



高职高专“十一·五”规划教材

进口实务

(经济贸易类专业适用)

李鸿杰 马迅 编著



机械工业出版社
CHINA MACHINE PRESS

赠 电 子 课 件

高职高专“十一五”规划教材

进口实务

(经济贸易类专业适用)

李鸿杰 马 迅 编著



机械工业出版社

本书简要介绍了一般商品的进口业务知识及其具体业务流程,详细介绍了属于进口业务范畴之内的来料加工、进料加工业务、招标、易货贸易、补偿贸易等形式。同时,为了拓展学生的视野,本书还较为详细地增添了我国的对外贸易管制以及贸易管制的主要措施。为了提高和拓宽学生的知识面,本书还对国内的保税区、保税区库、出口加工区、保税物流中心、保税园区、保税港区及其报关程序、服务外包作了介绍。

为了加深学生对课文内容的理解,本书在每章的案例与训练中,都附录了一桩与课文内容相对应的案例,通过阅读与思考,以提高学生的案例分析能力。

本书理论联系实际、深入浅出、通俗易懂,可以作为高职高专院校外贸、财经、物流专业的教材,也可以作为外贸从业人员的业务参考书。

图书在版编目(CIP)数据

进口实务/李鸿杰,马迅编著. —北京:机械工业出版社,2008.8
高职高专“十一五”规划教材
ISBN 978-7-111-24765-4

I. 进... II. ①李... ②马... III. 进口—贸易实务—高等学校:
技术学校—教材 IV. F740.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2008)第118405号

机械工业出版社(北京市百万庄大街22号 邮政编码100037)

策划编辑:孔文梅

责任编辑:孙晶晶

责任印制:邓博

北京诚信伟业印刷有限公司印刷

2008年8月第1版第1次印刷

169mm×239mm·15.25印张·270千字

0 001—4000册

标准书号:ISBN 978-7-111-24765-4

定价:21.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

本社购书热线:(010) 68326294

编辑热线:(010) 68354423

本社服务热线:(010) 68311609

本社服务邮箱:marketing@mail.machineinfo.gov.cn

投稿热线:(010) 88379757

投稿邮箱:sbs@mail.machineinfo.gov.cn

封面无防伪标均为盗版

高职高专“十一五”规划教材编委会

(财经大类)

主任委员 刘兴彬

副主任委员 姚立宁 薛 威 蓝伙金

委 员 (排名不分先后)

常 青 常庆森 方仲民 高彩云

黄君麟 刘喜波 莫高兴 田文锦

王文仲 武德春 游金梅 袁炎清

曾 剑 曾艳英 张远录 赵志恒

邹 敏 孔文梅

序

“面向企业、立足岗位；优化基础、注重素质；强化应用、突出能力”，培养一线“技术岗位型”人才，这是高职高专财经大类各专业的教学模式和培养目标。要实现这一培养目标，就必须坚持以教学改革为中心，以实践教学为重点，不断提高教学质量，突出高职高专特色的指导思想。

以往出版的高职高专教材大多存在“理论过强；内容过深，缺乏实操”等缺点；另外，高职高专院校的老师大多来自于普通高校，受传统教学模式影响很深，教学过程跳不出“以学科为中心”的教学模式框框。因此，需要加强实践教学，使教学变成教师与学生共同参与，教、学、练融于一体的互动式教学，极大地调动学生学习的积极性和主动性，以提高学生的实际操作能力。

为了配合这一教学改革的需要，应广大高职高专院校的要求，按照 2004 年 12 月教育部颁布的《普通高等学校高职高专教育指导性专业目录》的要求，由全国近 30 所高职高专院校共同规划、编写了这套“高职高专‘十一五’规划教材”，并成立了“高职高专‘十一五’规划教材编委会”。参与本套教材编写的人员大多是专门从事相关专业教学和教学研究的一线专家、教授和企业管理人员。本套高职高专“十一五”规划教材介绍了当前最新的管理研究成果，具有简洁、实用、操作性强等特点，既可作为高职高专的教材，也可作为各层次学历教育和短期培训的教材。

