

21 世纪高等学校研究生教材

经 济 学 系 列 教 材

# 国际贸易实务

GUOJI MAOYI SHIWU

■ 仲 鑫 / 主 编



北京师范大学出版集团  
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP  
北京师范大学出版社

21 世纪高等学校研究生教材

经 济 学 系 列 教 材

# 国际贸易实务

GUOJI MAOYI SHIWU

仲 鑫 / 主 编



北京师范大学出版集团  
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP  
北京师范大学出版社

---

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务 / 仲鑫主编. —北京: 北京师范大学出版社, 2009. 1

21 世纪高等学校研究生教材

ISBN 978-7-303-09764-7

I. 国… II. 仲… III. 国际贸易-贸易实务-研究生-教材 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 198041 号

---

营销中心电话 010-58802181 58808006

北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>

电子邮箱 beishida168@126.com

---

出版发行: 北京师范大学出版社 [www.bnup.com.cn](http://www.bnup.com.cn)

北京新街口外大街 19 号

邮政编码: 100875

印刷: 北京新丰印刷厂

经销: 全国新华书店

开本: 170 mm × 230 mm

印张: 26.5

字数: 471 千字

印数: 1 ~ 3 000 册

版次: 2009 年 1 月第 1 版

印次: 2009 年 1 月第 1 次印刷

定 价: 39.00 元

---

责任编辑: 高 玲

装帧设计: 高 霞

责任校对: 李 菡

责任印制: 李 丽

**版权所有 侵权必究**

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

# 北京师范大学出版社 21 世纪高等学校研究生教材

## 经济学系列教材

国际贸易实务 (北师大 仲鑫)

## 管理学系列教材

公共政策分析引论 (北师大 徐家良)

## 北京师范大学出版社新世纪高等学校教材·经管类 (赠教学课件)

★表示普通高等教育“十一五”国家级规划教材；◆表示国家精品教材；▲表示北京市高等教育精品教材。

### 营销学核心课系列教材

公共关系学 (1-3) (上海交大 余明阳)

市场营销学 (上海交大 周颖)

★广告学 (1-4) (上海交大 吕巍)

商务谈判理论与实务 (上海交大 仰书纲)

现代促销学 (上海交大 顾峰)

★服务营销 (1-2) (南京大学 王永贵)

营销策划 (1-2) (上海交大 余颖)

市场调研与预测 (1-2) (上海交大 黄丹)

国际市场营销 (上海财经大学 陈信康)

### 人力资源管理本土化系列教材

★◆薪酬管理 (1-2) (南京大学 刘洪)

绩效管理 (1-2) (上海交大 石金涛)

培训与开发 (2-1) (上海交大 颜世富)

职业生涯管理: 原理·方法·实践 (北师大 李宝元)

### 会计学核心课系列教材

管理会计 (厦门大学 郭晓梅)

财务管理原理 (南京大学 杨雄胜)

★成本会计 (南京大学 冯巧根)

税务会计 (2-1) (天津财大 盖地)

★会计信息化教程 (1-2) (厦门大学 庄明来)

### 管理学基础课系列教材

公司理财 (1-2) (南京大学 茅宁)

经济法 (南京大学 任荣明)

人力资源管理与开发 (1-3) (国家精品课程)  
(南京大学 赵曙明)

通用会计学原理 (厦门大学 唐予华)

管理信息系统 (1-2) (南京大学 徐志坚)

★市场营销学 (复旦大学 黄沛)

### 工商管理本土化系列教材

薪酬管理与公平分配 (东南大学 马新建)

项目管理 (上海交大 曾赛星)

★质量改进与质量管理 (上海交大 陈俊芳)

管理经济学 (上海交大 高汝嘉)

人力资源管理学 (1-2) (北师大 李宝元)

企业税务管理 (北师大珠海分校 王家贵)

现代生产运作管理 (1-2) (华中科技大学  
陈荣秋)

