

经营管理知识丛书

出口产品 与 市场开拓

CHUKOU
SHANPIN
YU
SHICHANG
KAITUO

上海交通大学出版社

J11155/62

《经营管理知识丛书》

出口产品与市场开拓

朱美华 孔子熊

上海交通大学出版社

内 容 提 要

在深化改革、加快开放的新形势下，广大企业如何打入并占领竞争激烈的国际市场？是值得研究的一道难题。本书旨在理论和实际的结合上，从企业范例着手，力求使读者了解怎样通过出口产品的组织与开发，提高产品的国际市场竞争力，从而进一步巩固和开拓国际市场，为我国四化建设多创外汇，本书内容充实，针对性强，且通俗易懂。适合广大企业干部、经济研究人员、经济类专业师生及有关人员和爱好者阅读、参考。

出口产品与市场开拓

上海交通大学出版社出版

(淮海中路1984弄19号)

新华书店上海发行所发行

江苏常熟梅李印刷厂印装

开本 787×1092 毫米 1/32 印张 4.625 字数 102,000

1987年9月第1版 1987年11月第1次印刷

印数：1—13,000

标准书号：ISBN 7-313-00082-0/F723

科技书目：162—289

定价：0.90元

前 言

产品出口是对外经济贸易的重要组成部分，是制约我国对外开放和国民经济发展的决定因素之一。回顾建国30多年来的历史，我国出口贸易受“左”的思想影响，迂回曲折、步履艰难。党的十一届三中全会以来，出口贸易发展很快，但仍不能适应“四化”建设的需要。如何在新形势下，加快出口贸易的步伐，越来越受到各有关领导部门和广大企业的关注。

发展出口贸易的关键在于增加出口产品产量、提高质量和竞争能力，并搞好外贸体制的改革。这些都必须依靠有关领导部门和出口生产企业、外贸企业的共同努力。

目前有一大批企业正由内向型向外向型转轨，为国家生产出口商品的积极性很高。但系统论述出口产品和国际市场开拓的书籍还很少。本书的出版，就是为了从理论和实践的结合上，探索发展出口商品生产和开拓国际市场的途径、模式、结构、方法和政策。全书共计六章，第一章为绪论，主要从当前实际情况出发，分析我国出口贸易的现状、问题，找出基本对策。其余二至六章分别就出口商品结构与质量、出口与引进、出口市场的开拓、建立出口生产体系、出口产品效益等五个部分，进行深入浅出的阐述，并举例说明。本书的出版和发行，希望能对有关部门和企业干部、职工以及从事出口贸易研究的同志有所帮助，并成为广大读者普及外贸知识的通俗读物。

我们撰写此书，由于水平和条件有限，书中不免有疏漏、甚至谬误之处，希望能得到专家、同行和广大读者批评指正。

作 者
1987年10月

目 录

第一章 绪论	(1)
第一节 我国出口贸易的现状	(1)
第二节 当前出口贸易存在的主要问题	(3)
一、适销货源不足,扩大出口缺乏物质基 础.....	(3)
二、出口产品结构不合理,创汇能力差.....	(3)
三、算细帐、求效益的观念尚未确立.....	(4)
四、高价抢购、低价竞销,多口岸竞争,造 成国家外汇的很大损失.....	(5)
第三节 扩大出口创汇的基本对策	(5)
一、重视出口商品战略研究,有效地组织和 开发出口商品.....	(5)
二、改革外贸体制,促进出口贸易.....	(8)
三、开拓多元化的国际市场.....	(8)
第二章 出口产品的结构和质量	(10)
第一节 出口产品的结构	(10)
一、调整出口产品结构的因素分析.....	(10)
二、调整出口产品结构的原则、条件、途 径.....	(17)
第二节 出口产品的质量	(23)
一、出口产品的质量要求.....	(24)

