

# 怎样开拓 美国市场

〔美〕肯尼思·德·韦斯 著

孙希光 等 译

中信出版社



# 怎样开拓美国市场

(美) 肯尼思·德·韦斯 著

孙希光等 译

中 信 出 版 社

(京)新登字 067 号

## 声 明

中信出版社已购买了美国作者 Kenneth D. Weiss 先生英文原著“HOW TO CONQUER THE US MARKET — A GUIDE FOR EXPORTING TO THE UNITED STATES OF AMERICA”一书中文版独家翻译、出版、发行的权利。因此，事先未经我社同意，本书不得以任何手段、方式翻印、复制。否则，一经发现，定然诉诸法律，追究其责。

## 怎样开拓美国市场

|       |                                  |    |                         |
|-------|----------------------------------|----|-------------------------|
| 著 者   | (美) 肯尼思·德·韦斯                     | 开本 | 850×1168mm 长1/32        |
| 译 者   | 孙希光等                             | 印张 | 6.125                   |
| 责任编辑  | 何培慧                              | 字数 | 124千字                   |
| 责任监制  | 吴怀苏                              | 版次 | 1993年4月第1版              |
| 出 版 者 | 中信出版社 (北京朝阳区新源南路6号京城大厦 邮编100004) | 印次 | 1993年4月第1次印刷            |
| 承 印 者 | 北京朝阳北苑印刷厂                        | 印数 | 5000册                   |
| 发 行 者 | 中信出版社                            | 书号 | ISBN 7-80073-055-7/F·34 |
| 经 销 者 | 新华书店北京发行所                        | 定价 | 4.50元                   |

版权所有·翻印必究

## 内容简介

规章、制度以及市场绝对规模向那些意欲同美国开展贸易的外贸人员提出了挑战。介绍美国市场情况的著述为数的确不少，然就大多数而言，其方法系纯理论的。一旦市场变化，法规修改，这些著述便很快过时。作为一个有着长达 25 年贸易实践经验、足迹遍及五大洲的进出口贸易商、经济训导员、顾问和专业作家，肯尼思·德·韦斯在其新作《怎样开拓美国市场》中，屏弃了那种僵化的模式，而从实用的角度阐述了出口美国市场的实际问题。作者在书中简明而详尽地讲述了美国进出口贸易的法规、制度、主要执法机关及其职能，以及办理进出口贸易的具体步骤等，着重让人们了解如何从事对美出口贸易，而不单纯罗列美国的人口或经济统计数字。作者阐述透彻，同时辅以例证。本书除以较多篇幅集中讨论市场调研、产品检验、开发、促销等对美贸易问题外，还附有美国主要执行进出口法规的政府机构的通讯录，并有一节专门讨论商品的定价。本书简明、实用、直观，是所有从事对美出口贸易人员的必备工作手册和指南。

## 致中国读者

美中两国的双边贸易历史悠久，而今更是愈加重要，特别是对两国的一些港口城市，尤为重要。但是，由于两国的政治制度大不相同，致使美中贸易在过去若干年里锐减。随后，贸易量有所增长并持续发展。

大约是在 1975 年，我的一位好友来华参加了当年的广交会并订购了中国精美的景泰蓝工艺品。这次中国之行即成为他以后不断从亚洲各国向美国进口各种礼品及珠宝的开端。

此后不久，我多次参加了在纽约举办的中国商品展览会，亲眼看到中国产品质量不断提高，布展人员精明老练。近几年来，我有幸在纽约世界贸易学会同中国外贸人员共事，向他们介绍美国的贸易制度，安排他们同一些潜在的美国买主会晤。对我来说，能同这些训练有素、富有创造力的中国外贸人员合作，实为一桩乐事。

目前，从中国出口到美国的产品数量已相当可观。但是，其中很多产品仅仅是以价格基础在美国市场上出售的。美国人之所以购买这些产品，是因为它们质量过得去而价格最便宜。然而，亚洲其他一些国家则已开始从以产品的价格为基础的销售逐步走向既

