



“精讲型” 国际贸易核心课程教材

一位有28年外贸实战经验的老师主笔的外贸实训教材

用生动案例讲述重要知识点

用严谨态度回答读者的疑难问题

用典型同步训练题模拟实战场景方便读者自我检测

A PRACTICAL COURSE OF INTERNATIONAL BUSINESS

国际贸易操作实训精讲

田运银 胡少甫 史理 朱东红◎著

中国海关出版社

国际贸易操作实训精讲

A Practical Course of International Business

田运银 胡少甫 史理 朱东红 著

中国海关出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易操作实训精讲 / 田运银等著. —北京: 中国海关出版社, 2011. 8
ISBN 978-7-80165-823-4

I. ①国… II. ①田… III. ①国际贸易—贸易实务 IV. ①F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 133350 号

国际贸易操作实训精讲

GUOJI MAOYI CAOZUO SHIXUN JINGJIANG

作 者: 田运银 胡少甫 史 理 朱东红

策划编辑: 马 超

责任编辑: 刘 倩

责任监制: 王岫岩

出版发行: 中国海关出版社

社 址: 北京市朝阳区东四环南路甲 1 号

邮政编码: 100023

网 址: www.hgcbs.com.cn; www.hgbookvip.com

编 辑 部: 01065194242-7554 (电话)

01065194234 (传真)

发 行 部: 01065194242-7540/42/44/45 (电话)

01065194233 (传真)

社办书店: 01065195616/5127 (电话/传真)

01065194262/63 (邮购电话)

北京市建国门内大街 6 号海关总署东配楼一层

印 刷: 北京京都六环印刷厂

经 销: 新华书店

开 本: 710mm × 1000mm 1/16

印 张: 26.25

字 数: 446 千字

版 次: 2011 年 8 月第 1 版

印 次: 2011 年 8 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-80165-823-4

定 价: 49.80 元



海关版图书, 版权所有, 侵权必究
海关版图书, 印装错误可随时退换

前 言

我记得有伟人说过，脱离实际的理论是空洞的理论，没有理论的实践是盲目的实践。毛泽东同志也一贯提倡理论联系实际，注重把教育同具体的生产劳动相结合，从战争中学习战争，并且明确地指出：“读书是学习，使用也是学习，而且是更重要的学习。”我虽然是一介凡人，但是绝对赞成伟人的这些观点。读者在学习了“国际贸易实务”、“国际商务英语函电与谈判”、“国际贸易单证”、“进出口报关实务”等系统的实务类国际贸易专业知识之后，可以说已经初步具备了从事国际贸易工作的专业知识。但是，这些书本知识在大多数读者的头脑中，都只是一些各自为阵的散兵游勇，不是一个合而为一的有机整体，因而还没有形成一种能够运用自如的强大合力。另外，国际贸易是一门实用性和专业性都非常强的应用型学科，它非常需要把基础理论同具体的工作实际相结合。而目前在我国，学生到外贸部门去实习，企业考虑到自身的商业秘密和繁忙的业务工作，一般都不愿意让实习生接触太深层次、太过具体的业务环节；由于诸多顾虑，外贸企业一般也不太热心去认真、系统、全面地指导实习生。因此，不少国际贸易专业实习往往只是流于形式，这就使实习的初衷大打折扣。作者创作此书，是要在系列的书本知识和广泛的工作实际之间架起一座桥梁，使二者能够在较短的时间内有机地融合成一个整体；同时，力求避免陷人在澡盆里练习游泳的尴尬，让实训达到理论联系实际、将已学知识深化并融会贯通的目的，从而最大限度地使国际贸易专业的读者学以致用。

本书围绕国际商品贸易自始至终的各个业务流程，有重点地系统介绍了各业务环节上的相关知识和技能，对各环节上需要注意的问题进行了归纳和阐述；针对两笔贯穿始终的具体的进出口贸易实例，一笔作出了翔实的示范，另一笔先给定了条件和提示，随后向读者提出了实际操作的具体要求，并在本书的末尾给出了实训的重点和难点部分的参考答案。此外，还对众多读者在工作和学习中所遭遇的棘手问题以及他们感兴趣的问题分别在相关章节中给予了明晰的解答。对于一些作者暂时不能解答的问题，本书也没有回避或

