

Theory and Practice
of International
Printing Trade

印刷国际贸易 理论与实务

Theory and Practice of
International Printing Trade

孟玫 章兴荣 ◎ 编著

印刷工业出版社

印刷国际贸易理论与实务

孟 玫 章兴荣 编著

印刷工业出版社

内容提要

本书理论与实践相结合,在介绍了国际贸易基础知识的基础上,结合印刷行业的实际,重点讲述了印刷企业承接境外订单的基本程序、成本核算与报价、交易磋商与合同签订、进出口报关程序、外贸运输与保险、进出口单证、外贸商业函电、外贸产品检验与违约索赔等内容。同时,为方便读者理解和使用,在本书的附录中还收集了英汉对照的印刷专业常用词汇、国际贸易常用术语、联合国货物销售合同公约、跟单信用证统一惯例等相关内容。

本书适合印刷企业的经营管理人员、印刷外贸从业人员阅读,也可作为印刷高等院校、印刷教育培训机构相关课程的培训教材。

图书在版编目(CIP)数据

印刷国际贸易理论与实务 / 孟玫, 章兴荣编著. —北京: 印刷工业出版社, 2006.12

ISBN 7-80000-549-6

I. 印... II. ①孟...②章... III. ①印刷工业—国际贸易—经济理论—中国②印刷工业—国际贸易—贸易实务—中国 IV. F426.84

中国版本图书馆CIP数据核字(2006)第122830号

印刷国际贸易理论与实务

编 著: 孟 玫 章兴荣

责任编辑: 魏 欣

出版发行: 印刷工业出版社(北京市翠明庄2号 邮编: 100036)

经 销: 各地新华书店

印 刷: 河北省高碑店鑫宏源印刷厂

开 本: 787mm×1092mm 1/16

字 数: 365千字

印 张: 17.75

印 数: 1~3000

印 次: 2006年12月第1版 2006年12月第1次印刷

定 价: 39.00元

如发现印装质量问题请与我社发行部联系 发行部电话: 010-88275707, 88275602

目 录

第一章 绪 论	1
第一节 印刷国际贸易的发展与概况	1
一、印刷工业的特征	1
二、我国印刷产业的布局	2
三、印刷国际贸易基础知识	3
四、我国印刷国际贸易业务的发展	5
第二节 国际贸易基础知识	5
一、什么是全球化	5
二、国际贸易理论	6
三、国际贸易发展战略模式	10
四、国际贸易概念	12
五、国际贸易管制	16
六、我国的对外贸易经营资格管理制度	18
第三节 世界贸易组织	19
一、WTO 宗旨与基本职能	19
二、WTO 机构与运作	20
三、WTO 基本原则	21
四、我国加入 WTO 的意义、权利和义务	21
第二章 印刷国际贸易的基本程序	23
第一节 影响贸易程序的因素	23
一、贸易方式	23
二、货物买卖条件	23
三、货款支付方式	23
四、相关政策规定	24
第二节 印刷国际贸易的基本业务程序	25

一、印刷品出口的业务程序	25
二、进口贸易的业务程序	27
第三章 交易准备	29
第一节 国际市场进入模式	29
一、贸易式进入	29
二、契约式进入	31
三、投资式进入	31
第二节 寻找客户和资信调查	32
一、寻找客户	32
二、资信调查	34
第三节 电子商务	36
一、电子商务的含义与特点	36
二、电子商务的形式	37
三、电子商务合同	38
第四章 价格核算	39
第一节 报价和成本核算原理	39
一、几种报价原理	39
二、成本估算方式	41
三、成本核算的几个关键问题	43
四、常见印刷价格调整策略	44
五、国际贸易印刷品价格的影响因素	45
第二节 国际贸易印刷品报价基础	46
一、印刷材料费用计算	47
二、加工费用计算	54
三、国际贸易相关的其他费用计算	63
四、出口退税的计算	68
第三节 报价综合	69
一、出口报价核算应注意的问题	69
二、报价术语和常见报价核算形式	70
三、外币价格的折算	71
四、报价综合实例	72

