

CHANGPIN

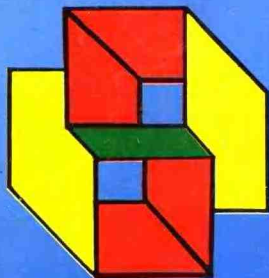
CHUKOU

ZHINAN

产品出口指南

(修订版)

主编 施鹤群
郑敏藩



上海交通大学出版社

产 品 出 口 指 南

(修订版)

主编：施 鹤 群
郑 敏 藩

Jn1105/15



上海交通大学出版社

内 容 提 要

本书是为适应进一步对外开放,建立社会主义市场经济体制的新形势,帮助企业发展外向型经济,增加产品出口,开拓国际市场而编写。主要内容包括出口产品的基本概念、产品出口贸易实务、出口产品开发、出口产品的市场和营销、经营销售技巧、外向型经济与海外产业、商务礼仪与商务谈判、涉外法规简介。为了便于出口贸易业务联系,有选择地收集新登了全国各地各行业 500 多家企业的企业的名特优产品,其中不少是省部级以上评选的名优产品,同时提供刊登企业的地址、电话、电挂、电传、传真、邮政编码和厂长、经理等资料,以便供国内外企业直接洽谈业务。全书内容资料丰富,文字通俗易懂,可供出口企业经营、供销人员、对外经贸业务干部及广大企业经济管理干部参阅。

责任编辑 张邦定

封面设计 张建强

(沪)新登字 205 号

产品出口指南(修订版)

出版:上海交通大学出版社
(上海华山路 1954 号)
发行:新华书店上海发行所
印刷:江苏太仓印刷厂
开本:787×1092(毫米)1/16

印张:24.25
字数:815000
版次:1993 年 10 月第 1 版
印次:1993 年 11 月第 1 次
印数:1~2500

ISBN7-313-01245-4/F·7

定价:25.00 元

发展外向型经济
为国家创汇

《产品出口指南》出版志慶

蘇步青題賀



《产品出口指南》(修订版)编写人员

主 编： 施鹤群
郑敏藩

编 委： 王福新 李志一 张邦定 郑振东
王建威 崔登来 郑敏藩 楼彦鹤
施鹤群 曹美娟 方劲戎 张福奎

编写人： 王福新 李志一 郑振东 郑崇欢
郑敏藩 周逊鉴 孟立慧 施 炯
张 洁 谢修国 盛树立 董 进
赵 敏 汤云根 槐 蔚 李炳海
许燕桢 张 及 严忠玲 施鹤群
陆慧茹 施鸣源 赵旭林

再 版 前 言

1991年5月编辑出版的《产品出口指南》向海内外发行后,受到出口企业和各地外贸部门好评,该书方便了海内外客商选购名优产品,也方便了出口企业推销出口产品,使外商能方便地与出口企业进行直接联系,促进了产品出口。正如江苏省对外经济贸易委员会所评价“这对于提高企业知名度,扩大企业与海外客商的直接联系起到了很大作用”。

《产品出口指南》出版后,我国经济形势发生了巨大的变化,外向型经济迅速发展。党的十四大提出将我国经济体制改革的目的,确定为建立社会主义市场经济体制。为此,要把企业推向市场,要积极培育和发展市场经济,积极开拓国际市场。发展外向型经济,同国际市场接轨。在党的十四大精神和建设有中国特色社会主义的理论指导下,我国经济形势发展很快,市场日趋活跃,产销两旺,外贸出口呈现强劲发展势头。这给我国工商企业的发展,特别是出口企业的发展,提供了难得的机遇。

为适应新的发展形势,上海交通大学出版社决定编辑、出版《出口产品指南》再版本。在《指南》再版本中除刊登有关产品出口知识;出口产品基本概念、产品出口贸易实务、出口产品开发、出口产品市场和营销、外向型经济、商务礼仪与商务谈判以及涉外法规简介等内容外,还辟出专页,专门介绍各地各类企业生产、经营的名、优、新、出口产品,以提高生产企业及其产品的知名度,促进产品出口,开拓国际市场。