顾客满意管理 (同济大学 尤建新)

管理学原理 (上海交大 井森)

营销管理: 概念、理论和案例 (上海交大  
王方华)

### 经济学核心课系列教材

新编经济学说史教程 (1-3) (华中师大 赵峰)

★微观经济学 (北师大 李翀)

★宏观经济学 (1-2) (北师大 李翀)

劳动经济学 (社科院 蔡昉)

### 金融学核心课系列教材

新编投资银行学教程 (1-2) (北京大学 何小锋)

投资学 (人民大学 赵锡军)

国际金融学 (北师大 何璋)

### 公共管理基础课系列教材

▲城市管理学 (人民大学 姚永玲)

公共部门人力资源管理 (北师大 魏成龙)

公共财政学 (中央财大 王雍君)

▲公共事业管理学基础 (北师大 徐家良)

### 土地管理基础课系列教材

不动产估价 (北师大 周小萍)

土地资源学 (中科院 陈百明等)

★不动产投资分析 (石家庄经济学院 牛建高)

★土地信息系统 (华中农业大学 马才学)

### 国际贸易学核心课系列教材

国际直接投资 (外经贸 桑百川)

国际融资与结算 (外经贸 郑建明)

中国对外经济贸易概论 (外经贸 李诗)

国际贸易业务教程 (北京化工大学 尤盛东)

国际知识产权保护贸易 (外经贸 杨荣珍)

跨国经营理论与实务 (外经贸 范黎波)

### 管理学精选案例系列教材

产品开发与管理: 案例·点评·分析 (南京大学  
王永贵)

### 工商管理硕士 (MBA) 系列教材

▲国际经济学 北师大赵春明、何璋编著

会计学 (2-1) 南京大学朱元午主审, 陈良华、戚  
啸艳主编

营销管理 (2-1) 上海交大王方华主审, 仇向洋、  
朱志坚主编

组织行为学 (2-1) 浙江大学王重鸣主审, 时巨  
涛、马新建等编著

管理经济学 (2-1) 天津大学李国津主审, 周勤主编

公司财务管理 (2-1) 南京大学朱元午主审, 吴  
应宇、陈良华主编

管理信息系统 (2-2) 清华大学陈剑主审, 梅姝  
娥、陈伟达主编

数据、模型与决策 (2-1) 吴广谋等编著

人力资源管理与开发 (2-1) 南京大学赵曙明主审,  
马新建、时巨涛等编著

战略管理——竞争与创新 (2-1) 中国人民大学  
徐二明主审, 黄凯编著

工商管理案例教学与学习方法 (2-1) 马新建、  
李庆华编著



北京师范大学出版集团  
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP  
北京师范大学出版社

高教分社  
社科室

地址:北京新街口外大街 19 号 邮编:100875

电话:010—58802786,58802753 传真:010—58802753

网址:www.bnup.com.cn

电邮:skb@bnup.com.cn

高教分社社科室工作人员填写:

来源:电话/传真/信函/电邮/巡展/活动/会议/其他

获表日期: 年 月 日 签收人

处理时间 用途:新建/更新 责任人

## 教师用免费教材样本申请表

请您在我社网站上所列的高校经营类教材中选择样书(每位教师每学期限选 1~2 种),以清晰的字迹真实、完整填写下列栏目,并由所在院(系)的主要负责人签字或盖章。符合上述要求的表格将作为我社向您提供免费教材样本的依据。本表复制有效,可传真或函寄,亦可发 e-mail。

姓名: 主要授课专业:

学历:☐专科 ☐本科 ☐硕士 ☐博士 其他: (海外经历可一并注明)

职称:☐助教 ☐讲师 ☐高级讲师 ☐副教授 ☐教授 ☐硕士生导师 ☐博士生导师 其他:

职务:☐教研室主任 ☐系副主任 ☐系主任 ☐副院长 ☐院长 ☐无职务 其他:

学校全称: (若必要请注明所在校区)

