使日本在 80 年代中期成功地从美国手中夺取了半导体市场的控制权，其后又控制了世界市场。

显然，战略贸易政策不是消极的进口替代，而是积极地由进口替代走向出口替代。当然，推行这种政策成功的关键是选准战略产业，并且要有强有力的扶持和保护措施。

[①] [美] 库兹涅茨：《现代经济增长》，北京经济学院出版社 1989 年版，第 265 页。

四、进口替代的保护政策

将国际贸易同推进本国的产业现代化结合起来，需要将进口替代和出口导向有机地结合起来。其关键是通过有效的国际商务政策，对国际商务活动进行导向和规范。这种国际商务政策体现在对关税、汇率、信贷、许可贸易、配额等一系列经济杠杆的运用上。

进口替代的保护，主要是针对国家需要保护的幼稚产业实行关税壁垒和非关税壁垒的政策。这里所说的保护政策，不仅涉及我国为保护进口替代产业所实行的保护政策，还包括我国在实行出口导向战略时所遇到的外国的保护政策。

现在尽管各国都在标榜“贸易自由化”，但在实际上都在实行贸易保护主义政策，特别是在本国经济不景气时。当然，各个国家一般不会在每个领域都搞保护，就像不会在每个领域都搞自由化一样。就对进口替代产业实施保护政策来说，一般有关税壁垒和非关税壁垒两个方面。

1.关税壁垒

贸易保护的最重要形式是关税。关税是商品在通过一国国境时由海关征收的一种税。征收关税的目的通常有两个。一是国家通过征收关说来增加国库收入，这种关税称为财政关税；二是国家通过征收关税来保护本国的资源或本国的产业，这种关税称为保护关税。大多数工业化国家征收关税并不是为了增加财政收入，而是将关税用于贸易保护。

关税通常分出口关税和进口关税。

出口关税是本国商品出口时向出口商征收的税。征收出口税，会增加出口商品的成本，削弱本国商品在国际市场的竞争能力，因此大多数国家对大部分商品不征出口税。如美国法规禁止出口关税。我国对一般货物也不征收出口关税，只对极少数国内需求很大，国家还需要靠进口来满足需要的商品出口，以及国内的一些稀缺资源出口征收出口税，如从 1987 年起我国征收出口税的商品仅为栗、钨矿砂、锑、山羊板皮、生丝、对虾、鳗鱼苗等 8 种。

进口关税是境外商品进口时向进口商征收的税。进口税在境外商品进入关境时征收，或者在境外商品从自由贸易区或海关保税仓库、保税区运往国内市场时征收。进口税是进口国家掌握的行之有效的保护主义手段。对进口商品征收高额进口税，会提高进口商品的成本，从而削弱这些进口商品的竞争力。这就形成一道壁垒，起到保护本国同样产品的国内市场的作用。

从保护本国产业考虑，国家会灵活地运用关税结构来调节进口商品结构。一国常常以免税或低税进口原材料，对中间投入品进口所征收的关税，比对最终产品所征收的关税要低。这样做通常是为了鼓励国内生产和增加就业，同样也有助于所保护的幼稚产业的加快成长。例如，一国会免税进口原棉，对布的进口征收关税，以便刺激布的生产和增加就业。因此，许多国家对进口税率的规定，一般是工业制成品较高，中间品较低，原料性商品最低，甚至免税。而在制成品中，各个国家的关税税率结构是不一样的。在美国这样的发达国家，关税税率最高的是简单劳动密集型商品，如纺织品。原因是这里的劳动成本高，劳动密集型商品与许多发展中国家相比没有明显的竞争力，而其技术密集型商品却有明显的竞争力，因而不需要太高的关税保护。

在我国这样的发展中国家，劳动密集型商品有国际竞争力，不需关税保护，但一些技术含量高的产业的成长则需要一定时间的关税保护。正因为如此，我国的关税税率设计原则是，国内不能生产的或紧缺的货品税率最低；国内已有能力大量生产的或非国计民生必需品税率较高，烟酒等奢侈品的税率最高。国家为鼓励外商对中国的投资，对外商进口的原材料和生产性设备还实行减免关税的优惠政策。

现在过高的关税壁垒以及由此保护的进口替代的负面效应受到各个方面的抨击，贸易自由化的呼声很高。在这种条件下，各国的关税税率有下降的趋势。二次世界大战以后有 23 个国家参加制定，后来有 100 多家缔约方的《关税和贸易总协定》（GATT）进行了降低关税的努力。现在工业化国家的制造品进口税率大约为 5%—7%。但是，各个国家不会放弃利用关税壁垒来保护本国产业的机会，有的保护技术密集的幼稚产业，有的保护简单劳动密集的产业。 1995 年 1 月 1 日起， GATT 已为世界贸易组织（wTO）所替代。我国在加入 wTO 以后，将会按照 WTO 的规定，大幅度减让关税，特别是降低阻碍商品进口的高关税。但是，会在一定期限内享受 WTO 给处在发展初级阶段的缔约国的特殊政策。按照 WTO 规定，凡是只能维持最低生活水平，经济处在发展初级阶段的缔约国，为了加速某一特定工业的建立以提高人民的一般生活水平，可以提出修改或撤消本协定有关关税减让表中所列的某项减让。当然， WTO 对这一特殊政策的享受有非常苛刻的条件，如保护产业的清单及关税税率必须经各缔约国同意等。尽管如此，还是给我国这样的发展中国家留下了一点利用关税壁垒保护幼稚产业的空间。

2.非关税壁垒

非关税壁垒是指除去关税外的各种人为的贸易障碍。关税虽是多数国家保护本国产业的重要政策，但会受到许多条约的限制，而且关税形式明显，容易受到有关国家的报复。因此各国普遍采用非关税壁垒来限制外国商品进口，以保护国内市场。与关税壁垒相比，非关税壁垒的名目更多，对外贸的影响更大。常见的非关税壁垒主要有以下几种：

（1）进口配额制。这是一国政府在一定时期内对于某些商品的进口数量或金额事先规定一个限额。限额以内的货物允许进口；超过限额的，或者不准进口，或者征收较高的关税或罚款。进口配额分两种。一种是绝对配额，即商品的进口数量达到规定的最高限额后不准进口；另一种是关税限额，即对超过限额的部分征收较高的关税或罚款。

进口配额是各国政府直接限制进口、打击外国竞争者、垄断国内市场的有力武器。发达国家经常用这种方法来对付低成本商品的进口；发展中国家则运用这种方法来保护国内的新兴产业，鼓励进口替代品的生产。

与关税相比，进口配额既容易采取也容易撤除，比较灵活。关税通常被认为是长期政策，容易引起有关国家的报复，而配额通常被认为是临时性措施，容易被他国接受。

就其对市场的效应来说，关税和进口配额不一样。在一定的进口配额的情况下，需求的增加将导致有配额的商品的国内价格提高和国内生产的增加。相反，在进口关税一定的情况下，需求的增加不一定引起国内价格提高和国内生产的增加；因为增加的需求会用在增加进口物品的消费上。因此，

进口替代完全替代了市场机制，而不像进口关税那样简单地改变市场机制的作用。

进口配额制与进口许可证制相配套。许可证制度规定，商品进口必须领取进口许可证，没有许可证，一律不准进口。进口许可证有两种。一种是不与进口配额挂钩的无定额进口许可证；一种是与配额挂钩的有定额进口许可证，这是在进口配额的限度内由政府发放给进口商有数量限制的、可以合法进口一定数额商品的许可证。

进口配额涉及到许可证的分配。现在许多国家采取行政方式分配许可证，它会带来严重的负效应。这种状况就如萨尔瓦多所说："如果政府不在竞争性市场上拍卖这些许可证，接受这些许可证的厂商将获得垄断利润。在这种情况下，政府就必须决定怎样在潜在的商品进口商之间分配许可证。这种选择也许是基于政府官员的武断看法而不是出于效率考虑，并且倾向于在各种实际的和潜在的商品进口商相对效率变化时，保持这种分配方案不变。不仅如此，因为进口许可证会带来垄断利润，潜在的进口商很可能会花很大的精力进行院外活动，甚至不惜通过贿赂政府官员以取得它，这就是所谓的寻租（rent—seeking）活动"。因此，通过行政渠道发放进口许可证会"埋下腐败的祸根"。[①]

（2）自动出口配额制。自动出口配额制又称自动限制出口，是出口国家或地区在进口国的要求或压力下，自动规定某一时期（一般为 3 年）内某些商品对该国的出口限制。在限定的配额内自行控制出口，超过配额即禁止出口。在这里，出口国对出口额的自动限制并不是自愿的，而是在进口国的压力下被迫采取的"自动"控制。

自动出口配额和进口配额制的共同目标是限制进口。但后者是由进口国直接控制进口配额，前者是进口国将某些商品的进口限额分配给出口国，然后由出口国直接控制这些商品对指定国家的出口额。自动出口配额是 20 世纪 70 年代以来非关税壁垒中最流行的一种形式。原因是进口数量配额这样的数量限制明显违反关贸总协定的"取消数量限制原则"，而自动出口限制属于关贸总协定未涉及或规定不明确的"灰色领域"。于是几乎所有的发达国家在各种长期贸易项目中都采用了这种办法。

自动出口配额是在某种商品的进口威胁进口国的国内工业时，进口国采取的迫使出口国自动减少该种商品出口的政策。例如，美国就曾同日本和其他工业化国家进行过自动限制出口的谈判，以控制日本等国对美国的汽车、钢铁、鞋类的出口。

当自动出口限制成功实现时，所产生的经济效应同进口配额是相同的。区别只是在于，配额是由出口国控制的，而配额在厂商问的分配产生的收入效果和垄断利润是由外国出口商获得的。

在限制进口方面，自动出口配额的效果比进口配额也许要差一些。因为出口国只是勉强同意控制其出口，在出口数量一定时，外国出口商可能会以提高单位产品质量以较高档次的产品）和价格的方法，突破配额的限制。例如日本对美国的汽车自动出口限制就采取了产品质量升级的办法。而且，自动出口限制只包括主要出口国，对其他国家以及通过第三国转运的出口，仍然是开放的。

[①] [美]多米尼克·萨尔瓦多：《国际经济学》，江苏人民出版社 1992 年版，第 188 页。

（3）其他限制进口的壁垒。政府还可以从行政的、技术的或其他的方面采取措施，限制商品进口。这些措施包括对汽车和电气设备的安全规定，对卫生制品和进口食品的卫生标准规定和卫生检疫，商品包装要求，标明商品产地、成分、规格、生产日期等内容的标签要求等。在这些规定中，有许多是合理的，而有些则是限制进口的借口，如果是要限制进口的商品，同进口规定微小的差异就可以成为海关拒绝进口的理由。这一类型的保护壁垒在形式上相当隐蔽，然而效力很大。它还能避免别国的报复和批评。在国际贸易中，这是比较难以对付的保护主义措施。

政府采购也是一种贸易壁垒。这是指国家法规规定，政府机构采购商品时必须优先购买本国产品。例如美国的《购买美国货法案》规定：凡是美国联邦政府所要采购的货物，应该是美国制造的，或者是用美国（按规定的比例）原料制造的。只有在本国生产的数量不够，或者国内价格过高，或不买外国货会损害美国利益的情况下，才可以购买外国货。又如日本有几个省规定，政府机构需用的办公设备、汽车、电脑、电缆等不得采购外国产品。采取这种政府采购的政策，可有效地减少进口和保护国内就业。

最后需要指出，进口数量限制这样的非关税壁垒，由于简便易行，效果明显，常常为奉行保护主义政策的国家所使用，极大地阻碍国际贸易的正常进行。因此关贸总协定明确提出了取消数量限制的原则。关贸总协定缔约国多个回合的贸易谈判都将此作为重要议题来讨论。取消进口数量限制，严格限制非关税壁垒将是大势所趋。当然这也允许有严格限制的例外：经济处在发展初级阶段的缔约国，可在一定阶段对某些进口产品实施必要的数量限制。

五、出口导向的鼓励政策

如果从出口替代的意义上理解出口导向，出口导向的国际商务政策就不是一般地鼓励出口，还必须推动产业升级，从而产生工业制成品替代初级产品出口、技术含量高的制成品替代技术含量低的制成品出口的效应。

1.出口许可证

虽然国家要实行鼓励出口的政策，但是国家还需要在宏观上对出口贸易进行管理和调控。主权国家一般要在政策上明确：哪些产品不允许出口，哪些产品出口应该有数量限制。国家还需要在政策上维持出口企业正常的竞争秩序。国家对出口管理的主要形式是实行出口许可证制度。我国目前的许可征管理主要有以下形式：

(1)对关系国计民生的大宗资源性出口商品和在出口中占重要地位的大宗传统出口商品，实行计划配额许可证管理。如大米、煤炭、原油、成品油、中药、钢材等。

(2)对进口国或地区要求中国主动限制出口的商品实行主动配额许可证制度。如大蒜（港澳、东南亚），地毯（英国、日本），鲜蜂王浆（日本、欧盟、美国）等。

(3) 对国外对中国有配额的出口产品实行被动配额许可证管理。如棉布、化纤、服装等纺织品。

(4) 对出口金额大但经营秩序易于混乱的出口产品实行一般许可管理，不限制数量，管经营秩序。如食糖、黑白电视机、电子计算机等。

2.关税政策

为鼓励出口，增强本国产品的国际竞争力，大部分国家不征收出口关税。但关税政策的作用不仅仅在于此，它还可以通过其他途径推动出口工业的发展。

首先是对进口资本品的关税问题。世界银行专家基辛指出：

“发展中国家制造出口产品，其成本的大部分被认为是由原料和中间产品组成的，对这些投入物征收任何重大的税，或者甚至只是支付不寻常的较高的运输和加工费用，竞争会把该国从这些出口商品的出口国中挤出去。”[①]因此，削减进口资本品关税是降低出口品成本、促进出口工业发展的重要举措。

其次是将削减进口资本品关税同扩大出口结合起来。国际上通行“保值关税”形式。即企业在进口原材料和中间品时，在海关登记一个税额但不付款。日后企业用进口原材料制造的产品输出境外，即可到海关冲销关税，如不出口就必须支付关税。这样就可把降低资本品关税的利益真正分配给出口工业。

第三是推动进口替代产业转向出口替代。政府对进口替代产业的关税保护应是有限度的，政府应该制定时间表，公布保护关税的期限。这就同时限

[①] [世界银行]唐纳德·基辛，《发展中国家的贸易政策》，中国财政经济出版社 1992 年版，第 87 页。

定了国内进口替代产业赶上国际水平，并转向扩大出口的期限。

3.出口信贷

出口信贷是出口国银行为了支持出口，贷款给本国出口商、外国进口商或外国银行、再由外国银行贷款给进口商的信贷方式。出口国银行贷款给出口商，称为卖方信贷。出口国银行贷款给外国进口商或进口国银行，称为买方信贷。目前的出口信贷以买方信贷居多。

出口信贷一般用于交易金额大，交货时间长的产品出口，如成套设备、船舶、飞机等商品的出口。出口信贷的利息较低，但借款者必须允诺出口或进口贷款国产品。

许多国家为扩大出口，建立了出口信贷国家担保制。国家设立专门的担保机构，或者为本国取得出口信贷的出口商，或者为向外国进口商或外国银行提供贷款的本国商业银行提供担保。其主要目的在于担保出口厂商与提供贷款的银行在海外的风险，以扩大商品的出口。为减轻出口厂商和银行的负担，政府担保机构收的保险费率一般不高。

4.出口补贴

出口补贴是由政府对该国的出口厂商或潜在的出口厂商提供的各种形式的补贴，目的是降低出口商品的国际市场价格，加强其在国际市场的竞争能力。其形式有：

（1）直接的现金补贴。即出口某种商品时，国家直接付给出口厂商现金补贴。如美国等国政府就对某些农产品的出口提供这种补贴。

（2）提供低息贷款。即对出口某些商品的厂商提供贴息贷款，或者由银行提供低利息的出口信贷。

（3）减免税收。这里减免的税收不仅包括出口关税，还包括国内对该种出口产品征收的其他国内税，如消费税、增值税等。目前我国对出口产品就实行出口退税的制度。具体他说，对出口产品的增值税率为零税率，在产品报关出口后，国家还将退还已在该种产品的前道流转环节上征收的增值税。

出口补贴往往会被视为倾销的一种形式，一些国际贸易条约将它视为不合法。一些国家实行出口补贴会相应地受到另一些国家的报复。尽管如此，不少国家仍然以隐蔽或不那么隐蔽的形式提供出口补贴。如许多国家的进出口银行都在对出口商品提供低息贷款。不少国家都在实行出口退税政策。

5.外汇政策

外汇汇率是用一国的货币折换成他国货币的比价。汇率的高低直接影响进出口产品的价格，从而影响进出口规模。长期以来我国实行外汇管制，高估本国货币，造成了对出口的“金融压制”。我国要进入国际市场，首先要改革外汇体制，调整汇率。几年来我国进行的外汇制度改革，基本上是以鼓励出口作为方向的。

在汇率调整方面，我国几次降低人民币的汇价，特别是将汇率的国家牌价同市场调节价并轨，基本上改变了高估人民币汇价的情况。同时，在体制

上正在推进人民币成为自由兑换的货币的改革。其直接效应是在汇率政策和体制上促进出口工业的发展。

一定的外汇管理制度也能起到限制进口、鼓励出口的作用。例如，在有些国家出口商必须把其出口所得的外汇卖给国家指定的银行，进口所需的外汇也必须向国家指定银行购买，这样国家就有可能通过控制供应进口商外汇数量的途径来控制进口。我国对外商投资企业提出了外汇自行平衡的要求，这意味着外商进口投资品所用的外汇，必须通过产品的出口换回外汇来平衡，这有利于外商在中国建立出口工业。

6.创建出口导向的开发区

中国地域广阔，国内市场巨大，因此不可能个个地区、个个企业都是出口寻向。但是，中国要融人世界经济，要建立起高水平的出口工业，就必须要有足够量的产业部门和地区采取全面出口导向。国家推行鼓励出口的政策，还需要创建出口导向的基地，这就是经济特区和各种类型的开发区。开发区在中国有各种名称，如保税区、经济技术开发区、高新技术开发区、工业园区等，这里用出口加工区来概括。

创建出口加工区，是避开由税制和繁杂的公事程序所造成的出口的巨大障碍的一种手段。根据国外出口加工区的经验，进入出口加工区的厂商之所以能取得较高的出口效益，不仅是因为能得到在进出口方面减免税的优惠，还在于得到进出口方面方便的机会，其中包括审批企业的便捷，更加方便地通过海关装运投入品和出口品，与国际惯例接轨的管理及制度等。进入出口加工区的企业，外商占较大的比重，但不乏有大量的本国企业进入。目前外商到出口加工区设厂，大多是利用我国丰富而廉价的劳动力，因而劳动密集型产业居多。今后，出口加工区要提高进入的壁垒，鼓励有较强技术含量的产业进入。只有这样，才能在出口加工区培育出有较强国际竞争能力的出口工业。

7.“复关”和降低进口关税

在各国贸易保护主义盛行的情况下，关贸总协定（GATT）可说是缔约国贸易政策的国际协调。关贸总协定制定了一系列旨在推进贸易自由化的原则，其中包括：无歧视待遇原则，最惠国待遇原则，国民待遇原则，关税减让原则，互惠原则，取消数量限制原则，透明度原则和禁止倾销原则。中国恢复关税与贸易总协定缔约国的地位，就可以避开各种贸易壁垒进入国际市场，由此得到的出口效益是非常明显的。当然，在一定时期中部分产业受到冲击也是不可避免的。

中国“复关”，加入世界贸易组织非常艰难，但中国已经在积极创造条件，在贸易政策上尽快同关贸总协定的基本要求接轨，突出表现是主动削减进口关税。中国几次宣布大幅度降低关税，直接原因是为了加快加入世界贸易组织的步伐，以实际行动来消除某些大国特别是美国的贸易障碍。但降低关税的意义远远不仅在于此。

中国降低关税是以其日益增长的经济实力为基础的，特别是以中国在许多工业制成品领域里具有了国际竞争的能力作为支撑的。

中国大幅度削减关税，从一定意义上说，是以让出一部分国内市场为代价扩大出口产品的市场。众所周知，中国这几年经济持续增长，出口势头猛增，随之遇到的出口障碍和磨擦也加大，特别是占中国出口比重最大的纺织品（占工业制成品出口总值的 36%）出口遇到越来越多国家的贸易保护主义的阻碍，出口能力受到很大的限制。中国主动削减关税，可望在一定程度上消除中国产品的出口磨擦，进一步扩大中国产品在国际市场上的占有份额。

外国商品以较低的关税进入中国市场，会对中国的工业部门产生多大的冲击，这要作具体分析。中国目前有不少产品在本国已有一定的竞争力，再加上有劳动成本低的优势，因而能经得起外国商品的冲击。但是也有一些部门，不可避免会遇到冲击。我们注意到，中国目前进出口均以机电产品为最大宗。1995 年前 10 个月机电产品出口 342.5 亿美元，进口 441 亿美元，逆差近百忆美元。这意味着中国让出的市场中，机电产品占很大的一块。再看进口结构，中国目前进口最大宗的有两大类。一类是钢材、成品油等能源、原材料；另一类是机电产品，其中包括汽车、飞机等运输设备，金属加工机床、纺织机械等加工机械，通讯设备，自动数据处理设备等。这也意味着这些工业部门在中国基本上是幼稚部门。石油化工部门也会是这样。尽管国家对其中的一些部门会保留一定税率的关税进行保护，但从总体上说保护已很有限。其他如家用电器、饮料等国内需求很大的商品，过去有较高关税保护，现在关税降低，生产这些商品的行业无疑也会受到冲击。所有这些在一段时间中对中国的经济产生负面效应是不可避免的。但是，投资品进口关税下降后，进口外国设备、原料的企业的生产成本会大大降低，其国际竞争力也会增强。一些受冲击的部门由于竞争的压力会通过体制改革、技术改造和结构调整等途径来提高竞争力。更何况，中国市场大，需求层次差别也大，国产货总还会有一定的市场。因此在总体上，削减关税的负面效应要小于其正面效应。

中国大幅度削减关税，表明中国正在形成一个开放的趋向更为自由的大市场。这对外国投资者发展对华贸易，发展在华投资事业，显然是十分有利的。削减关税的意义是开放市场。中国对外国投资者的最大吸引力，是中国 12 亿人口及由于经济持续增长所产生的巨大的市场容量。关税降低，意味着外国产品进入中国的壁垒降低。特别要注意的是与削减关税配套，中国还宣布再取消 170 余项进口商品配额许可证和进口控制措施，占现有进口配额和许可证管理商品的 30%以上。这是降低非关税壁垒的实际措施，将给境外贸易商进入中国市场提供更多的商业机会。

削减关税和国民待遇是密切联系的，这也是关贸总协定的规范。随着关税的大幅度削减，国家给外商的已有的进口设备的免税政策也将逐步取消。表面看来，这对已经进入中国的外商投资企业会带来一定的不利影响，因为其既得的进口关税优惠的利益将会失去。其实不尽然。应该看到，中国政策的这种调整是在同国际规范接轨，不是对外开放政策的倒退。实际上，对外商来说，商业利益是多方面的，一方的损失可能会得到另一方的补偿。进口免税优惠的失去可换来更大的市场，更何况中国是在大幅度降低关税后取消关税优惠的。中国大幅度削减关税可能得到外国给中国产品让出更大的市场的回报，中国同一些国家长期存在的贸易磨擦可得到一定程度的消除。这个利益同样也给了在华的外资企业,因为外商投资企业产品以出口为主， 1994 年在中国的外商投资企业的出口已经占到中国出口总额的 28.7%，这个比重

近年又有更大的增长。中国削减关税不仅会给外商投资企业出口开辟更大的国际市场。同时也会给其让出一大块国内市场。因为随着进口关税的大幅度降低，外资生产企业在中国市场的内销比例也会因关税削减而增大。

第五章　国际资源的利用方式和效果

国际间的经济关系不仅包括商品的国际间流通，还包括生产要素的国际间流动，其中含有资本、技术和劳动力的流动。我国的经济发展不仅要充分利用国内资源，还要充分利用国际资源。利用国际资源有多种方式。应该承认不管是哪种方式，对后起的发展中国家来说，都要付出一定的代价。但是，将引进和利用国际资源作为国际商务来进行，就要讲究效益。

一、国际资源流动的特点

在现代社会，各国的资源不可能由各个国家单独使用。在国际贸易的场合，是通过商品的国际间流动来配置国际资源。而资本、劳动、技术等要素在国际间流动，则是直接地在国际配置世界资源。

1.国际资源流动的原因

与价格差额引起商品流动一样，资源在国际流动也是由资源价格的国际差别引起的，如资金的价格利息率，劳动的价格工资，技术的价格等。当然，只有当这些价格扣除各种转移成本后所形成的国际差异，才会成为资源在国际流动的信号。因为就国际商务的动机来说，资源流动的最终目标是追逐最大限度的利润。

造成资源价格国际差别的原因，不仅仅是资源禀赋的先天的原因，更重要的是各个国家经济发展的后天的原因。就自然资源来说，开发时间的先后会造成自然资源拥有量的差别从而影响不同国家的价格差别。就劳动力价格来说，由于生活水平等原因发达国家的工资水平明显高于落后国家。再就资本价格来说，国内对资本的供求状况明显影响其价格。如果储蓄超过国内投资需求，多余的资金供给必然要到国外寻求投资场所。从这一意义上说，资源在国际流动的利益是互相的，发展中国家要利用发达国家的资金和技术，发达国家也要利用发展中国家的劳动力和其他资源。

导致资源在国际流动的另一个原因是控制资源。许多大公司常常拥有某些独特的生产技术和管理知识，这些易于在国外应用并盈利，但公司仍希望直接控制，于是便向海外投资。例如 IBM 公司具有独特的计算机技术优势，这种产品在海外有很大的市场，公司想在海外用自己的技术生产，但又不愿意把其贸易诀窍和生产技术给外国生产者，以保持对自己所拥有的资源的控制，这就要在国外设厂。在这种情形下，资金和技术流到了国外。

2.国际资本流向

资源的国际流动包括资本的流动、劳动力的流动、技术的流动。任何生产过程都是各种生产要素的结合过程，因此，要素的流动的基本趋向是，资本从资本过剩的国家向资本不足、劳动力充足的国家流动；劳动力向资本充足、劳动力不足的国家流动。从这一现象看，资源的国际流动是双向的。但现实不完全如此。发达国家的劳动力不足、劳动力价格高，发达国家的资本流向发展中国家并不一定要求发展中国家的劳动力流向发达国家，而是资本流向发展中国家后在当地利用廉价的劳动力。这时的资源流动是单向的。

国际资本流动一般分为短期资本流动和长期资本流动。按一般分类，资本流动所使用的信用手段最初的期限，在一年以下者为短期，超过一年以上及股票、实物资产等没有期限者为长期。从实际内容来说，短期资本流动是国际资金融通，它起因于国内外金融市场的利息率差额和汇率变动。短期资本流动的一个主要目标是利息套汇。具体他说，短期资本是向利率高的国家流动。由于汇率风险的存在，短期资本投资者一般要做远期外汇交易，即在当前做远期（如 3 个月后的）外汇交易，以免日后汇率变动造成损失。短期

资本流动包括短期证券的买卖，短期拆借，对外国进出口商提供的短期信贷等。中国目前的利息率比其他国家高，因此外国短期资本流入数量不少。从弥补国家收支短期不平衡来说，利用短期国际资本是有意义的。在国家的外汇储备较为充足的情况下，虽然不排斥短期资本的流入，但是更为重要的是吸引和利用好国际长期资本，因为同经济发展最密切的是长期资本。对流入的短期国际资本，国家需要采取有效的调节措施，促使短期资本长期化。我们在这里分析的利用国际资源也主要指利用长期国际资本。

国际资本流动的形式很多，主要可分为两类：直接投资和间接投资。直接投资指直接在国外投资建企业，间接投资指证券投资和其他通过贷款形式进行的国外投资。每一种投资方式都有其特定的要求和效果。国际商务活动可根据各种投资项目的需要和可能，对国际投资方式进行选择。

3.跨国公司

在现代国际经济条件下，相当部分国际资本的流动是由跨国公司带动的。跨国公司的定义有广义和狭义之分。广义的跨国公司是指在总公司所在国以外的国家拥有或控制生产或服务设施的企业。按此定义，跨国公司数量很多，日本的、韩国的、新加坡的中小企业，在国外拥有或控制企业便可看作是跨国公司。实际上人们所讲的跨国公司并不是这些，而是狭义的跨国公司，即：在全世界的适当地点布下由许多工厂和销售据点组成的密网，以其世界战略为基础，追求整个公司的最大限度利润和发展的巨大企业。[①]按此定义，跨国公司基本上是指美国《幸福》杂志所列位于前 300 位的世界大企业，如壳牌石油公司、美国的三大汽车公司、美国电气机器公司、日本的丰田汽车公司等。现在跨国公司的产量已占世界产量的 20%以上，在制造业方面，公司内贸易（跨国公司内母公司和国外分公司之间的贸易）占世界贸易的 25%以上，一个跨国公司的年销售额在百亿美元，这个数字超过了除少数几个国家外的全部国民收入的总量。

跨国公司通过与国外予公司的横向一体化和纵向一体化，实现了以公司为基础的市场内部化，从而获得了全球生产和销售网络的比较优势。跨国公司在生产的专业化和规模经济、国际融资、研究与开发先进技术和新产品、市场信息收集等方面都有明显的优势。

跨国公司是直接对外投资的主要载体。在当代，发展中国家的外国私人资本主要是跨国公司的投资。跨国公司所带动的国际资源的流动主要有以下途径：

（1）资本的转移。跨国公司投资的强度一般都很大。其来源，一是母公司的投入，二是在其他国家的子公司的投入，三是从商业银行筹资。跨国公司与国际资金市场有着良好的关系，它们在为大型项目筹集资金时处于非常有利的地位。例如， 80 年代，美国跨国公司在拉丁美洲的子公司的投资，只有约 60%来自其母公司，其余均来自商业银行和贸易信贷。[①]

（2）产品的转移。跨国公司内部通过横向一体化和纵向一体化的途径跨国界转移产品。母公司会根据某国的市场规模、生产费用及该国的服务等方

[①] [日] 小岛清：《对外贸易论》，南开大学出版社 1987 年版，第 450 页。

[①] 参见世界银行：（1985 年发展报告》，第 125 页。

面的考虑，决定在该国生产最终产品还是中间产品，还是从设在另一国的生产基地进口。在横向一体化方面，跨国公司会将同样品牌的产品安排在多个国家生产，由设在各个国家的子公司生产标准的产品（包括产品系列、商标、名称和包装）。在纵向一体化方面，跨国公司会将生产成品所需要的中间投入品安排在多个国家生产，由设在各个国家的子公司专业化生产装配件。

（3）技术转移。跨国公司通常是科技密集型产业，跨国公司的独特优势在于将整个技术创新过程国际化，它们有条件进行全球规模的科研、开发、生产启动、销售启动和市场调研。跨国公司的直接投资在接受国开展经营活动，便可完成技术转移。

设在各国的于公司可以方便地获得整个跨国公司体系内的各种技术信息并及时地加以采用，设在各国的子公司还会通过对当地的员工的培训来转移技术。

（4）企业管理技能的转移。以母公司为中心的企业经营者将所掌握的各国的资源集中起来，进行生产，提供服务，在当地和国外市场销售，具有全球经营的能力。跨国公司在国外设立子公司，在技术转移的同时，也将企业管理的技能转移到了所在国。在各个国家的于公司服务的经营者与国内其他企业的经营者相比有明显的经营能力的差异，突出表现在跨国企业的经营者发现经济机遇的视野更宽阔，规避风险的能力更强，管理方式更适合国际惯例。

以上分析表明，在现代经济中，跨国公司的直接投资，在发展中国家之所以受到特别的重视，不仅在于它们的投资为发展中国家提供了额外的资金来源，更为重要的是能由此得到一些比资本更难得到的其他发展要素，例如技术、管理、人才及同世界市场的现成联系等。

