

加入WTO后 中国经济对策全书

附：WTO运行规则详解



中国经济出版社

加入 WTO 后 中国经济对策全书

(中 册)

中国经济出版社

加入 WTO 后 中国经济对策全书

(下 册)

中国经济出版社

第五编

『入世』后中国企业走

向国际市场策略(下)

目 录

第三编

加入世界贸易组织与我国对外贸易

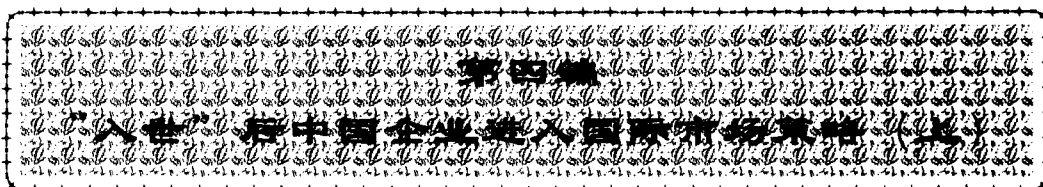
第八节 对外贸易方式····· (585)	△三、出口代理制····· (689)
一、对外经济贸易方式简介····· (585)	四、进口体制改革····· (692)
二、逐笔售定方式····· (587)	五、外贸企业转换经营机制····· (695)
三、其他售定方式····· (599)	六、外贸企业股份制改革····· (699)
四、三来一补方式····· (602)	七、大型外贸企业走实业化、集团化、 国际化道路····· (703)
五、代销方式····· (625)	第十二节 我国主要贸易伙伴····· (708)
六、中外合资经营方式····· (630)	一、日本····· (708)
第九节 对外贸易价格····· (655)	二、美国····· (733)
一、价格规律在国内外市场的作用····· (655)	三、欧洲联盟····· (760)
二、对外贸易价格对国民经济发展 的作用····· (657)	四、独联体与东欧国家····· (784)
三、进出口商品的对外作价原则和 做法····· (658)	五、东欧地区主要国家经济贸易····· (801)
四、进出口商品国内作价原则与 作法····· (660)	六、香港、澳门、台湾地区····· (809)
五、影响进出口商品价格的因素····· (662)	第十三节 中国对外贸易的国别(地区) 关系····· (839)
第十节 对外贸易经济效益····· (664)	一、我国对外贸易国别(地区) 关系的基本政策····· (839)
一、对外贸易经济效益的含义····· (664)	二、我国同主要西方发达国家的 贸易关系····· (840)
二、对外贸易盈亏与对外贸易经济 效益····· (666)	三、我国同发展中国家的贸易关系····· (850)
三、对外贸易经济效益的主要评价 指标····· (673)	四、我国同独联体各国、东欧国家 的贸易关系····· (854)
四、出口产业和产品结构与外贸经 济效益····· (675)	五、我国大陆同港澳台的贸易关系····· (855)
五、提高外贸经济效益的决策····· (680)	第二章 中国加入世界贸易组 织的几个问题····· (859)
第十一节 对外贸易体制改革····· (683)	第一节 中国参与世界多边贸易体制 问题····· (859)
一、政企分开····· (683)	一、中国经济的国际化与世界多边
二、工贸结合····· (686)	

