

经营管理知识丛书

实用外贸知识

SHIYONG
WAIMAO
ZHISHI

上海交通大学出版社

《经营管理知识丛书》之二十二

实用外贸知识

叶照兰 编著

上海交通大学出版社

内 容 提 要

在当前充满机会和挑战的改革时代，企业怎样开展对外贸易呢？本书为适应我国对外贸易的发展，以及企业涉外经营与从事外贸工作人员的实际需要，对实用性外贸知识作了深入浅出的阐述和探讨。共分三编十一章，围绕商品贸易、技术贸易、非商品贸易等方面的内容，系统而通俗地介绍了商品贸易的形式和进程、出口贸易、技术引进与技术出口、利用外资和合资企业、国际旅游事业、国际保险事业、对外工程承包与劳务输出等基本知识。本书内容充实，针对性强，可供各种工商企业经营管理者、各级外贸干部、经济研究人员、经济类专业师生及有关人员和爱好者阅读参考。

★ 实用外贸知识

上海交通大学出版社出版

(淮海中路 1984 弄 19 号)

新华书店上海发行所发行

常熟文化印刷厂排版印装

开本 787×1092 毫米 1/32 印张 7.625 字数 85,000

1986 年 12 月第 1 版 1986 年 12 月第一次印刷

印数 1—13,500

统一书号 17324·69 科技书目：140—255

定价：1.45 元

序

对外经济贸易和对外经济技术合作是我国国民经济的重要组成部分。努力提高出口创汇能力,增加非贸易外汇收入,积极扩大利用外资和引进技术,是我国更大规模扩展对外经济贸易与技术交流的基础和关键。对提高我国自力更生的水平和能力,加速我国社会主义现代化建设具有十分重大的意义。为此,特编写了《实用对外贸易知识》一书,以适应我国对外经济技术合作和对外贸易事业的不断发展以及从事对外经济贸易、对外经济技术合作等有关干部和工作人员在实际工作中的需要。本书通过商品贸易、技术贸易、非商品贸易等方面的内容,系统而通俗地介绍了目前我国对外经济技术合作、对外贸易、国际旅游事业、国际保险事业、对外工程承包和劳务输出、提高非贸易外汇收入等方面的实用性知识。同时还就如何发展技术出口事业和在国际市场上从事出口贸易等问题作了初步的探讨。

本书可作为从事对外贸易、广大企事业单位从事对外经济技术合作、利用外资、引进技术等方面工作人员的参考,以帮助他们了解和掌握有关的业务知识,提高工作能力。

本书在编写过程中,得到了上海市计委经济研究所余惕君、朱美华及《世界科学》编辑部余幼根以及郑爱明等同志的指导和帮助,在此表示衷心的感谢。

由于本人水平有限,书中难免有不当和错误之处,望广大读者批评和指正。

叶照兰

1986年6月

目 录

第一编 商品贸易	(1)
第一章 商品贸易的形式	(3)
第一节 易货贸易	(3)
第二节 包销与包销协议	(7)
第三节 代理	(9)
第四节 寄售	(11)
第五节 招标与投标	(14)
第六节 展览会贸易	(15)
第七节 拍卖与商品交易所	(19)
第二章 贸易的进程	(22)
第一节 贸易的准备	(22)
第二节 贸易的磋商	(23)
第三节 贸易合同的签订和履约	(27)
第四节 交货、运输与保险	(32)
第五节 商品检验	(38)
第六节 支付	(42)
第七节 争议、索赔、诉讼和仲裁	(50)
第三章 出口贸易	(53)
第一节 出口贸易概述	(53)
第二节 我国出口贸易的概况和意义	(55)

第三节	出口战略	(58)
第四节	加强和巩固我国传统出口产品市场	(70)
第二编	技术贸易	(73)
第四章	技术贸易及其形式	(75)
第一节	许可证贸易及其协议	(76)
第二节	成套设备贸易	(83)
第三节	二手设备贸易	(85)
第五章	技术引进	(90)
第一节	技术引进概述	(90)
第二节	技术引进项目的酝酿和前期工作	(95)
第三节	正确而有效地引进技术	(104)
第四节	技术引进项目的立项和审批	(110)
第五节	对外洽谈及其应注意的问题	(112)
第六节	引进技术的消化吸收和创新	(118)
第六章	技术出口	(124)
第一节	世界技术出口的概况	(124)
第二节	我国技术出口的概况	(127)
第三节	我国技术出口的发展前景	(130)
第七章	利用外资的形式	(132)
第一节	补偿贸易	(132)
第二节	租赁贸易	(141)
第三节	政府信贷	(148)
第四节	国际金融机构信贷	(151)

