



高职高专国际商务专业系列教材

国际贸易

Guoji Maoyi

主 编 / 赵江红 邓海涛 副主编 / 李启红 容静文



重庆大学出版社

<http://www.cqup.com.cn>

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易/赵江红,邓海涛主编. —重庆:重庆大学出版社,2012.9

高职高专国际商务专业系列教材

ISBN 978-7-5624-7017-5

I. ①国… II. ①赵…②邓… III. ①国际贸易—高等职业教育—教材 IV. ①F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 212115 号

高职高专国际商务专业系列教材

国际贸易

赵江红 邓海涛 主 编

李启红 容静文 副主编

策划编辑:李竹君

责任编辑:文 鹏 刘春霞 版式设计:李竹君

责任校对:陈 力 责任印制:赵 晟

*

重庆大学出版社出版发行

出版人:邓晓益

社址:重庆市沙坪坝区大学城西路 21 号

邮编:401331

电话:(023) 88617183 88617185(中小学)

传真:(023) 88617186 88617166

网址:<http://www.cqup.com.cn>

邮箱:fxk@cqup.com.cn(营销中心)

全国新华书店经销

自贡兴华印务有限公司印刷

*

开本:787×960 1/16 印张:14 字数:244 千

2012 年 9 月第 1 版 2012 年 9 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5624-7017-5 定价:26.00 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换

版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究

编委会

顾问:薛荣久(对外经济贸易大学教授、博士生导师,北京市教学名师)

主任:刘红燕(深圳职业技术学院经营学院教授、国家级精品课程负责人,国家级教学名师)

副主任:侯贵生(贵州商业高等专科学校党委副书记、副教授,省级精品课程负责人)

蒋琳(贵州财经学院财政与税收学院副院长、教授)

王庆春(昆明冶金高等专科学校商学院院长,教授,省级精品课程负责人)

李国冰(广西财经学院国际贸易系副教授)

刘冰涛(河南职业技术学院工商管理系副主任,副教授)

委员:(以姓氏笔画为序):

韦海燕(贵州商业高等专科学校贸易经济系副主任、副教授)

卢永忠(昆明冶金高等专科学校商学院教授)

江运芳(深圳职业技术学院经管学院讲师)

刘靖(河南职业技术学院工商管理系副教授)

李小红(广西财经学院国际贸易系教授)

李秀平(石家庄职业技术学院经贸系副教授)

李玫宇(广西财经学院国贸系副教授)

陈科鹤(广西国际商务职业技术学院组织人事处处长,副教授)

李晓璇(贵州商业高等专科学校贸易经济系副教授)

姜洪(深圳职业技术学院经管学院副教授,国家级精品课程负责人)

钟筑(贵州商业高等专科学校工商管理系副教授)

唐友清(重庆电子工程职业学院会计系副教授)

黄志平(重庆电子工程职业学院工商管理系主任,副教授,省级精品课程负责人)

蒋小华(昆明冶金高等专科学校商学院副教授)

雷裕春(广西财经学院法律系主任,教授)

总 序

进入 21 世纪以来,随着经济全球化的深入发展,世界经济贸易发生了巨大变化,特别是我国加入 WTO 后的权利与义务,对我国的国际经济贸易环境产生了深远影响,也对我国的人才素质和知识结构提出了更高的要求。对我国高等职业教育提出了要求:如何跟上我国国际经济贸易的迅速发展?如何为我国培养出合格的、综合型和实用性的国际商务职业人才?

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分,担负着为国家培养输出生产、建设、管理和服务第一线技术应用型人才的重任。进入 21 世纪后,高职高专教育的改革和发展呈现出前所未有的发展势头,在校学生数量和毕业数量已占我国高等教育的半壁江山,成为我国高等教育的一支重要的生力军;“以就业为导向”、“够用、适用”、“订单式培养”的办学理念成为高等职业教育改革与发展的主旋律。

为适应我国开放型经济和高等职业教育的发展要求,必须加强高职高专院校的教学改革和教材建设。为了进一步提高我国高职高专的教材质量,重庆大学出版社在全国范围内进行了深入的调研,2005 年 8 月在昆明组织了 10 多所在国际商务专业方面有丰富办学经验的高职高专院校的专家和一线骨干教师,就该专业的系列教材在书目品种、结构内容、编写

体例等多个方面进行了科学严格的论证。

在重庆大学出版社精心策划下,经过与会者的共同努力,我认为本套系列教材具有如下的亮点:

