

# 国际商品市场调研

郭培兴 著

GUOJI SHANGPIN

SHICHANG DIAOYAN



中国商务出版社  
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

# 国际商品市场调研

郭培兴 著

中国商务出版社

## 图书在版编目 (CIP) 数据

国际商品市场调研/郭培兴著. —北京: 中国商务出版社, 2009. 5

ISBN 978-7-5103-0059-2

I. 国… II. 郭… III. 国际市场—调查 IV. F740.22

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 080889 号

---

### 国际商品市场调研

郭培兴 著

中国商务出版社出版

(北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号)

邮政编码: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64266119 (发行部)

010—64295501

010—64263201 (零售、邮购)

网址: [www.cctpress.com](http://www.cctpress.com)

E-mail: [cctp@cctpress.com](mailto:cctp@cctpress.com)

北京中商图出版物发行有限  
责任公司发行

嘉年华文有限责任公司排版

北京市松源印刷有限公司印刷

880毫米×1230毫米 32开本

17.75 印张 511 千字

2009 年 6 月 第 1 版

2009 年 6 月 第 1 次印刷

ISBN 978-7-5103-0059-2

定价: 26.00 元

---

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64262964

## 序

商务工作，特别是对外经济贸易工作离不开对国际商品市场的了解和预测，并采取措施加以运用。早在我国改革开放之初，党中央、国务院就指示要认真研究国际商品市场，并在当时的对外贸易部成立了研究国际商品市场的领导机构——价格小组，进行了大量有效的工作。

国际商品市场的发展变化跌宕起伏，比较复杂。特别是近年来随着原油价格的不断上涨，许多商品价格也随之上升，使商品市场价格在总体上创历史新高。这对我国的商务工作有着不可避免的重要影响。因此，我们必须重视加强和改进对国际商品市场的调研和预测，以掌握主动权。

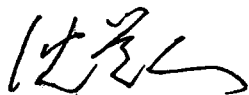
郭培兴研究员从事国际商品市场研究几十年，有丰富的实际经验和心得体会。这次他写出《国际商品市场调研》一书，对国际商品市场调研的有关领域进行了较为系统的介绍，包括对国际商品市场调研的一般方法和重要内容，相关资料的搜集和运用，对国际商品市场的分析和预测。本书还较为系统地介绍了第二次世界大战结束以来国际商品市场的具体发展变化，以及有关专题的研讨；第二次世界大战结束后至

目前国际商品市场发展的若干基本总结，世界经济危机对国际商品市场发展的具体影响，其中对世界石油市场的历史演变和 20 世纪 90 年代以来的发展特点与前景，国际商品市场发展的十大趋势，都凝聚着作者心得。

本书还对调研工作中的实用资讯作了具体介绍，可给读者提供相关依据和方便。由于本书注重实用性和理论研究与实际的结合，也有助于读者对国际商品市场调研和分析水平的提高。

目前我国有关国际商品市场研究的专著还很少，希望本书的出版能对国际商品市场研究工作有所推进。

原对外经济贸易部副部长  
中国国际贸易学会名誉会长



2008 年 9 月

## 前 言

国际商品市场调研是调查研究国际市场商品供求和价格的发展变化规律，并在此基础上分析商品市场的当前情况及预测未来发展趋势。国际商品市场调研对我国商务发展、特别是对外经济贸易发展具有十分重要的意义。商品是我国进出口贸易、进行对外交流的工具，为做好商品的对外贸易，自必有赖于对国际商品市场的调查与研究。只有了解商品的生产、消费和贸易情况，供给和需求情况，价格动态，以及市场竞争等相关情况，并正确估计其发展变化的前景，才能使我们的出口商品能够适应国际市场的需要，适销对路，并争取合理卖价；进口商品能够适应国内生产和建设的需要，并争取合理买价；同时，在战略上也才能根据情况发展，适应国际市场的变化，及时制定和调整我们的经营方针与经营策略。除此而外，在我国对外资本流动、服务贸易、技术贸易乃至对外经济合作和国内贸易等各项商务事业发展中，也不同程度的离不开对国际商品市场的了解和掌握。

