



高等职业教育“十三五”规划教材

国际贸易实务



International Trade Practice

缪华昌 冯志强 陈华北 主编



中国轻工业出版社

全国百佳图书出版单位

高等职业教育“十三五”规划教材

国际贸易实务

主 编 | 缪华昌 冯志强 陈华北

副主编 | 曹 玮 唐红桃 蒋海芹 季海宇



中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易实务/缪华昌, 冯志强, 陈华北主编. —北京: 中国轻工业出版社, 2017. 7

高等职业教育“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5184-1275-4

I. ①国… II. ①缪… ②冯… ③陈… III. ①国际贸易—贸易实务—高等职业教育—教材 IV. ①F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 114733 号

责任编辑: 张文佳 李 红

策划编辑: 张文佳 责任终审: 劳国强 封面设计: 锋尚设计

版式设计: 王超男 责任校对: 吴大鹏 责任监印: 张 可

出版发行: 中国轻工业出版社 (北京东长安街 6 号, 邮编: 100740)

印 刷: 北京君升印刷有限公司

经 销: 各地新华书店

版 次: 2017 年 7 月第 1 版第 1 次印刷

开 本: 787 × 1092 1/16 印张: 16

字 数: 370 千字

书 号: ISBN 978-7-5184-1275-4 定价: 38.00 元

邮购电话: 010-65241695 传真: 65128352

发行电话: 010-85119835 85119793 传真: 85113293

网 址: <http://www.chlip.com.cn>

Email: club@chlip.com.cn

如发现图书残缺请直接与我社邮购联系调换

160341J2X101ZBW

前言

PREFACE

面对经济全球化与知识经济的发展,国际贸易的理论与实践不断地发生着创新。全国大多数高等学校特别是高职高专院校财经专业将“国际贸易实务”课程设为核心专业技能课。在高职高专教育强化实践技能理念的指导下,编者结合多年的一线实践教学经验和企事业实践工作经验,编写了本书。

本书的特点是理论与实践相结合,从高职高专学生学习的实际出发,系统地介绍了本学科的理论知识点,吸纳了新的研究成果,在内容与知识体系上更加突出实用和创新。本书以国际贸易的实际工作过程为依据构建了完备的知识体系,在具体知识点的介绍中引用了大量新颖案例,进行深入浅出的分析,满足不同学生的学习兴趣和求知欲,书中还穿插了小思考、经验谈、知识链接,使得本教材在使用过程中,通俗易懂,便于学生学习。本书的编写坚持传统的经验理念,例如:学习过程应建立在智力因素和非智力因素的共同基础上,围绕智力因素展开,即学、思、习、行等条件对“知行统一”过程发生作用,并渗透到博学、审问、慎思、明辨四个阶段中;围绕非智力因素展开,即以情、意为主的条件对“知行统一”过程发生影响与作用。达到:立志、乐学、持恒、博学、慎思、自得、笃行。又吸纳了职业教育的新理念,例如:人本主义教育理论,斯金纳的操作学习理论,皮亚杰建构主义经验理论,布鲁纳认知结构学习理论,加工学习理论,拉斯韦尔的模式,贝罗模式。达到:在知识结构上“知行统一”,提高实践工作能力。每个项目进行小结,知识点和技能点的巩固与提高,案例分析有助于学生发现问题、分析问题、解决问题能力的培养和提高。

本教材采用项目任务制体系,每一项目开篇增加了学习目标,以便教师和学生进行检验。案例导入部分通过精辟的案例、问题和案例分析,让学生带着问题进入相关内容的学习;项目结尾增加思考与练习题,包括主要名称、概念、选择、判断、计算、简答、论述、案例分析、实操题目,以加强读者对主要内容的把握。本教材新内容体现在以下方面:

