

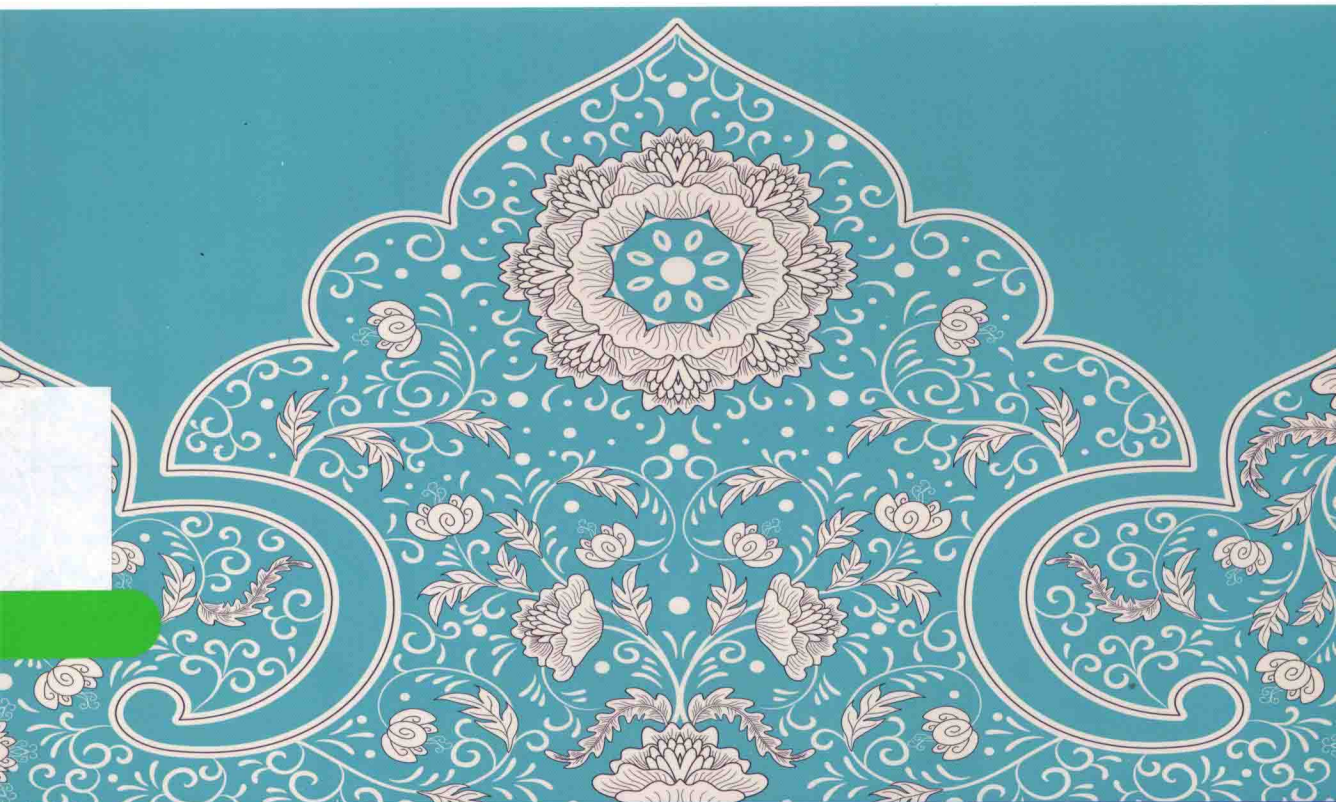


21世纪高等院校国际经济与贸易专业精品教材

进出口贸易 实务

陈平 主编
彭兴莲 宋慧琳 陈明敏 副主编

Import & Export Practice



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

全国百佳图书出版单位

纪高等院校国际经济与贸易专业精品教材

进出口贸易 实务

陈平 主编
彭兴莲 宋慧琳 陈明敏 副主编

Import & Export Practice



东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

大连

© 陈 平 2015

图书在版编目(CIP)数据

进出口贸易实务 / 陈平主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2015.6
(21世纪高等院校国际经济与贸易专业精品教材)

ISBN 978 - 7 - 5654 - 1885 - 3

I. 进… II. 陈… III. 进出口贸易-贸易实务-高等学校-教材
IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 044362 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

教学支持: (0411) 84710309

营 销 部: (0411) 84710711

总 编 室: (0411) 84710523

网 址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

大连雪莲彩印有限公司印刷 东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 185mm×260mm 字数: 394 千字 印张: 17 1/2

2015 年 6 月第 1 版

2015 年 6 月第 1 次印刷

责任编辑: 孙 平 章北蓓 责任校对: 毛 杰 那 欣

封面设计: 冀贵收 版式设计: 钟福建

定价: 32.00 元



前言

为适应应用型本科教学的基本要求,培养具有实践操作能力、能够直接进入进出口业务状态的应用型外贸业务人员,本书以信用证支付方式下进出口业务为主线,结合《跟单信用证统一惯例》(UCP600)和《国际贸易术语解释通则 2010》(INCOTERMS 2010)以及国际商会《关于审核跟单信用证项下单据的国际标准银行实务》(ISBP745),从培养学生的实际应用能力着手,按照实际业务的操作流程,以实例为引导、以实训为手段、以操作能力为目标,深入浅出、简明扼要,展现业务知识、业务流程、业务操作。本书在总结外贸业务经验教训的基础上,参阅引用大量近年来众多外贸公司进出口业务的单证实例和典型案例,同时引用部分有关教材、文献资料,并整理、编撰、阐述各有关概念和专业知识,融合归纳而成。

