

# 经济类涉外文书

## 一、国际经贸调研报告

### (一) 写作概述

#### 1. 国际经贸调研报告的概念

国际经贸调研是国际经贸部门在制定决策的过程中 运用市场学理论和方法 对某一具体对象进行特定内容和目的的调查研究, 从而了解情况 预测未来 进而作出相应决策。目的是与某国建立或发展商务贸易关系 以便在国际商务中选择有利的国际市场。

国际经贸调研报告 是对某一国家或地区以经济贸易为主要内容 进行广泛的 综合的调查研究后 将调查的结果 经过分析、研究 写出的书面材料 又称国际经贸调研文书。

#### 2. 国际经贸调研报告的作用

(1) 决策的依据作用。国际经贸调研报告是科学预测的前提条件和重要手段。通过调研, 可以了解世界经济、国际市场发展、变化的特点和趋势, 为国际经贸部门作出经营决策和制定具体措施提供参考依据。

(2) 改善管理的作用。经贸调研是适应于企业管理实践活动

的需要而产生的。它是提高经营管理水平的重要条件,也是经营管理的重要环节。在调研的基础上作出预测,进而提出改善管理的措施,避免经营中的盲目性,提高预见性,争取最佳效益。

(3) 促销作用。国际经贸市场情况错综复杂,瞬息万变。不同国家的市场,不同消费者的心理,不同时期商品的流行趋势、市场需求,甚至不同的政治、经济、文化、宗教背景,都直接影响着国际商务工作。做好经贸调研,可以即时掌握各种情况,即时调整商品结构,完善出口计划,加强国际经贸联系,健全商务网络。

## (二) 写作方法

**标题** 国际经贸调研报告的标题一般由调研对象名称、调研内容和文种名称,有时可省略,构成。

- 例:1.关于加拿大经济形势与对外贸易政策的调查  
2.印尼经济的回顾与展望

**正文** (1) 前言。点明调查时间、地点、对象或介绍文章重要内容,全文中心,有时也可省去前言,直接进入主体部分。

(2) 主体。主体部分主要是具体介绍某国情况。

**政治经济情况。**包括该国政治制度、对外政策、对外关系,尤其是对我国的态度,经济形势、资源环境、工农业生产、财政金融、失业情况等。

② **对外贸易情况。**包括进出口贸易额、进出口商品结构、贸易对象、国际收支、支付能力、对外贸易政策措施、对外管制、外汇管制、关税、商检以及与我国的贸易关系等。

**其他情况。**主要有自然条件、交通运输、人口、风俗习惯、宗教等。

上述三个方面的内容,可根据调查目的的需要选择介绍,并不强调面面俱到。

(3) 预测。预测是国际经贸调研报告的重要内容,它是在上述情况的基础上,对某国政治、经济、贸易、市场等发展变化趋势作出科学预测,以便于决策部门制定相应的方针、政策或采取有效措施。

(4) 建议(或代替文章结尾),即建立联系、开拓市场、扩大出口或改变经营策略的意见、建议或措施。

### (三) 例文

#### 约旦市场的特点及开拓该市场的建议

随着市场多元化战略的实施,中国与中东地区的贸易亦逐年迅速增长,中东地区的贸易市场在中国外贸中越来越占有重要的地位。1985年,中国与中东地区的贸易额仅为17亿美元,到1992年,已增长到30亿美元,贸易额每年以15%的速度增长。

近年来,随着国际政治、经济局势的变化,特别是中东地区形势的重大转变,中东地区的政治、经济格局亦随之发生了巨大的变化。中东贸易结构也由原来简单的格局向多元化和多极化发展。与此同时,约旦已成为中东地区除阿联酋以外的另一不可忽视的贸易市场。

##### (一) 重新认识海湾战争后的约旦

约旦是中东地区的小国,人口少,自然资源贫乏,这使得约旦经济的发展受其本国资源的限制,对外依赖性较大。这种经济结构在海湾战争之前,由于来自阿拉伯和其他国家外援以及大量的侨汇而得以维持。外援、侨汇和本国旅游业成为约旦经济的三大支柱。

