

一本书学会 外贸跟单

韩 军◎编著

一看就懂的操作流程，一学就会的实战技巧，一本书就让你爱上外贸跟单

从生手到熟手的晋级指南
变知识为经验的实战宝典



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

一本书学会
外贸跟单



人民邮电出版社
北京

图书在版编目(CIP)数据

一本书学会外贸跟单 / 韩军编著. —北京: 人民邮电出版社, 2011. 8

ISBN 978-7-115-26081-9

I. ①—… II. ①韩… III. ①对外贸易—市场营销学
IV. ①F740. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 148251 号

内 容 提 要

本书将外贸跟单分为订单签定、订单履行、制单结汇、核销退税四个阶段, 按照跟单顺序详细介绍了接单、订单处理、信用证跟催与审核、备货跟单、办理商品检验、办理保险、出口报关、出货跟单、制单结汇、核销退税及客户服务共计 11 个业务流程, 可切实为外贸跟单员的工作提供指导和帮助。

作者在内容讲解过程中提供了大量范本、案例, 并在章末总结和提炼了本章的关键点, 突出了实用性和操作性。

本书可作为外贸跟单员学习和培训用书, 也可作为各类大中专院校国际贸易、国际商务及相关专业的实训教材。

一本书学会外贸跟单

◆ 编 著 韩 军

责任编辑 李宝琳

执行编辑 代新梅

◆ 人民邮电出版社出版发行

北京市崇文区夕照寺街 14 号

邮编 100061 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

北京隆昌伟业印刷有限公司印刷

◆ 开本: 700 × 1000 1/16

印张: 13

2011 年 8 月第 1 版

字数: 120 千字

2011 年 8 月北京第 1 次印刷

ISBN 978-7-115-26081-9

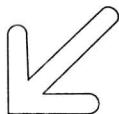
定 价: 29.00 元

读者服务热线: (010) 67129879 印装质量热线: (010) 67129223

反盗版热线: (010) 67171154



前 言



进入 21 世纪以来,随着我国加入世界贸易组织,我国已经迈入了一个大转折、大变化、大发展的时期。日渐频繁的对外贸易活动不仅促进了经济的迅猛发展,也创造了新的职业与岗位需求,为有志于在对外贸易领域大展才华的求职者提供了更加广阔的空间,外贸跟单员就是众多兴起的全新岗位之一。

外贸跟单员是指在进出口贸易合同签订后,依据合同和相关单证对货物加工、装运、保险、报检、报关、结汇等部分或全部业务环节进行跟踪或操作,协助贸易合同履行的外贸业务人员。伴随着外贸行业的不断发展,分工日益精细化,传统的垄断企业日趋减少。特别是自 2004 年年底我国贸易企业准入实施备案制以来,原来集中在外贸代理企业的大量业务分散至各生产企业,由生产企业自营出口;另外,以购进、代理生产企业产品后再行出口为主要经营模式的外贸企业为了更好地把握产品质量和交货期,也需要派自己的跟单员下厂跟进出口订单。综合以上原因,外贸企业对跟单员的需求越来越大,对其素质要求也越来越高。

《一本书学会外贸跟单》正是为了满足外贸企业对跟单员的需求而编写的。本书的编写团队设置合理,由多年从事外贸实务教学的高校学者及资深外贸经理人组成,特别是韩军老师曾经在天津港从事外贸工作多年,历任单证员、核销员、跟单员、业务员、外贸公司经理,有着非常丰富的外贸从业经验,现为山西大学商务学院经济系国际经济与贸易专业带头人。本书编写团队在韩军老师的带领下,紧密结合对外贸易的新发展和外贸行业的最新需要完成了编写工作,本书的特点与创新如下。

（一）通俗易懂、强化操作

本书在语言上力求简洁、通俗，在内容上力求淡化理论，强调操作，对每一个跟单业务流程都进行了详尽的解读，并提供了大量的范本、案例供读者参考，作者还在每章末将本章的关键点进行了总结和提炼。

