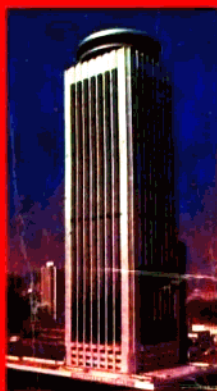


深圳经济特区建立十周年丛书之三

深圳企业 外贸实务



余英光
陈伟雄
主编

.955

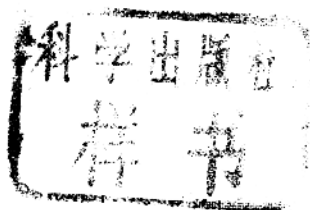
科学出版社

深圳市经济学会丛书编辑委员会

纪念深圳经济特区建立十周年丛书之五

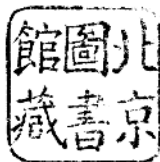
深圳企业外贸实务

余荣光 沈桦 徐森忠 主编



科学出版社

1990



B

内 容 简 介

深圳经济特区创建10年，外贸成绩显著。本书是一本文集，主要从企业经营角度总结深圳外贸企业10年改革开放的成就和经验，研究世界市场动态和推销策略，并对与外贸政策、法律、业务等有关的实际问题作了通俗易懂的分析。

本书内容丰富，务实性强，有实用价值，可供外贸工作者、理论工作者和大专院校有关专业的师生参考。

深圳企业外贸实务

余荣光 沈 桦 徐嘉惠 主编

责任编辑 王洪友 王晓琪

科学出版社 出版发行

北京东黄城根北街16号

邮政编码：100707

广东始兴县印刷厂印刷

1990年7月第一版(深圳) 开本：787×1092 1/32

1990年7月第一次印刷 印张：11

印数：0001—5300 字数：233 000

ISBN7—03—001949—0/F·41

定价：6.00元

纪念深圳特区建立十周年丛书

编辑委员会

主 任 梁文森

副主任 沈元章 徐森忠

委 员 （以姓氏笔画为序）

刘志庚 严沃才 沈 桦

余荣光 张巧琳 倪元轲

符秀凤 廖军文 韩 松

丛 书 序 言

在深圳经济特区创建10周年即将来临之际，总结特区经济科学理论及其研究工作的进展，是很有意义的。特区经济学是一门新兴的科学，很年轻，还不到10岁，特区经济属区域经济，其理论主要属于开发性、应用性及基础性理论。

特区经济学的研究和发展，自始至今，大致可分三个阶段。

第一阶段，从创建特区到1984年，主要研究和论证社会主义中国要不要办经济特区，其中包括建立经济特区的必要性、可行性及其意义，经济特区的社会性质，“三资”企业的所有制性质和形式，发行特区货币，建设社会主义精神文明的理论和实践等。

第二阶段，从1985年到1988年，主要探索建立一个什么样的特区，即特区的发展模式问题，较系统地研究特区的发展战略，包括特区发展战略总目标、分目标、战略重点、对策和途径，以及与实现发展战略目标相适应的管理体制，并较集中地探索特区发展外向型经济的理论与实践问题。

第三阶段，从1989年起，特区经济学的研究将跨入一个新的发展阶段，也可以说是开拓性阶段。它将主要探索两方面问题：对内，研究特区同中央和省的关系，比如能否有更大的自主权，在发展特区特殊优惠政策及其效力递减的情况下的对策，如何提高特区本身发展潜力等；对外，研究深圳同世界经济尤其同香港地区经济发展的关系，比如深圳特区

在亚太经济圈中的地位和作用，如何借鉴香港法律和管理体制，如何适应香港1997年的变化，以及特区企业国际化经营和如何拓展国际市场等问题。

特区经济学目前虽尚未形成一个完整的独立体系，但她方兴未艾。目前，出版的特区经济理论的书籍已不少，发表的理论文章也很多，其特点是围绕探索建设具有中国特色的社会主义问题，从特区实际出发，运用实证方法进行分析和综合研究。就研究队伍而言，目前，虽然人不多，但也正在发展壮大。

