

良好的国际公关网是 赢得世界市场的桥梁

曾德国

对外开放是我国发展社会主义经济、实现四化、赶上世界先进水平的基本方针,其目的:一是把外国的先进东西引进国内;二是把中国的先进东西打入世界;三是让世界竞争帮助中国淘汰落后的旧东西;四是使社会主义中国帮助世界淘汰落后的旧东西;五是使中国赶上世界经济发展的步伐,与世界经济融和发展同步发展。没有对外开放就根本不可能实现上述目的;而对外开放也只是为实现这些目的指明方向和创造一定条件。如同过河,对外开放也只是允许你可以过河,怎样过河?还必须建桥或造船。对外开放要获得成功,必须具有类似桥或船一类的东西。建立对外公共关系网就是对外开放所必需的桥或船。

何谓公共关系?它就是一个社会组织同它拥有的公众之间建立起相互理解、相互交往、相互支持与相互合作的联系。公共关系网是指这种联系的多样性、综合性和广泛性的概念。对外公共关系网是一个国家或一个地区、一个部门、一个社会团体、一个企业同它国外广大公众通过各种传播媒介,在贸易、资金融通、物资交流、科技文化和劳力与劳务交流等方面,建立国际间的相互支持与合作的关系。这样的对外公共关系网对任何一个追求发展的国家和经济组织来说,都是绝对必要的,对社会主义国家和它的企业来说,无论从理论上或是从实践上都充分证明是非有不可的。下面从几个方面论证为什么要建立对外公共关系网。

一、建立和发展对外公共关系网是社会主义胜利的前提

马克思在《德意志意识形态》一书中说过:“共产主义……是以生产力的普遍发展和与此有关的世界交往的普遍发展为前提的”。^①马克思在这里说的“交往”包含相互交流和相互往来的意思,也即一个国家同别的国家在世界竞争中进行商品交换、资金交流、科学技术文化交流,为共同的或相关的事务进行人员相互往来,交换对某些问题的看法,通过谈判、协商、调解等方式解决某些问题等等;马克思的“交往”同今天我们的“公共关系”概念是一致的或相近的。他的“世界交往的普遍发展”就是我们所说的“国际公共关系网”,因为当世界各国之间的交往十分频繁时,交往关系必然普遍建立,纵横交错,有如蛛网,这就必然形成“国际公共关系网”,马克思在这里不仅萌芽了公共关系和国际公共关系网的概念,而且阐明了公共关系的重要社会意义的基本理论:第一,他认为“世界交往的普遍发展”与“生产力的普遍发展”具有同等重要的社会意义,就是说,建立和发展世界范围的公共关系网与生产力在全世界的普遍发展,同样是推动社会进步的强大动力;第二,他认为“世界交往的普遍发展”和“生产力的普遍发展”一起同是共产主义胜利的前提,马克思把国际公共关系活动作为战胜资本主义,实现社会主义和共产主义的条件之一。

二、世界的相互依赖性与国际分工需要建立世界范围的交往关系

马克思关于世界交往的普遍发展的理论,对我们今天的社会主义建设实践具有头等重要的指导意义,是我国“对内搞活,对外开放”,进行全面的社会经济政治体制改革的理论依据,也是批判闭关自守的封建保守主义思想的锐利武器。我们从马克思的社会变革的基本理论中应该认识到,只搞生产关系的变革,而忽视生产力的高度和普遍发展,要建成社会主义和共产主义只是空想;现在还应当进一步认识到,关起门来发展生产力,而忽视国际交往的作用,忽视建立良好的国际环境,同样,会使建成社会主义和共产主义成为空想。搞社会主义不能用种种方式束缚生产力发展,同样也不能用种种借口阻碍国际交往的发展,不能在一个极其不利的国际环境中发展。生产力的发展同人们的社会交往是同时产生,一直是相互促进、相互制约,不可分割地联系在一起,社会交往是生产力产生和发展的条件,生产力的发展又促进社会交往。生产力越是高度发达,要求交往的范围越广,交往的内容越丰富,交往的形式更多样,反过来交往越是向深度和广度发展,就越是促进生产力向更高更广发展。从社会主义实践经验来看,为什么所有的社会主义国家(包括较发达的和发达的社会主义国家)都落后于发达的资本主义国家,原因当然很多,但其中非常重要的一个原因是都忽视世界交往的作用,没有充分吸取发达资本主义国家最先进的科学技术文化知识和经营管理的理论与成功经验去发展本国生产力;而近几年我国经济发展获得举世瞩目的成功,其中重要原因之一是“实行对内搞活,对外开放”的政策,这个政策的核心就是发展国内交往和国际交往去为生产力的发展创造各种条件,促进生产力更快地发展。近几年我国同世界各国的交往多起来了,大量引进国外先进科学技术和外国资本,改造我国的落后技术条件,建立先进水平的现代化企业,同时扩大向国外出口商品,技术、劳务和输出资金,参加世界竞争,使我国的生产力冲出国门,走向世界,同世界生产力相融合发展。所有这些理论与实践都表明,发展世界交往建立国际公共关系网,对建设现代化的富裕的社会主义社会是非常必要的,绝对不可忽视的。国际交往只能越来越广泛深入地发展,对外开放的门只能越开越大,而绝不是向相反的方向倒退。

