

丛书主编：张洪定

高职高专多媒体系列教材

GAOZHIGAOZHUANDUOMEITIXILIEJIAOCAI

国际经贸地理

GUOJIJINGMAODILIGUOJIJINGMAODILIGUOJIJINGMAODILIGUOJIJINGMAODILIGUOJIJINGMAODILII

王子冬 编著

王子冬 朱海彤 张爱民 梁欣怡 制作

2

5403

南开大学出版社
南开大学电子音像出版社

多媒体系列教材

国际经贸地理

王子冬 编 著

王子冬

朱海彤

制 作

张爱民

南开大学出版社
南开大学电子音像出版社

天津

名 称: 《国际经贸地理》

标 准 书 号: ISBN 7—900667—03—2/F·03

出 版 发 行: 南开大学出版社

南开大学电子音像出版社

地 址: 天津市南开区卫津路94号 邮编: 300071

营销部电话: (022) 23508339 23500755 23508542 (传真)

邮购部电话: (022) 23502200

技 术 支 持: (022) 23504636 83310422

网 址: www.adultedu.tj.cn

出 版 人: 肖占鹏 总体策划: 张蓓

光 盘 责 编: 尹建国 图书责编: 吴中亚

封 面 制 作: 大勇

图 书 承 印: 天津市宝坻区第二印刷厂印刷

光 盘 刻 制: 天津民族文化光盘有限责任公司

经 销: 全国各地新华书店、软件连锁店

版 次: 2004年11月第1版

印 次: 2006年3月第2次印刷

开 本 规格: 787×1092 1/16

印 张: 13.625 字 数: 339千

印 数: 1—4000 定 价: 25.00 元

版权所有

翻印必究

高职高专多媒体系列教材

编委会主任 龙德毅

编委会副主任 叶 庆

主 编 张洪定

编委（以姓氏笔画为序）

王 宇	王发田	王丽雅	王晓明	王繁臻	边 玲
刘志刚	安瑞威	闫常钰	宋新力	张 蓓	张洪定
张庆生	李 刚	李全奎	杨学俊	杨聪柱	肖金庚
陈相文	岳腾伦	贺兰芳	贾晓华	黄金彪	蒋克己
韩 铃	靳 莹	魏秀双	解书明		

工作人员（以姓氏笔画为序）

田金玲	任 鹏	刘 怡	刘 岚	朱海彤	何 明
张爱民	张媛媛	和建明	赵秀荣	梁欣怡	教 琳

前 言

我国加入世贸组织以后，国内各行业与世界各国的经济交往的发展空间进一步扩大，对外贸易得到迅猛的发展。按照国际惯例办事，就要理解“游戏”规则，只有把握时机，才能驾驭时代的快车。国际经贸地理是研究世界各国、各地区商品市场之间的地理分布与联系，研究影响商品生产与市场变化各因素的学科。它是随着我国对外贸易的发展而产生的一门崭新的学科，也是一门实用性很强的学科。

本教材在编写过程中参考了国内最新出版的相关著作。其内容包括国际贸易与地理环境、国际关联和国际经济组织、世界贸易市场的分布、世界自由经济区、国际贸易运输、亚洲主要经济贸易区、欧洲主要经济贸易区、北美洲主要经济贸易区、大洋洲主要经济贸易区、南美洲及非洲主要经济贸易区、中国的对外贸易等，主要介绍了日本、韩国、新加坡、印度、印度尼西亚、泰国、英国、法国、德国、意大利、瑞典、加拿大、美国、墨西哥、澳大利亚、新西兰、巴西、阿根廷、埃及、南非等国家的自然环境、经济结构、市场特征、贸易状况和主要城市及港口等五大方面的内容。为了提高学生分析问题和解决问题的能力，在每章中都列出了相关的习题，包括单项选择题、多项选择题、填空题、判断题、简答题以及论述题。

本教材由王子冬编著，课件制作王子冬、张爱民、朱海彤、梁欣怡。在教材编写和课件制作过程中得到了天津市红桥区职工大学领导的大力支持，天津市新华社区学院张洪定副院长给予了技术指导，天津市成人教育网站崔欣、张爱民等老师提供了无私的帮助，在此表示衷心感谢！

