

戴茂余 主编

企业对外经贸实用教程

杭州大学出版社

责任编辑：郑 昀

封面设计：吴柯波

企业对外经贸实用教程

戴茂余 主编

*

杭州大学出版社出版发行
(杭州天目山路34号)

*

浙江富阳印刷厂印刷

787×1092毫米1/32 13.5印张 303千字

1991年1月第1版 1991年1月第1次印刷

印数：1—5000

书号：ISBN 7-81035-087-0/G·036

定价：5.60元

顾问

王洪良 李耀德 周文豪

编委

桂灼奇 许成文 戴茂余 张健 余苏平 金永辉

主编

戴茂余

副主编

张健 薛友民 陈樞 金明路

撰稿人

(以姓氏笔画为序)

孙华平 张健 陈樞 郑旭军 郑建壮 金明路

金永辉 钟慧中 胡丹予 郭玉华 桂灼奇 高自强

隋波 薛友民 戴茂余 戴茂新

序

当今，新科技革命极大地促进了世界经济的发展，世界各国和地区在经济上既相互依存又相互竞争的趋向日益增强，国际分工愈益深化，国际交换日趋频繁。可以说，世界上任何一个国家和地区的经济的发展，都离不开同其他国家和地区的经济技术合作。

七十年代末，我国确立了以经济建设为中心的基本路线，把对外开放作为我国的基本国策之一。十多年来，在改革开放方针的指引下，我国积极发展同世界各国和地区的经济贸易交流，进出口贸易、利用外资、引进技术等各个方面都取得了长足的进步，有力地促进了国民经济的发展。对外经济贸易事业在我国实现社会主义四个现代化的新征途中，正起着越来越重要的作用。

近年来，我省的对外经济贸易有了较快的发展。“七五”期间，我省外贸出口额持续、稳定增长，1990年出口额达到22.59亿美元，比1985年增长了1.4倍；利用外资工作开创了新局面，已有外商投资企业785家。我省在实施沿海地区外向型经济发展战略中，已迈出了可喜的一步。90年代，我们将坚定不移地贯彻对外开放的基本国策，进一步扩大对外开放，发展外向型经济。我们要善于利用国内国外两种资源、两个市场，持续稳定地发展外贸进出口，进一步扩大利用外资，积极开展对外经济技术合作，为振兴浙江经济作出新的贡献。

扩大出口是发展对外经济贸易的前提和关键，而扩大出

口的基础是出口商品的生产。在进一步发展外向型经济，扩大对外开放，增强出口创汇能力中，可以预期，我省将会有更多的企业走上国际竞争的舞台，跻身于国际市场。这就要求企业的领导者和经营管理人员，不仅要解放思想，更新观念，勇于开拓，而且要努力学习和掌握我国对外经济贸易的方针、政策和对外经济贸易的基本知识，增长才干，以便能在错综复杂、瞬息万变、竞争激烈的国际市场中搏击奋进。

为了适应广大企业，特别是众多乡镇企业的领导和经营管理人员，学习掌握对外经济贸易专业知识的需要，我省一批高等院校的的教学工作者和对外经贸的实际工作者，共同编写了《企业对外经贸实用教程》，这是一件值得称道的好事。相信这本书的出版会受到企望发展外向型经济，跻身国际市场的广大企业干部和业务人员的欢迎。

浙江省对外经济贸易厅厅长



1991年元月

目 录

序 言

第一章 绪论

- 第一节 对外贸易的概念和类型..... (1)
- 第二节 国际贸易的产生和发展..... (4)
- 第三节 经营外贸需具备的条件..... (10)

第二章 资本主义国家对外贸易政策与措施

- 第一节 资本主义国家对外贸易政策..... (15)
- 第二节 关税壁垒措施..... (17)
- 第三节 非关税壁垒措施..... (21)
- 第四节 鼓励出口及出口管制措施..... (24)
- 第五节 关税与贸易总协定简介..... (28)

第三章 我国的对外经济贸易

- 第一节 我国对外经贸概况..... (32)
- 第二节 我国对外贸易的管理..... (34)
- 第三节 我国对外经贸的有关法规..... (41)
- 第四节 我国的外贸经营管理体制及改革..... (43)
- 第五节 我国对外经贸发展战略..... (48)

第四章 国际市场行情调研

- 第一节 国际市场行情调研的意义和作用..... (51)
 - 第二节 国际市场行情调研的主要内容..... (53)
 - 第三节 国际市场行情调研的主要途径和方法
..... (56)
 - 第四节 国际市场行情调研的基本程序..... (63)
-