贸易体制·····	(859)	的特点·····	(899)
二、中国复关和参加世界贸易组织 的进展与前景·····	(860)	第二节 中国外贸体制与多边贸易 体制的趋同·····	(899)
三、中国参加世界多边贸易体制的 若干经济问题·····	(862)	一、旧的外贸体制及其弊端·····	(899)
四、中国参加世界多边贸易体制的 若干政治问题·····	(867)	二、外贸体制改革的进程与内容·····	(900)
第二节 关于中国关贸总协定及世界贸易 组织成员国地位的历史与 法律问题·····	(868)	三、与多边贸易体制要求之间的 差距·····	(904)
第三节 中国作为世界贸易组织成员 的潜在意义·····	(876)	第三节 如何确立和发展中国开放 型的贸易体制·····	(905)
第三章 中国从“复关”到 “入世”·····	(883)	一、建立开放型贸易体制是中国 进一步经济改革的目标·····	(905)
第一节 中国与多边贸易体制互融的 必然性·····	(883)	二、对确立开放型贸易体制的建议·····	(905)
一、对外开放与全球经济一体化的需要·····	(883)	第五章 “入世”与中国 竞争力·····	(909)
二、相互开拓市场的需要·····	(883)	第一节 竞争力含义与“入世”后 的作用·····	(909)
三、经济发展互补的需要·····	(886)	一、竞争力的含义·····	(909)
四、建立和发展市场经济的相互 需要·····	(886)	二、中国的综合国力与国际竞争力·····	(909)
第二节 中国从“复关”到“入世” 的历程·····	(889)	三、竞争力是“入世”后利用机遇 和应付挑战的基础·····	(914)
一、中国从“复关”到“入世” 谈判的阶段·····	(889)	第二节 竞争力培育机制理论·····	(915)
二、中国“复关”与“入世”谈 判的困难所在·····	(890)	一、微观竞争机制理论·····	(915)
第三节 中国“入世”的基本原则·····	(892)	二、中观竞争机制理论·····	(917)
一、中国经济对外开放的目的 性确定了“入世”的原则·····	(892)	三、宏观竞争机制理论·····	(920)
二、中国完全具备以发展中国家 身份“入世”的资格·····	(892)	第三节 中国提高竞争力的途径·····	(924)
三、中国可以承担与经济发展水平 相适应的义务·····	(893)	一、中国政府应重视和加强自己 的职责·····	(924)
第四节 中国“入世”后的权利与 义务·····	(895)	二、从国际竞争角度确立企业的 竞争战略·····	(928)
一、中国应享受的权利·····	(895)	第六章 加入世界贸易组织与 我国外汇管理体制改革的·····	(932)
二、中国应尽的义务·····	(896)	第一节 我国外汇管理体制的演变·····	(932)
第四章 “入世”与中国新 型外贸体制的确立·····	(899)	一、1949—1952 年我国独立自主的汇率 和外汇管理制度初建时期·····	(932)
第一节 世贸组织下的多边贸易体制·····	(899)	二、1953—1978 年我国外汇管理 巩固完善时期·····	(932)
一、两种多边贸易体制的关系·····	(899)	三、从 1979 年起外汇管理体制全 面改革·····	(933)
二、世贸组织下多边贸易体制		四、我国外汇管理体制现状·····	(934)
		第二节 关贸总协定与国际货币基金 组织有关外汇管理方面 的规定·····	(935)
		一、外汇安排的一致性·····	(935)

二、进口限制和外汇限制相辅相成····· (935)	后机遇的途径与措施····· (963)
三、允许资本转移管制, 不允许经常项目的限制····· (936)	一、建立符合现代企业制度要求的外贸企业····· (963)
四、反对歧视性货币政策····· (936)	二、深入转变观念, 加强竞争意识····· (965)
五、国际收支平衡困难的例外条款····· (936)	三、加快外贸进出口代理制的推行····· (965)
第三节 我国外汇管理体制如何适应	四、提高中国海外企业的经济效益····· (967)
总协定····· (937)	第九章 “入世” 与中国服务
一、关于两种外汇分配制度····· (938)	业的对外开放····· (970)
二、官方汇率和市场汇率并存问题····· (938)	第一节 中国服务产业的发展 ····· (970)
三、国际收支失衡问题····· (938)	一、改革开放前, 服务产业发展缓慢····· (970)
四、双边贸易歧视性问题····· (939)	二、改革开放以来服务产业的发展、成绩与问题····· (970)
第四节 我国外汇管理体制改革的	第二节 中国服务产业对外开放的依
目标和步骤····· (939)	据、承诺与现状····· (973)
第五节 加入世界贸易组织对我国外汇	一、中国服务产业对外开放的法律依据····· (973)
管理的影响及我国的对策····· (940)	二、中国服务产业对外开放的承诺····· (973)
一、影响····· (940)	三、中国服务产业对外开放的部门与经营要求····· (975)
二、对策和建议····· (941)	第三节 “入世” 对中国服务贸易的
第七章 加入世界贸易组织	影响与开放对策····· (976)
与我国关税改革····· (943)	一、“入世” 给中国服务贸易发展带来的机遇····· (976)
第一节 关税及其在国际贸易中的作用····· (943)	二、“入世” 给中国服务贸易造成的冲击与对策····· (977)
第二节 海关税则····· (943)	三、中国服务贸易对外开放应坚持的总体原则与行业原则····· (979)
第三节 进口税的种类····· (944)	第十章 “入世” 与中国对外商
第四节 关贸总协定关于关税的原则和规定····· (945)	民待遇的实施与调整····· (983)
第五节 我国海关和关税的变化····· (948)	第一节 世贸组织的国民待遇 ····· (983)
第八章 “入世” 与中国国	一、国民待遇的含义····· (983)
有外贸企业的发展····· (958)	二、1947 年关贸总协定对国民待遇的运用与修正····· (983)
第一节 “入世” 后中国外贸企业的利益、权利与挑战····· (958)	三、世贸组织有关的协定与协议拓宽了国民待遇的适用范围····· (984)
一、“入世” 后中国外贸企业的利益····· (958)	四、关于国民待遇原则的例外规定····· (986)
二、“入世” 后中国外贸企业的权利····· (958)	五、关于国民待遇原则的争端····· (987)
三、“入世” 后中国外贸企业机遇的利用····· (960)	第二节 中国实施国民待遇的现状 ····· (988)
第二节 中国国有外贸企业贸易地位的下降与原因····· (960)	一、在货物贸易与服务贸易方面的国民待遇····· (988)
一、中国国有外贸企业贸易地位下降的表现····· (960)	二、在知识产权保护方面实施的国民待遇····· (989)
二、中国国有外贸企业贸易地位下降的原因····· (961)	三、对外国投资者的国民待遇····· (989)
第三节 国有外贸企业充分利用 “入世”	

