

<<中国企业跨国经营>>

图书基本信息

书名：<<中国企业跨国经营>>

13位ISBN编号：9787800876035

10位ISBN编号：7800876039

出版时间：2002-10

出版时间：中国发展出版社

作者：郭铁民

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>

<<中国企业跨国经营>>

内容概要

作为企业界的一员，谁都不能不关心这样的问题：面对全球500强，中国企业的差距在哪里？

我们的企业怎样才能保持旺盛的青春和持久的生命？

入世后外企纷纷进入我国，我们如何与狼共舞？

面对全球化，我们如何“走出去”在世界市场搏击？

.....

应该说，所有这些，都是我国企业界必修的课程，也是这套丛书想要解决的问题。

本丛书立足中国企业的现实，对我国企业面临的问题从知识和操作两个层面进行了剖析和指导，既具有理论性、知识性、又具有指导性和可操作性。

本丛书可用作各类教学、培训教材，更是广大企业经营管理者良好的案头读本。

<<中国企业跨国经营>>

书籍目录

第一章 国际分工：跨国经营的奠基石第一节国际分工：社会化大生产的历史必然一、国际分工的形成与发展二、当代国际分工的新特点三、影响国际分工发展的因素四、国际分工是跨国经营的奠基石第二节世界市场的形成和发展一、世界市场的形成二、世界市场的作用三、世界市场上的商品流通渠道四、当代世界市场的新特征第三节跨国经营的产生与发展一、跨国经营的产生、发展及意义二、跨国经营的基本方式三、跨国经营的基本理论第二章 国际分工：跨国经营的奠基石第一节 国际分工：社会化大生产的历史必然 一、 国际分工的形成与发展 二、 当代国际分工的新特点 三、 影响国际分工发展的因素 四、 国际分工是跨国经营的奠基石第二节世界市场的形成和发展 一、 世界市场的形成 二、 世界市场的作用 三、 世界市场上的商品流通渠道 四、 当代世界市场的新特征第三节跨国经营的产生与发展 一、 跨国经营的产生、发展及意义 二、 跨国经营的基本方式 三、 跨国经营的基本理论 第二章经济全球化：跨国经营的大舞台第一节经济全球化是跨国经营的新平台 一、 经济全球化的形成与发展 二、 经济全球化的内容和实质 三、 经济全球化的风险 四、 经济全球化是跨国经营的大舞台第二节跨国经营是经济全球化的主要推动力 一、 以跨国公司为主体的跨国经营是当今经济全球化的“引擎” 二、 跨国公司是推动金融全球化的微观基础.....

<<中国企业跨国经营>>

章节摘录

书摘 二、经济全球化条件下跨国经营的新变化 20世纪80年代以来,经济全球化发展更加迅速,因此世界经济发展的格局、体制、产业结构、贸易和要素价格等许多方面经受了巨大的冲击和正在发生重大的变革。

在这种新的形势下,跨国经营呈现了许多新的变化和特点。

1. 在跨国经营中国际直接投资规模迅速扩大,具有新特点 据统计,对外直接投资存量从:1960年的680亿美元,增加到1980年的5020亿美元,1992年达到:19480亿美元,1996年达到32000亿美元。80年代中期以来,其增长速度大大加快,其中,1986~1990年平均年增长率为19.8%。1991~1995年达9.4%,1996~1999年为16.2%。

20世纪80年代以来,国际直接投资不仅规模不断加大,而且呈现出一些新的特点,形成了新的格局。

一是国际直接投资流向出现新特点。

首先是发达国家与发达国家间的双向对流的外国直接投资迅速增加。

比如1996年发达国家外国直接投资流量为2950亿美元,占国际直接投资流出量的85%,其次是发展中国家和地区也成为外国直接投资重要的流出国(地区)。

据统计,1996年发展中国家和地区对外直接投资额达510亿美元,较1995年增加了40亿美元,约为世界对外直接投资的15%。

这其中,亚洲发展中国家和地区对外直接投资的步伐不断加快,1996年增长近10%,达457亿美元,相当于整个发展中国家对外直接投资的90%。

因此,越来越多的国家成为接受外国直接投资的国家。

以1996年为例,48个最不发达国家其外国直接投资流入量也增加了56%,达到16亿美元。

二是国际直接投资流量增长大大快于国际贸易的发展。

据统计,国际直接投资的流量增长速度,1986~1990年年均增长24.4%,1991~1995年为20.6%,1996~1999年为31.9%,远远超过国际贸易及世界生产增长速度。