为切实帮助企业发展外向型经济,对部份企业增辟“合作意向”栏目,为有意创办中外合资企业的单位牵线搭桥,寻找合作伙伴,也提供意欲来华投资、合作、合股、来料加工、来样加工的外商有目标地对口选择资金投向的对象。

本书在编撰过程中,得到了全国许多省、市、地、县经委、计委、外经贸委及当地政府有关部门的关心、支持和帮助。全国政协副主席苏步青教授特为本书题词:“发展外向型经济,为国家创汇”。复旦大学、上海交通大学、上海外贸学院、上海财经大学、华东政法学院、上海师范大学等院校的教授、专家、有关学者参加编写并给予指导,谨此表示诚挚的谢意。

本书在编写过程中,参考和引用了国内外有关资料,限于篇幅未注明出处。由于编写时间仓促,书中疏漏之处在所难免,诚望有关专家和广大读者批评指正。

《产品出口指南》编委会

前 言

我国经济经过四十年的发展,已形成了门类繁多、配套齐全的较完整的生产体系。党的十一届三中全会以来,改革开放的政策,成为推动我国经济发展的强大动力。坚持科技进步,大力发展消费品生产,努力满足国内外市场需求,积极加强与国际间的经济合作和交往,成为外向型企业的主导思想。近年来,全国承担出口任务的企业,根据国际市场需求的变化,积极调整出口产品结构,大力发展国际市场适销对路的产品,取得了可喜的成绩,为对外经济贸易和我国经济的发展作出了贡献。

为适应进一步对外开放的形势,帮助企业发展外向型经济,更有效地开展产品出口渠道,为国家多创外汇,我们编写了《产品出口指南》一书。主要内容包括出口产品基本概念、产品出口贸易实务、出口产品开发、出口产品市场和营销、外向型经济、商务礼仪与商务谈判以及产品出口贸易实务的法律、法规、条例和常用资料、数据。

为了便于出口贸易业务联系,让外商更方便地选购我国名特优产品,开展多种方式贸易业务,本书有选择地收集刊登了全国各地各行业1300多家企业的名特优产品数千种,其中绝大多数是省优、部优和国优产品,有的产品还获得国际奖。

本书在编撰过程中,得到了全国许多省、市、地、县经委、计委、外经贸委以及当地政府有关部门的关心、支持和帮助。全国政协副主席苏步青教授特为本书题词:“发展外向型经济,为国家创汇。”复旦大学、上海交通大学、上海外贸学院、上海财经大学、华东政法学院、上海师范大学等院校的教授、专家、有关学者参加了编写并给予指导,谨此表示诚挚的谢意。

本书在编写过程中,参考和引用了国内外有关资料,限于篇幅来注明出处。

由于编写时间仓促,书中疏漏之处在所难免,诚望有关专家和广大读者批评指正。

《产品出口指南》编委会
一九九〇年四月

目 录

产品出口指南

一、出口产品基本概念	
产品出口的基本任务	(1)
组织产品出口的基本原则	(1)
出口产品种类	(1)
出口产品的品质	(2)
表示出口产品品质的方法	(2)
提高出口产品质量的措施	(3)
评选国优商品的条件	(3)
出口产品的数量	(3)
出口产品重量的计算方法	(3)
品质条款内容要求	(4)
数量条款内容要求	(4)
出口产品的鉴定	(4)
出口产品的鉴定方法	(4)
出口产品包装的作用	(5)
出口产品包装的要求	(5)
出口产品包装的种类	(6)
包装条款内容要求	(6)
出口产品的包装标志	(6)
出口产品的中性包装	(6)
出口产品的集合运输包装	(7)
国际市场上的产品包装策略	(7)
日本的包装设计策略	(7)
出口产品包装物料的供应	(8)
出口产品运输的特点	(8)
出口产品运输的任务与要求	(8)
出口产品的主要运输方式	(8)
合同装运条款的内容与要求	(9)
货物的铁路运输车辆	(9)
班轮运输及运费计算	(9)
货物航空运输的方式	(10)
货物租船运输的方式	(10)
出口货源运输计划	(10)
出口产品的装运	(10)
组织出口产品的合理运输	(11)
不合理运输的表现形式	(11)
海运提单的格式与内容	(12)
货物运输保险	(12)
海损及其种类	(12)
海上运输保险险别	(12)
出口货物投保手续	(13)
保险索赔与理赔	(13)
出口保险及特点	(13)
出口保险担保的风险及险种	(14)
出口产品储存的地位与作用	(14)
出口产品仓储工作方针	(14)
产品在储运期间的质量变化	(15)
影响出口产品质变的因素	(15)
出口产品储运中的温湿度控制	(15)
外销产品的霉腐及防治	(16)
出口产品的虫害防治	(16)
金属制品的锈蚀及影响	(16)
仓储金属制品防锈蚀方法	(16)
化学危险品的种类和储运	(17)
爆炸性物品的种类及养护	(17)
易燃物品的类别及养护	(17)
高分子产品的老化及养护	(18)
出口产品的分类经营	(18)
畅销产品的特征	(18)
轻工产品出口创汇目标	(19)
出口产品退税的新规定	(19)
乡镇企业哪些产品可扩大出口	(19)
促进机电产品出口的措施	(20)
轻工重点出口产品的条件	(20)
出口产品的需求层次	(20)
出口产品的供货层次	(21)
出口供货计划及出口商品范围	(21)
出口产品定位策略	(21)