由于编者水平有限，缺点、错误在所难免，敬请读者批评指正。

多

编者

2004年4月

作者介绍

王子冬：讲师

1998年毕业于陕西经贸学院，国际贸易本科学历并取得经济学学士学位。2002年天津财经学院金融专业硕士研究生毕业。近年来，主要担任了“国际金融”、“商务英语函电”、“管理会计”、“审计”等几门课程的教学工作。在市级刊物上，发表了《浅议上市公司的虚盈实亏》、《企业无形资产管理》等专业学术论文。

张爱民：天津市成人教育网站网络管理员，曾制作《国际商务洽谈》、《网络营销与策划》、《国际税收》等多媒体课件。

朱海彤：天津市成人教育网站网络管理员，曾制作《国际商法》、《网络营销与策划》、《邓小平理论》等多媒体课件。

梁欣怡：天津师范大学毕业，曾参与制作《经济数学》等多媒体课件。

目 录

第一章 国际贸易与地理环境	1
第一节 自然环境对国际贸易的影响.....	1
第二节 人文环境对国际贸易的影响.....	6
第三节 经济环境对国际贸易的影响.....	8
练习题.....	13
第二章 国际关联和国际经济组织	15
第一节 国家类型.....	15
第二节 国际关联.....	17
第三节 国际经济组织.....	20
练习题.....	22
第三章 世界贸易市场的分布	25
第一节 世界贸易市场的形成与发展.....	25
第二节 世界贸易市场的分布.....	27
练习题.....	29
第四章 世界自由经济区	31
第一节 概述.....	31
第二节 世界主要自由经济区的分布.....	35
第三节 世界经济性特区范例.....	38
练习题.....	45
第五章 国际贸易运输	48
第一节 国际海洋运输.....	48
第二节 其他国际运输方式.....	54
练习题.....	57

第六章 亚洲主要经济贸易区	59
第一节 日本	59
第二节 韩国	73
第三节 新加坡	76
第四节 印度	81
第五节 印度尼西亚	87
第六节 泰国	89
练习题	93
第七章 欧洲主要经济贸易区	95
第一节 英国	95
第二节 法国	101
第三节 德国	107
第四节 意大利	115
第五节 瑞典	121
练习题	124
第八章 北美洲主要经济贸易区	126
第一节 加拿大	126
第二节 美国	132
第三节 墨西哥	144
练习题	147
第九章 大洋洲主要经济贸易区	150
第一节 澳大利亚	150
第二节 新西兰	156
练习题	160
第十章 南美洲及非洲主要经济贸易区	162
第一节 巴西	162
第二节 阿根廷	167
第三节 埃及	171
第四节 南非	176
练习题	179

第十一章 中国的对外贸易.....	181
第一节 中国市场的主要特征.....	181
第二节 中国对外贸易的特征.....	186
第三节 中国对外贸易运输地理.....	194
练习题.....	205

第一章 国际贸易与地理环境

国际贸易活动是离不开一定的地理环境的，地理环境对国际贸易有明显的影响。在科学技术发展日新月异、国际地域分工日益广泛和深化、国际间的竞争日益激烈的今天，地理环境各要素对国际经贸活动的影响比过去任何时候都要更加深刻。

积极开展地理环境对国际经贸活动的影响及其规律性的探索研究，对预测国际经济社会的发展趋势、国际贸易的变化和做好对外经贸工作等，均有重要的理论和现实意义。

第一节 自然环境对国际贸易的影响

从严格意义上说，自然环境是指与人类经济活动有关的各种自然要素，而不是自然环境的整体。随着科技的进步，人类日益扩大其活动范围，从自然界不断获取日益丰富的物质和能量。人与自然环境始终是适应、利用、保护的关系，所以在人类经常活动的领域，形成了自然—社会—经济综合体。在顺应自然规律的基础上，因地制宜、趋利避害是适应、利用、保护自然环境的基本原则，也是从市场发展的角度研究自然环境的目。

