

对外贸易企业管理通论

主编：陈德富
出版：中国对外经济贸易出版社

上册

外贸企业管理通论

陈德维 许敖生 黄正廉主编

下 册



中国商业出版社

B 745564

序

唐之享

在有计划的商品经济条件下，企业作为国民经济细胞的基本单位，为着满足一定的社会需求进行协作劳动，并具有自身相对独立的经济利益。为此，企业必须根据客观经济规律，在经济的整体活动中对人、财、物进行计划、组织、指挥、监督和调节，使企业形成有机整体，保证商品生产和流通协调、顺畅发展，获得最佳经济效益，达到既定目标。于是，管理水平的提高与科学技术进步一道成为经济发展的决定性因素。

对外贸易企业作为进出口商品流通的直接组织者，担负着对外经济联系，互通有无，引进先进的科学技术，发展国际间交往，增进各族人民的友谊，增加国家财政和外汇收入，促进生产发展，加速社会主义现代化建设，扩大就业范围，满足社会需要等方面的重要任务。因而，它要同时面对两个市场，多种价格体系，瞬息万变的市场行情，竞争激烈的买卖和日益高筑的贸易保护主义壁垒，其经济活动必然是经营过程与管理过程的统一。尤其是随着我国对外开放度的不断提高，随着科学技术发展的日新月异，随着国际、国内经济情况的巨大变化，传统的对外贸易企业管理受到了挑战。加强对外贸易企业管理，大力培养外贸企业管理人才成就为十分

紧迫的任务。为此，从教育界到实际工作部门，都希望能有一些体现理论和实践结合较紧的外贸企业管理方面的教材问世。

《外贸企业管理通论》正是努力按照这一要求，由具有多年教学经验的教授、专家，和在对外贸易第一线从事多年实际工作的同志共同编写的一本专著。全书共分二十章，融党和国家当前对外贸易方针政策于其中，较系统全面地阐述了对外贸易企业管理的基本理论、原则、方法及其主要业务管理的内容。该书理论与实践相结合，适合高等院校对外贸易管理教学，也宜于广大对外贸易实际工作者岗位培训和自学。

所以，我衷心地祝贺这本书的出版。同时，希望本书的出版能促进我们重视和加强对外贸易企业管理工作，不断提高管理水平和经济效益，为发展我国的对外经济贸易事业做出积极贡献。

一九八九年十二月九日

编者的话

对外贸易是一个国家对其他国家和地区进行商品交换的一种形式，是商品流通的延伸，是适应社会经济发展的需要而产生和发展的。马克思主义认为：“经济问题决不是一国的现象”。由于各个国家经济发展的不平衡，科学技术水平和自然条件的差异，相互之间的经济贸易联系，即国际间流通，则成为不可或缺的了。任何国家要大力加速发展国民经济，改善生产和人民生活，都离不开对外贸易。

社会主义社会的建立，开辟了人类社会形态的新纪元。为了使国家经济现代化，在我国除了继续贯彻党的十一届三中全会提出的自力更生，艰苦奋斗，勤俭建国的方针外，开拓国际市场，发展对外贸易，引进资金和技术，也是我国经济工作中的一项十分重要的任务。

外贸企业是国民经济的基层组织，对外各项经济活动，都是通过这种组织形式实现的。所以，外贸企业既是联系国内外生产和流通及消费的桥梁和纽带，又是外事活动的一个重要领域，对改革开放具有十分重要的意义。

外贸企业的经济活动是以经营为中心，以管理为手段，以提高经济效益为目的的一种有意识的活动。外贸企业管理是伴随着经济和社会的发展、企业的不断进步而不断发展的。为了适应对外经济贸易发展的需要，我们编写了《外贸

企业管理通论》这本书，以作为开拓人才，培训人才的有效途径，供有识之士学习和参考。

湖南省对外经济贸易委员会主任唐之享同志为本书写了序言，谨在此表示感谢。

本书由陈德维、许放生、黄正廉主编，参加本书编著的有陈德维（第一、二章）、王德云（第三、二十章）、欧阳仁（第四、十二章）、欧阳少敏（第五章）、史美忠（第六章、七章）、王梦刚（第八章）、谢湘生（第九章）、杨荷君（第十章）、吕哨（第十一章）、刘正明（第十三章）、龚礼贤（第十四章）、龚枳（第十五章）、黄正廉（第十六、十七章）、杨修发（第十八章）、许放生（第十九章）。

