

全国国际商务专业技术资格考试指定用书

国际经济贸易 专业知识

(助理国际商务师)

李国华 主编



微观经济学原理

国际金融

国际商法

营销学

对外经济贸易大学出版社

(京)新登字 182 号

图书在版编目(CIP)数据

国际经济贸易专业知识:助理国际商务师/李国华主编. —北京:
对外经济贸易大学出版社,1998.9

全国国际商务专业技术资格考试指定用书

ISBN 7-81000-870-6

I. 国… II. 李… III. 国际贸易-经济师-资格考核-自学参考
资料 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(98)第 18958 号

©1998 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

国际经济贸易专业知识

(助理国际商务师)

李国华 主编

责任编辑: 李 艺

对外经济贸易大学出版社
北京惠新东街 12 号 邮政编码:100029

北京飞达印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行
开本:850×1168 1/32 14 印张 350 千字
1998 年 9 月北京第 1 版 1998 年 9 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-81000-870-6/F·343

印数:00001-11000 册 定价:21.00 元

全国国际商务专业技术资格
考试指定用书编委会

主 编：李国华

副 主 编：王俊杰 孙维炎 凌桂如

执行主 编：叶彩文

执行副主编：徐子健 刘 军 张锡嘏

编 委：(按姓氏笔划为序)

王俊杰 叶彩文 孙维炎 刘 军

李华英 李国华 张锡嘏 陈 捷

林桂军 凌桂如 唐文弘 徐子健

序 言

和平和发展是当今世界的两大主题,各国之间的竞争主要体现在以经济、科技为中心的综合国力的较量。经济的发展、科技的进步,离不开高素质的专业人才群体。随着世界经济的发展和人类社会的进步,战略资源的概念已由自然资源、资本资源扩展到人力资源。人力是资源,人才更是重要的资源。当今世界,人才资源开发已被置于各国综合国力竞争的战略位置,而日益成为其中一个主要的和决定性的因素。

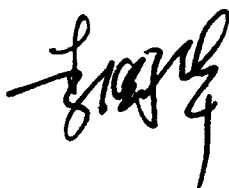
党的十五大报告提出实施科教兴国战略,肯定科学技术是第一生产力,科技进步是经济发展的决定性因素。强调把加速科技进步放在经济社会发展的关键地位,使经济建设真正转到依靠科技进步和提高劳动者素质的轨道上来。人才是科技进步和经济社会发展重要的资源,迫切需要建立一整套有利于人才培养和使用的激励机制。

1993年6月,人事部、对外贸易经济合作部联合发布了《关于建立国际商务专业技术资格问题的通知》,正式建立全国统一的国际商务专业技术资格考试制度。该考试暂设初、中级,即助理国际商务师、国际商务师两个级别。对考试合格者,授予由人事部、对外贸易经济合作部统一印制的“专业技术资格证书”,全国范围内有效。实践证明,国际商务专业技术资格考试是培养、评价和选拔国际商务专业技术人才,提高从事外经贸工作人员素质的有效途径。

我部十分重视国际商务专业技术资格考试工作,鉴于当前我国正致力于建立社会主义市场经济体制,在深化改革和扩大开放的新形势下,为使国际商务专业技术资格考试科目设置更加合理、知识体

系更加完善,在广泛调研、充分听取专家意见的基础上,经人事部同意,对国际商务专业技术资格考试科目、大纲和教材作适当调整。根据有关规定,专门成立了国际商务专业技术资格考试大纲、教材编写和命题委员会。经过专家们的辛勤努力,几经论证,形成了这套国际商务专业技术资格考试指定用书。

在本书出版之际,我谨对参与本书编写的各位专家、教授表示衷心感谢。



一九九八年三月

前 言

根据国家人事部、对外贸易经济合作部的规定,从1994年起,在全国实行统一的国际商务专业(中、初级)技术资格考试制度。

为配合这项考试制度的建立与实施,根据有关部门文件的精神,我们组织专家分别编写了1994年、1995年国际商务专业技术资格《考试大纲》和指定用书。1995年底和1996年初,我们在总结1994年、1995年考试工作的基础上,对国际商务专业技术资格考试的科目内容作了一些调整。

