

外向型經濟管理

鄭林書 溫力虎 主編



aixiangxing jingjiguanli

外向型经济管理

主 编

郑林书 温力虎

中山大学出版社

外向型经济管理

郑林书 温力虎 主编

*

中山大学出版社出版发行

广东省新华书店经销

广州新华印刷厂印刷

*

787×1092毫米 32开本 9.25印张 20.8万字

1989年3月第1版 1989年3月第1次印刷

印数：1—14,000册

ISBN7-306-00189-2

F·34 定价：4.00元

本书编写人员及其简介

第一讲	关其学	华南理工大学社会科学系系主任、 教授 广东社会科学大学经济系系主任 广东省经济学会常务副会长
第二讲	梁世彬	广州外贸学院党委书记、副教授 广东营销学会常务理事 中南地区市场学研究会会长
第三、六、 十讲	温力虎	广东社会科学大学副校长、副教授 广东社会科学大学市场营销学系 系主任 中南地区市场学研究会副会长兼秘 书长
第四讲	张增强	暨南大学经济学院副教授
第五讲	罗国民	暨南大学商学系副主任、副教授 中南地区市场学研究会副秘书长
第七讲	郑林书	中国企业管理协会理事 广东省企业管理协会秘书长 广东营销学会副会长兼秘书长 广东企业管 理、高级经济 师 咨询服务公 司总经
第八讲	王 涛	暨南大学经济学院金融系副教授
第九讲	龚钦源	暨南大学经济学院副教授

前 言

为了大力发展我国外向型经济，外向型企业正在迅速成长，而外向型经济管理人才缺乏，比较完整、系统的教材尤为少见。为了适应形势发展的需要，本书《外向型经济管理》应运而生。

本书由郑林书、温力虎主编。全书分为十讲：一、发展外向型经济策略；二、国际市场营销理论与策略；三、进出口贸易实务；四、国际商法；五、国际投资策略；六、引进技术策略；七、领导科学与领导艺术；八、外向型企业的财务策略；九、国际保险；十、香港市场。为了本书的完整性，其中第六、七、十讲是从《高级市场营销学》一书中编来的。

本书由专家、教授撰写，观点正确，理论与实际紧密结合，比较完整和系统化，具有开拓性。

本书适合大专院校教学人员、科研部门的专业研究人员以及企业厂长、经理和管理人员业务学习，也可作大专院校及培训班教材使用。

本书被选定为广东社会科学大学市场营销学系教学用书之一。

广东省企业管理协会学术委员会
广东营销学会学术委员会
广东社会科学大学市场营销学系
1988年10月

目 录

第一讲 发展外向型经济策略	(1)
一、市场导向	(3)
二、以出口创汇为中心	(8)
三、把利用外资、引进技术同增强出口创汇能力结合起来, 发挥两者的促进作用	(14)
四、重视国际市场营销策略的研究与应用	(17)
第二讲 国际市场营销理论与策略	(18)
一、企业进入国际市场的经营思想	(18)
二、国际市场营销环境	(22)
三、企业进入国际市场的方式和策略	(33)
第三讲 进出口贸易实务	(45)
一、商品的品质与数量	(45)
二、商品包装	(48)
三、装运	(49)
四、运输保险	(71)
五、支付	(79)
六、商品检验	(95)
七、索赔和仲裁	(102)
八、交易的洽商及合同签订	(106)
九、出口合同的履行	(111)
十、价格及成本核算	(116)
十一、进口贸易	(132)
十二、案例	(137)

第四讲 国际商法	(146)
一、国际商法概述	(146)
二、买卖法	(150)
三、合同法	(153)
四、公司法	(160)
五、工业产权概述	(163)
第五讲 国际投资策略	(167)
一、国际投资概况	(167)
二、国外投资的种类	(171)
三、利用外资	(174)
四、吸收外资的方式	(178)
第六讲 引进技术策略	(183)
一、技术引进的概念	(183)
二、引进先进技术是加速国民经济发展的重要 途径	(183)
三、我国建国以来技术设备引进的过程	(184)
四、专利在技术转让中的地位和作用	(188)
五、关于技术引进的方式和渠道	(192)
六、关于技术贸易和技术市场的特点	(194)
七、关于技术引进项目的准备工作	(196)
八、引进技术的可行性研究分析	(197)
九、关于技术引进的合同	(199)
十、关于技术的价格和支付方式	(205)
十一、引进技术与企业的技术改造	(207)
十二、引进技术影响经济效益的若干因素及其 案例	(210)