本书共分八章及附录部分,在编写过程中,以信用证支付方式下进出口业务流程为主线,介绍各业务环节主要知识,针对业务操作环节可能出现的问题进行提示,启发读者思考,突出操作指导,期望为读者提供一条在模拟操作实践中掌握进出口业务技能、增强其“实战阅历”的有效途径,试图克服教学理论与实际操作相脱节的弊病。另外,针对进出口业务综合性特点,将各专业课程的知识有机地联系起来,强化业务知识的融合运用,并插配有图示和照片,比较直观具体,书后附有常用英文贸易用语和单证式样等业务知识图表,便于读者自学提高。

本书由陈平主编,并总撰定稿全书。其中陈平(南昌大学科学技术学院)编写前言、第一、四、五、六、八章,陈明敏(南昌大学科学技术学院)编写第二章,宋慧琳(南昌大学科学技术学院)编写第三章,彭兴莲(南昌大学科学技术学院)编写第七章及附录。

在本书编写出版过程中,得到了东北财经大学出版社的大力支持、帮助,王磬、鲜昭君、张琳琳等历届毕业生对本书编写工作从各方面给予了协助和支持,在此一并表示衷心感谢。

本书借鉴和参考了大量的相关教材以及资料,限于篇幅不能逐一列举,在此我们对相关作者的辛勤劳动表示感谢。由于时间匆促,水平有限,书中难免有不妥之处,敬请广大读者批评指正。

编者

2015年5月

目 录

第一章 贸易谈判	1
第一节 进出口业务人员的基本条件	2
第二节 外贸业务中的涉外礼仪	4
第三节 谈判前的准备	8
第四节 价格谈判	10
第五节 外贸函电	14
案例分析	25
实训练习	25
第二章 成本核算和签订合同	26
第一节 出口商品价格	26
第二节 签订合同	37
案例分析	43
实训练习	45
第三章 信用证的审核与修改	46
第一节 跟单信用证	46
第二节 信用证的开证方式	49
第三节 催证、审证与改证	53
案例分析	63
实训练习	63
第四章 备货和商检	68
第一节 订购货物	68
第二节 生产跟单	71
第三节 出口许可证	81
第四节 商品检验	84
案例分析	99
实训练习	99
第五章 货运报关与投保	102
第一节 货运	102
第二节 报关	118
第三节 投保	128
案例分析	135

实训练习	136
第六章 制单结汇	139
第一节 外贸单证	139
第二节 制单	143
第三节 结汇方式	165
案例分析	166
实训练习	168
第七章 外汇管理及退税	173
第一节 外汇管理	173
第二节 出口退税管理	176
案例分析	186
实训练习	186
第八章 进口业务程序及操作	187
第一节 申领进口许可证	188
第二节 进口商品的成本核算	191
第三节 进口合同的签订	194
第四节 开立信用证	197
第五节 订舱投保与银行审单付款	200
第六节 进口货物报关报检	203
第七节 拨交货物与索赔	207
案例分析	209
实训练习	209
附录一 常用英文贸易缩略词	214
附录二 外贸书信常用起首语和结束语	223
附录三 进出口业务单证样式	228
附录四 常用集装箱规格及容积	258
附录五 常用国际计量单位及换算	260
附录六 主要贸易港口一览表	261
主要参考文献及网址	272

第一章



贸易谈判

出口业务过程，包括备货、催证、审证、改证、租船订舱、报关、报验、保险、装船和制单结汇等多种环节。其中又以货（备货）、证（催证、审证、改证）、船（租船订舱）、款（制单结汇）4个环节最为重要。其实在备货之前还有很多前期工作需要进出口业务人员来做。整个出口业务流程如图1-1所示。

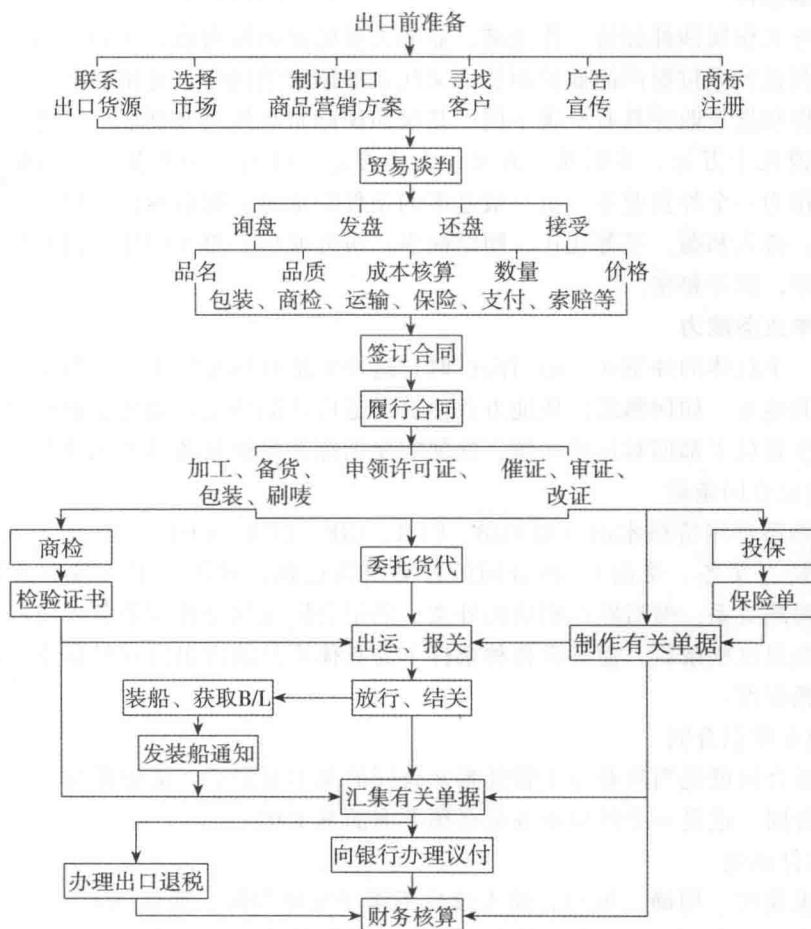


图 1-1 出口业务流程示意图(以 CIF、L/C 为例)

