

科技进步管理

跨国公司的“全球本土化”战略

雷登攀

武汉大学商学院 湖北 武汉 430072

收稿日期 修回日期 网络版发布日期 接受日期

摘要 在21世纪经济全球化的世界经济形势下,作为经济全球化微观载体和主要推动力的跨国公司纷纷对原有的战略进行调整,各大跨国公司战略调整的一个明显趋势就是实行“全球当地化”战略,即在全球各国推行“本土化”战略,思维全球化,行动本土化;技术开发、获取资源国际化,产品设计、人力资源则实行本土化战略。对跨国公司来讲,技术或零组件方面是全球性的竞争;在配销服务方面,则是本土化的竞争。中国若要在未来日趋激烈的国际经济竞争中占据一席之地,也必须采取“全球本土化”战略及其它措施大力发展我国的跨国公司。

关键词 [跨国公司](#) [全球化战略](#) [本土化战略](#) [全球本土化战略](#)

分类号

DOI:

对应的英文版文章: [2003-07-040](#)

通讯作者:

雷登攀

作者个人主页: [雷登攀](#)

扩展功能

本文信息

- ▶ [Supporting info](#)
- ▶ [\[PDF全文\]\(200KB\)](#)
- ▶ [\[HTML\]\(0KB\)](#)
- ▶ [参考文献\[PDF\]](#)
- ▶ [参考文献](#)

服务与反馈

- ▶ [把本文推荐给朋友](#)
- ▶ [加入我的书架](#)
- ▶ [加入引用管理器](#)
- ▶ [引用本文](#)
- ▶ [Email Alert](#)
- ▶ [文章反馈](#)
- ▶ [浏览反馈信息](#)

相关信息

- ▶ [本刊中 包含“跨国公司”的 相关文章](#)
- ▶ 本文作者相关文章
 - [雷登攀](#)

