

# 2020 年攻读浙江财经大学硕士学位研究生入学考试试题

科目代码：434 科目名称：国际商务专业基础

答案请写答题纸上

## 一、简答题（每题 15 分，共 90 分）

- 1、什么是幼稚产业保护理论？
- 2、简述国家竞争优势理论的内容。
- 3、简述 OLI 优势。
- 4、简述国际货币体系的演化。
- 5、区分联盟和收购，并举例。
- 6、你认为什么类型的知识对跨国企业更重要，显性知识还是隐性知识？为什么？

## 二、案例分析题（每题 10 分，共 30 分）

案例材料：

作为中国最早从事电脑显示器生产和销售的制造商之一，在电脑显示器制造领域，MMD 一直处于领先地位，是全球著名电脑品牌商和液晶电视品牌商代工生产的战略合作伙伴。但是其在国际化品牌经营之路上，一直都是缓步前行。公司并没有长期投入足够的信心和管理理念，几度为了代加工业务，忽略了自有 AOC 品牌的运营。2003 年，公司面临宏观环境变化、代加工业务进入红海等一系列情况下，警醒到只有品牌才能使企业稳定创利，于是就将品牌经营确定为企业发展的核心任务，重新制定了代工生产与自有品牌齐头并进的经营模式。通过运营自有品牌，改变消费者心目中对硬件厂商只进行薄利多销的营销策略的印象，公司找到了新的利润增长点，重新塑造了新的竞争优势。以 2005 年为起点，公司实现了 AOC 品牌销量的破局，荣登行业市场三甲之列，仅次于三星和飞利浦，2005 年销售量同比增长 64%，发展速度非常迅猛。2008 年后，AOC 品牌在中国实现了市场销量占有率排名第一。

AOC 品牌在国内市场的成功，积累了丰富的经验和管理基础，MMD 计划将这一套渠道开发和维护的模式复制到海外市场的拓展，他们首先选择了马来西亚。

中国市场的成功经验告诉 MMD “得渠道者得天下”，在马来西亚，MMD 也想借用渠

道经销商强大的经销能力打开市场，为此，从 2009 年开始，MMD 公司就一直在马来西亚当地物色有实力的合作伙伴。经过一番尝试和努力，MMD 公司找到了马来西亚当地排名前三名的经销商 JOS。该公司是亚洲首屈一指的综合信息科技服务供应商，拥有逾半世纪的骄人发展史，是亚洲区内最历史悠久的科技公司。该公司分别在马来西亚、新加坡、中国及中国香港、中国澳门建成子公司或者办事处，在亚洲太平洋地区极具影响力。2008 年和 2009 年 JOS 分别荣获《MIS Asia Magazine》亚洲 45 家最重要的信息科技供应商和亚洲 20 家最重要的科技供应商称号。它的业务范围广泛，为来自各行各业的企业客户，如银行金融机构、零售商、公营部门以至厂商，量身打造完善的解决方案及服务。对 AOC 而言更为重要的是，JOS 在马来西亚拥有 IT 领域最大的分销及服务网络，在销售上有着非常强的优势。它有 11 年 IT 产业分销经验，每一个产品品类的销售体系配备 1 名产品总监，1 名产品奖励、9 名电话销售员、5 名渠道销售、5 名行业销售员、2 名市场专员；渠道覆盖全面，产品类型很广，有成熟的进出口团队，能够较为及时地向核心经销商出货，能够为渠道通路提供信用额度，呆坏账承受能力强，公司资金运转良好，不需要品牌商签约第三方服务公司，可以说在企业规模、行业经验、团队能力、分销能力、进出口和物流、财务状况和服务状况均处于行业的领先地位。

1、MMD 公司为什么会选择马来西亚市场？应当如何选择和评价一个国家市场是否适合进入？

2、进入新市场的模式主要有哪些？如果你是 MMD 公司的负责人，你会选择以什么样的方式进入马来西亚市场？为什么？

3、MMD 公司在选择 JOS 时主要考虑了哪些因素？结合本案例谈一谈跨国公司进入新的地区市场应当如何选择经销商。

### 三、论述题（共 30 分）

为什么说中美贸易战没有赢家？