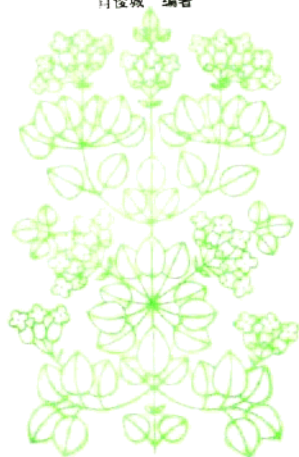


创汇农业丛书

创汇农业实务

肖俊城 编著



中国农业出版社

前 言

创汇农业是我国农业的一个引人注目的组成部分，是国家外汇收入的重要来源。如何搞好创汇农业，在提高经济效益的前提下做到多创汇、多收汇，已是人们所关心的一个热点。这当中，既有国家外贸政策与体制的完善问题，又有企业自身必须搞好的具体业务问题；既有技术问题，又有经济问题。本书从出口创汇企业角度，侧重从经济层面阐述如何创汇，提高农产品出口经济效益。在内容上，突出了以农产品出口为主线，以出口市场需求为导向，以拓展创汇农业生产为根基，以出口实务为重点。力求深入浅出、通俗易懂、简明实用，使读者从中比较系统地了解 and 掌握创汇农业实务各环节的运作要点与方法，有助于创汇农业的发展。

同时，书中尽可能反映国际农产品贸易业务的最新动向、惯例与做法。如《1990年国际贸易术语解释通则》、《跟单信用证统一惯例》（1993年修订本）国际商会第500号出版物、条形码标志与电子数据交换技术应用等均逐一作了介绍。书后列有附录供参考。

鉴于作者水平所限，难免有不妥乃至错误的地方，敬请读者予以指正。

编著者

1995年1月于广州

目 录

一、创汇农业的特点、类型和作用	1
(一) 什么是创汇农业	1
(二) 创汇农业的特点	1
(三) 创汇农业企业的类型	3
(四) 创汇农业的地位和作用	4
(五) 抓住机遇, 加快发展创汇农业	6
二、农产品出口市场调查与选择	9
(一) 农产品出口市场调查	9
(二) 农产品出口市场需求分析	15
(三) 农产品出口目标市场的选择	17
(四) 农产品出口市场的拓展	19
三、出口农产品的生产	20
(一) 出口农产品生产的重要性	20
(二) 依靠科学技术, 增加产量	20
(三) 狠抓出口农产品质量	21
(四) 优化出口农产品结构	22
(五) 科学选建出口农产品生产基地	24
(六) 发展农产品的加工增值	29
四、出口农产品的生产要素引进	31
(一) 资金的引进	31
(二) 技术的引进	35
(三) 良种良苗的引进	41
五、农产品出口销售渠道与出口方式	42

(一) 出口销售渠道·····	42
(二) 出口方式·····	46
六、出口农产品的商标与广告·····	54
(一) 商标·····	54
(二) 广告·····	58
七、出口农产品的品质、数量和包装·····	62
(一) 出口农产品的品质·····	62
(二) 出口农产品的数量·····	66
(三) 出口农产品的包装·····	69
八、出口农产品的价格与贸易术语·····	74
(一) 出口农产品的价格·····	74
(二) 贸易术语的国际惯例解释·····	75
(三) 订立价格条款应注意的事项·····	82
九、出口农产品的装运·····	85
(一) 出口运输方式·····	85
(二) 出口货物装运期·····	91
(三) 装运港与目的港·····	92
(四) 分批装运和转运·····	93
十、出口农产品运输保险·····	94
(一) 海上运输货物保险·····	94
(二) 其他运输方式的货物保险·····	97
(三) 保险金额与保险费·····	99
(四) 保险索赔·····	99
(五) 贸易合同中的保险条款·····	100
十一、农产品出口贸易的货款收取·····	101
(一) 货币与汇票·····	101
(二) 收汇方式·····	104
(三) 贸易合同中的收付条款·····	112
十二、出口农产品的检验、索赔与仲裁·····	114