深圳经济学会在特区经济研究中做了大量组织和协调工作，发挥了应有的作用。1988年夏学会改选，成立第二届理事会，修改学会章程，吸收企业家、经济务实工作者为学会会员，使学会的性质和学术研究有了新的特点：第一，学会成为学者、专家和企业、实际经济工作者密切合作的群众性团体；第二，学会既为促进整个经济特区发展服务，又为企业兴旺发达服务；第三，学术探讨采取宏观经济研究与微观指导紧密结合的形式，我相信它必将为特区的发展作出更大贡献。

为了繁荣特区的学术研究，促进特区经济迅速向高层次发展，我曾倡议学会组织一个经济丛书编辑委员会，把向学会提交的具有一定水平和参考价值的论文编辑成书，出版数个集子，作为向深圳经济特区建立10周年的献礼。现在这套经济丛书正陆续编辑出版，我很高兴为之写个序。

梁文森

1990年于深圳

前 言

深圳经济特区建设10年，各方面都取得了很大的成绩，其中对外贸易的成绩尤为显著，这说明深圳经济特区已逐步走上外向型的经济轨道。为了纪念深圳经济特区建立10周年，深圳市经济学会编辑出版《深圳企业外贸实务》一书，作为本会经济丛书之五。

本书内容较丰富，包括三类文章：一是深圳外贸企业10年改革开放成就、经验总结和今后对策；二是对世界市场和推销策略等方面的研究；三是对与进出口贸易的政策、法律及业务等有关的实际问题的通俗分析。本书作者有市政府部门领导、集团公司董事长、总经理以及业务骨干，也有经济专家和教授。

本书有如下显著特点：第一，务实性。务实是贯穿全书的指导思想。所谓务实，就是总结经验，研究新问题、找出新规律，给人以启迪。第二，敢于改革。凡是对发展深圳特区对外贸易有突出作用的，我们就加以宣传，如建立深圳跨国公司、企业国际化经营、进一步发展远洋贸易等问题，本书从理论到实践，论证了其必然性和可能性。第三，突出市场研究。没有市场就没有外贸，市场在哪里，我们的外贸工作就要做到哪里。本书对世界各地市场和几个重点产品市场作了比较深入细致地研究，提示人们如何去开拓和占领这些市场，同时还指出苏联、东欧、东盟、美国、日本等市场的潜力及其开拓的可行性。第四，重视促销策略等决策性研究。找到外贸市场后，产品怎样才能打进去？这里还有推销战

术、推销渠道、目标市场选择、外销产品定价等问题。这些问题都是从事外贸工作人员所关心和要解决的，书中都较系统、较全面地作了回答。第五，重视进出口业务入门知识的传授。诸如，如何进行进出口贸易洽谈、怎样签订外贸合同、如何回避汇率风险，以及外贸商品的商标、包装与商检等问题，书中都一一作了探析。所以，本书是一本实用性较强的外贸书籍。

本书由市委驻深单位工委书记、学会常务理事余荣光，中国食品协会经济顾问、学会副会长沈桦，学会秘书长徐蕊忠副教授主编，学会会长梁文森教授主审。本书在编写过程中得到市社科联的领导同志和本会理事和会员们的大力支持，特此表示感谢。由于水平有限，时间仓促，错漏难免，万望广大读者批评指正。