一、正确分析自然环境

（一）综合和主导因素的观点

各种自然要素，如地形、气候、水文、生物等互相联系、互相制约，共处于自然环境中，形成了一个有规律的整体，地理学上称其为自然综合体。由于地球是一个环绕太阳成一定角度进行自转和公转的球体，其表面接受太阳的辐射不均匀，并且其他自然要素的有机组合不均匀，就产生了自然综合体规律性的地域差异。地域差异的产生总是因为某一两个自然要素起主导作用而影响了其他要素的变化。例如，我国的青藏高原、江南地区与阿拉伯沙漠、撒哈拉沙漠处于相同的纬度带，按纬度带的规律分析，它们都应是沙漠景观，但它们的自然景观却迥然不同，这主要是因为其主导因素不同。青藏高原因其地势高，江南地区因其海陆位置起主导作用，所以没有形成沙漠。

不同的农作物产区、不同的矿产资源产地、各种大小商业中心的形成，都有适应其形成与发展的综合自然环境为背景。换句话说，它们都是在适宜的自然综合体上形成和发展起来的。

（二）发展的观点

随着科技的不断进步，人类认识自然、利用自然的能力不断提高，自然环境影响人类经

济活动的内容和程度也逐渐深入。例如,农业的集约化经营把自然要素的优势进一步发挥出来;现代化的交通工具(超级货轮、油轮、高速公路、铁路、管道等)的问世,促进了沿海城市带的形成和发展;现代化通讯技术的应用使距离、地形不再是信息传播的限制因素。又如,现代化工业的发展引起了生态环境失衡,人们为此提出了持续发展的问题。所有这一切都表明,必须用发展的观点去对待自然环境的变化。

(三) 因地制宜的观点

自然综合体的类型是决定人类地域经济活动类型的主要因素之一,所谓宜农则农、宜牧则牧就是这一观点的具体体现。在运用因地制宜观点分析、评价自然要素时,必须用综合和主导因素的观点去分析、评价各种地域活动类型的主导限制因素。例如,中国的华北平原与西北地区农业生产的主导限制因素都是水分条件。但华北地区是春季降水不足、夏季降水年际变化大,而西北地区是全年降水不足,所以两地采取的农业生产措施也不同。

(四) 自然、社会、经济结合的观点

自然、社会、经济等条件是互相结合的。没有一种人类经济活动是在纯自然环境下发生、发展的。人类的生产活动始终是社会生产活动。社会的需要、技术的可能、经济的合理是利用自然环境的前提,也是分析自然环境的基础。

二、自然环境对国际贸易的影响

(一) 地理位置的影响

地理位置对国际贸易的影响,可以从经纬度位置、海陆位置、交通位置和邻国位置等方面反映出来。

地球表面的热量、降水量等的分布是不平衡的,广大中纬度地区因其位置居中,致使这一地带四季分明、气候温和、降水适中,对人类的生产、生活、贸易等活动都较适宜,是人类生存、发展和交往的理想环境。举世瞩目的世界四大文明古国——中国、印度、埃及和巴比伦,是古代文化、经济和贸易等发展最早与最繁荣的国家和地区,它们疆域的主要部分就是位于中纬度的温带和亚热带区域。我国汉代就开拓的沟通欧亚非三大洲的古代“丝绸之路”,就是世界上著名的最早的国际贸易通道。同样,从世界地图上可以清楚地看到,当今世界上社会经济最繁荣、交往最密切、经贸活动最活跃的几个区域,也都在北半球中纬度的北美洲、欧洲和亚洲的沿海地区。其中北美洲的五大湖区、大西洋沿岸区域、西欧地区、日本的“三湾一海”地区以及中国的东部沿海地区等都是世界重要的经贸区域。上述地区的土地面积只占世界陆地总面积的10%,而工农业总产值和进出口贸易总额却分别约占世界总额的80%和70%。

与上述情况相反,国土辽阔的俄罗斯虽然是世界上土地资源最丰富的国家,但是由于其国土的大部分处在高、中纬度,大部分的疆域,特别是广阔的东北部地区,自然条件严酷,冬季漫长,寒冷干燥,夏季短促,永久冰土地带广布。对农业综合自然条件进行分析,其远不如同纬度的西欧各国和北美洲的美国、加拿大,因此其农业土地的生产潜力要比美国低57%,比法国低53%,比德国和英国分别低38%和32%,不仅严重影响了种植业的发展,而且对工业生产、城市建设、交通运输与经贸活动等也产生了不小的影响。

