



“十二五”应用型国际商务类专业规划教材
安徽省高等学校省级规划教材

进出口贸易 综合实训教程

(第二版)

Import and Export Practice
Training Course

李二敏 主编



对外经济贸易大学出版社
University of International Business and Economics Press

“十二五”应用型国际商务类专业规划教材
安徽省高等学校省级规划教材

进出口贸易综合 实训教程

(第二版)

李二敏

主 编

孙 燕 张 颖 孙 燕

副主编

藏书章

对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

进出口贸易综合实训教程 / 李二敏主编. —2 版

—北京: 对外经济贸易大学出版社, 2015

“十二五”应用型国际商务类专业规划教材

ISBN 978-7-5663-1273-0

I. ①进… II. ①李… III. ①进出口贸易 - 高等职业教育 - 教材 IV. ①F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 022186 号

© 2015 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

进出口贸易综合实训教程 (第二版)

李二敏 主编

责任编辑: 王红梅 李慧霞

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

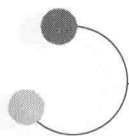
山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 16.75 印张 386 千字

2015 年 2 月北京第 2 版 2015 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-1273-0

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 35.00 元



总 序

(第二版)

“十二五”应用型国际商务类专业规划教材(第二版)是在其第一版的基础上修订的,其中《国际贸易实务》、《进出口贸易综合实训教程》、《国际贸易理论与实务》、《国际汇兑实务》、《商务英语口语》于2013年被列为安徽省省级规划教材。本套教材自2011年8月出版以来,因体例新颖、内容实用、通俗易懂,深得兄弟院校师生和外经贸工作者的厚爱,并在国际商务类专业及相关财经类专业教学中发挥了积极作用。

针对技能型国际商务类人才培养特点和教学要求,在多年教学、实践和培训的基础上,根据有关国际贸易法规惯例,结合国际贸易变化和我国对外贸易发展,我们对本套教材进行了修订,以便更好地满足职业院校国际商务类专业学生和外贸工作者的需要。在本套教材修订过程中,我们保持原教材的总体框架与结构,更新充实了部分内容和数据资料,从而增强了教材的先进性和时代感。

本套教材修订由安徽国际商务职业学院李二敏教授主持。各教材修订具体分工为:张卿、许寒《国际贸易实务》,李二敏、孙训爽、卫薇《进出口贸易综合实训教程》,孟祥年《外贸单证实务》,王俊《商务英语函电》,马淑英《国际商务谈判》,潘海红《国际汇兑实务》,汪海青《报关实务》,周桂凤《国际贸易理论与实务》,吕向生《国际贸易地理》,凌双英《商务英语口语》。在修订过程中,作者参阅了大量文献、报刊、资料,吸纳了很多教师和读者的建议,同时得到了对外经济贸易大学出版社和行业企业的大力支持,在此一并表示诚挚的谢意。

由于作者水平有限,书中的疏漏和不足之处在所难免,真诚地希望专家、读者及同行提出宝贵意见,以便不断完善和提高。

“十二五”应用型国际商务类专业
规划教材编委会

2014年8月

总序

(第一版)

高等职业教育是我国高等教育体系的重要组成部分,是我国高等教育发展中的一个类型,也是我国职业教育体系的重要组成部分。改革开放以来,特别是20世纪90年代后期至今,我国的高等职业教育在党和国家的大力倡导与支持下得到了迅猛发展。高等职业教育中的国际商务类专业在经济全球化和我国对外开放不断深入的大背景下得到了更快的发展,满足了我国作为对外贸易大国对国际商务人才的多样化需求。

教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》提出:高等职业教育要全面贯彻党的教育方针,以服务为宗旨,以就业为导向,走产学结合发展道路,为社会主义现代化建设培养千百万高素质技能型专门人才。为此,我们要不断完善高等职业教育的专业人才培养方案和课程体系,改革课程教学内容和教学方法,加强教材建设。

作为国际商务类专业建设的成果之一,安徽国际商务职业学院联合了全国部分院校教师和企业专家,在对外经济贸易大学出版社的支持下,编著并出版了“‘十二五’应用型国际商务类专业规划教材”。本系列教材计划包括:国际贸易实务、进出口贸易综合实训教程、外贸单证实务、商务英语函电、国际商务谈判、国际汇兑实务、报关实务、国际贸易理论与实务、国际贸易地理、国际贸易、国际商法、商务英语口语。