改善质量又提高价格的阶段。对于中国贸易公司来说，应当努力改善出口销售，以求得较好价格。

美中两国之间尚有芥蒂。但双方应共同努力，克服困难，以继续发展两国间的贸易。正如好朋友之间有时也有争执一样，友好的国家之间亦会如此。美国和加拿大时常发生贸易磨擦，特别是在一方认为对方在对某一产品的出口实施补贴时，更是如此。然而，两国依然是朋友，贸易继续，互补互利。

中信出版社决定翻译出版本书以介绍给中国读者，此举令我兴奋不已。我衷心希望，能有更多的中国朋友阅读此书，以期有助于他们增加对美出口。如若中国对美出口的愈多，则从美进口的亦愈多。如此，这种双向贸易的不断增长必将大大加强两国之间的友谊，促进两国经济的繁荣。

肯尼思·德·韦斯



# 目 录

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 致中国读者 .....          | 1   |
| 第一章 美国市场特点 .....     | 1   |
| 第二章 美国的几种趋势 .....    | 20  |
| 第三章 市场进入战略 .....     | 31  |
| 第四章 市场调研和计划 .....    | 47  |
| 第五章 产品的市场测验和开发 ..... | 61  |
| 第六章 建立销售渠道 .....     | 74  |
| 第七章 为长远利润定价 .....    | 107 |
| 第八章 在美国推销产品 .....    | 116 |
| 第九章 货运美国 .....       | 132 |
| 第十章 美国海关：程序和规章 ..... | 150 |
| 第十一章 其他进口限制 .....    | 163 |
| 第十二章 其他重要法规 .....    | 175 |
| 附录：美国政府机构及地址 .....   | 182 |
| 作者简介 .....           | 187 |
| 后记 .....             | 188 |

# 第一章

## 美国市场特点

### 引 言

本章旨在为读者提供基本的，但却是至关重要的有关美国市场的信息，包括美国经济地理、政治制度、人口及其构成，以及美国经济与国际贸易的相互关系。

在本章，事实上也是在全书均使用美国术语和美国度量衡制。一般来说，向美国出售产品，须将产品的规格尺寸从公制换算成陌生的美国制。过去为此目的长期使用的换算表现在已经无用了，因为使用电子计算机瞬间便能准确地完成换算。

美国领土包括 50 个州和一些海外领土。50 个州的面积超过 360 万平方英里(790 万平方公里)。人口约 2.5 亿。国民生产总值大约 5.3 万亿美元(1989)，人均收入很高。每年商品进口额高达 4000 亿美元，甚至比许多贸易伙伴的全部国民收入还要多。



## 美国经济地理概况

### 行政区划

就行政区划而言，美国本土有 48 个州，加上阿拉斯加和夏威夷两个州。波多黎各并不是美国的一个州，而是“松散”地与美国“联系”在一起。其他与美国有关的地区包括美洲的萨摩亚群岛、关岛、美属维尔京群岛、太平洋群岛托管地和北马里亚那群岛。美国各州的行政区划不尽相同，一般来说，每个州又分为若干个县，每个县又分为若干个市与镇。当然，也会有例外，例如，纽约市由 5 个部分组成（行政区），其中每个部分都单独构成一个县。在某些情况下，“镇”是指较为广阔的地区，包括若干个村庄。你的业务活动可能会在某些方面受到行政区域有关法律的影响。

美国人经常使用‘地区’（region）这个词。最简单的办法是把美国划分为 4 个部分：东北部、中西部、西部和南部（见图 1.1）。实际上，只有东北部和西部的提法在地理位置上是正确的。中西部更精确的说法应为中北部，而对南部更精确的提法应是中南部和东南部。

