

最新
修订

上架建议：进出口贸易

海关版外贸



系列图书

出口 营销

黄泰山◇著

实战

EXPORT MARKETING PRACTICE

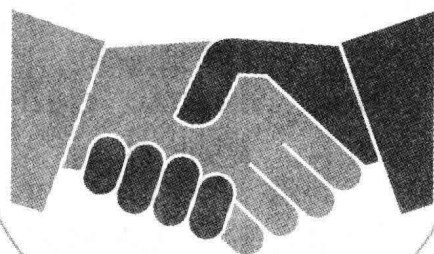
一本解决实际问题，而不是宣讲理论的书

一本汇集实战经验和技巧的书

一本中国出口企业自己的营销书

中国海关出版社

出口 营销



实战

黄泰山◇著

中国海潮出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

出口营销实战 / 黄泰山著. —北京: 中国海关出版社,
2008.5

ISBN 978-7-80165-306-2

I. 出… II. 黄… III. 出口商品—市场营销学—中国
IV. F752.62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2008) 第 051179 号

出口营销实战

CHUKOU YINGXIAO SHIZHAN

黄泰山 著

中国海关出版社出版发行

北京市朝阳区和平街东土城路 14 号 (100013)

编辑部电话: (010)64227190-666

发行部电话: (010)85271799 64275193

新华书店经销 煤炭工业出版社印刷厂印刷

2007 年 1 月第 2 版 2008 年 5 月第 3 次印刷

开本: 1/16 印张: 24.75

字数: 350 千字

ISBN 978-7-80165-306-2

定价: 38.00 元

版权所有 侵权必究

(海关版图书, 印装错误可随时退换)



再印序言

首先要感谢广大读者对这本书的厚爱，而且我们欣喜地发现国内部分大学老师和企业界讲师正使用这本书作为教材，这些都促进了这本书得以再印。

在过去的1年多中，在很多客户的支持下，在个人使命的指引下，作者开始兼职做培训师和营销顾问，仍紧紧跟踪国际贸易的趋势和出口营销的变化。现在已经是2006年12月，按照商务部最新的统计，2006年中国外贸进出口总额前11月已经突破1.5万亿美元，商务部预计全年很可能超过1.7万亿美元，其中出口贸易总额超过9000亿美元，而且有人预计2007年中国会超过德国成为世界第二大贸易国家。这和本书第一次出版才时隔18个月。那时中国刚刚超过日本成为世界第三大贸易国家。然而，如果说从数量上，中国已经具备了国际影响力，那么从贸易质量上来讲，中国的竞争力恐怕还达不到世界的前10名。我们的企业正在为他国辛苦打工，所扮演的世界加工车间的角色却一点没有变化。这种角色除了创造惊人的就业机会外，从经济效益上讲，我们还有很长的路要走。用乐观的话讲，就是还有很大的发掘空间。

那么是什么造成了中国出口的低质量和低效益呢？

有很多学者撰文，是因为中国的产品结构不合理，缺乏高技术含量的产品，缺乏高附加值的产品，还有的人说缺少自主品牌。然而笔者不敢苟同。试问哪个企业不希望发展自己的核心技术，摆脱残酷的竞争？哪个企业不希望发展高附加值的产品，赚取更多的利润？哪个



企业不希望拥有自己的自主品牌，应对 OEM 大客户的苛刻要求？

然而问题是发展高技术含量和高附加值的产品需要现有产品的高额利润做研发投入支撑，发展自主品牌需要大量的前期投入，而前期投入从哪里来，也还是要高额的利润做支撑。

高额的利润从哪里来？笔者认为踏实的做法还是要把目前的产品做精、做强，在此基础上创新。此时营销也就成了企业做精、做强的惟一出路。著名的管理大师彼得·德鲁克认为企业的第一任务是创造客户，第二任务是创造客户，第三任务还是创造客户。以笔者的理解，创造客户本质上就是营销，或者说营销就是要创造客户。而企业的赢利只有来自客户，那么我们是不是可以说中国出口的低质量和低效益本质上是出口企业创造客户或者说营销的本事太差呢？

