



进出口邮件 写作策略及实例点评

Writing Strategies and Analyses for
Import and Export

刘菁蓉 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

浙江省社科联科普课题

浙江工商大学外国语学院“省重点建设专业基金”资助出版

进出口邮件写作策略及实例点评

刘菁蓉 著



浙江工商大学出版社
ZHEJIANG GONGSHANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

进出口邮件写作策略及实例点评 / 刘菁蓉著. —杭州: 浙江工商大学出版社, 2012. 12

ISBN 978-7-81140-656-6

I. ①进… II. ①刘… III. ①进出口贸易—邮件—写作 IV. ①H152.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 287229 号

进出口邮件写作策略及实例点评

刘菁蓉 著

责任编辑 黄静芬 罗丁瑞

责任校对 周敏燕

封面设计 王好驰

责任印制 汪俊

出版发行 浙江工商大学出版社

(杭州市教工路 198 号 邮政编码 310012)

(E-mail: zjgsupress@163.com)

(网址: <http://www.zjgsupress.com>)

电话: 0571-88904980, 88831806(传真)

排版 杭州朝曦图文设计有限公司

印刷 浙江云广印业有限公司

开本 710mm×1000mm 1/16

印张 12

字数 223 千

版印次 2012 年 12 月第 1 版 2012 年 12 月第 1 次印刷

书号 ISBN 978-7-81140-656-6

定价 25.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江工商大学出版社营销部邮购电话 0571-88804227

前 言

在进出口贸易中,商务信函或邮件写作是双方沟通的重要工具。多年来,国内外学者对商务沟通展开了大量的研究。从学术著作来看,Bovee(1989)将商务信件的写作细分为肯定消息和否定消息,并对两类商务信函的写作提出了建议,也提供了大量的范文;Blicq(1985)以两个加拿大公司为例,介绍了管理层、公司客户、公众和雇员之间进行书面商务沟通(商务信函)的技巧;Taylor(2007)展示了电子通讯技术下的商务邮件的格式和大量的商务邮件,并对陈旧语言与现代语言进行了比较;伍兹(2002)展示了 2500 例成功沟通的范例,囊括销售、营销、管理、公共关系和客户服务五大商务领域;戚云芳(2002)在给出范例的同时,总结了商务信函的一些套语。这些商务沟通的著作都为跨国商务的学习者和新从业者提供了大量的日常往来商务信函或邮件,奠定了商务学习者将来与其合作伙伴之间正常商务沟通的基石。

然而,范例式商务沟通的学习偏重语言的学习,孤立了语言与商务背景、商务知识和商务思维之间的关系,是一种结构主义教学理念的反映。认为商务沟通有现成的模板,只要学习了结构和套语就可以成功应对将来的商务沟通。可是,实际的商务活动中,总是会因其商务情景、商务沟通者和商务文化等因素,存在一定的特殊性,因此复杂的商务活动的特殊性就要求从业者具备较强的实际问题分析、解决能力和沟通能力。

本书着重研究在进出口领域,如何更好地帮助外贸学习者和初从业者了解进出口活动的特殊性,迎接挑战,提高他们对实际问题的独立思考能力、分析能力与综合应用商务语言和商务知识解决问题能力。

本书的出版得到了浙江省社科联科普课题和浙江工商大学外国语学院“省重点建设专业基金”的支持,在此致以诚挚的谢意。

鉴于作者水平有限,书中错误或不妥之处在所难免,敬请各位同仁和读者批评指正。

刘菁蓉

浙江工商大学外国语学院

目 录

第一章 进出口邮件基本特点及写作策略	1
一、进出口邮件及其基本种类	1
二、电子商务模式下进出口邮件基本特点	2
三、进出口邮件写作基本策略	7
第二章 开发信	11
一、案例学习	11
二、基于案例失败邮件实例点评	13
三、基于案例成功邮件实例点评	23
第三章 信用查询	26
一、案例学习	26
二、基于案例失败邮件实例点评	28
三、基于案例成功邮件实例点评	38
第四章 询盘	42
一、案例学习	42
二、基于案例失败邮件实例点评	44
三、基于案例成功邮件实例点评	54
第五章 询盘的回复	57
一、案例学习	57
二、基于案例失败邮件实例点评	59
三、基于案例成功邮件实例点评	73
第六章 报价	76
一、案例学习	77

