

国际营销学

主 编：郭国庆

副主编：张平淡

中国人民大学出版社

全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：**全国招生 函授学习 权威双证 国际互认**
- 认证项目：注册高级职业经理、人力资源总监、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、广告策划师等高级资格认证。
- 颁发双证：通用高级职业经理资格证书（全国通用钢印证书）+ **MBA**高等教育研修结业证书（随证书附全套学籍档案与高等教育人才推荐函）
- 收费标准：仅收取**1280元** 网址：www.mhjy.net
- 报名电话：**13684609885 0451—88342620** 咨询教师：王海涛 老师
- 地址：哈尔滨市道外区南马路**120**号职工大学**109**室美华教育。



国际认证



美华论坛
www.mhjy.net

- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
 - -----请速登陆：www.mhjy.net

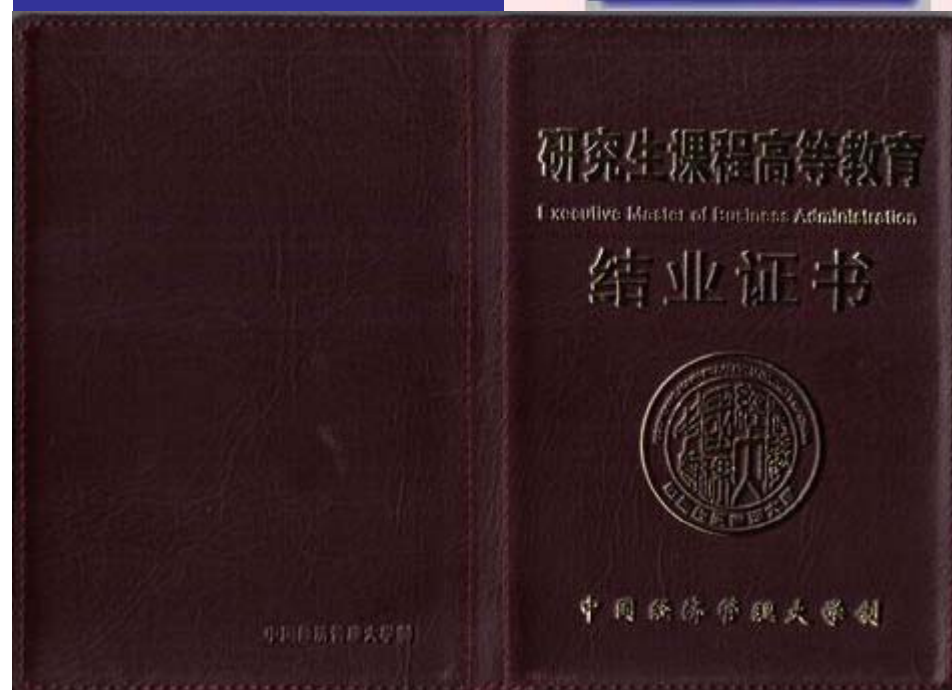
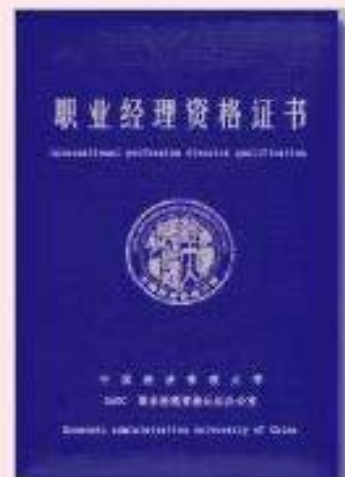
全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本MBA职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: www.mh jy.net