本套教材以教育部关于加强高等职业教育的有关文件为指导,以国际商务类专业高等应用型人才的培养目标和规格为依据,以适应我国从贸易大国向贸易强国转变时期对国际商务人才的需求为目标,以培养国际商务类专业人才的应用能力为主线,以实现学生的知识、素质和能力结构优化和协调发展为宗旨,吸取了以往高等职业教育教材建设方面的成功经验,反映了该专业最新教研、教改成果,并在突出高等职业教育教材特色方面进行了有益探索。本套教材具有如下特点:

(1) 理论知识和应用知识有机结合。本套教材以应用知识为主线,理论知识以“必需、够用”为原则。

(2) 教材内容贯彻“工学结合、项目导向”。本套教材中的实务类部分按照具体工作过程和流程组织具体内容,同时配以技能实训模块。

(3) 本套教材吸纳了最新行业变化和业务做法。在教材的编写过程中,吸纳了企业专家和相关行业专家担任主编或主审,保证了教材内容的新颖性和实践性。

(4) 本套教材兼顾了学生参加相关职业资格证书(如外销员、外贸业务员、外贸单证员、外贸跟单员等)考试和提升学历的需要。

(5) 本套教材在编写体系和结构上改变了传统的章节模式,采用项目、模块、流程



本套教材的主编均是从事多年国际商务专业课程教学的教师或行业资深专家。编委会在教材编写过程中召开了数次研讨会,以保证系列教材的编写质量。在本套教材编写过程中,得到了行业内很多企事业单位和兄弟院校的大力支持与帮助,他们是:合肥海关、铜陵学院、安徽经济管理学院、安徽职业技术学院、安徽水利水电职业技术学院、芜湖职业技术学院、安徽工商职业学院、安徽财贸职业学院、滁州职业技术学院、安徽国防科技职业学院、安徽工业职业技术学院、安徽涉外经济职业学院、安徽中澳科技职业学院、安徽安粮实业发展有限公司、安徽省华安进出口有限公司、安徽珏盛进出口有限公司等。对此,编委会表示真挚的感谢。

升为 08 级后 05 级课程, 来知照其学号, 依循知照“十二五”应用型国际商务类专业
部函, 系统注册了课程可转支已申报的大国国际商务专业规划教材编委会 全国已
下课程可转支大商入编编不编其依依国际商务专业规划教材编委会 2011 年 7 月

前言

我国作为世界第二大贸易国,对从事国际贸易的专业人才需求日益增加。为此,我国应加快培养具有扎实的专业知识、具有实际操作能力的应用型国际商务人才。为了增强国际商务专业毕业生的实际操作能力,我们以校企合作的形式组织编写了《进出口贸易综合实训教程》,希望此教材能使学生在仿真的学习环境下,模拟国际商务的各个操作环节,以便实现与企业国际商务实际工作的零距离对接。

本教材以进出口贸易业务过程为主线,强调“工学结合、任务驱动、项目导向、技能本位”的原则。本教材内容按照进出口贸易实际业务过程划分为“建立业务关系”、“进出口合同履行”和“出口业务善后”三大项目,并在每个项目下根据业务类型分为若干模块,在每个模块下再依据实际操作流程安排内容。本教材具有如下特点:

(1) 仿真性。本教材针对进出口贸易中的主要业务操作技能,通过生动、具体、实际的案例和详尽的操作指南与实训演练,为学生提供了一个仿真模拟的学习环境。

(2) 完整性。本教程从建立业务关系、合同签订到合同履行以及业务善后,涵盖了完成一个完整进出口业务的全过程。

(3) 操作性。每个模块均由操作指南、实训演练和实训操作三部分组成,学生在操作指南和操作演练的指导下,通过实训操作的训练,提高和培养其实际操作能力。

本教材由李二敏担任主编,孙训爽、张颖、琚贻久担任副主编,参加本教材编写的成员均具有丰富的国际商务实际工作经验和教学经验。参加本教材编写的成员及分工为:李二敏(项目一模块三),孙训爽(项目二模块一流程一、七、八、九),琚贻久(项目三),储卫中(项目一模块二),徐林(项目一模块四),杜研研(项目一模块一),谷莹(项目二模块二),卫薇(项目二模块一流程二、三、四、五、六)。全书由安徽省粮油食品进出口集团琚贻久先生和安徽省出口商品发展有限责任公司张祥华先生进行了审核和修改,并由李二敏做了最后的修改和审定。教材编写过程中还得到了很多其他业内人士的指点和帮助,在此一并表示衷心的感谢。

