



全国财政职业教育教学指导委员会审定

全国高职高专院校国际贸易专业规划教材

国际贸易实务

姚钟华 贺存乡◎主编



中国财政经济出版社



全国财政职业教育教学指导委员会审定
全国高职高专院校国际贸易专业规划教材

国际贸易实务

姚钟华 贺存乡 主 编
杨 芬 副主编

中国财政经济出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易实务/姚钟华, 贺存乡主编. —北京: 中国财政经济出版社, 2008.8

全国高职高专院校国际贸易专业规划教材

ISBN 978 - 7 - 5095 - 0906 - 7

I. 国… II. ①姚…②贺… III. 国际贸易 - 贸易实务 - 高等学校: 技术学校 - 教材
IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 127594 号

责任编辑: 李昊民

责任校对: 杨瑞琦

封面设计: 大盟文化

版式设计: 董生萍

中国财政经济出版社出版

URL: <http://www.cfeph.cn>

E-mail: cfeph@cfeph.cn

(版权所有 翻印必究)

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮政编码: 100142

营销中心电话: 010 - 88190406 北京财经书店电话: 010 - 64033436

北京财经印刷厂印刷 各地新华书店经销

787 × 1092 毫米 16 开 17.25 印张 407 000 字

2008 年 9 月第 1 版 2008 年 9 月北京第 1 次印刷

印数: 1—3 060 定价: 30.00 元

ISBN 978 - 7 - 5095 - 0906 - 7/F·0749

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

本社质量投诉电话: 010 - 88190744

编委会名单

主 任 李乃君 姚钟华 宫相荣

编 委 (排名不分先后)

贺存乡 孟凡明 张君斐 鲁鸿雁 钱琳伊

李 富 王锡耀 马诗琴 徐 冉 谢厚华

潘淑范 毛卫娟 叶卫玲 刘艳华 李玉静

王 艳

序

我国对外贸易迅猛发展，贸易增长速度超过了世界上其他任何一个发展中国家，成为继欧盟和美国之后的第三大贸易实体。随着对外贸易的不断扩大，我国外贸行业人才短缺“瓶颈”凸显，各类外贸企业急需大量熟悉外贸业务的复合型、应用型、技能型人才。

近年来，随着我国高等职业教育的迅速发展，高职院校外贸类专业已经为外贸行业输送了一批又一批具有一定理论知识和实践操作能力的专业人员，在一定程度上缓解了外贸企业的人才需求压力。然而，作为承担为企业培养生产、管理、服务第一线人才的高职院校，在探索和培养合格“职业人”的过程中，设置什么样的课程，使用什么样的教材，一直备受关注。国务院《关于大力发展职业教育的决定》中指出：要“实施国家技能型人才培养培训工程，加快生产、服务一线急需的技能型人才的培养，特别是现代制造业、现代服务业紧缺的高素质高技能专门人才的培养”；要“针对高等职业院校学生特点，培养学生的社会适应性，教育学生树立终身学习的理念，提高学习能力，学会交流沟通和团队协作，提高学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力”。该决定还特别指出：要“加大课程建设与改革的力度，增强学生的职业能力；加强教材建设，开发紧密结合生产实际的实训教材，让优质教材进课堂”。

目前我国高等职业教育的特点是：第一，我国高等职业教育发展迅猛，社会对高素质技能型人才需求旺盛。第二，职业教育办学思想已从计划培养向市场驱动转变，从政府直接管理向宏观引导转变，从传统的升学导向向就业导向转变，明确了“坚持以服务为宗旨，以就业为导向”的职业教育办学方针，提出了“职业教育教学与生产实践、技术推广、社会服务紧密结合”的具体要求。第三，高职学生应具备的主要能力为交流沟通的能力、实践的能力、就业和创业的能力、创造的能力和继续学习的能力。

我们认为，高职教育的教材要彻底改变以往的学科式、压缩饼干式、面面俱到式、平分秋色式的教学方式，要面向生产、建设、服务和管理第一线需要，努力开发体现产学结合、工学交替、融教学为一体的教材。为此，我们组织高等职业技术学院第一线具有创新理念和丰富教学经验的教师，在充分调研的基础上，结合目前各高等职业技术学院教改、教研的实际情况，围绕教育部[2006]16号文件精神，编写了这套高职高专国际贸易专业系列教材。在教材的编写过程中，既考虑到教材体系的完整性和科学性，又考虑到高职教育自身的特点，突出教材的实务性和实操性，按照“理论够用，重实践操作”的编写思路，尽量减少对概念和原理的深入阐述，并且教材各单元模块的设计充分体现了本教材“面向岗位、面向流程”的特点。