第2章 进入国际市场

第1节 进入国际市场的方式

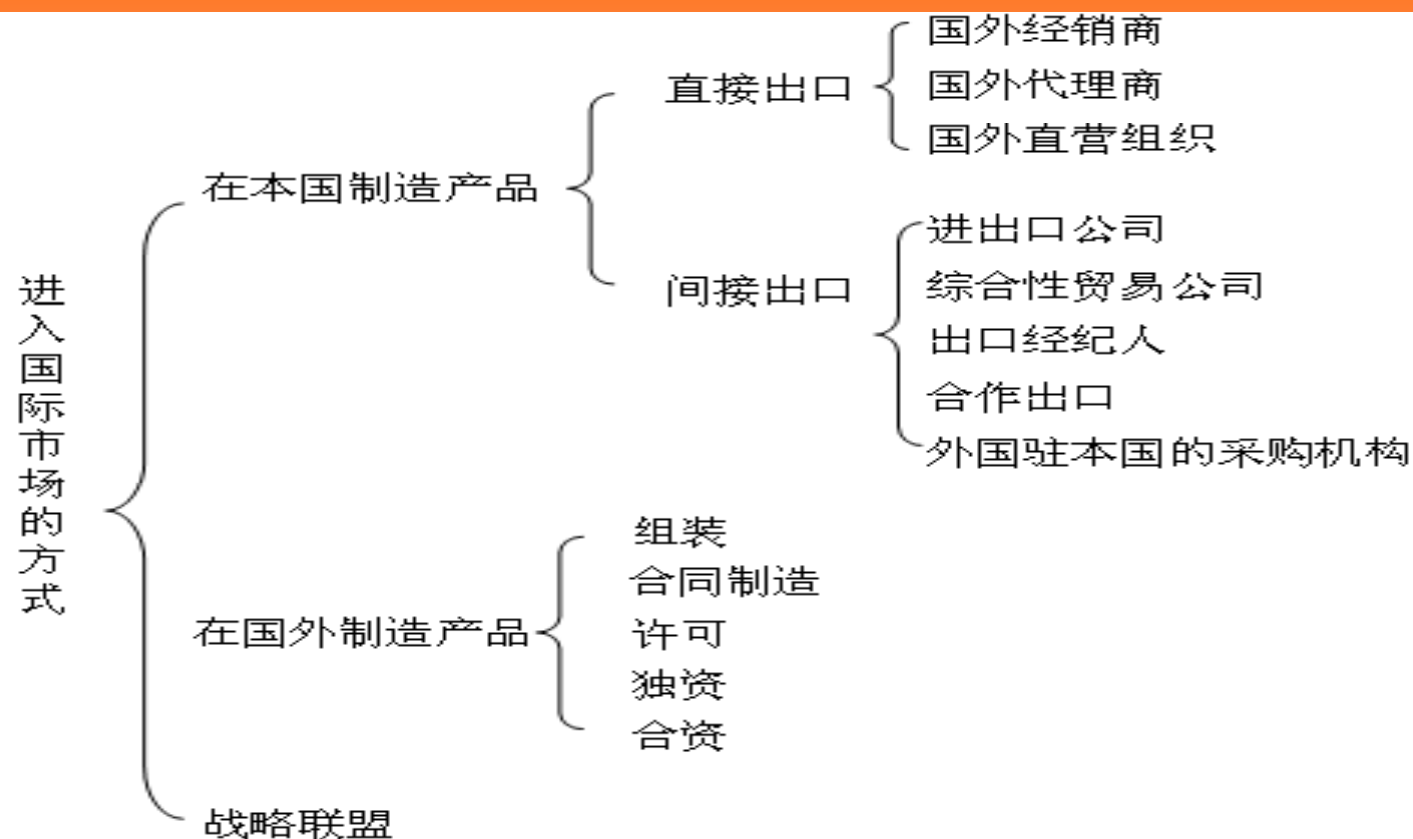
第2节 间接出口

第3节 直接出口

第4节 国外生产

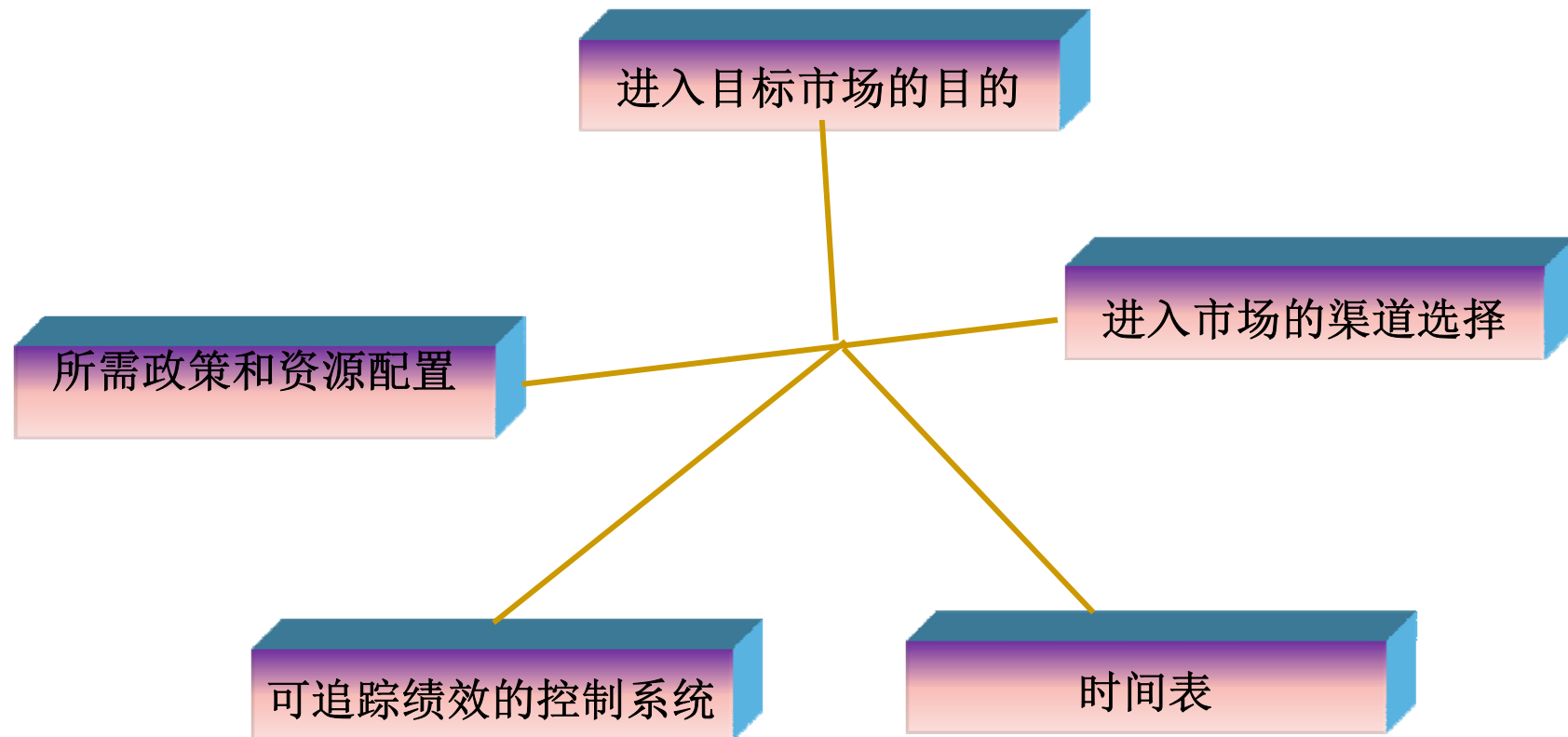
第1节 进入国际市场的方式

● 进入国际市场的方式类型



第1节 进入国际市场的方式

- 开拓国际市场的策略考虑因素



第1节 进入国际市场的方式

- 国际市场进入方法选择的决策标准

1、市场数量

2、营销控制

3、边际营销成本

4、可获利性

5、投资要求

6、管理和人员要求

7、国际营销的经验

8、市场反馈的要求

9、进入方式的弹性

10、国外环境的挑战

11、风险

第2节 间接出口

间接出口 (Indirect Exporting) 是指企业自己不具体从事出口业务，而是将产品卖给国内的中间商或委托国内的代理机构，由它们负责出口。我国大多数生产企业的出口业务采取的是间接出口的形式。

