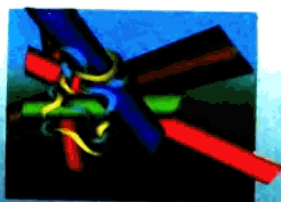


新编国际贸易与涉外经济系列丛书

国际市场 调研与开发

UO JI SHI CHANG



SHANXI JINGJI CHUBANSHE

● 主编 吴润宗 王莉

山西经济出版社

序

党的十一届三中全会作出了对外开放的重要决策,把发展对外经贸,利用国内国外两种资源,打开国内国外两个市场,学会国内建设和发展对外经济关系两套本领作为我国经济发展的战略确定下来了。十五年来,我国对外开放迅速扩大,对外经济贸易的发展取得了举世瞩目的成就。

第一,全民的对外开放意识大大增强。十一届三中全会特别是邓小平同志南巡讲话以后,广大干部和群众日益深刻地认识到,要加速发展经济,实现到下个世纪中叶达到中等发达国家水平的战略目标,就必须坚持对外开放的基本国策,通过大力发展对外经济技术和文化交流,来充分利用世界上一切可以利用的积极因素,以天下之长,补一国之短。如果夜郎自大,闭关自守,关起门来搞建设,就会永远落后和被动挨打。

第二,多层次、全方位的对外开放格局已基本形成。经过10多年的探索,我国已基本形成经济特区——沿海开放城市——沿海开放地带——沿边、沿江、沿线和内陆中心城市——内地逐步推进的对外开放格局。经济特区的“窗口”作用日益显著,沿海开放城市和地区的示范作用大大加强,内地中心城市的辐射作用已开始发挥。对外开放正源源不断地为我国经济注入勃勃生机,成为我国经济高速增长的强劲动力。

第三,外贸体制改革促进了对外贸易的蓬勃发展。1978年以来,伴随整个经济改革的推进,我国对原有外贸体制进行了一系列

改革,外资企业逐步走上了自负盈亏、自主经营、自我发展、自我约束的道路,这无疑有力地推动了对外贸易的发展。1992年,我国进出口总额达到1656亿美元,其中出口850亿美元,进口806亿美元,在世界贸易地位中上升到第十一位。出口商品结构也不断优化,已实现了由主要出口初级产品向主要出口制成品转变,开始进入由主要出口粗加工品向主要出口精加工制成品的转变。

第四,利用外资和其他经济合作全面展开。通过对外开放,我国取得了大量的对外借款用于能源和基础设施建设,从1979年到1992年,我国仅利用外国政府贷款建设的项目就达1100个。同时,我国已经和正在吸收大量的外商直接投资。从1979年到1993年6月,我国累计批准外商投资企业13.4万余家,协议外资金额1692亿美元,外商实际投入资金437亿美元。此外,我国的对外工程承包、劳务合作、技术引进和对外援助工作也获得了长足的发展。

由此可见,对外开放的基本国策正在我国得到充分贯彻,对外经贸交流已成为我国国民经济发展不可缺少的条件。

刚刚闭幕的十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》进一步强调要:“坚定不移地实行对外开放政策,加快对外开放步伐,充分利用国际国内两个市场、两种资源,优化资源配置。积极参与国际竞争与国际经济合作,发挥我国经济的比较优势,发展开放型经济,使国内经济与国际经济实现互接互补。”可见,对外开放和大力发展对外经贸活动已成大势,方向不可逆转。

随着对外开放和外贸体制改革的深化,我们将面向一个更加广阔的国际市场,更广泛地参与国际经贸活动。与国内市场相比,国际市场有着其自身的运动规律,有着更多的不确定因素;与国内经贸活动相比,国际经贸活动要受到更多的制度和法规的约束,更具复杂性和风险性。因此,为促进对外开放和对外经贸活动的发

