

中等专业学校教材

进出口单证

王芬 主编

JINCHUKOU DANZHENG



中国轻工业出版社

中等专业学校教材

进出口单证

王 芬 主编

李义华 主审

 中国轻工业出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

进出口单证/王芬主编.-北京:中国轻工业出版社,
1999.9 (2001.6 重印)
中等专业学校教材

ISBN 7-5019-2452-X

I. 进… II. 王… III. ①进出口贸易-中国②进出口贸易-原始凭证-制作-中国 IV. F752.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (1999) 第 28587 号

责任编辑:刘云辉

策划编辑:刘云辉 责任终审:滕炎福 封面设计:东远先行图文设计公司

版式设计:丁夕 责任校对:方敏 责任监印:崔科

出版发行:中国轻工业出版社 (北京东长安街6号,邮编:100740)

网 址: <http://www.Chlip.com.cn>

联系电话:010—65241695

印 刷:北京市卫顺印刷厂

经 销:各地新华书店

版 次:1999年9月第1版 2001年6月第2次印刷

开 本:787×1092 1/16 印张:11.75

字 数:282千字 印数:3001—4000

书 号:ISBN 7-5019-2452-X/F·201 定价:22.00元

·如发现图书残缺请直接与我社发行部联系调换·

前 言

20 世纪即将过去, 21 世纪即将来临。世纪之交, 中国的经济呈现出持续稳步向上发展的良好势头, 改革开放不断深入, 有中国特色的社会主义市场经济体制不断完善。在此情况下, 我国的对外经济贸易要更好地与国际经贸接轨, 尽快提高在世界经济贸易中的比重和地位, 使之成为世界经济中的一个重要组成部分, 从而推动我国整个国民经济的发展, 实现党的十五大确定的社会主义现代化建设的宏伟目标。

在对外经济贸易业务中, 单证工作是其中的一个重要组成部分, 贯穿于每笔交易的全过程中。由于单证工作技术性强、政策性强、操作规范性强, 工作中涉及到国际经贸业务的方方面面、各个环节。所以, 从事单证工作的业务人员必须具备较全面的国际经贸业务知识、单证业务知识以及认真、耐心、仔细的工作作风和敬业精神。

近年来, 全国各省市为适应我国对外经济贸易的发展需要, 在许多中、高等职业学校开办了涉外经贸类专业, 为企业培养实用型、操作型的第一线涉外经贸业务人员。为适应这一类专业的教学需要, 由全国轻工中专经济管理专业教材编写委员会组织编写了这本《进出口单证》。本教材主要介绍了进出口贸易实务的一般程序、贸易术语、货款结算等基本理论, 着重阐述了常用单证的种类、作用、内容, 详细介绍了这些单证的具体缮制方法以及应注意的问题, 并介绍了各种单证在进出口业务各环节中的流转过程和管理要求等具体实务。各种单证均附有样单, 每章后面配有供学生练习用的思考题和练习题, 有利于各类涉外经贸专业针对专业培养目标的需要进行教学。

本教材的特点是科学性、实用性、操作性强, 可作为大专院校、高等职业院校、中等职业学校有关涉外经贸类专业的专业实务教材, 也可供涉外经贸各部门有关工作人员学习和参考。

参加本教材编写的有: 王芬(第一、五、六、七、八、九、十章), 李秀玉(第二、三、四章)。由王芬负责总纂, 并任主编, 由李义华负责主审。本教材编写过程中得到了全国轻工中专经济管理专业教材编写委员会领导的关心和支持, 得到各地许多老师和经贸界专业人士的热情帮助。中国轻工业出版社的编辑做了大量的工作, 在此一并向他们表示衷心感谢。

由于编写时间仓促, 编者水平有限, 教材中难免有不足之处, 同时随着新的先进的贸易手段在世界许多发达国家逐步形成, 与之相适应的国际经贸规则、操作方法也将不断修订、革新, 将要求对教材的内容及时更新、补充, 因此, 敬请广大读者批评指正。

编 者 1999. 4.

