

外向型经济 理论与实务

对外开放300题

邹杰 主编
许彩国

河海大学出版社

外向型经济理论与实务

——对外开放300题

邹 杰 许彩国 主编

河海大学出版社

责任编辑 龚俊
特约编辑 张炎逊
封面设计 张维铭

外向型经济理论与实务

——对外开放300题

邹杰 许彩国 主编

河海大学出版社出版

(江苏省南京市西康路1号)

江苏省新华书店发行

扬州日报印刷厂印刷

开本787×1092 1/32 印张11.25 字数252千字

1988年11月第1版 1988年11月第1次印刷

印数1—8000

ISBN 7—5830—0078—x/F·10

定价3.20元

前 言

党中央、国务院作出的加快发展沿海地区外向型经济的重大决策，是我国社会主义现代化建设进程中一件富有历史意义的大事。目前，这一战略正在从决策走向实施。从北部湾到渤海湾，从沿海到内地，按新战略所作的调整正在逐个层次地展开。这一战略向我们提出了一系列思想的、工作的、业务的以及管理方法上的问题，这些问题有待研究、有待解决。

实施沿海发展新战略，是基于国内外政治经济形势所作的正确选择。从国际背景看，当今世界是开放的时代，也是和平与发展的时代。新技术革命的蓬勃兴起，有力地推动着世界经济结构的变革，推动着世界各国之间的经济竞争和经济合作。对外开放，参与国际竞争和国际交换以推动本国或本地区的现代化进程，已成为世界经济的潮流。这些国际条件决定了，我们只有顺应大势，置身于国际舞台之上，采取相应的战略、策略、政策和措施，这是历史赋予我们的责任。

对外开放，势必要求进一步开拓视野，进一步从“左”的影响和产品经济模式的束缚下解放出来，破除因循守旧的观念。发展外向型经济，不仅仅是产品的外向，而且要把重点放在引进外资、利用国外资源、技术以及其他一系列要素，形成内外交流的经济格局。这就必须克服办事层次过多、效率低下、扯皮拖沓等等的弊端。实施沿海地区经济发展战略，必然牵涉从经济体制到政治方面的深刻改革，势必冲击现有的与之不

相适应的体制机构、思想观念、业务程序、工作作风等等，要求我们建立更加开放的社会主义商品体系 and 市场机制，为地方和企业创造一个能够随进随出的外部环境。目前我国新体制正在成长，但还没有占主导地位。现行的许多规章制度以至思想观念，还不适应当前发展外向型经济的需要，我们必须在实践中加以探索，使之不断完善。

急速发展的对外开放形势，频繁的涉外经济交往，许多实际工作者迫切希望取得对外开放的理论和业务知识，在涉外经济交往中提出了许多问题。本书正是在这样的情况下为适应这种要求而组织编写的。全书共搜集、整理、回答了300个问题，并按问题的性质和内容分为14编。参加本书初稿编写的有下列同志：邹杰，第一、十四编；许彩国，第五、六、七编；周俊，第二（21—33）、三、十二编；钱斌，第八、十一编；袁礼斌，第二（34—55）、十编；丁华国，第十三编；顾加旺，第四编；顾方，第九编。全书由邹杰、许彩国同志进行总纂和定稿。

