

第一章 国际贸易理论与政策

学习目标

- 掌握国际贸易的基本概念与分类。
- 掌握国际分工的概念及类型,理解国际分工对国际贸易的影响。
- 了解世界市场的特征及构成。
- 理解国际贸易几个主要理论思想。
- 了解国际贸易政策的类型。
- 掌握关税措施、非关税措施。
- 了解世界贸易组织、区域经济一体化。

第一节 国际贸易概述

一、国际贸易的基本概念

(一) 国际贸易

国际贸易(international trade)是一个历史的范畴,是在一定条件下产生和发展起来的,是人类社会生产力发展到一定阶段的产物。国际贸易的产生必须具备两个条件:一是相对独立的政治实体的出现,即国家的形成;二是各个国家之间有可供交换的剩余产品,即国际分工(international division of labor)的存在。

国际贸易是指世界各国之间商品和劳务的交换活动。对外贸易(foreign trade)是指一国(或地区)同别国(或地区)之间进行的商品和劳务交换活动。这是从一个国家或地区的角度出发,是相对国内贸易而言的;如果从世界的角度或全球角度看,就称国际贸易或全球贸易,有的也称世界贸易。一些海岛国家,如英国、日本等也常把对外贸易称为“海外贸易”。

(二) 国际贸易额与国际贸易量

1. 国际贸易额

国际贸易额(value of international trade)也称国际贸易值,它是计算和统计世界各国对外贸易总额的指标,是把世界上各国(或地区)的出口额相加,即按同一种货币单位换算后,把各国(或地区)的出口额相加得出的数额。不能把世界各国(或地区)的出口额与进口额相加,因为一国(或地区)的出口就是另一国(或地区)的进口,如相加就会出现重复计算。从世界范围看,一国(或地区)的出口就是另一国(或地区)的进口,这样世界进口总额应等于世界出口总额。但是,由于各国一般都按 FOB(船上交货)价格计算出口额,按 CIF(成本加保险费加运费)价格计算进口额,CIF 价格比 FOB 价格多了运费和保险费,所以世界出口总额往往小于世界进口总额。

2. 国际贸易量

国际贸易量(quantum of international trade)是指以数量(quantity)、重量、长度、面积、体积等计量单位表示进出口商品的数量。它可以避免因物价变动所引起的国际贸易规模的不真实。就一种商品而言,用计量单位表示很容易,但对一国全部进出口商品来说,成千上万种商品的计量单位不同,无法用统一的计量单位表示。为了反映国际贸易的实际规模,只有按一定时期的不变价格为标准来计算各个时期的国际贸易值,即用出口价格指数去除各个时期的出口值,得出国际贸易实际规模的近似值,即国际贸易量。然后再以一定时期国际贸易量为基期,同各个时期的国际贸易量做比较,就可得出反映国际贸易实际规模变化的贸易量指数。这种方法是联合国及欧美等发达国家所采用的。

(三) 国际贸易差额

贸易差额(balance of trade)是指一个国家在一定时期内(通常为一年)出口总值与进口总值的差额。贸易差额的衡量指标有以下几个。

(1) 贸易顺差(favorable balance of trade),也称出超(excess of export over import),表示一定时期的出口额大于进口额。

(2) 贸易逆差(unfavorable balance of trade),也称入超(excess of import over export)或赤字,表示一定时期的出口额小于进口额。

(3) 贸易平衡(balance of trade),就是一定时期的出口额与进口额相等。

(四) 贸易条件

贸易条件(terms of trade)是指一国在一定时期内的出口商品价格与进口商品价格的比率。由于一个国家的进出口商品种类繁多,很难直接用进出口商品的价格进行比较,所以,一般用一国在一定时期内的出口商品价格指数同进口商品价格指数对比进行计算。其计算公式为

$$\text{贸易条件} = \frac{\text{出口价格指数}}{\text{进口价格指数}} \times 100$$

出口价格指数是用来反映一定时期内一个国家出口商品价格的变动趋势及影响程度的动态相对数。

进口价格指数是用来反映一定时期内一个国家进口商品价格的变动趋势及影响程度的动态相对数。

如果贸易条件大于100,说明该国的贸易条件得到改善;如果贸易条件等于100,说明贸易条件不变;如果贸易条件小于100,说明贸易条件恶化。

(五) 对外贸易依存度

对外贸易依存度(degree of dependence of foreign trade)是反映一国国民经济对进出口贸易依赖程度的重要指标。它是指一国在一定时期内进出口贸易值在其国民生产总值(gross national product,GNP)或国内生产总值(gross domestic product,GDP)中所占的比重。其计算公式为

$$Z = \frac{X + M}{\text{GNP(或 GDP)}} \times 100\%$$

式中, Z 为对外贸易依存度; X 为出口总值; M 为进口总值。

对外贸易依存度分为出口依存度和进口依存度。

(六) 对外贸易商品结构和国际贸易商品结构

1. 对外贸易商品结构

对外贸易商品结构(composition of foreign trade)是指一个国家在一定时期内各种类别的进出口商品占进出口贸易额的比重。一个国家的对外贸易商品结构,主要是由该国的经济发展水平、产业结构状况、自然资源状况和贸易政策决定的。从一个国家对外贸易商品结构可以看出该国的经济发展水平和在国际分工中的地位。

2. 国际贸易商品结构

国际贸易商品结构(commodity composition of international trade)是指各种类别的商品在进出口贸易总额中所占的比重,通常以它们在世界出口总额或进口总额中的比重来表示。在国际贸易中,通常把商品分为初级产品和工业制成品两大类。20世纪50年代以前,国际贸易商品结构是初级产品占主导地位;从1953年起,工业制成品比重超过初级产品。从国际贸易商品结构可以看出世界经济的发展水平。

(七) 对外贸易地理方向和国际贸易地理方向

1. 对外贸易地理方向

对外贸易地理方向(direction of foreign trade)也称对外贸易地理分布,是指在一定时期内世界上一些国家(或地区)的商品在该国(或地区)进出口贸易总额中所占的比重。对外贸易地理方向既表明了一国(或地区)出口商品的去向,也表明了该国(或地区)进口商品的来源,从而反映该国(或地区)进出口贸易的国别(或地区)分布。

2. 国际贸易地理方向

国际贸易地理方向(direction of international trade)也称国际贸易地理分布,是指在一定时期内,世界上各洲、各国或经济集团的对外商品贸易在国际贸易中所占的比重。它表明各洲、各国或经济集团在国际贸易中的地位。

二、国际贸易的分类

国际贸易涉及的范围广,性质也很复杂,可以从不同的角度对其进行分类。

(一) 按货物的移动方向划分

按货物的移动方向,国际贸易可分为出口贸易(export trade)、进口贸易(import trade)和过境贸易(transit trade)。

1. 出口贸易

出口贸易是指将本国生产和加工的产品运往国外市场销售的活动。不属于外销的产品则不计入。

2. 进口贸易

进口贸易是指将外国生产和加工的产品运入本国市场销售的活动。不

属于内销的产品则不计入。

3. 过境贸易

某种商品从甲国经由丙国国境向乙国运送销售,对丙国来说,就是过境贸易。

(二) 按交易对象的性质划分

按交易对象的性质,国际贸易可分为有形贸易、无形贸易和数字贸易。

1. 有形贸易

有形贸易(visible trade)是指有形商品的出口和进口。有形贸易的进口和出口要办理海关手续,引入海关统计,构成一个国家一定时期的对外贸易额。联合国秘书处出版的《联合国国际贸易标准分类》将货物种类划分为10大类:食品及主要供食用的活动物(0);饮料及烟草(1);燃料以外的非食用粗原料(2);矿物燃料、润滑油及有关原料(3);动植物油、油脂和蜡(4);未列名化学品及有关产品(5);主要按原料分类的制成品(6);机械及运输设备(7);杂项制品(8);没有分类的其他商品(9)。其中,0~4类称为初级产品,5~8类称为制成品,9类称为其他。

2. 无形贸易

无形贸易(invisible trade)是指无形商品(服务)的输出与输入,主要指运输、保险、金融、旅游、租赁等。无形贸易通常不办理海关手续,在海关进出口统计中反映不出来,而在国际收支中反映出来。

3. 数字贸易

数字贸易(digital trade)是指信息通信技术发挥重要作用的贸易形式。

数字贸易不仅包括基于信息通信技术开展的线上宣传、交易、结算等促成的实物商品贸易,还包括通过信息通信网络(语音和数据网络等)传输的数字服务贸易,如数据、数字产品、数字化服务等贸易。

通过联合运营模式,倡导企业以统一的技术标准搭建全球公共数字贸易平台,并以消费主权资本论调动消费者参与的主动性,平台不提供商品,通过供求双方互动电子信息通道达成数字化信息的高速交换,将数字化信息作为贸易标的,在完成商品服务交易时实现收益。

随着全球信息的无限扩张,竞争日趋白热化,普通商品大量过剩,以及5G时代的来临,通过网络的信息处理和数字交换,减少流通渠道、直接面对用户,产生更大价值的新型贸易方式日益被企业所青睐。数字贸易促进推广机构,该机构从仍然占绝大多数的传统贸易和新兴的网上贸易中取得灵感,构建出一整套数字贸易的宏伟蓝图,成功解决了网上贸易“下地难”的现状,并在不断实践应用过程中得到证明。

数字贸易两大特征分别是贸易方式数字化和贸易对象数字化。其中,贸易方式数字化是指信息技术与传统贸易开展过程中各个环节深入融合渗透;贸易对象数字化是指数据和以数据形式存在的产品、服务贸易。

随着互联网络的广泛应用,数字贸易已经深入商业流程的核心,其战略

作用越来越突出。在信息时代和网络经济的驱使下,企业不得不考虑重塑新的商务运作模式。2006年3月,数字贸易诞生,作为“全球第一家数字贸易”,以B—C—B数字贸易模式,整合一切与民生息息相关的优秀商业资源,开创网商新时代。它的目标是成为全球数字贸易行业的倡导者,通过服务加强用户对数字贸易的归属感和依赖感,使数字贸易成为一种生活方式的代名词,最终达到获得用户终身商业价值的目标。

全球化与数字化,逐步影响和遍及国民经济的各个部门及其企业,首先受到影响的,无疑是国际贸易,没有大量的国际贸易活动,全球化就是一派空谈,数字化也失去其用武之地。全球化为国际贸易创造必要的、空前的有利条件,数字化为国际贸易提供了相应的、顺畅的基本手段。

(三) 按有无第三方参加划分

按有无第三方参加,国际贸易可分为直接贸易(direct trade)、间接贸易(indirect trade)和转口贸易(entrepot trade)。

1. 直接贸易

直接贸易是指商品由生产国直接运销到消费国,没有第三方参加的贸易活动。

2. 间接贸易

间接贸易是指通过第三国或其他中间环节,把商品从生产国运销到消费国的贸易活动。

3. 转口贸易

转口贸易是指一国进口某种商品不是以消费为目的,而是将它作为商品再向别国出口的贸易活动。商品生产国与消费国通过第三国进行的贸易,对生产国和消费国而言是间接贸易,对第三国而言则是转口贸易。

(四) 按统计边界划分

按统计边界,国际贸易可分为总贸易(general trade)和专门贸易(special trade)。

1. 总贸易

总贸易是指以国境为标准划分和统计的进出口贸易。总贸易包括总进口和总出口。凡是进入一国国境的商品一律列入总进口,凡是离开一国国境的商品一律列入总出口。总进口额加总出口额构成一国的总贸易额。采用总贸易统计的有美国、英国、日本、加拿大、澳大利亚等90多个国家和地区。

2. 专门贸易

专门贸易是指以关境为标准划分和统计的进出口贸易。专门贸易包括专门进口和专门出口。凡运入关境的商品列为进口,称为专门进口;凡运出关境的商品列为出口,称为专门出口。专门进口额加专门出口额构成一国的专门贸易总额。采用专门贸易统计的有德国、意大利、瑞士、法国等80多个国家和地区。

(五) 按清偿工具划分

按清偿工具,国际贸易可分为自由结汇贸易(cash-liquidation trade)和易

货贸易(barter trade)。

1. 自由结汇贸易

自由结汇贸易也称现汇贸易,是指以货币作为清偿工具的贸易。通常用可兑换货币来支付结算,如美元、英镑、欧元等,结算方式以信用证为主,辅以托收和汇付等。

2. 易货贸易

易货贸易是指以经过计价的货物互相作为清偿工具的国际贸易。政府间的易货贸易也称协定贸易,需签订贸易协定与支付协定。民间的易货贸易也可以部分现汇、部分易货相结合,通常采取进出口结合,双方易货总额尽可能对等平衡。

(六) 按货物的运送方式划分

按货物的运送方式,国际贸易可分为陆路贸易(trade by roadway)、海路贸易(trade by seaway)、空运贸易(trade by airway)和邮购贸易(trade by mail order)。

1. 陆路贸易

陆路贸易是指采用陆路运送货物的贸易。陆地相邻国家通常采用陆路运送货物开展贸易,运输工具主要是火车、卡车等。

2. 海路贸易

海路贸易是指通过海上运输货物的贸易,运输工具主要是各种船舶。

3. 空运贸易

空运贸易是指采用航空运输方式开展的贸易。这种贸易方式适用于贵重物品、鲜活商品或在途时间短的商品。

4. 邮购贸易

邮购贸易是指采用邮政包裹方式寄送货物的贸易。这种方式适用于样品传递、数量不多和特别急需的商品。

三、国际分工

人类社会发展早期曾出现两次社会大分工,但在随后漫长的奴隶社会和封建社会,由于生产力水平相对低下,社会分工主要局限于一国之内。国家之间的产品交换十分偶然,更不用说世界范围的国际分工和协作了。世界性的国际分工大致产生于15世纪。纵观其演变过程,可分为以下几个阶段:国际分工的萌芽阶段(16世纪—18世纪中叶)、国际分工的形成阶段(18世纪60年代—19世纪60年代)、国际分工的发展阶段(19世纪中叶到第二次世界大战)、国际分工的深化阶段(第二次世界大战以后)。

(一) 国际分工的含义

国际分工是指世界上各国之间的劳动分工。所谓劳动分工,就是各种社会劳动的划分与独立化。劳动分工是一切社会生产的一种基本形式,是不同形态的社会所共有的现象。

生产力决定国际分工的产生和发展,各国的资源禀赋、国际资本流动是推动国际分工的重要力量。

在人类历史发展的过程中,劳动分工经历了自然分工、社会分工和国际分工等几个不同的发展阶段。

(二) 国际分工的类型

按分工的具体内容,国际分工可大致分为以下几种类型。

1. 垂直型国际分工

垂直型国际分工,是指原材料的生产和提供国与工业制成品的生产和供应国之间的分工合作。这种分工一般发生在发展水平和经济结构具有明显差别的国家之间,如宗主国与殖民地国家之间的分工就属于这种类型。

2. 水平型国际分工

水平型国际分工,是指发展水平相近、生产技术水平相似的国家之间,对某些产品生产的不同环节或工艺过程进行专业化协作。第二次世界大战之后,随着第三次科技革命带来的科学技术和工业的迅速发展,水平型国际分工日益普遍,垂直型国际分工的重要性逐渐下降。在发展中国家之间,发达国家和部分发展中国家之间,以及发达国家之间出现了广泛的水平型国际分工。

3. 混合型国际分工

目前,世界上绝大多数国家同时参与垂直型国际分工与水平型国际分工。形成这种复合分工形式有历史上的原因,也有新的生产组织方式的影响。特别是第二次世界大战后跨国公司的迅猛发展,使国际分工形式越加复杂,世界各国相互间的依赖与联系进一步加深。

(三) 国际分工对国际贸易的影响

国际贸易可追溯到数千年之前。荷兰人的帆船、阿拉伯人的驼队、中国的古丝绸之路都曾在远途贸易史中留下自己的痕迹。但世界性国际贸易的大规模开展却只是近四五百年以来的事情。如果说早期国际贸易的动力是出自少数人的奢侈消费,那么,在各国相互联系日益加深的今天,毫无疑问,国际贸易同国际分工的形成和发展有着直接的联系。

