

工业外贸实用系列教材

对外工业贸易概论

主 编 杨念梅

副主编 孟步瀛



北京航空航天大学出版社

对外工业贸易概论

主 编 杨念梅

副主编 孟步瀛

北京航空航天大学出版社

(京)新登字166号

内 容 简 介

本书结合对外工业贸易的特点,全面分析了国际市场的基本情况,包括对外政体分析、法律、文化、贸易政策、市场策略、科技、金融、技贸、管理等多方面内容。书中还分析了开拓国际市场的基本方法,阐述了国际贸易的基本原理,并有案例。

本书可供大、专院校非工业外贸专业教学用,还可适用于企业高级管理干部出国前预培训,其他各级管理干部工业外贸培训教材及参考阅读资料。

对外工业贸易概论

DUIWAI GONGYEMAoyi GAILUN

主编 杨念梅 副主编 孟步瀛

责任编辑 陶惠文

北京航空航天大学出版社出版

新华书店总店科技发行所发行 全国各地书店经售

北京密云华都印刷厂印装

850×1168 1/32 印张: 11.5 字数: 309 千字

1991年10月第一版 1991年10月第一次印刷 印数: 10000册

ISBN 7-81012-250-9/F·009 定价: 6.00 元

丛书编委会成员

顾问 倪益瑾

主任 顾昌耀

副主任 徐光智

委员 (以姓氏笔划为序)

任荣明 杨念梅 官焕久

顾昌耀 徐光智 高文志

丛书书目

- 《对外工业贸易概论》
- 《工业商品外贸实务》
- 《当代国际经济合作》
- 《实用国际贸法》
- 《实用工业外贸英语会话》

序

在中国共产党十一届三中全会的路线和方针指引下，八十年代我国对外经济贸易取得了突破性进展，工业制成品的出口增长很快，机电产品出口的发展令人瞩目。九十年代，我国为实现国民经济发展第二步战略目标，将进一步扩大对外开放的范围，加快对外开放的步伐，机电产品等附加价值较高的商品的出口将继续迅速发展，出口商品结构将进一步改善。我们面临的是一个崭新的发展阶段。为了完成历史赋予我们的神圣使命，在坚定不移执行对外开放政策中，推动我们工业产品走向世界，就必须造就一大批德才兼备的、既懂外贸、又懂技术的复合型工业外贸人才。当前，工业外贸人才奇缺，严重制约着我国对外经济贸易的发展。近几年国家十分重视工业外贸人才的培养，采取各种措施，通过各种途径，加强各类外贸人才的培养。大专院校开设了工业外贸专业，培养本科生、双学位生和研究生；国务院机电产品出口办公室在全国分地区设立了若干机电外贸人才培训中心，对在职人员进行培训；对机电产品出口企业的决策层人员，还选送一部分到国外结合贸易实践和考察进行培训；各部门，各地方也有计划举办了各种短期培训班，对外贸公司和出口生产企业的各类干部进行培训。这些都取得了较好的效果。为了继续推动工业外贸人才培训工作的进行，我们组织了有关大学的专业教师编写了《工业外贸系列实用教材》。

这套丛书是各院校在多次教学实践的基础上经过认真总结，并博采国内外同类教材之所长进行编写的。编者均有多年教学经验，有一些是在国外深造过的。教材内容结合工业外贸特点，资料较新，针对性强，有较强的实用性；教材的文字简练、通俗易懂，是一部翔实、全面、新颖的工业外贸系列丛书。本系列教材适用面广，既可作大专院校工业外贸专业本科教材使用，也可作长、短期培训教材，还可供涉外企业的各级干部及大专院校师生阅读。

愿这套系列教材在推进我国对外经济技术合作与交流中发挥应有的作用。这就是从事和关心这套丛书编辑与出版的人们的初衷。

国务院机电产品出口办公室副主任

倪益瑾

一九九一年五月

前 言

随着我国改革开放政策的执行，经过“六五”、“七五”对外贸易的实践，在贸易政策、贸易措施、贸易体制、进出口贸易结构等方面均有很大进展。尤其是机电产品的出口比例有了根本性改变。各行各业中从事外贸工作的人员日益增加，需要尽快了解有关外贸的全面知识。本教材是在长期教学、培训实践的基础上，以开拓、了解国际市场的基本线索编写的。特点是：