第三节 中国实施国民待遇中的问题与调整 (991)		三、我国使用卫生和植物检疫措施	
一、在知识产权的国民待遇方面存		的现状	(1012)
在的问题与调整.....	(991)	四、建议和对策的探讨	(1013)
二、在对外国投资者的国民待遇方		第二节 《贸易技术壁垒协议》与中	
面存在的问题与调整.....	(991)	国对外贸易	(1014)
三、对外商投资企业实行国民待遇		一、GATT《贸易技术壁垒协议》	
可采取的具体措施.....	(993)	的由来和发展	(1014)
第十一章 “入世”与中国对		二、GATT《贸易技术壁垒协议》	
外经贸的可持续发展	(994)	内容简介	(1015)
第一节 可持续发展理论的提出		三、AGTT《贸易技术壁垒协议》	
与内容	(994)	对国际贸易的积极作用	(1017)
一、可持续发展理论在国际环保		四、我国使用《贸易技术壁垒协议》	
行动中产生.....	(994)	概况	(1018)
二、可持续发展理论的内容.....	(996)	五、与新“守则”接轨的对策探索 ..	(1019)
第二节 可持续发展纳入多		第三节 ISO9000 质量保证体系标准	
边贸易体制	(998)	与中国	(1021)
一、环境保护逐步为 1947 年		一、ISO9000 系列标准概述	(1021)
关贸总协定重视.....	(998)	二、ISO9000 系列标准在国际贸易	
二、可持续发展正式纳入世贸组		中的作用	(1023)
织下的多边贸易体制.....	(998)	三、关于在我国推行 ISO9000 的几	
第三节 可持续发展对国际贸易		点建议	(1024)
的影响	(1000)	第四节 《原产地规则协议》与中国	
一、丰富了贸易与经济发展相互		对外贸易	(1025)
关系的理论	(1000)	一、原产地规则的产生和发展	(1025)
二、与贸易有关的国际环保法规		二、GATT《原产地规则协议》	
大量出现, 影响重大	(1001)	内容简介	(1026)
三、导致世界市场上兴起		三、《原产地规则协议》的积极作	
“绿色战略”	(1002)	用和影响	(1027)
四、促使国际贸易政策与措施		第五节 《装运前检验协议》与中国	
的改变	(1004)	对外贸易	(1031)
第四节 可持续发展对中国对外		一、装运前检验及其“协议”的产	
经贸的挑战与对策	(1004)	生和发展	(1031)
一、可持续发展使国际环境对		二、GATT《装运前检验协议》	
中国对外经贸造成严峻形势	(1004)	的基本内容	(1031)
二、中国应采取的对策	(1007)	三、GATT《装运前检验协议》	
第十二章 世界贸易组织有关		的作用和影响	(1032)
惯例与中国对外贸易	(1010)	四、我国使用“协议”的现状	(1033)
第一节 《卫生与植物检疫措施协议》		五、建议和对策的探索	(1035)
与中国对外贸易	(1010)	第六节 《纺织品与服装贸易协议》	
一、《卫生与植物检疫措施协议》		与中国对外贸易	(1035)
内容简介	(1010)	一、我国纺织品的生产和出口现状	
二、“协议”的作用和影响.....	(1011)	及其与我国国民经济	
		和对外贸易的关系	(1035)
		二、从《多种纤维协定》到《纺织	