本教材适用于应用型国际商务类专业、具有一定进出口贸易业务知识基础的学生校



内模拟实训使用,也可作为即将从事国际商务业务人员的岗前培训教材。《进出口贸易综合实训教程》于2013年12月获得安徽省高等学校省级规划教材立项(皖教高[2013]11号文件,编号:2013ghjc465)。

由于编写时间仓促,编者水平有限,书中错误或不当之处在所难免,敬请同行专家、业内人士和读者批评指正。

编者

2014年7月

目 录

I 项目一 | 建立业务关系.....1

模块一 模拟商展 / 3

流程一 拟写计划书 / 3

流程二 布置展位 / 11

流程三 模拟展销 / 15

模块二 网络营销 / 21

流程一 申请会员 / 21

流程二 发布信息 / 26

流程三 通过网站寻找客户 / 31

模块三 书面交易磋商 / 35

流程一 建立业务关系 / 35

流程二 询盘 / 38

流程三 出口报价核算和发盘 / 40

流程四 出口还价核算与还盘 / 52

流程五 接受 / 61

模块四 出口合同签订 / 65

I 项目二 | 进出口合同履行.....77

模块一 CIF+L/C 出口合同履行 / 79

流程一 催证、审证和改证 / 87

流程二 备货 / 96

流程三 出口报检 / 104

流程四 出口保险 / 112

流程五 出口订舱 / 124

流程六 出口报关 / 132

流程七 出口议付单据缮制 / 139

流程八 出口审单 / 164



流程九 出口交单 / 176

模块二 FOB+L/C 进口合同履行 / 181

流程一 签订委托进口代理协议 / 182

流程二 办理进口证件 / 185

流程三 开证申请 / 198

流程四 进口订舱 / 209

流程五 进口保险 / 213

流程六 对外付款 / 217

流程七 进口报检 / 225

流程八 进口报关 / 232

报关单填制 / 181

I 项目三 | 出口业务善后 239

模块一 拟写业务善后函 / 241

模块二 出口退税 / 247

参考资料 253

出口退税 / 253

出口退税 / 253

出口退税 / 253

出口退税 / 253

出口退税 / 253

出口退税 / 253

出口退税 / 253

出口退税 / 253

出口退税 / 253

出口退税 / 253

项目一 模拟商展

建立业务关系

流程一 拟写计划书

一、操作指南

制定合理的计划书对于成功开展项目至关重要。计划书不仅是一份简单的计划，更是一份能够吸引投资者的文件。计划书应该包含以下几个部分：项目背景、项目目标、市场分析、竞争分析、财务预测、风险评估等。在制定计划书时，应该做到以下几点：1. 明确项目目标。2. 进行充分的市场调研。3. 制定合理的财务预算。4. 评估项目的风险。5. 制定可行的实施计划。

计划书不仅是一份计划，更是一份能够吸引投资者的文件。计划书应该包含以下几个部分：项目背景、项目目标、市场分析、竞争分析、财务预测、风险评估等。在制定计划书时，应该做到以下几点：1. 明确项目目标。2. 进行充分的市场调研。3. 制定合理的财务预算。4. 评估项目的风险。5. 制定可行的实施计划。

模块一

模拟商展

任务描述

商务会展工作是一项系统工程，受制因素很多。从前期的市场调研、制订计划、展位选择、展品征集、展前推广、客户邀请、展位布置到展中管理、展后销售、线索跟踪，形成了一个互相影响、互相制约的有机整体。任何一个环节的失误，都会影响展会的投资回报率。