剪切，而是实事求是地作了交代。

疑难解答中的绝大多数问题都直接来自读者，而且其中有不少是来自国际贸易工作一线的读者，里面的问题都具有针对性、普遍性、实用性、迫切性和重要性。另一方面，这些疑问的提出，也在很大程度上使作者增长了见识，丰富了他们实际工作的阅历。所以，交流确实可以使大家都受益，我们应该大力倡导和积极推进广泛的交流。

本书仍然坚持以信用证支付方式下的业务流程为主线，这主要是基于如下原因：（1）尽管汇付在当今国际贸易支付中的比例越来越大，但是信用证支付方式仍然无可争议地占据着举足轻重的地位。（2）信用证支付方式下的单据最能体现国际贸易单证的深度和广度，大家只要掌握了信用证单证的相关知识和技能，汇付和托收的单证就基本上能够不学自通了，反之则不然。（3）作者认为，没有知识深度的专业书籍就像没有思想深度的文艺作品一样，是典型的精神层面的三聚氰胺（伪蛋白），必须彻底根除。

国际贸易专业核心课程体系以“国际贸易实务”、“国际商务英语函电与谈判”、“国际贸易单证”、“进出口报关实务”和“国际贸易专业实训”为主体，它们之间的逻辑关系也应该是上面所列的次序。大家在打基础性质的学习过程中，如果改变了上述的先后顺序，就会加大学习的难度，降低学习的兴趣，影响学习的效果。我们做事情需要循序渐进，读书、追求知识也应该如此，不能急功近利走捷径。当然，已经具备了这方面一定的专业知识的读者不在此限，大家完全可以根据实际工作的需要，有针对性地去直接查找大家需要解答疑难问题的任何地方。本书是对此前的国际贸易专业基础知识系列的整合、细化、拓展和深化，希望它能够巩固、加强和丰富读者现有的国际贸易专业知识，并为读者顺利开展国际贸易工作起到一定的参考和借鉴作用。

我的一个同事告诉我，她周末在家里又卖了一大批旧书，而且她几乎每隔一段时间就要卖出一批旧书，主要是因为这些书大都过时无用了。她还叹息说，当时把这些书买回来的时候，每一本都是好几十元钱，而如今把它们卖出去的时候，几十本书一共也只卖了几十元钱，真是太划不来了。我对此也深有同感，越来越感觉如今的“图书市场”几乎要赶上“时装市场”了，昨天超时尚的内容，不到明天就已经让读者感到过时，后天就进了废品回收站了。“喜新厌旧”的速度太快，这大大地摧残了，也正在摧残着大家的阅读、学习兴趣和文化氛围。我写东西一向崇尚原创，鄙视“参考”，总希望自己的文字能够对读者的帮助大一些，更大一些，对读者的借鉴和参考价值长久一些，再长久一些。

作者写作本书的宗旨，并不是要读者仅用三天两早上的工夫把书背熟去应对社会上盛行的各种考试获得高分，而是希望大家把系统的国际贸易专业知识融会贯通了，去迎刃而解实际工作中的许多疑难杂症。作者崇尚“培养学生”的教育理念，而切齿痛恨那种以“培养考生”为目的的短视思维，因为小聪明对于提高中华民族的人口素质有百害而无一利，我们应该倡导大智慧，应当像当年“除四害”那样，下大力气彻底废除这些害人的理念和风气。我们毕生刻苦地学习和钻研，最根本的目的并不是要把自己变成一个储存器，也不是为了增加向社会炫耀或要价的筹码，更不是为了把自己变成一个吸食人民骨血的寡头“精英”，而是要把我们练就成为促进人类文明进步和发展的助推器。