品与服装协议》评价	(1037)	第十节 《与贸易有关的知识产权协议》 与中国对外贸易	(1061)
三、我国对《纺织品与服装贸易协 议》的对策研究	(1039)	一、乌拉圭回合之前知识产权保护的 国际规范	(1061)
第七节 《反倾销协议》与中国对外 贸易	(1042)	二、乌拉圭回合与贸易有关的知识 产权协议	(1063)
一、《关税与贸易总协定》关于国 际反倾销法的框架形成及发展	(1042)	三、我国在知识产权保护方面对世界 贸易组织国际规范的适应和参加 知识产权保护协议的对策分析	(1068)
二、乌拉圭回合的《反倾销协议》	(1042)	第十一节 《服务贸易总协定》 与中国	(1072)
三、关于对发展中国家的有关规定	(1047)	一、乌拉圭回合服务贸易谈判的背景 及其历程	(1072)
四、关于成立“反倾销实施委员会” 的有关规定	(1048)	二、《服务贸易总协定》的主要内容 与评估	(1073)
五、关于协商、调解和争议解决的 有关规定	(1048)	三、我国对乌拉圭回合《服务贸易 总协定》的对策	(1075)
六、反倾销协议与中国立法对策	(1048)	第十二节 《航空运输服务协议》 与中国对外贸易	(1078)
第八节 《补贴与反补贴协议》与中 国对外贸易	(1051)	一、有关《航空运输服务协议》 内容评介	(1078)
一、关贸总协定关于反补贴的法律 原则	(1051)	二、对《航空运输服务协议》的对 策研究	(1079)
二、乌拉圭回合《反补贴协议》的 基本规定	(1051)	第十三节 《与贸易有关的投资措施 协议》与中国对外贸易	(1081)
三、乌拉圭回合《反补贴协议》对 补贴的规范原则	(1052)	一、“与贸易有关的投资措施”的主 要内容	(1082)
四、乌拉圭回合“反贴协议” 与中国	(1054)	二、对《与贸易有关的投资措施 协议》的分析与评价	(1083)
第九节 争端解决机制与中国对 外贸易	(1055)	三、《与贸易有关的投资措施协 议》与我国立法对策	(1084)
一、世界贸易组织争端解决 机制概述	(1056)		
二、世界贸易组织争端解决机制 与中国	(1058)		
三、多边争端解决机制的运用	(1060)		



一、行情的概念	(1091)	二、行情调研机构的人员配置	(1161)
二、行情研究的范围	(1091)	三、行情调研经费问题	(1161)
三、行情研究的任务	(1092)	第三章 经济行情的调研	
四、行情波动的特征	(1092)	与预测	(1162)
五、行情研究的作用	(1094)	第一节 经济周期及其分类	(1162)
第二节 经济周期与行情	(1094)	一、康德拉捷夫周期	(1162)
一、经济周期的基本理论	(1095)	二、尤格拉周期	(1162)
二、影响行情的周期及非周期因素	(1098)	三、基钦周期	(1162)
三、周期变化的国际传递	(1101)	四、现代社会经济周期的特点	(1163)
四、战后资本主义国家的经济周期	(1103)	第二节 进行经济行情调研的指标	
第三节 商业循环理论与行情研究	(1112)	体系法	(1163)
一、与商业循环有关的基本概念	(1112)	一、领先——滞后数例分析	(1163)
二、凯恩斯以前的商业循环理论	(1114)	二、扩散指数法 (DFI 法)	(1164)
三、凯恩斯主义商业循环理论	(1115)	三、经济合作与发展组织 (OECD)	
四、合理预期学派和其他商业循环		所采用的制造业周期指标法	(1164)
理论的发展	(1117)	第三节 经济行情调研的其他定性分析	
第四节 经济行情与指标体系	(1119)	方法	(1165)
一、指标的种类及作用	(1119)	一、专家调查法	(1165)
二、行情研究的资料问题	(1120)	二、德尔菲法	(1165)
三、总体经济指标	(1123)	第四节 经济行情调研的简单定量	
四、其它经济指标	(1136)	分析方法	(1166)
第二章 行情调研的程序	(1156)	一、简单平均数法	(1166)
第一节 行情调研工作的一般程序	(1156)	二、移动平均数预测法	(1167)
一、确定调研目标	(1156)	三、加权移动平均数法	(1167)
二、收集资料	(1156)	四、求增长率进行预测	(1168)
三、找出经济变量间的相互内在		五、时间序列的线性趋势法	
联系, 根据这些联系建立预		(最小二乘法)	(1168)
测模型	(1157)	第四章 国际商品市场研究	(1170)
四、进行预测	(1157)	第一节 国际商品市场研究的任务	
五、对预测加以评估	(1157)	和意义	(1170)
六、提交调研报告	(1157)	一、商品市场行情与经济行情	(1170)
第二节 行情调研的方法	(1157)	二、国际商品市场的一般特征	(1170)
一、定性分析预测方法	(1157)	三、商品市场行情研究的对象	
二、定量分析预测方法	(1158)	与方法	(1170)
第三节 行情调研的资料收集	(1158)	四、研究商品市场行情的意义	(1171)
一、为了适应行情研究和预测, 应		第二节 国际商品市场分类	(1172)
该收集哪些资料	(1158)	一、按商品用途分类	(1172)
二、常用的收集资料方法	(1159)	二、按商品生产阶段不同分类	(1173)
三、资料的鉴别	(1160)	第三节 商品属性与用途	(1174)
四、对资料进行加工整理	(1160)	一、商品的自然属性及用途	(1175)
五、为了便于查找使用、资料经整		二、商品用途的变化	(1175)
理后应予以分类存档	(1160)	三、商品在世界政治经济中的地位	(1175)
第四节 调研机构的建立及人员配备	(1160)	第四节 商品的生产	(1175)
一、行情调研机构的建立	(1160)	一、商品的生产周期	(1176)