为适应我国外经贸事业的发展及其对国际商务专业人才知识结构的新要求,同时考虑到各学科结构本身的相对完整性,经国家人事部有关部门同意,1997年底,我们组织专家充分论证,决定再次对国际商务专业技术资格考试的科目、考试大纲和内容作一些调整。1998年上半年,我们组织专家、教授重新编写了《国际商务专业技术资格考试大纲》和考试指定用书。该指定用书仍然分国际商务师和助理国际商务师两个级别,每个级别分三本:《国际经济贸易专业知识》、《国际经济贸易理论与实务》、业务外语。调整后的考试科目如下:

一、助理国际商务师(初级)

(一)国际经济贸易专业知识

微观经济学原理 国际金融

国际商法 营销学

(二)国际经济贸易理论与实务

中国对外贸易 国际贸易

国际贸易实务 国际经济合作
(三)业务外语

二、国际商务师(中级)

(一)国际经济贸易专业知识

微观经济学 国际金融
国际商法 营销与企业管理

(二)国际经济贸易理论与实务

中国对外贸易 国际贸易
国际贸易实务 国际经济合作

(三)业务外语

《考试大纲》和指定用书将作为全国国际商务专业技术资格考试统一命题和标准答案的最主要依据,是报考人员必备的学习指南。

参加《考试大纲》、《国际经济贸易专业知识》(中、初级)和《国际经济贸易理论与实务》(中、初级)编写的人员有(按姓氏笔划为序):石玉川、卢进勇、孙华好、李诗、李青、师玉兴、杜奇华、徐子健、焦津洪、傅慧芬、熊伟、薛荣久、魏立群。

对外经济贸易大学副校长叶彩文教授审定了上述全部书稿。徐子健、刘军、张锡珉同志具体负责组织、编辑、出版和发行工作。

参加《考试大纲》和指定用书组织和领导工作的人员还有林桂军、唐文弘等同志。

因时间关系,指定用书难免有不足之处,欢迎广大读者批评指正。

全国国际商务专业技术资格考试
大纲、教材编写和命题委员会

一九九八年三月

目 录

第一章 微观经济学原理

一、均衡价格决定理论	(3)
(一)需求与供给	(3)
(二)均衡价格的决定与变动	(10)
(三)需求价格弹性	(15)
二、效用理论	(22)
(一)边际效用分析	(22)
(二)无差异曲线分析	(26)
三、生产和成本理论	(32)
(一)生产函数与报酬规律	(32)
(二)生产要素的最优组合	(38)
(三)成本函数	(47)
(四)利润最大化原则	(53)
(五)生产可能性曲线与机会成本	(55)
四、市场与厂商均衡理论	(59)

(一)市场结构的类型.....	(59)
(二)完全竞争厂商均衡.....	(63)
(三)垄断竞争厂商均衡.....	(67)
五、收入分配与生产要素价格决定.....	(72)
(一)收入分配.....	(72)
(二)生产要素的价格决定.....	(74)

第二章 国际金融

一、外汇与国际收支.....	(83)
(一)外汇与国际收支的概念.....	(83)
(二)国际收支平衡表.....	(86)
(三)国际收支不平衡的影响.....	(92)
二、外汇汇率与汇率制度.....	(94)
(一)汇率的概念与标价方法.....	(94)
(二)汇率的种类.....	(95)
(三)汇率的决定与影响汇率变动的因素.....	(99)
(四)汇率制度	(105)
三、外汇交易与外币的使用	(112)
(一)外汇交易的基本类型	(112)
(二)汇率折算与进出口报价	(124)
四、外汇管制与我国对外经贸企业的外汇管理	(132)
(一)外汇管制概述	(132)

