

DUIWAI JINGJI
MAOYI LILUN
YU SHIWU

对外经济贸易 易理论与实务

主编 金贵鑫 副主编 罗念潮

山东大学出版社

汕头大学现代经济教材丛书

对外经济贸易 理论与实务

主 编 金贵鑫

副主编 罗念潮

中山大学出版社

(粤)新登字 11 号

对外经济贸易理论与实务

主 编 金 贵 鑫

副主编 罗念潮

责任编辑：蔡浩然 封面设计：方楚娟

责任技编：姚明基 责任校对：钟永源

中山大学出版社出版发行

广东省新华书店经销

广州番禺印刷厂印刷

850×1168 毫米 32 开本 11.625 印张 28.5 万字

1992 年 8 月第 1 版 1994 年 2 月第 3 次印刷

印数：10001—18000 册

*

ISBN 7-306-00562-6

F·80 定价：8.90 元

前 言

《对外经济贸易理论与实务》一书是为高等院校非经贸专业学生学习国际贸易知识编写的选修课教材，也可作为对国际贸易知识感兴趣的社会各界人士的读物。全书包括了《中国社会主义对外贸易概论》、《国际贸易》、《国际金融》、《国际市场营销》、《国际贸易实务》等五门国际贸易专业主要课程的重点内容。

参加本书编写的作者是：

金贵鑫撰写绪论、第一篇（第一章、第二章、第三章、第四章）；黄梅玲撰写第二篇（第五章、第六章、第七章、第八章）；汪晓青撰写第三篇（第九章、第十章、第十一章、第十二章）；罗念潮撰写第四篇（第十三章、第十四章、第十五章、第十六章）；王建华撰写第五篇（第十七章、第十八章、第十九章）。全书由金贵鑫任主编，罗念潮任副主编。

本书编写注重系统性、综合性和科学性。力求理论和实务并重。书中参考了国内外的有关论著，并引用了其中的一些观点，限于篇幅，文中不能一一列出，在此一并向有关作者致谢。

由于编者的学术水平所限，书中难免有不足之处，望能得到读者指正。

作 者

1992年2月

绪 论

自1952年正式组建对外贸易部迄今，近40年来，我国社会主义对外经济贸易，从无到有，从小到大，历尽艰辛，走过了一段辉煌的里程。但是，还需要让全社会都了解它在国民经济发展中的地位和作用；还需要从对外开放基本国策的高层次来认识它自身发展的战略意义；还需要在理论和实践两方面做进一步的研究；还需要不断强化和提高我们的开放意识和业务素质。应该看到，我国对外经济贸易的理论体系尚未成型，许多与我国国情有关的实际问题尚有待研究和解决，我们现有的知识结构还不足以适应改革开放形势发展的需要。为此，我们把该领域中相关学科的主要研究成果，集成一册，以求在理论与实践相互推进的方面，做一番有益的探索。

本书所概括的内容，应是我国每一个从事或关心对外经济贸易工作的同志都必须学习和掌握的主要专业基础知识。只有学好这些知识，才能从马克思主义理论的高度分析我国对外经济贸易的方针政策，才能熟悉并有效利用国际市场，为做好我国的对外经济贸易工作打下坚实的基础。

研究我国对外贸易的方针和政策，是要了解我国作为一个经济落后的社会主义国家，实行对外开放，发展对外贸易，是否符合经济发展规律的客观要求；是要了解马克思主义关于国际经济关系发展的原理以及再生产理论和国际价值理论等，是否符合我国民族经济成长的客观实际。对外贸易既是国民经济的有机组成部分，又联系着国外的生产和流通，在社会再生产过程中，处于特别重要的战略地位。进行社会主义现代化建设，必须要学会两套本领，即组织国内建设的本领和发展对外经济关系的本领；必

须要学会利用两种资源，即国内资源和国外资源。要善于以天下之长，补一国之短。要掌握正确的经营原则，制定出有效的经营管理措施。要充分认识到价值规律在国外市场和国内市场上发生作用的不同内容和形式，把对外贸易价格作为我国外贸活动中的一个核心问题来认真对待，把提高对外贸易经济效益作为一个重要课题来解决。必须重点研究我国对外贸易的发展战略，确定明确积极的战略目标、合适的战略步骤和有力的战略措施；要有正确有效的出口商品战略、市场战略和销售战略；要积极地引进先进技术和关键设备，补充生产性不足和活跃市场，提高全社会的消费水平。必须深化对外经济贸易经营管理体制的改革，使之有利于外向型经济发展，适应有计划的商品经济发展的需要。