由于时间仓促，编者水平有限，这套教材难免存在不足之处，恳请广大读者予以批评指正，以能够保持其实用性。

高职高专“十一五”规划教材编委会

前 言

众所周知,我国已于2001年12月11日正式加入了世界贸易组织(WTO),这极大地推进了我国社会主义市场经济的发展、企业制度改革的深化以及与世界经济接轨的进程。由于国际贸易实务所具有的法律性、规范性及业务程序的合理性,不仅使各类工商企业在涉外经济活动中对其高度重视,而且也对规范国内贸易行为起到了重要作用。

目前,国内图书市场上有关对外经济贸易、进出口业务类的书籍和教材数不胜数,令人眼花缭乱,这使学生们不知如何选择。我们在浏览和分析当前有关对外经济贸易尤其是进出口业务之类的教材之后,发现有些名不副实。虽然书名叫国际贸易实务、进出口实务等,但是绝大多数讲授的都是出口业务,很少涉及进口业务,这不能不说是一个遗憾。

本书只讲述进口业务,而不涉及出口,高度浓缩了进口实务中的一招一式,从而试图填补图书市场上的一个空白点。

近些年来,随着人民币对美元汇率的增值和国家逐步取消大部分出口产品的退税(商务部宣称,2010年以前我国要取消全部出口产品的退税),出口业务显得越来越难做,出口订单的利润将越来越少。反之,人民币对美元汇率的增值使得进口业务有钱可赚,相比之下,进口比较好做。于是有些商人就把公司的业务从出口调整到进口,有些新组建的公司从开张之日起就瞄准了进口业务,进口业务就开始“火”了起来。

在进口市场和进口业务红火的同时,相应的进口理论书籍却少得可怜,本书的问世就是想为职业中专、高职高专的学生和从事进口业务的同仁们“雪中送炭”、“雨中送伞”。

本教材的特色在于它能够与实际相结合,比较务实。我们在每个章节之后,增添了案例与训练;通过相应的案例进行案例剖析,从而促进学生加深理解。本书真实地引用了内地一家公司的一单一般贸易进口业务全套文件,进口方从签订代理协议开始、到签订进口合同、向银行申请开证、信用证确认书、报关、海关纳税、国外出口商的装箱单、商业发票等,详细而又真实地再现了一般贸易进口的全过程。除了上述的一般贸易进口程序之外,本书还介绍了易货贸易、补偿贸易、进料加工、来料加工、国际招标、保税区 and

许可证贸易等。总之,学生除了必须学会一般贸易的进口程序之外,还要对各种形式的进口业务有所了解。

随着全球经济一体化进程的推进,当前风靡全球的一种新兴经济现象、一种新兴产业——服务外包正在悄然兴起,本书尝试对这种新生事物进行了论述与介绍,服务外包这一章可以说是本书的闪光点之一。

学生通过学习本书之后,能够对进口业务的全部流程有一个清晰的概念,当他们日后进入外贸公司、自营进口企业,在进口工作岗位工作时,就不会感到陌生。实践证明:中小型外贸公司、自营进口企业的管理者们十分欢迎这种既懂理论,又具备实际操作能力的实用性人才。

本教材为了照顾更多读者,没有过多地突出英文部分,只是选择了一些不可回避的专业单词和相关词组要求学生熟记。因此,难度适中。

由于时间仓促,加之水平有限,书中难免会有错误和不妥之处,希望同行业的教师、业内人士予以批评指正,我们将不胜感激!