二、加强出口产品的质量管理·····	(28)
第三章 出口与引进 ·····	(32)
第一节 以进养出 促进出口 ·····	(32)
一、“以进养出”是提供出口商品的重要渠道·····	(33)
二、发展“以进养出”尚待解决的问题·····	(36)
第二节 引进技术 促进出口 ·····	(40)
一、引进技术，对于扩大出口创汇具有重大意义·····	(40)
二、借鉴发达国家和“亚洲四小”在引进技术上的经验·····	(42)
三、引进技术、促进出口，必须遵循的几个原则·····	(46)
第三节 引进外资 促进出口 ·····	(48)
一、引进外资，对发展经济、增加出口创汇的重要意义·····	(49)
二、从南朝鲜和波兰的正反经验中得到启示·····	(50)
三、扩大引进外资、促进出口的几点意见·····	(53)
第四章 出口产品贸易 ·····	(56)
第一节 国际市场调研 ·····	(56)
一、国际市场调研的意义·····	(56)
二、国际市场调研的内容·····	(58)
三、国际市场调研的方法·····	(62)
第二节 出口产品的商标、广告和包装 ·····	(66)

一、出口产品的商标·····	(66)
二、出口产品的广告·····	(70)
三、出口产品的包装·····	(74)
第三节 出口产品的推销·····	(79)
一、出口产品推销术·····	(80)
二、外销人员的培养·····	(88)
第五章 建立出口生产体系·····	(91)
第一节 出口生产体系的模式探讨·····	(91)
一、我国现行外贸体制的弊端·····	(92)
二、外贸体制改革的探索和实践·····	(95)
三、组建出口生产体系的原则·····	(99)
四、出口生产体系的组织形式·····	(103)
第二节 出口生产体系的实施方法·····	(106)
一、机电产品出口生产体系·····	(107)
二、纺织品出口生产体系·····	(111)
三、农副产品出口生产体系·····	(115)
第六章 出口产品效益·····	(120)
第一节 更新观念，增强出口商品创汇能力·····	(120)
一、牢固地树立服务观念·····	(121)
二、加强时间观念·····	(123)
三、确立商品更新观念·····	(123)
第二节 降低换汇成本 提高创汇率·····	(124)
一、重视换汇成本的核算·····	(124)
二、降低换汇成本途径·····	(127)

三、加强创汇率的核算·····	(130)
第三节 出口产品政策的探讨·····	(134)
一、关于价格政策·····	(135)
二、关于外汇管理政策·····	(136)
三、关于财政税收政策·····	(137)
四、关于资金政策·····	(138)

第一章 绪 论

发展对外经济关系，关键在于发展对外贸易，而发展对外贸易的重点，又在于扩大出口。只有不断扩大出口贸易，才能为国家创造更多的外汇，满足引进技术和设备、进口必要的工业原料的需要；并为扩大利用外资、进一步发展对外经济关系创造条件；同时，为提高我国的国际地位提供了物质基础。因此，深入研究我国出口贸易的现状、问题和对策，这是摆在我们面前的一项迫切任务。

第一节 我国出口贸易的现状

建国以来，我国出口贸易发展是比较快的。从1950年的出口创汇5.5亿美元，到1978年达到97.5亿美元。党的十一届三中全会后，实行了对外开放的正确方针，1986年增至270.03亿美元(根据对外经济贸易部统计)，与1950年相比，增长49.1倍(根据海关统计，1986年出口额为309亿美元，增长达56.18倍)。目前已与世界上170多个国家和地区有贸易往来。