本套教材的编写特色是：

1. 职业性、实践性和开放性。本套教材汲取了大量国内外本专业教材的特点与精华，在突出高职教育特色上下功夫，注重培养学生的实践能力。专业基础知识贯彻“实用为主、够用为度”的教学原则，采用广而不深、点到为止的教学方法，强调“学一点、会一点、用一点”，不把知识作为一门学问来学，而是作为一门技艺来学；不强调打下厚实的理论知识基础，而是突出实际技能的培养。

2. 模块式、教案化和流程化。本套教材采用模块式的编写思路，每个模块既是教材的有机组成部分，又是相对完整、独立的教学单位，具有一定的可剪裁性和拼接性。教师可根据不同的教学对象或不同专业的培养目标将内容模块裁剪、拼接，使前后课程互相衔接，不但避免了重复讲述造成的时间浪费，而且也杜绝了因教师个体在表述上的偏差，给学生的学习带来不必要的障碍。同时，所有模块的活动设计流程化，以期最大限度地减轻教师备课、查询资料及设计活动的负担。

3. 任务驱动、项目导向。本套教材注重课程设计，强调教学内容的操作性，把教学目标进一步细化为知识目标和技能目标，并对教与学提出了具体的要求，让教师和学生在教与学的过程中做到心中有数；体现“工学结合”理念，根据职业岗位（群）操作流程来选择并设计内容；学生在模拟具体的国际贸易实务中由浅入深、反复操练，达到记忆深刻、上手快的目的，能迅速适应工作岗位的要求。

本套教材适用于高等职业技术学院、高等专科学校、成人高校、民办高校、各级各类继续教育学院国际贸易专业使用，也可作为外贸从业人员自学进修、专业技能考试和国家相关证书考试的教学参考用书。本套教材是对高素质技能型人才培养适用教材编写进行的探索和尝试，难免存在疏漏，还需不断完善，但所秉承的理念和知识体系、结构及内容，相信会对我国的高职高专教育发展起到积极的推动作用，也希望得到高职院校广大师生的认可和赞同。

全国高职高专院校国际贸易专业规划教材

编 审 委 员 会

2008年6月

编写说明

国际贸易实务是针对国际间商品交换活动,以国际市场商品和劳务交换的理论、政策与实务作为研究对象的。高职院校国际贸易专业培养的是外贸一线应用型技术人才。外贸一线工作有报关员、报检员、单证员、跟单员、外销员、核销员等岗位。高职院校的学生学习本课程的重点应在实际应用上,如何用学到的理论知识解决实际工作中碰到的实际问题、更好地开展工作,这就要求教师相应地调整教学方法,让学生在课堂上就能掌握各种实际工作中所要遵守的规则、注意的要点和遇到的实际问题。

本教材旨在既使学生系统地掌握国际贸易的知识点,又能够为将来的实际应用打下良好基础;同时还希望能激发学生学习的兴趣,培养自主学习的能力。因此,编者根据多年的教学经历和参考国内外国际贸易专业教学成功经验,应用“PASS”流程对教材进行组织编写:

P——Presentation of Teaching Materials, 教师案例与素材的展示。这一步骤的实现是通过 Seminar 教学法实现的。Seminar 教学法源于 18 世纪德国的格廷根大学,被运用于法学、历史学、文学、医学等课程的教学。Seminar 的具体程序是先由教师根据课程的内容提出各专题的问题清单,启发学生思考,并根据自己对专业知识的分析,引导高职学生尽量根据教学安排在课上针对教师提出问题(任务),发表自己对问题的想象、思考与想法。所以说,教师的素材是进行教学的启示和引导。

A——Analysis of Cases, 案例分析。国际贸易实务课程的特点是基本概念多、贸易术语多、条款多,对于高职学生来说学习起来较难理解和掌握。因此,案例教学不仅能够激发学生的学习兴趣,还能够培养学生在教师的引导下对问题进行归纳、分析和通过案例进行解决问题的能力。