二、基于案例失败邮件实例点评	79
三、基于案例成功邮件实例点评	88
第七章 样品订单	90
一、案例学习	90
二、基于案例失败邮件实例点评	92
三、基于案例成功邮件实例点评	103
第八章 接受投诉客户的订单	105
一、案例学习	106
二、基于案例失败邮件实例点评	107
三、基于案例成功邮件实例点评	115
第九章 客户取消订单	118
一、案例学习	119
二、基于案例失败邮件实例点评	120
三、基于案例成功邮件实例点评	137
第十章 去机场接客户未果	140
一、案例学习	141
二、基于案例失败邮件实例点评	143
三、基于案例成功邮件实例点评	152
第十一章 客户拒付货款	156
一、案例学习	157
二、基于案例失败邮件实例点评	158
三、基于案例成功邮件实例点评	167
第十二章 保险公司拒赔	170
一、案例学习	171
二、基于案例失败邮件实例点评	173
三、基于案例成功邮件实例点评	182
参考文献	184

第一章 进出口邮件基本特点及写作策略

一、进出口邮件及其基本种类

进出口贸易是国际贸易的一种主要形式。无论是进口贸易还是出口贸易,都涉及进口方和出口方。事实上,即使是同一笔交易,对于出口贸易,即产品的卖方来说,是出口贸易;对于进口贸易,及产品的买方来说,是进口贸易。进出口双方来自于不同的国家,存在着一定的地理差距,那么进出口双方是如何进行沟通以实现贸易的磋商、达成和执行的呢?从技术层面来看,今天的进口方双方可以采用许多种沟通方式,如面对面的交流、电话、MSN、航空信函、传真和电子邮件。随着通信技术的发展,或许会出现更多的沟通方式。

然而,当今的进出口贸易双方采用最多的交流方式是电子邮件,因为电子邮件具有以下的特点:(1)方便快捷。电子邮件是一种在线的信函沟通方式,随着网络和计算机技术的发展和普及,进出口双方可以在任何时间、任何地点进行信函沟通,并且电子邮件传递信息的速度也非常迅速,有利于进出口双方及时沟通。(2)成本低廉。与面对面、电话和航空信函等沟通方式比较,电子邮件的成本非常低,成本是进出口双方选择沟通方式最基本的要素,因为低成本就意味着更多的利润。(3)正式可靠。相对于MSN和电话沟通方式,电子邮件比较正式,可以存档,可以为今后可能发生的贸易争端提供依据。

进出口邮件就是指进出口双方之间为了实现和维护贸易关系而书写的一系列电子邮件。复杂的贸易进程可以分为三个基本阶段——贸易的协商及达成、贸易的执行和贸易关系的加强。每个阶段又包括不同种类的商务电子邮件。为了实现贸易协商,达成交易,进出口双方之间需要书写的电子邮件包括开发信、信用查询及回复、询盘、报盘、接受盘、订单邮件等。在贸易执行阶段,为了保证贸易的顺利进行,买卖双方之间也需要就包装、付款、保险和运输等事宜进行电子邮件的沟通,如包装指示、包装通知、催款信用证、修改信用证要求、保险变更、保险通知及运输指示和运输通知等。在贸易关系加强阶段,主要有抱怨信、索赔信及其回复等。

二、电子商务模式下进出口邮件基本特点

随着全球经济一体化的加深和电子信息技术的应用和普及,电子商务已经成为新经济时代进出口贸易的重要方式。电子商务模式根本性地改变了进出口贸易方式,从而也促进了国际贸易双方的重要交流工具——商务英语邮件的语言变化。

(一)电子商务对进出口贸易及其邮件的影响

电子商务是一种由计算机、通信网络及程序化、标准化的商务流程和一系列安全、认证法律体系组成的集合;是一种以互联网为基础、以交易双方为主体、以银行电子支付和结算为手段、以客户数据为依托的全新商务模式。电子商务模式根本地改变了国际贸易的运作,拓展了国际贸易的空间和场所,缩短了国际贸易的距离和时间,简化了国际贸易的程序和过程,使国际贸易展现出新的特点,即全球化、智能化、无纸化和简易化(柳子剑,2004)。从而,作为国际贸易交流的重要工具——国际商务英语函电赖以存在的技术媒介也发生了质的飞跃,由传统的航空信函、电报电传转变为方便快捷的因特网。以上两方面的变化也从以下几个方面影响了国际商务英语函电的发展。