根据对外经济贸易部公布的资料，1950年至1986年我国对外贸易进出口总额见第2页表。

但是，我国出口贸易的现状与四化建设的要求，同我国国际地位相比，是远远不相适应的。根据关税与贸易总协定发表的新闻公报，1986年世界贸易出口额为2.11万亿美元，

年份	按美元计算(亿美元)			年份	按美元计算(亿美元)		
	进出口 总额	出口额	进口额		进出口 总额	出口额	进口额
1950	11.3	5.5	5.8	1969	40.3	22.0	18.3
1951	19.6	7.6	12.0	1970	45.9	22.6	23.3
1952	19.4	8.2	11.2	1971	48.5	26.4	22.1
1953	23.7	10.2	13.5	1972	63.0	34.4	28.6
1954	24.4	11.5	12.9	1973	109.8	58.2	51.6
1955	31.4	14.1	17.3	1974	145.7	69.5	76.2
1956	32.1	16.5	15.6	1975	147.5	72.6	74.9
1957	31.1	16.0	15.1	1976	134.4	68.6	65.8
1958	38.7	19.8	18.9	1977	148.0	75.9	72.1
1959	43.8	22.6	21.2	1978	206.4	97.5	108.9
1960	38.1	18.6	19.5	1979	293.3	136.6	156.7
1961	29.4	14.9	14.5	1980	378.2	182.7	195.5
1962	26.6	14.9	11.7	1981	403.7	208.9	194.8
1963	29.2	16.5	12.7	1982	389.38	218.2	171.2
1964	34.7	19.2	15.5	1983	407	222	185
1965	42.5	22.3	20.2	1984	499.7	244.4	255.3
1966	46.2	23.7	22.5	1985	592.1	258	334.1
1967	41.6	21.4	20.2	1986	597	270.03	326.97
1968	40.5	21.0	19.5				

而我国出口总额仅占世界贸易出口额的1.28%(根据海关统计的出口总额计算为1.46%)。在世界出口国中,我国虽从1978年的第32位,上升到1985年的第16位,但我国1985年出口总额258亿美元(根据对外经济贸易部统计),不仅与西方发

达国家差距很大，而且低于香港(300亿美元)、南朝鲜(300亿美元)和台湾省(310亿美元)。我国人均出口额为27美元，仅占世界人均出口额422美元的6.4%，大大低于世界人均水平。

第二节 当前出口贸易存在的主要问题

一、适销货源不足，扩大出口缺乏物质基础

由于我国商品经济还不发达，生产力水平较低，因此能提供的出口商品极为有限。1987年春季广州交易会，虽然提价幅度和范围是空前的，但外商仍购意不衰。据统计热销的商品有：两纱两布、服装、棉针织品、针织品、大豆、对虾、淡水鱼、水果、茅台酒、芝麻、黑木耳、人参、鹿茸、维生素C、橡皮膏、草酸、甲酸、石蜡、塑料、染料、染料中间体、PVC树脂、增塑剂、硫化氰、五氧化二砷、甘草、片子癍、四环素、土霉素、庆大霉素、医用纱布，工具、石墨电极、绝缘材料、起重机械、阀门、电子元件、电器、18吋彩电、自行车、烟花炮竹、中高档裘皮、豆粕、羽毛、革皮服装、金银手饰、珠宝、珠绣品、玻璃器皿、红木家具、人造花、厂丝、绢丝、绢纺、长毛绒玩具、工艺玩具、绿茶、羊绒、柠檬酸、小五金、螺纹钢、石材、锡、电池等等。出口商品的成交额，获得历史最高水平。如果我们能增加货源，不少商品成交额可成倍增加，有的甚至能增加数倍成交。由此可见，增加出口创汇的主要矛盾在于适销货源不足。

二、出口产品结构不合理，创汇能力差

目前，我国出口产品中，初级产品与初加工产品比重过

大，深加工产品和技术密集型产品比重过小，若不改变这样的出口产品结构，要较大幅度地增加出口创汇是很难实现的。

例如，钨砂是我国主要资源产品之一，其蕴藏和开采量均占世界之首。钨砂出口，每吨创汇1.1万美元，如能加工成钨丝出口，每吨可创汇77万美元左右，钨丝出口的售价是钨砂出口价的70倍。如能制成其他钨制品，如钨粉、钨合金、碳化钨、氧化钨和氢氧化钨等产品，则收益更大。又如，1986年全国纺织品出口中，坯布的出口占了60%~70%。由于初级品的大量出口，致使纺织深加工的能力放空。

