



对外经济贸易大学 远程教育系列教材
中国电子商会注册电子贸易师培训指定教材

电子贸易(第二版)

Electronic Trade

注册电子贸易师认证培训教材编委会 编

WWW.
euibe.com



清华大学出版社



对外经济贸易大学 远程教育系列教材
中国电子商会注册电子贸易师培训指定教材

电子贸易(第二版)

Electronic Trade

注册电子贸易师认证培训教材编委会 编

清华大学出版社
北 京

内 容 简 介

本书是中国电子商会注册电子贸易师培训指定教材,由对外经济贸易大学资深教授负责编写。全书共分为五个部分:电子贸易、国际贸易理论与实务、国际市场营销策略、贸易法和商务英语。

本书特别适合于大专以上学历,从事国际国内贸易、电子贸易、企业电子化管理等工作,具有一定的电子贸易理论知识和实际工作经验人员,及热衷于电子贸易,希望从事电子贸易工作,报名参加注册电子贸易师培训学习的不同专业在校学生和社会学员。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

电子贸易/注册电子贸易师认证培训教材编委会编. —2版. —北京:清华大学出版社, 2009. 6

(对外经济贸易大学远程教育系列教材)

ISBN 978-7-302-20234-9

I. 电… II. 注… III. 电子商务—高等教育:远距离教育—教材 IV. F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 074029 号

责任编辑:贺 岩

责任校对:王凤芝

责任印制:李红英

出版发行:清华大学出版社

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座

<http://www.tup.com.cn>

邮 编:100084

社 总 机:010-62770175

邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 刷 者:北京密云胶印厂

装 订 者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×230 印 张:20 插 页:1 字 数:417千字

版 次:2009年6月第2版 印 次:2009年6月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:30.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:033521-01

编审委员会

名誉主任 刘 亚

主 任 谢毅斌

副 主 任 仇鸿伟 李福德

委 员 (按姓氏笔画排序)

王立非	王丽娟	王淑霞	刘 军
刘传志	张凤茹	张新民	沈四宝
沈素萍	吴 军	邹亚生	陈 进
杨言洪	杨晓军	冷柏军	李柱国
李家强	郑俊田	胡苏薇	赵忠秀
赵雪梅	曹淑艳	韩 风	彭秀军

总 序

中国远程教育的发展经历了三代:第一代是函授教育;第二代是广播电视教育;20世纪90年代,随着现代信息技术的发展,以网络为基础的第三代现代远程教育应运而生。到目前为止,教育部批准开展现代远程教育试点的高校共67所。对外经济贸易大学远程教育学院(简称“贸大远程”)是在中国加入WTO后的第一年,2002年3月正式成立的。

现代远程教育作为新生事物,对传统的教学模式、学习习惯、获取新知的途径等产生了巨大的冲击。如何在网络时代打造学习型社会,构筑终身教育体系,是当今时代的重大课题,现代远程教育试点高校为此进行了许多卓有成效的探索。在网络教育的具体实践中,贸大远程始终坚持依托学校的整体优势和特色,坚持知识的内在逻辑性与职业、行业的市场需求的统一,坚持开展面向广大在职人员的现代远程教育,逐步形成了独具我校特色的“7+1”学习模式(即网络课堂、网上答疑、课程光盘、教材资料、适量面授、网上串讲、成绩检测,以及第二课堂活动),为学生个性化学习提供了广阔的空间。自2003年起,贸大远程连续3年蝉联新浪网、择校网、搜狐网和《中国电脑教育报》联合评出的全国“十佳网络教育学院(机构)”称号。值得一提的是,“国际贸易实务”课程荣获国家级奖项,“商务英语”等7门课程荣获北京市优秀教材一等奖和精品课程称号,另有10余门课程在全国性的远程教育课程展示会上获得大奖。