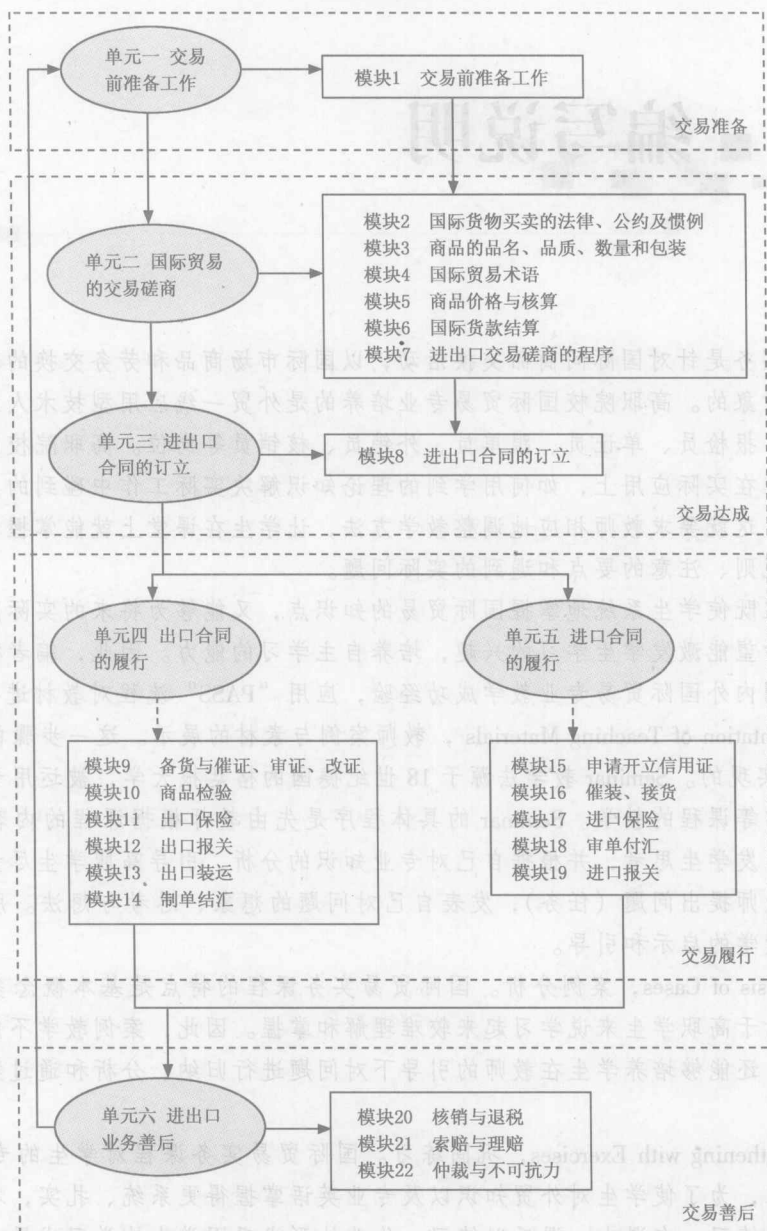
S——Strengthening with Exercises, 巩固练习。国际贸易实务课程对学生的专业英语学习有比较高的要求,为了使学生对外贸知识以及专业英语掌握得更系统、扎实,本教材编写了详细的英汉对照练习,在课内、课后以练习、作业的形式巩固学生的学习成果。

S——Summary by the Teacher, 教师总结。高职学生好的学习习惯养成是比较困难的,需要对其自主性的学习方式不断进行引导,充分调动学生的学习积极性。教材通过国际贸易实务过程的模拟,使学生产生对外贸知识、技能的学习兴趣,以便在以后的外贸工作中能很快进入工作状态。

本教材是国际贸易专业教材,主要供高职高专国际经济与贸易(国际贸易、国际商务等)专业的教师、学生使用,也可供外贸从业人员自学使用。

本教材根据高职学生的特点,针对培养高职人才所要达到的目标,将真实的国际贸易的商务活动与系统的贸易实务的知识和技能密切结合在一起,主要体现了以下特色:

教材结构图



1. 采用单元模块教学 (见教材结构图)。本教材以任务驱动、项目导向的原则, 将国际贸易理论与实务的内容科学地划分为六大单元、22 个模块, 每个模块是单元的有机组织部分, 其自身又相对独立, 模块的前后互相衔接, 浑然一体。教材内容以一笔对外贸易业务为主线, 将交易准备工作、交易磋商、合同订立、合同履行到交易完成后的善后工作的理论知识、技能实训有机结合, 使学生在学中掌握国际贸易实际业务。