在现代经济中推动国际资源流动的还有大量的中小企业。跨国公司无论在哪个国家规模多大、垄断性多强，都不可能完全限制中小企业的发展。国外直接投资也是这样。由于市场需求和经营规模的多样性，给中小资本的国外投资提供了很大的空间。现代经济的一大特征就是，中小企业已不满足于在国内的经营，也要进入海外市场。像新加坡，国内进入了大量的外国跨国公司，本国的中小企业则响应政府的号召，推行区域化战略，纷纷到中国、马来西亚、越南、印度尼西亚等国建厂设店。韩国和香港的中小资本也是这样。这些国家和地区过去得到了国际直接投资的利益，但本地相当部分的市场被外国跨国公司占领，这些中小资本要发展就得到其他发展中国家去，通过对外投资来扩大自己的资本。虽然，这些中小资本的直接投资不能带来像跨国公司那样的技术和管理，但所提供的资金、与国际市场的联系渠道，特别是中小企业家特有的企业家精神对其他发展中国家也是非常需要的。

二、利用外资的经济效果

最初对发展中国家利用外资的分析，一般重视资金数量对经济增长的推动作用。最著名的依据是哈罗德一多马模型和钱纳里等人提出的“两缺口模型”。根据哈罗德一多马模型，发展中国家存在着储蓄小于投资的缺口，外资进入则可弥补这个缺口，使经济增长超过本国的储蓄能力。“两缺口模型”指出，发展中国家存在着投资大于储蓄的储蓄缺口和进口大于出口的外汇缺口，平衡这两个缺口的可靠途径是引进和利用外资。一笔外资以机器设备的形式进入，一方面它是进口，但这笔进口不需相应的出口来抵付；另一方面它是投资；这笔投资不需动用相应的国内储蓄。

对外资的成功利用，还会得到双重的经济效果：一方面增强出口能力，用外资建成的项目可直接增加出口，用外资进行技术改造，降低了生产成本，也可增强出口能力；另一方面提高储蓄能力，利用外资推动经济增长，可提高总收入和总储蓄能力，最终可在不依赖外资的基础上弥补缺口。

1.利用外资的目标定位和导向

应该说，上述总量分析对发展中国家是有意义的，但是，后来的研究进一步发现，发展中国家利用外资的意义不仅在外资本身的数量问题，更主要的是外资能给发展中国家带来其他好处。对于进入经济成长期的发展中国家来说，固然需要足够的资金来推动经济增长，但更缺的是技术、人力资本和企业家精神，仅有资金的进入，没有这些要素的进入，仍不能实现增长。因此，只有当进入的外资能同时带来技术、人力资本等要素时，才可能带来较高的效益。

这里特别要强调利用国外资源的目标定位问题。前面的分析已指出，经过十多年的对外开放，我国现阶段利用国外资源应定位在“为卖而买”的层次上，即为了提高出口能力而引进国外生产要素。对我国这样的发展中大国来说，仅靠出口创收外汇，并不能自动地导致积极的经济发展，不能设想买一个现代化的未来，我国经济发展的动力主要是本国产业的国际竞争力。因此，引进和利用国际资源必须同提高国家的产业竞争力结合起来。

中国改革开放这么多年，产生的明显效果是外国资本看好中国这个大市场，外资进入中国有了明显的主动性。这就提出了一个新问题：是中国利用外资，还是外资利用中国？应该承认，外资加入中国，无论是对外资还是对中国，都是互相利用。

我们要让外资利用中国的要素和市场，让他们在中国赚钱,但是，作为中国的厂商，应该处于主动地位利用外资，这一点应该非常清楚。其具体体现在对进入中国的外资要有选择性和导向性。

首完是产业导向。引进和利用国际资源的重点应是，引进国外资金和新技术成果来改造传统产业，发展高新技术产业，推进产业结构高度化。

其次是技术导向。根据诺贝尔奖获得者库兹涅茨的分析，对世界范围内技术知识存量的开发利用，是生产高速增长和表现现代经济特征的结构迅速变化的源泉。在现阶段，任何一个国家的经济增长对世界知识存量都有依赖性。发达国家和新兴工业化国家都是依靠对世界知识和技术存量的利用进入现代增长阶段的。发展中国家和发达国家的经济差距可以用对世界技术和知

识存量开发和利用的差别来说明。进入现代增长阶段的时间越晚，非利用的技术和知识存量越大，与发达国家相比的经济劣势就越大。[①]

2.对外资的技术导向

对中国这样的发展中国家来说，要在短期内进入现代经济增长阶段，就必须充分地开发和利用世界知识和技术存量。但开发和利用国外技术也有个效益问题。

第一是对世界技术和知识存量的选择问题。根据库兹涅茨的分析，较迟进入现代经济增长阶段的国家有个后发优势，即进入世界越迟，技术和知识存量越丰富，可供选择的范围也越大。一般说来，一个国家对世界技术和知识的选择，不仅取决于本国的资源、历史传统、人力等方面的国情，还要依据本国进入现代经济增长阶段的时间。因此，有选择适用技术的说法，这实际是说并非需要选择最先进的技术。应该说，单就国内要素同国外技术结合来看，这种观点是对的。但是，如果考虑到外国跨国公司的进入，外商企业进入所带来的技术就应该是更高更新的技术，这时对外资进入就应该有技术的选择。不是只要育资金就可以进入，应该是达到一定技术水准才准进入。

第二是对世界技术和知识存量开发和利用方式的选择。广 泛开展国际商务活动，能增大对世界技术和知识的选择面。开发和利用世界技术和知识存量的载体很多。如技术贸易、外资带入、智力引进等。这里特别要指出被人们忽视的一个问题，即对国内科研成果的开发和利用问题。国内的科学研究成果也是世界技术和知识存量的一部分。中国的科学技术的国际差距和现有产业的科技水平的国际差距并不是一样的，前者明显小于后者。在许多领域中国的科技水平处于世界前列。原因是中国的科学研究一直在跟踪国际研究的发展，直接利用世界技术和知识。现在的问题不在于中国的科学研究严重落后，而在于科学研究成果商业化和产业化的速度太慢，对国内已有的技术和知识存量的开发和利用不足，不用说对国外技术和知识存量的开发利用了。其原因主要在于，科技成果的商业化和产业化缺少资金，缺少开发新技术新产品的企业家精神。因此，开发和利用世界技术和知识存量还包括利用外资来开发中国的科研成果。外资进入，不仅是为开发新技术和新产品提供资金，同时也在为将新产品和新技术推向市场提供企业家精神，这也为国际商务活动提供了新的领域。国际商务不仅仅是到国外未引进技术，还包括引进外资来国内开发高科技成果。

一般说来，资本的流动能带动技术等其他要素的流动，但它所带动的技术差别很大。对发展中国家来说，尽管需要资金，但最需要的是技术，特别是现代技术。现在许多发达国家对发展中国家的投资，并没有同时带进高新技术，有的只是投入资金，有的带进的是即将淘汰的技术和设备，这实际上没有达到利用同际资源的目的。这就提出了对外资的导向和选择问题，把资本、管理和技术作为整体来引进，这对发展中国家可能更有意义。

3.引进人力资本

[①] [美]库兹涅茨，《现代经济增长》，北京经济学院出版社 1989 年版，第 253 页。

与利用国际资源效益相关的另一个问题是人力资本的开发和利用。在许多发展中国家，传统的发展战略总是强调增加物质资本投资。这些国家通常将外资用于建筑、设备和购买存货，而不是用来增加人力资本投资。实践的结果是资本吸收率很低，引进的外资没有起到应有的推动经济发展的作用。针对这种状况，诺贝尔经济学奖得主舒尔茨指出：有效地引进利用优越的生产技术所要求的知识，也就是为发展中国家提供最有价值的资源。基于这种认识，提高对国外资源利用效率的关键在于人力资本投资。国际商务不仅在于作物质资本的商业活动，还要加强人力资本的商业活动，引进和利用国外优秀技术人才和管理人才应该成为国际商务的重要方面。不仅如此，在引进国外机器设备等物质资本时，还必须加强人员培训，使先进设备得到高效率的使用。中国和新加坡在苏州合建的工业园将引进新加坡的管理软件为重点，并着手分批安排中方管理人员到新加坡进行培训，这种将引进人力资本和物质资本齐头并进的办法，对提高利用国外资源的效益有明显的作用。

4.对外资的选择

利用外资不仅体现在对进入的外资的导向上，还体现在对外资的选择上。通过利用外资来解决中国经济发展所需要的技术、人才和管理等要素缺乏问题，这是中国利用外资的基本目的所在。这就提出了对外资的选择问题。中国在开放初期，不少地区对外资没有选择，“饥不择食”。只要是外资，不论技术水平多高，不论从事什么行业，不论投资规模有多大，都可进入。达不到利用外资的目的。特别是有些地区利用的外资数量看起来很多，但外资带进来的技术不高，从事的行业纯粹是劳动密集型的。这种状况不是优化产业结构，而是劣化产业结构。

从国际商务目标考虑，选择外资实际是要设置外资准入的“门槛”，其中包括资金规模门槛、技术水准门槛、从事产业门槛，达不到一定的水准，就不准进入。我国在前一时期，进入的中小资本较多，今后特别要重视对外国跨国公司的引进。如前所说，跨国公司的“包裹”中，不仅有资金，还有现代技术、先进的管理、优秀人才和与世界市场的联系。新加坡等国家和地区能在比较短的时期内实现现代化，一个重要经验就是成功地利用了跨国公司的直接投资，这是值得我国借鉴的。

三、利用国际直接投资的方式和效益

改革开放以来，我国利用国际直接投资采用了多种方式。最初比较多地采用“三来一补”，后来又比较多地发展“三资企业”，近来又重视引进跨国公司。

1.“三来一补”

“三来一补”是我国企业对外国厂商来料加工、来样加工、来件装配和补偿贸易的总你。来料加工即由外商提供全部或部分原材料、辅助材料、包装材料，由我方企业代为加工。对外商提供的各种材料我方企业不付费，加工成产品后，我方企业收取加工费。来件装配即由外商提供元器件和零部件，由我国企业装配成成品，我方企业收取装配的加工费。来样加工即外商仅提供所需的样品或图样，由我国企业生产，全部原材料和元器件均由我方企业提供，外国厂商（委托人）在将来样加工的成品出口时要支付成品的全部货价。补偿贸易是指用商品支付进口货款的一种贸易方式。具体地说，外商为我国企业提供建设项目所需的机器设备、技术、管理知识，我方企业以项目建成后的成品或双方商定的其他成品来清偿为实现该项目而利用的外资。“三来一补”实际上都是由外商提供出口渠道，也在一定程度上利用了外资，但它们同利用国外直接投资是有区别的。在补偿贸易场合，虽然外商提供了机器设备，但它没有在我方投资设厂，也没有作为资本入股，也不是合作经营，实际是一种信贷关系。在“三来”场合，也不是一般意义上的利用国外直接投资，实际上类似于以加工装配件为载体的劳动力输出。

不可否认，在劳动力资源丰富但资金技术缺乏的我国，以“三来一补”的方式利用外资还是有比较大的空间的。不仅在开放的初期可广泛采用，即使在现在利用外资已达到了较高的水平的情况下，也可能在一定范围存在。问题在于这种利用外资的方式是初级的，不能把它当作利用外资的主要形式。

对“三来一补”的作用，笔者在 1989 年出版的《发展外向型经济的战略思考和竞争策略》一书中有一段评价：“这种三来一补经济对缺少一定生产技术和出口产品的地区和企业来说是一种可采取的形式，但三来一补本身也有缺陷。三来一补所需的原材料、设备图纸，都由外方提供，生意由对方做，就是说，这种外向型经济依赖外来定单、外来半成品、原材料、设计，因此，这种外向型经济的基础比较脆弱。在外来因素发生变动时，这种出口生产基础很容易受到冲击，甚至会趋于瓦解。特别是以三来一补为特征的外向型经济，除了创汇以外，很难带动产业结构的发展，就是说，三来一补经济的出口导向能力弱。其实，三来一补只是外向型经济的一种形式。由于各种原因（如运输条件等）并不是各个地区都适合搞三来一补的。在生产基础较好、技术力量较为雄厚的沿海某些地区，不一定委身于三来一补，可以发展层次较高的外向形式。①

2.三资企业

利用外资的较高层次的形式是在我国建立外商投资企业。外商投资企业

有三种类型：中外合资经营企业，中外合作经营企业，外商独资企业。

中外合资经营企业，即外商在中国境内同中国的企业共同投资、共同经营、共担风险、共负盈亏的具有法人资格的营利性经济组织。

中外合作经营企业，即外商在中国境内同中国的企业共同举办的、以合同确定双方权利和义务关系的营利性经济组织。在中外合作企业中，还有一种特殊的形式，即中外合作开发海洋石油资源的形式。在这种合作方式中，中方提供可能埋藏有石油资源的水域、地域，外方提供资金、技术和管理经验，双方按合同实行平等互利的契约式的合作。

外商独资企业，即全部投资由外商提供、在中国境内设立的营利性经济组织。

外商在中国举办上述三资企业，是国外直接投资的典型形式，无论采取何种方式都意味着外国投资者在中国有了实体企业。这三种形式的主要区别在于：合资企业是股权式的，投入的资本采取入股的形式，合资双方按股分得利润；合作企业是契约式的，投入的资本不需折股，合作双方按合同规定的比例分得利润；独资企业最简单，全部资本和利润为外商所有。这三种形式分别以各自的特点吸引外国投资者，外国投资者可根据项目特点和偏好选择投资方式。例如，跨国公司和具有先进技术的企业一般选择独资形式，一般的中小企业则较多选择合资形式。

表 5—1　1994 年协议利用外资情况

	项目数（个）	比重（%）	金额（万美元）	平均（万美元）
总计	47646		9375610	
对外借款	97	11.38	1066800	
外商直接投资	47549	88.19	8267977	173.88
合资	27890	58.66	4019352	144.11
合作	6634	13.95	2030093	308.74
独资	13007	27.35	2194866	168.74
合作开发	18	0.04	23666	1314.7
外商其他投资		0.44	40833	

注：

（1）外商其他投资包括补偿贸易、加工装配和国际租赁。

（2）对外借款、外商直接投资、外商其他投资的比重按利用外资金额计算。

（3）合资、合作和独资企业的比重指这三类企业在外商直接投资项目数中的比重。

（4）平均是指单位项目的投资金额。

资料来源：中国统计年鉴 1995

表 5—1 显示：到 1994 年底，中国利用的外资以外商直接投资为主。在直接投资中，中外合资企业占的比重最高，其次是独资企业。平均每个项目的投资金额，合作企业最高，其次是独资企业。

1994 年中国实际利用国外直接投资已达到 337.67 亿美元，约占到当年全社会固定资产投资的 18%。可见中国利用国外直接投资的数量之多。

中国通过建立外商投资企业的途径利用国外直接投资，不仅吸引了巨额的国外资金，更为重要的是中国厂商在同外商合资、合作建企业和经营的过程中学到了企业家精神，学列了进入国际市场从事国际商务活动的经验和方

法。外商同时也为中国厂商提供了开拓国际市场的渠道。进入 90 年代以来，中国外贸出口增长非常迅速，外商投资企业起了非常重要的作用。1994 年全国出口总额为 12103848 万美元，其中外商投资企业出口 3471297 万美元，占全国出口总额的 28.7%。在一些外商投资企业数量较多的地区，这个比重更高。如广东占 37.2%，江苏占 29.7%，福建占 47.2%。

3.利用外资的成本

在肯定国外投资给我国带来利益的同时，需要分析我国利用外资的成本。利用外资无疑要付出一定的代价，即要支付利息，或分给一定数量的利润，甚至在利润分配上给各种优惠。这种利益和代价的关系正如列宁所说："我们给全世界资本主义一定的'贡款'，在某些方面向他们'赎买'，同时我们却立刻找到巩固苏维埃政权地位和改善我们经营的条件的一定的办法。"[①]对于我们这样的发展中国家来说。只要对外资利用得好，获得的效益将更大。但是，从国际商务目标考虑，引进外资的成本不能太大。造成过高的引进成本的原因主要在以下两方面：

第一是由缺乏对外资的吸收能力造成的收益下降。许多发展中国家利用外资的实践表明，经济增长率并不是跟国外资金进入的数量增长完全成正比变化的。由于缺少技术人才，缺少利用外资所需要的基础设施，缺少灵活的经济体制，缺少企业家，外资的作用没有得到充分的发挥。在我国，不同的地区不同的企业利用外资的效益差别很大，在颇大程度上要用各自的吸收能力来说明。从这一意义上说，提高外资利用效益的关键是提高自身的吸收能力，在这方面提高中方管理者的素质和管理能力是最重要的。

第二是由政府对外资提供的各种优惠政策造成的外资利用效益的下降。一般说来，大多数发展中国家为鼓励外资进入，都会制定一系列的优惠政策。我国目前给外商的优惠政策主要在税收方面：（1）所得税优惠：一方面外商投资企业从获利年度起有减免期（如两年免税三年减半征税）；另一方面是低税率优惠，内资企业税率为 33%，外商投资企业税率则为 15%—24%（2）关税优惠，外商投资企业生产用进口设备和原材料免进口关税，出口产品免征出口关税。其他还有土地使用费等方面的优惠。

应该承认，在开放的初期，为鼓励外资进入，国家给外商非常优惠的政策是必要的。但是，当外资进入达到相当数量后，这种优惠政策同利用外资效益的矛盾便逐渐突出出来。它造成了利用外资的过高代价，其症结在于，外商进入不是靠商务活动获利而是靠利用政策获利。具体表现在：（1）出现一批挂着合资企业牌子的没有实际外资投入的假合资企业，这些企业享受各种优惠政策待遇。（2）出现一批在享受减免税优惠期盈利、减免税优惠期满后亏损的假亏损企业。（3）出现一批依靠倒卖免税进口设备（如汽车）盈利的外资企业。这些情况在目前不是少数。在这些场合，外商进入中国完全是为了利用中国的政策，而不是利用中国的生产要素进行商务活动，外资进入也没有起到增进国民财富的作用。这就反映了优惠政策和国际商务的矛盾。优惠政策抵制市场竞争机制，不但不能有效地利用外资，还会造成过高的利用外资的代价，减少外国投资在东道国的净社会利益。更为突出的是，在允

[①] 《列宁全集》第 32 卷，人民出版社 1985 年版，第 338 页。

许优惠政策存在的条件下，各个地区还会竞相提出更优惠的政策，形成地区间优惠政策的竞争，一个地区的优惠政策往往被另一个地区的优惠政策所抵消，其后果必然是进一步加大利用外资的成本，降低利用外资的效益，使国家利益受到损害。

4.最有效率的投资环境

在利用的外资已经达到相当大的规模的今天，有必要适当调整利用外资的政策。需要明确的是，所谓优惠，指的是相比其他国家，中国将尽可能提供更优惠的政策，但在国内，政策应该趋向统一。因此，对外商投资企业应逐步实行国民待遇，一方面要统一内外资企业的所得税；另一方面在普遍削减进口关税的基础上，逐步取消给外商投资企业的进口优惠；再一方面是在清理各种优惠政策的基础上，对优惠政策作出规范，各地区政策统一，为外商进入各个地区提供公平竞争的环境。

其实，对外商最有吸引力的不是比内资企业更优惠的待遇，而是有利于提高国际商务效益的要素供给状况、市场需求状况和投资环境。中国的要素供给，特别是丰富的劳动力资源和自然资源供给，以及 12 亿人口的市场需求对外商无疑有巨大的吸引力。现在关键是为外资创造良好的投资环境，这种投资环境最主要的是规范的制度法制、行政管理、市场体制）和高效率的服务（现代化的结算、运输、信息等服务机制）。

中国目前在政治制度的稳定性和社会的安定性方面已具备了吸引外资的良好环境。现在还需要在以下几方面进行改善：

（1）提高行政效率。行政部门要为外国投资者提供更为简便的手续和周到的服务，克服官僚作风。

（2）完善法制。不仅要加快涉外经济立法，还要加强执法，使外商在中国的经营得到完善的法律制度的保障。

（3）完善税制。税收负担公平，税率要低，税收制度要稳定并透明。

（4）完善金融制度。银行的信贷、结算制度要迅速同国际金融制度接轨，金融机构的服务应现代化。

（5）加快通讯设施建设。不仅仅是加快国际电话、传真设施的现代化建设，更为重要的是加快计算机网络的建设，保证外商在中国能使用现代信息手段。

（6）加快交通运输系统的建设。交通运输的便捷，空间距离的缩短，无论在国内市场还是在国际市场，都能提高竞争力。

（7）加快公共工程的建设。保障水电气的正常供应，是外商投资企业正常运转的起码条件。

（8）加强人力资本的投资。外商进入中国，在颇大程度上是看中中国丰富的劳动力资源，但更有吸引力的是有一定文化和技术的高素质劳动力，这也是提高对外资吸收能力的重要条件。

如果以上几方面投资环境得到改善，必然比所谓的优惠政策更有吸引力。

5.克服负面效应

在肯定国外直接投资的正面效应时，还必须正视其可能产生的负面效应。寻求克服其负面效应的途径和方法，有利于提高利用外资的效益。

首先是对国际收支的影响。外商直接投资在中国建立企业，具投入的资本对我国的国际收支会带来一次性的有益影响。如果外商投资企业在其经营期间能将其产品较多地出口或替代进口，那么对我国的国际收支会带来持续的有益影响。但在实际的运行中，外商投资企业：一方面经常需要进口设备和组装件，从而减少我国的国际收支余额；另一方面在出口贸易中不是那么积极，原因是它们进入中国更希望占领中国市场，再加上其分得的利润要汇回国，这就会出现外汇的持续的净流出，对国际收支产生长期的不利影响。我国目前外商投资企业在国外购买原料、半成品的比重和在国内销售的比重均不太高，但要注意到，随着外商独资企业的增加，这个问题不能不引起重视。

表 5—2　外商投资企业国内购买、进口的比重和国内销售、出口的比重(%)

	中方提供 A	进口 A	中方提供 B	进口 B	国内销售	出口
独资	37.97	62.03	16.97	83.03	21.71	78.29
合资	72.4	27.6	48.17	51.83	56.04	43.96
合作	57.66	42.34	29.57	70.43	42.73	57.27
总计	65.36	34.64	39.44	60.56	48.8	51.2

注：

（1）A 为原料和半成品。中方提供 A＋进口 A＝100%。

（2）B 为机器设备。中方提供 B＋进口 B＝100%。

（3）国内销售十出口＝100%。

（4）数据均为 1994 年统计数据。

资料来源：国家统计局数据

针对可能产生的这种影响国际收支的负面效应，国家应该采取有效的政策鼓励外商投资企业减少进口和增加出口或进口替代。从公平竞争考虑，对外商的进口和出口不能采取一般的行政控制的办法，可行的措施主要有两个。一是调整进口优惠政策，在普遍削减进口关税的基础上逐步取消给外商的进口免税政策；二是坚持实行外商投资企业外汇自行平衡的政策，外商用于进口的外汇支出需要由相应的出口所创造的外汇收入来平衡。当然，考虑到外商投资企业的具体情况，平衡外汇的收入来源可以是多方面的，首先是本企业产品的出口，确有困难可考虑：购买其他企业产品出口；为国内企业提供替代进口产品。无论采取何种方式，都应以不造成国家国际收支压力为原则，在这种情况下，如果还要给外商投资企业优惠政策，只能限于有较强的出口和进口替代能力的企业。

其次是对国内产业的影响。外商到中国举办的企业在技术水平和生产成本等方面一般都有较强的竞争能力，对国内产业难免会产生较强的冲击力。人们预计，我国在加入世界贸易组织（WTO）时普遍降低关税，给外商让出国内市场，中国的产业会遇到冲击。现在，我国还没有进入 WTO，但外商通过直接投资的途径进入中国市场，实际上已经享受到了 WTO 的待遇，中国的不少产业部门已经受到冲击。当然，这种冲击对中国产业发展的正面效应是应该肯定的，但其负面效应也不容忽视。在中国这样的大国，需要防止国内市场可能被外资企业垄断的问题。在新加坡外商投资企业在许多制造业部门占主导地位，它们正担心，如果某一天外资撤出，新加坡的经济将怎么办？事

实上，随着其劳动成本的提高，一些跨国公司已开始撤出。这样的问题，我国应提前考虑到，这就是在鼓励引进外资企业的同时注意发展国内民族工业，扶持幼稚工业。

为了加快中国的现代化进程，国家不但不能限制相反还要进一步鼓励国外先进技术产业进入。在这样的前提下发展民族工业，首先是创造内外资企业公平竞争的环境，根据外资企业实际上已享受到 WTO 的待遇的状况，国家给外资企业国民待遇和统一内外资企业所得税的进程应加快。其次是对可能形成外资垄断的行业，要适当控制外资独资企业的比重，较多地采取合资、合作企业的形式，以放大其转移技术、转移管理技能、培训人才的效应。加拿大对加拿大人的股权少于 25%的外国子公司征收更高的税，就是一种防止国内市场被外国跨国公司垄断的办法。第三是对外商投资的产业部门导向。日本学者小岛清依据国际分工的比较利益理论，提出外商投资的产业应是其母国具有比较劣势而在接受国具有比较优势的产业，其结果是产生接受国扩大出口的效应。据此，他概括了不同于美国跨国公司的日本式的对外直接投资的模式：（1）按照比较成本的顺序，振兴并促进对方国家的比较优势产业；（2）中小企业进行直接投资的很多，从与对方国家技术差距最小的产业依次进行投资，不是靠技术优势，而是靠投资者之间的竞争；（3）不搞拥有全部股份的“飞地式”的子公司，而采取同意对方国家参加的合办形式。[①]这里不是推崇日本的对外直接投资方式，而是要说明，对外直接投资有不同的产业选择模式。

[①] [日]小岛清：《对外贸易论》，南开大学出版社 1987 年版，第 443 页。

四、利用国际间接投资的方式和效益

国际间接投资主要包括中长期国际信贷和证券投资。证券投资又有两种，一种是国际股票投资，另一种是国际债券投资。

在现代国际经济中，国际间接投资由于国际直接投资的迅猛发展，在国际投资总额中的比重有下降的趋势。在我国，1992 年以后，由于国际直接投资的大举进入，国际间接投资的比重也明显下降（见表 5—1）。但我们不能因此而忽视对国际间接投资的有效利用。

需要指出的是，在国际经济中，虽然间接投资的比重在下降，但其绝对量还是在增长的，它仍然是国际投资的一种重要形式。我国也是这样，1994 年国际间接投资仍然高达 106.68 亿美元，虽然它只占我国利用外资总额的 11.38%。利用国际间接投资的意义不仅在数量上，更重要的是其与国际直接投资有不同的特点，可以成为利用国际直接投资的补充。

首先，国际间接投资是通过国际贷款和购买外国有价证券所进行的投资，因此利用间接投资不涉及对投资所形成的资产的经营和管理问题。因此，国际间接投资适合于不适合由外国人经营的部门和企业。

其次，在国际直接投资场合外国投资者对投资项目有明确的选择，而在国际间接投资场合，外国投资者对投资项目的选择性相对较弱，利用者对投资项目的选择有主动性。因此，国际间接投资可用于在国际直接投资场合，外商一般不愿进入的长期性投资或基础设施项目。

1.国际信贷

国际信贷主要包括政府贷款、国际金融组织贷款和商业银行的贷款。

政府贷款是以政府名义进行的双边政府间贷款。政府贷款一般是优惠贷款，如贷款期限较长、利息率低甚至是无息的，但它经常会附加一些条件。

国际金融组织贷款主要是国际货币基金组织贷款和世界银行贷款。前者主要是在会员国发生国际收支暂时不平衡时提供短期信贷，贷款数额有限制，贷款条件也很严格；后者主要向发展中国家提供开发性项目的贷款，世界银行对项目的审查和可行性研究非常严格。

商业银行贷款主要是从事国际性业务的商业银行提供的贷款，商业银行的贷款完全按商业原则进行。

我国过去利用国际间接投资主要采取利用国际信贷的方式，而且主要是由政府出面接受贷款，并由政府将得到的贷款分配给有关地区和企业使用。

随着国际金融市场汇卒制度的日益动荡，发展中国家债务危机的日益加深，国际信贷融资条件也越来越苛刻，单靠国际信贷来利用国际间接投资的空间也越来越小。在这种条件下，进入国际资金市场吸收证券投资的问题便现实地提了出来。

2.国际证券投资

国际证券投资和国际直接投资一样，都是以在海外赚取更多的收益为目的，区别在于直接投资要直接经营，证券投资则不参加经营，依靠其债权和股权取得收益。影响投资者购买有价证券的因素主要有两方面：一方面是收

益率，主要是债券利息股息）和银行利率的比较，本国有价证券收益和按汇率计算的国外有价证券收益的比较；另一方面是风险程度，其中包括汇卒变动的风险，债券（股票）市场波动的风险，所购债券（股票）企业破产的风险等。投资者不仅要追求最大的收益率，同时还要使风险最小化。根据证券投资组合理论，一个包含有国内和国外有价证券的投资组合比仅包含国内有价证券的投资组合可以具有更高的平均收益率机或）更低的风险。这意味着国际证券投资有较大的供给，特别要注意的是在国际证券市场上活跃着一批投机者和套利者。这同样也意味着像我国这样的需要巨额资金推动经济发展的大国，进入国际资金市场进行证券融资，吸收证券投资有很大的活动空间。

在国际证券市场上融资，有公募和私募两种方式。公募是指经由承购公司承接新证券发行后，向社会上的投资者广泛进行募集。私募是指证券的发行不是面向社会上一般的投资者，而是由经办人直接联系与发行者有特定关系且数量有限的投资者进行募集。一般说来，公募证券可上市流通，安全性高、流动性强；私募证券不能上市流通。

3.国际债券融资

1982 年 1 月，中国国际信托投资公司在日本首次发行 100 亿日元私募债券，首开 1949 年以来我国国际债券融资之先河。此后我国又多次在海外发行债券融资。 1982—1991 年我国共发行国际债券 39 次，筹资折合 50.62 亿美元；1992 年在伦敦、东京、香港和新加坡等地发行 10 次，计 16.6 亿美元；1993 年发行 21 次，筹资 28 亿美元。筹得的这些外资主要投在能源、交通、原材料、通讯等国家重点扶植的建设项目。[①]

从国际商务效益的角度来评价我国在国际证券市场融资，有两点值得研究：

第一是国际债券融资的风险防范问题。以中国银行 1984 年在日本发行的一笔 200 亿日元公募债券为例，票面利率为 7.0%，期限 10 年，交割期为 1994 年 11 月 13 日。1984 年时，1 美元兑 250 日元，而到 1994 年 1 美元兑 115 日元，这笔债券由于汇卒变动增加 1.39 亿美元的偿债负担。这说明国际债券融资对汇率风险防范的特别重要性。在这里不仅要准确预测汇率变动的走势，还要选择合适的债券计价货币和偿债货币，同时要注意利用国际金融市场的保值工具，来转移风险。

第二是国际债券融资的主体问题。我国目前的融资主体主要是政府所属的金融机构，如中国银行、中国国际信托投资公司等。它们以国家信用力担保发行债券，然后将筹得的外资统一分配。应该承认，在国家初次发行国际融资债券时，依托国家信用由政府所属的机构发行有其必要性，但从长期看，从国际商务的效益目标看，存在着效益损失问题。由政府机构“统借”后“统分”，造成外债的使用者不是借款人，形成外债使用的“大锅饭”。这无疑会降低外债的使用效益，使用者也不会感受到偿债的风险和压力。因此，国际债券市场融资作为国际商务来进行，就得调整融资的主体，让使用外债的企业进入国际证券市场融资，其形式当然也包括使用者直接委托金融机构代理发行国际融资债券。国家对进入国际证券市场融资的企业要加强宏观调