出口业务准备工作做好后,寻找到潜在客户,第一步就是要开展贸易谈判。

“谈判”一词来源于拉丁文“negotium”,基本意思是指“谈买卖、做交易”,简单地说,贸易谈判可以理解为“讨价还价”。牛津词典对“讨价还价”的定义是:“与采购、协议、合同等概念有关的谈判活动,目的是区分各方在彼此交易中分别应该给与什么/获取什么,或者执行什么/得到什么。”同时该词典对谈判的定义是:“为了就某些问题得到解决方案,而与其他一方或者多方进行交易、讨价还价或者商讨的过程。”由此可见,牛津词典对这两个词的定义是非常相似的,而且可以用来相互解释。

外贸业务人员怎样看待和对待谈判行为呢?回答这一问题,比较贴切的是美国前总统约翰·肯尼迪在其就职演说中所讲的一句话:“让我们从头说起,双方都要牢记,礼貌并不标志虚弱,诚挚总要经受考验。让我们永远不要因为惧怕而谈判,但也永远不要惧怕谈判。”

第一节 进出口业务人员的基本条件

一、基本条件

外贸业务工作属涉外经济工作范畴,业务人员既接触钱财物,又同外商经常交往,时刻肩负国家利益和单位财产的监护职责,又代表着国家的国格。进出口业务人员从事的业务与国内零售和批发业务具有显著不同,是按照国际贸易惯例开展业务工作的,一笔合同涉及金额少说几十万元,多则几百万元、上千万元,任何一个业务员,都负有重大的责任。因此,作为一个外贸业务人员,最基本的条件应该是:廉洁奉公;模范执行国家有关方针和政策;待人和蔼,平等礼让,团结同事;讲究诚信,忠于职守;自重自爱,谦虚谨慎;遵守纪律,保守秘密。

二、基本业务能力

当入职一个具体的外贸业务部门岗位时,这块天地对你来说是陌生的,但又有可能是你较长时间工作的地方。如何熟悉这块地方并使自己适应新的环境,如何了解这里的业务并掌握它?每一位新员工都面对这些问题,这就需要训练并尽快具备基本的业务能力。

(一) 熟记合同条款

首先要熟悉常用价格术语(如FOB、CFR、CIF、FCA、CPT、CIP等贸易术语的含义和风险、责任、义务、费用),将合同的各类条款记熟,并深入了解各个条款的实际意义、彼此之间的关系,然后熟记相应的外文。熟记合同条款是外贸业务入门的开始,今后能否灵活地变通这些条款,使其在各种条件下为具体商品的进出口贸易服务,取决于对合同条款的熟悉程度。

(二) 独立草拟合同

独立草拟合同就是当从业务主管处悉知合同的基本要素后,能够准确、较快地草拟出一份完整的合同。这是一个外贸业务员必须掌握的基本功之一。

(三) 拟订函电

函电力求简练、明确、通顺,使人读后不至于发生误解。简练就是最大限度地省字,学会正确地使用并字、略字。明确就是大众化,选取最常用、最普通的字句,使读者明白无误。通顺就是前后次序合乎一般人的正常思维,使人一目了然。拟订函电是外贸业务员

的基本功，也是日常工作。

（四）撰写商业文章

作为一个合格的外贸业务员，还要有一定的行文能力，就内外联系的各个方面而言，都需要大量的文字处理。比如：寻找客户、交换商业情报或市场看法；经营方案、业务分析报告等，在任何一种业务方面都离不开文字处理。商业文字有其本身的特点，商业文章不要求华丽的辞藻，也不要求任何性质的或任何形式的渲染或夸张，只要求实事求是、段落清楚、逻辑性强、平铺直叙、通俗易懂、文字朴素简洁，并且不得有任何脱离实际的虚构。

（五）了解客户

了解一个客户并不是一件容易的事情，也不像有些人所说的那样，“我认识他”，“他是某某介绍来的”，“他是某某单位介绍来的”，“他原来是某某公司的”等等。这些都不是对客户了解。这里所说的了解客户，不是指某个人而是指这个人所在的企业，其资金拥有的情况以及该企业对外的信誉，就是常说的客户“资信”。

〔启发思考〕了解客户的资信，仅凭名片及表面状况，你就能信吗？

国际上有些地方，任何个人都可以成立公司，只要按规定交纳商业登记费，登记人就可以拿到一张合法的营业执照，办理登记手续的官员并不询问登记人的办公场所，也不调查注册资本的真实性。那么对客户的考察，应该从哪几个方面进行呢？