2. 强化高职课程设计。根据职业岗位操作的流程来组织课程内容, 在课程设计时将学生置身在模拟的具体岗位环境中, 以案例操练的方式模拟真实的商务情景。所有的模块及活动设计最大限度地减轻教师的备课、查询资料及设计活动的负担, 同时还把教学目标进一步

细化为知识目标和技能目标,并对教学和学习提出了具体的要求。

3. 重视课程案例教学。通过案例导入、案例分析,将枯燥的理论、流程用简明生动的语言加以描述,让学生在一种趣味、严谨、有序的商务环境中体验国际贸易活动,从而达到学习和掌握贸易实务技能、具备业务操作能力的目的。

4. 熟悉贸易业务流程。本教材根据高职教育的实用性、职业性的特点,编写主要依据一票业务的完成程序来进行的,包括交易前准备工作、交易磋商、合同签订、合同履行、业务善后等程序。单元由五个程序构成,同时,每个单元由不同的环节来构成,即按模块的形式来呈现,而且模块之间也存在着递进关系。但并非所有单元与模块之间都是递进关系。

本教材由浙江育英职业技术学院姚钟华、贺存乡担任主编,杨芬担任副主编,具体分工为:杨芬、姚钟华(模块2、模块3、模块9、模块10、模块11、模块17、模块21),魏巧米、贺存乡(模块6、模块15、模块20),刘传晓(模块1、模块7、模块8),郭爱美(模块4、模块5),潘飞霞(模块12、模块19),吴庆红(模块13、模块16),罗仕文(模块14、模块18),尚海燕(模块22)。本教材最后由姚钟华、贺存乡总纂定稿。

本教材在编写过程中,得到了许多业内专家、学者和单位的热心帮助和支持,得到浙江育英职业技术学院领导的帮助和支持,在此表示衷心感谢。

由于编者水平有限,书中不妥之处在所难免,恳请专业人士和使用本教材的师生不吝赐教,以使本教材日臻完善。

编 者

2008年6月

目 录

单元一 交易前准备工作	(1)
模块 1 交易前准备工作	(1)
单元二 国际贸易的交易磋商	(9)
模块 2 国际货物买卖的法律、公约及惯例	(10)
模块 3 商品的品名、品质、数量和包装	(13)
模块 4 国际贸易术语	(26)
模块 5 商品价格与核算	(45)
模块 6 国际货款结算	(58)
模块 7 进出口交易磋商	(84)
单元三 进出口合同的签订	(95)
模块 8 进出口合同的签订	(95)
单元四 出口合同的履行	(109)
模块 9 备货与催证、审证、改证	(110)
模块 10 商品检验	(123)
模块 11 出口保险	(131)
模块 12 出口报关	(143)
模块 13 出口装运	(150)
模块 14 制单结汇	(170)
单元五 进口合同的履行	(184)
模块 15 申请开立信用证	(185)
模块 16 进口装运	(193)
模块 17 进口保险	(198)
模块 18 审单付汇	(203)
模块 19 进口报关	(209)
单元六 进出口业务善后	(215)

模块 20 核销与退税	(215)
模块 21 索赔与理赔	(221)
模块 22 仲裁与不可抗力	(225)
附录	(232)
参考文献	(261)

(1)	 出口货物报关单 一元单
(1)	 出口货物报关单 1 页单
(9)	 国际贸易的贸易合同 二元单
(10)	 国际贸易合同, 国际贸易合同 3 页单
(13)	 国际贸易合同, 国际贸易合同 3 页单
(20)	 国际贸易合同 4 页单
(22)	 国际贸易合同 3 页单
(28)	 国际贸易合同 3 页单
(84)	 国际贸易合同 7 页单
(22)	 国际贸易合同 3 页单
(22)	 国际贸易合同 8 页单
(100)	 国际贸易合同 4 页单
(110)	 国际贸易合同 9 页单
(123)	 国际贸易合同 10 页单
(131)	 国际贸易合同 11 页单
(143)	 国际贸易合同 12 页单
(150)	 国际贸易合同 13 页单
(170)	 国际贸易合同 14 页单
(184)	 国际贸易合同 15 页单
(182)	 国际贸易合同 16 页单
(193)	 国际贸易合同 17 页单
(198)	 国际贸易合同 18 页单
(203)	 国际贸易合同 19 页单
(208)	 国际贸易合同 20 页单
(212)	 国际贸易合同 21 页单