作者长期以来在商务部国际贸易经济合作研究院从事国际商品市场的调查研究工作，并在工作中取得了一定的经验，提供了不少有价值的研究成果。今年是我院建院 60 周年，为检视和总结个人长期以来的工作业绩，为我院后继学者提供一些可作参考的研究成果及相关资料；同时，对从事此项以及相关工作的院内外其他工作人员，包括在实际工作中的管理人员、业务人员、市场调研人员、世界经济和国际贸易研

究人员等有一定的借鉴和参考,现特将作者多年来的研究成果及相关资料予以汇集整理并选编成册,以志纪念(除本书《实用资讯》篇基本上为付梓前完成外,各题均标有原撰写或完成日期,选编入册时略有增删)。

本书共分为四篇。第一篇是调研方法与内容,介绍国际商品市场调研的一般方法和主要内容、调研工作人员应努力具备的几个基本条件以及在调研工作中一些常用的统计方法和资料的推介与运用,包括各国(地区)海关统计册的编制及其查阅和使用方法。第二篇是历史动态,介绍第二次世界大战后国际商品市场发展概况,特别是20世纪90年代以来国际商品市场的重要变化及历年国际商品市场的具体发展情况以及第二次世界大战后乃至目前国际商品市场发展的若干基本总结。第三篇是专题选萃,包括对世界经济危机期间国际商品市场发展的研究;战后国际贸易及我国对外贸易商品结构的发展与变化;世界石油市场的历史演变及90年代以来发展特点与前景;中国与东盟国家的工业原料贸易及其发展前景;世界农产品市场的新变化与我国农产品出口发展前景和国际商品市场发展的十大趋势等。第四篇是实用资讯,内容主要有1950—2007年世界商品出口、生产及国内生产总值指数变化概览;1950—2007年世界商品总体及初级产品、工业制成品出口价格指数变动综观;国际货币基金组织初级产品价格指数、英国路透社及《经济学家》(周刊)商品价格指数等几种常用的国际市场初级产品价格指数简介及其90年代以来指数的具体发展和变化;90年代以来发达国家工业制成品的出口价格指数变动、国际市场60项商品年及月平均价格动态以及与国际市场价格变化密切相关的90年代以来美元对世界主要货币(综合)名义汇率指数走势和一些常用国际度量

衡及商品计量的换算查对方法等。这些研究成果和相关资料，都是依据当时国内外形势发展的需要，特别是我国对外经济贸易工作的需要，在我院许多领导、院内外同行和同志们的十分关怀和热情支持下取得的；本书的出版，更得到了中国商务出版社的大力支持。没有他们的帮助、支持和鼓励，就不可能有这些研究成果和相关资料的诞生，也不会有本书的出版。因此，在本书即将问世的时候，首先必须向他们表示深切的谢意。

客观世界是一个永无止境的发展过程，随着时间的推移和客观事物的发展变化，人类的认识也同样必须不断地接受客观世界发展的检验，进行修改、校正而不断深化发展。因此，本书的研究成果只能是研究工作过程中的一个时点、片段，而不是终结。至于书中的缺点和其他不足之处，竭诚欢迎读者的批评、指正。

**郭培兴**

2008年10月12日，於商务部  
国际贸易经济合作研究院

# · 目 录 ·

## 第一篇 调研方法与内容

|                               |        |
|-------------------------------|--------|
| 国际商品市场调研的一般方法与内容 .....        | ( 3 )  |
| 国际商品市场调研中一些常用的统计方法 .....      | ( 27 ) |
| 联合国有关经济贸易统计资料简介 .....         | ( 57 ) |
| 各国(地区)海关统计册的编制及其查阅和使用方法 ..... | ( 71 ) |

## 第二篇 历史动态

|                                             |         |
|---------------------------------------------|---------|
| 第二次世界大战后至 20 世纪 80 年代初国际商品市<br>场发展概况 .....  | ( 79 )  |
| 20 世纪 80 年代国际商品市场发展特点 .....                 | ( 98 )  |
| 20 世纪 90 年代以来国际商品市场的重要变化及历年<br>市场发展概况 ..... | ( 101 ) |
| 第二次世界大战后乃至目前国际商品市场发展的若干<br>基本总结 .....       | ( 297 ) |

