<<国际经济合作>>

图书基本信息

书名：<<国际经济合作>>

13位ISBN编号：9787301214022

10位ISBN编号：7301214022

出版时间：2013-1

出版时间：北京大学出版社

作者：卢进勇，杜奇华，杨立强 著

页数：336

字数：556000

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>

<<国际经济合作>>

内容概要

国际经济合作就是研究资本、技术、劳动力和经济信息等生产要素在国际间的直接移动与重新合理组合配置的问题，而在形式上主要表现为国际货物贸易以外的其他各种国际经济业务和交往方式。

国际经济合作既是一项新的业务，也是一门新的学科课程。

《国际经济合作》既研究和分析了国际经济合作的理论、政策与主要方式，也介绍了各类国际经济合作业务的操作知识。

本书注重理论与实际相结合，采用了一些生动翔实的经典案例来解释、佐证和检验书中的内容，案例分析不仅使内容更加丰富生动，也使读者在学习的过程中获得大量有价值的最新信息，对于增长知识和开拓视野大有裨益。

《国际经济合作》既适合作为高等院校涉外经济、贸易、金融、管理、法律等专业学生的教材，也适合有关企业与政府管理部门进行人员培训时使用。

本书由对外经济贸易大学卢进勇教授、杜奇华教授和杨立强副教授共同编著。

<<国际经济合作>>

作者简介

杜奇华：现任对外经济贸易大学教授，WTO研究会理事。

1983年毕业于南开大学并取得学士学位，1987年取得对外经济贸易大学国际贸易专业的经济学硕士学位，1997年至1999年在美国西东大学(Seton Hall

Univeity)做访问学者。

在对外经济贸易大学主要从事国际经济合作、国际投资和国际技术贸易等课程的讲授工作，并从事国际经济贸易理论与实务的研究工作。

近些年来，在国际经济贸易理论和政策方面的研究成果颇丰，主编和参编的著作有《国际投资》、《国际经济合作》、《国际经济合作实务》、《国际经济合作与投资项目理论和实务》、《中小企业海外投资操作实务》、《商务国际投资》、《商务国际合作》、《国际技术贸易》、《国际融资》、《中国企业海外投资政策与实务》、《海外企业的经营与管理》、《国际发展援助》、《澳门经济发展模式研究》、《国际经济贸易理论与实务》、《中国对外经济管理概论》等二十余部；撰写有《跨国公司倒闭引发的国际合作问题》、《论国际投资的国家风险及其防范》、《浅析中东劳务承包市场形成及保持至今的原因》、《世界银行资金来源分析》、《中国股市流动性分析》、《战后英国艾德礼工党政府的内外政策》、《澳门旅游业的特点及其发展前景》等论文20余篇；参与编写的经贸类辞典有《市场经济大辞典》、《市场经济百科全书》、《中国企业跨国经营百科全书》、《最新国际经贸金融知识辞典》等近10部；并参与翻译了《世界投资报告》等书。

卢进勇，对外经济贸易大学教授、经济学博士、博导、外国直接投资(FDI)研究中心(校级重点研究基地)主任、事受国务院政府特殊津贴专家、商务部“WTO新一轮多边贸易谈判贸易与投资咨询组”专家、国家级重点学科国际贸易学学科带头人、中国投资促进研究中心主任、中国世界经济学会常务理事、中国国际经济合作学会常务理事，加拿大维多利亚大学(Univeity Of Victoria)和澳大利亚莫纳什大学(Monash Univeity)访问学者。

主要研究方向：FDI与跨国公司、中国利用外资与海外投资、国际经济合作，国际投资条约与协定、投资促进理论与实务、企业并购与重组等。

独立撰写及联合发表学术论文140多篇，编著或参编的著作与教材60余部，获得各种奖项或奖励16次，其中含省部级和国家级11项。

在学术研究中，提出过一些具有原创性的理论观点和政策建议。

曾主持包括国家社科基金项目在内的多项政府和企业委托的科研项目。

目前兼任若干单位的咨询专家或投资顾问。

先后被评为北京市高等学校“优秀青年骨干教师”、北京市培养跨世纪理论人才“百人工程”入选人员和北京市高等学校“青年学科带头人”。

杨立强，对外经济贸易大学国际经济研究院中国对外经济贸易研究室主任、加工贸易研究中心主任、校级重点研究基地国际直接投资(FDI)研究中心副主任，经济学博士。

主要研究方向为中国对外经贸理论与政策，加工贸易理论与政策，国际直接投资与跨国经营，国际区域经济一体化等。

在Contemporary

Asian Economy

Research、《国际贸易》、《亚太经济》、《国际经贸探索》等刊物发表论文十余篇；主编或参与编著的已出版著作十余部，包括《中国经贸评论》第1辑《“十一五”期间中国对外经济贸易热点问题》、《国际区域经济合作：理论与实践》、《国际投资与跨国公司案例库》、《国际服务贸易与跨国公司》、《企业管理咨询：理论》。

<<国际经济合作>>

方法和案例》等；主持和参与研究课题二十余项，包括“中国制造业在全球生产网络动态演进中的角色转换与价值链跃迁”、“我国认证认可技术性贸易壁垒应对方法”、“建立两岸经济合作机制研究”、“中国参与周边区域经济合作问题研究”等，多次获得部级表彰。