研究当代国际贸易理论与政策，要了解国际分工同国际贸易的关系，弄清国际分工的形式及其影响，熟悉国际贸易的分类，掌握国际市场的特征和运行规律，善于分析和利用种种贸易条件。要了解国际贸易政策的基本体系、内容及其演变过程，认清各种贸易政策的实质，估价其影响；特别要对当代世界上形形色色的贸易保护政策，有一个纵深的了解，并依此确定出我们的方针和政策。更要熟悉各种关税和非关税壁垒的措施，把国际上通行的鼓励出口的做法与新贸易保护主义紧密联系起来，把握各国贸易政策与措施中“奖出限入”的实质。依据不同的国情和经济发展所处不同阶段的要求，出自于各国最大利益的考虑，也会制订出特区政策或出口管制措施，准确地估量它们的影响，亦属十分重要。关税及国际贸易总协定，在当代国际贸易领域里，正发挥着不容忽视的作用，GATT主持下的八轮多边贸易谈判，以及中国申请恢复成员国地位的进程，正在对国际贸易产生着微妙的影响。

研究国际金融实务，主要了解商品运动同货币运动之间新的更为复杂的关系。商品交易离不开货币媒介，国际贸易的发展引

起了国际金融学科的建立。不同货币的买卖、借贷在早期绝大部分是为国际商品劳务交易服务的，二次大战后，尤其是70年代以来。在一些发达国家和地区，出现了“金融创新”浪潮，多种内容丰富的金融业务相继出现，不仅为国际贸易的发展提供了便利的条件，而且具有独立于商品运动之外的特点，对社会经济结构产生重要的影响。汇率理论是国际金融的核心部分，币值的上升或下跌直接增加或减少我对外贸易成本和利润。通过分析导致汇率变化的因素，学会预测某些国际主要货币的变动趋势，目的在于正确选择计价支付货币，减少损失。掌握各种外汇业务，才能借助于外汇市场不同的交易种类，避免汇率风险，有效地进行资产经营管理。国际金融市场上的商业信贷是我们利用外资的渠道之一，了解金融市场的情况，熟悉中长期信贷的借贷条件和使用程序，可以帮助我们有准备地参与国际金融市场活动，以较低的代价获得资金融通。

研究国际市场营销，是要使对外经济贸易活动，在不断提高经营管理水平的前提下，取得稳定的高效益的发展。国际市场营销，作为一门新兴的学科，其形成与发展，只有不到一百年的历史，它既晚于国际贸易的出现，又更晚于市场的产生。如果把营销看作是某个经济组织的努力，或者一种以某种观念来指导，进而达成预定目标的技巧性经济行为的话，那么国际与市场则是规定了营销的范围、背景、性质与内容。国际市场营销，是以研究国际市场运动的规律和特点以及由此而产生的流通企业销售行为的热门学科。该学科所囊括的营销原则、方法和技术，已被越来越普遍地被应用于涉足国际市场的企业。这一学科，在提高企业的竞争能力，实施整体销售战略和具体应变手段，实现经营目标等方面，一直起着巨大的推动作用，产生着显著的经济效益。国际市场营销的任务，在于展现企业在国际市场上开展营销活动的一般性的策略和方法。从事营销活动，必须遵循关于企业的市场营

销活动要坚持以消费者为中心的规律，必须遵循市场调研是企业一切营销活动之首的规律；必须遵循在一般条件下企业要根据市场环境变化适时调整内部因素，使之相适应的规律；必须遵循整体市场营销活动的规律。当代世界经济的基本趋势是，一方面，科技革命带来了生产力迅速增长，国际市场供应量的膨胀已成不可逆转之势；另一方面，随着消费水平的提高，各国消费者对产品的要求越来越高，对上市商品的选择性加强，要求“商品”高级化、新奇化、多样化正在成为一种主导的趋势。所有这些，不能不暴露出国际市场供求矛盾的日益尖锐化，人们也应该日益重视对营销理论的研究和应用。

