

国际贸易业务职业标准与专业标准衔接系列教材
国际商务领域急需紧缺人才培养工程指定用书
国际贸易师职业资质认定培训考试指定教材

国际贸易实务 (葡萄酒方向)

杨 敏 洪俊杰 编著



清华大学出版社

国际贸易业务职业标准与专业标准衔接系列教材

国际贸易实务 (葡萄酒方向)

杨 敏 洪俊杰 编著

清华大学出版社

内 容 简 介

本书是一本葡萄酒进口贸易的实用说明和操作指南。

本书解读了葡萄酒进口贸易操作的三个阶段。

1. 第一阶段,分析准备。在打算涉足葡萄酒国际贸易领域之前,学会分析行业特点,了解自身以及市场的需求,学会如何寻找合适的生产商,开展初步的贸易洽谈。

2. 第二阶段,实际操作。从贸易的谈判到合同的拟定,再到葡萄酒进口,报关入库等环节的详细陈述。这一过程涉及国际物流、国际保险、国家备案、检验检疫等细枝末节,本书都一一呈现。

3. 第三阶段,进口葡萄酒进入国内后的市场操作。包括品牌规划、营销策略等。

这本书实用性极强,以立足于葡萄酒国际贸易的视角,提供专业性的理论和开拓性的理念,体现了即学即用的特点。对于所有希望投身于或正在从事葡萄酒国际贸易的从业人员,乃至葡萄酒爱好者们,是了解和熟悉葡萄酒国际贸易领域的理想指南和行业工具。

本书可作为大学、高职高专相关专业和职业培训教材。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务(葡萄酒方向)/杨敏,洪俊杰编著. —北京:清华大学出版社,2013

国际贸易业务职业标准与专业标准衔接系列教材

ISBN 978-7-302-32453-9

I. ①国… II. ①杨… ②洪… III. ①葡萄酒—国际贸易—高等学校—教材 IV. ①F746.82

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 106325 号

责任编辑:康 蓉

封面设计:傅瑞学

责任校对:刘 静

责任印制:杨 艳

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

课 件 下 载: <http://www.tup.com.cn>, 010-62795764

印 装 者:北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×260mm 印 张:15.75 字 数:373 千字

版 次:2013 年 6 月第 1 版 印 次:2013 年 6 月第 1 次印刷

印 数:1~3000

定 价:35.00 元

**国际贸易从业人员职业资质标准和院校国际贸易
相关专业标准衔接课题组**

顾问委员会：

曾亚非(中国国际贸易促进委员会商业行业分会会长)

课题组：

郭晓晶(南京工业职业技术学院)

鲁丹萍(温州职业技术学院)

潘海红(安徽国际商务职业学院)

张思达(厦门网中网教育科技有限公司)

杨 敏(济南大学蓬莱葡萄酒学院、杨敏- Number Wine 葡萄酒事务所)

姚 歆(中国商业联合会)

康 蓉(清华大学出版社有限公司)

王 曦(中国国际贸易促进委员会商业行业分会)

刘亚平(中国国际贸易促进委员会商业行业分会)



2008年以来,美国金融业出现波动,进而演变成全球性金融危机。美、欧等发达经济体陷入金融债务危机,影响到了全球贸易的稳定运行,而且金融危机的爆发使得一些国家和地区转而采取更为保守的贸易政策,全球范围的贸易保护主义威胁增大,对我国的出口、投资、消费产生了消极的影响,这是我们必须面对的现实。

国际贸易是国民经济的重要组成部分,它对我国现代化建设和社会发展产生了巨大而深远的影响。自改革开放以来,我国对外贸易的快速增长已取得了举世瞩目的成就。加入WTO和许多区域性国际组织后,我国的经济活动国际化趋势日渐明显,各企业的国际交流及贸易活动越来越多,熟悉国际交流与贸易规则及惯例、不断加强国际交流与合作成为众多企业经营的重心,因而对国际贸易或国际商务人才的需求与日俱增。中国出口产业总体竞争力仍然是比较强的,全球金融危机和经济下滑将催生新一轮国际产业的调增,这对于中国外贸企业来说,既是很大的挑战,也是获得新发展的机遇。2012年中国经济发展企稳回升的内在动能依然充足,国民经济和金融体系的基本面是健康的。随着调整和优化结构,统筹城乡发展将带来巨大和长期的投资与消费需求。中国投资环境和基础设施不断改善,增长潜力很大,迄今为止,外商对中国直接投资的热情不减。所以,从中长期来看,中国外贸的发展前景依然十分光明。随着新一轮世界经济贸易的复苏,国际贸易专业人才将是市场经济中最紧缺的人才之一;随着我国改革开放的深入,国际贸易专业人才仍然是急需人才。

