

走出国门系列

国际市场



华龄出版社

走出国门系列丛书

LD/91/12

国 际 市 场

华 龄 出 版 社

1994 年 2 月

(京)新 登 记 068 号

责任编辑 钱溪明

李凌刚

封面设计 张宝生

国 际 市 场

王亚星 编著

出版发行 华龄出版社

(北京西城区小乘巷 21 号 邮编 100035)

经 销 新华书店

印 刷 北京市通县永乐印刷厂

787×1092 毫米 32 开 11.5 印张 240 千字

1994 年 2 月 第一版 1994 年 2 月 第一次印刷

印 数:1—6000 册

ISBN 7—80082—301—6/F·1

定 价: 8.00 元

走出国门系列丛书
编辑委员会

主 编 李金轩

副主编 铁 源 黄国雄

编 委 王亚星 王 卯

郭国康 赵晓耕

张春生 何 平

赵景侠 钱溪明

李凌刚

前 言

《国际市场》一书是为适应我国对外经济贸易发展的新情况、新形势而编写的。中共“十四”大提出了建立社会主义市场经济这一经济发展的总体目标，为我国进一步对外开放确立了大政方针，对我国的对外经济贸易发展提出了更高的要求。恢复关贸总协定缔约国地位的工作正在紧锣密鼓，复关势在必行，这是促进我国对外经济贸易发展的外部条件。这一切都要求我们必须认识国际市场，并掌握其运行规律。

改革开放十几年来，我国的对外经济贸易取得了显著的成效，对外贸易排名世界第十一位，已经步入了世界贸易大国的行列。与此不相适应的是人们对国际市场还缺乏了解和认识。首先，由于我国的外贸体制尚需进一步改革，国内企业直接面向国际市场的局面还没有打开，对外贸易仍然是少数部门和少数企业的事情。其次，我国外贸的国际区域仍很有限，主要集中于日本市场、美国市场、欧共体市场、东南亚市场、港澳台市场等，同其他区域市场的贸易交往很少，有些市场根本没有打开，对其也不够了解。因此，许多人只了解局部的国际市场而不了解整体的国际市场。第三，人们的文化素质还很低，大多数人不懂世界地理，不知道世界经济贸易发展的基本情况，甚至连一些最基本的国际知识也都知之甚少。因此，人们不可能对国际市场有深刻的认识。这些情况同加快我国改革开放，扩大对外经济贸易的步调是不一

致的。因此，无论是从事外贸、外事的专业人员还是非专业人员，都必须掌握有关的国际市场知识乃至国际各方面的知识。

本书共分二十二章及四个附录，分别介绍了国际纺织品市场、国际机械产品市场、国际电子产品市场、国际金融市场、国际期货市场、欧共体市场、北美市场、日本市场、东南亚市场、港澳台市场、澳新市场、中东市场、北欧市场、独联体市场、东欧市场、拉美市场、非洲市场的市场环境与发展状况，并对我国同这些市场的贸易关系、存在的问题进行了介绍和分析，提出了相应的对策。并以一章及四个附录介绍了国际商务惯例与商业风俗，以帮助人们对其进行了解。

本书各章节的编写者为：王亚星（前言、第二十二章）、陈道富（第一章）、贾伟（第二章）、王晓明（第三章）、李民（第四章）、邓国宏（第五章）、邢怀丽（第六章）、褚琳（第七章）、高伟（第八章）、牟效毅（第九章）、王在伟（第十章）、张乐民（第十一章）、祖震（第十二章）、童辉（第十三章）、曾荣芳、宋岩（第十四章）、李先国（第十五、十六、十七章）、顾继军（第十八、十九章）、杨晶（第二十、二十一章）、张华（附录）。本书的全部章节由王亚星统一修改并最后定稿。由于我们的水平有限，还望广大读者批评指正。

编 者

1993 年 12 月

于中国人民大学

目 录

第一章	国际市场概说	1
第一节	国际市场概述	1
第二节	国际市场的特点及发展趋势	5
第三节	国际市场的营销对策	9
第二章	国际纺织品市场	14
第一节	国际纺织品市场的发展及现状	14
第二节	国际纺织品市场特点	17
第三节	我国纺织品贸易状况及对策	22
第三章	国际机械产品市场	30
第一节	国际机械产品市场现状	30
第二节	国际机械产品市场特点	32
第三节	我国机械产品进出口状况及对策	36
第四章	国际电子产品市场	45
第一节	国际电子产品市场的发展趋势	45
第二节	国际电子产品市场特征	47
第三节	我国电子产品进出口状况及发展对策	49
第五章	国际农产品市场	55
第一节	国际农产品市场现状	56
第二节	国际农产品市场特点	60