目 录

第一章 绪论	1
第一节 外贸单证的重要性.....	1
第二节 外贸单证工作的具体要求.....	3
第三节 外贸单证工作人员的素质要求.....	5
第四节 外贸单证工作的发展.....	6
复习思考题.....	7
第二章 进出口贸易程序	8
第一节 出口贸易程序.....	8
第二节 进口贸易程序	16
复习思考题	19
第三章 贸易术语	21
第一节 贸易术语概述	21
第二节 几种主要贸易术语	24
第三节 其他七种贸易术语	28
第四节 贸易术语的选用	30
复习思考题	31
第四章 进出口贸易的货款结算	33
第一节 支付工具	33
第二节 支付方式	35
第三节 支付方式的选用	47
复习思考题	48
第五章 出口托运单证	49
第一节 出口许可证	49
第二节 出口商品检验申请单	51
第三节 出口货物报关单	53
第四节 海运出口托运单	56
练习题	62
第六章 出口结汇单证 (一)	68
第一节 汇票	68
第二节 商业发票	72
第三节 运输单据	75
第四节 保险单据	83
练习题	86
第七章 出口结汇单证 (二)	96

第一节 包装单据	96
第二节 产地证明书	97
第三节 检验证书	102
第四节 海关发票	104
第五节 其他单据	106
练习题	109
第八章 进口贸易单证	116
第一节 申请开立信用证	116
第二节 进口到货单证	123
第三节 进口货物单据的审核	125
练习题	128
第九章 进出口单证的流转和操作	134
第一节 出口单证的流转和操作	134
第二节 进口单证的申领和操作流程	140
第三节 单证的管理	142
复习思考题	143
第十章 电子计算机在外贸工作中的应用	144
第一节 电脑制单	144
第二节 电子数据交换 (EDI)	145
复习思考题	149
附录一	150
附录二	152
附录三	170
附录四	177

第一章 绪 论

当前在国际贸易业务中主要还是以单证为媒介，单证工作是企业进行对外贸易业务中的一个重要组成部分。一般情况下，买卖双方从贸易磋商，签订合同，直到一方交货装货、一方提货交款的整个过程，每个环节都有相应的单证需要缮制、交接、处理和传递，以保证满足有关各方面的要求，并协同企业顺利完成进出口交易。单证分出口单证和进口单证，出口国企业涉及的是出口单证，进口国企业涉及的是进口单证。大多数国际贸易交易中，买卖双方是以单证为交货付款的依据，所以，单证工作对于企业完成进出口业务，获取一定经济效益有着密切的关系。

第一节 外贸单证的重要性

一、单证的含义

单证 (Documents)，是指外贸结算中应用的单据、证书与文件，包括信用证和国际结算中的其他有关单据和证书，用以处理货物的交付、运输、保险、商检、结汇等。一般简称为“单证”。

《托收统一规则》(附录三)(国际商会第 522 号出版物)第二条指出：“‘单据’指金融单据和/或商业单据”。《跟单信用证统一惯例》(附录二)(国际商会第 500 号出版物，简称《UCP500》)第四条规定：“在信用证业务中，各有关当事人所处理的只是单据，而不是单据所涉及的货物、服务/或其他行为”。从中可看到单证在现代国际贸易结算中特定的含义以及重要地位。

二、单证在进出口贸易中的地位

单证贯穿于企业每一笔进出口交易的各环节，其重要性可归纳为如下几点。

(一) 单证是外贸结算的基本工具

国际贸易是国与国之间的商品买卖。与国内贸易相比有明显的不同点，所以绝大部分采用凭单交货、凭单付款方式。尽管交易中买卖的是商品，但买卖双方在交接货物、付款结算过程中，常常是以单据为依据和基础。

现代国际贸易中，海洋运输是最常用的运输方式，海运单据已从一般货物收据变成可转让的货物所有权凭证，使国际货物买卖通过单据买卖来实现。卖方交出代表物权证明的单据，就代表交货，买方付款赎取单据，就代表买到了货物，从而使得国际货物买卖的结算主要以单据为依据，尤其是按 CIF 成交，并以信用证为支付方式的合同，是典型的“单据买卖”合同，卖方向买方提交货运单据（主要包括提单、发票和保险单），就等于交付货物，即所谓的“象征性交货”；而买方则必须凭这些符合合同或信用证要求的货运单据付款以完成贸易结算。银行及所有当事人处理的是单据而不是实际货物，如单据中有不符合信

用证要求的地方，开证银行可拒绝承担付款责任，买方可拒付货款。

因此，在国际贸易的业务中，一整套正确、完整的单据是买卖双方及时进行贸易结算的基本工具，做好单证工作是卖方安全迅速收汇，买方及时取得物权证明的保证。单证工作上的任何失误会造成单证差错，会给双方带来不同程度的经济损失。