展,必须培养一大批系统掌握国际经贸理论和政策、熟悉国际商务惯例和法律、懂经营会管理的高层次专门人才。

江西财经学院部分教师编写的国际经贸系列丛书,将很好地适应这种需要。这套系列丛书包括《国际贸易》、《国际贸易实务》、《国际经济合作》、《国际商法》、《国际商务函电》、《国际商务谈判》、《国际市场营销》、《跨国公司导论》、《国际税收》、《涉外会计》、《涉外流通企业管理》和《进出口商品检验》、《国际金融》、《国际投资》、《国际服务贸易》、《国际期货贸易》、《国际技术贸易》、《国际招标投标与工程承包》、《国际货物运输与保险》、《海关管理》、《涉外公关与礼仪》、《对外贸易概论》共23本。这套丛书比较全面系统地介绍了从事国际经贸活动所必备的理论知识与知识、方法与技巧,既可用于高等院校各类专业的教学参考,也可供对外经贸部门各类人士和业余爱好者学习之用。我相信,这套系列丛书的出版,对于发展我国对外经贸教育事业传播国际经贸知识将起到有益的作用。勿庸讳言,根据本人在对外经贸大学多年从事对外经贸教育与科研的见识,认为这套丛书在编写体例上,专业术语的使用上,有些不甚科学,尚待提高,恳希读者提出宝贵意见。

对外经贸大学 薛荣久

1993年11月24日北京赫商

编审说明

为了适应我国建立社会主义市场经济体制、积极参与国际交换和国际竞争以及加速“复关”的要求,满足财经院校国际贸易与涉外经济专业学生和广大从事外经外贸工作人员学习国际经贸知识的需要,我们组织江西财经学院国际经贸系的部分专家教授和从事外贸工作的企业家共同编著了这套《新编国际贸易与涉外经济系列丛书》,共23本,内容涉及外经外贸工作的各个方面,知识体系完整,并吸收了国外同类研究的最新成果,有一定理论深度;尤其对实际操作技巧作了详尽的阐述,是财经院校学生 and 实际工作者学习外经外贸知识的理想读本。

该丛书的编写突出质量意识,从选题、主编人选的确定到编写大纲的审定及定稿工作均由编审委员会严格把关,各书实行主编负责制,聘请有经验的教授和企业家担任主编并总纂书稿,使丛书质量得到保证。

本书出版得到山西经济出版社领导,尤其是李肖敏、寇志宏同志的大力支持,中国对外经济贸易大学国贸系主任、博士生导师薛荣久教授为丛书作序,江西财经学院领导和科研处的同志为丛书的编写和出版给予大力指导和帮助。在此,一并表示谢忱。

由于编著时间较紧,编著者水平有限,缺点错误在所难免,恳请读者批评指正。

编审委员会

1994.12.20.

• 4 •



3 0105 9695 9

95
F740.2
37
2

目 录

XAJ68/21

第一章	国际市场分析	(1)
第一节	当前国际市场的特点	(2)
第二节	全球主要市场及其所在地外贸政策 ...	(10)
案 例	美国对我国电风扇反补贴案	(33)
第二章	国际市场信息系统	(39)
第一节	国际市场信息与国际市场信息系统 ...	(39)
第二节	国际市场信息系统的职能与运用	(48)
第三节	国际市场信息系统的组织与建立	(58)
第四节	国际市场信息系统的管理	(65)
案例一	日本人对国际市场信息的分析和利用	(70)
案例二	跨国公司的市场信息系统(网络)	(70)
第三章	国际市场调研的内容	(75)
第一节	国际市场潜力调研	(75)
第二节	国际市场环境调研	(83)
第三节	国外客户资信调研	(97)
第四节	国际市场营销实务调研	(100)
案 例	台湾茂盛食品工业股份有限公司的国 际市场调研	(113)

北京圖書館
藏書

C

237269

• 1 •

第四章	国际市场调研的技术与方法		(115)
第一节	市场调研资料的搜集技术与方法		(115)
第二节	问卷设计		(130)
第三节	抽样设计		(144)
第四节	几种特殊的市场调查技术和方法		(153)
附:	广州市彩色电视机市场需求趋向调查 问卷		(162)
第五章	国际市场调研与发展趋势预测	...	(169)
第一节	国际市场调研资料分析		(169)
第二节	国际市场预测及其内容		(172)
第三节	预测分析的基本方法		(181)
案 例	运用抽样调查法预测彩电需求量		(205)
第六章	国际市场的打入		(209)
第一节	识别和寻找营销机会		(210)
第二节	选择打入目标		(214)
第三节	确定打入模式		(218)
第四节	几个主要国家(地区)市场的打入		(224)
案 例	“虹美”电视机开拓国际市场之路		(229)
第七章	国际产品开发		(233)
第一节	产品寿命周期与新产品开发		(234)
第二节	国际市场新产品特点		(239)
第三节	国际市场新产品开发程序		(243)
第四节	新产品开拓国际市场的策略		(258)
案 例	日本企业的产品开发战略		(263)
第八章	投资开拓国际市场		(267)



