

国际商务谈判 实训导学/双语版

INTERNATIONAL BUSINESS NEGOTIATION
PRACTICE LEARNING GUIDE/BILINGUAL EDITION

苏琳 主编

非外借

 北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

国际商务谈判 实训导学/双语版

International Business Negotiation
Practice Learning Guide/Bilingual Edition



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

内 容 简 介

本书以国际商务谈判主题为载体,以各个场景练习为主线,将谈判各阶段的工作再现于各章的模拟实训场景之中。全书包括谈判主题和四大训练模块。谈判主题包括两个出口谈判主题和三个进口谈判主题;四大模块中,有个人训练、小组训练和综合训练三个层次。全书的实训由浅入深,内容相对独立但又融会贯通,涵盖了国际商务谈判全方位技能的训练。

本书既可作为应用型本科国际经济与贸易、国际商务、东南亚经济与贸易、电子商务、商务英语等专业国际商务谈判的实训指导教材,也可作为社会商务人士进行商务谈判训练的自学教材和参考书。

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

国际商务谈判实训导学:双语版/苏琳主编. —北京:北京理工大学出版社, 2017.4
ISBN 978-7-5682-3963-9

I. ①国… II. ①苏… III. ①国际商务-商务谈判-双语教学-高等学校-教材
IV. ①F740.41

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2017) 第 076320 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (总编室)

(010) 82562903 (教材售后服务热线)

(010) 68948351 (其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市天利华印刷装订有限公司

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 6

字 数 / 134 千字

版 次 / 2017 年 4 月第 1 版 2017 年 4 月第 1 次印刷

定 价 / 28.00 元

责任编辑 / 陆世立

文案编辑 / 赵 轩

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 李志强

图书出现印装质量问题,请拨打售后服务热线,本社负责调换

一、国际商务谈判实训课程的特点

目前,很多专业课程都包括理论和实践两个环节。实训课程的开展,能够巩固学生所学的理论知识,帮助学生建立起学以致用思维,对学生掌握专业技能、培养创新能力具有十分重要的意义。但是实践环节需要设置合适的场景,才能实现对理论知识的应用和掌握。

国际商务谈判实训,需要结合行业背景和专业知识,对学生的资料搜集能力、方案制作能力、组织能力、表达能力、应变能力、合作能力、判断能力和心理素质等方面进行综合训练和考量。因此,国际商务谈判实训课程应具有整体性、实践性和开放性的特点。整体性是指在实训课程的每个阶段,学生能始终处于一个完整的场景,每个谈判实训环节都能实现理论知识、行业背景和个性特征的内在整合;实践性即课程应体现专业技能的需要,教师从知识的传授者、灌输者转变为教学获得的组织者、引导者,学生除了完成老师布置的任务之外,还应从谈判的实践中培养主动发现问题、提出问题、解决问题的能力;开放性是指谈判实训课程应基于学生的需要、动机、兴趣和直接经验来设计,使学生在实训过程中能获得丰富的学习体验,教师的评价标准也具有多元性。

二、本书课程设置和特点

1. 课程设置

1) 模拟谈判主题。第一章为模拟谈判主题,有 H 牌冰箱出口、冷冻南美白对虾出口、冷冻厄瓜多尔白虾进口、越南中原 G7 速溶咖啡进口、澳大利亚铁矿石进口五个主题。老师可以根据每个班级的课时数选择谈判的主题和数量。本章包括双方身份、产品和市场的基本介绍等与交易有关的主要内容以及相关主题的合同范文,实训时同学们还需要做详细的资料收集和市场调查工作。

2) 谈判实训的项目。第二章为个人快速反应练习;第三至五章包括小组情景练习、模拟谈判方案展示(结合 PPT)和模拟谈判三个部分,需要与第一章中所选的谈判主题相结合进行。

3) 分组。根据班级人数,建议一个班分为 4~6 个小组,其中 2~3 个小组代表买方,2~3 个小组代表卖方。在下文中,一个小组意味着代表买方或卖方的一组,一个谈判组即一个买卖双方的组合。