第五章 交易磋商与合同签订 82

第一节 印刷国际贸易合同的重要交易条款 82

一、合同的标的 82

二、合同中的价格条款 84

三、货款支付条款 85

四、装运条款 86

第二节 国际贸易磋商 87

一、国际贸易磋商的形式 88

二、国际贸易磋商的特点 88

三、国际贸易磋商的基本原则 90

四、国际贸易磋商的准备工作 90

五、印刷国际贸易磋商的程序 91

第三节 印刷国际贸易合同的签订 92

一、印刷国际贸易合同的含义 92

二、印刷国际贸易合同的法律规范和适用范围 93

三、印刷国际贸易合同的书面形式 93

四、合同成立的时间和条件 98

第四节 外汇货款的结算支付 101

一、托收 101

二、汇付 102

三、信用证 103

第六章 印刷国际贸易合同的履行与生产加工服务 109

第一节 印刷出口合同的履行 109

一、审批或备案 109

二、备货、报验 110

三、催证、审证与改证 111

四、订舱装运 112

五、制单结汇 113

六、出口收汇核销与出口退税 113

第二节 出口印刷品的生产加工与服务 115

一、客户服务 115

二、印刷销售人员如何检查客户提供的数字文件是否符合要求 119

三、正确的印刷工艺设计应该以印后为起点·····	120
四、生产计划的安排·····	123
五、PUR 胶订·····	126
六、出口印刷品的包装·····	130
七、需要预防和客户投诉较多的质量问题·····	134

第七章 出口报关装运和进口报关程序 ····· 135

第一节 出口报关装运·····	135
一、托运·····	135
二、报关·····	137
三、装运·····	144
第二节 进口报关程序·····	144
一、接货·····	144
二、报关放行·····	145

第八章 国际货物运输和运输保险····· 147

第一节 国际货物运输·····	147
一、海洋运输·····	147
二、航空运输·····	149
三、铁路运输·····	150
四、公路运输·····	151
五、集装箱运输·····	151
六、国际多式联合运输·····	153
第二节 国际货物运输保险·····	153
一、海上运输保险的承保范围·····	154
二、我国海运保险的险别·····	155
三、办理货物保险的程序·····	157

第九章 进出口单证····· 158

第一节 结汇单证·····	158
一、跟单信用证业务常见单据及证明·····	158
二、汇票·····	158
第二节 进出口单证制作·····	159

一、发票	159
二、装箱单	161
三、产地证明书	163
四、检验证书	164
第三节 提单和保险单	165
一、海运提单	165
二、保险单	169
第十章 印刷国际贸易商业函电及实例	171
第一节 国际贸易商业函电的写法	171
一、国际贸易商业函电的写作原则	171
二、国际贸易商业函电的基本格式	172
第二节 印刷国际贸易商业函电实例	172
一、新客户联系	172
二、客户来访	175
三、询价及报价	176
四、合同细节磋商	183
五、生产周期协调	185
六、生产环节沟通	187
七、发货要求和单据	195
八、质量问题协调	200
九、付款和对账	208
第十一章 国际贸易印刷品的检验、索赔、不可抗力和仲裁	210
第一节 国际贸易印刷品的检验与违约索赔	210
一、印刷品检验	210
二、违约索赔	213
第二节 不可抗力与争议解决	214
一、不可抗力	214
二、争议解决	214

附录 219

附录一 《印刷业管理条例》 221

附录二 《联合国货物销售合同公约》 229

附录三 《跟单信用证统一惯例》 247

附录四 分类印刷专业常用词汇（中－英对照） 266

附录五 分类国际贸易常用术语（中－英对照） 271

参考文献 276

第一章 绪 论

第一节 印刷国际贸易的发展与概况

随着经济全球化和中国加入 WTO 后对外开放的进一步深入,在印刷行业中,外商投资印刷企业的入驻和增多带来相当份额的印刷外贸订单。近年来越来越多的国内印刷企业也开始与外国客户接触和合作,承接国际贸易订单。印刷工业有不同于其他行业的特点,我国的印刷业经过多年的发展,很多企业的生产能力和技术水平已经具备了进行国际贸易的基本条件,而且目前我国的劳动力成本较低,因此伴随着国际分工和地域经济的发展,我国的印刷国际贸易会进一步发展。