对其进行综合性的全面核实，一般从以下几个方面进行：

- 1.该公司的经营范围和性质，就是它是经营哪类商品、品种的，是进出口商，还是佣金商、批发商或零售商。
- 2.该公司的资金能力，从哪家银行支付货款，支付银行是否可靠，在该行是否真有户头。
- 3.该公司是否有比较固定的“永久性”地址，该地址是一幢楼宇，还是一层楼面，或是一间房屋，或是一张写字台，从办公面积中判断它的规模。
- 4.该公司的商品销售渠道，由此可以判断它的经营能力。
- 5.该公司是否经营过或正在经营我们经营的某项商品，是否经营过或正在经营其他类别的商品，以便了解它的经营作风。
- 6.可以通过其他经营该公司商品的老客户间接了解或通过我国驻外机构进行了解。

对一个客户的了解，要有一个过程，需经过一段时间，等到了了解清楚后再做业务，也可能早就事过境迁了。因此，对客户了解一般是伴随着交易同时进行的，了解的关键是看其买货后市场价格下跌时，是否按时履约。

〔启发思考〕对于初次接触的外国客户建立客户信息表，是否有利于客户风险的防范呢？（当然，也需要关注来自客户的国别风险。中国出口信用保险公司根据和我国有经济往来的各个国家的基本信息，分析了“政治状况及风险”、“经济形势及风险”、“双边经贸关系及风险”，做出了“总体风险评估”。例如，欧洲信用最好的是四个小国家：安道尔、列士敦士登、卢森堡、瑞士，对这些均需要了解。）

三、注重工作效率

工作效率是公司精神面貌的表现形式，反映公司员工的思想状态和工作节奏。外贸业务工作的特点之一就是忙闲不均，时忙时闲，几乎没有完全重复性劳动。

〔启发思考〕外贸业务工作有没有效率问题呢？

外贸业务工作效率是由工作态度、业务熟悉程度、工作方式决定的。在正常情况下,外贸业务员的工作效率差别主要表现在工作方式上。那么如何改进自己的工作方式呢?这是必须认真对待的问题。

1.新同事走向工作岗位的第一件事就是向老同事了解有关工作环节、工作关系和商品情况。

2.第二件事就是粗略地翻阅有关商品资料,了解商品的来源和流向,同时积累资料。

3.业务员必须设立待办文函处理档案,按轻重缓急分为“当日必办的回复文函”、“当日请示复办文函”、“普通文函”。一般原则上要当日处理,除不须答复或内容复杂当日难以答复的外,一律不得延误。当日不能回复的,要明确给出答复的时间。普通文函不是不办,只是缓办,相当于备忘录,要每天翻查,依次处理。

4.设立公开的电话记录册,主要项目为通话目的、通话人、接话人、接话结果。要对通话的主要内容和要了解的或要答复的事项、遗留事项登记在册,可以使任何一位和此业务有关的人都能按此联系,又能起到备忘录的作用,预防以后相互扯皮事件发生。

5.设立留言簿,能帮助业务员有时突然出差,人走后业务工作继续由他人接着处理,就不必等到回来,延误工作的正常进行。

第二节 外贸业务中的涉外礼仪

涉外活动不像接待国内客户那样随便,一般要求比较严格,除了要遵守礼仪的一般原则外,还要遵循涉外礼仪原则。在涉外业务活动中要尊重本国和他国的国格,这是外贸业务活动中友好往来的基本条件。对于不同的交往礼仪分歧,在礼仪的应用上“遵守惯例”就显得尤其重要,例如见面握手是适用于世界各国的见面礼。同时还要注意各国民族习惯不同,充分尊重外宾的习惯。

一、涉外礼仪的基本要求

(一) 守时、守约

这是外贸业务交往中极为重要的礼仪要求。在现代,时间是效率、是速度、是生命、是金钱的观念被越来越多的人接受。守约,则是人际交往中最起码的道德行为规范;守约即是信誉,信誉即是资产。外国有句谚语:“宁可丢掉钱袋,也别违约食言。”所以,外贸业务活动中应按约定的时间抵达,过早或迟到都是一种失礼的行为。如因故迟到,要诚恳地向对方致歉;万一因故不能按时赴约,要礼貌地尽早通知对方,并表示歉意;失约是很失礼的行为。

〔启发思考〕守时习惯如何养成?

(二) 尊重老人,女士优先

尊重老人与礼让女士是社会文明程度的标志,也是有教养的体现。在外贸业务交往中,处处体现“女士优先”的通则,每一个成年男士都应具备“绅士风度”,在实际交往中将其认真付诸实践。

(三) 尊重风俗,以右为尊

各国各民族由于不同的历史、文化、宗教等原因,均有各自特殊的风俗习惯和礼节,

在外贸业务活动中应特别予以尊重和理解。如天主教徒忌讳“13”这个数字；伊斯兰教徒不能吃猪肉，也忌谈猪，在斋月里日出之后、日落之前不能吃喝；佛教信徒不能随便用手抚摸小孩的头部等。“以右为尊”是指在各种类型的国际交往中都要遵循的国际惯例，在并排站立、行走、就餐、乘车、会议安排、国旗悬挂上都要参照“以右为尊”原则。身份地位较低者居左，职位身份高者居右，这样才不会失敬于人。

（四）态度诚恳，谈吐文雅

与外商谈话时态度要诚恳、自然、大方，语气要亲切，表达要准确得体。谈话内容要注意选择，事先要有准备。在开门见山说明情况后直接进入正题，不要东拉西扯；自己讲话时要给对方发表意见的机会，不要滔滔不绝，旁若无人。当外商讲话时，要耐心听，目光要注视对方，不要轻易打断对方；如外商提到一些不便谈论的问题，不要轻易表态，可伺机转移话题；在谈话中如有急事需离开，应向对方打招呼表示歉意。