第三节	我国农产品进出口状况及发展趋势	66
第六章	国际技术市场	72
第一节	国际技术市场的发展及趋势	72
第二节	国际技术市场的特点	77
第三节	我国技术进出口的状况	79
第四节	我国技术引进的发展战略	81
第七章	国际劳务市场	86
第一节	国际劳务市场的地理分布	86
第二节	国际劳务市场的发展趋势	90
第三节	我国劳务输出的发展及问题	94
第四节	大力发展我国劳务输出的指导思想	97
第八章	国际金融市场	101
第一节	国际金融市场的分布状况	101
第二节	国际金融市场的发展态势	107
第三节	国际金融市场的最新金融工具	109
第四节	建立和完善我国金融市场与利用外资	110
第九章	国际期货市场	117
第一节	国际商品期货市场	117
第二节	国际金融期货市场	122
第三节	国际期权市场	129
第四节	我国期货市场的培育	130
第十章	欧洲共同体市场	133
第一节	欧洲共同体市场的自然条件与贸易环境	133
第二节	欧洲共同体市场与我国的经济贸易关系	137

第三节 我国商品出口欧共体 市场存在的障碍与对策·····	142
第十一章 北美市场·····	148
第一节 北美市场的形成与扩大·····	148
第二节 北美市场的自然条件与贸易环境·····	153
第三节 我国产品打入北美市场的渠道与策略·····	162
第十二章 日本市场·····	169
第一节 日本市场的自然条件与贸易环境·····	169
第二节 中日贸易关系的发展及问题·····	174
第三节 中日贸易发展战略·····	179
第十三章 东南亚市场·····	182
第一节 形成中的东盟自由贸易区·····	182
第二节 东盟市场的自然条件和贸易环境·····	185
第三节 东盟市场与我国的贸易关系·····	191
第十四章 港澳台市场·····	193
第一节 港澳台市场的自然条件与贸易环境·····	193
第二节 港澳台市场同大陆的关系·····	198
第三节 如何充分利用港澳台市场·····	201
第十五章 澳新市场·····	206
第一节 澳新市场的自然条件与贸易环境·····	206
第二节 澳新市场与我国的贸易关系·····	212
第三节 我国产品打入澳新市场的障碍及对策·····	216
第十六章 中东市场·····	221
第一节 中东市场的自然条件与贸易环境·····	221
第二节 中东市场的特征·····	228

第三节 我国产品打入中东市场的渠道·····	231
第十七章 北欧市场·····	235
第一节 北欧市场的自然条件与贸易环境·····	235
第二节 北欧市场与我国的贸易关系·····	241
第三节 北欧市场与我国现存的贸易障碍及对策·····	244
第十八章 独联体市场 ·····	248
第一节 独联市场的自然条件与贸易环境·····	248
第二节 独联体国家与我国的贸易关系·····	256
第三节 独联体市场现存的问题及我们的对策·····	260
第十九章 东欧市场·····	265
第一节 东欧市场的自然条件与贸易环境·····	265
第二节 东欧市场的特征·····	271
第三节 东欧国家与我国的贸易关系·····	273
第二十章 拉美市场·····	277
第一节 拉美市场的自然条件与贸易环境·····	277
第二节 拉美国家同我国的贸易关系·····	283
第三节 进一步开拓拉美市场的战略·····	287
第二十一章 非洲市场 ·····	291
第一节 非洲市场的不平衡发展状况·····	291
第二节 非洲各区域市场与我国的贸易关系·····	297
第三节 开拓非洲市场的战略与方式·····	300
第二十二章 国际商务惯例·····	304
第一节 国际商务惯例的范畴·····	304
第二节 国际贸易惯例·····	306
第三节 国际贸易管理惯例·····	314

附一： 大洋洲商业风俗.....	319
1. 大洋洲礼仪	319
附二： 欧美商业风俗	322
1. 社交礼仪	322
2. 商业风俗.....	327
3. 欧美各国的节假日	334
附三： 亚洲商业风俗	337
1. 东亚商俗	337
2. 东南亚商俗	342
3. 南亚商俗	344
附四： 非洲、中东商业风俗.....	347
1. 非洲礼仪	347
2. 中东商俗	349