几年来丰富的现代远程教育实践和教学经验积累,为我们出版成龙配套的贸大远程系列教材奠定了坚实的基础。目前,普通高等学校的现有教材并不完全适合远程教学,市面上真正用于现代远程教育的成规模的网络教材还不多见,与网络课件相配套的系列教材更是寥寥

无几,因此为接受远程教育的莘莘学子专门设计符合他们需要的教材已成为现代远程教育发展的迫切需求。

基于以上原因,贸大远程按照学校一级教学管理体制,本着为社会、为学生服务的宗旨,致力于教学质量的保证和提高,特聘请了国际经济与贸易学院、金融学院、国际商学院、英语学院、公共管理学院等学院的优秀教师,以目前开设的两个学历层次的7个专业为依据,以现有的导学课件为基础,编写了这套远程教育系列教材。本套教材共分为外语、经济贸易、工商管理、法律、金融与会计、行政管理、综合7大系列,全面覆盖两个学历层次7个专业的上百门课程。为了打造贸大远程优质教材品牌,我们与清华大学出版社和对外经济贸易大学出版社达成协议,计划3年之内全部出齐。

本套教材在策划编写过程中,严格遵循现代远程教育人才培养的模式与教学客观规律,充分考虑到远程学生在职和成人继续教育业余学习的实际情况,专门为远程学生量身定制而成,具有较强的针对性、实用性和可操作性。本套教材的编写具有如下特点。

一、在教材体系和章节的安排上,严格遵循循序渐进、由浅入深的教学规律;在对内容深度的把握上,考虑远程教育教学对象的培养要求和接受基础,其专业深度比本科有所降低,基础面相对拓宽,不是盲目将内容加深、加多,而是做到深浅适中、难易适度。

二、在每章开篇给出明确的“学习目标”与“重点难点提示”,涵盖了教学大纲的重点或主要内容。相对于传统的学校教育,远程教育更倚重于学生的自学能力和自控能力。明确的教学目标有利于学生带着任务有目的地学习。同时,教材中充分考虑到了学生学习时可能遇到的问题,给他们以提示和建议。由于本套教材的作者都是经过挑选的具有长期教学经验的优秀教师,且大多数作者都来自远程教学的第一线,是远程网络课件的主讲老师,能够为学生提供比较丰富的、切中要害的问题解答,从而使远程学生在学习时少走弯路。

三、在章后和书后分别设置“同步测练与解析”和“综合测练与解析”栏目,涵盖了本章及本书的重要知识点,并给出了详尽的参考答案,对难题还进行分析点评,列出解题思路与要点,更加方便学生自学。测验是检验教学目标是否达到的有效手段。由于远程学生是在虚拟的网络课堂上课,远离教师,处于相对独立的学习环境;教师不能通过直接交流了解学生对学习内容的掌握情况;学生也由于与教师、同学之间的分离,无法判断自己的学习状况。针对这种情况,我们在教材中设置了大量自测自练题目。旨在通过这种自测自练方式,积极引导及时消化和吸收所学知识,不断加深对教材内容的理解,阶段性检查学习效果,全面复习和掌握所学知识,综合评判自己对知识的掌握程度,巩固最终学习成果。

四、考虑到有些专业课程具有较强的社会实践性,在教材的编写上也力争做到理论联系实际,注重案例的引入。尽可能安排一个或多个案例,并进行详细的分析讲解。旨在通过案例教学,对课程重点难点进行深化分析和实操训练,加强学生对知识点的理解和记忆,强化学生分析问题、解决问题的能力以及动手操作能力。

在本套教材的编写与出版过程中,我们得到了众多业界专家学者的真诚理解与支持,得

到了清华大学出版社与对外经济贸易大学出版社的通力合作,在此向他们一并致以衷心的感谢。在前所未有的战略机遇期和“十一五”期间,相信本套教材的出版,必将是全国远程教育界一件很有意义的事情。衷心祝愿现代远程教育在建立学习型社会、构筑终身教育体系的进程中,在推动中国教育事业向现代化大教育形态的历史转变中,迈出更大更坚实的脚步。