我国粮油食品出口动向	(21)	接受的撤回	(33)
我国的十大出口名茶	(22)	出口书面合同作用	(33)
可望进入国际市场的产品类别	(22)	出口合同、售货确认书及实例	(33)
二、产品出口贸易实务		出口合同的结构	(35)
对外贸易的地位与作用	(23)	合同中的商品品质条款	(35)
生产企业产品出口的国内经营		合同中的数量条款	(35)
方式	(23)	合同中的包装条款	(35)
外贸企业收购出口制	(23)	合同中的价格条款	(36)
外贸企业代理出口制	(24)	合同中的装运条款	(36)
生产企业自营出口制	(24)	合同中的保险条款	(36)
国外进口中间商的种类及作用	(25)	合同中的支付条款	(36)
进出口交易一般工作程序	(26)	合同中的商品检验条款	(37)
出口交易前的准备工作	(26)	合同中的索赔、不可抗力及仲裁	
落实出口货源	(26)	条款	(37)
选择国外商品销售市场	(26)	出口交易合同的履行	(38)
国外市场信息来源	(26)	备货	(38)
建立和发展国外的客户关系	(27)	报验	(38)
制定出口商品经营方案	(27)	催证	(38)
出口商品换汇成本及创汇率	(27)	审证	(38)
出口商品盈亏率	(28)	改证	(39)
出口商品在国外的广告宣传	(28)	租船·订舱	(39)
出口商品在国外的商标注册	(28)	报关·保险·装船	(40)
出口交易洽商的口头或书面形式	(28)	制单	(40)
外贸谈判艺术	(28)	商业发票	(40)
出口交易洽商的各项交易条件	(29)	提单和保险单	(40)
“一般交易条件”	(29)	汇票	(40)
出口交易洽商的程序	(30)	其他单据	(40)
询盘(询价)	(30)	结汇	(41)
发盘(报价)	(30)	索赔·理赔	(41)
还盘和再还盘(还价和再还价)	(30)	国外进口商对合同的履行	(42)
接受	(30)	对外贸易方式	(42)
签订合同	(30)	逐笔核定	(42)
实盘和虚盘	(31)	包销(独家经销)	(42)
报价单	(31)	定销(一般经销)	(42)
价格表	(31)	独家代理	(43)
形式发票	(31)	一般代理	(43)
发盘的条件	(31)	寄售	(43)
发盘的有效期限	(32)	拍卖	(43)
发盘的失效	(32)	商品交易所	(44)
接受的条件	(32)	招标·投标	(44)
逾期接受	(32)	展卖	(44)