编 者

目 录

序

前言

第一章 国际贸易的产生与发展..... 1

第一节 国际贸易的定义及进口

代理..... 1

第二节 国际贸易的起因..... 4

第三节 国际货物买卖合同及进口

业务程序..... 11

第四节 从事进口业务必备的条件

及外贸人员所必备的素质.... 16

案例与训练..... 17

第二章 进口合同的签订..... 19

第一节 市场调研..... 19

第二节 合同的定义及合同的结构.... 21

第三节 贸易磋商的环节..... 28

第四节 进口合同中的品质、数量

及包装条款..... 29

案例与训练..... 39

第三章 贸易术语、保险与装运条款.... 42

第一节 贸易术语..... 42

第二节 海上货物运输保险..... 50

第三节 我国海洋货物运输保险的

险别..... 52

第四节 进口合同中的保险条款..... 58

第五节 装运条款..... 60

案例与训练..... 67

第四章 进口合同中的支付条款..... 70

第一节 汇付与托收..... 70

第二节 信用证..... 79

第三节 购汇与形式发票..... 91

案例与训练..... 95

第五章 受外贸管制商品进口概述..... 98

第一节 我国的对外贸易管制..... 98

第二节 我国货物、技术进口许可

管理制度..... 102

第三节 进口许可证与自动进口

许可证..... 105

第四节 海关监管..... 109

案例与训练..... 113

第六章 一般货物进口报检、通关

和纳税..... 116

第一节 商品检验..... 116

第二节 一般货物的报关、通关

与清关..... 122

第三节 一般进口货物的通关

环节..... 123

第四节 缴纳进口关税..... 127

案例与训练..... 129

第七章 一般货物进口中的主要单据.. 130

第一节 一般原产地证明书..... 130

第二节 商业发票..... 131

第三节 装箱单..... 136

第四节 海运提单..... 138

案例与训练..... 147

第八章 加工贸易..... 150

第一节 来料加工..... 150

VIII

第二节 进料加工	152	第二节 易货贸易和补偿贸易	183
第三节 海关对保税加工货物的 监管模式	154	第三节 互购贸易	188
第四节 纸质手册管理下的保税 加工货物及其报关程序	157	第四节 招标与投标	189
第五节 出口加工区	160	案例与训练	191
案例与训练	163	第十一章 服务外包	194
第九章 保税物流货物	165	第一节 服务外包的含义及其 分类	194
第一节 保税物流货物概述及 保税仓库	165	第二节 由“世界工厂”到“中国 服务”	196
第二节 保税物流中心(A型)	169	第三节 影响承接服务能力不足 的关键	198
第三节 保税物流中心(B型)	171	案例与训练	201
第四节 保税物流园区和保税区	174	第十二章 一般货物进口模拟实例	202
第五节 保税港区	179	附录 联合国国际货物销售 合同公约	214
案例与训练	179	参考文献	235
第十章 其他贸易方式	182		
第一节 对销贸易的含义和特征	182		

第一章 国际贸易的产生与发展

【教学重点】

1. 国际贸易的定义。
2. 什么是无形贸易、有形贸易？
3. 什么是关税壁垒、贸易壁垒？
4. 进口代理是如何产生的？

第一节 国际贸易的定义及进口代理

一、国际贸易的定义

国际贸易 (International Trade) 是指在世界各国、各地区之间, 商品、服务或技术跨越国界所进行的交换活动和行为。国际贸易既包括有形的、物质性的商品 (如货物) 的交换——有形贸易 (Visible Trade); 又包括海运、保险、旅游、劳务、技术以及其他相关的经济联系与往来——无形贸易 (Invisible Trade)。世界各国在经济方面都具有依赖性和互补性。

总体来说, 货物进口的贸易方式分为一般贸易和加工贸易两大类。一般贸易指的是货物正常的完税、进口; 而加工贸易指的是“来图加工”、“来料加工”、“进料加工”和“补偿贸易”即所谓的“三来一补”方式。