第2节 间接出口

- 间接出口的国内中间机构



第2节 间接出口

● 间接出口的利弊分析

好处

1. 利用其他机构的销售渠道为自己的产品出口服务。
2. 企业不必专门设置机构来经营出口业务。

局限性

1. 无法控制海外市场。
2. 不能迅速、有效地了解国际市场信息。
3. 企业无法取得国际营销的经验。
4. 多一个中间环节就会多增加一份成本，最终使企业失去价格竞争能力。

第3节 直接出口

直接出口(Direct Exporting)是指企业不通过国内的中间商，自己把产品直接卖给国外顾客或国外中间商的出口方式。直接出口要求企业独立地完成出口任务，这是直接出口与间接出口的根本区别。

第3节 直接出口

- 直接出口的国外中间机构



第3节 直接出口

● 直接出口的利弊分析

优势

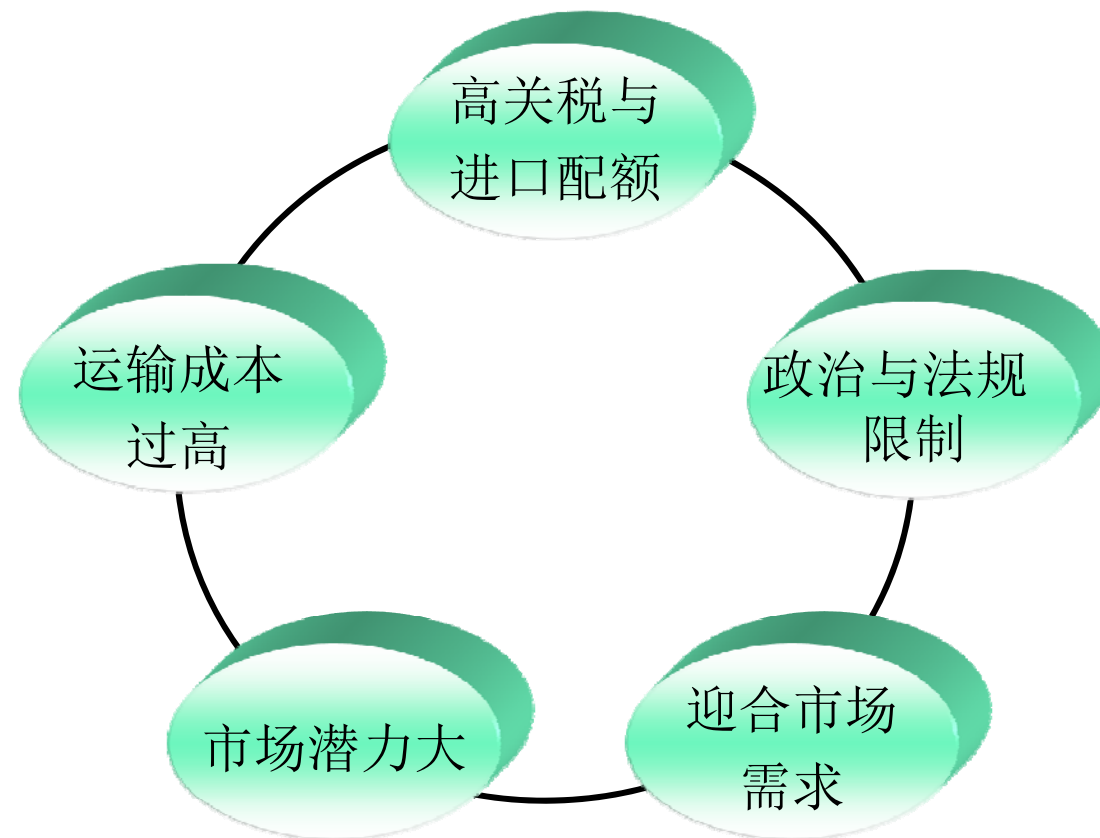
1. 国际企业独立地完成出口任务，对海外营销活动有更大的控制权，避免自己被大中间商所操纵。少一个中间环节可以节省一些成本。
2. 企业直接从事出口活动，有利于积累更多的国际营销经验，也有利于在国外市场上树立企业形象。
3. 企业直接接触国外市场，能迅速、有效地获取市场信息，了解竞争状况，为营销决策提供依据。

