

21 世纪经济学文库

微观国际贸易学

厂商如何开展对外贸易

石士钧 钟昌标 著

社会科学文献出版社

· 21 世纪经济学文库 ·

微观国际贸易学

厂商如何开展对外贸易

石士钧 钟昌标 著

社会科学文献出版社

图书在版编目(CIP)数据

微观国际贸易学:厂商如何开展对外贸易/石土均,钟昌标
著. —北京:社会科学文献出版社,2000.1

(21世纪经济学文库)

ISBN 7-80149-267-6

I. 微… II. ①石… ②钟… III. 国际贸易-经济理论
IV. F740

中国版本图书馆 CIP 数据核字(1999)第 73100 号

·21 世纪经济学文库·

微观国际贸易学

——厂商如何开展对外贸易



著 者: 石土均 钟昌标

责任编辑: 张景曾 屠敏珠

责任校对: 同 文

责任印制: 盖永东

出版发行: 社会科学文献出版社

(北京建国门内大街 5 号 电话 65139963 邮编 100732)

网址: <http://www.ssdph.com.cn>

经 销: 新华书店总店北京发行所

排 版: 北京中文天地文化艺术有限公司

印 刷: 北京四季青印刷厂

开 本: 850×1168 毫米 1/32 开

印 张: 11.5

字 数: 275 千字

版 次: 2000 年 1 月第 1 版 2000 年 1 月第 1 次印刷

印 数: 0001-5000

ISBN 7-80149-267-6/F·074

定价: 19.80 元

版权所有 翻印必究

序

改革开放以来，对外贸易活动已经成为中国经济增长的重大推动力，中国的外贸依存度亦有了迅速的提高。在这种背景下，认真学习借鉴和掌握国际贸易理论知识与经验，自然是广大经济工作者所迫切需要的。《微观国际贸易学——厂商如何开展对外贸易》一书的公开出版，不仅是我国国际贸易理论界的一项可喜成果，而且直接向广大厂商及外贸管理部门的干部提供了一本十分有益的著作。

该书的最大特色在于，它对国际贸易理论知识的阐述发挥，始终坚持从微观外贸厂商的基本视角出发，并致力于概括和提升相关的理论分析思路。应该说，这种写法在以往众多的国际贸易著作中似尚未见到过。因此，这种创新值得鼓励和肯定。

从这种基本视角出发，该书对相关的理论知识作了许多删减或补充。以理论篇为例，它详细阐述了国际贸易对于微观厂商具有静态、动态和社会三方面的利益；深入考察了贸易利益的众多来源，并借以指明一些流行的思想误区；多层次分析了微观厂商在外贸活动中的战略和策略；全面阐明了中国以往外贸优惠政策的不同类型和相异功能；等等。这些理论内容都是其他同类著作较少着力阐述甚至很少提及的。

该书在概括相关分析思路方面所作的努力也值得嘉许。就拿政策篇来说，无论是涉及关税壁垒和非关税壁垒的知识，还是介绍我国主要贸易对手的政策特点，抑或阐述世界贸易组织的重要

原则，它都以不少篇幅着眼于阐明微观厂商的相关思路或应对之策。可以看出，作者确实在这方面倾注了不少的心血。毫无疑问，这些思路或对策对外贸厂商有着颇多的启示作用。

综观《微观国际贸易学》全书，结构完整，内容厚实，较出色地构筑出它特有的论述框架，加之作者以通达流畅的文字将有关理论内容阐述得清楚明白，这就使得它十分易为广大厂长、经理及其他管理人员所理解和接受。可以相信，本书的出版将会受到商界人士的广泛欢迎。