(一) 出口农产品检验·····	114
(二) 农产品索赔与理赔·····	120
(三) 贸易仲裁·····	121
(四) 不可抗力·····	122
十三、农产品出口贸易磋商与合同签订·····	124
(一) 农产品出口贸易磋商·····	124
(二) 农产品出口合同的签订·····	129
十四、农产品出口合同的履行(甲)·····	139
(一) 出口合同履行的一般程序·····	139
(二) 备货·····	139
(三) 出口报验·····	141
(四) 催证、审证、改证·····	142
(五) 托运和报关、投保·····	144
十五、农产品出口合同的履行(乙)·····	146
(一) 制单·····	146
(二) 电子数据交换·····	154
(三) 出口结汇·····	155
(四) 出口合同的管理·····	156
十六、农产品出口经济效益核算·····	158
(一) 为什么要进行农产品出口经济效益核算·····	158
(二) 农产品出口经济核算的主要内容与方法·····	158
(三) 提高农产品出口经济效益的途径·····	167
附录一 创汇农业常用中、英文词汇·····	170
附录二 部分国家货币名称及符号表·····	187
附录三 部分国家(地区)港口名称一览表·····	190
附录四 常用重量单位换算表·····	199
附录五 农产品容积、长度、重量换算表·····	200
附录六 各国农产品计量单位的公制等量·····	201

附录七	中华人民共和国出口货物原产地规则	203
附录八	中华人民共和国进出境动植物检疫法	206
附录九	贸易性出口动物产品兽医卫生检疫 管理办法	215
附录十	对外经贸部关于出口合同管理 工作的若干规定	221

一、创汇农业的特点、类型和作用

（一）什么是创汇农业

要知道什么是创汇农业，先要了解什么是创汇。所谓创汇，一般是指本国出口商（出口企业）向国外出口货物（产品）所取得的外币货款，也就是贸易外汇收入的获取。创汇农业通常是指通过农产品（含农副产品及其加工制品）的出口，以换取外汇或外国商品为主要经营目标的农业类型，是农产品国际竞争的一种重要模式。农产品出口创汇，产品是基础，出口是前提，创汇收汇是目的。要多创汇，必须搞好产品出口，从这个意义上说，创汇农业也可以叫出口型农业或外向型农业。

创汇农业有狭义与广义之分。狭义的创汇农业只包括农产品及其加工制品的出口创汇，广义创汇农业除了农产品及其加工制品的出口创汇外，还包括农业技术和农村劳务输出以及对国外农业投资所取得的外汇收入。同时，在国际农产品贸易中，有出口必有进口，发展创汇农业，通常要引进国外先进的技术、设备、原材料和管理经验，这就涉及到同农产品出口密切相关的贮存、保鲜、加工、运销、金融、税收、保险等行业。所以，创汇农业是一种植根于农业，融合产、供、销与贸、工、农、技于一体的外向型农业经济类型。

（二）创汇农业的特点

同以供应国内农产品为目标的内向型农业比较起来，创

汇农业除了具有一般农业的地域性、季节性（时效性）等特点以外，还有以下几个特点：

1.外向性。创汇农业要以国际市场为导向，参与国际劳动地域分工，生产国际市场所需要的、能出口获得外汇收入的农产品，其着眼点是出口创汇，获取良好的出口效益。同时，为了增强出口能力，又需引进某些国外资金、技术等要素。这是创汇农业最基本的特征。

2.标准性。出口创汇企业要根据国际市场和进口国对农产品的要求，使出口农产品的花色、品种、质量、安全、卫生等方面符合同一类型产品的国际标准或进口国规定的要求，才能为进口国及其消费者所接受，打开销路。这是取得外汇收入的前提条件。

3.竞争性。出口农产品要进入国际市场，而国际农产品市场是各国农产品竞相角逐的场所。谁的产品适合消费者的要求，物美价廉，谁就能打开销路，击败对手，占领市场。否则，就会被挤出市场，在激烈市场竞争中吃败仗。

4.风险性。创汇农业除了要经历一般农产品自然灾害、生产技术、经营决策风险以外，最明显的是还要经历国际市场环境变化诸如产品供求、价格波动等的风险。这些风险的存在不同程度地造成出口创汇企业在生产、出口、创汇上的不稳定性，特别是国际市场对农产品需求与价格变幻莫测，更增加了市场风险。

5.系统性。创汇农业是一个以农产品对外贸易为龙头，涉及人、财、物、技、产、供、销环节的独特农业经济系统。各环节间相互联系、相互制约，要求系列化配套，一环扣一环。如果协调不当，配合不好，就会相互脱节，抵消优势因素，影响创汇农业总体功能的发挥。

事实说明，出口创汇企业只有充分认识与掌握创汇农业的这些特点，并且根据这些特点的要求进行运作，才能实现农业创汇目标。

（三）创汇农业企业的类型

出口创汇企业是创汇农业的经济细胞，其类型是指按一定的划分标志，对出口创汇企业所进行的分类。掌握各种出口创汇企业的性质、适应条件，有利于合理地科学地策划企业的经济活动，提高创汇效益。