一种较实用的分类方法是将美国各州按地区划分为 7 组，如表 1.1 所示。

这些地区的划分并不是行政区划，只是常常用于市场区域的划分，有关统计数字也是按照这种地区划分归类的（见本章“人口”部分）。象美国这样土地辽阔的国家，地理上总有一些独特之处，其最突出者不外乎密西西比河、大湖区及洛矶山。

密西西比河自北向南，纵贯全国，将国土一分为

表 1.1 美 国 各 州 分 布

新英格兰地区各州

- 1 缅因
- 2 新罕布什尔
- 3 佛蒙特
- 4 马萨诸塞
- 5 罗得岛
- 6 康涅狄格

太平洋中部地区各州

- 7 纽约
- 8 新泽西
- 9 宾夕法尼亚

东南部中部地区各州

- 10 肯塔基
- 11 田纳西
- 12 亚拉巴马
- 13 密西西比

西南部中部地区各州

- 14 阿肯色
- 15 路易斯安那
- 16 俄克拉何马
- 17 得克萨斯

南太平洋地区各州

- 18 特拉华
- 19 马里兰
- 20 哥伦比亚特区\*
- 21 弗吉尼亚
- 22 西弗吉尼亚
- 23 南卡罗来纳
- 24 北卡罗来纳
- 25 佐治亚
- 26 佛罗里达

东北部中部地区各州

- 27 俄亥俄
- 28 印第安纳
- 29 伊利诺斯
- 30 密执安
- 31 威斯康星

西北部中部地区各州

- 32 明尼苏达
- 33 依阿华
- 34 密苏里
- 35 北达科他
- 36 南达科他
- 37 内布拉斯加
- 38 堪萨斯

山地各州

- 39 蒙大拿
- 40 爱达荷
- 41 怀俄明
- 42 科罗拉多
- 43 新墨西哥
- 44 亚利桑纳
- 45 犹他
- 46 内华达

太平洋地区各州

- 47 华盛顿
- 48 俄勒冈
- 49 加利福尼亚
- 50 阿拉斯加
- 51 夏威夷

\* 美国首都华盛顿特区，实际并非一州。

二，大约国土的三分之一在河东，三分之二在河西。密西西比河还与其他河流相联，特别是与密苏里河、俄亥俄河、伊利诺斯河相联，从而构成了一个河网。这个河网不论是过去还是现在对美国的国内外贸易都是至关重要的。该河网年货运总量高达5亿短吨(1短吨=2000磅)，其中约三分之一为国际货运，运送的主要商品是谷物和石油产品。

大湖区位于北部边境，由五个大湖组成，西起密西西比河源头，东至圣劳伦斯河出海。五大湖是：苏必利尔湖、密执安湖、休伦湖、伊利湖和安大略湖。总的来说，五大湖水系航运量远不如密西西比河水系大，但在矿产品和林产品的运输以及美国与加拿大的贸易往来中，五大湖的地位十分重要。

如同密西西比河在东部的三分之一处将美国分为两部分一样，洛矶山山脉在西部三分之一处将美国一分为二。洛矶山山脉北起加拿大，南抵墨西哥，纵贯明尼苏达、怀俄明、科罗拉多和新墨西哥等四州。尽管这条山脉再也不是东西两部分之间运输上的障碍，但许多公司仍然以“洛矶山以西”或“洛矶山以东”来划分自己的市场。

美国铁路运输非常发达，铁路线长达165,000英里。由铁路运输的最主要产品是大宗散装货物和机动交通工具。美国的公路运输也很发达，城乡公路总里程达400万英里，约90%铺上了水泥或沥青路面，商用卡车(不包括各种类型的小型货运汽车)多达2,600万辆。航空运输同样发达，16,000多个机场供成千上万架飞机起降。芝加哥机场每年货物和邮件的运输量竟达400,000吨之多。