是濒临海洋还是深居内陆, 对于一个国家或地区的生产发展和贸易交往等也会产生重要影响。沿海地区(尤其是开放地区)与内陆地区(特别是边远偏僻山区)的环境、交通和出海口等条件大不一样, 从而使这些国家或地区之间的经贸状况形成明显的差异。一般来说, 前者发展较快, 成为发达地区; 后者发展较慢, 往往是比较闭塞和落后的地区。例如, 我国东部沿海一带, 因为紧临太平洋, 海运的地理优势突出, 加之沿海城市经济发达, 交通便利, 科技先进, 实力雄厚, 形成了由南向北的沿海开放前沿地带, 与世界 170 多个国家、地区建立了经济贸易往来关系, 各方面发展迅速, 已成为我国经济腾飞的前沿阵地。相比之下, 西部内陆地区则较为闭塞落后, 与东部沿海地区存在很大差距。

当然, 具体问题要作具体分析。俄罗斯虽然被北冰洋、大西洋和太平洋所包围, 但是, 由于北冰洋长年封冻, 成为天然障碍; 太平洋沿岸仅有的港口距西部经贸重心地区遥远, 交通很是不便; 西部出海口被土耳其海峡所扼; 北冰洋西部的摩尔曼斯克港虽为不冻港, 但航线须经过挪威海峡, 进出口甚为不便。所以俄罗斯虽濒临三大洋, 却酷似内陆国家, 一定程度上制约着它的对外贸易的发展。

交通地理位置对国家或地区的经济和对外贸易的影响也很大。这是因为交通运输条件既是生产力布局的重要内容与条件之一, 又是经济发展的基础条件。美国是地跨太平洋与大西洋的“两洋国家”, 在世界以北大西洋为经济贸易重心的 100 多年的时间里, 它利用便捷的北大西洋航线开展对欧洲的经贸活动, 使其东北部和东部大西洋沿岸地区的经济获得迅速发展, 形成了世界上最大的北美东部大西洋沿岸和五大湖地区经济贸易重心区。而今, 美国又乘日本、澳大利亚和中国等国家迅猛崛起, 世界经济重心向太平洋地区转移的契机, 利用其便利而发达的太平洋航运, 促使西部和南部“阳光地带”的经济繁荣发展起来, 率先抢占了太平洋地区的市场。这充分显示了美国濒临世界两大洋的交通地理位置的优势。此外, 新加坡、巴拿马、埃及等国家, 也因位于沟通两大洋的重要通道和国际航线的要冲等优越的交通地理位置, 促进了该地区经济和贸易活动的繁荣。

(二) 地形条件

平原地区地势平坦, 耕地集中, 是发展种植业的主要基地。我国的三大平原、加拿大的中西部大平原、阿根廷的潘帕斯草原、澳大利亚的墨累—达令河平原、西欧平原都是世界著名的粮食和经济作物的生产基地。在世界粮食贸易中, 五大粮食净出口国(美国、法国、澳大利亚、加拿大、阿根廷)皆得平原之利。

山地、高原因其海拔高、地形复杂, 耕作业受到限制, 但有利于农、林、木多种经营。丘陵对耕作限制较小, 在人口稠密的地区是重要的梯田农耕之地。经济林和种植业相结合是丘陵地区的农业发展方向。

例如: 美国由于平原广布, 使发展农牧业有了良好的基础, 为美国成为世界上规模最大的农业国创造了条件。因而, 美国农牧业生产发达, 农产品不仅能满足本国需要, 还可以有 $1/3 \sim 2/5$ 的农产品用于出口。大量农产品的出口, 不仅创造了占本国外汇总收入 20% 的外汇, 而且在繁荣国际贸易、改善美国的国际收支和外贸平衡等方面起了很大作用。反之, 世界上最大的沙漠——撒哈拉大沙漠横亘于非洲偏北部, 使这里的阿尔及利亚、利比亚、苏丹、埃及等国家的经济发展和贸易活动深受影响。

在通常情况下, 各地区多是以一种地形为主的多种地貌类型的组合。不同的地貌类型组合有着不同的农产品的地域分布。这是世界或区域性农产品贸易形成的先决条件之一。

(三) 气候条件

气候是一定地区多年天气情况的综合,它是形成农业生产的重要物质基础。气候与其他自然要素有着密切的联系,它制约着岩石的风化、土壤的形成与发育、地面水分的循环状况、地表侵蚀过程、植被类型的分布和演替。气候直接制约着农业的生产和分布,还通过它对其他自然条件的影响而间接影响着农业和其他经济部门的生产。迄今为止,人们在大范围内还不能改变气候状况。因此,重视对天气现象和气候条件的观测与分析,特别是对较大范围气候的观测与研究,了解气候变化态势,熟悉气候条件对国际贸易的影响,从中掌握世界市场动向,以便主动地采取措施,搞好进出口贸易,已成为世界各国、各地区政府和经贸界人士的一项基础工作。