(1)“贸易术语”这一部分的内容由原来的《2000 通则》改为按最新的《2010 通则》

进行编写。

(2) 汇率变动部分, 根据人民币升值、美元贬值的影响, 此部分内容按照 2014 年年初的汇率进行修订。

(3) 根据我国 2012 年 8 月 1 日外汇管制条例的新规定, 出口退税不再与核销挂钩, 取消了出口收汇核销这一部分内容。

(4) 本书穿插有课堂思考、知识链接、课堂阅读、课堂互动、阅读资料内容和大量案例与分析, 通过教师教学增强学生的参与意识, 使学生由被动学习变为主动学习, 用所学的理论创造性地解决实际问题, 以提高同学们独立的思维能力和解决问题的能力。每个项目任务都配有实操训练, 可以培养学生解决企业国际贸易实务能力, 增强学生从事专业工作的自信心, 提高学生的专业技能和社会适应能力, 为毕业后走上国际贸易实际岗位工作打下良好的基础。

本教材由苏州托普信息职业技术学院缪华昌、河南工业贸易职业学院冯志强、泰州职业技术学院陈华北任主编; 苏州农业职业技术学院曹玮、江苏旅游职业学院唐红桃、苏州托普信息职业技术学院蒋海芹、季海宇任副主编。由冯志强负责全书的统稿工作。

本书在编写过程中, 参考了大量的论文、论著与文献资料, 特向作者表示深深的谢意! 在编写本书的过程中还受到各界同仁的大力支持和帮助, 在此一并感谢!

由于作者水平有限, 书中难免有不妥之处, 敬请广大同仁和读者批评指正。

编者
2017 年 6 月

目录

CONTENTS

项目一 国际贸易前期的工作	1
任务一 国际贸易的基本概念	2
任务二 寻找客户的途径	6
任务三 建立业务关系	8
任务四 熟悉进出口业务流程	11
任务五 掌握国际贸易的分类	14
任务六 把握国际贸易的方式	17
思考与练习	24
案例分析	25
实操训练	26
项目二 商品的对外报价	30
任务一 贸易术语和与其有关的国际贸易惯例	31
任务二 常用的六种贸易术语	36
任务三 其他七种贸易术语	42
任务四 商品价格的核算	43
任务五 合同中的价格条款	48
思考与练习	52
案例分析	55
实操训练	55
项目三 国际货物买卖合同的商订	58
任务一 交易磋商	60
任务二 买卖合同的订立	68
思考与练习	72

案例分析	73
实操训练	74
项目四 落实及审核信用证	76
任务一 金融票据	76
任务二 信用证的含义、性质与使用流程	81
任务三 信用证的内容与种类	84
任务四 信用证的审核与修改	92
任务五 其他结算方式	96
思考与练习	104
案例分析	106
实操训练	108
项目五 出口备货	110
任务一 合同中的品名、品质条款	110
任务二 合同中的数量条款	116
任务三 合同中的包装条款	120
任务四 备货的工作要求	125
思考与练习	126
案例分析	128
实操训练	129
项目六 租船订舱	131
任务一 国际货物海洋运输	132
任务二 海运提单	138
任务三 其他国际货物运输方式	146
任务四 合同中的装运条款	153
思考与练习	158
案例分析	160
实操训练	161
项目七 办理国际货运保险	164
任务一 海运货物保险承保的范围	165
任务二 我国海运货物保险险别	168
任务三 伦敦保险协会海运货物保险条款	172

任务四 保险实务	173
任务五 我国其他货运保险	178
思考与练习	180
案例分析	182
实操训练	184
项目八 报检和报关	187
任务一 商品检验的基本常识	187
任务二 检验的程序和填写报验单	193
任务三 一般进出口货物的报关程序	194
思考与练习	200
案例分析	201
实操训练	201
项目九 制单结汇	204
任务一 信用证项下制单的要求和出口结汇	205
任务二 信用证项下结汇所需的单据	206
任务三 信用证遭到拒付后的解决方法	218
思考与练习	221
案例分析	222
实操训练	223
项目十 国际贸易的后期工作	228
任务一 出口收汇核销与出口退税	229
任务二 索赔与理赔	233
任务三 不可抗力	236
任务四 仲裁	237
思考与练习	240
案例分析	242
实操训练	244
参考文献	246

国际贸易前期的工作

项目一

学习目标

企业要开展国际贸易，必须拥有自己的客户群以及熟悉外贸业务的员工。而寻找客户以及与客户建立业务关系，是外贸业务员开展国际贸易业务前必须做好的准备工作。准备工作做得好与坏，对出口计划的完成和每笔交易的成败有着密切的关系。