4) 场地布置。谈判教室,有谈判桌、学生电脑、网络,学生自行准备桌牌。

5) 着装要求。正式、简单、大方即可。

2. 本书特点

1) 全面性。在实训中,个人要完成快速反应练习,小组将以某个谈判主题为依托,完成6个场景练习、一个谈判方案制作和展示以及一次完整的模拟谈判。课程呈立体式结构,谈判训练从专项的小模块逐渐转换到综合性的模拟谈判,从个人练习逐渐转换到团队合作。实训的内容和难度由浅入深、由专项至综合,可让学生在逐级加深的训练中全面、立体地理解和掌握谈判的知识。

2) 实战性。在实训中,学生将在现有材料的基础上,查询与谈判有关的各项内容,将其分类、筛选并制作成谈判方案;谈判的内容和目标将以国际贸易合同的条款为基础确定;谈判开始前需要召开内部会议,将双方的优劣势、谈判目标、任务分工、谈判策略等内容进行内部讨论,以便于提高模拟谈判的效率和分工合作效果。这些步骤和实际谈判的做法是非常接近的。在如此的铺垫之下,谈判实训将不会限于口舌之争,而是对学生的组织能力、思维、判断能力、口才、应变能力和团队合作能力的综合训练。

3) 双语性。全书为中英文双语对照,既适合中文单语教学,也符合双语教学的要求。

三、教材编写

本书由广西财经学院苏琳担任主编。参与编写的人员有广西财经学院的鄂筱曼、谢涛、罗林敏、韦鑫老师以及资深商务人士徐钦强先生,同时,编者在编写本书过程中还得到张金显、王鑫、梁晓密、覃佐等同学的大力支持,在此深表感谢!

由于作者水平有限,书中难免有不足之处,敬请广大读者批评指正。

编 者

2016年12月

Preface

1. Characteristic of International Business Negotiation training course

At present, many specialized courses contain theory part and training part. Training course can consolidate student's theoretical knowledge, establishes their thinking of applying knowledge and is meaningful to help students master the professional skills and raise innovation ability. However, training part needs appropriate situation to realize the application and mastering of the theoretical knowledge.

Training of International Business Negotiation, which needs a combination of industry background and professional knowledge, is a comprehensive training and test of students' information-collecting ability, plan-making ability, organizing ability, expressing ability, strain capacity, cooperative ability, judging ability, psychological quality and so on. Therefore, training course of international business negotiation has a feature of integrity, practicality and openness. Integrity means in each phase of the training course, students are situated in an integrated situation and each negotiation training segment is the inner integration of theoretical knowledge, industry background and personal traits; practicality means course should show the professional skills, the teacher's role should swift from an imparter into an organizer and guider of the students who can acquire knowledge from classes as students will be able to find a problem, pose a question and solve a problem actively from the practice of negotiation; openness means the negotiation training courses should be designed on the basis of students' need, motivation and interest, so that students can obtain plentiful study feelings from the training and teacher's evaluation standard can be diverse as well.

2. Settings and characteristics of the book

(1) Settings of the book

1) Negotiation themes

5 simulated negotiation themes chapter 1, i.e., exporting H refrigerator, exporting Penaeus vannamei, importing Frozen Ecuadorian white shrimp, importing Vietnam GT Instant coffee and importing Australian iron ore. Teacher chooses and decides kind and number of negotiation themes according to each class's class hours. In chapter 1, only plot lines of the deal like identity of each side, product and market information and corresponding contract models are listed, students need to do detailed information collecting and market investigation when do practice.

2) Items of negotiation practices

Chapter 2 is about individual quick response practices, chapter 3 to 5 include team-based scene practices, display of simulated negotiation plan (with PPT), and simulated negotiations. The items of chapter 3 to 5 need to be finished on the basis of the negotiation themes in chapter 1.

3) Grouping

A class is suggested to be divided into 4-6 teams according to the number of students. Half

teams represent buyer while the other half represents seller. Hereinafter, a team means an organization of 1 side, buyer or seller while a negotiation group means a combination of matched 2 teams, i.e., a combination of a team of buyer and a team of seller.