创作本书的作者分别是：

田运银 中国地质大学江城学院

胡少甫 武汉纺织大学外经贸学院

史理 武汉工业学院

朱东红 湖北五矿国际贸易股份有限公司

作者为写作本书整整花费了三年心血，可谓用心良苦。但是，由于作者受到自身水平和能力的巨大限制，加之各种知识都处在不断发展和更新的状态，因此，书中一定存在很多不足甚至谬误之处。我们诚恳欢迎读者给予批评和指导，我本人的电子邮箱地址是：gmzyfzr@sina.com。

非常感谢中国地质大学江城学院经济与管理学部主任杨昌明教授以及其他领导和老师们的鼎力支持，非常感谢众多社会读者此前对作者的热情关注和交流，非常感谢诸多亲友多年以来给予作者的关心、爱护和帮助，也非常感谢中国海关出版社以及饶淑荣、刘倩等老师五年多来一直给予作者大力的支持和帮助！这些因素对于作者不断增强潜心学习、观察、思考、探索和写作的兴趣和信心，其作用都非常之大，也必不可少。

田运银

2011年5月5日

目 录

第一章 进出口贸易流程简介	1
第二章 建立外贸业务关系	7
第一节 市场调研	7
第二节 出口商的发函与进口商的复函	10
第三节 疑难解答	11
第四节 相关资料和信息	17
第五节 同步训练	21
第三章 询盘、成本核算与发盘	24
第一节 进口商询盘	24
第二节 出口商向供货商询价	25
第三节 出口成本核算	28
第四节 出口商报价	47
第五节 疑难解答	50
第六节 相关资料和信息	57
第七节 同步训练	60
第四章 进口成本核算与还盘	64
第一节 进口成本核算	64
第二节 进口商还盘	72
第三节 疑难解答	73
第四节 相关资料和信息	75
第五节 同步训练	77
第五章 出口商还盘	81
第一节 出口商重新核算出口成本	82
第二节 出口商还盘	89
第三节 成本核算的补充练习及答案	90

第四节 疑难解答	94
第五节 同步训练	98
第六章 成交签约	102
第一节 进口商下订单	102
第二节 签订买卖合同（销售合同和销售确认书）	108
第三节 出口商开立形式发票	110
第四节 疑难解答	113
第五节 同步训练	115
第七章 信用证的申请和开立	122
第一节 出口商催开信用证	122
第二节 进口商开证申请书	123
第三节 信用证	130
第四节 疑难解答	142
第五节 同步训练	156
第八章 汇付和托收	164
第一节 汇付	164
第二节 托收	169
第三节 疑难解答	170
第四节 托收统一规则	175
第五节 同步训练	190
第九章 组织出口货源	193
第一节 洽谈和签订购货合同	193
第二节 预付定金	196
第三节 催货、查货与验货	197
第四节 商检、提货、付款	199
第五节 疑难解答	210
第六节 同步训练	212
第十章 托运与报关	220
第一节 托运	220
第二节 运输与报关单据	224
第三节 疑难解答	235
第四节 相关资料及说明	253
第五节 同步训练	266
第十一章 投保货运风险	272
第一节 出口货物投保	272
第二节 货物运输保险单	275
第三节 相关资料及说明	278
第四节 疑难解答	287

第五节 同步训练	293
第十二章 制单与审单	298
第一节 信用证项下的制单、审单与交单	298
第二节 托收项下的制单、审单与交单	306
第三节 汇付项下的装运通知与催付	312
第四节 疑难解答	315
第五节 同步训练	320
第十三章 结汇、核销与退税	334
第一节 结汇	334
第二节 出口收汇核销	336
第三节 出口退税	339
第四节 疑难解答	342
第五节 核销与退税同步训练	345
第十四章 进口付汇、检验、通关与提货	347
第一节 进口付汇	347
第二节 进口报关、报检、通关放行与提货	350
第三节 疑难解答	355
第四节 同步训练	355
第十五章 争议、索赔与理赔	360
第一节 向出口商提出索赔	360
第二节 向保险公司索赔	363
第三节 向承运人索赔	364
第四节 案例分析	366
第五节 同步训练	370
答 案	371