十三、我国引进技术企业的若干经验	(216)
第七讲 领导科学与领导艺术	(220)
一、外向型企业成功与否关键在于领导素质	(220)
二、关于领导与领导行为	(221)
三、领导工作的科学性和艺术性	(224)
四、现代化企业领导的行为规范	(227)
第八讲 外向型企业的财务策略	(238)
一、“财务力”导向新时代的来临	(238)
二、现代企业理财的一般原则与策略	(241)
三、各种金融手段的性质和运用	(244)
四、回避与预防风险的策略	(250)
第九讲 国际保险	(255)
一、海洋运输货物保险	(255)
二、责任保险	(260)
三、信用、保证保险	(265)
第十讲 香港市场	(270)
一、香港经济概况	(270)
二、香港市场营销的特点	(276)
三、那些值得借鉴的地方	(278)
四、香港发展商品经济成功之路	(282)
五、美国贸易保护主义对香港经济的影响	(285)

第一讲 发展外向型经济策略

不久前，我国确定了沿海地区采取外向型经济的发展战略。这是完全符合现代商品经济发展的客观要求和沿海地区的实际的。

在人类社会的发展过程中，由于生产力水平不断提高，促使自然经济的瓦解和商品经济的发展。这种商品经济的发展趋势，必然冲破地区和国家的界限，形成生产的国际化和统一的世界市场。马克思、恩格斯早在《共产党宣言》中就指出，由于资本主义的发展开拓了世界市场，过去那种地方的民族的自给自足的闭关自守状态已经被各民族的各方面的互相往来所代替，一切国家的生产和消费都已成为世界性的了。马克思还指出：“由于机器和蒸汽的应用，分工的规模使大工业脱离了本国的重地，完全依赖于世界市场、国际交换和国际分工”。（《马克思恩格斯全集》第4卷，第169页）在当代，经济发展过程的国际化无论广度和深度都大大超过了马克思当年所处的时代。每一个国家或地区的经济发展，都离不开国际经济的联系。党的十一届三中全会之后，依据现代商品经济发展规律的要求和针对我国长期以来闭关锁国所造成的严重恶果，把对外开放作为我国的基本国策。为了加快沿海地区对外开放的进程，发挥我国沿海地区的优势，让沿海地区在改革开放中先行一步以带动其他地区经济的发展。因此，沿海地区发展外向型经济是关系国民经济全

局的战略安排。

外向型经济这个概念是在对发展中国家历史经验的总结中提出来的。在我国，直至目前为止，对外向型经济仍然存在不同的理解。有的同志认为外向型经济应该实现三个为主，即在工农业总产值中以出口为主；在资金来源中以利用外资为主；在生产资料所有制结构中以“三资”企业为主。与这种观点相类似，有人认为搞外向型经济模式，产品应该是主要销往国际市场，如果产品在国内销售所占的比重大，就不能算外向型经济。上述这些仅从数量上寻求外向型经济标志的观点是值得商榷的。由于各国的情况不同，国民生产总值、出口数额等大小也不一样，光从出口占国民生产总值比重的大小去判断是否属于外向型经济是不科学的。1985年，美国、日本、苏联进出口总额占国内生产总值的比重分别为14.6%，19.3%和29.4%，我国进出口总额占国内生产总值的比重为25.2%。如果根据上述的相对数字便说苏联和中国已比美国和日本更具有外向型经济的特点，便大错特错了。外向型经济的实质是积极参与国际分工和国际竞争。一个国家或地区是否属于外向型经济，主要看它在国际经济技术交流方面的广度和深度，它的政策和体制是否有利于出口的稳定发展。在客观效应上主要看对外经济贸易关系能否在国民经济的发展中起到主导作用。通过对外经济的发展，是否已推动整个国民经济的发展。外向型经济之所以能够得到较快的发展，主要是由于参与国际分工和国际竞争之后，能够按照本国或本地区经济发展的需要，有计划地利用国际市场、国外的资金、技术、资源和管理经验，来发展本身的经济，这样做不仅可以提高经济发展速度，而且可以提高经济效益，不仅可以扩大产品的数量，而且可以增加品种，提高产