在本模块，通过撰写参展计划书、模拟布展及现场展销等具体环节锻炼学生的筹划能力、沟通能力及创新思维能力。通过模拟实践，体验商务会展工作，为将来的实际应用早做准备。

任务目标

通过本模块的实训，使学生达到如下目标：

1. 能够熟练撰写参展计划书；
2. 能够熟练掌握布展的方法和技巧；
3. 能掌握参展营销推广手段，掌握参展人员促销技能；
4. 能够及时做好展会总结与会后跟踪。

流程一 拟写计划书

一、操作指南

制定合理的参展计划是成功参展的基础。参加展览会不是简单地派几个人带着展品和样本去展馆展示企业的产品，而应该看作是一个涉及面很广的复杂工程项目，因而制定详细的参展计划就显得十分重要，一个好的参展计划是在一定的投入下取得最大参展效益的基础。制定参展计划要以目标为基础，当把目标分成几个步骤时，目标就成为计划。

计划书形式，根据实际情况，可以繁简不限。但是，一般来说，参展计划方案包括以下几个部分：



（一）前言

前言一般包括以下两个部分的内容：

1. 说明展览会举办的背景

背景主要包括展览会的发展历史、举办展会的目的和规模（包括展览面积、参展商人数、观众尤其是专业观众人数）。

例如：2013 年上海汽车展背景资料。

2013 年上海国际汽车展由中国汽车工业协会、中国国际贸易促进委员会上海市分会、中国国际贸易促进委员会汽车行业分会主办，上海市国际展览有限公司、德国慕尼黑国际博览集团/IMAG 国际展览会与交易会有限公司承办。特别支持单位是中国机械工业联合会，中国汽车工程学会为支持单位。

2013 年上海国际汽车展使用上海新国际博览中心全部 17 个室内展馆（2011 年为 13 个室内展馆）以及室外临时展馆，规模超过 28 万平方米。在展览会日程安排上，由于汽车企业的新车发布时间习惯集中在媒体日第一天，主办方决定将媒体日缩短为一天，时间为 4 月 20 日，并将发布时间延长至当天晚上八点，供国内外新闻媒体采访报道。为使广大观众能有更充裕的观展时间，主办方特将展出时间调整为 2013 年 4 月 21 日至 29 日（其中 4 月 21 日、22 日为专业观众日，4 月 23 日~29 日为公众参观日），比往届上海车展的展出时间增加一天。

2013 年上海国际汽车展的主题是“创新·美好生活”，即创新引领产业发展，发展迎接美好生活。上海车展不但见证了中国汽车工业的创新发展，同时也演绎了现代汽车注重科技与环保而带给人类社会的美好生活方式。相信上海车展作为国际汽车界最重要的盛会之一，它不仅承载了全球车企共同追逐的梦想，肩负着推动我国自主品牌健康发展的责任，更引领着汽车文化的前进步伐，体现着人们对汽车生活的美好憧憬。

2013 年上海国际汽车展将继续展示最新的汽车与技术，一如既往地关注世界汽车行业的新趋势、新焦点。主办方也将秉承“不断创新”的开拓精神，坚持“以人为本”的服务理念与措施，积极倡导节能环保概念，配以丰富多彩的文化活动，普及汽车基础知识，探讨汽车文明发展的现状与未来。车展不但是新技术新车型新信息的发源地，还将是管理手段和服务理念的创新典范。

2. 说明本公司参展目的

主要说明公司为什么要参加此次展览会，可从公司发展战略、参展目标入手，衡量公司和所选择拟参加展览会之间的匹配度，说明参加此次展览会的必要性和可行性。

下面是：2013 年上海汽车展——福特汽车公司参展目标。

福特汽车公司是世界最大的汽车企业之一，总部设在美国密歇根州迪尔伯恩市，旗下拥有福特（Ford）、林肯（Lincoln）、水星（Mercury）和沃尔沃（Volvo）等汽车品牌。此外，公司还开展了汽车信贷业务。福特汽车公司全球雇员 17.6 万，从事制造和装配业务的约 80 家工厂遍及全球，产品行销全球 6 大洲。2013 年福特汽车的文化理念为“感受非凡”，从绿色、品质、智能、安全几方面进行了创新。福特汽车旨在亚洲加速发展，在“一个福特”战略的指引下，未来 4 年内，福特将整合全球产品平台资源，与在华合作伙伴一起在中国市场推出 15 款新车，兑现福特汽车为中国消费者带来精彩全系列产品的承诺。