编 者

目 录

丛书序言·····	梁文森	I
前 言·····		II
深圳外贸发展回顾与		
开拓国际市场对策·····	许 扬	1
深圳发展对外贸易的经验与前景·····	刘志庚	7
深圳特区外贸要更上一层楼·····	李济才	19
深圳1990年外贸策略的探讨·····	曾真华	24
为深圳特区发展外向型经济		
架桥铺路·····	张胜强	31
浅谈特区企业国际化经营·····	叶振忠	42
外贸企业国际化经营的必备条件·····	吴连成 张作民	49
关于优化特区外贸企业集团的几个问题·····	刘仁茂	53
深圳特区应鼓励建立更多的跨国公司·····		
徐森忠		60
深圳特区发展跨国公司应具备的条件·····		
罗 璇		68
开展跨国经营的几点体会·····		
王新民		78
在境外办企业的做法与体会·····		
骆锦昱		82
深圳发展跨国公司面临的困难		
与出路·····	江潭瑜 刘新华	88
远洋贸易——特区外向型经济的新台阶·····		
许兆涛		98
加强调查研究 拓展远洋贸易·····		
洪俊和		102

谈谈拓展远洋贸易.....吴连成·106·

深圳拓展对苏联经济贸易的探讨.....张海文·113·

深圳应抓紧时机发展对东欧贸易.....陈来山·122·

美国市场及其进口管理规定.....郑奕龙·129·

拓展日本市场的对策.....谭瑞祥·145·

研究与开拓西欧市场.....秦德成·156·

开展对台贸易的几点意见.....丁家新·166·

东盟市场特点与深圳企业的对策.....杜 庚·171·

进一步拓展对港贸易之我见.....廖素云·181·

发挥深圳食品工业优势 积极拓展

 美国市场.....沈 桦·187·

世界纺织品市场调研.....何万席·194·

深圳的电子产品是怎样打进国际市场的.....许明宗·204·

深圳企业拓展国际市场初探.....傅佑钦·208·

如何选择海外目标市场.....杨景春·211·

浅谈国外客户调研工作.....罗 斌·222·

出口促销策略探讨.....骆益强·232·

谈谈出口定价策略.....徐森忠·244·

影响外贸出口价格的几个因素.....卢小纹·259·

技术贸易与技术引进.....骆益强·264·

技术许可证贸易及其谈判策略.....谢筱蕴·273·

外贸合同浅析.....宋介麟·283·

出口贸易洽谈和履行程序浅说.....王焕文·305·

商标与出口贸易.....朱 政·315·

出口商品与包装·····	王兴琳 · 324 ·
出口商品检验与普惠制·····	余荣光 · 332 ·
谈谈回避汇率风险与货币保值·····	谢玉明 · 339 ·

·许 扬·

深圳外贸发展回顾与开拓国际市场对策 (代序)

10年，在人类历史的长河中是短暂的一瞬。但这过去的10年对深圳来说，实在是太重要、太不寻常了。10年前深圳这个只有两万多人口的荒僻边陲小镇，每年只对香港进行农副产品出口贸易和小额边境贸易，贸易额不到1000万美元，几乎没有进口贸易。同一个深圳，89年实现进出口贸易总额37.7亿美元，这变化之大，无论在中国，还是在世界上任何一个地方，都是罕见的。

下面的一些数字也许更能说明此问题。1989年深圳出口额达21.7亿美元，在全国大、中城市出口贸易总额中仅次于上海，名列第二，这与创办特区前的1979年出口额930万美元相比，增长233倍，平均每年递增72.5%。现在，全市年出口额100万美元以上的企业300多家，1000万美元以上的40多家。在出口产品中，年创汇100万美元以上的有280多种，年创汇1000万美元以上的有40多种。到1989年底，已同世界上五大洲的45个国家和地区发展了贸易往来。特区的不少产品在国际市场上具有较强的竞争力，享有较高的信誉，深受用户欢迎。