第一节	国际市场投资基本状况与我国的对外投资	
	投资	(268)
第二节	对外投资环境分析	(273)
第三节	投资收益与风险的管理	(283)
第四节	对外投资方式	(289)
案 例	海外办企业要知己知彼	(295)
第九章	国际市场开拓方式	(299)
第一节	包销与代理	(300)
第二节	寄售	(306)
第三节	招标和投标	(309)
第四节	拍卖	(312)
第五节	租赁贸易	(314)
第六节	加工贸易	(320)
第七节	易货和补偿贸易	(325)
第八节	技术贸易	(332)
案 例	包销协议应严肃执行	(339)
后 记		(343)

第一章 国际市场分析

二次世界大战之后的二十多年里,由于战后相对和平的环境,科技的高速发展,使得国际贸易有了飞速的发展。由于商品在国际市场上可以获得超越国内市场利润的超额利润,因而商品无国界,生产者总是以国外市场为终极目标,对超额利润的追逐,不仅把生产发展水平较高的工业发达国家卷入到国际贸易之中,而且也把生产发展水平较低的广大发展中国家卷入到国际贸易中,世界各国普遍参与国际分工,人们的生产活动在一定程度上开始具有普遍的,世界的性质。

改革开放十六年的社会主义中国,经济已经成为世界经济的一部分,市场已经与世界市场有机地联系在一起。作为一个经济不甚发达的发展中国家,中国要立于世界之林,实现多少代人的夙愿——赶超发达国家,就必须进一步使自己的经济活动跨越国界,打破多年来形成的经济活动的孤立性和闭塞性,积极地参与国际分工,中国的企业和企业家需要投身到世界商品经济的大海中去行船,去搏击风浪。然而国际市场风云变幻,世界商品经济的海洋中风急浪高,稍不留意,行程者便会葬身鱼腹,更何况,我们的相当一批行船者,长期生活在计划经济的一池春水中,不识风浪,不谙市场,这样去大海中航行,不翻船倒是怪事。

任何一个想要跻身国际市场的企业,任何一位意欲在世界市

场一展风采的企业家,首先要考虑的问题是如何开拓国际市场,而要开拓国际市场首先必须对国际市场进行深入透彻调查,周密的分析,做到“知彼知己”。只有掌握了整个国际市场的态势以及各个相互关联的组成部分的特点,才能正确地进行决策、正确地选择用何种方式去开拓何地市场、才能制定合理的营销战略与策略,成为国际市场海洋中的“弄潮儿”。

第一节 当前国际市场的特点

二次世界大战后,世界经济、国际贸易有一个迅速发展的阶段,然而进入 70 年代,始于石油危机而引发生的一系列灾难,如原料和能源短缺,无法控制的通货膨胀,经济停滞不前,失业率不断上升,各行各业惨淡经营等使世界经济的发展披上了一层郁厚的阴影。随着 80 年代的结束和 90 年代的开始,世界经济的起伏、动荡出现进一步发展的趋势,发达国家垄断资本的重新组合,国际产业结构的多层次调整,新兴工业化国家和地区的崛起,东西方战略均势的不平衡变化,东欧的易帜,苏联的崩溃,中东的战乱,发展中国家经济发展的两极趋势,这一切对国际市场的格局演变产生了巨大的影响。即将来临的 21 世纪,给每个人都带来了希望,在世纪相交之际,为瞻望国际市场的前景,分析眼下的国际市场特点,对每个意欲开拓海外市场的企业家来说,都是十分有益的。当前国际市场有如下特点:

一、国际市场是一个容量日益增大的市场

国际市场是国际间企业进行交换的舞台,它并不简单地指国

际间商品交换的场所和地点，而是一切交换关系的总和。具体地说，它不仅包括一般的商品买卖活动的运动空间，还包括与对外贸易有关的货币结算、货物运输、货物保险等内容。

由于科技的发展，国际分工的强化，使国际贸易活动在世界各地普遍展开，绝大多数国家都加深程度卷入到国际市场之中。正如马克思说：“把一切民族甚至最野蛮的民族都卷入到文明中来了。”原来一些仍处于原始经济和自然经济状态的国家和地区，也被卷入到以商品经济为基础的国际贸易活动之中，这样，世界市场的范围大为扩大，它不仅包括发达国家，也包括广大发展中国家。世界出口额从1950年的607亿美元增加到1988年的28400亿美元，38年间增长了近46倍。世界出口量增长速度也很快，其中1960年~1970年世界出口量年均增长率达8.5%，是前所未有的，1970年~1980年世界出口量年均增长率为5%，1980年~1985年由于世界经济出现危机，出口量年均增长率降到2.5%，1985年~1986年出口量增长3.5%，1987年为4%，1988年是80年代以来，世界贸易形势最好的一年，世界出口贸易量增长了8.5%。

1981年，美国出口总额约为2450亿美元，换算成工作机会，等于460万人从事与出口业务有关的工作，同1973年相比，增加了100多万人，而同60年代初相比则增加了一倍。1982年，美国的制造业每6个人中就有1人从事出口产品的生产，而在60年代，每14个人中才有1人从事出口产品的生产；英国、比利时、荷兰、新西兰等国其产品的一半以上都进入国际市场；同时，亚洲的一些国家，如日本、韩国、新加坡等抓住了国际间产业调整之机迅速崛起，成为发达国家和新兴工业化国家，出口产品占总产品的比例都日益增加，高至60%~70%左右。这些国家出口产品的迅速增加使国际市场的容量日趋扩大，这是一。二是随着冷战的结束，苏联的瓦解、东欧的剧变，二次大战后新形成的“雅尔塔”格局发生了深刻的变化，由西方人为制造的所谓“铁幕”、“竹幕”被打破和拆

除,这些国家迅速进入国际市场。三是包括中国在内的社会主义国家正在进行经济体制改革,对外开放,面向国际市场是改革的主要内容,这些国家进出口额迅速增加,例如中国,1978年进出口额为206.38亿美元,而1990年则高达840.5亿美元,平均每年递增12.4%,1993年突破1000亿美元大关。1994年达1200亿美元。国际市场的总体容量在不断增大,这个趋势将一直持续到21世纪。

二、国际市场是一个多层次的市场

国际市场的多层次体现在国别和市场类型的多层次上。

国际市场国别的多层次,源于世界的多样化。加入国际市场的各国,有的是大国,有的是小国;有的是内陆国家,有的是海洋国家;有的是发达国家,有的是发展中国家;有的国家经济发展水平很高,年人均国民生产总值高达一、两万美元,有的国家经济发展水平很低,年人均国民生产总值只有200~300美元。各国由于社会制度不同,文化不同,消费习惯、偏好不同,使得国际市场呈多层次的特征。这为我国企业依据自己本身的资源条件,开拓国际市场提供了有利的条件。

在国际市场上,市场类型也是多层次的。既有开放类型的市场,又有封闭类型的市场。开放性市场主要包括两类,一类是以自由竞争为特征的商品交易所、拍卖市场、招标处等;另一类是以商业合同为基础的商品市场。封闭型的市场包括以经济一体化为媒介的商品市场,以长期合同为基础的商品市场和垄断组织、特别是跨国公司占主导地位的商品市场。

三、国际市场是一个区域性贸易集团发展的市场

二次世界大战以来,美国一直是国际市场上的霸主,其国际贸

易额一直在世界名列榜首。然而,70年代以来,由于国际、国内的重重矛盾,致使其经济危机频繁发生,工业增长缓慢、财政赤字不断扩大。1971年美国对外贸易第一次出现逆差,这是百年以来美国对外贸易的首次逆差,逆差额为20亿美元,到1977年增加到260亿美元,而到1983年这个数字增加到430亿美元,一直呈直线增加的趋势。与此相反,二战战败国的日本、德国却在迅速崛起:在1960年至1980年的20年中,日本经济发展和对外贸易相互促进,增长速度在资本主义国家是最快的,其国民生产总值和出口贸易额都仅次于美国,在资本主义国家名列第二;由西欧一些发达国家,包括西德在内所组成的欧洲共同体,自成立以来发展迅速,1979年,欧共体成员国的出口贸易和黄金储备也高于美国。如今的国际市场中,美国一统天下的霸主地位已经丧失,在资本主义世界中形成了美国、日本和西欧三足鼎立的局面。