（二）脉络清晰、实用高效

本书以典型的跟单操作流程为顺序，脉络清晰，可使读者的业务学习变得更加直观、形象，有助于初学者在短时间内进入角色，能够较快地胜任外贸跟单员岗位的相关工作。

（三）针对性强、适用面广

本书紧密结合外贸行业对跟单员业务知识和技能的动态需求，简化了对外贸易中繁杂的体系结构和不实用的内容，使得初学者能够有针对性地掌握外贸跟单员必备的岗位技能，既可作为跟单员的在岗培训用书，又可作为外贸新人自学及学生的实训教材。

本书由韩军负责总体结构的设计，并参与编写了第一章、第二章，赵建学、赵仁涛参与编写了第三章，刘建伟、刘海江参与编写了第四章，刘珍、刘军参与编写了第五章，涂高发、杨吉华参与编写了第六章，段青民、段水华参与编写了第七章，匡仲潇、滕宝红参与编写了第八章，柳景章、杨冬琼参与编写了第九章，李家林、江艳玲参与编写了第十章，苟宏参与编写了第十一章，全书由韩军统筹定稿。

目 录



第一章 接单是这样操作的 / 1

- 第一节 接单有哪些步骤 / 1
- 第二节 如何整理、运用客户信息 / 2
- 第三节 写好开发信，赢得更多客户 / 4
- 第四节 客户询盘，回复有招 / 6
- 第五节 报价不要随便，要有针对性 / 7
- 第六节 客户索要样品，必须给吗 / 15
- 第七节 怎样接待客户验厂 / 17
- 第八节 及时跟进确认，尽量促成交易 / 19

第二章 有订单了，客户来啦 / 21

- 第一节 订单处理有哪些步骤 / 21
- 第二节 整理订单，做到心中有数 / 22
- 第三节 审核订单，保证一致 / 24
- 第四节 根据付款方式确认订单 / 28
- 第五节 如何分发订单 / 28

第三章 信用证跟催与审核务必做好 / 31

- 第一节 信用证跟催与审核有哪些步骤 / 31
- 第二节 如何催开信用证 / 32
- 第三节 如何受理信用证通知书 / 33
- 第四节 如何接收信用证 / 36
- 第五节 如何审核信用证 / 42
- 第六节 如何修改信用证 / 49

第四章 备货跟单，生产交货 / 57

- 第一节 备货跟单有哪些步骤 / 57
- 第二节 如何安排生产 / 58
- 第三节 如何跟踪生产进度 / 62
- 第四节 如何跟催生产物料 / 67
- 第五节 如何跟进产品质量 / 70
- 第六节 如何跟踪交货期 / 73

第五章 商品检验，出关必备 / 77

- 第一节 办理商品检验有哪些步骤 / 77
- 第二节 哪些情况需要报检 / 79
- 第三节 报检必须有哪些单证、资料 / 83
- 第四节 怎样填写出口货物报检单 / 85
- 第五节 如何领证、审证 / 89

第六章 保险，利人利己 / 93

- 第一节 办理保险有哪些步骤 / 93
- 第二节 买哪种险最划算 / 94
- 第三节 如何计算保险额与保险费 / 98
- 第四节 要准备哪些投保单证 / 99
- 第五节 如何投保 / 100
- 第六节 保险单据主要事项 / 107
- 第七节 货物遭受损失了怎么办 / 109

第七章 万事俱备，只欠报关 / 113

- 第一节 出口报关有哪些步骤 / 113
- 第二节 报关需要准备什么 / 114
- 第三节 电子化报关更快捷 / 115
- 第四节 大力配合海关查验 / 120
- 第五节 如何缴纳关税和有关税费 / 122
- 第六节 货物放行，还需复核 / 122

