

第一章 国际市场营销学导论

考点一：国际市场营销学的基本概念

1、国际市场营销与国际市场营销学

(1) **国际市场营销**：是一国企业的营销活动在市场空间上的扩展，这种扩展使该企业的经营销售活动跨越了国界。

(2) **国际市场营销学**：是一门研究以**外国顾客需求**为中心、从事国际市场营销活动的国际企业经营销售管理的科学。

2、国际市场营销学与市场营销学的关系：两者既有联系，又有区别。

联系	区别
理论基础相同； 经营理念相同； 市场边界的扩大。	国际市场环境更加 复杂 ； 国际市场营销面临更多的 不确定性 ； 国际市场营销方案更加 多样化 ； 国际市场 营销难度更大 。

(1) 国际市场营销的不确定性因素：

- ① **产品总需求**的不确定性；
- ② **消费者需求**的不确定性；
- ③ **竞争者**所采取的**竞争策略**的不确定性；
- ④ **产品价格**的不确定性；
- ⑤ **促销媒介**的不确定性；
- ⑥ **分销渠道**的不确定性。

(2) 国际市场营销的难度体现在以下三方面：**【选择题高频考点】**

- ① 国际市场营销的**风险更大**；
- ② 国际市场**竞争激烈**；
- ③ 国际市场营销方面**人才缺乏**。

【记忆口诀】 风大人少对手多

【提示】 国际市场营销难度体现的三方面是选择题的重要考点，考生需要识记这三方面的内容，并且在题目当中能够正确的识别并选出正确选项。

3、国际市场营销与国际贸易的区别 **【选择题高频考点】**

	国际市场营销	国际贸易
经营主体	企业	国家
商品流通形态	多种多样（本国→ 目标市场、外国→目标市场、目标市场→目标市场）	跨越国界型
经营动力或行为动机	利润最大化	比较利益
评价经济效益的信息来源	企业账户及有关记录	国家的国际收支平衡表
作业流程	市场调研、新产品开发、渠道管理、产品	外国顾客上门求购、接单、交货

	仓储与运输、产品定价、产品分销、产品促销等	等
--	-----------------------	---

【记忆口诀】评价主流运动

【提示】国际市场营销与国际贸易的区别是选择题高频考点，考生需要掌握的是区别主要表现在哪五个方面，然后再去理解具体区别。

4、国际市场营销学的特点：(1) 研究范围具有**国际性**；(2) 研究内容具有**经验性**；(3) 研究结论具有很强的**应用性**。

考点二：企业开展国际市场营销的动因

角度	动因
企业自身	企业走向国际市场以延长其产品的生命周期（ 长期卖 ）
	对低成本追求（ 低成本 ）
本国因素	国内市场竞争激烈，利润微薄（ 生存难 ）
	本国政府的支持与鼓励（ 走出去 ）
国际因素	国际市场需求潜力大，机会多（ 机会大 ）
	东道国丰富和廉价资源的吸引（ 资源多 ）
	东道国市场环境和基础设施条件的吸引（ 地方好 ）

1、国际市场有三大构成因素：人口、购买欲望和购买力。

购买力与一国的 GDP（国内生产总值）成正比关系。

2、企业如何在国际市场上实现对低成本追求：

- (1) 利用当地的优惠**政策**；
- (2) 利用廉价的**劳动力和原材料**；
- (3) 利用**低运费、低关税和较少的配额管制**；
- (4) 利用与产品销售市场的**地理位置接近**的有利条件。

3、产品的生产周期：投入期、成长期、成熟期、衰退期。

考点三：国际市场营销的演进【名词解释高频考点】



1、**国际市场营销阶段**：国际市场营销是国内市场营销的延伸，企业把在国内市场使用的营销策略和方法用到国际营销中去，并不断地总结经验，吸引教训，形成了一整套国际市场营销的理论和方法，用来指导企业国际市场营销活动的实践。

