

电子图书



信息技术的结晶

人类文明的载体

网络的基本资源

编写说明

为了让企业家、经济工作者以及在校经济专业师生，能在短时间里获得更多有关国际经贸知识和信息，我们从 1995 年具有权威性的有关报刊上收集了最新的资料，选编了《国际经贸简明信息手册》一书。

此书内容涉及国际经贸有关政策、法规、技巧、习俗、信息、成功的经验和失败的教训。它具有较强的政策性、法规性、知识性、信息容量大、简明扼要、通俗易懂、使用方便等特点，是从事国际经贸业务的“外脑”和工具。同时，对国内市场营销大有裨益。此书也可作为经济类专业学生汲取涉外知识的参考书。

为保证书本内容的最新、最准，此书拟以丛书性质，每三年出版一册。这次的编选，由于时间仓促，有诸多的遗憾，真诚地希望广大读者能提出宝贵的批评意见。同时，也请读者相信，经过我们的努力和改进，此书的编选会走向成熟，成为企业家们不可缺少的良师益友。

此书得以出版，应感谢入选文章的诸多作者！个别作者地址不详，故在看到此书后，可主动与我们联系。

最后，衷心祝愿广大企业家们能顺利迈出国门，走向世界，以良好的成效迎接 21 世纪的曙光！

编者
1996 年 5 月

国际经贸简明信息手册

国际经贸信息与机会

好信息就在你身边

1. 遍布全国旅游胜地的“导游”们所从事的导游业是取之不尽的信息源。
2. 全国各大中城市的“导游图”是“一本万利”的信息源。
3. 全球通商口岸和车站、码头、机场等的时刻表是“既利人也利己”的信息源。
4. 全世界各地的商场、饭店、游乐中心所树立的各种各样的广告牌，各种交通工具内外的广告牌和各类体育比赛场馆内的广告牌都是信息源。
5. 海关关税调整信息，会提醒您及时调整进、销、存计划或及时处理库存和进出口计划。
6. 产品新用途信息，会导向您所拥有的产品在新市场里的新天地、新机遇。
7. 产品国内生产能力已能自给或已超过国内市场需求的信息，会劝告您扩大生产、新上这个产品要慎重考虑，或促使您加快这个产品的市场开拓，争得主动权。
8. 一条节能信息，会启示您在节能降耗方面的新思路，为您在降低成本方面找到新途径。
9. 给您传递价格和资源信息，会将您导向各个市场，不用出门就能知道各地行情。
10. 诸多的电话和通讯地址为您广交朋友提供方便之门，有心人还会从中找出某些做生意的规律。
11. 国际市场价格和进出口外贸信息会使您及时掌握国际市场行情，核算产品成本，调整经营策略。

新管理思维——全球化、小型化

利昂·理查森著尹刚阿陵译

未来的管理者将发现生产和创新一样值得重视。生产是由一定劳动时间下的产出来衡量的，未来的经理们将不得不投资于机器人、自动系统等新工具，培训员工有效地使用它们。他们必须考虑生产每一单位产品耗费的时间、这些时间的成本和投入每一单位产品的资本。

这意味着生产工序可能被分布在几个国家。例如亚洲皮手套经销商在美国 Wichita 或堪萨斯城购买牛皮，那儿的牛用谷物和水圈养在栅栏里，无法剧烈运动，产出的皮没有任何擦伤痕迹。接着，这些皮被运到西班牙或意大利鞣制成软革。然后送往中国，利用廉价的人工切割出手指和其它部分，再用美国特拉华州出产的坚韧的线缝接起来。随之运到香港，在手套里缝上商标，按双分装进卡板纸箱，最后由集装箱船运往世界各地销售。

但正如有些行业在几个国家进行连锁生产，其他行业会认为使生产能得到较好保障的“区域化”更具效益。象新加坡和吉隆坡，很可能会成为没有疆界的区域。日本的 Kenichi Ohmae 在即将出版的《The End of the Nation State》一书中指出：在中国大连有 3500 家公司，其中 2500 家是外国子公司。这个新的工业开发区将在现在人口的基础上发展成有 20 多万人口的小型城市。