1. 国际分工制约着国际贸易的发展速度

贸易产生的根源是分工,因此,贸易发展的程度取决于分工的发展程度。据统计,在1720—1820年长达100年的时间里,世界贸易量仅增长1.74倍,但在国际分工蓬勃发展的1720—1870年和1870—1913年这两个时期,世界贸易量分别增长了6.7倍和3.2倍。第二次世界大战后,随着国际分工的深化,世界贸易迅猛发展。1955—1973年,世界贸易的年增长率达7.8%,成为国际贸易有史以来增长最快的时期。进入21世纪,国际贸易又呈不断扩大之势,如2015年世界贸易额达16.4467万亿美元,2021年更是高达28.5万亿美元。大量资料表明,在国际分工发展较快的时期,国际贸易的发展速度也较快;反之,国际贸易发展较慢甚至停滞。

2. 国际分工影响制约着国际贸易的空间分布格局

一个国家在国际分工体系中的地位决定了它在国际贸易中的地位。18世纪至19世纪,英国处于国际分工的中心,其对外贸易在世界贸易中占主导地位。1960年,发达国家在世界贸易值中所占的比重高达63%;20世纪90年代中期,这一比重进一步上升到70%以上。而众多的发展中国家,由于在国际分工中处于边缘地位,因此,在国际贸易中的份额也在不断下降。

3. 国际分工决定国际贸易的商品结构

第二次世界大战前,国际分工以垂直型分工为主,贸易主要发生在宗主国与其生产原料提供国之间,主要商品为初级产品。第二次世界大战后,工业制成品的比重明显提高。到1953年,工业制成品在世界出口贸易中的比重高达50.3%,第一次超过初级产品的比重。到20世纪80年代末,这两类商品所占比重分别为71%和21%,到了90年代,这一趋势得到加强,2001年工业制成品与初级产品比重分别为75%和25%。在发展中国家的出口贸易中,工业制成品的比重从1970年的18.5%上升到1991年的56%,制成品在进口中的比重同期从67.5%上升到74.3%。2015年,中国工业制成品占进出口贸易总额的比重为85.4%,2020年更是高达95.5%。同时,随着国际工业部门内部分工和跨国公司内部分工的扩大,内部贸易不断增多,从而中间性产品、半制成品等在整个制成品贸易中的比重迅速提高。

4. 国际分工的发展制约着各国的对外贸易依存度

据世界贸易组织(WTO)和国际货币基金组织(IMF)的数据测算,1960年全球外贸依存度为25.4%,1970年为27.9%,1990年升到38.7%,2000年升至41.7%。2020年美国对外贸易依存度为18.2%,日本为25.6%,德国为70.7%,中国为31.5%。

5. 国际分工的发展与创新导致贸易方式的演变

随着第二次世界大战后国际分工的进一步深化,贸易方式日益多样。服务业和服务贸易的迅速发展成为战后世界经济最为显著的变化之一。世界服务贸易从1967年的700亿~900亿美元猛增到1980年的6500亿美元,其增长速度于1979年首次超过商品贸易。1987年服务贸易额达到了世界贸易额的1/4,即9600亿美元,2022年达7万亿美元。此外,结合信息和通信技术诞生的数字贸易等预示着新的贸易时代的来临。

四、世界市场

(一) 世界市场的含义

市场是商品和服务的交换场所或领域,世界市场(world market)是世界各国商品和服务的交换场所或领域,是世界各国之间各种交换关系的总和。广义的世界市场包括世界商品市场、世界劳务市场和世界金融市场等。狭义的世界市场仅是指世界商品市场。世界市场是人类的商品交换关系突破国家和民族的界限而扩展到整个世界的结果,是资本主义生产国际化和国际分

工的产物。虽然世界市场是在各国国内市场的基础上形成的,但它并不是各国国内市场的简单总和。两者之间既有紧密的逻辑联系,又存在显著的差异和不同的质的规定性。

(二) 当代世界市场的主要特征

第二次世界大战后,世界经济和国际经济的关系发生了深刻的变化。世界市场继续扩大和发展,并出现了以下新特征。

1. 规模不断扩大

其主要标志就是国际贸易额的不断增加。从商品贸易来看,1948—1981年的33年时间内,世界出口贸易量增长了7.7倍,年平均增长率达6.8%,而在1900—1938年的38年内,世界出口量只增长了3倍,年平均增长率仅为1.8%。进入20世纪80年代中期以后,增长速度加快。

2. 主体结构发生明显变化

组成世界市场的国家类型呈现多样化;主要经济发达国家在世界市场中的地位和作用也发生了明显的变化;广大的发展中国家,新兴工业化国家和地区以及石油输出国组织成员在世界市场上的占有率呈上升趋势。

3. 商品结构发生显著变化

国际贸易商品结构发生重大变化,在国际贸易中,初级产品所占比重下降,制成品所占比重急剧增加;在世界各大类产品贸易中,经济发达国家出口占主导地位(除石油外);经济发达国家商品多样化,而发展中国家出口的商品品种仍比较单一;在世界市场上,主要商品的出口国仍然为少数资本主义国家。

4. 当代世界贸易的主要贸易对象是经济发达国家

经济发达国家的出口地理方向主要是它们自身,发展中国家的出口地理方向也是经济发达国家。

5. 垄断竞争进一步加强

第二次世界大战后,世界市场由卖方市场转向买方市场,垄断进一步加强,使市场上的竞争更为激烈。这主要表现在以下几个方面:经济发达国家的对外贸易大部分控制在少数大垄断企业手中;通过建立出口或进口卡特尔来瓜分和控制世界市场;跨国公司对国际贸易的影响日益增大;国家积极参与世界市场的竞争。

6. 贸易保护主义重新抬头

在当代世界市场竞争中,各主权国家政府为了维护本国的经济利益,必然要运用国家权力通过各种方式对竞争进行干预和保护,以促进本国经济的发展,最大限度地减少竞争对本国经济发展所起到的负面作用。

(三) 世界市场的构成

第二次世界大战以后,随着生产国际化和专业化程度的加深,世界市场范围不断扩大,构成日趋复杂。当代世界市场主要由以下几部分构成。

1. 国家和地区

按照国家经济发展水平,当今世界上的国家可分为发达国家和发展中国

家两大类。发展中国家又可以分为低收入发展中国家、中等收入发展中国家、高收入发展中国家三类。

2. 订约人

按活动的目的和性质,订约人主要有公司、企业主联合会、国家机关和机构。

3. 商品

当代世界市场上交换的商品主要包括货物和服务。货物贸易主要包括三大类产品,即初级产品、制成品和其他产品。

4. 商品市场

从世界商品市场的特征看,既有以自由竞争为特征的开放性市场,也有买方与卖方有组织上联系、受垄断组织控制的封闭性市场,以商业一次性合同为基础的市场,同时,还有以国际专业、协作化及长期的大规模联系为基础的市场,以及以区域经济一体化为模式、以经济集团为基础的市场。

从世界商品市场的组织形式看,既有有固定组织形式的国际商品市场,也有无固定组织形式的国际商品市场。有固定组织形式的国际商品市场一般均在固定场所按事先规定的原则和规章进行商品交易,主要包括商品交易所、国际商品拍卖中心、国际博览会和展销会、国际贸易中心等。无固定组织形式的国际商品市场是通过单纯的商品购销或与其他因素结合的商品购销形式,如补偿贸易、加工贸易、招标与投标、租赁贸易等来进行国际商品交易。

5. 商品销售渠道

销售渠道是指商品从生产者到消费者手中所经过的路线。世界市场上的销售渠道通常由三部分构成:第一部分是出口国的销售渠道,包括生产企业和贸易企业;第二部分是出口国和进口国之间的销售渠道,包括贸易双方的中间商;第三部分是进口国国内的销售渠道,包括经销商、批发商和零售商。

6. 运输网络

世界市场上的运输网络由铁路运输网、公路运输网、水上运输网、管道运输网、航空运输网等组成。

7. 信息网络

信息网络是世界市场的中枢。它由国际电话、电报、电传、电视、广播、报刊、通信卫星系统、计算机互联网组成。

第二节 国际贸易理论

一、绝对成本理论

绝对成本理论是由英国的经济学家亚当·斯密(Adam Smith,1723—1790年)提出来的,他是英国资产阶级古典政治经济学的奠基人之一。斯密在其代表著作《国民财富的性质和原因的研究》(1776年,又名《国富论》)中提

出了国际分工和自由贸易理论。他认为每一个国家都有其适宜生产某些特定的产品的绝对有利的生产条件,去进行专业化生产,然后彼此进行交换,则对所有交换国家都有利,这就是绝对成本理论。

假定英国、葡萄牙两国都生产葡萄酒和毛呢两种产品,生产情况如表 1-1(分工前)所示。斯密认为在这种情况下进行国际分工对两国都有利,即酒的产量从 2 单位增加到 2.3 单位,毛呢的产量从 2 单位增加到 2.7 单位。并以表 1-1(分工后)加以说明。假定分工后,英国以 1 单位毛呢交换葡萄牙 1 单位酒,则两国拥有产品状况如表 1-1(国际交换)所示。

表 1-1 绝对成本理论举例

		酒产量 /单位	生产酒所需劳动 人数/(人/年)	毛呢产量 /单位	生产毛呢所需劳动 人数/(人/年)
分工前	英国	1	120	1	70
	葡萄牙	1	80	1	110
	合计	2	200	2	180
分工后	英国	0	0	2.7	190
	葡萄牙	2.3	190	0	0
	合计	2.3	190	2.7	190
国际交换	英国	1		1.7	
	葡萄牙	1.3		1	

斯密的绝对成本学说阐明了国际分工和国际贸易建立在绝对成本差异的基础之上,而没有回答如果一个国家在任何商品的生产上都不拥有绝对优势,是否能够参与国际分工和国际贸易问题。

二、比较成本理论

比较成本理论是在绝对成本理论的基础上发展起来的,是由英国经济学家大卫·李嘉图(David Ricardo, 1772—1823 年)提出的,他是英国资产阶级古典政治经济学的完成者。李嘉图在其代表作《政治经济学及赋税原理》(1817 年)中阐述了比较成本理论,他进一步发展了斯密的观点,认为每个国家不一定要生产各种商品,而应该按照“两优相权取其重,两劣相权取其轻”的原则,集中力量生产那些利益较大或不利较小的商品,然后通过国际贸易,在资本和劳动力不变的情况下,生产总量将会增加,如此形成的国际分工对贸易各国都有利。

假定英国、葡萄牙两国都生产葡萄酒和毛呢两种产品,生产情况如表 1-2(分工前)所示。可以看出,葡萄牙生产酒和毛呢所需劳动人数均少于英国,说明葡萄牙在两种产品生产上都具有优势,而英国均处于劣势。葡萄牙生产酒所需劳动人数比英国少 40 人,生产毛呢只少 10 人,显然,葡萄牙在酒的生产上优势更大一些,而英国则在毛呢的生产上劣势小一些。根据李嘉图的分工原则,英国专门生产毛呢,葡萄牙专门生产酒。从而酒的产量从 2 单位增

加到 2.125 单位,毛呢的产量从 2 单位增加到 2.2 单位,如表 1-2(分工后)所示。假定分工后,英国以 1 单位毛呢交换葡萄牙 1 单位酒,则两国拥有产品状况如表 1-2(国际交换)所示。

表 1-2 比较成本理论举例

		酒产量 /单位	生产酒所需劳动 人数/(人/年)	毛呢产量 /单位	生产毛呢所需劳动 人数/(人/年)
分工前	英国	1	120	1	100
	葡萄牙	1	80	1	90
	合计	2	200	2	180
分工后	英国	0	0	2.2	220
	葡萄牙	2.125	170	0	0
	合计	2.125	170	2.2	220
国际交换	英国	1		1.2	
	葡萄牙	1.125		1	

李嘉图的比较成本理论比斯密的绝对成本理论更全面、更深刻,是传统国际贸易理论形成的标志,它揭示出国际贸易因比较利益而发生并且具有互利性,从而为世界范围内更大规模地开展国际贸易奠定了理论基础。但该理论也存在一些不足,如该理论的假设前提过于苛刻,不符合国际贸易的实际情况,有时与贸易实践相矛盾;还只是一种静态分析,对比较利益的根源及形成机制还未能作出很好的解释;不能很好地解释当今世界贸易的基本格局和各国的贸易政策倾向等。

三、要素禀赋理论

要素禀赋理论,又称 H-O(Heckscher-Ohlin,赫克歇尔-俄林)模型,是现代国际贸易理论的新开端,是由两位瑞典经济学家赫克歇尔(Eli Heckscher, 1879—1952 年)和俄林(Bertil Ohlin, 1899—1979 年)于 20 世纪 30 年代创立的。赫克歇尔在其《国际贸易对所得分配的作用》(1919 年)一文中首先提出有关国际贸易、要素配置及所得分配的问题。后来,他的学生俄林发展了他的观点,在《区际贸易和国际贸易》(1933 年)一书中提出了要素禀赋理论,从而建立了 H-O 模型。

H-O 模型认为,国际贸易的原因主要是不同国家拥有的生产要素禀赋和不同商品使用生产要素的比例存在差异。一国应该出口丰裕要素密集型产品,即在出口商品生产中密集使用丰裕生产要素;进口稀缺要素密集型产品,即进口密集使用稀缺生产要素的商品。按照 H-O 模型的解释,一个劳动力众多的国家应该生产劳动密集型产品,出口到劳动力相对匮乏的国家和地区。一个资本(技术)丰裕的国家应该集中生产资本(技术)密集型产品,出口

到资本(技术)相对缺乏的国家和地区。这样的贸易模式将对参与国际贸易的各方都有利。

H-O模型是建立在均衡价格的基础上的。俄林认为,由于各个国家在生产要素的供给方面是不同的,因此对于这些生产要素的需求也不同,产生了各国国内生产诸要素的不同价格比例。由于不同商品是由不同的生产要素组合生产出来的,因此各国生产要素价格比例的不同产生了各国产品的成本比例的差异,即比较成本的差异,这构成了国际分工和国际贸易的基础与原因。如此分工和贸易,使各国能有效地利用各种生产要素,得到更多的社会总产品,获取国际贸易利益。

H-O模型开创了国际贸易的现代理论,虽然有助于理论分析,但一些列举的假定条件也给理论本身带来了极大的局限性;后经许多经济学家的发展和充实,成为当今西方国际贸易理论的主流。

四、里昂惕夫反论

H-O模型建立后,人们依据各国的资源禀赋情况,可以推断出一国的对外贸易模式。美籍俄裔经济学家沃西里·里昂惕夫(Wassily W. Leontief, 1906—1999年)利用他的投入产出法对美国的对外贸易商品结构进行了具体计算,其目的是对H-O模型进行验证,但验证结果出乎预料,恰恰和理论判断相反。

他把生产要素分为资本和劳动力两种,采用1947年和1951年的统计资料对200种商品进行分析,计算并比较每百万美元的出口商品和进口替代商品所使用的资本和劳动比率,从而得出美国出口商品和进口替代商品生产要素的密集程度。其计算结果如表1-3所示。

表 1-3 美国出口商品和进口替代商品对国内资本与劳动的需求量

	1947年		1951年	
	出口	进口替代	出口	进口替代
资本/美元	2 550 780	3 091 339	2 256 800	2 303 400
劳动/(人/劳动)	182.313	170.004	173.91	167.81
人平均年资本量	13 991	18 184	12 977	13 726

