

國際貿易叢書

國際市場 調研與預測

對外經濟貿易大學 主編
國際貿易叢書編寫組

宋寶祥 滕德祥著



國際市場 調研與預測

對外經濟貿易大學 主編
國際貿易叢書編寫組

宋寶祥 滕德祥著

中流出版社有限公司出版

國際市場調研與預測

對外經濟貿易大學
國際貿易叢書編寫組 主編

宋寶祥 滕德祥著

中流出版社有限公司出版

香港北角丹拿道52號2樓

藝城印刷公司承印

香港柴灣利眾街40號

一九九〇年六月初版

版權所有・不准翻印

ISBN 962-300-043-X

前 言

當今世界，國際間的經濟、貿易、技術、文化等方面的交往日趨頻繁，世界經濟一體化的程度不斷提高。參與國際市場，進行國際經濟貿易活動，已成為國家和企業生存與發展的重要條件。

衆所周知，國際市場遠不同於國內市場，國際經濟貿易活動亦不同於國內商業活動。要參與國際市場，就必須了解和掌握國際市場和特徵、結構、運行規律及變動規律等情況，這是國家和企業從事國際經濟貿易活動並獲取成功的前提。本着這樣的目的，我們編寫了《國際市場調研與預測》一書。

本書廣泛地論述了國際市場的概貌及特徵、商品市場供求關係及其變動規律、市場調研和預測的理論、方法與技術等，可供管理人員、業務人員分析和研究國際市場之用，也可作為世界經濟、國際貿易、國際金融、國際企業管理等專業學生的參考書。

在本書的撰寫過程中，曾得到北京對外經濟貿易大學國際貿易系黎孝先教授、康有恒教授、李康華教授的鼓勵和支持，作者在此表示衷心感謝。

目 錄

第一章 國際市場概論	1
第一節 國際市場及其特徵	1
第二節 國際市場的分類	12
第三節 國際市場調研的範圍及內容	17
第四節 國際市場調研的意義	18
第二章 國際市場調研的信息	21
第一節 信息的種類及特徵	21
第二節 信息的來源	27
第三節 信息的收集方法	33
第四節 信息的加工	37
第五節 信息的儲存與應用	39
第三章 影響國際市場的因素	42
第一節 經濟因素	42
第二節 文化因素	49
第三節 政治因素	51
第四節 法律因素	54

第四章 進入國際市場的方式分析	58
第一節 出口方式	58
第二節 技術授權	66
第三節 直接投資	68
第四節 如何選擇進入國外市場的方式	71
第五章 國際市場供求關係分析	74
第一節 市場供給分析	74
第二節 市場需求分析	80
第三節 市場供求關係分析	89
第六章 國際市場價格調研	92
第一節 國際市場價格及特徵	92
第二節 國際市場價格的類型	94
第三節 影響國際市場價格的因素	97
第四節 國際市場價格指數	103
第七章 國際市場預測總論	107
第一節 預測的特徵及種類	107
第二節 預測的基本程序	109
第三節 預測方法的種類及特徵	113
第四節 預測方法的選擇	117
第八章 定性預測方法	119
第一節 因素分析法	119
第二節 意見測驗法	121
第三節 德爾菲預測法	126
第四節 供求平衡表分析法	129
第五節 壓力指數與成本分析法	131

第九章 定量預測方法	133
第一節 時間系列分解法	133
第二節 綫性趨勢外延法	137
第三節 非綫性趨勢外延法	143
第四節 因果關係預測法	154
主要參考書目	162

第一章 國際市場概論

當今時代，國際市場是聯結各國經濟的橋樑和紐帶，它使各國經濟活動跨越國界而走向一體化。國際市場是各國企業相互競爭的場所，它把不同類型的企業吸引到這個公允而無情的競技場來展示各自特有的實力。國家要發展，不能不參與國際經濟活動；企業要生存，也不能不加入到國際競爭的行列，這乃是當今世界經濟中的大趨勢。要參與國際市場，就必須了解和研究國際市場，掌握它的構成，特徵及運行規律，這是國家和企業在國際競爭中獲勝的基礎。

第一節 國際市場及其特徵

國際市場是個多元化的市場，其規模、種類、構成以及運行規律遠遠不同於一個國家的國內市場。從事國際貿易活動的企業，必須了解國際市場所具有的各種特點，為企業的決策活動提供依據。

一、國際市場的概念

從事進出口貿易的企業面對的是國際市場(International Market)。但是何謂國際市場，目前尚無統一的概念，國內外理論界和實業界人士對國際市場有多種定義。下面簡述四種：