一笔生意、一单买卖, 必有一个买方和一个卖方。买方有可能是进口商、批发商、零售商, 而卖方则可能是出口商、批发商、生产厂家。但有时在买、卖双方之间也有一两个中间人, 这就是买方或卖方的代理人 (agent)。也称“掮客”。代理人可以代表买方或者卖方来签订合同, 但没有合同的决定权, 如无权决定价格、交货期等。

每笔生意完成之后, 由买方或卖方会给予中间人一定的佣金 (commission) 作为报酬。佣金的数目一般在合同货物 FOB 总价格的 5% 之内, 一般为 2%~3%, 俗称 C2 或 C3 等。一般由受益方把佣金支付给中间商, 这是对中间商所付出劳动的认可。

二、进口代理及进口代理协议

众所周知, 加入世界贸易组织前, 我们国家对进口进行严格的管制, 也就是说, 没有取得合法进口资格的公司或企业则没有权力从事进口业务。想要从事进口的公司或企业, 首先要向当地的外经贸委 (局) 提出申请, 经过

审批后，再把审批文件拿到当地海关进行备案，取得当地海关所批准的代码之后，方可从事进口业务。

2001 年 12 月 11 日，我国加入了世界贸易组织，根据我国加入世界贸易组织的承诺，入世 3 年后所有的中外企业都将拥有进出口经营权。按入世承诺表的要求，申请外贸流通权的企业注册资本要求降到 50~300 万元人民币，其中机电产品和高新技术产品生产企业注册资本达到 100 万元，只要通过工商和税务年检，就可申请自营进出口经营权，直接从事自产产品和技术出口业务，进口生产所需的原料、辅料和机械设备。流通性企业注册资本达到 30 万元人民币，成立时间一年以上，即可申请外贸流通权，自营和代理各类商品和技术的进出口业务。进出口经营权不仅是企业直接从事进出口业务的资格要求，而且是享受国家相关优惠鼓励政策的前提，现在全国大部分市县的商务厅局就可以直接办理生产企业自营进出口经营权。

如果没有取得合法进出口资格的公司或企业想要从事进口业务，他们只能“借鸡下蛋”，也就是借助于经过市县商务厅局、海关批准的、有进口权的公司的进口权，来从事本公司或本企业的进口业务。这称为进口代理。

没有进口权的企业或公司称为委托人，而取得进口权的企业或公司称为代理人，委托人在委托代理人代理进口业务之前，双方首先要签订一份代理进口协议，以协议的方式明确了委托人和代理人之间的责任、权利和义务，从而避免了经济纠纷的产生。下面就是一份正式的一般货物代理进口协议。

代理进口协议

代理进口协议号：2006MMDS-041-DL003

甲方：内蒙古中电电器有限公司（委托人）

乙方：内蒙古亚特工艺品进出口有限公司（代理人）

甲、乙双方在平等互利，友好协商的基础上，就委托代理进口事宜达成如下协议：

第一条 甲方全权委托乙方代理进口德国 KSB 有限公司生产的给水泵芯包，乙方接受甲方委托，双方建立代理关系。

第二条 甲方委托乙方代理进口货物如下：

	名 称	规格型号	数 量	单 价
1	给水泵芯包	CHTC5/6	1 台	USD172 191.00
合计：壹拾柒万贰仟壹佰玖拾壹美元 CIF 天津新港			USD172 191.00 per set CIF TianJin XinGang	

第三条 委托人义务

1. 甲方向乙方提供进口货物的详细中、英文设备清单及有关卖方的报价资料。
2. 甲方负责合同技术条款的对外洽谈，确认对外合同的设备名称、型号、数量、技

术指标及技术文件,主签技术附件;参加对外商务谈判,协助乙方共同制作商务文本,附签商务条款。

3. 乙方对外付订金及开立信用证前,甲方按银行规定支付足额订金及开证保证金。

4. 到货后,甲方立即检验货物的外包装及数量,如外包装破损或货物数量不一致时,在有关运输部门出具了破损证明并经商检、保险部门检验后接货。在获得上述检验文件后立即将文件正本提交给乙方对外交涉。甲方接货后,会同有关人员,按对外合同规定安排拆箱、检验、安装、调试、验收,在执行前述各个环节过程中,如发现问题,甲方应立即与乙方联系,并提交商检文件,以便乙方对外交涉。

