

●主 编 叶于青

副主编 杨亢承 花家骥 茅李刚

外向型经济基础知识

●上海社会科学院出版社

责任编辑：欣 辛

封面设计：邹越非

外向型经济基础知识

主 编 叶干青

副主编 杨亢承 花家毅 茅孝刚

上海社会科学院出版社出版

(上海淮海中路622弄7号)

苏州吴县第二印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张7.25 字数157000

1989年3月第1版 1989年3月第1次印刷

印数 1—4500

ISBN 7-80515-339-6/F·106 定价 2.45元

《外向型经济基础知识》编写人

主 编 叶干青

副主编 杨亢承 花家毅 茅孝刚

编写者 (以章次为序)

窦炎国(第一章) 叶干青(第二章)

杨亢承(第三章) 孙艺兵(第四章)

姚永林(第五章) 管显良(第六章)

花家毅(第七章) 沈德庆(第八章)

郭学文(第九章) 陈 伟(第十章)

茅孝刚(第十一章) 高玲麟(第十二章)

前 言

对外开放是我国的一项基本国策。大力发展外向型经济，是我国沿海地区经济发展的重要战略任务。介入国际经济大循环，参与国际市场竞争，并推进全国经济的发展，既是我国沿海地区的光荣任务，又是沿海地区经济发展的客观要求。

沿海地区贯彻落实发展外向型经济的战略方针和战略任务，需要做很多工作。从理论与实践结合上培训外向型经济人才，是其中一项重要的任务。我们按照苏州市党校系统教材编写计划，根据市、县党校多次对党政干部进行外向型经济的教学实践，编写了《外向型经济基础知识》一书，作为市、县党校短期培训基层党政干部和党政干部中专班的教材，也可供基层党政干部自学参考。本书在编写中，从党政干部的特点出发，注重理论和实际的结合，力求内容简明扼要，具有理论性、知识性和实用性；偏重于基础知识的阐述，避免过多地涉及具体专业业务。《外向型经济基础知识》在结构上分为三个部分：第一部分阐述对外开放和发展外向型经济的理论依据及其意义；第二部分介绍发展外向型经济的有关业务基础知识；第三部分论述加强外向型经济的领导问题。在教学时，可以根据不同对象和学习时间的长短，在内容上作必要的调整。

本书作者都是中共苏州市党校系统教师。在编写过程中，参阅了国内有关这方面的书籍和资料，并得到作者所在单位的领导大力支持，在此，表示感谢。

外向型经济正在深入发展，在理论上和实践上，还有许多新的经验、新的问题，需要不断总结和探索。编者水平有限，本书不足之处一定很多，恳请读者批评指正。

编 者

1988年12月

目 录

第一章 商品经济与对外开放	(1)
第一节 对外开放是商品经济发展的客观要求	… (1)
第二节 对外开放是商品经济发展的必由之路	… (7)
第三节 发展社会主义经济必须参与国际分工 和竞争.....	(13)
第二章 世界经济现状与发展趋势	(20)
第一节 当代世界经济格局.....	(20)
第二节 当代世界经济特征.....	(28)
第三节 世界经济大转折及其趋势.....	(33)
第三章 我国对外经济发展战略	(40)
第一节 国内经济形势与对外开放.....	(40)
第二节 沿海地区要率先发展外向型经济.....	(46)
第三节 在深化改革中发展外向型经济.....	(52)
第四章 展际市场分析	(57)
第一节 国际市场概述.....	(57)
第二节 国际市场贸易壁垒.....	(61)
第三节 国际市场调查.....	(64)
第四节 国际市场营销策略.....	(69)
第五章 利用外资的形式与方法	(76)
第一节 利用外资概述.....	(76)
第二节 “三资”企业.....	(80)
第三节 “三来一补”和国际租赁.....	(85)
第六章 国际技术转让和我国的技术引进	(92)
第一节 国际技术转让基本概述.....	(92)
第二节 我国的技术引进.....	(95)