通过本章的学习，学生要掌握寻找客户、建立和发展客户关系的基本技能，并熟悉进出口业务流程。

导入案例

出口前做好资信调查

郑州 ING 玩具公司某年 9 月接到美国 SSMC 公司的业务信函，贸易涉及总金额高达 200 万美元。SSMC 公司在后续信函中告知，由于距离货物销售的旺季圣诞节尚早，提出前期购买小批量的货物来试探市场走向，一旦该货品市场反映良好，SSMC 公司将按上述金额大批量购买。

SSMC 公司向 ING 公司提出先期购买价值为 30 万美元的货物，要求 HY 公司能够给予 60 天的赊销期，HY 公司的决策层经过研究，认为双方的合作前景良好，同时又能够给公司带来相当大的利润，同意了 SSMC 公司的要求，签署了售货合同。

经过两个月的放账后，ING 公司开始向 SSMC 公司催款，但 SSMC 公司称 ING 公司的货物在市场上反馈不佳，购买的 ING 公司货物积压十分严重，并提出 ING 公司该货物的质量与合同规定不符等理由，以此为借口要求降低还款金额。ING 公司意识到情况严重，于是通过专业机构调查对方资信，发现对方公司财务十分混乱，其供货商早在 3 个月前已取消了给其授予信用限额，并正在追讨欠款。SSMC 公司根本没有能力偿还 30 万美元的货款。经过近几个月的追讨努力，ING 公司在当地法院通过诉讼保全，拿回了 40% 的货款，SSMC 公司也随即破产。

问题：从 ING 公司的遭遇中得到什么启示？

案例分析：ING 公司受惑于 SSMC 公司即将带来的高额利润和美好的合作前景，同意了 SSMC 公司提出的赊销条件，同时又忽略了赊销条件下的信用调查，在根本不了解对方信用限额的前提下，贸然发出大金额的货物，因此产生损失并非偶然。本案中 ING 公司出口前忽视对贸易伙伴的信用调查是导致自身损失最直接的原因。

任务一 国际贸易的基本概念

一、国际贸易的概念

国际贸易(International Trade)是指不同的国家或地区之间的货物、服务与技术的交换活动。国际贸易是各国之间劳动分工的表现形式,反映了世界各国在经济上的互相依赖。当今世界上,还有一些主体,虽然不是一个主权国家,却长期与其他国家存在贸易往来(例如中国台湾地区、香港特区),我们将其与外部的贸易也类似地称为“国际贸易”。

另外,我们在日常生活中还常常提到一些与国际贸易相关的概念,如对外贸易、海外贸易、国内贸易等。

1. 对外贸易(Foreign Trade)与国际贸易

对外贸易是指一个国家或地区与其他国家或地区之间的货物、服务与技术的交换活动,即从某一个国家或地区的角度看待其与他国或地区发生的交换。

对外贸易与国际贸易都是指超越国界所进行的商品交换活动。从这一点说,两者是一致的。但是它们也有明显的区别,前者着眼于某个国家,后者着眼于国际范围,即世界上所有国家或地区之间的商品交换。另外,在一些海岛国家(如英国、日本等),由于对外贸易的运输一般都要经过海洋,通常将其对外贸易称为海外贸易。

2. 国内贸易与国际贸易

国内贸易,顾名思义,是指在一个国家或地区内部的货物、服务与技术的交换活动。二者的相同点体现在以下方面:①基本内容相同:国内贸易和国际贸易的基本内容都是货物、服务与技术的交换,国际贸易从事着国家间的交换,而国内贸易是在国内进行的交换。②交易过程相同:二者的交易过程大同小异,只是国际贸易比国内贸易在具体程序和细节上更为复杂。③经营目的相同:二者的经营目的都是通过交换取得经济利益。但由于国际贸易涉及两个以上的国家或地区,因此,它们之间有很大的差异,二者的区别主要通过国际贸易的特点来进行阐述。

二、国际贸易的特点

在国际贸易中,很多国家为了保护本国经济的发展,必然对外来商品设置许多障碍,进行一些政策性限制。例如,美国利用配额制来限制纺织品进口。总体来说,国际贸易比国内贸易更容易受到国家政策的限制。与国内贸易相比,国际贸易具有以下特点。