在未来，大公司将日益减少，而小公司会如雨后春笋般地发展起来。顾客需要的是专门服务，不同的群体需求不同。已把子女抚养成人的中年夫妇需要的是年金保险，而非普通保险；有抚养、教育负担的年轻夫妇则要普通保险，不是年金保险。

小型化、重组或随你怎么称呼的浪潮，使推陈出新成为老公司发展的必由之路。典型的例子是 ABB 公司。这家世界上最大的动力设备集团已把自己分解成 1200 家小公司，每家雇员不超过 200 人，其年销售总额达 300 亿美元。今后，庞大的公司会发现在同一领域很难象小型、迅速、更富革新精神的集团那样获利。路·格斯特正在通过把 IBM 改组为小型、精干的单位来挽救它。在 1993 年中期，IBM 宣布将把英国分部改成 30 个独立的业务部，每个部门有权决定价格和成本，并完全对自己的客户负责。格斯特认为，行业联邦的建立将赋予业务经理更大的所有权和责任，使公司能较快得到利润回报，这些公司中有的将只有 50 名左右的雇员。

21 世纪将爆发“灰领革命”

由于 21 世纪是超信息时代，因此将会爆发“灰领革命”。所谓“灰领革命”，是指灰领阶层将成为主力军。“灰领阶层”是指那些在决定经营思想、技术开发、设计或市场开发等领域具有高度专门技能的人。这些人以头脑为资源，以脑力劳动为职业，这些人有开辟新产业的创造力，有被称作“无穷经营资源”的脑力。

由于灰领阶层的崛起，一些学者预测的“脑业社会”即将到来。“脑业社会”是以知识产业为核心的社会。在这个社会里，以各种尖端技术产业、信息产业、文化产业及专业知识为主调，构建新型的服务产业。对企业来说，要在 21 世纪的经营管理中取胜，则必须重视“灰领阶层”的能量。

超微技术——工业领域的新浪潮

随着高科技的发展，一场悄然兴起的革命——超微技术的工业时代正在来临。

自从工业革命以来，各国竞相建造规模越来越大的机器和工厂，并把它们作为国家力量的象征。但是，随着高科技的迅猛发展，人们逐渐离开了大工业时代，把机器做得越来越小。正如古老的谚语所说的那样：首先是人塑造了工具，然后是工具塑造人。“看不见”的新一代工具将会以惊人的方式塑造我们生活思维的新概念，这一天正在临近。

1988年5月27日，美国加州大学的两位亚裔研究人员给一个长度只有千分之三英寸的试验装置加上电压。通过电子显微镜，他们看到微型马达高速地运转起来。这是人类开发超微技术的第一次突破。

制造超微装置是一项精细的工作。先把象纸一样薄的高纯硅晶片按要求涂上一层抗蚀剂，这种化学药剂受到光线照射就会分解。然后，把处理过的硅片浸入腐蚀液中，经过一段时间就在硅片上刻出电路图。然后再通过进一步的腐蚀，刻出一些元件。这些程序必须在显微镜下才能进行。经过反复多次的操作处理，一台肉眼几乎看不见的马达就产生了。

科学家从这项技术上看到了广阔的前景，使用超微马达作为媒介，带动相关器械通过人体血液到特定器官，无须剖开人体内脏即进行传统的外科手术。超微技术还是机器人的关键部分，传感器和操作器因而变得更灵活、更逼真。在其它一些领域，如宇航、交通、救生乃至家庭生活领域，超微技术都有着广泛用途。

超微世界中距离的计算是以微米为单位的，大约相当于百万分之一米，一根头发的直径在70~100微米之间。在这个世界中，一些常识般的原理失效了，就象蚂蚁能够背负超过其体重几十倍的物体一样。看不见的灰尘能使得超微马达停止运转，操作人员则要戴上口罩，以免把工作台上的机器吸到嘴里去。