至少笔者是这么认为的。相对于欧美、日本和韩国的企业，我们中国的企业的确亏在营销上，而且是亏在国际营销上。

这本书并没有也不敢奢望帮助中国所有企业解决所有国际营销问题，而是针对中小出口企业，紧紧抓住了国际营销中的出口营销，总结自己的实战经验，并尽可能成为一个体系，应该说是填补了国内在出口营销领域尚无一本有效参考书籍的空白，为提升国家的出口质量和效益贡献自己的力量。

要说明的是，这本书绝对不是一本营销理论书籍，笔者企图突破传统的 STP+4P 营销理论的束缚，结合出口商在实际营销过程中碰到的问题和难题，比如如何做国际市场调查，如果寻找客户，如何接触客户，如何通过沟通争取客户订单等等，给出笔者的经验和建议。所以这是一本“解决实际问题”的书，而不是一个宣讲理论的书。

另外，因为不同的出口商会碰到各不相同的问题，所以笔者选取了其中最重要的、最可以直接借鉴的问题来讲述，而且把所有的问题



都限定在营销问题范围内,而很少涉及到一些出口操作实务的内容,所以这是一本纯粹的出口营销实战书,而不是出口实务操作书,后者大家随便到一个书店都可以找到上百本教科书参考。

本书适用于哪些读者呢?

首先是出口销售人员。本书总结了很多与客户沟通的方法和技巧,包括如何寻找客户,如何接触客户,如何获取客户的信任,如何争取客户订单等等,是目前市面上惟一详细讲述出口营销实战方法和技巧的书。

其次是负责公司宣传和展览规划的出口推广人员。本书后面的网络营销、形象营销、展览营销和联盟营销就是为出口营销经理做好推广而写的。

最后是出口企业的管理层。他们可以参考本书的知识结构来规划企业的营销人员培训和组织结构设计,制定企业的出口营销战略。

最后,我要再次感谢我的朋友王冬帮我百般认真地校稿;感谢我在营销道路上的第一位导师李勇超先生,从我参加工作的第一天起,他就给我灌输全球化的营销观念;还要感谢不断督促我的饶淑荣编辑,是她的努力工作使得这本书尽快面世,并为本书再印作出了很大的贡献;同时也要感谢所有一直关心这本书和我的工作的所有人,从心底感谢你们。我的世界因为你们而更加精彩。

黄泰山

2006年12月

关于您的出口产品

1. 明确出口产品 2
2. 清楚产品名称 3
3. 清楚产品的技术知识 9
4. 清楚相关产品与行业名称 13

简易国际市场调查

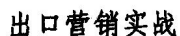
1. 什么是简易国际市场调查 20
2. 购买现成的市场报告 21
3. 查询全球贸易数据库 23
4. 查询中国主要出口商和制造商 26

简易国际市场竞争分析

1. 谁是我们的竞争者 31
2. 简易竞争者分析 33
3. 如何制定竞争策略 40
4. 案例：如何利用互联网做竞争调查 41

SWOT 分析

1. 什么是 SWOT 分析 46
2. 怎样做 SWOT 分析 48



第5章 出口前的营销准备工作

- ## 第6章 如何获取出口商机

- ## 第7章 30种利用互联网迅速找到全球目标客户的方法

- ## 第8章 区域市场研究与客户查找

第9章 海外买家简易评估方法

1. 客户信用调查辅助机构 132
2. 利用互联网评估客户 133
3. 评估客户是否适合自己 135
4. 案例：卖家能力必须与买家要求相匹配 137



第 10 章 如何接触海外客户

1. 商业信函写作技巧 141
2. 正确接触客户 145
3. 案例：美国进口商协会秘书长 Philip Byrd 先生答如何联系美国进口商 150

第 11 章 如何获取客户信任

1. 如何利用企业网站赢得信任 155
2. 电话营销如何取得客户信任 159
3. 销售员个人素质取得客户信任 161
4. 获取客户信任的企业文化 163
5. 案例：服务无止境——华为优质服务赢得联通客户信任 165