（五）业务交往，不能随意询问

中国人习惯于从了解对方基本情况入手的谈话方式，而对西方人绝对行不通。通常与外国人打交道，下列问题是绝对不能询问的：

1. 年龄不能问。西方人大多数希望自己永远年轻，对自己实际年龄讳莫如深。
2. 婚否不能问。西方人认为婚姻纯属个人隐私，向他询问是不礼貌的。
3. 收入不能问。西方人将此视为个人的脸面，因为它与个人能力和地位有关，不仅收入不要谈论，诸如住宅档次、服饰之类能体现个人收入状况的，应加以避免。
4. 住址不能问。西方人认为，留给他人地址，就是应该邀请他人上门作客，而他们通常是不喜欢随便邀请人去家作客的。
5. 经历不能问。中国人之间稍微一熟悉，往往喜欢“忆苦思甜”，而西方人则视个人经历为自己的底牌，是不会轻易让人“摸”去的。
6. 工作不能问。中国人爱问别人“你在忙什么呢”“到哪里去”。其实这只是种问候。而在外国人看来，问别人这类问题不是闲得无聊，就是有窥探他人隐私之癖，因而不会对提问者抱有好感。
7. 信仰不能问。宗教信仰和政治见解，在西方人看来非常严肃，所以不能信口开河。

二、外贸业务涉外礼仪

（一）仪表

仪表主要是指头面风度。一般要求头发清洁整齐，避免蓬松散乱；要求面部洁净，男士要剃须；一般不要戴黑色眼镜，即使在室外参加隆重仪式和迎送礼节性场合。参加涉外活动时，女士一般应当化妆，要淡雅，最好不要浓妆艳抹，还要经常修剪指甲和鼻毛。在国际交往中，化妆不仅意味着自尊自爱，而且也是对交往对象重视有加的一种表示。

（二）服饰

1. 着装应遵循TPO原则。TPO就是Time（时间）、Place（地点）、Objective（目的）三个英文单词的缩写。这个原则的基本含义是要求业务人员在服装穿着、饰品佩戴和配件使用方面，不但要与自己的个性、风格、生理条件相适应，还必须适应具体的时间、地点和目的要求。

2. 配色要符合三色原则。在正式场合, 外贸人员尤其是男士, 应当有意识地让自己全身衣着的色彩, 在总量上限制在三种之内。外贸人员全身衣着的色彩若多于三种, 未免令人眼花缭乱, 因而难以给人以庄重之感。

3. “三一律”原则。男士在涉外场合着正装时, 应当尽可能地使自己的皮鞋、腰带以及手包为同一色彩, 并且以三者同为黑色最佳。越是有身份者, 在涉外活动中越要注意此点。

4. 男士的外衣如果带有领口, 一定要扣好, 不可将第一排纽扣敞开; 衬衫的领扣也须扣好, 紧贴脖颈; 如果外套是西装, 须结扎领带。女士的服装可以多种多样, 也可佩带合适协调的饰品, 但要考虑文化背景, 不能简单模仿西方的打扮。在佩戴首饰时, 通常不宜多于三种, 每种亦应以两件为限。佩戴多种、多件首饰时, 应当尽量使之质地、色彩相同。皮鞋要经常擦油, 布面鞋也要经常洗刷。

〔启发思考〕重视服饰有何作用?

(三) 姿势

在与外商谈话时表情要自然, 语言和气亲切, 表达得体; 谈话时可适当做些手势, 但动作不要过大, 更不要手舞足蹈, 用手指点人; 谈话时的距离要适中, 太远太近均不适合, 不要拖拖拉拉、拍拍打打; 站立和客人交谈时两手要自然, 可挽在腹前, 一般不要在胸前叉手或背手; 坐要端正, 可扶桌可靠背, 但不可一手搭桌一手靠背勾椅或跨椅, 不可将椅座翘起使后两腿吃力, 前两腿悬空; 手里不要玩笔、打火机、手机、纸团等小物件; 不要做抠鼻挖耳、摸手背、抹嘴唇等小动作; 万一打喷嚏, 要用纸巾按住, 扭过头去, 尽量做到轻声, 不可用手捂住, 更不得面对客人直喷。

(四) 介绍

1. 如果双方属于第一次见面, 可由第三方介绍, 在涉外接待中, 若宾主双方不止一人, 仍须先介绍主方人员, 后介绍客方人员。不过在介绍各方人员时, 一般应当依照其职务、身份的具体高低, 由高而低依次进行。介绍具体人时, 要有礼貌地以手示意, 而不要用手指点。介绍时, 除妇女和年长者外, 被介绍者一般应起立, 但在会谈桌边可不必起立, 被介绍时一般应面向对方微笑点头, 并根据对方的反应做出相应的反应, 距离较近时, 如对方主动伸手, 你也应及时伸手相握, 并适度寒暄, 远者可举右手致意。

2. 如无他人介绍, 可自我介绍, 先向对方点头致意, 得到回应后再向对方介绍自己的姓名和身份, 同时递上自己的名片。如果客人是一男一女, 要先请教男士并由男方代女方向自己介绍, 只根据男方的介绍称呼即可。如果对方是夫妻, 就不必再向女方递送名片了。如果主人一方也是一男一女, 男主人须先向对方自我介绍后再将女主人介绍过去, 同时明确彼此之间的关系以免发生误会。女性一般不主动作自我介绍, 但当身旁无他人时就要主动相识, 避免受窘。一经介绍后, 对对方的名字就要记住, 千万不能当场忘记了。万一忘记也不能立即就问, 先设法搪塞过去, 或向其他较熟的同事请教或等到再次见面时握手请教。