对外经济贸易大学远程教育学院院长

谢毅斌

2006年7月于北京

前言

随着全球互联网的发展,电子贸易作为电子商务的重要组成部分,已成为众多企业增加贸易额、控制贸易成本的重要手段。据 WTO 统计,2005 年全球通过网络手段的国际贸易额占到世界贸易总额的 17.8%,2006 年这个比例将达 25% 以上。目前我国电子贸易尚处于起步阶段,国家急需大量的电子贸易人才。为规范以互联网为平台的电子贸易,2005 年 1 月 8 日,国务院办公厅颁发了《关于加快电子商务发展的若干意见》,并于同年 4 月 1 日起正式实施《中华人民共和国电子签名法》。国家信息产业部为解决目前国内电子贸易人才奇缺的瓶颈,以及下一步规范电子贸易人才的持证上岗问题,特批准中国电子商会成立电子贸易培训管理办公室,专门推出“注册电子贸易师”认证项目,属于“国家电子贸易人才培养工程”的一个重要组成部分。

“注册电子贸易师”认证项目旨在培养以互联网为平台,通过电子化、信息化手段实现商务目的复合型人才。中国电子商会所进行的此项认证,是电子贸易化人才国家级的权威认证。注册电子贸易师资格认证官方网站为:<http://www.cebm.org.cn>。

注册电子贸易师认证培训教材由中国电子商会电子贸易培训管理办公室指定,并授权对外经济贸易大学编著,由对外经济贸易大学远程教育学院承担教材课件的开发,并为全国培训考试中心提供网络学习技术平台。

对外经济贸易大学创建于 1951 年,是教育部直属全国重点大学和国家“211 工程”首批重点建设高校之一,是以国际贸易、国际经济法、商务外语等为专业优势的多科性大学,国际化和“外语+专业”复合优势是学校最突出的两大特色,被誉为“中国的哈佛”和“CEO 的摇篮”。

注册电子贸易师认证培训教材编委会由对外经济贸易大学副校



长刘亚教授担任名誉主任;经贸学院院长赵忠秀教授担任主任;远程教育学院院长谢毅斌教授担任副主任。全书共分为五个部分,“电子贸易”及“国际贸易理论与实务”部分由对外经济贸易大学知名教授王健撰写;“国际市场营销策略”由对外经济贸易大学知名教授朱明侠撰写;“贸易法”由对外经济贸易大学法学院副院长王淑霞撰写;“商务英语”由对外经济贸易大学远程教育学院院长谢毅斌教授撰写。

本书适用广泛,可作为全国外贸、商业等部门的从事电子商务工作者的业务参考用书,及相关理论工作者的参考读物。也特别适合于大专以上学历,从事国际国内贸易、电子贸易、企业电子化管理等工作一年以上,具有一定的电子贸易理论知识和实际工作经验人员,及热衷于电子贸易、希望从事电子贸易工作、报名参加注册电子贸易师培训学习的不同专业在校学生和社会学员。

本书在编写过程中,由于时间仓促,作者水平有限,书中难免有疏漏和不妥之处,敬请广大读者、专家不吝赐教,以期不断完善。

注册电子贸易师认证培训教材编委会

2006年10月19日

目 录

第一部分 电 子 贸 易

第一章 国际互联网与电子贸易导论	3
第一节 电子贸易的概念和理论基础	4
第二节 国际互联网的特点及其商业价值	7
第三节 国际贸易企业应用国际互联网的原因	15
第二章 国际市场网络调研	21
第一节 国际市场网络调研概述	22
第二节 国际市场网络调研的步骤与方法	26
第三节 国际市场商务信息网络调研	34
第三章 出口产品电子化形象展示	38
第一节 外贸企业电子化形象展示的原则	39
第二节 外贸企业网站的规划	41
第三节 外贸企业网站建设实施	46
第四节 网站的推广与维护	55
第四章 电子采购	60
第一节 电子采购概述	61
第二节 网上团购	68
第三节 逆向拍卖	74

