



国际经济与贸易专业
本科名师系列教程

International
Trade

国际贸易

林 康 编著

INTERNATIONAL

对外经济贸易大学出版社

对外经济贸易大学继续教育学院
国际经济与贸易专业本科名师系列教程

国际贸易

林 康 编著

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

国际贸易/林康编著. —北京:对外经济贸易大学出版社, 2004
(对外经济贸易大学继续教育学院国际经济与贸易专业本科名
师系列教程)

ISBN 7-81078-336-X

I. 国… II. 林… III. 国际贸易—高等学校—教材
IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 017428 号

© 2004 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 贸 易

林 康 编著

责任编辑 王 晶

对外经济贸易大学出版社
北京市朝阳区惠新东街 12 号 邮政编码: 100029
网址: <http://www.uibep.com>

唐山市润丰印务有限公司印装	新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 140mm × 203mm	10 印张 250 千字
2004 年 4 月北京第 1 版	2004 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-336-X/F·211
印数: 0001—5000 册 定价: 17.00 元

对外经济贸易大学继续教育学院
国际经济与贸易专业本科名师系列教程
编审委员会名单

名誉主任 刘 亚

主 任 谢毅斌

委 员 王绍熙 刘舒年 余恕莲

严思忆 林 康 姚得骥

鲍世修 谢毅斌 邬若虹

曹颖华

序

我们正处在一个新的历史时期，科学技术的迅猛发展，综合国力竞争的日趋激烈，科学技术与人文学科的相互渗透和交融，东西方文化的交流、碰撞与融合，知识经济和信息时代的到来，经济全球化的逼近，我国改革开放的不断深入以及我国加入世界贸易组织后新形势的出现等，都对我们高等教育提出了严峻的挑战，也对我们人才培养质量提出了新的、更高的要求。

千百年来，中外教育史证明，名师从来都是人才培养最具活力的火车头。怎样才能最好地发挥名师效应造福于广大莘莘学子，又从来都是一切崇尚务实的教育家毕生不懈的追求。从历史上看，我国教育界的不少先辈在这方面为我们做出了极好的榜样。对此，我实在心仪久矣。

为了适应新的形势和满足培养国际化经济贸易人才的需要，我们特聘请一批驰名校内外的专家、学者、教授根据国内外最新修订、公布的有关法规和国际贸易惯例，结合近年来国际贸易实践中的新情况、新做法，特别是针对我国加入世界贸易组织后所碰到的新问题，编写了这套国际经济与贸易专业名师系列教程。

本系列教程包括《中国对外贸易概论》、《国际贸易》、《国际贸易实务》、《国际金融》、《西方财务会计》等国际经济与贸易专业主干课程教材，并配套制作了由作者亲自主讲的 VCD 教学光盘。

本教程广泛适用于本科及其以上层次成人高等教育的教学需要，可作为成人专科起点本科、高中起点本科国际经济与贸易专业和相关研究生课程班的主干教材，也可作为在职经贸干部、企

业管理人员的培训教材以及有志于从事经贸行业工作或了解国际贸易知识的各类人员的自学读本。

在本套教程的编写和出版过程中，我们得到了校内外著名专家、学者、教授以及有关方面的大力支持，在此谨向他们表示诚挚的谢意。

对外经济贸易大学 继续教育学院
国际经济与贸易专业本科名师系列教程编审委员会
主任：谢毅斌
2003 年 7 月

前 言

20 世纪 90 年代以来,人类历史上的一个重要发展是世界经济全球化。进入 21 世纪,以知识为基础,以金融为中心,以信息为先导,以跨国公司为依托的经济全球化,推动了世界各国经济、贸易的发展。在此背景下,我们的国家需要一大批有志向、懂经营、会管理、善决策、会外语、能开拓的新型国际贸易人才。为了适应新形势的需要,对外经济贸易大学继续教育学院创办了远程教育这一新的教育模式,组织有关专家、教授制作光盘和教材。《国际贸易》教材吸收了原有的知识,并对国际贸易中出现的新知识、新问题,适时作了更新和补充,以适应远程教育的需要。作者在此要特别感谢姚曾荫教授、王林先教授、薛荣久教授、陈同仇教授、张锡嘏教授、张汉林教授等对国际贸易学科建设作出的巨大贡献,并对继续教育学院院长谢毅斌教授的积极支持表示感谢,对在此书编写中乔荣贞教授、林在志律师的大力协助深表感谢。限于篇幅,一些内容不能展开详细分析和叙述,书中有不妥之处,敬请谅解和指正。