(五) 名片

在外贸业务活动中, 与初识者互换名片, 是一种交际惯例。宾主双方就此皆应“有备无患”。

1. 递上名片。把自己的名片递给外国人时, 有四点注意事项: 其一, 应当起身站立, 递到对方手中。其二, 应当使用双手, 或者使用右手。其三, 应当以文字正面面对对方。

其四,应当注意顺序。通常,双方交换名片时,应由位低者首先递上自己的名片;当一人与多人同时交换名片时,则应当由尊而卑或者由近而远依次而行。

2.接受名片。接受名片的基本讲究有五:其一,应当起身站立,或迎向对方。其二,应当使用双手,或者使用右手。其三,应当在接过名片后将其认真捧读一遍。其四,应当将其毕恭毕敬地收好。其五,应当随后回敬对方一枚自己的名片。

3.主要禁忌。用于涉外交往的名片,一般不宜印上本人照片、格言警句或私宅电话号码,并且不应当在其上涂涂改改、加加减减。接受外宾的名片时,不宜当面将其置于桌上、裤袋之内,或是将其交给他人传阅。

(六) 礼品

送礼品是国际上通行的社交活动形式之一,是人际交往的重要手段,可以加深感情,缩短距离,传送友谊,扩大交际。怎样送礼才能投其所好,恰到好处?这是一门较深的学问。

1.日本。日本人送礼极为普遍,没有机会,也要创造送礼机会。一般与日商交往时,最好让日商先送礼,然后回赠,这样日商才会最高兴。送日商的礼品尽量避免太贵,否则他会觉得你的身份比他高,同时也不要比日商送的礼品差太多。日商送礼只是一种礼仪形式,送给日商的礼品最好是带包装的。向日商送礼时不要送现金和太随便的礼品。日商一般不当面打开礼品,因此你收到日商礼品时,也应避免当面打开。

2.中东地区。这个地区商人送的礼一般很值钱,他们希望对方送的礼物同样贵重,讲究礼尚往来,喜欢比较双方谁更慷慨。第一次见面不要送礼,只有一人在场时也不要送礼,不送酒,不送带有动物形象的礼品,不送洋娃娃、人物像和不值钱的东西。

3.欧洲。与欧洲各国商人交往中,不要第一次见面就送礼品,尤其是英法商人会认为你看不起他们,礼品的包装和颜色,应注意到各国对数字和颜色的忌讳。礼品中不要放入自己的名片。

4.拉美地区。与拉美地区商人业务谈判时,关系不熟前,不宜送礼品。在谈业务时不能送礼品,谈判结束后,气氛轻松下来,是送礼品的最好时机。女士给男士送礼,一定要特别谨慎,而男士给女士送礼则不会引起误会。忌送小刀、手帕之类礼品。小刀意味着友谊中断,手帕暗示让对方伤心流泪。所以,一定要在这方面注意。

三、外贸礼忌

东南亚礼忌:与东南亚商人洽谈商务时,严禁跷起二郎腿,乃至鞋底悬着颠来颠去,否则必引起对方反感,交易会当即告吹。

中东礼忌:中东阿拉伯国家的商人,往往在咖啡馆里洽谈贸易。与他们会面时,宜喝咖啡、茶或清凉饮料,严禁饮酒、吸烟、谈女人、拍照,也不要谈论中东政局和国际石油政策。

俄罗斯礼忌:俄罗斯及东欧诸国,对西方商人的礼待是极其热情的。在同俄罗斯人洽谈贸易时,切忌称呼“俄国人”。

英国礼忌:到英国洽谈贸易时,要有三条忌讳:(1)忌系有纹的领带(因为带纹的领带可能被认为是军队或学生校服领带的仿制品);(2)忌以皇室的家事为谈话的笑料;(3)不要把英国人称呼为“英国人”。

法国礼忌:到法国洽谈贸易时,严禁过多地谈论个人私事,因为法国人不喜欢大谈家庭及个人生活的隐私。

南美礼忌：赴南美洲做生意的人，为了入境随俗，在洽谈交易的过程中，宜穿深色服装，谈话宜亲热并且距离靠近一些，忌穿浅色服装，忌谈当地政治问题。

德国礼忌：德国商人很注重工作效率，因此，同他们洽谈贸易时，严禁神聊或节外生枝地闲谈。德国北部地区的商人，均重视自己的头衔，当同他们一次次热情握手，一次次称呼其头衔时，他们必然格外高兴。

瑞士礼忌：若给瑞士的公司寄信，收信人应写公司的全称，严禁写公司工作人员的名字。因为，如果收信人不在，此信是永远也不会被打开的。瑞士人崇拜老字号的公司，如果你的公司建于1895年之前，那么你应在工作证件上或名片上特别强调出来。

美国礼忌：与美国人洽谈交易时，不必过多地握手与客套，贸易谈判可直截了当地进入正题，甚至从吃早点时即可开始。

芬兰礼忌：与芬兰商人洽谈时，应重视行握手礼，应多呼其“经理”之类的职衔。谈判地点多在办事处，一般不在宴会上。谈判成功之后，芬兰商人往往邀请你赴家宴与洗蒸汽浴。这是一种很重要的礼节。如你应邀赴宴时，忌讳迟到，且不要忘记向女主人送上5朵或7朵（忌双数的）鲜花。在主人正式敬酒之前，客人不宜先行自饮。在畅谈时，应忌讳谈当地的政治问题。