一、印刷工业的特征

1. 印刷是加工服务业

广义的印刷是印刷品生产的全过程,包括印前、印刷和印后加工三个部分。

按照印刷原理的不同,印刷可分为胶印、凹印、柔印、网印、热转印、数码印刷等许多种。按照印刷对象的不同,印刷可分为书刊印刷、包装装潢印刷、标签印刷等。无论哪一种印刷,一般情况下,印刷企业加工的都不是自有品牌产品,而是由客户确定设计内容和参数规格,印刷厂只能按客户订单的要求进行印刷品的加工,为客户提供加工服务。而制造业则有自己的产品,即自己设计,自己确定所用材料。因此,印刷业实际是加工服务业。

加工服务业有自己的优势,也有劣势。接受客户的订单进行加工,在印刷品生产开始前已经相当于销售出去,没有积压存货,也不会有产品创意和市场策划不利导致的巨大风险。但是受制于客户的需求,在生产时间、生产数量上没有很大弹性,容易产生旺季和淡季的明显差别,而且印刷加工设备、生产场地等固定资产投资额大,投资回报有一定的周期。

2. 印刷业反映了国家的工业综合实力

现代印刷业汇集了机械、电子、光学、化学、材料等多个行业的高新技术,一个国家的印刷行业发展水平如何可以反映出这个国家的工业综合实力。

在机械制造方面,印刷机械设计和制造精度要求较高。没有高水平的机械设计、机械加工和装配能力,就没办法保证在本国制造的印刷设备上加工出色彩还原好、质量精美的印刷品;在电子控制技术方面,计算机控制技术被引入到印刷设备中,印刷机和印后加工设备离不开各种各样的电子控制;在光学方面,电子分色机、光敏 CTP 设备都使用光学元器件作为重要部件,将实物或电子原稿的色彩准确地再现。光学器件的质量决定了相关设备的质量档次;在化学方面,PS 版感光胶、胶片光敏涂层、显影液、印后加工用各种乳胶、动物胶、热熔胶等很大程度上决定了印刷品的加工质量;在材料方面,良好的钢材质量能够在一定程度上保证印刷设备的耐用性,良好的纸浆质量是制造高品质纸张的基础,良好的颜料性能保证了印刷油墨对色彩的表现力。

3. 书刊印刷生产的是精神产品

书籍、报刊、广告等出版宣传物都是工业化生产的产品,但是它们还具有精神产品的特性,会产生强大的社会效益,对人们的思想、文化、知识、道德的影响巨大。正因为如此,国家对出版印刷的管理非常严格,书刊印刷企业分为国家定点企业、省级定点企业,许可证印刷定点企业等。

同样地,在国际贸易中,并不是任何内容的书刊都可以拿到我国的印刷企业来加工。根据我国《印刷业管理条例》的规定,印刷企业接受委托印刷境外的出版物的,必须持有有关著作权的合法证明文件,经省、自治区、直辖市人民政府出版行政部门批准;印刷的境外出版物必须全部运输出境,不得在境内发行、散发。

二、我国印刷产业的布局

随着中国城市化的推进,我国印刷业已初步形成三大印刷产业带,即以上海和江浙为中心的长三角印刷产业带,以京、津为中心的环渤海印刷产业带和以广东为中心的珠三角印刷产业带。

从 20 世纪 80 年代开始,珠江三角洲凭借其邻近香港的优越的地理位置,受珠三角地区优惠的政策环境和低廉的劳动力成本吸引,香港的印刷企业“整体北迁”,同时也吸引了很多世界印刷巨头落户。深圳、东莞等地的众多印刷企业经过近 20 年的跨越式发展,形成了规模宏大、势头强劲的珠三角印刷产业带。2005 年底,广东省的印刷工业年生产总值为 420 多亿元。

上海近代印刷业较为发达,以商务印书馆和中华书局为代表的我国民族印刷企业已经走过了百年左右的发展历程,正在进行国有体制改革。以上海和江浙为代表的长三角地区,依靠雄厚的经济基础、良好的交通便利,以及不断完善的软硬环境吸引了一批跨国印刷产业巨头落户上海及其周边,民营印刷企业也蓬勃发展,长三角印刷产业带已经成为我国印刷业的重要力量。

以京、津为中心的环渤海经济圈具有适合印刷企业发展的天然土壤,首都北京是全国新闻出版资源密度最高、最集中的城市,仅北京书报刊出版总量便占全国的 30% 左右。国有印刷企业组建的中国印刷集团公司,北京印刷产业园的奠基,以及众多外资和民企