(二) 参展时间

参展时间应注意不仅具体到某月某日,还应尽可能具体到时间点,这样可以根据观众特点合理安排展会现场营销活动。同时还应注意布展时间、车展时间。如:

2013 年上海汽车展参观日期和时间

4 月 20 日 9:00-20:00	新闻日: 只限媒体	上海新国际博览中心
4 月 21 日 9:00-18:00	专业观众参观: 只限专业观众	上海新国际博览中心
4 月 22 日 9:00-18:00	专业观众参观: 只限专业观众	上海新国际博览中心
4 月 23 日 9:00-18:00	公众和专业观众	上海新国际博览中心
4 月 24 日 9:00-18:00	公众和专业观众	上海新国际博览中心
4 月 25 日 9:00-18:00	公众和专业观众	上海新国际博览中心
4 月 26 日 9:00-18:00	公众和专业观众	上海新国际博览中心
4 月 27 日 9:00-18:00	公众和专业观众	上海新国际博览中心
4 月 28 日 9:00-18:00	公众和专业观众	上海新国际博览中心
4 月 29 日 9:00-18:00	公众和专业观众	上海新国际博览中心

(三) 参展地点

参展地点即所选择的展会地点,包含举办展会的城市、展览中心、展览中心的具体位置几层含义。参展地点应尽量详细,如果涉及邮递展品,应更加准确快速送达目的地。

例如: 2013 年上海国际汽车展举办地点: 上海新国际展览中心(上海浦东龙阳路 2345 号)。

(四) 参展展品

根据展览会特点选择合适的展品参展。选择展品可遵循如下原则:

1. 符合展会性质。展品选择必须符合展会性质、内容以及企业的目标市场与关联行业。
2. 独特和创新。展品必须有创新之处或有自身的独特之处,以便和其他同类产品区别。

3. 平衡展品与展位面积。根据展位面积进行平衡,选择合适数量的展品去参展,展示能突出重点的产品。

例如: 福特汽车以新计划、新技术、丰富的产品组合,点亮了 2013 年上海汽车展。

福特汽车在 2013 年上海汽车展上首次在亚太地区系统展示最新的新能源技术,包括纯电动车、插入式混合动力车和混合动力车的创新技术。福特汽车首次在亚太地区展出一款全新概念车,代表着福特汽车未来中级 SUV 的设计方向——更具流线型、动感和风尚感。该车的很多设计理念与功能会被融入将在中国上市的新一代 SUV 中。福特汽车此次在上海汽车展将展出 17 款车型,包括首款在中国市场搭载 EcoBoost GTDi 发动机的 2013 款新福特蒙迪欧一致胜,以及屡获殊荣的福特锐界 SUV。以 SYNC® 和 MyFord Touch™ 为代表的业内领先的福特智能驾驶者连动技术将在展台互动区域展示。福特汽车所选择的参展展品和 2013 年上海车展汽车的主题——“创新·美好生活”完全吻合。



（五）参展人员

展台人数配置完全取决于所参加商展的性质和参展的产品与服务，拟参展人员的素质以及预估的展会期间的观众（老客户、潜在客户）的情况等。

例如：从主办方获悉约有 50 000 名注册参观者，参照商展的性质是专业展还是综合展，来预估与本企业关联的参观者的数量。

在一般消费品展中，与本企业关联的参观者约占 3%，即相关产品参观者为 $50\,000 \times 3\% = 1\,500$ 人，指 3 天中预估会有 1 500 人对本企业展品感兴趣。参展时间共计 24 小时（3 天 $\times$ 8 小时=24 小时），按每 3 分钟到 10 分钟接待一位客户计算，需要 5 个以上展台和接待人员。

（六）参展面积

参展面积不仅仅涉及展位面积大小，还涉及展位的位置。要想在一个著名的展览会上取得好的展位，须提早预订展位。尤其是像广交会、上海汽车展等知名的展览会，往往是在本期刚结束时就预定下期的展位。所以参展计划制定须提早。选择展位面积的考虑因素包括如下：