第五章 电子化供应信息发布	84
第一节 电子化供应信息的发布	85
第二节 判断、甄别反馈信息	97
第三节 回复反馈信息	100
第六章 利用搜索引擎增加国际贸易商机	104
第一节 搜索引擎简介	105
第二节 搜索引擎在国际贸易中的应用	109
第七章 B2B 第三方服务商及其选择方法	119
第一节 B2B 第三方服务商简介	120
第二节 B2B 第三方服务商网站选择方法	123
第八章 展会电子商务	130
第一节 展会电子商务概述	131
第二节 展会电子商务的模式和要素体系	137
第三节 企业网上展会参展实务	139
第九章 无纸贸易	147
第一节 无纸贸易的基本概念及运行模式	148
第二节 无纸贸易的流程	149
第三节 无纸贸易的发展前景	155

第二部分 国际贸易理论与实务

第十章 国际贸易理论与实务	159
第一节 国际贸易概念以及基础理论	160
第二节 进出口业务概述	168
第三节 国际贸易术语	168
第四节 国际货物运输	172
第五节 货物的运输保险	175
第六节 货款的收付	177

第三部分 国际市场营销策略

第十一章 国际市场营销策略	185
第一节 国际市场营销概论	186
第二节 海外目标市场选择决策	189
第三节 国际市场营销产品策略	192
第四节 国际定价策略	197
第五节 国际分销渠道策略	199
第六节 国际促销策略	200

第四部分 贸 易 法

第十二章 国际货物买卖法	219
第一节 国际货物买卖法概述	220
第二节 国际货物买卖合同的成立	222
第三节 国际货物买卖合同中买卖双方的义务	226
第四节 货物所有权与风险的移转	229
第五节 对违反买卖合同的补救方法	230
第十三章 对外贸易管理制度	236
第一节 货物、技术和服务的进出口管理	237
第二节 进出境货物的关税制度	255
第三节 外汇管理制度	259
第四节 进出境检验、检疫制度	260
第十四章 国际贸易争议的处理	266
第一节 国际商事仲裁概述	267
第二节 涉外仲裁机构和原则	268
第三节 涉外仲裁协议	270
第四节 涉外经济诉讼	272



第五部分 BUSINESS ENGLISH

UNIT ONE	BRIEF HISTORY	279
UNIT TWO	TECHNOLOGY AND TEAM	282
UNIT THREE	CUSTOMER-ORIENTED	285
UNIT FOUR	PRODUCT SUITABILITY	288
UNIT FIVE	PLACE	291
UNIT SIX	PRICING	294
UNIT SEVEN	PROMOTION	296
UNIT EIGHT	GETTING BUSINESS DONE ON THE WEB	298
UNIT NINE	E-COMMERCE ENVIRONMENT	301
UNIT TEN	E-COMMERCE BUSINESS MODELS	303
UNIT ELEVEN	POINTS TO NOTE	306



第一部分

电子贸易

PART ONE

绪 言

因特网(Internet)将全球成千上万的计算机连接起来。计算机到计算机之间的数据传输使用了一系列不同的传输媒体,如普通电话线、微波(如在卫星传输中),以及近期出现的光导纤维。光导纤维正在代替普通电话线实现复合服务数据网络(Integrated Services Digital Network, ISDN)传输。通过这项传输媒体,可以进行数据信息的多媒体同时传输,如语音、文本和图像的同时传输。人们将多媒体的因特网全球信息资源集成为一个新的名称,即“国际互联网”,或者称为“万维网”(World Wide Web)。