1.按企业所处的再生产领域的不同，可以把现阶段我国的出口创汇企业分为出口生产企业、外贸企业和生产、外贸兼营企业三大类。

（1）出口生产企业。包括各种以生产农、林、牧、副、渔、加工等出口农产品为宗旨的种植场、养殖场、加工厂、创汇农户等。还可以按经营出口农产品项目作进一步的划分，以养殖场为例，有养猪场、养鱼场、养虾场、珍珠养殖场等。

（2）外贸企业。一般指各种外贸专业公司。就农业来说，主要有粮油进出口公司、畜产进出口公司、水产进出口公司、茶叶进出口公司、丝绸进出口公司、食品进出口公司、土特产进出口公司等等。这些公司主要职责是办理其经营范围内的农产品及其加工制品的对外贸易业务。

（3）生产、外贸兼营企业。这是我国目前最多的出口企业。具体又可分为以农业生产为主、内部附设出口部门的企业和外贸企业（公司）属下设立的各种种养和加工厂、场，以及外贸企业（公司）与农户联营等多种形式。其主要特点是把生产出口农产品和经营对外贸易业务统一起来。

2.按是否具备进出口经营权，可分为自营进出口企业和

非自营进出口企业两种。根据经贸部的规定，自营进出口企业必须具备的条件是：必须是政企分开、自主经营的独立经济实体；企业集团的核心企业对其紧密层企业、总公司对直属企业，应实行“六统一”的管理；有营业场所和开展进出口业务所需要的设备和资金，以及其他必备的物质条件；有健全的内部组织机构和与经营进出口业务相应的外贸、技术等专业人员；有自产的出口产品和出口市场；经营进出口业务能自负盈亏；生产的产品符合出口质量标准；年出口供货额达到规定的要求。

非自营进出口企业则不具备或不完全具备这些条件，其产品出口可在国内委托外贸企业在其经营范围内代为办理进出口业务。随着我国经济与对外贸易的发展，这种类型的企业将逐渐减少，而有进出口经营权的企业将日益增多。

3.按企业的所有制不同，可分为国有出口生产企业（含集团式企业）、国有外贸企业、股份制出口生产企业、集体所有制出口生产企业、联合出口生产企业、个体出口生产企业等。

4.按企业经营出口产品的形态差异，可分为原料性产品出口企业、初级产品出口企业和农副产品加工出口企业等。

（四）创汇农业的地位和作用

创汇农业向来是我国外汇收入的重要来源，在我国国民经济中占有相当重要的地位。据统计，1953—1992年我国商品出口总额累计达6040.66亿美元，其中农产品累计出口额为1160.96亿美元，占商品出口总额的近20%。农产品出口总额由1953年的7.4亿美元增至1992年的123.58亿美元，增长15.7倍。特别是进入80年代以来，农产品出口总额有了较大幅度增长。1980—1992年的12年间农产品出口额达949.88

亿美元，占1953—1992年农产品出口总额的八成多。出口额超过1亿美元的农产品由80年代初的9种增加到90年代初的34种；同期，加工农产品出口占农产品出口总额比重由六成增至约七成。在世界各国的农产品出口值中我国已列居前10位。

事实证明，创汇农业是我国参与国际农业地域分工的经济形式，对于加快各地优势资源开发，吸纳农村剩余劳动力，促进科技进步，推动农村商品经济，增加外汇收入，富裕农村等方面有重要作用：

1.有利于加快各地农业自然资源的开发。我国地大物博，各地几乎都有各自的优势资源可供开发，有名、特、优农产品可供出口。但目前仍有不少优势资源在沉睡，发展创汇农业，就可以加快这些优势农业自然资源的开发利用，把潜在的资源优势转化为现实的产品优势和出口商品优势。

2.可以解决农村部分剩余劳动力就业。充分利用劳动力资源。我国人多地少，农村劳动力相对剩余，解决这些剩余劳动力的途径，除了积极兴办城乡工业和服务行业以外，发展创汇农业，由于其大多数项目具有劳动密集型或技术密集型的特点，对劳动力的数量需求比较多，质量要求比较高，从而可以拓宽农村劳动力资源的利用空间，解决部分剩余劳动力的出路，提高劳动者的素质和技能。

3.有利于促进农村科学技术发展。出口农产品要在国际市场竞争中取胜，关键在于产品质量。只有符合国际市场特别是符合产品进口国对质量要求的农产品才能销售出去，获取外汇收入。而产品质量背后蕴藏的是科学技术的作用。为了提高出口农产品质量，必须依靠科学技术进步。可以说，科学技术进步是创汇农业的动力，创汇农业的发展反过来又