4) Venue decoration

Negotiation classroom, with negotiation desks, computers for students and internet. Students prepare table cards.

5) Dress code

Formal, simple and decent.

(2) Features of the book

1) Comprehensiveness

In the practice, individual person needs to finish the fast response practice while the team have to finish 6 scene practices, making and displaying of a negotiation plan and a complete simulated negotiation. The negotiation practice goes from a certain section into the complete simulated negotiation, from individual practice into team-based training. As the degree of difficulty increases gradually, students can understand and master negotiation knowledge completely in the practice.

2) Close to the real business negotiation

In the practice, students will have to search information about the negotiation based on the provided information in the book and make a negotiation plan after clarifying and screening the information; content and target of the negotiation will be based on the clauses in the international sales contract; an inside-team meeting will be held before the negotiation starts, to discuss about the advantages and disadvantages of both side, negotiation target, division of the task, negotiation strategy and so on. Those steps are really close to the business negotiation in the real work. In this way, the negotiation practice will not be only a contention of mouth and tongue, but a comprehensive practice of students' organizing ability, thought, judging ability, eloquence, adaptability to changes and teamwork skills.

3) Bilingual

All the negotiation themes, contracts and practice items in the book are written in Chinese and English, meeting the requirement of Chinese teaching and bilingual teaching.

3. Compilation

The book is written by Su Lin from Guangxi University of Economics and Finance, co-authored by E Xiaoman, Xie Tao, Luo Linmin and Wei Xin from Guangxi University of Economics and Finance and Xu Qinqiang, experienced businessman, supported by students Zhang Jinxian, Wang Xin, Liang Xiaomi and Qinzuo. Thanks for their help.

Due to my limited knowledge, there might be some mistakes and flaws in the book, please don't hesitate to correct me.

Author

2016. 12

第一章 模拟谈判主题	1
模拟谈判主题一 H 牌冰箱出口	1
模拟谈判主题二 冷冻南美白对虾出口	5
模拟谈判主题三 冷冻厄瓜多尔白虾进口	7
模拟谈判主题四 越南中原 G7 速溶咖啡进口	9
模拟谈判主题五 澳大利亚铁矿石进口	15
第二章 个人快速反应练习	21
第三章 小组情景练习	29
第四章 模拟谈判方案展示 (结合 PPT)	33
第五章 模拟谈判	36
Chapter 1 Simulated Negotiation Themes	39
Simulated Negotiation Theme 1 Exporting H Refrigerator	40
Simulated Negotiation Theme 2 Exporting Penaeus vannamei	43
Simulated Negotiation Theme 3 Importing Frozen Ecuadorian White Shrimp	46
Simulated Negotiation Theme 4 Importing Vietnam G7 Instant Coffee	48
Simulated Negotiation Theme 5 Importing Australian Iron Ore	56
Chapter 2 Individual Quick Response Practices	63
Chapter 3 Team-based Scene Practices	73
Chapter 4 Display of Simulated Negotiation Plan (with PPT)	78
Chapter 5 Simulated Negotiations	82
参考文献	86

模拟谈判主题

本章包括中国 H 冰箱出口谈判、中国南美白对虾出口谈判、厄瓜多尔南美白对虾进口谈判、越南中原咖啡进口谈判、澳大利亚铁矿石进口谈判五个谈判主题。这些谈判主题是第三、四、五章实训题目的依托。其中模拟谈判双方的身份均为虚拟（除模拟谈判主题四中的卖方）。具体情况可参考现实中的某公司（主题中有提示）。

各个谈判主题列出了该谈判背景知识的基本脉络，学生在实训时可以根据这些脉络对谈判各方面的具体细节做进一步的查找和筛选。

模拟谈判主题一、四、五后面附有相应的国际贸易合同文本，学生可根据合同文本的内容讨论合作的细节。其中主题一后附录的《国际贸易销售合同》适合主题一、二、三，《中原速溶咖啡经销合同》和《铁矿石购销合同》是针对主题四和主题五设置的。