深圳对外贸易的发展，首先是在中央和广东省的领导下，在兄弟省、市、自治区的支持和通力合作下，贯彻执行了中

作者系深圳市政府副秘书长、经发局局长、市经济学会顾问。

央给特区一系列的特殊政策和灵活措施的结果。几年来，深圳大胆地进行了外贸体制改革，扩大企业自主权，对外贸企业的领导体制和经营机制进行了积极的探索。改革人事制度和工资制度，对企业各级干部和全体员工实行选聘制和合同制。推行经理任期目标责任制。目标层层分解，责任落实到人。贯彻按劳分配原则，把工资和奖金分配拉开档次，并与企业的经济效益直接挂钩，打破了过去“大锅饭”和“铁饭碗”。这些改革调动了广大职工的积极性，极大地增强了企业的活力。如深圳粮油食品进出口分公司，坚持以创汇为中心，以提高经济效益为目标，出口创汇和进口用汇并举，大力发展出口商品基地，精心经营，巧避风险，最近3年累计出口收汇总值达22 438万美元，累计实现利润7587万元，累计上缴国家各项税额13 043万元。

深圳对外贸易的发展，是同特区坚持以工业为主发展外向型经济的方针分不开的。到1989年底，深圳已办起镇以上工业企业2470家。1989年工业出口产值达69.14亿元（含来料加工产值10.63亿元），占工业总产值的59.37%。在特区1000多种自产工业产品中，已有800多种销售到国际市场，其中自行车、电视机、收录机、电话机、计算机、音响磁头、平板玻璃、钟表、液晶显示器、纺织服装、食品饮料等都已成为深圳的大宗自产出口产品。比如，深圳中华自行车集团公司，注意国际市场开拓和强化企业内部管理，1989年产量达到82万辆，成为产量在国际上居第二位和国内自行车出口量最大的专业厂家。1990年该公司自行车出口额即可望达到1亿美元。再如，深圳天马微电子公司，勇于开拓国际市场，按照国际惯例经营使企业连续5年保持产品出口率在

98%以上。正因为深圳发展出了一大批这样的出口支柱产品，在1989年全市出口贸易总额21.74亿美元中，即有13.73亿美元为深圳自产产品出口，占出口总额的63%。深圳的“三来一补”加工业也有了蓬勃发展，1989年全市有“三来一补”加工企业4000多家，来料加工工缴费收入达2.1亿美元。

深圳对外贸易的发展，还与特区始终注意外引内联、扩大利用外资、发展“三资”企业密切相关。到1989年底，深圳已与23个国家和地区签订利用外资协议(合同)6,922项，协议投资总额54.9亿美元，实际利用外资27.34亿美元。1989年的外商投资企业工业产品出口产值达48.01亿元，占全市工业产品出口总额的69.4%。随着时间的推移，外商投资企业的出口比例还会进一步增大。

深圳对外贸易的发展，也充分利用了深圳毗邻香港，农副鲜活产品便利出口的优势，积极地发展了创汇农业。特区建立后，改变了过去“以粮为纲”的单一农业经济结构，实行农工贸相结合，面向特区和香港两个市场，使农业商品经济得到了迅速发展。几年来，从国外和香港地区引进资金7亿多港元，兴办了一大批蔬菜、禽畜、水产和水果等农副鲜活出口产品生产基地，1989年出口额达10.7亿港元。

同深圳其他各项事业一样，深圳对外贸易也需要有一个从低级到高级，逐步完善、逐渐发展的过程。经过10年发展之后，现在深圳的对外贸易正在经历着三个转变：一是从过去主要收购内地产品出口逐渐转变为自己大办实业，实行工农技贸结合，自产产品出口为主。近几年来，自产产品出口产值比重持续增长，到1989年底，接近全市工业总产值的

60%；二是从转手贸易逐步转变为“外接单、内生产”或“两头在外”或“三头在外”。逐步形成进料→加工→增值→出口的外贸经营方式。如深圳市进出口贸易集团进出口贸易服务公司，大胆拓展进料加工复出口业务等多种外贸经营方式，1989年出口创汇1956万美元，其中三类产品占76.7%，闯出了一条灵活经营、扩大外贸出口的新路子；三是从单一的香港市场逐步转向直接远洋贸易。1989年深圳从事直接远洋贸易的企业已有50多家，直接远洋贸易额2.1亿美元。在国外兴办的技工贸综合经营的企业70多家，这些企业在海外的营业额已达3亿多美元。深圳企业开拓海外市场的潜力很大，但任务也是十分艰巨的。完全实现上述三个转变，需要时间，更需要特区企业付出更大的努力。