海湾战争使得约旦一时陷入种种困境,外援中止,债台高筑;

侨民返国、人口剧增、负担加重、旅游业停顿、对伊工业品市场由于联合国制裁而关闭等等。约旦的政治、经济等各方面由此产生了巨大的变化。

从政治上看，在侯赛因国王领导下的约旦内阁政府，为了改变在海湾战争中由于支持伊拉克而造成的被动局面，频繁奔波于东西方之间，力图改善对外关系，改变形象，并在中东和谈中，适时地抓住时机，采取积极的态度，参与和谈，并成功地在巴以和平协议签订后迈出关键性的一步——于 1994 年 7 月 25 日同以色列共同发表了约以华盛顿宣言，宣告约以对立局面的结束，赢得了国际社会的支持和关注。随着和谈的进一步深入，约以和平协议将于 1994 年 10 月 26 日正式签字。根据约以和平协议，约以双方将全面展开经济贸易合作，并计划合作建立亚喀巴——埃拉特自由贸易区，为今后约旦的发展开辟了新的途径。在国内，近几年来，侯赛因国王进一步推行民主化进程，举行了第一次多党制选举，取得了一定的成效。

在经济上，约政府一方面成功地同伦敦俱乐部和巴黎俱乐部两大金融组织进行了重新安排债务谈判，将已到期偿付的贷款共 22.4 亿美元延期偿付或勾销债务；另一方面，从其他国家争取更多的援助，从而便使得约旦缓解了由海湾战争带来的严重的经济负担。与此同时，在国内继续执行紧缩政策，增税节支，采取一系列措施、政策，鼓励发展民族工业，鼓励来自各方面的投资，发展生产，使经济逐步恢复起来。海湾战争给约旦带来的损失达 40 亿美元。1990 年，约旦外债达最高峰，为 90.8 亿美元；1993 年，外债已减少到 67.3 亿美元，减少了 26%。1993 年，国民生产总值达 48.4 亿美元。1994 年，约旦经济发展良好，外债减少，外汇储备增加，财政赤字减少，贸易逆差减少，国内生产总值可望增长 5.5%。

除此之外，约旦侨民回国带回的资金，一部分投入建筑业，一

部分则投入中小型工业。约旦在海湾战争后相继成立了一批中小型出口加工型企业，目标对准中东市场，出口产品不断增多。1989年约出口总额为7.5亿美元到1993年出口总额达9.7亿美元增长了29%。约以和平协议的签订为今后约、以、巴三方将进行广泛的经济贸易合作奠定了基础。与此同时占约旦人口60%以上的巴勒斯坦人亦将在巴勒斯坦国重建过程中发挥重要的作用。贸易上约旦积极调整消费结构对非生活必需品实行高关税政策控制高消费品的进口对工业机械及工业用原材料实行低关税政策。

## （二）不可忽视的约旦贸易市场

约旦贸易市场是从海湾战争后开始活跃起来的并已逐步向地区交易中心发展也逐渐为各国贸易界重视起来。它有以下显著特点：

### 1. 商人云集 以中间商居多

约旦人及巴勒斯坦人以经商闻名在中东地区贸易界占有很重要的地位。约旦相当一部分人口从事贸易另有一部分商人在中东地区其他国家从事贸易活动。海湾战争后从海湾地区回国侨民中大部分从事贸易活动回约后相继将公司迁入约旦并把业务带回约旦。除此之外由于联合国对伊拉克的封锁约旦成为伊拉克贸易的惟一通道除约旦商人积极通过亚喀巴转口外许多伊拉克商人亦在约旦开公司设点进行贸易活动。据统计到1993年，约旦从事贸易的注册公司约达4万家。

### 2. 本销贸易额小 转口贸易额大是约旦贸易市场的又一特点

约旦人口少本销市场小。因此进口订单多、数量小花色品种多加之本国进口关税高大额贸易有一定难度。

约旦市场虽小但由于商人云集已成为中东地区贸易成交的重要场所。很多中东地区的大公司总部都设于约旦且大部分

公司主要经营转口贸易。因此 约旦市场亦被认为是中东地区的样品市场。

转口贸易包括两部分 除了通过亚喀巴港或约自由贸易区的“直接转口”贸易外 很大部分为间接转口 即进口商通过约旦中间商与供货方签订合同后 由进口方直接向供方开立信用证 货物直接发往进口地，约旦中间商从中获取佣金的形式。