第一,全新的课程体系。本套系列教材是根据岗位群的需要来规划、设置而编写的。

第二,立体化的教材建设。课程突出案例式教学以及实习实训的教材体系,并配套推出电子教案,为选用本系列教材的老师提供电子教学支持。

第三,突出实用性。参与本套教材编写的教师均具有多年的国际贸易实践经验和长期从事教学和研究工作的经历。在教材编写中力求把二者结合起来,做到实用,使学生较好地掌握实际操作本领,使得“实务”课程真正体现“务实”。

第四,内容体现前沿。本套系列教材反映了国际商务的最新研究成果和规范。教材内容既能满足高职高专国际商务专业学生培养目标的需要,又能满足培养具有外贸实务操作、业务外语交流、熟悉电子商务技术等具有较强业务能力的复合型人才的需要。

本人1964年从北京对外贸易学院(对外经济贸易大学前身)研究生毕业,留校至今,一直从事国际贸易的教学与研究。对我国的国际贸易教育与研究一直积极支持。2005年8月重庆大学出版社邀我参加“国际商务高职高专系列教材”编写会议,就这套教材编写应考虑的国际商务发展背景、教材定位、书目品种、结构内容、编写体例发表了意见,还就已经编写出的教材大纲发表了修正建议,与参会的老师进行了交流。

总之,我相信,在重庆大学出版社精心策划下,在全体编写老师和编审委员会的共同努力下,一套内容新、体系新、方法新、工具新的符合我国国际商务发展需要的“国际商务高职高专系列教材”已基本成型,其中有的教材已被教育部列为普通高等教育“十一五”国家级规划教材。相信本套系列教材能够满足国际商务教学和高等国际商务职业人才培养的需要。

对外经济贸易大学教授、博士生导师



2006年7月13日

前言

国际贸易课程是国际贸易专业及其他涉外经贸专业的基础课程、入门课程。为了适应国际经济贸易发展的新形势,培养顺应市场需求具有创新能力的应用型外经贸人才,我们在多年教学实践和科研的基础上,编写了本书。

本书以高职高专国际贸易专业及其他涉外经贸专业学生为使用对象,力求符合高职高专教学规律,理论联系实际,简明、系统地介绍国际贸易的基本理论、政策、措施、经贸问题等。在编写体例上,进行必要的创新,设置学习导航(包括学习目标、资源共享、导入案例),引导学生的学习。为体现任务驱动教学法的特点,设置了课前任务和课堂任务,在每一个项目的最后还设置了知识与技能实训模块,使学生由被动学习转变为主动学习。在教学内容设置上,以必需、够用、实用为标准,做到重点难点突出,内容具有系统性和逻辑性。此外,由于中国—东盟自由贸易区的成立具有深远的现实意义,我们在书中适当增加了这部分知识。

本书是编写小组团体合作的成果。编写的人员均为从事国际贸易教学的一线教师,教学经验丰富,能够充分保证教材内容的专业性与质量。本教材的编写分工是:赵江红、吴劲宸负责编写项目一;林家旭、邓海涛负责编写项目二;邓海涛、李启红负责编写



项目三;戴昌松、容静文、杨素琳负责编写项目四;李启红、林家旭负责编写项目五;王廖莎负责编写项目六。

本书在编写过程中得到很多同事的大力支持,在此谨向所有支持和帮助本书编写及出版的同志及参考文献作者表示衷心的感谢!

由于编写时间较紧,书中难免存在不足或错误之处,欢迎各位读者提出宝贵意见。谢谢!

编者

2012年6月



项目一	国际贸易的形成与发展	1
学习任务一	掌握国际贸易的基本概念和分类	6
学习任务二	了解国际贸易的产生与发展	13
学习任务三	清楚三个传统的国际贸易理论	21
项目二	世界市场与价格	32
学习任务一	认识世界市场	34
学习任务二	了解世界市场价格	38
项目三	国际贸易政策与措施	45
学习任务一	了解自由贸易政策和保护贸易政策	47
学习任务二	掌握限制进口的关税措施	58
学习任务三	掌握各种限制进口的非关税措施	83
学习任务四	了解鼓励出口和出口管制的措施	95
项目四	经济一体化与世界贸易组织	110
学习任务一	认识主要区域经济一体化组织	113
学习任务二	熟知中国—东盟自由贸易区	124
学习任务三	了解关贸总协定	140