第七节 需要退关怎么办 / 123

第八章 出货前后, 跟单最要紧 / 125

第一节 出货跟单有哪些步骤 / 125

第二节 找到好的货运代理了吗 / 126

第三节 如何租船订舱 / 133

第四节 如何制作装箱单 / 137

第五节 如何接待客户或第三方验货 / 139

第六节 怎样做到用最少柜装最多货 / 140

第七节 跟踪装柜, 全程监督 / 143

第八节 货物装运后, 跟单还未结束 / 145

第九节 如何获得运输文件 / 147

第九章 货已发, 着手制单结汇 / 151

第一节 制单结汇有哪些步骤 / 151

第二节 要准备哪些结汇单证 / 152

第三节 如何制作各类单证 / 153

第四节 如何审核单证 / 167

第五节 如何办理交单结汇 / 172

第六节 如何处理不符点 / 175

第十章 核销退税, 及时办理 / 177

第一节 核销退税有哪些步骤 / 177

第二节 如何办理出口收汇核销 / 178

第三节 出口退税, 协助办理 / 186

第十一章 不求最好, 只求更好 / 191

第一节 调查客户是否满意 / 191

第二节 将投诉客户变为满意客户 / 192

参考书目 / 197

第一章 接单是这样操作的

第一节 接单有哪些步骤

外贸跟单员所有的工作都是围绕订单进行的。在接单之前，跟单员有必要了解接单的流程及每一步骤的要点，以便更好地处理好接单过程中的各种关键性事务。

接单的流程及要点说明如图 1-1 所示。

流程	要点说明	备注
网络搜索 他人介绍 其他途径 ↓ 建立客户信息库 ↓ 确定目标客户 ↓ 写作客户开发信 ↓ 回复客户询盘 ↓ 报价 ↓ 寄样 ↓ 接待客户验厂 ↓ 跟进确认	充分利用各种途径收集信息 整理客户资料，制作客户资料卡，建立客户信息库 分析客户信息库的资料，确定可以合作的客户 写作正确、得体的客户开发信，介绍企业主要产品及相关信息 准确、及时地回复客户询盘 制作报价单发送给客户 按照客户要求寄送正确的样品 在客户验厂时要全程陪同 及时跟进，尽量促成客户下单	客户信息库中的资料一定要及时更新 表明企业希望与客户建立业务关系的愿望 报价单最好制作成 PDF 文档 尊重客户的文化习惯，做好接待安排

图 1-1 接单流程及要点说明

第二节 如何整理、运用客户信息

跟单员需要对已收集的客户信息进行分析整理，并且当客户信息有变化时要及时更新。例如，客户的电话号码变了，跟单员储存的客户资料就要及时更改，否则就有可能联系不上这个客户，使企业失去潜在客户和订单。

一、客户信息表格化

客户资料卡是跟单员进行客户管理的一个很好的工具。在日常工作中，有的跟单员建立了许多表格，但是不会管理表格，各种表格杂乱地堆在办公桌上，找一份客户资料往往要花上半个小时，大大影响了工作效率。最好的办法是将客户资料卡分类存档，既可以按客户公司名字的第一个英文字母来排列，也可以按地区、国别来排列，然后将排列好的客户资料卡有规律地放到文件夹里，这样查找起来就非常方便了。

表 1-1、表 1-2、表 1-3 提供了客户资料卡及相关表格的范本，以供参考。

表 1-1 客户资料卡

编号：

客户名称			所属国家（或地区）		
基本信息					
经营范围					
客户税号					
开户银行					
账号					
联系信息	地址			邮编	
	电话			传真	
	E-mail			网址	
	QQ			MSN	

(续表)

主要联系人	姓名		电话	
	部门		职务	
资信状况				
信用等级				
资信能力				
市场容量				
经营业绩				
组织结构				
竞争对手状况				
备注				

表 1-2 客户地址分类表

国家 (或地区):

序号	客户名称	地址	经营类别	网址	联系电话	备注

表 1-3 客户等级分类表

项目 等级	客户名称	客户编号	经营范围	年平均 贸易量	联系人	联系电话
A 等						
B 等						
C 等						

二、灵活运用客户信息库

现在许多公司已经建立了客户信息库，而且信息系统非常完善，主要发挥以下作用。

- (1) 客户资料管理、客户开发。
- (2) 竞争情报分析。
- (3) 客户满意度调查、客户跟进。
- (4) 财务状况分析。
- (5) 提供个性化服务。
- (6) 服务状况分析。