国际互联网与其他任何媒体相比,具有两个根本性的特点:一是开放式标准;二是双向交互式通信。国际互联网的商业价值都是从这两个根本特点演化出来的。围绕着这两个根本特点,企业展开了各种以国际互联网为核心的现代信息技术应用。虽然信息技术的应用可以追溯到 20 世纪 60 年代,然而网络技术的应用和普及实际上是从 90 年代以后才发展起来的。目前,企业几乎所有的信息技术应用都要考虑与国际互联网的应用对接,由此而形成了现代网络的商业应用。随着国际互联网上网人数的迅速增加,现代网络在商业上的价值也越来越被企业所重视。基于市场角度的国际互联网的应用越来越受到企业界和学术界的重视。其原因就是国际互联网使得市场的主体、客体和交易活动本身出现了虚拟化的倾向。电脑和网络应用成本的不断下降,加上基于网络的电脑软件技术的不断创新,使得消费者游离在现实市场与虚拟市场两个市场之间,企业也要考虑在两个市场展开经营活动。虚拟市场中的竞争格局也逐渐形成。

C 第一章

CHAPTER ONE

国际互联网与电子贸易导论

学 习 目 标

本章介绍电子贸易的基本概念和基本理论框架;分析了国际互联网的特点及其商业价值;同时对国际贸易企业应用国际互联网的原因,以及应用的基本领域都进行了探讨。

重 点 难 点 提 示

- 电子贸易、国际电子贸易的概念
- 国际互联网的特点
- 国际互联网的商业价值表现
- 国际贸易企业应用国际互联网的原因

第一节 电子贸易的概念和理论基础

一、电子贸易的基本概念

电子贸易(e-trade)指的是企业利用现代信息技术,特别是国际互联网技术来开拓市场、达成交易,以及进行交易管理的过程和做法。简而言之就是指企业通过利用电子商务运作的各种手段所从事的商业活动。它所反映的是现代信息技术所带来的贸易过程的电子化。

本书所反映的电子贸易主要是针对从事国际贸易的企业在国际贸易活动中采用国际互联网等现代信息技术开展国际贸易的实践做法。这种做法也可以被称为国际电子贸易(international e-trade)。随着我国企业参与国际分工,从事国际贸易的深度和广度不断延伸,特别是进入新世纪后,国际互联网技术普及,为企业提供了开拓国际市场、从事国际贸易的新平台和新的手段。

众所周知,国际贸易指的是国与国之间商品和服务的交换活动。它反映了世界各国间的劳动分工和经济上的相互依存与相互依赖关系。

计算机及其网络技术的发展,特别是与国际互联网相关的技术发展将全球市场的空间和时间距离拉近,加强了国际间的劳动分工和经济上的依赖关系,促进了全球经济的一体化趋势。

电子贸易的发展使国际贸易的运作方式发生了很大的变化,同时也带来了一系列的现实问题。因此,世界各国在国际贸易领域展开了国际间的协调工作。

国际电子贸易在国际贸易领域可以被理解为是一般电子商务在国际贸易领域内的具体应用,因此,它与一般电子商务相比有其特殊性。它们主要表现在如下几个方面:

第一,一般电子商务泛指所有商务活动的电子化过程,主要是国内商务活动,而国际电子贸易主要针对国际商务活动中的电子商务的应用。

第二,一般电子商务包含所有类型的电子商务活动,如商业机构对消费者、商业机构对商业机构、商业机构对行政机构,以及消费者对行政机构等的电子商务活动。而在国际贸易活动中,交易行为一般涉及政府的行政管理部门,贸易伙伴和相关的结算、运输、商检等商业部门,国际贸易的交易行为和过程本身并不直接针对市场上的消费者。

因此,国际电子贸易只是包括了商业机构对商业机构和商业机构对行政机构的电子商务活动。贸易伙伴之间以及贸易伙伴与相关银行、运输部门、保险部门、商检、海关和政府部门等传输订单、相关单据和文件就成为国际电子贸易活动的主要内容之一。

第三,一般电子商务虽然使企业直接面对全球市场,可以采取网上成交模式在国际互联网上直接达成交易,但是企业所从事的国际电子贸易活动行为不仅是成交活动本身,它往往