(一) 国际贸易面临的困难

由于不同国家之间有着不同的语言文字、法律法规、风俗习惯、货币、度量衡制度等,上述的问题解决得不好,都有可能导致交易的失败。因此,国际贸易要比国内贸易困难更多。

1. 语言不同

国际贸易中,由于各国法定语言不同,使国际贸易首先遇到的困难就是语言问题。由于历史的原因,为了各国交易者之间沟通的便利,英语是国际贸易的通用语言。国际贸易

经营者必须通晓国际贸易实务英语,才能在贸易活动中应付自如。此外,世界上有些国家和地区使用英语还不普遍,所以学习和掌握一些小语种也是十分必要的。

2. 法律不同

由于各国(地区)有独立的立法权,交易各方均不得违背对方国家的法律,这给国际贸易带来了法律方面的障碍。为了解决这个问题,联合国等权威组织和国际商会等民间机构出台了有关的国际公约和国际惯例,如《公约》、国际商会《跟单信用证统一惯例》等,因此,国际贸易所使用的法律规范更多、更为广泛。

3. 风俗习惯不同

由于历史、传统、民族、宗教等原因,各国在生活方式、价值观念、道德规范、生活水平等方面都各不相同。例如,在对颜色与图案的喜好与禁忌方面:中国人喜欢红色,泰国人崇尚黄色,而在伊斯兰教地区却忌讳黄色。这些不同使国际贸易在缔结条约和执行合同方面与国内贸易有所不同,也使得国际贸易经常出现纠纷。

4. 货币不同

在国际贸易中,绝大多数国家在对外贸易中不能够使用本币,而要使用外币。世界上各国使用的货币有上百种,在国际贸易中经常使用货币有十多种,这些货币一般是可自由兑换货币。也就是说,对参与国际贸易的企业来说,不仅要 will 本币兑换成外币,而且要承担着汇兑风险。

5. 度量衡制度不同

国际贸易中各国使用的度量衡制度可能也不同,各国通常根据自身情况选择公制、英制、美制等中的一种作为本国度量衡制度。因此,国际贸易的出口方所提供的货物,不能仅仅按照自己的度量衡来加工、计量、包装,而要按照进口国的度量衡,以方便进口国用户使用。同时,还要考虑度量衡制度不一致时的兑换,以免造成误解和纠纷。

(二) 国际贸易更加复杂

国际贸易所面临的贸易环境的多变性,其贸易过程、贸易做法等经营业务具有明显的复杂性。另外,在国际贸易过程中还涉及进出口公司、运输部门、商检部门、银行、保险、海关等多个部门,涉及的当事人也更多,因此,比国内贸易要更加复杂。

1. 商业习惯复杂

在国际贸易中,各国市场的商业习惯不尽相同,甚至差异很大,因而要了解并适应其商业做法。如果不能准确把握对方国家的商业习惯,就会影响到贸易活动的正常进行,从而影响到双方的贸易利益。

2. 海关制度复杂

各国都设有海关,对货物的进出口都有许多规定。货物出口不仅要在输出国家的海关口岸履行报关手续,而且出口货物的种类、品质、规格、包装及商标也要符合输入国家海关的各种规定。

3. 物流过程复杂

由于国际贸易路途遥远,运输过程中的风险随之增大。因此,必须考虑运输工具、运输方式、运输费用、货物装卸、提货手续以及运输合同条款的相关规定。此外,为了避免国际货物运输中的损失,还必须为货物办理保险手续。

4. 政策障碍复杂

各国政府常因保护国内产业和资源,而对进出口货物采取各种各样的限制或鼓励措施,如关税、配额、许可证、出口补贴、出口信贷、进出口通关环节等,而国内贸易则不采用这些措施。

知识链接

国际货物贸易中的当事人

买方和卖方是国际货物贸易的主体,但在国际贸易中,还有许多其他个人、机构或组织也会参与到贸易中来。一般而言,根据交易的目的、商品、进出口国的贸易政策不同,参与国际贸易的还会有运输公司、保险公司、银行、检验机构、领事馆、仲裁机构或法院等。