第三节	购买技术的方式和程序	(101)
第七章	对外贸易	(111)
第一节	对外贸易的作用和特征	(111)
第二节	我国的出口贸易	(115)
第三节	我国的进口贸易	(122)
第四节	我国对外贸易的经营管理体制	(125)
第八章	其他创汇形式	(128)
第一节	积极发展创汇农业	(128)
第二节	对外承包工程和劳务合作	(133)
第三节	国际旅游及我国的旅游业	(138)
第四节	对外投资	(143)
第九章	外汇与汇率	(148)
第一节	外汇和外汇管理	(148)
第二节	汇率和汇率制度	(154)
第三节	汇率变动和汇率风险	(159)
第十章	涉外经济合同和涉外经济仲裁	(167)
第一节	涉外经济合同	(167)
第二节	涉外经济仲裁	(174)
第十一章	外向型经济中的公共关系	(183)
第一节	在外向型经济中建立和发展公共关系的必要性	(186)
第二节	公共关系的基本职能	(188)
第三节	公共关系的实施步骤	(196)
第四节	公共关系人员的基本素质和基本技能	(199)
第十二章	外向型经济的领导	(203)
第一节	更新领导观念	(203)
第二节	焕发组织活力	(211)
第三节	加强领导者的素质修养	(217)

第一章 商品经济与对外开放

当今世界，各国经济迅速发展，国际分工不断深化，国际市场日益拓展，世界经济一体化趋势日甚一日。在这种背景下，随着我国经济体制改革的深化和社会主义商品经济的发展，不可避免地提出了沿海地区进一步实行对外开放和加速发展外向型经济的战略问题。这既适应世界经济形势发展的客观要求，也符合我国社会主义商品经济发展的必然逻辑。

第一节 对外开放是商品经济 发展的客观要求

商品经济是以商品的生产和交换为基础环节的经济关系和经济运行形式，生产者相互之间，生产者与消费者之间的频繁交往是商品经济的基本特点。因此，商品经济必然是开放型的经济，社会主义商品经济也不例外。对于商品经济的这一特性，我们可以从商品经济与自然经济的本质区别、商品实现途径和商品经济运行方式，以及商品经济的内在要求等几个方面来理解。

一、商品经济与自然经济的本质区别

商品经济是与自然经济相对立的经济形式，这两种经济形式之间存在着一系列明显的区别。

首先，两者的基础不同 自然经济是在社会分工不发展的条件下形成的，它要求每一个生产者或经济单位（为家庭、村社等）利用自身的经济条件，生产自己所需要的一切。因此自然经济是排斥和阻碍社会分工、生产者之间彼此孤立和隔绝的经济形式。与此相反，商品经济以社会分工为基础，并且在其发展过程中又必然促使社会分工日益深化。因此，商品经济根本区别于自然经济，它是依赖并促进社会分工，依赖并促进不同生产者之间相互联系、相互协作的经济形式。

其次，两者的目的不同 自然经济就是自给自足经济，其生产是为了直接满足生产者或经济单位的需要。因此，自然经济是排斥交换的、经济利益主体可以自我满足、无需外求的经济形式。与此相反，商品经济是通过互相交换从而实现自身利益的经济形式，其生产是为了交换，而交换是为了赢利。商品经济愈发达，交换也就愈发达。因此商品经济是依赖并促进交换的经济形式。

再次，两者的劳动方式不同 自然经济是与生产力的低水平相联系的，在劳动方式上一般都处于个体手工劳动和简单协作的阶段。这种劳动方式常常阻碍技术的进步和新型协作关系的建立。因此，自然经济是排斥技术进步和新型协作关系的、因循守旧的经济形式。与此相反，商品经济在劳动方式上追求新技术的运用和新型协作关系的建立。商品经

济是依赖并促进技术进步和社会协作的经济形式。

最后，两者的经营规模不同 自然经济的基础、目的和劳动方式决定了它的经营规模是极其狭小的，即使发生兼并，也只是在有限的范围之内进行。因此，自然经济是一种自我封闭的经济形式。与此相反，商品经济的基础、目的和劳动方式决定了它的经营规模是没有界限的，商品经济的发展要求突破种种限制，不断扩大经营规模。因此，商品经济是依赖并促进对外扩张的经济形式。