2、**多国营销战略**：多国市场营销战略就是指对**每一个国家制定一种与之相适应**的营销战略。

3、**全球营销阶段**：全球营销是指企业把整个世界市场作为一个**统一的市场**，采用**单一的营销战略**作指导，制定和实施产品战略、定价战略、分销战略和促销战略，以实现预期的营销目标的市场营销活动。

【提示】国际市场营销阶段、多国营销阶段、全球营销阶段是名词解释的高频考点，需要考生在理解的基础上记忆。

考点四：国际市场营销学的研究对象、内容和方法

1、国际市场营销学的研究对象

研究对象	概述
国际市场需求	以研究消费者需求为中心。
国际市场营销活动	研究国际企业参与国际市场竞争时所采取的竞争策略。（4P）
国际市场营销规律	(1) 研究国际市场上企业之间的 竞争规律 ； (2) 研究国际市场上 产品发展变化规律 ； (3) 研究国际市场 产品生命周期规律 。

2、国际市场营销学的研究方法

方法	概述
微观分析法	微观问题运用微观分析法进行研究，比如： 产品开发、产品定价、产品分销和产品促销 等。
宏观分析法	宏观问题用宏观分析法，比如： 国际政治法律环境、国际社会文化环境、国际经济环境 等。
定量分析与定性分析相结合的方法	企业开展国际市场营销要对宏观环境因素变化与否进行判断、要对中间商的业绩进行评估、要对目标市场国进行选择等，这就需要用到定量分析与定性分析相结合的方法。
动态分析法	国际市场营销的宏观环境因素是不断变化的，国际市场上竞争对手的战略和策略也是在不断调整的，企业自身拥有的资源条件也在变化，这就要求企业使用动态分析法制定国际市场营销规划、营销策略和促销策略，制定出多种可能的方案予以应对。
系统分析法	国际市场的构成因素众多、复杂，是一个大的系统；国内市场构成因素相对简单一些，是一个较小的子系统；企业自身是一个更小的子系统，企业开展国际市场营销时，要把自己放在一个大系统里进行考虑， 全面地、系统地分析 ，而不是把自身孤立起来分析。

第二章 国际政治法律环境

考点一：国际政治环境

1、政府：政府是国家的权力机关和执行机关，在国家经济建设中主要扮演者**参与者**和**规范者**的角色。

角色	内容
参与者	直接参与：以不同份额的形式 拥有企业的所有权 ，可以独享或部分拥有，由此直接参与企业的生产经营活动。
	间接影响：以 消费者的形式 来间接影响企业的生产经营活动，政府购买企业生产的产品或劳务，扶持企业发展壮大。
规范者	政府通过 立法的形式 来规范企业的经营行为。

(1) 政府的类型

政府类型	专制政府	君主专制政府	
		一党专政政府	
	议会制政府	君主立宪制政府	议会君主制（英国、日本）
			二元制（约旦、沙特阿拉伯）
		共和制政府	议会共和制（意大利）
			总统共和制（美国）

2、政党

政党体制是个国家的政党行使政权或干预政治的各种形式的统称，政党体制有四种

政党体制	内容
一党制	是指一个国家中有个政党或多个政党，但只有一个政党执政，其他政党是参政党。执政党对国家政策的制定起决定作用，当然也会吸收参政党的政策主张。
一党专制	是指通过 军事或政变手段 获取执政权力，而不是通过公开的、自由的竞选获得执政权力，并利用行政权力阻止、打击、镇压其他党派或政治集团的正常活动。一党专制发展的结果为 独裁制 。
两党制	是指两个政党轮流执政的制度，执政党通过竞选后胜选而获得执政的权力。各个政党的指导思想不同，政策主张也不同，执政党更迭，政策就会随之有所改变。 美国和英国就是两党制国家 。
多党制	是指由几个政党联合执政或轮流执政的政党体制。实行多党制的国家，政府是由各政党联合组成的，而不是由一个政党控制的。 像法国、德国、意大利、荷兰、比利时和以色列等国是多党制国家