提示：阅读每一个谈判主题之后，应思考以下问题：

- 1) 己方和对方的优劣势各是什么？本次谈判对某一方更有利还是供需平衡？
- 2) 在本次合作中，己方应重点关注和准备的内容是什么？对方可能重点关注和准备的内容是什么？
- 3) 己方不能让步的和可以调整的内容分别有哪些？对方可能不会让步和可以调整的内容分别有哪些？
- 4) 谈判中可能遇到的难题有哪些？应有难度排序。
- 5) 谈判中什么内容有可能顺利达成一致，应如何安排和利用？
- 6) 己方还有哪些服务可以提升，以吸引对方的注意，作为成交的法宝之一？如在越南咖啡进口主题中，出口商可能会非常在乎打假方案。

模拟谈判主题一 H 牌冰箱出口

一、谈判场景设置

- 1) 卖方：中国 H 集团，具体情况可参考海尔集团。
- 2) 买方：法国 D 公司。
- 3) 合作情况：双方公司已合作六年，合作顺利。本次双方的谈判代表是第一次打交道。
- 4) 谈判地点：法国。

二、谈判目标产品

谈判目标产品如表 1-1 所示。

表 1-1 目标产品

	款式 1: H 对开抽屉式 307 升冰箱 (FCD-307SU1)
	款式 2: H 对开抽屉式 275 升冰箱 (FCD-275QU1)

计划出口数量：每款各出口 800 台

这两款冰箱是根据法国市场需求特别设计的，达到 A++级能效标准，体积小、空间大、保鲜性能好。产地在中国，谈判成功后将正式投入市场。

H 牌是欧洲市场多门冰箱领域的领航者。凭借其颠覆性的创新设计，H 牌多门冰箱受到当地消费者的青睐。

三、H 牌冰箱的发展模式和在国际市场上的竞争力

1. 国际市场销售业绩喜人

2016 年，H 牌对开门冰箱在法国市场份额约为 12%。在欧洲市场上，H 牌冰箱还进入了 KESA、Media Market、家乐福、Expert 等主流渠道。

2. 建成优质的全球研发—生产—营销体系

H 牌冰箱在日本、澳大利亚、新西兰、美国、欧洲和中国布局六大研发中心。以欧洲研发中心为例，德国纽伦堡的研发中心、法国里昂的设计中心、意大利米兰的营销中心整合了欧洲顶尖的家电产业创新和研发资源。

3. 技术领先，成为行业引领者

H 牌冰箱获得了德国电气工程师协会（Verband Deutscher Elektrotechniker，VDE）颁发的全球冰箱行业唯一 VDE-QTM 质量认证；获得 G-Mark 证书，得到海湾标准化组织（GSO）成员国市场准入资格。

四、法国冰箱市场和欧洲冰箱市场

欧洲市场在全球家电市场中占据约 1/4 的份额，高端产品需求也高于其他地区，是家电企业的必争之地。

1. 法国冰箱市场

法国人不仅对艺术有着挑剔的眼光，在冰箱的选择上更是追求完美。据法国 QUE choisir 媒体称，在 2015 年法国水冷产品的市场中，多门冰箱的市场份额增长 30%左右。同时法国消费者也更倾向于购买体积小、容量大、更高能效标准的多门冰箱产品。

2. 欧洲冰箱市场

1) 准入门槛高。2014 年 7 月 1 日，欧洲联盟（以下简称欧盟）将进口冰箱产品能效从 A 级提高至 A+级。

2) 其他品牌竞争者势头强劲。韩国三星、中国美的和奥马、美国惠而浦、德国博世在欧洲市场均有强劲的势头。

五、冰箱出口欧盟所需手续和单据

1. CE 认证和 ERP 认证

欧洲共同体认证（European Conformity，CE）是一种安全认证，视为制造商打开并进入欧洲市场的护照；能源相关产品（Energy-related Products，ERP）是欧盟的能效认证。