对加快农村科学技术进步提出要求。

4.有利于推动农业向商品化、现代化转变，提高农村生产力水平。一方面，发展创汇农业，客观上要求参与国际农业生产地域分工，而地域分工是商品贸易的前提条件。地域分工越发展，商品贸易要求就越迫切。因而创汇农业作为一种商品化的产业，可以推动农村由自给半自给经济向商品经济转变。另一方面，为保障出口农产品有充裕、稳定货源而建立起来的各种出口农产品生产基地，加深了农业生产的地域分工与协作，促使农业生产向区域化、专业化方向转变。同时，发展创汇农业，免不了要引进国外某些先进适用的技术、设备和管理方法，利用国外资金，这些都有利于加快发展我国农业生产力，实现农业现代化，带动经济的发展。

5.可以为我国社会主义现代化建设和出口企业的扩大再生产，取得外汇，相应增加国家的财政收入，以进口现代化建设所需的先进技术、机械装备、原材料，加快现代化进程。同时为经济增长，富裕农村，改善农民生活开辟一条重要的途径。

80年代以来，我国沿海地区经济比较发达，农民生活水平提高较快，其中原因很多，但与积极发展农产品出口创汇是分不开的。例如，1993年，广东省农副产品及其加工品出口创汇达20.81亿美元，比1978年增长1.9倍。同期农民人均纯收入增加6倍。其中，创汇农业所起的作用是明显的。

此外，创汇农业还可以促进农业产前产后相关行业的发展。

(五) 抓住机遇，加快发展创汇农业

对发展我国创汇农业来说，近期国际经贸环境提供了许多良好的机遇：

首先，经济发达国家和地区为了发展经济，纷纷进行产业结构重组，正在转向发展资金密集型和技术密集型出口产品，压缩或向外转移属于劳动密集型的农业。一些新兴工业化国家和地区由于产业升级换代，劳动力价格越来越昂贵等因素的影响，也相继限制农业生产，有的项目几乎处于半停产或停产状态，致使其农产品出口能力逐渐削弱，对农产品进口需求增长，这对于农业劳动力资源相对丰裕、劳动力价格相对低廉的我国来说，无疑是一个出口创汇的有利时机。

其次，关税与贸易总协定的一个重要原则是要消除国际贸易上各种各样的非关税壁垒，这就迫使农产品进口国和地区进一步减少对农产品进口的限制，为我国农产品的扩大出口赢得机会。另一方面，非歧视原则可以使我国的农产品出口享受多边无条件的最惠国待遇，免除西方国家目前对我国实行的某些歧视性贸易行为，从而有利于农产品及其加工产品进入国际市场。此外，一旦复关后，可以为农产加工品在美国享受普遍优惠关税制创造条件，扩大对其出口。

第三，美国和欧共体为了鼓励其农产品出口而实行大量补贴。如美国平均每年用于农产品出口补贴的资金就达3亿多美元，形成农产品倾销，严重损害了许多发展中国家农产品出口利益。围绕是否应削减或取消农产品出口补贴而进行的乌拉圭回合多边谈判已达成协议，国际市场农产品价格将上升，这将有利于我国农产品的出口创汇。

第四，独联体、东欧各国近期面临农产品供应短缺的局面。这些国家由于种种原因，许多过去是出口的农产品现在不但无力出口，反而需要从国外进口。有的农产品虽有出口，但数量明显减少，质量也下降，这就为我国扩大对这些国家的农产品出口提供良好机遇。

第五，日本、韩国近年稻作减产，不得不进口大量的大米。预计这种状况将会维持一段时间，从而为我国优质大米进入这两个市场创造条件。中东海湾石油国家也需要相当多的农产品进口。

第六，某些经济发达与中等发达国家和地区，出于环境保护的考虑，逐步把一些易污染环境的农业生产项目如畜禽养殖等转移至国外、区外，或者限量生产，这在客观上也将为我国农产品出口创汇形成有利条件。

与此同时，我国农产品及其加工制品出口将会遇到一些严峻的挑战。例如，原有一些农产品竞争对手竞争力增强，新的竞争对手不断出现，西方发达国家贸易保护主义还在伺机抬头。复关后也会使缔约国一些比我国低耗、高质的农产品进入国内市场，冲击生产。而国内农产品市场的对外开放，势必使农产品市场直接受国际农产品市场供求的影响产生波动，使国内农产品的供求关系容易失衡，造成某些农产品产、销不稳定，引致部分农民收入可能减少。