学习任务四 认识世界贸易组织(WTO)	145
学习任务五 了解中国与世界贸易组织	161
项目五 国际资本移动与跨国公司	172
学习任务一 了解对外直接投资和对外间接投资	174
学习任务二 理解跨国公司对国际贸易的影响	180
项目六 国际服务贸易	189
学习任务一 了解国际服务贸易	192
学习任务二 了解国际服务贸易的发展历史和现状	198
学习任务三 了解中国的服务贸易状况	203
学习任务四 了解世界贸易组织关于服务贸易的协议及 相关内容	206
参考文献	210

项目一

国际贸易的形成与发展

【学习导航】

学习目标:

掌握国际贸易的一些基本概念和分类;了解国际贸易产生的历史和作用;清楚三个传统的国际分工理论:绝对成本学说、比较成本学说、要素禀赋理论。

资源索引:

1. 网络资源:

<http://www.mofcom.gov.cn/>

中国商务部网

<http://www.customs.gov.cn>

国家海关总署网

<http://www.ibdaily.cn/>

国际商报网



<http://www.chinaintertradeweb.com>

中国国际贸易网

<http://www.wto.org>

世界贸易组织官方网站

2. 阅读材料:《中国对外贸易形势报告》(2011年春季)《世界经济发展形势》《中美贸易统计差异研究报告》

3. 视频资源:《大国崛起》《中国改革开放之对外贸易》

导入案例:

案例 1:2011 年一季度中国对外贸易发展开局较好,总体保持快速增长势头。

2011 年以来,世界经济缓慢复苏,国际市场需求继续回暖,加上国内需求增加和扩大进口政策等共同作用,进出口贸易总体保持快速增长势头,结构进一步优化,平衡状况进一步改善。主要特点是:

1. 进出口量增价涨,季度出现小额逆差

一季度,中国进出口总额达到 8 003.1 亿美元,同比增长 29.5%。出口 3 996.4 亿美元,增长 26.5%,其中数量增长 15.5%,价格上涨 9.5%;进口 4 006.6 亿美元,创季度规模历史新高,增长 32.6%,其中数量增长 16.1%,价格上涨 14.2%。由于进口增长快于出口,累计贸易逆差 10.2 亿美元,是近 6 年来首次出现季度逆差。

2. 主要商品出口增长平稳,大宗商品进口价格大幅上涨

一季度,机电产品和高新技术产品出口额分别为 2 320.3 亿美元和 1 186.3 亿美元,同比分别增长 22.8% 和 19.8%。机电产品中电器及电子产品出口 969.6 亿美元,增长 27.8%;机械设备出口 746.9 亿美元,增长 15.5%。劳动密集型产品中,纺织品出口增长 32.7%,服装出口增长 18.4%,鞋类出口增长 21.6%,家具出口增长 19.3%。同时,大宗商品进口大多保持量价齐升,成为推动进口增长的主要力量。铁矿砂进口量增长 14.4%,价格上涨 59.5%;原油进口量增长 11.9%,价格上涨 24.3%;成品油进口量增长 27.7%,价格上涨 18.8%。这三类产品进口额合计比去年同期增加 275 亿美元,其中因价格上涨直接导致进口增加 177 亿美元。

3. 一般贸易增长较快,民营企业进出口增幅继续领先

一季度,一般贸易进出口 4 179.2 亿美元,同比增长 34.8%,高于进出口总额增速 5.3 个百分点。其中,出口增长 31.7%,进口增长 37.4%。加工贸易进出口 2 919.1 亿美元,增长 21.4%。其中,出口增长 21.7%,进口增长 20.9%。民营企业进出口 2 119.3 亿美元,增长 41.0%,高于进出口总额增速 11.5 个百分点。其中,出口 1 245.3 亿美元,增长 35.4%;进口 874 亿美元,增长 49.9%;出口、进口占整体比重分别上升 2.2 和 2.5 个百分点。外商投资企业进出口 4 154.2 亿美元,增长 24.9%,其中出口增长 24.6%,进口增长 25.2%。国有企业进出口 1 729.5 亿美元,增长 27.8%,其中出口增长 16.4%,进口增长 34.5%。