第二节 积极发展我国的国际保险事业……………(223)

附录： 我国已颁布的对外经济法规……………(226)

(1) 1979年7月1日全国人民代表大会通过的《中华人民共和国中外合资经营企业法》

(2) 1979年9月17日全国人民代表大会常务委员会通过的《中华人民共和国中外合作经营企业法》

(3) 1980年9月10日全国人民代表大会常务委员会通过的《中华人民共和国外资企业法》

(4) 1980年12月18日国务院发布的《关于鼓励外商投资的规定》

(5) 1981年1月21日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(6) 1981年2月26日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(7) 1981年3月30日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(8) 1981年4月16日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(9) 1981年5月10日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(10) 1981年6月17日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(11) 1981年7月14日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(12) 1981年8月11日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(13) 1981年9月8日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(14) 1981年10月6日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(15) 1981年11月3日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(16) 1981年12月1日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(17) 1981年12月29日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(18) 1981年12月27日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(19) 1981年12月25日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(20) 1981年12月23日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(21) 1981年12月21日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(22) 1981年12月19日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

(23) 1981年12月17日国务院发布的《关于中外合营企业注册资本增加的规定》

第一编 商品贸易

品 名 及 規 格

第一章 商品贸易的形式

在长期的贸易实践中，逐步形成了各种商品贸易形式。当前常见的商品贸易形式，主要有现汇贸易、易货贸易、包销、定销与经销、代理、寄售、拍卖、展览会贸易、商品交易所等。当然所有贸易形式都是随国际贸易的发展和需要而出现和变化的。随着国际经济政治形势的变化，新的贸易形式还会继续产生或某种贸易形式会迅速地发展起来。例如，八十年代以来，由于主要资本主义国家的贸易保护主义的加剧，第三世界国家的外汇入不敷出，促使无需现汇支付的易货贸易形式迅速地发展起来。

我国是一个发展中的国家，外汇短缺可能在相当长的时间里成为我国经济发展中的一个突出问题。对外商品贸易是我国外汇收入的主要来源，扩大出口创汇才能使我国经济发展在全局上有较大的回旋余地，因此努力增加出口，创造更多的外汇就显得十分紧迫和重要。商品贸易尽管有各种各样的形式，但是不管采用哪种形式，其根本宗旨都在于努力增加出口，创造更多的外汇。这就要求我们在对外贸易中认真分析国际市场形势，抓紧时机采取最适当的贸易形式，紧紧围绕出口创汇这一原则，搞好对外贸易工作。

第一节 易货贸易

易货贸易又称对等贸易，是一种古老的商品交换形式。

它的起源可以追溯到世界上产生货币之前，由于当今世界政治经济的种种原因，它旧貌变新颜，重新登上国际经济贸易舞台。顾名思义，易货贸易是一种以货物交换货物的对外贸易形式，是同时将进口与出口结合起来，成为相互联系的整体性贸易。一般来说，双方易货的金额通常是平衡的，如果有部分差额，经双方同意，可用双方均能接受的某种硬通货弥补差额部分。易货的商品有一种对一种、一种对多种、多种对多种等，视双方的需要和接受能力而定。

易货贸易在国际上有两种做法，一种称为直接易货贸易，它是最典型的以货换货方式，可以不必动用现汇，但有种种不便，国际贸易中运用较少。另一种是广义的易货贸易，它较直接易货贸易灵活，既可用某一种出口货物交换另一种进口货物，货款逐笔平衡，也可通过易货，双方签订易货贸易协定或一揽子合同，规定在一定期限内用几种出口货物交换几种进口货物，货款分别结算，最后再作综合平衡。

当前国际市场上用易货形式进行的对外贸易已越来越广泛。据统计，当今世界贸易总量中有10%~20%是通过易货贸易进行的，每年的易货贸易总额（不包括社会主义国家间的贸易额）已高达1,000亿美元。据美国商务部测算，到2000年，这一比例将增加到50%，贸易总额将高达2,000亿美元。可以说易货贸易已经成为世界各国刮目相看的一个至关重要的对外贸易形式。