里昂惕夫的验证结果表明:美国出口商品具有劳动密集型特征,而进口替代商品则有资本密集型特征,这个结论正好与H-O模型相悖。

里昂惕夫发表其验证结论后,西方经济学界大为震惊,而将这个不解之谜称为“里昂惕夫之谜”,并掀起了验证和探讨里昂惕夫之谜的热情。

五、产品生命周期理论

产品生命周期理论是美国哈佛大学著名经济学教授雷蒙·弗农(Raymond Vernon)在《国际投资和生命周期中的国际贸易》(1966年)一文中提出

的,它是对技术差距模型的拓展和一般化。

该模型强调的是产品在其生命周期的不同阶段所需投入要素的比例呈规律性变化。而各国所拥有的要素的相对丰裕度又是不同的,所以,当产品处于其生命周期的不同阶段,各国的比较优势也随之发生变化。当新产品刚刚被引进时,其技术、设计尚需改进,生产工艺尚未定型,所以通常需要投入大量的研究与开发费用和高度熟练的技术型劳动力,随着该产品的生产技术日臻成熟并走向大规模生产,只需标准化的技术和大量的非熟练劳动力即可。产品投入要素比例的变化使最初集中于技术和资本丰裕的发达国家的生产可以逐步地向劳动力成本低廉的欠发达国家转移。

弗农认为,制成品生命周期分为导入期、成长期和成熟期三个阶段。该模型依美国的实际情况将产品生命周期分为四个阶段:第一阶段,新产品问世,企业扩大国内市场直至饱和;第二阶段,产品出口到国外,开拓国际市场;第三阶段,国外开始模仿生产该产品;第四阶段,国外生产能力扩大,又廉价销售回本国。

在第一阶段(t_0-t_1),这种刚刚出现的产品仅在发明国生产和消费;在第二阶段(t_1-t_2),该产品在发明国得到了改进,产量迅速提高,出口到国外市场,这时由于国外还不能生产这种商品,所以只能从发明国进口;在第三阶段(t_2-t_3),模仿国开始生产该商品满足国内需要,发明国出口开始下降;在第四阶段(t_3 以后),模仿国产量迅速提高,发明国的出口降为零。而模仿国在达到自给自足后,凭借其成本优势开始向发明国出口该产品。当这四个过程结束后,该产品的生命周期在发明国基本完结,但在模仿国仍然继续,可能正处于第二阶段或第三阶段。此后,另外的国家可能又开始新的模仿过程,使这种产品在另外的国家又开始了自己的生命周期。产品生命周期模型如图 1-1 所示。

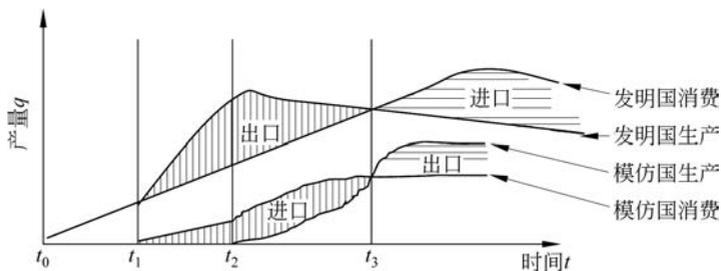


图 1-1 产品生命周期模型

六、产业内贸易理论

产业内贸易理论认为,当代国际贸易可以分为两大类:产业间贸易(inter-industry trade)和产业内贸易(intra-industry trade)。产业间贸易是指两国不同产业之间完全不同产品的交换,如发展中国家用初级产品来交换工

业国家的制成品。产业内贸易是指同一产业内的产品在两国间互相进口和出口的贸易活动,如美国和日本之间进行的汽车、电子产品贸易等。

产品的差异性即同类产品的异质性是产业内贸易的重要基础。同类产品总体上是有差别的,这种差别是一国产品与其他国同类产品在主观或客观上或大或小的差别。产品的这种差别有垂直差别和水平差别两种。垂直差别是指在同一类别中的产品虽具有一样的根本特性,但产品根本特性在其程度上有差别;水平差别是指具有完全相同的根本特性的同类产品,具有的一系列不同规格、商标、牌号和款式的差别。与此同时,消费者的偏好具有多样化且互有差别。其垂直差别体现在消费者对同类产品中不同质量等级的选择上;水平差别体现在消费者对同类、同一质量等级产品的不同规格、外形、色彩等的选择上。产品和消费者偏好上的垂直差别与水平差别,决定了贸易双方对对方产品的需求,决定了一国在生产同一类产品时,还要进口国外的同一类产品。本国的消费者偏好是千差万别的,但由于规模经济的存在,本国产品的生产却不可能也是千差万别的,不可能完全满足各类消费者的需求。

规模经济或规模报酬递增是产业内贸易的重要成因。按照保罗·克鲁格曼(Paul R. Krugman)的观点,国与国之间之所以从事贸易和专业化生产有两个原因:一个是国与国之间在资源或技术上存在差别,因而各国生产各自擅长的产品;另一个是规模经济使每个国家只能在一些有限的产品和服务上具有专业化生产的优势。产业内贸易理论认为,生产要素比例相近或相似的国家之间能够进行有效的国际分工和获得贸易利益,其主要原因是其企业想尽可能地扩大生产以取得规模经济效益。

经济发展水平是产业内贸易的重要制约因素。发达国家产业结构相似,它们之间的分工大多是部门内产品内分工。它们的收入水平相近、消费结构相似,同时,经济发展水平都比较高,从而人均收入水平也就比较高,较高人均收入的消费者的需求会变得更加复杂和多样化,从而形成对异质性产品的需求。因而,两国人均收入水平越接近,其重合需求也就越大,产业内贸易发生倾向就越强。

第三节 国际贸易政策

一、国际贸易政策概述

国际贸易政策是各国在一定时期内对进出口贸易所实行的政策的总称,由各国的对外贸易政策组成。因此,从国别角度看,国际贸易政策就是对外贸易政策。一国的对外贸易政策是在一定时期内对进出口贸易所采取的方针、措施的总和。一般而言,一国的对外贸易政策由以下几方面组成。

(1) 对外贸易总政策。它是指一国从整个国民经济发展的需要出发,在较长时期内实行的对外贸易方针政策,包括对外贸易发展战略、出口贸易总

政策和进口贸易总政策等。

(2) 进出口商品政策。它是根据本国对外贸易总政策和国内外市场状况,结合国内产业结构等分别制定的关于本国商品的进出口政策。例如,有意识地限制某些商品的输入以扶持或保护该种商品的生产等。

(3) 对外贸易的地区和国别政策。它是在对外贸易总政策和进出口商品政策的指导下,按照本国发展对外政治经济关系的需要,而对某些国家或地区制定和实施的国别与地区贸易政策。

二、保护贸易政策

保护贸易政策以保护贸易理论为基础,它的主要内容有:一国政府采取各种限制进口的措施限制或减少外国商品进入国内市场,使本国商品避免与外国商品竞争,并对本国出口商品给予优惠和补贴,以鼓励商品输出。

(一) 重商主义的保护贸易政策

重商主义是15世纪产生的代表商业资产阶级利益的经济思想和政策主张,是“对现代生产方式的最早的理论探讨”(马克思语)。重商主义产生于资本主义生产方式萌芽时期,即资本的原始积累时期。在这一时期,封建经济政治体制日渐衰落和解体,商业资本逐步发展壮大,对货币资本的需求不断增加,促使许多学者、商人和官员思考与研究如何加快货币资本的积累,重商主义的政策思想由此应运而生。

早期重商主义又称“重金主义”或“货币顺差论”。其贸易政策的主要内容包括:①严禁金银外流,凡输出金银币或金银块将受到严惩甚至被处死;②积极吸收金银,法律规定外国商人在本国进行贸易时,必须将其销售货物所得货款用于购买本国商品,不得将货币或金银携带出国境;③国家垄断全部货币贸易。

晚期重商主义又称“贸易顺差论”,其在贸易政策上较早期重商主义有所变化,主要体现在从管制金银的进出口转变为管制货物进出口,通过奖出限入来保证贸易出超,以达到金银流入的目的。

重商主义的贸易政策在历史上曾起到进步的作用,它促进了资本原始积累,推动了资本主义生产方式的建立与发展。但重商主义者对社会经济现象的探索只局限于流通领域,而未深入生产领域,因而他们的结论是片面的、不科学的。

(二) 资本主义自由竞争时期的保护贸易政策

19世纪初期至19世纪70年代,在大多数资本主义国家实行自由贸易政策的同时,美国和德国由于当时的经济发展水平相对落后却先后实行了保护贸易政策。

1. 汉密尔顿的保护关税学说

亚历山大·汉密尔顿(Alexander Hamilton,1755—1804年)是美国独立后的第一任财政部部长。当时美国经济仍处于殖民地经济形态,产业结构以

农业为主,工业处于十分落后的水平。为了保护和促进制造业的发展,汉密尔顿于1791年12月向国会提交了《关于制造业的报告》,系统阐述了要使美国经济独立,必须保护和发展制造业,并明确提出实行保护关税政策的主张,主要有:①向私营工业发放政府信用贷款,为其发展提供资金;②实行保护关税制度,保护国内新兴幼稚工业;③限制重要原料出口,免税进口国内极端必需的原料;④为必需品工业发放津贴,给各类工业发放奖励金;⑤限制改良机器输出;⑥建立联邦检查制度,保证和提高制成品质量等。

与旨在增加金银货币财富、片面追求贸易顺差而主张实行保护贸易政策的重商主义不同,汉密尔顿的政策主张反映了经济欠发达国家通过独立自主地发展民族工业与先进国家抗衡的正当要求和愿望。汉密尔顿的保护关税学说为保护贸易学说奠定了基石。

2. 李斯特的保护贸易理论和政策

弗里德里希·李斯特(Friedrich List, 1789—1846年)是19世纪德国进步的资产阶级经济学家,在1841年出版的代表作《政治经济学的国民体系》一书中,继承和发展了汉密尔顿的保护关税学说,系统地论证了保护贸易政策对后进国家的重要性,提出了一整套保护贸易的政策措施,充分体现了他的国家干预主义思想。

李斯特极力主张通过实行保护关税,保护国内的幼稚工业,以发展本国的生产力,即使在保护初期使本国的工业品价格较高,也在所不惜。他认为,处于农工业时期的国家,必须通过高关税甚至限制进口等措施对本国的幼稚工业特别是大宗消费品工业实行保护,但不是无限期的保护,以30年为限;对发展工业所需的机器和技术,则应减免进口关税;而农业本身是天然有充分保护的,是不怕国外竞争的,因此对农业不需用关税进行保护。

(三) 垄断资本主义时期的超保护贸易政策

第一次世界大战和第二次世界大战期间的超保护贸易政策遍及所有西方国家,即便长期坚持自由贸易的国家也不得不在1931年放弃自由贸易,转而实行超保护贸易政策,而且保护贸易的理论依据也发生了重大变化。各国经济学家纷纷提出了支持超保护贸易政策的理论依据,其中影响最大的当推约翰·梅纳德·凯恩斯(John Maynard Keynes, 1883—1946年)的超保护贸易理论。凯恩斯是英国资产阶级经济学家,他的代表作《就业、利息和货币通论》奠定了宏观经济学的理论基础,其中的保护贸易理论占有非常重要的地位。

超保护贸易政策保护的是国内高度发展或出口出现衰落的“夕阳工业”,在垄断国内市场的基础上,对国外市场实行进攻性扩张,带有明显的侵略性。超保护贸易政策的措施多种多样,不仅采取关税、贸易条约及各种各样的奖出限入措施,还采取如商品倾销、外汇管制、外汇倾销、进口数量限制等多种扩大出口和限制进口的措施。也正是保护贸易政策的侵略性,使许多国家在执行保护贸易政策的同时,采取了报复政策,出现了报复关税等政策措施,各

国之间的矛盾日益加剧,最终导致了第二次世界大战的爆发。

(四) 新贸易保护政策

第二次世界大战后,世界经济经历一个高速发展的阶段。20世纪70年代中期以后,日本和德国的经济迅速赶超美国,发达国家经济发展的不平衡性加剧,而两次石油危机使发达国家经济陷入滞胀和衰退,更使它们对世界市场的争夺日益激烈。以美国为首所推行的贸易自由化陷入停顿,国际贸易越来越受到新贸易保护主义的影响。特别是1971年美国出现了78年来的首次贸易赤字,美国国内贸易保护的呼声日渐高涨,以美国为代表的新贸易保护主义因此兴起。但由于受到关税与贸易总协定(General Agreement on Tariffs and Trade, GATT)的约束,进口关税大大降低,依靠传统的关税措施限制进口的作用大打折扣,于是,各国就纷纷采取了进口数量限制、政府补贴等其他手段对国际贸易进行干预,从而产生了新贸易保护政策。

新贸易保护政策的主要表现有:限制进口措施的重点从关税壁垒转向非关税壁垒(non-tariff barriers, NTBs),被保护的的商品范围不断扩大,从国家贸易壁垒转向区域性贸易壁垒,将限出限入措施的重点从限制进口转向鼓励出口,从贸易保护制度转变为系统化的管理贸易制度。

三、自由贸易政策

自由贸易政策(free trade policy)以自由贸易理论为基础,其主要内容有:一国政府逐步放宽对进出口贸易的限制和障碍,取消对本国进出口商品的各种特权和优待,使商品自由进出口、在国内外市场上自由竞争。

(一) 资本主义自由竞争时期的自由贸易政策

自由贸易的政策主张从18世纪末开始形成,19世纪70年代达到高峰。但由于各国资本主义发展的不平衡,西方国家实行的贸易政策也有差别。在这一阶段,真正全面实行自由贸易政策的国家只有最早完成产业革命的英国和航海业发达的荷兰。

这一时期英国的自由贸易政策措施主要有:逐步降低关税税率,减少纳税的商品项目和简化税法;废除《谷物法》,使谷物自由进出;废除《航海法》;与外国签订促进贸易发展的贸易条约;对殖民地国家采取自由进出口的政策;取消外贸公司的特权,对广大民营企业开放外贸经营领域等。

英国的自由贸易政策措施后来成为其他西方国家的蓝本。然而,西方资本主义国家并未同步实施自由贸易政策。后进的资本主义国家往往先实行一段时期的保护贸易政策,待本国经济有了较大的发展后,再转向自由贸易政策。然而从总体上来说,自由竞争时期资本主义国家的对外贸易政策是以自由贸易为特征的。

(二) 第二次世界大战后的自由贸易政策

第二次世界大战后初期,西欧和日本等国家和地区为经济重建,一度实行保护贸易政策,严格限制商品进口。而美国在第一次世界大战和第二次世

界大战中均未受到损失,经济实力得以保存和增强。因此美国在第二次世界大战后一直致力于推动贸易自由化,并促使成立了关税与贸易总协定,在各缔约方之间进行关税减让。在美国的压力下,加之经济的恢复和发展,日本和德国等主要发达国家也开始逐步推行贸易自由化政策。

第二次世界大战后贸易自由化主要表现在以下两方面:一是关税与贸易总协定缔约方的进口关税大幅度削减;二是减少或取消非关税壁垒。

第四节 国际贸易措施

一、关税措施

(一) 关税的概念和特点

1. 关税的概念

关税(customs duties)是一国海关在进出口商品经过关境时,向本国的进出口商所征收的一种税。

海关是设在关境上的国家行政管理机构,它的职责是货运监管、查禁走私、征收关税、临时保管通关货物和统计进出口商品等。征收关税是一国海关的重要任务之一。

2. 关税的特点

关税是国家税收的一种,同其他税收一样,具有强制性、无偿性和预定性。除此之外,关税还有三个主要特点。

(1) 关税是一种间接税。关税的纳税人是进出口货物的当事人,但负税人却是最终消费者。

(2) 关税的课税主体和课税客体。关税的课税主体即纳税人,是本国进出口商;关税的课税客体即课税的对象,是进出境的货物。

(3) 关税具有涉外性。这是对外政治、经济斗争的一种手段。

(二) 关税的种类

1. 按征税对象或商品流向划分

按征税对象或商品流向,关税可分为进口税(import duties)、出口税(export duties)和过境税(transit duties)。

(1) 进口税。进口税是进口国海关在外国商品输入时,对本国进口商所征收的关税。进口税也称正常关税或正税,是列在海关税率表当中,并以进口国货币征收的。所谓关税壁垒,就是对进口商品征收高额关税,以达到遏制进口的目的。