(三) 国际贸易风险更大

国际贸易中,经营者要面临信用风险、运输风险、汇率风险、政治风险、欺诈风险、法律风险等诸多风险。这些风险中有些在经营国内贸易时也会遇到,然而由于国内企业之间往来较多,双方比较了解,进行市场调查也比较容易,加之运输距离较短等因素,使得其风险程度远远小于国际贸易;而其他一些风险,如汇率风险则是国际贸易所独有的。因此,经营国际贸易总体上讲,比经营国内贸易的风险要更大。

1. 信用风险

信用是现代市场发育的基本条件,也是确保企业交易正常运行,国家经济健康发展的前提。但是,当债权人授信失当或债务人逃避自己的偿付责任时,信用风险就发生了。在国际贸易中,如果交易一方对交易另一方的经营情况、财务状况等信息没有充分的了解,便向对方提供了商业信息,例如,卖方向买方承诺在收到预付款后履行发货义务,或是买方向卖方承诺在收到货物后再履行付款义务,如果一方出现道德不良、发货困难或偿付能力不足等问题,或者是市场发生变化时,就有可能出现信用风险了。

回避或降低信用风险的方法是加强市场行情的研究与分析,并通过信用调查选择识别信用良好的客户、对客户信用进行评估、科学地确定信用条件并严格执行信用政策,加强对应收账款的监控,一旦发生货款拖欠就应该尽早催收。为了鼓励我国对外贸易,国内一些保险公司开办了由进口商商业风险(包括破产、拖欠和拒收)而引起的收汇损失的出口信用险,如果遇到进口商信誉问题或是进口商无力偿还债务造成的损失,投保有关的保险后可向保险公司索赔,以减少出口商的利益损失。

2. 运输风险

国际贸易中,货物在从卖方所在地运到买方所在地的整个运输、装卸和储存过程中,可能会遇到各种难以预测和回避的风险导致货物受到损失。所以,外贸人员还要提高预防运输风险的意识,尽量选择实力强、信誉好的运输公司,在安排装卸过程中增强有关人员的责任感。为了使货物在遇到风险受损时能得到经济补偿,可办理货物运输保险,发挥保险对运输业的风险分担和补偿功能,以转移和分散运输风险。

3. 汇率风险

在国际贸易中,对商品和服务的支付常常涉及不止一个国家的货币,使用哪个国家的货币便成为签订交易合同时的重要的问题。在大多数情况下,各国货币的相对价值是不断地变化的,有时甚至是非常不稳定的。如果在签订合同和进行支付的这段时间内货币价值有了变化,那么这个变化会给这笔交易的收益带来影响。防范外汇风险的方式有很多,贸易商会使用多种方式回避或减少损失。如果是卖方,最简单的方法便是坚持在支付时使用本国的货币,这种策略可以将风险转移给买方,但是这种方法也许因为得不到买方的认可而不可行。

4. 政治风险

国际贸易中由于涉及不同国家之间的交易,特别是同政治、经济上都不太稳定的国家之间的买卖,政局的不稳定会导致贸易政策的变化、外汇转移的限制、某些特定商品进口的限制。此外,货币政策的变化又会导致本国货币的贬值,而暴乱和国内政治的不稳定也会导致商品的损坏,这些损失可能不在保险承保范围之内。例如,买卖双方已签订了销售合约,货物也已装运并且完好到达,但货物到达时买方国内发生巨变,工人罢工损坏了货物,进而买方的付款能力受到了影响;或者是进口国家突然禁止向卖方国家进行款项的支付。

在当今的国际格局中,政治风险发生的可能性还是存在的,所以作为外贸专业人员还要有敏锐的政治头脑,对于与政治高风险国家或地区之间的贸易要有警觉性。目前,我国保险公司推出的“出口信用险”,可以为出口商承担由于进口国政治风险,如战争、外汇管制、进口管制等而引起的收回损失提供保险。