鉴于此，我乐于为此书作序，并愿作者进一步勤奋努力，沿着这个理论探索方向作出更多的成绩。

李京文

1999年9月28日于北京

前 言

摆在读者面前的这本书，之所以定名为《微观国际贸易学》，实际上旨在表明，它是专门为微观贸易主体即从事对外贸易的厂商们而写的。这里讲的厂商，既指开展进出口业务的外贸公司，也包括进行出口商品生产和销售的企业。随着中国对外贸易的迅速发展，这些年来国内出版了许多国际贸易著作。除了专门的学术论著之外，它们可以分为两大类，即阐述基本理论知识或介绍实务操作的教材和普及读物。但是，综观林林总总的国际贸易著作，对那些从事外贸业务的厂长经理以及管理人员来说，却有隔靴搔痒之感，不能充分满足他们的实际需求。这是因为，一般教材和普及读物阐述外贸基本理论知识时，大都着眼于宏观经济角度来进行分析说明，并不能给予微观经济贸易运作以更多直接的指导和启示，而就事论事的实务知识介绍又缺乏应有的分析高度，无法以此来处置复杂多变的具体业务活动。

例如，一般国际贸易著作在论述国际贸易的意义和作用时，无非是从它可以互通有无、发挥比较优势、扩大生产规模和提高社会福利等方面着眼的。诚然，就宏观经济角度而言，国际贸易的这些好处是显而易见的。可是，它们对于微观经济主体未必具有实在的吸引力，从而无法使得厂商们树立起外贸活动较之国内贸易可能拥有更多赚钱机会的信念。这几年出口贸易面临较多困难时，许多外贸厂商转而主要经营国内贸易，应该说与此不无关系，所以，立足于微观经济主体的立场，并结合外贸利益来源的

深入剖析，来阐明从事对外贸易活动的积极作用和诸多好处，理应成为国际贸易著作的重要内容。

又如，一般国际贸易著作普遍都用大量篇幅介绍国际贸易政策的基本知识。了解和把握这些内容，自然是微观厂商有效开展外贸活动所不能缺少的。但必须看到，这些政策是由各国政府或相关宏观当局制定和实施的，微观厂商一般只能去遵守和适应它们，而不太可能去改变或取消它们。可是，恰恰在如何适应和对付它们这个关键问题上，一般国际贸易著作通常都不置一词，并没有给外贸厂商提供更多迫切需要了解的知识或思路。事实上，即便是贸易政策的介绍阐述，这类著作也显得比较原则笼统，没有涉及到中国主要贸易对手的政策特点和基本做法。可见，上述两方面知识的缺乏，自然会明显削弱微观厂商了解国际贸易政策内容的积极性。

再如，贸易实务的基本知识确实具有相当的实用价值，但对外贸厂商的主要决策者和管理者来说，它们还不是最为紧要的东西。他们最关注的是，如何以高屋建瓴的视野和严密可行的思路去驾驭这些实务知识，在具体业务操作中尽量少犯错误和多获成功。可现行的国际贸易实务著作大多数满足于一般知识的介绍，似难以胜任这类厂长经理们最为关切的“战略任务”。

显然，这两类著作都没有真正定位于微观经济主体的基本视角，并在外贸活动之分析思路的形成和提高上倾注主要精力，从而不可能对它们的经贸实践产生较大的启示和帮助。正是出于这样的基本认识和反思，我们感到有必要对国际贸易学的具体内容继续作些探索，并可形成微观国际贸易学这样一个具体分支。于是，我们就抱着一种探究的态度，以外贸厂商的决策层和主要管理人士（即厂长、经理和高级管理人员）为主要对象，撰写了这本试图有益于他们开展对外贸易的著作。

本书的正文共分 3 篇 13 章，先后从理论、政策以及外贸运

作3方面阐述了相关的基本知识，并力图从中引申出具有一定指导意义的理论认识和分析思路。

在理论篇，我们在继续保留原先的国际贸易学的部分理论分析（它们是微观外贸厂商必须很好掌握的）之外，还融合了少量通常被认为属于国际商务或市场营销的知识。不过更重要的是，我们在这里深入地阐述和发挥了不少的理论分析思路。例如，在本书关于贸易壁垒、出口鼓励政策和国际贸易环境的相关阐述中，甚至在介绍国际贸易的基本概念或术语这部分内容里，读者都能从中体会到或总结出诸多分析思路。更何况，其中有些理论认识更是直接针对中国外贸厂商普遍流行的决策思想和基本做法，而着力加以阐发的，意在帮助有些厂商树立正确的观念和思路，另外，本书关于外贸厂商的战略决策问题，作了多层面的详细阐述和深入剖析，想必会有利于相关分析思路的形成或提升。