1. 國際市場是國際間進行商品交換的場所。這是一個傳統的國際市場概念，它是從商品交換活動所處的地理位置來定義市場的。

根據這種概念，大型的商品集散中心、主要港口、國際性的商品交易所、傳統的進出口地等，都被視為國際市場。

2. 國際間存在商品需求與供給的領域便是國際市場。這種表述方法着重於商品的供求，其範圍包括了商品供求或進出口所能涉及到的全部領域，即商品國際交換的全過程。

3. 國際市場是商品需求與潛在需求所構成的總和。持這種觀點的人士認為，有需求才會有市場，而需求又分為現在的需求和將來的需求(即潛在的需求)。所以，國際間對某種商品現有的需求和潛在需求的總量就形成了該商品的國際市場。

4. 國際市場意指商品的消費者或用戶所構成的羣體。這種定義的方法主要強調商品的消費者和使用者，因為有消費才會有需求，有需求才會有市場。

上述有關國際市場的概念與定義，都是從某一個角度來表述的，各具一定道理。本書中所講的國際市場，意指“國際間進行商品交換活動的整個領域”。這裏所言“商品”，既包括有形商品(如鋼材、煤炭、汽車等)，也包括無形商品(如旅遊、運輸、保險、通訊、銀行等服務項目)；所指的“交換活動”，既包括商品的供給或出口，也包括商品的需求或進口，還包括着具體的交易過程；這裏所談的“領域”，包含着商品交換活動所涉及的時間和空間兩個方面的內容。所以，國際商品市場是個既抽象又具體的概念，是涉及到商品生產和消費、政府政策和企業行為等範圍的複雜系統。

需要指出的是，在國內外諸多文獻中，許多專家、學者及企業界人士交替使用國際市場、多國市場(Multinational Market)、外國市場(Foreign Market)、海外市場(Overseas Market)等術語，這在實際的國際經濟貿易活動中並無本質的區別。在本書中，我們有時也使用其中的某些術語。

二、國際市場的特徵

國際市場與國內市場相比較，具有許多特徵，這在進行市場調

研及預測時應予以注意。現分別論述如下：

1. 多元化結構

國際市場是個多元化的市場，這是國際市場的重要特徵。首先，國際市場是由不同性質的國家、不同類型的企業和具有不同消費水平和消費習慣的消費者所組成的，就是說由多種類型的參與者構成國際市場。這一點與國內市場有很大的不同。一個國家的國內市場是由同一種市場環境下的企業和消費者所組成。企業的經營方式和經營策略、市場的銷售渠道和商業慣例、家庭的收入水平及文化背景等因素，都具有較高程度的相同性和單一性。而國際市場的參與者卻存在着種類多、不相同、不一致的性質。國家是國際市場的重要組成部分，而每個國家都有其不同於其他國家的特徵。例如，各國的經濟制度、經濟的發展水平、進出口質量的規模、政府所採取的國際貿易政策等等，都具有很大的區別。即使處於同一種經濟發展階段和實行同一種經濟制度的國家也是如此。企業是參與國際市場的主體。但是，不同國家的企業，在經營方式、經營思想、經營策略、經營的範圍等方面更有重大的不同之處。發達國家的企業通常具有較大的自主權，有能力制定本企業的經營方針、經營目標和經營策略，一般較小受到國家政府的直接干預，而實行計劃經濟制度的國家企業，其自主權很小，往往要受到政府多種形式的干預和控制。不同國家的消費者更是多種多樣、千變萬化。它們在收入水平、消費結構、個人偏好方面存在相當大的差異。同樣一種銷售方式，在國內行得通而在國外市場可能就行不通；同樣一種產品，可能會受到某些國家消費者的喜好，也可能會受到另一些國家消費者的冷遇。所有這些都說明，國際市場的參與者是多種多樣的各有特徵的。

其次，國際市場的商品的多元化。國際市場不僅是商品交換的市場，也是勞務、技術、貨幣的交換市場。所以，在國際市場上交易的商品種類亦是多樣化。在目前條件下，雖然有形商品的貿易仍居重要地位，但是勞務貿易、技術貿易以及國際貨幣市場的交易活

動的規模日趨擴大，在國際貿易中發揮着越來越大的作用。例如，勞務的國際貿易在第二次世界大戰以後增長速度很快。它不僅包括傳統的項目，如銀行業、保險業、交通運輸業、船隻維修服務等，而且還出現了許多新的勞務項目，如商品租賃、諮詢服務、管理服務、國際旅遊、國際廣告、科技知識貿易等等。