三是国际直接投资大规模投向服务业。

20世纪80年代以来,由于世界经济产业结构调整和发展变化,国际直接投资一改以主要流向采掘业、自然资源开发业的做法,而大规模流向服务业。

以1996年统计为例,该年流向服务业的外国直接投资占总量的55%以上。

这有利于服务业内部的专业化分工,促进世界服务贸易的发展。

2. 跨国经营战略趋向于“本地化” 20世纪80年代以前,许多跨国经营企业,尤其是实力雄厚的跨国公司,主要是以母国经济利益为中心,往往采取掠夺性经营,成为本国对外扩张的工具和手段,引起了东道国、特别是发展中国家的怨恨,产生了不少矛盾,纷纷采取诸如法律和政策手段加以限制,甚至将外资企业收归国有,在一定程度上使跨国经营受到遏制。

为改变这种不利的情况,20世纪80年代以来,跨国经营企业、特别是跨国公司一改以往的做法,改变经营战略,开始注重东道国的利益,从东道国的经济、社会、法律和文化环境着想,实施合资合作经营等方式,推进“本地化”策略。

所谓本地化策略,就是指跨国企业以建立“地地道道的当地企业,为当地社会做贡献的企业”为自己的目标,在东道国的子公司任用当地管理人员、沿袭当地传统文化,形成适应当地经营环境的跨国经营模式。

跨国经营本地化策略包括产品(服务)本地化,原材料本地化,经营管理本地化,人才本地化,文化本地化,研究与开发的本地化等等。

具体地说,在产品方面从当地消费需求实际出发,提高合资企业产品的“国产化率”水平;在生产方面注重对东道国经营发展的推动作用,尽量满足其对先进技术的需求;在经营管理上,其管理人员要很好地了解和掌握当地的文化习俗和思维方法,更好地与当地政府交流、协调。

同时尽可能选用当地部分经管人员,使当地经管资源为我所用。

跨国企业“本地化”策略有利于缓解母国和东道国文化差异可能发生的冲突;有利于提高跨国企业在

<<中国企业跨国经营>>

东道国的知名度和信誉，最终有利于形成更大规模的跨国经营活动。

3. 跨国经营管理理念发生重大变化 由于跨国经营活动的迅猛发展，跨国企业所处的经营环境由原来的一元的、同质的文化氛围向多元的、异质的文化氛围转变，其经营活动也越来越多地渗透进文化色彩。

因此，跨国经营的管理必须充分考虑异国文化差异和多元文化对跨国企业的作用和影响，并积极实施跨文化管理。

所谓跨文化管理，又称交叉文化管理，是指涉及不同文化背景的人、事、物的管理。

跨文化管理的实施主要有三个方面：一是识别文化差异。

由于不同国家文化是不同的，差异是难免的，而不同国家文化差异所造成的文化冲突又是不同的，跨国企业经营者首先要识别和区分这种文化差异，才有可能采取有针对性的措施解决文化差异所产生的冲突。

二是跨文化培训。

这主要是强化对不同文化传统的反应和适应能力，以利于不同文化背景的人与人之间的沟通与理解。

三是建立跨国企业的企业文化。

这不同于本国企业的企业文化。

它是在识别文化差异和进行跨文化培训的基础上根据企业发展的需要，形成一套企业共同经营观和强大的企业文化，增强跨国企业的文化应变能力。

4. 国际连锁经营是跨国经营的新趋势 连锁经营是一种现代商业的经营方式和组织形式，一般是实行购销职能的分离和最终利益的结合，由连锁组织总部统一组织供货、调配、销售，并规定统一的服务标准，强行进入市场或维持市场份额的营销战略。

原来，连锁经营是商业公司进行国际经营的重要组成部分，但目前在经济全球化的新形势下，它又成为大型制造业公司进行国际市场营销的新手段。

因为大公司的国际经营活动已不再局限于出口和直接投资两种形式，而是越来越多地倾向于采用由其派生出来的中间形式——技术转让、特许经营权转让、连锁经营等等。

而国际连锁经营包括多种形式，它灵活多样，跨度广，可以涉及上述各种中间形式；在社会大生产日益专业化和标准化的条件下，它被广为运用。

对于跨国企业来说，特别是跨国公司，发展国际连锁经营实行非股权控制，可以减少资金占用、降低风险和绕过壁垒进入市场；公司产品采用统一的标准、统一的形象，有利于迅速占领市场，发展和巩固公司的垄断优势。

连锁经营实现规范化科学管理，统一产品价格、降低管理费用和提高经济效益，使公司和连锁店皆得利；连锁经营可以充分发挥其网络优势、规模效应、广告宣传优势、培训和管理的优势，可以为顾客提供规范化的一条龙服务。