的北上建厂,使得环渤海印刷产业带的发展前景乐观。

三、印刷国际贸易基础知识

1. 什么是印刷国际贸易

印刷国际贸易也称为印刷外贸,从狭义上讲,仅指不同国家或地区之间的印刷品交换活动;广义上除了印刷品进出口外,还包括印刷设备进出口、印刷技术进出口、印刷服务贸易。对于我国印刷企业来说,最常见的是印刷品进出口。

按照贸易方式的不同,印刷国际贸易的货物有一般贸易印刷品、加工贸易印刷品;按照印刷品的进出方向,分为进口印刷品、出口印刷品;按照印刷品的类型不同,分为进出口书刊印刷品、进出口包装印刷品、进出口其他特种印刷品等。

2. 印刷国际贸易的优势

印刷国际贸易订单对我国的印刷企业之所以有吸引力,主要有以下几方面的优势:

(1) 国内印刷市场竞争加剧,工价下跌,争取一部分国际贸易订单是对本企业生产和经营利润的有益补充。

(2) 通过加工质量和交货期要求严格的国际贸易订单,在生产技术工艺水平、质量控制、整体生产管理协调水平和客户服务能力上与国际水平接轨,有利于提升本企业的质量、管理和服务水平。

3. 印刷国际贸易的地理走向

从地理走向上看,国际贸易印刷品的流动主要集中在几大国家和地区之间。

(1) 世界主要印刷品输入国

发达国家的经济发展水平较高,本国印刷品需求市场巨大,再加上国际劳动力成本的差异,因此往往有印刷原稿发外印刷,输入印刷成品的需要。美国、英国、德国、澳大利亚等国是印刷品进口量较大的国家。

另外,一些亚非拉不发达国家也从国外输入印刷品。这主要是由于本国印刷生产能力不足,技术不发达,导致无法满足本国民众对印刷品的需求。但与美、英、德、澳等几个发达国家相比,其印刷品总的输入量比较小。

(2) 世界主要印刷品输出地

美国、日本、新加坡、中国香港等地的印刷生产能力强、技术水平高、服务质量好,是世界上印刷品输出最多的国家和地区。其中新加坡和中国香港的印刷销售额中有一部分属于印刷转手贸易,即作为中间商为印刷采购客户和印刷企业服务。

除此之外,世界上大型经济圈内都有自己的区域性印刷品输出地。例如,中国、印度等国是亚洲印刷品输出较多的国家;意大利、西班牙等国在欧洲印刷品输出较多;墨西哥、阿根廷等国是美洲印刷品输出较多的国家。

4. 经营印刷国际贸易的困难

经营印刷国际贸易的困难大于国内贸易,困难主要有:

(1) 世界各国对印刷品的品质和规格的要求不同。

(2) 语言文字不同, 必须掌握一种以上的国际性语言才能进行有效地交流沟通, 例如至少掌握英语。

(3) 贸易规章制度不同, 除了清楚本国规定, 也需要对对方国家的规定进行了解。

(4) 各国风俗习惯不同, 熟悉对方的商业习惯和风俗, 避免产生误解和纠纷。

(5) 使用货币不同, 用外币进行计价、结算和支付, 较国内贸易复杂。

(6) 国外市场调查较困难, 取得商业资料信息的渠道少, 费用高。

(7) 信用调查较困难, 增加了收款和发生恶意索赔事件的风险。

(8) 货物运输和保险手续较复杂, 托运、装运、投保、提货等手续较国内贸易复杂。

(9) 涉及国际贸易惯例和规则, 需要对各国广为接受和使用的惯例和规则进行相当深度的了解。

5. 经营印刷国际贸易的风险

经营印刷国际贸易的风险也大于国内贸易, 风险主要有:

(1) 信用风险, 指交易对方不履行合约或履约不完全的风险。

无论国内贸易还是国际贸易, 都存在信用风险。但是国际贸易的双方距离遥远, 信用调查和信息掌握比较困难, 导致信用风险较大。具体地讲, 对买方而言, 信用风险指卖方不按照合约交货、交货期延迟, 或交付的货物与约定的品质或数量不符合等; 对卖方而言, 信用风险指买方不依照合约付款、付款期延迟、对货物或单据吹毛求疵要求降价或扣款等。