在政策篇，除了有的放矢地介绍外贸政策运作的相关知识之外，我们还特别补充和加强了两方面内容的阐述：一是主要贸易对手政策运作的特点和我国厂商的应对之策，二是世界贸易组织的运作原则与发展前景以及中国厂商的应对之策。换一句话说，本书以大量篇幅阐明了，当发达国家利用本国的外贸政策和世贸组织的相关原则推行保护主义的时候，中国厂商应该采用哪些分析思路去从容地应对。例如，我们在这里就详细剖析了如何对付发达国家所谓“反倾销”做法的有关内容。此外，针对发达国家贸易壁垒的各种具体政策运作，本书还专门阐明了一些必要的应对思路或策略。这些都会对微观厂商起到启迪或揭示的积极作用。

在运作篇，我们仍然从外贸厂商决策层和主要管理人士的视角出发，突出了具体外贸运作中必须重视的主要环节，而不是面面俱到地叙述贸易实务的一般知识。在这里，我们尤其强调贸易运作中的两大关键问题。一个是如何签订好国际货物销售合同，

既可避免日后出现不必要的贸易纠纷和摩擦，又能防止陷入国际奸商设下的贸易陷阱。所以本书对此用了较多的篇幅，还专门讨论了签订买卖合同应予注意的一些重要环节。另一个是解决好货物买卖的交割问题，这就涉及到结算方式和货币交换的诸种情况，其中如何选择计价货币和储存货币更是值得特别关注的。本书就此阐述的一些思路和行为原则，应当是外贸厂商从事业务运作时严加遵循的。

必须看到，《微观国际贸易学》的书名可能会引起一部分读者的异议。我们注意到，西方国际经济学著作和国际贸易学著作一般都是从微观经济学的角度阐述国际贸易问题的，至少可以说它们主要或首先是这样做的。因此，就它们的视角而言，本书的基本提法似乎难以成立，起码是缺乏科学性的。然而，倘若我们深入地作些思考，便能看到这种异议的似是而非。

西方经济学作微观与宏观的区分，是基于这样一种理论考虑：前者主要研究经济资源的合理配置问题，后者讨论经济资源充分发挥效能的主题。宏观经济学是围绕各种总量关系来展开的，且它们必须经由宏观政策的实施和搭配加以调节；相对而言，微观主体的经济行为自然着眼于自身资源的合理配置，以追求自己的最大利益。这样就有了分别冠以“微观经济学”与“宏观经济学”的客观依据和必要性。然而，一定要看到，微观经济学涉及的分析内容，并不只是同微观经济主体相关。它是以供求分析和价格均衡所构筑的市场经济基本原理为基石的，可宏观当局难道不应该同样正视和遵循这些市场经济规律吗？再说，西方国际经济学涉及的贸易理论或国际贸易学研究的是实物经济，剔除了货币因素对于贸易各种影响的分析。加之作为一种纯理论分析，它们又有众多的限制条件。

这样一来，不仅西方微观经济学决不能与从微观经济主体视角出发所作的经济分析等量齐观，而且对于微观经济主体所需形

成的实际分析思路来讲，这类国际经济学和国际贸易学都有着明显的局限性。在这种背景下，我们撰写一部从微观贸易主体视角出发的国际贸易著作，冠之以“微观国际贸易学”的名称，自然不同于西方国际经济学关于微观分析的涵义，并且应该说是比较名副其实的。事实上，这种差异恰恰是我们试图通过本书的具体阐述加以体现甚至突出的。

还可能有人提出疑问，本书与国际商务类著作属于一种什么样的关系，其主要内容是否与后者雷同或相似。应当看到，“国际商务学”目前还只是一门尚未定型的不成熟的具体分支学科。从已经出版的一些较有影响的这类著作来看，它确实是围绕微观厂商的经济行为来展开研究分析的。不过，国际商务学一类著作的主旨在于，以跨国经营的基本规律和战略问题为重点，同时密切关注相关的诸种管理，来探讨微观厂商面对国际市场的各种经济行为。就它论述的具体内容而言，极少涉及国际贸易学领域的东西。