[①] 潘本将：《我国发行国际债券融资的现状、问题及对策》，《经济论坛》1995 年第 18 期。

控，特别是要进行严格的信用评级后才能给予融资的资格。

4.国际股票融贸

对国际证券投资特别要重视国际股票投资。国内的企业到国际股票市场发售股票来筹集资金，是利用国际证券投资的重要形式。在现代国际经济中，国际股票投资对发展中国家的作用越来越大。在许多发展中国家，公司的发展已超过了国内资本市场发展的速度，其缺口则可由外国投资者购买公司股票的资金来填补。由于国际股票投资是通过国际股票市场向公众发行股票，因此它不同于直接投资，很少出现外资控制国内企业问题。这种形式又不同于国际债券投资，股票持有者只能获得股息和红利，不能要求退股，因而不会出现到期偿还债务的负担。这种国际股票融资与国内的股票融资相比，又有国际股票市场比国内股票市场规范的特点。

可见，进入国际股票市场吸收外资对我国筹集国外资金有特别重要的意义，应该成为我国利用外资的重要形式。我国的企业不仅要争取在国内股票市场上市，同时要积极争取到国际股票市场上市，这样，不仅可筹集到外资，还能使企业成为国际性企业。但是，我们又要清醒地看到，国际股票市场不是可以随便进入的。国际股票市场的风险可能要比国内股票市场高，进入国际股票市场的交易费用也会比国内高，企业股票的外国持有音对企业的压力也更强。因此，进入国际股票市场融资特别要考虑国际商务效益，为此需要解决好三方面的选择：第一，选择好企业。进入国际股票市场上市的企业必须达到按国际股票市场规范衡量的上市标准，企业能够按上市公司的国际规范运作。第二，选择好市场。所选择的股票上市的市场不仅要规范，还要使该市场运作的投资者看好中国。在这里选择帮助中国企业上市的中介公司和股票承销商非常重要。第三，选择好股票发行的时机，争取在股票市场处于景气状态时进入市场。

第六章　国际市场的进入战略和方式

厂商进入国际市场从事商务活动主要有两个内容：一是商品和劳务的贸易，二是国际投资。后起的发展中国家进入国际市场的困难是，海外市场已被先行的国家所占领，特别是目前贸易保护主义盛行，进入国际市场的壁垒太高。我们面对的问题是国际市场的壁垒再高也不能阻碍我们进入，但进入的成本又必须尽可能低，这就需要研究进入国际市场的战略和采取有效的进入方式。

一、进入海外市场的目的

厂商进入国际市场所要选择的方式和采取的战略，同其进入国际市场的目的是相联系的。

厂商进入国际市场的动机，要么是贸易，要么是投资，最终是要从海外赚得利润。是什么原因驱使着厂商进入国际市场呢？国际经济学界有多种解释，从这些解释中可以发现研究市场进入战略的思路。

1.剩余的出路和大宗产品理论

这个理论主要是解释落后的发展中国家进入国际市场的必要性。早在亚当·斯密时代，英国经济学家约翰·穆勒就提出了“剩余的出路”这一概念，后来缅甸经济学家迈因特将这一概念用于分析发展中国家通过国际贸易来解决剩余能力的出路问题。

剩余的出路理论指出：由于发展中国家有大量的人力资源没有得到充分的利用，其发展处在生产可能性边界以内。换句话说，这些国家不同程度地存在着剩余生产能力，它们有能力生产出超过国内需要的产品，假如不进入国际市场，这些闲置的、剩余的资源所生产的商品就找不到出路，造成资源的浪费。因此，通过国际贸易为一国的剩余能力提供出路，其生产水平和消费水平都可以得到提高。

“大宗产品”理论与“剩余的出路”理论密切相关，该理论指出：一些发展中国家拥有丰富的自然资源，以这些资源为基础的工业制成品，假如不是用来出口，仅限于国内消费，则消费这种产品的边际效用很快就会达到零，出现迈因特所说的剩余状况，因此，发展中国家面临着推动大宗产品出口的问题。大宗产品工业对本国技术、储蓄提高的效应以及与其他部门的联系效应，已经成为出口为什么能带动经济增长的重要论据之一。

显然，发展中国家进入国际市场的一个重要目的是为本国剩余生产能力（特别是劳动力）和大宗产品寻找出路。

2.贸易限制和对外投资

发展中国家的产品进入国际市场遇到越来越多的贸易限制。这种限制是多方面的，首先是所进入国家政府设置的关税和非关税壁垒；其次是消费者的限制，所进入国家消费者要求买本国货的民族主义感情，不同国家的消费者又对产品有特殊的偏好；第三是发达国家对国际市场的垄断，一方面它们产品的技术和质量水准抬高了国际市场的进入壁垒；另一方面这些国家已经建立起来的交易网络对发展中国家产品的进入具有排他性。

面对如此多重的限制，发展中国家产品要进入国际市场，而且是大宗产品出口，可行的途径是对外投资，以资本的输出带动商品的输出。在外国直接投资、建厂设店能躲开进入国际市场的重重限制，一方面可迂回避开政府设置的关税和非关税壁垒；另一方面在当地生产当地销售可改变消费者不愿购买外国货的观念，同时也可根据当地消费者的口味等方面的爱好对产品进行改进，以扩大销售。

在国外直接投资，不仅是以在国外生产的产品占领当地市场，同时也可

在当地市场上树立起本国产品的形象，为本国产品疏通国外市场渠道，从而起到扩大本国产品在国外市场的作用。

在贸易和对外投资的关系中还有一个追随消费者（客户）的理论。该理论指出，公司的产品在海外销售，如果某种产品在某个国家销售量较大，面对竞争者的竞争，作为防御性措施，就是追随大宗客户，到其所在国投资；如果该客户也向外投资，那么也可跟随着前往投资，这将会保证稳定的出口渠道。

3.产品生命周期理论

产品生命周期理论由哈佛大学教授弗农（R. Vernon）提出。该理论将国际贸易和直接投资结合起来，解释制造商从出口贸易转向直接对外投资的原因。该理论认为，产品的创新、成熟和衰落的生命周期运动，决定了企业对外直接投资的行为。弗农发现产品的创新基本上在发达国家，因此该理论分析的产品生命周期也从发达国家的产品创新开始。

在产品生命周期的第一阶段，也就是产品的引入阶段，新产品首先在国内市场推出，满足国内市场的需求，并很快取得出口优势。

在产品生命周期的第二阶段，也就是产品的增长阶段，随着新产品在其他较发达的工业化国家出口扩大，进口国的企业开始学习、模仿生产该产品，进口国政府还会通过贸易壁垒来保护本国企业生产，限制该产品的进口。在这种情况下，作为一种防御性措施，产品的创新者就要由出口产品转向直接投资，在海外建厂生产该产品，以保持在海外的市场。

在产品生命的第三阶段，也就是产品的衰落阶段，这时产品已进入标准化阶段，产品的生产在各类国家普遍进行，产品的生产技术已不可能控制，产品的竞争也主要是成本的竞争。在这时，发达国家的企业便将标准化的生产工艺转移到工资低、成本低的发展中国家，直至将该产品的技术以许可贸易方式全部出售，甚至出现反过来从外国进口该种产品的状况。可见，在第二阶段向其他工业化国家投资是出于市场动机，在第三阶段投资转向发展中国家是出于费用动机。

产品生命周期理论说明的是发达国家的企业由出口转向投贤的状况。它同样也可用于发展中国家，因为在发展中国家同样也有产品的创新，同样也有占领国际市场的问题。

4.垄断优势理论

垄断优势理论最初由斯蒂芬·海默（S.Hymer）提出。该理论解释了跨国企业能在国外的经营中得以胜过东道国企业的基本原因。

在一般情况下，跨国企业不如东道国企业所处的环境有利，在国外的经营中遇到的困难和麻烦也多，它们之所以能胜过东道国企业，原因就在于它们具有垄断优势。

跨国企业的垄断优势主要是指其独占和使用的知识的优势，其中包括产品生产技术、管理技能、营销体系等方面的优势。跨国企业在国外使用这些知识几乎没有成本，而东道国的企业要取得这些知识则要付出很大的代价。因此，跨国企业具有比当地企业无法比拟的垄断优势。国际经济的现实也表

明，跨国企业的直接对外投资大都是技术密集型产业，如石油提炼、制药、化工、运输设备、电子等行业。

垄断优势理论不仅说明了跨国企业在国外市场得以成功的原因，还说明了在发达国家直接相互投资的可能。两个国家间同一行业的相互投资也可以用这一理论来说明：各自有垄断优势，得以在对方国家生产差别性产品。

垄断优势理论对发展中国家的对外投资同样有指导意义。厂商跨出国门去海外投资的重要条件是：企业必须要有垄断优势，在国外生产差别性产品。只有这样，企业才可以在国外市场上站住脚。

5.内部化理论

内部化理论解释了为什么对外直接投资比出口和许可证贸易更能有效地利用国外资源和市场。

内部化理论的基本出发点是国际市场不完善，市场调节国际资源配置的外部成本太大，国际市场机制不能以市场价格消除国际经营的外部成本，这种成本在知识产权领域中表现得特别突出。在知识产权没有得到法律保护的情况下（如专利权、商标权等），知识发明者不能向知识使用者索取报酬，市场在知识的交换中显得最无能。当一家公司发明一项新技术，该技术就成了公共消费品，别的公司可以在不付费用的条件下使用它，从而使最初发明该项技术的公司不具有垄断优势。企业国际化经营中遇到的另一个问题是，企业通过市场外部协调的成本太大，企业在国际市场上需要和各种类型的企业建立供销关系，需要进行各种谈判、签约，因此花费的成本太大。

内部化理论就是针对国际市场不完善问题提出了将公司外的交易变成公司内部交易的途径，这就是跨国投资，在海外建立子公司。一方面本公司发明的技术不是推向市场，而是限于在本公司及其所属的在各个国家的子公司内使用，实行技术内部化，充分实现本公司内部技术的价值；另一方面，通过自己在各个国家的子公司形成供产销纵向一体化，将企业通过市场的外部交换变为公司内部的组织。实践已证明，跨国公司内的交易比公司外的市场交易成本要低得多。从内部化理论的观点看，跨国企业是旨在创造和利用内部市场的机构，目前国际贸易的很大部分是跨国公司内的贸易。

很显然，垄断优势理论说明的是国际企业在海外的横向一体化，即在海外生产同种产品。内部化理论则是说明国际企业在海外的纵向一体化，即海外的子公司按原材料供给、零部件加工、组装到产品销售实行一体化分工，每个子公司分别完成某一产品的不同阶段的生产任务。

二、国际市场的进入方式

进入国际市场，不仅面对所进入的目标国家的保护壁垒，还要面对在国际市场上的竞争对手，在这种情况下，需要根据自身的竞争能力，选择有利的进入方式。

1.可供选择的三种方式

一般他说，厂商进入国外市场有三种方式：（1）出口进入方式；（2）许可证贸易方式；（3）投资进入方式。

出口进入方式是指将在目标国家之外制造的最终产品或中间产品运往目标国家，进入目标国家市场销售。在目标国家之外有两重含义：可能是在本国生产，也可能在别国生产。这种进入方式与其他两种方式相比，进入成本较低，风险较小，特别适合于初次进入国际市场，对国际商务不甚了解的厂商。

出口进入有两条途径：一条是间接出口，这是由国内中间商代理出口的渠道。在这个场合，制造商只要将产品卖给中间商就行了，中间商在实际经营出口；另一条途径是直接出口，这是不经过国内中间商，制造商直接经营出口。当然，在直接出口场合往往要利用目标国家的中间商，也可以在目标国家设立本企业的国外销售分支机构，制造商能直接了解国外市场，自主经营，但要花较大的精力和经费了解市场信息，建立销售网络。

许可证贸易方式是指本国企业与目标国家的企业签订许可证协议，允许对方企业使用本企业许可方）的工艺、商标、专利来制造许可产品，本国企业收取一定的费用（特许权使用费）。如可口可 乐饮料在各个国家制造，大部采用这种方式。在许可证贸易中，本国企业虽不向对方出口有形的最终产品，但通常要为许可生产的产品提供零部件、中间产品。在这个场合，制造商不是以有形产品进入目标国家，而是以无形资产进入，可以避开目标国家的贸易壁垒，出口到目标国家的中间产品也不受贸易壁垒的限制。在许可证贸易中，受证方常常获准采用许可方的商标或同时使用双方的商标，这就能提高许可方在目标国家的知名度。

类似许可证贸易方式的还有特许经营，这里同许可证贸易方式归在一起。特许经营是本国企业将工业产权或整个经营体系许可给目标国家中的独立企业或个人，被特许人在特许人的商号下，按照特许人规定的程序进行经营活动，向特许人支付经营提成费和其他补偿。这种特许经营特色明显，营销方式也标准化，如在各国办的麦当劳、肯德基快餐店。

许可证贸易具有进入成本低、风险小的特点，但要采取这种方式进入的前提是具有为对方国家所认可的工业产权、著名商标等无形资产。这种方式的潜在问题是，在许可外国企业使用自己的无形资产的同时也在培养自己的竞争对手，而且，许可方通过协议从对方企业得到的收入量所占比重较小。

投资进入方式是指本国厂商进入目标国家投资建厂。在这个场合，企业是将管理、技术、工艺、销售、财务等全套生产要素转移到目标国家，建立由自己控制的企业。投资进入的具体形式主要有 3 种：（1）建立独资企业；（2）与东道国企业建立合作经营企业；（3）与东道国企业建立合资经营企业。

本国厂商进入目标国家建立自己控制的企业后，可就地利用当地资源，扩展当地市场，收益率明显高于其他两种进入方式。但是，由于企业是在外国经营，所需投入要高于其他两种进入方式，风险也高于其他两种进入方式。

以上 3 种进入方式进行比较，就进入的内容来说，出口进入主要是产品进入，许可证贸易进入主要是工业产权等无形资产的进入，投资进入则是整个企业的进入；就对国际市场的介入程度来说，投资进入的介人程度最强，许可证贸易次之，出口进入最弱；就对国际市场的控制程度来说，投资进入的控制程度最强，许可证贸易次之，出口进入最弱；就国际经营的风险来说，投资进入的风险最大，许可证贸易次之，出口进入的风险最小。

2.选择进入方式的理论模型

英国经济学家邓宁在 70 年代提出了国际生产折衷理论,由于该理论实际上是对现代有影响的国际投资理论的综合，因此也称为国际生产综合理论。该理论解释了国际企业开展国际经营活动的方式存在差异的原因，因而可将这一理论用于分析选择进入国际市场不同方式的依据。

国际生产折衷理论认为，国际市场的需求可以由多种途径实现，厂商进入国际市场模式的选择主要依据以下 3 个要素：

（1）所有权优势。即某个企业所特有的，其他企业不具备的优势，其中包括企业所有的资产、技术、企业的国际经验、开发不同产品的能力等。显然，这里主要指的是企业的工业产权所有权。

（2）内部化优势。这是指企业将自己所特有的优势内部化在企业内部所产生的垄断优势。具体地说，公司不是将自己特有的资产和技术出口或进行许可证贸易，而是把它们内部化在本企业中使用，因此形成在国际市场上的垄断优势。

（3）区位优势。即目标国家市场的区位优势，其中包括该区位的自然资源、劳动力、地理位置、政府政策等方面的优势。从经济上考虑，特别重要的区位优势是该区域的市场潜能，和该区域正处于快速增长阶段。

依据上述三方面因素，可对进入国际市场的方式作出选择。

一般说来，没有明显的所有权优势的企业，只能选择低风险的出口进入的方式。即使厂商有所有权优势，但目标国家的市场没有区位优势，因而也不值得采取投资进入的方式。如果厂商有所有权优势，目标国家的市场也有区位优势，厂商要以投资方式进入该市场也必须要形成内部化优势。在厂商没有形成内部化优势的条件下，厂商一般选择以出口进入或许可证贸易进入方式来利用自己所具有的所有权优势。

进一步的分析引入各种进入方式的成本和收益，其中包括与国内经营相比的进入国外市场销售的额外成本和收益，以许可证方式转让无形资产的额外成本和收益，跨国经营的额外成本和收益。经过各种方式的成本和收益的比较，便可能有 3 种选择：如果出口的收益高于许可证贸易和对外投资的收益，就选择出口进入方式；如果许可证贸易方式的收益高于出口和对外投资的收益，就选择许可证贸易进入方式；如果投资方式的收益高于许可证贸易和出口的收益，就选择投资进入方式。再就企业对外投资的内部化成本来说，在企业具有技术和知识的垄断优势的条件下，如果内部化的成本太大，高于转让技术和知识的成本，企业就可能不采取投资进入的方式，而是采取许可

证贸易进入的方式。

就一般的进入国际市场的进程看，在进入国外目标市场的初期，厂商大都是采取出口进入的形式，因为这时的出口成本可能要小于其他两种方式的成本。出口发展到一定阶段，厂商对目标市场已经逐步熟悉，对外投资的成本也趋于下降，该厂商便会转向投资进入的方式。对外投资一段时间后，厂商所特有的技术和知识可能被其他公司仿效，转移技术的成本也下降了，这时，该厂商可能会以许可证方式将技术和知识转让给当地的公司使用。

当然，影响国际市场进入方式的因素很多，例如，出口进入方式会受运输费用和目标国家的进口限制的制约；投资进入方式会受目标国家的投资环境和经济周期的制约。受此影响，厂商可能一开始就选择投资进入方式，也可能一直采取出口进入方式，即便在采取投资方式时也可能保持着出口方式。

三、目标市场的选择

无论是采取何种方式进入国际市场都有一个对国际市场的选择问题。任何一个国际企业都不可能面向和进入世界所有地方的市场。每个厂商都是要选择能保证自己在目前或未来能取得最大收益的市场。

进入国际市场有出口进入、许可证贸易进入和投资进入等方式，每种方式的市场选择各有特点。就出口进入来说，市场选择应该是很广泛的，哪里有市场需求，产品就进入那里。这里讲的市场选择指的是为产品寻找潜在的市场进行开拓。而在投资进入的场合，不是到处都进，有个投资地点的选择问题，在这里特别重视投资区位的比较优势。

1.国际市场细分

出口进入国际市场，首要的是对目标市场作出正确的选择，选择目标市场的关键是对国际市场进行细分，这也是国际市场营销的基础。市场细分最初由美国市场学专家温德尔·史密斯提出，其基本思路是：企业根据顾客的购买行为和购买习惯的差异，把整体市场划分为若干个消费群，以确定在目标市场的活动。可见，选择出口市场，从一定意义上说，是选择产品的消费者或消费群体。

对国际市场进行细分，对提高进入国际市场的效益有特别重要的意义。由于地理条件、经济制度、经济发展水平及其他原因，各个国家各个地区市场容量、市场潜力、市场需求结构和竞争状况存在着很大的差别。厂商在市场细分的基础上，根据自己的产品特点和比较优势选择自己所要进入的目标市场，并根据所要进入的市场的特点采取相应的进入方式和市场营销方式，不仅可大大降低进入的成本，还可能抓到更多的商业机会。

目前细分国际市场有多种方法，其中最重要的是按地理因素来细分，通常把国际市场分为北美市场、西欧市场、亚洲市场、东欧市场、作洲市场等。这种按地域划分的市场非常重要，本书第 3 章已作了专门分析。我们目前所讲的市场选择大都是就地域选择来讲的。这里要进一步介绍其他的细分方法，目的是了解所进入的不同国家市场的特点。

从总体上说，国际市场可按经济发展水平细分为：发达国家市场，新兴工业化国家和地区市场，发展中国家市场。

发达国家的经济、技术发展水平高，居民收入水平高，因此这里对商品、资金、技术等要素有很强的输出能力和吸收能力，在国际市场上起核心和带头作用。由此决定，发达国家市场的一般特点是：（1）由于收入水平高，市场容量大，对产品的质量和服务要求也高。（2）运输、通讯、服务等市场基础条件较好，政府对市场的干预较少，进入发达国家市场的手续简便，市场运作的法律和规则较健全。（3）由于发达国家的劳动成本高，发展中国家的劳动密集型产品在这里有比较优势。（4）市场竞争非常激烈，外国竞争者大都来自其他发达国家的大公司，发展中国家厂商进入发达国家市场比较困难，但一旦进入，便可在世界市场上占有地位。

新兴工业化国家和地区，如亚洲“四小龙”等地。这些同家和地区己实现了经济起飞，属于比较发达的发展中国家和地区，因此这里的收入水平增长很快。由于这些国家和地区大都是靠引进外资和出口导向成长起来的，因

此这里的出口水平较高，发达国家产品对这些国家市场的影响较大。这些国家为了加快向发达国家提升，正在加快推进结构转换，即由劳动密集型产业结构转向技术密集型产业结构，与此相应，这里对发展中国家的劳动密集型产品的市场潜力较大。由于这些国家和地区是在周围都是发展中国家的环境中脱颖而出，所以成为区域市场中心，像新加坡、香港连续几年被评为世界最佳商业城市。因此，其他发展中国家的产品进入这些国家和地区，并不单纯为了占领这些国家和地区的市场，而是通过进入这里来进入整个区域的市场。这对一些希望提高自己在国际贸易中地位的厂商尤其重要。发展中国家市场的一般特点是，由于生产水平低，收入水平较低，购买能力有限。但发展中国家作为整体来看，人口众多，市场潜力很大，特别是由于同发达国家的矛盾加深，发展中国家之间的贸易日益扩大。尽管许多发展中国家为了保护民族工业，一般都有较高的贸易保护壁垒，但在发展中国家的市场上竞争不很激烈，因而较为容易进入。虽然发展中国家的人均收入水平低，但对高档消费品仍可能有较高的需求，其原因有两方面：一方面是模仿发达国家消费，另一方面是这些国家人们的收入差距很大，有相当部分的高收入者有购买能力。受收入总体水平的限制，这些国家市场对发展中国家提供的价格较低的高档消费品需求较大。按经济体制划分，国际市场可细分为：计划经济国家市场，市场经济国家市场，由计划经济转向市场经济的转型经济市场。计划经济国家政府对市场的干预比较强，管理比较死，市场以供不应求的短缺为基本特征。市场经济国家政府对经济的干预较少，市场较为开放和自由，市场经常表现为供过于求，消费者主权比较明显。处于转型阶段的国家存在着双轨体制，政府对经济的干预已大大弱化，市场竞争越来越充分，市场短缺现象正在改变，但在这里市场还不完善，市场秩序还较混乱。由于这里正在向市场经济体制转变，市场潜力很大。

此外，国际市场还可按各个国家的自然环境、人文环境进行细分，本书的第 2 章已有分析。

2.目标市场的区位优势

在厂商选择投资进入国际市场方式时，有一个重要因素要考虑，这就是区位优势。对厂商来说，投资进入某个国家，不是单纯为了建个厂，而是要利用当地资源，利用当地市场，还要以此为据点寻求新的发展机会，进一步扩大自己的市场占有份额，可见对投资区位选择的重要性。在区位选择上，不仅要考虑目标国家的区位优势，还要考虑目标国家的投资地区的区位优势。

同国内建厂区位选择一样，在海外投资建厂也要考虑 3 个区位要素：(1) 劳动成本，即劳动成本要低。（2）运输条件和费用，即投资地点与原材料产地、市场的空间或时间（由运输条件所决定）距离要近。（3）聚集程度，即在投资地点聚集着与投资项目相关的产业和服务部门。除了这些微观的要素外，国际投资所考虑的区位优势还需要用哈佛大学波特教授的竞争优势理论来说明。从竞争优势考虑，具有竞争优势的区域主要涉及以下要素：

区域自然地理要素：自然资源的分布，地理位置，无大的自然灾害等；

区域后天创造因素：教育水准，人力索质，物质资本等；

产业结构：相关产业和辅助产业的分布；

区域经济活跃程度：经济成长区，消费需求增长；

政府要素：政府的投资承诺，市场经济的知识、法律，办事能力和效率等。

国际经济组织所作的国家竞争力报告使用的 8 个评价指标可惜用来评价投资区位的竞争优势。这 8 个指标是：

（1）国内经济力量：所考虑的指标包括经济增长率，投资总额，人均收入等。

（2）国际化：指标包括货品与服务进出口额，贸易政策，移民政策等。

（3）政府：政府的财政预算，为鼓励企业活动所制定的财务政策，国家储备金，政府所负的外债等。

（4）金融：包括股票市场的交易量，对本地公司和外国公司的开放程度，本地公司是否能从外资市场筹集资金等。

（5）基本设施：主要决定于两个层面，能源资源、商业基础设施的素质。

（6）管理效率：整体生产力，劳工生产力，工资，劳工成本。

（7）科技：在科研与发展方面的开支，从事科研与发展的人才等是主要的考虑因素。（8）人民素质：教育的素质，公共教育开支，学生与教师的比例都考虑在内。

根据上述 8 大要素，由瑞士世界经济论坛编写的世界竞争力报告书对有关国家作了排序，可供我们选择投资市场时作参考。 1994 年按竞争力排名的国家和地区见表 6—1。1995 年世界竞争力报告书公布对 1502 名国际商界领袖的调查结果，在 2030 年世界最具竞争力的国家和地区依次排名为：美国，日本，中国，德国，新加坡，韩国，印度，台湾，马来西亚，瑞士。

3.市场多元化策略

市场多元化策略是市场选择的重要策略。厂商进入国际市场都面临着选择一个市场还是多个市场的问题，选择多个市场的明显好处是出口的主动权操在自己手里，回旋余地大。具体地说，一方面无论进入哪个国家的市场，都会面临诸多风险，实行多元化市场策略可以分散风险，必要时还可转移风险；另一方面，经济增长在每个市场不是同样的，经济周期阶段在各个市场也不相同，企业具有多元市场（无论是出口基地还是投资场所），可允许企业抓住在一个市场上的强有力的增长优势以抵偿在另一个市场上软弱增长的损失。就我国目前来说，市场还很单调。据表 6—2 所示，1994 年，我国无论是进口还是出口，基本上集中在香港、美国、日本、韩国、德国、台湾等国家和地区。在这些国家和地区的出口达 8680511 万美元，占当年全国出口总额 12103848 万美元的 71.7%；从这些国家和地区进口达 7828771 万美元，占当年全国进口总额 11569280 万美元的 67.7%。按照实行多元化市场策略的要求，我国的厂商需要在

表 6—1 按竞争力要素排名（1994）

国家(地区)	总排名	国内经济力量	国际化	政府	财务与金融	基础设施	管理	科技	人民
美国	1	1	1	6	1	3	5	2	6
新加坡	2	2	2	1	2	16	7	8	1
日本	3	3	8	19	5	24	1	1	4

香港	4	4	3	2	3	17	4	20	18
德国	5	12	4	12	7	9	12	3	3
瑞士	6	10	18	5	4	6	3	4	11
丹麦	7	13	9	15	10	13	6	9	2
荷兰	8	17	6	25	6	12	10	14	9
新西兰	9	11	25	3	12	8	8	21	13
澳洲	15	20	24	9	15	5	18	16	12
马来西亚	17	6	14	4	13	18	14	24	22
台湾	18	5	17	11	20	27	21	15	19
泰国	23	9	21	8	14	33	23	31	23
韩国	24	7	39	30	39	29	31	18	20
印尼	31	25	34	24	30	32	36	30	33
菲律宾	33	28	30	29	25	39	28	34	36
印度	34	22	23	27	27	41	33	29	40

资料来源：1994 年世界竞争力报告书

巩固和发展美国、日本、欧洲等市场的同时，还要多方面地开拓新的市场，包括独联体国家市场、亚洲国家市场、东欧国家市场、拉美国家市场和非洲国家市场。

表 6—2 同中国贸易排名居前几位的国家和地区（1994 年）单位：万美元

	出口	进口
1	香港 3236454	日本 2632077
2	日本 2157312	台湾 1408483
3	美国 2146148	美国 1397042
4	德国 476150	香港 955662
5	韩国 440231	韩国 7318345
6	台湾 224216	德国 713673

四、出口进入的策略

出口是国际商务中最广泛的活动，不仅是初次进入国际商务领域的厂商主要从事出口贸易，即便是从事国际投资活动的厂商也会大量地从事出口业务，将在其投资的国家生产的产品出口到其他国家，因为对这些投资商来说，投资海外的一个重要目的是扩大自己的产品在国际市场的占有份额。国内产品进入每个国外市场都会遇到激烈的竞争，不采取有效的竞争手段，是很难进入国外市场的，即便能够进入，也不可能得到合意的收益。竞争手段很多，例如生产策略、定价策略、促销策略、品牌策略等。

1.出口商务计划

从事国际商务活动的理性决策者，在以出口方式进入某个目标国家的市场前，都要制定出口商务计划。该计划要明确进入的目标、步骤、营销的方式和策略，它不仅是决策者进行决策的依据，也是营销人员开展海外营销活动的指南。在制定出口商务计划时，不仅要充分了解目标国家的市场环境，还需要准确估价本公司的经济实力和产品的竞争力。下面提供一份在 Jonh Daniels＆Lee. Radebaugh 的《国际商务》中引用的一家美国公司的出口商务计划：

（1）计划摘要：计划的重点，商务内容，标的市场，管理组织，最终目标。

（2）商务沿革：公司的沿革，提供的产品或服务，独特优势，本国市场的经历，国外市场的经历，生产设备，人力，工业结构，竞争。

（3）市场研究：标的国家，标的国家的市场条件（市场需求，竞争状况，进入障碍）。

（4）营销决策：分配策略（间接出口，直接出口，直接投资），价格战略，促销战略。

（5）法律规定：代理商/分销商合约，专利、商标、版权保护， ISO9000，争议议案。

（6）制造和经营：生产地点，现有设备的能力，费用计划，产品与当地环境的适应性。

（7）人事战略：管理出口对人事的要求，现有人员的经验，人员的培训，雇佣者的短期和长期需要。

（9）财务战略：出口资金流动表，资金来源，潜在风险和保护，税收。

（10）行动时间表：从以上出口商务计划中也可分析出口进入国际市场所涉及的步骤和相应的策略的内容。

2.市场选择策略

在细分国际市场后，需要根据各个市场的特点选择出口进入的策略。目前的市场选择策略大致有以下 3 种：

（1）无差异市场策略。是指企业把整个国际市场看作是单一的目标市场，企业以革一的标准化的市场营销方式在世界各个市场推销同种产品，有时甚至在商品的品牌、包装、商标、价格等方面都无差异。美国的可口可乐

公司就是采取这种策略进入世界各个市场。采用这种策略的好处是，可以大批量生产、运销和储存，也可以节省市场营销费用和管理费用，从而以低成本和规模经济占领各个市场。但是，这种策略奏效的前提是消费者对产品需要的同一性。在这里与其说是厂商对市场没有选择，不如说是消费者对产品别无选择。超出这个范围，实行这种无差异市场策略就很难奏效。

（2）差异性市场策略。是指企业在细分市场的基础上，针对不同市场的特点，设计和生产适合不同市场需要的产品，采用适合不同市场特点的营销方式进入不同的市场。如自行车可以不同的型号、不同的规格、不同的质地、不同的颜色进入不同的市场，在有的国家作运输用，在有的国家作锻炼身体用，在有的国家作交通工具用。进入某些国家的自行车可用优质钢材，价格卖高一点；在进入某些国家时，价格不能太高，就用一般钢材。虽然实行这种策略会增大企业的研制费用、生产费用、推销费用和管理费用，但同种产品的市场可选择面扩大了，出口额可大大增加。

（3）集中性市场策略。是指企业在细分市场后，不是进入各个市场，而是集中进入一个或少数几个细分市场。企业专门为一个或少数几个市场生产，一般的目的是要集中自己的力量，在这几个市场上战胜竞争对手、扩大自己在这几个市场上的占有份额，直至取得垄断地位。当然，在企业初次进入国际市场时，往往也是先选择少数几个市场进入，取得经验和新的出口渠道后再进一步扩大。这种集中性策略有较大的风险，对企业来说是把所有的鸡蛋放在一个篮里，由于目标市场太狭窄，一旦市场行情突变，企业可能陷入困境。