3、利益集团：又称院外活动集团或压力集团，它是由社会上各行各业具有共同利益的人或对某些问题具有共同看法和主张的人组成的组织，其目的是促使政府维护其切身利益或实现其政策主张。

利益集团的形式

(1) 特殊利益集团：工商界利益集团、金融界利益集团、农业界利益集团以及劳工组织、还有基于不同种族、民族、性别、年龄、宗教等的特殊利益集团。

(2) **公共利益集团**：环境保护组织、消费者利益协会和绿色和平组织等。

4、政府政策：在市场经济条件下，政府通过制定一系列经济政策，从宏观层面上干预经济，从而达到管理经济的目的。

(1) 政府制定的政策主要有人口政策、产业政策、市场开放政策(包括进出口管制、关税政策、价格控制、外汇管制、国有化政策)、财政政策、货币政策、金融政策和能源政策等。

(2) 企业开展国际市场营销活动，总是希望东道国的经济政策环境满足以下要求：

- ① **政策稳定**；
- ② **政策优惠**；
- ③ **政策透明**。

5、民族主义：民族主义认为一个国家主要依靠**自身的力量**来发展经济，要始终坚持发展**民族工业**，保护民族利益与经济安全。民族主义是影响企业国际市场营销的一个重要因素。

6、**政治风险**：主要来自东道国未来政治变化的不确定性，是指因东道国各种政治力量使其商务环境发生很大的变化，致使国际企业经营目标难以实现而产生的风险。其种类如下：

政治风险	内容
没收、征用和国有化 (最严重的政治风险)	没收 是指东道国政府 强迫 外国企业交出资产所有权，并且 不给 外国企业所有者任何形式的经济补偿； 征用 是指东道国以给予一定限度的经济补偿为条件，将外国资产收归国有； 国有化 是指东道国以给予经济补偿为条件，将外国资产收归国有。
本国化	本国化是指东道国政府采取措施约束和限制外国企业，迫使其将企业控制权转到本国国民手中，使企业的生产经营活动完全符合本国的利益。这是一种 渐进化 控制外国企业的措施。(东道国更愿意选择)
贸易禁运与制裁	贸易禁运 是指一国或多国政府，或国际组织禁止对某国输出或从某国输入特定商品或全部商品，以经济手段逼其就范，实现其 政治目的 。 贸易制裁 是指一国或多国政府出于自身安全利益考虑，通过法令对另一国采取强制措施，以恶化或断绝相互之间的经济和贸易关系为手段，逼迫该国就范，达到其 政治或经济的目的 。
出口管制	出口商只有获得出口许可证时才能获准出口一些敏感性商品。 美国是世界上出口管制最严、最广泛的国家。
进口限制	进口限制。进口限制是指一个国家或地区出于某种理由限制某些外国商品进入本国市场的行为。 进口限制方法分为 进口关税、进口配额、进口许可证、检验检疫条款、结汇制度 等。
外汇管制	外汇管制是指一国政府对外汇买卖、外汇汇率、外汇汇出及国际结算等进行管制和限制，其目的是平衡国际收支和维持本国货币汇价的稳定
税收控制	税收收入是国家财政和地方财政的重要收入来源，是政府凭借政治权力强制性和无偿性地参与社会产品分配的一种手段

劳工限制	各个国家的工会组织是劳方利益的代表，由其出面同资方谈判，维护劳方利益。
政治动荡	政治动荡是指一个国家由于领导人贿选、政府腐败、政权更迭、民族矛盾起、党派斗争公开化、宗教冲突加剧所引起的国内工人罢工和学生罢课、市民上街游行示威抗议不断而引起的 国内政局的动荡不定 。