第 12 章 如何争取客户订单

1. 问题概述 170
2. 最重要的战术问题：沟通 174
3. 案例：获取订单全纪录 186

第 13 章 如何管理买家询盘

1. 理解询盘的各种形式 194
2. 如何创造和获取高质量的询盘 196
3. 如何辨别询盘的真假 197
4. 如何回复询盘 198
5. 如何抓住真实有效的询盘机会 202
6. 以往询盘的管理 203
7. 案例：江苏跃达贸易有限公司的询盘管理 204



第 14 章 如何接待客户来访

1. 如何体现品质保障能力 210
2. 如何体现公司实力 211

第 15 章 客户沟通策略

1. 沟通的基本要素 228
2. 重要的沟通策略 231
3. 沟通中的人性基础 237
4. 案例 238

第 16 章 大客户营销

1. 认识大客户 242
2. 如何获得大客户 245
3. 大客户开发常见的问题 248
4. 如何留住大客户 253
5. 案例 254

第 17 章 渠道管理

1. 日本企业的渠道经验 260
2. 渠道规划基本原则 263
3. 渠道实际操作参考 267
4. 案例 268

第 18 章 网络营销

1. 认识网络营销 272
2. 网络营销的各种应用 276



第21章 联盟营销

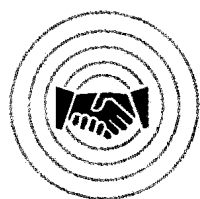
1. 传统出口营销面临的挑战 330
2. 联盟营销的利益 331
3. 联盟营销的条件 333
4. 如何运作出口营销联盟 337

第22章 出口营销在中国的发展趋势

1. 产品附加值提高 343
2. 情报普及 343
3. 营销数字化 344
4. 广告升级 344
5. 即时沟通兴起 344
6. 营销人才国际化 345
7. 营销重心下沉 345
8. 通路合作方式越来越多 345
9. 自主品牌的成长和兴起 346
10. 联盟战略深入人心 346

第23章 附录

1. 给国外客户撰写电子邮件的简要技巧 350
2. 世界部分国家或地区人均 GDP 参考排名 351
3. 世界部分国家或地区人口排名 361
4. 世界部分国家或地区名称、代码和时差 370
5. 值得推荐的 50 个出口营销网址 378



第 1 章

关于您的出口产品



1 明确出口产品

可能读者会问，这个问题不是太简单了吗？难道我还不知道自己出售或者生产的是什么产品吗？且慢！如果您这么自信，请您做如下测试：

➤ 贵公司产品常用中文名称是：_____，别名有：_____、

_____、_____；

(以下问题都请您用英文回答)

➤ 贵公司产品常用的英文名称是：_____，别名有：_____，

_____，_____；

➤ 贵公司产品属于哪种行业，_____；

请回答的具体一点，不要笼统地说纺织、服装、化工这样大的分类，请具体到大行业中的小类别。您的产品的行业分类惟一吗？

➤ 贵公司产品的8位海关编码是：_____；不同规格的产品的海关编码是否惟一？

➤ 贵公司产品的型号包括(请用英文) _____、_____、_____；

常用的技术参数包括：_____。

➤ 贵公司产品的包装款式的英文表述是：_____、_____、

_____；

➤ 您知道贵公司产品的生产流程图吗？试着画一画，并用英文描述各个环节。

➤ 您能列举出几种您不生产、但您的大客户可能也正在购买的产品吗？

➤ 请列举出贵公司产品的几种用途及应用贵公司产品的行业：

_____、_____、_____；



► 如果贵公司是制造商,贵公司产品有哪些上游产品,即贵公司大宗采购的原材料或者零部件: _____、_____、_____。

请认真地回答上面的10个问题,不要匆忙地往下读。如果每个问题的满分是10分,您一共能得到多少分呢?