学校地址: 邮编:

所在院、系、教研室:

电话区号: 办公电话: 宅电: 手机: e-mail: (必填项)

授课科目 1: 学生人数 所用教材是 出版社出版的《》

教学层次:☐中职中专 ☐高职高专 ☐本科 ☐硕士 ☐博士 其他:

授课科目 2: 学生人数 所用教材是 出版社出版的《》

教学层次:☐中职中专 ☐高职高专 ☐本科 ☐硕士 ☐博士 其他:

教材指定者:☐本人 其他:

| 所需要的教材样本书名 | 作者 | 定价 |
|------------|----|----|
|            |    |    |
|            |    |    |

您对本书《国际贸易实务》的肯定性评价:

您认为本书有何缺点,具体应如何修改(可另附纸,您的意见被采纳后我们将酌付酬谢):

您近期高校文科教材方面有何写作计划:

您最重要的科研与教学成果:

院(系)负责人签章: 联系电话:

感谢您对我社的信任,很荣幸接受您的意见和建议,祝您健康快乐!

欢迎您从我社网站 www.bnup.com.cn “相关下载” 栏目下载有关课件!

此为试读,需要完整PDF请访问: www.ertongbook.com

# 前言

21 世纪是开放的世纪，在过去的百年里，尤其是 20 世纪八九十年代以来，在经济全球化的大力推动下，国际贸易和国际资本流动得到了前所未有的快速发展，根据世界贸易组织和联合国的统计数据，从 1995 年到 2007 年，世界出口贸易总额由 63 491 亿美元上升到 171 553 亿美元；1990 年到 2006 年，国际直接投资流入存量由 17 792 亿美元上升到 119 989 亿美元。商品流动和资本流动如同无形的纽带，将不同国家和地区的生产、消费、分配紧密联系在一起，将各个独立国家融入世界经济这个统一的整体中去。

就中国而言，21 世纪也是国际贸易和国际投资活动迅速发展的世纪。带着改革开放 30 年的积累，抓住 2001 年年底加入世界贸易组织的机遇，中国对外贸易出现了迅速增长。根据 WTO 官方统计，2004 年中国货物和服务贸易进出口总额达到 12 882 亿美元，超过日本成为世界第三贸易大国，2007 年中国货物出口额达到 12 180 亿美元，超过同年美国的 11 632 亿美元，成为世界第二大货物出口国。同时流入中国的直接投资也迅速增加，根据联合国的统计数据，2006 年中国外商直接投资流入量达到 695 亿美元，占发展中国家直接投资流入量的约 1/5，近 5 年来外商投资企业货物出口额也一直占到总出口额的近 60%。与此同时，国际市场对中国宏观经济的影响越来越大，2007 年美国发生次贷危机，影响了美国人民的收入与进口能力，使得中国对美出口和整体贸易顺差出现明显减少。这充分表明了国际贸易和国际资本流动对于中国经济发展的重要影响。

国际商务是国际贸易和国际资本流动的表现形式与基本手段，在 21 世纪开放性国际大背景下，了解国际市场、熟练掌握国际贸易基本知识便是每个外资、外贸工作者、经济研究者所必备的能力。一直以来，编写一本符合时代

特点、适合广大经济研究人员和从事对外经济工作人士的国际贸易研究性教材是我们心中深藏许久的愿望。在北京师范大学硕士学位基础课程建设项目的指导与支持下,在北京师范大学出版社的鼎力相助下,经过编委们一年来的努力奋斗,本书终于成功出版。

本书共分为四篇,分别从国际市场、国际商务谈判、国际货物买卖合同、国际贸易方式四个层面向读者介绍国际贸易的基本理论知识,其内容包含了主要国际经济学理论和最新研究进展,力求全面、完整、系统地将国际贸易所涉及的知识范围展现在读者面前,具有较高的研究性和应用价值,既可用于国际贸易、世界经济专业本科生、研究生学习研究,也可为广大涉外经济工作者提供一定的指导和借鉴。