由中华人民共和国国家质量监督检验检疫总局、中国国家标准化管理委员会发布的中华人民共和国国家标准 GB/T 28158—2011《国际贸易业务的职业分类与资质管理》已于2012年7月1日正式实施。该国家标准将国际贸易人员职业类别细化为国际贸易业务运营类、单证类、财会类和翻译类,并对这四个类别规定了职业资质要求以及管理要求,将为推动我国国际贸易的规范化和标准化,提升国际贸易人员的素质和企业管理水平起到积极的推动作用。

中国国际贸易促进委员会商业行业分会、中国国际商会商业行业商会(以下简称“中国贸促会商业分会”)成立于1988年,是由中国商业界有代表性的企业、团体、人士组成的对外经济贸易组织,是中国国际贸易促进委员会、中国国际商会设在行业中的贸促机构。

为了发挥贸促机构应有的作用和优势,宣贯中华人民共和国国家标准 GB/T 28158—2011《国际贸易业务的职业分类与资质管理》,中国贸促会商业分会组织有关专家编写了这套“国际贸易业务职业标准与专业标准衔接系列教材”。这套系列教材内容紧密衔接中华人民共和国国家标准 GB/T 28158—2011《国际贸易业务的职业分类与资质管理》,教材内容模块化,每个模块内容以基本理论和基本知识为铺垫。教材配有习题集,在理论性课程的基础上,加大案例分析和问题讨论,从而更切实地培养学生应用知识、理解专业问题的能力,帮



助国际贸易从业人员和即将从事国际贸易的人员理解和掌握国际贸易的基本理论和实操技能。

推动我国贸促事业的发展是中国贸促会系统义不容辞的使命和责任。今后,我们将继续立足我国的贸促事业,认真倾听来自海内外业界、学术界的声言,出版更多有利于我国贸促事业发展的书籍,更好地为中国商界服务。

2013年1月

我非常高兴有机会来给这本书写序。书的编者之一杨敏先生是我的好朋友,更重要的是,他是一个伟大的葡萄酒爱好者,我很欣赏他这么多年来一直在葡萄酒的世界里努力钻研,掌握葡萄酒各个方面的知识。

事实上,葡萄酒是法国悠久文化的代表之一,葡萄酒对国家的经济也做出了重要的贡献。对土地的热爱诞生了法国优质的葡萄酒,品酒也是生活艺术的一部分。

几千年以来,葡萄酒是愉悦和欢乐的源泉。伟大的葡萄酒,总是融复杂和细腻于一体,令葡萄酒的鉴赏家们可以欣赏到香气的复杂,口感的变化——这是优雅文化的缩影。品尝葡萄酒总是一个伟大和欢乐的时刻。在一个专家的陪同下,探索丰富而微妙的葡萄酒世界,充分欣赏和享受葡萄酒,是一次非常愉悦的过程。

葡萄酒是文化和欢乐的载体。我了解的杨敏先生在法国葡萄酒庄工作10年,作为在法国公立大学毕业的亚洲首位留法葡萄酒贸易硕士,他对葡萄酒有着深厚的理解并且具有丰富的葡萄酒贸易经验,他是葡萄酒文化和欢乐的使者。

这本书的面世,我认为是非常重要和及时的。特别是对中国的葡萄酒爱好者和从业者,这本书可以帮助他们全面而快速地了解 and 进入葡萄酒的世界。毫无疑问,对于中国快速发展的葡萄酒行业的地方政府和企业,它们也会发现这本书的实用性和重要性。

我推荐这本理论和实践结合得很好的教材,希望中国的读者能更快更好地享受到葡萄酒的这种文化与欢乐。

这本书将是进入葡萄酒专业领域的必备教材。我认为认真阅读这本书,会得到超出想象的收获。

祝品鉴愉快!