约旦直接转口贸易目前主要是对伊拉克等周边国家的贸易。特别是在联合国对伊拉克的制裁解除以后 这一转口贸易将占重要的地位。

间接转口是约旦贸易市场重要的交易方式 虽然所成交的贸易额不能在约旦的国别数字中显示出来 但约旦中间商所起到的作用不容忽视。例如 我国多年来通过约旦的阿拉伯袍代理每年向中东地区销售约几千万美元的几十万打阿拉伯袍 而这些绝大部分销往沙特及海湾国家 很多公司相当一部分中东业务是通过约旦中间商进行的。由此来看 约旦贸易市场亦反映了整个中东地区的贸易需求情况。

### 3. 以进口为主 进口以消费品为主的市场

由于资源贫乏 工业基础薄弱 因此从工业用原材料到人民日常消费品绝大部分需要进口。约旦每年进口额达 30 多亿美元。据约方统计，1993 年 约旦总进口额为 34 亿美元。其中 从中国进口 7 100 万美元的产品 包括粮油、土畜产、纺织服装、化工产品、机电产品等。就整个中东地区来说 进口商品亦主要以消费品为主。

### 4. 以价格为中心的低价贸易市场

经济及消费结构的转变 使得中东市场由欧美高档产品向中低档商品转变 这是造成大批贸易公司转向包括中国、韩国、新加坡、香港、台湾在内的亚洲货源市场的原因。价格低的另一原因

主要是由于中间环节多和海关关税高等因素造成的。

### (三) 开发约旦市场的几点建议

自我国实施市场多元化战略以来,中东地区作为市场开发的又一重点,各省市外贸公司亦将开发中东市场提到议事日程上来。从中约两国的贸易往来中可以看出,两国贸易额近年来增长较快。特别是在海湾战争以后,我国向约出口总额几乎增长了一倍,且出口产品品种增多,机电产品如中小型加工机械、汽车、拖拉机、家用电器等也已开始进入约旦市场。

但同时,亦出现了不少问题。随着我国改革开放的不断深入,越来越多的外贸公司开始进入中东市场。由于我国尚缺乏一强有力的协调机制,从而出现我公司之间自相竞争、相互压价,使得我产品价格不稳定,忽高忽低,相差悬殊,严重影响了商人的积极性。有的公司商人开证后不履约,有的货物质量差,商人要求索赔事件时有发生。为此,建议国内有关公司给予一定的重视。

为了稳定开发中东市场,特提出以下几点建议:

#### 1. 充分利用中间商、代理商,加强合作,共同开发

中间商是中东贸易市场上最活跃的贸易力量。他们与当地客户以及政府各部门关系密切,在促成交易中能起到很重要的作用。

我公司在开发约旦贸易市场中,应注意发挥中间商、代理商的作用,在相互信任的基础上,加强合作,共同开发中东市场。在开发约旦贸易市场的过程中,尤其是在开始阶段,寻找一个强有力的合作伙伴是成功的关键。日本、韩国在大产品的推销过程中,均采用这种方式,取得了很大的成功。在与代理商的合作中,可从某种或某几种产品开始,创出牌子,创出信誉。

在我国,由于体制的原因,一方面外贸公司对自己经营的产品没有控制机制,为了找到价格较低的货源,很多外贸公司跨省

寻找货源 而另一方面 国内生产厂家来者不拒 致使我产品多为多家经营、多头对外。在国内 生产厂家与多家贸易公司合作 在订单多时 任意涨价 生产质量下降 甚至不履约的现象时有发生 严重影响了产品的信誉 在国外 同样品种、牌名的产品多家公司经营 而又由于成本及经营政策的不同而价格各异 使得外商竞相压价 有些公司为了出口创汇 不得不以低价成交 而有些公司同中间商签订了产品独家代理协议后 经过一番努力 刚刚打开市场 同样的产品从其他公司、其他渠道涌入 使得刚刚打开的市场引起竞争 严重打击了中间商的积极性 从而影响到某些“拳头”产品无法进一步扩大推销市场。有的公司没有贸易经验，多头联系 分别同多家约旦贸易公司签订产品独家代理协议 造成多方索赔事件。有的机电产品如我国上海生产的 ×× 牌拖拉机 在一开始销路很好 但中间商在其他公司的竞争下 失去了进一步开发的积极性，而停止进口。

