



MAOYI JINGJI JIAOCHENG

贸易经济教程

主 编 李金轩
副主编 喻志军 褚福灵
张计划 方虹涓
赵书华



JIAOCHENG

当代世界出版社

贸易经济教程

主 编 李金轩

副主编 喻志军 褚福灵

~~张计划~~ 方 虹

~~洪 滨~~

当代世界出版社

责任编辑 李 珊 李钧泽

封面设计 田杰华

版式设计 尹 植

图书在版编目 (CIP) 数据

贸易经济教程 / 李金轩编著. — 北京: 当代世界出版社, 2000. 11

ISBN 7-80115-358-8

I. 贸... II. 李... III. 商业经济学 - 教材
IV. F 710

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 76673 号

当代世界出版社出版发行

(北京市复兴路 4 号 邮编: 100860)

河北下花园光华印刷有限责任公司印刷 新华书店经销

开本: 850 × 1168 毫米 1/32 开 印张: 14.375 字数: 371 千字

2000 年 11 月第 1 版 2005 年 11 月第 4 次印刷

定价: 18.50 元

ISBN 7-80115-358-8/F·49

如印装质量不合格, 请与印刷厂联系调换。

说 明

在我们当前所处的社会网络化、经济全球化、贸易自由化这一人类社会发展的客观进程中，为了适应我国加入 WTO 后面临新的机遇和挑战的需要，培养能够在国内、国际两个市场上从事贸易活动的复合型人才，我们请有关专家编写了《贸易经济教程》教材。

本书以马列主义、毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想为指导，认真总结我国贸易经济活动的实践经验，并吸收理论界的有益成果，力求使教材达到理论性、科学性、实践性和时代性的结合。本书既适合自学，又适合党校、行政学院、高等院校和其他成人高等教育有关专业教学使用。

本书由中国人民大学工商管理学院博士生导师李金轩教授主编。参加编写的人员有：喻志军（第一、二章）、褚福灵（第三、四章）、张计划（第五、六、七章）、赵书华、洪涓（第八、九章）、方虹（第十、十一章）。书中如有不妥之处，恳请读者指正，以便进一步修改和完善。

当代世界出版社

中共中央党校函授学院

2004 年 10 月

目 录

第一章 商品贸易理论	1
第一节 商品贸易产生与存在的基础	1
第二节 商品贸易主体	11
第三节 商品贸易对象	21
第四节 商品贸易载体	28
第五节 贸易活动过程	42
第二章 商品贸易实务	50
第一节 商品贸易的基本分类	50
第二节 商品贸易的主要形式	57
第三节 商品贸易的基本业务	73
第四节 商品贸易的经济效益	84
第三章 技术贸易理论	90
第一节 技术贸易概述	90
第二节 技术贸易主体、客体与载体	107
第三节 知识产权与技术产权	123
第四章 技术贸易实务	128
第一节 技术贸易的交易磋商过程	128
第二节 技术贸易的合同条款	133
第三节 技术贸易管理规定	158
第四节 技术贸易案例	167

第五章 服务贸易理论	175
第一节 服务贸易及其自由化趋势	175
第二节 服务贸易总协定	182
第三节 服务贸易自由化的理论分析	188
第六章 服务贸易实务	194
第一节 我国服务贸易现状	194
第二节 我国服务贸易的开放战略	198
第三节 商业服务贸易的市场准入	210
第四节 电信服务贸易的市场准入	230
第七章 金融服务贸易综论	244
第一节 金融服务贸易概述	244
第二节 金融服务贸易自由化	254
第三节 中国金融服务业的对外开放	257
第八章 绿色贸易理论	279
第一节 概论	279
第二节 绿色贸易壁垒与国际贸易	282
第三节 影响国际贸易的各种政策与法规	288
第四节 绿色贸易的经营与管理	296
第九章 绿色贸易实务	310
第一节 绿色贸易的市场选择	310
第二节 绿色产品的市场营销	313
第三节 绿色贸易进出口实务	318
第四节 绿色营销	324
第五节 树立科学贸易发展观, 构建	

中国绿色贸易制度·····	352
第十章 产业内贸易理论 ·····	360
第一节 产业内贸易的产生与发展·····	360
第二节 产业内贸易理论·····	373
第三节 产业内贸易的发展趋势·····	388
第十一章 产业内贸易实务 ·····	406
第一节 中国的产业内贸易·····	406
第二节 机电行业产业内贸易·····	414
第三节 制造业内部贸易·····	425
第四节 产业内贸易与经济增长·····	430
第五节 国家竞争优势论·····	440