## 第三篇 专题选萃

|                                                                              |         |
|------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 世界经济危机与国际商品市场<br>—1929—1933 年及 1957—1958 年资本主义两次世界<br>经济危机期间国际商品市场发展研究 ..... | ( 305 ) |
| 第二次世界大战后国际贸易及我国对外贸易商品结构<br>的变化 .....                                         | ( 322 ) |
| 世界石油市场的历史演变及 20 世纪 90 年代以来的发<br>展特点与前景 .....                                 | ( 333 ) |

|                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| 中国与东盟国家的工业原料贸易及其发展前景 .....            | (356) |
| 从 1992 年春季广州交易会看国际商品市场发展新动向 .....     | (387) |
| 世界农产品市场的新变化与我国农产品出口发展前景 .....         | (389) |
| 国际商品市场发展前景及其对我国对外贸易的影响与<br>对策建议 ..... | (395) |
| 国际商品市场发展的十大趋势 .....                   | (401) |

## 第四篇 实用资讯

|                                                                          |       |
|--------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1950—2007 年世界商品出口、生产及国内生产总值指<br>数变化概览 .....                              | (409) |
| 附：国际货币基金组织发布的 20 世纪 90 年代以来历<br>年世界（实际）国内生产总值增长率变动表 .....                | (413) |
| 1950—2007 年世界商品总体及初级产品、工业制成品<br>出口价格指数变动综观 .....                         | (414) |
| 几种常用的国际市场初级产品价格指数简介 .....                                                | (417) |
| 按年、月，20 世纪 90 年代以来国际货币基金组织、<br>英国路透社及《经济学家》（周刊）商品（初级产品）<br>价格指数变化表 ..... | (422) |
| 按年、季，20 世纪 90 年代以来发达国家工业制成品出<br>口价格指数变动表 .....                           | (442) |
| 按年、月，20 世纪 90 年代以来国际市场 60 项商品价格动态 .....                                  | (444) |
| 按年、月，20 世纪 90 年代以来美元兑世界主要货币（综<br>合）名义汇率指数走势 .....                        | (534) |
| 一些常用国际度量衡及商品计量换算查对表 .....                                                | (536) |
| 附：常用国际度量衡单位英文缩写语或代号简辑 .....                                              | (552) |
| 主要参考文献 .....                                                             | (555) |
| 后 记 .....                                                                | (557) |

# **第 一 篇**

## **调研方法与内容**



# 国际商品市场调研的一般方法与内容

(1985年1月)<sup>①</sup>

“没有调查就没有发言权”。调查研究是马克思主义认识世界、改造世界的强大精神武器，是辩证唯物主义认识论的具体运用。任何工作，只有我们正确掌握了马克思主义理论，对实际情况进行系统、周密的调查研究，把各方面的情况弄清，才能使我们的主观认识符合客观实际，才能把事情真正做好。如果不调查研究，就不了解事物的性质、意义和作用，不了解它的内部和外部各方面的联系，不了解它自身发展的规律，因而也就不可能使我们的主观认识符合于客观实际，不可能把工作做好。那种“情况不明决心大，信息不灵点子多”，是没有不跌跤子的。

为了把我国的商务工作、特别是对外经济贸易工作做好，也必须首先把调查研究工作做好。当然，在这方面需要进行调查研究的内容和项目很多，如对一个国家或地区特别是对该国或该地区经济和贸易的发展研究；对双边及区域经贸合作的研究；对我国如何参与国际经济合作与竞争的研究；对我国外贸政策的研究；对世界政治局势、特别是对世界经济贸易和金融市场发展变化的研究；对国际资本流动的研究；以及对我国如何扩大消费与流通体制改革的研究等。对国际商品市场的调查研究，只是其中的一个方面，但又是很重要的一个方面。因此，本文将对如何做好国际商品市场调研，就一些有关的具体问题，如国际商品市场调研的重要意义；调研工作人员应努力具备的几个基本条件；调研的一般方法，包括内容、方式、步骤以及科学的