第一章 国际市场

第一节 国际市场概述

一、 国际市场及其形成

国际市场是世界各国和各地区市场突破疆域界线延伸而成的，但它不只是一个地理意义上的概念，本质上是国际经济关系的总和，是不同国家和地区之间在国际分工的条件下，按照一定的规则，从事商品、劳务、技术、信息和金融等贸易活动的总和。

国际市场是在世界经济的发展过程中，随着国家和地区之间的贸易往来而逐渐建立起来的，它的产生是经济生活国际化的客观要求。从根本上来讲是社会生产力和国际分工发展的必然结果。早在十六世纪以前，国际分工已经出现，但由于当时的生产力水平很低，商品经济极不发达，自给自足的自然经济仍占统治地位。因此，国际分工的地理范围狭小，商品的交易量有限，并没有形成国际市场。地理大发现和交通运输条件的改善，以及新兴资产阶级抢占殖民地的行径，对国际分工和国际市场的产生具有重大的推进作用。地理大发现使人们发现了新的天地，交通运输条件的改善缩短了世界

各地之间的距离，而欧洲新兴资产阶级利用暴力和强制手段征服非洲、拉丁美洲以及亚洲，使更多的国家卷入到国际分工的经济联系中，从而开辟了世界范围的贸易发展的新纪元。由于此时的技术水平仍很低下，工场以手工劳动为主，因此难以形成发达的国际分工体系，国际市场还没有最终形成。十八世纪后期资本主义大机器工业的建立，为国际市场的最终形成奠定了基础。大机器工业是大规模的生产，它本身就是以分工协作为基础的社会化生产，这种生产必须有赖于广阔的国内和国际市场：一方面它需要充足的劳动力，另一方面它也需要广阔的销售市场和原料产地。因此大机器工业有力地促进了国际分工的发展。同时，大机器工业推动了交通和通讯手段的变革，为国际市场的形成提供了坚实的物质基础。随着大机器工业在一些先进国家的建立和发展，使得大批商品进入了国际交换领域，使各国的生产和交换国际化，从而最终形成了全球范围的国际市场。

国际市场的形成和发展，打破了各国封闭狭隘的自然经济独立王国，使世界各区域的不同国家在政治、经济、社会文化、信息、技术等方面获得了前所未有的交流机会。通过国际市场这一纽带，不同国家之间形成了更具效率的分工体系：出口国内资源比较丰裕、成本较低的产品，进口国内比较短缺、生产成本高的产品，以获得比较利益，推动本国经济的发展。国际市场大大地扩展了企业的生存空间，使企业的生产规模不断扩大，由此而产生的规模经济使企业的生产成本大为降低，利润更为丰厚。国际市场的建立强化了市场的竞争环境，各国通过引进一些先进的技术提高自己的生产水平和产品质量，提高自己的全球竞争能力，国际市场的形

成对推动全球生产力的发展和社会的进步，起着巨大的积极作用。

二、 国际市场类别

国际市场是在世界各地域市场的基础上所形成的全球统一大市场，具有十分丰富的内容。由于各国和各地区之间自然条件不同，发展水平又较悬殊，因此，国际市场的内部并不是整齐划一的，内部构造极为复杂，形成了一些大小不一，各具特色的市场部分，具有较强的可分性。认识和把握这一点，对我们在国际经营中了解和选择目标市场进入，进而占领国际市场，具有十分积极的作用。

依据不同的标准，国际市场可以采取以下的方法划分：

1、按经济发展水平

国际市场可分为发达国家市场和发展中国家市场。前者包括北美、日本、澳大利亚、西欧、北欧及中欧的一些国家等。这些国家经济发达，生产力水平高，人均收入远远超过其他国家。因此这一市场的容量极大，在国际经济交往中处于中心地位。后者则是所有其他国家的集合，它包括亚、非、拉等诸多地区。这些国家经济发展水平大多较低，市场容量相对有限，其发展也很不平衡：既有较发达的新兴工业化国家，也有较原始的自给自足类型的国家，还有畸形发展的单一资源输出国等。但从总体上看，它们在国际交往中正发挥出越来越大的作用。

2、按地域分布状况

国际市场常可划分为北美市场、西欧市场、东欧市场、大洋洲市场、东亚市场、东南亚市场、南亚市场、中东市场、拉

丁美洲市场和非洲市场等等。在这一因地理位置而自然形成的市场区划中，由于同一市场内部的交往更为密切，因而在每个市场部分中常常具有相对统一的风格习惯和喜爱偏好等，具有某些相对特殊的需求，使得地域不同的商场之间既有密切的联系，也存在着一些明显差异。