第一章 商品贸易理论

贸易的产生是以商品贸易形式出现的，尽管最初的物物交换为以货币为媒介的商品贸易所替代，但在人类历史漫长的发展过程中，商品贸易一直都是贸易活动的最为重要的内容。即使是当今世界，服务贸易规模显著增加，而商品贸易也仍然是国际经济关系的重要组成部分，是服务贸易的重要载体。因此，探讨商品贸易的基础理论，是准确把握商品贸易发展的要求。

本章重点介绍商品贸易的产生与发展，商品贸易主体的构成要素、组织形式，商品贸易中的农产品贸易、工业品贸易（包括生活资料贸易与生产资料贸易），商品贸易载体的市场功能、市场体系、市场商品需求、市场商品供给、市场秩序，以及商品流通过程、商流、物流、信息流等。

第一节 商品贸易产生与存在的基础

一、商品贸易的产生与发展

商品贸易泛指一切商品交换活动或行为的总称。它是与商品经济密切相关、有其产生和发展特殊性的历史现象。

在人类历史的进程中，商品交换的产生经历了漫长的发展过程。在原始共同体内部，由于生产力水平极为低下，人类只能依靠集体的力量维持生存。部落成员共同劳动，劳动产品也归大家共同分享，没有剩余产品，存在的只是自然分工。自然分工是指按照人们的性别、年龄等纯生理差异区别劳动工种的形式。

随着社会生产力的发展，人类社会出现了执行不同经济职

能的经济单位。当分工从生产单位内部扩大到生产单位之间时，就出现了社会分工。社会分工是指按照社会各部门及部门内部的分类区别工种的形式。在人类社会的发展进程中，经历有三次社会大分工。

第一次社会大分工是指农业部落与畜牧业部落相分离。其结果一方面由于劳动生产力水平的提高，不仅有了满足人们最低限度生活需要和进行再生产所必须的产品，而且有了剩余产品。另一方面，不同共同体间的交换之所以成为必要，是因为有些生产或生活所必需的物资，如金属、盐以及显示权贵的奢侈品，只有在特定的地区才能开采得到，需要而又缺少这些物资的共同体，就只有设法通过与其他共同体进行交换，以弥补由于天然物产分布不均或由于共同体之间生产技术存在差异所引起的短缺。于是社会分工导致了这些经济单位之间的交换——产品交换。正是这种交换构成了独立于生产过程之外的特殊过程，即交换过程，它执行着不同于生产过程的特殊经济职能，并拥有它自己的特殊规律。

产品交换产生之后，最初它只是在原始共同体之间、由各个共同体的首领和其他公职人员代为进行，交换来的物品也都是公共财产。随着交换逐步渗透到共同体内部，并最终导致拥有多少不等私有财产的个体经济单位——家庭的产生，私有制随即问世。私有制的产生使产品交换进化为商品交换，因为在劳动产品属于不同商品生产者的情况下，交换的双方都是一方面让渡自己的产品，另一方面同时占有别人的产品，形成买卖双方的全面转手。这种不同劳动产品的转手和让渡要求交换双方遵循相互对等的原则，因而就转变为商品交换，即劳动产品的等价交换。

由此可见，商品交换的产生必须同时具备两个基本的条件：一是生产的社会分工。二是劳动产品归不同的所有者占有。正是由于社会分工的出现，不同的生产者分别从事不同产品的生产，才会存在生产品种的单一性和消费需求多样性的矛盾，生产的时

空局限性与消费需求无限性的矛盾，从而出现相互交换劳动产品的客观要求，以在各部门、各行业之间形成一定形式的、不可缺少的经济联系。也正是由于不同的劳动产品归不同的所有者占有，才需要通过商品形式进行等价交换，来完成社会劳动的物质变换过程，以建立起由于分工的存在而必须建立起来的不可缺少的经济联系。如果仅有分工而不存在不同的所有者，尽管存在着交换，但却构不成商品交换关系。

商品交换产生以后，伴随社会分工的不断发展和深化，商品交换的形式也随之发生着变化。商品交换形式的发展过程，标志着社会生产力的发展过程和水平，反映了与生产力发展水平相适应的生产关系的发展状况。

商品交换的原始形式是物物交换（W—W），产生于第一次社会大分工之后。物物交换过程中，虽然交换双方都在让渡自己商品的同时占有了对方的商品，但是这种直接的物物交换，却使交换双方在各自的消费特点上均受到时间、空间以及个人偏好的限制，这种限制越来越明显地制约着经济生活中日益频繁的交换需求。发展着的商品交换本身强烈地呼唤着固定充当一般等价物的商品——货币的问世。