江泽民在庆祝建国四十周年的讲话中指出：“四项基本原则是立国之本，改革开放是强国之路”，这是本书编写过程的立足点。对外贸易在我国源远流长，新中国建立后，也有四十年的历史，特别是党的十一届三中全会以来，取得了巨大的成绩，在社会主义建设中发挥了重大作用。在现阶段和今后的外贸事业发展中如何贯彻落实党中央的战略决策，加强外贸企业管理，实是当前和今后的一项迫切的经济任务和政治任务。但在开放搞活的现阶段，有很多新问题，尚待进一步探索和研究，由于我们水平有限，本书（分上、下册）在内容上不免挂一漏万，不足的地方可能不少，尚望专家和读者指正。

编者 1989年10月8日

目 录

第一章 外贸企业概论	(1)
第一节 外贸企业的概念	(1)
第二节 外贸企业的种类	(5)
第三节 对外贸易在我国国民经济中的地位和作用	(7)
第四节 外贸企业的职能	(11)
第五节 外贸企业的素质	(12)
第二章 外贸企业管理总论	(16)
第一节 外贸企业管理的必要性	(16)
第二节 外贸企业管理的性质	(18)
第三节 外贸企业管理的职能	(20)
第四节 外贸企业管理原理	(23)
第五节 外贸企业管理的基本原则	(32)
第六节 外贸企业管理的方法	(38)
第三章 我国对外贸易经营管理体制	(42)
第一节 我国对外贸易经营管理体制的建立	(42)
第二节 我国对外贸易国家管制的基本手段	(46)
第三节 我国对外贸易管理体制的逐步改革	(55)
第四节 我国外贸企业的内部管理体制	(64)
第四章 外贸企业计划管理	(73)
第一节 外贸企业计划管理的重要性	(73)
第二节 外贸企业计划管理的任务	(75)

第三节	外贸企业计划管理的原则	(77)
第四节	外贸企业计划管理的种类	(81)
第五章	外贸企业出口业务管理	(86)
第一节	出口战略目标	(86)
第二节	出口货源的组织管理	(89)
第三节	出口商品质量管理	(92)
第四节	出口业务成交管理	(96)
第五节	出口销售渠道及客户管理	(106)
第六节	出口商品的配额与许可证管理	(118)
第六章	外贸企业进口业务管理	(125)
第一节	进口战略的重点	(125)
第二节	进口业务管理的指导思想	(127)
第三节	进口许可证的管理	(132)
第四节	进口业务各环节的管理	(137)
第五节	技术引进贸易的管理	(148)
第七章	海关业务管理	(159)
第一节	我国海关的方针、政策和任务	(159)
第二节	海关对进出口货物的监管规定	(161)
第三节	海关对征收关税的规定	(164)
第四节	海关对各种灵活贸易方式的监督	(168)
第五节	海关对走私及违反海关监管规定行为的惩罚规定	(176)
第八章	外贸企业保险业务管理	(182)
第一节	涉外保险及其管理的概念	(182)
第二节	涉外保险管理的内容及程序 (一)	(191)
第三节	涉外保险管理的内容及程序 (二)	(207)