因此 我公司在开发约旦贸易市场中，一定要注意发挥中间商、代理商的作用 建立自己的信誉 共同开发市场。

## 2. 统一协调 稳步发展

中东市场是低价市场 也是中国产品进入中东市场的一个优势。尤其是近年来 我国乡镇企业的发展 越来越多的物美价廉的产品成为出口产品的一支生力军。但如何使我各公司协调一致 应有一个可行的控制措施 使得我出口产品价格稳步增长是扩大我贸易市场的关键。

## 3. 改变出口产品结构 注重产品质量 提高产品档次 完善售后服务

整个中东地区是一个以消费品为主的贸易市场 在人口不增加的基础上欲扩大产品的出口量是不可能的。因此 应从产品的种类、档次上下功夫 调整出口产品结构 在保持原有的传统产品

的市场上 开发新产品 提高产品质量 从而使价格得到稳定上升。

目前 我国在中东地区的传统商品已有一定市场 如纺织品 (包括 TC布、服装面料、大袍、童装、各类服装、针织服装等) 粮油 (主要为肉类及蔬菜罐头) 土畜 (主要为瓜子及香料) 化工医保 (以工业用原料、医药原料、医用敷料为主) 轻工产品 (主要为文教体育、日用消费品) 小五金等。对于这些产品 应以注重产品信誉 提高产品档次为主。如我销往中东地区的大袍 多年来一直经营良好 通过我中纺代理 价格质量各方面均比较稳定。但近年来 大袍经营趋于放开的局面 众多公司争相压价 使得大袍的价格水平不断下跌。

我机电产品近年来亦开始进入约旦市场 由于价格便宜 深受中东客户青睐。但也出现有些产品质量不过关 中东地区售后服务跟不上 缺少维修服务网点等问题 使得开发中东机电产品市场受到一定的限制。如我国汽车销往约旦市场的数量逐年增长, 应力促建立相应维修网点。

#### 4. 投资设点 产销结合

资源缺乏, 工业基础差是约旦工业的现状。但近年来 约政府实行一系列鼓励措施 发展其民族工业 利用阿拉伯国家之间互惠协议和贸易上的有利条件向阿拉伯国家及欧美出口。因此, 在条件成熟的基础上 在约建立一些中小型加工型企业 目标对准转口市场 利用我国内原材料和散件 搞散件组装、产品深加工等 产销结合 是开发中东市场的另一途径。

#### 5. 经贸结合 道路宽广

开发中东市场不仅需要各公司企业的多方努力 同时也需要国内各部门以及有关政策的大力支持 适时地进行经贸结合 有助于扩大我同中东地区的贸易额。

首先 加强我承包劳务工程队伍 带动我成套设备、技术以及产品的出口。目前 我国大部分在外的承包劳务队伍以土建工程为主，这就使得各承包公司受到很大的局限。又因海湾战争后，包括约旦在内的中东地区国家经济困难，上马项目为数甚少，业务开展比较困难。虽然现已允许经营商品贸易，但终因经验不足，人员素质跟不上而效果不佳。因此 相当一部分公司处于守摊待业的状况。我国应充分利用这些工程公司在国外的工程经验 与国内工业及外贸部门内外结合 承包项目建设 既为我承包公司寻找出路 又带动了我国成套机械设备、技术以及产品的出口，为进一步开发市场开辟了新的途径。如 1994 年在约旦亚喀巴电站二期工程的招标中 我国机械设备进出口总公司以及中国技术进出口总公司、中航技等公司分别参加了锅炉岛、土建岛、油罐等项目的投标 虽然机械设备进出口总公司在锅炉岛项目的首次开标名列第一 但能否中标仍须经过最后议标的考验 而其他欧美国家几个公司对整个电站作联合投标又具有另外的优势。

