

# 钱学峰国际贸易学课件

设计者：XXX  
时间：2024年X月

# 目录

- 第1章 课程简介
- 第2章 国际贸易的主体
- 第3章 跨国公司的战略选择
- 第4章 国际贸易中的风险管理
- 第5章 国际贸易的未来趋势
- 第6章 课程总结与展望

• 01

# 第一章 课程简介

## 课程背景

国际贸易学作为一门重要课程，在当今全球化背景下扮演着至关重要的角色。钱学峰教授作为本课程的授课教授，具有丰富的学术背景和教学经验，旨在通过本课程帮助学生深入了解国际贸易的理论和实践，并培养他们的分析能力和决策能力。

# 国际贸易概述

## 定义和范围

全面介绍国际贸易  
的定义和范围

## 国际贸易的发展 历程

回顾国际贸易的  
发展历史和重要事件

## 国际贸易的影 响因素

分析影响国际贸易  
的各种因素

# 国际贸易理论

## 绝对优势理论

由亚当·斯密提出  
解释国际贸易中各国利益的分配

## 比较优势理论

由大卫·里卡提出  
比较各国生产能力的差异

## 因素比较理论

关注生产要素在国际贸易中的作用  
不同生产要素在不同国家间的流动

## 01 贸易壁垒与贸易自由化

分析不同贸易政策对国际贸易的影响

## 02 世界贸易组织 (WTO) 的作用

介绍WTO在国际贸易中的角色和功能

## 03 贸易政策的影响

探讨贸易政策对经济发展和国际关系的影响

• 02

## 第2章 国际贸易的主体



## 跨国公司的兴起

跨国公司是指在两个或多个国家开展业务活动的公司。随着全球化的发展，跨国公司逐渐崛起，利用全球资源和市场，实现跨国经营。跨国公司通常具有庞大的规模和复杂的组织结构，以在不同国家间实现竞争优势。

# 政府的贸易政策

## 关税调整

对进口产品征收关税，调节贸易规模

## 出口补贴

通过补贴措施提高本国产品在国际市场的竞争力

## 贸易协定签署

与其他国家签署协定，促进贸易自由化

## 01 环境保护

推动贸易活动与环境保护相协调

## 02 人权关注

监督企业在国际贸易中的人权问题

## 03 社会责任

倡导企业承担社会责任

# 地方政府的贸易参与

## 投资吸引

为吸引外商投资制定优惠政策  
促进本地经济发展

## 贸易促进

开展贸易促销活动  
扩大本地产品出口

## 政策支持

向本地企业提供政策支持  
促进贸易合作

# 社会群体的贸易参与

社会群体包括各类组织和团体，在国际贸易中发挥着重要作用。他们通过组织活动、宣传教育等方式参与贸易事务，推动公平贸易和可持续发展。社会群体的贸易参与有助于弥补政府和企业贸易活动中的不足，促进全球贸易伙伴关系的和谐与稳定。

## 第三章 跨国公司的战略选择

## 跨国公司的全球 市场战略

跨国公司在选择全球市场战略时，需考虑核心竞争力及选择、核心竞争力与市场选择以及核心竞争力与资源配置。这些因素将直接影响公司在全球市场上的竞争力和发展方向。

# 跨国公司的全球生产战略

## 全球生产网络的布局

优化生产布局，降低  
成本提高效率

## 生产技术与生产效率

应用先进技术提升  
生产效率，提高产  
品质量

## 生产外包与内部管理

灵活运用外包及内  
部管理手段，保持  
竞争优势



01

## 全球品牌定位

建立全球品牌形象，提升品牌价值

02

## 跨国公司的市场营销方式

灵活运用不同的市场营销方式，满足不同市场需求

03

## 跨国公司的市场扩张策略

制定有效的市场扩张策略，拓展更多市场份额

# 跨国公司的全球供应链战略

## 供应链管理的核心原则

透明性  
灵活性  
创新性

## 供应链风险管理

风险评估  
备份计划  
危机应对

## 供应链的可持续发展

环保政策  
社会责任  
质量管理

# 结尾

通过分析跨国公司的战略选择，我们可以看到在全球化竞争中，公司需不断优化市场、生产、营销和供应链等方面的策略，以保持竞争优势并实现可持续发展。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/665000032033011130>