光能资源、热能资源和水分条件是影响农业生产和分布的最重要因素。由于地带性、非地带性因素的影响,使得各国、各地区的地形、光、热、水分条件的组合不同,因而形成了适合于发展不同农业部门或同一部门不同品种的地区。它是实行农业区域化、专业化、综合化的基础条件,为世界农产品市场提供了丰富多彩的货源地,也是世界大宗农产品交易场所的所在地。

世界主要农林产品的产地对其商品构成有着重要的影响。举例如下:

天然纤维:棉花主要产于北纬 20~40 度之间,集中于四大产区(亚洲大陆南半部,包括中亚外高加索地区、中国、印度、巴基斯坦;美国西南部、墨西哥;巴西、阿根廷、哥伦比亚;非洲东北部,包括埃及、苏丹)。羊毛主要产于澳大利亚、新西兰、阿根廷、南非。黄麻主要产于孟加拉国和印度。马尼拉麻主要产于菲律宾。剑麻主要产于巴西、墨西哥和坦桑尼亚。天然橡胶主要产于东南亚,以马来西亚和印度尼西亚为主。

饮料作物:咖啡主要产于拉丁美洲(以巴西、哥伦比亚为主)和非洲(以扎伊尔、坦桑尼亚等国为主)。可可主要产于西非和巴西。茶叶主要产于印度、中国、斯里兰卡。

糖料作物:甘蔗产于热带地区,如拉丁美洲的巴西、古巴、墨西哥、多米尼加和阿根廷,亚洲的印度、中国、菲律宾、印度尼西亚、泰国等,非洲的南非、毛里求斯。甜菜主要产于温带地区,以欧洲最多,集中产于英国、荷兰、法国、德国、波兰、罗马尼亚、匈牙利、捷克、乌克兰等国;其次是美国。

油料作物:世界上生产油料作物最多的国家是美国(大豆、棉籽、花生)、中国(大豆、棉籽、花生)、俄罗斯(向日葵、棉籽、油菜籽)、印度(芝麻、花生、油菜籽、棉籽)。木本油料作物油棕、椰子主要产于热带地区,如印度尼西亚、马来西亚、菲律宾、尼日利亚、扎伊尔等国。

粮食作物:小麦、玉米、稻谷是主要的粮食作物,高粱、大麦、粟次之。世界各国皆产粮食,但粮食净出口国只有十几个,主要有美国、法国、加拿大、阿根廷和澳大利亚。

林业原料:针叶林占世界森林面积的 1/3,主要分布在欧亚大陆北部和北美洲。阔叶林占世界森林面积的 2/3,主要分布于亚非拉三大洲,尤以热带雨林地区最多(包括巴西、印度尼西亚、扎伊尔等国)。世界原木出口的 50%集中于发展中国家。木材加工制品,如纸浆、纸、三板(胶合板、刨花板、纤维板)的出口国,主要集中在北欧诸国、加拿大和俄罗斯。

农业自然灾害,如水灾、旱灾、冰雹、霜冻等,影响面积广、出现次数多,是影响世界农产品贸易数量和价格的因素之一。

（四）矿产资源

矿产资源是指埋藏在地下或生成于地表中，可供人们在经济上利用的有用矿物。按经济用途不同，有用矿物可分为四类：能源矿物、冶金矿物、化工矿物和建材矿物。

矿产资源的储量、质量以及资源的地区组合是影响采矿业生产与分布的主要因素和世界矿产品贸易的先决条件。储量是矿产的蕴藏数量、规模，是决定有无开采价值的主要指标。矿石种类、品位、伴生成分、矿石结构、矿床储存条件是衡量其质量好坏的因素，是决定开发与否的关键指标。矿产资源的地区组合是指同一地区或矿区生成不同种类的矿床，如煤、铁组合，煤、铁、有色金属组合等。主要的矿产资源产地多会形成工矿业或采矿业中心城市。