其次 利用我国援外资金推动我产品出口。如 1992 年 我国拨出一部分援外资金以商品的形式对约旦提供援助 收到了良好的效果。这种形式使我产品受到约方的认识 提高了产品的知名度 扩大了影响。另外 我国亦可采取对新开发的出口产品进行一定的补贴等优惠政策，鼓励开发新的出口产品。

总之 随着中东和平进程的发展 中东市场亦不断扩大 如何把握时机 稳步发展中国产品在中东地区的市场是我各经贸公司的新课题。

#### （四）例文评析

《约旦市场的特点及开拓该市场的建议》是一份关于国际经贸中有关中东地区约旦贸易市场的调研报告。从选题意义来看，

由于我国与中东地区的贸易越来越重要 这就使本文具有较强的现实针对性和指导性。正文部分由“前言”、“主体”、“结语”三部分构成。前言旨在提出问题 说明随着国际和中东政治、经济形势的重大变化 约旦已成为我国在中东地区一个不可忽视的贸易市场。“主体”部分 详细介绍了海湾战争后约旦的政治、经济情况 从“商人云集 以中间商居多”,“本销贸易额小 转口贸易额大”,“以进口为主 进口以消费品为主”,“以价格为中心的低价贸易市场”等四个方面分析了约旦贸易市场的显著特点 在分析特点的基础上 就我国如何开发约旦贸易市场提出了五个方面的建议。“结语”提出我国各经贸公司应该把握时机 稳步发展中国产品在中东地区的市场。

该文在形式上显得完整而严谨 在行文布局方面将有关材料归类为三大部分 并分别设立了小标题。全文材料丰富 观点准确 材料与观点统一 主旨突出 思路层次清晰 分析透彻 切合实际 建议措施具体可行 是一篇写得较好的、比较有代表性的国际经贸调研报告。不足之处是没有对约旦经贸市场做出恰当的市场前景预测。

## 二、国际市场调研报告

### (一) 写作概述

#### 1 国际市场调研报告的概念

国际市场调研报告 简称市场调研报告。它以国际市场为对象 采用科学的方法 有计划、有目的地搜集、整理、分析、研究 并以一定的文章形式 反映国际上各个国家的市场环境、市场信息和情报资料, 以便为国际市场预测和营销决策提供科学依据。

国际市场是国际经济的反映 通过国际市场可以透视一个地区、一个国家的经济形势。国际市场调研报告 是指导进出口贸易的依据之一，也可作为国内经济建设的借鉴。

国际市场调研报告 是研究并反映国际市场情况的一种涉外文体 因此 它只适用于国际市场情况的报道。凡是涉及国际范围的国内市场情况可以列在此内 但纯属国内市场情况的分析与研究报告，一般不列入此类。

## 2. 国际市场调研报告的种类

国际市场调研报告 按不同的标准 可分出不同种类：

(1) 按流通领域划分 有西欧市场、北美市场、日本市场、中东市场、东南亚市场和香港市场调研报告等。

(2) 按市场内容划分 有国际贸易市场、国际技术市场、国际劳务市场调研报告等。

(3) 按调研类型划分 有探测性、描述性、因果关系、预测性调研报告等。

## 3. 国际市场调研报告的主要特点

(1) 涉及范围广大。它涉及到各个不同的流通领域的国际市场 涉及到贸易、技术、劳务等不同内容的国际市场。因此 要通过各种不同的信息渠道 如驻外使馆、商业机构 广告公司、世界银行等国际组织、各国市场研究公司、咨询机构 国际性交易博览会、洽谈会、订货会等会议 派人出国参观考察、访问或直接进行市场调查等 广泛地搜集占有材料才能写出、写好国际市场调研报告。

(2) 变化频率很高。国际市场受世界政治、经济、科学、技术、战争、自然条件等诸多因素制约 具有变化多端的特点。这就需要写作者采用现代化的通讯联络手段 将国际市场上的信息情报很快传播开来，为制订营销决策和外贸计划提供依据。

