

2023 年硕士研究生招生考试题签

(请考生将题答在答题册上, 答在题签上无效)

第 1 页共 4 页

科目名称: 国际商务专业基础

一、(28 分) 名词解释

- 1、产业内贸易 (4 分)
- 2、关税 (4 分)
- 3、出口信贷 (4 分)
- 4、固定汇率制度 (4 分)
- 5、自由贸易区 (4 分)
- 6、国际直接投资 (4 分)
- 7、里昂惕夫之谜 (4 分)

二、(42 分) 简答题

- 1、简述比较优势理论的内容。(7 分)
- 2、简述非关税壁垒的主要特点。(7 分)
- 3、请列举影响汇率变化的因素。(7 分)
- 4、简述关税同盟的贸易创造与贸易转移效果。(7 分)
- 5、什么是外汇倾销? 概述其实施条件。(7 分)
- 6、简述新贸易保护主义的特点。(7 分)

三、(50 分) 案例题

- 1、请阅读以下案例并回答: 美国、加拿大促进农产品出口贸易的主要措施是什么? 对我国农产品出口有什么启示? (25 分)

美国、加拿大为世界上农产品出口大国, 农产品出口贸易在其经济发展中占有十分重要的地位。美国农产品的 50% 以上出口, 年出口额 490 亿美元左右; 谷物出口量占其生产总量的 40% 以上, 占世界粮食市场交易量的 50% 以上。美国的农业均属出口导向型, 在提供就业、增加农民收入、减少农产品过剩等方面发挥了积极作用。美国农产品出口贸易每年为国内 20 万人创造就业机会, 仅加利福尼亚州每年农产品出口船装值达 61 亿美元。总结美国、加拿大的做法, 主要有以下五个特点。

2023 年硕士研究生招生考试题签

(请考生将题答在答题册上, 答在题签上无效)

第 2 页共 4 页

科目名称: 国际商务专业基础

(1) 以政府管理机构为载体, 为农产品出口贸易创造条件

两国联邦和地方(州、省, 下同)政府均设有农产品出口贸易机构。美国联邦政府成立了包括 14 个部门在内的海外贸易促进委员会, 在国内的东北部、中部、南部和西部分设四个区域性食品出口服务机构, 以及一个由各州参加的全美地区性贸易集团; 联邦政府农业部在海外设有海外农业服务局(FAS), 州政府农业部设有农产品国际营销局。

(2) 以政府项目为依托, 为农产品出口贸易提供支持

两国联邦政府均设有配套项目(每年 2000 万~3000 万美元), 以财政补助方式支持农产品出口贸易, 主要包括支持开拓新的海外市场、支持技术培训和促进促销活动。

(3) 以行业协会为中介, 为农产品出口贸易服务发挥重要作用

两国行业协会充分发挥企业与政府间的桥梁作用、企业与农户间的纽带作用, 既是行业利益的忠实代表, 又为会员企业提供优质的服务: ①组织实施行业出口战略计划; ②组织实施人力资源培训计划; ③组织实施农产品安全计划。

(4) 以金融服务为手段, 为农产品出口贸易降低风险

两国农产品出口贸易所需金融与投资服务, 涉及多个金融或非金融机构, 其在各自的职责范围内, 按商业规范和市场规则运作。美国政府主要通过进出口银行、海外私人公司、国际金融公司、商业部、农业部等, 加拿大政府主要通过政府开办的农业金融服务公司(AFSC)、商业银行、农业与食品部等为农产品出口贸易提供金融服务, 主要包括提供信贷担保、提供买方信贷等相关服务。

(5) 以质量管理体系为支撑, 为农产品出口贸易保驾护航

① 法规法则配套

两国均制定了与农产品质量相关的法规、法则与标准。例如, 加拿大制定了相关法律 13 部、法规 32 个、农产品质量标准 1000 多个, 且企业标准高于国家和行业标准, 以确保农产品竞争力处于领先水平。

② 组织机构健全

两国联邦和地方政府均设有农产品质量监测检验机构。例如, 加拿大食品检测署内设食品安全、动物安全和植物保护三个部门, 并在四大区域设有分部(辖 18 个区域办公室和 22 个实



2023 年硕士研究生招生考试题签

(请考生将题答在答题册上, 答在题签上无效)

第 3 页共 4 页

科目名称: 国际商务专业基础

验室), 负责国际间、省际间流通食品质量监测检验; 省级农业与食品部设有食品安全处, 负责省内流通食品的质量监测检验。两级机构的基本职能为对农产品和食品实施“从田间到餐桌”的全程质量控制。