第九章 外贸企业进出口商品价格管理	(224)
第一节 进出口商品价格的形成.....	(224)
第二节 出口商品价格管理.....	(230)
第三节 进口商品价格管理.....	(236)
第十章 外贸企业商情管理	(240)
第一节 商情管理概述.....	(240)
第二节 商情调查.....	(244)
第三节 商情调查的组织与管理.....	(251)
第四节 商情预测管理.....	(257)
第五节 建立商情网络管理系统.....	(263)
第十一章 商检管理	(271)
第一节 商检管理的重要性.....	(271)
第二节 进出口商品检验与监督管理.....	(276)
第三节 普惠制原产地证书的签发和管理.....	(289)
第十二章 外贸企业出口商品包装业务管理	(301)
第一节 包装在出口商品中的地位和作用.....	(301)
第二节 出口商品包装的原则与要求.....	(305)
第三节 包装的分类与标志.....	(307)
第四节 包装的功能.....	(313)
第五节 包装与创汇的关系.....	(315)
第六节 加强出口商品包装管理工作.....	(318)
第十三章 外贸运输与仓储管理	(321)
第一节 外贸运输管理的特点与要求.....	(321)
第二节 外贸运输的合理组织.....	(326)
第三节 进出口货物海运运输业务管理.....	(334)
第四节 外贸仓储管理.....	(340)

第十四章	外贸企业进出口合同管理.....	(345)
第一节	进出口合同的概念和作用.....	(345)
第二节	进出口合同的基本内容.....	(347)
第三节	出口合同管理.....	(355)
第四节	进口合同管理.....	(364)
第五节	争议、索赔和理赔.....	(366)
第十五章	外贸企业财务管理.....	(374)
第一节	外贸企业财务管理概述.....	(374)
第二节	财务管理方法.....	(377)
第三节	资金管理.....	(384)
第四节	商品流通费管理.....	(398)
第五节	盈亏管理.....	(404)
第十六章	外贸企业集团管理.....	(413)
第一节	企业集团的概念.....	(413)
第二节	外贸企业集团的组建.....	(420)
第三节	外贸企业集团的领导与管理.....	(431)
第十七章	合资经营企业的管理.....	(435)
第一节	合资经营企业概述.....	(435)
第二节	合资经营企业的组织管理.....	(442)
第三节	合资企业管理.....	(446)
第四节	合资企业的登记与监督.....	(454)
第十八章	外贸企业投资决策管理.....	(461)
第一节	投资决策概述.....	(461)
第二节	投资决策需要考虑的重要因素.....	(465)
第三节	评价投资决策方案的方法.....	(474)
第四节	几种投资决策.....	(483)

第五节	投资效果评价中的敏感分析.....	(492)
第六节	投资决策中风险程度的衡量.....	(496)
第七节	投资预算的管理.....	(510)
第十九章	外贸企业管理艺术.....	(504)
第一节	管理艺术研究的意义及提高和运用管理艺术.....	(504)
第二节	人际关系协调技巧.....	(524)
第三节	经营谈判技巧.....	(535)
第二十章	我国外贸企业管理的发展趋势.....	(541)
第一节	外贸企业的竞争与联合日益强化.....	(541)
第二节	外贸企业管理现代化进程加速.....	(545)
第三节	法制将成为外贸企业现代化管理钥匙.....	(550)
第四节	我国外贸企业将逐步走向跨国经营.....	(557)
附表		(564)

第十一章 商检管理

第一节 商检管理的重要性

商品检验是国际贸易中买卖双方在交付货物是否符合合同规定和标准要求，进行品质、数量和重量以及根据国家法律或政府法令的规定，对某些商品的安全、卫生等进行检验和检疫的工作。

外贸企业在经营进出口商品的过程中，确定成交的商品是否符合要求，都必须经过国家商检机构或是有资格的、独立的商检机构按照国际贸易法规和惯例、合同或有关标准进行检验。商检机构不仅是决定商品是否合格，还是确定造成商品损失应由谁承担责任，以第三者的公正立场来断定。因此，为了维护国际贸易有关各方的合法权益，促进我国对外经济贸易的顺利发展，保证进口商品的质量，出口商品的信誉，外贸企业一定要做好商检的管理工作。

一、依法对进出口商品施行检验

1989年2月全国人大常委会通过、8月1日起施行的《中华人民共和国进出口商品检验法》（以下简称商检法）是使商检工作制度化，法律化的一部经济法、涉外法，它不仅要求外贸部门和商检系统贯彻执行，也是规范全国和进出口商品检验与监督管理的有关各部门、各单位的法律。