国际博览会	(44)	产品的生命周期	(57)
中国出口商品交易会	(44)	产品的组合策略	(58)
进料加工(以进养出)	(45)	挖掘用户需求的策略	(58)
来料加工·来件装配	(45)	提高产品竞争力的策略	(59)
补偿贸易	(45)	降低产品开发风险的策略	(59)
易货贸易	(45)	IBM的产品继承开发策略	(60)
协定贸易	(46)	系列产品开发	(60)
对外贸易支付	(46)	专用产品开发	(60)
支付的货币	(46)	多用途产品开发	(61)
票据结算	(47)	技术复合型产品开发	(62)
汇票的基本关系人和内容	(47)	心理需求型产品开发	(62)
汇票的种类	(47)	新材料型产品开发	(62)
汇票的使用	(48)	方便用品开发法	(63)
汇票的拒付	(48)	希望点列举开发法	(63)
汇票贴现	(48)	特性列举开发法	(64)
支付方式	(48)	缺点列举开发法	(64)
汇付	(48)	检核表开发法	(64)
托收	(49)	目的意识开发法	(64)
付款交单	(49)	模仿开发法	(65)
承兑交单	(49)	产品开发联想法	(65)
信用证	(49)	功能挖掘法	(65)
信用证的种类	(50)	传统特色挖掘法	(66)
信用证的支付程序	(51)	新产品的美化法	(66)
备用信用证	(51)	产品开发评估	(66)
银行保证函	(51)	产品开发生管理	(67)
分期付款	(51)	产品开发人员的能力和素质	(67)
延期付款	(51)	产品开发销售一貫制	(67)
协定记帐结算	(52)	产品开发的总趋势	(68)
各种支付方式的选择和结合使用	(52)	产品外观设计发展趋势	(68)
三、出口产品开发		战略替代材料开发趋势	(68)
产品开发的意义	(53)	塑料产品开发动向	(69)
产品开发遵循的原则	(53)	瓷砖开发新趋向	(69)
新产品及其特点	(54)	涂料产品开发动向	(70)
产品开发构想	(54)	制冷机械发展动向	(70)
新产品开发设想类型	(55)	汽车产品发展趋向	(70)
产品的个性设计	(55)	自行车开发动向	(71)
产品的美学功能	(55)	电视机开发动向	(71)
产品设计程序	(55)	电冰箱开发动向	(72)
产品的试制与鉴定	(56)	洗衣机开发动向	(72)
产品开发的组织	(56)	复印机开发动向	(72)
“3M”公司的产品开发探险队	(57)	缝纫机开发动向	(73)

民用灯具开发动向	(73)	目标市场的选择	(87)
眼镜发展趋势	(74)	国外消费者运动	(88)
石英手表发展动向	(74)	批发商的特征与类型	(88)
高级时装流行趋势	(74)	零售商的特征与类型	(88)
国际童装流行趋势	(75)	市场调查在产品出口中的作用	(88)
泳装设计趋向时装化	(75)	出口产品市场调查类型	(89)
国际服装布料流行趋势	(75)	出口产品市场调查内容	(89)
无纺产品开发趋势	(76)	海外市场调查的具体步骤	(90)
日本的香味纺织品	(76)	出口市场调查形式	(90)
日本风行“快睡商品”	(76)	出口市场普查与典型调查、重点 调查	(91)
化妆品流行趋势	(77)	市场直接调查法	(91)
世界玩具发展动向	(77)	抽样调查法	(91)
成人玩具大有发展前途	(78)	市场调查中的询问技术	(92)
世界食品新潮流	(78)	市场调查表的设计原则与步骤	(92)
快餐食品开发动向	(78)	出口市场调查报告的编写	(93)
开发素食前途广阔	(79)	出口市场商情预测	(93)
食品包装发展趋势	(79)	出口市场商情预测类型	(94)
茶叶产品发展趋势	(79)	出口市场商情预测内容	(94)
厨房用品开发趋势	(80)	商情预测的基本原理	(95)
需大力发展的 10 类轻工产品	(80)	出口市场商情预测的步骤	(95)
亟待开发的 12 类家用电器	(80)	商情预测中的统计、数学方法	(96)
我国轻工新产品开发动向	(81)	个人直观判断法	(96)
促进新产品开发的措施	(81)	集体经验判断法的分类	(97)
发展轻工产品的措施	(81)	专家调查法	(97)
国家重点支持发展的产品	(81)	国际市场经营	(97)
国家控制发展的 61 种产品	(82)	国际市场经营决策	(98)
发展劳动密集型产品的途径	(82)	市场策略的选择	(98)
乡镇企业产品开发方向	(82)	企业进行国际市场经济的意义	(99)
四、出口产品市场		国际市场竞争的内容	(99)
市场与市场作用	(83)	国际市场竞争的应变策略	(100)
市场的发展与类别	(83)	美国小企业的市场竞争术	(100)
资本主义市场及类型	(83)	消费品及其分类	(100)
国际市场的特征	(84)	消费品市场及特点	(101)
国际市场营销观念的发展	(84)	商品流通形式	(101)
国际市场经营组织	(85)	影响消费需求的因素	(101)
国际市场研究的内容	(85)	马斯洛层次需要理论	(102)
国际市场的供求矛盾	(85)	消费者的购买动机	(102)
卖方市场与买方市场	(86)	消费心理动机类型	(103)
国际市场的商业中介人	(86)	消费者心理特征与购买类型	(103)
国际市场环境分析	(86)	消费者的购买模式与习惯	(103)
国际市场细分化	(87)		