单元一

交易前准备工作

【知识目标】

- ☐ 了解交易磋商前的准备工作
- ☐ 掌握国际市场调研的内容
- ☐ 掌握寻找客户的方法
- ☐ 掌握客户资信调查的内容

【技能目标】

- ☐ 学会运用国际市场调研方法对国际市场进行调研
- ☐ 熟练运用各种方法和渠道为企业寻找客户
- ☐ 熟练运用各种方法和渠道对客户进行资信调查

单元一
交易前准备工作

模块1 交易前准备工作

模块1 交易前准备工作

本模块主要介绍国际市场调研和资信调查的内容和方法,以及寻找客户的途

径。本模块实用性与操作性较强,可采用案例分析法与学生实际操练相结合的教学方法,通过实际演练掌握交易前的各项准备工作。一般需用4学时。



模块任务

在进出口贸易的各种工作环节中,交易前的准备工作是一项最基础的工作,准备工作是否充分、细致,将直接影响到进出口贸易的进程。外贸业务员需通过国际市场调研寻找客户,制定相应的外贸业务经营方案。



案例导读

浙江实达贸易有限公司准备斥资247万元人民币与美国某公司设立合资公司,并约定将该投资用于向外方指定的某设备商购买设备,该美国公司提供了盖有“俄亥俄州政府印章”的营业执照正本和美国某知名银行提供的“AAA级”资信证明以及公证书。在审查外方提供的各种文件时,主办人员发现其中两份文件在外方公司名称上存在一个字母的差异,这引起了主办方的注意。经综合考虑当事人提供的有关资料和情况介绍,感觉到外方资信状况存在不实之处,于是建议合资中方对外方资信状况进行全面调查。中方当事人同意了律师的建议,并委托某调查公司进行调查。

调查公司通过我国贸促会驻外机构、协作律师事务所和协作调查机构等渠道,对外商在当地注册情况、实际办公情况、通讯情况及银行信用情况进行了全方位的调查。调查结果表明该外方公司提供的营业执照是虚假的,在美国该州根本没有这样一个公司存在,其指定的设备销售商更不像其所说的那样是德国某集团在我国设立的独资公司,而是一个投资根本尚未到位,甚至拖欠办公场所租金,由某外籍华人个人在国内设立的独资公司。

很明显,外方与设备商具有合谋诈骗的嫌疑。调查公司立即根据各个渠道反馈回来的信息出具了资信调查报告,建议中方在取得足够的保证之前,不要汇款给外方指定的设备销售商。

当事人在收到报告后,立即通过当地银行止付了准备付款的票据并向当地公安部门报案,迅速抓获一名诈骗嫌疑犯。该犯供认他们确实是一个通过伪造国外企业注册证明而进行诈骗活动的团伙,曾三次诈骗国内其他企业得逞,同时还供认出该团伙其他人员的情况,其他几名嫌疑人正在被通缉之中。由于资信调查公司认真、细致的全面调查,不但使此次诈骗活动露出了马脚,使中方避免了247万元人民币的损失,受到了中方企业的好评,而且打击了利用国际投资和国际贸易进行诈骗的犯罪活动。

一、国际市场调研

国际市场调研是指运用科学的调研方法与手段,系统地搜集、记录、整理、分析有关国际市场的各种基本状况及其影响因素,以帮助企业制定有效的市场营销决策,实现企业经营目标。

(一) 国际市场调研的目的

1. 通过国际市场调研,有助于企业了解国际市场环境与状况,及时把握市场机会,确定正确的目标市场。
2. 通过国际市场调研,可以了解目标客户对产品价值的需求及同行业竞争者的价格策略,以便于企业进行科学的定价决策。
3. 通过国际市场调研,可以了解国际市场供需变化,消费者需求变化,各国市场环境的变化,从而据此进一步调整营销策略。