商检法是以对外开放为基本方针，以维护对外贸易有关

的合法权益，促进对外经济贸易的发展为宗旨，同时，它还体现了宪法上关于国家保护社会主义的公共财产，禁止任何组织或个人扰乱社会经济秩序的基本原则，有利于外贸企业在经营活动中防止损害国家利益一切行为的法规。

商检法从中国的实际出发，以我国商检工作长期实践证明是正确的、成功的经验用法律形式确定下来的。如：实行《种类表》制度，进口和出口的报验，检验的各项制度，危险出口货物包装容器的性能鉴定和使用鉴定制度，装运易腐变质食品的船轮、集装箱的检验制度，在出口国装运前的预检验制度以及其它行之有效的监督管理制度等，都能使其制度化、法律化。

商检法是我国进出口商品检验工作的法律依据和可靠的法律保障，所有从事进出口贸易活动和进出口商品检验工作的有关部门、单位和人员都必须遵守和执行的，不仅规定了从事进出口贸易的有关单位应该履行商检的职责，而且对执法的商检机构和它指定的检验机构的权利和义务也有明确的规定，如果玩忽职守、滥用职权等不正确履行职权的，都得受到处分直至追究法律责任。

二、外贸企业对商检管理的重要作用

外贸企业能否顺利开展进出口业务的基本条件之一，就是能否使商品的品质、数量、包装以及安全、卫生等方面符合合同或颁布的商品标准（国际标准、国家标准、部定标准、企业标准）的规定要求，而商品质量的好坏又决定于外贸企业对商检的管理。如果出口商品的质量好，就能在国际贸易市场上具有竞争性、适应性和稳定性，从而扩大我国对外贸易的发展；经营进口的商品，如果都能符合我国工农业生产

产、科学研究和国防建设的需要，以及调剂人民生活 and 保障人民健康等方面的要求，也就能加速社会主义有计划商品经济发展的进程。

随着我国进出口商品的日益增多，对商检的管理只依国家商检机构的把关是不可能完全凑效的，必须要求所有经营对外经济贸易部门、单位协同配合参与商检管理，方能得到较好的效果。特别是外贸企业要对经营的进出口商品的全过程负责，包括商品的生产过程、收购过程应有严格的质量要求，同时还要保证商品装运后对方收货认为符合合同要求，没有索赔退货事件发生，这才算经营过程的最终了结，因此，外贸企业对商检的管理将是整个经营活动中一个关键性的环节。

外贸企业进行商检管理的作用主要有如下几个方面：

(一)能够对国民经济有计划按比例发展产生重要影响。我国是社会主义有计划的商品经济，社会再生产是根据社会的需求，在国民经济各部门中是有计划按比例地客观规律安排的，为了扩大再生产需要进口一部分先进技术和设备、原材料，以更新和改造原有设备的生产能力，加速国民经济的发展是完全必要的。如果进口的设备和原材料不符合质量要求，这就会使用货单位不能按时投产或顺利生产，进而还会影响与之相联系的其它生产企业，破坏了国民经济有计划按比例的综合平衡；如果外贸企业重视商检管理，加强对进口商品的检验监督，不让伪劣商品进口，保证引进的技术设备和材料能按时按质按量投入生产，使国民经济得以有计划的运行。另一方面，对出口商品的商检管理，可以防止不合格的商品出口，保证国家声誉，避免退货索赔事件发生，使出口

贸易顺利成交、结汇，为进口提供用汇、换货条件，使创汇、用汇得到良性循环。

(二)能够促进我国工农业生产及科技水平的迅速提高。外贸企业的进出口贸易都是在国际间激烈的竞争中进行的，这种竞争无疑地将激发和促进国内工农业生产和科技的更新与革命，需要不断地增加新的花色品种，提高产品质量。虽然，在国际商品市场上有智谋的较量，技术实力的较量，但最重要的还是商品质量的竞争，要想扩大我国出口商品市场，必须突破出口商品质量这一关，外贸企业通过对商检的管理，一方面要大力宣传国际市场对商品质量的严格要求，加强生产经营对质量意识的形成；另一方面要按照国际市场的要求，随时提供信息，大力帮助和指导工农业企业生产出口商品，不断地使其创新，促进国内工农业生产的发展。

