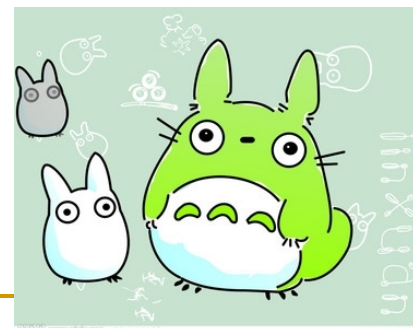


第四章 国际政治法律环境

1. 国际政治环境

2. 国际法律环境



本章学习内容

- 企业开展国际营销活动所面对的另一重要的营销环境，是政治与法律环境。企业跨国营销将面临着各国政府不同的政治体制、法律制度及政策，面临着国内法律及东道国法律，还面临着如何解决国际贸易争端的问题，这些问题正是本章所要研究的重点。

开篇案例

我国部分羽绒制品在欧洲遭遇消费者抵制

春暖花开，人们开始把抵御严冬的羽绒服收起来，但最近中国一些生产羽绒制品的企业却在欧洲市场遭遇了一场严重的“寒流”：部分欧洲消费者开始抵制中国企业生产的羽绒制品。事件的缘起是瑞典一家电视台连续播放了一档名为“冷酷的事实”的节目，部分中国企业“活拔绒”的场景成了当地消费者抵制中国羽绒产品的理由，占世界羽绒及其制品70%供应量的中国企业开始风雨飘摇。

一个人顺手抓起一只鹅，从其脖子处开始往下拔毛，拔下的羽绒在阳光下飞舞，鹅的凄惨叫声令人心里直犯怵……

突然，镜头切换至消费者身上暖烘烘的羽绒服，家里暖和舒适的羽绒被、睡袋等寝具用品。

这组泾渭分明的画面来自2月1日瑞典TV-4 Kalla Fakta(冷酷的事实)播放的“活拔绒”电视节目。该节目公布了34家“承认”生产或销售活拔绒的企业名单，有16家是中国企业。节目称，90%的受访供应商承认生产或销售活拔绒产品，并推测羽绒制品中“50%~80%的羽绒来自活拔”。这家电视台还预告，将播出关于中国活拔绒的节目。

这期节目在当地掀起阵阵波澜，一些消费者则因活拔绒存在虐待动物的可能，开始抵制羽绒制品；瑞典部分商场售出的羽绒制品被要求退货；全球最大的家具家居用品商宜家公司对外宣布，近期从宜家全球连锁店中购买了羽绒制品的顾客均可退货；众多国际采购商和经营商都纷纷表示，要重新考虑未来的采购计划。

欧洲羽绒及羽毛协会主席Heddderich女士透露，瑞典电视台TV-4播放“活拔绒”节目后，协会就接到了180多封信件，大家关心的问题包括一是寝具用品用什么作填充材料，二是屠宰工业副产品有什么特点，三是他们饲养家禽为了什么？

据介绍，欧洲关于家养鹅的法律自1999年12月22日正式实施。该法律对家养鹅(包括家养雁属、家养野生鸿雁属及其杂交种)的生物特性、饲养人和监督办法、鹅舍、鹅舍建筑和其他、屠宰等方面做出了严格的规定。“禁止任何会或者可能会给鹅带来痛苦的饲养方式或者饲养计划”，“不允许从活禽身上拔取羽绒、羽毛”。

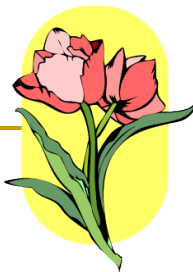
来源：中国青年报

思考：中国羽绒产品为什么在欧洲受到抵制？



一、国际政治环境

- 政府对企业营销的影响，是通过政府政策、法令规定，以及其他限制性措施而起作用的。政府对外商的政策和态度，反映出其改善国家利益的根本想法。因此，企业在进入一个国家之前必须尽可能评估该国的政治环境和法律环境。