首先,国际商务英语函电使用主体的多元化。在传统模式下,国际贸易的市场比较狭窄,商务英语函电的使用主要是在非英语国家和英语国家之间。但是,随着电子商务的发展,国际贸易的市场在不断扩大,交易的主体来自世界各个角落,因而,商务英语函电的使用主体也在多元化,它不仅仅局限于非英语国家和英语国家的贸易交流,也成为非英语国家之间贸易交流的重要工具。

其次,国际商务英语函电的使用主体性质的多样化。在传统的贸易模式下,由于受到市场、信息和人才的影响,国际贸易的运作需要充实的资本实力,因而,国际贸易的双方主要以大公司为主。电子商务有效地降低了国际贸易的交易磋商和执行的相应成本,使得众多的中小企业也参与到了跨国贸易中来(宋兵和戈雪梅,2006),更加突显了商务英语函电的交流工具性。

最后,国际商务英语函电使用的频繁化。在传统贸易模式下,贸易双方的信息交流主要以航空信函和电报电传为主,无论在时间和信息量上都受到了限制。但是,在电子商务模式下,先进的网络技术使得双方随时随地可以交流。而且,这种信息交流具有速度快和成本低等优势。因而,技术和成本的无障碍化,一方面,加速了跨国交易双方的日常交流;另一方面,自然地带动了商务英语函电语体变化,以实现交易双方有效沟通。

(二)进出口邮件语体新特点

在实践中,商务英语函电的使用主体多元化、主体性质多样化和使用的频

繁化,使得商务英语函电作为跨国贸易双方交流和沟通方式的功能得到了进一步强调,从而突出了商务英语函电的实用性和工具性。因而,商务英语函电在词汇、句法和语篇方面都发生了相应的变化。

1. 词汇特征的变化

以电子商务技术为基础的现代商务英语函电,更加注重词汇的简单明了,从而极大地避免理解上的错误和贸易双方沟通的失败。从下面的例子中,我们可以看到商务英语函电在词汇方面的变化。

(1)Our quotation will be forwarded without delay. 这是传统贸易函电中的一个典型语句。在该语句中,quotation、forwarded 及 without delay 都是非常正式的大词。然而,在电子商务模式下的商务函电中,通常选用简单易懂的小词,分别改为 price、sent 和 soon。

(2)There is a promising market in our area for moderately priced goods of the kind mentioned. 在电子商务模式下,该句中的 moderately priced goods 已经被 lowly priced goods 所取代。

从以上例子中,我们可以发现,传统的贸易模式下的商务英语函电词汇以书面语为主。因为当时贸易的主体主要是英语国家和非英语国家大型公司之间,又受到沟通成本和频率的制约,所以采用文风繁缛的书面体,让对方对公司的信用和员工的素质予以肯定,达到交易目的。因而,词汇多为华丽的书面语。如,购买是 purchase, 报价是 quotation, 而低价为 reasonable price 或 competitive price。然而,在电子商务模式下,商务主体多样化,沟通频繁化,为了使交易双方沟通更顺畅,必须采用简单易懂的词汇,如上述的三个词语就分别为 buy、price 和 low price 所替代。

而且,短语也趋于单词化。例如,在表达“另寄上”时,传统的函电用语是 by separate post 或 under separate cover, 而电子商务模式下,是 separately; 在表示“随函附上”时,传统的表达是 enclosed please find, 而在电子商务模式下,为 enclsloed is ...; “立即”的表达由“with the least possible delay”转变为“promptly”。

复 杂 词	简 洁 词
alleviate	lessen, ease
anticipate	expect
as per your request	as you requested
consequence	result, outcome

续 表

复 杂 词	简 洁 词
despite the fact that	although
enable	allow, help
endeavor	try
eventuality	result, outcome
expedite	speed up
facilitate	help, aid
forward	send
immediately	now, right away
implement	start
initiate	start, begin
in order to	to
necessitates	requires
utilize	use
variation	change
whether or not	if

2. 句法特征变化

在传统的商务函电中,句子通常较长,它往往将连续的短语、短句结合成一个较长的单句,或一个独立的主从复合句或并列句(田兰,2005)。而在电子商务模式之下,简单句代替了复杂的句式,使得函电英语中的句法趋于简洁,便于沟通和理解,有效地满足了全球多元化和性质多样化的交易主体的需求。以下用两篇不同商务模式下的函电报盘为例加以说明。

