

走向 国际市场

走向國際市場

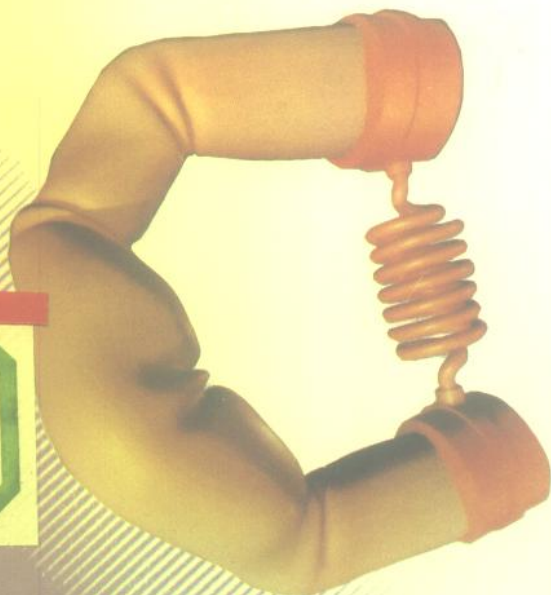
丛书

国际市场 与营销策略

● 李祥林 洛桑 主编

■ 商场如战场，如何在高手如林的竞争中独领风骚？本书阐述国际市场预测与决策、出口产品选择、开发、定价、营销策略和方法，为企业拓展国际市场提供如意法宝。

囊括对外经贸理论实务
融汇国际营销方法策略





0585521

国际市场与营销策略

李勤 崔毅 田俐媛 编著



中国青年出版社

(京)新登字 083 号

图书在版编目 (CIP) 数据

国际市场与营销策略/李勤等编著. -北京: 中国青年出版社, 1993.5

(走向国际市场丛书: 2/李祥林、洛桑主编)

ISBN 7-5006-1335-0

I. 国…

II. 李…

III. 国际市场-市场经营学-基本知识

IV. F740.2

中国青年出版社出版 发行

社址: 北京东四12条21号 邮政编码: 100708

中国青年出版社印刷厂印刷 新华书店经销

850×1168 1/32 9印张 8插页 191千字

1993年5月北京第1版 1993年5月北京第1次印刷

印数 1—6,000 册

定价 7.80 元



2 018 0443 1

走向国际市场丛书



走向國際市場

1993年2月24日江泽民总书记为本丛书题写书名

走出國門
迎接挑戰

李鵬

一九九三年

元月十八日

學習實踐為改
革開放和發展
對外經濟作貢
獻。

李嵐清

一九九三年三月

序

当今世界,科学技术日新月异,生产力飞速发展,生产社会化、专业化程度越来越高,国际间经济联系越来越紧密,走向国际市场已成为现代生产力发展的客观要求。

纵观国内形势,在邓小平同志南巡重要谈话和党的十四大精神鼓舞下,举国上下再次掀起改革开放新浪潮。特别是党的十四大明确提出建立社会主义市场经济新体制,我国改革开放已进入新的历史阶段。目前的对外开放,东部沿海地区大有更上一层楼之势,并进一步向沿江沿边和省会城市挺进,逐步形成经济特区、开发区和开放城市相结合的多方位、多层次、多渠道的新格局。我国即将恢复关贸总协定缔约国席位,对过去长期处于封闭型计划经济环境中的国内企业来说,既是一个机遇,也是一个挑战。特别是直接处在第一线的对外经贸业务人员和管理工作者,在新的形势下,既需要思想观念上的更新,又需要外经贸业务知识的武装。

为了具体落实邓小平同志南巡重要谈话精神,适应改革开放和现代化建设需要,满足广大涉外工作者学习的紧迫要求,我们特组织中央对外经贸部门的有关专家学者精心编撰此丛书。

本丛书融理论性、知识性和实用性于一体,阐明了有中国特色社会主义的经贸理论、国内国外的政策体制、对外交往的礼节礼仪、外经外贸的谈判技巧、国际市场的行销策略、货物买卖的具体实务、通关报验的法律程序、技术贸易的方式方法、利用外资的政策法规、工程承包的做法经验、会计结算的基本知识,以及对外经贸的国际惯例等企业涉外经济活动中所必备的业务知识与操作技巧。在编写过程中,我们力求体现“新、实、精”的原则,即力求采用最新近的资料,突出最实用的内容,浓缩成最精炼的文本。

这套丛书是在中央领导同志的亲切关怀和支持下、在国家有关部门的通力合作下产生的。中共中央总书记江泽民同志为本丛书题写书名,国务院总理李鹏同志、对外经济贸易部部长李岚清同志为本丛书题词;诸多专家学者为本丛书撰稿。我们希望本丛书的出版,对于广大企业走出国门,抓住机遇,迎接挑战,促进国民经济更好更快地上新台阶,能起到积极的推动作用。