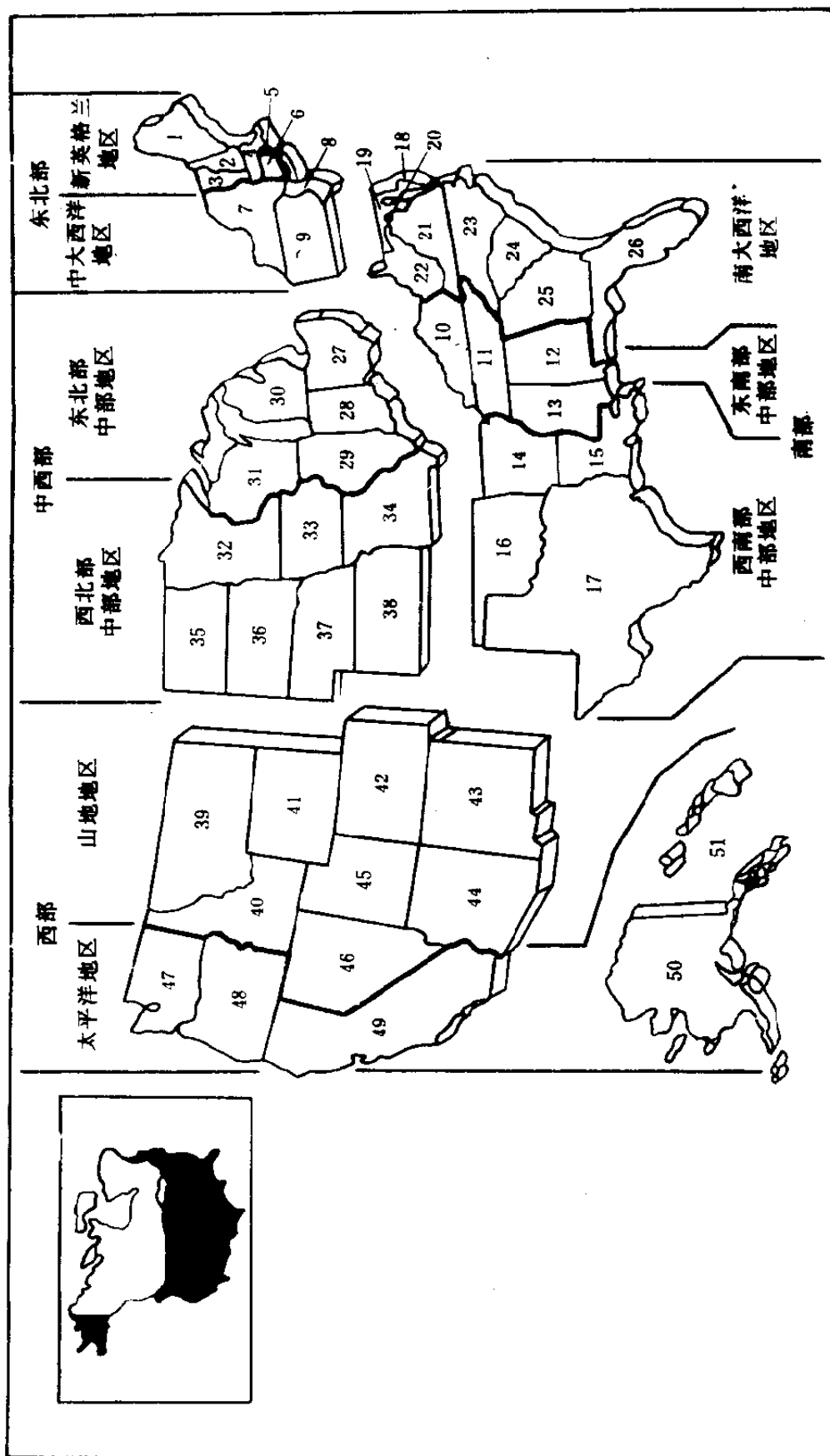


图 1.1 美国人口分布与地区图  
(图中数字代表州名，具体参看表 1.1)