5. 对外合同若发生仲裁或诉讼,甲方承担进行仲裁或诉讼的一切有关费用。

6. 甲方若发生对外合同中规定的不可抗力事件时,应及时通知乙方并在对外合同规定的期限内提供有关机构出具的证明,以便乙方对外交涉。

7. 发生对外合同纠纷时,协助乙方进行对外索赔。

第四条 代理人义务

1. 接到甲方所提供的进口设备中、英文清单后,负责对外联络,组织和安排商务谈判,甲方协助对外审定商务条款,并以乙方名义对外签署进口合同。

2. 乙方负责办理进口合同的送审、报批手续。

3. 乙方负责向银行申请开立信用证,当卖方提交单据议付时,负责审查单据。在单单相符,单证一致的情况下,乙方负责办理对外货款的支付工作。

4. 乙方负责货到口岸后报关,在口岸报关所产生的费用由甲方承担。货物清关后由乙方将货物运到甲方指定地点,费用由甲方承担。

5. 乙方及时向委托人报告进口业务的进展情况。

6. 乙方负责处理进口合同执行过程中的有关纠纷和索赔事宜。

第五条 代理手续费

1. 甲方同意向乙方支付合同总额 1% 的外贸代理手续费及 0.3% 银行手续费 (开证行收取), 0.25% 的商检费 (商检部门收取)。

2. 办理机电产品进口手续,费用由甲方承担。

第六条 甲、乙双方确认,代理人对外签订的商务和技术条款,是由双方共同商定,共同认可并保证认真遵守、共同执行。

第七条 双方应及时相互通报执行合同中所发生的问题,及时磋商解决办法,由于延误造成的损失由责任方承担。

第八条 双方均应认真履行本代理合同,由于任何一方过错使合同不能履行、不能完全履行、延迟履行、或履行不符合约定条件的,由过错方承担责任;如属双方过错,则根据各自的过错大小,分别承担相应的责任。

第九条 双方有关执行本代理合同的重要往来联系应以正式的书面文件为准,紧急事

项可用电话联系，但事后须用书面确认。

第十条 双方同意，在执行合同过程中所发生的一切争议，应通过协商解决；协商不成的，任何一方都应诉诸于代理人所在地相应级别的人民法院解决。

第十一条 本代理协议一式两份，具有同等效力。

第十二条 本协议自双方签字之日起生效，有效期至双方责任与义务履行完毕之日止。

委托人：内蒙古中电电器有限公司

地 址：内蒙古呼和浩特市通道北

街温州机电城 6 楼

联系人：高正洋

电 话：0471-233777

传 真：0471-2337999

邮 编：010050

(签字)

代理人：内蒙古亚特工艺品进出口有限公司

地 址：内蒙古呼和浩特市中山西路 126 号

国贸大厦 1003 室

联系人：青林

电 话：0471-6965206

传 真：0471-4341789

邮 编：010020

(签字)

2007 年 7 月 26 日

2007 年 7 月 25 日

从上述进口代理协议中不难看出：

(1) 真正的进口方是内蒙古中电电器有限公司，而内蒙古亚特工艺品进出口有限公司只是拥有进出口权的外贸公司，它仅仅是代理方。

(2) 代理公司仅仅作为代理人，对委托人所委托的这笔生意的盈亏并不承担责任，代理人只是收取合同总额 1% 的外贸代理手续费及 0.3% 银行手续费（开证行收取），0.25% 的商检费（商检部门收取）。一般说来，外贸代理手续费没有固定的价格，而是由委托人与代理人双方协商确定，基本上是所代理进口合同总额的 1%~3%。