科学家们一直在致力于寻求大规模生产超微马达的途径，如果在这上面取得突破，超微时代也就会全面到来了。一些我们在平时看来坚硬的材料在细小的规模上会无比结实。例如，在超微工业中，硅的机械硬度就象我们意识中的钢铁一样，成为最重要的工业原料。

未来的人们，借助于种种小而又小的工具，有能力深入到微观世界和对环境作出敏感的反应。有了超微马达，原先的设施显得更加善解人意。如在提高效率和节省燃料之间找到最佳结合点；在地震频发地带，微型敏感器会发现震前的预兆，自动关闭供水、供电、供气线路，防止发生更大的灾难。毫无疑问，超微技术决定着自动化控制的未来。

世界未来高薪职业

21 世纪将是高龄化与成熟化并进的社会，因而专门性和具有附加价值的工作，将特别重要。预测下世纪的高薪职业有：

1. 针灸师：东方医术医药盛行，针灸成为热门行业。
2. 代做家务、休闲生活开发专家：人口高龄化和社会成熟化的需要。
3. 造型顾问：追求的高级化和人们的个性化，造型顾问将成为抢手职业。
4. 游戏软件开发：电脑游戏高度发达。
5. 媒介制造者：将各种情报、信息加以综合再生产是未来走红的行当。

世纪末十种职业大受欢迎

- 1.文化经济人。他们受过经济学教育，是有高度商品意识，有广博的人文意识和专业知识，将成为文化界与商业、工业、传媒等备界的联系桥梁。
- 2.独立制片人。可能成为未来影视先驱人物。
- 3.音乐制作人。
- 4.形象设计师。
- 5.摄影师。他们将成为城市文化的象征，迅速在广告、报刊、书籍等方面崛起。
- 6.节目主持人。幽默、和气、敏捷、知识广博，深受传媒欢迎。
- 7.自由撰稿人。此类快手、大手将会剧增。
- 8.发行人。有投资力和判断力，他们发行的种类和数量将剧增。
- 9.策划人。高智能、有成效的创意活动。
- 10.美术设计师。在文化日趋实用化和商品化的形势下，他们将大显身手。

未来十年可能消失的十种职业

在全球经济受互联网影响越来越大的情况下，网络空间对未来商业的状况将起重大作用。比方说，以未来学家所设想的“电子现金”经济（即货币交易电子化）为例吧。

在这种情况下，全球将出现许许多多小型的、承揽活计回家的“家庭小工业”，以利用扩大的电子市场。事实上，高级分析家说，由于电脑技术迅速发展，几乎没有哪一种职业在十年里不会发生彻底变化。这里为你提供在 10 年内极有可能过时的职业名单。

1. 秘书。尽管个人电脑、电子邮递和传真机的问世，秘书的时间有 45% 以上是用来把文件归档、传递信息、邮寄信件和复印材料的。但是更先进的电子办公系统将使主管人员和经理有可能把哪怕是潦草的便条变成备忘录，按一下指令键便可以分发出去。我们正日益接近无纸社会。该书预言机器将使人失掉工作，管打字的秘书实际上将不复存在。

2. 银行出纳员。到 2000 年，几乎所有的银行客户都将使用自动柜员机。留下来为数不多的出纳员将负责“（银行业务的）前台交易”。

3. 电话话务员。美国电话电报公司可望在今后几年里用自动化的语音识别技术取代其一半以上的长途电话话务员。这种技术和自动化电话交换网和语音信息系统还将使人失去一些就业机会。

4. 接线员。马萨诸塞州列克星敦的怀尔德费尔通信公司现在可以提供能够处理打进和打出的电话的极为先进的语音识别系统。其他一些公司正在研制相似的系统。

5. 中层经理。仅 80 年代，美国的公司就取消了 150 多万个中层管理职务，这些公司包括国际商用机器公司、通用汽车公司和谢夫隆石油公司。

6. 公共图书馆管理员。电脑已取代他们心爱的卡片目录，而且不久可能取代我们所知道的图书馆。到头来，我们将把传统的图书馆忘掉，而是干脆通知图书馆的管理员通过互联网络把书送过来。