今天的世界已构成一个不可分割的整体,各国、各地区和各个经济集团之间都是互相依存、互相制约、互相交往和互相促进的。一个国家不论是多么发达,也不能百分之百地满足自己需要的一切,必须同其它国家进行多种交往才能补充自己的不足。美、日、德、英、法、意、加等发达资本主义国家,它们生产的商品不仅要在这些发达国家之间交流,还必须到广大的第三世界国家寻找销售市场;发达国家一般都缺乏许多重要原材料和能源,必须主要从发展中国家进口。据计算,美国的战略物资对外国的依赖程度分别是:锑 99%、锰 98%、锡 62%、钨 50%、工业钻石 100%、天然橡胶 100%、钴 97%、铝土 93%、铬 92%、铂 91%、铁砂 29%、石油和天然气 50%,另有 9 种重要工业原料的 50% 以上依赖从发展中国家进口。西欧共同体的工业原料对发展中国家的依赖性比美国还大,它们的石油的 92%、矿物原料的 75%、铬、锰、钴、铂、铌、黄金、钽等的 100%,锑、钨、钼的 95% 主要依赖从发展中国家进口,德国和法国的石油的 90% 以上来自发展中国家。日本更是资源极为贫乏的国家,90% 的石油、天然气和多种矿场原料都依赖从发展中国家进口。可以断定,发达国家不与发展中国家在经济上进行交往和交流,不建立和发展国际公共关系网,它们的不足是无法解决的,因而也是无法生存下去的。过去它们依靠剥削与掠夺性的交往关系使自己富裕起来,今天和将来它们仍需要保持不平等的交往关系并利用国际公共关系网巧妙地继续进行剥削和掠夺才能继续富裕下去。^②

广大发展中国家今天的经济特点是:经济技术落后、人口多、普遍贫穷。它们对发达国家同样也有很大的依赖性,它们需要发达国家提供无偿资金援助和低息贷款;需要帮助它们发展工业、农业及各行各业;需要为它们的工矿原材料和工农业产品提供市场等等。这些在发展中国家之间进行交流和交往只能解决一部分,大部分必须同发达国家交流和交往才能解决。所以发展中国家的经济自身的缺陷需要同发达国家及其它国家建立国际性公共关系网才能弥补它们的不足。

社会主义国家同样不能满足自己的一切需要,

所有社会主义国家既需要相互交流以补充其不足,又需要学习和吸取发达资本主义国家的先进科学技术知识和经济管理科学知识;需要引进先进设备以改造更新自己的旧设备;需要引进外资以补充本国资金之不足;需要同所有国家发展贸易;既需要广大发展中国家的多方面的支持,也应当给发展中国家以广泛多样支持;还需要同许多国家协商、调解各种国际问题和双边问题等等,社会主义国家必须适应国际环境变化,参加世界上的各种公共关系活动,进行广泛的交往,才能使自己同整个世界共同发展。

整个世界就是这样—个相互依赖、相互制约、相互促进、相互补充的不可分割的社会整体,每个国家和地区只是世界经济的一部分。全世界形成一个统一的国际分工,每个国家和地区只承担一部分经济任务。每个国家和地区必须为全世界提供自己的物资和服务,同时又享受全世界其它部分提供的物资和服务,这种国际分工的形成和实现,并不是通过某种主宰世界的机构实行统一的计划进行的,而是在国际市场和国际交往中通过偶然性的相遇实现的。谁的国际公共关系活动开展得好、形成国际公共关系网,国际公关活动既能持续地又能广泛地开展,国际公关活动连续不断地覆盖全世界,就可以把每一个偶然的网罗进来,实现理想的国际分工与合作。不开展国际公关活动就是自己放弃参加国际分工与合作的权利。