(2) 出口税。出口税是出口国海关在本国商品出口时对出口商所征收的一种关税。经济发达国家一般不征收出口税,因为征收出口税会提高出口商品成本和在国外市场上的销售价格,削弱竞争力,不利于扩大出口。

(3) 过境税。过境税又称通过税,是对通过其关境的外国商品所征收的一种关税。其目的主要是增加国家财政收入。现在大多数国家都不征收过

境税,只征收少量的准许费、印花费和统计费等。

2. 按征税目的划分

按征税目的,关税可分为财政关税(revenue tariff)和保护关税(protective tariff)。

(1) 财政关税。财政关税又称为收入关税,是以增加国家财政收入为目的而对进口商品征收的关税。征收财政关税必须具备三个条件:一是征税的进口货物必须是国内不能生产或没有代用品的商品,以避免对国内市场形成冲击;二是征税的进口商品必须在国内有大量的消费需求;三是关税税率必须适中,否则就达不到增加财政收入的目的。

(2) 保护关税。保护关税是以保护本国工业或农业发展为主要目的而对进口商品征收的关税。保护关税的税率越高,越能达到保护目的,有时税率达到100%以上。保护关税达到保护目的的条件:一是进口税必须高于国内消费税,以提高进口商品价格,保护国内工业;二是进口量及消费的减少能减轻外国商品对本国生产的压力;三是国内有与进口商品相同的生产产品存在。

3. 按差别待遇和特定的实施情况划分

按差别待遇和特定的实施情况,关税可分为普通关税(common tariff)、优惠关税和差别关税。

(1) 普通关税。普通关税是对与本国没有签署贸易或经济互惠等友好协定的国家或地区原产的货物征收的非优惠性关税。

(2) 优惠关税。优惠关税是对来自与本国签订双边或多边国际互惠贸易协定(或条约)的国家(或地区)的进口货物所征收的带有优惠性质的关税。其税率低于普通关税税率。它又包括以下几种。

① 特惠关税(preferential duties),是对来自特定国家或地区的进口货物征收的优惠关税,其他国家不得根据最惠国待遇条款要求享受这些优惠关税。

② 普遍优惠制,简称普惠制(generalized system of preference,GSP),是发达国家对进口原产于发展中国家的工业制成品、半制成品和某些初级产品给予降低或取消进口关税待遇的一种优惠制度,普惠制具有普遍性、非歧视性和非互惠特性。

③ 最惠国关税(most favoured nation duties),是对来自享受最惠国待遇(缔约国双方相互间现在和将来所给予第三国在贸易上的优惠、豁免和特权,同样给予缔约对方)的国家或地区的进口货物所征收的优惠关税,通常低于普通关税税率但高于特惠关税税率。

(3) 差别关税(differential duties),是对同一种商品由于输出国或生产国情况的不同而使用有差别的进口关税。其主要形式有以下几种。

① 反倾销税(anti-dumping duties),对外国倾销商品所征收的进口附加税,目的是抵制外国倾销。

② 反补贴税(countervailing duties),对直接或间接地接受出口补贴或任何资金的外国商品所征收的进口附加税。

③ 报复关税(retaliatory duties),当别国对本国贸易实行歧视性待遇或违背贸易法或拒绝接受 WTO 裁决后,为报复别国的这种行为而征收的额外关税。

(三) 关税的征收方法

关税的征收方法主要有从量税(specific duties)和从价税(ad valorem duties),在此基础上,又有混合税(mixed duties)和选择税(alternative duties)。

1. 从量税

从量税是以商品的重量、数量、容量、长度和面积等计量单位为标准计征的关税。从量税额的计算公式为

$$\text{从量税税额} = \text{商品数量} \times \text{单位从量税率}$$

从量税大部分是以商品的重量来征收的,对于货物的重量,不同货物的包装比较复杂,有毛重、半毛重、净重等计算方法,在关税税则中需按货物的具体情况作出规定。

从量税的优点有:手续简便,无须审定货物的规格、品质、价格,便于计算;进口商品价格跌落时仍有适度保护作用。

从量税也存在一些缺点:税负不合理,对同一税目货物,不管质量好坏、价格高低,都按同一税率征税;不能随价格变动作出调整,当物价上涨时,税收减少,保护作用减小,当物价下跌时,税收增加,保护作用增大;不能对进口商品普遍采用,对一些艺术品、贵重物品如古董、字画、宝石等不能采用。

2. 从价税

从价税是以进口商品的价格为标准计征的关税。从价税的税率表现为货物价格的百分率。从价税的计算公式为

$$\text{从价税税额} = \text{进口货物的完税价格} \times \text{从价税率}$$

征收从价税的关键问题是确定进口商品的完税价格。所谓完税价格,就是指经海关审定的作为计征关税依据的货物价格。各国规定不同的海关估价确定完税价格大体有三种:出口国离岸价格、进口国到岸价格、进口国法定价格或称进口国官定价格。由于各国海关估价规定内容不一,不少国家故意抬高进口商品完税价格,提高进口关税,把它变成一种限制进口的非关税壁垒措施。

从价税的优点有:税负合理,同类商品品质高税额高,质次价低税额低;税负明确,便于各国关税税率比较;税负公平,税率随物价的涨落而增减,纳税人的负担可以按比例增减;各种商品都可适用。

从价税的缺点有:操作困难,完税价格不易掌握;通关时间长,纳税双方容易因估定货物价格发生摩擦,从而延缓了通关进程。

3. 混合税

混合税又称复合税,是对某种进口商品同时采用从量税和从价税征收的一种方法。它的计算公式为

$$\text{混合税税额} = \text{从量税额} + \text{从价税额}$$

4. 选择税

选择税是对某种进口商品同时规定从量税和从价税,征收时由海关选择其中一种征税,作为该商品的应征关税额;一般是选择税额较高的一种征收,在物价上涨时使用从价税,物价下跌时使用从量税。

关税能对国际贸易产生重要的影响,主要在世界贸易发展、商品结构和地理方向、商品价格和销售、贸易总额与国际收支等方面产生影响。

二、非关税壁垒

非关税壁垒是指除关税以外的一切限制进口的措施,它是相对关税壁垒而言的。非关税壁垒虽然与关税壁垒一样可以限制外国商品进口,却有其自身显著的特点。非关税壁垒在限制进口方面比关税壁垒更有效、更隐蔽、更灵活和更有歧视性。正是由于这些特点,非关税壁垒取代关税壁垒成为各国所热衷采用的政策手段和贸易保护主义的主要手段,有其客观必然性。

(一) 进口配额限制

进口配额限制(进口限额)是一国政府在一定时期(如一季度、半年或一年)以内,对于某些商品的进口数量或金额加以直接限制。在规定的限期内,配额以内的货物可以进口,超过配额不准进口,或者征收较高的关税或惩罚后才能进口。进口配额限制主要有以下两种。

1. 绝对配额

绝对配额(absolute quotas)是在一定时期内,对某些商品的进口数量或金额规定一个最高数额,达到这个数额后,便不准进口。如美国使用绝对配额限制进口的商品多达数百种,包括纺织品、奶制品、棉花、糖、咖啡、钢材制品等。绝对配额在实施过程中,又可以细分为以下两种。

(1) 全球配额(global quotas)。它属于世界范围的绝对配额,对来自世界任何国家和地区的商品一律适用。主管当局通常按进口商的申请先后或过去某一时期的进口实际额批给一定额度,直到总配额发放完为止,超过总配额就不准进口。

(2) 国别配额(country quotas)。在总配额内,按国别和地区分配给固定的配额,超过规定的配额便不准进口。

为了区分来自不同国家和地区的商品,在进口商品时,进口商必须提交原产地证明书。实行国别配额可以使进口国家根据它与有关国家或地区的政治、经济关系分配不同的额度。国别配额不得转让,当年的配额用完后,就宣布停止进口。

一般来说,国别配额可以分为自主配额和协议配额。

2. 关税配额

关税配额(tariff quotas)是对商品进口的绝对配额不加限制,而对一定时期内在规定的数量、价值或份额内的进口商品给予低税、减税或免税待遇,对超过配额的进口商品则征收较高的关税或征收附加税或罚款。按征收关税

的目的,其可分为优惠性关税配额和非优惠性关税配额。

优惠性关税配额是对关税配额内进口的商品给予较大幅度的关税减让,甚至免税,而超过配额的进口商品即征收原来的最惠国税率。如欧共体在实行的普惠制中所采取的关税配额就属于这一类。

非优惠性关税配额是在配额内,进口商品可享受低税或免税待遇,对超过配额进口部分征收罚款的方式。

(二) “自动”出口配额制

“自动”出口配额制(voluntary export quotas)是指出口国在进口国的要求或压力下,“自动”规定在某一时期内(一般为3~5年)某种商品对该国的出口配额,在限定的配额内自行控制出口,超过配额即禁止出口的制度。它的特点就是带有明显的强制性。

“自动”出口配额制一般有两种形式。

(1) 非协定的“自动”出口配额,即不受国际协定的约束,而是出口国迫于进口国的压力,自行单方面规定出口配额,限制商品出口。这种配额有的是由政府有关机构规定,并予以公布,出口商品必须向有关机构申请配额,领出口授权书或出口许可证才能出口,有的是由本国大的出口厂商或协会“自动”控制出口。

(2) 协定的“自动”出口配额,即进出口双方通过谈判签订“自限协定”或有秩序的销售协定。对于在协定中规定有效期内的某些商品,出口国应根据其出口配额实行出口许可证或出口配额签证制,自行限制这些商品的出口。进口国则根据海关统计进行检查,“自动”出口配额大多数属于这一种。

(三) 进口许可证制

进口许可证(import license system)是政府颁发的用以进口的证书。一些国家为了加强对进口的管制,规定商品进口必须领取许可证,没有许可证,一律不准进口。

1. 按进口许可证与进口配额的关系划分

(1) 有定额的进口许可证,即一国政府有关部门预先规定有关商品的进口配额,然后在配额的限度内,根据进口商的申请对于每一笔进口货物发给进口商有关商品一定数量的进口许可证。

(2) 无定额的进口许可证,即进口许可证不与进口配额相结合,国家有关政府机构也不预先公布进口配额、颁发有关商品的进口许可证,只是在个别考虑的基础上进行。由于它是个别考虑的,没有公开的标准,因而就给正常贸易的进行造成很大的困难,起到更大的限制进口作用。

2. 按商品许可程度划分

(1) 公开一般许可证,也称公开进口许可证或一般进口许可证。这种许可证对进口的管制最松,其特点是没有国别或地区的限制。凡刊明属于公开一般进口许可证范围的商品,只要填写公开一般许可证后,即获准进口。

(2) 特种进口许可证,进口商必须向政府有关当局提出申请,经逐笔审查

批准后才能进口。这种进口许可证对进口商品的管制最严,而且多数都指定进口国别或地区。

(四) 外汇管制

外汇管制(foreign exchange control)是一国政府通过法令对国际结算和外汇买卖实行限制来控制商品进口、平衡国际收支和维持本国货币的汇价的一种制度。对外贸易与外汇是分不开的,没有外汇就不能在外国购买商品,也就不能进口。所以国家通过外汇管制措施,把外汇买卖掌握和控制起来,也就等于把商品的进口掌握在自己手中,外汇管制看起来是货币问题,但实际上是限制进口的一项重要措施。在外汇管制下,国家设立专门机构或专门银行管理。外汇管制的具体方式有以下几种。

1. 数量性外汇管制

数量性外汇管制即国家外汇管理机构对外汇的买卖数量直接进行限制和分配,其目的在于集中外汇收入,控制外汇支出,实行外汇分配,以达到限制进口商品品种、数量和国别的目的。一些国家实行数量性外汇管理时,往往规定进口商品必须获得进口许可证后,才可得到所需外汇。

2. 成本性外汇管制

成本性外汇管制即国家外汇管理机构对外汇买卖实行复汇率制度,利用外汇买卖成本的差异,间接影响不同商品的进出口。复汇率是指一国货币的对外汇率不止一个,而是有两个以上。其目的是利用汇率的差别达到限制和鼓励某些商品进口或出口。

3. 混合性外汇管制

混合性外汇管制即同时采用数量性外汇管制和成本性外汇管制,对外汇实行更为严格的控制,以影响控制商品进出口。

(五) 进口押金制

进口押金制(advanced deposit,进口存款制)即进口商在进口商品时,必须预先按进口金额的一定比例和规定的时间,在指定的银行无息存放一笔现金。这不仅增加了进口商的资金负担,而且使进口商蒙受了利息损失,最终起到了限制进口的作用。

(六) 最低限价和禁止进口

(1) 最低限价(minimum price)。最低限价是一国政府规定某种进口商品的最低价格,凡是进口货价低于规定的最低价格,即征收附加税或禁止进口。最低限价是根据某一商品生产国在生产水平最高的情况下生产出的价格而定的。

(2) 禁止进口(prohibitive import)。禁止进口是限制进口的极端措施,当一些国家感到实行进口数量限制已不能走出经济与贸易困境时,往往颁布法令,公布禁止进口的货单,禁止这些商品的进口。

(七) 国内税限制措施

国内税(internal taxes)限制措施是指通过对进口商品征收国内税的方法

来限制进口的措施。国内税是一种比关税更灵活和易于伪装的贸易政策手段。国内税的制定和执行属于本国政府机构,为使进口产品与国内产品在市场上处于同等地位,对国内产品与进口产品征收同样的国内税。

(八) 进出口的国家垄断

进出口的国家垄断(state monopoly),是指在对外贸易中,对某些或全部商品进口、出口规定由国家机构直接经营,或者把商品的进口或出口的垄断权给予某垄断组织的措施。各国进出口的国家垄断主要集中在四类商品上:烟和酒、农产品、武器、石油贸易。

(九) 歧视性政府采购政策

歧视性政府采购政策(discriminatory government procurement policy),是指国家制定法令,规定政府机构在采购时要优先购买本国产品的政策。政府优先采购本国货物的政策,使进口商品大受歧视,从而限制了进口商品的销售。

(十) 海关估价

海关估价(customs valuation)是指进口国通过提高进口货物的海关估价来增加货物的关税负担和限制进口的措施。同一种商品按不同的价格计征关税,其税额就不同。如果选择较高的一种价格作为完税价格,就可增加进口商的税负。

(十一) 烦琐的通关手续

进口商品在经过海关时,一般要办理非常烦琐的通关手续,一些国家为限制进口,往往会在其中故意制造麻烦,增加进口阻力。例如,各国海关对报关的文件和单据要求非常繁杂,填写要求很高,有些国家还会增加一些特别的文件,如领事发票,大大增加了进口难度。有的通过推迟结关、征收各种手续费、强迫使用海关所在国文字开列货物票据等来给进口制造麻烦。

(十二) 技术性贸易壁垒

1. 技术标准

商品必须符合一些极为严格、烦琐、近乎苛刻的技术标准才能进口。其中有些规定往往是针对某些国家的。美国对进口的儿童玩具规定了严格的安全标准。

2. 卫生检疫标准

卫生检疫标准(health and sanitary regulation)是指进口国以公众健康为借口,制定复杂的、严格的、经常变化的检疫规定,使外国产品难以满足要求,从而起到限制外国商品进口的作用。其主要适用于农副产品及其制品。例如,许多国家都禁止进口被污染的商品。

3. 商品包装和标签的规定

商品包装和标签的规定(packing and labeling regulation)是指一些发达国家对进口商品的包装和标签的内容加以严格规定。不符合要求的要按规定重新改换包装和标签,因此,既费时又费工,增加了商品成本,削弱了商品