(二)我国的外汇管理体制	(138)
(三)我国对外经贸企业的外汇管理	(143)
五、国际金融市场与国际银行贷款	(150)
(一)国际金融市场	(150)
(二)国际银行短期贷款	(152)
(三)国际银行中长期贷款	(154)
六、对外贸易信贷	(162)
(一)对外贸易短期信贷	(162)
(二)对外贸易中长期信贷——出口信贷	(175)
(三)我国的出口信贷制度	(181)

第三章 国际商法

一、导论	(187)
(一)国际商法的概念	(187)
(二)国际商法的渊源	(190)
二、涉外经济合同法	(192)
(一)涉外经济合同法的适用范围	(192)
(二)涉外经济合同的成立	(193)
(三)涉外经济合同的无效和撤销	(196)
(四)合同的履行与违反合同的责任	(201)
(五)不可抗力	(211)
(六)涉外经济合同的转让、变更、解除和终止	(213)
(七)涉外经济合同争议的解决和法律的适用	(215)

三、国际货物买卖法	(220)
(一)国际货物买卖法概述	(220)
(二)国际货物买卖合同的成立	(222)
(三)卖方和买方的义务	(233)
(四)对违反买卖合同的补救方法	(245)
四、代理法	(258)
(一)代理法概述	(258)
(二)本人与代理人之间的关系	(263)
(三)本人及代理人同第三人的关系	(265)
(四)我国的代理法与外贸代理制	(268)
五、外商投资企业法	(273)
(一)中外合资经营企业的法律制度	(273)
(二)中外合作经营企业的法律制度	(283)
(三)外资企业的法律制度	(287)
(四)我国关于保护外资的法律规定	(289)
六、国际贸易争议的处理	(293)
(一)我国的国际经济贸易仲裁	(293)
(二)仲裁协议	(298)
(三)仲裁裁决的执行	(305)

第四章 营销学

一、市场营销学基本概念	(313)
--------------------	-------

(一)市场营销核心概念	(313)
(二)企业经营观念	(316)
二、营销调研与市场需求预测	(322)
(一)营销调研过程	(322)
(二)二手资料的来源	(325)
(三)实地调研方法	(327)
(四)市场需求预测	(329)
三、购买者行为	(335)
(一)消费者行为	(335)
(二)组织购买行为	(344)
四、市场细分、选择目标市场与市场定位	(348)
(一)市场细分的基本概念	(348)
(二)市场细分标准	(350)
五、产品策略	(360)
(一)产品设计	(360)
(二)产品生命周期	(370)
六、定价策略	(375)
(一)影响定价的因素	(375)
(二)企业定价的主要方法	(382)
七、分销渠道策略	(386)
(一)分销渠道的性质	(386)
(二)分销渠道决策	(389)

八、促销决策	(395)
(一)营销信息沟通过程	(395)
(二)促销组合决策	(400)
九、国际市场营销	(416)
(一)国际市场营销的特殊性	(416)
(二)国际市场营销环境	(417)
(三)国际市场细分和目标营销战略	(421)
(四)国际市场营销组合	(423)

第一章

微观经济学原理

一、均衡价格决定理论

价格理论是微观经济学的核心。由英国经济学家马歇尔提出的均衡价格理论是现代微观经济学中流行的价格理论。均衡价格理论说明了需求和供给是决定均衡价格的两个相互对立的力量,均衡价格的决定和变动取决于市场供求关系。

(一) 需求与供给

1. 需求

(1) 需求的含义

需求(Demand)是指消费者在某一特定时间内,在不同的价格水平上愿意而且能够购买的商品数量。需求的形成需要具备两个条件:一是消费者要有购买商品的欲望,二是消费者要有支付能力。

需求包括个人需求(Individual Demand)和市场需求(Market Demand)。个人需求表明一个消费者在某一特定时间内,在各种可能的价格下将要购买的某种商品的不同数量。市场需求表明在某一特定时间内,某一种商品的所有购买者在各种可能的价格下将要购买的该种商品的不同数量。实际上,一种商品的市场需求是该商品的所有个人需求在同一价格水平上的总和。