由于成书仓促和笔者的水平所限，在命题、成稿和总纂过程中还存在不少差误和缺陷，希望得到各方面的教诲和指正。

本书在编写过程中得到河海大学出版社和经济界一些专家及有关部门负责同志的指导和帮助，并参考了国内外一些有关书籍和资料，谨在此表示衷心的感谢。

编 者

1988年10月于扬州

目 录

前 言

第一编 总 论

- 1、外向型经济的概念和特征..... 1
- 2、观念更新是发展外向型经济的前提..... 2
- 3、发展外向型经济是当代国际分工的发展趋势..... 3
- 4、当前面临的有利机遇与发展战略..... 5
- 5、加入国际经济大循环要掌握国际竞争的规律..... 6
- 6、企业要积极投入国际经济竞争的洪流..... 7
- 7、利用国际圈发展外向型企业集团..... 8
- 8、对外开放提出了新的人才需求..... 9
- 9、“三来一补”是加入国际经济大循环的突破口..... 10
- 10、我国沿海地区发展外向型经济的几种类型..... 12
- 11、乡镇企业具有发展外向型经济的巨大潜力..... 13
- 12、发展外向型经济要重视产业结构和产品结构的调整和优化..... 14
- 13、积极发展创汇农业..... 16
- 14、积极开展国际承包工程和劳务合作事业..... 17
- 15、加快和深化外贸体制改革..... 18
- 16、大力发展劳动密集型和技术密集型相结合的产业..... 19
- 17、利用外资既要注意抓重点又要区别情况多渠道引进..... 20

18、举办外商投资企业需要遵循国际惯例·····	21
19、加强沿海和内地的分工协作与联系·····	22
20、促进进出口贸易获得成功的十个条件·····	23

第二编 进出口业务

21、对外贸易·····	25
22、边境贸易、转口贸易、过境贸易·····	26
23、进出口商品贸易方式的选择·····	27
24、最惠国待遇与普惠制·····	28
25、代理贸易方式的选择·····	29
26、进口配额与“自动”出口配额·····	30
27、进出口商品的品质及其表示方法·····	31
28、进出口商品的计量单位·····	32
29、进出口许可证制度·····	33
30、出口文件及单证·····	34
31、进出口业务程序·····	35
32、询盘、发盘、还盘和接受·····	36
33、实盘与虚盘·····	37
34、进出口贸易中的付款方式·····	38
35、寻找交易对手·····	39
36、交易对手信用的调查·····	41
37、出口报价的主要内容及分类·····	42
38、几种特殊的报价·····	43
39、稳固报价的效力及其生效·····	44
40、接受及接受方式·····	45

41、接受的生效时期	46
42、几种非正常的接受	47
43、进出口交易合同中的品质条款	48
44、进出口交易合同中的数量条款	49
45、进出口交易合同中的价格种类	50
46、进出口交易合同中的包装条款	51
47、进出口交易合同中的交货条款	52
48、进出口交易合同中的付款条款	53
49、进出口交易合同中的违约解约条款、进出口许可证条款等	54
50、进出口交易合同中的索赔条款	55
51、进出口交易合同中的其他条款	57
52、我国商检机构对商品进出口的报检	57
53、我国商检机构对商品进出口的检验	58
54、海关对进出口货物的监管	59
55、我国对外贸易运输中主要的海上航线	60

第三编 引进技术和利用外资

56、积极引进国外先进技术的必要性和紧迫性	62
57、我国引进国外先进技术的基本方针	63
58、技术引进中的硬件和软件	63
59、技术引进的形式	64
60、技术引进项目的可行性研究	65
61、技术引进合同的签订和履行	66
62、技术引进合同的主要条款	67

63、技术引进合同的限制性条款和专有性条款·····	68
64、技术引进合同与货物买卖合同的区别·····	69
65、对中外合营企业技术引进的要求和规定·····	70
66、技术和设备的引进与国内配套贷款·····	71
67、签订技术引进合同必须注意的几个问题·····	72
68、技术引进和设备进口的标准化审查·····	73
69、我国利用外资的方针和原则·····	74
70、利用外资的主要形式·····	75
71、努力创造利用外资的和谐环境·····	76
72、利用外资的可行性研究·····	76
73、利用外资的规模和债务负担·····	78
74、利用外资的谈判及其合同的签订·····	79
75、设立中外合营企业的主要程序·····	80

第四编 国际市场调研

76、国际市场调研的概念·····	82
77、国际市场的特点·····	83
78、国际市场环境·····	84
79、国际市场细分与目标市场选择·····	85
80、国际市场调研的内容·····	86
81、国际市场调研的分类·····	87
82、国际市场信息的来源和搜集·····	88
83、国际市场信息的分析与评价·····	89
84、国际市场信息的传递·····	90
85、国际市场信息的处理和使用·····	90

