

外向型经济学习参考材料之四

# 国 际 市 场

一九八八年四月

## 说 明

赵紫阳同志考察了长江三角洲地区的经济工作，高瞻远瞩地提出了我国沿海地区发展外向型经济的战略设想，邓小平同志在批示中强调“特别是放胆的干，加速步伐，千万不要贻误时机”。这一战略决策，不仅对加速沿海地区经济的发展，而且对整个国家的经济振兴，实现党的十三大提出的经济发展的战略目标，具有深远的意义。

为了贯彻落实这一发展战略，必须要有一大批既懂政策又懂业务的干部来做好这项工作，选编本参考书目的在于帮助这些干部学习、了解、掌握党的发展外向型经济的方针、政策、原则和了解、掌握国际经济及外经外贸专业知识，以适应发展外向型经济的需要。

本参考书共分七辑，第一辑：发展外向型经济战略；第二辑：国际经济技术合作；第三辑：外贸实务知识三百题；第四辑：国际市场；第五辑：国际金融与信贷；第六辑：发展中的亚洲“四小龙”；第七辑：涉外经济谈判策略与技巧。由钱志新、李荣融任主编，由张庆增、范焕松、曹振兴、尹晨、汪学海等同志任编委。由范焕松、李林焕、曹振兴、查全湘、谢金海、朱友良、王家明、荣仲华、朱铭岳、尹晨、张庆增等同志执笔。

本书作为发展外向型经济学习参考材料，仅供读者学习参考，由于编者水平有限，书中难免出现不当甚至错误之处，敬请读者批评指正。

一九八八年四月

# 目 录

## 一、国际市场的概念和类型

## 二、国际市场环境和趋势

(一)国际市场环境…………… ( 4 )

(二)国际市场趋势…………… ( 11 )

## 三、国际消费品市场和工业品市场

(一)国际消费品市场…………… ( 28 )

(二)国际工业品市场…………… ( 41 )

## 四、国际市场分类

(一)世界主要市场之一——发达国家市场… ( 49 )

1、北美市场…………… ( 50 )

2、日本市场…………… ( 58 )

3、西欧市场…………… ( 68 )

(1)共同体市场…………… ( 69 )

(2)西德市场…………… ( 72 )

(3)英国市场…………… ( 75 )

(4)法国市场…………… ( 77 )

(5)意大利市场…………… ( 81 )

4、澳大利亚和新西兰市场…………… ( 84 )

5、苏联东欧市场…………… ( 91 )

(二)世界主要市场之二——发展中国家市场

…………… ( 94 )

|               |         |
|---------------|---------|
| 1、中东市场·····   | ( 95 )  |
| 2、港澳市场·····   | ( 98 )  |
| 3、东南亚市场·····  | ( 102 ) |
| 4、南亚市场·····   | ( 104 ) |
| 5、拉丁美洲市场····· | ( 107 ) |
| 6、非洲市场·····   | ( 111 ) |

## **五、选择开拓国际市场**

|                     |         |
|---------------------|---------|
| (一)我国的国际市场发展战略····· | ( 114 ) |
| (二)如何选择开拓国际市场·····  | ( 125 ) |
| 1、国际目标市场的初选·····    | ( 125 ) |
| 2、确定进行市场机会调查·····   | ( 129 ) |
| 3、市场容量和潜在容量·····    | ( 131 ) |
| 4、市场竞争情况·····       | ( 134 ) |
| 5、目标市场选择决策·····     | ( 138 ) |

## **六、企业开拓国际市场的经验范例选录**

|                          |         |
|--------------------------|---------|
| (一)日本汽车是如何进入美国市场的? ····· | ( 141 ) |
| (二)I B M销售成功的奥秘·····     | ( 144 ) |
| (三)青岛啤酒进入美国市场·····       | ( 151 ) |
| (四)香港假发制造业的兴起·····       | ( 153 ) |
| (五)机床灯销量上升的启示·····       | ( 156 ) |

## **附件:**

|                                         |         |
|-----------------------------------------|---------|
| (一)国际市场部分商品月平均价格·····                   | ( 158 ) |
| (二)中美纺织品新协议配额品种及数量一览表·····              | ( 164 ) |
| (三)经贸部调整出口许可证商品目录、地区范围<br>和发证单位一览表····· | ( 168 ) |
| (四)实行许可证管理的商品种类有部分调整·····               | ( 185 ) |