跟单员要学会灵活运用客户信息库查找自己所需要的信息，在将自己所收集整理资料录入系统时也要非常仔细认真，以保证资料的准确性，遇到模糊或有疑问的信息一定要核实确认。

第三节 写好开发信，赢得更多客户

跟单员写作客户开发信的目的是为了主动吸引客户，争取更多的贸易机会。

一、客户开发信要简练、专业、恰当、清晰

跟单员写作客户开发信时一定要做到简练、专业、恰当、清晰，具体说明如表 1-4 所示。

表 1-4 客户开发信的写作要求

序号	要求	具体说明
1	简练	客户开发信的语言一定要简练，否则就有可能被当做垃圾邮件处理
2	专业	(1) 写作客户开发信一定要采用规范的格式、专业的语言，表明公司拥有优质的产品和服务 (2) 在客户开发信的末尾一定要附上公司地址、网址、联系方式、主要联系人姓名等，给客户留下专业、正规的印象
3	恰当	写作客户开发信前，跟单员需要通过背景调查弄清客户所需，使写作的内容具有针对性，做到言之有物
4	清晰	(1) 在一些情况下，图文并茂的效果往往会比单纯的语言描述要好得多。因此，跟单员要充分利用电子邮件可发送图片的优势 (2) 跟单员在发出信件之前要仔细检查有无拼写或语法错误，以免由此造成误解

二、客户开发信格式要规范

客户开发信主要包括以下几个部分。

- (1) 信头：指发信人的地址与发信日期，在实际写作中可以省略。
- (2) 称呼：一般用“Dear Sirs,”，不用单数。称呼后面的标点一般用逗号(,)，不用冒号(:)或分号(;)。
- (3) 事由：一般用“Re:”，简明扼要地说明商品名称、数量等即可。这一部分在有些客户开发信中也可被省略掉。
- (4) 开头语：简要地写明来信的目的。
- (5) 正文：主要包括本公司简介和产品介绍。需要注意的是，产品介

绍应着重对主打产品以及产品优势进行介绍，以吸引客户。

- (6) 结尾语：结尾语一般用来总结正文中所谈的事项，提出对收信人的要求，如希望来函、答复询问及作必要声明等，另外也附加一些略带客套的语言。结尾语的位置在正文结束之后，另起一段。
- (7) 签名：签名在结束语之下，并需注明联系电话、传真、E-mail 等。

第四节 客户询盘，回复有招

跟单员要认真对待客户的询盘，不要因客户小而不理睬，因为这有可能让你失去一个大的订单。跟单员回复客户询盘要及时，因为客户询盘的对象往往不只一家公司，有可能同时向十几家公司发出询盘，如果跟单员接到客户询盘半个月后才回复，客户很可能已经和其他公司签下合约了。

客户询盘的方式有电话、传真、电子邮件等，跟单员在收到客户询盘时要仔细查看其询盘内容后再回复。

一、询盘内容不同，回复也有区别

客户询盘主要分为以下两种。

1. 询盘的内容很空泛

客户询盘如果只是泛泛而谈，没有涉及实质性的产品、规格等方面的信息，跟单员则应查看客户的网站，了解其经营什么产品、对产品的要求是怎样的，然后给予简单回复，说明该公司可以向他们提供的产品，并要求对方提供详细的产品需求信息，告知客户不同规格的产品价格是不一样的，没有具体的产品规格公司难以报价。跟单员也可邀请客户浏览本公司网站，说明网站上有很多产品介绍可供其参考。同时，跟单员还可以根据客户网站的产品提供给他一个大致的产品规格表，让客户确认是否需要这些产品，如果需要再进一步联系。

2. 询盘的内容很详细

一些客户询盘的内容很详细，将产品名称、规格、参数，甚至交期都



写得很清楚。对于这类询盘，跟单员首先也需要查看对方的资料，接下来可以制作一个产品目录表，列明客户所需产品的详细信息。

成功关键点

在回复客户询价时，跟单员最好还应介绍本公司的基本情况、产品质量控制状况、供货能力、创新能力等客户关心的问题。跟单员平时就可以把这些内容制作成一个模板，要用时复制一下，再根据具体情况略加修改润色使用。