研究国际贸易买卖合同的商订和履行，是因为国际贸易是以合同为中心进行的。我国在对外经济活动中常常与国外企业或有关方面签署大量的合同，但货物买卖合同无异是其中最主要的、基本的合同。国际贸易中的买卖合同与其它经济合同一样，都体现着当事人之间的经济关系，载明了各方的权利和义务。依法达成的合同，不仅确定了双方的经济关系，也同时确定了双方的法律关系。因此，达成和履行买卖合同，必须符合法律规范，方能受到法律的保护并受法律约束。一项有效的国际贸易合同，必须是双方当事人具有法律行为的资格和能力；必须是双方当事人在自愿基础上的意见一致；必须互为有偿；合同的标的和内容必须合法。在进出口实际工作中，其工作环节，大抵由交易前的准备、合同的商订和合同的履行三个阶段构成。第一阶段，在于完成对市场的了解和对客户的认识，从而确定出正确的经营方案和购销策略。第二阶段，主要是根据国家的方针、政策和经营意图，按照国际市场上通常采用的做法与国外客户就买卖合同的内容即交易条件进行磋商，并在就合同标的、价格、双方义务等项磋商取得一致意见后，签订书面合同。第三阶段，则要求双方根据合同的规定，各自履行自己应尽的义务与责任，任何一方违反合同的

规定，致使对方遭受损失时，均应承担赔偿责任。在履行合同过程中，若发生违约，从而使另一方受损时，就要进行索赔与理赔工作。在办理索赔与理赔工作中，如果因为法律习惯不同或因各方对违约事实的认定有出入，则发生争议。争议一旦发生，则应以合同条款为依据，按照法律和国际惯例来进行处理。

国际市场在不断地扩大，各国参与国际分工和国际竞争的程度不断地加深，贸易方式和融资方式在不断地创新，国际经济合作不断向纵深发展，新的问题会不断发生，新的机会也将不断出现，因而我们需要不断地学习和研究，以全新的知识结构来适应我国经济起飞的需要。

本世纪的最后几年，可以说是我国经济建设应该取得显著成果，从而为下一世纪中国的崛起打基础、创条件的关键的几年，对外经济贸易战线，更要准备迎接严峻的挑战。我们需要不断提高业务素质，勇于开拓，精于竞争，以强烈的紧迫感和责任感，去完成时代赋予我们的历史使命。

目 录

绪论·····	(I)
---------	-------

第一篇 我国对外贸易的方针和政策

第一章 社会主义初级阶段的对外贸易·····	(1)
------------------------	-------

第一节 我国发展对外贸易的理论依据和客观必然性·····	(1)
------------------------------	-------

第二节 我国对外贸易的性质、特征、地位与作用···	(9)
---------------------------	-------

第三节 我国对外贸易的基本方针和政策·····	(15)
-------------------------	--------

第二章 我国对外贸易的经营原则与措施·····	(21)
-------------------------	--------

第一节 我国对外贸易价格构成及作价原则·····	(21)
--------------------------	--------

第二节 对外贸易盈亏分析·····	(29)
-------------------	--------

第三节 对外贸易经济效益评价·····	(36)
---------------------	--------

第三章 我国对外贸易发展战略·····	(43)
---------------------	--------

第一节 我国对外贸易发展战略的内容·····	(43)
------------------------	--------

第二节 出口贸易战略·····	(48)
-----------------	--------

第三节 进口贸易战略·····	(55)
-----------------	--------

第四章 对外贸易体制·····	(59)
-----------------	--------

第一节 对外贸易体制的建立和发展·····	(59)
-----------------------	--------

第二节 对外贸易体制改革的思路与方向·····	(63)
-------------------------	--------

第三节 对外贸易体制改革的经验与教训·····	(68)
-------------------------	--------

第二篇 国际贸易理论、政策和措施

第五章 国际贸易的基本理论·····	(72)
--------------------	--------

第一节	国际贸易的含义	(72)
第二节	国际贸易的统计指标	(73)
第三节	国际分工	(79)
第四节	国际市场价格	(83)
第五节	地区经济一体化	(85)
第六章	国际贸易政策	(89)
第一节	国际贸易政策的实质与演变	(89)
第二节	自由贸易政策和保护贸易政策的理论基础	(92)
第七章	国际贸易政策的实际措施	(97)
第一节	关税措施	(97)
第二节	非关税壁垒措施	(105)
第三节	鼓励出口和出口管制措施	(114)
第八章	关税与贸易总协定	(123)
第一节	关税与贸易总协定概述	(123)
第二节	关税与贸易总协定的基本结构	(126)
第三节	关税与贸易总协定主持下的多边贸易谈判	(129)
第四节	中国与关贸总协定	(131)

第三篇 国际金融实务

第九章	国际收支	(134)
第一节	国际收支的概念	(134)
第二节	国际收支平衡表	(135)
第三节	国际收支的调节	(143)
第十章	外汇与汇率	(148)
第一节	外汇概念及汇率的标价法	(148)
第二节	汇率的决定	(150)
第三节	汇率制度	(159)
第四节	人民币汇价	(165)