在市场多元化的条件下，上述市场选择策略有个区别不同情况搭配使用的问题：

如果产品的消费者需求趋同，没有特别的偏好，可以采用无差异市场策略；

如果产品的差别性不大，像钢铁、水泥、化肥等，竞争的焦点集中在价格而不是集中在产品差别上，可以采用集中性市场策略；

如果消费者对产品的消费有不同的偏好，企业有研究开发力量和营销力量，则可采用差异性市场策略；

如果要在某个市场上战胜竞争对手，直至将对方挤出市场，一般采用集中性市场策略。

3.日本厂商成功开发中国家电市场的案例

早在 80 年代初,欧美的一些家电生产制造商就曾派人到中国作家电市场调研，得出的结论是：中国尚处于低收入、低消费阶段，中国的家电市场在 5—7 年内不会形成可观的市场需求量，于是欧美厂商基本上放弃了对中国家电市场的开发。几乎在同期，日本的家电厂商也对中国的家电市场作调研，他们得出了与欧美厂商截然不同的结论：在 1985 年前，中国有可能形成销售潜力可观的家电市场。其依据是：

首先，虽然中国居民的收入低，但东方民族有勤俭持家的传统美德，有着执著的积攒财货的习惯，因此，不用几年，中国的普通家庭会积攒出几百元钱，形成对价格相对便宜的家电产品的需求。于是，日本厂商首先出口中国价格在 500 元左右的黑白电视机和单缸洗衣机。

其次，中国人口众多，平均每户按 4 人计算，10 亿人就有 2.5 亿个家庭，如果中等收入户占 1/10，就有 2500 万个家庭具有购买中低档家电的能力，这样数量的市场需求量是其他国家无法比拟的。于是日本厂商开足马力为中国市场提供家电产品。

在以上分析的基础上日本厂商又进一步发现，中国市场对高档家电产品的需求也与日俱增。一方面，随着对外开放西方生活方式的传播，中国的消费革命会提前到来；另一方面中国人虽然收入不高，但是由于中国存在公费消费和福利性消费，居民的收入集中用于吃穿，在温饱问题解决后必然会转向耐用消费品。于是日本又进一步开发中国的彩电、冰箱、空调等高档耐用消费品市场。实践已经证明，在选择中国家电市场上，日本厂商胜欧美厂商一筹，日本货基本占领了中国的家电市场。

4.出口进入渠道的选择

出口进入渠道是指商品从本国的生产企业流向国外最终消费者的通道。出口进入有多种渠道供选择。

首先可在国内将出口分为直接出口和间接出口两种方式：间接出口是指出口企业通过本国中间商出口；直接出口是指出口企业不经过中间商的出口。

在间接出口中，承担出口职能的中间商的基本职能是：（1）做市场研究，推销产品，得到定单；　（2）对客户作信用调查，执行支付和收款；　（3）负责装运和管理国外费用；　（4）将产品销给国外客户。中间商有两类，一类是出口商，一类是出口代理商。这两个职能可能是有分别的公司承担，也可能是同一个公司承担这两个职能。如果中间商向出口企业购买出口品，取得了货物的所有权，在出口过程中自主经营，自负风险，这时的中间商就是出口商。如果中间商没有购买出口企业的货物，没有取得货物的所有权，只是受出口企业的委托代理出口，不承担出口风险，仅对代理业务收取佣金，这时的中间商就是代理商。

生产企业利用中间商间接出口的好处是：节省外销机构和人员的费用，可弥补生产企业缺乏国外客户联系和缺乏国际营销经验的不足。缺陷是：生产企业无法与国外客户建立直接的联系和及时得到国际市场的信息反馈，对扩大市场和开拓国际市场缺乏主动性。因此，采用间接出口方式的企业，一般是出口规模较小和企业规模较小的企业，或者是产品进入国际市场不久的企业。企业规模较大、出口规模较大、出口时间较长的企业，一般会选择直接出口的方式（即企业自营出口）。

无论是直接出口的生产企业、还是在间接出口场合的国内出口商（在这里统称为国内厂商），出口产品进入目标国家时都会有几种销售渠道供选择。（见图 6—3）

1 和 2 渠道都是由国内厂商在国外的分支机构销售出口产品，两者的区别只是 1 渠道是直接销给最终用户，2 渠道要经过外国零售商。本国厂商在国外有自己的销售机构，能掌握在国外市场的主动权。建立这种分支机构的前提是公司在海外有稳定而大宗的出口产品，与设立分支机构的额外费用相比的收益要高于委托外国分销商所得的收益。

3 和 4 渠道都是由外国分销商销售出口产品，分销商可能是进口商，也

可能是批发商。其职能也可能和国内中间商一样，或者是直接购买从外国进口的产品，取得产品的所有权，或者只是作进口品销售的代理，不承担风险，只收取佣金。3 和 4 渠道的区别是，3 要经过零售商，4 不经过零售商。

5 和 6 渠道是国内厂商的出口品不经过外国分销商而直接销给外国零售商或最终消费者。

选择进入渠道是由多种因素决定的，单就效益来说，流通经过的环节越少越好，如 1、2、5、6 渠道，特别是一些体积大、易腐、易损品。如果企业愿望控制销售渠道，也可选择这些渠道。另外，还有企业间有直接订货关系的产品一般也通过这些渠道。而对一些潜在顾客多、市场分布分散、单个的买者一次购买量小的产品，一般适合 3 和 4 渠道，经过外国分销商销售。

利用国外分销商有 3 种策略选择：

（1）密集性分销。这种策略是指使尽可能多的外国中间商销售自己的产品，采用这种策略可使自己的产品进入更多国家的市场，争取更多的潜在顾客。

（2）选择性分销。这种策略是在一定国家和地区内，有选择地使用外国中间商。目的是使国内厂商有选择地同有较高水平的外国中间商做生意，提高效率，减少费用。

（3）专营性分销。这种策略是在一个特定的市场只选用一个批发商或零售商，让其独家经营。目的是使国内厂商与外国经销商保持密切的经营关系，并在价格和销售量上进行一定的控制。这里的关键是选好专营商。

以上各种中间商、分销商都是出口企业的客户。在出口贸易中，拥有客户就拥有了市场。出口企业要拥有一个稳定的客户网络，就要做好客户的选择和管理。由于出口企业面对的客户大都是中间商，因此客户的选择和管理也就是对销售渠道的选择和管理。首先是对客户作资信调研，重点掌握其资本实力、经营能力、履约信用等，在此基础上确定自己的分销商。其次是建立联系，基本原则是真诚合作、平等互利。第三是适当控制，使企业的出口利益得到保障。

5.生产定向策略

生产定向策略即确定企业生产方向的策略。企业以什么样的产品提供给国外市场？大致有 3 种策略：一种是将面向国内市场的现有产品出口；一种是按国外市场需要开发出新产品出口；一种是对面向国内市场的产品按国外市场需要改造后出口。

将面向国内的现成产品直接出口是商品出口的基本方式，刚开始经营出口的企业大都毫无例外地由此开始。这种方式能否成功，在很大程度上取决于国外市场的现行需求同国内市场的现行需求是否相同。如果是一致的，该种产品的出口就主要在国内降低生产成本和国外市场推销方面进行竞争。在国外市场需求与国内市场需求不一致时，将国内现成产品直接转向出口也不是不可能的，但这一般只有在两个条件下才可能成功：一是对这种产品的需求超前于国外市场需求，代表国外市场需求发展的方向，例如日本东芝公司提出“我生产什么，顾客就需要什么”，原因就是该公司对其产品的引导市场需求的作用充满信心；二是有足够的促销能力使国外市场的消费者接受该种产品，在这里市场开发的成本不会低。

专门为国外市场开发新产品应该说是理想的进入竞争策略，产品易于为国外消费者接受，在国际市场可能有较强的竞争能力。实行这种策略的主要困难是，企业自身的产品开发和生产能力。在许多场台可能要将原有的为国内市场生产的生产体系加以调整，使生产体系只能力出口产品生产。

将国内现成产品改进后出口的策略介于前两种策略的中间，一方面强调产品要作适合国外市场需求的改进，另一方面又利用已有的生产技术、知识和生产设备。这种提供国际市场的新产品的研制同企业的生产经验没有多大的偏离，因此，这种生产定向策略适合我国目前大多数生产企业。

对以上 3 种生产定向策略比较分析的核心是要强调进入国外市场的适应性、差别性和多样性。

适应性是指产品按国际市场需要作适应性改进，对扩大和占领国外市场是非常重要的。如果企业不按国际市场需要对产品作适应性改进，就意味着失去市场，原因是其他竞争者会尽可能使自己的产品适应市场需要。现实中需要改进产品的原因很多，其中包括：　（1）目标国家的法律规定。例如，有的国家法律对药品和食品的进口有明确的卫生标准，有的国家法律对进口产品的包装、图案有明确的限制，汽车进入美国有保险装置的要求和在别的国家所没有的环境污染标准。　（2）不同国家文化差异所产生的市场需求差异。　（3）不同国家的经济差异所产生的市场需求差异。例如，在有的国家居民的收入水平低，他们不能接受较高价格水平的商品，这时，提供给该国市场的产品就要考虑作降低规格以降低成本的改进。

差别性是指对不同的市场提供不同特点的产品，这里不仅是指不同的产品，主要是指同种产品在不同市场的差别性。原因是同一种产品要进入多个市场，每个市场的需求是有差别的，为适应这种情况，就要求按不同市场的要求，对产品作适应性改进。现在在不同国家之间的部门内贸易所占比重很大，在很大程度上是因为产品的差别性。日本汽车进入美国，美国汽车进入日本，原因是各自的汽车的性能差别能适应各个特点消费者群体的需要。即使是进入同一国家的市场也有个适应不同消费者群体的问题。例如日本的精工表和西铁城都是名牌表，价格高，两家公司各自在增加功能、提高准确性、超薄等方面进行改进，形成各自的特色，各自都有自己的市场覆盖面。后来卡西欧发现低档表是空白，推出价格低廉的卡西欧表，很快占领市场，有了自己的消费者群体。从中可见差别性竞争在占领市场中的作用。

多样性指的是出口产品在品种、规格、性能上多样化。出口企业所面对的国际市场是千姿百态的，适应这样的市场，就得提供多样化的产品。其意义不仅在于适应了多种市场需要，还可以分散国际经营的风险，在一种产品市场不景气时可以从另一种处于景气市场的产品那里得到补偿。

6.定价策略

在出口贸易中，厂商如果要给所面对的国际市场的可变要素排序，一般总是将价格放在首位。对出口商来说，合适的价格不仅要给他带来短期的收益，还要能保障其在竞争性市场上的长期地位。

同在国内市场竞争一样，厂商进入国际市场竞争，价格竞争是重要的竞争手段。企业可通过提高或降低价格的途径来与竞争者竞争，以占领和扩大市场。因此同国内一样，出口产品定价要考虑同国内销售一样的因素，如：

以价格表示的产品质量，竞争产品的价格，不同市场部分的不同价格，允许折扣的程度等。但是，在国际市场上影响定价的因素比国内市场复杂得多，厂商的定价不是那么随心所欲的。在出口贸易中影响价格的因素主要包括：

（1）进口国政府对进口品价格的干预。在不同的国家，政府干预程度会有差别。政府对进口品或者会规定最高限价，或者会规定最低限价，或者会通过不同产品的区别性关税税率调整进口品价格。控制的目的，通常是为了防止外国产品在国内市场取得垄断地位，特别是根据关贸总协定（GATT）的规定，进口国可以针对出口国的倾销实施报复。所有这些，便使出口国厂商利用价格竞争手段受到限制。当然，当一国的出口商同其他国家的竞争者以同类产品进入同一国家时，价格竞争的作用还是比较大的。

（2）通货膨胀和汇率波动的影响。厂商在国内经营时是按同一种货币定价，而在出口产品进入外国市场时涉及的是不同种货币的定价。产品从进入目标市场到出口商按价格取得销售收入有个时滞，在此期间，进口国的通货膨胀会波及进口品价格从而影响出口商利益，出口国货币与出口贸易计价货币的汇率变化也会给出口商造成风险。

（3）出口产品的额外费用。出口产品进入外国市场，需要追加许多费用，其中包括运输费用、保险费用及在国外推销和经营的费用。这些费用能否在所在的国外市场价格中得到补偿，是很不确定的，因为出口产品的国际市场价格在很大程度上受所在市场的竞争状况影响。为节省在国外市场的经营费用，出口商一般是同进口国的分销商做生意，这时，出口产品的定价是在同进口国分销商的谈判中形成的，这就涉及到谈判能力对定价的影响。出口商常常用折扣价的形式把产品提供给外国分销商，鼓励其增加购买量和保持长期的合作关系。

在明确了出口品定价的决定因素后，研究出口品的定价策略。

首先，正确选择国际市场价格参照系。出口品不能简单地按照成本加利润的原则来定价，否则，所定的价格不是因高于国际市场价格卖不出去，就是因售价过低而吃亏。出口品价格的确定应该以国际市场价格作为参照系，对有公开行市的大宗产品可以参照公开的商品交易所的价格，对于没有公开行市的商品则要在市场调查的基础上以所在市场上的同类商品作为参照系。如果找不到参照系，则可通过国际咨询的途径取得价格信息，或者进行试销，根据市场行情定价。

其次，以出口商品在国外市场的地位确定价格对策。对在所在国市场处于垄断地位的产品，应掌握较高的价格；对占市场份额较大、并能对所在国市场起决定性影响的商品，定价应慎重，切忌大起大落；对在国际范围已取得专利、商标保护的产品，可掌握较高的价格；对在市场上尚未取得地位，为了进入并扩大市场，可定较低的价格。

第三，如果要以价格竞争的方式，打开并扩大国外市场，一般有以下战略供选择：

（1）撇油战略（skimming strategy）。即在新产品初次进入市场时，为新产品定高价，瞄准对价格缺乏弹性的高收入者。然后随着进入市场的产品增加而逐步降低价格。这种方式就像在牛奶中撇取奶油一样。

（2）渗透战略（penetration strategy）。即为新产品定低价，引导最大数量的消费者接受该产品，排斥竞争者。

（3）成本作价战略（cost-plus strategy）。即在费用之上满意的边

缘定价。这种价格既可收回成本得到利润，又可为一般消费者所接受。

以上 3 种战略各有优势和适用范围。撇油战略，便于树立高档商品的形象，适合于产品知名度较高，技术尚未公开的产品。渗透战略迎合消费者求廉的心理，有利推销，但商品一开始就以低价进入，可能会损害产品形象。成本作价战略也称费用附加战略，可使买卖双方都满意，但竞争意义不明确。厂商可根据自己产品的特点和营销目标对上述价格竞争战略作出选择。

五、投资进入的策略

与出口进入相比较，投资进入是较高层次的进入国际市场的方式。从二次世界大战以来，国际投资已逐步成为国际商务活动的主流，出口贸易的相当大部分是由对外投资的跨国公司进行的。这意味着出口贸易也越来越多地成为国际投资活动的组成部分。可惜的是对外投资基本上属于发达国家的领地，发展中国家所占份额很小。我国的厂商对外投资才刚刚起步，对于我国这样的发展中大国来说，不仅要通过出口来占领国际市场，同样也有通过跨国投资来占领国际市场的需要，关键是要寻求有效的投资进入策略。

1.投资区位的选择

投资者投资海外都要以谋求竞争优势为目标，这种竞争优势在很大程度上依赖于投资地点的区位优势。在本章第三节中已经指出，区位优势有自然地理环境方面的优势，也有经济增长方面的优势。这里特别强调两点：

第一，结合投资项目特点选择投资区位。进入国外的投资项目目标一般都很明确，有的是要在海外得到市场，有的是要得到劳动力资源，有的是要得到所需的原材料供应，因此投资区位应符合投资项目的要求。如果目标是获得劳动力，投资区位应是劳动力资源丰富，其价格相对便宜的地区；如果目标是获得原材料，投资区位应是接近所需原材料供给丰富的地区；如果目标是得到市场，投资区位应是市场中心；如果目标是要以投资国家力基地，进入其他国家的市场，投资区位应是最方便进入外国市场的地区。

第二，对外投资应定位在增长的区域。据统计，从 1986 年至 1990 年约有 83%的国外直接投资投在工业国家， 1991 年这个比率为 74%， 1992 年这个比率为 68%，余下的部分进入的低收入发展中国家，也基本上是进入增长阶段的国家。国外直接投资的这种分布，反映了对外投资基本上都是定位在处于经济增长的区域。这种选择表明，对外投资不仅是要取得投资地点的市场，还要取得当地推动经济增长的要素，同时还要利用投资地点的增长的势头，向外扩展市场。现实中，一定国家中各个地区的增长速度也很不平衡，因此，对外投资不仅要选择正处于增长阶段的国家，还要选择该国家中正处于增长阶段的地区。

第三，虽然许多发达国家具有明显的区位优势，发达国家的对外投资也大部选在发达国家，但是，像我国这样的发展中国家进入海外投资没有明显的竞争优势，一下子进入发达国家难度较大，可以更多地选在发展中国家。尽管如此，根据区位优势理论，海外投资的区位必须选在正处于经济增长阶段的发展中国家和地区。

需要指出，随着国际政治、经济形势的变化和各个国家增长格局的变化，区位优势也会变化。有的地区劳动力成本原来较低，现在可能会高于其他地区；有的地区原来是经济增长的中心或市场中心，现在中心发生转移，这里不再是中心了。在这种情况下，适应变化了的情况，不少公司为了保持自己的竞争优势，会发生投资地点的转移，进入新的具有区位优势的地区。

2.对外投资的产业选择

目前跨国公司所涉及的行业非常广泛，工业、贸易、金融、服务、运输、房地产等各个领域都有跨国公司涉足。

投资者对外投资所选择的产业一般以自己在本国所从事的产业为基础，如制造业投资者在国外投资制造业，金融业投资者在国外投资金融业。

就在国外的制造业投资来说，投资者一般具有某种垄断优势，或者是生产技术，或者是管理技能，或者是出口渠道。有的投资者虽然没有在知识和技术上的垄断优势，但手中有资金，可以进入缺乏资金的落后国家建立制造业企业。

在国外建立制造业一般有两条途径：纵向一体化和横向一体化。纵向一体化是指投资者到国外建立与国内产品相关的子公司，在母公司和子公司之间建立专业化分工，一般有两种形式：一种是跨行业投资，母公司和子公司分别从事原材料开采、加工和产品销售，如为生产某种化工产品分别在不同地方建立与生产该产品相关的石油开采、炼油、化工产品制造和销售子公司；另一种是同行业投资，母公司把同一产品的不同生产工序分散到几个国家的子公司生产，如汽车制造，各个子公司分别制造汽车的零部件，然后集中到母公司或某个子公司总装配。横向一体化是指投资者到国外建立与国内生产和经营水平相同的子公司。这种子公司能够独立完成产品的生产和销售的全过程。

现在，对外直接投资出现了新途径，这就是投资者在国外建立与国内企业的生产和经营毫不相干的制造业企业。例如生产石油的跨国公司在国外投资到机器制造业、运输业、商业、房地产业等方面。从事这种投资的一般是资本实力雄厚的跨国公司。

发展中国家的具有专利、著名商标、专门技术、差别性产品等技术和知识上的垄断优势的企业，也正在按上述途径在国外投资制造业。但是，在这些国家，具有垄断优势的企业很少，因此，现阶段进入国外投资的一般是贸易业和运输业，也就是在国外建立贸易公司和运输公司。这些公司大都有制造业背景，为本国公司的制造品开辟销路，或者面对竞争保护现有的出口渠道，同在所在国享受关税保护的其他制造商竞争。这些公司一般设在市场中心。他们在所进入的国家的主要市场上建立分销机构，也可能建立货仓。这些公司在国外市场上不仅承担销售业务，还为国内企业承担购买进口品和搜集、提供国际市场信息等业务。

在海外市场融资是引进外资的一条重要渠道，因此，金融业也是发展中国家对外投资的重要行业。金融机构在海外投资的企业包括国内银行开设的分行，以及国内的一些非银行金融机构开设的分支机构。这些进入海外的金融企业，一般都设在金融中心，它们不仅开展一般的存贷款金融业务，也在当地市场进行投资活动，如证券投资等活动。

中国目前的海外投资企业基本上是以贸易企业为主。截至 1994 年底，经国家外经贸部备案的境外投资企业共 4497 家，中方总投资 51.6 亿美元。其中贸易性企业 2927 家，投资 32． 13 亿美元。贸易性企业占海外企业的 65%，是投资总额的 62%。[①]据新加坡《老板》杂志的一篇文章对中资在新加坡投资企业的调查分析：受调查的 54 家企业，贸易占 61.5%，服务业占 15.4

[①] 《中华工商时报》1995 年 7 月 2 日。

%，制造业占 15.4%，交通业占 3.8%，航空占 3.8%。[②]这种结构大体上反映了发展中国家对外投资企业的行业结构特征。随着其经济发展水平的提高，制造业的比重会逐步上升。

3.投资进入方式

厂商投资进入国外市场基本上有两种方式：一种是购买，一种是新建。

购买即收购国外市场上的现成企业，具体地说，购买目标国家市场上的企业股票。购买的股票只要达到一定的比例，就可取得该企业的控制权。购买进入方式的意义在于：第一，进入时间迅速，可省掉建厂的时间及一系列机器安装、调试、人员培训、建立生产组织体系和管理系统的时间。企业以这种方式进入海外，可及时抓住瞬息万变的市场机会。第二，可方便地获得当地市场的生产要素。厂商进入国外办企业，面对的是人地生疏的环境，办企业所需的要素如员工、原材料要从当地获得。购买现成企业也就现成地得到办企业所需的员工，企业原有的购买原材料和销售产品的市场渠道也保留了下来，这就可省去许多在目标市场寻找原材料供给和产品销售渠道的精力和费用。第三，取得原有企业的工业产权。如果被购买的企业中有商标、专利、专门技术等工业产权，购买该企业后也就获得了这些知识产权。如果没有购买该企业，要获得这些产权，就必须购买（当然，在收购该企业时，这些产权会折进收购价），况且，在通常情况下，这些知识产权不是那么容易买到的。

正因为购买方式有上述那么多好处，许多投资者进入海外选择了购买国外企业的方式。由于国外企业一般都实行股份制，因此购买一个企业无需按企业的全部价值购买，只要购买达到该企业股票控制额的那么多股票，就可取得企业控制权，特别是在企业处于市场困境或财务困境、濒临破产时，收购价格更低。

新建即投资者到国外目标市场新建企业。与上述购买方式相比，新建方式的主要缺陷是费时、成本大。但是，它也有购买方式所没有的作用。第一，新建企业完全可按照投资者的意愿进行规划设计，达到现代化的标准；第二，新建企业可不背原有企业的包袱，特别是在原有企业的人员素质、生产体系、组织系统不符合新企业要求时。现实中也会有许多情况迫使投资者只能采取新建的方式，例如投资者在当地找不到符合自己企业技术要求的企业购买；再如，有些国家的政府因担心减少竞争和外国投资者支配市场而对外国投资者购买本国企业有限制，在这样一些情况下，投资者会选择新建企业的方式进入。

无论采取购买还是新建方式进入国外，所形成的投资企业的经营方式一般有 3 种：独资经营，合作经营，合资经营。

独资经营是指在东道国建立的企业的全部资本为外国投资者所有，该企业也由外国投资者独立经营。实行这种经营方式，外国投资者拥有完全的经营管理权，投资者所特有的技术、知识、管理技能、出口渠道等产权可控制在企业内部。主要缺陷是企业的全部投资要由外国投资者承担，会面临很大的财务压力，同时在别的国家独立经营，面对的是不熟悉的经营环境。因此，

[②] 许华：《新加坡中资企业》，BOSS1996.3。

采用这种经营方式的大都是技术较为先进、资本较为雄厚、产品有广泛的出口渠道的企业。合资经营是指外国投资者和东道国的厂商联合投资共同经营的股权式合营方式。在这种企业中，按股权大小确定企业控制权是归外国投资者，还是本国投资者。企业收益按股分红。采取这种经营方式，企业投资不需由外方单独承担，外方和当地投资者共担风险，当地合资伙伴会从自身利益上关心企业发展。这避免了上述独资方式的两个缺陷，但在合资企业中合资各方的利益和人事上的摩擦时有发生。外国投资者对进入企业的自己所特有的知识、技术、管理、营销等方面的产权虽然还保留着控制，但也不可能保密。因此，采取这种经营方式的一般是外国投资者的资本不能满足投资项目需要，所进入的知识和技术已经进入公开阶段。

合作经营是外国投资者和东道国的厂商联合投资的契约式合营方式，它同股权式合营的合资经营方式的明显区别是，各方的出资不需折成股权，投资各方的权利和义务不按股份，而是按合营各方签订的合约规定。在采用这种经营方式时，一般是东道国企业提供土地、基础设施、厂房、员工，外国投资者提供技术、设备或出口渠道。在有的合营企业中，东道国企业方负责生产，外国投资者负责销售，权利和义务都在合同中载明。与合资经营不同，合作企业可在合营合同期内回收自己的资本。回收的方式，可以从企业利润分配中回收，可以从营业收入分配中回收，也可以从提取设备折旧费中回收。当然，在合营期间外国投资者须对合营企业出现的亏损承担责任。由于外国投资者在合营期满前收回资本，因此他必须放弃合营期满后参与清盘和分配企业剩余资产的权利，企业的剩余资产归东道国合作方所有。

以上比较表明，合作经营和合资经营在利用东道国投资者的资本和经营能力方面有共同的特征，在具体选择何种方式上则应以项目特点和自己的投资信心为宜。对一些项目目标比较明确、经营期不太长的项目，或者投资者对合营的长期性不确定时，一般采取合作方式。相反，投资项目的经营期限长，投资者对长期合营有信心，则一般采取合资经营方式。

最后需要强调，无论采取何种方式投资进入国外市场，无论在国外采取何种经营形式，都应有明确的效益目标。由于投资进入国外市场有较高的转移费用，在异国环境中经营风险加大，因此只有当在一定期限内，在目标国家的投资回报高于国内的经营，也高于目标国家当地同类企业的经营时，这种对外投资才值得。

4.国际避税

跨国投资在财务上的一个重要战略是国际避税，这也是进入海外投资的企业的一个谋利机会。

国际避税是指跨国纳税人利用各国税制规则的差异，在跨国经营活动中，采取各种方式来达到规避或减轻税负的行为。各国税制差别主要表现在两个方面：一是税收管辖权的差别。有的国家实行属地原则，只对本国属地的全部所得征税；有的国家实行属人原则，只对本国居民和非本国籍的居住（满规定的期限）居民的全部所得征税。二是税率的差别。其中包括税收起征点的差别，比例税率还是累进税率，征管方式，税收优惠等方面的差别。由于存在这些差别，国际避税便有可能。跨国纳税人只是利用各国税制的差别而没有违背各国的税法进行避税，所以称为合理国际避税。如果违背各国

的税法和国际税收协定，以非法手段来达到减轻或逃避税收的目的，则是国际逃税。

跨国企业进行国际避税主要有以下几种方式：

（1）选择纳税地。针对各国税收管辖权的差异，跨国企业可在几个国家注册，纳税时就可视哪个国家的税制对己有利就在那个纳税地纳税。现实中有一些地区是国际避税地，这些国家和地区，或者是纯粹国际避税地，没有个人所得税，没有财产税等，如巴哈马、百慕大群岛、开曼群岛等地；或者是只实行地域管辖权，放弃公民管辖权，课征较轻的所得税、财产税，同时实行多种涉外税收优惠，如安哥拉、巴林、黎巴嫩、瑞士、香港、马来西亚、巴拿马等地；还有一些国家的税收比较灵活。国际避税地的存在，为跨国企业进行国际避税提供了避税“乐园”。跨国企业往往在避税地或低税地设立招牌公司，以此为基地进行避税。其途径包括：A.虚构销售机构，即将设在避税地的子公司当作虚构的销售中转机构，在把高税地母公司的货物直接销给另一家公司的过程中，表面上制造货物经避税地子公司中转销售的假象，母公司的所得就可以打入该公司的帐上，达 到避税的目的。B.虚构信托财产，即在高税地的母公司在避税地设立信托子公司，并将母公司的财产虚构为避税地子公司的信托财产，这笔财产在母公司所在地的经营所得便归入避税地子公司名下。C.在避税地设立持股公司，将在非避税地公司的利润充作股息汇至避税地持股公司。D.在避税地设立的金融保险机构，为非避税地的公司提供金融和保险业务，非避税地公司的一部分收入作为接受金融和保险服务的开支转到避税地。

（2）转移定价，即跨国企业内设在不同国家的子公司在交易中不是按当地市场的价格，而是在内部通过人为的定价，“高进低出”或“低进高出”，使利润从较高税负的国家转到较低税负的国家。具体地说，是通过内部定价，把高税地的销售收入降低，把低税地的销售收入提高，达到总的税负降低的目的。

（3）资产流动。跨国企业通过其设在各国的子公司或分支机构，将资金或动产进行避税转移。例如，总公司可将总利润在各国子公司之间分摊，寻求最有利的纳税组合。设在高税国的子公司可以通过母公司贷款投资，而不是由母公司参股投资，因为贷款利息可作为费用，股息则不能。

最后要强调，国际企业应该充分利用各国的税制差别进行合法避税，但决不应该违背各国税法进行非法逃税，否则，所造成的损失将是不可估量的。

第七章　企业的国际化经营和管理

对外直接投资导致企业到海外办企业，即产生了跨国公司。由于跨国公司名称繁多，例如多国公司、国际企业、超国家公司、全球公司、宇宙公司等，为了简明起见，本章一律称之为国际企业或国际公司。国际企业面临着远比国内企业复杂得多的国际环境和东道国环境，因而国际企业的管理工作也相应地复杂和艰巨得多。国际企业的经营管理涉及制定战略计划、组织管理、生产管理和控制活动等四个方面。

一、战略计划

国际公司与普通企业一样，都有自己详尽的计划体系。这种计划可以使公司管理人员认清企业所面临的机会和威胁，是指导全体员工各种行为的准绳，是各级管理人员协调公司工作的原则。它还可以起到激励员工努力完成目标的作用。作为一个国际公司，计划工作的重点是战略计划体系。

1.制定全球战略计划的步骤和内容

一般说来，制定全球战略计划有以下几个步骤：

（1）分析公司的外部环境；（2）分析公司的内部环境；（3）确定公司的经营业务和目的；（4）制定公司的目标；（5）量化公司的目标；（6）制定公司的战略；（7）制定相应的战术计划。

从右图可以看出，国际公司制定战略计划的步骤与单纯的国内公司制定战略计划的模式基本相同。但是，国际公司比国内公司具有更多的不可控制的变量，并且面临着更为复杂多变的外部环境。

根据右图所示，我们分别研究和讨论全球战略计划的基本内容。

（1）国际、国内环境分析。由于公司的管理人员不能控制这些变量和因素，只能认识和了解它们，因此管理者不仅需要掌握这些因素的当前状况，而且还必须能够预测它们未来的运动方向和变化趋势。环境调查步骤基本类似于市场调查步骤，故不在此赘述。

规模较大的公司，都有专职的计划人员。这些专职的计划人员全权负责国际、国内环境分析，汇集来自公司各个领域、各个职能部门的信息。环境分析的主要工作内容有：综合研究与发展部门、市场部门和其他部门的信息，对竞争对手的情况进行分析；分析各种风险，建立各种环境风险指数体系，如“经营环境风险指数”、“国际企业经营评估系统”等；建立完整的国际环境分析数据库。

（2）公司可控变量分析。包括现状分析和预测两大部分。计划人员在汇总各个职能部门呈递的信息的基础上起草报告，报告主要包括以下内容：A.明确本公司的优势和劣势；B.估算本公司所具有的人力、物力和财力资源；C.指明公司所要完成的目标；D.是否需要增加、减少或更新企业的目标。

（3）确定公司的经营业务和目的。确定企业经营业务和目的也就是决定该企业究竟从事何种业务，提供何种产品或劳务。企业经营业务和目的必须根据内、外部环境分析的结果而定，而且还应随环境的变化作出相应的调整。可口可乐公司是这样定义它的经营业务和目的的：“可口可乐公司是全球最大的软饮料商，它还是全球名列前茅的影视制造商和发行商。此外，它在美国桔汁及其制品市场上处于领先地位。”可口可乐公司的竞争对于百事可乐则如是说：“百事可乐公司在软饮料、快餐和旅馆业三方面居于美国和世界先进水平。

（4）制定公司的目标。依照公司的经营业务和目的具体地制定的公司的目标，直接指导着企业的行动，并且保证企业的生存。某公司曾这样规定了自己的目标：“企业长期利润和股东利益最大化。”