这种古老的易货方式在二十世纪八十年代的今天，又重新兴起，并得到异乎寻常的发展，引起了世界各国的普遍关注，其原因是第三世界国家的国际收支恶化，外汇储备短缺，加上国际市场上的剧烈竞争，特别是西方国家保护主义的贸易壁垒，造成第三世界国家出口困难，缺乏外汇无法进口急需

的商品。这样，易货贸易便成为第三世界国家摆脱这种困境的行之有效的对外贸易形式，西方资本主义国家也不得不适应国际贸易的这一新动向；为了争夺第三世界国家的广大市场和资源，美国的摩根集团、通用汽车公司等跨国公司都纷纷成立易货贸易部，积极发展同第三世界国家的易货贸易。

易货贸易本身的主要优点表现在以下几个方面：

1. 外汇支付能力差的第三世界国家之间，通过易货贸易，可促进双方的贸易往来。

2. 由于进口和出口同时进行，双方不仅能取得贸易额的大体平衡，而且可以在购入国内急需物资的同时带出部分国内滞销物资。

3. 可以避免资本主义国家货币动荡对国际贸易带来的不利影响。

4. 进口国可以利用进口作为筹码使出口国政府或商人为争夺市场而同意购买进口国的商品来抵偿价款，即使在保护主义的贸易壁垒下仍能扩大出口。

5. 出口国可通过易货形式对出口商品变相贴补或变相降价来扩大出口。

如石油输出国的油价因受国际石油输出国组织的限制而不能任意公开降价，但可在易货贸易中通过一些必要的技术处理，即在实际上降低了油价又不致受国际组织的限制而扩大出口。

但从易货贸易的性质来看，它是一种低效率的经济贸易活动，不利于社会技术的进步。从贸易双方来看，出口国必须同时购买进口国的产品，进口国往往会造成“皇帝女儿不愁嫁”的心理状态，对保持产品质量方面就可能掉以轻心。这样表面看来是出口国受到损失，但最终还是进口国深受其害，因

此,对贸易双方都是不利的。同时,易货贸易的增加使国际市场上商品供应量急速增加,竞争必将随之加剧,其结果是价格大幅度下降,需要进口的国家当然会转向易货贸易中的便宜货,表面上看易货贸易额增加了,实际上希望通过易货贸易降低外汇支出的第三世界国家还是减少了外汇收入。此外,如果易货贸易中双方易货商品不当,也会造成损失。一个相当典型的例子就是南斯拉夫向美国道格拉斯公司购买27架民航机时,由于道格拉斯公司购进南斯拉夫的玻璃器皿、刀具、皮革大衣、火腿罐头等大量价值不高的商品,但缺乏这方面的销售渠道,其中火腿罐头不得不在自己食堂中廉价推销。道格拉斯公司看起来损失不小,但实际上又转嫁在飞机价款上,结果还是由南斯拉夫来负担。

因此,易货贸易与以现汇结算贸易相比,有较大的贸易风险。为了避免这种贸易风险通常采用如下两种基本做法:

1. 运用履约担保的形式来抵消风险。

在交易中,双方开具以对方为受益人的备用信用证或履约保证书。一旦开出方未履行合同义务,作为受益人的另一方可根据备用信用证或履约担保书的条款得到现金的补偿。因为要银行担保才能开具信用证,银行需进行审议并收取较高的手续费,所以这种方法较少采用。

2. 采用中间人帐号(亦称埃斯科罗帐号)。

即寻找一个双方都能信任的第三者为中间人来监督易货合同的履行。一般是先收到货物的甲方将与货物等值的硬通货存入中间人帐号,并将易货商品发送给乙方,当乙方收到甲方等值货物时,再由中间人将帐户内的货款退还给甲方。如果乙方收到的货物与易货合同不符,中间人帐户的货款就将偿付给乙方。这种方法既为双方提供了安全感,中间人收取

费用亦较银行担保为低。

综上所述，易货贸易是顺应于当代社会的国际经济政治形势而迅速发展起来的一种贸易形式。虽然也存在一些不足的地方，但只要运用适当，采取必要的辅助措施，可以变消极为积极，所以在当今时代中是一种有相当潜力的有利于国际贸易发展的对外贸易形式。