劣势

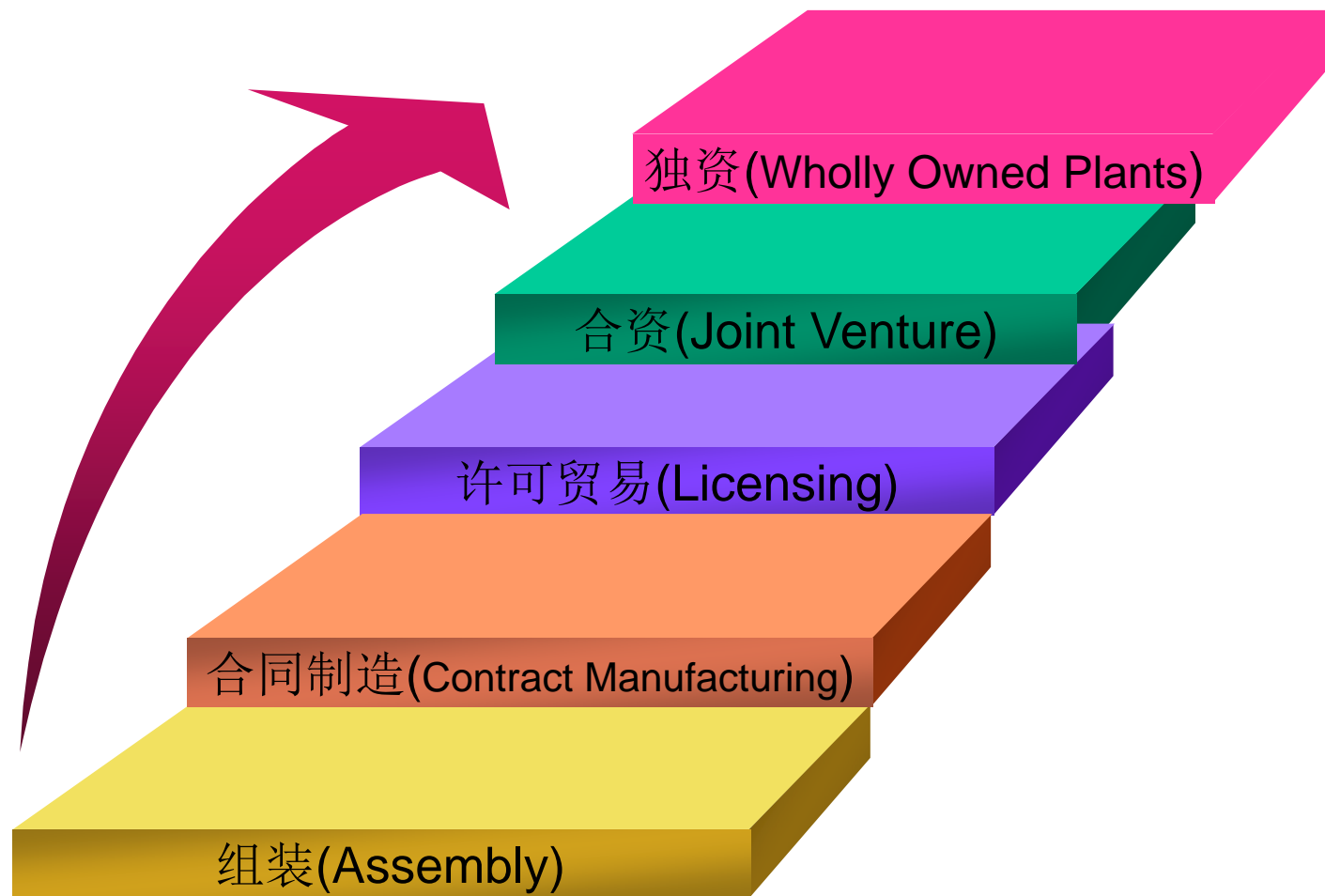
1. 对企业的国际营销能力要求很高。
2. 渠道方面的困难。

第4节 国外生产

- 国外生产的动因



第4节 国外生产



第4节 国外生产

- 组装
 - 组装是指由企业在本国国内生产全部或大部分零配件，然后运往国外，在当地组装为成品(Finished Product)的作业方式。例如日本许多家电厂商在中国和东南亚都有组装业务。
 - 组装这种形式在汽车行业中应用得较为普遍，主要有CKD和SKD两种形式。

第4节 国外生产

● 合同制造

合同制造

合同制造是企业通过合同，委托国外市场当地的制造商按本企业的要求代为生产某种产品，然后由本企业负责产品的销售。

其优点是：

- ①当营销策略及服务水平在竞争上比生产技术更重要时，合同制造将是一种非常合适的方式；
- ②合同制造的方式投资少、风险小；
- ③市场和技术的控制权还在企业手中，当地的生产厂家对国际企业会有一定程度的依赖。

缺点表现在：

- ①合同一旦中止，合作伙伴可能成为自己的竞争对手；
- ②当地厂家生产产品的质量可能达不到要求，这样会损害国际企业的声誉；
- ③国际企业必须将生产利润让一部分给合作伙伴。

第4节 国外生产

● 许可贸易

许可贸易

许可贸易是由国际企业(许可方)与国外厂商(被许可方)签订协议, 授权被许可方使用其有商业价值的权利或技术, 然后向被许可方收取一定的许可费用。

其优点是:

①既不用大量投入资本, 也不用投入营销力量, 许可方就能够在短期内获得相当的收益, 而且风险小;

②避开了各种关税、非关税壁垒, 节省了运费, 有利于迅速占领市场;

③减少了当地政府干涉的风险, 因为被许可方是当地的企业, 它们可以采取措​​施对付政府的干预;

④许可贸易使企业不投入大量的资金和管理时间, 就可了解国外市场的情况。

缺点表现在:

①许可费取决于被许可方经营的好坏。因为许可费一般是按被许可方销售额的一定比例提取的。如果被许可方经营失败, 许可方应得的许可费可能化为泡影;

②生产质量难以保证。如果被许可方产品质量达不到设计要求必然会损害许可方的形象;