(2) 外汇风险, 也叫做汇兑风险, 指从订立合约到付款完成的期间内, 由于合约上标示价格的货币汇率变动所产生的风险, 还包含由于外汇不足或政府实施外汇管制无法汇出外汇的风险。

一般地, 当本国货币相对于交易使用的外币呈现升值时, 以外币标示的本国出口印刷品价值下降, 本国出口商面临汇率风险。与之相反, 当本国货币相对贬值时, 以外币标示的进口印刷原材料价值上升, 本国进口商面临汇率风险。

(3) 政治风险, 指由于政治方面原因导致法令规章发生变化而无法履行合约的风险。

例如政府由于政治因素禁止货物出口或者由于外汇短缺禁止以外汇支付对外贸易货款等, 一些国家政局变动, 贸易政策朝令夕改, 使对外贸易承担了许多国内贸易没有的政治风险。

(4) 货物运输风险, 指货物在运送路途中可能遭遇的风险。

国际贸易印刷品, 由于航程遥远, 无论采取何种运输方式, 运输风险都较国内贸易大, 可以通过投保对货物运输风险加以规避。

(5) 价格风险, 由于交易商品或者制造该商品的原材料价格波动, 给买卖双方带来的风险。

例如, 合约签订了明确的成交价格, 随后的加工生产过程中印刷原材料价格大幅上涨, 给出口加工商带来很大风险。

(6) 产品责任风险, 指由于印刷企业生产的印刷品存在质量缺陷而需要依法赔偿的

风险。

(7) 其他意外风险, 一些意料之外的疫情、台风、地震等自然灾害给对外贸易带来的风险。

例如 2003 年的非典型性肺炎 (SARS), 有些海外客户由于惧怕印件携带病毒, 短期内取消订单, 断绝了与国内印刷供应商之间的合作。

四、我国印刷国际贸易业务的发展

珠三角地区是我国改革开放以来从事印刷国际贸易最早的地区。港资印刷企业的北迁和其他外资印刷企业的入驻, 开始给珠三角地区带来了大量的印刷国际贸易订单, 以及印刷国际贸易订单的操作方式。香港地区的印刷企业从 20 世纪 60 年代开始已经有数十年国际贸易操作经验, 客户资源和操作人员经验都非常丰富, 20 世纪八九十年代很多企业的生产部门内迁后, 采取“前店后厂”的经营模式, 即销售部门在香港, 接受客户订单后到本企业在珠三角地区的生产工厂完成印刷加工。2005 年广东省印刷年产值为 420 多亿元, 出口产值为 120 多亿元, 国际贸易销售额几乎占据全省印刷产值的 30%。

长三角地区印刷企业承接国际贸易订单起步较晚, 但近几年来开始有比较快的增长。当地印刷主管部门在审批环节与操作程序上进行了改进, 为当地印刷企业的国际贸易业务发展创造了便利条件。环渤海印刷产业带近年来在国际贸易方面也有一定的发展, 外资印刷企业北上建厂也带来了一部分印刷国际贸易资源。

总之, 从整体上看, 我国的印刷国际贸易业务刚刚起步。但是随着我国改革开放的进一步深化, 印刷设备和技术的更新提高, 国际化实战经验的丰富, 印刷质量的进一步提高, 同时由于人力成本较低, 我国印刷企业的国际贸易业务将进一步成长和扩大。

第二节 国际贸易基础知识

当今的世界是开放的世界。在现代社会中, 任何国家都不可能在封闭的状态下求得生存和发展。发展国际贸易和国际经济合作是生产社会化、经济全球化和社会主义市场经济的客观要求。印刷国际贸易工作需要掌握国际贸易的相关基础知识。

一、什么是全球化

全球化指各个国家和经济实体之间越来越互相依赖的一种趋势。这种趋势使世界各国的边界越来越模糊, 跨国界的商品、服务、资金和人员的自由流动在不断地增长。

全球化在市场和生产两个方面产生了深刻影响。

1. 市场全球化

市场全球化是指世界各地市场的消费者偏好越来越相似, 这种趋势体现在日用消费

品、工业产品和商业服务等多个领域。

例如，快餐业的肯德基、麦当劳、必胜客等，信息技术业的 IBM 和微软，汽车制造业的大众等，银行业的花旗、汇丰等，飞机制造业的波音、空中客车，手机制造业的诺基亚、摩托罗拉等，宝洁和联合利华等日用化学品品牌都在全球范围内提供其产品或服务，并在全世界范围内进行竞争。