2、请阅读以下案例, 分析华为公司在不同阶段开拓国际市场的策略。(25 分)

华为公司的全称为华为投资控股有限公司, 是全球领先的电信解决方案供应商。1988 年华为公司成立于深圳坂田, 从 2 万元起步, 从香港某生产交换机企业的销售代理做起, 后来走上自主研发道路, 开发电信设备。华为公司成立早期, 国内电信市场发展缓慢, 国际电信巨头占据主导地位。华为公司采取“农村包围城市”的战略, 从广阔而不为国外巨头关注的农村市场做起, 成长迅速。在成功实现“农村包围城市”后, 华为公司在稳定国内市场领先地位的同时, 走上国际化经营之路。

①探索阶段(1996-2000 年)。

1996 年华为公司开始了开拓国际市场的尝试。华为公司采取了“先易后难”的战略, 选择与中国文化接近、关系密切同时市场规模小、不是国际一流企业竞争焦点的中国香港和俄罗斯作为突破口。通过“走出去”, 华为公司对各国市场和风土人情有了基本的了解, 搜集了国际市场的信息, 同时培养了一批潜在客户, 为将来开拓市场打下了基础。

②开拓阶段(2001-2003 年)。

2001 年网络泡沫破灭, 国际电信市场萎缩, 爱立信、北电、朗讯等电信跨国公司陷入巨亏。与此同时, 华为公司内部出现决策失误, 内外交困, 华为公司也陷入“冬天”。在这种背景下, 华为公司看到了发展中国家的市场机会, 加大了在国际市场上的开拓力度, 将国内大量市场营销骨干派到海外。2001 年初, 华为公司总裁任正非在公司内部发表了题为《雄赳赳, 气昂昂, 跨过太平洋》的著名讲话, 号召华为人去开拓海外市场。2000-2004 年, 华为公司国内市场的复合增长率仅为 18.8%, 而海外市场的复合增长率则为 122%。华为公司逐渐成为亚太、中东、独联体、非洲、拉丁美洲等新兴国家的主流电信设备供应商。

③突破阶段(2004-2008 年)。

2004 年华为公司获得荷兰运营商 Telfort 价值超过 2500 万美元的合同, 首次实现在欧洲

2023 年硕士研究生招生考试题签

(请考生将题答在答题册上, 答在题签上无效)

第 4 页共 4 页

科目名称: 国际商务专业基础

的重大突破。同年年底, 华为 CDWA2000 在美国成功获得商用, 向美国运营商 ClearTalk 提供全套终端系统。通过英国电信公司长达两年的苛刻认证, 华为公司进入英国电信公司“21 世纪网络”建设计划的短名单, 与爱立信、朗讯、阿尔卡特等世界顶级电信供应商同台竞技。2005 年华为公司与英国电信公司签署正式供货合同, 同年与全球最大移动通信运营商沃达丰 (Vodafone) 签署全球采购框架协议, 华为公司获得了世界顶级运营商的认可。

④遭遇挑战却逆势而上阶段 (2009 年至今)。

受全球金融危机的影响, 2009 年华为公司的海外市场销售受到了较大的冲击, 海外销售占比下跌至 53.5%, 但从 2010 年开始, 其海外市场销售收入大幅增长, 主要源于独联体。2010 年 7 月, 美国外商投资委员会对华为公司竞购美国私有宽带互联网软件提供商 2Wire 及收购摩托罗拉移动网络基础设施部门加以阻挠, 最终使得 2Wire 被英国的 Pace 收购, 摩托罗拉部门业务被诺基亚西门子网络公司 (Nokia Siemens Networks) 以 12 亿美元收购。2011 年 2 月, 在美国外商投资委员会的再次阻挠下, 华为公司被迫放弃 2010 年 5 月提出的收购美国小型科技公司 3 Leaf Systems 专利的计划。美国国际贸易委员会多次发起“337 调查”, 意味着华为公司涉案产品将永远无法在美国市场销售, 华为公司在美国市场的开拓再次受挫。

2015 年华为公司成为继三星、苹果之后的全球第三大手机制造商, 而且在国内处于第一的位置。在接下来的几年中, 华为公司在海外的成绩也提升迅速, 自主研发令世界瞩目, 据世界知识产权组织 (WIPO) 公布的数据, 2018 年度, 华为公司向该机构提交了 5405 份专利申请, 在全球所有企业中排名第一。

四、(30 分) 论述题

试述产品生命周期理论的主要内容, 并分析这一理论对发展中国家的意义与启示。(30 分)