货币出现以后，商品交换就主要以货币为媒介来进行。以货币为媒介的商品交换，在历史上最初表现为简单商品流通（W—G—W），也就是商品交换的第二种形式。这种形式早在第二次社会大分工之前就已出现，但是它的普遍存在与发展，还是在本次大分工之后。这是因为：一方面，这次大分工导致了手工业与农业的分离，并由此产生了直接以交换为目的的商品生产——简单商品生产，从而为简单商品流通的普遍发展提供了物质基础；另一方面，由于产生了金属货币，特别是贵金属开始执行货币职能，并逐渐成为占优势的和普遍的货币商品，也为简单商品流通的迅速发展提供了有利条件。它减弱了物物交换所受的限制，扩大了商品交换范围。

货币介入交换过程以后，不仅便利了商品生产者参加交换活动，而且通过货币的舍此取彼，还可以进行品种调剂和余缺调剂，不仅能达到攫取使用价值的目的，而且能够使有些擅长进行交换的人从生产过程中脱离出来，专门从事买卖活动。这样，以货币为媒介的商品交换，也由简单商品流通转变为发达商品流通（G—W—G），即商品交换的第三种形式。也因此完成了人类历史上的第三次社会大分工，即商业与农业和手工业相分离。

当商品贸易、特别是以商业为媒介的商品贸易形成之后，就对社会经济的发展起着巨大的影响与带动作用。它不仅使以往偶然的、随机的交换活动转变为经常的、有序的行为，而且，最为重要的是它把零星、分散的地方贸易连结为在全国范围内纵横交错的贸易网络，进而跨越国界形成全球范围的商品贸易体系。在相当长的一段时间内，商品贸易一直是国家间发生经济联系的惟一形式，在关税与贸易总协定的八轮多边谈判中，前七轮都是涉及商品贸易的关税与非关税问题的，而第八轮多边谈判也不乏商品贸易的内容。即使是在当今服务贸易规模显著增加的情况下，商品贸易也仍然是国际经济关系的重要组成部分，是服务贸易的重要载体。

二、交换与社会再生产各环节的关系

商品贸易作为一切商品交换活动的总和，属于商品经济范畴，是商品交换存在的表现形式。因此，交换在社会再生产中的地位和作用，是决定商品贸易在国民经济中存在和发展的客观基础。

社会再生产是指生产过程的不断重复与更新的过程，任何社会的再生产过程都是由生产、分配交换和消费四个环节组成的。生产，是在一定生产关系下，人们利用生产工具改变自然物质以创造出适合自己所需要的生产资料和生活资料的过程。消费，则是人们使用社会产品满足自己生活或生产需要的过程。分配，就

是依照一定生产方式所决定的社会法则，确定社会产品归谁所有，规定每个社会成员占有社会产品的份额。交换，作为社会劳动的物质变换过程，使某种具体产品从被当作非使用价值的人手里转到把它当作使用价值的人手里，使产品最终进入消费。只有在产品进入消费之后，再生产过程才能从生产重新开始。这种社会经济活动过程说明，社会再生产过程是由生产、分配、交换和消费四个紧密联系着的基本环节组成的有机统一体，但是生产、分配、交换和消费之间的关系并不是等等的并列关系。

生产与消费是对立统一的关系。生产与消费具有同一性，表现为：生产既是创造物质资料的过程，又是物质资料和劳动力的消费过程，而消费是生活资料的消费过程，同时又是人类自身的生产过程。生产与消费互为媒介，互相依存，互相创造对方，互相转化。生产与消费又是一对矛盾，在不同的历史条件下，生产和消费都可能是矛盾的主导因素。

产品生产出来后，需要经过分配和交换才能进入消费领域。分配是由生产决定的，因为产品如何分配，分配的性质，分配的原则以及分配的方式均是由生产决定的。但分配可以促进或延缓生产的发展。

分配是劳动成果（产品）的分配。在市场经济条件下，分配采取货币价值的形式，不可能直接涉及可供消费的物质对象，故而为了实现产品的最终消费，还需要交换。交换和分配一样，构成了社会再生产的中间环节，成为实现生产和消费的重要桥梁。

（一）交换与生产的关系

生产和交换两个要素之间存在着十分紧密的内在联系。生产决定交换，而交换又对生产具有反作用甚至是决定作用，这种决定作用在市场经济条件下具有一般性和普遍意义。

1. 生产决定交换。

生产之所以决定交换，是因为生产为交换提供了物质基础，

没有生产就没有交换。

(1) 生产是交换的基础。物质资料的生产是人类社会存在和发展的基础，也是商品交换存在的基础。没有物质资料的生产，就没有可供交换的产品，也就没有商品交换。

(2) 生产的社会分工是交换存在和发展的必要条件。交换的出现是社会分工的客观要求，随着社会分工的不断深化，生产专业化的程度越高，它与消费多重化的矛盾就越突出。为解决这个矛盾，生产者就必须通过交换加强相互之间的经济联系和交往。因此，社会分工越是发展，交换就越为频繁，其地位和作用也就越重要。