CENOLOGUE Philippe Cambie

酿酒师 菲利普·凯宾

(2010年度世界酿酒大师,被誉为葡萄酒中教皇新堡的新教皇)



2011年,进口葡萄酒的市场规模近100亿元,整个中国葡萄酒的市场规模为400亿元,预计到2015年,中国葡萄酒市场将达到1000亿元,这就是中国葡萄酒的市场状况:发展蓬勃但较为混乱。一方面,市场的发展势态惊人,中国已迅速成为世界第五大葡萄酒消费国;另一方面,消费者对葡萄酒普遍缺少认知,缺少葡萄酒专业人才,葡萄酒经销商也是在黑暗中“摸着石头过河”。

改变这种状况的根本之道在于发展葡萄酒教育,推广葡萄酒文化。现在市面上有很多葡萄酒方面的图书,但缺少系统、全面、实用又接地气的教材。《国际贸易实务(葡萄酒方向)》正是为了填补这方面的空白而出现的。

编者中有从事国际贸易专业高校教育多年的教授,也有学过酒、写过酒、卖过酒还教过酒的资深从业人员。

本书有以下特点。

(1) 接地气,实用化。作为行业内第一本葡萄酒的国际贸易方面的教材,所有的内容都是按照实际操作流程来撰写和编排的,具有很强的指导意义。

(2) 专业性,国际化。葡萄酒的进口贸易有其独有的特点,本书重点突出葡萄酒进口贸易与其他国际贸易的差异化,也是国内外葡萄酒行业、国际贸易各个领域的专家多年经验的凝聚。

(3) 通俗易懂,即学即用。文中所引用的案例均来自编者多年的从业经验。许多章节的内容均源于编者在多个场合成功的教学讲座。没有长篇累牍的深奥文字,全文通俗易懂,即学即用。

本书在编写过程中,参阅了不少国内外学者的研究成果以及网络资料。由于文献之多,无法一一列出,在此,谨向所有对本书有贡献的同行们致以真诚的谢意。

对外经济贸易大学博士研究生戚建梅、江苏检验检疫局陆晓玲、南京检验检疫局徐瑞平、中外运耿旻、南京伊万名庄葡萄酒有限公司罗芳,也参与了本书部分章节的资料收集和编写工作。在此,对上述所有人员和部门表示感谢。

本书可作为高等教育国际贸易类葡萄酒专业学生和老师学习和教学的通用教材,也可供从事葡萄酒贸易工作的专业人员学习与参考。

电子网络配套资源还包括PPT讲义课件、课后复习思考题的答案、各国产区地图及其他相关配套资料,可在<http://www.52wine.com>上下载。

由于本书作者能力有限,书中有疏漏和不足之处在所难免,恳请同行专家以及读者提出宝贵意见和建议(发送邮件至作者E-mail:VinEdu@163.com)。

编者

2013年3月15日于北京



第1章 葡萄酒进口市场概述	1
1.1 全球葡萄酒概述	1
1.1.1 总体趋势	1
1.1.2 全球葡萄园面积	1
1.1.3 全球葡萄酒产量	2
1.1.4 全球葡萄酒市场	3
1.1.5 中国葡萄酒市场	3
1.2 葡萄酒进口市场和趋势	4
1.2.1 基本趋势	5
1.2.2 进口市场	7
思考和练习题	9
第2章 葡萄酒基础知识十问	10
2.1 时间	10
2.2 年份	11
2.3 颜色	12
2.4 品种	13
2.5 波尔多	13
2.6 新旧世界	13
2.7 好葡萄酒	14
2.8 期酒	15
2.9 “干”	16
2.10 醒酒	16
思考和练习题	16
第3章 与供货方的接洽	17
3.1 接洽前的分析	17
3.1.1 需方分析	17
3.1.2 供方分析	17
3.2 如何寻找国外供货方	21
3.2.1 参加葡萄酒展览会	21