2. 海关监管条件

HS 编码 84181020：A（入境货物通关单），即冰箱出口不需要报检。

3. 出口报关申报要素

冰箱出口报关申报要素包括冰箱的品名、用途（是否家用）、原理、容积、品牌、型号。谈判结束之后应签订合同，空白模板如下。

国际贸易销售合同		
合同编号：	签订日期：	签订地点：
1. 买方		
地址：		
电话：	传真：	
2. 卖方		
地址：		
电话：	传真：	
经买卖双方确认根据下列条款订立本合同：		

3. 商品名称及规格	4. 数量	5. 单价	6. 总金额
总计			

7. 总值（大写）：
8. 允许溢短 _____ %。
9. 成交价格术语：
☐ FOB ☐ CFR ☐ CIF ☐ DDU
10. 包装：
11. 运输唛头
12. 运输起讫：由 _____（装运港）到 _____（目的港）。
13. 转运：☐ 允许；☐ 不允许
14. 分批：☐ 允许；☐ 不允许
15. 运输时间：
16. 保险：由 _____ 方按照发票金额的 _____ %投保 _____ 加保 _____ 从 _____ 到 _____。
17. 付款条件：
☐ 买方应不迟于 _____ 年 _____ 月 _____ 日前将 100% 货款用即期汇票/电汇支付给卖方。
☐ 买方应于 _____ 年 _____ 月 _____ 日前通过 _____ 银行开立以卖方为受益人的 _____ 天不可撤销信用证，有效期至装运后 _____ 天在 _____ 议付，并注明合同号。
☐ 付款交单：买方应凭卖方开立给买方的 _____ 期跟单汇票付款，付款时交单。
☐ 承兑交单：买方应凭卖方开立给买方的 _____ 期跟单汇票付款，承兑时交单。
18. 单据：卖方应将下列单据提交银行议付/托收。
整套正本清洁提单。
商业发票一式 _____ 份。
装箱单或重量单一式 _____ 份。
由 _____ 签发的质量与数量证明书一式 _____ 份。
保险单一式 _____ 份。
由 _____ 签发的产地证一式 _____ 份。
19. 装运通知：一旦装运完毕，卖方应立即电告买方合同号、品名、已装载数量、发票总金额、毛重、运输工具名称及启运日期等。
20. 检验与索赔：
1) 卖方在发货前由 _____ 检验机构对货物的品质、规格和数量进行检验，并出具检验证明。
2) 货物到达口岸后，买方可委托当地的商品检验机构对货物进行复验。如果发现货物有损坏、残缺或规格、数量与合同规定不符，买方须于货物到达目的口岸的 _____ 天内凭 _____ 检验机构出具的检验证书向卖方索赔。
3) 如买方提出索赔，凡属品质异议须于货物到达目的口岸之日起 _____ 天内提出；凡属数量异议须于货物到达目的口岸之日起 _____ 天内提出。对所装货物所提任何异议应由保险公司、运输公司或邮递机构负责的，卖方不负任何责任。
21. 不可抗力：如因人力不可抗拒的原因造成本合同全部或部分不能履约，卖方概不负责，但卖方应将上述发生的情况及时通知买方。
22. 争议的解决方式：任何因本合同而发生或与本合同有关的争议，应提交中国国际经济贸易仲裁委员会，按该会的规则进行仲裁。仲裁裁决是终局的，对双方均有约束力。
23. 法律适用：本合同的签订地，或发生争议时货物所在地在中华人民共和国境内或被诉人为中国法人的，适用中华人民共和国法律。除此之外，适用《联合国国际货物销售合同公约》。
- 本合同使用的 FOB、CFR、CIF、DDU 术语遵守国际商会《INCOTERMS 2010》规定。
24. 文字：本合同中、英两种文字具有同等法律效力，在文字解释上，若有异议，以中文解释为准。
25. 附加条款：（本合同上述条款与本附加条款有抵触时，以本附加条款为准）。
26. 本合同共 _____ 份，自双方代表签字/盖章之日起生效。