资料来源： 美国人口统计局

## 工业地区

东北部是美国移民最早的地区，因而，是最早实现工业化的地区。例如，马萨诸塞州以纺织品和鞋类生产而著名。汽车制造及销售最初集中在靠近钢铁资源和东部大市场、位于大湖区的密执安州底特律市。粮食生产在中西部(实际上是中北部)较为发达，而棉花生产地主要在南部(实际上应是东南部)。石油生产主要在西南部，木材和造纸业主要在接近林木资源的西北、中北和东南部。

近年来，美国工业分散化趋势十分突出。许多制造业已迁移到国外或成本一般比北部地区较低的南部地区。主要的电子工业靠近旧金山(加利福尼亚州)、波士顿(马萨诸塞州)和达拉斯(得克萨斯州)。航空航天工业分散于华盛顿州、犹他州、得克萨斯州、佛罗里达州、纽约州和其他一些州。一些公共和私人投资促进组织正在竞相把新兴工业引进以前工业不发达的各州，如内华达和阿肯色。纽约市的长岛区一直致力于发展轻工业，尽管该区面积不大，但到目前为止，已建成一百多个工业小区。

## 贸易中心

纽约、芝加哥、旧金山和洛杉矶等城市是美国传统的批发和零售贸易中心。这些中心现在依然重要，但随着工业的分散化，贸易也在不断地向全国各地扩散。目前，得克萨斯州的达拉斯、佐治亚州的亚特兰大和其他一些城市都已发展成为重要的贸易中心。值得重视的是，不少地区已专门从事某些特定商品的生产与销售。明尼苏达州的明尼阿波利斯和圣保罗地区不仅主宰着粮食贸易，而且还是许多公司诸如

Honeywell 公司和 3M 公司的大本营。华盛顿州的西雅图以木材和飞机制造业久负盛名。北卡罗来纳州的海波因特无可置疑是木制家俱生产的中心。石油业集中在得克萨斯州的休斯顿。电子公司分布较广，前已提及，此处不再赘述。服装业的基地依然是在纽约，尽管许多加工实际上是在别处完成的。美国首都华盛顿特区不是生产或贸易中心，而是最大的咨询服务中心。在美国，咨询业是一个重要的服务性行业。在首都，有许多专门从事商业咨询的公司。

### 进出口贸易港口

尽管由于收费高、竞争激烈，纽约港的相对重要性正在逐渐下降，但就普通货物的进出口而言，纽约港迄今仍居全国之首。东部其他港口，特别是从事对欧洲和非洲贸易的重要港口主要有弗吉尼亚州的诺福克、南卡罗来纳州的查尔斯顿、佛罗里达州的迈阿密、佐治亚州的萨凡纳、马里兰州的巴尔的摩、宾西法尼亚州的费城以及马萨诸塞州的波士顿。

来自亚洲国家的海运货物经常通过西海岸进入美国，主要停泊港口有加利福尼亚州的洛杉矶、奥克兰和长滩或者华盛顿州的西雅图和塔科马。迈阿密港对与拉丁美洲和加勒比地区的贸易十分重要。“海湾”港口——得克萨斯州的休斯顿和路易斯安娜州的新奥尔良，主要进出口中美洲和南美洲贸易中的大宗散装商品和一般杂货。

现在，美国通过水运进出口的一般货物，大部分是通过集装箱完成的。例如，纽约港现仅有一个散装货物码头还在继续使用。

美国国内和国际贸易最重要的航空货运中心是芝

加哥、纽约、加利福尼亚的洛杉矶、伯班克和长滩，以及迈阿密(主要用于对拉丁美洲的贸易)。上述各航空中心，除亚特兰大和迈阿密外，都拥有不只有一个机场。几乎所有的大型机场都是国际性机场并设有海关。

## 美国的政治制度

### 政 党

美国有好几个政党，但能得到选民支持进而能够执政的全国性政党只有两个，即共和党和民主党。一般来说，人们认为共和党比民主党更亲商界，因而在这个商业导向的社会里是更保守的政党。民主党传统上是亲劳工的政党，主张实行有利于工人的政策。