二、商品生产的季节性	(1176)	的基本因素	(1195)
三、商品生产的垄断程度	(1176)	二、供求变化引起价格变化的 具体现象	(1195)
四、商品生产的技术条件	(1177)	三、国际市场上的供给和需求	(1195)
五、政府的政策措施	(1177)	第四节 经济周期与价格	(1196)
第五节 商品的消费	(1177)	一、世界市场价格在经济周期发展 过程中变动的一般规律	(1196)
一、商品消费的结构及特点	(1177)	二、原料价格和制成品价格在周期 中变动的特点	(1197)
二、商品的消费周期	(1178)	第五节 通货膨胀与价格	(1198)
三、商品消费的季节性	(1178)	一、货币价值与价格的关系	(1198)
四、商品消费的垄断程度	(1178)	二、通货膨胀对商品价格发生影响 的特点	(1199)
五、掌握主要消费国及消费变动 的原因	(1178)	第六节 市场结构与价格	(1199)
第六节 商品的国际贸易	(1179)	一、充分竞争与价格	(1200)
一、国际贸易的历史发展趋势	(1179)	二、垄断与价格	(1201)
二、商品的主要进出口国家	(1179)	三、垄断竞争与价格	(1201)
三、国际贸易的政策与方式	(1180)	四、石油输出国组织与国际商 品协定	(1202)
四、国际贸易的商品构成	(1180)	第七章 国际市场预测	(1204)
第五章 国际商品市场		第一节 预测的作用及内容	(1204)
供求分析	(1182)	一、预测的作用	(1204)
第一节 国际商品市场供给分析	(1182)	二、预测的内容	(1204)
一、商品供给的规律	(1182)	第二节 影响预测结果客观性的因素	(1205)
二、供给的价格弹性	(1183)	一、经济理论的不完善	(1205)
三、影响供给变动的因素	(1184)	二、预测的范围及对象不同会影响 预测的精度	(1205)
第二节 国际商品市场需求分析	(1185)	三、预测的时间长短也会影响预测 的精度	(1206)
一、商品需求的规律	(1185)	四、预测资料对预测精度的影响	(1206)
二、需求的价格弹性	(1186)	五、预测方法选择不当或运用不 熟练, 也会使预测的误差偏大	(1206)
三、需求的交叉弹性和需求的 收入弹性	(1187)	第三节 预测的步骤	(1206)
四、影响需求变动的因素	(1187)	一、确定预测目标	(1206)
第三节 商品市场的供求关系	(1188)	二、进行市场调研、收集和分析 资料	(1207)
第六章 国际商品市场价 格研究	(1192)	三、先定预测方法进行预测	(1207)
第一节 国际商品市场价格	(1192)	四、分析预测误差, 评价预测 成果	(1207)
一、国际商品市场价格的含义	(1192)	五、提出预测报告	(1207)
二、国际商品市场价格的条件	(1192)	第四节 预测方法	(1208)
第二节 国际商品市场价格的主 要种类	(1193)	一、定性预测 (Qualitative Forecasting methods)	(1208)
一、交易所价格	(1193)	二、定量预测法 (Quantitative	
二、拍卖价格	(1194)		
三、开标价格	(1194)		
四、成交价格	(1194)		
五、参考价格	(1194)		
第三节 供求关系与价格	(1195)		
一、供求变化是引起商品价格变化			

Forecasting Methods)	(1208)	一、回归模型的基本概念	(1220)
第八章 国际市场定性预测		二、简单线性回归模型	(1220)
方法	(1210)	三、多元回归模型简介	(1224)
第一节 指标预测法	(1210)	第二节 时间系列趋势预测	(1227)
一、领先—同步—落后指		一、回归趋势模型	(1227)
标体系	(1210)	二、移动平均模型	(1230)
二、使用领先—同步—落后		三、简单指数平滑模型 (Simple Exponen-	
指标体系进行预测	(1211)	tial Smoothing Model)	(1232)
第二节 因素分析法	(1216)	第三节 预测的误差分析	(1235)
一、因素分析法的基本程序	(1216)	第十章 国外客户的调研与	
二、运用因素分析法时需注意		分析	(1236)
的问题	(1217)	第一节 客户调研的内容和材料收集 ...	(1236)
第三节 专家意见法	(1217)	一、对国外客户本身情况的了解	(1236)
第四节 供求平衡法	(1218)	二、国外客户与我方的经贸往来	
一、供求平衡表的构成项目与编制 ...	(1218)	关系	(1236)
二、供求平衡表分析用于预测	(1219)	三、与其他客户的经贸往来关系	(1236)
第九章 国际市场定量预测		第二节 客户的分类	(1237)
方法	(1220)	一、基本客户	(1238)
第一节 回归模型	(1220)	二、一般客户	(1238)
		三、其他客户	(1238)