由于世界各地的地质条件不同，各种矿床在不同的成矿条件下生成，以不同的规模富集于地壳的不同地方，因而矿产资源的分布具有一定的集中性和不均衡性，为世界矿产资源贸易提供了必要性、可能性及货源。例如，波斯湾周围 100 万平方公里范围内富集蕴藏的石油占世界石油总储量的 60%，年产 90% 以上的石油外销其他国家。澳大利亚的高品位铁矿储量占世界的 10%，每年有 2/3 的铁矿外销。南非的黄金储量、产量皆占世界的 6%，铂、钴储量占世界的 2/3，产量占 1/3。它们对世界市场的商品构成有着重要的影响。

矿产资源是宝贵的物质财富，也是一个国家或地区发展生产、繁荣经济、活跃贸易的最基本的物质基础之一。它严重影响着一个国家或地区的经贸活动，也影响着整个世界的国际分工、商品交往、货物流向、贸易格局和贸易运输等。如果将美国和俄罗斯这两个国家的矿产资源作一下分析研究，是很能说明问题的。从总体讲，两国的矿产资源都比较丰富，但相比之下，俄罗斯更为富足些，很多种矿产的储量都名列世界前茅，而且品种齐全，不但为其发展基础工业、形成完整的工业体系奠定了很好的物质基础，而且每年还有 20~30 种矿产品可供出口换汇；美国则不然，为了满足现代化科技、军事工业和经济发展的需要，每年要从国外进口 40~50 种矿产品，形成了美俄在初级产品进出口贸易结构上的明显差异。

（五）水资源

水资源是由经常在水循环过程中被复原的水组成的，包括海洋、河流、湖泊、土壤水、冰川、地下水和降水。今天人们可直接利用的主要是河流、湖泊、冰川、浅层地下水等以淡水为主的水资源。

水是人类各种商品生产活动赖以进行的必要条件，不同生产部门的需水量是不同的，因此它直接影响着各种商品生产的类型和分布。

地表水资源的数量、分布与大气降水关系密切。因为大气降水有时空差异，所以地表水资源与大气降水的时间空间分布趋势是一致的。水资源时间（年内、年际）变化小的地区，如热带雨林区、温带海洋性气候区，旱涝出现机会少，利用可靠；相反，在季风区、地中海式气候区，水资源的时间变化大，旱涝出现机会多，则需要水利设施调节供需。水资源空间分布不均匀只能用蓄水工程、引水工程和跨地区调水来调剂，也应当用具有不同需水量的经济部门去适应。自然状态下的地表水质量很高，但由于工农业和生活废水的排放、污染，使水质下降。因水的用途不同，水质评价的标准也不同。

水能是很重要的能源之一，水力发电是廉价的动力。对河流进行梯级开发，建设梯级水电站是充分利用水能的重要方式。

海洋是一个资源丰富的宝库，海洋生物资源、矿物资源极其丰富。海洋鱼类有 1.5 万种，主要经济鱼类有 200~300 种。在不破坏海洋生态平衡的条件下，每年可提供 2 亿吨鱼类。海

洋捕捞、海水养殖是利用海洋生物资源的重要途径。

海洋中有多种矿物资源,海水是一个巨大的液态矿,含有近 80 种化学元素。海洋矿物包括大陆架浅海矿物资源和深海海底矿物资源。目前大陆架浅海矿物开采以油气资源为主,占世界石油产量的 20%以上,其次还有煤、锡、金刚石、金、铂、重沙矿等。海洋石油储量占石油总储量的 70%,天然气占总储量的 28%,主要分布在北纬 30 度至南纬 10 度的海洋大陆架上,如波斯湾、加勒比海、墨西哥湾、南美洲北部沿海、印度尼西亚沿海等。我国海域也有非常好的油气远景。深海海底矿物以富含 30 多种金属元素的锰铁结核为主,分布在约 4000~6000 米深的洋底表层,其储量约 30000 亿吨,所含的铁、锰、钴远远大于陆地上的储量。但因为开采的制约因素很多,所以目前尚不能利用。