（5）量化公司的目标。如果企业的目标可以量化，那么绝大多数管理人员会将未来的目标用具体的数字精确地表示出来。因为，明确的目标便于执

行和监督。例如，某公司将企业长期利润和股东利益极大化量化为下述目标：在 1987 财务年度 中，投资收益率为 13%，年销售增长率为 5%（包括通货膨胀率）。

尽管大多数高级管理人员偏爱能够得到验证的量化目标，但是非量化或方向性的目标仍然十分普遍。例如，百事可乐公司曾经制定了一个加速利润增长的目标，尽管目标没有量化，但是它为管理人员制定战略提供了指南。

（6）制定公司的战略。为了完成企业的目标，管理人员必须制定公司战略（或行动计划）。这些战略和计划必须充分考虑企业的外部环境和自身的优缺点，并使它们完美地结合起来。例如，假定外部分析认为，日本政府不久将开放国内市场，日本的竞争者正准备大举进入中国市场，那么，中国企业是采取防御性的措施来保住本国市场呢？还是要采取进攻性的补贴措施打进日本市场呢？或者双管齐下呢？这取决于决策者的魄力以及企业自身的力量。

在选择企业战略时，管理人员必须考虑企业文化。例如，当管理者决定采用一个包括质量管理小组的质量控制系统时，如果没有雇员参与这一决策过程，那么，企业的战略中应包括使雇员接受这一企业文化所花费的时间和成本。

公司战略具有以下两个特性：A.普遍性。所谓公司战略的普遍性是指每个公司都有自己的战略，如同每个企业都有自己的特定目标一样，相应地为实现目标就必须有企业特定的战略。例如，百事可乐公司为了达到加快利润增长的目标，制定了以下战略：增加产品品种和扩大消费者人数，以满足更加细分化的市场；通过现行的以及新增加的销售渠道使产品能够抵达更多的消费者：生产时髦产品以便吸引新一代的消费者；加强和扩建基础设施，使公司在现有的市场上更具竞争力并开拓新的市场。B.应变性。由于企业的外部环境经常发生变化，管理人员已经不再满足于单一的一套战略计划，而是常常准备多套被称为“假设如何”（what—if）的应变方案。这些应变方案通常考虑了多种未来状态，分别把最可能发生的、最坏的和最好的几种情况制定出来，因而也就具有相当的灵活性。

（7）制定战术计划。与战略计划相反，战术计划（有时亦称作业计划）必须详细地解释如何行动才能达到企业的目标，也就是说，战术计划非常具体、明确。例如，一家从事食品业的美国公司的英国子公司，欲在未来的一年中把销售额提高 20%，其战略是将机关、大学、研究所等的消费者扩大 30%，战术计划则包括增雇 7 位销售代理商、参加 4 个交易会、每两个月在两家期刊上刊登广告等十分详细的行动和措施。

2.战略计划的特点和实施方法

战略计划的两个重要方面是销售预测和预算。销售预测不仅为管理人员提供销售收入和销量的概数，也为其他职能部门（如生产部门、财务部门）提供工作的依据，预测和预算在企业内部具有一种协调所有管理职能的作用。它为管理人员提供未来行动结果的说明和解释。

战略计划一旦制定，接下去的工作就是贯彻执行。管理人员常常使用的方法有两类，一是政策，二是程序。

政策是由高层管理人员制定的企业行动指南，其目的是帮助中下级管理

人员解决各种问题。政策比较广泛，它们主要是解决方向性的问题，在各级生产经营单位中起促进协调一致以及使管理成本极小化的作用。例如，如果销售政策是将商品批发给批发商，那么，营销经理必须通过批发商而不是直接销售产品。

程序具体地描述了某些工作或任务应该如何完成，怎样才能保证公司所有成员行动的协调。例如，绝大多数跨国公司的总部都要求子公司按照规定的程序编制年度预算。这套规定的程序使得所有的预算以统一的规格和标准进行编制，便于各子公司间的相互比较。

按时间长短，战略计划可以分为长期、中期和短期计划。但是，长期计划的期间究竟有多长，短期计划究竟为多短，一直是众说纷纭。对某些企业来说，长期计划是指五年期的计划；对另外一些企业来说，这只能称为中期计划，它们的长期计划指 15 年或更长时间的计划。短期计划一般 1—3 年。然而，有些长期计划却需要年年修订。更进一步，时间长短还随企业年龄和市场稳定性而变化。例如，一个新企业很难制订出 3 年以上的计划；而对一个市场稳定的成熟企业来说，5 年或 6 年的计划并不算很长。

3.战略计划的新趋势

60—70 年代，战略计划一般由公司的高级主管和计划人员一起讨论和制定，然后交下属去执行。然而， 80 年代以来，由于企业外部环境的变化，战略计划在下列三个方面也发生了重大变化：

（1）谁制定。 70 年代中期，战略计划制定者在公司中的地位已日趋重要，他们通常为每个子公司规划蓝图，然后递交下属单位执行。通用汽车公司的总裁罗杰·史密斯曾经说过：“我们将那些杰出的计划者集中起来，赋予他们任务，然后开始去做我们必须做的事情。”

但是这种计划模式有许多缺点，一方面随着计划者权力的增大和子公司经理影响能力的减弱，计划者和管理者之间的敌意和冲突也日益严重；另一方面由于外部环境的迅速变化使详细的长期计划变得不可能，所以，管理人员不能不制定短期的和简单的行动方案。宏大的、详细的计划不像过去那样有价值，这就降低了专业计划人员的作用。激烈的竞争也使得公司和行业的有关实际情况必须纳入计划制定体系和过程，因此，子公司的高级管理进入了计划决策过程，这导致了企业传统计划模式的改变，以及专职计划人员的减少。例如，通用电气公司将公司的计划人员由 58 人裁减到 33 人；通用汽车公司也认为：“计划是每个一线经理的职责，计划人员只起催化剂的作用，而不是为每个子公司制定行动方案。”

（2）如何制定计划。 60 年代，企业运用电脑模型和复杂的预测方法去制定庞大的计划。这些计划不仅内容宏大，而且十分详细。一位高级主管曾说过：“公司创建出能够跟踪任何事情的管理体系去制定计划，其结果是我们的计划越来越详尽。”

将重点放在数量经济方法上导致了管理人员只重视那些能够量化的因素，然而，有关社会政治方面的不能量化的因素在当今的企业活动中起着越来越重要的作用。另外，不确定性规模的升级和各种危机的发生，使许多精心描绘的预测变成一堆废纸。

由于上述种种问题，许多公司的计划趋向于非结构格式和更短的篇幅。

通用电气公司的总裁认为：“ 战略计划可以压缩到一至两页纸。 ”

（3）有何内容。计划的内容复杂多样，一般来说主要包括问题、战略和执行等几大部分。英荷壳牌石油公司的计划主管认为：“ 壳牌石油公司已经摆脱了机械的方法论，现将工作重点放在对本行业有重大影响的外部动力和压力的概念性和质量性的分析预测上。壳牌计划工作者努力的方向是那些对决策有特殊作用的因素，包括竞争、政治、经济、社会和技术因素。在全球公司里，管理的层次越高，管理人员的视野和工作重点也越趋向于全球的变化。 ”

二、组织管理

计划和组织是紧密相关的。组织工作一般紧随着计划工作，因为计划工作的执行有赖于组织。企业战略的改变通常需要组织进行相应的调整和重新设计；反过来，组织的变动也会引起战略的变化。在进行组织结构设计时，管理人员常常面临两个问题：A.寻找最佳部门化的方法，以便最大地获得专业化分工的利益；B.协调企业的各种活动以达到企业的总体目标。众所周知，这两个目标是矛盾的。也就是说，从加深专业化分工所获得的利益可能会被因此而增加的协调成本所抵销。管理者需要不断地追求两者的最优平衡，因此，企业结构一直处于变化之中。

1.国际公司组织结构的演变

一般说来，企业先是出口产品进入外国市场，随着国外销售额的增加，企业逐步建立海外销售机构，最终在海外创立生产公司。当企业的涉外活动和程度发生变化时，组织机构也随之变化。开始的时候可能由于没有专门负责国际业务的机构，每个国内生产部门各自管理自己的出口业务，后来，会成立一个专门负责出口业务的出口部。如果企业开始海外投资时，那么所有海外业务均由新建立的国际部主管。一般说来，国际部按地区组织， 1BM 公司和福特公司就是典型的例子。1BM 公司的机构详见图 7—2。

当海外业务范围日趋广泛、重要性日益加强时，大多数管理人员认为有必要撤销国际部，并在产品、地域或职能的基础上建立世界范围内的组织机构。管理人员在构造新的组织结构时，必须考虑以下三点： （1）新的组织能够适应新的竞争战略；（2）通过世界范围内产品的标准化和制造合理化降低生产成本；（3）促进技术转移和公司资源的合理配置。

2.国际公司组织结构的基本形式

国际公司的组织结构有以下几种基本形式：

（1）全球性产品组织结构。这种结构形式可追溯到没有出口部门的时代，在这种结构中，国内生产部门负责自己产品的出口业务。为了管理海外业务，每个产品部门都有各地区专家。这虽然避免了国际部中产品专家的重叠，但却造成了地区专家的重复。为了消除在每个产品部门都设置地区专家，管理人员另设一个由地区专家组成的国际部。这个国际部可以为产品提供咨询，但没有直接指挥的权力。（见图 7—3）

（2）全球性地区组织结构。以地理区域为基础的划分方法将国际公司分为若干个地区分部，每个分部全权负责和处理该区域内的一切业务活动。这种组织结构使总公司的任务大大减化，因为每个国家的业务部都总属于地区部门的经理，如图 7—4 所示。

国际公司在这种结构中将母国看成与其他地区一样，进行资源配置和管理。例如，一些美国国际公司设立了北美分部，该分部包括加拿大、墨西哥、中美洲以及美国本土，这可能是强调全球公司的高级主管对所有分部都一视同仁，没有偏袒。

地区组织结构比较适合那些生产成本低、技术水平稳定、营销能力强的

生产企业，也适合于产品比较分散、每种产品依赖于不同的外部环境的厂家。例如快餐、医药、家用电器企业等十分乐意采用这种组织结构。这种组织形式的缺点是：每个地区分部都拥有自己的产品专家和职能部门，结果又出现了产品部门中的地区专家重复。另外，在这种组织结构中，地区间的产品协调十分困难。为了解决这个难题，总公司设置专门的产品专家职能部门，该部门虽然不拥有对地区分部的直线权力，但也可以就产品问题提供咨询服务。

（3）全球性职能组织结构。国际企业在最高层次按职能建立组织结构。在这种结构中，划分营销、生产、财务、行政、工程、人事、研究与发展等部门，每个部门的主管直接向最高管理人员负责（如图 7—5 所示）。这种职能组织结构比较适合于产品生产范围比较窄且高度组合化的制造厂家，例如飞机制造商。

（4）全球性混合组织结构。在这种混合组织结构中，企业在最高层次同时使用以上所述的多种组织形式。如图 7—6。

这种混合型的组织结构可以提供比较灵活的、适应公司需要的组织形式。它比较适合于规模庞大、产品种类繁多、分布广泛的大型企业。

（5）全球性矩阵组织结构。矩阵组织结构是在保证管理直权力脉络清晰的同时，将产品、地区和职能融合为一体的组织结构形式。在这种结构中，产品和地区经理往往处于同一水平等级上，他们的工作范围也有重叠。例如，一个负责在德国营销业务的经理，既要对地区经理负责，也需要听命于总部的营销经理。图 7—7 就是一个简单的矩阵组织。

尽管矩阵组织结构形式使企业具有能够充分融合产品、地区和职能等的优点，但是它也有一些缺陷。一个问题是当企业按二维进行组织结构时，在任何一个问题上最终须由三方面的负责人达成共识，这无疑会导致决策的非优化、迟缓、相互推倭和扯皮等。如果三方出现重大分歧，矛盾上交更高一级的经理，又会使高一级的经理必须协调和处理本不属于他的业务和工作。

事实表明，组织结构并没有一个一成不变的模式，在企业实践中，出现了下列几种新的组织结构形式，这些形式可以说是上述基本形式的变种。

（1）战略经营单位。所谓战略经营单位是指具有特定市场、竞争者、资源、规模，由单个经理负责的独立的经营单位，它首先由英国通用电气公司在产品组织结构的基础上发展演变而来。大部分战略经营单位建立在产品线之上，如果某一产品线发展到多个市场上时，一个全球性的战略经营单位可能分解为许多市场/产品战略经营单位，以便能更好地为不同的国家服务。

（2）部门或作业单位。拥有许多战略经营单位的企业常常将这些经营单位合并成较大的业务单位。这些业务单位有的称为部门（如 3M 公司），也有的称为作业单位（如吉利公司）。它们的负责人直接听命于企业高级主管或者由公司的副总经理或副总裁兼任。

（3）自由管理设计。所谓自由管理设计是指总公司允许当地经理自由地组织企业，但必须能保证完成总公司下达的利润等指标；与此同时，总公司通过任务或项目等途径提供各种支持和帮助。这种结构形式开始于 60 年代，比较适合于大型企业集团，对那些技术革新比较迅速的企业（如计算机和机器人等）也较适用。

是否选择这种结构形式取决于高级主管人员的管理哲学和价值观。当他们的价值观发生变化时，组织形式也发生相应的改变。世界范围内的竞争和

消费者的偏好，都会促进企业组织的变革。

综上所述，不管企业采取何种组织形式，一个良好的组织结构应该具有以下几个特征： （1）组织结构应该简洁明了，使人一目了然。但是简洁并不是简单，它不遗漏任何一点； （2）经济。便于维持和控制，并且可使摩擦最小化；（3）工作的方向是产出而不是过程，换句话说，就是重实效而不重形式； （4）能够被任何一个个人或团体所理解； （5）决策迅速，并诉诸于行动； （6）稳定，能抗干扰； （7）超前性和自我更新性。组织形式能够在自身内部培养出未来的领袖，并且有助于每个人的发展，还易于容纳新的思想和事物。

三、生产管理

国际的生产管理是企业国际化的重要内容之一，其基本原则不仅适用于制造性的跨国公司，而且同样对某些服务性（如餐饮业）行业有效。现在从国际公司生产体系国际标准化和当地生产系统这两个生产管理中的核心问题着手，研究和讨论国际公司的全球管理体系。

1.生产体系国际标准化

所谓生产体系国际标准化是指某个国际公司在它所属的所有子公司或其它分支机构中，在生产设备、生产运行、生产管理以及产品等方面推行统一的标准。换句话说，假如某一国际公司在世界各国有 20 个子公司或分支机构，那么母公司将要求它们采用相同规格的生产设备，相同的生产工艺、相同的管理方法，生产出相同质量、规格的产品。

生产体系国际标准化也可称为生产国际标准化。但是，这里需指出的是：生产国际标准化仅指某个国际公司内部不同子公司之间实行的单一标准，而不是指不同国际公司之间生产体系的统一。例如，甲公司可以有自己的国际标准，乙公司也有自己的国际标准，甲的标准与乙一般来说不会相同。因此，这种标准化与某些行业在全球范围内制定的零部件或产品的统一标准截然不同。

推行生产国际标准化有许多潜在的利益，主要表现如下：

（1）设计和计划。当母公司需要建立一个新工厂时，由于生产系统的标准化，它只需按原有工厂的模式进行重建。这不仅使工作简便快速，而且还能大量节约成本。其原因在于：设计师只需从原有文件中复印一份同样的图纸和文件；可以向供应商定购与以前相同的机器设备；技术部门可以不加修改地提供当前所需的制造规格；可以派原有工厂的职工和技术培训人员来新开设工厂迅速训练工人；可以根据以往的经验比较准确地估计新工厂的建造和开工时间。总而言之，生产系统的标准化大大减少了计划和设计新工厂的时间和成本，并可避免新建工厂时常常碰到的许多难题。据研究，在化学和石油加工行业中，建造第二个工厂的成本比建造第一个工厂的成本降低 34%，建造第三个工厂又比建造第二个工厂节约 19%。

（2）供给。将企业的供给过程联成一个体系是企业管理中一项很重要的工作。该体系应包括原材料零部件、生产设备的购买、运输等活动。生产过程和设备的标准化为各工厂零部件的互换性提供了保证，而这种互换性又使各个子公司之间能够实现专业化分工，并由此获得较大的规模经济以及在某些国家或地区降低成本。另外，当外国子公司不能在当地购置原材料和机器设备时，它们可以向总部寻求帮助和支持。因为统一的过程需要相同的原材料，购买者只需增加购买量，且同时又能获得批量折扣。当然，如果需要特殊的材料，购买部门只得求助于新的销售商，以较高的价格小批量地订购原材料。

（3）生产合理化与规模经济。传统的生产体系是各个子公司都为其所在国市场提供产品。而现在情况则大不相同，某一子公司只生产有限的几种零部件供所有的子公司使用，这种现象称为生产合理化。例如福特 Escort 小汽车的零部件来源于 15 个国家；而总部位于瑞典的 SKF 公司已将其滚珠轴承的

种类从数年前的 5 万种减少到目前的 2 万种,其中的 7 千种由 5 个工厂生产，另外的 1.3 万种则专门由 1 个或 2 个工厂生产制造。上述例证表明，要使生产合理化成为可能，企业就必须有选择地生产那些世界统一或地区统一的产品，然后安排每个子公司为其他子公司生产某类或某几类零部件，这样就可以获得较大的批量而降低成本，比一个子公司在所在国生产最终产品要好得多。对差异不大的产品来说，生产的合理化可以使企业获得生产上和工程上的规模经济。例如，日产汽车公司已经在墨西哥采用了最先进的方法，诸如 CAM （计算机辅助生产），其原因是通过出口可以大量进口原材料。再如福特汽车公司通过其在英格兰的一家工厂向所有欧洲子公司供应发动机。

（4）控制。当生产设备相似时，海外子公司的质量控制比较容易，因为管理人员可以期望所有的工厂按照同一标准进行生产。所有子公司呈递的报表都可以直接相互比较，偏离标准的行为（例如废品大量出现）可以被迅速纠正，并采取补救措施。单一的标准可以减轻维修和生产控制工作，同样的设备不论位于何处，应该以相同的速率生产产品，且维修频率也应相同。当然，由于人员和设备因素（如灰尘、湿度和温度等），完全相同是不可能的，但是对于同类机器来说，至少可以根据当地的客观情况进行有效管理，而且，其他生产单位的维修经验（诸如大修理的频率）和零部件的储存，可以帮助工厂避免因突发性停工而造成的巨大损失。

尽管生产体系国际标准化有许多优点和潜在的利益，但是子公司所在国的各种环境因素使得标准化的推行困难重重。这些环境因素包括经济和政治的力量。就经济因素来说主要是指市场容量。开拓和占领当地市场是企业跨国经营最主要的目的之一，因此，跨国公司为了应付各式各样的生产需要，要么选择资金密集型的、自动化程度高的、生产能力大的专用生产设备，要么选择劳动密集型的、半手工的、生产能力较小的通用工具或设备。自动化程度高的设备弹性较差（由于受产品种类和批量大小的限制），但是一旦建立，就可以在数十天或几天之内生产出足够供应某些市场一年的产品。许多工厂通过这种途径来解决这个问题：在市场较小地方的工厂安装较多数量的同类设备。但是，对那些在大批量生产中只用一两台大型设备或经济批量也较大的工厂来说，这个问题就很棘手。例如， 1959 年斯里兰卡要求前苏联帮助建立一家轧钢厂，前苏联轧钢厂最小批量为年产 6 万吨，西方发达国家的平均年产量约 100 万吨，而斯里兰卡当时年总需求量仅为 3.5 万吨，要求的产品品种却很繁多。

虽然一些环境因素妨碍了国际公司推行生产体系国际标准化，但是跨国公司在实践中积累了许多推行生产体系国际标准化的经验。主要有以下几种方法或途径。

（1）计算机组合制造（CIM）体系。如前所述，市场容量的不同使企业在高产出的专门化设备和低产出的通用化设备之间面临两难选择。但是，跨国公司可以采用计算机组合制造（CIM）体系。通过读条形码，该体系就能按照操作者的要求，使机器生产任意一个或另一个零件，这就降低了零件生产的经济批量。但是，该体系受到产品形状、大小以及所采用材料变化的限制，更重要的是其高成本性和高技术性使得运用范围仅限于工业化国家。

（2）混合设计。整个生产线是资金密集型和劳动密集型的混合型。资金密集型的技术用于整个生产线的核心部分，其目的是保证产品的质量。例如，焊接用机器完成，而油漆、包装、材料运输由手工或半手工设备完成。

（3）中间技术。所谓中间技术，即介于资金密集型和劳动密集型之间的生产方法。最近几年来，人口增长和资本成本上升的压力已经迫使发展中国家寻求非高自动化的生产方法。这种方法能够创造新的工作岗位，需要较少的资金，且能够生产出足够好质量的产品。中间技术的来源有二：一是其他发展中国家，这是发展中国家跨国公司的优势所在；另一是发达国家。发达国家没有现成的中间技术，而只能重新研制。这样，采用中间技术而引起的成本减少可能会被较高的安装转移费用抵消。

（4）适用技术。这里的适用技术是指中间技术、资金密集型技术和劳动密集型技术的组合。菲利浦公司一直致力于利用一个国家已有的生产某种零件的资源和能力来实现满足市场的最佳技术组合。和追求中间技术不同，菲利浦的重点是运用适用技术，它根据经济、社会文化和政治环境的不同，采用从最先进到最原始的技术。以制糖业为例，采用这种技术组合，在印度用相同数量的资本，可以建造一个仅有 900 名职工、年产达 1.2 万吨糖的大型工厂，也可以建造 47 个总共拥有 1 万名职工、年产共 3 万吨糖的小厂。

2.当地生产系统

国际公司在母国有自己的生产系统。与此相对应，国际公司在东道国的子公司或其他分支机构的从事生产性活动的系统，被称为当地生产系统。如前所述，跨国公司极力推行生产体系国际标准化，这使得当地生产系统无论在组织上，还是在生产上，都是母公司生产体系缩小的翻版。但是，由于东道国环境常常与母国差别太大，当地生产系统不可能完全照搬母国生产系统，而必须根据当地具体情况灵活地设计和操作当地生产系统。

国际公司当地生产系统在设计方面与普通企业的区别，主要集中在厂址选择和人力因素两方面。

（1）厂址选择。厂址选择十分重要，因为它影响生产和运输成本。在可接受成本下确保原材料、水和能源之后，管理人员将寻求最低成本的选择。最初的选择不仅要考虑最低的生产和运输成本，还需考虑市场需要、竞争者厂址、职工的偏好（气候、娱乐设施）和当地政府的有关政策等因素。政府为了限制大城市的拥挤，常常禁止在大城市建厂，或为远离大城市的地区建厂者提供各种优惠条件。例如，在意大利南部的 Mezzo-giorno 建厂可获得软贷款、减免税和最多可达固定资产 40%的贷款。又如，从 1989 年以来，外国公司在墨西哥建立的拥有全部所有权的子公司必须在墨西哥城，蒙特雷（Monterrey）和瓜达拉哈拉（Guadalajara）之外，因为政府认为这些城市已经十分拥挤了。然而，在很多情况下，选择远离主要城市的厂址尽管有政府的优惠政策、廉价的土地和低劳动力成本等优势，但这些好处常常被昂贵的储存和运输费用抵消。再如许多国家还规定，外商投资企业的厂址必须设于国家选定的出口加工区，韩国、新加坡以及其他 50 多个国家均有此类出口加工区。

（2）人力因素。为了安全和便于操作，进口机器的控制标准常常需要修改，在母国无需使用的备用升降设备在外国可能必备。如，面对文盲，安全信号必须包括图画；在使用多种语言的国家或雇佣大量外国工人的工厂，需要用多种语言标明各种标语。

工厂设计者可以使用适合的颜色提高生产效率，如将工作区的墙壁涂成

淡蓝色和绿色，将安全装置涂成红色，用桔黄色标明安全出口等。尽管许多色彩的含义被世界各国所接受，但是，跨国公司事先必须进行详细的了解和调查。

在许多发展中国家，由于汽车价格昂贵，雇员一般骑自行车上班，所以自行车车棚必不可少。如果在一起工作的工人来自不同的文化背景或信仰不同的宗教，那么必须提供特殊的饮食餐馆。凡此种种特殊情况皆由环境引起，设计当地生产系统时需仔细考虑。

生产系统投入运行之后，企业将劳动力、原材料和机器结合在一起，在规定时间内生产出符合要求的产品。在这个生产过程中，跨国公司的当地生产系统常常出现下列几个问题：

（1）低产出。

生产系统不能达到设计的产出水平。常见的原因有以下几方面：

一是原材料供应商可能不能按期交货，或者所交付的原材料不符合规格。这种情况在发展中国家的卖方市场中很常见，当然在发达国家也偶有发生。购买部门必须使供应商知道按期交货和符合规格的重要性，尽管在发展中国家常常由于只有一个供应商而使这种策略难以奏效，不过提高价格和选派技术人员去帮助供应商常常可以改变这种状况。

二是生产日程不协调，使供货期延长。例如，已经装配好的汽车等待保险杠，生产工人由于不了解全面情况而不知道其本职工作的重要性。有些企业仅仅因为告诉雇员应该怎样做以及为什么要这样做，就改善了雇员对工作的态度，提高了劳动生产率。当企业致力于工人参与管理时，这一点就变得更加重要。这里特别要注意到不同国家管理人员和工人的文化背景。例如，日本在美国的企业推行自己的生产方法遇到麻烦，主要是因为美国管理者与工人之间的差别远比大多数发展中国家小得多；再如某些国家文化中盛行当老好人的做法常常导致生产的停顿。

三是缺勤。企业常常为对付缺勤而努力。当低效率的交通系统不能及时运送乘客时，公司常常要提供交通工具。为了对付生病和受伤带来的缺勤，企业为职工提供午餐以保证营养，提供特制的鞋和防护服。当然，管理者还必须说服工人穿上他们从未穿过的防护服装和装置。当雇员有个人问题（如债务、婚姻、与警察的纠纷等）时，企业必须提供帮助并扮演保护人的角色。

海外经理经常表现为能接受这种高缺勤率和低生产率，而不是试图去纠正这种现象。事实证明，那些运用母国的校正手段并稍加修改的经理们，已在这个问题上取得了很大的成功。解雇不满意的工人可能是在母国最常用的手法，但在当地却为法律所不能容忍。然而，有些方法也能取得与母国同样的成功，例如，持续的充满生机的雇员培训、良好的工会关系、赞助体育运动、设立有报酬的意见箱等。

（2）低质量。

在发达国家为获得高质量所做的工作在发展中国家却可能导致低质量，原因在于那里缺乏维修和操作技能以及其他零件。当母公司坚持所有海外子公司都必须保持同国内工厂同样的高质量标准时，可能会导致一系列问题。当地生产系统可能不得不接受低质量的原材料且重新加工，母公司为维护国际声誉所制定的产成品标准会导致成本过高，但是，母公司可以通过允许子公司使用不同的商标来解决较低质量产品的问题。另外，质量控制的工作不仅子公司，而且母公司也必须做。事实上，几乎所有的跨国公司都要求他们

的外国子公司定期呈送产成品用于质量测试。

（3）高成本。

若生产成本超过预算则称为成本过高。过分乐观的销售预测，不能及时地保证获得基本原料，水、电和其他能源突然中断都会导致高成本，但是，储备过量和不允许解雇工人则是最重要的两个原因。

管理人员一直试图将原材料、零部件和产成品的储存量压到最低限度，甚至为零。但是，当供应不确定时，储存就不可避免了，特别是在短缺经济中，这种现象在发展中国家很常见。生产系统趋向于储存较多原料，以避免改变生产日程带来的巨大损失；维修人员也不得不预备较多的零部件以防短缺；营销人员由于害怕拖延交货，通过建立产成品储存以避免失去市场，由此导致大量资金积压，储存成本高昂。许多国家的劳动法规使解雇工人十分困难而且成本昂贵，在技术工人缺乏的国家，即使法律允许，管理人员也不敢解雇他们，原因在于再需要他们时就难以找到了。

四、控制活动

每一个成功的企业部使用控制手段来保证计划的实施，纠正在运行过程中出现的偏差，并且根据计划完成情况对执行人员的行为作出评判，给予相应的奖励或惩罚。跨国公司的控制方式从本质上讲与普通企业没有区别，但是，跨国间的控制活动远远比仅仅在一个国家行使职能要复杂得多。不同的社会经济制度，不同的语言文化背景，不同的税率和财务管理方法，不同的货币、劳动力成本和市场规模，不同的政治稳定程度和经济发展状况，都使跨国公司比国内企业更需要控制工作。

母公司对拥有 100%股份的于公司的控制和对拥有不足 100%股份的控股子公司的控制，程度是有差别的。对拥有 100%股份的子公司，跨国公司的决策和控制活动存在三种形式：一是在国际公司的总部进行决策；二是在子公司进行决策；三是某些决策由总部作出，某些由于公司作出，还有一些由总部和子公司相互协商，共同决策。究竟采用哪种决策形式取决于很多因素，其中一些比较重要的影响因素有： （1）产品和设备的特点； （2）子公司的管理能力以及总部对子公司的依赖程度； （3）国际公司的规模和历史； （4）子公司局部损失； （5）子公司的自主性和积极性。

1.产品和设备的特点

产品、设备的标准化对采取何种决策形式有着十分重要的影响。一般说来，产品以及制造产品的设备应该适应其所在国的市场。但是，企业实行全球标准化所获得的利益往往大于由此而产生的在各个国家的损失之和。设备的标准化将降低购买设备的费用和设备操作、培训、维修以及零部件费用，而且产品标准化可增强获得资源的灵活性。例如，当某一产品在更多的国家生产时，如因罢工、疾病、政治动荡、通货膨胀问题严重影响某个国家的生产，甚至导致企业活动中断时，该种产品仍可以从其他国家获得。当产品和设备在全球范围内或几个国家内推行标准化时，母公司的集中决策较强。

但在有些场合，按所在国市场组织生产实现的潜在利润比推行标准化后的利润大，影响潜在利润的因素包括子公司的市场规模、当地竞争对手和出口到具有相同特点区域的可能性。在这种产品或设备非国际标准化的场合，决策一般是由总部和子公司互相协商、共同作出的，但总公司有权否决子公司的决策。

产品进入第二市场的决策权。一种产品在被母公司推入规模较大市场之后，往往会纠正一些缺陷或改进功能再打入某些规模较小的市场，这个规模较小的市场被称为第二市场。母公司力图使已经发现的错误不再在第二市场上重新出现。尽管一些子公司希望生产这些改进后的产品，但是，关于第二市场问题的决策权掌握在跨国公司总部手中，因为这种决策必须保证产品质量、性能的一致性，考虑市场时机和产品改进的成熟性。

2.子公司管理能力和总部对子公司的依赖程度

对子公司管理能力的依赖程度取决于双方管理人员相互了解和对公司政策的理解程度，以及总部管理人员对东道国的情况是否熟悉、东道国与母国

距离的远近、母公司规模的大小和历史的长短。

一些跨国公司喜欢将有前途的管理人员频繁调动于总部和子公司之间，这使得这些管理人员可以在第一线了解公司总部的政策，并且发现子公司可能出现的问题。这项调动政策的实际效果虽然很难测量，但是它确实增加了不同子公司之间或总公司与子公司之间管理人员的相互依赖，加强了他们的交流和沟通，减少了猜疑和误解。调动政策的另外一个形式是将公司的地区管理调至总部，其目的在于加强沟通和降低成本。

总部对东道国的了解和熟悉程度也是决定对子公司管理能力依赖程度的重要因素之一。一般来说，母公司对东道国越不熟悉，或者东道国的情况与母国相差越大，则母公司对子公司管理人员的依赖程度越大。

东道国与母国距离的远近和母公司对子公司管理人员的依赖程度也有关系。例如，一个美国母公司依赖印度尼西亚子公司的程度可能大大高于依赖加拿大子公司的程度。其原因有二：一是总部管理人员比较容易了解到加拿大子公司的管理状况，而对印度尼西亚则可能知之甚少；二是母国美国距离加拿大较印度尼西亚近得多。