7. 批发商。新的信息技术使零售商和制造商直接互相开展业务，实际上取消了批发商。1992 年，批发业失去了 6 万个就业机会。从 1989 年以来，批发部门裁员超过 25 万人。

8. 专科医生。目前专科医生与提供最初保健护理的医生的人数为 2 : 1。许多医生正在放弃他们的专长。

9. 农场主、农场经理和农场工人。美国劳工统计局预言，到 2005 年，将有 23.4 万农场主和农场经理以及 15.3 万农场工人失业。人员减少的原因是显而易见的：技术进步使农场生产力提高而劳动密集程度下降，合伙经营的农场继续增加，以及家庭农场的自然消失。1982 年的家庭农场有 220 万个，而 10 年后只剩下 180 万个。

10. 报纸载体。日报联机形式的发展表明这个行业正朝着多媒体方向发展。据美国报业协会统计，1993 年美国的日报的总数达到空前低的水平，只有 1556 家，而且大概再也不会增加了。

国际食品软包装新趋势

在今后几年，国际食品软包装呈四大趋势：

1. 向立体规格型方向发展。
2. 扩大复式封启，可多次食用。
3. 颜色、图案更新潮、精美。
4. 更讲究经久耐用。

世界流行七种市场形式

1. 拍卖市场：难以定价的商品就采用这种方式：如古物、字画、邮票、房地产等，以及有关商业生意的批件、配额等。
2. 招标市场：难选定供方的商品、工程项目可采用这种形式。
3. 期货交易所：西方发达国家有近 50 个期货交易所，其交易商品达 35 种以上，如股票、债券、农产品、工业原料、能源等。
4. 博览会：是综合性市场，是商流、物流市场竞争的集中表现。
5. 写字楼：是大型企业商务代表办公聚集地，时刻与市场发生联系。
6. 批发市场：逐渐大型化、专业化和规范化。
7. 经营门市部：多是单件、少量、多次性的现货交易活动。

世界流行十大商品

当前，世界市场上有 10 类商品非常畅销。

1. 一次性商品：现在大部分商品逐渐趋向综合化和多功能化，但“一次性商品”功能简单、价格低廉，很受人们欢迎。

2. 小巧玲珑的商品：小巧玲珑的商品会引起顾客的兴趣。

3. 方便妇女的商品：现在有工作的女性愈来愈多，她们很需要减轻负担、节约时间的商品。

4. 多功能商品：世界上许多国家的消费者都喜欢多功能的商品，象那些既能洗衣服又能烘干衣服的多功能商品比单一商品好销售。

5. 香味商品：许多生产厂家在枕头、被褥里加进香味，不仅气味芳香，而且有催眠作用，大大提高了其商品的身价。

6. 男用化妆品：当今世界，男人和女人一样非常注意美容，男用唇膏、眉笔、生发剂成了热门货。

7. 令人好奇的方便食品：不久的将来，人们到商店买水果的数量不是论斤秤了，而是买几张桔子、几张苹果。因为那时的水果变成了浓缩片。

8. 复古商品：在高技术潮流中，复古商品反而受到欢迎，机械手表成了受欢迎的东西；手工制的点心更受欢迎；流行服装和西服面临复古风的挑战；吃中药的比吃西药的增多；天然化妆品比化学化妆品日益受到人们的欢迎。

9. 组合式商品：国际市场上出现了许多组合式书架、书桌、椅子等家具。这些家具适合每个人所需要的形态和规格。目前，国外组合商品已发展到房屋，购买了构件后组装房子。

10. 健身商品：人们都希望有个健康的身体。但现在许多人都不愿意活动，因此，健身商品越来越成了热门货。

当今国际时装四大流行中心

高冰玉

高级时装，法文称之为 HAUTECOUT，其意是：量身定型。这类时装造型优美，用料上乘，多以手工缝合，制作精良，而且价格高昂。香港影星张曼玉、美国红星麦当娜的晚礼服，可算高级时装，其售价高达数万美元。

