一、名词解释（每小题5分，共35分）

1.外部规模经济 2.最优关税 3.内部化优势 4.铸币平价

5.市场挑战者战略 6.品牌管理 7.虚拟经营

二、简答题（共55分）

1.加入SA8000 对中国企业有何影响？（9分）

2.利用国家竞争优势理论，分析我国加工贸易型外贸发展模式对我国国家竞争优势培育的 不利影响？（12分）

3.何为战略性贸易政策？试述战略性贸易政策理论的基本内容并进行评价。（12分）

4.跨国公司之间的战略竞争中，获得成本领先优势的方法有哪些？成本领先战略的适用条件是什么？（12分）

5.试述企业开展国际市场营销面临的机遇与挑战？ （10分）

三、案例分析题（每小题15分，共30分）

 1．丰田公司认识到全世界有大量的消费者希望得到和承担一辆昂贵的汽车。在这群人中，许多消费者愿意买奔驰，但又认为价格过高。他们希望购买像奔驰同样性能的车，并且价格要合理。这给了丰田一个想法，开发一辆能与奔驰竞争，甚至定位于更高价值的轿车，一个“聪明”的购买者欲获得身价但不会浪费钱。丰田的设计者和工程师开发了凌志汽车并开展多方位的进攻。新汽车安装精良，内部装饰豪华。丰田的广告画面旁边显示的是奔驰，并写上标语：“这也许是历史上第一次，只需花36,000美元就能买到值73,000美元的高级轿车。”丰田努力挑选能高度胜任的经销商和精心设计陈列室，并把销售作为汽车设计的工作之一，陈列室有宽敞的空间，布置了鲜花和观赏植物，免费提供咖啡，备有专业的销售员。经销商开列了潜在客户的名单，向他们寄发手册，内含12分钟戏剧性体现凌志绩效功能的录像带。例如，录像带显示工程师把一杯水放在引擎上，当奔驰引擎发动时，水发生抖动，而凌志却没有，这说明凌志有更平稳的引擎和提供更稳定的驾驶。录像带更戏剧性地展示，把一杯水放在操纵盘旁，当凌志急转弯时水不溢出来，真令人兴奋。购买者向他们的朋友到处介绍，成了新凌志的最好的销售员（免费的）。

针对凌志的挑战，你认为奔驰应该如何应对？（15分）

2. 2020年11月10日晚，中国国际进口博览局对外发布第三届进博会闭幕信息。数据显示，虽然目前全球新冠肺炎疫情仍在蔓延，但第三届进博会各方合作意愿热度不减，按一年计，累计意向成交726.2亿美元，比上届增长2.1%。

进博会期间，包括中核集团、航天科技在内的55家中央企业与几十个国家和地区的企业签署意向采购协议，技术装备类、医疗健康类、服务贸易类比第二届有所增加，特别值得一提的是，向亚洲、非洲、南美洲发展中国家意向采购金额增长一倍以上。

中国国际进口博览局副局长孔福安介绍说，本届进博会上进行的全球首发、亚洲首秀、中国首展的产品数量占比达一半以上。日本参展企业数量最多，美国企业展览总面积最大。而意大利、葡萄牙、巴基斯坦、斐济和匈牙利等国则通过进博会官网，以图片和视频形式线上展示本国风土人情和发展投资机遇，吸引网友关注。

今年受疫情影响较大的中国航空企业，率先在全球航空业“寒冬”喊出了“回暖”的口号。东航集团与CFM（GE通用电气公司与赛峰飞机发动机公司50/50的平股合资公司）、霍尼韦尔分别签署了LEAP-1A航空发动机小时包修协议及6台备用航空发动机的采购协议和131-9A型辅助动力装置（APU）的采购协议；南航集团分别与14家全球航空服务领域的大型国际厂商、供应商签署了采购协议。

全球著名的酵母生产企业、法国乐斯福大中华区总裁浦建菲则透过进博会看到了“中国税收营商环境的改变”，他成为第一批预订明年展位的参展商之一，“过去对外支付模式中，企业要分别到税务、银行窗口收交相关资料，办理成本较大；今年，企业可以通过上海电子税务局进行对外支付备案的全流程电子化办理。”“在全球经济受到新冠肺炎疫情深刻影响的情况下，第三届进博会如期举行，无疑会对集团发展产生极大推动作用。”进博会期间，浦建菲接待了包括良品铺子等众多热情的考察团体，“感受到巨大的活力和信心，我们会扎根中国，在这里继续发展下一个30年。”

结合上述材料回答如下问题：

（1）进口贸易对中国经济发展有哪些作用？（7分）

（2）第三届进博会如期举行有哪些重大意义？（8分）

 四、论述题（30分）

 试分析中国利用外资的主要特点和存在的主要问题。