从上述商品经济与自然经济的区别可以看出，商品经济乃是以社会分工为基础、以交换为手段、以新技术和社会协作为方式、以经营规模不断扩张为特征的经济形式，它区别于自然经济的本质特征就是开放性。社会分工、交换、新技术的采用、社会协作和经营规模的扩张等等，无不要求一个企业、一个地区、一个国家的经济运行以对外开放为基本条件。

二、商品实现途径和商品经济运行方式

商品是用来出卖的劳动产品，它是由使用价值和价值两个因素构成的。对于商品生产者来说，使用价值只是价值的物质承担者，他所追求的目标是使商品的价值得到实现，即通过出卖商品收回成本并获取利润。生产与消费的对立统一、使用价值与价值的对立统一，决定了商品本质上具有开放性，哪里能实现其价值，它就奔向那里，而不受地域疆界的限制。所以马克思说：“商品就其本性来说是超越一切宗教、政治、民族和语言限制的”（《马克思恩格斯全集》第13卷，第142页）。

商品交换是商品持有者与他人之间发生的经济关系，因此对于商品持有者来说，他出卖商品的行为从一开始就是外向的经济行为。

商品持有者可以是商品生产者本人，也可以是中间商人。对于商品生产者来说，他不仅有实现商品价值的问题，而且首先有创造商品价值的问题。创造商品价值的过程就是商品生产的过程，这一过程自始至终都是一种外向的经济行为。首先，商品生产所需设备、原材料、劳动力、技术等，不可能全部为商品生产者所自有，必然有相当一部分甚至全部需要从外引进，即从他人处购买；其次所生产商品的种类、型号、款式的选定必须依靠市场信息，市场信息的获取显然属于外求他人的行为；最后商品的出卖，已为前述，必定要与顾客相联系。

商品生产和商品交换都以外求于他人的经济行为为前提和基本条件，那么通过什么途径和方式才能使这种经济行为得以完成呢？只能通过市场贸易。商品生产的生产资料和劳动力必须通过市场贸易才能得到，商品生产的产品必须通过市场贸易才能实现其价值。市场贸易是商品实现其价值的途径，也是商品经济得以正常运行的方式。所以，商品经济本质上就是市场经济。

市场既指进行商品交换的场所，也指商品供给与有支付能力的需求关系，它是商品生产者、经营者和消费者的联结点和纽带。一切商品持有者只有在市场上经过各种形式的交换活动，才能实现自身的经济利益。因此，市场是一切商品持有者的竞技场，也是商品经济的生命场。

市场天然具有开放性，其原因有二：首先，市场允许不同商品持有者和商品需求者之间进行自由贸易。不加限制地

对商品和需求开放、实行买卖自由，是任何市场得以形成和存在的基本条件。其次，市场的需求关系具有无限扩张和延伸的本性。由于社会分工造成了需求的多样化，需求关系也处于不断的变动中，这就促使市场不断冲破行业和地域的界限，伸向一切可能的角落，从而形成不同市场之间的联系，形成市场群。商品的开放性导致市场的开放性，这充分体现出商品经济的本质特征。

三、商品经济发展的内在要求

商品经济发展的内在动力在于商品生产者对利润和利润最大化的追求，也就是要用最小的投入获取最大的产出。决定商品价值量的是社会必要劳动时间。不同的商品生产者为了使自己的个别劳动时间低于社会必要劳动时间，都必须不断改善生产条件，处处精打细算，降低生产中的劳动消耗，不断采用新技术，提高劳动生产率。因此，竞争就是不可避免的。它是商品经济发展的内在要求。没有竞争，商品经济就没有活力，就不能发展。马克思说：商品经济“不承认任何别的权威，只承认竞争的权威”（《资本论》第1卷，第394页）。

商品经济的竞争，也是一种开放性的经济行为。没有开放的经济环境，就无法进行竞争。这是因为：

第一，竞争是以市场为阵地展开的。不同生产者、经营者之间开展的争夺利益的角逐，只有通过市场才能寻找竞争的对手，才能揭晓竞争的结果。竞争围绕市场展开，就决定了竞争必定是开放性的行为，它不仅是意味着承认竞争对手的存在，而且意味着承认竞争各方终有成败。换言之，竞争