第一章 进出口贸易流程简介

本书的内容是按照进出口贸易业务流程的先后顺序来安排的。为了方便读者对国际商品贸易的业务流程，也就是对本书的整体构架有一个全局性、轮廓性、概貌性的认识和了解，我们不妨先用几个进出口贸易流程示意图向大家简单介绍和说明一下相关的业务流程以及各个流程之间的逻辑顺序，以便大家了解在哪一个环节上先做什么，后做什么，最后再做什么。

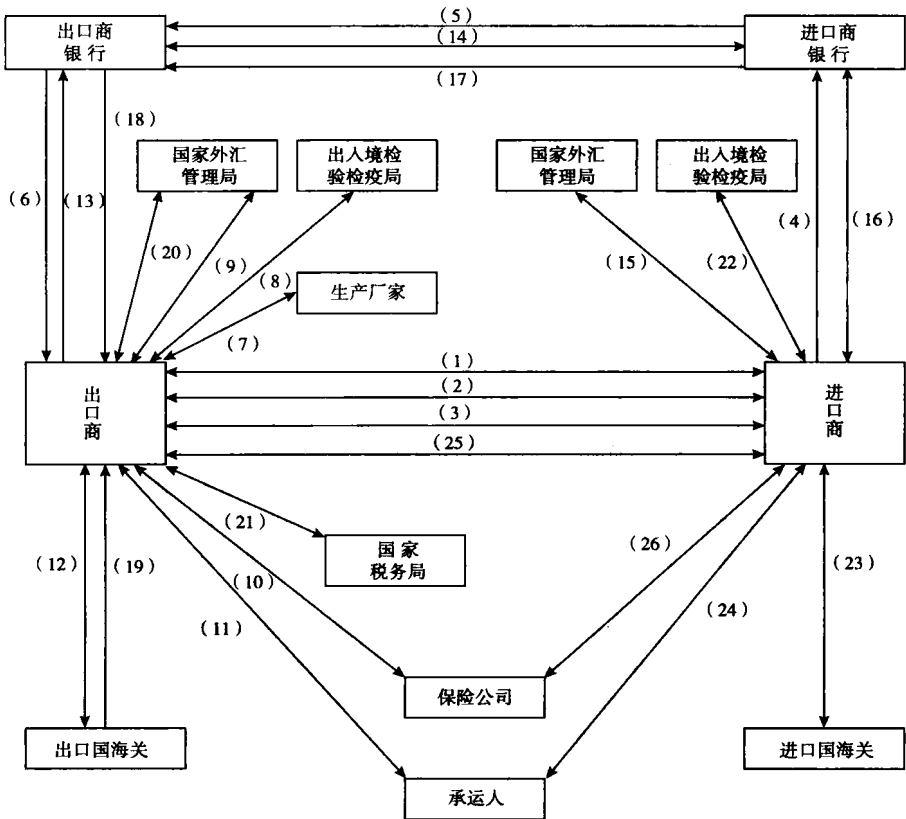


图 1-1 信用证支付方式下的贸易流程示意图
(以 CIF 条件为例)

- (1) 市场调研和推广
- (2) 商务谈判和签约
- (3) 打样、寄样、修改、确认
- (4) 申请开立信用证
- (5) 开立信用证
- (6) 审查并通知信用证
- (7) 下达订单, 签订购货合同
- (8) 申请出口检验检疫, 签发出境货物放行单
- (9) 申领出口收汇核销单
- (10) 办理出口货运保险
- (11) 办理出口运输委托
- (12) 办理出口通关手续
- (13) 提交信用证单据, 审核信用证单据
- (14) 寄送信用证单据, 审核信用证单据
- (15) 申领进口付汇核销单
- (16) 付款赎单, 办理进口付汇核销手续
- (17) 支付信用证款项
- (18) 办理结汇手续
- (19) 退回出口货物报关单和出口收汇核销单
- (20) 办理出口收汇核销手续
- (21) 办理出口退税手续
- (22) 申请进口检验检疫, 签发入境货物放行单
- (23) 办理进口通关手续
- (24) 提取进口货物
- (25) 索赔、理赔①
- (26) 索赔、理赔②

特别说明:

(1) 本示意图把一笔进出口贸易项下的出口和进口的环节有机地连接在一起, 意在使其业务流程能够形成一个整体, 但这样做的缺点在于, 图中的当事人过多, 业务程序过于复杂, 很容易使此前没有从事过实际工作的初学者眼花缭乱。事实上, 在实际工作中, 一个出口商或者进口商一般只会经历其中的一半流程, 也就是, 出口商只需要负责“出口”的那一半, 进口商也只需要负责“进口”的另外一半即可。

(2) 本示意图、甚至本书中的出口和进口流程都是以中国内地现存的相关政策、法规和惯例等为基础加以阐述的, 也就是说, 书中的“出口”都是站在“中国内地的出口商”的角度, “进口”也都是指“中国内地的进口商从国外的进口”。因此, 本书的业务流程基本上是适应中国的对外贸易实际工作的, 而有些流程与国外的相关规定有所差异。例如, 在中国, 进出口需要办理“出口收汇核销”和“进口付汇核销”手续, 而在国外很多国家并不需要, 有些国家甚至根本没有“国家外汇管理局”这样一个常设的管理机构。再如, 我国目前对出口商普遍实行“出口退税”政策, 而世界上有些国家或地区却并不采取这种奖励出口的措施。

(3) 图中的“检验”, 特别是出口货物的检验检疫, 按照我国现行的政策和法规, 仅限于“法定

检验”商品的出口，而“非法定检验”商品的出口并不需要在出口通关之前通过强制性的检验或检疫。因此，有些出口货物，如箱包、手套等“非法定检验”商品在出口通关之前可以免于检验。

(4) “报关”目前在我国可以有两种途径：一种是进出口商自己以“报关企业”的身份直接向海关申报，另一种则是进出口商委托某家“报关企业”代其向海关申报。本示意图取的是第一种情况。如果采取第二种办法向海关申报，图中有些示意性的箭头就要改动了，具体请参见本书第十章中的相关内容。

(5) 图中的(25)和(26)先后有两个“索赔”，这并不是说进口商针对同一批货物损失会先后向出口商和保险公司索赔，而是说进口商在发生货损后，往往首先想到的是“由卖方违约造成的”，因此，买方最容易直接向卖方提出索赔。事实上，索赔对象需要事先甄别和准确判断，如果是品质原因造成的损失应当向卖方索赔，如果是承保风险造成的损失应当向保险公司索赔，而如果是运输不当造成的损失则应当向承运人提出索赔。当然，并不是每一笔进出口贸易都会有索赔、理赔的“程序”，作者在这里只是想说明“如果有索赔，则会在这个环节上出现”。

(6) 本书中还有一些其他业务流程及示意图在某些方面存在与上述系列说明类似的情况，但为了避免重复，将不再另行附加说明和解释，请大家借鉴此处的说明一一加以识别，避免造成误解或困惑。