再有，參與國際市場的方式也是多元化的。一個國家或企業參與國際市場經營的方式很多，如商品的進出口、技術授權（Licensing）、直接投資（Direct Investment）、合作經營等。進出口是進入國際市場的基本方式。它是企業從國際市場買進或向國際市場銷售產品的方式。一家企業可以將本企業的產品直接銷往國際市場，即直接出口（Direct Exporting），也可以通過其他企業將產品銷售給外國客戶，即間接出口（Indirect Exporting）。技術授權和直接投資的方式日趨受到國家和企業的重視，越來越多的國家和企業開始採用這些方式從事國際經濟活動。所謂技術授權是指企業將其特有的權力轉讓給國外企業使用、從中收取使用費的一種貿易方式。例如，專利、技術訣竅、商標、牌號、版權等都是技術授權的重要內容。直接投資是一種較高級的參與國際市場的活動方式。它是企業在國外投資興建企業，進行當地生產、當地銷售或銷往其他國家市場。七十年代以來，又出現了許多新型的國際經濟活動方式，如易貨貿易，補償貿易、來料加工、合作生產等。參與國際市場方式的多元化這種特點，意味着一個國家或企業在從事國際貿易時有多種方式可供選擇，具有較大的靈活性。

2. 壟斷性組織增多

在國際貿易中，壟斷性組織越來越多，其影響力日益擴大。可以說，當今的國際市場再也不是完全自由競爭的市場，許多領域的活動都被國際性集團或組織所壟斷了。第二次世界大戰以後，國際貿易的一個突出特點就是被壟斷組織所控制。這些壟斷組織有國家與國家所組成的國際性集團組織，如經濟合作與發展組織（Organization for Economic Cooperation and Development-OECD）；

有處於一個地區的國家所組織的區域性集團組織，如歐洲經濟共同體 (European Economic Community)、中美共同市場 (Central American Common Market)、拉美一體化協會 (Latin American Integration Association)；還有某些產品的生產國或消費國所組成的壟斷集團，如石油輸出國組成 (Organization of the Petroleum Exporting Countries—OPEC)、天然橡膠生產國協會 (Association of Natural Rubber Producing Countries) 等等 (詳見表1.1)。這些壟斷組織的出現，給國際貿易乃至整個世界經濟帶來了極大的影響。

表1.1 主要的國際壟斷組織

組織名稱	主要成員國
歐洲經濟共同體	比利時、丹麥、法國、聯邦德國、希臘、愛爾蘭、意大利、盧森堡、荷蘭、葡萄牙、西班牙、英國
安第斯共同市場	玻利維亞、哥倫比亞、厄瓜多爾、秘魯、委內瑞拉
東南亞國家聯盟	印度尼西亞、菲律賓、新加坡、泰國
中美洲共同體	哥斯達黎加、薩爾瓦多、危地馬拉、洪都拉斯、尼加拉瓜
經濟互助委員會	蘇聯、保加利亞、古巴、捷克、民主德國、匈牙利、波蘭、蒙古、羅馬尼亞、越南
拉美一體化協會	阿根廷、玻利維亞、巴西、秘魯、智利、哥倫比亞、厄瓜多爾、墨西哥、委內瑞拉、烏拉圭
歐洲自由貿易聯盟	奧地利、冰島、挪威、瑞典、瑞士、芬蘭

東非關稅同盟	埃塞俄比亞、肯尼亞、蘇丹、坦桑尼亞、烏干達、贊比亞
石油輸出國組織	阿爾及利亞、厄瓜多爾、加蓬、印度尼西亞、伊朗、伊拉克、科威特、利比亞、尼日利亞、卡塔爾、沙特阿拉伯、委內瑞拉
天然橡膠生產國協會	印度、印度尼西亞、馬來西亞、新加坡、斯里蘭卡、泰國、越南、巴布亞新幾內亞
鐵礦砂出口國協會	阿爾及利亞、毛里塔尼亞、突尼斯、巴西、智利、秘魯、委內瑞拉、印度、澳大利亞、瑞典

例如，歐洲經濟共同體是個實力雄厚的壟斷集團。它在共同體內部建立了關稅同盟、組織統一市場，它實行了共同農業政策、建立了歐洲貨幣體系。所有這些“共同政策”的實施，都大大推動了成員國經濟貿易的發展和歐洲經濟的一體化。例如，共同體成員國之間基本取消了關稅和配額，而對外實行共同稅率和各種差別關稅，並設立了多種措施以保護共同體的利益。這樣，不僅促進了成員國之間貿易規模的擴大，也促進了共同體與其他國家的貿易，使其成為世界第一大貿易區。當然，這種共同市場的建立，對其他國家可能具有另一種含義。集團組織成員國家之間愈團結、其活動方式愈自由，說明這個組織的一體化程度愈高，其他國家打入該市場的困難愈大。從事國際貿易的企業對此應該特別注意。到1992年，歐洲共同體將會得到更大的發展，其一體化程度將會進一步提高。到那時，它在國際貿易中的影響肯定會擴大是無疑的。