(二) 国际市场调研的内容

国际市场调研可分为国际市场环境调研、国际市场产品调研和国际市场营销调研(如图1-1所示)。其中具体的调研内容如表1-1所示。

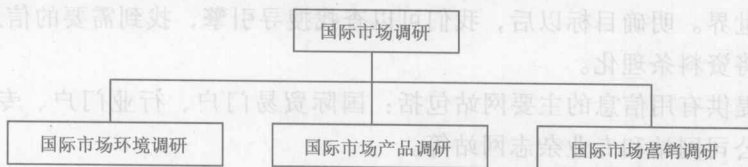


图 1-1 国际市场调研的分类

表 1-1 国际市场调研的内容

项目分类	调研项目	具体内容
国际市场环境调研	目标国家经济环境	包括该国的经济结构、经济发展水平、经济发展前景、就业、收入分配等。
	目标国家的政治和法律环境	包括政府机构的重要经济政策、政府对贸易实行的鼓励、限制措施,特别是有关外贸方面的法律法规,如关税、配额、国内税收、外汇限制、卫生检疫、安全条例等。
	目标国家文化环境	包括使用的语言、教育水平、宗教、风俗习惯、价值观念等。
	其他方面	包括国外人口、交通、地理等情况。
国际市场产品调研	目标国家市场产品的供给情况	包括商品供应的渠道、来源,国外生产厂家、生产能力、数量及库存情况等。
	目标国家市场商品需求情况	包括国外市场对商品需求的品种、数量、质量要求等。
	国际市场商品价格情况	包括国际市场商品的价格、价格与供求变动的关系等。
国际市场营销调研	商品销售渠道	包括销售网络设立、批零售商的经营能力、经营利润、消费者对他们的印象、售后服务等。
	广告宣传	包括消费者购买动机、广告内容、广告时间、方式、效果等。
	竞争分析	包括竞争者产品质量、价格、政策、广告、分配路线、占有率等。

(三) 国际市场调研的方法

在国际市场调研过程中,常用的调研方法有以下几种:

1. 实地考察。实地考察也分不同的层次。现在比较流行的方式是:产品出来以后,报名组团参加相关的展览,在展会上守株待兔,等客户上门。有一定经验和市场基础时,可以单独拜访已有客户。参展和拜访客户还可以同时进行。在国外还可以实地拜访交易场所、当地商会、行业协会和我驻外使领馆,获取一手的客户资料。

实地考察的费用稍高,但是能获得真实的数据,结果比较具体,有时会有意想不到的收获。

2. 网上调研。因特网是世界上最大的信息库。真实世界的任何动态都会反射到虚拟世界。明确目标以后,我们可以查找搜寻引擎,找到需要的信息,再归纳整理,将资料条理化。

可能提供有用信息的主要网站包括:国际贸易门户、行业门户、专业协会、商会、大公司网站和专业杂志网站等。

网上调查的特点是费用低、速度快、信息量大,主要提供宏观的营销信息,但是没有太多的针对性,对具体业务不能提供太多帮助。

3. 付费调查或者购买现成的市场报告。国际上有很多知名的调查公司。他们在接到客户申请以后,用科学的方法,采用多种搜集信息的方式,按照客户要求给出相关报告。同时,他们也有专题组,制作各种专题的报告,贩卖给需要者。

专业调查公司生产的报告,方法可靠、内容翔实、结论科学。按需定制的报告针对性强、建议具体,可立即实施;但成本比较高。调查公司制作的专题报告费用相对低一些。宏观的方面都会涉及。在开拓市场的初期,这种专题报告基本够用了。

当然,上述三种方式也不是绝对的,可以在市场开发的不同阶段混合使用。实地考察能够带来突破和结果,是提升市场的有力武器。如果能够做好前期准备,就能事半功倍。网上调查可以随时进行,并以此为基础确定目标,进行其他调查。

二、寻找客户

客户是我们开展进出口交易的对象。国外客户主要包括进出口商、生产厂商、大百货公司(连锁商店、超级市场)和经纪商等各种类型的商人。在外贸业务中,通过国际市场调研确定目标市场后,下一步工作就是寻找合适的客户。寻找客户的方法主要有以下几种:

1. 自我介绍。通过查阅国内外出版的企业名录、报刊杂志的广告、互联网等以函电或者发送资料的方式自我介绍,建立关系。

2. 请国内外的贸易促进机构或者友好协会介绍客户。比如说我国的贸易促进会也办理介绍客户的业务。

3. 请国外银行介绍进口商。

4. 请我驻外使馆商务处或者外国驻华使馆、领事馆介绍合作对象。
5. 通过参加国内外展览会、交易会建立关系。其特点是能与客户直接见面、联系的范围广。
6. 利用国内外的专业咨询机构介绍客户。
7. 通过网络搜寻。网络上的信息极为丰富, 这为出口企业提供了方便的途径。