中国是一个有近 12 亿人口、国土面积占世界第三位的大国,是发展中的社会主义国家,既具有社会主义国家的优点,又有发展中国家的特点。中国的人多、贫穷、落后需要全世界的帮助才能彻底解决;世界的重大经济、政治和社会问题没有中国的参加与合作也解决不了。中国需要世界,世界少不了中国。闭关自守,不与世界交往,是一条倒退落后的绝路;只向世界开放而不在全世界广泛深入开展国际公共关系活动,就不能实现自己应当享有的国际分工与合作的权利。

三、建立和发展世界供销网是发展对外贸易的必要条件

商品经济发展的条件之一是国内外市场的需要,商品经济越发达,对国内外市场的需要也越大,

世界上还没有一个国家是单纯依靠国内市场而发展成高度发达的工业化国家的,所有发达的和中等发达的工业化国家和地区,都借助于对外贸易而迅速发展起来,它们的政府部门和企业都善于在国际间作生意,在世界各国各地区均有许多顾客,用户、代销机构、代理人,为它们推销商品、资本、劳务或供应各种原材料、资本和劳务,同时还有专门从事市场信息传播与反馈的一套人马,这样就组成两大网—销售网与供应网,使它们的对外贸易不断兴旺发达,发达的和比较发达的工业化国家和地区的经济部门与企业网遍布全世界的顾客、用户、代理商、信息传播者建立起相互理解、相互支持与合作的国际公共关系,保证它们的对外贸易能不断扩大与发展。它们都非常重视建立国际公共关系;不惜代价花费巨资维持国际公共关系的正常活动。

美国的跨国公司的子公司几乎遍布全球各地,同当地政府部门、企业和顾客用户都建立起密切的公共关系,美国各州和大中、小城市在世界上开展经济外交活动,建立广泛的经济联系。据美国政府统计,美国已有 700 多个城市同外国城市建立 1200 多对姊妹城关系,200 多个城市在国外派出贸易代表,从事吸引投资、开发市场、推销商品的工作,每年用于推销的费用达 2500 万美元。一些大城市专门设立处理国际经济事务的机构来协调同世界各地的经济贸易和旅游关系,它们在国际交往中始终把经济利益放在第一位。旧金山的女市长访遍各国,为该公司的寻求投资场所,1987 年春季在上海谈成一笔 1 亿美元的合资企业生意。美国的城市通过同外国城市建立姐妹城关系,已在海外投资达 2000 多亿美元。美国有许多闻名世界的公共关系公司,如博雅公司、西部国际媒体公司、SS 公共关系公司、柏底拉和史匹尔公司等,专门替联邦政府、州、市和地方政府及各大、中、小公司在全世界进行公共关系活动服务,帮助他们寻找顾客和雇主,调查市场,传播市场信息,年营业额多的达 2.5 亿美元,少的也在 100 万美元以上,波特威集团公司专门提供美国公司进入外国市场和外国公司进入美国市场的服务。尼尔生公司在世界 26 个国家提供市场研究和试销与商品销售服务。柏逊——马斯特勒公司和美国科技公司分别专门为中国提供全套公共关系服务和产品销售服务。^⑧

日本政府和它们的企业在国际上开展公共关系活动不比美国人差,甚至在某些方面超过美国人。为了在美国内占据较高的市场份额,日本人在美国大力开展公共关系活动,大量聘请美国退休高官当日本的商品的推销员,威廉·科尔比曾是1972—73年美国中央情报局负责人,被聘请到一家日本驻美国的商行工作,里查德·艾伦在1978—80年是卡特总统的特别助理,现在被日本企业聘请为顾问,前共和党参议员爱德华·布鲁克也领取日本工资为日本商人服务。据统计,大约有1000多名美国人在美国帮助日本搞推销工作。美国司法部统计,1983年已注册的外国代理人的花费为1780万美元,1985年为3000万美元。日本在美国设有14个领事馆,17个日本贸易中心,18个日本社团,11个非盈利机构和数百家私人公司,很协调一致地在美国开展公共关系活动,以便赢得美国人的人心和好感,日本人善于在美国送礼,收买拉拢重要的美国人做各种宣传、调解、妥协和友善活动,大大提高了日本企业在美国的知名度和声誉度,不仅为日本在美国投资和推销商品建立比较稳定的关系网,而且使日本人有效地获得美国的自动控制数据处理和多种高技术,迅速利用美国的先进科技知识发展本国的经济。^④