另外，过去10年，深圳已经形成了一支有相当规模的外贸队伍，形成了一个基本上适合现阶段特区企业运行的外贸体系。

上面情况说明，深圳10年对外贸易的发展是十分鼓舞人心的。但还应看到，深圳企业开拓国际市场的任务还很艰巨，潜力还很大。直接远洋贸易还仅仅处于起步阶段，直接远洋贸易额只占出口总额的10%。这同特区发展外向型经济的要求是不相适应的。我们必须在开拓国际市场上做出更大的努力。

根据近年来深圳企业开拓国际市场正反两方面的经验教训，我觉得至少有以下几点值得汲取和借鉴：

第一，开拓国际市场必须注意整体性。开拓国际市场，绝不仅仅是推销人员把产品卖到国际市场的问题，它实质上是一个企业的人才、产品、工作效率和组织能力等全面地参

与国际竞争、牵动全局的工作。派到海外人员的业务能力和推销艺术固然很重要，但千万不能忘记，这项工作的基础还是在国内。如果一个企业不能及时地推出适销对路的产品和提供周到有效地服务，如果没有一个对瞬息万变的国际市场做出快速反应的机构，如果不把海内外工作从总体上统一加以考虑和协调，单靠推销队伍的优势是难以奏效的。

第二，开拓国际市场必须有明确的针对性。国际市场经营的基本原理，在各国之间应该说大体上是一致的。它们之间的区别主要是由于国与国之间不同的社会环境和文化背景造成的。因此，开拓国际市场就必须一个国家、一个地区，逐一地研究那里的文化和社会环境对市场经营的影响。比如，在中国的家庭里，很难看到有猫头鹰之类艺术品的摆设，因为猫头鹰在中国人的心目中是不祥之物；但它在德国市场上却大受欢迎，因为德国人认为它是吉利和聪慧的象征。几年前一家美国航空公司打算向深圳某企业长期订购每年用量数以百万计的机上搪瓷餐具，但我们的设计师精心设计制作的样品，却被全部退回，因为这位设计师不了解美国人从不喜欢在餐具上看到那些花花绿绿的图案。开拓国际市场，不是个笼统的概念，而是要从每一个国家的经济发展水平、历史文化传统、经商惯例、地理条件、政治因素和法律环境等具体情况出发，不断地调整企业自身的内部条件，去最大限度地适应这些对企业本身来说往往是不可控制的客观环境，这种适应程度是开拓国际市场能否成功的关键所在。即有针对性地对每个国家、每个地区的特殊性进行研究，应是我们开拓国际市场工作的重点。

第三，开拓国际市场还必须掌握突出重点、分步实施的

原则。所谓突出重点，就是要在调查研究的基础上，抓住重点产品，瞄准重点市场，进行重点突破。对于象我们中国这样一个发展中国家来说，这一点尤其重要，深圳特区企业也是如此，因为并不是我们的每种产品在国际市场上都有竞争力，而且我们每个企业的人才和物力也有限。在起步阶段，我们只有抓住重点，才有可能减少盲目性，较快地取得成果。如果不顾主客观条件，摊子铺得过大，急于求成，不但事与愿违，有时还可能会引出许多意想不到的不良后果。许多企业在这方面的教训是不少的。

过去10年的建设，已为深圳在90年代的更大发展奠定了良好的基础。在90年代里，深圳要充分发挥自身的优势，争取成为率先按照国际惯例经营、法律完备、富有高效、充满活力的地区之一，再经过10年的努力，使出口贸易总额达到或超过50~60亿美元，实现人均出口3500美元，争取成为全国人均出口创汇最高的地区之一，更好地发挥对外开放的“窗口”和发展对外贸易的“基地”的作用。