相关链接

阿里巴巴网: <http://www.alibaba.com.cn/>

环球资源网: <http://www.globalsources.com.cn/>

中国经济信息网: <http://www.cei.gov.cn/>

中国商品网: <http://ccn.mofcom.gov.cn/>

中国进出口贸易网: <http://www.cniet.cn/>

国际进出口贸易网: <http://www.100trade.com/>

外贸精英网: <http://www.cnexp.net/>

中国国际航贸网: <http://www.cncshipping.com/>

中国商务部: <http://www.mofcom.gov.cn>

美国商务部: <http://www.doc.gov>

香港总商会: <http://www.hkgcc.org.hk>

法国外贸局: <http://www.cfce.fr>

美国商会: <http://www.uschamber.org>

美国贸易委员会: <http://www.ftc.gov>

欧洲商会: <http://www.eurochambers.be>

欧洲商业指南: <http://www.europages.com>

Corporate Information: <http://corporateinformation.com>

Hoover U.K.: <http://www.hoovers.co.uk>

三、资信调查

在国际贸易中, 贸易双方发生索赔纠纷、履约发生阻碍或收回货款方面发生阻碍, 这或多或少都与不了解贸易对方的资信情况有直接关系。因此, 在发展客户关系时, 还应对客户的政治经济背景、支付能力、经营范围、经营能力等资信情况进行全面调查, 在交易前选择出成交可能性最大的客户。

(一) 资信调查的内容

1. 厂商企业成立的年代及组织情况。包括公司、商号企业的组织性质、创建历史、主要领导人员、分支机构。要弄清英文名称及公司是有限的还是无限的。可以从政府公司注册机构、劳工部、税务局、银行、信用评估机构拿到相关资料, 这些资料的取得通常是需要交费的, 且只能是有资格的机构才能获得资料。这些资料主要包括: 公司注册时间、地点、法人代表、股东名单、公司资金

往来、贷款和债务余额、交税及退税额、经营范围等等。而资信调查公司在取得这些资料后,还可以分析该公司在行业内的竞争地位、主要对手、债务风险评估等。

2. 往来对象的性格和道德。贸易往来对象诚实可靠是交易成功的基础。在国际贸易中,如果遇到不可靠的贸易对象,就难免出现货物的品质不良、开来与合同不符的信用证、延交货物等现象。

3. 资信情况。所调查对方的资信情况包括企业的资金和信用两方面。资金指的是企业的注册资金、实收资金、公积金、其他财产及资产债务的情况等。信用是指企业的经营作风,履约守信用等。这些情况对客户要求做经销、代理、独家包销、寄售等业务时是十分重要的。通过银行调查是最常见的一种方法,在我国一般是委托中国银行,由中国银行根据具体要求,通过国外的分支机构或其他往来银行在当地进行调查。

4. 经营范围。调查对方的经营范围也是较重要的,同时还要调查经营的性质,如代理商、零售商、批发商、实用户等。

5. 经营能力。该企业每年的经营金额、销售渠道、贸易关系、经营做法等。

6. 付款记录。目标企业主要供货商提供的该公司一年以内的付款方式、所获信用额度、信用期限、拖欠付款情况及供货商对目标企业的评价。

7. 财务状况。包括近三年的资产负债表、损益表、现金流量表、最近月份的商务报表:主要财务比率,包括流动比率、速度比率、资产负债率、存货周转率、应收账款周转率、销售毛利率、投资报酬率和权益资本报酬率等。

此外,还应调查该企业交易中是否有赖账、欺诈、违约等行为,以及贸易经验、往来银行地址等。

(二) 资信调查的方法

1. 通过国内往来银行,向对方的往来银行调查。这种调查通常是拟好文稿,附上调查对象的资料,寄给往来银行进行的资信调查。

2. 直接向对方的往来银行调查。直接将文稿和调查对象的资料寄给对方的往来银行,可用简洁文句。

3. 通过国内的咨询机构调查。

4. 通过国外的咨询机构调查。国外有名的资信机构,不仅组织庞大,效率高,而且调查报告详细且准确。其调查报告均以密码编制各类等级,这种等级的划分以估计财力与综合信用评价分为 High、Good、Fair、Limited 四个等级。

5. 通过国外商会调查。

6. 通过我国驻外商务机构调查。

7. 通过国外的亲朋调查。

8. 由对方来函自己判断调查。

9. 要求对方直接提供资信资料。

四、制定进出口经营方案

根据国家的方针政策和公司的计划任务,对某类或某种商品在一定时期内进