欧洲共同体国家相互之间都有顾客网,在世界上也有他们的公共关系网。如荷兰政府和民间共同在国外建立推销网。政府部门在国外到处建立官方贸易关系,半官方的“贸促会”、商会和各大公司组成的工业联合会在许多国家和地区设立办事处,及时为国内提供市场信息和资助,为本国政府部门和公司在国外开展贸易创造条件,政府领导人常常亲自出国访问为公司在国外寻找市场。由于政府重视建立国外的公共关系网,使得荷兰这样一个资源贫乏、人口仅1490万的小国,1986年进出口贸易总额高达1900亿美元,商业竞争力居世界第8位,欧洲共同体第3位。共同体其它国家都善于在全世界建立供销网,普遍开展国际公共关系活动,使它们能依靠本国人的智慧和先进技术,利用全世界的各种资源发展本国的经济,成为富裕的发达国家。

一些发展中国家和地区也善于在世界上发展国际公共关系,建立供销网,以扩大外贸出口,印度很会在美国和前苏联两个集团国家间玩弄平衡经济外交,乞取援助,过去每年要从这些国家获得数以亿计

的美元(或卢布)的援助,同时获得出口本国商品和劳务的优惠待遇。台湾也同美国经济建立各种密切联系,如台湾同美国的俄亥俄州,内华达州等23个州建立姊妹省州关系,不仅使台湾的商品能在美国广泛畅销,而且能优先获得奖金和先进技术。^⑤香港在全世界设有销售网,仅在我国内地就有一大批人遍布各省市城乡,搜集市场信息、洽谈生意,建立各种合作关系等等。

上述这些国家和地区的对外贸易都是非常发达或比较发达的,它们的共同特点都是借助国际公共关系,建立广泛的供销网,确保对外贸易的稳定发展。我国近几年外贸发展比较快的原因之一,也是在全世界开始并已经找到了一些贸易伙伴,逐步建立了某些国际公共关系。但由于在世界各地还没有找到同我们这样的大国地位相称的众多的贸易伙伴,还没有形成稳定的对外贸易的供销网,使我国的大量商品打不进国际市场,没有众多可靠的买主,只是依靠官方对官方的贸易协定出口商品。1993年我国进出口总额已达1957.1亿美元,比1950年增长172倍,已是非常了不起的成绩,但在世界贸易总额中仅占2.6%,居世界第11位,与我国的大国地位很不相称,比同年美国进出口贸易总额10453.1亿美元,日本6015.8亿美元相差很远。形成这种差距的根本原因当然是中国的科技和工业发达程度远远低于美国和日本,但美国和日本有覆盖全球的供销网,而我们中国没有覆盖全球的供销网,是其中相当重要的原因^⑥。

扩大对外贸易要做的工作很多,当然首先要运用先进的科学技术改进生产,提高产品质量,多创世界水平的新产品,使我国的商品在世界市场上具有很强的竞争力。但学习外贸发达的国家和地区的先进经验,实行官方同民间通力合作,共同在全世界建立和发展国际公共关系寻找一切可以找到的贸易伙伴,建立遍布全球的销售网和供应网,不断开拓贸易新天地,是使我国摆脱外贸落后局面的另一个战略任务,也是进一步扩大外贸的必要条件之一。