(3) 市场竞争激烈。国际市场上竞争激烈 几乎各国都想以自己的优质产品、名优产品占领市场。为了竞争需要,一些商业信息需要保密 给搜集、占有国际市场上的信息情报增加了难度。这就要求写作者要千方百计猎取那些真实、有价值、最新的市场信息 并尽快把它写出来 传递出去 真正发挥国际市场调研报告的作用。

## (二) 写作方法

国际市场调研报告由标题、署名和正文组成。

**标题** 有三种写法。一是文章标题法 或揭示主题 或提出问题。如《日本市场花生价格下降》、《中国货为什么在法国打不开销路》。二是公文标题法 其基本写法如:《关于××市场的调查报告》。三是由国名、商品名称组成。如《加拿大陶瓷市场》、《法国珠宝市场》等。

**署名** 作者姓名可以写在标题之下,也可写在文末。

**正文** 一般由开头、主体和结语组成。开头 写调查概况 或者对被调查的市场作简要回顾,或者提出市场销售方面的问题等。这部分要写得简练,有吸引力。主体 写被调查的国际市场的情况,并对产生该情况的原因进行分析。这部分是写作的重点 应详写。结语 对未来进行展望或提出建议 这部分应简明扼要,也有的不用结语,而使文章终止在建议的最末一条。

## (三) 例文

### 加拿大五金制品市场值得重视

加拿大是五金制品的进口国 据统计,1988年加进口五金制

品 41.4 亿加元 出口 18.3 亿加元 存在 23.1 亿加元逆差 ;1989 年进口为 40 亿加元 出口为 19 亿加元 存在 21 亿加元的逆差 ; 1990 年进口为 36.3 亿加元 出口为 18.1 亿加元 存在 18.2 亿加元的逆差。其中进口多于出口的主要品种为 铸铁制品、紧固件、工具及台钳、建筑五金等。

对加出口五金制品的主要国家和地区是美国、英国、德国、日本以及台湾和南朝鲜等。其中，美国占近 70% 其余 30% 的份额 (约 12 亿加元) 则由各国竞争。我国对加五金制品的出口 多年来一直处于低水平 ,1990 年我对加出口五金制品 2 798 万加元 , 只占加五金制品总进口的 0.8%。造成这种情形的主要原因是 :

1. 我对加五金制品市场重视不够 没有下功夫开拓。如 : 一年一度的加拿大五金工具国际博览会早在 1905 年开办 直到今年 2 月由加贸促局部分资助 我北京轻工、湖南机械和广东佛山实业公司才首次参加该会 , 展销我五金制品。

2. 我输加五金制品质量不稳 , 影响了持续、稳定增加出口。例如 :1992 年 加一较大的紧固件进口商从中国某公司进口的螺母 六面长度不同 不能使用 为此 客户拒绝了 12 个集装箱的交货。

3. 加对五金制品的要求较高 , 一般采用美制标准。对日用小五金制品 要求较精美、醒目的小包装 以利于在超级市场出售。而我货包装一般较粗糙 , 有待于进一步改进。

五金制品大多是劳动密集型产品 加国劳动力成本高 五金制品大都依靠进口。我国劳动力成本低 只要质量好、符合加标准 在包装方面适合加市场的要求 在价格方面完全可以与各国竞争。建议 :

- (1) 重视扩大五金制品对加出口。除抓好传统产品紧固件、铸铁件、各种工具和建筑五金外 还应开拓新产品。例如 阀门 ,

1990年我宁波阀门总厂生产的美制黄铜球阀、闸阀出口到加拿大蒙特利尔市，客户反映质量很好，目前该客户仍在向我订货。在阿尔伯塔省石油产区加客户对我阀门也很感兴趣，市场潜力很大。

(2)组织我有关公司参加各种五金制品专业性展览会。如一年一度在多伦多国家展览馆 CNE 举办的加拿大国际五金工具展览会。在专业性展览会上，各国进出口商、代理商、批发商、零售商聚集一堂，洽谈业务，签订合同，是广泛宣传我产品、与加及各客户建立联系的良好机会。