我国随着对外开放政策的稳步发展，对外贸易显得越发重要，利用易货贸易形式，扬长弃短，发挥其积极有利的一面，克服其消极的一面，必将大大促进我国对外贸易的发展，提高出口创汇能力。

第二节 包销与包销协议

包销是出口一方通过包销协议，在一定的时间和一定的地区范围内，将某一种或某一类出口商品的经营权单独给予包销方。包销方通过包销协议对出口方的某一种或某一类商品在约定的时间和地区范围内享有独家经营权或专营权。

生产者的商品要能到消费者手中，特别是到国外消费者手中，必需有销售渠道，而包销商拥有各自专有的销售渠道，这是包销贸易得以成立的重要因素之一。

包销的性质，对双方来说是一种特殊的买卖关系。出口方根据包销协议保证供货，包销商根据包销协议购货，通过自己的销售渠道，以各种方式销售出去，承担经营上的风险，自负盈亏。

包销协议的内容根据国家和地区的不同而繁简不同，其基本内容，一般有包销商品的品种范围和订购的最低限额，包销方的专营权利，包销的地区和包销期限，包销方应维护出口

方的商标权不受侵犯,出口方应保证按时按量供给货源等等。目前,包销仍是我国出口业务中比较普遍采用的贸易形式之一,特别是在香港和东南亚地区。

包销在我国出口贸易中的主要作用是:

1. 可调动包销商经营我国商品的积极性,扩大我国商品的出口数量和品种。

2. 在同一市场上,可避免我同种商品因多家经营而造成对我不利的相互竞争,相反可以使包销商集中经营,提高我国商品与他国同种商品的竞争地位。

3. 通过包销商能够及时了解包销商品的市场需求动向,有计划地安排商品生产和组织货源。

4. 包销通常包括转口贸易。转口贸易能使出口方的产品销往自己所不能经营的国家和地区。例如,我国的产品通过香港包销商可以销往印度尼西亚等国与台湾地区。

但是包销方式处理不当也会造成一些不利因素。如:

1. 由于包销商享有某种商品的独家经营权,很可能造成包销商操纵该商品市场的局面,或因积居奇,要挟压价,影响商品的信誉,使我方遭受不应有的重大损失。

2. 因受包销协议的限制,我方不能向其它客户直接供货,再加上包销商操纵市场时,我方往往鞭长莫及,非但不能扩大出口,反而会影响我国商品的正常出口。

鉴于上述情况,在选择包销商和签订包销协议时,要因地制宜地因商品种类而异,切不可千篇一律。特别是在选择包销商时更应慎重对待。一般来说,对某一产品确实需要包销商代为开辟市场时,事前要对该包销商的商业信誉、销售渠道、经营活动能力、政治背景等进行必要的调查,而且第一次签包销协议时,可采取灵活的方法。例如,包销期限先短一些,并

注明包销出色可继续享受包销权，否则我方随时终止包销协议等等。如一旦确定了包销商，签订了包销协议后，一般情况下则要避免人为的扰乱市场。

第三节 代 理

国际贸易中的代理，是出口方通过代理协议，将商品委托代理人，向第三者招揽生意或签订合同或办理与交易有关的其它事宜，达到或拓宽商品出口目的的一种对外贸易形式。

要推进出口创汇，向国外开拓和扩大市场，在国外设立办事处或营业部等推销机构，当然是最理想的方法，但有的国家不允许外国人设立办事处进行营业活动，有的虽然不加禁止，但根据当地市场需求量等情况，还没有发展到必须设立办事处的程度，而且，真正有能力在国外设立办事处或营业部的公司也不多。这种情况下，在国外选择得力的代理商便是促进出口的关键。通过代理商进行对外交易时，销售量的增大与否完全取决于代理商的能力和可靠程度。要选择一个理想的代理商，首先应看他是否适宜经销委托的商品，是否有经验；过去在为他人代理或工作时是否成功；能否与同行竞争等等。其次还要对其发展历史、开户银行、商业信誉等等进行咨询。

一旦确立代理商以后，就应当让他对委托公司和委托商品的情况有全面的了解，包括有关商品的性能、用途、使用范围等等知识，更重要的是调动起代理商的积极性，佣金的多寡和使用得当与否是能否通过代理商拓宽出口市场的又一关键。

代理同包销的重要区别有三点：

1. 委托人(出口方)同代理人之间不存在买卖关系，而仅