第十一章	外汇市场与外汇业务·····	(171)
第一节	外汇市场总论·····	(171)
第二节	外汇业务·····	(173)
第十二章	国际金融市场·····	(184)
第一节	国际金融市场总论·····	(184)
第二节	欧洲货币市场·····	(191)
第三节	出口信贷·····	(195)

第四篇 国际市场营销

第十三章	现代市场营销理论·····	(200)
第一节	市场营销思想·····	(200)
第二节	市场调研·····	(203)
第三节	市场细分与目标市场·····	(208)
第四节	市场营销组合·····	(217)
第十四章	影响国际市场营销决策的因素·····	(220)
第一节	市场环境·····	(220)
第二节	市场类型·····	(228)
第三节	购买者行为·····	(231)
第十五章	国际市场营销策略·····	(238)
第一节	产品策略·····	(238)
第二节	价格策略·····	(243)
第三节	销售渠道策略·····	(248)
第四节	促销策略·····	(259)
第十六章	国际市场营销管理·····	(269)
第一节	国际市场营销决策·····	(269)
第二节	进入国际市场的方式·····	(270)
第三节	国际市场营销战略计划的制订·····	(274)
第四节	国际市场营销战略计划的控制·····	(276)

第五节 国际市场营销组织.....	(279)
-------------------	-------

第五篇 国际贸易买卖合同的商订和履行

第十七章 国际贸易交易条件.....	(282)
第一节 商品的品质、数量和包装.....	(282)
第二节 商品的价格.....	(286)
第三节 国际货物运输和保险.....	(295)
第四节 国际货款的收付.....	(313)
第五节 检验、索赔、仲裁和不可抗力.....	(326)
第十八章 国际贸易买卖合同的商订.....	(336)
第一节 国际贸易买卖合同.....	(336)
第二节 国际贸易买卖合同的商订.....	(337)
第十九章 国际贸易买卖合同的履行.....	(342)
第一节 出口合同的履行.....	(342)
第二节 进口合同的履行.....	(352)

第一篇 我国对外贸易的方针和政策

第一章 社会主义初级阶段的对外贸易

第一节 我国发展对外贸易的理论

依据和客观必然性

党的十一届三中全会的召开及其所制定的方针和政策，关系到中华民族的命运和前途，具有划时代的意义。全会以后，举国上下，从根本上冲破了长期以来“左”倾错误的严重束缚，端正了党的指导思想，把工作的着重点转移到社会主义现代化建设的轨道上来，出现了我国社会发展史上的伟大转折，使我国社会主义革命和建设事业，进入了一个崭新的历史时期。

邓小平同志指出：“我们总结了历史经验，中国长期处于停滞和落后状态的一个重要因素是闭关自守。经验证明，关起门来搞建设是不能成功的，中国的发展离不开世界”（邓小平：《建设有中国特色的社会主义》）。中国需要对外开放。对外开放就是要大力发展同外部世界的经济关系，加强对外经济技术交流，积极参加国际交换和国际竞争，以全面促进“四化”建设的进程。对外开放政策理所当然地成为了我国发展经济的基本国策，而对外开放政策的基本内容又全部可以涵盖在我国对外经济贸易的活动之中。也就是说，若想贯彻落实对外开放政策，就首当其冲地

要发展我国的对外经济贸易事业，了解现阶段发展对外经济贸易的理论依据和现实依据，自觉执行有关发展对外经济贸易的方针和政策，制定正确的发展战略，坚持高效益经营的原则，深化体制改革，真正把经济建设搞上去。

一、发展对外贸易的理论依据

（一）理论上的“误区”

长期以来，国内外的经济学界，特别是发展中国家的学者大都持有一种“越发展外贸越吃亏”的观点，他们认为，第二次世界大战以后，由于科学技术的迅猛发展，使得发达的国家同发展中国家和地区之间在劳动生产率方面的差异进一步扩大了，因此，在国际交换中，发展中国家和地区的贸易条件恶化；在国际市场上，农矿初级产品和工业制成品之间的价格指数对比，也存在着明显的“剪刀差”。所以，那些出口商品结构以农矿初级产品为主的落后国家和地区，似乎没有必要发展其对外经济贸易。这种说法，在一段时期里，曾经被视为一种“定论”。中国对外贸易长期徘徊不前，也是因为不自觉地陷进了这一理论“误区”而未能及时自拔。世界经济和国际贸易的发展过程，是极其复杂的，对于复杂的事务，切忌得出简单的结论。如果仅仅从贸易条件的优劣，机械地推导出对外贸易的有利或不利，实在是以偏概全，陷入“机械唯物论”的思维方式之中。这个结论之所以错误，是因为它只是停留在表面价值利益的考察之中，而没有全面地分析社会经济效益。我们必须尽快从这一“误区”中走出，为经济上比较落后、劳动生产率较低的国家，寻找一条能尽快赶上甚至越过发达国家的新路。这是涉及我国经济建设战略思想的一个根本问题，必须从发展经济的基本理论方面作出明确的回答。