品的质量，使越来越多的产品达到国际标准的水平。这样，既可以使越来越多的产品挤进国际市场，又能使生产更好地满足人民日益增长的物质和文化生活的需要。

外向型经济必须坚持出口导向战略才能起到上述的作用，出口导向是要发挥外贸出口在国民经济发展中的推动作用，与此相适应，必须形成一整套有利于外贸出口的政策、体制和适应国际市场发展规律的经济运行机制，而不是要求出口值在国内生产总值中占有较大的比重。有的人认为，对于一个国内市场巨大的大陆经济来说，不应该提出出口导向，否则容易忽视国内潜在市场的开发。不同意在外向型经济采取出口导向战略的另一个理由是，这样做有可能会忽视进口替代的作用。这种观点在逻辑上是有矛盾的。既然要发展外向型经济，又不同意以出口为导向，试问外向型经济如何形成和发展？从反对出口导向的理由来看，也是不能成立的。因为前面已经指出，外向型经济的国家和地区并不要求出口值占国内生产总值的较大比重，不少国家和地区仍然是以国内市场为主。至于出口导向和进口替代的关系，并不是互相排斥的。象我国，正需要通过发展进口替代来实现出口导向创造条件。

根据外向型经济的含义和发展外向型经济的要求，结合我国的情况，应采取如下策略：

一、市场导向

现代化的商品经济实际上是市场经济。市场是商品经济的核心。因为只有通过市场才能实现商品的价值和物质替换，才能取得企业的经济利益。这是扩大再生产的基本条件。在商品经济条件下，企业的行为都是以市场为转移的。因此，

我国要发展外向型经济，首先必须采取市场导向策略。

市场导向策略，应该包括下列三层含义：

（一）国际市场导向

外向型经济理所当然地要面向国际市场，这是毫无疑义的。可是，有的人把国民经济发展中的国际市场导向理解得过于狭隘。仅仅理解为发展对外贸易、利用外资、引进国外先进技术装备等。这些方面固然是发展外向型经济的重要内容，但是未能把握住外向型经济的要领。我们认为，国际市场导向应理解为适应国际市场发展规律和运行机制去形成一整套经济体系。包括依据国际市场的需要去确定出口商品结构。并按此要求去调整和改造产业结构和产品结构；按照国际标准提高产品质量，按照国际惯例管理“三资”企业等等。此外，在政策和体制上要有利于对外经济技术交流的发展。国际市场导向的核心内容是出口导向。这是第二次世界大战后一些发展中国家发展国民经济所采取的抉择。出口导向要求以出口带动国民经济的发展。由于国际市场对商品的需要千变万化，对商品质量要求较高。因此，为了实现上述的要求，无论从国民经济结构，还是经济运行机制以及产品的销售策略等都要进行较彻底的改造和改革。

（二）开拓国际市场以及发展对外经济关系，都要以国内市场为基础

发展外向型经济，无论在广度还是深度上都扩展了国内和国际市场之间的联系。这种联系越紧密，越要求外向型经济以国内市场为基础。有的人片面理解外向型经济，以为发展外向型经济只是面向国际市场，与国内市 场 无 关，甚至把国内市场同国际市场对立起来。因此，往往以产品是外销为主还是内销为主来判断是否属于外向型经济。我国实施对

外开放的国策以来,许多地方、部门和企业都着力于为产品的出口开拓国际市场,并且已收到初步成效。但是却忽视了开拓国际市场必须以完善国内市场为基础这一极其重要的问题。

从以上看来,无论把国际市场同国内市场对立起来还是割裂开来的观点都是不正确的。因为这些观点违背了客观存在的经济规律,脱离了客观经济实际。

开拓国际市场,发展我国对外经济关系必须以国内市场为基础。这里所讲的市场,是指社会主义市场体系。所谓市场体系,是指由多种商品市场和生产要素市场所组成的有机联系的整体。包括消费品市场,生产资料市场,资金市场,技术市场,劳务市场,信息市场和房地产市场等。我国发展对外经济技术联系之所以要以国内市场为基础,原因在于:

(1) 出口商品要在国际市场上有竞争力,首先要接受国内市场的检验。有些企业的商品在国内市场上都未打开销路便想向外挤,往往是事倍功半,或者是打不出去,或者是质次价低,经济效益差,使出口贸易难以为继。(2) 要使商品在国际市场适销对路,具有竞争力,首先要在国内形成信息市场,并通过市场掌握国际市场上商品供求信息。其次,要实现生产要素的最佳组合,而这种组合的实现,是以生产资料市场、技术市场和劳务市场的形成为条件的,否则,生产要素不能自由流动和通过市场自由购买,要实现生产要素的最优组合是根本不可能的。(3) 要增强出口创汇能力,其基础在于资源的合理配置,而要做到这一点,也要以社会主义市场体系的形成为条件。因为资源的合理配置,必须在资金、技术和劳动力等得到基本的满足,否则,潜在的资源优势不可能转变为现实的优势。(4) 利用外资,引进先进技术装备的一个重要条件是要有一个良好的投资环境。而良好投

资环境的形成，也是同社会主义市场体系分不开的。比如，要加强基础设施建设，首先便需要一定数量的投资。要取得投资，除了依靠银行信贷之外，今后将有不少项目需要通过资金市场中的资金直接融通来解决。至于基础设施建设中的技术、物力和人力，同样要依赖市场来满足。

开拓国际市场，发展对外经济技术交流要以国内市场为基础的理由还可以从其他方面加以列举。为了加深对这个问题的认识，可以回到我国当前的实际中来加以具体考察。从我国经济体制改革的安排来看，改革的基本任务是要建立有计划商品经济体制，这是计划与市场内在统一的体制。当前经济体制改革的具体任务，是要建立有计划商品经济体制的基本框架。这一框架由三部分组成，即按照所有权和经营权相分离的原则搞活企业；建立和培育社会主义市场体系；国家对企业管理由直接管理为主逐步转变为间接管理为主。其中社会主义市场体系的建立和培育是其他两方面改革的重要条件。在经济体制改革的实践中也从多方面为建立社会主义市场体系创造条件。但是，从总体说来，社会主义市场体系尚未形成，处在发育不全之中。这种状况，不仅障碍着国内商品经济的发展，而且严重制约着我国对外经济技术交流的发展。比如由于金融市场尚未形成、人民币资金、外汇不能直接融通，有价证券如债券、股票等不能自由买卖，影响了有价证券在国内外的发行和使用。在现代商品经济中，金融的地位和作用越来越突出。不仅商品流通要以货币流通为条件，更重要的是要通过银行和各种财务公司发挥作用，使资金融通顺利通行；为发展商品生产和商品流通创造条件。就对外贸易来说，无论发展出口商品的生产，还是进口必需的生产资料，都需要一定的资金和外汇，然而由于融资渠道

单一，金融不活，往往严重制约着对外贸易的发展。又如在利用外资、引进技术的工作中，即使外商有来华投资的积极性，但往往由于人民币配套资金不足而限制了利用外资和引进技术的规模和增长速度。

在我国社会主义市场体系中，核心问题是价格问题。因为市场是商品交换关系的总和。能否按照等价交换原则进行商品交换，主要看价格是否合理。然而由于历史上的原因，我国的价格既不反映价值，也不反映供求关系。因此，按照这种价格进行交换，严重违背价值规律的要求。这种不合理的价格体系，也障碍着对外经济的发展。比如，一些商品的内销价高于外贸收购价，造成国内市场的吸引力大于国际市场。就国内市场价格与国际市场价格的相互关系来说，我国长期是采取脱钩政策，人为地割断了两个市场之间的内在联系，不仅无法去研究和确定对外经济活动的经济效益，而且给对外经济的发展造成许多困难。比如，进料加工复出口，实际上是以商品为载体的劳务出口。这是发挥我国劳动力资源丰富优势的重要贸易方式，按理应该大力发展。但是，由于国内价格与国际市场价格脱钩，一些原材料进口价格较低，然而按国内价格定价则较高。于是人为地提高了换汇成本，妨碍进料加工复出口业务的开展。相反地有些产品进口价较高，但按国内价格供应给消费部门时便会造成进口亏损，而亏损部分则由国家财政负担。因此，脱离国内市场体系去发展外向型经济是不行的。