第五章 出口产品策略

- 第一节 产品的整体概念..... (69)
 - 第二节 产品组合策略..... (71)
 - 第三节 出口产品的商标策略..... (76)
 - 第四节 出口产品的包装策略..... (79)
 - 第五节 产品市场寿命周期策略..... (81)
 - 第六节 新产品开发策略..... (84)
-

第六章 出口产品定价策略

- 第一节 出口产品的定价依据..... (87)
 - 第二节 出口产品的定价策略..... (92)
 - 第三节 出口商品的成本核算..... (97)
-

第七章 出口销售渠道策略

- 第一节 企业进入国际市场的方式及选择..... (100)
 - 第二节 出口销售渠道的基本模式..... (105)
 - 第三节 各种可供选择的销售渠道..... (107)
 - 第四节 出口销售渠道的选择..... (109)
-

第八章 出口促销策略

第一节	出口促销方式	(113)
第二节	广告的作用和种类	(117)
第三节	广告媒体的分类和选择	(121)
第四节	对外广告宣传应注意的事项	(123)

第九章 出口交易的磋商与签约

第一节	对外谈判的准备及技巧	(128)
第二节	交易磋商的方式	(132)
第三节	交易磋商的程序	(134)
第四节	书面合同的签订	(139)

第十章 出口销售合同的基本内容

第一节	品质、数量与包装	(142)
第二节	价格	(148)
第三节	支付	(152)
第四节	装运	(156)
第五节	商检、保险、索赔与仲裁	(159)
[合同实例]		

第十一章 出口合同的履行及对违约的处理

第一节	出口合同履行的一般程序	(168)
第二节	卖方与买方的基本义务	(172)
第三节	违约及对违约的处理	(177)

第十二章 进口交易

第一节	进口前的准备工作	(181)
第二节	进口合同的磋商与签订	(185)
第三节	进口合同的履行	(190)

第四节 进口索赔.....	(194)
---------------	-------

第十三章 国际贸易方式(一)

第一节 包销、经销与代理.....	(197)
第二节 寄售、展卖.....	(204)
第三节 招标与投标.....	(207)
第四节 拍卖与商品交易所.....	(208)

第十四章 国际贸易方式(二)

第一节 对外加工装配贸易.....	(212)
第二节 补偿贸易.....	(219)
第三节 国际租赁贸易.....	(225)

第十五章 国际技术贸易

第一节 国际技术贸易的基本概念.....	(231)
第二节 国际技术贸易的内容.....	(234)
第三节 国际技术贸易的主要形式.....	(240)
第四节 国际技术贸易合同.....	(243)

第十六章 合资经营与合作经营

第一节 合资经营.....	(249)
第二节 合作经营.....	(264)

第十七章 进出口商品的检验和报关

第一节 商检机构及其主要任务.....	(269)
第二节 进出口商品检验的内容和程序.....	(274)
第三节 海关的职能和任务.....	(278)
第四节 进出口商品报关实务.....	(280)

第十八章 外贸货物的运输和保险

- 第一节 对外贸易货物运输方式…………… (284)
 - 第二节 运输单据…………… (288)
 - 第三节 海洋货物运输保险…………… (291)
 - 第四节 其他运输方式的运输保险…………… (297)
-

第十九章 对外贸易结算和资金融通

- 第一节 外汇与外汇汇率…………… (300)
 - 第二节 对外贸易结算…………… (308)
 - 第三节 对外贸易资金融通…………… (318)
-

第二十章 外贸专论之一——

世界机电产品贸易与我国机电产品出口

- 第一节 世界机电产品贸易的现状与特点…………… (321)
 - 第二节 我国机电产品出口的意义及有关
扶持政策…………… (325)
 - 第三节 浙江省机电产品出口现状与对策…………… (332)
- [实例]

抓住市场机遇，及时调整经营策略

- 杭州链条总厂开拓国际市场的基本做法…………… (337)
-

第二十一章 外贸专论之二——

充分发挥乡镇企业在我国外贸出口中的生
力军作用

- 第一节 发展乡镇企业外贸出口在我国对外贸
易中的战略意义…………… (341)
 - 第二节 乡镇企业蕴藏着巨大的出口创汇潜力 (348)
-

第三节	乡镇企业出口创汇的制约因素.....	(353)
第四节	充分发挥乡镇企业的出口创汇生力军 作用.....	(358)
第五节	乡镇企业扩大外贸出口的基本做法.....	(366)
[实例]		

出口创汇的生力军

——浙江萧山五金工具厂.....	(380)
------------------	---------

附 录

一、国家进出口商品检验局《出口商品质 量许可证考核评分表(试行)》.....	(384)
二、“贸工农”联合出口商品生产基地企 业申请表.....	(392)
三、“贸工农”联合出口商品生产基地企 业技术改造项目投标书.....	(395)
四、有关外事工作基本程序.....	(401)