(三)对于实现社会再生产的目的，提高人民生活具有一定作用。社会再生产的目的在于满足人民群众日益增长的物质文化的需要，人民生活水平的提高主要体现在人民消费需要的实现，人民消费需要的商品，除了由国内直接生产提供以外，在国民收入逐步提高的情况下，还得通过国际市场交换，进口一部分商品以满足需要。外贸企业是主要进口商品的组织者，对进口商品必须进行商检管理，如能严格的检验与监督，使进口的生活消费品人民乐意接受，就能保障消费者的利益，进口合乎规格的技术设备和原材料使企业能顺利投入生产，增加新品种，提高消费品的档次，满足人民的消费需要。那么，外贸企业的商检管理对实现社会再生产目的，提高人民生活具有积极作用。

三、外贸企业加强商检管理的主要措施

外贸企业重视和严格施行商检管理是企业经营进出口业务中保证质量最有力的措施之一。而商检工作除国家商检机构对进出口商品“守口把关”以外，外贸企业应该在组织出口货源时尽可能与商检部门配合深入生产、收购环节，利用技术和信息优势，积极扶助出口生产厂（场）创造出能够适应层次多样的，在国际市场上具竞争力的合格产品，以扩大我国的出口商品市场。其主要措施如下：

（一）深入生产基地，推广适合外销的优良品种，促进生产发展。目前我国出口商品的结构中，农产品仍占一定比重，有许多传统产品在国际市场占有明显优势，但是，由于生产基地的品种混杂、质量下降，影响了外销量，外贸企业为了稳定我国已有的出口商品市场，必须与生产部门积极帮助基地对生产的品种选优汰劣，推广适合外销的品种以扩大出口。

（二）利用技术和信息优势，帮助出口生产厂进行技术改革、产品更新，创造出一批达到国际水平的生产厂。国内有的出口食品生产厂，由于设备和技术管理、卫生条件都不太符合生产出口食品的要求，以致一度被进口国吊销注册编号，影响了国际信誉。针对这一情况，外贸企业应与商检部门配合，积极给厂方提供国际食品卫生标准资料，帮助审定设备改造图纸，并派专业技术人员参与指导，使生产厂在设备、技术、产品、卫生均达到出口标准，并邀请进口国代表来考察验收，以获得这些国家政府的注册、编号，使我国的食品能进入发达国家市场，成为具有国际水平的食品生产厂。

（三）对有毒有害物质污染出口商品情况要及时普查预

告，积极采取措施，以适应出口的要求。国际商品市场对进口商品含各种有毒、有害物质的限量规定历来是很严格的，并且要求越来越高，是一些发达国家作为贸易保护措施，非关税壁垒的方式之一。外贸企业如不强化商检管理，突破这一壁垒，我国出口商品将会被拒收、索赔。因此，外贸企业应经常组织专业人员对重点出口商品的农药残留量、抗生素、有害重金属、各种有害菌类以及有害的化学元素等进行调查，如果含量超过标准，及时发出预告，协同有关部门采取措施，降低有害物质含量，以适应出口需要。

（四）通过商检管理确保名牌商品在国际市场的声誉。我国的许多出口商品在国际市场享有很高声誉，如：青岛啤酒、梅林罐头、浏阳花炮等等，有的商品在发达国家的市场上能够创最高销量记录。外贸企业对名牌商品还要协助厂方对品质、商标、包装等多方面进行研究改进，使得名牌商品在国际市场上声誉能经久不衰，并力争创造出更多的名牌商品应市。

第二节 进出口商品检验与监督管理

一、我国商检机构的主要任务

按照商检法的规定：“国务院设立进出口商品检验部门（简称国家商检部门）主管全国进出口商品检验工作。国家商检部门设在各地的进出口商品检验机构（简称商检机构）管理所辖地区的进出口商品检验工作。”这就规定了商检机构和国家商检部门、商检机构所指定的检验机构，要依法对进出口商品实施检验。