目 录

第五编

“入世”后中国企业走向国际市场策略 (下)

第五章 企业国际营销产

品策略 (1341)

第一节 出口产品的改变策略 (1341)

一、强制性的适应性改变 (1341)

二、物理环境适应性的改变 (1342)

三、市场环境适应性的改变 (1342)

第二节 国际目标市场确定与

产品定位 (1345)

一、竞争与定位 (1345)

二、产品使用与定位 (1347)

三、产品定名与定位 (1347)

第三节 产品生命周期与产品

组合策略 (1348)

第四节 工业品国际营销的特点 (1353)

一、工业品的特性 (1353)

二、工业品需求的特性 (1355)

三、工业品用户的特点 (1357)

四、工业品营销的注意要点 (1357)

第六章 企业国际销售

渠道策略 (1359)

第一节 国际分销系统 (1359)

一、国际分销系统的结构 (1359)

二、中间商类型 (1360)

三、主要市场的分销渠道情况 (1363)

四、国际销售渠道的发展趋势 (1364)

第二节 国际分销渠道的开发 (1365)

一、国际市场分销渠道的长度 (1365)

二、国际市场分销渠道的宽度 (1366)

三、开发国际营销渠道的决策因素 (1367)

第三节 国际分销渠道的管理 (1368)

一、国外中间商的选择 (1368)

二、国际分销渠道的管理和控制 (1370)

第七章 企业国际市场的定价

策略 (1372)

第一节 定价中的因素分析 (1372)

一、定价目标 (1372)

二、市场需求 (1373)

三、竞争者行为 (1374)

四、成本 (1375)

五、公共政策 (1377)

第二节 出口产品的定价方法与实践 (1378)

一、成本导向定价 (1378)

二、需求导向定价 (1379)

三、竞争导向定价 (1379)

第三节 我国企业出口定价中的问题 (1382)

一、对国际市场价格缺乏了解和 分析 (1383)

二、低质低价的竞争 (1384)

三、价格大战 (1384)

四、倾销与反倾销 (1385)

五、外销价不如内销价 (1386)

六、三资企业的转移价格问题 (1388)

第八章 国际市场促销策略 (1389)

第一节 国际企业的营销竞争分析 (1389)

一、营销竞争的一般分析	(1389)
二、国际竞争对手分析	(1392)
三、竞争战略选择	(1395)
四、国际竞争地位分析	(1396)
第二节 企业的广告决策	(1404)
一、国际广告的限制因素分析	(1405)
二、国际广告代理商的选择	(1407)
三、国际广告媒介的选择	(1409)
四、国际广告预算及广告效果评估	(1412)
第三节 国际企业的广告策略	(1416)
一、广告策略的制定	(1416)
二、广告策略的制定	(1419)
三、可供选择的广告策略	(1421)
四、广告定位策略	(1424)
第四节 国际市场营业推广策略	(1427)
一、国际市场营业推广种类	(1428)
二、营业推广策略	(1429)
第五节 国际公共关系策略	(1429)
一、国际企业公共关系的内容 和功能	(1429)
二、国际企业内部公共关系	(1433)
三、国际企业外部公共关系	(1437)
四、国际企业公关策划的特性 与程序	(1440)
五、国际企业公关策划中公关 活动模式的研究	(1443)
六、国际企业公关专题活动策划	(1446)
第六节 国际市场人员推销	(1450)
一、国际市场人员推销的功能 与特点	(1450)
二、国际市场人员推销的类型 与来源	(1450)
三、国际市场人员推销组织形式	(1451)
四、国际市场推销人员的选拔与管理	(1452)
第七节 国际谈判策略	(1453)
一、谈判的过程	(1453)
二、谈判技巧	(1474)
三、谈判中的恐吓及对策	(1496)
四、谈判中的问答艺术	(1501)
五、谈判误区	(1509)
六、国际谈判的秘诀与实例	(1514)
七、谈判实例	(1520)
八、谈判高手的素质、能力与仪表	(1545)
九、世界企业巨头判断经验纪实	(1562)

第九章 国际市场营销的

组织、计划与控制

第一节 战略规划与营销计划

- 一、战略规划
- 二、战略模式选择
- 三、营销战略
- 四、市场营销计划
- 五、国际营销策略规划

第二节 国际市场营销的组织

- 一、组织结构与国际战略
- 二、出口部
- 三、国际部
- 四、全球性组织结构模式
- 五、组织结构的选择
- 六、机构组织的变化
- 七、决策权分配

第三节 国际市场营销的控制

- 一、控制程序
- 二、控制系统
- 三、控制领域

第十章 企业国际市场营销

实例

1. Adidas: 让市场优势溜走
Nike: 样式不断翻新抢占了市场
2. 美国 RCA 研究 10 年投资 20 亿,
开发新产品
3. 柯达新相机畅销欧美, 惨败日本,
原因何在?
4. 可口可乐“新配方”的营销风波
5. 美国吉列公司对 Atra 的再开发
6. 新产品与老产品之争
7. 房地产开发的国内与国际因素
8. 加拿大“Cool-Ray”太阳镜的
营销策略
9. 开发系列产品
10. 美国联合电子公司 (UI) 该
怎样定价?
11. 同一产品, 几种价格, 好吗?
12. 美国唐纳逊公司的定价策略
13. 让中国卷烟打进世界市场
14. 联想集团走向海外的经营策略
15. 海鸥方镜照相机在国际市场的
夹缝中拓展