86、国际市场调研的一般方法·····	91
87、国际市场调研的步骤·····	93
88、国际市场预测的概念·····	94
89、国际市场预测的必要性和可能性·····	95
90、国际市场预测应注意的问题·····	95
91、国际市场预测的主要方法·····	96
92、国际市场营销决策·····	98
93、国际市场营销决策程序·····	99
94、国际市场营销计划与管理·····	100

第五编 出口产品营销

95、出口产品的整体概念·····	102
96、出口新产品概念·····	103
97、出口产品组合·····	105
98、出口产品因素组合·····	106
99、最佳产品组合方式·····	107
100、高档产品策略和低档产品策略·····	108
101、产品异样化和产品细分化·····	108
102、产品定位策略·····	109
103、创出口新产品的重要性·····	110
104、国内产品与国际市场需求的差异·····	111
105、新产品开发的基本程序·····	112
106、新产品应具有的元素·····	113
107、新产品生命周期·····	114
108、介绍期和生长期的市场策略·····	116

109、成熟期和衰退期的市场策略	117
110、延长产品生命周期的办法	118
111、国际市场竞争分析	119
112、出口产品牌子设计	120
113、出口产品牌子策略	121
114、出口产品包装的作用	122
115、出口产品包装设计应注意的问题	123
116、出口产品的包装策略	125
117、出口产品策略	126

第六编 国际市场价格

118、出口产品订价的意义及重要性	128
119、出口产品订价与营销组合中其它因素之间的关系	129
120、出口商品价格的灵活掌握	130
121、价格竞争与非价格竞争	131
122、测定需求的价格弹性	133
123、制约出口产品订价的成本因素	134
124、影响出口产品订价的需求因素	135
125、制约出口产品订价的竞争与政策因素	136
126、制约出口产品订价的心理因素	137
127、出口产品的价格差别	138
128、出口产品的订价目标	139
129、出口产品的订价程序	140
130、成本导向订价法	141
131、需求导向订价法	143

132、竞争导向订价法	144
133、心理订价法	144
134、出口产品组合订价策略	145
135、出口新产品订价策略	146
136、折扣与让价策略	147

第七编 国际销售渠道

137、国际销售渠道的概念	149
138、国际销售渠道的作用	150
139、生活资料商品销售渠道模式	151
140、生产资料商品销售渠道模式	153
141、进出口商的功能与种类	154
142、批发商的功能与种类	156
143、零售商的功能与种类	157
144、影响企业选择销售渠道的产品因素	158
145、影响企业选择销售渠道的市场因素	159
146、影响企业选择销售渠道的自身条件和策略因素	160
147、影响企业选择销售渠道的环境因素	161
148、选择中间商的策略	162
149、选择中间商应注意的几个问题	163
150、对中间商的协作与管理	164
151、产品实体分配的矛盾与对策	165
152、最佳储存方案的选择	166
153、最佳运输工具的选择	168
154、国际销售渠道策略	169

155、国际销售渠道的评估与调整	170
156、国际销售渠道的发展趋势	171

第八编 出口促销组合

157、出口促销组合的概念	174
158、国际促销活动中的信息传递	175
159、国际促销活动中人员推销的优点和作用	176
160、人员推销的组织和规模	177
161、推销员应具备的素质	178
162、推销员的选拔和训练	179
163、推销员工作的评价	180
164、涉外广告和预算	182
165、涉外广告媒体的选择	183
166、涉外广告效果的评价	184
167、利用国际广告公司的策略	186
168、出口促销中的营业推广活动	187
169、营业推广的策略	188
170、以零销商和最终消费者为对象的促销方法的选择	189
171、国际促销活动中的推和拉策略	190
172、国际公共关系的概念和意义	190
173、国际公共关系在促销活动中的任务	192
174、国际公共关系活动中的基本要求	193
175、国际公共关系活动中的形式	194
176、出国促销组合的战略原则	195