相反，《微观国际贸易学》则完全遵循着国际贸易学这门成熟的经济学分支学科的相关内容。所不同的是，它只是把研究视角转为从微观厂商的立场出发，并着力于阐述和提炼国际贸易活动的相关分析思路，进而扩充了不少微观厂商更为关注的国际贸易相关知识。因此，微观国际贸易学与国际商务学是界限十分清楚的两门不同的具体分支学科，尽管研究的视角都是微观经济主体，它们的论述内容却不存在雷同或相似的问题。读者只需浏览一下本书便可发现。除了第2章的少量阐述（主要在关于市场发展战略的一节）可能与国际商务学的相关阐述略有重迭之外，其余的绝大多数论述内容都是各不相同的。

还必须指出的是，考虑到中国大多数外贸厂商目前的经济学分析水平和实际的需要，本书的理论阐述基本上采取尽可能通俗易懂的文字叙述形式，不但没有应用什么数理公式，连简明直观

的几何图形也使用得极其有限。不过，这并不意味着这些理论阐述就一定缺乏数理分析和实证检验的必要支撑。在必要的时候，我们仍会采用更为周密严谨的形式（包括数理分析方法），以更多的篇幅来阐明和发挥本书的绝大部分理论内容。

诚然，由于篇幅所限以及其他一些原因，本书只是提出了微观国际贸易学的基本框架和主要内容，并对相关内容的分析思路作出了一些概括和提炼。从严格的意义上讲，很多方面深入的理论发挥和全面的思路提炼，我们还没有来得及去做或者做得不够好。因此，我们衷心地希望，本书的公开出版能够给中国外贸厂商提供一些启发和帮助，为中国对外贸易的顺利开展尽些绵薄之力，同时可以得到广大读者的宝贵批评和建议，以利于进一步的修改和完善。

作 者

1999 年 9 月

目 录

序	李京文
前 言	1

第一部分 理 论 篇

第一章 导 论	3
第一节 国际贸易的含义和基本术语	3
一、国际贸易的含义	3
二、国际贸易的基本术语	4
第二节 国际贸易的分类和特点	11
一、国际贸易的主要分类	11
二、国际贸易的主要特点	14
第三节 国际贸易的作用	18
一、对外贸易的静态利益	18
二、对外贸易的动态利益	19
三、对外贸易的社会利益	22
第四节 国际贸易的利益来源	24
一、来自比较优势	24
二、来自差别性优势	26
三、来自规模经济	27
四、来自进口贸易	28

五、片面的贸易利益观	29
第二章 国际市场	32
第一节 国际分工	32
一、国际分工的含义	32
二、国际分工的影响因素	33
三、国际分工的类型和作用	36
第二节 国际市场与商品价格	38
一、国际市场的含义和特征	38
二、国际市场的贸易规范	40
三、国际市场价格	43
第三节 国际市场发展战略	46
一、厂商的外贸发展战略	46
二、市场开发战略	50
三、产品开发战略	54
第三章 国际贸易政策	58
第一节 国际贸易政策类型及其选择	58
一、贸易政策的内容和类型	58
二、贸易政策的选择依据	59
三、中国外贸政策的走向	63
第二节 贸易壁垒简析	65
一、贸易壁垒的种类和作用	65
二、关税壁垒的效应分析	68
三、非关税壁垒的效应分析	72
第三节 鼓励出口措施简析	75
一、“出口优惠政策”简析	75
二、“经济特区政策”简析	76

三、“外汇倾销效应”简析·····	78
四、“商品低价竞销”简析·····	81
第四章 国际贸易环境 ·····	83
第一节 当今世界经贸基本格局 ·····	83
一、世界经济基本格局的特点 ·····	83
二、当今国际贸易格局的特点 ·····	87
第二节 国际贸易的组织环境 ·····	89
一、世界贸易组织的特点 ·····	89
二、加入世界贸易组织的意义 ·····	92
三、世贸组织与对外开放 ·····	95
第三节 国际贸易的金融环境 ·····	99
一、当今国际金融格局的特点 ·····	99
二、汇率风险及其对策·····	102