(3) 委托人在寻找代理人作进口代理之前，一定要挑选比较熟悉、信誉较好的公司作为代理人。否则，一旦委托人把全部客户资料（包括客户公司名称、地址、电话、传真、所进口货物的名称和单价等）交给代理人之后，品质恶劣的代理人立即就会“撬行”，将委托人的客户挖走。

第二节 国际贸易的起因

一、国际贸易的起因

封建社会末期，在西欧出现了萌芽状态的资本主义生产，很多城市逐渐成为欧洲的贸易中心。1492 年哥伦布发现美洲大陆，1498 年达·伽马绕行好望角，开辟了新航线，贸易范围得以扩大，欧洲贸易中心也从地中海扩展到

大西洋沿岸，很多欧洲城市成为国际贸易港口，贸易范围遍及亚洲、非洲和美洲，国际贸易区域性的国际市场逐渐形成。产业革命后，社会生产力迅速提高，形成了与之相适应的资本主义分工体系，加上现代化交通通信工具的出现，把世界各地（国）连成一体，形成了统一的世界市场。第二次世界大战后，国际贸易取得了巨大发展，世界贸易的增长速度超过世界生产的增长速度，世界各国的贸易依存度不断提高，新的世界贸易格局逐渐形成，这就称为世界经济一体化。

资源在世界各地的不同分布状况决定着世界贸易的格局。有些国家或地区，自然资源十分丰富，而其他国家或地区则相当匮乏。例如，澳大利亚拥有大量的铁矿、煤炭资源，却严重缺乏石油资源。中东地区的国家除了拥有丰富的石油资源之外，其他资源几乎等于零。世界上找不到任何一个拥有均衡资源的国家。由于世界上的资源分布不均，而现代制造业和农业却都需要许多不同的资源。因此，通过国际贸易来获取这些资源是绝对必要的。

气候和土壤是影响一些农产品种植的主要因素，这些农产品可以被该国用来生产和进行国际贸易。例如，一方面，南美洲一些国家的气候非常适合咖啡的生长；而美国不产咖啡，必须进口。另一方面，美国有些洲的气候和土壤很适合小麦的生长，因此，美国的小麦质量上乘、产量非常高，经常出口到其他国家。

除此之外，熟练工人和资本在某种程度上也决定着一个国家能生产什么产品来同其他国家进行贸易往来。发达国家拥有大量的熟练劳动力和资本，所以它们能集中生产一些技术密集型产品，如计算机、飞机等。然而，发展中国家由于缺乏熟练劳动力和资本，它们只能局限于一些劳动密集型产品的生产。

随着制造业和技术的发展，产生了另一个促使国家间进行贸易的原因，即经济利益。人们发现，如果一个国家只生产成本相对其他国家比较低的产品，而从其他国家购买他们用比较低成本生产的另外一些自己生产成本相对较高的产品，那么这比该国自己生产所有的产品要划算。对于这一点，人们常常用比较优势理论来解释。比较优势理论也叫比较成本理论，它是由大卫·李嘉图和其他一些经济学家发展而来的。比较优势理论的要点是：不同国家和地区具有不同的生产可能性。国家之间的贸易对双方都有利，各国并不一定要生产出成本绝对低的产品，而只要生产出成本比较低或相对低的产品，即存在比较成本差异，就可进行贸易分工。

对国家来说，也是如此。比较优势理论引导各国专门和批量生产某些特定产品。著名的美国经济学家保罗·塞缪尔森曾用下面一个例子来作简

单说明。他说，与欧洲相比，美国生产吃的、穿的，效率都高于欧洲。美国生产食品所需劳动力仅占欧洲劳动力的 $\frac{1}{3}$ ，制作服装所需劳动力占欧洲所需的 $\frac{1}{2}$ 。可见，在食品业和服装业方面，美国都占有绝对优势，但是生产食品的效率比制作服装的效率更高，而在服装业方面，美国却处于相对劣势。其结果是，美国有大量服装从欧洲进口。