总之，农产品出口创汇前景是机遇与挑战并存，但机遇多于挑战。面对这种情况，出口创汇企业应当把握时机，迎接挑战，加快创汇农业发展。

二、农产品出口市场调查与选择

(一) 农产品出口市场调查

1.为什么要进行农产品出口市场调查。农产品出口市场指的是农产品输往世界哪些国家或地区销售。市场是商品交换的场所。国际农产品市场十分广阔而多变，各个市场需要什么样的产品，需求量有多大，什么时候需要，对农产品质量、规格有什么要求，农产品销售到哪些市场才能多创汇，出口创汇企业要回答这些问题，就必须进行出口市场调查，掌握各个出口市场的特点以及对农产品的需求状况。只有这样才能选择合适的目标市场，使出口农产品适销对路，减少市场风险，提高出口创汇效益。因此，出口创汇企业应有专人或专门部门从事农产品出口市场的调查研究，有条件的企业应购置所需的电讯设备，建立科学的市场信息系统。通过市场调查，为企业领导确定农产品出口市场策略提供依据。

2.农产品出口市场调查的内容。农产品出口市场调查的内容相当广泛。由于各国和地区的政治、经济、文化、历史背景不同，对我国出口农产品的具体要求就不完全相同；同类农产品由于品种、规格、包装等的不同，市场销路也不一样。所以，对农产品出口市场的调查应以各个具体的出口农产品为对象，了解市场供求状况、特点与变化趋势。基本内容包括农产品调查、市场调查和客户调查三个方面：

(1) 农产品调查。主要查明：①适销农产品的市场潜

力（即一定时段内出口市场对农产品可能的最大销售量）、需求品种、牌号、数量、品质、规格、包装等的要求；②进口国农产品的供货主要来源及主要购买者或消费对象；③在同类农产品中主要的竞争对手及其竞争潜力、竞争优势和产品的市场占有率；④农产品市场消费特点包括消费者的消费心理、消费习惯和消费水平、销售季节；⑤同类农产品在不同国家或不同地区的销售价格水平以及当地消费者对农产品售价的反映。不同时期影响出口农产品价格变化的因素及其变动趋势；⑥进口农产品的销售渠道、经营方式、推销网点的分布以及有哪些合适的传媒可供选择；⑦哪些农产品可以进一步开拓市场，哪些需要缩减或淘汰，哪些要维持现状。

（2）出口市场调查。为了从众多的出口市场中正确选择某一个或某几个具体的目标市场，必须进行出口市场调查，主要包括：

①基本概况：包括市场所在国或地区的地理位置、土地面积、人口、气候、语言、宗教、政治制度、政局稳定程度、国民生产总值、经济增长速度、家庭及人均收入、同我国的关系等。其中人口因素影响农产品市场需求规模，收入水平影响人们的农产品购买力，应作为调查的重点。

②农产品贸易情况：包括市场所在国或地区的农产品自给率、进口农产品种类、历年进口额及其商品结构、农产品进口贸易的主要国别、地区、农产品购买力、国际支付能力、主要港口以及对我农产品的贸易状况等。

③对外贸易政策法规：调查市场所在国或地区的有关政策法规，如税收政策、价格政策、外汇政策、商标法、商品检验法、关税法、食品卫生法、环境保护法、仲裁法、外汇管理条例、非关税进口限制措施条例（含进口配额制、进口

许可证制、产品卫生检疫、包装与标签的规定，等等）。

④社会文化：不同国家和地区有不同的社会文化背景。其中如教育水平、宗教信仰、审美观念、价值观念等都会影响人们的农产品消费观念、消费行为与消费方式，直接关系到农产品进口国或地区对农产品的包装、装潢、色彩、图形、语言等方面的要求，因此，必须对市场的这些社会因素进行调查。

（3）客户调查。客户是指同我国出口创汇企业有业务往来的国外客商。在农产品出口贸易中，选择客户，同客户建立良好的贸易关系，是疏通销售渠道，扩大农产品出口创汇的重要条件之一，也是外贸企业防止因对客户资信缺乏了解而受骗上当，提高合同履行率的一项有效措施。调查的主要内容主要是：

①客户类型：国外客商有不同的经营类型（方式）和经营性质，要了解客户是代理商还是进口商，是零售商还是批发商，是专营商还是兼营商，是连锁商店还是超级市场，等等。

②资信状况：资信是客户资本与信用的简称。资本状况包括客户的注册资本、实际资本、资产净值、财务状况、资产负债以及银行往来户头等。信用主要是指客户的经营品德、经营作风、履约守信程度等。资信状况调查是客户调查最基本、最重要的内容。

③经营范围：经营范围指客户经营哪些农产品进出口业务，是专项经营还是综合经营。

④经营能力：主要是指客户的经营规模（营业额）、经营力量、经营技能、经营特长、经营效果等。

⑤业务往来：主要了解客户同我国外贸企业业务往来的