消费者购买行为分析	(104)	产品标准化战略	(117)
联想对购买行为的影响	(104)	产品的国际扩张战略	(117)
消费者购买程序	(105)	候鸟型经营战略	(118)
消费需求的类型和特征	(105)	竞争取胜的策略	(118)
对顾客的评估及标准	(106)	国际市场经营中的“适时攻击” 策略	(118)
时式流行商品及其发展规律	(106)	日本市场战略的新动向	(118)
社会购买力及其组成	(106)	对外营销中的权谋应用	(119)
美国零售商品分类	(107)	中小企业的六种发展类型	(119)
美国消费者的需求特点	(107)	企业经营顾问与企业诊断	(119)
美国消费市场的特点	(107)	出口产品的特性	(120)
美国市场的特殊要求	(108)	产品发展决策内容	(120)
美国有关入口商品的法令	(108)	出口产品发展的条件	(120)
美国百货公司的买卖季节	(108)	出口产品改变策略	(121)
向美国市场推销产品的方法	(108)	出口产品的淘汰	(121)
美国客商的付款方式	(109)	产品改变的内容与方法	(121)
在美国市场有竞争力的出口产品	(109)	国外的国际贸易公司	(122)
美国的出口工厂热	(109)	企业集团的发展与类型	(122)
美国主要进出口商品名次	(109)	组建企业集团要注意什么?	(122)
九十年代美国商业环境变化	(110)	风险企业	(123)
美国市场对中国产品的需求	(110)	风险企业的多角化经营策略	(123)
日本消费品市场发展趋向	(110)	风险企业的推销艺术	(124)
日本市场的消费动向	(110)	我国市场的价格体系	(124)
产品进入日本市场的诀窍	(111)	我国市场的价格种类	(125)
日本的“中年男士市场”	(111)	商品差价及类别	(125)
日本市场的行销渠道与行销模式	(111)	商品比价及类别	(126)
日本加工组装业的发展趋向	(112)	出口产品的价格	(126)
日本中小企业寻找发展的方法	(112)	制定出口产品价格的依据	(126)
日本的头脑产业	(112)	国际市场竞争价格类型	(127)
国际商会的职能与组成	(113)	出口产品的订价目标	(127)
日本的贸易组合	(113)	新产品的订价方法	(127)
中国机电产品进出口商会	(113)	国外市场订价方法	(128)
90年代世界畅销家电产品	(114)	心理订价策略	(128)
银发市场的需求趋向	(114)	折扣订价策略	(129)
国际市场对中国产品的需求	(114)	地理订价法的形式	(129)
海外市场开拓渠道	(114)	向美国客户报价的方法	(129)
五、出口产品营销		商品销售渠道	(129)
九十年代企业经营环境与经营 战略	(116)	国际销售渠道模式	(130)
国外公司的经营新观念	(116)	进出口中间商类型与特点	(130)
国际市场经营成功的条件	(116)	国际销售渠道的发展趋势	(130)
多国性产品战略	(117)	国际销售渠道的选择	(131)