4. 对欧美出口份额下降,与部分新兴市场贸易快速增长

一季度,中国对主要发达国家进出口不平衡状况趋于改善。对欧盟进出口



1 237.0 亿美元,比上年增长 22.0%,其中出口增长 17.2%,进口增长 30.6%。对美国进出口 976.5 亿美元,增长 25.0%,其中出口增长 21.4%,进口增长 33.3%。对日本进出口 807.8 亿美元,增长 27.1%,其中出口增长 28.1%,进口增长 26.4%。与新兴市场和发展中国家的贸易继续显示较大增长潜力。对东盟进出口 793.4 亿美元,增长 26.1%;对印度进出口 614.2 亿美元,增长 24.6%;对巴西、俄罗斯和南非进出口分别增长了 57.7%、34.2% 和 107.1%。

5. 广东山东出口贡献较大,中西部进出口增长快于全国

一季度,东部地区出口增长 25.5%。其中广东、山东出口增长较快,分别增长 33.9% 和 32%,合计增量占全国增量的 42.9%,带动全国出口增长 11.3 个百分点。中西部地区出口分别增长 42% 和 29.9%,高于全国增幅 15.5 和 3.4 个百分点;进口分别增长 45.4% 和 43.8%,高于全国增幅 12.8 和 11.2 个百分点。

需要说明的是,一季度对外贸易逆差 10.2 亿美元,是在出口增长总体比较正常、大宗商品进口价格飙升导致进口金额大幅增加的情况下出现的,并不代表我国外贸基本格局发生变化。(资料来源:中国商务部网站)

阅读材料,找出对外贸易的专业词汇,思考其反映的中国外贸的状况。

案例 2:参与国际分工,拓展国际市场——海尔的国际化经营

海尔集团是原青岛电冰箱总厂于 1984 年引进德国利勃海尔电冰箱生产技术基础上发展起来的一家国有大型企业。创业初期全厂只有一种产品,职工人数不足 800 人,然而经过十多年的努力,通过技术开发、精细化管理、资本运营以及兼并控股的国际化发展,现企业发展成为拥有 42 大门类 8 600 余规格品种产品,2 万多职工,在东南亚、欧洲等地投资设厂,成套家电技术向欧美发达国家出口的一个集团。在发展过程中,海尔集团积极拓展国际市场,开展国际贸易,参与国际分工,以现有白色家电的核心能力为基础,实施国际化和多元化战略,创海尔国际品牌,把海尔集团发展成为一个具有较强核心能力的大型的跨国公司。

为了实现这一目标,海尔一方面在美国和德国建立以研究开发、技术转让为主要目的的海尔子公司或合资企业,为信息技术产品的开发奠定基础;另一方面积极开拓销售渠道,首先将白色家电产品打入包括发达国家在内的国际市场,再逐步延伸到黑色家电及其他信息产业的产品。1996 年 12 月,海尔在印度尼西亚雅加达成立海尔莎保罗有限公司。1997 年 6 月,又在菲律宾成立海尔 LKG 电器有限公司。1997 年 8 月,在马来西亚开办海尔工业(亚细安)有限公

司。1999 年又到伊朗投资设厂。1999 年 2 月,海尔中东有限公司成立。2000 年,海尔将资金投入到了美国和北非地区。在发展中国家投资设厂,充分利用当地较为廉价的劳动力和其他资源,同时向外辐射,在周边发达国家销售其产品。

目前,海尔在国外直接投资之外,为开拓市场,也与当地的经销商实行战略合作,利用他们成熟的销售网络,现已在海外发展了 62 个经销商,销售网点辐射 3 万多个,产品出口到 100 多个国家和地区,在中东的迪拜和欧洲的德国分别建立保证各国经销商及时供货的“国际物流中心”。在已建立的海外市场中,欧美地区占 60%,东南亚地区占 16%。出口市场的多元化使得海尔成功地回避了东南亚金融危机。

为了使海尔产品能够成功打入海外市场,巩固在世界市场的竞争地位,海尔建立了海外信息中心产品设计分部,根据当地市场需求设计产品。1994 年 10 月,海尔首家海外产品设计分部日本东京产品设计分部成立,其后美国洛杉矶和硅谷、法国里昂、荷兰阿姆斯特丹、加拿大蒙特利尔又先后成立海尔的产品设计分部。在积极开展产品研发、提高产品质量、改善售后服务的同时,海尔还通过参加各种展览会,宣传自己的品牌,如通过参加科隆博览会、法国 Confortec 展、英国 ERS 展览会、意大利米兰制冷展、美国芝加哥博览会、巴西拉丁美洲国际家电展等国际大型家电博览会,在国际上树立起了海尔品牌的知名度。2004 年 6 月 28 日世界品牌价值权威评估机构“世界品牌实验室(WBL)”评估,海尔以 612.37 亿元成为中国最有价值的品牌。

显然,海尔已经成功地进入了国际市场,在国际市场上获得了一席之地,获得了参与国际分工和世界市场带来的发展利益。

思考:

(1) 什么是国际分工?