第九编 谈判技巧

177、谈判与弈棋	197
178、谈判的需要理论	198
179、谈判准备(一): 如何组织谈判组	199
180、谈判准备(二): 知己才能知彼	200
181、谈判准备(三): 研究谈判对手	201
182、谈判准备(四): 隐蔽假设	203
183、谈判准备(五): 预习功课	204
184、进出口贸易谈判的内容和程序	205
185、谈判气氛的形成和控制	206
186、谈判的开局	207
187、谈判中需要的发现	208
188、谈判中的时机性策略	209
189、谈判中的方位性策略	210
190、互利性谈判策略: 体会策略	211
191、互利型谈判策略: 开放策略	213
192、互利型谈判策略: 润滑策略	214
193、互利型谈判策略: 设立专门小组策略	215
194、对我有利型谈判策略: 规定最后期限策略	216
195、对我有利型谈判策略: 先苦后甜策略	217
196、对我有利型谈判策略: 价格陷阱策略	218
197、对我有利型谈判策略: 声东击西策略	219
198、文化差异对谈判的影响(一): 美日商人的谈判风格	220
199、文化差异对谈判的影响(二): 其它国家商人的谈判	

风格	221
----------	-----

第十编 国际惯例

200、国际贸易惯例公约及其主要内容	223
201、有关合同要约和承诺的国际惯例	223
202、《联合国国际货物销售合同公约》对买卖双方义务的 规定	224
203、《联合国国际货物销售合同公约》对买卖双方违反合 同的补救措施规定	226
204、英国《1893年货物买卖法案》（1973年修订本）的主 要内容	227
205、国际商会《托收统一规则》的主要内容	228
206、国际商会《跟单信用证统一惯例》的主要内容	229
207、国际商会《国际贸易条件解释通则》对离岸价格的 规定	231
208、国际商会《国际贸易条件解释通则》对成本加运费价 格术语的规定	232
209、国际商会《国际贸易条件解释通则》对到岸价格的 规定	233
210、国际法协会《1932年华沙——牛津规则》对到岸价格 的有关规定	234
211、《美国对外贸易定义1941年修正本》对“成本加运 费”和到岸价格的规定	235
212、《关于统一提单的若干法律规则的国际公约》对承运 人责任的豁免规定	236

213、《修改统一提单的若干法律规则的国际公约议定书》 对承运人赔偿限额的规定	238
214、《联合国一九七八年海上货物运输公约》对承运人的 责任规定	239
215、《国际铁路货物联运协定》对运送的规定	240
216、《统一国际航空运输某些规则的公约》的主要内容	241
217、国际商会《联合运输单据统一规则》的主要规则	243
218、《联合国国际货物多式联运公约》对多式联运经营人 赔偿责任的规定	244
219、联合国《承认和执行外国仲裁裁决的公约》的主要仲 裁规定	245
220、有关合资企业创建和经营管理的国际惯例	246

第十一编 国际金融

221、企业对国际金融市场的利用	249
222、对国际证券市场的利用	250
223、国际金融中的固定汇率和浮动汇率制度	251
224、汇率变动对企业的影响	252
225、外汇管理对企业的影响	253
226、留成外汇管理办法	254
227、我国的非贸易外汇留成办法	255
228、国际金融中的直接标价和间接标价	256
229、我国人民币外汇牌价的意义	257
230、对外经济关系中使用货币的选择	258
231、对外经济关系中贷款利率的选择	260

232、国际金融机构贷款的利用	261
233、买方信贷的利用	262
234、对外贸易中企业收付货款应注意的问题	264
235、对外贸易中的结算形式之一——国际托收	265
236、国际贸易中进出口结汇许可证制	267
237、国际贸易中进出口信用证的办理	267
238、与社会主义国家双边贸易中的即期付款	268
239、对外经济关系中的外汇人民币	270
240、我国外汇贷款的特点、条件、种类、期限和利息计算	270
241、外汇贷款配套人民币贷款的使用范围	272
242、中国银行的海外分支及国外代理行	273

第十二编 国际劳务与经济技术合作

243、对外承包工程和国际劳务合作	274
244、我国开展对外承包工程和国际劳务合作的基本方针	275
245、对外承包工程的方式	275
246、承包工程成交方式	277
247、招标的程序	278
248、投标的程序	279
249、投标的策略及其必须注意的问题	281
250、对外承包工程合同的主要内容	282
251、对外工程承包必须注意的法律问题	283
252、提高对外承包工程经济效益必须注意的几个问题	285