对外经济贸易大学 林 康

2003 年 12 月

目 录

第一章 国际贸易概论	(1)
第一节 当代国际贸易宏观环境	(1)
第二节 国际贸易的基本知识	(21)
第三节 国际分工与国际贸易	(33)
第二章 世界市场与世界市场价格	(46)
第一节 世界市场的形成与发展	(46)
第二节 当代世界市场的主要特征	(58)
第三节 世界市场价格	(63)
第三章 地区经济一体化	(73)
第一节 地区经济一体化及其发展	(73)
第二节 地区经济一体化对国际贸易的影响	(85)
第三节 地区经济一体化的理论与学说	(88)
第四章 国际投资与国际贸易	(95)
第一节 国际投资概述	(95)
第二节 国际投资的特点与原因	(106)
第三节 国际投资政策的发展	(113)
第五章 跨国公司与国际贸易	(126)
第一节 跨国公司的经营特征与竞争优势	(126)
第二节 跨国公司的跨国经营战略	(137)

第三节	跨国公司的发展对国际贸易的影响·····	(147)
第六章	国际服务贸易·····	(152)
第一节	国际服务贸易及其特点·····	(152)
第二节	对国际服务贸易发展的影响因素·····	(165)
第七章	国际技术贸易·····	(174)
第一节	国际技术贸易的含义及其特点·····	(175)
第二节	跨国公司与国际技术贸易·····	(181)
第三节	国际技术贸易的价格和支付·····	(192)
第四节	国际技术贸易的签约与履约·····	(198)
第八章	对外贸易政策及其理论·····	(208)
第一节	对外贸易政策的类型与演变·····	(208)
第二节	重商主义贸易政策·····	(212)
第三节	自由贸易政策·····	(214)
第四节	保护贸易政策·····	(217)
第五节	超保护贸易政策与新贸易保护主义·····	(219)
第九章	关税措施·····	(223)
第一节	关税概述·····	(223)
第二节	关税的主要种类·····	(226)
第三节	海关税则与通关手续·····	(249)
第四节	关税措施对国际贸易的影响·····	(256)
第十章	非关税措施·····	(260)
第一节	非关税措施简介·····	(260)
第二节	非关税措施的主要种类·····	(265)

第三节 非关税措施对国际贸易的影响·····	(276)
第十一章 世界贸易组织·····	(281)
第一节 世界贸易组织简介·····	(281)
第二节 世界贸易组织的基本原则·····	(288)
第三节 世界贸易组织的多边贸易协定·····	(294)
参考书目·····	(306)

第一章

国际贸易概论

国际贸易是世界经济的一个重要组成部分，国际贸易学又是经济学中的一门独立学科。

国际贸易概论，主要是介绍当代国际贸易的宏观环境，即在世界经济全球化条件下，如何提高一国的综合国力，参与国际竞争，获取比较优势。研究国际贸易要掌握有关国际贸易的基本知识，懂得国际分工与国际贸易的关系，国际分工是国际贸易的基础，国际贸易的发展受国际分工的影响。

第一节 当代国际贸易宏观环境

一、世界经济全球化的发展趋势

(一) 何谓经济全球化

经济全球化(Economic Globalization)是指世界各国经济无一例外地参与国际分工和国际交换。其核心是无歧视的公平的自由竞争，是物流、资金流、技术流和信息流的加速运动，实现资源在世界范围内的优化配置；是社会化大生产冲破国界的限制，实现资本全球化和生产全球化；是多边经济贸易规则和惯例的不

断发展和健全。正如多才多艺的先哲歌德早就教诲人们的，概念与感情的自由交流与工业品和农产品的互换同样扩大人类的财富和满足人们普遍的富裕要求。因此，知识和产品的交流已成为全球化进程的重要因素。

（二）经济全球化的好处

1. 促进各国经济贸易的迅速发展

（1）国际交流和竞争降低了市场价格，有利于市场经济的发展；

（2）解放了人们的创造力，有利于优化经济贸易结构；

（3）扩大了市场供给，有利于更多利用资本和资源的优势；

（4）改善了产品和服务的质量，有利于各国人民生活水平的提高。

由此可见，全球化不是一个政策选择，而是一个经济发展的客观事实。

2. 推动各国开放市场

经济全球化要求各国实行开放经济政策，一国市场与国际市场接轨。只有这样，才能使世界各国和地区的经济真正联结成一个统一的整体。各国只有参与经济全球化的活动，根据自己面对的客观环境和具体条件，积极采取适当的对策和步骤，逐步开放国内市场，同时，主动打入国际市场，才能在世界经济加速发展和激烈竞争的形势下争取有利的地位。

3. 要求各国遵守共同的“游戏规则”