5. 欺诈风险

欺诈风险是指由于国际贸易中的一方故意告知对方虚假情况或者故意隐瞒真实情况诱使对方做出错误意思表示并造成财产损害的贸易风险。欺诈风险是国际贸易中的最大风险,它可能发生于国际买卖合同、国际货物运输、国际贷款结算等贸易的不同方面;其欺诈行为主体可能是贸易商或船东;其欺诈的目标可能是订金、货款、货物、保险金等。由于国际贸易中欺诈的贸易标的额通常数额巨大,再加上国际司法救济的难度巨大,而且成本极高,所以贸易欺诈会给贸易商或贸易国带来极大的财产损失或社会危害。

6. 法律风险

在国际贸易中,由于目前各国法律体系的不同,特别是英美法系与大陆法系国家之间法律分歧很大,导致贸易中的买卖合同当事人对合同的条款理解不一致而产生争议,甚至可能由于法律冲突而使当事人有机可乘。尽管联合国国际贸易法委员会在国际贸易合同方面起草了《联合国国际货物销售合同公约》,国际商会在国际结算方面制定了《跟单信用证统一惯例》和《托收统一规则》,在国际货物运输上有《联合国1978年海上货物运输公约》等国际公约与贸易惯例,但鉴于上述国际公约的缔约国没有涵盖所有参与国际贸易的国家,国际贸易惯例建立在当事人意思自治的基础上,因此在国际贸易中不可避免地会遇到法律与惯例的适用问题,因此,国际贸易中出现法律风险的可能性极大。

任务二 寻找客户的途径

客户是我们的交易对象。广泛地同客户建立贸易关系，建点铺面，组织推销网，是我们开展进出口贸易的重要条件之一。

作为刚从大学毕业进入外贸公司的新业务员，最大的困惑莫过于该怎样寻找自己的客户，做成自己的第一笔贸易。任务一就如何寻找客户从而建立自己的业务网络做出分析。

一、充分利用公司已有的资源

大学毕业生就业状况调查表明，大学毕业生刚进入企业时，拥有扎实的专业理论知识，但往往缺乏实际操作经验及自己的客户网络。对于毕业生而言，在实际操作上，唯一能做的当然是虚心向老业务员学习，熟悉公司内部的各种管理细节，熟练掌握外贸流程的各个操作步骤与环节，这样才能由生手逐渐成为熟手。这是任何业务员都必须经历的过程，只要勤学好问肯动脑筋，就没有过不了的坎。

而要建立自己的客户网络，情况就较为复杂。因为对于外贸业务员而言，自己的客户就是自己的饭碗，属于商业机密，即使是同事之间，也不会轻易向别人透露自己的客户信息。而从别人那里挖客户也有悖于商业道德，弄不好往往会引起纠纷。但这并不是说在这方面公司就毫无资源可利用，任何公司都会有一些不属于个人的公共客户，只要多加注意，就能挖掘出一些有用的信息，从而培养出属于自己的客户。例如，某外贸公司的小赵，在进入公司两三个月后一直没有建立起自己的客户关系，一个偶然的機會，她从公司老板处得知他手上有一个来自中东的客户就某电子配件进行询盘，而接待该客户的前业务员现已离开了公司，因此，小李主动从老板处要来了这份询盘，并立即与中东客户联系。通过在网上的几次洽谈，最终达成协议，小赵完成了自己进入公司以来的第一宗贸易，并通过该客户又认识了在中东的其他一些客户，从而建立起了自己在中东的客户网络。

二、充分利用网络平台

我们可以充分利用 B2B 网站、搜索引擎、行业网站、网络黄页等网络资源寻找潜在的客户。

1. B2B 网站

就 B2B (Business to Business, 企业对企业) 网站而言，目前中国最知名的当数阿里巴巴，除此之外，还有慧聪网、中国制造网，以及国外的 Ioffer、ECeuropé 等都是很不错的 B2B 网站。

除了利用 B2B 网站大量获取国外客商的信息外，外贸业务员还要善于利用 B2B 网站为自己的公司做广告宣传，实时发布公司信息及产品介绍，这样会让海外的客户找到你的公司和公司的产品。

2. 搜索引擎

通过搜索引擎要寻找的对象，一是客户；二是产品。最常见的搜索引擎当属谷歌 (Google)、百度 (Baidu)。只要输入关键词，就能搜索到自己所要的结果，这自然不难，