(1) 政治风险的影响因素

内部因素	外部因素
企业的 经营行为 ； 企业对东道国的 贡献 ； 企业经营的 本土化 程度； 子公司对母公司的 依赖 程度。	东道国的 国际关系 ； 母国与东道国 的关系； 东道国政治的 稳定性 ； 产品在东道国的 政治敏感度 ； 公司在东道国的 知名度 。

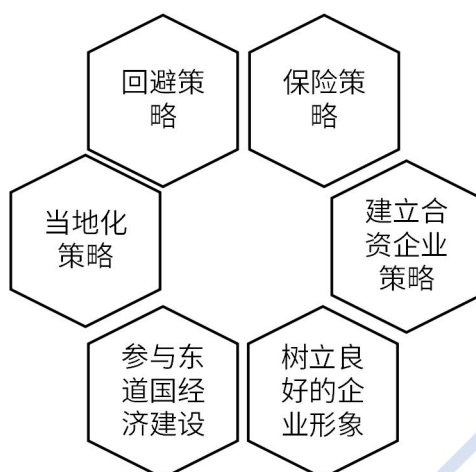
【提示】政治风险是考试的一个重点，考生需要把握每一类政治风险的大致意思，重点掌握没收、征用和国有化的特点、本国化的特点、进口限制的方法、贸易禁运与制裁的概念。

考点二：国际政治风险的评估与防范

1、国际政治风险的评估方法：主要有两类，**主观评估法和数量分析法**

方法	概述
专家调查法	专家调查法是一种运用相关 专家集体智慧 进行评估的系统方法。 花时长，费用高 。该法一般适用于 资料比较缺乏的目标市场国的政治风险 预测上。
实地考察法	实地考察法是指企业派一个考察小组进入目标市场国的市场进行考察访问。 由于 考察时间短 ，难以深入调查，收集的 信息是表面上的、肤浅的 ，但考察小组能看到一个 真实的市场状况 ，这有助于企业对该国政治风险有一个 初步的感性认识 。
利用驻外专家调查法	利用驻外专家调查法是指企业利用本国驻在目标市场国的专家进行调查。 预测 比较准确和可信 。
利用国际咨询机构法	国际咨询机构是向各国企业、政府和个人提供信息咨询服务的机构。 准确性比较高，但费用高昂 。
政治体制稳定指数法 (PSSI)	PSSI 是一种研究政治不稳定的定量模型，主要分析客观因素，求出政治体制稳定指数，在此基础上作出判断。该模型适用于对目标市场国政治风险的初步判断。该模型是由三个重要指数构成的： 社会经济特征指数、社会动乱指数、社会统治秩序指数 。

2、国际政治风险的防范策略



(1) 企业如何当地化

当地化策略就是使企业**部分当地化**。

- ① 国际企业培养和挑选**当地人才担任企业管理层**的重要职务；
- ② 将一部分企业**股权出售给当地政府和当地居民**；
- ③ 利用**当地的资源生产**；
- ④ 产品优先满足当地**市场的需求**，其次才考虑外销；
- ⑤ 优先招聘、**雇佣当地工人**，严格遵守当地用工政策，不无故解雇工人；
- ⑥ **依法纳税**，不偷税、避税，让企业成为当地政府税收来源的一部分，而且是稳定的税源。