二、客户询盘怎样跟进

不管是哪种情况的询盘，跟单员都要及时跟进。跟单员每天早上到办公室的第一件事就应该是打开邮箱，看看有没有客户回复的邮件。当然，在其他时间也要不时地关注。如果客户有具体的回复，跟单员要根据客户回复的内容提供更详细的信息。

第五节 报价不要随便，要有针对性

报价并不是一件简单的事，里面有很多技巧。有的跟单员不管客户的具体要求如何就把一份事先制定好的报价单发过去，这是最不动脑筋的办法，也是成交率最低的一种办法。要想提高成交率，跟单员必须认真分析客户类型，针对不同客户对产品提出的要求进行有针对性的报价。

一、报价一定要中肯、要快

跟单员在报价时要注意以下三点。

- (1) 报价要适中。报价太高会直接被客户否定，报价太低会让公司在谈判中处于被动。
- (2) 报价要快，太慢可能会贻误时机。

(3) 报价要准确，不能随意更改。

成功关键点

要做到报价准确有两个方法：一是经常调查了解同行的价格；二是经常跟工厂技术人员接触，了解产品生产每一环节的成本，掌握报价变动幅度。

二、不要忽视价格构成因素

通常而言，跟单员在报价时应充分考虑到产品的各种成本、相关费用以及预期利润。此外，汇率也是不可忽视的因素。

三、价格核算必须慎重

报价通常使用 FOB、CFR、CIF 三种价格。跟单员在对外报价核算时应根据上述价格构成要素确定各种产品的价格。在具体实施时，可设计一个《价格核算分类汇总表》，如表 1-5 所示。

表 1-5 价格核算分类汇总表

产品 价格构成要素	A 产品	B 产品	C 产品
成本（不含包装）			
包装			
装柜			
运费			
保险费			
汇率			
退税			
银行费用			
预期利润			
合计			

以下内容是一个具体的对外报价核算案例。

案例

报价核算

A 贸易公司 2010 年收到 B 公司求购 6 000 双牛皮面料、腰高 6 英寸女靴（一个 40 英尺集装箱）的询盘，经了解每双女靴的进货成本为人民币 90 元（含增值税 17%），进货总价： $90 \times 6\,000 = 540\,000$ 元；出口包装费每双 3 元，国内运杂费共计 12 000 元，出口商检费 350 元，报关费 150 元，港区港杂费 900 元，其他各种费用共计 1 500 元。A 公司向银行贷款的年利率为 8%，预计贷款两个月，银行手续费率为 0.5%（按成交价计），出口女靴的退税率为 14%，海运费：大连——都柏林，一个 40 英尺集装箱的包箱费是 3 800 美元，客户要求按成交价的 110% 投保，保险费率为 0.85%，并在价格中包括 3% 佣金。若 A 公司的预期利润为成交金额的 10%，人民币对美元的汇率为 6.63:1，试报每双女靴的 FOB、CFR、CIF 价格。

第一步，核算成本

实际成本 = 进货成本 - 退税金额（退税金额 = 进货成本 ÷（1 + 增值税率）× 退税率）

$$= 90 - 90 \div (1 + 17\%) \times 14\% = 79.2308 \text{ (元/双)}$$

第二步，核算费用

(1) 国内费用 = 包装费 + (运杂费 + 出口商检费 + 报关费 + 港区港杂费 + 其他费用) + 进货总价 × 贷款利率 ÷ 12 × 贷款月份

$$\begin{aligned} &= 3 \times 6\,000 + (12\,000 + 350 + 150 + 900 + 1\,500) + 90 \times 6\,000 \times \\ &\quad (8\% \div 12) \times 2 \\ &= 18\,000 + 14\,900 + 7\,200 = 40\,100 \text{ (元)} \end{aligned}$$

单位货物所摊费用 = $40\,100 \text{ 元} \div 6\,000 \text{ 双} = 6.683 \text{ 元/双}$

（注：贷款利息通常以进货成本为基础）