第三节 谈判前的准备

业务谈判至关重要，而且是一项十分复杂的工作。要使谈判达到预期的目的，必须在谈判前做好充分的准备工作。

一、了解对方及有关谈判内容的客观情况

进行调查研究，掌握大量的情报资料，是进行谈判的重要基础工作。“知己知彼”，是谈判成功的先决条件。一般而言，必须了解对方几个方面的情况：

（一）掌握行情

如果是一次购销谈判，那就要掌握该产品过去和现在的产销状况、现时的行情、价格波动的幅度、影响价格变动的因素、价格预期的变动趋势、市场供求状况、现时影响市场容量的因素、销售渠道、产品的包装水平、运输方式和运价等。任何谈判主题，必须按其不同的具体要求，对有关行情进行深入的了解和分析，才能对谈判的具体内容决策。

（二）了解经营情况

了解谈判对方的经营情况，重点在于了解经营方式和经营范围以及经营能力、资金财务状况、信用状况、设备状况、供货能力、技术水平、产品质量、产品销售情况、企业信誉等。不仅要了解对方的经营活动，还要了解谈判对方在同其他企业打交道中执行协议的情况，有无违约情况等等。通过对这些不同方面的了解，达成协议才具有客观的、可靠的基础。

（三）了解对方谈判人员的素质、经验和水平

了解对方谈判人员的素质、经验和水平，以及他们的性格、爱好和兴趣，我方谈判人员据此可以创造有利的谈判气氛和采取相应的谈判策略。此外还应该了解国际合同的条款和条件，以利于达成谈判协议。

〔启发思考〕商务谈判前的最基础性工作有哪些？

二、拟订谈判计划

拟订谈判计划，第一步是确定谈判主题。主题是举行谈判的基本目的，整个谈判活动都围绕这个主题进行。谈判主题应简洁、明确。例如，某产品的销售谈判，其主题可以表述为：“以薄利多销为原则，把本产品打入谈判对方国的市场，并为今后在该地扩大市场份额打下基础。”但是，有了谈判的主题以后，还需要加以具体化，这样才能便于谈判人员有所遵循。因此，第二步是按照主题的要求，确定谈判的具体目标，不仅要符合我方的谈判主观愿望，而且还应该估量谈判对方的接受程度。只凭单方面的主观愿望来确定目标是不现实的。只有双方的目标接近，才有可能取得谈判的成果。但是，推谈判对方的目标会出现不同程度的误差，达成目标还会受谈判中诸多因素的影响，因而在确定目标时往往要考虑设置三个目标层次：

（一）最优期望目标

这是对我方最为有利的理想目标，希望自己一方能比对方得到更多的利益，即在满足我方的实际需求利益之外，再有一个增加数。例如，在一次购销谈判中，一批货物我方的售价实际是100万元，但在开始谈判时我方却要价130万元，这130万元就是我方的最优期望目标，比实际要价高出30万元，这30万元就是增加数。在一般情况下，最优期望目标很少有实现的可能。因为在购销谈判中，对方是不会轻易地把利益全部让给我方的。但是，谈判是一个双方依据各自利益进行讨价还价的过程。如果我方一开始就提出实际要价100万元，那么，这个实际要价是很难达到的，因为对方不经还价而接受这一售价的可能性几乎是不存在的。

（二）实际需求目标

这是我方在推谈判对方的目标基础上，根据主客观因素而确定的实际要达到的目标。上例一批货物售价100万元，就是实际需求目标。这100万元包括成本和适当的利润。实际需求目标是在谈判中必须坚决争取的目标，在一般情况下不愿作出让步。

（三）最低目标

最低目标是对谈判划定的限值。“薄利”就是限值。如果对方始终坚持低于这个限值，那就终止谈判。凡低于实际需求目标，高于最低目标，都是可以接受的。

把目标确定为三个层次，有利于谈判者随机应变，使谈判成功。谈判主题可以用几句话概述，但目标层次的表述必须明确而具体，避免任何含糊的概括或一般性的空话。

拟订谈判计划的第三步是制定谈判程序。在制定谈判程序时，要注意两个问题：第一是互利性；第二是简洁性。所谓互利就是议事日程的安排，不仅要照顾到我们的利益和方便，而且还要考虑对方的利益和方便。所谓简洁，就是主要谈判事项的内容要简明。过多的谈判事项会加重谈判者思想负担，而且不容易记住。因此，在一般情况下，拟定的谈判事项宜少不宜多。谈判时间长短，则要根据谈判的内容以及谈判双方的需要和可能来决定。

三、物质条件方面的准备

为谈判准备必要的物质条件，对形成良好的谈判气氛很重要。适当的物质条件，反映了主方的谈判诚意。如果对方物质条件准备马虎草率，就会使人有不愉快的感觉。物质条件的准备通常有两方面的内容：第一是谈判房间的准备；第二是谈判人员的食宿安排。

一般而言,选择什么样的谈判房间是无关紧要的,只要具备灯光、通风、隔音等条件就可以了,重要的是房间该怎样布置。根据经验,商务谈判的谈判桌长方形或圆形均可,如果使用圆形桌,双方的谈判人员团团围住,会使人产生一种和谐一致的感觉;如果使用长方形桌,谈判双方面对面坐成两排,会使人产生一种严肃的感觉,但又能使产生心理上的实力感。

如果双方谈判人员不多,是否可以不设谈判桌呢?双方随便坐在一起交谈,氛围会更融洽。当然,比较正式的谈判,谈判桌有其好处,便于双方查阅自己需保密的资料。

对于谈判人员的食宿安排,必须尊重双方的风俗习惯,尽可能提供满意的服务。

对于需要准备样品的,要提前做好样品的收集、整理和布置,分门别类标注详细品名、规格、质量等级、产地以及生产供货能力等状况。可问题是如何才能取得便于成交和履约的样品呢?这就要对商品的生产流程、生产工艺、质量评定标准有较高的熟悉程度,才能科学地取样,应注意样品的代表性、实际生产的可能性和保存期的质量。

【启发思考】谈判前是否可以允许对方谈判代表到我方生产单位不加选择地实际考察一番呢?会有风险存在吗?