1. 有较宽的外贸知识面，通过阅读可了解对外工业贸易的全貌。

2. 注意实用性。各章中尽量结合案例分析，书中的最后一章为全书的实例。

3. 注意适时性。我国机电产品出口战略反映的是近年的措施。数据、资料尽量采用近期信息。

4. 注意跟踪国际贸易的新问题。如注意了科技对外贸的影响，国际企业文化的引入等。

本教材可作为本科生非工业外贸专业的教学用；还可作各级管理干部工业外贸短期培训教材；高级干部（厂长、经理）出国前培训教材及各级干部工业外贸知识参考教材。

本书参考了其他著作（见附录），在此向这些作者致意，并对给予编写和出版工作帮助的所有同志表示衷心感谢。

本书撰稿人（以章为序）如下：

第一章 洪家庆、弋辉；第二章 帅正彬；第三章 杨念梅；第四章 倪正常；第五章 顾昌耀；第六章 覃立新；第七章 焦燕；第八章 孟步瀛；第九章 陈良猷；第十章 杨念梅、孟步瀛；全书由杨念梅、孟步瀛统稿。

由于时间仓促，水平有限，错漏之处在所难免，敬请批评指正。

编 者

1991年6月

目 录

第一章 国际贸易政策和我国机电外贸

§ 1-1 国际贸易的基本概念.....	(1)
一、国际贸易的定义	(1)
二、国际贸易的分类	(2)
三、常用的国际经济贸易名词简介	(6)
§ 1-2 国际贸易的措施及政策.....	(8)
一、关税的概念	(8)
二、关税的种类	(9)
三、关税的征收	(13)
四、非关税壁垒	(14)
五、奖励和限制出口的措施	(16)
六、贸易条约及贸易协定	(19)
七、关税及贸易总协定	(19)
§ 1-3 我国的对外贸易政策.....	(21)
一、对外开放与我国的对外贸易	(21)
二、社会主义初级阶段我国的进出口贸易	(25)
§ 1-4 我国机电产品出口发展战略.....	(28)
一、我国机电产品出口面临的经济环境.....	(28)
二、我国机电产品出口发展战略的指导思想和战略目标	(33)
三、实现机电产品出口战略目标的措施保证	(38)

第二章 商品进出口合同的签订和贸易方式简介

§ 2-1 合同中的品质、数量和包装条款.....	(43)
一、品质	(43)
二、数量	(45)
三、包装	(46)
§ 2-2 价格条款.....	(47)
一、贸易术语	(48)

二、三种常用的贸易术语	(49)
三、合同中的价格条款	(54)
四、出口商品价格的确定	(55)
§ 2-3 国际贸易运输和保险	(57)
一、外贸运输	(57)
二、进出口货物运输保险	(61)
§ 2-4 合同中的支付问题	(64)
一、支付工具	(65)
二、支付方式	(67)
三、买卖合同中的支付条款	(73)
§ 2-5 商检、索赔、仲裁及不可抗力	(73)
一、商检	(73)
二、索赔与理赔	(75)
三、仲裁	(75)
四、不可抗力	(76)
§ 2-6 交易磋商	(77)
一、询盘	(77)
二、发盘	(77)
三、还盘	(78)
四、接受	(79)
五、签订合同	(80)
§ 2-7 贸易方式	(80)
一、补偿贸易	(80)
二、加工贸易	(81)
三、包销	(81)
四、代理	(82)
五、寄售	(83)
六、租赁贸易	(84)

第三章 开拓国际市场的策略

§ 3-1 营销学的形成和发展	(87)
一、什么是营销学	(87)

二、营销学的演进和企业经营观点的变化	(88)
三、营销学在生产与流通过程中的作用	(89)
四、营销学在经营管理上的应用	(90)
§ 3-2 国际市场分析	(92)
一、国际市场分析	(92)
二、购买者行为分析	(97)
三、市场细分和目标市场选择	(107)
§ 3-3 国际销售组合策略	(112)
一、产品策略	(113)
二、出口销售中的定价策略	(122)
三、国际营销中的渠道策略和促销策略	(131)

第四章 外汇与证券

§ 4-1 引言	(139)
§ 4-2 外汇和汇率	(141)
一、外汇的概念	(141)
二、外汇汇率	(142)
三、硬币和软币	(144)
四、人民币汇率	(144)
§ 4-3 外汇业务	(145)
一、即期业务和远期业务	(145)
二、即期汇率和远期汇率	(146)
三、套汇	(148)
四、投机	(151)
五、期权交易	(153)
§ 4-4 证券市场	(154)
一、证券的概念	(154)
二、债券	(154)
三、债券的利率	(156)
四、股票	(157)
五、股票市场	(158)
六、股票价格指数	(161)