所以，国际连锁经营对跨国企业、特别是大型公司是非常必要和有利的。

而从跨国企业的发展趋势来看，采用国际连锁的经营条件具备，且完全可能。

大型跨国公司本身具有强大的技术优势，是进行技术转让、许可证转让和连锁经营的首要资本；公司具备的规模优势、产品优势、商誉优势和信息优势，有利于实行公司各部门职能分离，使总部成为一个具有垄断优势的控制中心，而以连锁经营的方式形成庞大的生产、销售网络。

随着跨国公司的迅速成长，跨国经营竞争更加激烈，使得许许多多的中心企业处境不妙。

大公司开始寻求与中小企业结盟。

一些大公司把那些有意加盟的中小企业集中起来，实行连锁经营，公司实行统一标准控制产品和销售。

随着产品的标准化，生产与销售的扩大及专业化，合资经营、联合经营也不断向连锁方面发展。

因此，连锁经营日益发展成为国际战略联盟的一种形式。

.....

<<中国企业跨国经营>>

媒体关注与评论

前言加入世界贸易组织，标志着中国对外开放进入一个新的阶段。

这不仅是中国进一步扩大对外开放、积极参与经济全球化的新起点，也是中国深化改革、继续完善社会主义市场经济体制的新起点。

江泽民同志在2002年5月31日重要讲话中指出：要适应经济全球化和我国加入世界贸易组织的新形势，在更大范围、更广领域、更高层次上参与国际经济技术合作和竞争，拓展经济发展空间，全面提高对外开放水平。

适应经济全球化和加入世贸组织的新形势，全面提高我国的对外开放水平，包括方方面面的内容，是个系统工程。

这其中，真正有效地实施“走出去”战略是必不可少的。

如果说改革开放二十多年来，我们国家实行对外开放，一开始先以“引进来”为主，“使国际市场国内化”是必要的，是为发展和继续扩大开放奠定基础的话，那么，加入世贸组织后，对外开放进入新的阶段，就应该在这个基础上强化实施“走出去”的战略，使“国内市场国际化”，即“引进来”与“走出去”紧密结合、双向互动，才有可能全面提高对外开放水平。

另一方面，“走出去”战略是企业发展壮大的法宝。

加入世界贸易组织后，在经济全球化条件下，我国企业开始真正面对更加复杂的、激烈竞争的国际环境，有效的发展途径是要跨出国门全面与跨国公司接触，是要敢于与跨国公司合作和竞争，并尽快成长起来，做大中国的跨国公司。

我国不能只是一个制造平台，我国的企业和公司不能成为只是简单地模仿和复制商品的“机器”，而应该打造中国企业的国际竞争力，向世界推出中国制造的名牌产品，成为国际级的跨国公司。

世界银行2001年12月13日发布的报告《中国与知识经济：把握21世纪》指出，面对21世纪日益增大的社会、政治和经济压力，在过去已取得的经济增长成就的基础上，中国需要在发展战略上做出重大调整，以提升和建立驾驭知识革命所必需的新体制和基础设施。

世行专家卡尔·达尔曼说：“中国要在新环境中竞争和振兴，就须从生产要素集约型增长转向以知识为基础的增长。

扩大开放，驾驭塑造全球经济的力量。

” 改革开放以来，我国已经有一批企业“走出去”到国际经济中去冲浪、去打拼、并取得了显著的成效。

目前我国的企业在继续不断地“走出去”。

据统计，2001年我国新增境外投资企业312家，协议投资总额9.7亿美元，同比增长20.7%；中方投资额7.9亿美元，同比增长26.2%。

新签对外承包工程合同额130亿美元，完成营业额89亿美元，同比分别增长11.3%和6.2%，带动了设备材料出口8.6亿美元；新签对外劳务合同额33.3亿美元，完成营业额31.8亿美元，同比分别增长11.3%和13%；年末在外人数47.5万人，同比增加近5万人。

截至2001年底，我国累计设立境外企业6610家，协议投资总额123亿美元；累计签订对外承包工程合同额997亿美元，完成营业额715亿美元，带动出口近60亿美元；累计签订对外劳务合作合同额268亿美元，完成营业额207亿美元。

外派劳务252万人次。

我国企业在境外的投资规模、投资主体、投资区位、投资领域等方面均有较大的发展。

但是客观地说。

与我国作为一个大国经济社会发展的需要以及与中央一再提出的积极实施“走出去”战略要求相比，仍存在不少差距。

同时，也不断可以听到国内企业在海外发展受阻的消息。

……

<<中国企业跨国经营>>

编辑推荐

面对全球五百强企业，中国企业的差距在哪里？

我们的企业如何保持旺盛的青春与持久的生命力？

本书立足于中国企业的现实,借鉴国外先进经验，解决企业跨国经营的实际问题，既具有理论性，知识性又具有实践性与可操作性。

<<中国企业跨国经营>>

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>