---

① 为本文原撰写日期，下同。

资料搜集、分析和运用方法等，作一些初步的探讨和介绍。

## 一、国际商品市场调研的重要意义

国际商品市场调研通常是指对国际商品市场所谓“行情”发展的调查研究，即研究掌握国际商品市场供求及价格变动的规律，并在此基础上分析当前商品市场的情况和预测其未来的发展趋势。商品的供给，是指在一定的价格水平上出售者向市场出售和准备出售的商品数量；商品的需求，是指在一定的价格水平上购买者从市场购入和准备购入的商品数量。一定时期商品的供求关系与市场价格是密切关联的。在一定价格水平上，商品的供过于求会因价格的下跌而变为供求大致平衡，甚至变为供不应求。同样，在一定的价格水平上，商品的供不应求会因价格的上涨而变为供求大致平衡，甚至变为供过于求。国际商品市场调研的目的就在研究了解国际市场商品的生产、消费和贸易情况，供给和需求情况，价格动态，以及市场竞争情况等；既分析掌握当前市场的情况，又在此基础上作出对市场发展前景的正确预测。国际商品市场调研对我国商务工作、特别是对外经济贸易工作具有十分重要的意义，主要表现在：

（一）洞悉有关商品市场发展，包括供求关系、价格变动及发展趋势等，可有助于我国企业制定正确的经营决策和指导具体业务活动。

（二）研究市场发展，可审时度势，增强预见，更好地掌握我国进出口商品的有利时机和贸易条件，或改进贸易方式；同时，还可利用有利行市，及时调整我国进出口商品价格，达到在用汇上增收节支的效果。

（三）适应市场具体发展情况，可针对竞争对手，实施灵活作价，提高我国出口产品的价格竞争能力。

（四）针对市场发展，对进出口商品适时进行品种调剂，以扩大并加强某些市况看坚商品的出口，而减少市况不利商品的出口，进口则反之，以利我国经济建设发展和提高外贸经济收益。

（五）了解不同商品在不同国家市场发展的盛衰，可有助于我国更好地选择进出口商品的有利市场。

(六) 掌握商品市场产量与消费量发展及其原由, 可有助于我国产品和销售的改进, 扩大出口, 也有助于我国对进口及时采取相应措施。

(七) 结合具体商品市场的盛衰发展, 可有助于我国在商品进出口掌握上更好地配合我国对外政治斗争。

总之, 对国际商品市场的调查研究是对对外经济贸易业务开展和决策的一种重要参考和科学依据。做好这项工作, 我国的出口商品就能适应国际市场的需要, 适销对路, 并争取合理卖价; 进口商品就能适应国内生产和建设的需要, 并争取合理买价; 同时, 也能适应国际市场的变化而及时调整我国的经营方针和经营策略; 对提高我国对外经济贸易的经济效益, 加速社会主义现代化建设, 有着直接的重要意义。

## 二、国际商品市场调研工作人员应努力具备的几个基本条件

为了把国际商品市场的调研工作做好, 作为一个商品市场的调研工作人员, 除必要的人品素质外, 在业务上应努力至少具备以下的几个基本条件:

第一, 应较好地掌握马克思主义哲学和政治经济学的基本理论, 能运用正确的立场、观点和方法分析和研究各种有关问题。例如, 要正确分析和研究世界经济发展以及各国政府所采取的各种政策措施对国际市场商品价格所可能产生的影响; 要联系而不要孤立地看问题, 要发展而不要静止地看问题, 对任何事物都要依据具体情况作具体分析, 这样才能把调研工作真正做好。

第二, 应具备较坚实的专业基础理论, 有较广的知识面。要掌握好世界市场研究的基本理论和市场现实发展, 对世界政治、经济、历史、地理 (特别是经济地理)、文化、交通运输、工农业生产乃至调研工作中的一些基本技能如统计分析研究和写作方法等, 都应有一定的了解和掌握。