在世界经济多极化的进程中,国际市场出现以西欧共同体内部大市场、北美贸易集团和亚太地区经济圈为主体的区域性贸易集团。在以上三个区域性贸易集团中,亚太地区经济圈(包括中国沿海各省、香港、台湾省)是一个最显活力的市场,其经济的增长速度令世界叹为观止,这一地区的对外贸易发展迅速,在世界出口中所占的比重已超过17%,高于美国6~7个百分点。

国际市场中区域性贸易集团的发展对经济的影响是多方面的。它一方面可以促进集团内部的资金、人才、技术、商品贸易等方面的交往和合作,促进整个世界贸易的增加;另一方面会使国际贸易、国际经济更加错综复杂。由于建立经济圈的目的是为了对付外部的竞争,从而具有排他性、歧视性,必然使国与国之间的贸易摩擦转向集团之间的贸易摩擦,区域之间的竞争也将日趋激烈。同时世界市场的区域化,并不意味着各国矛盾的解决,在每一个地区性市场内部,各个贸易伙伴之间不可避免地存在着利益冲突,有时甚至到了白热化的程度,这是我们的企业在开拓国际市场时必须加

以重视的。

三、国际市场是一个竞争激烈的市场

国际市场的丰厚利润，资本主义世界范围内的生产过剩，使得国际市场成为各国角逐驰骋的场所。90年代的国际市场竞争有以下特点：

(一)竞争的规模、范围加大。

长期以来，在国际市场活动的是具有不同生产条件的各国为数众多的厂商。这些厂商多半是竞争能力很强的。在国际市场上，参与竞争的企业越多，企业力量越强，他们在商品生产成本、价格、质量、信贷和交货期等方面的差别就越大，竞争就越尖锐。

进入90年代以来，国际市场的竞争主体已由原来的厂商而转为政府。许多国家的政府现已程度不同地卷入国际竞争中，他们制定出有利于本国公司海外竞争的法令、政策，利用强大的国家机器，对外贸企业予以积极扶植，加强其在国际市场上的竞争能力，并成为这些厂商政治与经济上的坚强后盾。

竞争的规模、范围加大还体现在竞争的组织趋向垄断。随着垄断在国际市场占据统治地位，竞争呈高格局、激烈化的趋势。当前，国际市场上垄断组织出现两种趋势：一是跨国公司迅速扩大，成为国际垄断组织的主要形式；二是区域性贸易经济集团不断增多，规模日益扩大。20世纪70年代，随着石油输出国组织——欧佩克的建立，西方主要工业国的几次经济危机，加速了世界经济向跨国状态的转移。目前，跨国经济已在国际市场上占统治地位，并在很大程度上控制着所在国家经济生活。跨国公司卷入竞争，使竞争的规模日趋扩大，同时除了跨国公司之间的竞争之外，还有跨国公司内部之间的竞争，如在亚洲、中东、拉美和非洲的部分国家，总部设在其他发达国家的子公司，已经在当地成功地向美国子公司发起挑

战。至于区域贸易经济集团的竞争,在上文已阐述,在此就不赘言了。

(二)竞争的形式多样化

国际市场是买方市场,消费者要求高,对商品的选择性强。许多企业在争夺国际市场时,除了采取价格竞争外,还通过商品的品质性能,包装装潢,更新花色品种,保证及时交货和售后服务等办法来扩大商品的销路。

90年代以来,与传统的价格与产品竞争为主的竞争形式不同,管理技术水平与资本的竞争占据了国际市场的主导地位。

管理技术水平成为竞争的主要内容。在跨国公司的竞争中,决定竞争优势地位的核心因素是管理技术水平,而不再是传统的生产要素——土地、劳动力、机器。即使是货币,也由于其具有跨国性而随处可得,因此,同样不再是一种可以在国际市场上带来竞争优势的生产要素了。