联邦德国报纸曾作过这样的报道，他们每9个人一天劳动所生产的工业产品(指汽车、机器等)，可以交换第三世界2万人一年劳动所生产的产品(指咖啡、香蕉、手工业品、矿产品等等)。这个资料证明，我国如不在产品结构上进行调整，很难改变现状。

三、算细帐、求效益的观念尚未确立

搞出口贸易，既要增加出口创汇，又要提高经济效益，两者相辅相成，不能偏废，这是对外贸易必须遵守的基本准则。一切经济工作都应该算细帐、求效益，但我国由于财务体制上仍然存在着“吃大锅饭”的现象，企业可以完全不承担经济责任，盈亏均由国家财政包干，特别是企业的经营性亏损，被政策性亏损所掩盖，造成盈亏一个样，算细帐、求效益的观念淡薄。一位华裔企业家曾著文指出，在国际贸易中，成交一项贸易所花的费用与该项贸易额的比例，在西方发达国家为1%，即成交100元的一宗生意，花费为1元，但与中国进行贸易要花费7元。增加费用支出，直接影响出口

创汇和经济效益，这是应该引起我们重视的。

四、高价抢购、低价竞销，多口岸竞争，造成国家外汇的很大损失

随着对外开放和外贸体制改革，经营出口的企业不断增加。但在大好形势下，由于宏观控制不严，政策措施跟不上，几年来出现的高价抢购、低价竞销、多口岸竞争的现象愈演愈烈，导致鹬蚌相争，渔翁得利。如我国生产的荞麦，深受日本消费者喜爱。但1986年秋季广交会上，对内蒙古产大粒黑荞麦的报价仅每吨4.5万日元，相当于1985年秋季广交会价格8万日元的一半。造成这种现象的主要原因是，除了中国粮油进出口总公司经销荞麦外，各地的粮油分公司以及本来不经销荞麦的土产畜产进出口分公司也竞相压价推销。此外，有些没有向日本销售渠道的分公司，经由香港的公司转卖给日本。这种低价竞销事件，直接影响扩大出口，使国家遭受严重损失。又如，天津的鸭梨，比日本梨皮薄、肉嫩、汁多，但日本梨价格高于天津梨一倍，其他如罗岗橙、黄岩桔、新疆葡萄……等水果，以及虾、蟹、淡水鱼，南北干货，各种蔬菜，还包括日用百货、纺织品、服装等等，都低于其他国家的价格，造成大量外汇付之东流，爱国的侨胞、港胞，无不为之痛心。

第三节 扩大出口创汇的基本对策

一、重视出口商品战略研究，有效地组织和开发出口商品
经营什么样的出口商品，一定程度上决定了这个企业的

前途和命运。就一个国家来说，开发和组织什么样的出口商品，一定程度上影响着这个国家的经济状况和发展速度。因此必须重视商品战略研究，把开发出口商品建立在择优经营的基础之上，并且一经决策，就要全力以赴，确保任务的完成。

在保持和扩大传统商品已经占有的国际市场的同时，有计划地改变出口商品的结构。应当由劳动密集型逐步向资本密集型和技术密集型转变，逐步提高机、电、仪产品在出口商品中的比重；要大力发展名优商品，同时经常研究世界市场上商品价格和需求变化，发展出口有前途、有市场、有潜力的商品；防止过多地生产国际市场上竞争激烈的商品，以免积压而受到削价处理损失；要开发没有配额的商品出口，对配额限制过严的商品在开发时要十分慎重。

2. 以销定产，即按贸 - 工 - 农程序组织生产。过去我们习惯于按农 - 工 - 贸的程序组织安排生产，也就是农业上种什么，就加工什么，加工什么就出口什么，片面强调外贸要树立生产观点，为生产服务。实践证明，按上述程序组织出口商品，既不能促进生产，也违反销售规律。必须改变为按贸 - 工 - 农程序组织生产，即国际市场需要什么，就考虑加工什么，种植什么，这样才有利于发展社会生产力，发展出口商品生产。如果外贸要以推销国内多余的产品为目的，硬是把不适应国外需要的东西推销出去，那只能是不顾血本，削价销售，国家会受极大的损失。销售学告诉我们，一个企业求生存、谋发展，必须有意识地根据用户和消费者的要求来组织生产。但是当前国内商品生产还不富余，竞争尚不十分激烈，卖方市场仍居优势，在所谓“皇帝的女儿不愁嫁”的情况下，要使生产部门接受这个观点很不容易。因此，