(3)要有扩大出口的战略观点，加强五金制品在加拿大市场信息网、销售网和售后服务网的建设。首先要重视老客户，在合同执行、产品质量、交货期及售后服务上下功夫。同时要积极开发新产品、发展新客户。通过广泛联系客户，寻找资信可靠、在加有影响的客户作为代理商，逐步扩大销售渠道。在时机成熟时，可考虑在加设办事处或子公司，直接批发销售。逐步建成以我海外公司为主，由各代理商、批发商、零售商组成的信息网、销售网和售后服务网。

(4)重视五金制品的质量和外包装。加客户一般比较保守，对于新经营的产品，在看样后，最多只是小批量试订货，经使用证明质量合格了才会下大订单。因此，质量是打入加市场的最关键的问题。在加市场因我货质量问题而损害我产品信誉的例子不少，应引以为戒。

(5)加强五金制品的宏观管理，避免国内自相竞争、互相压价等现象发生。五金制品进入加市场，到目前为止还没有配额的限制，这是我扩大出口的有利条件。但是，若互相竞争压价太多，可能会引起加国采取反倾销措施，这是应当引起重视并加以防止的。

#### (四) 例文评析

这是一篇数据翔实、分析透辟、文字流畅优美的国际市场调研报告。标题准确直截 突出“值得重视”一词 引人注目 富有吸引力。如果标题拟成“加拿大五金制品市场一览”之类 效果就会差很多。正文部分第一、二自然段 对调查所得的重要信息 主要是数据)进行了简明扼要的介绍。在此基础上,下文将主要篇幅放在对原因的分析和对建议的条分缕析的陈述上,使调研报告具有很强的实践指导作用。所提建议针对现状 抓住关键 切实可行。

该报告内容具体 层次清晰 语言简练。数字运用虽多 但表述清楚 不显得庞杂。

### 三、国际商品调研报告

#### (一) 写作概述

国际商品调研报告 是指对某一商品在国际市场上的情况进行调查研究而写成的调研报告。

国际商品调研报告的内容比市场调研报告更单一、范围更小,其任务是调查消费者对某一商品的各方面要求。

#### (二) 写作方法

标题例:丹麦鞋类市场及我扩大出口的可能性

正文 (1) 前言 简述某一商品在国际市场上的概况。

(2) 庄体 主体包括下列 3 项内容。

反映该商品的历史发展趋势。任何一种商品都有它的进

出口贸易的历史发展趋势，如趋向于扩大还是趋向于缩小，在什么条件下贸易会增加或缩减。调研报告应对此作出准确的分析，帮助我们认识某项商品的发展变化规律，以便于我们着手生产、停止生产、加快或放慢生产。

反映该商品主要出口国的进出口情况。一般来说 每种国际贸易商品，都有许多进出口国。商品调研报告介绍的重点应该是那些主要进出口国家，即该商品进出口额占世界进出口额比重较大国家的进出口情况。如该商品品种、产量、质量、性能、进口来源、出口范围、原料、能源的供应情况、进出口现状、更新换代速度、发展趋势以及进出口的有关政策等。

反映消费者对具体商品的各方面要求情况 因而对不同商品或同一类商品的要求、喜欢程度也不一样。准确地反映这方面的情况，可以使我们掌握该商品的销售行情，从而运用有效的推销手段，做到适销对路，扩大商品出口。

### （3 预测和建议。

## （三）例 文

### 丹麦鞋类市场及我扩大出口的可能性

#### （一）丹麦鞋类市场产、销概况

1. 多年来产量基本保持在 850 万双左右 但产值则增长迅速  
丹麦制鞋业生产是丹麦手工业中最老的行业之一 早在 20 世纪 60 年代以前 该业生产的产品主要面向国内市场 因此生产规模小 产量少、发展慢。60 年代期间，政府为振兴经济对进出口采取了自由化贸易政策 进口关税的降低导致大量廉价外来货涌入丹麦市场 在国外强有力对手的竞争下 丹麦许多制鞋厂被