四、谈判信息的传递和保密

有时在谈判过程中,出于了解某些事实、听取本单位主管领导的决策意见等需要,有必要与国内本企业联系;有时国内本企业需要了解国际市场行情,也有必要与国外的谈判人员联系,因而谈判信息如何传递便成为谈判前必须认真做好安排的一个重要问题。

但是要看到,过多的信息传递有可能给谈判带来不利的影响。因为如果我方谈判人员事事要与本单位联系才能作出决定,会使外商产生谈判人员缺乏自主权的不良印象;同时本单位主管难以及时完全了解情况而无法作出适当的决策;再者联系越多,保密性越差。所以,在谈判前作准备时,应尽量把一些能确定的事情确定下来,减少和本单位的联系,可以事先约定:“没有消息就是好消息。”

谈判过程保密的一般守则有:

- 1.不要在公共场所,如机舱、车厢、出租汽车以及旅馆过道等场合谈论业务问题。
- 2.不要给对方造成窃听的机会。在谈判间隙,不要将谈判文件资料留在谈判房间里。尽可能不要叫对方复印文件,如不得不复印,应有人在旁监督。不要将谈判资料,包括数字资料,随便摊开放在谈判桌上,以防对方受过训练的倒读能手窃看。
- 3.不要轻信旅馆服务人员,让他们帮助发函电,这往往会酿成“出卖情报”的危险。也不过分信任本公司在当地的代理,他们同外商的本族关系,往往胜于同本公司的雇佣关系。
- 4.对一些机密性强的重要谈判资料,在谈判前就可考虑明确暗语,在谈判过程中,有必要和国内本单位联系时使用暗语操作。

第四节 价格谈判

价格谈判是外贸业务谈判的核心问题。成功的价格谈判,必须充分了解谈判项目的市场行情,研究供求关系、价格动态、竞争情况,预测今后的变化趋势,否则,在价格谈判中,不仅会陷于被动,而且会蒙受不必要的经济损失。

掌握谈判项目的市场行情是谈判双方报价或还价的参考依据。对于某一商品的市场价格，可以从市场行情信息中获得。卖方的报价或买方的还价是否合理，则可以通过产品的比价进行分析判断。例如，与国外不同厂家的同类产品比较；与国内的同类产品比较；把不同厂家生产的类似组配件的价格作比较等等。

一、选定报价

在掌握市场行情及其动态的基础上，谈判人员应参照近期的进出口成交价格、市场竞争情况，结合我方的经营意图，拟定出价格掌握幅度。应该考虑两个效果：既对我方最为有利，成功的可能性又最大。

下面从出口方的角度进行分析。

出口方报出的价格必须是“最高的”，原因为：

1. 初次报价给出口方要价定了一个最高限度。一经确定，就不能再提出更高的要价。即使发生特殊的情况，硬要提高要价，对方一般是不会接受的。

2. 初次报价会影响进口方对出口方提供的商品或服务的印象和评价。越高，会给对方以“优质优价”的初步感受。

3. 初次报价高，能为以后的价格磋商留下充分的余地。特别在讨价和还价阶段，谈判双方常常会出现相持不下的局面。开价高些，可以为让步多留出一些筹码。

4. 初次报价高对最终成交价的高低有实质性影响。出口方合理开价越高，最终得到的好处越多。特别对一些“厚利少销”的商品（如高级工艺品等），开价就应报得高些。

初次报价通常还包括与报价有关的交货条件、支付条件、质量标准和其他一系列内容。因此，开价的最高可行价并不是绝对数，而是相对数。例如，如果对方自持某些有利条件，一味想让我方迁就其提出的要求，如果有很多竞争对手，那么开价就可以相对低些，以使对方愿意同我们进行谈判。如果对方是我方具有诚挚关系的老客户，我方的开价还可以再压低些。总之，在一笔交易中，每一个交易单项的开价都应当是最高可行价。因为在谈判磋商中，对方肯定会要求我方在一两个项目甚至更多的项目上让步。所以，开价中把所有项目都报出高价，便可为磋商留有余地。

下面从进口方的角度进行分析。

如果我方作为进口方，除了还价应是最低可行价以外，应注意在向外商洽谈订货时，不要赞扬这些货物的品质如何好，该货物在我方市场上如何好销等等。对外商货物的良好评价，会使外商将价格开得很高，对我方还价造成困难。所以，精明的进口商开始谈判时，非但不能赞扬外商的商品，而且还要对这些商品加以挑剔，并告诉对方只有通过很大的促销努力，花费很多的促销费用，才能在市场上为消费者或用户所接受。

〔启发思考〕拟定报价应考虑哪些因素？如何拟定？

二、提出报价

开价选定以后，接着就是在谈判中提出报价。由于出口方提出的开价是最高可行价，往往会吞吞吐吐，怯于向对方提出来，这种心理状态被称为“价格恐惧症”。谈判人员一定要克服价格恐惧症，提出开价应坚定明确，不应有丝毫犹豫，报价的表达也应准确明白，有现成的报价单当然更好，如果是口头表达，最好用纸把数字写下来交给对方，这样就可使报价单明确无误，让对方准确地了解我方所报的数字。