但要说明的是，不要固定只用几个搜索引擎，同样的关键词，使用不同的搜索引擎搜索会有不同的结果。另外，很多国家都有本土的搜索引擎，所以应尽可能多地利用目标国家的本土搜索引擎，再键入本国语言或英语的关键词，大胆地尝试，往往会获得意想不到的效果。

下面介绍几种不同的搜索方法：

(1) 常规方法。最常规的方法是直接输入产品名称或客户类型进行搜索，如输入“产品名称 + 客户类型”或“buy/import/purchase + 产品名称”进行搜索。表示客户类型的英文单词有 importer、distributor、buyer、company、wholesaler、retailer、supplier、vendor 及其复数形式。如果想搜索关于椅子的产品，可以输入：“chair importers” “chair distributor” “chair wholesaler” “chair retailer” “buy chair” 等，可以搜到不少客户，这是非常便捷有效的方法，并且搜索时应该优先考虑加上引号进行搜索。

(2) 国家名称限制方法。在前面第一种常规方法的基础上加上国家名称进行搜索，如果想搜索美国客户的信息，可以输入“USA chair distributors”。一般从这种搜索结果中可以得到所关心的产品在目标市场的情况，其中也包含不少客户信息和客户信息源。

(3) 搜索引擎图片功能。如利用搜索引擎的图片功能，输入产品名称，就会搜索到很多相关产品的图片。大部分情况下通过此种方法找到的都是一些网上商店，我们可以通过搜索到的资料与自己的产品在价格、性能等方面进行类比，做到知己知彼，心中有数。对于寻找国内货源的出口商来说，这种搜索更加有用。

3. 行业网站

由于目前网络上 B2B 网站众多，信息量大，使用者经常遇到自己的询价或报价无人问津的情况，面对这种情况，发帖人除了需要耐心和反复跟进以外，也可适当考虑一下行业网站，即根据所经营的产品属于哪个行业，再查找这个行业的网站。几乎每个行业都有自己的专门网站，查找时可利用搜索引擎，输入“行业名称 + industry”（或者 net, online, portal），一般都能搜到会员列表，信息量较大；而且在这些专业网和行业协会网站上有很多相关链接，也可以加以充分利用。

4. 网络黄页

网络黄页（yellow page）又叫作网络工商名录（directory），收录了国内外著名的贸易公司及商号的名称、电话、传真、公司地址、主要经营项目及历史经营情况等。

这类名录通常是由各国的商会编纂的，如欧洲黄页（<http://www.europages.com>），是一个利用多种语言、多媒体技术进行欧洲市场推广的专业商业目录，使用印刷簿、光盘和网站三种媒体形式，展示语言多达 25 种，是进出口公司和出口型生产企业特别是中小企业寻找海外客户，尤其是欧洲客户的首选途径。据统计，每月有来自 150 多个国家的 160 多万买家会通过该网站来检索自己所需要的商品。

又如美国黄页（<http://www.yellowpages.com/>），它专注于提供本地化搜索服务，据统计，56% 的美国人在购买商品前会翻阅美国黄页或浏览其网站，一年的浏览量就高达 150 亿人次。它旗下有 City Pages、People Pages 等。

三、充分利用各种交易会或展会

国内每年都有不少交易会或展览会，如中国进出口商品交易会（即“广交会”）、中

国高新技术成果交易会、全国药品交易会、上海旅游交易会、中小企业博览会等，而每次来我国参加这类会展的国外团体与个人非常的多，这就给我们寻找国外客户提供了十分便捷的途径，因为这类会展不仅仅只实现交易，更重要的是能跟客户进行面对面的沟通，增进了解，联络感情，从而建立稳定的业务关系。据不完全统计，我国各类外贸公司有25%~30%的新业务员是通过参加各种交易会、博览会后寻找到自己的第一个客户，完成自己的第一笔外贸业务的。

任务三 建立业务关系

通过以上方式找到了潜在的客户后，接下来就该考虑怎样与客户建立业务联系并尽可能保持稳定的业务关系了。

一、对潜在客户进行资信调查

在正式与客户签订合同之前，我们应克服急于求成的心态，对潜在客户的各方面做深入细致的调查，避免产生不必要的贸易纠纷，甚至是上当受骗，就像本章导入案例一样，从而给自己或公司带来无法挽回的经济损失。