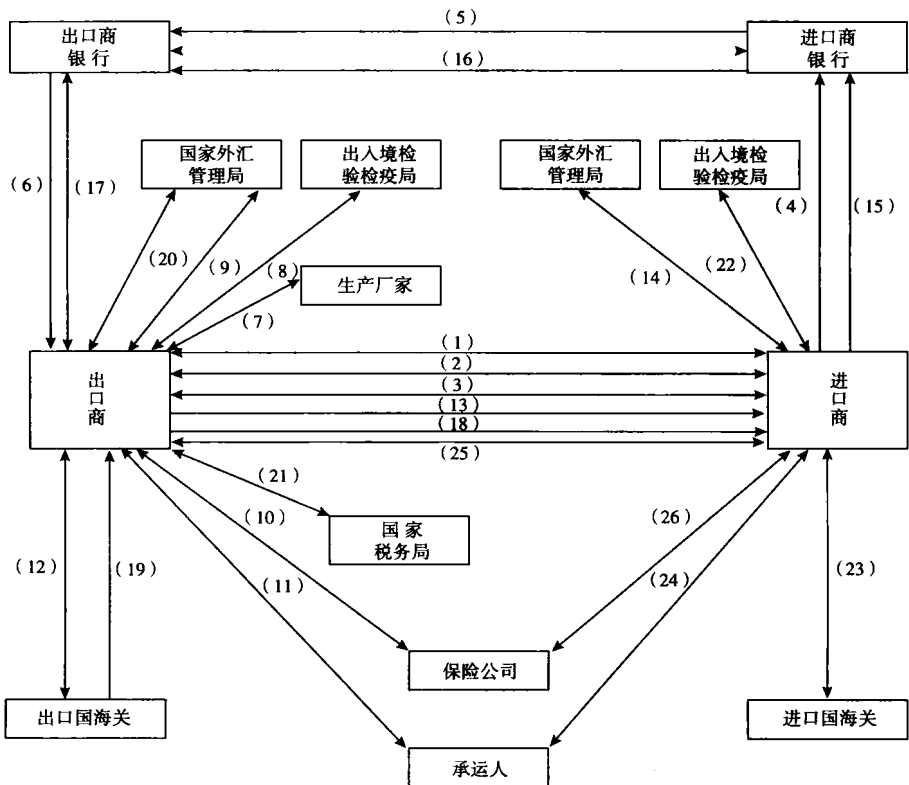


图 1-2 汇付支付方式下的贸易流程示意图
(以 CIF 条件为例)

- (1) 市场调研和推广
- (2) 商务谈判和签约
- (3) 打样、寄样、修改、确认
- (4) 签发汇付申请书（部分预付款）
- (5) 汇付预付款
- (6) 通知到账款项，签发银行水单，办理结汇手续
- (7) 下达订单，签订购货合同
- (8) 申请出口检验检疫，签发出境货物放行单
- (9) 申领出口收汇核销单
- (10) 办理出口货运保险
- (11) 办理出口运输委托
- (12) 办理出口通关手续
- (13) 发装运通知，传送主要单据副本，催付余款
- (14) 申领进口付汇核销单
- (15) 签发汇付申请书（货物余款）
- (16) 汇付货物余款
- (17) 办理结汇手续
- (18) 寄送全套交易单据
- (19) 退回出口货物报关单和出口收汇核销单
- (20) 办理出口收汇核销手续
- (21) 办理出口退税手续
- (22) 申请进口检验检疫，签发入境货物放行单
- (23) 办理进口通关手续
- (24) 提取进口货物
- (25) 索赔、理赔①
- (26) 索赔、理赔②

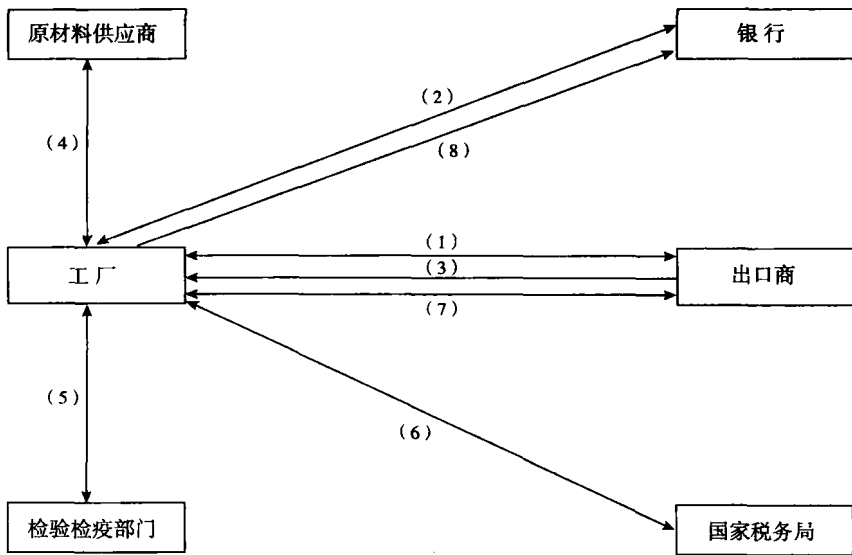


图 1-3 工厂业务一般程序示意图

- (1) 下达订单, 签订购货合同
- (2) 申请并获得贷款
- (3) 支付预付款 (部分)
- (4) 采购原材料
- (5) 申请并通过检验检疫
- (6) 缴纳增值税
- (7) 支付余款, 提交增值税发票
- (8) 偿还银行贷款