3.2.2 行业和专业网站	23
3.2.3 搜索引擎	24
3.2.4 留学生	24
思考和练习题	25
第4章 与国外供货方的谈判	26
4.1 谈判前的准备	26
4.1.1 选配参加谈判的人员	26
4.1.2 选择交易对象	27
4.1.3 选择谈判目标	27
4.1.4 制订商务谈判的方案	29
4.2 谈判技巧和风格	32
4.3 谈判的具体实施阶段	34
4.3.1 了解阶段	35
4.3.2 策划阶段	35
4.3.3 实施阶段	36
思考和练习题	38
第5章 葡萄酒国际贸易方式	39
5.1 葡萄酒的经销	39
5.1.1 经销的含义	39
5.1.2 葡萄酒的经销分类	39
5.1.3 葡萄酒的经销协议	40
5.1.4 经销的优缺点	41
5.2 葡萄酒的代理	41
5.2.1 代理的含义	41
5.2.2 葡萄酒的代理分类	42
5.2.3 独家代理协议	42
5.2.4 独家经销与独家代理的区别	45
5.3 葡萄酒的寄售	45
5.3.1 葡萄酒寄售的含义和内容	45
5.3.2 寄售商品的价格	46
5.3.3 佣金条款	46
5.3.4 葡萄酒寄售的特点	46
5.3.5 葡萄酒寄售的分类	46
5.3.6 葡萄酒的保税区仓库寄售	46
5.3.7 中国葡萄酒寄售的特点	47
5.4 期酒	47
5.4.1 期酒的含义和历史	47



5.4.2	期酒的特点	47
5.4.3	如何投资期酒	48
5.5	贴牌	50
5.5.1	葡萄酒贴牌生产的含义	50
5.5.2	贴牌生产的特点	50
5.5.3	贴牌生产的好处	51
5.5.4	进口葡萄酒的贴牌分类	51
	思考和练习题	51
第6章	葡萄酒国际贸易合同的签订	52
6.1	订立合同的程序和步骤	52
6.1.1	询盘	52
6.1.2	发盘	53
6.1.3	还盘	54
6.1.4	接受	55
6.2	合同成立的时间、生效的要件、形式及其基本内容	55
6.2.1	合同成立的时间	55
6.2.2	合同生效的要件	55
6.2.3	合同的形式	56
6.2.4	合同的基本内容	56
	思考和练习题	57
第7章	进口葡萄酒合同的主体和标的	58
7.1	合同当事人	58
7.1.1	定义	58
7.1.2	明确合同当事人条款的重要意义	58
7.1.3	合同当事人条款的主要内容	58
7.1.4	约定合同当事人条款的注意事项	59
7.2	进口葡萄酒描述的确认	59
7.3	进口葡萄酒的品质	62
7.3.1	进口葡萄酒品质的含义	62
7.3.2	进口葡萄酒品质的重要性	62
7.3.3	进口葡萄酒品质的表示方法	62
7.4	进口葡萄酒的数量	63
7.4.1	约定进口葡萄酒数量的意义	63
7.4.2	计量单位与计量方法	63
7.4.3	合同中的数量条款的基本内容	64
7.5	进口葡萄酒的包装	64
7.5.1	包装的重要性与约定进口葡萄酒包装条件的意义	64

7.5.2	包装的分类	64
7.5.3	包装条款的基本内容	67
	思考和练习题	67
第8章	进口葡萄酒运输	68
8.1	葡萄酒海洋运输	68
8.1.1	集装箱班轮运输的特点	68
8.1.2	集装箱的含义及种类	69
8.1.3	集装箱的配载	70
8.1.4	葡萄酒集装箱运输用的托盘	70
8.1.5	葡萄酒集装箱运输的装箱方式	71
8.1.6	葡萄酒集装箱运输的交接方式	72
8.1.7	集装箱运输的主要单证	72
8.2	葡萄酒海洋运输费用	73
8.2.1	班轮运费介绍	73
8.2.2	国际集装箱海运运费的构成	75
8.2.3	葡萄酒进口运费的计征方式	76
8.2.4	进口葡萄酒总成本	78
8.3	葡萄酒航空运输	79
8.3.1	航空运输的主要方式	79
8.3.2	航空运输的注意事项及要求	80
8.3.3	葡萄酒航空运输	80
8.3.4	样品葡萄酒空运	81
8.3.5	葡萄酒空运进境的操作流程	81
8.4	葡萄酒装运地(港)与目的地(港)	82
8.4.1	贸易合同中关于港口的规定方法	82
8.4.2	葡萄酒贸易中常见的港口	83
8.4.3	法国葡萄酒出口常见的港口及运输路径	83
8.4.4	意大利葡萄酒出口常见的港口及运输路径	85
8.4.5	西班牙葡萄酒出口常见的港口及运输路径	85
8.5	葡萄酒装运期与交货期、分批装运、分期装运、转运与装船通知	86
8.5.1	装运期与交货期	86
8.5.2	分批装运	87
8.5.3	分期装运	87
8.5.4	转运	88
8.5.5	装船通知	88
8.6	葡萄酒国际运输单据	89
8.6.1	海运提单	89
8.6.2	海运进口葡萄酒业务中常见的单据操作	93