（一）调查的内容

对潜在客户的调查包括其资信情况、经营范围、经营能力及客户所在国或所在区域的商业习惯等。

1. 资信情况

客户的资信包括企业的资金和信用两个方面。资金是指企业的注册资本、实际资本、公积金、其他财产以及资产负债的情况等；信用是指企业的经营作风与习惯，比如：是否重合同、讲信誉，有无不良信用记录等，特别是对中间商的资信情况更应重视。

2. 经营范围

经营范围主要是指企业经营的商品类别、企业的性质（是实际用户还是中间商、专营商或兼营商）。

3. 经营能力

经营能力主要是指企业的活动能力、销售的渠道、贸易关系、经营做法以及经营历史长短等。

4. 商业习惯

不同国家、不同地域的人，由于受不同的文化、价值观、风俗习惯的影响，会有不同的商业习惯。为了更有效地与潜在客户进行沟通，我们必须了解其特有的商业习惯。例如，你想把产品出口到日本，出口商首先就要了解日本人特有的商业习惯，如他们强调人际关系，注重长期稳定的往来关系，做决策既慢又比较隐晦，还有他们特有的退货和回扣条件等，只有做到知己知彼、有的放矢，才能顺利地进入日本市场。

全面地了解客户的上述情况，对于我们拓展国外市场、扩大经营规模都是十分重要的。

（二）调查的途径

对客户的资信调查可以通过银行、工商团体、咨询机构、我驻外机构的实地调查等途径进行。

1. 通过银行调查

通过国内往来银行，向对方的往来银行调查，是最常见的一种方法。这种调查通常是拟好文稿，附上调查对象的资料，寄给往来银行的资信部。银行根据各进出口公司的要求，通过其国外的分支机构或其他往来银行在当地进行调查。

2. 通过工商团体和咨询机构调查

工商团体包括商会、同业公会、贸易协会等，通过这种渠道获得的信息需要我们仔细分析，有时可能得到的仅仅是一些“证明”，缺乏可靠性。向专业咨询机构获取信息较为客观，但费用比较高，例如麦肯锡就是一家国际知名的咨询公司，其调查报告详细高效。

3. 通过我驻外机构就地调查和在业务活动中对客户进行实地考察

委托我驻外机构就地调查和通过在业务往来活动中对客户进行实际考察所获得的材料，一般都比较具体可靠，对业务的开展有较大的参考价值。同时，从各兄弟进出口公司之间定期交流的客户资料，以及在发生重大情况时的临时通报中，可对客户的情况有更全面的了解，有利于做到互相配合、统一对外。

此外，国外出版的行业名录、厂商年鉴等刊物对了解客户的经营范围和活动情况也有一定的参考价值。

二、与潜在客户建立业务联系

对潜在客户的资信进行调研确认后，就可以着手与其建立业务联系了。建立联系的途径可以是派出业务代表到客户所在地直接洽谈，也可以通过信函方式快速与客户取得联系。随着通信科技的不断发展，信函的形式不断扩大，从传统的书信、电报、电传发展到传真、电子邮件、电子数据交换（EDI）等，不仅提高了通信速度而且降低了通信成本，因此外贸实践中通过信函与客户建立联系成为主要的选择。

（一）初次联系业务信函的主要内容

初次与客户取得联系，一般要说明客户信息的来源、写信的目的、表达建立良好业务关系的愿望，并希望对方尽快回复。通常，首先要告诉对方收信人的名称地址是如何获悉的，然后告知对方发信人的公司性质、业务范围等，自我介绍一番，说明去函的目的，最后表达在未来业务中希望能与之合作的真诚愿望。当然，发信人也可以在去函中提出一些要求，例如，希望获得对方进一步的信息，说明交易的条件等。

1. 说明信息来源

阐述如何获悉收信人的资料，如通过老客户介绍、通过网络搜索等方式。

【例如】

- (1) We learned from the...that you are interested in...
- (2) Mr. ...has recommended you to us as a leading importer in...
- (3) We have obtained your name and address from the...
- (4) Our market survey showed that you are the largest importer of...