市场全球化为国际贸易企业带来很多优势，体现在以下几个方面：

(1) 销售全球化产品可以通过统一的营销活动为企业节约成本，例如同一种洗发水只需要改变一下外包装及说明文字就可以在全球销售。

(2) 销售全球化产品可以使企业在国内市场饱和的情况下向国外市场寻找机会，例如麦当劳在中国市场的快速扩张说明了国外市场的巨大增长潜力。

(3) 销售全球化产品可以使季节性产品通过全球业务来防止销售的季节性波动，例如啤酒和防晒霜等。

2. 生产全球化

生产全球化是指产品的生产活动分散到世界各地，由价格最低或质量最好的生产者来从事某项生产活动。

例如，上海港口的出口贸易额以每年二位数的速度增长，就是由于生产全球化对世界贸易和资本流动的影响，很多跨国公司纷纷把生产基地转移到上海周边的长三角地区，然后再把各种产品运到世界各地销售。

生产全球化也给国际贸易企业带来了许多好处，体现在以下几点：

(1) 生产全球化使很多企业获得低成本的劳动力，节约了成本。但是，引起发达国家投资只有廉价劳动力是不够的，劳动力还必须具有相应的技术，并且当地的社会、政治和经济环境相对稳定。

(2) 企业可以获得技术知识上的优势。例如，印度已成为世界上很多企业高质量信息技术的主要来源国，拥有大批量的优秀程序员，软件行业里“印度制造”的标志随处可见。

(3) 生产全球化使企业可以获得国内没有的或较稀缺的资源，很多企业进入国际市场是源于对自然资源的需求。例如，日本造纸业巨头日本制纸公司在澳大利亚、加拿大和美国拥有大片森林资源和相应的木浆生产设备，这样使该公司既拥有紧俏的林木资源，与直接进口纸浆相比还可以从造纸的源头开始控制质量。

二、国际贸易理论

国际贸易理论分为古典贸易理论、近代贸易理论和现代贸易理论。古典贸易理论包括重商主义理论、绝对优势理论和比较优势理论等；近代贸易理论包括资源赋予理论、技术差距理论、国际产品生命周期理论等；现代贸易理论包括新贸易理论、国家竞争优势理论等。

1. 重商主义理论

认为国家应当通过奖励出口、限制进口的方式积累财富的贸易理论称为重商主义理论。16 世纪到 18 世纪, 很多欧洲国家如英国、法国、荷兰、葡萄牙、西班牙等都遵循这一理论。

重商主义理论的特点是:

(1) 国家通过贸易顺差来增长自己的财富, 贸易顺差是指国家的出口值高于进口值的情况。

(2) 政府通过关税或进口配额等措施限制甚至禁止进口, 主动干预国际贸易来保持贸易顺差。国际贸易因此受到了严重限制。

(3) 从世界不发达国家低价进口原材料, 加工成工业制成品后高价出口。这一做法危害了不发达国家的经济发展。

(4) 重商主义国家认为世界财富是有限的, 一个国家的财富增长是以其他国家的财富损失为代价的, 即零和游戏观点。

(5) 重商主义理论认为, 一个国家的富裕程度是以该国黄金储备的多少来衡量的。

2. 绝对优势理论

18 世纪, 英国经济学家亚当·斯密提出: 一个国家比其他国家更为有效地制造某种商品的能力被称为绝对优势, 有绝对优势的国家可以用同样的或更少的资源生产出比其他国家更多更好的产品。

亚当·斯密以绝对优势为基础, 提倡国际分工和自由贸易, 认为国家不应通过关税和配额的手段来限制或禁止国际贸易, 而应根据市场力量自由流通。如果可以进行自由国际贸易, 将没有一个国家必须生产制造该国消费所需要的一切货物, 取而代之的是以本国的绝对优势去集中生产某些货物, 然后通过国际贸易得到自己需要但不生产的货物。国际分工和自由贸易能够促进生产的发展和产量的增加, 使每个国家都比闭关自守的情况下获得更多的廉价商品, 并促进该国的生产要素得到最有效、最合理的运用。