再如，石油輸出國組織是石油生產和出口國家所組成的集團，它在世界石油市場上居執牛耳的地位。從七十年代初期至今，世界石油市場動盪不定、價格大漲大落，都與石油輸出國組織所採取的

行動密切相關。由於它控制石油生產與出口的主要地區，它有能力增加或減少石油產量和出口量，從而直接影響石油市場的供給量與價格。而這又會影響到整個石油的國際貿易。

另外，聯合國的各種經濟組織在國際事務中也發揮着日益增大的作用。從國際貿易這方面來看，影響比較大的是關稅及貿易總協定(General Agreement on Tariffs and Trade)、聯合國貿易和發展會議(United Nations Conference on Trade and Development)以及國際貨幣基金組織(International Monetary Fund)。這些組織的活動對國際貿易的發展也起了很大的推動作用。例如關稅及貿易總協定，其主要宗旨便是促進資源的充分利用、擴大商品的生產和交換、發展貿易關係、促使關稅的減讓和消除國際貿易上的差別待遇。它所主持的幾輪關稅減讓談判，對消除貿易壁壘，減緩保護主義、降低關稅及減少貿易管制等方面，確實起了相當大的作用。這對國際貿易的發展和國際市場的擴大無疑是有益的。

3. 特殊的價格體系

價格研究是國際市場調研的重要內容之一。國際市場有其特殊的價格體系，價格的形成、價格波動特徵及規律、影響價格的因素等方面，與國內市場有相當大的區別。國際市場這種特殊的價格體系之所以特殊，主要是由下述情況決定的。首先，價格水平是由商品的國際價值決定的。進入國際市場的商品，無論其國內的價格水平如何，無論其生產成本高低，都必須按照國際標準來衡量其價值，確定其具體的價格水平。這種國際標準就是國際價值，它是指生產一種商品的國際勞動消耗的平均單位，也就是生產商品時各個國家所耗費勞動的平均數。因此，一個國家出口產品的價格，只能由國際價值來決定，而不是其實際花費的生產成本。所以我們經常可以看到這樣的情況，對有些國家而言，同一種商品的國際市場價格大大高於其國內市場價格；而對另一些國家來說，同種產品的國際市場價格又大大低於其國內市場價格。這是因為各個國家在生產同一種商品時所耗費勞動即成本不同所造成的。一般言之，發達國

家勞動生產率較高，發展中國家的勞動生產率則低得多，生產同種產品，發達國家花費勞動量少於發展中國家，單位成本低。如果這些商品都進入國際市場以同種價格水平銷售，那麼發達國家的產品在價格上可能就有較大的競爭性。國際市場價格形成的這種特殊規律，對從事進出口貿易的企業具有重要的實際意義。就一家企業而言，它沒有能力改變國際市場價格的形成(大型壟斷集團可能具有這種能力，)而只能隨行就市，按照國際市場價格水平確定本企業進出口的產品價格。企業可以做的就是努力提高其生產效率，降低勞動成本，或者提高產品的質量、包裝、服務等，以提高產品競爭能力。

其次，價格計量貨幣的多樣化。國內市場的交易，通常只用一種貨幣單位計量商品的價格，如在美國市場用美元計價，在英國市場用英鎊計價，在中國市場則用人民幣元計價。而在國際市場上，商品價格的計量貨幣則是多樣化的。同一種產品的價格可能會用多種貨幣來表示。在目前的國際貿易中，普遍接受的計價貨幣有美國美元(US\$)、英國英鎊(£)、聯邦德國馬克(DM)、瑞士法郎(SF)、法國法郎(FF)、日本元(¥)、香港元(HK\$)等。

再有，國際交易中的具體價格水平的多樣化。就是說，在國際市場的交易中，同一種產品可能會有多種具體價格。例如，計價貨幣不同，價格高低就可能會有較大的差異。這是因為各種計價貨幣的幣值的發展趨勢不同、各種貨幣的外匯匯率的變動趨勢不同以及各國接受計價貨幣的程度不同所造成的。一般來說，同一種產品的交易價格，用幣值不穩、匯率趨跌的貨幣計價並支付價款，交易的價格水平相對就高，而用幣值穩定、匯率趨漲的貨幣計價並支付，具體的價格水平就會低些。價格的多樣化還可能是具體交易條件不同所致。衆所周知，國際貿易的交易條件與國內不同，其合同格式、價格的表示方法、貨物的交運時間、地點及方式、貨款的支付方式等，都有特殊的做法或慣例。例如，FOB(Free on Board)合同的價格與CIF(Cost、Insurance and Freight)合同價格含有區別；用