<<国际经济合作>>

书籍目录

- 第一章 国际经济合作总论
 - 第一节 国际经济合作的概念
 - 第二节 国际经济合作的类型与方式
 - 第三节 国际经济合作的产生与发展
 - 第四节 生产要素的国际移动与国际经济合作
- 第二章 国际直接投资
 - 第一节 国际直接投资的概念与形式
 - 第二节 国际直接投资的动机与理论
 - 第三节 跨国并购
 - 第四节 国际直接投资环境与环境评估方法
 - 第五节 世界贸易组织与多边投资协定
 - 第六节 国际直接投资协调
- 第三章 跨国公司
 - 第一节 跨国公司概述
 - 第二节 跨国公司的组织形式
 - 第三节 服务业跨国公司
 - 第四节 跨国公司与国际技术转让
- 第四章 中国利用外商直接投资
 - 第一节 中国利用外商直接投资的发展历程和作用
 - 第二节 中国利用外商直接投资的方式
 - 第三节 中国利用外商直接投资的一些政策法律规定
- 第五章 中国对外直接投资
 - 第一节 实施“走出去”战略与企业对外直接投资
 - 第二节 中国企业对外直接投资的发展、特点与可能性
 - 第三节 中国对外直接投资的管理
 - 第四节 企业国际竞争力与对外直接投资
 - 第五节 中国海外企业经营当地化
- 第六章 国际间接投资
 - 第一节 国际证券投资概述
 - 第二节 国际债券投资
 - 第三节 国际股票投资
 - 第四节 投资基金
 - 第五节 中国证券市场
- 第七章 国际技术贸易
 - 第一节 国际技术贸易概述
 - 第二节 国际技术贸易内容
 - 第三节 国际技术贸易方式
 - 第四节 国际技术贸易价格与税费
 - 第五节 知识产权及其保护
 - 第六节 保护知识产权的国际公约
 - 第七节 中国对外技术贸易管理
- 第八章 国际工程承包与劳务合作
 - 第一节 国际工程承包概述
 - 第二节 招标与投标
 - 第三节 国际工程承包合同与施工管理

<<国际经济合作>>

第四节 国际工程承包的银行保函

第五节 国际工程承包的施工索赔与保险

第六节 国际劳务合作

第七节 中国对外承包工程与劳务合作

第九章 国际租赁

第一节 国际租赁概述

第二节 国际租赁方式

第三节 国际租赁合同

第四节 国际租赁机构及实施程序

第五节 中国的融资租赁业

第十章 国际发展援助

第一节 国际发展援助概述

第二节 联合国发展系统的援助

第三节 世界银行贷款

第四节 政府贷款

第五节 主要发达国家的对外发展援助

第六节 中国与国际发展援助

第十一章 可行性研究与资信调查

第一节 可行性研究的概念与阶段划分

第二节 可行性研究的实施

第三节 资信调查

第十二章 国际税收

第一节 国际税收概述

第二节 国际避税方法与国际反避税措施

第三节 中国的外商投资企业税收制度

主要参考文献

专业名词中英文汇编

章节摘录

版权页：插图：（4）弗农对于传统直接投资理论的适用性问题没有做过多说明。他直接指出，既然知识的转移可以代替物品转移，那么有关制造业跨国公司的理论就可以应用于对服务业跨国公司的解释。

（二）服务业国际直接投资理论 目前涉及服务业对外直接投资的理论已有了一定的发展，比较典型的如巴克莱和卡森的内部化理论，他们在原有内部化理论的基础上，说明服务企业也有内部化中间市场的优势。

卡森强调，服务消费中买者的不确定性是市场不完善的来源之一，将会导致较高的交易成本，从而使企业的对外直接投资成为一种必要。

作为对外直接理论的集大成者，邓宁在服务业对外直接投资方面也有比较系统的论述。

他指出，服务业对外直接投资也应同时具备所有权优势、内部化优势和区位优势三个条件。

相对而言，该理论体系比较完善，也最具代表性，因此本文将以此为基础，对服务业对外直接投资的基础和动因做出解释。

1.所有权优势 服务业所有权优势可以理解为企业得以满足当前或潜在顾客需求的能力。

一般有三个重要的评判标准：第一，服务的特征和范围，如服务的构思、舒适度、实用性、可靠性、专业化程度等；第二，服务的价格和成本；第三，有关售前、售中及售后服务。

具体来讲，服务业跨国公司的所有权优势主要体现在以下几个方面：（1）质量。

由于服务一般具有不可存储性、异质性等特点，保证服务质量对企业就尤为重要，特别是随着收入水平的提高和企业之间竞争的加剧，质量日益成为影响消费者服务和生产者服务需求的重要变量，在许多情况下，它是决定服务业跨国公司竞争力的最重要的变量。

在一些服务行业中，企业创造和保持一个成功品牌形象的能力，或者在多个地区提供服务时实行质量监控的能力和降低购买者交易成本的能力，是其保持质量形象和占有竞争优势的关键。

（2）范围经济。

它指服务提供者可以满足消费者对产品种类和价格的多种不同需求。

在运输、商业等服务行业中，都不同程度地存在范围经济。

其中，典型的是零售业，零售商储存商品的范围越宽、数量越大，他们在同供应商交易中的议价能力就越强，就越能通过讨价还价以较低价格从供应商处获得商品；同时，供货品种和数量的加大使其有能力降低消费者的交易成本，因为这样消费者只需在一处就可以买到多种商品；此外，议价能力的提高使零售商能够加强对其买卖的产品和服务质量的控制，也有助于增大其所有权优势。

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>