考点三：国际法律环境

1、国际法律环境由国内法律（企业母国）、国际法律和东道国法律三部分构成。

国内法律	出口控制（出口国+出口产品）	国际法律环境	国际条约
	进口控制		
	外汇管制		国际惯例
			（不是法律，不具法律效力）

(1) **国际商法**属于国际私法，是指国际商务活动中调整国际商务主体之间的商务关系的法律规范的总称。

(2) 国际法：又称国际公法，是国家之间的法律，是用于**调整国与国之间的关系**，具有法律约束力的原则、规则和规章的总称，规定国家间的权利和义务。

国际私法：调整涉外民事法律关系的规范总称，主要用于**企业和个人**之间争端解决。

(3) **国际法律环境的构成：国际条约+国际惯例**

① 国际条约：两个和两个以上的国家和国家组织签订的协议、条例和规则等，用以确定、变更和终止它们相互之间的国际商务关系。

② **国际惯例**：活动中逐渐形成的，具有特定内容的，反复使用的习惯做法和国际商务实践先例。

2、东道国法律

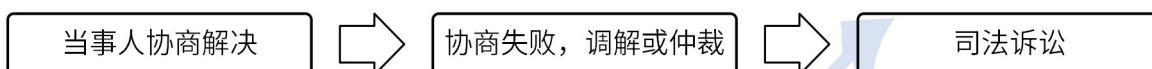
(1) 世界上法系分类：**习惯法系（不成文）、成文法系（有法典）、神权法系**。

(2) 东道国法律对制定营销策略的影响

① **印度**禁止用山川、河流的名字做商标。

② **德国**禁止药品广告。

考点四：国际商务争端的解决途径



1、协商：是指在发生商务争端之后，各当事人（**不涉及第三方**）约定在自愿互谅互让、相互妥协的基础上，依照相关法律和合同条款的规定，达成各方都能接受的解决方案。

协商必须坚持**自觉自愿、平等互利、协商一致**的原则。

2、调解：调解是指在**中立的第三方**主持下，即调解人的主持下，做商务争端各方当事人的工作，排解疏导，使各方互谅互让，消除争端，化解矛盾，达成协议。

(1) 调解人可由仲裁机构、法院或者当事人各方认可的有能力进行调解的机构或个人担任。法庭调解是一种诉讼活动，达成的协议具有法律效力；**民间组织调解包括个人调解达成的协议不具有法律效力**，靠当事人各方自觉履行协议。

(2) 调解的主要优点有：① **形式多种多样，方便易行，花时短，花费少**；② 有利于当事人各方继续保持和发展商务关系，增进彼此的信任感；③ 可以避免因仲裁诉讼产生的麻烦和高额费用。

3、仲裁：仲裁是指在国际商务争端发生之后，当事人各方通过协议，**自愿**将它们之间的商务争端提交给仲裁机构审理和裁决，并自觉履行其裁决所应承担的义务的一种制度。

(1) 仲裁的特点【**问答题考点**】

① 仲裁机构担当仲裁员角色，以裁判者的身份对商务争端作出裁决；

② **仲裁速度快，花费不高**；

③ **仲裁结果具有法律效力**；

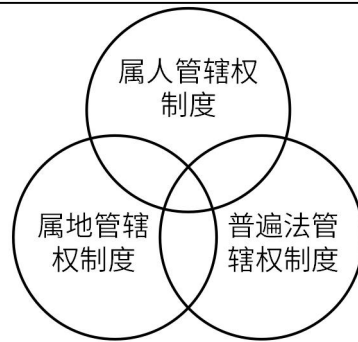
④ 仲裁裁决结果**不一定**使各方都满意；

⑤ 仲裁有利于维持当事人各方的友好关系。

(1) 仲裁机构：临时仲裁机构和常设仲裁机构。

(2) 仲裁注意的事项：① 仲裁的选择；② 仲裁的自主性高；③ 仲裁程序；④ 仲裁裁决的执行。

4、诉讼：是当事人任何一方对商务争端案件有管辖权的法庭起诉，通过**司法途径**解决争端。诉讼分为国内诉讼与国际诉讼。



(1) 三种涉外经济管辖权制

(2) 选择司法诉讼方式解决争端比较少见的原因：

- ① 可能对当事人各方之间的**关系产生较大的损害**；
- ② 法官对国际贸易问题不一定很精通，可能会产生**不公正的判决**；
- ③ 难以收到所判决的**罚款**；
- ④ 诉讼耗时长，花费高；
- ⑤ 诉讼使涉及的相关**内容公开**，不能保密。

获取完整资料 请下载 APP



扫码下载 app