李祥林 洛 桑

1993年3月10日

目 录

第一章 国际市场概述.....	1
一、国际市场的发展与特征.....	1
二、当代国际市场的基本特点.....	5
三、国际市场营销环境.....	13
四、消费者购买行为.....	37
五、工业集团的购买行为.....	46
第二章 国际市场营销调查.....	50
一、国际市场调查内容、分类与步骤.....	51
二、国际市场情报的概念、作用与分类.....	60
三、国际市场情报的搜集与处理.....	68
四、企业市场情报系统.....	85
第三章 国际市场研究与决策.....	90
一、市场分类与目标市场选择.....	90
二、市场状况分析与预测.....	108
三、国际市场营销决策.....	120
第四章 出口产品策略.....	140
一、产品和产品策略.....	140

二、产品生命周期与应变策略.....	160
三、新产品开发策略.....	174
第五章 国际市场定价策略.....	192
一、国际市场价格类型.....	192
二、影响产品出口价格的因素.....	198
三、出口定价目标与程序.....	205
四、出口定价方法.....	210
五、价格政策与策略.....	217
第六章 国际市场促销策略.....	237
一、进入国际市场的策略.....	237
二、国际市场销售渠道策略.....	242
三、广告策略.....	262
四、人员推销策略.....	273
五、营业推广策略.....	275
六、公共关系策略.....	278
后 记.....	282

第一章 国际市场概述

一、国际市场的发展与特征

市场是指商品交换关系，国际市场即指世界各国之间的商品交换关系。具体说，是不同国家的商品生产经营者，在国际分工的基础上，遵循一定原则，采取适当方式，发展经济、技术、劳务等交往活动所反映的各种经济关系的总和。

国际市场首先以商品市场形态出现。随着商品市场的发展，推动着金融、技术、劳务、信息等市场的发展。国际市场发展初期，主要是国际间的商品流通。由于商品的国际交换不断扩大，资本主义社会由自由资本主义向垄断资本主义过渡，形成资本高度集中，垄断财团拥有大量资本需要找出路，因而出现了国际投资、国际金融市场。二次世界大战后，由于科学技术的新发展，国际分工由产业之间深入到产业内部，新技术的转移，信息的交换日趋频繁，于是技术、信息市场便相继形成和发展，所以，现代国际市场是国际商品市场、国际金融市场、国际技术市场、国际劳务市场、国际信息市场相互渗透、相互影响的综合市场

体系。

国际市场是国际商品经济发展的产物，随着国际分工和国际商品交换的发展而发展，它是与资本主义生产方式密切联系在一起的。随着资本主义生产方式的演变，国际市场也经历着不同的发展阶段。

（一）国际市场的萌芽时期

这个时期包括16世纪至18世纪60年代或70年代，即资本主义生产方式的准备时期。

在奴隶社会、封建社会里，自然经济占统治地位，社会分工很不发达。那时参加商品流通的只是一小部分农产品、手工业产品和工艺品。它们通过商人与本国较远地区及其他国家和地区进行交换。由于商品经济的落后，分工不发达，再加之地区之间的割据，在奴隶社会、封建社会里还没有形成统一的国内市场。

在上述时期里，由于西欧封建社会内部生产力和生产关系矛盾的发展，使西欧封建制度迅速瓦解，资本原始积累和资本主义工场手工业获得了巨大发展。社会分工和商品生产的发展，使国内市场走上统一，各国之间的经济联系有所加强。通过暴力和超经济的强制手段，西欧国家与殖民地、落后国家开始形成国际分工。于是，在此基础上产生了国际市场。在这个时期国际市场上流通的商品大部分是小生产者的商品和部分的资本主义工场手工业所生产的产品。在这些商品组成的流通过程中，作为中介人的商人资本占主要地位，是这时期国际市场的特点。但是工场手工业还不能彻底完成统一的民族市场，建立起国际间巩固的经济联系。对民族市场的统一和国际市场的形成起决定影响的是资本主义大工业。

(二) 国际市场的发展时期

国际市场发展的第二个时期是与资本主义自由竞争时期相适应的。它包括18世纪60年代到19世纪的60年代或70年代。在这个时期内,资本主义生产确定为统治的生产方式,建立起资本主义大机器工业。这个阶段可分为两个时期。

1. 大机器工业在英国的胜利与英国对工业和贸易的独占时期。它开始于18世纪末英国的产业革命,结束于19世纪50年代。这个时期,由于英国发生了产业革命,资本主义的大工业使国际市场获得较大的发展,并成为资本主义生产方式极为重要的范畴。这时国际市场上的主导角色由商人资本转移到产业资本。国际商品流通的基础已不是小商品生产者和资本主义工场手工业的商品,而是英国资本主义大工业产品的出口和原料及粮食的进口。英国的大工业把各国销售市场抓到手中,并从这些国家输入它所需要的原料,这就使英国在整个经济上依赖于国际市场。同时,供应原料的国家也在经济上依赖国际市场。首先要依赖英国市场。这表明,国际经济联系比过去有了加强,但还不发达。“这个国际市场当时还是由一些农业为主或纯粹从事农业的国家所组成的,这些国家都围绕着一个巨大的工业中心——英国”。^①

2. 自由竞争发展的最高时期。它开始于19世纪50年代到70年代。在这个时期的国际市场上,除了英国的大工业外,还出现了其他许多国家的工业,首先是美国和德国。在资本主义进一步发展的基础上,国际市场所包括的区域大大地扩充了,国际市场的容量也增大了。这一时期,由于美国西部地区直到太平洋