调查表明，一般的共和党人和一般的民主党人的观点并无太大差别。另外，还有一些比共和党更右、比民主党更左的激进派政党，以及一些为解决某一问题而组成的党派，如自由党和生命党(反对堕胎)。一般的规律是(但常有许多例外)，共和党人比民主党的人更赞同自由贸易(即减少贸易保护)。

两大政党均有自己的全国委员会，并在各州和地方设有分支机构。另外，即使在一些小镇上，也常有民主党或共和党的地方性俱乐部。这些机构及其成员在大选时往往是竞选的主要组织者，而在两次选举之间则往往是保持党员对党忠诚的工具。

### 联邦政府

美国政府的最高权威是宪法。宪法规定三权分立，即立法、司法和行政。

立法部门制订法律(例如关税法)，它由参议院和众议院组成。前者由从每州产生的两名议员组成，

后者的人数则要多得多。每院均设有委员会，负责某一方面工作，如国际贸易。

司法部门由法院组成，包括几种不同类型和不同级别的法院，例如，美国国际贸易法院。该法院的一个主要任务是听取美国公司对外国出口商进行倾销或出口补贴等的指控。

行政部门由总统领导。总统每四年选举一次。总统的行政办公室有一个负责贸易的机构，叫作美国贸易代表办公室，代表美国参加关税和贸易总协定及有关谈判。美国政府由若干个部组成。商业部和财政部属下的美国海关署共同管理美国的国际贸易事务。

还有一些独立的政府委员会和机构，其中一些会对国际贸易产生一定影响。进出口银行可以为美国出口商的货物出口提供资金支持。联邦海事委员会负责管理海上货物运输的进出国境事宜。其它组织，如消费品安全委员会和环境保护署，就进口商品和国内产品负责实施有关法律。

### **州和地方政府**

在 1787 年至 1789 年之间，即从英国殖民统治下获得独立的各州即将组成美利坚合众国的前夕，前殖民地各州代表聚会费城，起草了宪法。1789 年 3 月有九个州通过了这部宪法。宪法生效之日，一个新的国家便诞生了。

然而，各州并不是毫无保留地加入了这个新的国家。它们为自己保留了一些权力，诸如征税和独立管理各自的银行系统的权力。即使在今天，如果一个人从一个州移居另一州，那么他就必须为自己更换驾驶执照和汽车牌照。各州有权制订自己的法律，例如管



理产品的生产和销售的法律，只要它们不与联邦法律发生冲突。对此本书第十一章将具体举例加以说明。

在州范围内，县、市、镇政府也享有某些特权，依法管理商业活动。例如，地方法律可以禁止在家中从事商业活动，或禁止在人行道上兜售商品，或禁止在交通高峰期间向商店送货。

## 人口及其构成

### 按地理区域划分

美国的人口大约是 2.5 亿(据 1990 年估测)，19.4%居住在东北部，24.2%在中西部，35.2%在南部，21.2%在西部。表 1.2 所示系 1990 年以地区和州为单位人口预测的地理分布。

### 按收入划分

1988 年，美国的个人收入总额接近 4 万亿美元。个人可支配收入总额达 3.5 万亿美元，人均可支配收入超过 14000 美元。

与其它任何国家一样，在美国，收入的分配也并不平衡。最高的是阿拉斯加州和哥伦比亚特区，年人均收入达 20,000 美元。马萨诸塞州、康涅狄格州、纽约州和新泽西州的年人均收入也很高。年人均收入最低的是南部几个州，即密西西比、南卡罗来纳和西弗吉尼亚，仅有 10000 美元左右。

假设每个家庭的平均规模为 3.2 人，那么，美国约有 7800 万个家庭，而平均每个家庭的可支配收入则是 4500 美元。这种计算忽略了 family 和 household 两个概念的区别。两个词均译为“家庭”，household 是由夫妻或同居者组成，其平均规模可能要小