8.6.3 航空运输单据——航空运单	94
8.7 葡萄酒进口转关运输	94
8.7.1 转关运输的原因	95
8.7.2 转关运输的方式	95
8.7.3 办理转关运输的条件	95
8.7.4 转关运输的费用差别	96
8.7.5 海关监管车	96
思考和练习题	96
第9章 葡萄酒进口运输保险	98
9.1 葡萄酒海洋运输保险的承保范围	98
9.1.1 承保的风险	99
9.1.2 承保的损失	100
9.1.3 承保的费用	102
9.2 葡萄酒在我国的海洋货物运输保险条款	103
9.2.1 基本险	103
9.2.2 附加险	105
9.3 葡萄酒在英国伦敦保险协会的海运货物保险条款	108
9.3.1 协会货物保险条款的保险险别	108
9.3.2 协会货物条款中主要险别的承保风险与除外责任	108
9.4 葡萄酒进口保险实务	110
9.4.1 保险的基本原则	111
9.4.2 投保险别的选择	112
9.4.3 葡萄酒进口投保手续与保险费的计算	112
9.4.4 葡萄酒海运保险免赔率	114
9.4.5 海运货物保险合同	115
9.4.6 葡萄酒保险索赔	117
9.4.7 葡萄酒买卖合同中的保险条款	117
9.5 葡萄酒陆运空运保险	117
9.5.1 陆上货物运输保险	118
9.5.2 航空货物运输保险	118
思考和练习题	119
第10章 葡萄酒进口审单和付款	120
10.1 审核单据是否齐全	120
10.2 审核单据是否相符	121
10.2.1 产地分析证书	121
10.2.2 原产地证明书	121
10.2.3 装瓶证书	123

10.2.4	商业发票	124
10.2.5	熏蒸消毒证明	125
10.2.6	装箱清单	125
10.2.7	海运提单	125
10.3	单证不符的处理	130
	思考和练习题	130
第 11 章	葡萄酒进口报关与纳税	131
11.1	葡萄酒进口报关的概念	131
11.1.1	自理报关	131
11.1.2	代理报关	131
11.2	葡萄酒进口报关的前期准备	131
11.2.1	国外出口商备案	131
11.2.2	收货人备案	132
11.2.3	标签备案	133
11.2.4	准备报关相关的文件资料	134
11.2.5	报关期限	134
11.2.6	选择报关行	135
11.3	葡萄酒进口报关和交税程序	135
11.3.1	进口报关程序	135
11.3.2	报关过程控制	136
11.3.3	葡萄酒进口的三税	136
11.3.4	如何进行关税的征收与退补	137
11.3.5	葡萄酒进口报关单的主要特点	138
	思考和练习题	138
第 12 章	进口葡萄酒检验检疫	146
12.1	进口食品监管部门及检验检疫流程概述	146
12.1.1	进口食品监管机构概述	146
12.1.2	国家质检总局重点合作制度	147
12.1.3	进口食品通关模式	148
12.1.4	进口食品检验模式	149
12.1.5	进口食品检验检疫流程	150
12.2	进口食品境外生产企业、进出口商及代理商监管制度介绍	154
12.2.1	境外食品生产企业注册制度	154
12.2.2	进口葡萄酒进出口商备案制度	154
12.2.3	食品进口和销售记录相关管理规定	160
12.3	进口葡萄酒检验检疫流程及注意事项	161
12.3.1	报检	161