（二）单证是履行合同的证明工具

由于在国际贸易中绝大部分交易的买卖双方以单证为交货付款的媒介，所以单据在买卖双方履行合同的过程成了必不可少的证明工具。双方在履行合同的各个环节中，要不断缮制、签发、流转、交换和应用各种相应的单证，以保证交易按合同顺利完成。如在某一环节不能及时准确地缮制或流转有关的单证，会使某一方不能按时履行合同而使整个交易的进度受影响。如：以信用证支付，CIF 条件成交的合同，买方必须按合同要求准时开出信用证并送达卖方；卖方必须及时办理托运手续，及时装运取得提单，这里信用证的开立、传递，提单的缮制、取得，证明了买卖双方已完成这两个环节的工作。由此可见，单证是买卖双方一步步履行合同的必然结果，也是顺利完成进出口交易各环节工作的证明工具。

（三）单证是企业经营管理的重要标志

由于单证是买卖双方顺利完成进出口交易各环节工作的证明工具，所以单证做得是否符合合同或信用证要求，是否及时、准确、完整，就成了衡量进出口企业经营管理的重要标志。

进出口业务程序很多，涉及的部门也很多，任何一个环节、一个部门的管理上出差错，都会在单证上反映出来。进出口企业有严格的经营管理制度，各部门能互相协调配合工作，做好每一个环节的单证工作，使每一笔进出口交易能顺利进行，这样可以创收大量外汇，获取较大经济效益，企业管理得差，各部门不能积极配合工作，常会使单证出差错，延迟交货，必然使企业减少经济收入，甚至蒙受巨大损失。所以，进出口企业加强内部的经营管理，保证各部门、各环节工作的协调配合，可使单证质量提高，有效地防止和减少差错的发生，促进对外交易多成交、多创汇。

三、单证的分类

国际贸易业务中涉及的单证很多，根据不同方式有不同的分类。这里介绍几种。

（一）根据贸易双方涉及的单证划分

根据贸易双方涉及的单证可分为：进口单证，出口单证。

进口单证，即进口国的企业及有关部门涉及的单证，包括进口许可证、信用证、进口报关单、FOB 条件成交合同，还有保险单，等等。

出口单证，即出口国的企业及有关部门涉及的单证，包括出口许可证、出口报关单、包装单据、出口货运单据、商品发票、保险单、汇票、商检证、产地证等等。

（二）根据单证的性质划分

根据单证的性质可分为：金融单据，商业单据。

金融单据即汇票、本票、支票或其他类似用以取得款项的凭证。

商业单据即发票、运输单据、契据或其他类似单据及任何非金融单据的单据。

这是《托收统一规则》（国际商会第 522 号出版物）的分类方式，比较简明扼要，除了金融单据以外，统统归为商业单据，这就使商业单据的种类相当广泛。

（三）根据单证的用途划分

根据单证的用途可分为：资金单据、商业单据、货运单据、保险单据、官方单据、附属单据。

资金单据，即汇票、支票、本票等信用工具。

商业单据，即出口商出具的单据，有很多种类，如：商业发票、形式发票、装箱单、重量单等。

货运单据，即各种方式运输单据的统称。《UCP500》将运输单据分为7大类：海运提单、不可转让海运单、租船合约提单、多式联运单据、空运单、公路铁路内河运输单据、专递和邮政收据。

保险单据，主要是指国际货物运输保险，有保险单、预保单、保险证明等。

官方单据，即官方机构出具的单据或证明。如：海关发票、领事发票、原产地证明书、商检证等等。

附属单据包括寄单证明、寄样证明、装运通知、航程证明等等。

第二节 外贸单证工作的具体要求

就每一笔外贸业务来讲，单证工作买卖双方都要做，但相比较之下，出口方的单证工作更多、更集中，所以本书着重以出口方为主，阐述单证工作的具体要求。

出口方的单证工作从签订交易合同后至交易完成，可分成五个环节。具体要求如下：

一、审 证

当出口交易以信用证为支付条件时，出口方收到买方开来的信用证后，应着手审证。通知行的审证主要是审核信用证开证行的资信情况，以及信用证密押的真伪情况等。出口企业的审证主要是以合同为准，审核信用证的各条款是否与合同相符，对于不相符的条款或不能接受的条款必须及时提出，要求对方修改。

二、制 单

制单是单证工作的重点环节，随着买卖双方按照合同要求完成交易每个环节的工作，就必须缮制、签发各种有关单证，制单时要求做到准确、完整、及时、简洁、清晰。

1. 准确

在制单工作中“准确”是首要的，也是最重要的一条要求。是单证工作的前提。制单须准确包含两方面内容：

一方面要求各种单据必须做到“四个一致”，即：单证一致、单单一致、单同（合同）一致、单货（货物）一致。在以信用证为支付方式条件下，单证必须坚持严格相符的原则，在银行托收业务中，单证准确性的要求虽然不如信用证业务那样严格，但单证如不符合合同的规定，买方也有权拒付货款或延迟付款。所以，不论在什么情况下，单证的制作要求准确到不能有一字之差，严格按信用证或合同的要求制作。