^① 恩格斯:《英国工人阶级状况》,人民出版社1956年版,第19页。

沿岸的殖民地化,澳大利亚的殖民地化,日本和中国开始卷入国际贸易,国际市场范围扩大了。

这一时期,除了工业发达国家与农业国之间的贸易进一步发展外,各工业国家(英国、德国、法国、美国等)之间的贸易也有了急剧的发展。加利福尼亚和其他地区金矿发现后黄金开采量的增加,促进了国际贸易的发展。

这一时期,由于铁路网、海洋航运、邮电得到了迅速的发展,交通和通讯工具方面完成的巨大革命把世界各国的市场真正地联结在一起,建立起经常的多方面的国际商品广泛流通的基础。

随着国际市场的扩大,作为国际货币的黄金和白银的职能增强了;随着黄金和白银变成国际货币,使商品的国际价格形成成为可能;国际价格的形成,表示价值规律的作用扩展到国际范围的国际市场上。

(三)国际市场的形成时期

这个时期开始于19世纪80年代,结束于20世纪初。这个时期,自由竞争的资本主义过渡到垄断的资本主义,资本主义市场的范围继续在迅速扩大,形成了统一的无所不包的国际市场。在国际市场的形成中,第二次科技革命与资本输出起了重要作用。

以电力、汽车制造、钢铁、化学等工业为代表的第二次科技革命扩大了对橡胶、铜、石油、矾土、农业原料的需求,产生了把亚非拉国家急剧、全面卷入到国际市场中的客观要求。这次科技革命使交通运输工具大大改进,运费大大降低,使更多的商品进入国际商品流通的范围。

资本输出是资本主义生产方式发展的内在要求。在过去,

殖民地落后国家曾被卷入国际商品交换，而未被卷入到资本主义大工业生产中去。进入垄断时期，这种情况改变了。帝国主义国家通过资本输出，把资本主义生产日益扩大地移植到殖民地落后国家中去，从而使资本主义国家分工的主要形式，即宗主国与殖民地之间的分工、工业国与初级产品生产国之间的分工日益加深。资本的输出使生产社会化和国际化逐步实现，再与商品输出结合在一起，加强和扩大了世界各国间的商品流通，各国的生产和消费与世界市场日益结合在一起，不能分离。

在国际分工基础上，通过商品交换、资本输出，借助于完善的国际交通、通讯工具，资本主义把越来越密的经济关系网铺在整个地球的各个角落，把世界各国在经济上相互联结起来，构成了世界各国市场及其在商品流通形式中产生的经济联系的总体，国际市场最终形成了。并成为整个资本主义经济体系的重要组成部分。

在这个时期，资本输出成为帝国主义统治全世界与国际经济关系全部体系的经济基础。由于几个帝国主义国家瓜分了全世界的领土，占领殖民地的紧张活动结束了。国际垄断组织及帝国主义国家争夺销售市场、原料产地和投资场所的统治权的激烈斗争开始了，由于资本主义政治经济发展不平衡规律的作用，使争夺市场的斗争转变为重新分割世界的帝国主义战争。

二、当代国际市场的基本特点

（一）国际市场内容多元化趋势

1. 市场主体上出现多极化。

第一，国际市场上出现了不同经济类型的国家。

二次世界大战前，国际市场上还是资本主义一统天下。战后一批社会主义国家出现在国际市场上，使资本主义经济成分一统国际市场的时代结束了。其主要表现是原来统治国际市场的各种资本主义经济规律在社会主义国家的国内市场上受到了限制。在二次世界大战前，资本主义的各种经济规律统治和制约着国际市场的发展和特征。这些经济规律主要有剩余价值规律、生产无政府状态和竞争规律、价值规律、垄断竞争规律、政治经济发展不平衡规律等。在这些经济规律作用下，当时国际市场出现了以下特点：（1）各国在国际市场上的关系不是建立在平等互利的基础上，而是建立在统治与从属、强国奴役弱国的基础上。（2）国际市场处于不稳定状态。（3）处于各种发展阶段的国家和地区卷进国际商品流通中，并使这种商品流通完全服从资本主义的生产。战后，社会主义国家的国内市场虽是国际市场的组成部分，但是国际市场上的资本主义经济规律在社会主义国家的国内市场上受到了抵制，从而使国际市场上的上述规律变为有限和有条件的了。而国际市场上的资本主义经济规律与社会主义各种经济规律的斗争构成了两种类型国家经济贸易政策中的重要内容。

80年代末90年代初，原苏联和东欧国家政治经济发生剧变，国际政治经济环境发生重大变化，两极争霸世界的格局打破，世界政治经济和国际市场朝着多极化方向发展。中国随着改革开放政策的不断推进，将在国际市场中占有越来越重要的地位。但是，资本主义经济体系在国际市场上仍占主导地位。以贸易来说，资本主义经济体系国家的对外贸易额占世界贸易额的90%以上，而社会主义国家所占比重不到10%。因此，资本主义的经