■ 政府和政党体制

● 政府类型

议会政府：共和政府和君主立宪政府

专制政府：君主专制和专政

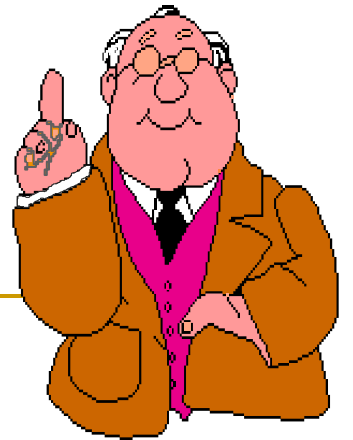
● 政党

两党制

多党制

一党制

一党专制



- 了解各政党的主张

国际市场营销人员对政党主张的认识，要特别注意他们对外商和外国政府的态度。因为企业常被看成是一个国家的代表。我们不仅要研究具有代表性政党的基本主张，还要研究整个国家的政党体制，因为每一政党的主张都会对政府政策起到影响作用。



■ 政府政策的稳定性

国际营销中政治环境的不稳定性可以从以下几方面入手分析：

- 政权的频繁更替
- 东道国频繁发生各种政治事件
- 文化分裂
- 宗教对立

■ 民族主义

尽管政党和政府的更替可能会引起政府一企业关系的不稳定变化，但当今世界影响国际营销最关键的政治因素应数强烈的经济民族主义。

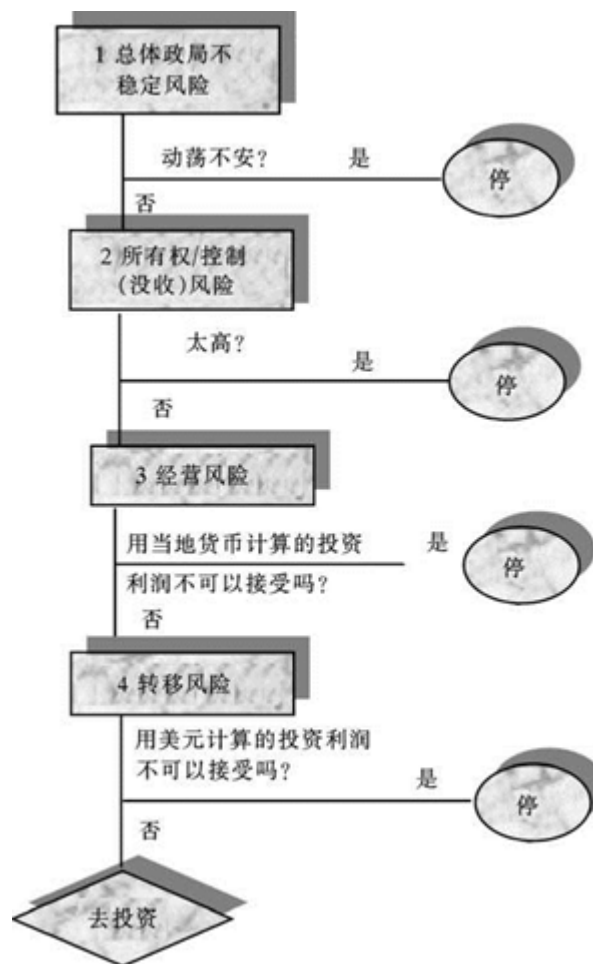
■ 政治风险

- 政治风险的类别：
 - ✓ 总体政局风险
 - ✓ 所有权/控制风险
 - ✓ 经营风险
 - ✓ 转移风险



● 评估政治风险

1. 革命?
 - * 暴乱?
 - * 骚乱?
 - * 外来侵略?
2. 国有化?
 - * 干涉?
 - * 征用?
 - * 强制售卖?
 - * 强制再签合同?
 - * 合同废除?
3. 进口限制?
 - * 地方政府要求?
 - * 税收?
 - * 价格控制?
 - * 外国商品的限制?
 - * 罢工/停工?
 - * 出口要求?
 - * 不公正待遇?
4. * 股息、技术转让费、利息、租金或资本的
的返还原限制?
 - * 汇率?



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/365311242113012010>