竞争力。

三、鼓励出口措施

鼓励出口措施是指出口国家的政府通过经济、行政和组织等方面的措施,促进本国商品的出口,开拓和扩大国外市场的措施。

(一) 出口信贷

出口信贷(export credit)是一个国家的银行为了鼓励出口、加强商品的竞争能力,对本国出口厂商或国外的进口厂商提供的优惠贷款。按时间长短,其可分为短期信贷、中期信贷和长期信贷;按对象、资金使用的不同形式,其可分为买方信贷和卖方信贷。

(1) 买方信贷。买方信贷是出口方银行直接向外国的进口厂商(买方)或进口方的银行提供的贷款。其附加条件就是贷款必须用于购买债权国的商品,因而起到促进商品出口的作用,这就是所谓的约束性贷款(tied loan)。它可分为两种形式:一是出口方银行贷款给进口厂商;二是出口方银行贷款给进口方银行。

(2) 卖方信贷。卖方信贷是出口方银行向出口厂商(卖方)提供的贷款。这种贷款合同由出口厂商与出口方银行之间签订。进口商与出口商达成的买卖合同采用延期付款的方式。卖方信贷尽管可以加速出口厂商的资金周转和不至于长期占有大笔资金,但是进口厂商多要求采用延期付款的方式付贷款,这意味着买方要在相当一段时间后才能付清贷款,对卖方来说,收款时间长,风险较大。

出口信贷的利率低于相同条件国际金融市场贷款利率,其利差由出口国政府给予补贴;贷款指定用途;出口信贷的贷款金额,只能占合同金额的85%~90%,其余10%~15%要由进口商支付现汇;出口信贷的发放与信贷保险相结合。

(二) 出口信贷国家担保制

出口信贷国家担保(export credit guarantee system)是国家为了鼓励出口,对本国出口厂商或商业银行向外国进口厂商或银行提供的信贷,由国家设立的专门机构出面担保,一旦出现外国债务人拒绝付款,按照承担的数额给予补偿。

通常商业保险不承保的出口风险项目,都可向担保机构进行投保。其一般分为两类:政治风险,如进口国发生革命、暴乱、战争、政治禁运、冻结而造成的损失,可以补偿,承保金额一般为合同金额的85%~95%。经济风险,如进口厂商或贷款银行破产、倒闭、无力偿付、货币贬值或通货膨胀等原因造成的损失,可以给予补偿,承保金额为合同金额的70%~80%;为了扩大出口,有时对于某些项目的承保金额可达100%。

(三) 出口补贴

出口补贴(export subsidies)是国家为了降低出口商品价格、加强竞争能

力,对出口商品给予出口商的现金补贴或财政优惠待遇,这是被 WTO 所禁止的一种不正当的贸易行为。

出口补贴的方式有:直接补贴(direct subsidies),即出口某种商品时,直接付给出口商的现金补贴;间接补贴(indirect subsidies),即政府对某些商品的出口给予出口商在财政上的优惠。

(四) 商品倾销

商品倾销(commodity dumping)是出口国家的出口厂商以低于国内市场价格,甚至低于商品生产成本的价格,在国外市场抛售商品,以占领国外市场。

按照倾销的具体目的和时间的不同,商品倾销可分为以下几种。

(1) 偶然性倾销。这种倾销通常是因为销售旺季已过,或公司改营其他业务,在国内不能售出的“剩余货物”以低价向国外市场抛售。这种倾销会对进口国的同类生产造成不利影响,但由于时间短暂,通常进口国很少采用反倾销措施。

(2) 间歇性或掠夺性倾销。这种倾销是以低于国内价格甚至低于成本的价格,在某一国外市场上倾销商品,以打垮竞争对手,垄断市场,然后再提高价格,弥补低价时的损失。这种倾销严重损害进口国的利益,往往会遭到进口国反倾销税的抵制或其他报复。

(3) 长期性倾销。这种倾销是长期以低于国内的价格,在国外市场出售。这种倾销具有持续性、长期性,其出口价格至少应高于边际成本,否则商品出口将会长期亏损,因此倾销者常采用规模经济扩大生产,降低出口成本,有时还可以通过获取政府补贴进行这种倾销。

(五) 外汇倾销

外汇倾销(exchange dumping)是出口企业利用本国货币对外贬值的机会,进行商品倾销,争夺国外市场的一种特殊手段。

实行外汇倾销的国家往往也是外汇管制的国家。政府的金融管理当局把本国货币值调到相当低的水平,即本币汇率下降、外币汇率上升后,用一定数额的外国货币能兑换更多的本国货币,这使以外币表示的本国出口商品价格降低,提高了出口商品在国际市场上的竞争能力,从而有利于扩大商品出口;同时,以本币表示的进口商品价格上涨,从而削弱了进口商品的竞争能力,起到了限制进口的作用。

(六) 经济自由区

经济自由区(经济特区)是指在一个国家(或地区)交通便利的地方(港口码头、飞机场附近及铁路交通枢纽),在关境以外划出一定范围,对外采取特殊的开放政策,用减免关税、提供良好的基础设施等优惠办法,发展出口贸易和转口贸易,或吸收外资、引进技术、发展外向型工业及其他事业,以增加本国就业、扩大出口、赚取外汇,达到发展经济目的的区域。

各国或地区设置的经济自由区具有下列共同特点:经济自由区范围不属

于关境范围；一般都设在交通便利的地方；拥有良好的设施，包括基础设施、建筑、码头、仓库及标准厂房等；采取优惠政策，吸引外资，发展出口加工工业。

四、出口管制的措施

出口管制是指国家通过法令和行政措施对本国的出口贸易所实行的管理与控制。许多国家，特别是发达国家，为了达到一定的政治、军事和经济的目的，往往对某些商品尤其是战略物资与技术产品实行管制、限制或禁止出口。

（一）出口管制的商品

常见的出口管制的商品有：战备物资、尖端技术及其产品；国内生产需要的原材料、半制成品及国内短缺的物资；某些古董、艺术品、黄金、白银等特殊商品；为对某国实行制裁而向其禁止出口的商品；为了缓和与进口国在贸易上的摩擦，在进口国的要求或压力下，“自动”控制出口的商品；为了有计划安排生产和统一对外而实行出口许可证制的商品；象牙、犀牛角、虎骨等珍稀动物药材、珍奇动物及其制品；劳改犯生产的产品。

（二）出口管制的形式

出口管制的形式主要有以下两种。

（1）单方面的出口管制。这是指一国根据本国的出口管制法案，设立专门机构对本国某些商品出口进行审批和颁发出口许可证，实行出口管制。例如美国商务部下设“贸易管理局”，专门办理出口管制的具体事务，美国绝大部分管制的商品的出口许可证都在该局办理。

（2）多边出口管制。这是若干国家政府为了共同的政治和经济目的，通过建立国际性的多边出口管制机构，商讨和编制多边出口管制货单和出口管制的国别，规定出口管制的办法等，以协调相互的出口管制政策的措施。例如在美国策划下于1949年11月成立的巴黎统筹委员会就是一个国际性的多边出口管制机构。

第五节 国际贸易的协调

一、区域经济一体化

（一）区域经济一体化的含义

区域经济一体化(regional economic integration)是指地理区域比较接近的两个或两个以上的国家之间实行的某种形式的经济联合，或组成的区域性经济组织。各成员国通过达成经济合作的某种承诺或签订条约、协议，建立超国家的决策和管理机构，制定共同的政策措施，实施共同的行为准则，规定较为具体的共同目标，实现成员国的产品甚至生产要素的本地区的自由流动。

区域经济一体化需要各成员国让渡部分的国家主权,由一体化组织共同行使,实行经济的国际干预和调节。区域经济一体化组织的各成员国相互制定的经济政策,可以分为内部经济政策和外部经济政策两个方面。前者为成员国之间实行的统一的经济贸易政策,后者为对非成员国的统一的经济贸易政策。参与一体化的国家往往先在成员国之间逐步实施统一的内部经济政策,取消贸易和其他经济活动的障碍,然后实现外部经济政策的统一。

(二) 区域经济一体化的特点

区域经济一体化具有以下几个特点。

1. 成员资格的区域性

地理上相连、相近是一体化进程的自然出发点,同时这些国家一般在历史、文化上联系密切,有着开展经济合作的传统历史。但近年来随着跨区域经济集团和次区域集团的涌现,该特征已不明显。

2. 对外的排他性

区域经济集团的建立旨在通过内部合作,建立一个封闭性的集团,成员间降低关税、互相得益,同时又限制与集团外非成员的经贸关系的发展。

3. 利益的放大性

对单一的成员国来说,参加一体化组织除了能降低关税、削减非关税壁垒外,还能实现生产要素的自由流动,按照规模经济的原理,实现资源的优化配置,提高与区域外国家对抗的实力。

4. 内部的开放性

各区域集团虽然在合作形式、合作范围、合作程度等方面存在差异性,但总是推行相互间全面降低关税,实现商品的自由流通,取消非关税壁垒,放宽内部的投资限制,促进本地区的资本和其他生产要素的自由流动,从而达到降低成本、改善资源配置的目的。

(三) 区域经济一体化的形式

按贸易壁垒取消的程度,区域经济一体化的形式分为以下六种。

(1) 优惠贸易安排(preferential trade arrangement),也称特惠贸易协定,它是经济一体化最低级和最松散的一种形式,是指成员国之间通过协定或其他形式,对全部或部分商品规定特别的关税优惠,也可能包含小部分商品完全免税的情况。1932年英联邦特惠制和1961年建立的东南亚国家联盟就属于这种形式。

(2) 自由贸易区(free trade area),是指由签订自由贸易协定的国家组成的贸易区。在区内,各成员国之间取消了商品贸易的关税和数量限制,使商品在区域内完全自由流动,但各成员国仍按照各自独立的标准对非成员国征收关税,保持不同的贸易和关税政策。其基本特点是用关税措施突出了成员国与非成员国之间的差别待遇。

(3) 关税同盟(customs union),是指各成员国之间完全取消关税和其他壁垒,实现内部的自由贸易,并对非成员国的商品进口建立统一的关税税率

而缔结的同盟。关税同盟是比自由贸易区更高一级的一体化形式,它除了包括自由贸易区的基本内容外,成员国还对同盟外的国家建立了共同的、统一的关税税率,它开始带有超国家的性质。世界上最早、最著名的关税同盟是比利时、卢森堡和荷兰组成的关税同盟。

(4) 共同市场(common market),是指除了在成员国内完全废除关税与数量限制并建立对非成员国的共同关税外,还取消了对生产要素流动的限制,允许劳动、资本等生产要素在成员国之间自由流动的市场。欧洲经济共同体在20世纪70年代接近发展到这一水平。

(5) 经济同盟(economic union),是指成员国之间,不但商品与生产要素可以完全自由流动,建立对外统一关税,而且要求成员国制定并执行某些共同经济政策和社会政策,逐步消除各国在政策方面的差异,使一体化程度从商品交换扩展到生产、分配乃至整个国家经济,形成一个庞大的经济实体的同盟。如1991年已解散的经济互助委员会。

(6) 完全经济一体化(complete economic integration),是区域经济一体化的最高级形式。各成员国统一所有重大的经济政策,如财政政策、货币政策、福利政策、农业政策和有关贸易及生产要素流动的政策完全统一化。完全经济一体化拥有新的超国家的权威机构,实际上支配着各成员国的对外经济主权。

以上六种经济一体化形式,虽然反映经济一体化的逐级深化,但一体化的不同层次并不意味着不同的一体化集团必然从现有形式向较高级形式发展和过渡。

二、世界贸易组织

世界贸易组织成立于1995年1月1日,总部设在日内瓦,并于1996年1月1日正式取代1947年创立的关税与贸易总协定。世界贸易组织是具有法人地位的国际组织,在调节成员争端方面具有更高的权威性。

(一) 世界贸易组织的宗旨

世界贸易组织基本上承袭了关税与贸易总协定的宗旨,但又随着时代的发展,对原总协定的宗旨做了适当的补充和修正。在《建立世界贸易组织协定》的序言部分,规定了世界贸易组织的宗旨。

(1) 提高生活水平,保证充分就业,保证实际收入和有效需求的大幅稳定增长。

(2) 扩大货物和服务的生产与贸易。

(3) 依照可持续发展的目标,考虑对世界资源的最佳利用,寻求既保护和保护环境,又以与各成员各自在不同经济发展水平的需要和关注相一致的方式,加强为此采取的措施。

(4) 积极努力以保证发展中国家,尤其是最不发达国家,在国际贸易增长中获得与其经济发展相当的份额。

（二）世界贸易组织的职能

世界贸易组织的主要职能包括以下几个。

（1）负责多边贸易协议的实施、管理和运作，促进世界贸易组织目标的实现，同时为诸边贸易协议的实施、管理和运作提供框架。

（2）为成员间就多边贸易关系进行的谈判提供场所，并提供实施谈判结果的体制。

（3）通过争端解决机制，解决成员间可能产生的贸易争端。

（4）运用贸易政策审议机制，定期审议成员的贸易政策及其对多边贸易体制运行所产生的影响。

（5）通过与其他国际贸易组织（国际货币基金组织和世界银行及其附属机构）的合作和政策协调，实现全球经济决策的更大一致性。

（三）世界贸易组织的基本原则

1. 非歧视原则

非歧视原则包括最惠国待遇原则和国民待遇原则。

（1）最惠国待遇原则。最惠国待遇原则是指一成员现在和将来在货物贸易、服务贸易和知识产权领域所给予任何第三方的优惠待遇，应立即和无条件地给予其他成员。

（2）国民待遇原则。国民待遇原则是指一成员对其他成员的产品、服务或服务提供者及知识产权所有者和持有者所提供的待遇，不低于本国（地区）同类产品、服务或服务提供者及知识产权所有者和持有者所享有的待遇。

2. 贸易自由化原则

贸易自由化原则是指通过多边贸易谈判，实质性削减关税和减少其他贸易壁垒，扩大成员之间的货物贸易和服务贸易。

3. 透明度原则

透明度原则是指成员应公布所制定和实施的贸易措施及其变化情况，不公布的不得实施，同时还应将这些贸易措施及其变化情况通知世界贸易组织。成员参加的影响国际贸易政策的国际协议也在公布和通知之列。

4. 公平竞争原则

公平竞争原则是指成员应避免采取扭曲市场竞争的措施，纠正不公平贸易行为，在货物贸易、服务贸易和与贸易有关的知识产权领域，创造和维护公开、公平、公正的市场环境。

5. 促进发展和经济改革原则

发展中成员和经济转型国家占 WTO 成员数的 3/4 以上，多边贸易体制日益认识到发展中国家，尤其是最不发达国家履行义务的灵活性和特殊需要。世界贸易组织沿袭了关税与贸易总协定关于发展中国家和最不发达国家优惠待遇的相关协议和条款，并在世界贸易组织的相关协定、协议或条款中加以完善。此外，世界贸易组织也充分考虑到经济转型国家复杂的内部、外部条件，对其加入该组织给予鼓励并承诺给予较灵活的处理。

(四) 世界贸易组织的机构

1. 部长会议

部长会议(ministerial conference)由所有成员方的代表参加,至少每两年举行一次会议。其职能是履行世界贸易组织的职能,并为此采取必要的行动。它是世界贸易组织的最高决策机构,但不是常设机构。

2. 总理事会

总理事会(general council)由所有成员方的代表组成,定期召开会议,总理事会在部长会议休会期间承担其职能,总理事会负责处理世界贸易组织的日常事务,监督和指导下级协定以及部长级会议所做决定的贯彻执行情况。总理事会还有两项具体职能,即履行争端解决机构和贸易政策审议机构的职责。总理事会定期召开会议,通常每两个月一次。

3. 理事会

理事会(council)为总理事会附属机构。世界贸易组织在总理事会下设有三个理事会,即货物贸易理事会、服务贸易理事会以及与贸易有关的知识产权理事会(简称知识产权理事会),它们在总理事会指导下分别负责管理、监督相关协议的实施,并负责行使相关协议规定的职能以及总理事会赋予的其他职能。