§ 4-5 旅行支票和信用卡	(162)
----------------------	-------

第五章 技术进步对国际贸易的影响

§ 5-1 技术进步对经济增长的作用	(164)
一、技术进步与经济增长关系的理论	(166)
二、当代技术进步的一些特点	(172)
§ 5-2 高技术对国际经济的影响	(174)
一、高技术的概念、内容及其特征	(174)
二、高技术对经济发展的影响	(180)
三、我国高技术的开发计划与措施	(182)
§ 5-3 技术转移	(183)
一、技术转移的内容基本要素及其利益机制	(183)
二、有偿的技术转移过程中技术选择与决策	(188)
三、技术转移的管理问题	(199)

第六章 国际技术贸易的概念与实务

§ 6-1 国际技术贸易的概念	(203)
一、技术的含义	(203)
二、技术转让	(204)
§ 6-2 专利、商标与专有技术	(205)
一、专利	(206)
二、商标	(211)
三、专有技术	(216)
§ 6-3 许可贸易	(217)
一、许可贸易的含义、范围及种类	(218)
二、许可合同主要内容简介	(221)
§ 6-4 技术出口概论	(225)

第七章 涉外经济法基础

§ 7-1 概述	(227)
一、涉外经济法的概念和调整对象	(227)
二、我国涉外经济立法概况	(228)
三、西方资本主义国家的法律体系	(229)

§ 7-2 涉外经济合同法.....	(230)
一、涉外经济合同	(230)
二、涉外经济合同成立的要件	(231)
三、无效的涉外经济合同及其处理	(233)
四、违约的救济方法	(234)
五、不可抗力及其处理	(236)
§ 7-3 中外合资经营企业法.....	(238)
一、中外合资企业	(238)
二、合资企业是国际投资中的重要形式	(238)
三、举办合资企业前期应注意的两个问题	(239)
四、合资企业的法律性质	(242)
五、举办合资企业需要的法律文件	(244)
六、设立合资企业的程序	(245)
七、合资企业的借贷资金	(246)
八、合资各方的出资方式	(247)
九、合资企业的终止	(248)
§ 7-4 中外合作经营企业法.....	(249)
一、中外合作企业	(249)
二、举办合作企业的优点	(249)
三、合作企业的法律性质	(250)
四、合作企业的分配方式	(251)
五、外方资本的回收	(251)
六、合作企业的管理方式	(252)

第八章 企业文化与外贸

§ 8-1 企业文化理论的研究与形成.....	(254)
一、企业文化理论是在美、日比较管理学研究中形成的	(254)
二、关于企业文化理论的研究	(256)
三、企业文化热是科技迅猛发展和管理理论深入研究的必然	(258)
§ 8-2 企业文化的含义、特征及要素.....	(259)
一、企业文化的含义	(259)

二、企业文化的一般特征	(259)
三、企业文化的要素	(260)
§ 8-3 企业文化的功能与重要性	(265)
一、企业的功能	(265)
二、企业文化的重要性	(266)
§ 8-4 企业的核心——价值观	(267)
一、价值观的概念与特点	(267)
二、价值观的形成	(269)
§ 8-5 企业文化建设	(270)
一、美国的企业文化建设	(271)
二、日本企业文化建设	(272)
§ 8-6 企业文化与外贸	(273)
一、熟知外方的企业文化能促进外贸发展	(274)
二、良好的企业文化有利于在国际上建立公司形象	(275)

第九章 中、美、日企业管理比较

§ 9-1 管理的实质与面临的难题	(278)
一、管理的实质	(278)
二、企业管理中面临的难题	(280)
§ 9-2 当前我国企业的外部环境分析与对策	(283)
一、宏观管理的重点	(283)
二、中观管理的重点	(286)
三、微观管理的重点	(289)
§ 9-3 企业的素质	(289)
一、素质的概念	(289)
二、成功企业领导人的素质	(290)
三、成功的领导班子的素质	(297)
四、美国成功企业的一些经验	(299)
五、成功企业所需具备的素质	(302)
§ 9-4 企业的运行机制与管理标准	(305)
一、企业的运行机制	(305)
二、管理标准	(307)