16. 路就在脚下	(1667)	27. 华克公司应该授权日本厂商制 造权吗?	(1694)
17. 家用纺织品进入意大利市场 环境分析	(1668)	28. 美国百货业的老大——西尔斯 遭遇西班牙	(1695)
18. 东柴厂小型发电机组出口冈 比亚的教训	(1671)	29. 汉堡公司为何被麦当劳打败?	(1697)
19. 以合资方式建立海外销售渠道	(1672)	30. 日本 Samahaiku 电器公司成功 营销策略	(1703)
20. “白鲸牌”电池该不该提价?	(1674)	31. 雀巢公司的婴儿食品营销与 消费者	(1710)
21. “白猫”洗衣粉在香港市场的 广告策略	(1675)	32. 视顾客生命为儿戏	(1719)
22. 二则成功的图片广告	(1677)	33. TheClorox 公司的营销管理	(1724)
23. 申美公司的促销策略	(1678)	34. J·Schlitz 啤酒面临市场挑战	(1732)
24. 一个厂长的自述	(1680)	35. 洗新革面, 重新定位	(1740)
25. 美国先锋公司的分销决策	(1682)	36. 销售员的培训方法	(1744)
26. 百年公司是否放弃外国代理商	(1694)		

第六编

世界贸易组织有关文件及国际公约

第一章 关贸总协定及有关文件	(1749)	英国政府关于香港成为总贸总协定缔约 方的声明	(1923)
第一节 关税与贸易总协定	(1749)	中国政府关于香港成为关贸总协定缔约 方的声明	(1923)
第二节 东京回合	(1777)	中国议定书草案(工作组主席提交的 中国议定书草案和中国代表团提交的 中国议定书草案)	(1924)
第三节 乌拉圭回合	(1852)		
第二章 建立世界贸易组织有关 文件	(1876)	第四章 与世界贸易组织协议 有关的国际公约	(1939)
关于建立世界贸易组织的协定	(1876)	联合国国际货物销售合同公约	(1939)
世界贸易组织国际服务贸易分类表	(1881)	保护工业产权巴黎公约	(1950)
第三章 与中国复关有关的文件 资料	(1915)	联合国承认及执行外国仲裁裁决公约	(1960)
中国复关及“入世”谈判大事记	(1915)	联合国国际贸易法委员会仲裁规则	(1963)
中国知识产权法律法规名录	(1920)	联合国国际贸易法委员会调解规则	(1969)
中国政府关于复关的申请照会	(1922)	瑞典王国斯德哥尔摩商会仲裁院规则	(1972)
中国对外贸易制度备忘录目录	(1922)		

第七编

世界贸易组织成员及有关国际组织简介

- 第一章 世界贸易组织成员简介** (1977)
- 第一节 亚洲成员简介** (1977)
- 孟加拉国 (Bangladesh) (1977)
- 香港 (Hong Kong) (1977)
- 印度 (The Republic of India) (1978)
- 以色列 (The State of Israel) (1979)
- 印度尼西亚 (The Republic of Indonesia) (1979)
- 日本 (Japan) (1980)
- 韩国 (Korea) (1980)
- 科威特 (The State of Kuwait) (1981)
- 澳门 (Macao) (1981)
- 马来西亚 (Malaysia) (1982)
- 马尔代夫 (The Republic of Maldives) (1983)
- 缅甸 (The Union of Myanmar) (1983)
- 巴基斯坦 (The Islamic Republic of Pakistan) (1983)
- 菲律宾 (The Republic of Philippine) (1984)
- 新加坡 (The Republic of Singapore) (1985)
- 斯里兰卡 (The Democratic Socialist Republic of Sri Lanka) (1985)
- 泰国 (The Kingdom of Thailand) (1986)
- 土耳其 (The Republic of Turkey) ... (1986)
- 第二节 非洲成员简介** (1987)
- 贝宁 (The Republic of Benin) (1987)
- 博茨瓦纳 (The Republic of Botswana) (1988)
- 布基纳法索 (The Burkina Faso) (1988)
- 布隆迪 (The Republic of Burundi) ... (1989)
- 喀麦隆 (The Republic of Cameroon) (1990)
- 中非 (The Central African Republic) (1990)
- 乍得 (The Republic of Chad) (1991)
- 刚果 (The People's Republic of the Congo) (1992)
- 科特迪瓦 (The Republic of Coted Ivoire) (1992)
- 埃及 (The Arab Republic of Egypt) (1993)
- 加蓬 (The Gabonese Republic) (1994)
- 冈比亚 (The Republic of the Gambia) (1995)
- 加纳 (The Republic of Ghana) (1995)
- 肯尼亚 (The Republic of Kenya) (1996)
- 莱索托 (The Kingdom of Lesotho) (1997)
- 马达加斯加 (The Democratic Republic of Madagascar) (1997)
- 马里 (The Republic of Mali) (1998)
- 马拉维 (The Republic of Malawi) ... (1999)
- 毛里塔尼亚 (The Slamic Republic of Mauritania) (2000)
- 毛里求斯 (Mauritius) (2001)
- 摩洛哥 (The Kingdom of Morocco) (2001)
- 尼日尔 (The Republic of Niger) (2002)
- 尼日利亚 (The Federal Republic of Nigeria) (2003)
- 卢旺达 (The Republic of Rwanda) ... (2004)
- 塞内加尔 (The Republic of Senegal) (2004)
- 塞拉利昂 (The Republic of Sierra Leone) (2005)
- 南非 (The Republic of South Africa) (2006)
- 坦桑尼亚 (The United Republic of Tanzania) (2007)
- 多哥 (The Republic of Togo) (2007)