如果您的得分很理想,恭喜您,这说明您已经很好地掌握了企业的产品知识。您不必看本章了,可以直接进入下一章。如果您的得分在80分以下,那么本章后面的内容将协助您一一搞清楚上面的问题,打好出口营销的基础。

也许您不服气,说这和出口营销有什么关系?我只想找客户,我只想要订单,我只想提高利润。可是中国有句老话,叫“磨刀不误砍柴工”。您想想,您对自己的产品了解的越清楚、越深刻、越全面,是不是就越能准确定位自己的目标客户呢?所以大家不要忽视了这些问题,其中体现了营销学的原理,它也是真正开展出口营销的必备知识模块之一,后面讲述的很多营销手段会大量使用这里提到的产品知识。所以您把这10个问题回答的越清楚、越具体和越完整,那么您最后所能取得的营销成果将越大,越可能在竞争中取得优势。

2 清楚产品名称

这里的产品名称指产品的中文名称、中文别名、英文名称、英文别名、所属行业名称和海关编码,就是前面10个问题的前4个问题。

一般来讲,通过咨询企业资深销售员或者销售部门经理是可以清楚上面这些问题的。同时这里有几个问题要注意:

☛ 一般的产品都有通用的中英文商业名称,一定要用标准的英文写法。有的产品,中国人使用自己翻译的名称,但国外客户却不一定习惯使用这种翻译,而是有自己的使用习惯。特别是有的产品的名



称由2~3个英文单词组成,国外客户常常按不同于中国供应商的顺序组合成产品的名称,虽然意义上差不多,但我们仍建议您按照客户的写法和称呼来使用产品名称,这样能体现您的专业性,避免中国式英语。如果以前写错了,不妨观察客户是如何写的,然后改过来。

产品的别名最好能够收集齐全一些,便于后面能够收集更多、更深入的市场信息。

海关编码,通常可以使用搜索引擎查询或者去海关的网站查询。

有人会问,为什么这么强调产品名称这么简单的问题呢?主要的原因是,出口营销与本土营销有一个很大的不同,那就是语言、文化的差异,由于各个国家的信息如此分散,信息分布规律各不相同,因此很大程度上只能靠自己的营销员来收集各个国家的信息。那么只有掌握了目标市场中的客户是如何使用产品名称的,中国出口商才能更好地收集到目标市场的市场信息。不然你写出的产品名称在目标市场上都很陌生,自然难以收集到正确、丰富的信息。



小技巧

这里介绍一些小技巧,可以帮助大家更快地收集到所经营产品的各种名称。如果贵公司产品名称为“我的产品”,那么大家使用著名的搜索引擎百度(www.baidu.com)会得到一些答案:

▲ 键入“我的产品 别名”——打开搜索页,通常可以搜索到一些产品的别名;
▲ 键入“我的产品 英文”——打开搜索页,可以查询到英文写法,如果不放心,可以请公司的经理确认一下你收集到的答案;

▲ 海关编码可以到<http://www.china-customs.com/customs-tax/>查询。如果通过中国海关的网站查询不到海关编码,可以试试以下方法:在百度搜索“我的产品 HS

Code”——打开搜索页，一般可以查询到该产品的海关编码。如果还搜索不到，也可以考虑搜索“我的产品 海关编码”或者用 Google 搜索产品英文名称+Hs code。

行业英文名称大家可以参考阿里巴巴的行业分类，在阿里巴巴的英文版(<http://www.alibaba.com>)上查询贵公司产品，能搜索到很多供求信息，然后看看这些供求信息主要是属于哪些门类，您就能顺藤摸瓜地找到自己的行业分类，您也可能发现自己的产品可以分属于两个以上的行业分类。把这些信息记录下来，能请公司的资深人士确认一下就最好不过。其实通过浏览或者搜索阿里巴巴中文版本，也可以找到一些自己产品的其他中文名称或者英文名称。



案例 1

以笔者以前经营的一种食品添加剂原料山梨酸钾为例。通过百度搜索“山梨酸钾 别名”(实际使用时不要引号，以下没有特别注明的类同)，搜索结果的第二项显示：

山梨酸钾 Potassium Sorbate
(2,4Hexadieoic Acid ;Po-tassinm
Salt). 别名 2,4- 己二烯酸钾

分子式 $C_6H_7KO_2$ 相对分子
质量 150.22 性状 无色至浅…，如
右图：



在<http://www.china-customs.com/customs-tax/>上查询不到山梨酸钾的海关编码，只好用 Google 试试“potassium sorbate Hs code”，查询结果第二项显示：29161900。