买方	卖方
签字	签字
日期	日期

模拟谈判主题二 冷冻南美白对虾出口

一、谈判场景

- 1) 卖方：A 集团。中国引领对虾出口的旗舰企业，并在业内率先通过 HACCP，ISO9001，BRC，EU 等国际体系认证；超过九成的销售来自对虾产品，主要出口到美国。
- 2) 买方：美国 S 公司。美国对虾进口企业，公司实力雄厚，对虾进口量大、经验丰富。
- 3) 合作情况：双方公司已合作多年，但双方谈判代表是第一次打交道。
- 4) 谈判地点：美国。

二、目标产品

目标产品如表 1-2 所示。

表 1-2 目标产品

	产品 1： 南美白对虾，30~40 头/千克
	产品 2： 南美白对虾，30~40 头/千克

各出口 200 吨；冷冻集装箱，一般包装：一箱 10 盒，每盒 2 千克

三、中国对虾贸易情况

1. 出口国变进口国

2012 年受到 EMS 病害的影响，主要对虾生产国的对虾产量大幅减少。2013 年，中国从对虾净出口国变为对虾净进口国。

2. 2011~2016 年中国鲜、冻对虾出口统计

2011~2016 年中国鲜、冻对虾出口统计如表 1-3 所示。

表 1-3 2011~2016 年中国鲜、冻对虾出口统计

年份	2011	2012	2013	2014	2015	2016 (1~7 月)
出口额 (万美元)	193 886	222 000	21 066	19 675	14 009	8 412

数据来源：中国产业信息网。

3. 中国南美白对虾减产原因

- 1) 优质苗种培育能力低，过度依赖 SIS、OI、科那湾三家美国公司。
- 2) 育苗场多用化学手段，导致虾苗亚健康生长。
- 3) 环境污染对虾池的危害很大。
- 4) 水产科研理论落后于实践。
- 5) 中国国内市场对虾的价格比全球市场价格高出很多，以至于中国养殖户更愿意直接出售至国内消费市场，而不是国际市场。

四、国际虾类产品供求情况

1. 供应情况

2009 年开始，EMS 病毒横扫亚洲。泰国、中国、马来西亚、厄瓜多尔、墨西哥等南美白对虾生产国产量大幅下降，2016 开始整体回暖。

2. 需求情况

2015 年，南美白对虾进口量增加的国家有美国、中国、加拿大、韩国、越南等；进口量减少的国家有日本、欧盟各国等。

五、南美白对虾出口美国所需手续

1. 企业须通过食品和药物管理局（Food and Drug Administration, FDA）认证，并留意 FDA 最新的检测项目

应关注氯霉素、氟喹诺酮类、呋喃类药物和三苯甲烷等药物的含量。2014 年夏天，FDA 应用新的检测方法，可以一次性检测出甲基睾酮、四环素类和磺胺等兽药。

2. 海关监管条件

HS 编码 03062990：A/B，即对虾出口需要报检。A：入境货物通关单 B：出境货物通关单。

3. 检验检疫监管条件

HS 编码 0306.2990：P.R/Q.S，即报检时需要做出境动植物产品检疫和出口食品卫生监督检验。P：进境动植物、动植物产品检疫；Q：出境动植物、动植物产品检疫；R：进口食品卫生监督检验；S：出口食品卫生监督检验。