（二）马克思的社会再生产理论，是我国发展对外贸易的重

要理论依据之一

马克思的社会再生产理论告诉我们，任何国家如果想求得本国经济的不断延续和健康发展，都必须保持社会生产各部类之间以及每个部类的内部各方面之间的一定的比例关系，即需要保持“第一部类”（生产资料生产的部类）与“第二部类”（消费资料生产的部类）之间，农业、轻工业与重工业之间，农业生产内部、工业生产内部，都必须保持适当的比例关系。这些比例关系一旦遭到破坏，社会扩大再生产就不能顺利进行，也不能取得较高的经济发展速度和较高的经济效益。

这种比例关系，在国别经济发展过程中，通常表现为价值形态与实物形态上的平衡，而这种平衡，又恰恰是国别经济赖以存在与发展的基础。

随着世界范围内的科技进步，各国产业结构总会自然地出现某种“倾斜”，使得各国社会总产品的实际实物构成，往往与其扩大再生产的需要以及进行技术改造所要求的实物构成，在数量与品种上出现差距。任何国家，不管土地面积多么辽阔，资源多么丰富，技术状态处于何等的高水平，也都不可能生产自己发展经济所需要的一切。只有通过对外贸易，用国内一部分产品到国外去换回本国社会扩大再生产所需要而又不能自行满足的另一部分产品，即进行国与国之间的实物形态转换，以调整各部类、各方面以及它们的内部结构在实物形态上的比例关系，才能实现较高水平的国民经济综合平衡，并取得社会经济发展的宏观效益。

通过对外贸易实物形态转换来实现这种社会再生产比例关系的客观要求，对一国经济的发展，有着十分重要的战略意义。

就各国谋求实现国民经济综合平衡的一般历程而言，大体上要经过三个不同的发展阶段，其中的每一阶段，又都与对外贸易的发展状态息息相关。

1. 原始的国民经济综合平衡。这种初级水平的综合平衡，

只是建立在短线经济部门的基础上，而许多中线经济部门和长线经济部门的产品即游离于社会再生产过程之外，它们的价值与使用价值不能得到实现，因而造成社会资财的极大浪费。这种低水平的平衡，只能导致民族经济的内在力量不能完全投入社会扩大再生产。把扩大再生产完全建立在民族经济自我封闭的基础上，势将严重影响社会再生产的规模和效益。

这一发展阶段中，对外贸易只处于可有可无的地位，最多起到在国际市场上试销中、长线产品的被动作用，对外经济贸易事业也只能处在极低的发展层次之中。

2. 中级水平的国民经济综合平衡。根据本国扩大再生产的需要，“以天下之长，补己之短”，以我之长线产品，经过国际间实物形态的转换，换取短线产品，使国民经济各部门之间及其内部通过对外贸易得到调剂和补充，使民族经济的内在力量基本上都能投入社会再生产活动，从而，可以大体上保证扩大再生产的需要，加快经济建设速度。

这一时期的对外贸易，虽然比前一阶段有所发展，参与国际分工的程度有所提高，但还只是根据各类产品在国民经济发展中的不同地位，按照“自用有余，才挤出来出口”的原则，出口仅仅是为了进口，而进口基本上是面向国内生产性和生活性消费需求，“填平补齐”。对外贸易尚处在不自觉、不主动的状态之中，其战略作用远远不能发挥，更不能积极参与国际分工的过程中，利用国际分工来实现本国经济的更大增长幅度。这种平衡，依然未能摆脱自然经济思想的影响，国民经济依然基本建立在自我循环的基础上，对外贸易也只能呈现出规模狭小，结构落后的状态。

高级水平的国民经济综合平衡。当代世界经济是在生产国际化高度发展的情况下进行的，国与国之间在高科技的推动下，经济发展的联系性和再生产过程的相互依赖性进一步增强。如果我