3、按交易对象

国际市场有国际物资商品市场、国际劳务市场、国际金融市场、国际技术市场和国际信息市场等众多市场。其中，以交换有形物品所形成的国际物资商品市场是国际市场的主体，但其他各种市场的重要性正在不断增强。

4、按交易方式

国际市场可分为国际现货市场和国际期货市场。现货市场是指现时订约，现时交割的市场，它在国际市场上占据主导地位；而期货市场则是以现时订约、将来交割为主要特征的市场，它在交易绝对量上虽然赶不上现货市场，但它是一种润滑剂和催化剂，对现货市场的正常运转和发展有着十分积极的意义。

5、按业务形式

国际市场还可分为固定组织形式的市场和非固定组织形式的市场。前者是指有特定地点并按照一定的组织程序进行交易的市场，主要包括商品交易所、商品博览会、证券交易中心、商品拍卖中心等；后者是指不通过固定场所进行的各种商品交易，买卖双方自由选择交易对象，采用各种形式洽谈贸易，在协商一致的基础上签订合同，并据此加以执行。

第二节 国际市场的特点及发展趋势

一、 国际市场的特点

国际市场是在各地域市场的基础上发展起来的,是各国、各地区市场延伸的结果,与一般的国内市场相比,它有着自身的特点。

首先,国际市场比国内市场更为复杂。由于国际市场是众多地域市场的综合,在内容和构成上十分丰富、复杂。既有发达的资本主义国家,也有为数众多、相对落后的发展中国家。各国政治经济发展的极不平衡、各国经济实力的悬殊,使得各国在对国际市场的依赖和影响程度上、在对外政策和对外开放度等方面都大不相同。加之世界各国、各地区在文化、语言、风俗、习惯、政治制度、经济体系、货币等诸多方面都相差甚远,因此,国际市场远不似国内市场那样简单,那样统一。具有更为丰富的色彩、更为多变的特征。其次,国际市场上的竞争更为激烈。国际市场把全球分离的各国和各地区市场联结到一起,使它们相互联系,相互依存,也相互制约。各国要想在这个大统一体中占有一席之地,就必须充分挖掘潜力,发挥自己的优势。这不仅需要考虑自己国内的资源及配置状况,同时也要考虑外界,要注意其他国家的资源配置及发展水平,即一国必须要准备与另一国或多国开展竞争。在新的竞争格局中,不仅企业作为基本的经济单位要充分发挥出自己的能力,一些能量巨大、远不是单个企业所抗衡的跨国集团也纷纷出现在国际市场竞争的大舞台上。

更有甚者，为保护本国市场及本国企业的利益，许多国家的政府也赤膊上阵，采取各种各样的保护措施，充当自己国家企业的代理人，即国家也卷入到国际市场的竞争中来。这使得本来已竞争得十分激烈的国际市场更是风云变幻不定，硝烟四处弥漫。另外，国际市场比国内市场更为动荡。国际市场是各国市场的融合，各国之间相互牵制、相互影响，一国国内的变动（尤其是一些经济大国国内的变动）常常会引发起全球性的连锁反应，造成国际市场的剧烈波动。而国际政治经济发展的不平衡以及资本主义经济周期性危机这一根本特征的存在，使得这种变动成为必然，造成了国际市场难以避免的动荡和不安。国际市场的容量也极不稳定，有时迅速扩张、高涨，有时又急剧缩小，发展速度减慢甚至下降。以国际贸易为例，1973、1974、1975 三年，国际贸易总值的年增长率分别为 28.5%、45.8% 和 45%。而 1980、1981、1982 三年则分别为 2%、-1% 和 -6%。

二、当代国际市场及其发展趋势

随着科技革命的深入和社会生产力的迅速提高，以及世界政治经济格局的不断变迁，尤其是二战以后的迅猛变化，国际市场也变幻多端，出现了一些新的特征和趋势。

1、国际市场趋于一体化

二战后，随着生产力的进步，全球生产和资本日趋国际化，发达国家的企业纷纷涌入别的国家投资发展，发展中国家则纷纷开放、吸纳，使得国际市场不断发展壮大。这可以从战后国际贸易的大发展中得到充分的体现。1950 年全球出口总值为 603 亿美元，1960 年为 1298 亿美元，1980 年为