的参与者必须在复杂的供求关系和开放的市场环境中寻找和确立自己的地位。所以竞争决不是竞争者孤立的、封闭的行为，他仍必须面向市场、争夺市场。

第二，竞争是以提高生产率和经济效益为中心内容展开的。而劳动生产率和经济效益的提高，必须依靠技术和管理。因此，采用新技术和改进管理成为竞争者取胜的基本手段。新技术的采用和管理的改进，都不可能在自我封闭的状态中实现。这一方面因为技术进步和管理科学化是在生产力、社会制度、文化教育等多种条件作用下实现的；另一方面因为地域和社会文化环境的差异导致技术和管理水平的不平衡性。任何生产者和经营者均有赖于技术和管理经验的交流，都必须从竞争对手或竞争伙伴那里学习和引进新技术和管理经验。显然，新技术和管理经验的交流、学习和引进，只能在开放的条件下进行。

第三，竞争是运用信息手段争取顾客的角逐。不同的生产者、经营者参与竞争的目的是占领市场、赢得顾客，从而实现商品的价值。因此，及时迅速地获取市场信息，了解顾客的消费心理，乃是竞争者取胜的关键。显然，获取信息，争取顾客的行为不可能是封闭的自求的行为，而只能是开放的外求的行为。

总之，商品经济是开放经济，它作为社会关系体系和经济运行形式，可以看作是一个开放的动态系统，只有在全社会范围内、在地区与地区之间、部门与部门之间、企业与企业之间不断进行物质、能量、信息的交流，才能保持这个系统有效地和有序地运行。商品经济的不断发展，必然要求突破国界的限制，扩张到全世界的范围，从而形成国际分工和世界市场。这正是商品经济的开放本性所导致的必然结果。

第二节 对外开放是商品经济 发展的必由之路

人类历史进入私有制社会之后，商业的繁荣与否便成为一个国家或一个地区经济发展状况的重要标志。从古希腊的城郊经济，到中国的盛唐时期，再到近代资本主义经济的兴起，都与商贾的兴隆和集市的繁华紧密相关。无论是中国的历史，还是世界的历史都证明，对外开放是任何地区和任何国家商品经济发展的必由之路。我们可以从封建社会小商品经济发展迟缓的原因、资本主义商品经济迅速发展的成功之路和发展中国家面临的挑战这样三个方面，来论证对外开放对经济发展的重要性。

一、封建社会小商品经济发展迟缓的原因

封建社会经历了一个漫长的历史时期，在西欧大约有一千多年，在中国则有二千多年。在这漫长的历史时期内，自然经济始终占据了统治地位，商品经济虽曾有过一定的发展，但是由于受到种种限制，因而规模极其狭小，速度十分迟缓，始终未能超脱小商品经济的范畴。

封建社会商品经济发展迟缓的原因是多方面的，从根本上讲当然要归因于生产力水平的低下，归因于“技术的极端低劣和停滞”（《列宁全集》第3卷，第161页）。但是封建主义的社会经济关系束缚和压抑了商品经济的开放本性，

乃是封建社会商品经济发展迟缓的直接原因。这可以从下述几个方面得到说明：

首先，残酷的封建剥削和自然经济关系阻碍和延缓着社会分工的进一步发展，因而也阻碍和延缓着交换的发展。封建经济是建立在带强制性的农奴劳动基础上的，而农奴每年都必须“将收获的四成、五成、六成、七成甚至八成以上，奉献给地主、贵族和皇室享用”（《毛泽东选集》第2卷，第618页）。占人口80~90%以上的农民完全被束缚在土地上，既缺乏剩余产品投入交换，也没有参与社会分工的自由。

其次，封建等级关系和重农抑商政策阻碍和延缓着商业的发展。农业是封建经济的唯一支柱，地主是封建社会唯一有地位的阶级。在这种社会经济条件下，小手工业和商业被划入三教九流之末。这就不能不严重地阻碍手工业和商业的发展，突出地表现在作为工业和商业中心的城市市场在数量和规模上都不发达。马克思指出：“城市工业本身一旦和农业分离，它的产品一开始就是商品，因而它的产品的出售就需要有商业作为媒介，这是理所当然的。因此商业依赖于城市的发展，而城市的发展也要以商业为条件，这是不言而喻的。”（马克思《资本论》第3卷，第371页）