四、建立对外媒介网是沟通和发展对外经济关系的桥梁

在世界贸易市场上竞争如同打仗,能否打赢,一

靠实力(具有国际先进水平的优质商品),二靠与在世界市场的公众(顾客、用户)有良好的关系网;三靠在世界市场上的广泛而有效的舆论宣传(良好的媒介传播)。这三条是缺一不可的,各有各的重要性,第一条(国际水平的优质商品)是扩大外贸的基础,我国外贸部门和企业界已有认识和深刻体会;近几年正在努力创造越来越多的具有国际先进水平的优质商品。对第二条,即与世界上的公众建立良好的经济贸易关系网的重要性的认识还不够;对第三条舆论宣传的认识也不够。其实这两条是发展对外贸易的两个基本手段,有如左右手一样重要,前面讲了在国际上与广大公众建立良好经济贸易关系的重要性,这里着重讲在国际上进行舆论宣传的重要性,只有通过舆论宣传,一个国家或企业的先进商品或优质服务才为广大公众了解和理解,才产生购买这些商品或服务的欲望,不进行舆论宣传,就无法沟通这些商品或服务与广大公众之间的了解和理解,因而不可能产生购买它们的欲望,更谈不上购买了。不进行舆论宣传,原有的公众会被竞争对手吸引过去,更无力吸引新的公众。所以舆论宣传既是沟通商品与公众之间的联系的桥梁,又是寻找公众的望远镜和显微镜。正因为在世界贸易中舆论宣传如此重要,因而各发达国家及中等工业化国家都不惜一切代价,动用全部媒介系统,在全世界大力宣传本国的商品、技术、劳务、文化、艺术、旅游等有形商品和无形商品,大作广告,大搞国际公共关系活动,达到沟通与世界广大公众的联系,求得世界公众的理解、支持与合作,促进本国经济的发展。

美国动用最强大的现代化的大众媒介系统在全世界进行宣传。美国的通讯社每天在几分钟之内就能通过通讯卫星或有线电视把美国的经济信息情报资料传送到巴黎、伦敦、苏黎世、海牙和香港,美国的《国际先驱论增报》每天上午就可以到达上述地方的读者手里,美国的两大通讯社——美联社和合众国际社每天广播 3000 万个单词,美联社在国内外有 220 个分社,向国内 1300 家报纸和 58000 家电台提供信息,国外 100 多个国家的众多用户订购它的信息和新闻图片;合众国际社每天向 1040 家报纸和 38000 家电台和电视台提供信息与录象,每天用 48 种语言向全世界广播,为了替美国政府和国内各大中小公司做广告宣传和唤起世界各地的公众对美国

商品和资本的兴趣,制造大量录象带免费供欧洲电视台使用。1987 年 4 月 22 日,美国新闻署竟然动用现代化的媒介传播系统向海外公众进行全球性推销宣传,用通讯卫星向 19 个欧洲国家播放广告节目,邀请这些国家的用户、顾客去洛杉矶参加博览会,引起欧洲公众的很大兴趣,有 400 万人收看它的节目,这是美国首次利用公共关系的最新媒介技术来出售美国的新技术与新产品。经济信息在全球的传播是不受国界限制的,准的信息传播系统强大,谁就能在世界上控制经济界的舆论。美国在这方面有很大优势,可以在世界范围内无孔不入地宣传、传播经济信息,并在相当大的程度上操纵世界经济舆论。她可向 30 多亿人口宣传美国的先进技术和商品,攻击别国的技术和商品的弱点,甚至操纵舆论故意贬低、排斥、打击世界竞争对手,大众媒介系统弱的国家不能与之抗衡,在舆论上败于美国,它们的顾客和用户就会不断丧失而进入美国人的怀抱。大众媒介系统很弱的国家往往屈服于美国及其它发达国家的压力,不得不花费巨资租借别国的大众媒介为自己的商品、劳务和技术作舆论宣传。美国非常重视大众媒介系统和各种信息传播设施的建设,每年投资数十亿美元以保持信息传播系统的世界领先地位,就是企图用控制全球的经济舆论来保持美国经济在世界的垄断地位。

我国的信息传播系统在解放后已有很大发展,报刊杂志、邮电、电话电报、有线和无线广播、电视、卫星通讯等等已形成完整系统,信息传播的速度和效率已大大提高,对沟通国内外的信息起重要作用,但与发达国家比较仍较落后,远远不能满足国家经济发展的需要,阻碍“对内搞活,对外开放”政策的进一步贯彻,特别是同国际上广泛深入具体地和高速地传播沟通经济信息比较更加显得落后,因而产生许多严重问题和造成大量不利影响:

1. 国内经济信息还没有很好地传播到世界各国各地的广大公众中去。中国有许多独有的传统技术劳务和产品,有现代先进的产品、技术和劳务并不为外国人了解,我们经济上的一些缺点也并不为外国人正确认识。我们向世界宣传不够,外国人就难以掌握中国的经济信息。这对取得世界广大公众对中国的理解、支持与合作是一个大障碍。因为外国公众不了解中国的产品,技术和劳务,他们就不肯购买;