3.跨国公司的规模和历史

一般说来，大公司可以比小公司聘用更多的专家和富有经验的管理人员。跨国公司的历史越长，拥有了解公司政策并在其专业领域里工作的人越多，成功的可能性也越大。在大多数跨国公司里，最有能力的人占据着总部的最高职位。随着时间的推移，各子公司和总部各部门有能力的人逐渐晋升到总部的最高职位，而他们则非常熟悉各部门、各子公司和东道国的情况，并且拥有丰富的实践经验。

规模较大、历史较长的企业中，决策大多在总部作出，很少委权于子公司。规模较小、历史较短的公司，由于资金问题，既无力聘请具有丰富国际管理经验的人才，又没有足够的时间培训他们，因此除了将权力下放给子公司外，别无选择。

虽然规模越大、历史越长的跨国公司越是采取集权式管理，但是这一规律也有一些例外，这似乎印证了一句古话：“物极必反”。国外专家的研究表明，当企业规模十分庞大、结构非常复杂时，管理方式趋向于分权化，因为总部需要处理的事务太多，以至于忙不胜忙。在这种情况下，总部往往制定子公司的大政方针，具体管理由子公司自己负责。当然，母公司对一些重要事情保留决策权，并且行使监督权。

4.子公司局部损失

子公司局部损失是指跨国公司为了整体的利益而引起的子公司利益损害。跨国公司具有获取原材料和零部件等资源、开设工厂，分配订单和统一控制企业转移价格等一系列非跨国公司所没有的机会和权力，这些活动有可能给整个企业带来利益的增加，但也可能给某个或某几个子公司造成损害，这种可能造成子公司局部损失的决策就要由母公司作出。

（1）转移生产要素。由于众多的原因，国际公司经常在全球范围内配置生产要素，例如，将生产要素从一国转移到另一国，或在某国扩大生产规模，

或在另一国缩小生产规模等等。税负、劳动力、市场、通货或政治稳定程度都是产生转移要素的起因。被转移生产要素的子公司当然不乐意。这种方式一定要小心谨慎，否则会挫伤子公司的积极性。显然，这类决策应由总部决定。

（2）订单分配。哪一个子公司能获得订单？假定有一阿根廷的订单可由在法国的子公司，或在南非的子公司，或在巴西的子公司完成，这时母公司将仔细考虑由哪个子公司承担任务。这时运输成本、生产成本、关税税率、外汇管制等都是需要考虑的因素。这类决策必须由总部作出，因为这样可以避免本公司内部子公司之间的“内耗”式的价格竞争。

（3）多国生产。各国市场的规模有的较大，有的则较小。在跨国公司生产管理中，常常会出现这样一种情况：某个国家的市场大小，以至于在这个国家建立某种产品的完整生产体系不能获得规模经济。福特公司为亚洲市场生产轻型汽车就是一例。在这种情况下，福特公司与不同国家达成一个协议，即一个国家只生产一种用于许多国家的汽车配件，例如 A 国生产引擎、B 国生产车身、C 国生产轮胎等等，这样，每个国家都可得到规模经济带来的好处。当然，像这种多国生产需要国际公司总部间的高度协调和控制。

（4）利润分配。在某种情况下，跨国公司可以在两个或两个以上国家计算利润。跨国公司的某几个子公司向一个与跨国公司没有关系的顾客供应零部件，那么，总部则可能为一个子公司制定较高的价格，而为另一个子公司制定较低的价格。如果某个子公司的东道国税率较其它子公司的东道国为低，母公司会尽量在低税国家将利润极大化，而在高税国家将利润极小化。东道国之间的许多差异都对分配利润很有影响，这些差异包括外汇管制、劳资关系、政治环境、社会动荡等。一般来说，跨国公司将利润尽量划分到外汇管制较松、劳资关系较和谐、政治环境较稳定的子公司所在国。

跨国公司的内部交易也为利润的分配提供了可行的机会。同一企业内部不同子公司可能采取不同的订价策略，这种策略被称为转移价格策略，尽管该方法对企业总体利益不一定有利。订价和分配方面的决策最好由公司总部完成，因为这样可以顾全大局，获得企业的整体利益。当然，利润被转移的子公司不愿接受转移价格策略，因为这使他们的工作绩效被低估。

下面举例说明利润分配问题。假设某跨国公司有两个子公司 A 和 B，A 和 B 共同向一个顾客提供 100 百万美元的产品或劳务，A 的东道国征收 50%的公司所得税，B 的东道国仅征收 20%的公司所得税，第三国的顾客同意支付 100 百万美元的帐款，并且听凭 A 和 B 如何分享帐款。如果 A 分得 6 千万美元，B 分得 4 千万美元，则纳税后公司所得为 6.2 千万美元。（见表 7—1）

表 7—1　子公司相互协调表　单位：百万美元

	帐款	税负	税后所得
A	60	30	30
B	40	8	32
总计	100	38	62

果 A 得 4 千万美元，B 得 6 千万美元，则纳税后公司所得为 6.8 千万美元。（见表 7—2）

表 7—2　子公司相互协调表　单位：百万美元

	帐款	税负	税后所得
A	40	20	20

B	60	12	48
总计	100	32	68

由上述例子可见，在帐款不变的情况下，仅将 2 千万美元由 A 转入 B，公司可比前一种方案多收入 6 百万美元。从帐面上看，A 销售额少了 1 千万美元，B 销售额多了 1.6 千万美元。

给定不同税法国家的数目，则跨国公司可以通过许多种组合获得这种利益。因此，国际企业的财务管理和控制十分重要。

由于东道国和母国已经重视全球公司在世界范围内调节订价和利润分配，全球公司应对政府的干预有所准备，并尽可能做得合情合理合法。

5.子公司的自主性和积极性

公司总部必须懂得，子公司的积极性和自主性是十分重要的。如果所有的重大决策都由总部作出，则子公司的积极性将随之消失，敌意和不信任感将在子公司和总公司之间滋生和蔓延。因此，尽管总部有很多理由进行决策，但是还是应该在合理的范围内放权。总部在作出决定之前，应该认真地和子公司进行协商，并及时地通报情况和信息。

6.对合资企业和少于 100%控股的子公司的控制

以上对有 100%的股份的子公司控制的原则和理论仍然适用于合资企业和少于 100%控股的子公司。但是，总部在这两种企业中拥有的权力已经远远小于 100%控股的子公司。丧失权力的原因是显而易见的，因为跨国公司以外的股东也拥有对子公司的控制权，他们可以阻止全球公司总部的各种行为，例如转移生产要素、接受其他企业的出口订单等等。即使跨国公司以外的股东只占少数，且对子公司没有控制权，他们也可对全球公司施加政治、法律等压力，以阻止为了整个公司的利益而损害该子公司利益的行为，因为，合资企业当地的合营人不可能愿意为了国际公司的利益来牺牲该合资企业的利益。

7.报告和评价

为了进行有效的控制，全球公司的所有部门都必须定期向总部提供完整的、精确的报告。一般说来，报告大体上可分为：财务报告、技术报告、市场报告和政治、经济报告。

（1）财务报告。子公司常常会截留或隐瞒多余的资金以备不测或未来投资，这种多余的资金如果上交总公司，可能会发挥更大的作用，例如，另一个子公司急需资金或出借或作投资用。很显然，母公司应该了解多余资金的数量，以便统筹安排。

（2）技术报告。新技术应该是技术报告的重要内容之一。新技术不断地在世界各国涌现出来，子公司所在国的新技术往往被总公司所忽视，因此，子公司就担负起向总部通报东道国技术发明的重任。如果总部认为新技术潜力很大，那么可通过子公司与发明者联系，获得专利权或使用权。然而，一项研究表明，大多数报告重视财务的市场信息，而忽略了技术信息。

（3）市场报告。位于不同国家的子公司可以为跨国公司的某一产品找到新的、不断增长的市场，这对双方都有利，跨国公司可以卖得更多的产品，子公司也可以赚更多的利润。当然，如果新市场足够大，子公司可能自己生产或组装该种产品。

还有很多信息，例如竞争者的行为、价格变化、新产品的潜在利润等，都是市场报告必须包含的内容。子公司的市场份额、市场的变化增长或衰退及其解释也是十分重要的信息。

（4）政治和经济报告。政治和经济报告最容易被忽略。事实上，东道国的政治、经济状况对总公司是至关重要的。增加投资还是转移投资，向哪个产业投资，货款状况如何，有无被国有化的可能等等，都是总公司进行战略决策所必备的信息。

所有报告的另一重要作用是评价和比较跨国公司的每个子公司的管理绩效。当然，原始的财务数字不足以给予公正的评价，例如，母公司为了整体利益的需要，将一批订单交 A 子公司生产，而这批订单是 B 子公司通过竞争获得的，尽管从财务报表上看，A 子公司好于 B 子公司，实际却正好相反。再如，从跨国公司内部交易来看，公司常常将较多的利润挂在低税国家，较少的利润挂在高税国家，因此，位于高税国家的子公司的绩效将低于位于低税国家的子公司。总而言之，除了原始的财务资料外，跨国公司还应该区别各种管理评估条件因素，这些因素包括价格管制、通货控制、政治动荡和外汇波动等。

第八章　国际商务的服务机制

国际商务的开展不仅要克服不同国家和地区的境界的障碍，还要克服由各国地理位置、气候、货币制度、经济政策甚至文化背景的差异所造成的各种障碍。国际商务的服务机制的发展是克服这些障碍的重要条件。运输、保险、结算等服务机制可以说是国际商务的支持系统。中国的厂商要扩大国际商务活动，不仅依赖于我国的国际商务服务机制的加快发展，还要能充分利用并灵活调度这些服务机制和工具，以提高国际竞争力和国际商务效率。

一、国际商务的支持系统

为什么国际商务在世界范围内得以如此大的规模和如此快的速度发展？其中的一个重要原因是运输、银行、保险、信息等服务性机构和业务在世界范围迅速扩展。各类服务机构不仅扩大了其海外业务，其分支机构也扩展到世界各个角落。

美国的约翰·丹尼尔（JohnD. Daniels）和李·雷德波（Lee H.Radebaugh）编写的《国际商务》，将运输、银行、保险等服务机构称为国际商务的支持机制。该书以美国迪斯尼为例描述了服务机构对国际商务的支持作用：借助国际运输，美国迪斯尼的影片可以很容易地分发到各个国家；影片一运到法国海关，巴黎银行可以从法国的分销者那里用法郎收取分销费，然后用美元通过在美国的银行付给迪斯尼公司，从中可见在现代社会中从事国际商务之便利。如果没有这种服务，迪斯尼大概还要从法国的公司换取香水或酒，运回美国销售，然后才能得到收入。

今天的国际商务越来越依赖干银行、保险、运输、邮电等服务机构。从国际贸易来看，产品可容易地进入海外出售，并容易得到支付，产品在运输途中发生的损失和买者没有支付的损失可以得到保险。就国际投资来说，无论是国外证券投资还是国外直接投资，借助现代信息服务机构可以决策于千里之外，资金在不同国家间的调度可在瞬间完成。投资环境和项目的评估，不需每个投资者亲自到各处考察，只需委托国际咨询公司就可进行。甚至海外公司的管理，也可委托国际管理公司的专家来进行。

现代国际投资的一个新现象是服务行业的投资者成为直接的对外投资者。运输、银行、保险等行业和其他为跨国公司提供服务的其他企业，随着他们的客户移往海外，他们自己也就成为跨国公司。这些公司不仅通过为各类国际商务服务取得可观的收入，而且直接投资制造业、商业取得利润收入，因此许多服务行业的公司成为世界级大公司。据《资本家》杂志 1994 年 12 月公布，美国 400 家大富豪榜（Forbes 400）中，过去基本上是被石油及房地产富豪所占据，今天上榜的新贵多来自服务业（见表 8—1）；美国以外地区 50 家最大的公司有一半以上是从事银行、保险、运输、服务业务的公司。

表 8—1　美国 1994 年 400 家富豪中从事服务业的人数

行业	1984 年人数	1994 年人数
科技	15	35
零售	19	37
金融	48	65
娱乐 8	22	

注：科技中包括通讯业；金融中包括银行、保险、投资；娱乐包括旅馆、餐馆、赌博。

二、国际运输

国际运输是国际商务的重要纽带，是国际贸易得以顺利进行的必要环节。组织好国际运输，降低运输成本，提高运输速度，已成为国际商务竞争的重要方面。

1.国际运输的发展

运输的发展是同社会生产力的发展相适应的。交通运输工具的革命，真正产生运输业，实际上起始于产业革命。 1807 年第一艘轮船“克莱蒙特”号在美国下水，和 1825 年第一条铁路在英国正式办理货运业务，标志着机械运输业从此开始。随后，海洋运输和铁路运输迅速发展起来。进入 20 世纪 30 年代，汽形成了包括水、陆、空等多种运输方式的现代化运输体系。

随着世界各国生产的进一步发展和世界贸易额的不断扩大，国际货物运输更相应剧增。为了适应国际贸易进一步的需要，各种现代化运输工具不断得到改进，运输体系结构和经营管理工作也不断完善和日趋现代化，总的特点是向大型化、高速化、专门化和自动化方向发展。特别是集装箱运输的出现和广泛采用，促进了各种运输方式之间的配合和合作，并引起了运输组织技术和经营管理上的巨大变化，如由单件运输发展成为组运输；由传统的单一运输发展为多式联运；“门到门”运输逐渐取代“港到港”和“站到站”运输；在运输单据和手续上，也日趋简化和统一，以适应现代化管理的要求。这些变化都有效地促进了运输效率的提高，反过来也加强了国际间的经济联系，深化了国际分工，促进了国际贸易的发展。

2.国际贸易运输方式的选择

选择正确的运输方式是组织好国际运输的关键。不同运输方式有不同的适用范围和特点，并有其不同的特殊作用。同时，客户对运输的要求也不尽相同：有的注重缩短运输距离，有的注重降低运费，有的希望减少中转装卸环节，有的则要求保证质量。因此，在实际业务中，运输方式的选择必须纵观全局，通盘考虑，即根据货物的特点、运量的大小、运输路线的长短、市场需要的缓急、运输费用的高低、途中的风险程度、装卸地的地理条件、气候与自然状况以及国际政治形势等因素，合理进行选择，并由买卖双方洽商确定。

（1）海洋运输。

国际海洋运输是指使用船舶通过海上航道在不同国家和地区的港口之间运送货物的一种方式。当代国际贸易中 2/3 以上的货运量是通过海洋运输实现的。我国进出口业务中，海运亦居主导地位。

海洋运输之所以成为国际贸易中使用最多的一种运输方式，这与其所特有的优点是分不开的。比如，海运通过能力大，四通八达，不像汽车、火车等受道路或轨道的限制；海运的一次性运载量大，特别适用于大宗货物的贸易；运费低廉；对货物的适应性强，基本上适合各种货物的运输等等。但是，海运方式也有其不足之处，即运输速度较慢，易受自然条件的影响，风险较大等。

国际贸易海上运输经营方式主要有两大类，即班轮运输和租船运输。

班轮运输又叫定期船运输，指船舶在固定的航线和港口之间按事先公布的船期表航运，从事货物运输业务并按既定费率收取运费的经营方式。班轮运输的最大特点就在于具有固定航线、固定港口、固定船期和相对固定的费率，手续较为简便，运输质量也有较好的保证。这一方面为买卖双方洽淡运输条件提供了较好的依据，另一方面，能较为准确地依据班轮费率表核算运费和附加费用。因此，这种运输方式比较适于运输一般杂货和小额贸易货物。

租船运输又称不定期船运输。与班轮运输不同，船舶没有预定的船期、航线和港口。这是船东和租船人签定协议，船东将船舶按协议出租给租船人使用，以完成特定的货运任务的运输经营方式。国际上采用较多的租船方式有三种：定程租船、定期租船和光船租船。其中定程租船按运输方式不同，又可进一步分为来回程租船、连续航次租船、定期租船基础上的航次租船及包运合同租船等。

租船运输方式运用于成交数量大，交货期集中，或对方港口无直达轮停靠的场合。在目前国际贸易货物中，除了小额成交的货物或零批杂货大多使用班轮运输外，大宗交易的货物如粮谷、矿砂、石油、煤炭、木材、砂糖、化肥、磷灰石等，一般都使用租赁船舶装运。

（2）铁路运输。

铁路运输在国际贸易中是仅次于海洋运输的一种重要方式，特别在内陆接壤国家间的贸易中起着相当重要的作用。与海洋运输相比，铁路运输的准确性和连续性较强，几乎不受气候条件的影响，可以全年终日地进行定期的、有规律性的、准点的运转；运输速度较快；运输安全可靠；由于很少受自然条件的影响，风险远比海洋运输小；运输成本也比较低。

与国际商务相关的是国际铁路联运。国际铁路联运是指两个或两个以上的国家的铁路当局，按照政府间共同签订的公约或协定，使用统一的国家铁路货物联运单证，联合完成货物的全程运输。在这种方式下，只使用一份统一国际联运票据，由一国铁路向另一国铁路移交货物时，不需发货人和收货人参加。国际上关于铁路货物联运的公约主要有两个：一个是《国际铁路货物运输公约》（简称《国际货约》）；另一个是《国际铁路货物联运协定》（简称《国际货协》）。

（3）航空运输。

当今国际市场大多是洲际市场，商品竞争激烈，争取时间至关重要。航空运输的出现，能较好地适应这种瞬息万变的环境。因此，虽然空运起步晚，但发展极为迅速。航空运输除了速度快，还具有不完全受地面条件限制、安全准确、手续简便、节省包装和储存等费用的优势。它最适合于运输易腐商品、鲜活商品和季节性商品。其不足之处是运量较小、运价较高。

航空运输有班机、包机、集中托运和航空急件传送等方式。航空急件传送是目前国际航空运输中最快捷的运输方式，能提供“桌到桌快递服务”。

（4）集装箱运输。

集装箱运输即将一定数量单位的货物装入特别的标准规格的集装箱内，以集装箱作为运送单位进行的运输。这是一种新型的现代化运输方式。利用集装箱运输，采用统一规格的集装箱是提高效益的必要条件。当今国际上有3个系列10多种标准箱，在选用时要依据不同情况灵活决定。具体来讲，选择集装箱时应当考虑：

A.航线上的货流情况。货物批量小的航线，宜选用较小规格的集装箱。当然，如果货物密度较小、属轻泡货物居多时，宜选用较大规格集装箱。

B.与国外轮船公司的合作。在国际集装箱运输中，有时需与国外轮船公司交换集装箱，相互通用，因此最好选用国际上广泛使用的集装箱。

C.内陆运输条件。集装箱运输要体现“门到门”运输原则，往往需要借助于海陆联运。因此，选择集装箱时，要充分考虑内陆运输与海洋运输的衔接与配合问题。

（5）国际多式联运。

国际多式联运是近年来在国际上发展非常迅速的一种综合性运输方式，它是按照多式联运合同，以至少两种不同的运输方式，由多式联运承运人将货物从一国境内接受货物的地点，运至另一国境内指定交付货物的地点所进行的货物运输。多式联运一般以集装箱为媒介，把海洋运输、铁路运输、航空运输、公路运输、内河运输等传统的单一运输方式有机地结合起来，构成一种连贯的过程，以完成国际间的运输。

多式联运作为货物运输的一种较高的组织形式，汇集了各种运输方式的特长，与传统运输方式相比，具有责任统一、手续简便、安全快捷、及早结汇和节省包装等多项优点。特别是在这种方式下，可以把货物从发货人内地仓库，直运到收货人的内地仓库，有的甚至可以运到收货人指定的任何适宜运输的地点，实现“门到门”的合理运输，大大方便了国际贸易的进行。

以上几种运输方式各有特点，国际商务人员必须熟悉国际运输的基本知识，按照“安全、迅速、准确、节省”的原则，正确选择合理的运输方式，尽量避免可能出现的迂回运输、对流运输、重复运输、往返运输和无效运输等等。

3.国际贸易运输的基本程序

国际贸易运输的基本依据是贸易合同、销售确认者以及信用证条款等，其主要环节和程序根据各种运输方式分别有直观图如下：

（1）海运出口货物运输程序

（5）空运出口货物程序

4.国际贸易运输中应注意的问题

国际贸易运输线长、环节多、涉及面广，情况复杂。组织好国际运输，保证货物安全、迅速、准确地抵达目的地，同时又节省各种费用，这是国际商务中一件非常重要而又面临挑战的工作。一方面要严格遵循规定的程序办理有关手续，另一方面还得讲究技巧，全面掌握有关运输的行情，以便及时作出有利选择，以提高国际商务的效益。

（1）及时了解国际运输市场行情。国际运输市场的情况变化频繁，如果不能及时了解这方面的情况，就会吃亏。以海运为例，目前国际航运市场基本上变成了船东市场。在欧洲地中海等繁忙航线上，运费不断上涨，从 1990 年 10 月到 1992 年初，翻了一番。即使不太景气的航线，如美国航线，由于船东加强联合，冻结航位，也使运价上涨了 15%左右；在其他航线，运费也不同程度地上涨了 10%—15%。此外，其他各种杂费如货箱处理费、装箱费、

拖箱费等都呈上涨之势。这种国际航运市场的变化，势必影响国际商务的运输成本，如果不能及时了解这些情况，就难以及早采取对策，势必陷于被动。

（2）在签订国际贸易运输合同条款的有关内容时，既要注意政策规定，又要讲究技巧。例如，在规定装运时间时，必须考虑货源和国际运输市场的实际情况，从实际出发确定装运期，以有利于按期装运和履行约定交货义务。另外，装运期的规定要明确具体，不用“立即装运”和“尽速装运”等模糊词语。同时，要使装运期与开证日期互相衔接，以保证按期装运。

确定国外装运港和目的港时，规定应力求明确具体。实际业务中，在允许在规定区域内选择两个或两个以上的邻近港口为装运港和目的港时，买方在开信用证时必须宣布最后目的港。为避免港口有重名时发生纠纷，在贸易合同中要明确注明装卸港所在国家和地区的名称。

成交大宗货物时，应考虑 5%左右的伸缩幅度。如为了保证安全，对散装玉米、大豆等应争取 8%—10%的压包。

（3）改善货物包装，慎重选择代理。对于国际运输中需要中转的货物，应特别注意改善散件货物的包装，以免由于包装不好，造成严重破损或修补重包，从而额外增添较高的成本。另外，在选择货运代理时，一定要慎重，以避免遭受因代理企业经营困难而出现的各种风险和损失。

（4）深入了解国外交货港的基本情况。以海运为例，如港口的装卸能力、拥挤状况、港口水深等。此外，还必须注意各港口的特殊规定，做到“入乡随俗”。不了解各港口的特殊规定，势必手足无措。比如，有的国家港口规定集装箱不能超过千吨；有的规定对危险品，收货人必须到船边提货；有的规定用草、柳、木等包装用品包装时，必须进行熏蒸等。不了解这些规定，在签订合同和具体组织运输时就会出现不应有的疏漏，留下隐患。

三、国际保险

在国际商务中，保险已成为不可缺少的组成部分。不管是国际贸易、国际投资还是国际劳务合作都可能遇到无法预计的意外损失，通过固定的、少量的、合理的保险费支出，在遭受意外事故侵袭时，就能获得迅速、及时和足额的补偿，就可大大减轻国际经贸往来的后顾之忧。与此相应，国际保险以及其衍生的风险管理已成为从事国际商务所必须了解的基本知识。

1.当代世界保险业的发展

人类社会进入 20 世纪之后，随着国际国内商务的发展，全世界的保险机构与业务范围也在迅速扩大。

从保险机构的数量看，20 世纪初，全世界共有保险企业 1200 多家，至 1982 年就多达 12000 余家，增长了 10 倍。1950 年，世界保险费收入总数为 210 亿美元，至 1987 年，世界保险费收入达 10710 亿美元，增长了 50 多倍。

从保险业的业务范围看，世界保险业迅猛发展的突出表现是险种增加很快，尤其是责任保险的险种增加很多。

再保险的发展也是世界保险业发展的一种表现。为数不少的巨额保险标的，是一家保险公司无法单独承保的。再保险的发展，使巨额风险由较多的保险公司共同分担，增强了保险公司业务的稳定性。

世界保险业发展衍生了厂商的风险管理。美国的一些大工商企业，为了节省庞大的保险费开支，将风险管理列入企业管理的内容，并纷纷设立风险经理来负责这项工作。这种风险管理工作自 70 年代起广为传播，反映了国际保险事业的发展方向。

世界各国的保险机构很多，除一般的保险公司外，还新成立了一批专业的保险公司，如船车保险协会的保险组织，配合国际投资需要的出口信用保险公司等等。世界的金融中心，也往往是世界保险的中心，如纽约、伦敦、香港、东京、慕尼黑、苏黎世等城市都有较大的保险市场。许多国家的保险公司在这些市场上进行保险交易，相互渗透。国际保险市场的繁荣势必促进国际经贸活动的发展，为国际商务的进行提供了有力的保障。

2.国际货物运输保险种类

国际贸易中，根据交易商品不同，投保的险别也不同。卖方或买方在投保时，应选择适当的险别。选择投保险别一般要考虑的因素包括：货物的性质和特点，货物运输的工具和路线，国际上政治或经济形势的变化，货物的残损规律等。

在目前世界各国的保险业务中，国际货物运输保险的种类，按运输方式的不同可分为：海洋运输货物保险，陆上运输货物保险，航空运输货物保险和邮包保险。

（1）海洋运输货物保险。

海运险别分基本险和附加险，如图 8—7 所示，基本险是保险公司对承保标的所负担的最基本的保险责任，也是被保险人必须投保的险种。附加险指基本险之外需再加保的险，根据海洋运输过程中的不同需要而投保。

由于附加险种类很多，被保险人可能因漏保了某种险别，在货物遭受损失时得不到赔偿，因此出现了“一切险”。一切险的责任范围包括了水渍险和 11 种一般附加险。一切险只是一种险别，不是一旦保了一切险，则一切危险都已保。由货物本身的缺陷和特性所造成的损失则得不到赔偿。

（2）陆上货物运输保险。

陆上运输货物保险的基本险别有陆运险和陆运一切险。陆运险的承保责任范围与海洋运输货物保险条款中的“水渍险”相似，陆运一切险的承保责任范围与海上运输货物保险条款中的“一切险”相似。这两种基本险的责任范围仅限于火车和汽车运输。被保货物在投保上述基本险别之一的基础上，可加保附加险，如陆上运输货物战争险和罢工险。此外，还有适用于陆运冷藏货物的专门保险——陆上运输冷藏货物险，这属基本险性质。

（3）航空运输的货物保险。

为了保障经由空运的货物在遭受损失时能得到经济上的补偿，凡空运的进出口货物一般要办理航空的货物保险。《航空运输货物保险条款》规定，其承保的基本险别为航空运输险和航空运输一切险两种，其责任与海洋货物险责任基本相同。在以上保险的基础上，还可以加保战争险、罢工险，与海运、陆运相同。

（4）邮包运输保险。

邮包运输保险分为邮包险和邮包一切险两种基本险别。被保货物在投保上述险后，也可根据情况加保邮包战争险和罢工险。

3.国际贸易保险惯例

我国通常采用中国人民保险公司 1981 年 1 月 1 日生效的货物运输保险条款作为依据进行保险。有时国外客户要求按照英国伦敦保险业协会货物保险条款为准，我方也可以通融接受。

保险单证是保险公司和投保人之间订立的保险合同，也是保险公司出具的承保证明，是被保险人凭此向保险公司索赔和保险公司进行理赔的依据。在国际贸易中，保险单据可以经背书后转让。常用的保险单证有保险单（大保单）、保险凭证（小保单）、联合凭证等。此外，保险单出具后，投保人如需要补充或变更其内容时，可申请保险公司另出一种凭证，注明更改或补充的内容，这种批单证明保险公司应按批改后的内容承担责任。

进出口货物在保险责任有效期内发生属于保险责任范围内的损失时，具有保险利益的人，应在分清责任的基础上确定索赔对象，备好必要的索赔单据，并在索赔时效内（一般为两年）提出索赔。由于货物保险一般为定值保险，如货物遭受全损，应赔偿全部保险金额；如被保险人的货物遭受严重损失，要求按推定全损处理时，应向保险人提出委付通知，否则，保险人只按部分损失赔偿；如货物发生部分损失，则应正确计算和合理确定赔偿金额。当货物发生承保范围内的损失，而其损失应由第三者负责时，则被保险人在取得保险赔款后，应将向第三者追偿的权益转让给保险人，以使其取得代位追偿权。

4.与国际商务有关的其他险种

（1）责任保险。

责任保险是当前国际上受到广泛重视的一项业务，尤其在经济发达的国家，责任保险已成为保险公司经营的主要业务种类。

责任保险是一种以被保险人的民事损害赔偿责任作为保险对象的保险。不论企业、团体、家庭或个人，在进行各项生产、业务活动或日常生活中，由于疏忽、过失等行为造成他人的损害，根据法律或契约，应对受害人承担经济赔偿责任的，都可以在投保有关责任险后，由保险公司负责赔偿。类似的责任风险到处可见，诸如雇主对雇员的生产安全，产品对消费者的责任，工程承包人的责任，医生、设计师对顾客的责任等等。

责任保险的种类繁多，除在各种损害赔偿保险中附加责任险别外，还单独设立四种责任保险，即公众责任险、产品责任险、雇主责任险和职业责任险，以分别适应不同的需要。

（2）财产保险。

财产保险是国际保险新险种中最大的一类，其险别不下十几种，主要有：财产险、财产一切险、机器损坏险、工程保险、汽车保险、电脑保险、现金保险和利润损失险等。这之中的其他险别都是从普通财产险中分离出来并加以创新而形成的独立险种，它们中有的是扩大普通财产险的某些除外责任，如机器损坏险和利润损失险；有的专门承保普通财产险中的某些特约保险财产，如现金（现金保险）和电脑软件（电脑保险）。

在这些险别中最基本的是财产险，也称普通财产险。它是以指明自然灾害和意外事故为责任范围的保险。财产险承保的是保险财产的物质损失，保险公司按保险财产损失时的市价对被保险人进行经济补偿。中外合资、合作或外商独资经营的企业财产，三来一补、租赁业务、银行外汇货款项目的财产、驻外机构的财产等均可以投保财产险。

（3）人身保险。

在我国涉外保险中开办的人身保险主要有两种，即人身意外保险和放行社旅客旅游意外保险。人身意外保险和它的附加险疾病医药费保险，主要适用于我国的出国人员，三资企业和各国驻华使领馆、商杜的外籍人员以及中方雇员等。旅行社旅客旅游意外保险是一种综合保险，主要承保包括华侨、港澳台地区同胞在内的海外旅游者在华旅游期间因意外事故引起的经济赔偿问题。

（4）信用保险。

信用保险是债权人因债务人不能履行偿付或拒绝偿付时，所遭受的损失由保险人员负责赔偿的一种保险。各国政府为了鼓励出口，纷纷开办出口信用保险；为了鼓励和保障外商的投资安全，又开办了政治风险投资）保险。

出口信用保险主要承保出口商因买方不履行贸易合同而遭受的损失。其责任范围主要为：买方破产所带来的风险损失；买方未遵守合同，从最近应付期限日起 6 个月内未支付被保险标的发票金额的货款的风险；货物出运后，买方国家制定法律阻止、限制或管制买方汇到卖方国家的货款风险；买方国家或地区发生战争、敌对行为、暴动或其他动乱引起买方不能支付货款的风险。

投资风险（政治风险）主要保障投资者在国外的投资利益因政治变动、战争、暴动、政府征用和没收等原因遭受损失，该损失可由保险公司负责赔偿。

我国现仅为外商提供政治风险保险。随着我国海外投资的增加，建立海外投资保险制度，以保障我国投资者的利益就显得越来越重要了。

四、国际支付和结算

在国际商务中，为位于不同国家当事人之间所发生的经济交易或活动而进行的国际间的货币收付与调拨，称为国际结算。国际结算主要涉及到所使用的货币、付款时间、地点以及支付方式等问题，这些问题都直接关系到买卖双方的利益，因而是国际商贸中的关键环节。