第三, 要有较高的外语水平。最好要能掌握两门或两门以上外国

语，能听、说、读、写、译。至少要有一种外语（最好是英语）能熟练地阅读本专业的外文资料，并具有一定的听、笔译能力。

第四，要广泛熟悉各种书报及有关资料，善于搜集、运用和不断发掘与开辟各种新的、有用的资料来源。商品市场调研，如果没有必要的资料，那就等于是无源之水，无本之木；但是，如果有了资料，不知道从哪里去找，也是枉然。因此，一个真正有造诣的、好的研究人员，不仅必须具有丰富、坚实的基础理论和专业知识，具有较高的外语水平，而且还必须能随时针对需要，善于搜集和运用各种资料，有时还需进行必要的加工整理和分析研究，得出应有的、科学的结论。

第五，要有作为一个调研工作者对待学习和调研工作所应有的严肃的态度、严格的要求和严密的方法。所谓严肃的态度，是指在学习上要老老实实，刻苦努力，认真钻研，不断努力掌握各种有用的知识；在调研工作中，则要实事求是，一切从客观存在的事实出发，详细地占有材料，从中引出正确的结论。而在学习和调研过程中，又要有科学的、严密的方法，而且还要自始至终对自己提出严格的要求。一切不愿付出艰苦劳动、狠下力气进行刻苦钻研的“懒汉”，是绝不能把商品市场调研工作做好的，当然更谈不上去在科学上“达到光辉的顶点”了。

总之，作为一个商品市场调研工作者，必须努力具备扎实的基本理论、深厚的专业基础知识，掌握研究工作所必备的熟练的基本技能和工具，还要有对待学习和调研工作的严肃的态度、严格的要求和严密的方法。一言以蔽之，就是要有渊博的知识、熟练的技能和良好的治学态度。

当然，以上也只是几个必须努力具备的基本条件。作为一个好的商品市场调研工作人员所须具备的条件还有很多，如还应有对国外市场和进出口业务广泛的感性知识，有分析和研究问题的丰富的工作经验等。长期以来，我国已培养、锻炼和造就了一大批合格的、优秀的商品市场调研工作人员，但由于种种原因，我们现有的一些商品市场调研工作人员不少离这个目标还有一定距离，即使有的已经基本上达到了这个要求的，今后也还有一个不断提高的过程。因此，我们应

当按这个方向随时严格要求自己，努力把自己锻炼得更好、更加成熟，以便把我们的商品市场调研工作做得更好。

### 三、国际商品市场调研的主要内容

国际商品市场是世界经济贸易的一个组成部分。它的发展和变化是以一般经济情况的发展为基础和前提的。因此，对国际商品市场的研究，一般说来，应先深入了解和掌握世界经济，包括世界、地区和一些有关重要国家的经济发展情况和前景。对此，分析和研究能反映西方一些主要资本主义国家再生产各个领域和一些主要经济部门发展变化的那些指标所构成的指标体系，尤为重要。因为指标体系是分析、研究和预测经济情势的重要依据。资本主义国家再生产各个领域、各个部门的具体发展变化，都可在不同程度上通过有关的经济指标反映出来。观察和分析各个指标发展变化的特点以及它们之间的相互联系和相互影响，就可以对当前主要资本主义国家经济情况的变化特点及其发展前景，作出正确的分析和预测。

研究和分析资本主义国家的经济指标，应涉及其再生产中的各个环节如生产、消费、流通和分配等，至少应包括如下一些重要指标，如经济增长率、国民（内）生产总值；工业生产；工业订单；固定资产投资；制造业开工率；货币汇率；通货膨胀率；建筑；就业和失业；国内消费；工商业库存；综合商品价格；股票价格；对外贸易和国际收支等。此外，对公共工程开支、军事开支、社会福利开支、财政赤字、货币供应量、利率以及税收和税率等财政金融方面的指标，也都不应忽视。

由以上各类指标通常组成为经济情况研究的指标体系。这种指标体系在研究西方主要资本主义国家经济情况时，一般都是适用的。但是，由于每个国家的国民经济都有自己的特点，在分析时还应结合各个国家国民经济的具体特点，有重点、有选择地加以运用。

当然，在运用这些指标时，还必须具体情况具体分析；同时，还要有机地加以联系，进行观察和研究，不可只强调或运用其中一项或几项，以至得出片面的、错误的结论。此外，还要时刻注意世界政治