(3)

Dear Sirs,

We are very pleased to receive your enquiry of 15th January and enclose our illustrated catalogue and price list giving the details you ask for. ① Also by separate post we are sending you some samples and feel confident that when you have examined them you will agree that the goods are both excellent in quality and reasonable in price. ②

On regular purchases in quantities of not less than 100 dozen of individual items we would allow you a discount of 2%. ③ Payment is to be made by

irrevocable L/C at sight. ④

Because of their softness and durability, our all cotton bed-sheets and pillowcases are rapidly becoming popular and after studying our prices you will learn that we are finding it difficult to meet the demand. ⑤ But if you place your order not later than the end of this month, we would ensure prompt shipment. ⑥

We invite your attention to our other products such as table-cloth and table napkins, details of which you will find in the catalogue, and look forward to receiving your first order. ⑦

Yours sincerely, ①

×××

(4)

Dear Sir,

Thank you for inquiring about our XL/2 water purifier. ① The answers to your questions are as follows: ②

The cost per unit (if you ordered 30 units) would be HK \$ 2,500. ③

The guarantee is for one year from the date of purchase. ④

We could deliver within 10 days of your order. ⑤

Unfortunately we cannot give a discount, because this is a new model. ⑥

Please let us know if we can be of further help. ⑦

Sincerely yours, ②

×××

① 甘鸿:外经贸英语函电,上海科学技术文献出版社,1996:44.

② 张亦辉:点石成金——英语商函写作实务,外语教学与研究出版社,2003:41.

例(3)是传统商务模式下的报盘,而(4)是现代电子商务模式下的报盘。在这两个例子中,都共有7个语句;虽然商品不同,但是表达的意思几乎一样,都是提供买方关心的价格信息、折扣和其他的相关贸易条件。可是,传统的商务函电的7个语句中,除了句④是一个结构简单的单句以外,剩下的6个语句中5个是层次分明、结构严谨的复合句,还有句③是有着多个短语为定语的结构较为复杂的长句。因而,传统函电英语句法特征非常鲜明,多以句式较长、结构复杂的复合句为主;而且,即使是简单句也是结构复杂的长句。与此相反,现代电子商务模式下的函电中,如例(4),7个语句都是结构简单明了的句子。虽然,严格意义上,其中②③④⑤⑥构成一个复合句,但是结构非常清晰,层次一目了然,可以视为5个简单句。由此可见,现代电子商务模式下的函电,复杂的句子简单化,句式简洁明快,清楚易懂。当然,这并非表明现代电子商务模式下的进出口邮件都由简单句构成。使用复合句还是简单句应该根据进出口双方所处的具体商务背景,所讨论的相关事宜的性质而定。但总体而言,简洁易懂的句子是当今及今后进出口邮件写作的一种趋势。

3. 语篇特征变化

例子(3)和(4)都是商务函电的一种重要信函——报盘,它是卖方写给买方的信,通知买方询问商品的来信已经收到,并告知买方所关心的商品信息,如商品的价格、可能的交货期、折扣以及相关的商品宣传册等。实际上,这也表明了卖方对这笔潜在交易的态度和达成交易的贸易条件。报盘写作的好坏直接决定买卖双方交易达成的可能性。因而,在报盘写作时,既要表明卖方合作的态度,又要告诉对方所给出的贸易条件已经非常优惠,催其赶紧下订单。为了达到这一目的,传统商务模式下的报盘,如例(3),采用了4个段落,用一系列的长句,让人感觉卖方态度诚恳,条件优惠,机会难得。在该报盘中,第一段开门见山地表明卖方已经满足了买方提出的一些要求,但同时也在段尾埋下伏笔,强调产品的质量,给对方一个降价有限的心理准备。第二段笔锋一转,说明降价条件。第三段则利用发货期来诱惑对方。如果说第二段是大棒,那么第三段就是胡萝卜。信的结尾再一次表明态度而且推销了其他产品。传统函电的语篇注重谋篇布局,遣词造句,行文迂回,结构严谨。而在电子商务模式下,网络技术扩大了国际市场,贸易机会无处不在,贸易主体更注重对方对贸易条件的认同与否,因而函电的语言使用重在避免歧异。如(4),函电的语篇结构简洁清晰,词句简单明了,行文流畅明快,商务意图一目了然。