传统的商品竞争虽然存在,但更激烈的资本竞争逐渐占据上风。战后美国一直执世界经济之牛耳,其投资遍布资本主义世界,大有“世界经济美国化”之势。然而进入70年代以来,情况发生了根本性的变化,“攻守之势异也”!外国公司纷纷进军美国,购买了许多美国公司的控制权或相当大比例的股权。如美国的巴斯金——罗宾斯(Baskin-Robbins)公司、肯塔基炸鸡(Kentnky)和首都唱片(Copital Records)公司等,要么干脆完全为外国公司所有,要么在实质上已为外国公司所有。在美国最大的粮食、矿产、化学产品和机械出口公司中,就有日本三井和三菱的子公司;在美国《幸福》杂志所列50家最大出口商名单中,日本的三井美国公司名列第四,仅次于波音公司、通用汽车公司和通用电气公司。现在已是:“美国经济世界化”了。

对国际市场上的这种新的竞争形式,我国的企业应有充分的了解,在开拓国际市场之前,对国际市场上竞争的激烈性、复杂性

和多样性要有充分的思想和物质准备。

四、国际市场是一个商品结构日日发生变化的市场

战后,由于科学技术的迅猛发展,以发达国家为首的国际产业结构发生了三次重大调整,每次产业结构的调整,都给作为国际市场上客体的商品结构带来具大的影响,使之产生巨大的变化。

首先,工业制成品在国际贸易中的比重不断上升,初级产品的比重逐渐下降。1988年世界制成品出口额为20500亿美元,比1980年增加85%,而农产品出口额仅增加了30%,矿产品出口额却减少了35%。在制成品中,机电产品的贸易增长最快,1987年已达到9783亿美元,占世界出口总额的39.2%,而机电产品中,尤以适应科学技术发展要求的机电贸易增长最为迅速。国际市场商品结构的这个变化,给广大发展中国家提出这样一个课题:传统的发展中国家出口初级产品为主的国际贸易格局是否有改变的必要,否则发展中国家的外贸前景将是暗淡的。

其次,新商品大量涌现。在技术革命的推动下,产品的生命周期大大缩短,更新换代不断加快。以电子计算机为代表的高科技产品大量出现在国际市场上,火箭航空产品、数控机床、新型通讯设备、原子能电站设备、声光制品在国际市场上独领风骚,为世人所青睐。

再次,技术贸易发展迅速。技术贸易主要是在工业发达国家之间或由发达国家向发展中国家转让技术而进行的。由于战后的相对和平的环境,使科技革命得到长足发展,同时又促进了技术贸易的迅速发展。1965年世界技术贸易额为27亿美元,1975年为110亿美元,1985年超过500亿美元,平均每五年翻一番,增长速度远远高于一般商品贸易。

此外,劳务贸易在国际贸易中的地位也明显提高,劳务贸易额

增长速度很快。1970 年世界劳务贸易总额仅 1000 亿美元,而 1980 年便增加到 6000 亿美元。目前,发达国家的劳务贸易大多集中在金融、保险、智力等高层次的劳务输出,而发展中国家则较多的是从事承包建筑工程等低层次的劳务输出。在全球劳务贸易总额中,发达国家的劳务出口占 85% 以上,而发展中国家所占的比重尚不到 15%。

五、国际市场是一个保护主义盛行的市场

国际贸易无论从理论上还是从逻辑上说对所有国家都是有利的,但由于各国的经济发展水平、速度的不平均,各国经济资源禀赋的差异,致使有些国家为了保护和发展本国的民族工业,采取一系列包括关税、非关税的政策。这种保护主义的贸易壁垒一旦在某个国家筑成,顷刻间便会产生全球效应,各国纷纷仿效,使得壁垒越筑越高。保护主义的盛行极不利于国际贸易的发展,为此二次大战后,美国与其他 22 个国家签订了“关税及贸易总协定”(GATT),该协定以双边或多边税制的方式为减低关税提供了途径。经过 40 年的努力,关贸总协定取得了一定的成功,但是,进入 80 年代以来,由于资本主义国家经济情况的恶化,关贸总协定培育起来的国际贸易体系越来越受到保护主义的压力。宏观经济失调和不适当的结构调整所激起的带有歧视性的非关税保护措施越来越多,尤其是这些措施往往都能绕过关贸总协定的规定,由此引起国际贸易步步升级,新贸易保护主义咄咄逼人、蔓延全球。目前国际市场上保护主义的主要内容有:

1. 被保护的商品范围不断扩大。

被保护的商品日益增多,目前已从传统工业品,农产品发展为高技术产品和劳务。

2. 保护措施多样化。