4. 专门委员会

世界贸易组织在总理事会下还设有五个专门委员会(special committee),负责处理三个理事会的共性事务及其他事务。专门委员会包括:贸易与发展委员会、贸易与环境委员会、国际收支限制委员会、区域贸易协议委员会,以及预算、财务与行政委员会。

5. 秘书处及总干事

世界贸易组织下设秘书处(secretariat),秘书处由部长会议任命的总干事(director general)领导。总干事的权力、职责、服务条件和任期由部长会议通过规则确定。总干事有权指派其所属工作人员。

6. 其他机构

除上述常设机构外,世界贸易组织还根据需要设立一些临时机构,即工作组。有的工作组则直接向总理事会报告,如加入世界贸易组织工作组等。

本章小结与关键术语



思考题

1. 何为国际贸易、对外贸易和海外贸易？
2. 数字贸易及其特征是什么？
3. 国际贸易的分类有哪些？
4. 国际分工对国际贸易发展的影响有哪些？
5. 举例说明大卫·李嘉图的比较成本论。
6. 试述对外贸易政策包括哪几个方面的内容。
7. 试述自由贸易政策和保护贸易政策的含义。
8. 试述关税措施的种类。
9. 试述非关税措施的种类。
10. 试述商品倾销的含义及其种类。
11. 区域经济一体化的主要形式有哪些？
12. 世界贸易组织的功能有哪些？

第二章 国际货物的品名、品质、数量和包装

学习目标

- 了解国际货物品名及命名的方法。
- 掌握合同中商品品质的表示方法和如何订立品质条款。
- 掌握合同中货物数量的计量方法以及数量条款的订立,掌握数量条款及数量机动幅度的规定办法。
- 了解包装分类,掌握包装条款的规定,掌握运输标志的设计。
- 理解定牌和中性包装。

第一节 国际货物的品名

一、货物品名

货物品名(name of commodity)或称货物名称,是指能使某种货物区别于其他货物的称呼。它能够反映商品的自然属性、用途和特性等。

在国际贸易中首先要确定的交易条件,一般是凭借对拟进行买卖的商品做必要的描述来确定交易的标的。对交易标的物的描述是构成商品说明的主要组成部分,是买卖双方交接货物的一项依据,它关系到买卖双方的权利和义务。好的商品名称能促进消费、激发消费者的购买欲望,有利于买卖合同的签订。

[案例 2-1]

甲国某出口公司向乙国某公司出口驴肉一批,合同规定:每箱净重 16.6 千克,共 1 500 箱,合计 24.9 MT。但货抵乙国后,经乙国海关查验,每箱净重并非 16.6 千克,而是 20 千克,计 1 500 箱,合 30 MT。海关认为单货不符,进口商以少报多。这将会出现何种后果?

分析 对待出口商品的数量必须严格按合同或信用证的数量执行。少了买方当然不同意,多了进口国家的海关也不会放行。因为各国海关对进口货物的监督都很严格,如进口商申报的数量与到货数量不符,轻则认为企图逃漏关税,重则认为是走私舞弊,海关不仅可以处以罚款或没收货物,还可能进一步追究进口商的刑事责任。另外,若遇上当地市场疲软或价格趋跌,进口商也会拒收,或要求降低价格,或要求多交之货不再补钱。

思政元素 要具有较强的法律意识,严格遵守国际贸易规则。

二、货物品名的命名

(1) 以商品的主要用途命名。这种方法既强调了商品的主要用途,又便

于消费者购买。例如,电视机、网球鞋和保温瓶等。

(2) 以商品的主要成分或原料命名。这种方法既便于消费者了解商品的成分及含量,又能体现商品的质量。例如,羊绒衫、蜂王浆和铁锅等。

(3) 以商品产地、特殊原料命名。这种方法既可以与其他商品相区别,又可提高该商品的知名度。例如,东北大豆、青岛啤酒、云南白药和五粮液等。

(4) 以著名人物或传说命名。这种方法既可利用人物已有的知名度来提高商品的知名度,又可与其他商品相区别。例如,孔府家酒、皮尔·卡丹等。

(5) 以商品自身显著实体形态命名。例如,方桌、小绿豆和带鱼等。

(6) 以制作工艺命名。这种方法有利于客户了解该商品的制作特征,增强对商品的信任。例如,二锅头烧酒等。

(7) 以外来词命名。例如,咖啡、可口可乐、沙发、凡士林等。

三、合同中的品名条款

国际货物买卖合同中的品名条款一般较简单,通常是在“商品名称”或“品名”的标题下,列明交易双方成交商品的名称,也可不加标题,只在合同的开头部分列明交易双方同意买卖某种商品的文句。

品名条款的规定取决于成交商品的品种和特点。就一般商品来说,有时只要说明商品的名称即可。但有的商品往往具有不同的品种、等级和型号。因此,为了明确起见,也可把有关商品的品种、等级或型号的概括性描述包括进去,做进一步限定。

四、规定品名条款应注意的事项

(1) 内容必须明确具体,避免空泛、笼统地规定。

(2) 条款中规定的品名,必须是卖方能够提供且买方所需要的商品,凡做不到或不必要的描述性的词句不应该列入。

(3) 尽可能使用国际上的通用名称。若使用地方性的名称,交易双方应事先就其含义达成共识。对于某些新商品的命名及其译名,应力求准确、易懂,并符合国际上的习惯称呼。

(4) 在一个合同中,同一种商品不要使用不同的名称。

(5) 选用合适的品名,有利于降低关税、方便进出口和节省运费开支。

[案例 2-2]

甲国某食品有限公司出口苹果酒一批。乙国来证货品名为 Apple Wine, 于是甲方为单证一致起见,所有单据上均用“Apple Wine”。不料货到乙国后遭到乙国海关的扣留罚款,因该批酒的内、外包装上均写的是“Cider”字样。结果外商要求甲方赔偿其罚款损失。问:甲方对此有无责任?

分析 甲方有责任,应负责赔偿。作为出口公司,理应知道所售货物的英文名称。如来证货品名与实际不符,一是要求对方改证,二是自己更改货物上的英文名称。

思政元素 作为外贸工作人员,应严格履行合同,认真细致分析,具有较强的法律意识。

第二节 国际货物的品质

一、商品品质及其要求

(一) 品质的重要性

商品品质(quality of goods)是商品的内在质量和外观形态的综合。内在质量指商品的物理性能、化学成分、生物特征及成分等内在素质;外观形态指商品的造型、结构、色泽及味觉等技术指标或要求。

商品品质是对成交商品品质的描述,是构成商品说明的一个主要组成部分,是买卖双方交接货物的基本依据,也关系到买卖双方的权利和义务。商品品质的优劣对商品价格有重要影响,买卖双方一般都要针对一定的商品,按质论价,同一品种,如质量不同,则价格也不同。商品品质和销路有着直接关系,随着消费者对商品品质要求的不断提高和市场竞争的加剧,当今世界各国都把提高商品品质作为加强竞争力和扩大销路的一种手段。商品品质的优劣,还关系到国家的信誉,所以提高出口商品品质具有重大的政治、经济意义。

(二) 对商品品质的要求

1. 对出口商品品质的要求

(1) 根据不同的国外市场和不同的消费者需求来确定商品质量。由于国外市场需求的不断变化,因此出口的商品品质、规格、花色和样式等应适应国外有关市场的消费习惯和消费水平。做好产销结合,使出口商品适销对路。

(2) 保证商品质量,提升商品信誉。商品必须具备使用性能,符合在产品包装上注明的用途、标准,符合产品的说明,符合实物样品所表明的质量状况。

(3) 符合外国政府的法律要求。凡是不符合进口国法令规定和要求的商品,该国一律不准进口,有的出口商品还要就地销毁并承担相关费用。所以,我们必须了解有关进口国家的政府法令和管理制度。

(4) 建立企业质量、环境管理体系。ISO(International Organization for Standardization, 国际标准化组织) 9000“质量管理和质量保证”系列标准和ISO 14000“环境管理”系列标准的实施,有助于改善和提升我国企业与产品在国内外消费者、客户中的形象,降低经营及管理成本,提高我国产品的国际竞争能力。

(5) 实行出口商品质量许可证制度。对符合产品标准、技术要求的出口商品颁发质量许可证,对生产出口商品的企业进行监督检查,不符合标准的企业严禁其产品出口。

2. 对进口商品品质的要求

凡品质、规格不符合要求的商品不准进口。对于确需进口的商品,其品质、规格不应低于国内的实际需要,以免影响国内的生产、消费与使用。在订立合同时,要注意对商品品质要求的严密性,避免疏忽而造成损失。要防止进口危害国家安全或者社会公共利益的商品、破坏环境的商品,以及影响人民健康的商品。

二、表示商品品质的方法

国际贸易中买卖的商品种类繁多、特点各异,表示品质的方法也很多,主要包括凭实物样品表示和凭文字说明表示两大类。

(一) 凭实物样品表示商品品质

1. 看货买卖

看货买卖是凭成交商品的实际品质进行交易的一种方式。其是由买方或其代理人在卖方所在地验看货物,如果认为商品品质符合购买要求,即可达成交易。这种方式只要卖方交付的是验看过的商品,买方就不得对品质提出异议。由于交易双方远隔两地,验看货物有很多不便,因此采用这种方式成交很有限。

2. 凭样品买卖

凭样品买卖(sale by sample)是凭样品规定商品品质所达成的交易。所谓样品,就是指由卖方或买方提供一件(数件)或少量足以代表商品质量的实物。这是由于有些商品本身的特点,难以用文字说明规定其品质,或出于市场习惯采用的一种方法。在国际贸易中,按样品提供者的不同,其可分为以下两种。

(1) 凭卖方样品(seller's sample)买卖。由卖方提供的样品称为“卖方样品”。凡凭卖方样品作为交货的品质依据者,皆称为“凭卖方样品买卖”。在凭卖方样品买卖时必须注意下列问题。

① 在将样品即原样或称标准样品送交买方的同时,应保留与送交样品质量完全一致的另一样品,即留样(keep sample),或称复样(duplicate sample),以备将来生产、交货或处理质量纠纷时做核对之用。

② 卖方提供的样品要具有代表性。样品的质量既不能偏高,也不能偏低。偏高会给日后交货带来困难,偏低会使卖方在价格上受到损失。

③ 凭卖方样品成交的商品多属品质难以规格化、标准化的商品,要求交货品质与样品完全一致很难做到。所以,在凭样品表示商品品质时,一般均在合同中规定“交货品质与样品大体相符”的条款。

④ 凭样品交易容易引起纠纷,所以除不能用科学方法表示品质的商品外,如工艺品、少数轻工业品、土特产品和服装等一般很少采用这种方法。

(2) 凭买方样品(buyer's sample)买卖。由买方提供的样品称为“买方样品”。凡凭买方样品作为交货的品质依据者,皆称为“凭买方样品买卖”,也称

“来样成交”或“来样制作”。凭买方样品买卖应注意如下问题。

① 为避免日后交货时在品质上发生争议,卖方可以根据买方的来样仿制或提供相近的产品提交对方,即“回样”,或称“对等样品”(counter sample)。如买方接受了卖方提供的对等样品,凭买方样品成交的交易就变为凭卖方样品成交。

② 为防止意外纠纷,需在合同中订明:如发生由买方来样引起的工业产权等第三者权利问题,与卖方无关,概由买方负责。

在凭样品买卖的交易中,为防止履行合同时发生不必要的纠纷,必要时可使用封样,即由第三方或由公证机关在一批商品中抽取同样品质的样品若干份,每份样品烫上火漆或铅封,由第三方或公证机关留存一份备案,其余供当事人使用。有时,封样也可由出样人自封或买卖双方共同加封。

买卖双方为发展贸易关系、增加对对方商品的了解,往往采用互相寄送样品的做法。这种以介绍商品为目的而寄出的样品,应标明“仅供参考”或“参考样品”,或使用弹性用语,如“品质与所提供的样品相似”,以免与标准样品混淆。

(二) 凭文字说明表示商品品质

在国际贸易中,大部分商品的品质是用文字说明表示的,一般有以下几种。

1. 凭规格买卖

凭规格买卖(sale by specification)是指买卖双方在交易中用规格表示商品的品质。商品的规格是指一些足以反映商品品质的主要指标,如化学成分、含量、纯度和长短等。凭规格买卖时,说明商品品质的指标因商品不同而异;商品用途不同,要求的质量指标也有差异。这种方法的优点是明确、具体、简单和易行。例如,东北大豆的规格为:

含油量(oil content): 最低(min)16%;

水分(moisture): 最高(max)13%;

杂质(admixture): 最高(max)1%;

不完善粒(imperfect grains): 最高(max)7%。

2. 凭等级买卖

凭等级买卖(sale by grade)是指买卖双方在交易中以商品的等级表示商品品质。商品的等级是指同一类商品按其规格的差异,分为品质优劣不同的若干等级,用文字、数字或符号进行分类,如:优等、中等、低等;一级、二级、三级;大、中、小等。每一等级都规定有相对固定的规格。例如,西湖龙井茶分为特级、一级、二级、三级等。

3. 凭标准买卖

凭标准买卖(sale by standard)是指买卖双方在交易中以标准表示商品的品质。商品的标准是指经政府机关或工商业团体统一制定和公布的规格或等级。我国现行的标准有国家标准、专业标准、地方标准和企业标准。国

际上常见的标准有国际标准、国家标准、团体标准和企业标准。

随着科学技术的发展,商品的标准不断地被修改或变动,所以,同一组织颁布的某类商品的标准往往有不同年份的版本。版本不同,质量标准的内容也不同。在合同中援引标准时,应说明标准的名称及版本年份。

在国际贸易中,对于某些品质变化大、难以规定统一标准的农副产品,往往采用“良好平均品质”(fair average quality,FAQ)和“上好可销品质”(good merchantable quality,GMQ)来表示交易商品的品质。

(1) 良好平均品质,是指在装运地装运出口的货物平均品质,即平均中等平均品质。在我国副产品的出口业务中,有时也用FAQ表示品质,习惯上称为“大路货”,品质标准一般是以我国产区当年生产该项副产品的平均品质为依据而确定的。由于这一标准比较笼统,容易发生争议,在合同中除注明FAQ字样和年份外,还要规定一些具体规格指标。例如:“2018年的中国大米,FAQ,规格要求:水分(最高)14%;杂质(最高)0.1%;碎粒(最高)5%。”

(2) 上好可销品质,通常是指卖方出售的货物品质上好,适合市场销售,无须说明商品的具体品质,一般适用于无法以样品或国际公认的标准来检验产品品质的一些商品,如木材、冷冻鱼虾等水产品。这种品质标准更为笼统,容易引起争议,所以在国际贸易中一般不用。

4. 凭商标或牌名买卖

凭商标或牌名买卖(sale by trade mark or brand name)是指买卖双方在交易中用商品的商标或牌号表示商品的品质。商品的牌名(brand)是指厂商所生产或销售商品的牌号,简称“品牌”,以便与其他企业的同类产品区别开来。一个品牌可用于一种产品,也可用于一个企业的所有产品。商标(trade mark)是牌号的图案化,作为商品的记号,经注册登记后受法律的保护。它是一个品牌或品牌的一部分,是一个法律名词。在国际贸易中,对于某些品质稳定、规格统一并在市场上树立了良好信誉的商品,交易时只要说明牌号或商标,品质即已明确,故可凭牌名或商标买卖,如海尔冰箱、红双喜乒乓球和松下电器等。这种方法适用于日用消费品、加工食品和耐用消费品等很多商品。

5. 凭产地名称买卖

凭产地名称买卖(sale by name of origin)是指买卖双方在农副土特产品的交易中,以产地名称来表示商品的品质。因为有些农副土特产品受产地的自然条件及传统加工工艺的影响,在品质方面具有独特的风格或特色。对这类产品习惯上用产地的名称来说明其品质,如景德镇瓷器、绍兴黄酒、长白山人参和涪陵榨菜等。

6. 凭说明书和图样买卖

凭说明书和图样买卖(sale by descriptions and illustrations)是指买卖双方在技术密集型产品的交易中,以说明书、图样等来表示商品的品质。在国际贸易中,有些机器、电子产品、仪器等商品,由于结构和性能复杂,生产工艺

不同,因此不能简单地用几个指标表示品质的全貌。对于这类商品,通常以说明书并附以图样、照片、设计图纸等来说明其具体性能和结构特点。

在实际业务中用文字说明表示商品品质的方法被广泛应用,但常与凭样品买卖结合使用。还有一些商品,由于它们独特的性质,既无法用文字概括其质量,又没有质量完全相同的样品可做交易的依据,对此,买卖双方只能看货成交,如珠宝、玉雕、牙雕和字画等。

[案例 2-3]

甲国某公司向乙国某客户出口榨油大豆一批,合同中规定大豆的具体规格为含水分 14%、含油量 18%、含杂质 1%。乙国客户收到货物不久,甲方便收到对方来电称:甲方的货物品质与合同规定相差较远,具体规格为含水分 18%、含油量 10%、含杂质 4%,并要求甲方给予合同金额 40%的损害赔偿。乙国的索赔要求是否合理?合同中就这一类商品的品质条款应如何规定为宜?