4. 出口报关申报要素

出口报关申报要素包括品名、制作或保存方法（冻）、状态（带壳、去壳）、拉丁名称、规格（如 41~50 个/磅）、包装规格。

模拟谈判主题三 冷冻厄瓜多尔白虾进口

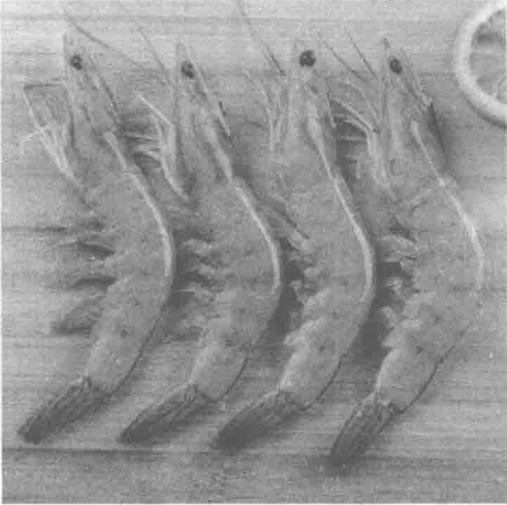
一、谈判场景

- 1) 卖方：厄瓜多尔 E 公司。公司资信好，与中国多家海鲜进出口企业有贸易往来，每年向中国出口厄瓜多尔白虾 9 000 吨左右。
- 2) 买方：广东 G 水产有限公司。成立时间：2006 年 3 月 1 日，注册资金 100 万人民币。公司进口厄瓜多尔白虾多年，建成完整的水产经营产业链。
- 3) 合作情况：双方公司第一次合作。
- 4) 谈判地点：厄瓜多尔。

二、目标产品

目标产品如表 1-4 所示。

表 1-4 目标产品

	产品 1: 厄瓜多尔白虾，40~50 头/千克
	产品 2: 厄瓜多尔白虾，50~60 头/千克

各进口 200 吨；冷冻集装箱，一般包装：一箱 10 盒，每盒 2 千克

三、中国虾类市场

1. 中国与厄瓜多尔白虾缘分极深

基于低密度养殖、虾苗优质、EMS 抗病性强等特点，厄瓜多尔白虾产量大，并深受中国

消费者欢迎。2016 年 1~5 月, 中国从厄瓜多尔的虾类进口量达到 27 467 吨, 占其出口量的 51%。

2. 中国虾类市场特点

中国有巨大的海鲜消费需求, 进口虾占 50% 以上的冻虾市场; 中国消费者对健康安全的食材诉求越来越强烈, 检验检疫部门加大检查力度; 部分海鲜经营企业已建成包括全球采购、加工、出口、批发的完整产业链; 零售市场蓬勃发展, 主流电商、商超、加盟店是主要的三个渠道。

3. 其他受欢迎的进口虾类

泰国、越南、印度等虾产区整体回暖, 不得不降价换取市场占有率。2016 年上半年, 越南虾出口中国涨幅达 41.8%; 仅 2016 年 8 月, 阿根廷虾类贸易公司共向中国出口虾 17 000 吨 (2013 全年仅 6 000 吨)。

四、厄瓜多尔白虾进口通关手续

1. 准备工作

收货公司备案, 中文标签备案, 国外生产企业在国家质检总局注册。

2. 出口商应提供

出口国原产地证书; 出口国水产卫生证书; 国外生产企业在国家质检总局的注册证书。

3. 海关监管条件

HS 编码 03062990: A/B, 即白虾进口需要报检。A: 入境货物通关单; B: 出境货物通关单。

4. 检验检疫监管条件

HS 编码 03062990: P/R/Q/S, 报检时需要做出境动植物、动植物产品检疫和出口食品卫生监督检验。P: 进境动植物、动植物产品检疫; Q: 出境动植物、动植物产品检疫; R: 进口食品卫生监督检验; S: 出口食品卫生监督检验。

5. 进口报关申报要素

进口报关申报要素包括品名、制作或保存方法 (冻)、状态 (带壳、去壳)、拉丁名称、规格 (如 41~50 个/磅)、包装规格。

模拟谈判主题四 越南中原 G7 速溶咖啡进口

一、谈判场景

- 1) 卖方：中原速溶咖啡股份公司。
- 2) 买方：CC 公司。
- 中原咖啡的中国特许经销商。
- 3) 合作情况：双方公司已多次合作，但双方谈判代表是第一次打交道。
- 4) 谈判地点：中国。

二、目标产品

目标产品如表 1-5 所示。

表 1-5 目标产品

	产品： 中原 G7 速溶咖啡 T1-T6 号 16 克/包，50 包/袋，20 袋/件
经销期：1~2 年；年销售量：2 万件	

三、中原 G7 速溶咖啡特点

1. 口感

味道香浓醇厚，和现煮的味道很相近；适合亚洲人群的口味；T1 号咖啡粉的咖啡味最浓，依次上推，T6 号口感是最香浓的，但区别很细微。