12.3.2	口岸检疫查验	161
12.3.3	入库	162
12.3.4	现场检验和抽样检测	162
12.3.5	出证	162
12.4	进口预包装葡萄酒标签检验实务	164
12.4.1	进口食品标签检验的历史沿革	164
12.4.2	标签检验内容	164
12.4.3	进口预包装葡萄酒标签的强制性标示项目	164
12.4.4	进口葡萄酒标签常见的不合格情况介绍	166
	思考和练习题	167
第 13 章	进口葡萄酒的市场营销	168
13.1	进口葡萄酒的品牌之路	168
13.1.1	品牌的两个“度”	168
13.1.2	酒名的两个“术”	169
13.1.3	品牌推广的中外差异	169
13.1.4	品牌推广的定位	170
13.2	进口葡萄酒经销的几个误区	170
13.2.1	误区之一:北上广是必须占领的重点	170
13.2.2	误区之二:遍地开花,聚少成多	171
13.2.3	误区之三:餐饮、专卖店和超市是葡萄酒的主要销售渠道	171
13.3	进口酒和进口酒商该路走向何方	172
13.4	进口葡萄酒的主要经营模式	172
13.4.1	专卖店连锁	173
13.4.2	经销商分代理	173
13.4.3	大型超市	173
13.4.4	电子商务	173
13.4.5	保税库销售模式	174
13.4.6	CHR(咖啡厅、酒店、饭店)的销售模式	174
13.4.7	小结	174
13.5	葡萄酒的收藏和投资	174
13.5.1	投资葡萄酒的几个参考数据	175
13.5.2	葡萄酒投资的方式	176
13.5.3	葡萄酒投资的风险	177
13.5.4	葡萄酒投资如何开始	177
	思考和练习题	178
第 14 章	葡萄酒营销的客户管理	179
14.1	客户管理	179

14.1.1	客户管理系统的定义	179
14.1.2	客户管理的原则	179
14.2	管理流程及表格	180
14.2.1	客户管理系统结构	180
14.2.2	客户登记表管理	180
14.2.3	客户资料卡管理	182
14.2.4	客户拜访卡管理	183
14.2.5	客户信用卡管理	184
14.2.6	市场支持审批表管理	184
14.2.7	客户投诉处理记录表管理	186
14.2.8	客户货款回收管理表管理	187
14.2.9	客户库存报告表管理	187
14.2.10	客户管理工作系列表补充说明	188
14.3	葡萄酒客户计划书	189
14.3.1	定义和作用	189
14.3.2	构成	189
14.3.3	客户计划书的关注因素	189
	思考和练习题	190
第 15 章	葡萄酒专卖店管理实务	191
15.1	门店管理规范	191
15.1.1	人员管理	191
15.1.2	门店奖金制度管理	194
15.1.3	商品管理	195
15.1.4	流程规范管理	198
15.1.5	会员管理	201
15.2	门店服务标准	202
15.2.1	个人礼仪	202
15.2.2	顾客接待流程	204
15.2.3	服务用语	205
15.2.4	礼仪服务禁忌	208
15.2.5	其他	209
	思考和练习题	209
第 16 章	葡萄酒的中外文互译	210
16.1	常用葡萄品种的中外文翻译对照	210
16.1.1	红葡萄品种的中外文翻译对照	210
16.1.2	白葡萄品种中外文翻译对照	212
16.2	葡萄酒分级翻译对照	213

16.2.1	法国葡萄酒分级翻译对照	213
16.2.2	波尔多葡萄酒分级翻译对照	213
16.2.3	勃艮第葡萄酒分级翻译对照	214
16.2.4	香槟的翻译对照	214
16.2.5	阿尔萨斯的分级翻译对照	215
16.2.6	罗纳河谷产区分级翻译对照	215
16.2.7	西班牙葡萄酒分级翻译对照	215
16.2.8	意大利葡萄酒分级翻译对照	215
16.2.9	葡萄牙葡萄酒分级翻译对照	216
16.2.10	德国葡萄酒分级翻译对照	216
16.2.11	奥地利葡萄酒分级翻译对照	216
16.3	世界著名葡萄酒大赛中英文翻译对照	217
	思考和练习题	217
附录 A	罗伯特·帕克(Robert Parker)100 分酒	218
附录 B	出口商或者代理商备案申请表	222
附录 C	收货人(进口商)备案申请表	224
附录 D	食品进口记录	226
附录 E	进口食品销售记录	227
附录 F	进口食品销售对象投诉及召回记录	228
	参考文献	229
	全国国际贸易职业资质认定考试项目介绍	230