特别说明:

(1) 图中的“工厂”只是一个广义的概念, 它有时候仅指一个工厂, 有时候也可以指数个向出口商提供出口货源的生产厂家, 因为外贸公司的某批出口货物可以仅由某一个生产厂家提供, 也可以同时由两家或两家以上的生产厂家为其供货。同一份出口合同项下的出口商品到底是只需要一家工厂生产, 还是同时需要数家不同的生产厂家一起备货, 要视特定的情况和需要而定。

(2) 图中的“原材料供应商”也是一个广义的概念, 它通常是指数家向工厂提供生产出口货源所需原辅材料的供应商。事实上, 一批出口商品的原辅材料往往需要很多种, 并不是哪一个原材料供应商都能够做得出来或者能够全部提供的。例如, 生产布料的不会生产扣子, 生产扣子的并不一定能够生产拉链, 生产拉链的也不一定能够生产吊牌……

(3) 图中的“检验检疫部门”同样只是一个广义的概念, 并不一定专指“国家出入境检验检疫局”。而且, 如果出口商品属于“法定检验”的范畴, 那还得由出口商出面申请检验, 因为此时生产厂家不具备向国家出入境检验检疫局提出申请检验的资格。图中所说的“检验”, 主要是从证明“出口产品符合工厂与出口商签订的购货合同的规定和要求”出发的。

(4) 一个工厂在整个经营过程中, 除了需要缴纳增值税以外, 还要缴纳诸如营业税、企业所得税

等其他税负，但是，我们在这里讨论的只是与“国际货物贸易”这个核心具有直接关联性的业务问题，而营业税、所得税等内容与国际货物贸易（也就是与出口商）之间并没有什么直接的关联性，所以我们在这里将它们略去不提，但这并不说明这些税负不存在。

(5) 我们说以上业务程序只是“一般性质的”，是指上述程序在通常情况下如此，而且它无论是在制约工厂和出口商如期履约，还是在规避发生诸如货物生产出来以后出口商不要货，或者出口商付了款却提不到货物，或者出口商提不到合同规定的合格货物等事项风险方面，都是比较行之有效的防范手段。但是，实际工作中也并不是绝对或必须如此，事实上，如果工厂的信用等级足够高，在其资金周转特别困难的时候，出口商可以在签约以后立即向工厂预付全部货款；或者反过来，如果出口商确实能够恪守信用，即使他不预付一分钱的货款，工厂也是完全可以在订单落实以后就立即开工生产备货的。

(6) 进入21世纪以后，随着中国正式加入WTO，我国对外贸易的经营权已经由原来的“审批制”改成了现行的“注册登记制”，中国企业获得进出口贸易经营权的门槛因此被大大降低了，众多生产厂家也纷纷取得了“自营进出口经营权”。但是，我们这个示意图中的“工厂”并不是指“自营进出口贸易的工厂”，而是“只向外贸公司提供出口货源的生产厂家”。如果工厂把自己生产出来的产品以该厂自己的名义直接出口到国外（俗称“自营出口”），那么，这种工厂的身份就与“出口商”基本相同了；所不同的只是：进出口公司与工厂之间是两个不同企业之间的买卖关系，而工厂内部的外贸部门与生产部门之间却是同一企业内部两个不同部门之间的买卖或者调拨关系。

第二章 建立外贸业务关系

本章实训的主要目的：

(1) 无论是出口商还是进口商，都要善于调查和了解国际市场行情，在知己知彼的基础上有的放矢地开展进出口贸易，从而使自己在竞争激烈、动荡不定的国际市场里，总是处于一种“任凭风浪起，稳坐钓鱼船”的主动地位。

(2) 出口商在对商品、市场和客户都有了一定程度的了解和熟悉之后，应当有选择地找准一家或几家较有发展潜力的国外进口商或中间商，并主动与他们取得联系，寻找在某类商品贸易上进行合作的可行性；进口商也应根据自己的实际需求，在广阔的国际市场上适时地寻找自己需要的商品和合适的卖家。