另一方面是要求各种单据必须符合有关国际惯例和进口国有关法令和规定。目前大多数国家银行开来的信用证都注明适用《UCP500》，所以制单时应注意各项内容应符合该惯

例要求。同时还应注意进口国对单据的特殊要求或特殊的法令规定，制单时应按要求制作。

2. 完整

制单工作中，“完整”也是重要要求之一。它包含了两方面内容。

一方面要求单证必须按规定成套，份数齐全。所谓成套是指一笔交易中卖方应按信用证或合同规定制作或获取的所有种类的单证。如 CIF 条件成交的合同，卖方向买方提供的单证至少应有发票、提单和保单，有时买方还提出要装箱单、产地证、商检证以及装运通知电传副本等等。卖方在履行各项工作时，应及时缮制或向有关部门获取以上所有种类的单证，缺任何一种都将可能遭到银行拒付。所谓份数齐全，是指每一种单证需按要求制作正本×份，副本×份，不可减少短缺。

另一方面，要求每一种单证的内容必须完整。任何单证都有其特定的作用，这种作用是由单证本身特定的格式、项目、文字、签章等内容来体现的，所以要求制作单证时对其内容描述、应列项目、文字拼写、语句表达以及签章或背书等都要完整，不可遗漏。

3. 及时

单证工作的时间性很强，各种单证都要按要求及时出单。它包含了两方面内容：

一方面，一笔业务的整套单证中，各种单证的出单日期必须合理，有序，也就是说，每一种单证的出单日期必须既符合一般商业习惯和要求，又不能超过信用证或合同规定的有效期限。如，一般来讲，一笔业务中最早出单的是装箱单、发票，如晚于保险单、甚至提单的出单日期就有悖于商业习惯，显得不合理了。又如保险单的日期一般早于提单的签发日期或同一时期，提单日期不得晚于最晚装运期限等等。出单不及时，日期先后不合理或搞错了，都会造成单证、单单不符。

另一方面，单证全部制作完毕，应及时交单议付，信用证条件下尤其应注意交单议付日期不得超过规定的信用证有效期。如信用证另外规定了交单期限，则必须在期限前交单。《UCP500》中规定，“除交单到期日以外，每个要求运输单据的信用证还应该规定一个运输单据出单日期后必须交单付款、承兑或议付的特定期限。如未规定该限期，银行将拒收迟于运输单据出单日期 21 天后提交的单据。但无论如何单据也不得迟于信用证到期日提交。”过期提单将遭银行拒付或造成利息损失。因此，应及时出单，及时交单议付，这样也有利企业内部各部门协调工作。

4. 简洁

要求单证内容力求简明扼要，防止复杂繁琐。简化单证不仅可以减少工作量和提高工作效率，而且也有利于提高单证质量，减少差错。

5. 清晰

要求每份单证的表面要清洁、美观、大方。这是对单证的外观质量要求。具体要求单证格式的设计应标准化、规范化，项目布局要合理，层次分明，重点突出醒目，缮制过程中行次整齐、字迹清晰、语言通畅、尽量不要涂改。更改处要盖校对章。如涂改过多或关键项目出错，必须重新缮制。单证的外观质量在一定程度上反映了一个企业的业务水平和管理水平，要求工作人员认真对待，不断提高质量。

三、审 单

审单是指出口企业在全套单证缮制完毕或从其他部门获取以后,应先预审一遍。一般以发票为中心,严格仔细地与信用证或合同条款逐项核对,做到单证一致、单同一致、单单一致。如发现有错应及时修改,差错严重的应重新制作,尽量不使错单缺单出门。

四、交 单

全套单证预审无误后,严格按信用证或合同规定的期限及时交单。防止逾期交单,影响安全收汇。如因为某些原因,卖方确实不能做到准时交单,应在规定期限内尽快与买方及有关银行联系,协商解决问题的办法。

五、归 档

由于进出口单证是涉外单据文件,交单后还可能有退单、议付、索赔、争议、仲裁等事情发生,所以进出口企业应保持一份完整的副本归档,保存一段时间,以备查阅。这也是单证工作中必不可少的一个环节。

单证工作涉及面广,内容多,工作中还应注意以下几个方面。

1. 经常检查

进出口业务程序很多,环环相连,每个环节都要制作或签发或传递相应的单证,单证工作人员在进行每个步骤、环节的工作时经常检查单证的完成情况,有利于随时发现差错,及时纠正,发现遗漏,及时弥补。