进行国际贸易还有其他一些原因。有些国家无法大量生产出某种产品，所以必须通过进口来满足国内的大量需求。此外，国际贸易的发生有时也出自于对创新和款式的追求。因为国际贸易能够提供花色、品种更多的产品，并且能够扩大消费者对某一种产品的选择范围。最后，还有些国家进行国际贸易主要是出于政治目的。在这种情况下，政治目的的重要性则超过了经济利益。

二、有形贸易和无形贸易

1. 航运 (Shipping)

上面提到过进出口的商品称为有形贸易，还有一种国家与国家之间进行的交换服务的无形贸易。例如，巴西出口的咖啡经常用远洋货轮来运输；中国出口的棉花也离不开远洋货轮的运输。像希腊、中国香港这样拥有大规模海运船队的国家和地区就可以为其提供远洋运输服务。当出口商要安排这种运输时，就要租船订舱。

2. 保险 (Insurance)

谨慎的进出口商往往为他们的货物购买保险，俗称投保，因为船舶在海上航行时货物会遭遇到各种各样的危险：火灾、风暴、碰撞、渗漏、爆炸等。海洋货物保险可以预防这些风险，保护出口商或进口商免受财产损失。这样，保险就成为一个国家专门经营的服务业。由于伦敦劳埃德保险公司的发展壮大，英国也因此成为该项业务的主要出口商，它通过为其他国家的对外贸易提供保险而获取利润。这就是只要一提到保险，就要提到英国伦敦的原因。

3. 旅游 (Tour)

有些国家虽然没有矿产资源和工业，但是它却拥有宜人的气候、明媚的阳光、白色的沙滩、清澈的海水。这些国家可以以此来吸引大量的游客前来观光、旅游和消费。依靠自然资源来赚钱的方式称为“无烟工业”。所以，旅游业也是另外一种形式的无形贸易。

4. 劳务 (Labour Service)

中东是劳动力匮乏的地区，每年有数以万计的各国工人前去打工。他们寄钱回家，养家糊口，这种出卖的劳动力称为劳务。对于有些国家来说，作为进出口贸易，这是一种极为重要的无形贸易。

无形贸易对于有些国家就如同出口原料或商品等有形贸易的其他国家一

样重要。这两种形式都可以为国家赚取外汇，以购买必需品。菲律宾是世界上劳务输出的大国，每年在世界各地打工者高达百万人之多。

一个国家的进口和出口很难保持绝对相等，一个国家有形商品和各种形式的无形商品的进出口差额就是那个国家的贸易差额。如果一个国家的出口值大于进口值时，它就赢得了贸易顺差（A Favourable Balance of Trade）；反之，如果进口值大于出口值，就会产生贸易逆差（An Unfavourable Balance of Trade）；当一国的进口额与出口额相等时，则称为贸易平衡（Balance of Trade）。

三、有关国际贸易的一些问题

1. 风俗人情

在从事国际贸易时，一个商人所面临的各种境况与他所熟知的国内贸易境况不太一样。国内贸易和国际贸易的最大区别就是商品交易跨越了国界。一般来说，有几个差异导致了我们必须对国内贸易和国际贸易分别对待。这些差异主要包括文化冲突、货币兑换和贸易壁垒。从事国际贸易的商人必须了解这些差异，因为它们经常会引起麻烦。

地球上的文化和民族一样数量众多。当公司在海外开拓业务时，它们必须同具有不同文化背景的人打交道。这些人讲不同的语言，有他们独特的风俗习惯和行为规范。具有各种文化背景的人都有种族中心倾向，也就是说他们用自己看待事物的方式来判断世界。因此，在国际贸易中，商人应密切注意不同地方的风俗习惯和商业准则。