本书与传统的国际贸易类教材相比,有以下几个特点:

首先,本书是一本研究性教材。本书在介绍国际贸易基本知识框架的同时注重对相关领域的理论与实践研究,在前人研究的基础上包含不少前沿的研究成果。该书对国际贸易各方式的现状和发展前景也进行了介绍和展望,同时也表述了一些我们自己的看法,具有一定的学术创新性和前瞻性。

其次,本书具有较宽的知识面和较强的实用性。例如,较为详细地介绍了世界各主要地区市场的特点以及国际市场宏观、微观行情调研的具体方法与渠道,阐述了国际商务谈判中信息准备、人员配备、策略选择、谈判礼仪等具体细节,详细列出了世界各类展卖会的时间、地点、内容等。涉外商务人士完全可以将此书作为实际涉外业务的参考用书。

第三,在写作方式和体例方面,力求做到符合逻辑、通俗易懂,并在每一章后面附加了相关案例和知识,并附有思考题供读者学习研究。为了方便读者学习,每章均列有内容提要、学习目标,并在全书最后列出了所有参考书目,供读者进一步学习研究。

本书由北京师范大学经济与工商管理学院仲鑫教授统稿,各章编写情况如下:

第1章,仲鑫、马光明;第2、3、4章,马光明;第5、7章,赵笑冰;第6章,刘芳;第8、9章,李永梅;第10、11、12、13章,仲鑫;第14章,胡珊;第15章,周倩;第16章,邓伯荣;第17、18章,戴伟伟。

由于本书写作带有尝试性质,加上编委水平有限,必定存在许多漏洞和不足,敬请各位读者提出宝贵意见,以方便我们今后修订使之趋于完善。另外,本书引用了大量其他学者的观点和学术成果,在参考文献方面难免挂一漏万,也请各位学者予以见谅。