(3) 生产的发展和结构决定交换的深度、广度和方式。交换的深度是指社会经济生活对交换的依赖程度。交换的广度是指交换所涉及的范围。生产越发展，生产规模越大，产品结构越是多样化，交换的数量也就越多，交换的品种也就越多，交换所涉及的范围就越广阔。城乡之间、地区之间、国家之间的交换越发展，人们也就越离不开交换。

(4) 交换的方式也是由生产决定的。一定的生产力水平下，必须采用与之相应的交换方式。在生产力低下时，物物交换就适应了生产分工少、剩余产品少和人们对交换依赖性小的状况。在当今，生产力迅速发展，社会分工繁细，生产结构复杂，生产和生活对交换的依赖性极大，交换的方式也就随之多样化、复杂化了。

(5) 交换的性质是由生产的性质也即是由生产方式的性质决定的。在不同的社会生产方式下，生产资料私有制性质不同，生产的性质就不同，因而，交换的性质也就不同。私有制社会的交换是以私有制条件下的生产为前提的，因此交换的目的必然带有实现剩余价值的性质。社会主义商品交换是由社会主义的生产方式所决定的，其交换的目的是为了满足生产和人们日益增长的物质和文化生活的需要。

2. 交换在受生产决定的同时，还对生产发挥着反作用，甚至对生产起决定性作用。

(1) 交换是实现社会再生产必不可少的条件。为了保证再生产的顺利进行，生产者必须购进相应的生产资料和雇佣一定的劳动力，使货币转化为商品。整个交换行为，是生产的前提条件。同时由于生产者生产的目的是为了实现在商品的价值和利润，因此，就必须将产品销售出去，使商品再转化为货币，再用于购进生产资料和劳动力，进行新一轮的生产。所以，无论是在生产前还是在生产后，交换对生产都有着重大的影响，有时甚至是决定性的影响。

(2) 交换制约着生产的规模和速度。现代社会生产以消费水平的提高为目标，必然不断追求生产规模的扩大和生产速度的提高。生产规模越大，社会分工和专业化程度越高，对商品交换的依赖程度也就随之增加。同时，商品交换的速度也制约着生产的速度。因为社会再生产时间是生产时间和流通时间的总和，其中用于交换时间的缩短就意味着用于生产时间的增加，意味着再生产速度的加快。

(3) 交换可以促进生产方式和方法的变化。交换的发展，会对整个社会的生产方式的发展产生影响。交换能够引导生产从自给性生产转化为商品性生产，促使商品生产由低级阶段发展到高级阶段。交换的扩大，不仅起着物资交流的作用，而且起着技术、信息、科学和文化交流的作用。这些交流，能促进生产技术的发展，改进生产方法。

(4) 交换对生产的决定性作用。在一般情况下，生产同交换的关系中，生产是矛盾的主要方面；但在特定条件下，交换也能转化为矛盾的主要方面。当一个生产企业没有原材料时，或者在产品没有销路时，交换就对生产起决定作用。尤其是在市场经济条件下，交换更是经常成为决定性因素。

(二) 交换与分配的关系

交换与分配虽然在社会再生产中，同处于中介地位，同属于中间环节，都由生产和消费所决定。但它们又是两个独立的环节，发挥着各自不同的作用。它们之间的关系是相互依赖、相互影响的辩证统一关系。

1. 分配制约交换。

(1) 社会产品的分配状况，直接制约着市场商品供给量的大小和结构。在生产水平既定的条件下，产品是否投入市场用于交换以及投入数量或投入数量占社会总产品的比重，都是由分配规定的。无论是农产品的自留量和商品量的比例，还是产品的市场供给和非市场供给的比例，以及产品在生产领域和消费领域的分配状况，都直接制约和影响交换的规模和结构。

(2) 国民收入的分配比例制约着市场商品需求。国民收入经过一系列的运动，最终归结为积累基金和消费基金。国民经济中积累与消费的分配比例关系决定着生产资料与生活资料的市场需求量，从而决定着生活资料与消费资料在交换中各自占有的份额。另一方面，不同的生产关系，形成了人们在国民收入分配中占有的比例不同和需求层次不同，从而影响交换的结构。