后 记

第一章

绪 论

第一节 对外贸易的概念和类型

一、对外贸易的概念

对外贸易 (Foreign Trade) 是指一个国家(或地区)和另一个国家(或地区)之间的商品和劳务的交换活动。它是一国国内贸易发展和延伸的结果。当一国的贸易超越了国界,便形成对外贸易。习惯上,“对外贸易”与“国际贸易(International Trade)”常常是通用的,都是指一个国家参加国际间的贸易行为。但是,严格地说,两者又有区别,它们的区别主要是看问题的角度不同。对外贸易是从一个国家的角度看待同其他国家的贸易;国际贸易是从世界范围看国与国之间的贸易。“对外贸易”与“国际贸易”之间也存在着密切的内在联系。这种联系表现为,各国对外贸易是国际贸易的具体内容,国际贸易是各国对外贸易的总和。

一个国家对外贸易包括进口和出口两个方面。狭义的进口是指一国向他国购进商品;广义的进口还包括无形商品的进口,即一个国家在运输、保险、贷款、旅游、技术等方面从他国获得劳务。狭义的出口是指向他国出售商品;广义的出口还包括无形商品的出口。如果本国输往国外的商品,未经国外

加工又输入国内，叫作复进口；相反，如果外国商品输入本国国内，未经国内加工又输出国外叫作复出口。

一个国家在一定时期内（如一年、半年或一季、一月）以货币表示的进口贸易总金额，称为进口总值，出口贸易的总金额称为出口总值。一国的出口总值加进口总值，就是该国的外贸总值。出口总值、进口总值和外贸总值是反映一国对外贸易规模的主要指标。如果出口总值大于进口总值，称为贸易顺差或出超；反之称为贸易逆差或入超；如果出口总值与进口总值相等则称为贸易平衡。贸易差额是衡量一个国家对外贸易状况的重要标志，顺差反映一国对外贸易收支处于有利地位，逆差则反映处于不利地位。由于进、出口贸易额是一国国际收支的最大部分，因此进出口贸易差额状况是影响一国国际收支的重要因素。

由于各国的币值和商品价格经常变动，贸易额往往不能真实地反映各国实际的贸易规模。因此，许多国家除了统计对外贸易额，还统计对外贸易量。

对外贸易量是以数量表示的对外贸易规模，即用数量、重量、长度、面积、体积等计量单位表示的进出口商品数量。对于一种商品来说，用计量单位表示其规模是容易的，由于各种商品有着不同的计量单位，因此无法将一国的全部进口商品用一个统一的计量单位来表示。为了反映一国进出口商品的实际规模，通常是以一定时期的不变价格为标准来计算各个时期的贸易量。即用一定时期的对外贸易额除以同期的进口价格指数。因此，对外贸易量不是一个物量指标。对外贸易量具有可比性，它能够比较正确地反映一国对外贸易的实际规模。

二、对外贸易的类型

对外贸易活动涉及范围广，交易情况复杂，根据不同标志，可作如下分类。

1. 按货物移动方向，可划分为出口贸易、进口贸易和过境贸易。出口贸易是指将本国的商品和劳务输往他国的贸易行为，或称为输出贸易；进口贸易是指将国外的商品和劳务输入本国的贸易行为，或称为输入贸易；过境贸易是指甲国经过第三国国境向乙国运送商品，对第三国来讲称之为过境贸易。

2. 以国境和关境划分，可分为总贸易和专门贸易。凡以国境为标准划分的进出口贸易叫作总贸易。总贸易分为总进口和总出口；凡以关境为标准划分的进出口，叫作专门贸易，专门贸易分为专门进口和专门出口。

3. 按交换对象的形式，可划分为有形贸易和无形贸易。有形贸易是指商品的进出口；无形贸易是指运输、保险、金融、旅游、技术等劳务的提供与接受。

4. 依照货物的运送方式，可分为陆路贸易，海路贸易，空运贸易，邮购贸易。

5. 按照贸易行为是否有第三者参加，可分为直接贸易，间接贸易和转口贸易。凡是商品生产国与商品消费国之间直接买卖的行为，叫作直接贸易；凡是商品生产国与商品消费国通过第三国进行买卖的行为，叫作间接贸易，在间接贸易中，对第三国来说，则是转口贸易。

6. 按照清偿工具的不同，可分为自由结汇贸易与易货贸易。凡以货币为清偿工具的贸易，叫作自由结汇贸易；凡以货易货，并不直接表现为货币形式的交换行为，叫作易货贸易，易货贸易也叫作换货贸易。

第二节 国际贸易的产生和发展

一、国际贸易的产生与发展

国际贸易是一个历史范畴，是人类社会发展到一定历史阶段的必然产物。

对外贸易的产生，必须具备两个条件：一是可供交换的剩余产品；二是国家（各自为政的社会实体）的形成。从根本上说，社会生产力的发展和社会分工的扩大，是对外贸易产生的基础。