2. 及时处理发生的问题

交单后经议付行审核或开证行审单后,还可能会发现问题,这时应注意抓紧时间迅速与进口方及有关部门协商处理和解决问题的办法,以争取安全及时收汇。

总之,单证工作是进出口贸易中的一项重要基本工作,每个进出口企业应充分重视,不断提高单证工作人员的素质,提高单证工作的质量。随着计算机的广泛应用,单证工作将越来越简单、迅速,单证设计的标准化、规范化及单证管理的现代化,都将促进我国发展对外贸易,促进经济发展。

第三节 外贸单证工作人员的素质要求

单证工作在外贸业务中起着十分重要的作用,尽管交易的标的是商品或服务,但在具体结算中绝大多数是凭单据进行的,尤其是在信用证支付条件下,要严格做到单证一致、单单一致,才能保证安全迅速收汇,否则会给国家、企业带来不同程度的损失,甚至影响政治信誉。所以,单证工作是一项极其细致、繁琐又极为重要的工作,要求单证工作人员具有较高的政治素质和业务素质。我国外经贸部在1988年制订了《外贸企业单证岗位规范(试行)》,对从事单证工作的人员提出了政治思想和职业道德、专业知识、工作能力、文化程度和工作经历等四大方面的素质要求,结合当前我国改革开放形势及对外贸易的发展趋势,对单证人员的要求归纳为以下内容。

一、政治思想和职业道德

外贸单证工作人员能坚持四项基本原则，拥护党的改革开放政策，热爱本职工作，有较强的责任心，在工作中能自觉维护国家和企业的利益，做到认真、耐心、细致。具有良好的群体合作意识和全局意识，能与本企业内、外各有关部门协调合作，相互支持，促进工作顺利进行。

二、专业知识

外贸单证工作人员必须了解并掌握执行我国对外贸易有关的方针、政策和法律，掌握有关国际贸易基本理论与实务知识，掌握有关国际金融基本理论与实务知识，懂得有关现行的关于信用证和托收业务以及贸易术语的国际惯例，了解本行业、本企业的外贸进出口业务的内容、特点及对单证工作的要求，以及有关运输、保险、商检、银行等部门的工作要求、程序，以便协调工作。

三、工作能力

外贸单证工作人员必须具有高中以上文化水平，并有较好的外文基础，能看懂外来信用证及有关文件、函电，能拟发外文函电、出具各种证明等，能用外文简单会话，能正确理解信用证内容、要求，能独立缮制各种单证。并按要求传递、分类、归档等，能熟练准确地进行英文打字，能熟悉电子计算机制单及操作技能。

第四节 外贸单证工作的发展

自人类进入本世纪 90 年代以来，世界经济出现了快速发展的趋势，尤其是自 1995 年世界贸易组织成立，并取代关贸总协定以后，世界各国的经济都在进行调整，逐步向经济全球化和市场化发展，1995 年世界进出口贸易总额超过 10 万亿美元。1995 年我国进出口贸易总额突破 2800 亿美元，1998 年达 3200 多亿美元，出口每年呈递增趋势，居世界各国贸易额名次的前列。随着我国外贸进出口业务量的逐年增长，进出口单证工作量也相应增加。由于外贸中所使用的单证种类繁多，要求复杂，常有差错发生，给国家、企业造成不小的经济损失。所以，传统的单证和制单方式已逐渐不能适应目前对外贸易工作的发展需要，单证的改革、制票方式的改革、乃至贸易手段的改革是势在必行了。

国际上的单证改革工作在 50 年代就已开始。首先是对单证的格式设计进行改革。瑞典于 1957 年创造了一种“套合一致”的单据形式，仅此一项就使单证制作费用减少了 37%，并大大降低了差错率。1973 年联合国欧洲经济委员会将其拟制的《欧洲经济委员会单据设计样式》作为国际贸易单据标准格式，正式向世界各国推荐。1978 年改名为《联合国贸易单据设计样式》，由联合国出版，并向全世界发行。这种“套合一致”的标准单证格式可减少各种单证相同内容的重复缮制、重复审核，可提高准确率，节省时间和人工耗费。我国国家技术监督局、外经贸部于 1994 年 12 月发布一套国家贸易标准单据，有商品发票、装箱单、装运单等，1995 年 10 月 11 日起实施。其主要特点也是“套合一致”，格式规范化、标准化。其次是推广使用国际标准代号和代码。这是单证改革的另一方面。联合国设计推