分析 乙国的要求是合理的。因为甲方交货的品质不符合合同的规定,应给予对方一定金额的损害赔偿,但是否为合同金额的 40%,应根据具体情况而定。较难掌握交货品质的出口商品的品质条款,应采用规定品质公差(quality tolerance)或品质机动幅度(quality latitude)的方法,来避免因交货品质难以掌握给甲方交货带来的困难。

思政元素 作为外贸业务工作人员应养成遵守合同规定、细致周到的精神。

三、合同中的品质条款

(一) 基本内容

商品的品质条款是买卖合同的基本条件,是买卖双方交接货物的依据。它是买卖双方对货物的质量、等级、标准、规格、商标、牌名、产地名称等的具体规定。在凭样品买卖时,一般应列明样品的编号或寄送日期,有时还加列交货品质与样品一致相符的说明。在凭标准买卖时,一般应对照所引用的标准和标准版本的年份;在以图样和说明书表示商品品质时,还应在合同中列明图样、说明书的名称和份数等内容。

(二) 订立品质条款注意事项

1. 品质机动幅度

品质机动幅度是指商品的品质指标在一定的幅度内灵活掌握。品质机动幅度的掌握方法如下。

(1) 规定范围,即对某些商品品质指标允许有一定的差异范围。例如,漂布,幅阔 47/48 英寸(1 英寸=2.54 厘米),即布的幅阔只要是 47~48 英寸,均为合格。

(2) 规定极限,即对某些商品的品质以最大、最高、最多或最小、最低、最少来规定其上下极限。例如,芝麻:含油量 45%(最低),水分 8%(最高),杂

质1%(最高)。

(3) 规定上下差异,是指规定品质指标的同时,规定一定幅度的上下变化。例如,羽绒服:含绒量18%,上下1%。

(4) 在数字前加“大约”使商品品质规定有一定的弹性。例如,每筐苹果200个,大约50千克。

2. 品质公差

品质公差是指国际同行业所公认的品质的误差。在工业制成品中,对产品质量指标难免产生一定的误差,如手表走时每天误差若干秒等。这种为国际所公认的产品品质的误差,即使在合同中不做规定,卖方交货只要在此范围内,即为符合规定。如国际上同行业无公认的品质公差,或公差不明确或由于生产原因需扩大公差范围,应在合同中明确规定品质公差的内容。

3. 交货品质与样品大体相等或其他类似条款

在凭样品买卖时,买卖双方容易在交货品质与样品是否一致的问题上发生争议,为了避免争议和便于履行合同,卖方可要求在品质条款中加订“交货品质与样品大体相符”或其他类似条款。

4. 品质条款要有科学性和合理性

对品质条款的规定要适度,不宜规定得过高或过低。对于一些与品质无关的条件,不宜订入。品质条款应明确、具体,不宜采用诸如“大约”“左右”“合理误差”等字样,以免在交货的品质上发生争议。

第三节 国际货物的数量

一、货物数量的重要性

货物的数量是国际货物买卖合同中的主要交易条件之一,对于买卖双方顺利达成交易、合同的履行具有重要意义。货物的数量是指以一定的度量衡表示商品的重量、个数、长度、面积、体积和容积的量。数量的多少直接关系交易价格的高低以及总贸易量对市场的影响。根据《联合国国际货物销售合同公约》的规定,卖方所交付的货物的数量必须与合同规定相符。卖方所交付货物的数量如小于合同规定的数量,买方有权拒收货物;相反,卖方所交货物的数量如大于合同规定的数量,买方除了可以拒收超额部分外,也可以全部拒收。另外,买卖双方应在彼此可能的情况下达成买卖商品数量,而不能为了追求数量而忽视市场的容量、客户的信用度、支付的能力或配额等限制。

二、商品数量的计量方法

在国际贸易中,由于商品的种类和性质不同,计量的方法不同,还有各国采用的度量衡制度也不同,所以买卖双方应熟悉各种计量单位和计量方法。

(一) 国际度量衡制度

各国采用度量衡制度不同,使用的计算数量的单位也不同。目前,国际贸易中使用比较广泛的度量衡制度有:国际单位制(international system of units),代号“SI”;公制(metric system);英制(British system)和美制(U. S. system)。

我国自1959年至1985年一直使用公制。1985年9月通过,经2009年、2013年、2015年、2017年和2018年修正的《中华人民共和国计量法》第三条规定:“国家实行法定计量单位制度。国际单位制计量单位和国家选定的其他计量单位,为国家法定计量单位。”我国从1991年1月起,除少数特殊领域之外,不允许再使用非法定计量单位。在对外贸易中,出口货物除合同规定需要采用公制、英制和美制计量单位外,均应采用法定计量单位。

(二) 计量单位

商品的计量单位是表示商品数量的方法。通常采用的计量单位名称及适用的商品有以下几种。

1. 重量

按重量(weight)计算是国际贸易中广泛使用的一种。常用的重量单位有:千克(kilogram, kg)、公吨(metric ton, M/T)、长吨(long ton, L/T)、短吨(short ton, S/T)、磅(pound, lb, 1磅 \approx 453.592克)和盎司(ounce, oz)。1公吨=1000千克,1长吨=1016千克,1短吨=907千克。这种计量单位一般适用于农副产品、矿产品和部分工业制成品,如羊毛、棉花、矿砂、钢铁、油类和药品等商品。对黄金、白银等贵重商品通常采用克或盎司来计量,钻石则采用克拉计量。

2. 数量

常用的数量(number)单位有:只(piece, pe)、件(package, pkg)、双(pair)、套(set)、打(dozen, doz)、罗(gross, gr)、令(ream, rm)、卷(roll, coil)、袋(bag)、箱(case)和桶(barrel, drum)等。1罗=12打。这种计量单位一般适用于大多数工业制成品、土特产品及杂货,如电视机、纸张、水果和服装、鞋袜等商品。

3. 长度

常用的长度(length)单位有:米(meter, m)、英尺(foot, ft, 1英尺 \approx 0.3048米)和码(yard, yd)等,一般适用于绳索、电线电缆、丝绸和布匹等商品。

4. 面积

常用的面积(area)单位有:平方米(square meter, m^2)、平方英尺(square foot, ft^2)和平方码(square yard, yd^2)等,一般适用于玻璃、木板、地毯、纺织品和皮革制品等商品。

5. 体积

常用的体积(volume)单位有:立方米(cubic meter, m^3)、立方英尺(cubic

foot, ft³)、立方码(cubic yard, yd³)等,一般适用于木材、天然气和化学气体等商品。

6. 容积

常用的容积(capacity)单位有:公升(liter, L)、加仑(gallon, gal)和蒲式耳(bushel)等,一般适用于谷物、酒类及油类等商品。

(三) 计量重量的方法

在国际贸易中,大多数商品是按重量计量的。计量重量的方法通常有以下几种。

1. 按毛重计量

毛重(gross weight)指商品本身的重量加上包装物的重量,包装物的重量叫皮重。对于有些商品,由于价值较低,可以忽略包装物的重量,如粮食、饲料等产品以毛重作为计算价格的基础。

2. 按净重计量

净重(net weight)即商品的实际重量,也就是不带包装的重量。在国际贸易中,采用最多的一种计量方法是按净重计量,即将货物的毛重减去皮重(tare)。计算皮重的方法有以下几种。

(1) 实际皮重(actual tare)。实际皮重,即将各商品的包装物逐一过秤所得的重量。

(2) 平均皮重(average tare)。平均皮重,即按若干件包装物的实际重量计算出单件包装物的平均重量。由于包装材料的规格化和标准化采用平均皮重的做法已很普遍,它也称为标准皮重。

(3) 习惯皮重(customary tare)。习惯皮重是指有些比较规格化的包装,其重量已被公认,可不必过秤,按公认的重量计算,如装运粮食的机制麻袋,每条习惯皮重为 2.5 磅。

(4) 约定皮重(computed tare)。约定皮重是指按买卖双方约定的重量计算皮重而无须过秤。

3. 公量

公量(conditioned weight)是指用科学方法抽去商品中的水分,再加上标准含水量所求得重量。这种方法适用于水分含量不稳定而经济价值又较高的货物,如羊毛、生丝等。

公量是以货物的标准回潮率计算的,所谓回潮率就是指水分与干量的比,也称法定回潮率。货物中实际水分与干量的比称为实际回潮率。其计算公式为

$$\begin{aligned} \text{公量} &= \text{干量} + \text{标准含水量} \\ &= \text{实际重量} \times (1 + \text{标准回潮率}) / (1 + \text{实际回潮率}) \end{aligned}$$

例 2-1 今出口羊毛 10 公吨,买卖双方约定标准回潮率为 11%,实际回潮率则从 10 公吨货物中抽取部分样品进行测定。假设抽取 10 千克样品,用

科学方法去掉货物中的水分后,净剩 8 千克羊毛,试计算这批羊毛的公量。

$$\begin{aligned}\text{解 公量} &= \text{实际重量} \times (1 + \text{标准回潮率}) / (1 + \text{实际回潮率}) \\ &= 10 \times (1 + 11\%) / (1 + 25\%) \\ &= 8.88(\text{公吨})\end{aligned}$$

4. 按理论重量计量

按理论重量(theoretical weight)计量是指一些有固定规格和尺寸的商品,每件重量大致相等,所以可以根据件数推算出其重量,如钢板、马口铁等。

5. 按法定重量计量

按法定重量(legal weight)计量是指以商品本身重量加上直接与商品接触的内包装重量。它是海关征收从量税的基础。

三、合同中的数量条款

合同中的数量条款主要包括交货的数量和计量单位,如“中国大豆 1 000 公吨,麻袋装净重”。

有些商品因本身的特性、生产、运输、包装条件和运输工具等的限制,交货数量往往很难符合合同约定的某一具体数量,为了顺利履行合同、减少争议,买卖双方合同中规定合理的机动幅度。

(一) 溢短装条款

溢短装条款(more or less clause)是指在买卖合同的数量条款中,明确规定卖方可以多交或少交的百分比,但以不超过规定的百分比为限。例如,汽油 100 公吨,卖方可溢短装 2%,即卖方的交货数量为 98~102 公吨,买方不得有异议。

利用溢短装条款时应注意以下问题:①允许溢短装比例,即允许多交或少交的百分比,多数规定为 5%,具体应由商品特性、运输方式等确定。②溢短装选择权,即约定何方有权决定多交或少交,一般规定为由卖方决定,但在买方租船接货时,为了与租船合同衔接,也可由买方决定。③溢短装数量通常按合同价格计算。但当交货时市价下跌,多装对卖方有利;如市价上升,多装对买方有利。所以,为了避免这种情况,可在合同中规定,多装或少装的部分,不按合同价格计算,按装船时或到货时的市价计算。

(二) 约量条款

约量条款(about clause)是指实际交货数量可有一定幅度的弹性条款,即在交货数量前加“约”字规定机动幅度的方式。例如,约 100 公吨。由于“约量”一词含糊,国际上对其有不同的解释,有的国家解释为 2%,有的为 5%,也有的为 10%。为了避免履行合同时引起不必要的纠纷,除非双方对“约”数已有协议或默认,否则最好不要使用约量。如果一定要使用约量,双方应先明确允许的百分比。

第四节 国际货物的包装

一、商品包装的重要性

商品包装(packaging of goods)是指在商品流通过程中为保护商品、方便储运、促进销售,按一定技术方法而采用的容器、材料及辅助物等的总体名称;也指为达到上述目的而采用容器、材料和辅助物的过程中施加一定技术方法等的操作活动。

现代商品包装反映了商品包装的商品性、手段性和生产活动性。商品包装是社会生产的一种特殊商品,本身具有价值和使用价值,同时又是实现商品价值和使用价值的重要手段。商品包装的价值包含在商品的价值中,优质的包装能带来巨大的经济效益。商品包装是商品生产的重要组成部分,绝大多数商品只有经过包装,才算完成它的生产过程,才能进入流通和消费领域。

商品包装是依据一定商品的属性、数量、形态以及储运条件和销售的需要,采用特定的包装材料和技术方法,按设计要求创造出来的造型和装饰相结合的实体,具有技术和艺术双重特性,具有体积性、形态性、层次性和整体性等多方面的特点。

商品包装在一定程度上反映出一个国家的生产水平,包装生产部门已成为一个重要的工业部门。商品包装是保护商品在流通领域中品质完好和数量完整的重要措施。优良的包装能反映出一个国家的生产、科学技术和文化艺术的水平。因此,出口商品包装的好坏直接关系到出口商品的销售和一个国家商品的信誉。

在买卖合同中,一般要对包装作出具体规定,包装条件也就成了买卖合同中的一项主要条件,构成了货物说明的重要组成部分。

二、商品包装的种类

商品包装按作用可分为运输包装(shipping package)和销售包装(internal packing)。

(一) 运输包装

1. 运输包装的定义和作用

运输包装又称外包装、大包装,它是将货物装入特定容器,或以特定方式成件或成箱地包装。运输包装的主要作用有:一是能有效地保护商品,防止货物在长时间和远距离的运输过程中发生损坏与散失;二是方便货物的运输、搬运、储存、检验和计数等;三是合理的运输包装能节省材料和费用。

2. 运输包装的种类

运输包装可分为单件运输包装和集合运输包装。

(1) 单件运输包装,是指货物在运输过程中作为一个计件单位的包装。

① 箱。按不同材料,箱又可分为木箱、纸箱、板条箱和铁箱等,通常适用

于不能挤压的货物。

② 桶。桶有木桶、铁桶和塑料桶等,适用于液体、半液体、粉状、粒状货物。

③ 袋。袋有麻袋、纸袋、布袋和塑料袋等,适用于粉状、颗粒状和块状的农产品及化学原料。

④ 包(bale)。凡可以紧压的商品,如羽毛、羊毛、棉花、布匹和生丝等,均可先经机压打包,压缩体积,然后再以棉布、麻布包裹,外加箍铁和塑料带,捆包成件。

⑤ 其他。如篓、瓶、坛、罐、听、捆和卷等。

(2) 集合运输包装,也称成组化运输包装。它是把一定数量的单件包装组合成一件大的包装或装入一个大的包装容器内。常见的集合运输包装有以下两种。

① 集装袋和集装包(flexible containers),一般是用合成纤维或塑料编织成的大袋。集装袋和集装包有一次性使用和可回收周转使用两种。它们的容量为1~4吨,多的可达13吨。集装袋适用于盛装粉状、粒状的化工产品、矿产品、农产品及水泥等散装商品;集装包则适用于盛装已经包装好的桶、袋和箱等单件包装的商品。