仲 鑫

2008年9月于北京师范大学

# 目 录

## 第 1 篇 国际市场

### 第 1 章 国际市场的新特点 /1

【内容提要】 /1

【学习目标】 /1

#### 1.1 国际市场结构多元化 /2

1.1.1 美洲市场结构是以美国为中心的高度互补性的寡头垄断市场 /2

1.1.2 大洋洲市场结构是寡头垄断与自由竞争并存的市场 /4

1.1.3 非洲市场结构垄断性突出 /5

1.1.4 亚洲市场分区域显现出不同的结构特征 /6

1.1.5 欧洲市场是以内部企业为主导的内外企业多寡头垄断竞争的结构 /9

#### 1.2 国际市场竞争立体化 /10

1.2.1 竞争主体多层次 /11

1.2.2 竞争领域和手段多层次 /12

1.2.3 五大洲市场的竞争状况 /17

#### 1.3 国际市场进入壁垒复杂化 /20

1.3.1 进入国际市场的必要性 /20

1.3.2 国际市场进入壁垒的种类 /21

1.3.3 国际市场进入壁垒发展新趋势 /25

【案例】 /28

【思考题】 /29

## 第2章 国际市场行情调研的内容 /30

【内容提要】/30

【学习目标】/30

### 2.1 国际市场行情调研的重要性 /30

2.1.1 宏观视角 /31

2.1.2 微观视角 /32

### 2.2 宏观经济行情调研 /35

2.2.1 国民经济指标 /36

2.2.2 人口指标 /38

2.2.3 国际贸易指标 /39

2.2.4 国际金融指标 /40

2.2.5 目标国经贸法规 /43

【案例】/46

### 2.3 微观商品市场行情调研 /47

2.3.1 行业市场基本状况分析 /47

2.3.2 供给分析 /48

2.3.3 需求分析 /49

2.3.4 销售渠道分析 /51

2.3.5 市场动态调研 /52

【案例】/53

【思考题】/58

## 第3章 国际市场行情调研的方法 /59

【内容提要】/59

【学习目标】/59

### 3.1 市场行情调研的一般程序 /59

3.1.1 调研方案的制定 /60

3.1.2 信息与数据的收集 /62

3.1.3 信息与数据的整理分析 /62

3.1.4 调研报告的撰写 /62

3.1.5 调研活动的评价与改进 /63

### 3.2 国际市场行情调研的难点 /63

3.2.1 信息收集量巨大 /63

3.2.2 一手资料获取的困难 /64

3.2.3 二手资料获取的困难 /64

- 3.3 宏观经济行情调研的基本方法 /65
  - 3.3.1 统计性刊物 /65
  - 3.3.2 网络数据库 /67
  - 3.3.3 文献性资料 /68
- 3.4 微观商品市场行情调研的基本方法 /68
  - 3.4.1 检索调研法 /69
  - 3.4.2 问卷法 /70
  - 3.4.3 观察法 /72
  - 3.4.4 互联网市场调研法 /73
- 【案例】/75
- 【思考题】/77

## 第2篇 国际商务谈判

### 第4章 国际商务谈判的理论基础 /78

- 【内容提要】/78
- 【学习目标】/78
- 4.1 哲学理论与商务谈判 /79
  - 4.1.1 人性的辩论 /79
  - 4.1.2 实质利益谈判法 /81
- 4.2 心理学理论与商务谈判 /82
  - 4.2.1 需求理论 /83
  - 4.2.2 知觉理论 /86
  - 4.2.3 商务谈判的基本心理模式 /88
- 4.3 行为学理论与商务谈判 /90
  - 4.3.1 沟通理论 /90
  - 4.3.2 谈判方格理论 /96
- 4.4 博弈论与商务谈判 /98
  - 4.4.1 博弈论的基本概念 /98
  - 4.4.2 博弈论在商务谈判中的应用 /98
- 【案例】/102
- 【思考题】/103

### 第5章 国际商务谈判的环境因素 /104

- 【内容提要】/104

【学习目标】/104

5.1 环境因素的种类 /104

5.1.1 政治状况 /104

5.1.2 宗教信仰 /106

5.1.3 法律制度 /107

5.1.4 商业习惯 /109

5.1.5 社会习俗 /111

5.1.6 财政金融状况 /112

5.2 环境因素对国际商务谈判的影响 /113

5.2.1 环境因素与谈判不确定性 /113

5.2.2 环境因素与谈判策略实施 /115

【案例】/116

【思考题】/117

## 第6章 国际商务谈判的信息准备/118

【内容提要】/118

【学习目标】/118

6.1 信息准备的重要性 /118

6.1.1 制定谈判战略的依据 /119

6.1.2 控制谈判过程的手段 /119

6.1.3 谈判双方相互沟通的中介 /120

6.2 信息的收集 /120

6.2.1 信息收集的内容 /120

6.2.2 信息收集的渠道 /127

6.3 信息的处理 /129

6.3.1 信息的甄别与筛选 /129

6.3.2 信息的整理与分类 /130

6.3.3 信息的分析与运用 /131

【案例】/132

【思考题】/134

## 第7章 国际商务谈判的人员配备/135

【内容提要】/135

【学习目标】/135

7.1 谈判人员选择的原则与标准 /135

- 7.1.1 谈判人员选择的原则 /135
- 7.1.2 谈判人员选择的标准 /137
- 7.2 谈判人员选择的渠道 /140
  - 7.2.1 谈判人员选择的内部渠道 /140
  - 7.2.2 谈判人员选择的外部渠道 /143
- 7.3 谈判小组的构成与分工配合 /144
  - 7.3.1 谈判人员的构成 /144
  - 7.3.2 谈判人员的分工与配合 /145
- 【案例】/147
- 【思考题】/148