(2) 为什么要参与国际分工?

【学习任务】

学习任务一 掌握国际贸易的基本概念和分类



课前任务:

1. 查阅资料,解释以下名词并各举两个实例(要以近两年某月、某半年或一年的中国对外贸易数据为例)。

(1) 对外贸易额(2) 贸易差额(3) 净进口(4) 净出口(5) 对外贸易货物结构(6) 对外贸易地理方向(7) 对外贸易系数

2. 培养经常关注时事新闻的习惯,从报纸、电视或网络上收集整理两条与国际经济贸易相关的新闻,并进行简要评论。以小组为单位,每次课派一名小组代表上台进行评述。

一、国际贸易的基本概念

1. 国际贸易与对外贸易

(1) 国际贸易(International Trade):是指世界各国(或地区)之间的货物(商品)和服务的交换活动。它是各国或地区间劳动分工的表现形式,反映了世界各国或地区间在经济上的相互依存、相互依赖的关系。它是世界各国对外贸易的总和,又称为世界贸易(World Trade)或全球贸易(Global Trade)。

(2) 对外贸易(Foreign Trade):是指一国或地区同别国或地区进行货物和服务交换的活动。从一个国家的角度来看这种交换活动称为对外贸易。由于这种交换活动由进口和出口两个部分组成,因此对外贸易又称为进出口贸易或输出入贸易。

广义的对外贸易包括货物与服务的对外贸易;狭义的对外贸易则不包括服务贸易。

在一些海岛国家,如英国、日本、中国台湾等,也常用“海外贸易”表示对外贸易。

国际贸易与对外贸易的区别:

①角度不同。对外贸易是对一个国家而言的,国际贸易是对世界范围

而言。

②对外贸易反映的是一个国家的贸易状况和经济发展水平;国际贸易反映的是世界贸易状况和世界各个国家的经济发展水平。

2. 对外贸易值(额)与国际贸易值(额)

(1)对外贸易值(Value of Foreign Trade):是指用货币表示的一国在一定时期内(通常为一年)的对外贸易总值,又称对外贸易额。它是反映一国对外贸易规模的重要指标之一。具体可分为进口总额和出口总额及进出口总额。

①进口总额:是一定时期内一国从国外进口的货物或服务的全部价值。

②出口总额:是一定时期内一国向国外出口的货物或服务的全部价值。

③进出口总额:进口总额与出口总额之和。

例如,中国2010年出口贸易额为1 5779.3亿美元,进口贸易额为13 948.3亿美元,全年的对外贸易总额为29 727.6亿美元。

(2)国际贸易值(额)(Value of International Trade):是指用货币表示的世界各国(或地区)在一定时期内的对外贸易总值,又称国际贸易额,通常用美元表示。但是从世界范围来看,一国的出口就是另一国的进口,为了避免重复计算,一般国际贸易值专指世界各国(地区)出口贸易额的总和。由于各国一般都是按离岸价格(FOB即启运港船上交货价,只计成本,不包括运费和保险费)计算出口额,按到岸价格(CIF即成本、保险费加运费)计算进口额,因此世界出口总额略小于世界进口总额。例如,2010年世界各国和地区的货物贸易出口值之和为15.24万亿美元,进口值之和为15.38万亿美元,但通常只将出口值之和15.24万亿美元看做是国际贸易额。

以货币表示的贸易额,由于受价格变动的影响,常常不能真实地反映贸易的实际规模,因此,需要以贸易量指标来反映对外贸易或者国际贸易的规模。

3. 对外贸易量与国际贸易量

(1)对外贸易量(Quantum Of Foreign Trade):是指一国在一定时期内以不变价格为标准计算的对外贸易值。这一指标剔除了价格的变动对贸易统计的影响,更准确地表示一国的对外贸易规模。其计算公式为:

$$\text{对外贸易量} = \text{对外贸易额} \div \text{进出口价格指数}$$

(2)国际贸易量(Quantum Of International Trade):是以一定时期的不变价格为标准计算的国际贸易额。其计算公式为:

$$\text{国际贸易量} = \text{国际贸易额} \div \text{出口价格指数}$$

4. 贸易差额与净出口、净进口

(1)贸易差额(Balance of Trade):是指一国在一定时期内(通常为一年)的