② 集装箱(container),又称货柜。它是一种用金属板材、塑料和纤维板材制成的长方形的大箱。为适应各种运输方式和不同货物运输的需要,集装箱的种类越来越多。集装箱是一种现代化的运输方式,它可以保护货物品质,减少货损、货差,节省包装费用,减轻劳动强度,提高装卸效率,加速车船及货物的周转。

(3) 托盘(pallet),指用木材、金属和塑料等材料制成的托板。货物可以放在托板上,然后用塑料薄膜、金属绳索等加以固定,组成一件包装。托盘下面有插口,供铲车装卸之用。托盘有一次性使用和回收周转使用两种。托盘便于计数、装卸、运输和保管,能降低成本、加快运输。

3. 运输包装的要求

运输包装应体现如下要求:适应商品的特性;适应各种不同运输方式的要求;考虑有关国家的法律规定和客户的要求;便于各环节有关人员的操作;在保证包装牢固的前提下节省费用。

(二) 销售包装

1. 销售包装的概念

销售包装,又称内包装、小包装,是直接接触商品,跟随商品进入零售市场和消费领域的包装。它具有保护商品、便于储存和保管的作用,同时还具有美化商品、宣传商品、介绍商品、吸引消费者的作用。销售包装的美观感、新潮感和艺术感能引起消费者的购买欲望。作为“无声售货员”的销售包装,在征服消费者、提高销量等方面有着不可低估的作用。

2. 销售包装的种类

1) 便于陈列的包装

(1) 堆叠式包装。这种包装的顶部和底部都设有吻合部分,上下堆叠可

以互相吻合,既稳固,又节省货位。这类包装多用于进入超级市场销售的罐头、瓶类和盒类等商品。

(2) 挂式包装。这种包装通过挂钩、挂孔和吊带等将商品悬挂在货架上展销,以便利用货架的空间。这类包装常见的有贴体包装、盒形包装和套形包装。

(3) 展开式包装。这种包装有特殊结构的盒盖,打开盒盖,盒面图案与盒内商品互相衬托,具有良好的展销效果。

2) 便于识别商品的包装

(1) 透明包装和开窗包装,是指容器全部或部分采用透明材料制成,或在容器上开有窗口的包装。这种包装能直接看到商品的形态,增加消费者购买信心。

(2) 习惯性包装,是指某些商品的包装经长期使用而形成的习惯造型,使消费者很容易认出是某种牌号的商品。

3) 便于使用的包装

(1) 携带式包装,是适于消费者携带的包装。例如,在包装上设置便于携带的提手装置。

(2) 易开包装,是便于消费者开启使用的包装,通常在封口严密的容器上增加易开结构,如易拉罐、易开瓶等。

(3) 喷雾包装,是使用时只要按动按钮,液体或粉末即可喷出的包装,适用于日用消费品,如香水、洗发露等。

(4) 配套包装,是把在使用上有关联的商品搭配成套,放在同一包装内的包装。

(5) 一次用量包装,是为一次性商品所做的较简单包装,如一天用量的药品包装。

(6) 礼品包装,是专为送礼用的包装,要求美观大方、具有艺术性。

3. 销售包装的要求

为了使销售包装适应国际市场的需要,在设计和制作时要体现如下要求。

(1) 包装的造型与装潢设计有利于促销。造型装潢美观大方,富有艺术吸引力并能突出商品的特点,其图案和色彩应符合有关国家的风俗习惯和消费者爱好。

(2) 标签的使用不能违反有关国家的标签管理条例的规定,许多国家对进口商品特别是食品和药品的标签内容有具体要求,一般都要求标明产地、重量、成分、生产者名称、生产期、保质期以及有关添加剂、化学成分或脂肪含量等的特殊说明。如不符合规定,则禁止进入该国市场。

(3) 有条形码标志。

(4) 包装的设计有利于再用、再循环和最终处理,实行绿色包装标志。包装材料本身的后处理应安全、方便、可行,不造成环境危害,能再利用、再生和

再循环,完善绿色包装标准体系,实行绿色包装标志制度。

三、包装标志

包装标志是在运输包装外部用文字、图形、数字制作的特定记号和说明事项。其主要作用是:便于识别货物,以利于运输、仓储、商检和海关查验,便于核对单证、货物,使单货相符;避免发生错运,便于收货人收货。包装标志按其用途,可分为运输标志(shipping mark)、指示性标志(indicative mark)和警告性标志(warning mark)等。

(一) 运输标志

运输标志又称唛头,由一个简单的几何图形和一些字母、数字以及简单的文字组成。其主要作用是便于识别货物、方便运输、易于计数和查箱等,防止错发、错运。运输标志一般由下列内容组成。

(1) 收货人(发货人)的代号、合同号码和信用证号码,通常用一个简单图形表示,如三角形、矩形和菱形等。

(2) 目的港(目的地)的名称,如需经某地或某港口转运的,在目的港下面加上转运地的名称。

(3) 件号。该批货物的总件数和本件货物的顺序号。例如,“No. 1-100”。

此外,有的运输标志还包括原产地、许可证号和体积与重量等内容。运输标志的内容繁简不一,由买卖双方根据商品特点和具体要求商定。如图 2-1 和图 2-2 为运输标志的式样。



图 2-1 运输标志一

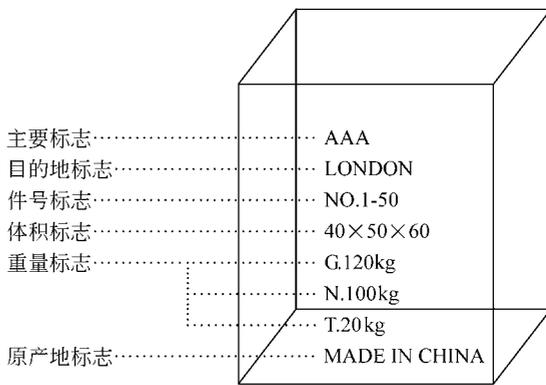


图 2-2 运输标志二

鉴于运输标志的内容差异较大,有的过于繁杂,不适应货运量增加、运输方式变革和电子计算机在运输与单据流转方面应用的需要。因此,联合国欧洲经济委员会简化国际贸易程序工作组,在国际标准化组织和国际货物装卸协调协会的支持下,制定了一套运输标志向各国推荐使用。该标准运输标志包括:①收货人或买方简称或代号;②参考号,如运单号码、订单号码或发票号码等;③目的地;④件数号码。至于根据某种需要而在运输包装上刷写的其他内容,如许可证号等,则不作为运输标志必要的组

成部分。

需要指出的是,为了便于唛唎、刷唛,节省时间和费用,便于在制单及其信息传递过程中使用电信手段,国际标准化组织推荐的标准运输标志应为四行,每行不超过 17 个字母,不采用几何图形或其他图形。例如:

CBD	收货人代号
4326	参考号
NEW YORK	目的地
1/50	件数代号

(二) 指示性标志

指示性标志是指对一些易碎、易损、易变质商品的性质,用醒目的图形和简单的文字提醒有关人员在装卸、搬运和储存时应注意的事项。例如,“易碎”“防湿”“防热”“防冻”“由此吊起”和“重心”等,如图 2-3 所示。

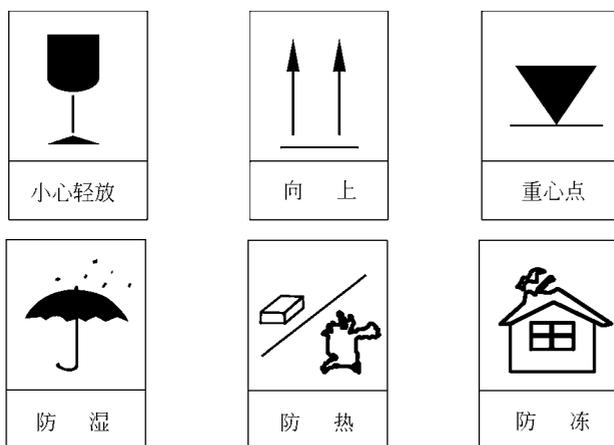


图 2-3 指示性标志

(三) 警告性标志

警告性标志又称危险性标志,是指对一些易燃品、易爆品、有毒品、腐蚀性物品和放射性物品等危险品在其运输包装上清楚而明确地刷制的标志,以示警告。警告性标志如图 2-4 所示。

各国对警告性标志都有统一规定。我国颁布有《危险货物包装标志》,联合国政府海事协商组织公布有《国际海上运输危险品货物标志》,目前已被国际上许多国家所采用。有的国家规定进口危险品时要在运输包装上刷写国际海上运输危险品货物标志,否则不准靠岸卸货。所以,在出口危险品时,除刷写我国国内危险品标志外,还应刷写国际海上运输危险品货物标志。

(四) 条形码标志

条形码(product code)是由一组粗细间隔不等的平行线条及其相应的数字组成的标记。随着光电扫描阅读设备的使用,条形码成为销售包装上不可缺少的标记。通过条形码标记,消费者可以了解商品的原产地、生产厂家和



图 2-4 警告性标志

品种规格等信息；售货员可以在数据库查询商品的单价、记录和结算等；商场可以对商品进行分类、汇总及更新库存，并及时进行分析，掌握市场动态。条形码是进入超级市场和大型百货商店的先决条件，所以在出口商品上使用条形码显得相当重要。

国际上通用的条形码有两种：一种是美国统一代码委员会编制的 UPC 码(通用产品代码)；另一种是由欧洲各国成立的国际物品编码协会编制的 EAN 码(欧洲商品编码)。目前 EAN 码是国际上使用最广、国际公认的物品编码标识系统。我国于 1988 年 12 月成立了中国物品编码中心，该中心于 1991 年 4 月代表中国加入国际物品编码协会，该协会分配给中国的国别号为“690、691、692”。凡标有“690、691、692”国别代码的商品，即表示为中国出产的商品，如图 2-5 所示。



图 2-5 EAN13 条形码符号

(五) 二维码

二维码(dimensional barcode)，又称二维条码，是在一维条码的基础上扩展出的一种具有可读性的条码。设备扫描二维码，通过识别条码的长度和宽度中所记载的二进制数据，可获取其所包含的信息。相比一维条码，二维码记载更复杂的数据，如图片、网络链接等，如图 2-6 所示。

国外对二维码技术的研究始于 20 世纪 80 年代末，我国对二维码技术的



图 2-6 二维码示例

研究开始于 1993 年。中国物品编码中心对几种常用的二维码 PDF417、QRCCode、Data Matrix、Maxi Code、Code 49、Code 16K、Code One 的技术规范进行了翻译和跟踪研究,制定了两个二维码的国家标准:《二维条码 网格矩阵码》(SJ/T 11349—2011)和《二维条码 紧密矩阵码》(SJ/T 11350—2011)。

分类:按原理,二维条码/二维码可分为堆叠式/行排式二维条码和矩阵式二维条码。按业务,二维码可分为被读类和主读类两大类。

功能:信息获取;网站跳转;广告推送;手机电商;防伪溯源;会员管理;手机支付。

优点:高密度编码,信息容量大;编码范围广;容错能力强,具有纠错功能;译码可靠性高;可引入加密措施;成本低,易制作,持久耐用。

缺点:二维码技术成为手机病毒、钓鱼网站传播的新渠道。

四、定牌和中性包装

(一) 定牌

定牌是指根据买方的要求在出口商品的包装上使用买方指定的商标、牌名。其目的是适应国外市场,利用买方的企业商誉和名牌声誉提高商品集团价,主要用于外商订货数量较大、需求比较稳定的商品。

在我国出口贸易中,定牌生产的使用有以下几种情况。

(1) 接受国外指定的商标或牌名,同时在商标处注明由买方所在国家工厂制造,即定牌定产地。

(2) 接受国外买方指定的商标或牌名,但在商标或排名处注明“中华人民共和国制造”或“中国制造”。

(3) 对于某些国外大量、长期的稳定订货,为了扩大销售,可以接受买方指定的商标,不加注生产国别的标志,即定牌中性包装。

(二) 中性包装

中性包装(neutral packing)是指在商品和内外包装上不注明生产国别的包装。中性包装分为无牌中性包装和定牌中性包装。无牌中性包装是指商

品和包装上既无商标、牌号,也无生产国别的包装;定牌中性包装是指商品包装上有指定的商标、牌号,但不注明生产国别的包装。

采用中性包装,一是为了适应国际市场的特殊需要,如转口销售等;二是为了打破某些进口国的关税、非关税壁垒,它是出口厂家扩大出口的一种手段。

[案例 2-4]

甲国某公司与乙国某自行车厂洽谈进口业务,打算进口某牌自行车 1 000 辆。但要求乙方改用“剑”牌商标。请问:乙方是否可以接受?在处理此项业务时,应注意什么问题?

分析 乙方可以接受。因为,这是一笔中性包装交易,甲方要求采用定牌中性包装,乙方一般可以接受。在处理该业务时要注意甲方所用商标在甲国是否有第三者已经注册,若有则不能接受。如果一时无法判明,则应在合同中写明“若发生工业产权争议应当由买方负责”。

思政元素 作为外贸工作人员,应养成终身学习、专业专注、具体问题具体分析哲学思维。

五、合同中的包装条款

(一) 包装条款的基本内容

国际商品贸易合同中的包装条款一般包括包装材料、包装方式、包装费用和运输标志等内容。

1. 包装材料和包装方式

在包装条款中,要订明包装材料和包装方式,一般是根据商品的性能、特点及运输方式而定,通常采用的包装材料有纸箱装、木箱装、麻袋装和铁桶装等。在包装方式上可采用单件运输包装和集合运输包装。在规定包装材料和包装方式时,还要订明用料、尺寸、每件重量以及填充物和加固条件等。在进出口贸易中,有时商品要以花色、尺寸搭配装箱或装袋出口,这就必须具体规定搭配方式及搭配量。

2. 包装费用

按国际惯例,包装费用包括在货价之内,不必在合同中另行订明。但有时买方认为卖方的包装不能满足要求,而使用特殊包装,由此产生的超出正常的包装费用应由买方承担,并在合同中具体规定负担的金额和支付方法。

3. 运输标志

按国际贸易惯例,运输标志由卖方设计确定,然后通知买方。如买方要求自己设计运输标志,卖方也应接受,但必须在合同中订明买方提供运输标志的式样和内容及具体的时间,如超过时间,卖方可自行决定。

(二) 订立包装条款注意事项

(1) 对包装的规定要明确具体,一般不宜采用“海运包装”“习惯包装”之类的术语,因为这些术语缺乏统一的定义和解释,容易引起纠纷。

(2) 注意有关国家对包装的特殊要求和风俗习惯。各国对包装的要求越来越严格,有的国家不允许使用玻璃和陶瓷做包装材料;有的国家禁止使用稻草、报纸做包装衬垫;同时,还要符合各国的风俗习惯。

(3) 卖方交付的货物,须按合同规定的方式包装。如果包装与合同不符,买方有权索赔,甚至拒收货物。

本章小结与关键术语



思考题

1. 规定品名条款应注意哪些问题?
2. 表示货物品质的方法有哪些? 说明其含义及在使用中应注意的问题。
3. 什么是样品、复样和对等样品? 它们有何区别?
4. 订立品质条款应注意哪些问题?
5. 在出口贸易中,如何规定交货数量的机动幅度?
6. 运输标志由哪些内容组成? 在使用中应注意哪些问题?
7. 什么是指示性标志、警告性标志? 简述其用途和用法。
8. 什么是“定牌”“无牌”和“中性包装”? 它们分别在什么情况下采用?
9. 订立包装条款应注意哪些问题?
10. 如按 100 美元/吨的价格出售 1 000 吨铁矿石,合同规定“数量允许有 5%溢短装,由卖方决定”。(1)“数量允许有 5%溢短装”是什么条款?(2)卖方最多可装多少吨,最少可装多少吨?(3)如果该货物国际市场价上涨,卖方可能会尽量多交货还是少交货?

练习题