外国的公司不全面了解中国经济情况(有利和不利情况),他们无法估计是否有利可图,就下不了决心向中国投资,所以要取得外国人对中国的理解,支持与合作,就必须把向国外发出信息的门开大一些,把中国的经济信息全面具体地向世界传播出去。

2. 外国对中国特别有用的详细具体的经济信息不能很好地传播到国内来,我国的通讯社、记者和报刊杂志比较注重把国外的宏观信息传播到国内来,忽视跟踪外国的微观信息。特别是已经向我国发生经济联系,或者表示愿意或有可能同我国发生经济联系的外国公司的具体经济情报,我国经济部门和公司、企业最需要的经济情报,都往往找不到,在同外商接洽、谈判时心中无数,想签订协议,又怕受骗上当,不签订协议,又担心丢掉一笔生意,举棋不定,使外国人难以忍耐,或是如同对牛弹琴,不见反应,这种情况往往使我们错过良机,损坏我们的形象,有时由于不了解国外具体情况而错误作出决定,给国家造成巨大损失。所以及时准确把外国具体经济信息传播到国内来,是国内制订决策所必需的。

3. 利用传播媒介充当我国同世界公众之间的调解角色非常不够。解放以来,我国对国外的舆论宣传有很大的片面性,长期以来只宣传好的,不讲缺点,使外国人不相信中国的舆论宣传,在世界上没有树立起良好的形象。“文化革命”结束以后,特别是党的十一届三中全会以后,把国家的真实情况向国外宣传,使外国人了解中国经济的实际情况,既讲成绩,又讲缺点,对中国的社会主义经济有一个全面认识。但有一个时期,对中国的缺点落后的东西讲得过多,对西方国家的成绩讲过了头,似乎中国漆黑一团,什么都不如西方国家,使中国的青少年对中国产生了误解,对西方国家也产生误解,使外国人也觉得中国什么都落后,没有什么先进的东西,看不起中国出口的商品、技术和劳务,不愿购买,不愿同中国人合作,或在合作中贬低中国方面的价值和作用。我们的舆论传播和宣传系统没有很好地担当起我国同世界广大公众之间沟通信息,调解矛盾,消除误解,促进相互理解的作用,这种缺点必须改变,从而使我国的传播媒介在我国同外国开展国际公共关系活动中起到良好的作用。

4. 我国在国际上的舆论宣传力量较弱,我国没

有美国及其它发达国家那样强大的世界媒介传播系统和舆论宣传队伍,不能在国际舆论宣传上占有较大的位置,更不能控制世界舆论。这对传播我国的经济信息提高我国各方面在世界上的知名度、声誉度和良好形象是很不利的。我们的经济干部和企业家大多不懂外国语言,我国外文报刊杂志也不多,在世界上的影响也不大,我们的电台、电视、卫星通讯对地球的复盖面不大,难以影响全球的舆论宣传。这种不足是我国目前的国力还难以克服的,必须借助国际媒介力量和外国媒介力量,帮助中国在世界和外国国内进行舆论宣传。这就必须付出代价,花一些钱,租借外国的舆论工具,雇用外国人帮助我们造舆论。要借用国际媒介力量,必须使我国的媒介网同国际媒介网和外国媒介网建立良好的相互支持与合作的关系,相互进行对双方有益的舆论宣传,消除国际交往的障碍,创造良好的国际舆论传播的环境,对我国建立向世界开放的社会主义市场经济是十分必要的。

总之,建立国际公共关系网是为社会主义胜利创造条件的需要,是解决世界的相互依赖性的矛盾的需要,也是发展国际贸易和沟通国际信息的需要,一句话,就是为了自己的国家和企业获得立足世界的良好的国际环境,这种良好的国际环境是国家和它的企业借以吸取世界的丰富营养,促使其生根、成长、开花、结果的肥沃土壤。现代化的社会主义中国唯有获得这种良好的国际环境和肥沃土壤才能在世界上立于不败之地。

注释:

①《马克思恩格斯全集》第3卷,第39页。

②香港《明报》1981年3月28—29日;《世界经济导报》1980年10月12日;联合国关于欧共体资料。

③美国工商年鉴(1985年)。

④香港《华侨日报》1987年4月17日。

⑤美国内华达州议会1986年5月16日决议。

⑥《国际贸易》1994年第6期。

(责任编辑 徐云鹏)