§ 9-5 管理的发展动向与比较研究	(308)
一、管理的发展方向	(308)
二、新技术革命对企业管理发展趋势的影响	(309)
三、中外管理的比较研究	(310)

第十章 如何同美国人做生意

§ 10-1 美国的经济概况	(315)
一、人口	(315)
二、国民生产总值	(316)
三、美国对外贸易情况	(316)
四、美国的主要行业	(318)
五、美国产业结构的变化	(319)
§ 10-2 美国的市场特征	(320)
一、美国是当今世界容量最大的市场	(320)
二、美国机电产品市场特征	(322)
三、美国的商业习惯	(324)
四、美国人的消费心理和行为特征	(325)
五、中国对美机电产品出口情况	(326)
§ 10-3 美国政府机构及其对经济的影响	(327)
一、美国的政府机构	(327)
二、美国联邦政府对经济的干预和影响	(328)
§ 10-4 在美国做生意的法律、税收问题	(333)
一、美国的法律系统	(333)
二、对外国商人商务所涉及的主要法律和限制	(334)
三、美国的税收	(337)
§ 10-5 美国的银行金融系统和发展企业的集资方式	(341)
一、美国的银行金融机构	(341)
二、美国发展企业的集资方式	(343)
§ 10-6 美国中小企业的发展状况	(346)
一、小型企业的概念	(346)
二、美国政府扶植小企业的政策和措施	(348)
参考书目	(351)

第一章 国际贸易政策和 我国机电外贸

一个企业要参与对外贸易往往分两个阶段，一是把适销对路的产品打出去，二是到国外去办企业。在这些对外贸易活动中，了解国际贸易政策和我国对外贸易政策是极其重要的。在适应国内外政策的基础上抓住机会，发展产品、打开市场、搞活渠道、扩大销售活动，就能使我国的外贸事业得到发展。

本章分二部分内容：一是国际贸易的基本概念，其中着重分析了关税壁垒和非关税壁垒等政策措施。二是我国对外贸易，其中重点而详细地叙述了我国机电产品出口的经济环境、指导思想 and 措施保证，它全面反映了我国机电产品的出口发展战略。

§ 1-1 国际贸易的基本概念

一、国际贸易的定义

国际贸易就是国家与国家或者与地区之间的贸易关系。广义的提法是它包括了商品、资本、技术和劳务的国际交换活动，或说是研究更加充分有效地利用世界上有限的资源。

我国常用的定义是：国际贸易是各个国家在国际分工的基础上相互联系的主要形式，并反映了它们在经济上的相互依赖。从

政治经济学研究国际贸易则可定义为“研究商品（包括劳务）在流通领域内的生产关系及有关的上层建筑发展规律的科学”。

二、国际贸易的分类

国际贸易的分类可以从多种角度来划分。

1. 从商品流动的角度来区分，可分为

(1) 出口贸易 (Export Trade)

如图 1-1 所示，将A国生产和制造的商品运往B 国销售，则称A国向B 国的出口贸易。输入本国的商品再输出时则称复出口 (Re-export Trade)。

(2) 进口贸易 (Import Trade)

图1-1中，B国接受A国商品在国内市场销售即称进口贸易。输出国外的商品再输入本国时，称为复进口 (Re-Import Trade)。

(3) 过境贸易 (Transit Trade)

凡在A国欲销往B国的商品要经过C国国境，则对 C 国而言就是过境贸易，见图1-2所示。

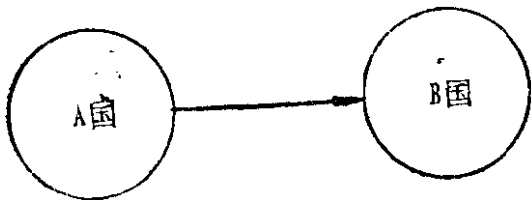


图1-1 进出口含义

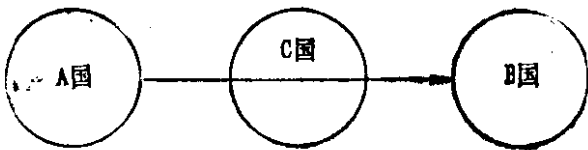


图1-2 过境贸易

当某国同一种商品既有出口也有进口时，如出口量大于进口量则称净出口 (Net Export)；反之，出口量小于进口量时称为净进口 (Net Import)。

2. 从国境和关境来划分进出口，可分为

(1) 总贸易 (General Trade)

一类国家划分进口和出口是以国境为标准。凡进入国境的商