（三）发挥国内市场和国际市场的相互促进作用，使国民经济达到良性循环

发展外向型经济，就是为了通过发展对外经济技术交流来促进国内经济的发展。但是，对外经济技术交流的规模和

速度，归根到底要取决于国内市场是否完善，取决于经济与技术发开状况。党的十一届三中全会以来十年的实践证明，能否在对外开放中取得较大的成效，关键在于能否使国内市场与国际市场联系起来，发挥它们之间的相互促进作用，从而使国民经济的发展达到良性循环。广东发展外向型经济的经验给我们提供了如下的启示：（1）外向型经济要以出口创汇为中心。在对外经济技术交流中，可以说出口创汇是一种基础性工作。它决定着对外经济技术交流的规模和速度，也制约国内经济建设的规模和速度。因此，广东省在发展外向型经济中始终围绕着出口创汇这个中心来进行。（2）围绕出口创汇这个中心，以开拓国际市场和利用外资、引进技术为两翼。在开拓国际市场中所取得的信息反馈于外贸和生产部门，通过利用外资，引进技术增加出口商品品种，提高产品质量，又进一步开拓市场。（3）把利用外资，引进技术同扩大出口创汇结合起来，发挥两者的相互促进作用。通过利用外资，引进国外先进技术装备，开拓新产品，提高产品质量，扩大生产规模，为扩大产品出口创造条件。而出口创汇的扩大，不仅可以平衡外汇收支，而且可以在更大规模上利用外资，引进技术。（4）在第一、二产业发展的基础上，重视和加快第三产业的发展。其中特别是注意搞活商业和金融业，使外向型经济有一个良好的国内市场环境。

二、以出口创汇为中心

发展我国外向型经济必须坚持以出口创汇为中心，这是另一个重要的策略。因为在我国对外经济技术交流的各项活动中都涉及到外汇问题，只有多出口创汇，才能多进口。赵紫阳同志在十三大的报告中指出：“出口创汇能力的大小，

在很大程度上决定着我国对外开放的程度和范围，影响着国内经济建设的规模和进程。必须根据国际市场的需要和我国的优势，积极发展具有竞争力，见效快，效益高的出口产业和产品，大力提高出口商品的质量，合理安排出口商品结构，多方位地开拓国际市场，以争取出口贸易较快地持续增长”。因此，外向型经济发展必须坚持以出口为导向。

出口导向的首要问题是要努力开拓国际市场。从总体上说，我国已确定了多方位的市场战略，问题在于如何实施。多方位市场包括港澳市场、北美西欧等发达国家市场、发展中国家市场以及苏联、东欧等社会主义国家市场等。在开拓国际市场中全面出击是不行的，必须把全方位开放和重点发展结合起来。开拓国际市场，也要坚持从实际出发的原则，在全面掌握市场信息的基础上，根据各个市场对商品要求的特点，组织不同的出口商品结构和采取不同的贸易方式和市场营销策略。建国以来，由于长期采取闭关锁国的政策，当然谈不上去努力开拓国际市场。实施对外开放的国策之后，在开拓国际市场方面也往往采取一刀切的做法，尚未形成一套较成功的经验，更谈不到掌握这方面的工作规律，因而成效不大。造成这种状况的原因是多方面的。但是，其中最主要的是对各个市场缺乏系统而深入的调查研究，没有掌握各个市场的特点；并且根据各个市场对商品的需求去组织生产和出口。因而在对外贸易上仍然存在较大的盲目性。因此，开拓国际市场必须从基础工作做起，通过贸易往来，加深对对方市场的了解，包括对方对进口商品的需求构成、特点、价格以及竞争对手等等。几年来，我国到海外办企业的数量越来越多，应该要求这些企业对所在国家和地区的市场情况进行系统的调查研究，把收集到的信息及时反馈到国内来。