荐使用下列国际标准代号和代码。

(1) 运输标志(唛头)代码。由收货人简称、合同号、目的地和件号四个部分组成。

(2) 国家和地区代码。由两个英文字母组成。如: 中国 CN, 英国 GB, 美国 US。

(3) 货币代号。由三个英文字母组成, 前两个符号代表国家名称, 后一个符号代表货币名称。如人民币 CNY, 英镑 GBP, 美元 USD。

(4) 地名代码。由五个英文字母组成, 前两个符号代表国家名称, 后三个符号代表地方名称。如: 上海 CNSHG, 伦敦 GBLON, 纽约 USNYC。

(5) 用数字表示的日期代码。如: 1995 年 10 月 9 日, 为 1995—10—09 等。

使用国际标准代号和代码, 有利于单证的规范化和标准化, 有利提高制单工作效率, 有利于国际上各国家、地区相互沟通、交流, 同时为使用电子计算机处理单证创造了条件。

近年来随着电子计算机技术的发展和广泛应用, 国外许多企业开始采用电子计算机来制作单证, 即电脑制单。我国许多外贸企业也在这方面进行改革探索, 取得了一定效果。电脑制单的优点在于数据一次输入, 核对正确, 便可打印出多种单证, 节约了制单、审单时间, 减少人工制单造成各种差错, 减轻劳动强度, 提高工作效率, 便于单证的归档管理。

随着计算机通信网络技术的应用和发展, 电子数据交换 (Electronic Data Interchange) 简称 (EDI), 这一先进技术被人们应用到国际贸易中来, 即通过电子计算机的联机式网络将贸易过程中的各种信息或单证上的各个数据, 在国际间进行交换和自动处理, 从而避免了各种单证的制作和传递, 加速了贸易进程, 故被称为“无线贸易”。这是现代高科技和经济管理相结合的一个例子, 极大地改变了传统的贸易手段和管理手段, 不仅使贸易业务的操作方式根本改观, 而且也影响了企业的行为和效率, 对市场结构、国民经济的运行等都产生了根本性的变化。我国于 90 年代起对 EDI 进行探索研究, 1991 年 11 月中国抽纱 (集团) 总公司成为我国第一家应用 EDI 技术签订贸易协议书的公司, 相信在不久的将来, 我国的经贸界一定会跟上世界先进技术, 在外经贸领域全面应用 EDI。

复习思考题

1. 什么是单证? 单证在进出口贸易中有什么作用?
2. 单证有哪些种类?
3. 简述进出口贸易业务中单证工作的要求。
4. 外贸工作中制作单证的具体要求有哪些? 怎样理解制单必须准确、完整、及时?
5. 我国对外贸单证工作人员的素质有哪些具体要求?

第二章 进出口贸易程序

进出口业务的范围很广，工作环节较多，程序复杂，每一流程均可构成一门专业，而且各个流程之间又有着内在的联系，任何一个环节上稍有疏忽，都会给工作带来损失。作为一名单证业务工作者，有必要对进出口业务程序，有一个概括了解。

第一节 出口贸易程序

一、出口贸易前的准备

在进行出口贸易前，为了正确地贯彻国家有关政策，完成出口计划任务，提高经济效益，必须做好出口贸易前的准备工作，这些工作主要包括：做好国际市场的调查研究，制定出口商品的经营方案，落实货源，制定出口商品生产计划，开展广告宣传，建立客户关系和推销网等，准备工作做得好与不好，对每笔贸易的成败有着密切的关系。

（一）做好国际市场的调查研究

1. 对国际市场调查研究的内容

对国际市场调查研究，应以各个具体的出口商品（或同一类商品）为对象，了解各个市场的基本特点，研究市场变动规律，估计市场供求关系和价格的变动趋势。

（1）对市场适销品种的研究

在国外同一销售市场上，销售着各国同类的商品，它们在品质规格，花色品种，包装装潢等方面都不完全相同，对市场的适销情况也不一样，我们应摸清这些不同品种对市场的适销情况，特别要研究市场畅销、竞争商品的特点，以便使出口商品更加适应市场的需要，增强商品的适销性。同时，还要了解国外产品的先进生产技术和工艺水平，听取国外经营者和消费者对出口商品品质、规格等方面的反映，以便协助生产部门研究改进商品质量，以利扩大出口。

（2）对市场供求关系的研究

市场供求关系的变动，对出口商品的销售和价格的制定有着直接的影响，选择销售市场，应深入研究供求关系的变化。

国际市场商品供求关系的变化是极不平衡的，时而供过于求，时而供不应求。因此研究各销售市场供求关系变化时，应在掌握其基本发展趋势的基础上，结合当前市场条件和商品出口情况进行具体分析，搞清商品的供应来源和需求方向，以及供求的数量变化，做到比较确切地掌握市场容量和当前市场供求变化的特点，以便为出口商品选择最适当的销售市场，使商品在市场上立于不败之地。