信用証方式付款與用托收的方式付款，同種產品也會有不同的價格。另外，國際市場上許多商品的交易有期貨交易(Future trading)與現貨交易(Spot trading)之分。因此，採用不同的交易形式，同種產品也具有不同的價格水平。

4. 影響因素多而複雜

與國內市場相比，國際市場會受到更多因素的影響。這些因素從性質上來看可分為四大類：經濟、文化、政治、法律的因素；從產生的時間來看，可分為長期因素和短期因素。無論如何對影響因素進行分類，有一點是確實無疑的，那就是任何一種因素的變化都會引起國際市場的波動，改變市場的供求關係和價格水平。

三·國際市場上的跨國公司

在當今的國際市場上，跨國公司佔居重要地位，並發揮着日益增大的作用。所謂跨國公司(Transnational Corporation)，就是指在多個國家進行經濟活動、在國外設有多個子公司或分公司、實行全球經營策略的大型企業，也稱為多國公司(Multination Corporation)或國際公司(International Corporation)。通常而言，跨國公司具有資金雄厚、技術先進、管理能力强、經營範圍廣、分支機構多、信息靈通、人才集中等特點，因此它是國際市場上一股強大的壟斷力量。

第二次世界大戰以後，跨國公司出現了蓬勃發展，不僅數量增多，而且其經營範圍、經營規模及其影響力均不斷擴大。據統計，現在世界上的跨國公司已達11,000多家，在144個國家設有多達11萬家的子公司。這些跨國公司絕大部分屬於發達國家，尤其是美國、英國、聯邦德國、法國、荷蘭、日本等，擁有的跨國公司數目最多。例如，1985年世界採礦業和製造業的最大100家跨國公司中，美國有52家、日本有12家、聯邦德國10家、英國有7家。七十年代以來，發展中國家的跨國公司也不斷湧現，有些已進入了最大跨國公司的行列。在上述最大100家跨國公司中，墨西哥、委內瑞

拉、印度尼西亞和科威特都各有一家。蘇聯、東歐國家、中國等國家，也在積極發展跨國公司。

跨國公司的經營範圍極其廣泛，從大炮到黃油無所不包，而且經營方式也是多種多樣的。它們從事商品的進出口貿易、對外直接投資、技術授權、合作生產、補償貿易、勞務承包等多種活動。在國際性製造、採礦、建築、運輸、保險、銀行、旅遊、廣告等各個行業，都存在跨國公司的身影。

國際貿易是跨國公司的重要經營方式，國際貿易中有相當大的部分是由跨國公司進行的。據聯合國跨國公司中心統計，跨國公司的貿易(包括其內部貿易)已佔到整個國際貿易額的70%左右，也就是說國際市場基本上是由跨國公司所控制的。從個別國家的對外貿易來看，跨國公司所佔的比重也很大。例如，美國1985年的對外貿易中與跨國公司有關的部分；出口佔31%，進口佔40.1%。在日本，跨國公司的進出口貿易佔其對外貿易總額的比重也相當可觀：出口佔43.9%，進口佔72%(兩者均為1985年數字)。從具體商品的國際貿易來看，跨國公司所控制的比重則更大。有數字表明，世界初級產品的國際貿易基本上被跨國公司所壟斷，例如，世界小麥出口的90%、棉花的90%、橡膠的75%、玉米的90%左右被跨國公司控制着。在某些市場上，三五家跨國公司就壟斷了這些產品國際貿易。例如，五家跨國公司控制了世界谷物的加工和銷售；三家大型跨國公司控制了世界香蕉貿易的70%；雀巢食品公司一家就控制了世界咖啡貿易的20%多，而龍尼利弗公司基本上壟斷了世界橄欖油貿易。在許多製成品市場，如汽車、飛機、電子計算機、化學品、家用電器等市場，跨國公司也居主導地位。因此我們可以說，當今的國際市場主要由跨國公司所控制。

從企業參與國際市場的角度來看，我們對跨國公司的研究應該集中於：1、跨國公司在全世界的經營方式、經營範圍及經營戰略；2、跨國公司組織結構及管理方法；3、跨國公司的活動對世界經濟與國際貿易的影響；4、跨國公司的活動對其本國及其他國