## 第8章 国际商务谈判的策略选择 /149

- 【内容提要】/149
- 【学习目标】/149
- 8.1 谈判策略选择的重要性 /149
  - 8.1.1 国际商务谈判策略的含义 /149
  - 8.1.2 制定国际商务谈判策略的步骤 /151
  - 8.1.3 谈判策略选择对国际商务谈判的作用 /152
- 8.2 影响谈判策略选择的因素 /153
  - 8.2.1 市场行情因素 /153
  - 8.2.2 双方谈判实力的对比 /155
  - 8.2.3 谈判对手的人员配备 /158
  - 8.2.4 谈判所处的阶段 /161
- 【案例】/166
- 【思考题】/167

## 第9章 国际商务谈判礼仪 /168

- 【内容提要】/168
- 【学习目标】/168
- 9.1 中国与西方礼仪的差异 /168
  - 9.1.1 导致东西方礼仪差异的文化背景 /168
  - 9.1.2 中国和西方礼仪差异的具体表现 /169
- 9.2 国际礼仪通则 /171
  - 9.2.1 基本准则 /171
  - 9.2.2 共同准则 /174

9.3 谈判相关礼仪 /180

9.3.1 迎送礼仪 /180

9.3.2 会谈礼仪 /182

9.3.3 参观礼仪 /183

9.3.4 宴请礼仪 /184

【案例】/187

【思考题】/188

### 第3篇 国际货物买卖合同

## 第10章 合同签订前的准备工作 /189

【内容提要】/189

【学习目标】/189

10.1 选配洽谈人员 /189

10.1.1 选配政治思想和职业道德较高的人员 /190

10.1.2 具备较扎实的专业知识 /190

10.1.3 具有较强的工作能力 /191

10.1.4 熟悉国际贸易惯例 /191

10.1.5 组织强有力的洽谈小组 /192

10.2 选择目标市场 /193

10.2.1 出口产品目标市场的选择 /193

10.2.2 进口产品目标市场的选择 /197

10.3 选择交易对象 /199

10.3.1 出口商品交易对象的选择 /200

10.3.2 进口商品交易对象的选择 /200

10.4 制定洽商交易的方案 /201

10.4.1 出口商品经营方案 /201

10.4.2 进口商品经营方案 /201

10.5 广告宣传 /202

10.5.1 广告宣传的方式 /202

10.5.2 广告宣传应注意的几个方面 /203

【案例】/204

【思考题】/205

## 第 11 章 合同的商订 /206

【内容提要】/206

【学习目标】/206

### 11.1 交易磋商的形式和内容 /206

11.1.1 交易磋商的基本形式 /207

11.1.2 交易磋商的内容 /208

### 11.2 交易磋商的法律程序 /208

11.2.1 询盘 /208

11.2.2 发盘 /209

11.2.3 还盘 /213

11.2.4 接受 /214

### 11.3 合同的订立 /216

11.3.1 合同生效的主要条件 /216

11.3.2 签订书面合同应注意的问题 /217

11.3.3 书面合同的内容 /218

【案例】/219

【思考题】/220

## 第 12 章 合同涉及的主要问题 /221

【内容提要】/221

【学习目标】/221

### 12.1 贸易术语 /221

12.1.1 《INCOTERMS 2000》中贸易术语的种类 /223

12.1.2 对外贸易中常用的贸易术语 /225

12.1.3 贸易术语选择使用应注意的问题 /231

### 12.2 支付方式 /233

12.2.1 汇付 /233

12.2.2 托收 /235

12.2.3 信用证 /236

12.2.4 其他支付方式 /238

### 12.3 货运单据 /241

12.3.1 汇票 /241

12.3.2 海运提单 /247

12.3.3 保险单 /254

【案例】/257

【思考题】/258

## 第13章 合同的履行/259

【内容提要】/259

【学习目标】/259

13.1 出口合同的履行 /259

13.1.1 备货 /260

13.1.2 催证、审证和改证 /263