国际销售渠道的分配策略	(131)	山多丽公司的经营观念与经营策略	(144)
对中间商的选择和管理	(132)	福特公司的竞争术	(145)
产品出口渠道的组成	(132)	索尼产品进入美国市场的技巧	(145)
产品间接出口的选择	(132)	麦克唐纳公司的经营术	(145)
产品直接出口类型	(132)	美国优秀公司的经营诀窍	(146)
推销员的任务与职责	(133)	苹果电脑公司的成功秘诀	(146)
国外推销员的类型	(133)	环球公司的成功术	(146)
成功的推销需具备的条件	(133)	法国名酒进入美国市场的诀窍	(146)
超级推销员的推销诀窍	(134)	日本厂商的“外围”进攻策略	(147)
AIDA 推销公式	(134)	飞利浦的经营管理	(147)
出口产品的寄售	(134)	松下的经营思想	(147)
“公关”推销术	(135)	英国小企业的成功经验	(147)
运动行销术	(135)	本田的“反求工程”	(148)
松下公司的销售术	(135)	成功经营者的信条	(148)
香港出口商的外销术	(135)	经营者的生意点子	(148)
英之杰的销售技术	(136)	广告的由来与发展	(148)
销售战略竞争	(136)	广告及其特征	(149)
南朝鲜中小企业的外销策略	(136)	广告的功能与作用	(149)
海外厂商销售推广术	(137)	广告媒体种类	(150)
日本式行销特点	(137)	广告媒体的选择	(150)
贸易展览推销法	(137)	广告公司的选择范围与标准	(151)
贝特杰的推销技巧	(138)	广告效果的评价和测定	(151)
IBM 的销售哲学	(138)	广告预算及方法	(152)
信用——经营者的第一生命	(139)	广告策略及选择	(152)
开拓新顾客的方法	(139)	广告设计技巧	(152)
引导销售法	(139)	广告文字技巧与形式	(153)
方便销售法	(140)	商标在产品出口中的作用	(153)
三大销售策略	(140)	出口产品的商标类别	(153)
强化销售术	(140)	商标设计要求	(154)
自助式销售法	(140)	出口产品文字商标设计技巧	(154)
综合式销售法	(141)	出口产品商标注册	(155)
“松下”的售后服务	(141)	出口产品商标策略的选择	(155)
国际贸易展览的类型与作用	(142)	怎样维护出口产品商标专用权	(156)
怎样参加国际贸易展览	(142)		
英之杰的外贸渠道	(142)	六、外向型经济	
阿里德的成功之道	(142)	对外开放	(157)
拉克的成功经验	(143)	外向型经济	(157)
沃尔顿的经营策略	(143)	外向型经济标志(指标)	(157)
丰田的“公关术”	(143)	外向型经济特征	(157)
西尔斯公司经营术	(143)	外向型经济类型	(157)
香港中小企业的经营策略	(144)	沿海经济的外向发展	(158)

外向型经济的发展模式	(158)	国际债券投资	(170)
经济特区	(158)	国际投资	(171)
沿海开放城市和经济技术开发区	(158)	国际承包工程	(171)
外向型企业	(159)	发包方式	(171)
吸引外商投资的方法	(159)	承包方式	(172)
鼓励中外合资企业投资的方向	(159)	招标程序	(172)
中外合资经营企业	(159)	投标和投标策略	(172)
中外合作经营企业	(160)	承包工程合同	(172)
外商独资经营企业	(160)	承包工程风险	(173)
利用外资的原则	(160)	承包工程资金管理	(173)
我国利用外资的主要形式	(160)	承包工程的经济效益	(173)
合资项目的选择	(161)	承包工程人员的派遣和招聘	(173)
合资项目可行性研究	(161)	国际劳务	(174)
外商直接投资项目协议、合同签订	(161)	国际劳务合作形式	(174)
合资企业合同	(161)	国际劳务合同	(174)
合资企业章程	(162)	国际咨询	(175)
合资项目审批程序	(162)	国际咨询程序	(175)
合资企业的组织形式	(162)	咨询公司	(175)
合资企业的资金筹措	(162)	补偿贸易	(175)
合资企业原材料供应	(162)	补偿贸易协议	(176)
合资企业产品的销售	(162)	补偿贸易偿还期	(176)
合资企业产品销售价格的确定	(162)	以进养出(又称“进料加工”)	(176)
合资企业的财务会计制度	(163)	来样加工	(176)
合资企业的外汇管理	(163)	来料加工	(176)
合资企业的劳动管理	(163)	来件装配	(177)
合资企业的利润分配	(163)	《关于加强综合管理促进对外 加工装配业务发展的意见》	(177)
国际金融市场的发展	(163)	租赁贸易	(177)
国际金融市场形成的条件	(164)	租赁贸易种类	(177)
国际金融的形式	(164)	租赁贸易合同	(177)
国外银行体系组成	(164)	国际租赁一般程序	(178)
国际货币基金组织	(165)	技术引进	(178)
国际货币基金组织贷款种类	(165)	国际技术贸易的方式	(178)
世界银行及其附属机构	(165)	国际技术贸易的特点与作用	(179)
区域性国际金融机构简介	(166)	技术引进的要求	(179)
政府贷款	(166)	引进技术的类型	(179)
银行贷款	(167)	消化、吸收引进技术的方法	(179)
国际金融机构贷款	(167)	引进技术的选择	(180)
国际贷款程序	(168)	技术引进合同条款	(180)
中国银行外汇贷款种类	(168)	许可证协议	(180)
中国银行外汇贷款的申请和审批	(169)	许可证协议内容	(180)
国际信托业务	(170)		