1.国际结算的发展及有关国际惯例

国际结算随国际贸易的产生而产生。早期的国际结算业务都是以现金来结算的。随着国际贸易的发展，用现金支付出现了运送风险大、清点不方便且难辨真伪等许多问题，阻碍了国际贸易的发展。这样，从 11 世纪开始，出现了一种以“字据”来替代现金的做法，这是票据行为的雏形。由于票据流通优越性非常明显，商业信用就不断向票据化发展。接着又产生银行信用，凭单付款的结算方式得以迅速发展，逐步形成了以贸易结算与融资相结合为特征、以银行为枢纽的国际贸易结算体系。

目前，适应不同贸易方式的需要，有汇款、托收、信用证、保函等结算方式。随着科学技术的进步，现代化通讯设备在贸易、运输、银行、保险等行业的普及应用，国际结算业务正朝无纸结算的方向前进。不同国家厂商之间的债权债务关系的结算将更为快捷和准确。

一般来说，在国际贸易结算中，有关当事人不能按照各自国家或地区独有的规定处理业务，如果发生纠纷，也不能简单地由所涉及的两国中任何一国的法律规定来解决。业务的处理和纠纷的解决均须根据国际惯例或根据事先由当事双方共同协商议定的采用双方中某一国或某第三国的仲裁法进行裁决。

国际结算中与汇款业务有关的国际惯例有《日内瓦统一本票、汇票法》、《英国票据法》等。与托收业务有关的国际惯例为国际商会第 322 号出版物《托收统一规则》。采用信用证方式进行国际贸易结算的国际惯例为《跟单信用证统一惯例》，从 1994 年 1 月起，该统一惯例的新的修改本即国际商会 500 号出版物已经生效，成为各信用证有关当事人必须遵守的新的国际惯例。

2.国际结算的支付工具

在国际贸易中，作为支付工具的主要是货币与汇票。目前，国际贸易中所采用的货币有三种情况：使用本国货币；使用对方国家货币；使用第三国货币。在选用外国货币时，应考虑到货币的可自由兑换性及稳定性，在出口时尽量选用汇率稳定、具有上升趋势的硬通货；在进口时，尽量选用汇率不太稳定甚至有下降趋势的软币。当前最常用的货币主要有美元、英镑、德国马克、瑞士法郎、法国法郎、日元、港元等。

在国际贸易中,除了使用货币作为支付工具外,更多地是使用汇票(draft 或 bill of Exchange）作为买卖双方结算货币的工具。根据《英国票据法》的定义，汇票是一人向另一人签发的，要求即期或定期或在可以确定的将来时间内，对某人或其指定人或持票人支付一定金额的无条件书面支付命令。

汇票种类很多，从不同角度来看主要有：

（1）按出票时间是否伴有货运单据，可分为光票和跟单汇票。如出具的汇票不附有任何货运单据，称为光票；反之，如出具的汇票附有货运单据（主要包括提单，发票、保险单等）称为跟单汇票。在国际贸易中，大多数采用跟单汇票。

（2）按付款时间的不同，可分为即期汇票和远期汇票。凡规定付款人见票后即需付款的称为即期汇票；凡规定付款人于将来某一时间付款的称为远期汇票。

（3）按出票人不同，可分为商业汇票和银行汇票。如出票人是银行，则为银行汇票。

（4）按承兑付款人的不同，可分为商业承兑汇票和银行承兑汇票。商业汇票经付款人承兑后，便称为商业承兑汇票。如工商企业出票而以银行为付款人的远期汇票，经付款承兑后，便称为银行承兑汇票。

汇票的使用主要有出票、提示、承兑和付款等程序。如需转让，则还有背书手续；如遭拒付，则还涉及到作成拒绝证书和行使追索权等法律问题。

3.国际结算支付方式的比较

目前，在国际结算业务中所使用的支付方式主要有三种：汇付、托收和信用证。其中，汇付和托收属于商业信用，信用证属于银行信用。汇付采用的是顺汇法，托收和信用证方式采用的是逆汇法。

（1）汇付。

汇付是付款方通过银行使用各种结算工具，将款项汇给收款方的一种国际贸易结算方式。根据结算工具的不同，一般可划分为信汇（简称 M/T），电汇（简称 T/T）和票汇（简称 D/D）三种方式。其中，电汇的级别最高，一般都当日处理，资金在途时间很短；信汇的费用最低；票汇由于汇票是流通转让证券，因此具有很大的灵活性和流通性。

除上述三种汇付方式外，其他汇付方式还有旅行支票、光票信用证、旅行信用证、信用卡等。

在国际贸易的具体实践中，买卖双方如协定用汇款方式结算，那么根据货运和付款时间的先后，即有收款后交货和交货后收款之分，前者称预付贷款，后者称货到付款。

预付货款方式，对卖方有利而对买方不利。卖方在收款后发货，不存在风险，有时甚至可以在收款后再购货出运，做一笔无本生意；而对买方来说，先汇出款项，资金占用时间长，且有银货两空的风险。一般来说，买方同意采取这种有利于卖方的方式，往往是因为卖方能提供国际市场上的紧俏商品。

货到付款方式，对卖方不利而对买方有利。卖方先发货，还要承担拒付的风险；买方费用负担最少，且拥有主动权，这种方式多用于滞销货的买卖或推销新产品。

（2）托收。

托收是出口商装出货物后，开具汇票，连同全套货运单据，委托出口地银行通过它在进口地的分行或代理银行向进口商收取货款的一种国际贸易结算方式。由于在国际贸易中托收一般采用的汇票是跟单汇票，所以这种托收

方式又称跟单托收。跟单托收根据其实际业务的操作可分为付款交单和承兑交单两种。

付款交单（D/D），是指进口商在付清票款之后，才能得到货运单据。多指即期付款交单，也有一种是远期付款交单。

承兑交单（D/A），是指进口商以对汇票承兑的方式取得货运单据。承兑交单方式只适用于远期汇票的托收。

托收方式中除了跟单托收之外，还有一种光票托收，即不随附装运单据，一般用于金额尾数、佣金、运费、样品费等款项。

总之，托收业务是建立在商业信用基础上的一种付款方式，并非银行信用。银行的责任只在于向付款人提示汇票，在遭到拒绝承兑或拒绝付款时将详情通知委托人，而对付款人的行为不承担任何责任和义务。因此，托收方式有利于进口商，进口商无须交押保证金，且银行托收费用低廉，是否及时付款也全凭其信用；相反，对出口商则不利，进口商一旦拒付，出口商只能另行转售，有时还要指定代理人代为处理业务，甚至将货物运回国内，由此增加额外费用，在承兑交单下，风险更大。所以，在国际贸易实践中，除非买卖双方信用好且关系密切，一般不采取托收方式。

（3）信用证。

信用证是由银行根据进口商的要求开立给出口商的一定金额，并在一定期限内凭规定的单据承诺付款的书面文件。在信用证支付方式下，银行负第一付款人的责任，属于银行信用，因此，它也是一种银行保证付款的凭证。它对出口商的要求是：所提交的代表货物的单据必须完全符合信用证的规定。

根据信用证性质、形式、用途、付款期限等的不同，它可以分为很多种，一般业务中比较常用的有下列几种：

A.可撤消信用证和不可撤消信用证。前者是指开证银行可以不经受益人同意，也不必事先通知受益人，在议付银行议付之前可随时修改信用证内容或撤消信用证；后者则不允许这样做，因此对受益人较有保障，已在实际业务中广泛使用，所有这类信用证都必须注明“不可撤消”字样。

B.即期信用证和远期信用证。前者指凡信用证内规定受益人有权开立即期汇票，银行保证见到汇票或见到票据后立即付款的凭证；后者指银行保证在受益人提交装运单据后的一定期限内付款的信用证。

C.跟单信用证和光票信用证。前者指凭跟单汇票或仅凭单据付款的信用证，这里单据是指含货运单据的汇票付款的信用证，它实际上是汇款的一种工具，常用来结算贸易上的预支货款等；后者为不附任何货运单据的信用证。

D.可转让信用证和不可转让信用怔。前者指应受益人的要求，信用证可转让给第二受益人的信用怔；后者指受益人不能将信用证转让给第三者的信用证。《统一惯例》规定，可转让信用证必须注明“可转让”，否则将视为不可转让信用证。

E.公开议付信用证和限制议付信用证。两者区别在于信用证可由任何银行议付还是限制一家银行议付。

F.保兑信用证。这是由一家银行开出，经另一家银行保证兑付的信用证。开立保兑信用证一般是由于开证金额超出开证行的偿付能力；或者开证行是出口商不太了解的银行；或者进口国的开证行是出口商不太了解的银行；或者进口国的政治经济不稳定，使得开证行的信用也不稳定，需要第三国银行

保兑等原因所造成的，保兑的费用由进口商承担。

G.循环信用证。这是指信用证的金额在受益人全部或部分利用后，能够重新恢复至原金额再被利用，一直达到规定的次数或累积的金额为止，通常在买卖合同的商品数量较大、需要在较长的时间内分期分批交货的情况下使用。

H.对开信用证。这是指交易的一方开出第一张信用证后，暂不生效，须在对方开出一张一定金额的回头信用证，由受益人表示接受后，才通知对方银行，两证同时生效。对开信用证一般用于交易双方有进有出或互有关联的对等或基本上对等的交易上。

I.背对背信用证。这是指出口方收到进口方开来的信用证后，要求或通知其他银行在信用证的基础上，另外开立一张内容近似的新信用证给另一人，这种另开的新信用证就是背对背信用证。在这种方式下，客户之间可以不见面，互不了解，完全由中间商代做。

此外，还有红条款信用证、备用信用证、可分割信用证等等。

在信用证支付方式下，开证行以自己的银行信誉直接对各受益人担保，只要受益人按照信用证的规定行事，就能保证得到货款。银行信用与商业信用相互结合，给买卖双方提供了更大的安全，买卖双方对于资金的负担相对也比较平衡。

信用证结算方式虽然比较完善，但它并不能为买卖双方提供绝对的安全，解决所有的风险。出口商可能承担进口商延迟或拒绝开证的风险；进口商可能承担出口商伪造单据进行欺诈的风险；议付行可能承担开证行倒闭或无理拒付的风险；议付行可能承担申请人破产无力偿付或挑剔单据或无理拒付的风险。另外，信用证结算方式过程长，环节多，手续复杂，费用较高，增加了业务成本。

4.国际结算中各种支付方式的综合运用

汇付、托收和信用证是国际贸易实务中最常见的三种支付方式，但是在付款时间和支付方式的掌握上，还有许多灵活的做法：

（1）信用证与汇付相结合。这是指部分货款用信用证支付，余数用汇付方式结算，适用于矿砂等初级产品的交易。

（2）信用证与托收相结合。这是指部分货款用信用证支付，余数用托收方式结算。一般的做法是把全套单据附在托收项下，而信用证部分凭光票付款。

（3）汇付和备用信用证相结合。一旦汇付行不通时，即可使用信用证。另外还有托收和备用信用证相结合的方式。

（4）银行保函。这是银行根据申请人的要求而出具的为其担保付款的文件，主要是对于买卖双方的担保，不属于信用证的范畴。

（5）分期付款与延期付款。前者是指按工程进度使用不同支付方式，分若干期付清货款；后者是在签订合同后，买方需付一小部分货款作为定金，大部分货款在交货后若干年内支付。

总之，在国际结算实务操作中，不论采用何种支付方式，都应遵循安全收汇为主的原则，就商品行情、客户资信情况而选择不同的方式。

五、国际租赁

所谓租赁，从广义上讲，是一种以一定费用借贷实物的经济行为。随着世界经贸的发展，现代租赁已成为一种以动产为主，将金融与贸易相结合，由出租方、承租方、供货方以及银行界共同参与进行的新型信贷活动。现在，国际租赁在国际投资活动中有着日益重要的地位。

1.国际租赁的发展

1836 年伦敦第一条铁路——伦敦至格林威治铁路经过八年独立经营后，被租赁给东南铁路公司，租期为 999 年，这是现代租赁产生的重要标志。但是，直到第二次世界大战以后，现代租赁才作为一个独立的行业而大规模地发展起来，并在经济发展中起着越来越大的作用。据统计， 1978 年全世界租赁成交额为 410 亿美元，到 1987 年就增长为 1038 亿美元，年平均增长率为 27.4%。著名的跨国租赁协会——“租赁欧洲”在近 15 年中，总投资额增长了七倍，年递增率为 24%。

在亚洲、南美等地的一些发展中国家和地区，租赁业务也在迅速发展。从人造卫星、飞机、轮船到人们日常生活用品，都成了租赁的对象。目前，一些发达国家相继成立了租赁协会，加强了租赁行业间的协调与管理，并成为各国政府与租赁业间的目前经营租赁业的机构一般有三类： （1）专业租赁公司。它是独立的专门从事租赁业务的公司，一般只经营某一类或几类物品的租赁，如日本的东方租赁公司。 （2）金融机构及其附属租赁公司。在西方不少商业银行和其他金融机构都从事租赁业务，它们在其组织内部设立专门业务部门或成立专门的附属租赁公司从事租赁业务，如美国的美洲银行、法国兴业银行等。（3）制造商和销售商。他们开展租赁业务的目的在于扩大其制造或销售产品的销路，所提供的租赁物品大多为其制造或销售的产品，如美国商业机器公司、美国电报电话公司等。

我国的租赁业务在 80 年代开始起步，虽然发展迅速，但规模还不是很大。截至 1994 年底，全国综合或专业租赁公司 37 家，比较重要的有中国东方租赁有限公司、中国租赁有限公司。此外，中国银行、中国国际信托投资公司内部也设有专门部门负责经营国际租赁业务。

2.现代租赁的特征和种类

现代租赁作为资本投资中的一种独特交易方式，其主要特征有：第一，租赁一般采用融通设备使用权的方式，以达到融通资金的主要目的，对出租人来说，它是一种金融投资的新手段；对承租人来说，它是一种筹措资金的新方式。第二，租赁设备的使用限于工商业、公共事业和其他事业，排除个人消费用途。第三，租金是融通资金的代价，具有贷款本息的性质。第四，租期内设备的所有权归出租人，使用权归承租人。

国际租赁的形式多种多样，很难用某一固定标准来划分，一般来说，国际租赁的形式主要有以下几种：

（1）金融租赁。

金融租赁，即出租人把设备租给承租人，按期收取相当于设备的价款、

贷款利息与手续费之和的租金，租赁期满后，承租人付给出租人一笔象征性的设备价款，而获得租赁设备的所有权。这种租赁方式，实际上是由出租人提供融资条件来支付购买承租人所需设备的资金，并通过收取租金的方式，在租赁期内将这笔投资全部收回。

金融租赁以承租人对设备的长期使用力前提，所以租期一般都确定 3—5 年，有的长达 10 年以上。为了保障出租人与承租人双方的利益，在合同有效期内，任何一方不得中途解约，只有当设备毁坏或被证明已经丧失使用效力的情况下才能中止合同。但是，合同的中止应以出租人不受经济损失为前提。

西方一些国家的政府，为了鼓励企业把资金用于扩大再生产和租赁业务的开展，规定了投资减税的出租人设备加速折旧的方法。这样，出租人可以把投资减税和加速折旧带来的好处，通过降低租金的形式转移给承租人。在这种税法影响下，金融租赁派生出一种特殊的形式，即杠杆租赁。

杠杆租赁（又称衡平租赁）所涉及的都是比较大的资本项目。在这种方式下，出租人一般只出全部设备金额的 20%—40%，其余资金则以出租的设备为抵押，由金融机构贷款解决。贷款人提供信贷时对出租人无追索权，其资金偿还的保障在于设备本身及租赁费。这种租赁方式对出租人和承租人都有利益。出租人只需拿设备价款的 20%—40%的资金，就可以得到 100%的加速折旧和投资减免的好处，这样，出租人就可以降低租金，与承租人共同受益。

另一种特殊形式的金融租赁是出售与返租式租赁。这种租赁是企业将其所拥有的设备出售给租赁公司，同时，再与租赁公司签订租赁合同，将设备租回来继续使用。这种方式的实质是企业通过暂时出让设备的所有权，而获得一笔急需的流动资金，同时，通过保留设备的使用权，而不影响正常生产。

金融租赁的划分在各国并不完全一样，但其已成为现代租赁中影响最大，应用范围最广，成交额最多的租赁形式。

（2）经营租赁。

经营祖赁又称管理租赁，与金融租赁不同，它不是以租赁物所有权为目的的租赁行为。经营租赁中承租人的主要兴趣在于获得租赁市场需要购入的通用设备，然后由用户选择并租用设备。在租赁期间，承租人可以在事先约定的合理条件下，中途解除合同而无需交纳罚金。在租赁期满后，承租人可作出退租或续租的选择，而不能提出留购。经营租赁的期限一般比较短，从几个钟头到几个月不等，主要适用于电子计算机、施工机械等服务性强而设备更新速度较快的通用设备的租赁。

在经营租赁场合，租赁机构在租赁期限内要向承租人提供设备安装、维修、保养等技术服务，并负责缴纳设备保险费、税金等费用，同时要承担设备技术过时的风险，因此，经营租赁的风险比金融租赁大，相应的租赁费用也要高。

（3）服务性租赁。

服务性租赁又称维修祖赁，它以金融租赁为基础，再加上各种附加的维修服务条件。因此服务性租赁是介于金融祖赁与经营租赁之间的一种租赁业务，它的费用相当于金融租赁费用与各种服务费用之和。

3.国际租赁业务的利弊

在国际商务中，具有金融、贸易双重职能的租赁，在经济活动中日益发挥着重要的作用，已成为国际间间接投资的重要手段。其主要好处在于：

（1）提高资金的利用效率。租赁不需要支付巨额的购货资金，而仅付每一次租赁费即可，其余的资金可保持流动状态，或者投资于其它项目上，这样就加速了资金周转，提高了资金的利用率。

（2）开辟了新的融资渠道。通过金融租赁方式，企业可以在其自有资金不足和争取信贷资金困难的情况下，弥补其资金缺口，从而有利于企业加速设备更新和技术改造。

（3）能避免通货膨胀的影响。租赁合同一经签订，在整个租期内租金都不会变动，承租企业可以避免国际性通货膨胀对自己的影响，既减少了其风险损失，又增强了生产经营的稳定性。

（4）金融租赁采取融资与融物相结合的方式，将通常的贷款与购买设备合二为一，减少了中间环节，简化了手续，方便了承租企业。大多数租赁企业不仅提供资金，还代企业联系厂商，提供设备报价，组织技术交流，安排培训考察等。

（5）提高承租企业的设备利用率。在经营租赁方式下，承租企业只是花钱使用设备，而不是占有设备，因而就要求企业充分运用租赁设备，对租赁设备的投资方式、使用管理作出最佳配置，以充分发挥设备的潜在生产能力，从而最大程度地获取经济利益。

(6)由于许多国家规定租金可用设备新增利润税前还贷以及设备加速折旧等，所以采用金融租赁方式，可使企业获得税收上的优惠。

但租赁业务也存在不少缺点和局限，主要表现在以下几个方面：

（1）租赁的成本较高。由于一些租赁公司融资成本较高，因而租金的费率同银行贷款利率相比偏高，加上还要收取一定比例的保证金、租赁手续费、进口代理费等，因此对承租企业来讲，租赁的成本可能比银行贷款高，一定程度上增加了企业的负担。

（2）风险较大。特别是利用国际租赁从国外引进设备时，承租企业往往要承担外汇汇率和利率的双重风险。

（3）在金融租赁方式下，设备的所有权属于出租人，即租赁机构，未征得出租人的同意，承租人不能随意对租赁设备进行新的技术改造，也不能把租赁设备作为新的贷款的抵押物，这对承担企业有时会很不方便。

显然，根据上述租赁业务的优缺点分析，它适合搞投资不大，而见效快，回收及时的短平快项目，不易投入于投资规模大、属于新建性质的大型资本密集型的项目中去。另外，各国对租赁业务范围都各有规定，对某些物件也不能进行租赁。

六、国际咨询和国际广告

随着生产国际化的发展，国际间的经济交流己远远超出商品交换和资本流动的范围，国际信息交流成为国际商务的重要方面。国际商务竞争越来越表现为信息获得和传递的竞争，各类新兴的与信息有关的市场服务也相继崛起。

1.国际咨询业

现代咨询是指专家或专门机构（咨询方）利用自己的知识、技术、信息和经验，运用科学方法和先进手段进行调查、分析、预测，客观公正地为客户（委托方）提供一种或多种可供选择的优化方案。这是有偿的智能服务。咨询种类繁多，业务范围极广，可以覆盖政治、经济、军事、法律、交通运输、文教卫生以及个人生活等各个领域。我们主要介绍国际经济咨询。

随着世界市场的日趋扩大和成熟，跨国界跨地区的经济行为越来越多，而由于科学技术的发展突飞猛进，产品生命周期缩短，这些都使得国际商务充满了竞争和风险。企业要在激烈的市场竞争中立于不败之地，就必须时时对市场动态和产品需求状况进行分析、预测，及时掌握最新科技成果和竞争对手的各种资料，从而使国际经济咨询服务得到了迅猛的发展。可以说，资本主义国家发展较快的公司企业大都采用了经济咨询服务，而由咨询所带来的可观经济效益，又促使各个公司企业不惜付出高额费用去利用各种咨询服务，从而提高效率，减少浪费，降低成本。如 80 年代初，巴格达地铁修建项目仅咨询费一项就高达 4000 多万英镑。

目前，一些大公司、大企业已经先后建立了企业内部的咨询机构，而大多数研究力量不足的中小企业也纷纷委托外部独立的咨询机构为本企业提供咨询服务，以增强自身的竞争能力。世界上著名的咨询机构主要有美国兰德公司、国际应用系统分析研究所、斯坦福国际咨询研究所、野村综合研究所、伦敦国际战略研究所、巴黎经济社会发展研究公司和德国工业设备企业公司等。此外，不管是欧洲、美国，还是日本，各国都拥有上千家咨询组织，服务范围极广。

关于客户支付给咨询公司的报酬，各个国家、各个机构之间的差别很大。一般来说，报酬往往取决于咨询机构的规模和名气，取决于执行咨询任务的人员的“级别”以及客户所要解决问题的复杂程度和重要程度，咨询服务的成本则远远不是起决定作用的主要因素。咨询收费的计算方法主要有包干制、计时付酬制、拨款制、提成制等等。

2.国际广告业

国际市场广告是以营利为目的的广告业主通过国际性的传播媒介，对一定的消费者群体所进行的有关商品、劳务等方面信息的有说服力的情报传播活动。现在国际市场广告已成为争取国外消费者、开拓国际市场必不可少的信息传播工具之一。

在国际广告业务中，对企业至关重要的一个方面就是广告媒体的选择。广告媒体一般可以分为印刷广告（报纸、杂志、年鉴、电话簿等）、电波广

告（电视和广播）、邮政广告、销售现场广告（橱窗、货架等）和户外广告（霓虹灯、招贴、路牌等）。此外，随着现代化的大众传播工具的不断出现，广告媒体也不断出现新的形式。在国际市场竞争日益激烈的今天，企业应慎重选择，以达到国际广告的最佳效果。

一般来说，涉外企业在制作国际广告时应注意以下几点：

（1）根据国际广告的特点确定国际广告策略。国际广告与国内广告相比有许多不同之处，特别要注意的是，广告的内容和形式必须尊重他国风俗习惯，遵守有关政策法规，尊重他国宗教信仰和社会制度，注意各国不同的自然环境、人民的生活水平以及国民的受教育情况和语言特点。只有在这样的前提下，才会设计出好的广告，取得满意的商业效果。

（2）做好国际广告的调查工作。进行国际广告调查工作主要应调查政治情况、法规情况、经济情况、风俗习惯情况、自然环境情况、商业广告条件情况、消费者偏好情况等。

（3）制定合理的广告实施策略。根据调查确定了广告策略后，就面对如何实施广告的问题。一般来说，如果本企业拥有熟悉进口国情况和广告方法的人才，则可以通过进口国当地的商业广告媒介直接进行国际广告业务，但这对一般企业来说较难做到。因而在国际商业广告中通常是广告主委托进口国当地的一般广告代理商经办或委托具备国际广告能力的综合性广告公司全盘代理，但费用较高，各企业可根据自身条件灵活作出选择。

第九章　国际商务风险与规避

国际商务与国内商务相比，活动的环境更加复杂多变，因而会受到更多的风险因素的影响。国际商务的风险因素除了本国经济体制和政策变化的因素外，主要是国际市场的行情变动，汇率、利率的变动，以及东道国经济、政治、法律等环境变动所造成的风险。国际商务活动所面对的风险主要包括经济风险、政治风险、法律风险等等，其中，经济风险和政治风险又是直接影响国际商务的主要风险。

国际商务活动是一项风险性很强的国际经济活动。国际竞争范围更加广阔，竞争更加激烈。从事商务活动的厂商对国际市场又比较生疏，这就使得国际商务活动中所面临的风险通常具有突发性以及引发因素多、预测难度大、控制难度高等特征。因此，厂商在国际商务活动中必须充分认识遇到的各种风险，并能掌握规避风险的方法。只有这样，才能在机遇与风险并存的国际商海中，或巧妙地绕开险滩暗礁，或将风险降到最低限度，最终达到成功的彼岸。

一、国际商务所面对的经济风险

在影响国际商务活动的众多因素中，经济环境是一种最直接、最基本的因素。它广泛涉及到与国际商务活动相关的各种经济内容，诸如有关国家经济体制的健全程度、社会经济发展水平及增长速度、物价及货币的稳定性、市场环境、经济周期、生产要素供给水平、行业竞争状况及专业化协作水平、国际收支状况、国际贸易和国际金融及涉外经济政策等等。由于上述诸方面在不同的国家之间存在着很大的差异，从而对国际问的商务活动影响极大。此外，现代的国际经济关系，往往以各国相互依存为特征，也就是说，一个国家和地区出现的市场波动往往会波及到其他许多国家和地区，这样就使得国际商务活动的市场环境更加险恶难卜。例如， 1973 年中东产油国家提高石油价格引发的石油危机，宣告了廉价石油时代的结束，其冲击不是波及一国或一个地区，而是波及到了整个世界。

由经济环境影响造成的经济风险主要包括国际市场波动风险、汇率风险、利率风险、税收风险及其他风险。风险的产生通常还与厂商对经济环境和变化趋势的主观预测和管理失策相关联。

风险对厂商是凶还是吉？对一部分厂商可能是灭顶之灾，而对一部分厂商可能是发展的良机。国际市场、汇率、利率的波动或通货膨胀等对国际商务活动者来讲，既是遭受损失的原因，也是取得收益的机会。高风险与高收益相伴相生，可谓是一把“双刃剑”。

1.国际市场波动风险

市场波动与进入市场的各个行为主体（厂商、顾客）的市场行为密切相关。厂商，包括各类公司、企业及其供应商和中间商，为了在国际市场上求生存、图发展，通常会采用各种手段展开激烈的竞争。竞争手段不仅有公开地采用新技术、新工艺、新产品的竞争，这种竞争已经令人眼花缭乱，还有许多不公开的串谋、欺诈等手段，这种竞争错综复杂。异常激烈的国际市场竞争使市场瞬息万变，往往令人难以预料。

顾客和用户是竞争各方争夺的主要目标，争夺顾客实质上就是争夺市场。就顾客而言，其需求受诸多因素影响，包括其购买力、消费习惯、文化风俗、偏爱以及其他社会、经济各种因素，而且这些因素大多不是固定不变的，往往处于不断变化之中，由此也造成了国际市场需求预测的难度，影响了其准确性。

国际市场上最活跃的因素是货币和商品，它们给国际市场，进而给各国企业的国际商务活动带来了不容忽视的风险因素。目前的国际市场无论在交易规模、交易范围、交易深度，还是在交易方式上，都是历史上任何时期所无法比拟的。发达的国际市场不仅使各国之间发生了广泛的商品联系、货币联系，而且还有生产联系和分配联系。由于这种广泛而紧密的联系，每一国家的经济波动都会成为国际市场波动的导火索，从而使国际市场的不稳定性空前提高。如果某一国家，特别是主要经济发达国家出现了生产萎缩、通货膨胀、调整汇率、贬值货币、变动利率等情况或实行了贸易保护主义政策等等，就会在一定程度上影响国际市场的行情，从而对国际商务活动发生一定的影响。如 1971 年美国总统尼克松宣传美元贬值后，引起世界各国银行纷纷

抛售美元、抢购黄金，使金价扶摇直上，造成了国际金融市场的一片混乱，许多从事国际商务的企业因此而损失惨重。又如， 1987 年那个著名的“黑色星期一”，东京股票市场暴跌引起了全球一片恐慌。

国际市场的波动主要表现在商品价格、利率、股票价格及汇率等方面。影响国际市场变动的因素极其复杂，对于每个国际企业来说，国际市场的波动是不可控的。目前可能引起国际市场巨大波动的潜在因素主要有 4 个：一是国际债务；二是石油价格；三是有抬头趋势的地区贸易保护主义；四是近年来有点异常的世界气候。从某种意义上讲，国际市场的波动风险是一切其他经济凤险的根源所在。

2.汇率风险

汇率风险也称外汇风险，是指因外汇汇率（两种货币兑换的比率）变动，使企业资产价值及负债、收入和支出增减，从而可能发生损益的不确定性。国际企业在经营活动与财务活动中必然涉及一些国家的货币收付，这些外币均需与本市进行折算，以便结情债权债务并考核其经营活动成果。从交易达成后到真正履行，均有一个期限。在该期限内，外币与本市以及一种外币与另一种外币的折合比率可能发生变化，从而就产生汇率风险。国际企业的汇率风险，一般有交易风险、会计风险和经营风险三种。

（1）交易风险。交易风险指的是汇率变动对交易过程的影响。由于在交易的起点和终点之间，汇率在不断变化，因此，在起点按某一汇率确定的交易值，在终点实行支付时，就有可能发生变化。例如，购入设备、原材料形成的外汇应付款和实际支付之间有一个时间差，在这个时间差内如发生汇率变动，就会产生货币的量差，从而导致结算结果的损失或收益，对国际企业的净损益产生直接影响。交易风险主要产生于两个方面：一是商品和服务进出口所涉及的货币兑换；二是偿付贷款或利息所涉及的货币兑换。例如，美国出口商输出价值 10 万英镑的商品,在签订合同时美元与英镑汇价为 1 英镑＝1.5 美元，出口 10 万英镑的商品，则可换汇 15 万美元。但当商品装船时，英镑汇价下跌，美元上升，汇价变为 1 英镑＝1.4 美元。这样，美国出口商结汇时的 10 万英镑只能兑换 14 万美元，于是，由于汇价波动使出口商损失了 1 万美元，结果他就不能获得预期利润。

（2）会计风险。会计风险又称转换风险，是指由于汇率变动而引起企业资产负债表中某些外汇项目金额变动的风险。在国外的企业要用东道国的货币来计量生产、负债、收益、支出等，当汇率变动时，企业的资产和负债数目就会发生相应变动，给企业带来会计帐目上的损失。与交易风险不同，会计风险涉及国际企业全部资产或负债价值的变化，是未来全部现金流动状况，而不仅仅涉及外汇交易的现金流动。如果一家子公司所在国家的货币贬值了，即使子公司不将利润汇付给母公司，但用其他货币来衡量，国际企业在该国家的资产价值仍然减少了，整个企业的资产因一种货币贬值而减少。衡量会计风险的方法比较复杂，无论是衡量海外存量或固定资产的风险，还是衡量长期债务的风险，都取决于企业选择的记帐规则和惯例，所用的会计规则不同，会计风险也不同。

（3）经营风险。经营风险是指汇率变动对国际企业海外经营的收入和花费产生的间接影响。如一家美国国际企业在日本从事进出口业务，当日元升

值时，这家美国企业在日本的子公司的资产随之而升值。但是，日元升值不利于美国企业在日本子公司的出口业务，从而招致经济损失。经营风险所指的汇率变化，一般不包括预期的汇率变动，因为预期的汇率变动，在评价预期经营成果时已作了考虑。经营风险通常指的是出乎意料之外的汇率变化对企业未来销售额、价格和成本的影响。

若对以上三种汇率风险作一下比较，我们会发现：对交易风险来说，汇率的变动随着时间的变化而不断地对交易过程产生影响；对会计风险来说，汇率变动只对某一变动点之前或到这一变动时点的过去情况发生影响；对经营风险来说，汇率变动只对变动后的情况产生影响。

3.利率风险

利率风险主要表现为资本筹集和运用过程中的利率变动使国际商务活动者遭受的风险。投资者在东道国从事经营活动时，因借款条件的变化，利率上升，从而增加了筹资成本，包括利息支出的增加、债券发行成本的提高等等。利率变动在形式上，包括借款和贷款活动时的利率差异、不同国家市场利率的差异、不同市场不同货币的利率差异。这些差异的发生与存在是经常的，跨国企业在无暇利用这些差异时，利息损失是不可避免的，虽然这种损失是无形的。一个行为不够积极主动的公司可能还不会意识到这一点，但它却是客观存在的。

4.税收风险

税收风险主要是指由东道国财政政策的意料之外的变化和有关税收法规的运用所引起的风险。对外国企业，各国都有有关政策措施规定，其中包括税收政策。由于各国对外资企业所得税税率的规定不一致，一些跨国公司往往通过资金或利润的内部转移来尽可能少交税。但如果一国税收政策的改变如提高所得税税率是跨国公司始料不及的，则可能会给公司带来一定的损失。有时，由于东道国和企业所在母国之间在征税方面不协调，会造成对外资企业的双重征税，也会引起企业的获利程度降低。其它如对外投资收益的征税率以及进出口税税率的变化，都会给企业带来一定的风险。

二、国际商务所面对的政治风险

国际企业所处的政治环境包括东道国的国家结构、政治体制、政党体制、现行执政党信奉的政治哲学、政策倾向以及国内各利益集团及其影响政策的能力等等。从事国际商务的企业在东道国的各种活动，都必须在当地政府的许可下进行。东道国政府不仅能够，而且事实上也确实常对外国公司的商务活动实施控制或限制，其办法就是对他们的业务采取鼓励、支持或者抑制、禁止的措施，而这一切都取决于东道国政府的意愿，外国企业在此只能处于被动接受的地位。

政治风险是指因东道国的政府行为或国际政治事件的影响所造成的企业在该国利益受损的可能性。政治风险主要包括以下几种情况。

1.国有化风险

所谓国有化，就是指将外国企业的投资及资产没收为东道国国家所有。这种国有化是通过国家主权行为实现的，而这种主权行为在国际经济法上被认为是一种正当的权利。国有化之所以会构成为政治风险，是因为东道国没有对被实行国有化的外国企业给予“充分、及时、有效”的补偿。因此，国有化必然要使投资人蒙受某种程度的经济损失，甚至是经济灾难。国有化的形式是多种多样的，其中主要有：

（1）没收。在国家发生革命或与有关国家处于敌对或战争状态时，政府往往将由敌对国家政府、企业或个人经营的土地、矿山、工厂、银行等没收为国有，而不给以任何经济补偿，这是国有化的一种极端形式。

（2）征用。当地政府为维护民族经济利益，出于战略或政策的需要，对外国企业资产进行全部或部分地征用，同时给予大大低于市场价值的补偿。

（3）购买。当地政府根据经济发展或经济管理的需要，对外国公司的股票或资产实行强制性的低价购买，也是国有化的一种形式。

（4）强制出售。当地政府以强制方式迫使外国公司低价向当地出售股票或财产，也是一种变相的国有化形式。严格地说，这种形式是一种“外国企业当地化”。

实行国有化有各种各样的理由和借口，即使没有客观理由，人们也会以各种方式和手段“制造”出理由和借口。总之，只要东道国政府要采取国有化措施，作为外国企业是无能为力的，此时风险往往“在劫难逃”。

2.转移风险

所谓转移风险是指，由于当地政府采取外汇管制或其他限制性和歧视性政策，外国投资者无法将其资产和收益汇回本国或转汇到其他国家的风险。这里所说的投资者资产包括厂房、机器设备、产品或半成品、生产经营所用的资金等。所谓投资者收入包括海外投资所获利润，出卖股权的收入，国际贷款中的利息与本金，出售专利或商标的收入等。转移风险是在国际投资活动中最常见、最典型、发生频率较高的一种政治风险形式。触发这种风险的“导火索”主要有。

（1）当两国处于战争或敌对状态时，为了对对方采取一种最激烈的经济

打击和制裁措施，需要给外国企业施加转移风险。如 1979 年伊朗与美国发生公开的直接冲突时，双方互相冻结了对方在本国的全部财产。1982 年英国与阿根廷之间爆发“马岛战争”时和 1986 年美国与利比亚之间发生武装冲突时，都随之招来了转移风险。在这种情况下，由于对于事件本身的政治立场和倾向性，作为第三国往往也会卷入到这种转移风险中来。

（2）由于东道国出现了某种性质的经济危机，为了缓解和调控的需要，其政府可能会在一定时期内采取冻结对外汇款或严格对外汇款的措施。如在 80 年代的国际债务危机中，拉美一些国家均不同程度地采取了冻结对外汇款行为，其时限从三个月到一年不等。

(3)东道国政府为防止资本外流或为了剥夺或削减外国投资者收益而采取将本币非正常地、大幅度贬值的措施。如 1987 年 11 月 16 日，印度尼西亚政府宣布货币大幅度贬值，即从 1 美元合 415 值降到 1 美元合 625 值，从而使外国投资者蒙受了很大的经济损失。这种外汇调整具有很强的政策性和明显的歧视性，不同于在贸易对等条件下正常汇率调整所引起的商务风险。

3.战争风险

战争风险包括内战、边境战争、骚乱，以及与政治因素相关的恐怖事件所导致的风险。这类事件带有突发性，难以预测，而且带来的破坏可以波及国内外许多企业。企业因战争、骚乱等所蒙受的经济损失，一般都无法得到补偿，即使企业事先投保战争险，从保险公司得到补偿，但这种经济补偿主要是针对直接经济损失，而不是间接经济损失。直接经济损失指因战争的直接破坏而遭受的企业财产等损失；间接经济损失指与投资相关的所有企业生产经营活动遭到打击而发生的损失。二次世界大战、越南战争、两伊战争、英阿战争、海湾战争等，都曾导致外国投资者惨重的经济损失。

三、国际商务所面对的法律风险

由于世界上并不存在一部统一的“国际商法”来调整国际间的商务活动，而各国的法律又不完全相同，这样，商务活动涉及到多少国家，就会面临多少个不同的法律环境。国际商务中的竞争犹如激烈的体育比赛，而法律则好比体育比赛中的规则，显然，国际商务活动中的任何一方如果不了解当地的法律就会犯错误，就会遭致不测风险。各国法律体系的差异，表明了国际商务活动法律环境的复杂性。例如，在采用不成文法的国家，若遇洪水、雷击、地震和其他类似的天灾，无法完全履行或完全无法履行合同条款，则可不负法律责任。但是在成文法国家，天灾的意义则比较广泛，任何因自然力量或不可预见的人为因素无法履约而导致的伤害都可称为天灾，罢工和暴动也包括在天灾之内。因此，当在成文法系国家和不成文法系国家之间开展业务时，国际商务活动者若不了解这种法律体系的差异，就有可能遭到意想不到的利益损失。法律风险是指由于各国法律制度的差异、各国法律制度与国际法则的差异而引起的风险，它一般与投资环境中的法律因素相关联。当企业在两个或多个国家之间进行国际商务活动时，还得确定适用哪国的法律和规定。该国的法律应如何解释，适用的程度如何确定，都是企业要解决的问题。当企业一旦确定了适用的法律之后，有关法律的变化很有可能会造成企业的损失。因此，法律风险对从事国际商务活动的企业来说显得格外重要。

我国一家企业与某一外商签订了一份出口服装的合同，因为是首次同客户成交，加之为了得到对方的第二、第三份订单，我方企业决定要在产品质量方面给客户留下美好的印象，为此企业上下经过共同努力，终于生产出了做工考究、面料上乘的服装，并且比合同规定的装货期提前了一个月装船发运，就在企业上下静等外商的称赞的时候，外商却出乎意料地提出了退货的要求，其理由是，产品的品质与合同不符。我方有关人员对此大惑不解，因为服装质量不仅不低于合同标准，而且面料的纱支数还高于合同的规定。但是，问题恰恰就发生在这里。根据联合国《国际货物销售合同公约》规定，卖方所提交的货物必须符合合同的规定规格。这就是说，货物不仅不能低于合同的标准，而且也不能高于合同的标准。精明的外商发现服装行情看跌，就利用这一规定把损失转嫁给了我方企业，最终还是“好心”未得好报。

值得一提的是，我国的一些企业在涉外商务活动中，由于对国际上通行的商标法不甚了解或意识淡漠，结果在你死我活的国际竞争中吃了不少苦头，在商标权的归属上，目前各国大部实行‘注册在先”的原则，即商标的专有权归属首先在有关部门注册登记的人，任何其他企业或个人不得再使用同样的商标，否则将被视为仿冒商标而受到制裁。江苏南京化妆品厂生产的“芭蕾”牌珍珠系列化妆品，曾长期畅销日本和东南亚，在日本市场上曾创下了 4 瓶“芭蕾”可换一台彩电的记录；在香港市场上，其市场占有率一度达到 90%。然而一位外商用 300 美元抢先注册，取得了该产品商标权并仿造销售，严重地影响了这一化妆品的继续出口。后来，我方有关方面付出了 20 万美元的代价，才把“芭蕾”商标专用权归还我国。应该说，“芭蕾”商标的命运还是比较幸运的，因为它在经历了一番劫难后，又平安地回到了它的最初拥有者那里。而我国有些驰名商标一旦被外人仿冒后，就使得我国在国际市场竞争中永远地失去了这块金字招牌。比如，我国有上百年历史的“同仁堂”中药，虽然享誉各国，但由于其商标被日商抢先注册，结果使得凡是

印有“同仁堂”印记的中国药品都成了违法仿冒产品。中国的“同仁堂”在国际市场上只得”销声匿迹”，损失无法估量，教训极为惨痛。

四、国际商务风险的预防

企业在国际商务活动中，由于无法直接控制或改变复杂多变的国际商务环境，因而就不可避免地要冒各种各样的风险。尽管如此，企业仍可以采取一些积极的措施和手段，将国际商务中的某些风险规避掉，或将风险降到最低限度。

预防国际商务风险的关键性措施是做好对国际商务环境的调研、评估与预测。

“凡事预则立，不预则废”。国际商务风险无非来自于错综复杂、风云多变的国际商务环境。因此，在国际商务活动中，不论对付何种风险，最根本的一条就是要对国际商务环境事先作出充分和正确的调研、评估和预测，这是回避国际商务风险的战略原则。只有作到了“知己知彼”，才有可能“百战不殆”。这里，“知己”当然是指对自身实力和特点有充分的了解，“知彼”则是指对国际商务环境在详细周到调研基础上的正确评估和准确预测。

1.国际商务环境的调研

所谓国际商务环境的调研，是指系统地收集、记录、分析有关国际商务环境的各种情报资料。这是正确评估和准确预测国际商务环境的前提和基础性工作。

从总体上讲，国际商务环境调研的内容应包括构成国际商务环境的各种因素和有关信息，主要指：国际商务活动所在国的国家政局稳定状况、文化特点、市场特性，以及对经济增长潜力的估计等。此外，还要提供必要的信息，以帮助克服对异国环境的陌生感、语言障碍等等。调研的环境信息主要包括以下几个方面：

（1）经济信息。包括国际市场的波动情况，有关国家的经济增长率、通货膨胀、商业周期的特点与趋势等。

（2）社会和政治气候信息。包括有关国家影响本部门业务的各种非经济性的环境条件的一般信息。除了如前所述的政治环境因素外，还包括有关国家生态环境、安全标准、居民闲暇时间以及这些因素对本部门业务的潜在影响。

（3）有关市场条件的一般信息。主要包括用市场细分的方法详细分析本部门所面临的国内外市场条件。

（4）技术环境信息。主要包括有关部门业务的工艺技术状况，此类信息亦可按产品细分进行分析。

（5）关于竞争者的信息。包括国际市场上竞争对手的市场占有率、市场拓展策略以及反映其竞争实力的优势方面和薄弱环节。

以上信息是国际商务活动中进行正确的经营决策、避免或减少风险的基础。这些信息具体涉及有关国家的一系列因素：竞争、交通运输、电气特征、贸易壁垒、经济环境、经营观念、法律制度、社会习俗、语言、政治气候、消费模式、文化模式、宗教和道德背景及主要政党的思想纲领，等等。

2.国际商务环境的评估

对国际商务环境的评估，具体就是对国际投资环境的评估。评估投资环境的方法有多种，这里仅介绍美国学者罗伯特·斯托包夫提出的“投资环境评分分析法”。这种方法从东道国政府对外国投资者的鼓励和限制政策入手，具体分析了影响投资环境的微观因素，其主要方法是把这些微观因素分成资本抽回限制、外商股权比例、对外商的管制和歧视程度、近 5 年通货膨胀率等 8 个因素，再把这 8 个因素分成若干个子因素，然后根据各个于因素加以评分。此外，根据 8 个因素在投资环境中作用的大小确定了不同的分数，从而避免了不同因素平等看待的缺点。根据这种方法，投资者可以很容易地对不同的投资环境进行合理评估。总分越高说明投资环境越好，一般总分在 80 分以上为良好投资环境。该方法的详细内容如下表：

表 9—1　投资环境评分表

1、资本撤回	0—12
(1)无限制	12
(2)只有时间上的限制	8
(3)限制资本撤回	6
(4)限制资本及利润撤回	4
(5)严格限制	2
(6)禁止资本撤回	0
2、准许外商股权	0—12
(1)准许并欢迎全部外资	12
(2)准许但不欢迎全部外资	10
(3)准许外资占大多数股权	8
(4)准许外资最多占半数股权	6
(5)准许外资占少数股权	4
(6)外资不准超过股权的 30%	2
(7)不准外资摊有股权	0
3、差别待遇与管制(外资、内资比较)	0—12
(1)外资企业与本国企业同等待遇	12
(2)对外资企业略有限制，但非管制	10
(3)对外资企业无限制，但有些管制	8
(4)对外资企业限制及管制	6
(5)对外资企业有些限制，并严加管制	4
(6)对外资企业严格限制及管制	2
(7)禁止外商投资	0
4、货币稳定性	4—20
(1)可自由兑换	20
(2)黑市与官价差异少于 10%	18
(3)黑市与官价差异在 10%—40%之间	14
(4)黑市与官价差异在 40%—100%之间	8
(5)黑市与官价差异在 100%以上	4
5、政治稳定性	0—12
(1)长期稳定	12
(2)依赖主要人物的稳定	10
(3)内部分裂，但政府尚能控制	8

(4)强烈的内在、外在力量影响政治	4
(5)有变动或政变的可能	2
(6)不稳定，极有可能有变动或政变	0
6、给予关税保护的意愿	2—8
(1)给予充分的保护	8
(2)给予相当的保护	6
(3)给予少许保护	4
(4)很少或不给予保护	2
7、当地资本的可用性	0~10
(1)具有资本市场、公开证券交易所	10
(2)有一些当地资本及投机性证券交易所	8
(3)有限的资本市场，少数外来资本可供使用	6
(4)极有限的短期资本	4
(5)严格的资本管制	2
(6)高度资本逃避	0
8、近五年的通货膨胀率	2—14
(1)小于 1%	14
(2)1%—3%	12
(3)3%—7%	10
（4）7%—10%	8
（5）10%—15%	6
（6）15%—35%	4
（7）35%—以上	

在使用上述评估方法时，应注意到该方法的局限性：（1）各项因素其实难以适当加权，某些情况下有些因素可能具有决定性作用。例如，某一国家的评分为 80 分，但在政治稳定性方面却为“不稳定，极有可能变动或政变”，则很难说该国是良好的投资环境国，（2）评分标准只适于一般性投资评估，如投资产业对某因素具有敏感性，则可依据其他评分标准评分，（3）由于时间的变动及预测的困难，本期的评估结果不一定适合于未来。当然，尽管“投资环境评分分析法”有一定的局限性，但因其使用简便，包括的环境因素清晰易辨，在东道国各项环境因素复杂多变的限制下，该方法仍不失为一种较好的评估方案。

3.国际商务环境的预测

国际商务环境是不断变化的，国际商务参与者不仅要了解特定的国际商务环境的过去和现在，更主要的是要能预测和掌握未来。只有这样，才能在国际商务活动中赢得主动、避免风险或将风险降低到最低限度。

所谓预测，就是在调研与评估的基础上，运用一定的方法和手段，对国际商务环境的变化规律和未来趋势作出正确的预言与合理推测。国际商务环境的预测主要是行情预测。所谓行情是指东道国社会再生产发展过程的具体变化，即生产、消费和流通过程的具体变化。通俗他讲，行情主要指东道国的经济及各类市场的一般状态及变动趋势。准确的行情预测有利于在具体的

国际商务中及早采取相应的预防与规避措施，对付各种可能的风险。一般说来，引起行情波动的因素可分为两类：一类是周期性因素，即由于投资、消费、信贷等周期的内在力量引起的经济周期的更替；另一类是非周期性因素，即政治因素、法律因素、军事因素和科学技术因素的影响，以及由于气候变化引起的季节性变动，等等。其中，周期性因素是造成行情经常发生变动的首要因素，因此，预测行情主要是分析行情的周期波动。一个经济周期由危机、萧条、复苏和高涨四个阶段构成。周期的不同阶段决定行情的不同状态。在危机阶段，行情是恶化的，生产、流通和消费领域的各项指标的运动都是向下的，唯独失业、企业倒闭和利率是上升的；在萧条阶段，各种经济指标处于低水平，整个经济呈不景气状态；在复苏和高涨阶段，经济回升，行情看好。经济周期各阶段的更替决定行情发展的转折，如果从高涨阶段转入危机阶段，行情就会趋向恶化；如果由萧条转向复苏，行情就会见好。因此，行情变化是受周期运动制约的，二者的变化基本上一致。但行情的变化比周期的变化更加错综复杂、更加剧烈，因为它除受周期的影响之外，还要受许多非周期性因素的影响。鉴于行情变化和经济周期运动之间的密切联系，国际商务参与者必须分析和预测东道国的经济周期变化，确定当前处于周期的哪个阶段，以确定行情及其变化趋势，从而进行相机决策，防止风险的发生或将风险控制在一定限度之内。比如，准备进入某国市场的企业，应在该国经济由萧条转向复苏的时候进入，避开在该国经济由高涨转入危机的时候进入。已在某国市场经营的企业应在该国经济跌人谷底、并趋向复苏的时候瞄准时机，积极扩大经营的规模，以便在经济高涨时利用好的行情有利可图；在经济达到波峰时，企业就应见好就收，冷静地逐步缩减经营规模，或尽可能地将资本撤回国内，避免随着危机的来临而使企业的利益受到恶劣行情的冲击。

五、对付国际商务风险的策略

企业对国际商务环境进行事先的调研、评估和预测，只是做了规避风险的前期工作。企业一旦涉足国际商界，在具体的国际商务活动中，还应积极采取各种办法和措施，尽可能地降低风险系数，最大限度地减少风险损失。

1.风险适应策略

所谓风险适应策略，是指企业以其自身特定的经营方式和经营特点，尽量地去适应国际市场的风险环境，并根据风险的变动趋势相应地调整企业行为。这种策略并不是要硬着头皮被动地去与风险抗衡，而是强化自身的灵活性、适应性和可塑性，以便巧妙地与风险“周旋”，在风险的威胁下生存，在风险的隙缝中发展。

美国的克莱斯勒、通用及福特三家齐名的汽车大公司，面对相同的国际风险环境采取不同的策略取得不同的效果的案例，生动他说明了风险适应策略的特征及其意义。在 20 世纪 70 年代以前，克莱斯勒、通用及福特三家汽车公司都一直生产大型轿车，因为这类大型轿车既能满足国内外市场用户的需要，又可为本企业赚得高额利润。但是，到了 1973 年，情况发生了变化，当时由于第四次“中东战争”的爆发，整个西方世界面临着严重的石油危机，石油价格急剧上涨，这使西方各国的汽车工业受到了很大冲击，一些公司遭到了严重亏损。在这种情况下，通用和福特汽车公司的决策者，针对消费者不愿购买耗油量大的汽车的现实，迅速研制出耗油量少的小型轿车。此举受到了消费者的欢迎，结果，通用和福特公司非但未在石油危机中垮下去，反而因祸得福，在消费者心目中又树起了崭新的形象。与此相反，克莱斯勒公司的决策者却依旧生产耗油量大的大型轿车，结果其销售量大幅度下滑，企业遭受严重亏损，一段时期内每年亏损额高达 2000 万美元，公司被迫停产、濒临破产边缘。

2.风险抑制策略

所谓风险抑制策略，是指企业采取各种有效的方式和措施，以抑制国际商务风险的发生、异变，或风险扩散和连锁反应，这种策略并不回避风险选择，也不轻意改变经营方向和经营目标，而是侧重于风险防范、风险弱化和风险抑制。抑制风险包括制止风险的实现、降低风险的强度、改变风险的方向、限制风险的扩散和截断风险的连锁反应。抑制风险可以有起点抑制、过程抑制和后果抑制三种基本方式。

起点抑制，就是在企业经营行为开始之前就对可能涉及的国际商务风险及其发展趋势进行预测和分析，并设计出一套防范风险的措施与办法，与企业的整个战略与计划融为一体，作为企业行为的基础和依据，并在实践中付诸实施。

过程抑制，指企业在国际商务活动过程中根据风险的变化情况，采取相应的措施，以阻止风险的生成。

后果抑制，指当国际商务中的某种风险已局部地发生的情况下，采取有效措施制止风险扩散和截断风险的连锁反应，以减轻风险损失。

3.风险分散策略

所谓风险分散是指，在国际商务风险环境既定、风险威胁既定和经营目标既定的情况下，将企业经营的总体风险分散和转移到各个局部，从而降低整体风险实现的概率，减少风险的损害程度，提高企业经营的保险系数。国际商务中的风险分散策略主要有投资上的地理分散策略、经营项目上的品种分散策略以及融资上的资本市场和货种分散策略等。

壳牌公司是当今世界上最大的能源公司， 1990 年该公司的总收人为 1070 亿美元，居世界第二。对一家跨国经营的石油公司来讲，壳牌公司面临的风险是非常大的，远远超过其他行业。为此，壳牌公司主要布置了以下两条防线用以分散风险：第一条防线是地理分散。壳牌公司可以说是世界上所有石油能源公司中经营网络最广泛的，它在 50 多个国家勘探石油和天然气，在 34 个国家中提炼石油，向 100 多个国家销售石油。这种生产和销售的地理分散可以使某个地方的政治或经济上的动乱，不至于对公司产生致命的影响。第二条防线是产品多样化。壳牌公司除了石油外，还经营煤气、化工和有色金属，其目的是为了分散某种产品的市场风险。善于分散风险给壳牌公司带来了很高的效益，据专家分析，在过去 5 年中，壳牌公司的找油成本为每桶 2.9 美元，大大低于 4.6 美元的世界平均水平。

4.风险回避策略

风险回避策略主要有无风险选择与弱风险选择两种：

所谓无风险选择，是指企业对已经预测和意识到的国际商务风险采取完全回避的态度，而转向主观上认为没有风险的经营方向或经营方式。这种无风险选择，实际上只能看作相对的理解，而不能看作是一种绝对的、完全意义上的无风险选择。这只是企业决策者认为某种选择是一种无风险选择，而实际上对于从事国际商务的企业而言，任何经营方面的选择都具有某种程度的风险性。企业为了避免风险损失或无力承受风险损失，往往采取无风险选择策略。无风险选择可以使企业经营具有某种安全性和保险性，当然企业也不可能获得任何风险收益。

所谓弱风险，是指风险的覆盖面较小，或风险的损害程度较轻，或风险发生的概率较低，或以上三者中其中两方面处于较弱、较轻的状态。弱风险是与强风险相比较而言的，一般又总是与已知的，而又不愿承受或无力承受的风险比较而言的。弱风险选择可以不改变经营的方向和经营的基本目标，但可改变不同的经营方式和经营策略，也可以减少风险成本的投入和投入方式。选择弱风险主要是为了回避较大的风险威胁和风险损失，同时又在追求一定的风险利益。

以上所讲的是对付国际商务风险的一般原则和方法。由于不同的国际商务风险其特点各不相同，因此在具体对付每一种风险时，还应该采取一些有针对性的策略措施。

5.如何对付政治风险

政治风险主要发生在国际直接投资场合。国际直接投资中的政治风险往往无法抗拒，因此常令一些国际企业谈虎色变，望而却步。但是，如果防范有效，还是能够将政治风险及由此造成的损失降到最低限度。根据国际直接投资中政治风险的特点，企业主要应采取投资的全过程风险管理。具体途径包括：

第一，在投资前期，要认真对东道国的投资环境进行评估，提出“国别评价报告”，对影响政治风险的因素进行深入分析，尽量到政治风险较小的国家去投资。

第二，在投资中期，要根据经营过程中产生的种种影响投资安全和利益的事件和因素，随时调整策略，具体内容包括：（1）避免生产政治敏感性过高的产品；（2）依照东道国的法律守法经营；（3）实行投资客体分散化，即将投资的地域、行业、产品等分散化和多样化，以便出现政治风险时能及时调整；（4）实行投资主体分散化，即与当地政府机构、企业共同投资、合资经营、共担风险、共负盈亏；（5）积极向保险公司投保，实现风险转移。

第三，在投资后期，当政治风险严重地威胁投资者财产的安全，难以采取有效措施维持正常生产经营时，从东道国全面地撤出资产是唯一明智的选择。实行全面撤退时，应有步骤地进行，设法尽量减少损失。通常的措施是：（1）立即停止跨国公司对所在东道国子公司的进一步贷款，撤消对它的担保义务，切断母公司与子公司联系的“脐带”；（2）以企业自身的资产作抵押向当地银行借款以取代母公司的资助，并提前偿还母公司的贷款；（3）清理减少库存和半成品数量，招聘当地人员顶替国外技师，以当地原材料来同国外企业进行易货贸易以避免外汇转移风险；（4）将半成品以低于成本的价格返销给国外母公司或亲缘企业，通过转移价格来补偿投资的利益损失。

6.如何对付汇率风险

规避汇率风险的关键，是对外汇市场可能出现的变化能灵敏反应并及时作出相应的对策。企业有效地进行汇率风险管理，就能避免汇率变动可能造成的损失，增加收益；反之，则可能蒙受巨大的损失。对交易风险、会计风险及经营风险等不同的汇率风险，应采取不同的管理方法。

交易风险管理的主要方法是合同方法、经营策略和互换货币协议安排等。合同方法主要是在期汇市场、期权市场、期货市场以及货币市场上进行套期保值。经营策略主要包括支付时间的提前与推迟以及再计价中心的建立。互换货币协议主要指背对背贷款、货币互换或者信贷互换。

会计风险管理的主要方法有“资产负债平衡表对冲法”。该方法要求在企业汇总资产负债表时，暴露的外国货币资产和负债相等。假如每种外国货币都能做到这一点，则净会计风险将为零。

经营风险管理系指预测和对付由于汇率变化对企业未来现金流量所造成的影响，并采取相应的管理措施。企业经营风险管理的做法主要是在经营和融资上实施国际多样化策略。企业经营多样化的首要问题是密切注意国际经济贸易形势，以及个别国家经济的变化，当不平衡出现时能迅速作出富于竞争性的反应，如在一个国家扩大生产，而在另一个国家则进行收缩。由于企业的生产、原材料来源和销售根据国际经济和个别国家经济状况的变，作了适应性的多样化，它的现金流量的变动性很可能得到减弱，经营风险将得到

避免或降低。融资多样化是指企业在多个资本市场以多种货币筹集资金。

7.如何对付利率风险

利率风险是国际企业因借款利率变动时而发生的利益损失。减少、分散利率风险的一般途径有： （1）以贷款途径获得资金时，应对资本市场、货币市场的利率趋势作全面深入的分析，使资金来源的期限结构与使用要求相匹配，运用利率互换、利率掉期等方法分散利率风险。 （2）多渠道筹集资金，如发行债券、金融票据等，以增强资本的流动性。（3）在借款时，将利率变化与汇率趋势结合起来，全面衡量。一般来说，借款人借入软货币较为有利，但由于软货币的利率较高，故不能一概而论，应把两种因素结合起来，综合分析借款条件。

8.如何对付东道国的其他风险

厂商进入外国从事国际商务，需要对付东道国的经济周期、法律制度、文化习俗等多方面的因素可能造成的各种风险。东道国通货膨胀、经济萧条的发生，必将给所在的外国企业造成赤字的冲击而使其蒙受损失。这一风险是任何一个企业都必须面对的。它要求厂商进行自身素质的实力分析，判断是否能顶住风险，关键是要求企业练就能经得起未来可能发生的通货膨胀和经济萧条考验的企业素质。具体说，就是降低盈亏平衡点，在商品高档化上下功夫，形成“即使经济萧条，销路也不怎么下降的企业素质”，这是防备通货膨胀与经济萧条风险的精髓。

国际企业对付来自东道国法律及文化习俗方面风险的唯一有效办法就是熟悉东道国的有关法律和文化习俗。企业在涉足国际市场之前，务必对有关国家的工商业法律、管理制度、贸易条规、投资措施、商业习惯以及对外企和外资的有关政策弄清楚。此外，当企业在两个或多个国家之间进行国际商务活动时，还必须认清国与国之间的法律、法规的差异，并尽可能地用国际惯例和国际公约处理国际之间的商务问题。为了避免国际之间的文化习俗差异给国际商务带来的风险，最为重要的是企业必须分清在东道国该做的事情（文化习俗上的强制）、不该做的事情（文化习俗上的禁止）以及可做可不做的事情（文化习俗上的自由）。至今，在国际商务中，由于不了解当地文化习俗而产生严重误解的事还时有发生。有时，事情会仅仅因为拒绝了一杯咖啡而变得极为复杂；有时，也可能因礼品不妥而把事情弄糟；有时，或许仅仅因坐了不该坐的位置而闯下大祸、生意告吹……因此，要想在跨国经营中立于不败之地，必须对当地文化习俗有全面而深刻的了解。这一点是国际商务中至关重要的，也是任何其他方式无法替代的。

后　记

本书在整套国际商务丛书中属于概论性质的一本书。

我的专业不是国际商务。我主要是研究发展经济学的，特别是研究中国经济发展问题。发展经济学中有一部分要涉及到国际经济和国际商务问题。我在撰写本书时接触了几本国外的国际商务教材和论著，感觉到尽管国外的国际商务著作中的许多原理可以为我所用，但这些著作是以发达国家的跨国公司成熟的国际商务活动为对象的，像我国这样的发展中国家的厂商进入国际市场从事国际商务有许多新的问题和新的特点，因此，我这个搞发展经济学的学者来写概论性的国际商务著作，尽管可能在某些方面有缺陷，但可能更接近发展中国家厂商的实际。

我是在新加坡南洋理工大学担任访问教授期间撰写本书的，在这里我除有机会接触国外流行的几本国际商务教材外，更为重要的是在这个主要依靠国际商务成为亚洲四小龙之一的国家受到了不少启发，我的讲课对象是商学院的 MBA 学生，他们大都是新加坡商界、金融界和政府经济部门的中高层管理人员，在同他们的接触中我深深感到他们强烈的国际商务意识。我在新加坡的整个国际商务的环境中，耳闻目染，有不少新的体会，也纠正了一些我在国内期间的一些想法。因此，本书在许多地方夹进了我来新加坡后的一些在国际商务方面的体会。

鲁明泓、陆建新、周莉、方勇分别按我的要求协助撰写了第 3、7、8、9 章。没有他们的帮助，不可能在比较短的时间中完成本书，在此对他们表示感谢。同时也要感谢南洋理工大学南洋商学院为我提供了研究和写作条件。

洪银兴

1996 年 3 月于新加坡南洋理工大学