2. 交换对分配有重大影响。

(1) 分配的实现要依赖于交换，并在很大程度上为交换所决定。在市场经济条件下，国民收入的分配是以货币形态进行的。要使分配最终实现，必须保证货币收入能变成与其价值相当的社会产品，变成与货币额相适应的商品实物，这只有同商品交换才能实现。因而，分配只有借助于交换才能实现自己。

(2) 交换的方式和方法决定着分配的方式和方法。考察交换的发展过程会发现，最初进行物物交换时，社会分配采取的是实物分配的方式，人们的劳动报酬都是他们自己创造的劳动产品。当货币作为交换的媒介时，社会产品的分配则采取货币形式，人们获得的则是代表劳动报酬的货币额。

3. 在市场经济条件下，由于交换对生产的规模和结构起决

定作用，因而商品交换品种的变化、数量的增减、价格的高低，都会直接或间接地影响着不同生产者所得到的分配份额。如果市场上的其他条件不变，在商品交换过程中，由于商品价格的变动，就会在交换双方引起国民收入的再分配。

（三）交换与消费的关系

1. 消费是社会再生产的最终目的，而交换作为再生产的中间环节，既被生产决定，又被消费决定。

（1）消费需求的存在，是交换存在的前提。生产的目的是为了消费，生产资料的交换是由生产消费所引起的，生活资料的交换是由生活消费所引起的。交换是生产过渡到消费的中间手段，没有消费，就不需要生产，当然也就不需要进行交换。没有消费，已经引起的交换也不可能继续进行。

（2）消费的方式和方法决定着交换方式。消费方式是指在一定社会形态下消费者消费生活资料或劳务所采取的社会方法和消费形式。包括社会消费和家庭消费、集团消费和个体消费。消费方法反映消费对象的自然属性，消费形式反映人们在消费过程中所处的社会经济条件。交换方式由生产方式决定，同时也是由消费方式决定的。消费方式的改变，是交换方式改变的客观依据。不同的消费方式和方法，要求不同的交换形式、交换方法和交换内容与之相适应。

（3）消费的水平 and 结构制约着交换的规模和结构。消费水平是指人们消费消费品（实物和服务）的总量和人均消费量，它反映人们消费需求的满足程度。由于消费的存在决定交换的存在，根据经济发展的客观规律，消费水平的提高总是交换发展的前提条件。所以需要根据消费水平的高低来合理安排交换与消费的比例关系。消费结构是指人们的消费对象的构成比例，包括物质内容和劳务内容之间的比例，也包括他们内部各自的构成比例。交换要实现其最终目的，满足消费，就必须使之结构随着消费结构的变化进行相应的变化。生产资料的供给，应充分适应生

产结构的变化和对高性能低能耗、符合环保要求的新材料的需
求；生活消费品的供给，应充分考虑吃穿用的比例及其档次需
求，充分考虑家务劳动社会化的发展要求。

(4) 消费决定着交换的目的。任何一种生产归根到底是为
了消费，因此，消费不仅决定生产目的，也决定着交换的目的。
在物物交换阶段，表现为消费目的与交换目的的直接性；在简单
商品流通中，表现为消费目的与交换目的的间接性；在发达商品
流通中，消费的目的虽然决定交换的目的，但交换的目的不直接
表现为消费，而表现为谋求货币，消费的目的是作为实现交换价
值的手段被异化了。

2. 交换同样对消费有着反作用，甚至在一定条件下，可以
决定消费。

(1) 交换是实现消费需求的条件。在商品货币关系存在的
条件下，无论是生产资料还是消费资料，只有通过交换才能最终
进入消费。这是因为，只有通过商品交换，劳动者所得到的货币
收入才能转化为人们需要的各种消费品，成为现实的消费，交换
成为消费实现的决定条件。可以这样说，在一定的生产条件下，
消费需求是否被满足，以及能在多大程度上实现取决于交换的
条件。

(2) 交换制约着消费的结构及其变化。交换的发展状况及
其结构直接影响着消费需要的满足程度。交换对消费结构的影
响，一方面是通过所提供的消费的物质对象来实现，即一定时期
贸易组织所提供的商品及其构成，体现了消费的现实可能。另一
方面，贸易组织主要通过价格的变化来影响消费结构。贸易组织
可以通过商品的涨价或降价，来刺激或抑制对某种类商品的需
求，改变此种类商品在消费中的比例。

(3) 交换制约着消费的形式和方法。主要表现在：一是交
换改变消费形式，扩大交换的内容和范围，可以促使自给性消费
向商品性消费转化。二是交换为消费提供现代的消费手段，提高