许可证贸易特点及类型	(180)	纺织工业发展动向	(194)
限制性条款	(181)	世界农业发展趋势	(195)
项目建议书内容要求	(181)	七、商务礼仪与商务谈判	
可行性研究报告内容要求	(181)	外国商人的生意经	(196)
专利	(182)	葡萄牙的商务礼俗	(196)
企业专利工作要求	(182)	比利时的商务礼俗	(196)
我国外贸体制改革内容	(182)	美国的临时商业签证	(196)
我国现行的外贸管理制度	(182)	瑞士的商务礼俗	(197)
外贸代理商及类型	(183)	拜访顾客时的礼仪	(197)
产业发展模式选择	(183)	商务活动中的喜好与忌讳	(197)
外贸生产企业	(184)	商务谈判的准备	(198)
外贸公司	(184)	商务谈判的计划过程	(199)
外向型商业的形式	(184)	商务谈判获得成功的条件	(199)
外贸企业的横向经济联合	(184)	提出谈判条件的形式	(200)
国际经济大循环与产品出口	(185)	谈判条件的磋商与对策	(200)
对外商限制投资的项目	(185)	讨价还价的策略	(200)
国外投资的形成与发展	(185)	谈判中时间的影响与作用	(201)
国外投资的类型	(186)	巧妙地掌握谈判的时机变化	(201)
国外投资市场分析	(186)	怎样听取对方的谈话	(201)
对海外投资及对策	(186)	处理反对意见的方法与技巧	(202)
海外投资的抉择	(187)	让步与妥协的技巧、时机与分寸	(202)
海外投资办厂的条件	(187)	谈判结束的条件与时机	(202)
跨国公司的产生与发展	(187)	商务谈判要素和谈判要点	(202)
跨国公司及其划分标准	(188)	商务谈判的以退为进术	(203)
跨国公司的经营特征	(188)	外贸谈判艺术	(203)
跨国公司的“联姻战略”	(189)	八、法律、法规简介	
工贸联营的形式及趋向	(189)	中华人民共和国对外经济贸易工作	
工贸联营及作用	(189)	的方针	(204)
能源工业发展动向	(190)	中华人民共和国宪法	(204)
交通运输产业发展动向	(190)	中华人民共和国中外合资	
邮电通讯产业发展动向	(190)	经营企业法	(204)
机械制造工业发展动向	(191)	中华人民共和国中外合作经营	
焊接机械工业发展动向	(191)	企业法	(205)
船舶工业发展动向	(191)	中华人民共和国涉外经济合同法	(206)
印刷工业发展动向	(192)	中华人民共和国海关法	(207)
世界食品机械工业发展动向	(192)	联合国国际货物销售合同公约	(210)
建筑产业发展动向	(193)	中华人民共和国进出口商品	
家具制造业发展动向	(193)	检验法	(211)
旅游船舶业发展动向	(193)	中华人民共和国国境卫生检疫法	(212)
环保工业发展动向	(194)	中华人民共和国专利法	(213)
医学产业发展动向	(194)	中华人民共和国商标法	(215)