第二部分 政策篇

第五章 贸易政策运作概述（上） ·····	109
第一节 关税政策·····	109
一、关税的含义和种类·····	109
二、倾销与反倾销·····	115
三、关税的征收·····	121
四、海关税则及通关手续·····	125
第二节 非关税壁垒·····	129
一、进口配额制·····	129
二、“自动”出口配额制 ·····	132
三、进口许可证制·····	135
四、技术性贸易壁垒·····	136

五、海关程序·····	139
六、外汇管制·····	141
七、其他主要种类·····	143
第六章 贸易政策运作概述（下） ·····	147
第一节 鼓励出口措施·····	147
一、出口信贷·····	147
二、出口信贷国家担保制·····	149
三、出口补贴·····	149
四、外汇倾销·····	151
五、促进出口的组织措施·····	151
六、经济特区措施·····	152
第二节 出口管制措施·····	154
一、出口管制的对象和形式·····	154
二、出口管制的程序·····	157
第三节 经济一体化·····	158
一、经济一体化的含义和类型·····	158
二、经济一体化的现状和趋势·····	160
第七章 贸易政策与厂商运作 ·····	163
第一节 关税壁垒与厂商运作·····	163
一、关税对外贸厂商的影响·····	163
二、应对关税的价格策略·····	164
三、普惠制的运作·····	164
四、最惠国原则的运作·····	166
五、减轻反倾销关税的策略·····	167
第二节 非关税壁垒与厂商运作·····	169
一、应对非关税壁垒的一般思路·····	169

二、应对配额限制的运作思路·····	170
三、应对技术壁垒的运作思路·····	171
四、应对绿色壁垒的运作思路·····	172
第三节 出口鼓励政策与厂商运作·····	173
一、财政鼓励措施与厂商运作·····	173
二、政府产业政策与厂商运作·····	174
三、政府出口组织措施与厂商运作·····	175
第四节 经济一体化与厂商运作·····	176
一、一体化对外贸厂商的影响·····	176
二、应对一体化的对策思路·····	178
 第八章 世界主要国家的外贸政策措施·····	180
第一节 美国的外贸政策措施·····	180
一、外贸政策的主要特点·····	180
二、出口贸易措施·····	181
三、进口贸易措施·····	183
四、“301 条款”·····	185
五、对华贸易政策·····	186
第二节 日本的外贸政策措施·····	191
一、外贸政策的基本倾向·····	191
二、出口贸易措施·····	192
三、进口贸易措施·····	193
四、对华贸易政策·····	193
第三节 欧盟的外贸政策措施·····	195
一、进出口贸易政策措施·····	195
二、对华贸易政策·····	197
第四节 俄国的外贸政策措施·····	198
一、进出口贸易政策·····	198

二、对华贸易政策·····	199
第五节 亚洲“四小龙”的外贸政策措施·····	200
一、外贸政策的共同特点·····	200
二、新加坡的贸易政策措施·····	201
三、韩国的贸易政策措施·····	202
四、台湾省的贸易政策措施·····	204
五、香港特区的贸易政策措施·····	205
第六节 主要国家贸易政策与中国厂商运作·····	206
一、关于美国·····	206
二、关于欧洲联盟·····	209
三、关于日本·····	210
四、关于其他地区·····	212
 第九章 世界贸易组织与厂商运作·····	214
第一节 世界贸易组织·····	214
一、WTO 的产生·····	214
二、WTO 协议·····	216
三、WTO 的基本原则和作用·····	217
第二节 WTO 对中国厂商的影响·····	222
一、中国与关贸总协定·····	222
二、加入 WTO 对厂商的影响·····	224
第三节 WTO 与行业对策·····	226
一、厂商的一般思路·····	226
二、WTO 与中国的农业·····	228
三、WTO 与中国的机电业·····	231
四、WTO 与中国的纺织业·····	234
五、WTO 与中国的服务业·····	236