要靠宏观指导和实践教育。目前内销市场上不是已发生手表、电扇、收录机等产品大量积压的情况吗？甚至某些长线产品一面积压，一面还在增加产量吗？这种违反供销规律的蠢事，是应该从中接受教训的时候了。要把内向型企业转为外向型企业，就要求生产部门重视国际市场的供求情况、纳胃情况，进一步摸清需要什么品种、规格，然后按需安排生产，这是一条很重要的原则。

3. 在开发新产品时，要善于发挥我国优势。我国劳动力资源充沛，其中还拥有一批能工巧匠，自然资源丰富，地下矿藏尤待开发……，利用这些资源，发展成为国际市场上有竞争力的产品，这是一项主攻方向。举一例子来说，欧美各国生活水平较高，他们在饮料食品上，不仅是追求怎样吃得好、有营养，而进一步要求能起到保健、减肥、防病、抗衰老作用，对妇女来说，还要求能够具有维持青春美貌的功效。因此，在这方面的花费很大，他们并不在于价廉而在于确有实效。为什么我国的乌龙茶在日本盛销不衰，并已扩大到欧美各国，形成整个西方市场的乌龙茶热呢？因为经日本医学界化验证明，肥胖病患者饮乌龙茶能增加胆固醇排出量，使冠心病发病率减低，可防治动脉硬化症，而少女为了美容减肥也乐于饮用。我国除乌龙茶外，尚有云南和重庆的沱茶，福建的铁观音等名茶，均具有治疗心血管病的功效，已畅销四五十个国家，仅日本在1986年进口乌龙茶已达1万吨左右，为4年前的7倍。其他如刺梨、沙棘、猕猴桃、刺玫、罗布麻、乌梅……等野生植物，几乎满山遍野，取之不尽，将这些加工制成的饮料、食品，均具有降血压、降血脂、抗衰老等药理作用。据有关人士估计，美国年消耗饮料一项，约在1000亿美元左右，瑞士雀巢公司销售的咖啡，年销售额也在

200亿美元以上，目前已销往140多个国家和地区。因此，开发保健饮食出口，正是发挥了我们的优势。如果它能占领欧美饮料市场1%，那就是几十亿美元的特大“拳头”出口商品。

二、改革外贸体制，促进出口贸易

几年来，虽然外贸体制已有所改革，但是“一管就死、一放就乱”的痼疾尚未排除，改革外贸体制的目标应努力做到“统而不死、放而不乱”。改革外贸体制总的原则是，既要加强集中统一领导，又要充分调动企业的积极性，把宏观集中管理和微观开放搞活恰到好处地结合起来，把国家与企业、中央和地方、外贸与生产、口岸与内地的关系理顺，妥善解决好他们之间的物质利益关系。改革外贸体制的重点是，中央与地方、企业与企业之间应作合理经营分工以避免交叉经营“打内战”。在组织形式上，应鼓励多样化，如出口生产体系、出口生产基地、工贸联合体专厂、专车间等，以发挥各自的优势；应加强宏观指导和控制，鼓励在商品质量、规格、款式、交货期、售后服务等方面开展竞争，而严禁在价格上削价竞销。

三、开拓多元化的国际市场

1. 当前我国出口贸易的地区集中在香港、日本、美国，这种过分集中的市场结构，削弱了我国对外贸易的灵活性和竞争力，一旦国际市场风云突变，将直接干扰我出口贸易的顺利进行，以至应变不及。因此，在出口贸易中，应当开展多元化政策，除努力开拓发达国家的市场外，还应致力于扩大同东南亚、中东、拉美、非洲等第三世界的贸易。在开发