1. 本次参展目标。
2. 本次参展展品数量和特点。
3. 预期来到我们展位的买家数量。
4. 咨询台、储存空间、招待区的设置。
5. 本次商展的预算。

例如：根据展品特点和数量，以及上述其他因素，假定 3 天的展会中估计会有 1 500 人对本企业展品感兴趣，24 小时（3 天 $\times$ 8 小时=24 小时），按平均 3 分钟到 10 分钟接待一位客户计算，需要 5 个以上的展台和接待人员；按展台每位接待人员需要 5 平方米以上的半私密空间计算，展位面积应达到 25 平方米 $\sim$ 30 平方米。

（七）参展安排

参展安排包括如下几个方面：

1. 相关活动：确定在展会期间（展前、展中、展后）开展的各种活动。
2. 参展物料：确定与所参加展览会配套的资料准备、展品制作、运输等其他工作。
3. 展位设计：根据参展目的、参展预算、展品特点、展台活动等进行展位设计。
4. 参展人员选择与培训：合理进行人员选择，参展人员培训至关重要。

（八）参展预算

合理制定参展预算，准备好充足的现金，尤其是展览会搭建、展具租赁等会需要大额现金。同时要注意安排好专人负责保管相关票据，展会结束时进行账目清对。

（九）效果预测

根据展会性质、参展目标、参展营销方案等合理预测参展效果，不要好高骛远，也不要妄自菲薄。同时参展效果预测应尽可能量化，这样便于评估。

（十）注意事项

尽可能想到参展中间的细小问题，并罗列出来，不要怕麻烦。细节决定成败，为减少不必要的损失和避免麻烦，还是尽可能地把参展时可能遇到的问题和风险列出来，并



想出对策。

二、实训演练

根据下列背景资料拟写参展计划书。

背景资料

为宁海万盛电器有限公司参加广交会设计一份参展计划书。

广交会背景资料如下：中国出口商品交易会又称广交会，创办于1957年春季，每年春秋两季在广州举办，是中国目前历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易盛会，被誉为“世界第一展”。每届广交会，中国有数千家资信良好、实力雄厚的外贸公司、生产企业、科研院所、外商投资或独资企业、私营企业交易团组团参展。2006年10月15日广交会迎来第100届盛会，此日，温家宝总理在开幕式上宣布从第101届开始，中国出口商品交易会正式更名为中国进出口商品交易会。

广交会贸易方式灵活多样，除传统的看样成交外，还举办网上交易会。广交会以出口贸易为主，也做进口生意，还可以开展多种形式的经济技术合作与交流，以及商检、保险、运输、广告、咨询等业务活动。来自世界各地的客商云集广州，互通商情，增进友谊。

奥克斯电器宁海万盛电器有限公司背景资料如下：

奥克斯电器宁海万盛电器有限公司于2000年在浙江省宁海县创立，2008年在浙江三门湾新区设立主要生产基地，奥克斯品牌正式在中国市场推广。公司投资总额2000万元，厂房建筑面积3000多平方米，采用现代企业管理模式，在全体员工的努力下，使得公司日益发展壮大。公司成立8年来，成功研制开发了300多种电子产品。近年来公司开发了自主品牌——奥克斯无叶风扇系列产品，促进了公司的长远发展，“不断创新，追求完美”是万盛人一致目标。公司自成立以来，一直坚持“以品质求生存，以效率求发展”的经营理念，赢得国内外客商的信赖，“客户的需求就是我们的追求”。但公司对现状并不满足，因为在外贸形势的压力下，出口生产企业利润越来越低，改变这种状况的最佳方法就是自主创新，技术变革，创建自己的品牌。“无叶电风扇只是奥克斯电器品牌下面的其中产品之一，接下来还会生产更多全创意创新的产品出来，让奥克斯电器成为中国家电行业创新技术的企业领军者，这是该公司的最大目标。”

为了打响奥克斯电器自主研发的“奥克斯无叶电风扇系列产品”，公司决定参加2013年秋季广交会，来提高公司的品牌知名度。

操作解析

根据上述资料我们可以从以下几个方面着手写参展计划书：

参展背景分析及目的：写明公司参展背景及目的，和广交会的定位是不是吻合，是