# 国际 市 场

国际市场是商品经济产生和发展以来，世界各民族、地区、国家之间逐渐产生的经济贸易关系。任何国家和地区的经济发展，都不能离开当今迅速地、普遍地发展着的国际市场关系，目前，我国正致力于改革、开放。拓展国际市场是我国开发国外资源、引进国外先进技术、利用外资的重要途径，也是我国经济实现向外向型经济转变的重要途径，必须引起足够的重视。

## 一、国际市场的概念和类型

国际市场又称世界市场，是指世界各个国家和地区之间商品交换的场所及领域，是指包括由国际分工联系起来的各个国家和地区之间商品交换关系的总和。从全世界范围来看，每一个国家和地区的市场，都是国际市场的一个组成部分。

国际市场包括商品市场、金融市场、科技市场、劳务市场、航运航空市场、信托保险市场等等，但主体是商品市场，其余都是为促成商品交易成功提供服务的。国际商品市场又可分为有固定组织形式市场和没有固定组织形式的市场。前者主要有商品交易所，国际商品拍卖，工商业的国际博览会和展览会等形式；后者主要有直接谈判成交，补偿贸易，加工贸易，租赁贸易等形式。

国际市场的类型。国际商品市场是国际市场的主体，其他还有国际金融市场、国际航运市场、国际航空市场、国际劳务市场、国际保险业市场等，都是为促成国际商品流通提供服务的。这里重点介绍国际商品市场。就国际商品市场而言，它可以分成两种形式。

**（一）有固定组织形式的国际市场。**它是指以下几种组织形式的市场。

**商品交易所。**商品交易所，是指资本主义国家中一种常见的大宗商品买卖场所，也是国际商人进行投机买卖活动的场所。商品交易所的交易方式主要有两种；一种是现货交易，是指买卖双方成交后即进行实物的交割，所以又叫即期贸易。另一种是期货交易，是十九世纪中叶在期货合同基础上发展起来的一种特殊交易形式，是指买卖双方在交易所谈判成交后，约定在规定的远期办理交割事宜。现代商品交易所的主要业务，就是期货交易。

**国际商品拍卖。**国际商品拍卖是资本主义市场上一种特殊的贸易方式，是经过专门组织，在规定时期和地点，按一定章程举行的国际市场。首先由拍卖行预先制作公告，公布货物的品名、存放地点、拍卖时间和地点，欢迎有兴趣的人士前往竞购。届时由拍卖行按一定的章程和规则主持拍卖，以公开叫价竞购方式，当场把商品卖给出价最高的买主，随即办理交割手续。成交后，货主付给拍卖行一定的佣金和手续费。

**展卖。**展卖是指一国或多国组织的地区性或世界性商品展览和销售相结合的交易集市。目前，资本主义国家和地区都举办国际商品展览会、博览会展出商品，同时洽谈交易。因此，凡一国或多国举办国际博览会、商品展览会、展销会，把展览和销售结合起来的形式的形式，都叫做展卖。我国展卖的主要途径是

参加在民主德国的莱比锡和日本东京等地举办的国际博览会，或在国外举办单一的商品展览会，在广州举办中国出口商品交易会，以及在天津、北京、上海、大连等地举办的对外贸易小型专业交易会。

**（二）无固定组织形式的国际市场。**它包括直接的商品购销形式和间接的商品购销形式两种。

**直接的商品购销形式。**是指买卖双方不通过固定的国际贸易集市，直接进行磋商的一种贸易形式。采取这种购销形式，买方和卖方都可以自由选择交易对象，双方可以直接对商品规格、数量、价格、付款条件等进行洽谈或通过函电磋商、达成交易后，即可订立合同，据以执行。世界各国和地区大部分商品的进出口贸易，都是采取直接的购销形式，已成为国际贸易中最通行的方式。

**间接的商品购销形式包括补偿贸易和加工贸易。**补偿贸易是与易货贸易十分近似的一种贸易形式，是在长期信贷的基础上发展起来的一种间接的商品购销形式。通常是由买方在信贷基础上，从卖方进口机器设备、技术、原材料、劳务，约定在一定时期内，用企业生产的商品，或双方商定的其它商品和劳务，分期偿还贷款或设备价款的一种贸易形式。间接加工贸易的形式较多，常见的有进料加工、来料加工，装配业务，协作生产等都已成为国际上的习惯做法。

最后是租赁贸易，它是近30年发展起来的一种以物资为基础的新型融资方式。在这种形式下，出租人用自有资金或银行贷款购买设备，在一定时期内租给承租人使用，并按合同协议收取租金。在租赁期内设备的所有权属于出租人，使用权属于承租人。目前在国际市场上租赁贸易有长期租赁（几年到几十