海洋能源包括潮汐能、温差能、波浪能等,是清洁的、取之不尽的能源。目前,因技术和投资问题,尚不能普及。

河流、海洋是重要的水上通道,为国际贸易提供了廉价的水上交通路线,也为贸易中心的形成提供了有利的交通条件。今天,世界上 60%的大城市分布在距海岸 50 公里之内的地区,有 2/3 的人口居住在接近海洋的地区。

第二节 人文环境对国际贸易的影响

人文环境是人们在社会生活中与周围社会文化诸要素之间的联系,主要包括人口、民族、文化、教育、语言、宗教、历史、政治等。在人文环境中,人口的构成(数量、质量等)是决定一个国家市场容量的基本要素。语言、宗教对市场规模具有一定的制约作用。

一、人口要素,包括人口数量、性别、年龄、质量(人口素质)、受教育程度、人口地理分布、家庭规模等

(一) 人口数量及其增长速度与市场容量的关系

一般来讲,人口越多,对市场商品的需求量越大,即市场容量越大。通过与经济水平相同的国家进行比较,这个结论更合适。但是人口总量又直接影响消费水平和制约消费结构。因为在社会消费资料总量确定的前提下,平均消费水平与人口总量及其增长速度成反比。即人口总量越大,其增长速度越快,消费水平与消费结构层次越低。例如,我国 1953~1978 年的国民收入累计的 1/3 和每年新增消费额的 58%都被新增人口所消耗,当时群众可随意支配的收入很少,在消费结构中,衣、食、住、行的支出所占比例很大。

(二) 人口的素质与购买行为有密切关系

消费者的文化水平及受教育程度不同,其购买需求和消费心理也不同。首先,文化程度高的消费者,因为他们的收入高于文化程度低的消费者(尽管文化程度不同的劳动者之间的工资差距在缩小,但在 1988 年,大学毕业生与只有小学文化程度的劳动者的平均工资之比:马来西亚为 4.5:1,哥伦比亚为 3:1,哥斯达黎加为 1.5:1,美国为 2.3:1),一般而论,他们购买商品的档次要高于文化程度低的消费者购买商品的档次。其次,文化程度高的消费者,因为他们的知识丰富,见识较广,对新产品的鉴别与接受能力较强,购买时的理性程度较高。

第三, 国家和地区的文化背景与教育水平也决定着消费者对商品的风险意识和价值观念。一般来讲, 文化素质高的地区的消费者, 不仅追求形象优美、包装高雅、造型新颖的商品, 而且追求智力投资, 讲究革新, 其爱好已发展到商品艺术的层次上。总之, 文化素质决定人们的购买行为, 从而影响需求的变化。

(三) 人口的年龄及性别构成与购买行为的关系

人口的年龄及性别构成不同, 决定着购买动机的差异, 从而形成不同层次及各种特殊的消费群体, 如婴儿市场、妇女市场、老年市场等。他们对某些商品, 如开发智力的商品、保健商品、化妆品、娱乐商品、服装、手袋、各种装饰品等有特殊需求, 因而形成特殊的商品市场。

(四) 人口的地理分布和地理构成对市场的影响

世界人口分布极不均匀, 人口密度大小和各地交通条件的差异对商品的消费量和销售渠道均有很大影响。

人口的地区构成也会影响市场及营销策略的制定。例如, 中东地区的石油输出国的外籍人口是该地区重要的消费层(如沙特阿拉伯的外籍人口占全国的 35%), 他们除自己在当地消费以外, 还要携带商品回国或转售到其他地区。外籍人口构成复杂, 必然使商品需求多样化, 从而对当地市场带来明显的影响。

二、语言构成及宗教等文化环境对市场的影响

(一) 语言构成对市场的影响

语言对市场的发展有一定的制约作用, 如果一个市场上的语言多样化, 会给行情和信息交流带来许多不便。为了扩展海外市场, 提高商品的竞争力, 各国企业界纷纷研究国家间的文化差异及语言特点。世界市场上掀起了“跨国文化热”。因此, 熟悉、适应外国的语言、文化、风俗、忌讳, 是开拓海外市场的重要环节。

例一: 美国可口可乐公司在制定其在中国的销售策略时, 就考虑过在推销其产品的同时保留 COCA-COLA 的英语发音。开始有人译成“啃腊蝌蚪”, 结果销路不佳。后来该公司又研究了数以万计的中国词字, 终于译成了“可口可乐”这四个意思完美、发音动听的中国字, 冲进中国市场, 一发不可收拾。