第三，封建社会中的小手工业者和商人由于资力薄弱、经济地位不稳固，因此特别害怕竞争，力求在同行之间能够经常保持某种平等关系，并共同对当地市场保持垄断地位。正如列宁所说：“小商品生产者感到，与其他的社会利益相反，他的利益要求维持这种垄断地位，因此他害怕竞争。小手工业者不论是个人或集体，都千方百计地阻止竞争，‘不让’竞争者进入本地区、巩固自己以拥有一定数量购买者的

小业主的殷实地位。”（《列宁全集》第3卷，1959年版，第297页）封建的行会和商会就是根据这种要求组织起来的，它在小商品经济条件下能够在一定程度上限制竞争和分化，保障了手工业者和商人的权益。但是由于反对竞争，最终就会成为商品经济进一步发展的障碍。

二、资本主义商品经济迅速发展的成功之路

从16世纪开始，资本主义经济在西方国家逐步发展，到18世纪已经占取了统治地位，从此进入了资本主义商品经济迅速发展的历史时期。马克思、恩格斯在1848年写道：“资产阶级在它的不到一百年的阶级统治中所创造的生产力，比过去一切世代创造的全部生产力还要多，还要大。自然力的征服，机器的采用，化学在工业和农业中的应用，轮船的行驶，铁路的通行，电报的使用，整个整个大陆的开垦，河川的通航，仿佛用魔法从地下呼唤出来的大量人口，——过去哪一个世纪能够料想到有这样的生产力潜伏在社会劳动里呢？”（《马克思恩格斯选集》第1卷，第256页）资本主义商品经济之所以在较短的时间中就能获得迅速发展，其主要原因就在于资本主义的社会经济关系突破了自然经济的束缚，迎合了商品经济的开放本性，从而适应了社会生产力发展的客观要求。

首先，资本主义商品经济的发展是从资本原始积累开始的，而资本的原始积累过程则是与资本主义国家的对外扩张、世界贸易和殖民地掠夺相结合的过程。新兴的资产阶级从一开始就不满足于本国范围内的发展，他们在全世界东奔西走，寻求和开辟新的活动场所。马克思写道：“美洲金银

产地的发现，土著居民的被剿灭、被奴役和被埋葬于矿井，对东印度开始进行的征服和掠夺，非洲变成商业性猎获黑人的场所：这一切标志着资本主义生产时代的曙光。这些田园诗式的过程是原始积累的主要因素。”（《资本论》第1卷，第819页）显然，离开对外扩张、殖民掠夺和世界范围的贸易，资本主义的原始积累过程无法顺利完成，资本主义商品经济的迅速发展也就缺乏前提条件。

其次，“自由”资本主义时期是商品经济迅速上升成为资本主义国家占统治地位的经济形式的时期，而这个时期也正是资本主义各国在竞争中先后完成工业革命的时期。工场手工业的长期发展，已经使分工日益发达，劳动工具日益专门化，为技术进步准备了条件；世界市场的不断扩大，又使工场手工业生产远远不能满足对工业品日益增长的需要，从而提出了革新技术的迫切要求。于是英、美、法、德等国先后完成了工业革命，实现了生产技术的根本变革，从而导致资本主义劳动的大量社会化。新技术的采用，以及由此导致劳动的日益社会化，正是资本主义商品经济迅速发展的基本条件。而企业之间、部门之间，直至各资本主义国家之间的激烈竞争，又是推动发明和采用新技术的动力。

再次，垄断资本主义的形成使资本主义商品经济发展进入一个新的阶段，而这个阶段更是以世界规模的联合和竞争以及资本输出和在经济上瓜分世界为特点的。19世纪最后30年技术的巨大进步，工业生产，特别是重工业生产的迅速发展以及竞争的加剧，使企业规模不断扩大，股份公司广泛发展，资本和生产迅速集中，这就不可避免地导致各种垄断组织的出现。资本主义垄断的实质就是通过大资本家之间的联合来控制某种或某几种商品的绝大部分生产和销售，这种垄