突尼斯 (The Republic of Tunisia) ... (2008)	阿根廷 (The Republic of Argentina) (2026)
乌干达 (The Republic of Uganda) ... (2009)	巴巴多斯 (Barbados) (2027)
扎伊尔 (The Republic of Zaire) (2010)	伯利兹 (Belize) (2027)
赞比亚 (The Republic of Zambia) ... (2010)	玻利维亚 (The Republic of Bolivia) (2027)
津巴布韦 (The Republic of Zimbabwe) (2011)	巴西 (The Federative of Republic of Brazil) (2028)
第三节 欧洲成员简介 (2012)	加拿大 (Canada) (2029)
奥地利 (The Republic of Austria) ... (2012)	智利 (The Republic of Chile) (2029)
比利时 (The Kingdom of Belgium) (2012)	哥伦比亚 (The Republic of Colombia) (2030)
塞浦路斯 (The Republic of Cyprus) (2013)	哥斯达黎加 (The Republic of Costa Rica) (2031)
(前) 捷克斯洛伐克 (Czech and Slovak Federal Republic) (2013)	古巴 (The Republic of Cuba) (2031)
丹麦 (The Kingdom of Denmark) ... (2014)	多米尼加 (The Dominican Republic) (2032)
芬兰 (The Republic of Finland) (2015)	萨尔瓦多共和国 (The Republic of EL Salvador) (2032)
法国 (The French Republic) (2015)	危地马拉 (The Republic of Guatemala) (2033)
德国 (The Federal Republic of Germany) (2016)	圭亚那 (The Cooperative Republic of Guyana) (2033)
希腊 (The Hellenic Republic) (2016)	海地 (The Republic of Haiti) (2034)
匈牙利 (The Republic of Hungary) (2017)	洪都拉斯 (The Republic of Honduras) (2034)
冰岛 (The Republic of Iceland) (2018)	牙买加 (Jamaica) (2034)
爱尔兰 (Ireland) (2018)	墨西哥 (The United State of Mexico) (2035)
意大利 (The Republic of Italy) (2018)	尼加拉瓜 (The Republic of Nicaragua) (2036)
卢森堡 (The Grand Duch of Luxembourg) (2019)	秘鲁 (The Republic of Peru) (2036)
马耳他共和国 (The Republic of Malta) (2019)	苏里南共和国 (The Republic of Suriname) (2037)
荷兰 (The Kingdom of the Netherland) (2020)	特立尼达和多巴哥 (The Republic of Trinidad and Tobago) (2037)
挪威 (The Kindom of Norway) (2021)	美国 (The United State of America) (2038)
波兰 (The Republic of Poaland) (2021)	乌拉圭 (The Oriental Republic of Uruguay) (2039)
葡萄牙 (The Portuguese Republic) ... (2022)	委内瑞拉 (The Republic of Venezuela) (2039)
罗马尼亚 (Romania) (2022)	第五节 大洋洲成员简介 (2040)
西班牙 (Spain) (2023)	澳大利亚 (The Commonwealth of
瑞典 (The Kingdom of Sweden) (2023)	
瑞士 (The Swiss Confederation) (2024)	
英国 (The United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland) (2024)	
(前) 南斯拉夫 (Yugosavia) (2025)	
第四节 美洲成员简介 (2026)	
安提瓜和巴达布 (Antigua and Barbuda) (2026)	