我国现时商店里出售的“高级时装”，虽然也有其售价超过数千元人民币一套的高档品，但绝大多数仍然不能算真正意义上的世界高级时装的正路货，而是某种高级时装流行后，经过商人消化、改良，投入批量生产的行货。既然是批量生产，就很难符合量身定制的高级要求，不一定使买主全都穿得称心如意，而且上千人同时穿着一种款式，也难以显示出高级、流行（某一时期内相当数量人群所羡慕）的新颖时装了，充其量只能成为一般时装。试看当今国际时装界已形成四大流行中心。

1. 巴黎——法国首都巴黎是一个拥有悠久历史与文化传统的时装发源地。巴黎被称为“世界花都”。这里的服装款式、风格及发型的设计领导全球的新潮流，化妆品与香水亦最具权威性。这些荣誉与当地人民深具艺术素养及政府的大力支持和奖励密不可分。

2. 米兰——意大利的第二大城市。米兰的时装界吸收巴黎时装精华，并融合自己特有的文化气质，创造高雅、精致的面貌，既有民族性的艺术风格，又有简洁、利落的线条，是国际时装重镇。

3. 纽约——美国工商业第一中心，是以特有的民族自由精神并着重服装功能性来主导穿着的大城市。纽约第七大道是时装业的据点，以大批量生产为手段，主张时装趋向大众化。

4. 东京——日本的第一大都市，服装业近年来开始崛起，成为具有独特风格的亚洲流行中心。强大的经济力量、扎实完整的时装教育、灵敏地掌握时装流行信息、勤劳奋发的民族精神造就了一大批精干的时装设计师。

世界鞋市出现新趋势

1.重心继续向远东转移。从 80 年代始，世界鞋业重心转向远东。远东地区鞋业量约占全球的 50%，预计到本世纪末可达 80%。中国和泰国，将会赶上目前台湾、韩国的水平，而日本、台湾、韩国将会赶上欧美目前水平。

2.名牌迈向垄断化。目前阿迪达斯、耐克、雷宝三个国际名牌鞋在全球的占有率达 55%，并会扩大垄断。

3.盛行合资经营。中国鞋约 40%为合资厂生产。

4.户外娱乐休闲鞋兴起，运动鞋取得新突破。美国锐跑公司首先推出充气式球鞋，最近又盛行闪光鞋。即将推出的有：电脑运动鞋、有声运动鞋。电脑鞋可知道穿鞋人心跳次数和血压变化等。

5.款式新趋势。女鞋要求温馨、舒服、有自然美。皮鞋讲究宽松、平跟、低帮和无带，颜色以沙滩色、奶油色、海军蓝、贝壳色、朱色等淡雅和中性色为主。材质倾向于天然植物，如麻、亚麻和印度麻。男鞋以革制鞋面和鞋底为主，轻柔光泽，小羊皮编织装饰。童鞋则以帆布、合成革、橡胶为材料的运动鞋为主。

全球流行生态时装

伴随人类饮食的“回归自然”热，穿着也开始“回归自然”。用棉、麻、毛、丝等天然纤维织物制作的时装日益流行，人们称之为“生态时装”。西班牙时装设计中心设计的生态时装以绿色和蓝色为基调，象征原野、森林、蓝天、大海；花纹图案模仿山川、丛林景观或花鸟虫鱼造型。巴黎的时装逐步回到 40 年代，流行用天然纤维织物制成的上装和束腰长裤，方格花布、斜纹粗布、卡基布及其它种类棉布很受欢迎。香港时装业推出的一系列“环保时装”以有色棉花为原料纺纱织布，免去染色；衣服上的拉链、别针等用不锈钢合金制成，免去电镀，减少污染；钮扣则用“椰壳钮”或“玻璃钮”，尽量体现回归自然。丝绸服装经久不衰，被认为不仅美观、舒适，而且有益健康。