（3）对市场价格的研究

研究国际市场的价格，首先要掌握价格变动的基本规律，特别是在估计价格的长期变动趋势时，更要注意价值和价格之间的变动关系。国际市场价格的剧烈波动，除去受价值

变动的作用外，还经常地受政治的、经济的和自然的多种因素的影响。诸如市场供求的变化、垄断和竞争、投机性活动、有关国家的政策措施等，都会引起市场价格的波动。

对国际市场的调查研究，除了包括上述各项内容外，有关各个市场的商业习惯、销售渠道、市场竞争、消费者心理、当地的外贸管制法令、关税税率、航运港口等情况也属调查研究的范围。为了做到心中有数，把生意做活，还应对商品销售的可能性、存在的问题以及应采取的措施等进行认真分析。

2. 对国际市场调查研究的方法

(1) 搜集和积累资料

搜集资料的工作是调查研究工作的基础。资料的主要来源有以下几个方面：各国的电讯、报章杂志和有关专业性书刊；各国管理进出口贸易部门，银行研究团体和商会定期或不定期发表的报告或材料；向国外商业咨询机构交纳一定的费用，委托其调查或提供有关资料；通过我驻外机构或客户进行实地调查，在日常业务活动中，可通过来往的函电，当面谈判，分析客户的反映和市场动态等。

(2) 分析市场动向

分析市场动向，就是在广泛搜集资料的基础上，对各种市场现象进行分析。判断当前市场变动的特点，研究对出口可能产生的影响，并对其发展趋势进行预测。

分析和预测市场动向，主要是研究市场供求关系和价格的变动。其中包括：当前供求关系处于什么状况，价格水平如何，今后的供求关系将发生什么变化，价格如何变化以及可能变动的幅度等等。

(3) 选择适当的目标销售市场

进行上述调查研究的重要目的之一，就是要选择适当的目标销售市场，以便确定某项商品出口的地理方向和市场布局，在选择市场时，首先必须注意贯彻对外贸易方针政策，特别是国别（地区）政策。在符合政策原则的前提下，也应注意出口经营的经济效益，其中，包括销售数量的大小、价格的高低、现汇贸易还是记账贸易等因素。其次，要根据各个商品的具体情况和经营意图，对销售市场进行合理的布局，既要考虑到当前，又要考虑到未来的发展趋势。在确定安排主销市场的同时，也要适当安排辅销市场，以便做到有主有辅，互相补充，避免在主销市场发生变化时，造成销售困难的被动局面。但应注意主销市场和辅销市场并非是固定不变的，随着各种情况的变化，它们在一定条件下是可以互相转化的。再次，在安排销售市场时，应根据不同市场的特点，既要注意巩固传统市场，又要不断开辟新市场；既要注意抓当前销售量较大的市场，也要注意转口量较大的市场。总之，对市场的选择安排，应做到全面考虑，合理分布。

(二) 制定出口商品经营方案

为了更有效地做好交易前的准备工作，使对外洽商交易有所依据，一般都需事先制定经营方案，保证经营意图的贯彻和实施。

现将出口商品经营方案的内容介绍如下：

(1) 货源情况：包括国内生产能力，可供出口的数量，以及出口商品的品质、规格和包装等情况。

(2) 国外市场情况：包括国外市场需要和价格变动的趋势。

(3) 出口经营情况：其中包括出口成本、创汇率、盈亏率的情况。并提出具体经营意

见。

(4) 推销计划和措施：包括分国别和地区，按品种、数量或金额制定推销的计划和进度，以及完成推销计划应采取的措施，如对客户的利用，收汇方式的运用，对价格、佣金和折扣的掌握等。

对于大宗商品或重点推销的商品通常是逐个制定出口商品经营方案；对其他商品可以按商品大类制定经营方案；对中小商品可制定内容较简单的价格方案。

(三) 落实货源

组织货源是发展对外经济贸易的物质基础，关系着出口计划是否能够完成，关系着为国家换取外汇、进口所需物质，同时也关系着发展国内生产，资金积累和劳动就业等，因此，认真做好货源工作是十分重要的。

外贸出口公司根据国内货源、供应的可能，编制出口货物收购计划，与有关的生产或供货单位衔接落实商品的品种、花色、规格、数量、交货时间等，并签订必要的合同。签订合同以后，各外贸出口公司要经常深入工厂了解出口产品生产情况，掌握生产进度，检查产品生产过程中的质量，发现问题及早解决。货物收购前要下厂验看产品，需商检的要报商检局检验，努力把质量关。货物进仓前，预先要提出进仓计划，安排好仓位，及时进仓；货物出运时，开好仓单，做到单、货相等，不误提货出运。