广告管理条例	(217)	房产税	(227)
中华人民共和国外汇管理暂行		车船使用牌照税	(228)
条例	(218)	船舶吨税	(228)
中华人民共和国技术引进合同		进口调节税	(228)
管理条例	(220)	经济特区的税收优惠	(228)
外国商会管理暂行规定	(220)	沿海十四个港口城市经济技术开发区	
中国国际经济贸易仲裁委员会		税收优惠	(228)
仲裁规则	(221)	沿海十四个港口城市老市区	
对外经济开放地区环境管理		税收优惠	(229)
暂行规定	(223)	经济开放区税收优惠	(229)
对外经济贸易部关于做好执行销售合同		进口产品征、免税	(229)
公约准备工作的通知(摘录)	(224)	出口产品退税	(229)
税收法规	(224)	保税制度	(230)
产品税	(225)	对外加工装配和补偿贸易的税收	
增值税	(225)	优惠	(230)
工商统一税	(225)	国营企业对外承包税收优惠	(230)
关税	(226)	税收管辖权	(231)
印花税	(226)	国际间双重征税	(231)
中外合资经营企业所得税	(226)	税收抵免	(231)
外国企业所得税	(227)	税收饶让	(231)
个人所得税	(227)	国际税收协定	(231)

企业 与 产 品 名 录

一、钢铁·冶金

山西焦化厂	(232)
上海联合铜业有限公司	(232)
上海金属粉末材料厂	(232)
上海磁钢厂	(233)
上海市川沙唐镇铸钢厂	(233)
上海台铸金属有限公司	(233)
上海松江天马合金材料厂	(233)
上海不锈钢材料厂	(233)
宝山钢管镀锌厂	(234)
上海文教铅丝厂	(234)
上海钢铁工艺技术研究所	(234)
江苏无锡太湖锅炉厂(南泉)	(234)
辽宁省锦州铁合金厂	(234)
广州镀锌铁丝厂	(235)
长城特殊钢公司第三钢厂	(235)

二、化工机械·重型机械

上海华中锅炉厂	(236)
上海气体阀门总厂	(236)
上海压铸机厂	(236)
太原重型机械学院机器厂	(236)
沈阳风机厂	(237)
哈尔滨工业锅炉厂	(237)
江苏省无锡县江南橡胶机械厂	(237)
杭州重型机械厂	(237)
浙江双飞汽车齿轮箱集团公司	(237)
广东明珠球阀集团公司	(237)
湖北省沙市阀门总厂	(238)
广东有色冶金机械厂	(238)
中国江南航天工业总公司洪江机械配件厂	(238)
青海工程机械厂	(239)

三、轻工机械

航空航天工业部一院十五所	(240)
上海第一制药机械厂东海分厂	(240)
上海南周塑料机械厂	(240)

沈阳市发条厂	(240)
江苏省张家港市轻工机械厂	(240)
无锡县制钉机械厂	(241)
国营启东工业缝纫机三厂	(241)
南京曙光机械厂	(241)
山东省章丘鼓风机厂	(241)
国营温州印刷机械厂	(242)
浙江省诸暨市街亭医药模具厂	(242)
华侨大学教学实验机械厂	(242)
广东轻工业机械厂	(242)
顺德市塑料机械集团供销公司	(243)
四川省轻工机械厂	(243)
成都飞机工业公司大雁钣钳冲压厂	(243)
天水红山试验机厂	(243)

四、一般机械·纺织机械·农业机械

北京市西山孵化设备厂	(244)
北京长城瑞光给水机有限公司	(244)
上海浦江减速机厂	(244)
上海沪东纺织机械厂	(244)
上海二纺机股份有限公司	(245)
上海红星轴承厂	(245)
上海申环机械厂	(245)
上海动力电工机械厂	(245)
太原市喷灌公司	(246)
河北轧机轴承厂	(246)
大连液力机械总厂	(246)
江苏溧阳正昌粮油饲料机械总公司	(246)
太仓冷气机厂	(247)
中国人民解放军安徽省当涂县宁光食品机械厂	(247)
山东省烟台针织器材厂	(247)
山东省鱼台县机械制造厂	(247)
杭州链条总厂	(247)
浙江省上虞风机厂	(248)
杭州轴承厂	(248)
河南省商丘市粮油机械厂	(248)