③协议终止后, 被许可方可能成为当地市场甚至国际市场的竞争对手

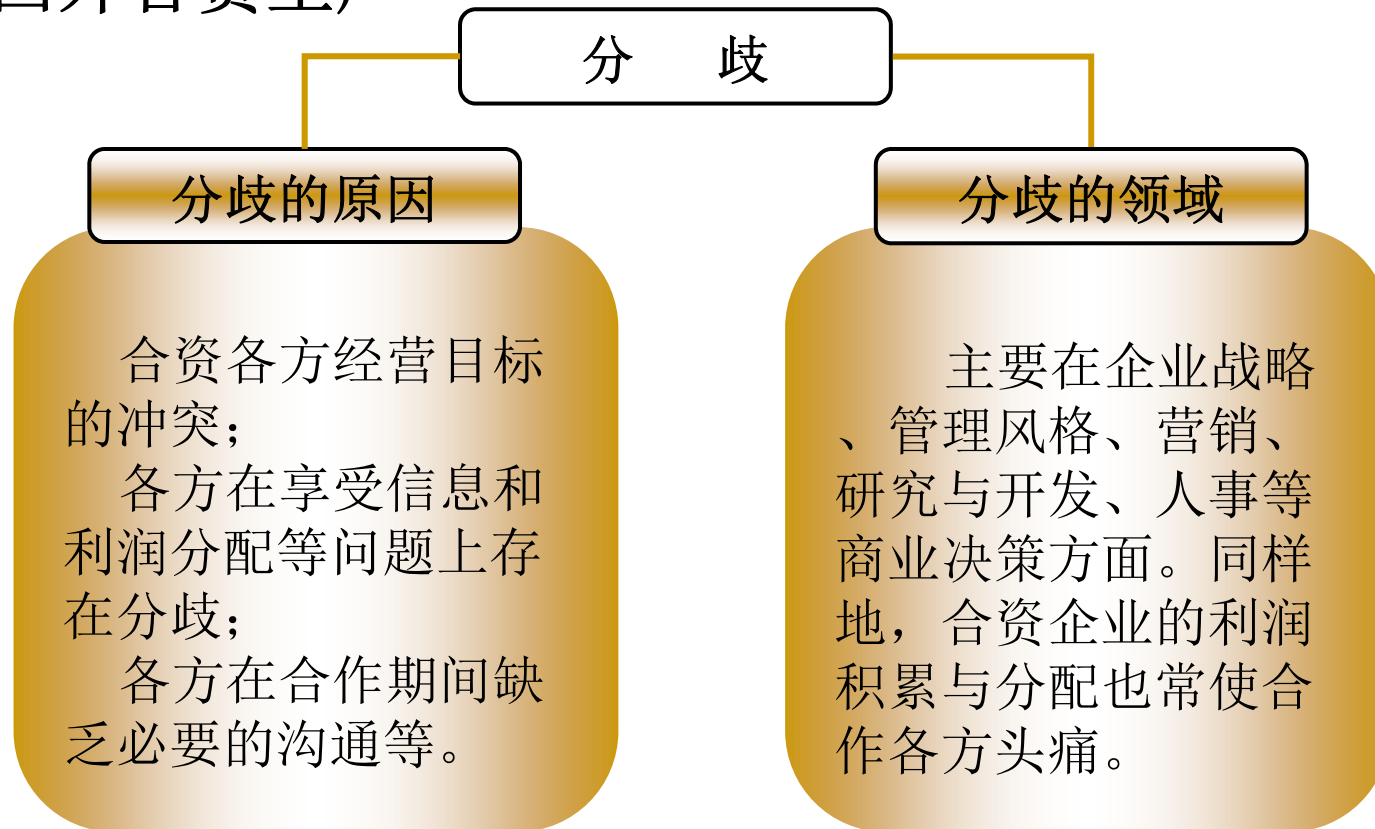
第4节 国外生产

● 国外合资生产

- 合资生产是指国际企业与国外一个或几个企业共同投资，通过在国外联合建立企业进行生产经营的方式。合资生产的一个基本特点是共同投资、共同管理、共负盈亏、共担风险。
- 合资生产与独资生产都属于国际直接投资。
- 与独资生产的方式相比，合资企业的优势在于：①所需投资更少；②风险小；③减少与东道国政府与社会的矛盾；④可充分利用东道国企业的资源和优势。

第4节 国外生产

- 国外合资生产



第4节 国外生产

● 国外独资生产

国外独资生产

国外独资生产意味着国际企业在国外市场上单独控制着一个企业，它是国际直接投资的重要形式。

- 与合资生产相比，独资生产可使国际企业获得如下利益：
- ①利润独享；
- ②避免了合资各方常发生的各种纠纷；
- ③企业完全掌握在国际企业手中，更容易为实现国际企业的全球战略目标服务。

- 独资生产存在的问题：
- ①企业投资最大，对企业国际营销能力要求也最高；
- ②来自各方面的风险最大，灵活性也最差；
- ③东道国不欢迎外来的独资企业；
- ④没有当地合作者的帮助。