例二: 某石油公司, 了解到印度人非常喜欢红色而且崇拜猴子, 因此在销往印度的石油包装上全部印上了红色的猴子, 结果交易成功。日本一家钟表公司向巴西出口钟表, 因钟表盒上配有紫色饰带而遭冷遇, 究其原因, 紫色在巴西是不吉利的颜色, 故而不受欢迎。

(二) 宗教对市场的影响

宗教信仰不仅决定国家或地区人民的消费习惯和特殊方式, 同时也对产品的种类、销售时间及购买力的周期变化产生影响。例如, 在美国的消费品市场上, 季节性很重要, 什么季节买什么货是非常明确的, 如果错过销售季节, 商品就要减价处理。美国的销售季节分为: 春季(1~5月)、夏季(7~9月)、秋季(9~10月)、圣诞时期(11~12月)。每个季节都有一个换季的销售高潮, 特别是圣诞节为全年销售最旺的季节, 其销售额占全年的 1/3 左右。有些商品的销售额更大, 如圣诞节的玩具销售额占美国全年玩具销售额的 57% 左右。一般情况下, 商人在距销售季节半年的时间定货, 中间有 2~3 个月的运输期。如果到货过早, 要占

压资金和支付仓储费；如果拖延到货期，错过季节，滞销货只有廉价处理。

宗教习俗忌讳也影响商品的品种、颜色。例如，一种带有扁平指南针的小地毯在信仰伊斯兰教的国家很畅销。

三、政治因素对市场发展的影响

经济和政治的关系是前者决定后者，后者是前者的集中表现，并对前者发生反作用从而影响前者。正如恩格斯曾指出的，葡萄牙人、荷兰人和英国人在公元 1500~1800 年侵占印度，目的是要从印度输入，谁也没想到要往那里输出。但是这些纯粹由贸易利益促成的发现和侵略，终归还是对工业起了很大的反作用：只是由于向这些国家输出的需要，才创立和发展了大工业。这段论述说明了国际政治与国际经济沿着同一方向发展，政治对经济起了促进作用。战后，鉴于冷战时期的国际政治环境，斯大林提出了两个平行的世界市场的论断，认为社会主义国家已经可以不从资本主义国家输入商品了。“经互会”从 20 世纪 50 年代至 60 年代，对欧共体采取了不承认、不谈判和不往来的政策，把自己限制在闭关自守、自我封闭的市场内。由于“经互会”与世界经济发展趋势相反，无疑会阻碍“经互会”的国际分工朝着更加开放的方向发展。这可以说是政治对经济起了阻碍作用。

政局的稳定和政策的连续性是外国客商进入某国市场的前提条件，一个国家发生混乱、动乱，国与国之间、地区与地区之间发生战争，是影响国际商务活动 and 市场前景的重要因素。各国在进行国际贸易和选择目标市场时，均须分析对方政局的稳定程度及发展趋势以减少风险。

了解和研究贸易国之间的各项方针政策，也是进入和拓展国际市场的前提条件。例如中东市场由于石油美元过剩，外汇充裕，在进口方面采取自由贸易政策和低关税政策。从 1985 年起，海湾合作委员会六国统一了进口关税：一般商品进口税为 4%，保护性关税也只有 10%~20%。与其对应的是有些发展中国家，由于经济发展水平低，出于保护民族工业等原因，要通过高关税和许可证来限制进口。

各国为了保护本国消费者的利益，保护国内生产商的利益，都制定了各种法律和规定，尤其是进口的法律和规定。了解了这些法律和规定，才能制定自己相应的对策，扩大商品出口。例如美国就制定了反倾销法与审理程序、反补贴税、反不公平贸易做法、保护知识产权的法律规定、协调关税分类关系、对纺织品的进口限制、消费品安全法规、食品管理制度、药物管理制度、进口商品的原产地国名标记规则等十项法律规定。

第三节 经济环境对国际贸易的影响

市场的经济环境是指一个国家和地区的经济类型、经济发展水平、消费水平、消费结构等等，它们是影响市场规模、市场构成的重要因素。因为市场产生是与经济发展相适应的，社会生产力的发展是市场产生、发展的决定因素，所以社会经济因素对市场发展起决定性的作用。