经济全球化的发展，一方面要求各国经济在全球范围内进行资源优化配置，削减各种人为的障碍和壁垒，实现商品贸易和生产要素流动的自由化；另一方面，宏观经济调控的国际化，要使各国的经济改革政策与国际经济接轨。由此而展开的竞争既充满活力，又能有序地进行，共同遵守统一的、有效的“游戏规则”。

（三）综合国力是衡量经济全球化的重要指标

综合国力是一个国家在一定时期内所拥有或控制的关系国家生存与发展的所有力量的总和，由经济活动能力、科技创新能力、国际竞争能力、政府行政能力、社会发展能力、资源开发和应用能力、国际军事能力、民族的凝聚力等组成。

一个国家的综合国力，从经济学角度来讲，主要指标包括：（1）国民生产总值；（2）主要产品的产量和质量；（3）国际竞争力；（4）一国对外贸易的规模大小和质量的高低，这不仅直接关系到该国同世界经济的交换量和国际收支能力，而且也直接关系到国民生产总值的规模和主要产品的产量，因此，发展对外贸易与提高综合国力密切相关。

（四）国家竞争优势

传统的理论认为，国家竞争优势取决于：国家所拥有的生产要素，政府的经济政策，企业的组织形式，民族的文化传统和国防军备开支等。这些理论各自从某一侧面对国家在世界竞争中的优势问题作出一定的解释，但都不完全。

美国哈佛大学麦克·波特（Michael Porter）教授有一个著名的竞争三部曲，即《竞争战略》、《竞争优势》、《国家竞争优势》，在后一部著作中波特教授指出，国家竞争优势实际是行业竞争优势的问题，关键在理解一国经济的大环境如何影响企业和行业在世界市场上的竞争地位。为此，波特教授提出了“国家竞争优势四要素”的模式，具体图示如下：

波特“四要素”模式，即生产要素、需求状况、相关产业以及企业战略和组织。一个国家在国际竞争中最有可能取胜的是“四要素”环境特别有利的那些行业。一个国家可以某些行业遥遥领先，但同时在其他行业远远落后。事实上，一个国家最有希望称雄世界的行业是其国内最强盛的行业，是那些创汇高的行

业。这种行业在美国是金融和娱乐业，在瑞士是银行业，在意大利是时装业，在日本是电子产业。

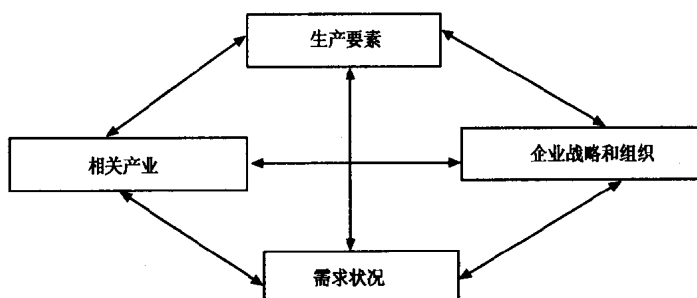


图 1-1 国家竞争优势四要素

资料来源：[美] 波特，《国家竞争优势》，1990 年。

1. 生产要素

在各行各业中，生产要素是企业生存和发展的必要条件。生产要素可分为基本要素和高级要素。基本要素是指自然资源、地理位置、气候条件、普通工人等，其特点是天赋的，是一种给定的先天条件。高级要素是指开发新产品应具备的必要条件，如充足的资金、先进的技术、高素质的人才，这种要素的特点难于通过公开市场取得，是“人造”的，后天开发的。一般说来，高级要素的生成时间长，可供性极为有限，国外竞争者很难模仿和超越。

基本要素不足往往成为企业努力开发高级要素的动力，而高级要素成功的开发，则往往对企业竞争优势起到基本要素所起不到的作用。对于一个国家一个行业或企业来说，最有利的是把自己的竞争策略建筑在发挥本国高级要素的优势上。应当指出，高级要素是变化的，今天的高级要素明天可能变成一般要素，因

此，各国在发展国家竞争优势时，最关键的是创造一种有利于高级要素生成、发展、不断提高、升级换代的环境。

2. 需求状况

一个国家消费需求的特性，影响该国企业在世界市场的竞争优势。以本国需求为出发点而发展起来的生产方式、组织形式、营销策略是否有利于本国企业打入世界市场，建立竞争优势，则取决于本国需求状况与国际需求状况比较的相对优势或劣势。

就需求状况考察国家竞争优势，一是来自各国消费的“时间差”，二是来自于各国消费需求的“规模差”。

所谓各国需求状况的“时间差”，指本国消费需求是走在世界消费者的前列，引导世界消费潮流，还是跟在国外消费者后面，亦步亦趋随潮流，对于本国生产者在世界市场上的竞争态势有极大的影响。