对外贸易起始于奴隶社会，那时对外贸易的商品主要是奴隶和奢侈品，前者为奴隶主阶级提供劳动力，后者为满足奴隶主的享乐欲望。当时的贸易国家，在欧洲主要是腓尼基、希腊、罗马等。在我国夏商时代贸易主要集中在黄河流域。

到了封建社会，随着商品生产与交换的发展，对外贸易也有了进一步的发展，贸易范围有所扩大。但国际贸易的主要商品仍是奢侈品，西方国家以呢绒、酒、装饰品等来换取东方国家的丝绸、香料、珠宝等。在南方，贸易中心曾多次转移，起初在地中海东部；7—8世纪是阿拉伯民族；11世纪后，随着意大利北部和波罗的海沿岸城市的兴起，国际贸易中心也随之转移到地中海、北海、波罗的海和黑海沿岸。在东方，我国、埃及、印度、伊朗等国家的对外贸易也比较突出，并由近海逐渐扩展到远海。在封建社会，商品经济虽然有所发展，但自然经济仍占统治地位，进入交换领域的商品品种和数量不多，更加上交通不便，对外贸易的范围受到很

大限制，国际贸易还不能广泛地发展。

到了资本主义社会，国际贸易才在世界范围内大规模发展起来，并成为资本主义生产发展的一个重要条件。在资本主义生产方式准备时期，工场手工业蓬勃发展，劳动生产率不断提高，商品生产和商品交换进一步发展，因而需要扩大市场为商品寻找销路和原料来源。新航路的开辟把各大洲连结在一起，形成了世界市场。国际贸易迅速发展起来，随着国际贸易范围的迅速扩大，工业原料和居民消费品，粮食都成为国际贸易中的重要商品。西班牙、葡萄牙、荷兰、英国都曾经在国际贸易中取得优势地位。

在资本主义自由竞争时期，由于建立了大机器工业，生产力迅速提高，社会产品大大增加，交通运输和通讯工具显著改进，国际分工开始形成，国际贸易得到空前发展。国际贸易额迅速增长；商品结构不断变化，工业品特别是纺织品贸易迅速增长，谷物也成为大量交易的对象；贸易方式逐步完善；随着信贷关系的发展，多种票据及汇票在国际贸易中开始广泛应用；专业性国际贸易机构开始形成；各国之间的贸易条约普遍发展起来。当时工业相对发达的国家，如英国在自由竞争口号下鼓吹推行自由贸易政策，而其他一些工业发展相对落后国家则采取保护贸易政策。

在资本主义发展到垄断资本主义时期，由于新技术的发现与发明所造成的生产力巨大增长，世界市场的扩大以及资本输出带动商品输出作用的加强，国际贸易得到了进一步发展。在这一时期，世界贸易额的绝对数量有显著增长，但由于经济危机频繁爆发，世界贸易的增长速度与自由竞争时期相比，却相对地下降了。

二、二次大战后国际贸易的发展

第二次世界大战结束以来，世界政治经济形势发生了巨大的变化，国际贸易也发生了重大变化。国际贸易的发展变化主要表现在以下几个方面：

1. 国际贸易迅速发展。战后，第三次科技革命的兴起，社会生产力的迅速提高，国民经济与产业结构的调整变化，交通运输通讯工具的革新和进步，国际分工和生产国际化的进一步深入和扩大，跨国公司和跨国银行的发展，以及集团性贸易的增长，都促使国际贸易迅速发展。从1950年到1982年世界出口额增长了30多倍，无论按现行价格计算，还是按不变价格计算，年平均增长速度都超过世界生产的增长速度，也大大高于战前的增长速度。1950—1973年国际贸易的发展最为迅速，年平均增长速度达7.2%，1973年后国际贸易的发展速度放慢了，但年平均增长速度仍达3.0%，远高于1913—1983年的0.9%。1948—1981年的33年间，世界出口贸易量的年平均增长速度为6.8%，超过了同期5.6%的世界工业年平均增长速度。战后，世界贸易系数（世界贸易额在世界总产值中所占的比重）和世界出口贸易系数（世界出口额在世界总产值中所占的比重）都增加了，1950—1980年的30年间，前者从16.4%增加到34.4%，后者从8.5%增加到17.1%。

2. 国际贸易的商品结构发生了重大变化。战后，国际市场商品结构的重大变化，主要表现在工业制成品在国际贸易中所占的比重不断上升，初级产品所占比重不断下降。历史上，国际贸易的商品大部份属于初级产品，从19世纪末到第二次世界大战前，初级产品在国际贸易中所占的比重一