年)、中期租赁(1—3)年、短期租赁(几小时到一年左右)。长期租赁在国际贸易中日益兴盛,租赁的商品主要是一些大型工业设备、如工厂成套设备、大型电子计算机、石油勘探设备等。八十年代以来,它的范围越来越广泛,大至工厂成套设备,小至精密仪器、集装箱、电视机等。

## 二、国际市场环境趋势

### (一) 国际市场环境

在国际市场上,各国之间存在着经济、政治、文化、社会等方面差异,这些差异对我们的外销企业是不可控制的,是既定的环境条件,我们只能重现它,下面分析一下几个主要方面的影响因素。

#### 1. 经济方面的因素

首先,必须了解国际市场发展的总趋势,才能把握开拓市场的机会。第二次世界大战结束以来,国际市场发展趋势是不断扩大,其表现为世界贸易额除极少数年份以外都是增长的,而且世界贸易额的平均增长率超过了世界生产总值的平均增长率。从1950到1980年,世界贸易额增长了20多倍。世界贸易额迅速增长、国际市场不断扩大的主要原因是:科学技术的进步使运输、通讯的手段和工具有了长足的进步;技术贸易大发展,国民经济和产业结构发生变化,促使国际分工不断发展;跨国公司和跨国银行迅速发展,国际资本流动大大加强以及人口增加和生活水平提高。战后国际贸易的发展也不是一帆风顺的,它遇到两个方面的阻挠。其一是资本主义经济危机,由于资本主义不可克服的内在矛盾激化,资本主义世界不断爆发周期性危

机，使资本主义生产一次次受到冲击，贸易也受到干扰，特别是最近的1979~1982年经济危机，几乎波及全世界，世界贸易曾出现连续二年下降；其二是各资本主义国家之间的发展不平衡，有些国家保护贸易势力抬头，要求保护本国市场，设置贸易壁垒，限制外国商品进口，因而限制了国际市场的扩大。尽管面临一定的困难，但国际市场继续扩大的总的趋势是任何人都无法改变的，认清这一点，对我们开拓市场的企业家们是十分重要的。

其次，国际市场商品的构成发生变化，农矿初级产品比重下降，制成品比重上升，表现在参加国际贸易的各个国家和地区的经济与产业结构发生变化，发达国家生产力扩大，劳动生产率提高，工业向高附加价值、高技术、低能耗、低污染和少用人工的方向转化，这些国家的进口向高质量和多样化方向发展。发展中国家大力推进工业化，取得不同程度的进展，其中一部分国家和地区的工业化已经达到相当水平，出口中工业制成品占的比重很大，虽然这些国家和地区在世界贸易中的比重目前占的份额还不大，但上升的速度较快，特别是在世界制成品贸易中的比重上升幅度较大。由于发展中国家致力于发展工业，故其进口中机械设备和其它生产用资料占重要地位。

第三，在国际市场上，发达国家和发展中国家所处的地位不同，国际贸易中的大部分是在发达国家之间进行的，1950年发展中国家的出口占世界出口总额的比重约为30.5%，1973年降为17.4%的最低点，以后才逐渐回升；从出口商品结构上看，发达国家出口的商品以制成品为主，多数发展中国家的出口中，农矿初级产品仍占相当大比重；在国际市场价格决定上，发达国家具有远比发展中国家为大的决定权，造成这种情况的原因在于双方的资本实力和技术实力相差悬殊。

第四，集团贸易是当代国际贸易中普遍存在并趋向扩大的一种组织形式，例如西方发达国家之间有欧洲经济共同体，东欧有经济互助委员会；发展中国家有亚洲的东南亚国家联盟，拉丁美洲的安第斯条约组织等。这些集团经济组织规定成员国之间的贸易受保护，但限制集团外部国家的商品进入。

以上介绍的是主要的经济因素。从经济上看，影响最大的是两个方面，一方面是人均收入高低，收入水平高的国家和地区人民的购买力高，市场容量大。市场需求趋向多样化和高级化；收入水平低的国家和地区的市场则受群众购买力的限制，倾向于生活必需品。同时我们也应注意到，虽然一些发展中国家的平均收入水平较低，但存在着收入分配不均的现象，其中高收入阶层的消费水平往往与发达国家居民不相上下，甚至有过之而无不及，在我们考虑选择出口对象市场这一点是不可忽视的。另一方面则是属于经济地理方面的，包括自然资源、地理位置、气候以及交通运输状况等，这些因素对于出口的影响很大。例如，生产裘皮制品的企业选择热带国家作为出口市场，肯定是徒劳无功的。同样的，从事原油出口的公司，就无需再打中东国家的主意。

## **2. 文化方面的因素**

在国际市场上，文化因素对出口贸易的影响很大，文化的概念十分广泛，很难找到可供比较的模式。各国文化之间的差异状况错综复杂，很难象经济方面那样根据经济发展水平划分几个类型。拿法国和西德来说，同为发达的工业国家，两国的经济发展水平相近之处甚多，但就文化背景而言，却相差甚远。因此，分析各国文化背景时，最好采用逐个研究的方式。一般说，对一个国家、一个民族或一个地区的文化，可从以下几个

方面去分析。

(1) 宗教。世界各大宗教，大致有其主要流行地区。基督教主要流行在北欧、北美和澳洲；而西欧很多国家和南美则主要流行天主教，中东以至北非，大体上属于伊斯兰教的势力范围；亚洲很多地区盛行佛教。这只是大体的区分，实际宗教分布情况极为复杂。至于较小的宗教更是不胜枚举。宗教对各民族的文化影响至深，人们的道德伦理观念深受其所信仰的宗教教义的影响。信仰基督教的新教徒的伦理主张努力工作、节俭、储蓄，这对人们的消费习惯、购买方式和企业经营作风都有密切的关系；伊斯兰教的信徒禁食猪肉、禁止饮酒，猪肉食品和烈性酒的制造厂家寻求国际市场时，伊斯兰国家就应不在考虑之列。

(2) 家庭。社会学对家庭的研究十分深入，这里只提一下其对市场销售有关的方面。例如家庭中夫妻之间的关系可以大体划分为三种类型：第一类家庭中，妻子处于传统上的从属地位，对于家庭事务的决定基本没有发言权和决定权，中东一些国家迄今仍或多或少保持这种状态；第二类家庭中，妻子虽有更多的自由和权利，但丈夫对绝大多数重大事项拥有最后决定权，妻子实际上仍处于一定程度上的从属地位，这一类的家庭在拉丁美洲和日本、苏联等国较为普遍；第三类家庭中，夫妻大体上处于平等地位，许多西欧、北美的发达国家可列入这一类。家庭中夫妻之间的关系会直接影响由谁来做购买决定，并影响实际的购买行为。

(3) 意识形态。宇宙观和人生观影响人对事业和生活的态度。宗教徒的思想受教义的制约，其社会活动大半局限在教友的圈子里；无神论者的活动，约束较少，而以志趣为转移；利己主义人生观，一切从个人出发，竭尽追名逐利之能事；共产主

义人生观，以一心为公，舍己为人为荣。不同的宇宙观和人生观形成不同的社会道德和社会风尚。意识指导人们的行为，购买行为当然也不例外。中国江西景德镇的磁器质量优于意大利的产品，但在法国市场上，后者的价格高于前者十几倍，主要原因在于景德镇磁器上画的是仕女山水，而意大利磁器上画的是圣经故事。

(4) 教育文化水平。这方面包括的内容亦相当广泛，凡文学、艺术、科学、技术、医药、卫生、新闻、出版、影视等均属之。教育文化水平不但影响一个社会的生活习惯与对商品的需求倾向，也反映出社会的精神面貌。可见教育文化水平是构成一个社会生活方式的决定因素。一个民族的文盲率高低和一般教育水平如何，大致与其经济发展水平是一致的。不同的文化素养，表现出不同的审美观念，购买商品时的选择原则和选择方式就不一样。各国的教育制度和教育方法不同，同样是高等教育，效果可能并不相同。一般说欧洲国家对大学生入学的标准比美国掌握得严。美国的大学教育中着重启发和培养学生的实际能力，而欧洲侧偏重于知识的传授。这些区别，对于企业管理人员的培养方面的影响也很大。

(5) 风俗习惯。一个社会，一个民族的婚丧仪式、饮食习惯、劳动分工、社团活动等都与人们的文化素养与传统习惯分不开，对居民的消费方式起着决定性的作用。例如，中国的抽纱工艺品在意大利畅销，这同意大利的风俗很有关系，在意大利，一个女婴降生，她的双亲就着手为她准备嫁妆，看到漂亮的台布，床罩、被套，枕袋之类的抽纱制品就买上一、两件，积攒到女儿长大成人出嫁时，一般就有几十套抽纱品做为妆奁。意大利人对抽纱品的花型有特殊的偏好，他们最喜爱玫瑰，据说这是幸福的象征，最厌恶菊花，认为它是不祥之兆。可见，了

解各民族的风俗习惯，对从事国际经营的企业家是多么重要。！

### 3. 政治方面的因素

政治因素是市场环境中重要的一个方面。考虑政治因素时，首先要考虑一个国家或地区的社会性质和政治体制如何，独立性或附属性如何，有没有与其他国家结成政治或经济联盟等问题。从这些基本情况可认识这个国家或地区所公布的有关经济、贸易的法令、条例和实施的具体政策的真谛所在。譬如说，对进口政策，是开放自由出入还是限制？限制是属于一般性的保护还是歧视性的？外汇管理方面是自由买卖还是严格管制？对外资是限制还是欢迎？了解这些问题，对估计在该国或地区进行贸易的可能性与现实性及其发展前景关系极大。

其次，要考虑一个国家或地区政府与民间企业的关系，不同政治体制下，情况有很大不同。一般说，实施计划经济的国家，国家机构对经济生活进行全面的管理，企业对外活动受国家机构的严格管理；而实施市场经济的国家，政府对企业的管理不那么直接。实际上，几乎所有的国家都干预经济生活，对企业活动进行调节，只是干预的程度和手段不同罢了。资产阶级政府往往宣传保护公平竞争的原则，维持消费者权益，而反对垄断市场，反对低价倾销，这些都是我们的外销企业应该注意的问题，我们国家向美国市场出口的某些商品已经受到反倾销法的制裁，受过损失，今后应该提高警惕。

再者，还要深入分析这个国家或地区的政局稳定性如何。日本的大商社非常注意搜集这方面的情报，有时某个国家发生政变，其东京总社得知消息比日本的外务省还要早。日本商社花很大力量搞政局情报，主要是为了预防政治风险，因为这种政治风险将使有关的企业遭受沉重的经济损失。政治风险的来

源可能是：政府更迭，政体改变，社会动荡，治安混乱，政府的经济政策突变，爆发战争，国家间关系的重大变化等。

#### 4. 社会方面的因素

社会方面的因素同样十分复杂，大体上包括商业习惯、一般机构的办事效率和工作作风、工会组织的状况和生活方式等。这些因素是从事市市场经营的经理人员必须注意的问题。

(1) 商业习惯。有些市场特别注重商业信用，严格要求言必信，行必果；有些市场则不是这样。这对外销企业如何对待客户十分重要，对不十分守信用的客户，遇事必须讲究保证，必要时增加担保事项，避免遭受损失。业务谈判上，各国商人的习惯作法也不尽相同，有的在价格与合同条款上喜欢软磨，有的比较干脆，要区别对象，采取不同的对策。一般美国人在谈判时，听到对方提出自己不同意的意见时马上表态反对，而自己提出的意见对方没提异议，即认为是对方同意了。在外贸谈判中，我们中国人的态度有时比较含蓄，在听到对方意见时，不讲同意，一般就是不同意，而不同意时，又往往并不及时指出，这在谈判过程中经常引起误解，美国人认为我们出尔反尔，我们认为美国人态度蛮横。这些问题我们的经理人员必须了解，才能在与外商打交道时取得满意的结果。

(2) 有关机构的办事效率和工作作风。从事经营的企业家必须与所在国的各种机构接触，对官僚作风，办事拖拉的机关，遇事就要早办、勤催，免得临时周章，延误业务。有的地方的官员贪污受贿十分严重，遇到这样的机关，别无它法，只好入境随俗了。

(3) 工会活动和罢工。各国工会的组织状况和生活方式不同，有的国家工会经常搞罢工，与这些国家进行贸易时要把这

个因素考虑进去，特别是码头工人的劳动态度与装卸效率是必须考虑的因素，这对货物的装卸与运输，关系十分重大，事先如不了解，可能造成压船、压仓，遭受沉重损失。

以上四个方面的各种因素都是经营外销出口的企业所必须加以注意的。它们是国际市场重要的环境因素，要熟悉这些情况，掌握其中的奥妙，避免其中不利的方面，利用其中有利的方面，以取得开拓国际市场的好成绩。

## **(二) 国际市场趋势**

瞄准国际和国内两个市场，积极参与国际交换和国际竞争，走国际大循环经济发展之路，这是当前我国经济发展的一个新趋势。为此，了解国际贸易形势，把握国际市场动向已是当务之急。

### **世界贸易增长速度放慢**

1987年世界贸易的基本特征是：增长减慢，市场由旺转淡，失衡加剧，竞争日益激化。1987年世界贸易要比经济形势好，这是由于贸易对经济变动的反应带有滞后性，1988年国际贸易环境中不利于贸易发展的因素将有所加强，但对不同类型的国家和商品影响也不同，化弊为利的可能性是存在的，但预期世界贸易量的增长速度将进一步放慢。

自1986年以来，世界贸易量呈现逐年减缓的趋势。预计1987年世界贸易量仅增长3%，低于1986年的3.5%，而今年世界贸易量的年增长率将只能达到2—2.5%。世界贸易受到全球经济低速增长的制约，而经济的增长对贸易的推动也有所减弱。70年代初期，世界经济增长1%，贸易却增长1.6%；而1987年世界经济增长1%，贸易仅能增长1.2%。然而，按美元

计算的世界贸易值却出现大幅度增长的趋势。1987年上半年，世界贸易值为11767亿美元，比1986年同期增长13%，预计全年将超过这一增长幅度。这种现象是一种错觉，因世界贸易值以不断下浮的美元计算而造成的，它掩盖了世界贸易低速增长的真实情况。在股市跌风和其它因素的交错作用下，私人消费支撑的市场销售正逐渐由旺转淡。

美国、日本和西德等发达国家贸易不平衡现象十分严重。贸易收支的失衡不仅引起国际商品市场的动荡，而且也成为世界金融市场混乱的重要因素。

市场问题是国际贸易中带有根本性的问题，世界各国对出口市场的争夺日趋激化。在世界进口结构中，发达国家所占比重不断上升，1985年为68.5%，1986年为70.2%，1987年上半年为72.5%；而发展中国家却从1982年25.3%的高峰跌到18.5%。按国别而言，美国是最大的进口市场，是各国争夺的重点。但由于美国加强对进口的限制，西欧、日本市场以及香港、新加坡等转口市场也成为争夺的重点。国际市场的变化，以及贸易和汇率风险的加大，需要我们加强市场和金融情报信息的搜集和分析工作，把握推销和进口时机，提高出口商品的国际竞争能力。

### **大宗商店价格涨势甚猛**

1987年，世界商品市场前景虽不很好，但未出现逆转，价格水平逐渐转稳。制成品市场好于初级产品市场，而在成品中，技术密集型产品市场好于劳动密集型产品市场。

1987年国际商品市场价格涨势很猛。。世界初级产品美元价格上涨约27%，其中，农产品原料上涨23%，有色金属上涨53%，粮油食品和饮料价格上涨约13%，原油价格上涨10%左

右。制成品价格继1986年上涨16%之后，1987年上半年又上涨8%，估计全年仍可上涨16%左右，有些产品如石油化工产品的价格上涨幅度达40%以上。

估计1988年世界贸易将持续缓慢增长，因此，世界商品市场前景虽然不十分乐观，但不会出现逆转，价格总水平可能逐渐转稳。制成品市场一般要比初级产品市场好，而制成品中技术密集型产品市场一般要比劳动密集型产品市场好。

轻纺日用消费品。目前整个纺织品市场活跃，价格继续上涨。美国日本，西欧各国纺织业平均开工率继续保持在90%左右，特别是美国高达98.9%。估计这种好势头将持续的时间更长一些。

机电产品。估计1987年世界机电产品贸易额达7000多亿美元，约占世界贸易总额的三分之一。机电产品市场在受到价格竞争因素影响的同时，也受到质量等非价格竞争因素的影响。估计1987年世界电子产品贸易达2000亿美元左右，1988年会继续看好。

石油化工产品。1987年国际市场石油化工产品价格上涨幅度很大。估计明年化工产品市场继续看好。乙烯、聚乙烯、聚丙烯、聚氟乙烯、聚苯乙烯、等需求逐步增加，价格会继续有所提高。纯苯、甲苯、二甲苯等芳香族化工原材料价格仍将有不同程度的提高。苯酚价格较稳定，估计不会大涨大跌，甲醇供过于求的状况难以根本改变，价格将在目前低水平上波动。

钢铁和有色金属。估计1988年世界钢材市场不稳，竞争激烈，价格涨幅不大。1987年铜、铅、铝等有色金属市场需求活跃，价格有较大幅度回升。一些稀有金属价格回升。估计1988年有色金属价格将在目前水平上波动。

天然纤维。1987年8月，世界棉花库存比上年同期减少