在高度发达的市场经济的条件下，一国需求走在世界需求的前列，该国企业也就相应地走在世界其他企业的前头。由此可建立起自己“一着先，步步先”的竞争局面。

各国消费结构的“规模差”。在不同的国家有着不同的消费习惯，占首要地位的需求层次往往各不相同。一国市场最畅销的产品在另一国消费结构中可能占次要地位，其生产也就相应地不为该国企业所重视。这就给领先国家企业打入后进国家市场提供了竞争优势，因为领先国家企业可以凭借其大规模生产的成本优势，向后进国家市场大量出口。

3. 相关产业

企业世界市场的竞争能力受企业相关产业的发展水平的制约。国家的竞争优势必须以世界一流企业的相关产业为依托。一国相关产业领先世界，为更多企业的发展提供了紧密合作的可能、互补产品的推动和高质量的信息环境。这种企业与企业之间，行业与行业之间互相促进，“一荣俱荣”的实例到处可见，

如美国计算机硬件的发展受益于软件业的不断创新；日本电子业的发展离不开其半导体产业的领先。

许多行业中的重大创新，往往是发现那些原本认为风马牛不相及的现象背后的必然联系。同时，相关行业密集的布局会带来高质量的信息环境，这就是企业群的相互影响效应。以美国为例，加利福尼亚州的硅谷，波士顿的 128 号公路，纽约的华尔街，洛杉矶的好莱坞，其成功的秘诀之一就是相关企业密集一地，极大地促进了行业之间的信息交流。招待会的不期而遇可以开启新的思路，酒吧间的邂逅相逢可以点燃创新的火花，甚至某一技术革新的谣传可能给相关企业带来启发。经验表明，许多重大科技和管理的创新，关键要抓住萌芽时期，使新产品及时开发，抢先上市，获取超额利润。

4. 企业战略和组织

企业在国际市场上的竞争，不可避免地受到国家体制、传统和价值观念的影响。这种影响主要体现在三个方面：企业经营战略、人才流向和组织形式的选择。

首先，是企业经营战略的选择。企业把世界竞争分为四大类：第一类是“产品开发竞争”（Product Development Competition），依靠科技水平和研究开发能力、提高新产品的创新和投放市场的速度。第二类是“制造工艺竞争”（Manufacturing Technology Competition），通过扩大投资规模、提高生产组织能力和质量管理水平，增加花色品种、提高产品质量和降低生产成本。第三类是“营销技巧竞争”（Marketing Technology Competition），运用营销技巧和促销手段，提高商标信誉、产品“形象”和消费者的心理满足。第四大类是“要素成本竞争”（Factor Cost Competition）；通过降低生产成本、向市场推出价廉物美的产品。各国企业竞争的结果：德国的优势是新产品开发，德国的最佳产品是精密机械，高档轿车；日本的优势是制造技术，日本

最佳的产品是电子产品；美国的优势是营销手段，美国的最佳产品是好莱坞影片和音乐电视。

企业的国际竞争说到底人才的竞争。出类拔萃的精英人才在任何国家都是一种稀缺资源。企业能否持久地吸引和凝聚最优秀的人才，则是竞争成败的关键。

如果打开各国成功企业的“黑盒子”，不难发现他们的共同点是尖端人才的最佳组合。美国计算机硅片著名企业英特尔（Intel）把“一群发奋的天才”聚合在一起，创造奇迹。日本松下电器成功在于科学地把“成千上万的普通人组织在一起共同创造奇迹”。

各国企业在组织方式上千差万别，自成一体。美国企业注重个人作用，分工很细，职责分明，但发挥协作力差。日本企业以“小组”为单位，工种分得粗，每个人都是身兼数职，互相协作，注意发挥“团队精神”，但缺乏美国式的“崇尚个人奋斗”。

总之，二次世界大战之后，世界经济中一直存在着两股强大的潮流：一是世界经济全球化，特别是生产的国际化和自由贸易的发展；一是企业跨国化，即企业的经营已不受国界之限制。美欧日发达国家对世界的瓜分靠的不再是“火与剑”，不再是领土征服，而是投资和贸易，是技术的依附和市场占领。这是一场世界商战，一场没有刀光剑影的“世界大战”。

二、企业跨国化与世界市场全面接轨

（一）企业的跨国化与世界经济的整体联系

1. 企业由内向外发展

人类社会由低级向高级发展，一个国家的企业由内向外发展这是历史发展的必然趋势。企业首先立足于国内市场，占有一定的市场份额，然后打入国外市场，占领国外市场。当代跨国公司