13.1.3 租船、订舱和装运 /267

13.1.4 制单结汇 /269

13.2 进口合同的履行 /279

13.2.1 开立信用证 /279

13.2.2 运输和保险 /281

13.2.3 审单付款 /282

13.2.4 报关、验收和拨交货物 /284

【案例】/286

【思考题】/287

## 第4篇 国际贸易方式

## 第14章 招投标/288

【内容提要】/288

【学习目标】/288

14.1 招投标概述 /288

14.1.1 招投标的发展历程 /289

14.1.2 招投标的特点 /290

14.1.3 招投标的方式 /292

14.2 招投标的一般程序 /295

14.2.1 招标 /295

14.2.2 投标 /296

14.2.3 开标评标 /297

14.2.4 中标签约 /298

14.3 招投标与国际贸易 /298

14.3.1 招投标在国际贸易中的运用 /298

14.3.2 招投标对国际贸易的影响 /300

14.3.3 招投标的发展趋势 /301

【案例】/305

【思考题】/308

## 第15章 展 卖/309

【内容提要】/309

【学习目标】/309

15.1 展卖的特点与功能 /309

15.1.1 展卖的概念与特点 /309

15.1.2 展卖的功能 /311

15.1.3 展卖会的类型 /313

15.2 展卖的流程与策划 /315

15.2.1 参展决策 /315

15.2.2 参展前的准备 /318

15.2.3 展中工作 /322

15.2.4 参展后续工作 /324

15.3 展卖与国际贸易 /326

15.3.1 展卖对国际贸易交易总量的影响 /326

15.3.2 展卖对国际贸易行业分布的影响 /328

15.3.3 展卖对国际贸易地理分布的影响 /328

15.3.4 展卖的发展趋势 /331

【案例】/334

【思考题】/335

## 第16章 加工贸易/336

【内容提要】/336

【学习目标】/336

16.1 加工贸易与国际分工 /337

16.1.1 国际贸易与国际分工的关系 /337

16.1.2 加工贸易与国际分工演变 /338

16.1.3 加工贸易与一般贸易的区别与联系 /339

16.2 加工贸易发展动因及影响 /340

16.2.1 世界加工贸易的发展概况 /340

16.2.2 加工贸易的发展动因 /342

16.2.3 加工贸易对世界经济的促进作用 /345

- 16.3 加工贸易面临的挑战 /347
  - 16.3.1 发展中国家的劳动力成本优势正在逐渐丧失 /348
  - 16.3.2 新贸易保护主义导致加工贸易环境恶化 /350
- 【案例】/355
- 【思考题】/356

## 第17章 期货交易/357

- 【内容提要】/357
- 【学习目标】/357
- 17.1 期货交易发展概述 /357
  - 17.1.1 期货交易概述 /358
  - 17.1.2 国际期货交易的发展概况 /359
  - 17.1.3 中国期货交易的发展概况 /360
  - 17.1.4 期货交易的风险与管理 /362
- 17.2 期货交易对国际贸易的影响 /364
  - 17.2.1 回避经营风险 /364
  - 17.2.2 节约交易费用 /366
  - 17.2.3 期货交易对其他国际贸易行为的影响 /369
- 17.3 期货交易的发展展望 /370
  - 17.3.1 国际期货交易发展趋势 /370
  - 17.3.2 中国期货交易发展存在的问题 /372
  - 17.3.3 中国期货交易发展的政策建议 /375
  - 17.3.4 中国期货交易发展展望 /376
- 【案例】/378
- 【思考题】/379

## 第18章 电子商务/380

- 【内容提要】/380
- 【学习目标】/380
- 18.1 电子商务发展概述 /380
  - 18.1.1 电子商务的发展历史 /381
  - 18.1.2 电子商务在国际贸易中的运用 /382
  - 18.1.3 电子商务下国际贸易的特点 /383
  - 18.1.4 电子商务下国际贸易发展的优势 /384
- 18.2 电子商务对国际贸易的影响 /385