三、进出口邮件写作基本策略

所谓的策略就是根据具体情况而制订的行动方式和斗争方针。^① 进出口邮件的基本写作策略就是遵循一些写作原则,并在这些原则的指导下,对词语、句型、语篇结构和叙事顺序等方面进行选择,以最佳方式实现进出口双方之间的业务沟通。

在进出口贸易的整个流程中,涉及许多的相关事宜,如谈判、备货、运输、保险和货款支付等。但是,对于进出口双方之间的不同种类的邮件,存在着一些普遍适用的策略和针对性比较强的特殊策略。

一般策略包括清晰(clear)、简单(brief)和具体(specific)。清晰策略就是在写邮件时,采用“收信人友好”原则,应该选择清楚、准确的词语和句子结构,将欲表达的意思一清二楚地表达出来,使邮件能准确无误地传递相关的信息;简单就是要遵循“简洁原则”,选择词语时应该选择简单易懂的词语,在句型和语篇上避免重复和啰嗦,使邮件比较精炼,目的明确;具体策略就是采用具体的词语而不是抽象的词语,采用生动具体的例子而不是空洞的理论,确保邮件的具体目的只有一到两个,而不是纷繁杂乱。

根据邮件传递信息的特点,进出口邮件也可以分为两大类:一类是正面消息邮件(positive email),一类是负面消息邮件(negative email)。正面消息邮件(广义意义上)是指邮件包含的信息对收信人不会有不利的影响,比如开发信、询盘、报盘、订单及订单的接受和讨论包装、保险、运输和货款事宜的一般信函或邮件。负面消息的邮件是指邮件包含的信息会对收信人造成一定的负面影响,甚至是伤害,包括名誉和实际上的伤害,例如订单的拒收、包装投诉、货损的索赔等。

正面消息邮件和负面消息邮件在写作上应该采取不同的写作策略。一般而言,正面消息邮件应该采取直接的写作策略或是倒叙的写作策略,也就是说,将事情的结果先告知对方,然后慢慢给出解释。在语言方面,往往倾向于简单易懂的词语,句式也多为简单句,即使是复合句,句子的长度也不是很长,表现出轻松的写作态度。负面消息邮件应该采取间接的或顺叙的写作策略,也就是说,先给出解释,说明事情发生的原因,在充分铺垫后,再提出事情的结果。在语言方面,词语的选择倾向于比较正式的词语,句式也多为复合句,句子的长度一般都比较长,表现出较为严肃和郑重的写作态度。

下面是两封进出口邮件的实例,分别代表了正面消息邮件和负面消息邮件。

^① 刘家丰:现代汉语辞海,新华出版社,2002:72.

(5)

Dear Sir,

The price I quoted is estimated price. Because the quantity is not that large, the export operating cost for each piece would be higher than if the quantity could be a container. You could understand that, right? Hopefully we can find a way to cut down the price a little bit when we get your sample.

We do not have office in Shenzhen. Our factory is located in Guilin, which is not far from Shenzhen. That's the reason why we used to quote FOB Shenzhen prices. There isn't any port in Guilin and it's an inland city. However, the labor force is very cheap, which could save the cost of the products.

Yes, October 1 is our National Day. We used to have a one-week holiday, and, this year, October 3 is Mid-Autumn Festival, which is one of the most important festivals in China, so we will have one more day off this year.

Kind regards,
Terry

(6)

Hi Lucy,

How's your weekend?

I wrote this email on the purpose of telling you that our people took your hanger apart today. Unfortunately, we found out that the body of your hanger is made of ABS, but we thought it was made of PP the first time when we saw pictures and your sample. And the price of ABS is much more expensive than PP, because the strength and flexibility of ABS is much higher than those of PP. Therefore, we have to increase the price of moulds for the hanger.

And the shoulders are made of two moulds on the purpose of anti-slipping. The time when we complete the shoulders of the hanger, we will cover a

plastic film on it. We are sure we could make exactly the same hangers as your sample. But it's much more complicated than what we expected. And the price would change a lot. We are asking for 10 cents more for each piece now, which is the price we have already tried our best to control the extra costs for the moulds.