(四) 开展广告宣传

1. 广告宣传的要求

商品广告 (Advertising) 宣传是国际市场推销商品和进行竞争的一种主要手段，也是我国扩大出口业务中极为重要的一个方面。我们的出口产品要进入国际市场，打开销路，首先必须让消费者知道我们的产品，要做到这一点就必须进行广告宣传。对外广告宣传除了必须符合我国对外贸易的方针、政策外，还要求：

(1) 要结合我方推销意图，有计划有重点地进行。要努力培养名牌商品和巩固、开辟重点销售地区。根据业务发展，要特别注重宣传那些质量、品种、货源都有发展前途的商品。经宣传的产品货源能正常供应；如果是机械产品，售后服务要能跟得上；准备宣传的产品，要先准备好样本，能做到函索即寄，不能与宣传脱节。

(2) 在广告宣传的内容和形式上要体现社会主义风格，要解放思想，大胆创新，要坚持实事求是，适应国外市场的习惯和需要，同时注意保持我国民族特色。

(3) 要充分利用代理商为我宣传。可以挑选资信好，经营能力强的经销商和代理商，签订宣传条款，确定以合同金额的一定比例作为商品的宣传费用。费用也可双方合理负担，并定期检查此项协议的执行情况。

2. 广告宣传的渠道

目前我们进行广告宣传的渠道有：

(1) 国内有中国国际贸易促进委员会主办的刊物《中国对外贸易》，这是我国对外经济贸易的一份专业杂志，国外发行量较大，我们可以事先编报全年刊登计划，以后陆续发稿，经杂志社审核后刊登。另外，各集团公司主编的各种特刊，可刊登本集团出口商品宣传文稿和广告，分发给客户，进行宣传。

(2) 利用国内对外发行的报刊，如在《北京周报》、《中国日报》等报刊上刊登广告，亦可在其他地方对外发行的报刊上刊登广告。

(3) 配合交易会做好广告宣传。可在《中国出口商品交易会》会刊上,也可在香港《大公报》、《文汇报》、《经济导报》、《旅游》以及《澳门时报》等报刊上刊登广告。

(4) 远洋地区刊登广告,可选择国外发行范围较大的报纸和杂志,委托国内办理国外广告业务的广告公司办理。

(5) 根据商品的特点、需要和可能,通过经销代理户,以多种形式、多种渠道、有计划有重点地进行经常性的宣传,如广播广告、电视广告、电影广告、赠送样品、商品陈列和展览等。

(五) 建立客户关系和推销网

客户是我们的交易对象,广泛地同客户建立贸易关系,组织推销网,这也是我们做好推销工作,扩大出口的重要条件。

1. 选择交易对象

在交易之前,对客户的资信情况要进行全面调查,并进行分类,选出成交可能性最大的客户。对客户的资信调查的主要内容包括:

(1) 支付能力

主要是了解客户的财力,其中包括注册资本的大小、营业额的大小、潜在资本、资本负债和借贷能力等。

(2) 客户背景

主要指客户的政治经济背景及其对我们的态度。凡愿意在平等互利原则的前提下同我们进行友好往来、贸易合作的客户,我们都可积极与他们交往。

(3) 经营范围

主要指企业经营的品种、经营的性质、经营业务的范围、以及是否同我国做过贸易等。

(4) 经营能力

主要指客户的活动能力、购销渠道、联系网络、贸易关系和经营做法等。

(5) 经营作风

主要指企业经营的作风和客户的商业信誉、商业道德、服务态度以及公共关系水平等。

应当指出的是,在选择客户时,既要注意巩固老客户,也要积极物色新客户,以便在广阔的国际市场上,形成一个广泛的有基础和有活力的客户群。

了解客户的途径很多,例如:通过实际业务的接触和交往活动,从中考察客户;通过举办交易会、展览会、技术交流会、学术讨论会,主动接触客户并进行了解;通过有关国家的商会、银行、咨询公司和各国民间贸易组织了解客户;从国内外有关专业性报刊和各种行业名录中了解客户和物色潜在客户。

2. 做好客户工作,建立推销网

一个好的客户关系就是一份推销力量。建立和发展客户关系,认真做好客户工作,调动客户的积极性对我们了解市场动态、发展市场、扩大销售、逐步完善推销网具有重要的作用。

(1) 善于发挥不同客户类型的长处

在国际市场上,专营或兼营进出口业务的企业是多种多样的。根据这些企业的性质、经营方式、经营能力可划分为不同类型。我们可以根据我们的经营意图,按业务需要选择不同类型的客户,以发挥各种客户的长处为我所用。