绝对优势理论的特点是:

(1) 认为世界各国都可以从专业化生产和国际贸易中获得利益, 即正和游戏观点。它推翻了原来重商主义理论的零和游戏观点, 认为每个国家只生产本国具有绝对优势的货物, 只要互相开展国际贸易, 都可以从具有绝对优势的贸易对方那里获得所需品, 而且比本国生产获得的利益更多。

(2) 认为一个国家的富裕程度是以该国国内人民的生活水平高低来衡量的。

(3) 绝对优势无法解决那些不具有生产任何产品的绝对优势的国家的贸易问题。

3. 比较优势理论

19 世纪, 另一个英国经济学家大卫·李嘉图发展了亚当·斯密的绝对优势理论, 他提出: 如果一个国家有生产两种产品的绝对优势, 专业化生产和国际贸易可使其获利; 如果一个国家没有生产任何产品的绝对优势, 生产任何产品的效率都较低, 那么它可以选择一个相对效率稍高的产品去生产, 同样可以从国际贸易中获利。这称为比较优势理论。

该理论比绝对优势理论更具有普遍意义,比较完满地说明了国际贸易的一般基础,被称为国际贸易的一般理论。绝对优势理论只是比较优势理论的一个特例。

比较优势理论是建立在以下假设的基础上的:

(1) 假设国家是受生产和消费最大化的驱动去生产产品的。而事实是多数国家的政府都不考虑生产者和消费者的需求而对本国的国际贸易进口干涉。

(2) 假设只有两个国家参与只有两种产品之间的生产和消费。而事实是世界上有 180 多个国家参与进行不计其数的产品生产、贸易和消费。

(3) 假设国家之间的运输费是忽略不计的。而事实是有些产品的国际运输费用相当昂贵,如果某种货物的运输费用高于某国生产具有比较优势的产品而节省下来的费用,则贸易不会发生。

(4) 假设劳动力是生产过程的唯一资源,而且劳动力资源在国内可以自由流动,但不能在国家之间转移。一般来说劳动力和自然资源在国家之间转移困难,而且成本较高,但欧盟成员国的人员可以在任何一个成员国里工作和生活。

(5) 假设某一产品的专业化生产本身不会在生产效能方面产生利益。而事实是专业化会促进工作技能知识的增长和工作方法的改善,这样生产某种货物所需的资源就会随着时间的推移而减少。

4. 资源赋予理论

20 世纪初,经济学家伊莱·赫克歇尔和伯特尔·俄林提出资源赋予理论,也称为赫克歇尔-俄林理论。该理论主要研究国际贸易的原因和结果,把注意力集中在一国的资源供给上,认为任一资源的成本直接来源于供给和需求,资源的供给大于需求要比供给小于需求时便宜。

资源赋予理论认为国家应生产和出口本国资源比较丰裕的产品,而进口其资源相对缺少的产品,从而节省开支,而不是像上面的比较优势理论关注于某一特定产品的生产,认为应该生产效率较高的产品。

资源赋予理论将一国的资源分为两类:一类是劳动力,另一类是土地和资本设备。一个国家在劳动力成本相对低于土地和资本设备时会选择生产劳动密集型产品;而土地和资本设备成本低于劳动力成本时会选择生产资金密集型产品。例如拥有大面积草地和牧场等土地和天然资源,以及资本密集的矿业和先进农艺的澳大利亚的出口产品主要是羊毛、铁矿石、谷物、牛肉、羊肉、牛奶制品等,进口产品主要是经过加工的原材料、资本设备和消费品等。

但是该理论也有缺陷,例如无法解释里昂惕夫之谜。20 世纪 50 年代,里昂惕夫以拥有丰富资源与设备的美国作为测试对象,其出口货物本应是资本密集型产品,进口货物本应是劳动密集型产品。而测试结果是美国出口的劳动密集型产品比进口的还要多。这称为里昂惕夫之谜。

5. 技术差距理论

1961 年,美国经济学家波斯纳提出技术差距理论,它通过科学发明、技术创新的推