I'm so sorry for this, and we are looking forward to hearing your opinions on this matter.

Regards,
Terry

例(5)和例(6)是同一个卖方写的,都是关于产品价格的邮件,但是这两封邮件传递的信息不一样。例(5)是在进出口双方进行价格谈判时,卖方报价给买方后,买方回复邮件认为价格有点高,卖方回复买方,对“较高的价格”给出一个解释。这是正常的商务谈判和协商,传递的信息不会对买方造成负面影响,是广义的正面消息邮件。从邮件中,我们可以看出,卖方采用了直接策略。邮件中的第一句话就直奔主题——The price I quoted is estimated price. (我报的价格是一个预估价格。)在介绍完主题后,卖方才就这个“过高”问题给出了解释,卖方认为距离不是造成价格高的原因,而是订购数量的多少。邮件的抬头比较随意,语言不是非常正式,结尾部分也没有用客套语,如“I look forward to your early reply”,反映了买卖双方之间已经比较熟络的贸易关系。例(6)要传递的信息属于负面的信息,给买方带来的是负面影响。例(6)是卖方在已经给买方报价后,发现报价有误,写给买方要求提高报价的邮件。“提高报价”对于买方来说就是增加贸易成本,给买方带来了一定的负面影响,买方是难以接受的。因此,在例(6)中,卖方采用了间接或顺叙策略。在信的起始段,先“问候”对方(How is your weekend?),给后面的负面消息进行铺垫;然后,卖方另起一段,开始叙述事情的经过,从收到样品到拆开样品,再到不同产品的材料和产品的复杂工艺,最后才慢慢地提出要求——提高报价;最后,在信的结尾,还将客套语表达得非常正式——we are looking forward to hearing your opinions on this matter.

例(5)和例(6)不仅在写作策略上不同,在语言特点上也有所不同。例(5)倾向于采用短句,用词比较简单,口语化;例(6)中,卖方使用了比较多的长句,而且在词汇选择上,也比较正式,以反映认真的态度。

具体邮件的写作策略还要依据具体的商务背景而定。在本书后面的各个

单元里,每个单元都给出了具体的商务案例,对案例的难点进行了分析,在此基础上,提出邮件可以采取的具体策略。此外,每个单元还对邮件写作实例中的句子、段落和邮件中出现的错误,包括语法、用词、段落、篇章结构和写作策略,进行了具体的点评,以明确相应的进出口邮件的写作策略、写作方式和语言使用。

第二章 开 发 信

在国际贸易中,开发信是进出口双方写给对方的第一封邮件,其目的是寻找贸易伙伴,建立贸易关系。通常,在开发信中,进出口双方应该首先介绍本公司的概况,使对方大致了解自己的公司;其次,应该发送本公司商品目录或电子商品目录,以便于对方了解公司的主要出口或所需要进口的产品;最后,应该表达与对方建立贸易关系的意向。

在激烈的国际贸易竞争中,开发信所体现的沟通技巧至关重要,它是给对方的第一印象。为了提高建立贸易的可能性,开发信应该注重公司概况的介绍,因为这部分是真正体现一个公司区别于其他公司的地方。因而,在概况中,应该写出公司的特色和产品的特色。语言应该准确、友善。

当然,凭借第一封开发信就能建立贸易关系的概率非常小。通常是要经过几封、几十封或几百封的开发信,才能建立贸易关系。下面就以一个真实的贸易案例为背景,讲解开发信的写作策略。

一、案例学习

(一)案例

300 次的纠缠,换来一大客户

有人说,做外贸要看机遇,有的时候可能一个非常好的客人会主动找上你。这样的情况确实是存在。而我今天要讲述的则是一次我对客人死缠烂打的经历。

那还是我工作不久后的事情,由于刚刚参加工作,没什么客人,公司平台也有限,而且是几个业务员共用,所以,如何通过其他途径找到客人就成为了开展工作的关键。

通过向一些业务老前辈请教,知道了在免费网络上也可以找到客人,知道了利用 GOOGLE 等搜索引擎可以查到国外进口商、批发商,甚至同行厂家的联系方式,刚开始的时候还真迷上了这种方式,乐此不疲。

在这样的查找中,突然有一天看到了 M 国一家非常大的同行生产企业,当时的想法很单纯,就是想要是能联系上这样的企业并且为他们提供半成品或者