(3) 熟练掌握出口商与进口商彼此之间建立外贸业务关系的来往函电在格式、措辞等方面的写作技巧。

第一节 市场调研

市场调研的范畴一般主要包括商品、市场和客户。商品调研主要是指经营者对已经经营或者准备经营的产品的主要功能和用途、原材料构成、加工制作的原理和难易程度、规格、性能、特征、通常的包装方式以及平均价格水平等的认知和了解。“市场调研”包括对出口国家的货源市场和进口国家的销售市场这两个市场的调查和研究。在出口市场方面，经营者需要了解自己所经营产品的主要生产厂家的分布情况、生产规模、原材料货源、产品的档次及其价格、服务质量、资信状况，交通、通信条件，该国及周边的政治、经济形势以及与进口国的双边关系等；在进口市场方面，经营者需要了解进口国家对于该经营商品的常年需求规模、主要购买群体的消费水平、主要进货来源及进货渠道、主要进口商的经济实力和信誉状况，进口国家的政治、经济现状以及与出口国家的双边外交关系，进口国家的贸易及外汇管制程度、进口关税的种类及税率水平，进口国家的民风民俗、宗教信仰、气候条件等。“客户调研”主要

包括了解进口国家的进口商、代理商、批发商、零售商和用户对所经营商品的需求状况，他们的主要分销渠道、需求数量和质量，他们的经营能力、资信状况和消费水平以及对现有商品的评价和要求等。

市场调研对于一个刚刚进入外贸行业从事进出口业务的工作人员来说，是一个必不可少的重要步骤。当然，就是一个长年经营某种商品的老手，也完全有必要不断地开展市场调研，不断地获取新的市场信息，并及时更新自己的经营理念，调整经营策略和手段，以便适时组织新的适销对路的上市产品，从而在国际市场上立于不败之地。

虽然在国际市场上，大部分商品，特别是像鞋类这种科技含量普遍不高的劳动密集型产品，“买方市场”占据着主要的地位，买方是绝对的“上帝”，但是，买方也不能因此就放弃市场调研，他们同样有必要对全球主要市场适时地进行“盘点”并及时对自己的经营策略作出相应的调整，以使自己的经营总是处于一种“利润与规模同步增长，同时规避经营风险”的良性循环状态。买方市场调研的范围主要包括：（1）进口国国内对于自己经营商品的需求现状、变化及其发展趋势，主要出口国家的货源动态，如款式、花色品种、商品品质、数量、价格水平等；（2）新产品对于老产品的冲击程度，新产品和老产品各自的价格水平及其趋势，国际市场对于新产品的品质和价格认可和接受的程度；（3）主要出口商的信誉程度和经营能力，如经营规模、主要出口市场、主要进口商、出口商对于市场和客户要求的应变速度和能力、交付货物的准时度和品质、用户对其产品和服务的普遍评价等。

市场调研的方式多种多样，因人而异。我们可以因地制宜地选择互联网搜索（如“阿里巴巴”网站等）、翻阅报刊（如《国际商报》、《国际贸易消息》等）、咨询国内外相关机构（如各国驻外大使馆商务处等）、参加或参观国际博览会（如广州“中国进出口商品交易会”、上海“华东交易会”、浙江义乌小商品市场等），也可以组团出国考察、访问客户和用户等，都是不错的途径、渠道和方法。其中，进出口企业参加国内外各种商品展销会的效果最直接、最快捷、最有效，他们把自己经营或需要的商品往展览会上一陈列，那些有意的与会客商就会纷至沓来，使进出口生意牵上线、搭上桥。如果双方真正“有缘”，彼此的合作就会从此源源不断。

殷茵小姐是ABC国际贸易有限公司新近招聘的外销员，前不久被安排到该公司出口业务二部拓展出口业务。为了避免与该公司其他同事的客户或经营的商品发生雷同和重叠现象，避免内部竞争，殷茵决定独辟蹊径，开拓全新的外销业务。她在征求了领导和同事们的意见与建议之后，决定试着去做鞋类的出口贸易业务。殷茵认为，鞋子是每一个人都必须穿着的商品，目前