例如，在日本，人们非常重视礼节。谈生意往往是在随意交谈和喝茶之后才开始的。一个美国商人，如果一到日本就向日本公司拿出他的图表，陈述他的情况，进行生硬的询价、报价，那么他的第一次销售介绍是注定要失败的。中国人和美国人对商业的态度截然不同。中国人希望的是一种长久的信仰、实在的依靠和相互的义务，这与“关系”的观念有关。当合同达成一致并由双方负责人签字以后，中国人有时仍然会提出新的、可能的安排和调整。而美国人则认为，交易一旦达成以后，双方的任务就是按其条款执行。但中国商人往往把一笔交易仅仅看做是建立在友谊、理解、相互依靠和支持基础之上的长久关系中的一个事件。在进一步讨论双方各自能为对方做些什么以增进对方共同的利益时，不应该再有什么障碍。

2. 货币兑换

另外一个主要的问题就是货币兑换问题。如果世界上的每个国家都使用同样的货币，世界贸易就会变得容易得多。但事实并不如此，一个哥本哈根啤酒商人要求用欧元来支付货款，而中国香港衬衫制造商却要求用港币。货币如同啤酒和衬衫以及其他商品一样，具有一定的价值。唯一的区别是每种

货币的价值是用另外一种货币的价值表现出来的。欧盟区欧元的价值可以从美元、英镑、日圆中表现出来。这些货币的兑换率每天都在变化，全世界的银行和外汇交易所的货币兑换率也不断更新。

用外币支付给进出口公司的货款，因兑换率的波动，要面临很大的外汇风险。例如，一个进口商订购以后，不能马上收到货物，通常他会得到一个小段时间的商业信用。假设一个美国进口商 60 天后将付一定数额的欧元给一个德国出口商以进口一些设备。这个交易会使得美国公司面临汇率风险，因为在这 60 天里，美元对欧元可能会贬值，这就迫使这家美国公司支付大笔美金来履行其进口承诺。

3. 贸易壁垒

第三个独特的问题就是贸易壁垒。正如 19 世纪著名的经济学家大卫·李嘉图曾说过的那样，大家普遍认为进行自由的国际贸易对所有的参与者均有裨益。然而，实际上，世界上从来没一个完全自由的贸易体系，这是因为各个国家实行了贸易管制，其原因有如下三点：

(1) 为了改善国际收支逆差。当一个国家的全部支出款项超过从国外收进的款项时，就会出现贸易逆差。这时，该国就要限制进口而鼓励出口。

(2) 出于国家安全的原因。一些国家有时会限制出口危险的原材料，高科技技术或设备，因为这种出口会影响其自身的安全。

(3) 保护本国产业免受国外商品的竞争。这一般是因为幼稚产业在起步阶段需要保护，避免来自于国外的竞争。一个国家通常对进口的类似产品征税以保护国内产业。税费可以按照进口商品价值的一定的百分比来征收，这称之为从价关税。当关税计入进口商品的价格中时，消费者购买该商品的价格就会上涨。

以上三种称之为关税壁垒。

虽然通过国际协定，关税已经大幅度下降，但是各个国家继续使用其他策略来限制进口或鼓励出口，称之为非关税壁垒。其中一些策略如下：

(1) 要求进口许可证，只允许进口一定数量或价值的商品。

(2) 规定配额，限制一种商品进口的全部价值或数量。

(3) 把政府采购限定在国内公司。

(4) 使用国外产品无法满足的安全标准，消费者保护或其他因素，例如，欧盟区对中国出口的产品要实行“CE”认证，凡没有取得“CE”认证的中国机电产品，则不能进入欧盟市场。

(5) 提供专门的出口补贴，鼓励本国出口商扩大对外销售。

(6) 定向 (Targeting) —— 这是一个新的术语，意思是实行一揽子措施，给一些本国产业部门在出口市场上提供竞争优势。它包括出口补贴、技术协