(2) 需求定理

需求定理(The Law of Demand)是反映商品本身价格和商品需求量之间的关系。对于正常商品来说,在其他条件不变的情况下,商

品价格与需求量之间存在着反方向的变动关系,即一种商品的价格上升时,这种商品的需求量减少,相反,价格下降时需求量增加。这就是需求定理。

需求定理可以用需求曲线来表示。当横轴为商品需求量,竖轴为商品本身价格时,需求曲线是一条向右下方倾斜的曲线,这表明商品价格与需求量之间存在着反方向的变动关系。

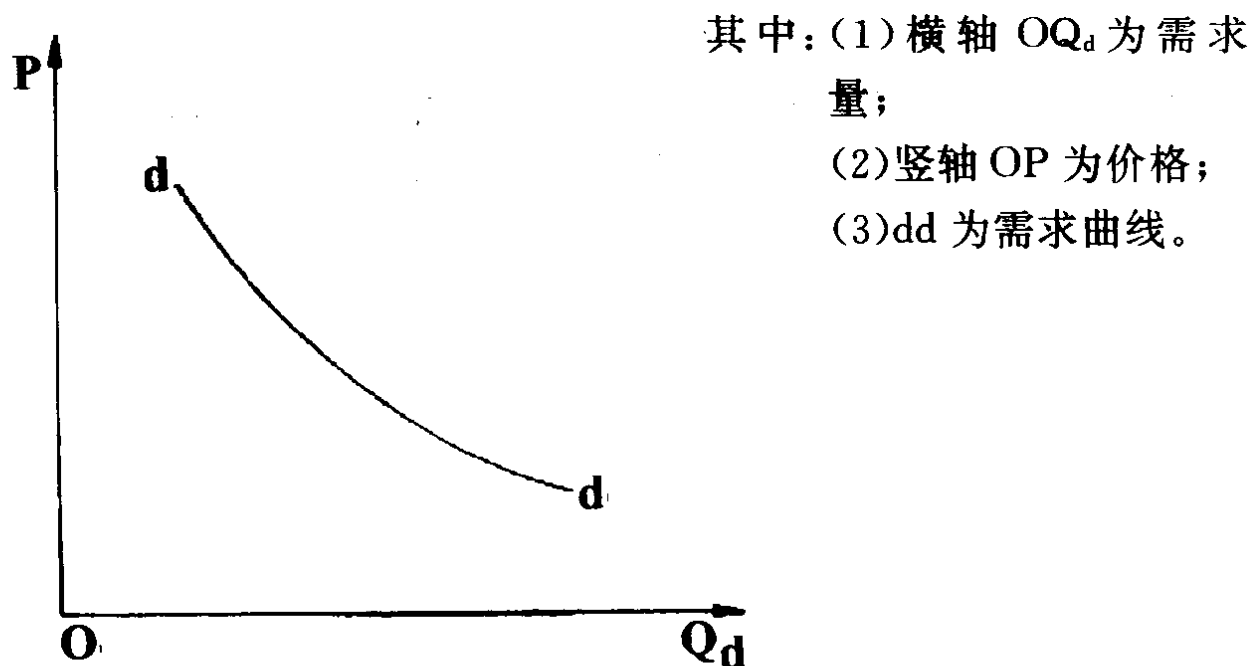


图 1—1 需求曲线

需求定理是对正常商品(Normal Goods)而言的,对于某些特殊商品来说存在着需求定理的例外。这些商品主要有:①炫耀性消费的商品。这种商品的消费是为了显示人们社会身份所进行的一种挥霍、浪费性质的消费,这种商品往往是价格下降需求减少;②某些生活必需品中的低档商品(Inferior Goods)。这类商品在特定条件下价格上升需求量增加;③某些投机性商品。这种商品的买卖往往带有投机性质,如:股票和债券的买卖。这类商品的需求量往往当价格发生较大幅度变动时呈现不规律的变化。

(3)影响需求量的因素

一种商品的需求量是由许多因素决定的。这些因素通常包括: