

<<国际商务>>

图书基本信息

书名：<<国际商务>>

13位ISBN编号：9787300117317

10位ISBN编号：7300117317

出版时间：2010-4

出版时间：中国人民大学出版社

作者：王亚星，王文潭 编著

页数：318

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

国际商务是一个不容易清晰表述的概念，可以从不同角度去描述。

考察国内外的国际商务教材我们发现，同类教材的不同编写者对国际商务的理解有很大的不同，主要体现在对国际商务定义的表述和教材的章节安排方面。

如果我们笼统地将国际商务教材分为国内和国外两类教材，其共同之处是综合运用了国际贸易、国际投资、跨国经营和市场营销及管理学知识，对企业从事国际化经营进行系统阐释。

不同之处是国外教材大都用一定的篇幅阐述国际商务的基础理论，这些理论往往都是国际贸易理论、国际投资理论，而国内的教材基本不必阐述这方面的内容，有专门的国际贸易教材；国外的教材大都以案例形式引出所要阐释的问题，形式比较灵活，体现了作者与企业联系的紧密程度，很多案例由作者原创，而国内的教材则更多地运用了文字和逻辑；国外教材的研究范围更加宽泛一些，知识面很广，信息量也很大，而国内教材受其他教材研究范围的约束，研究范围不能过于宽泛，避免重复性劳动。

<<国际商务>>

内容概要

本书内容共13章，包括国际市场的商务环境，国际商务战略，国际市场进入、开发的方法和策略，国际贸易，国际投融资及国际税收，以及国家管制等系列问题，并将国际知识产权保护、国际商务纠纷解决等纳入体系。

本教材最大的特点是各章节都突出了中国元素，力图为中国企业的国际化经营提供理论支持和必备的知识。

书籍目录

第一章 国际商务导论 第一节 国际商务的界定 第二节 国际商务的发展 第三节 国际商务的研究范围 第二章 国际商务环境 第一节 国际商务的环境因素 第二节 国别商务环境 第三节 中国企业的商务环境 第三章 国际商务战略 第一节 企业的商务国际化战略 第二节 中国大型企业的商务国际化战略 第三节 中国中小企业的商务国际化战略 第四节 中国企业的“走出去”战略 第四章 国际市场进入 第一节 国际目标市场的选择 第二节 国际市场进入策略 第三节 国际市场进入策略新发展 第五章 国际市场开发 第一节 国际市场调研 第二节 国际商务项目评估 第三节 国际商务交易对象评估 第四节 国际商务组织设置 第六章 国际产品策略 第一节 国际产品的特殊性 第二节 国际市场产品开发 第三节 国际定价 第四节 国际分销渠道 第五节 国际促销 第七章 品牌策略 第一节 品牌阐释 第二节 国际品牌战略与策略 第三节 国际品牌培养与整合 第八章 进出口贸易管理制度 第一节 原产地规则 第二节 外汇管理制度 第三节 进出口贸易鼓励措施 第四节 技术性贸易壁垒 第五节 贸易救济制度 第九章 国际融资 第一节 国际融资渠道 第二节 国际融资担保 第三节 中国的国际融资 第十章 国际投资 第一节 国际投资方式 第二节 国际投资企业存在方式 第十一章 知识产权保护 第一节 专利 第二节 商标 第三节 版权 第四节 商业秘密 第十二章 国际税收 第一节 国际征税对象 第二节 国际征税管辖 第三节 避免双重征税 第四节 国际避税与逃税 第十三章 国际商务纠纷解决 第一节 私人争议的解决 第二节 国家间争端的解决 参考书目

章节摘录

如日本的某种汽车进入美国市场以价廉、节能、轻便、美观赢得美国的顾客；而美国的某种汽车进入日本市场则以豪华为代表，是身份的象征。

虽然是同类产品，但由于二者互补，使日本汽车在本国和美国市场都能发挥其优势，进入美国市场后进一步扩大了其市场，企业生产形成更大的规模经济；同时，美国汽车在本国和日本市场也扩大了它的市场，进一步形成了更大规模的规模经济。

此时，差异化使两个国家的产品都扩大了生产规模，形成了产业内分工的格局。所以才会出现不同国家同类产品既有出口又有进口的情况，进而相互投资设厂。

此外，差异化也是中小企业的生存之道。

中小企业生存在大企业的夹缝里，如果仅凭规模报酬递增，是无论如何无法生存下去的。

中小企业只有发挥其灵活多变的特性，利用技术差异形成与大企业间的产品差异，并保持产品不断更新换代，花样翻新，使产品尽可能符合消费者、客户的需求，才能长期生存和发展下去。

所以，市场至关重要，国际商务的主要目的就是开拓国际市场。

3.国际商务复杂多变 从国际贸易学习中我们知道，国际贸易比国内贸易复杂，具有更大的风险。

复杂性主要表现为贸易的跨国性。

一方面，各国的对外贸易都是由国家高度控制的，通过对外贸易政策、法规和制度对贸易进行管理和控制。

所以企业在从事进出口贸易过程中要面对诸多的贸易壁垒，除关税、配额、许可证等传统的贸易壁垒外，还有数不尽的技术性贸易壁垒、商检壁垒和环境壁垒。

另一方面，在贸易过程中还存在从事内贸所不需要的程序，如办理进出口通关手续、特殊的包装要求、跨国性的运输、复杂的付款方式等。

风险主要是指政治风险和汇率风险，但还包括一些具体的风险，如市场行情变化、货物是否与合同货物相符、合同履行过程所遇问题、货款能否回收等。

然而，国际贸易仅仅是货物由卖方交给买方的过程，只是国际商务的一部分，全部的国际商务远比这些复杂得多，例如，国际商务还包括对国际市场进行全面考察、调研，了解东道国国内的政治法律环境、自然地理环境、文化背景、风俗习惯、商业习惯等，选择市场进入方式，制定市场竞争策略，满足消费者和客户需求，利用当地资源等一系列事务。

同时，也进一步面临着东道国国内的各项政策措施及其他风险。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>