

中国国际贸易促进委员会广东省分会 中国国际商会广东商会
外贸从业人员业务指导丛书



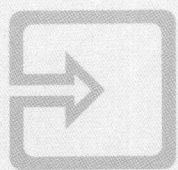
出 业务 基础实务

BASICS
OF EXPORT BUSINESS

| 雪岗 袁源 编著 |

广东省出版集团
广东经济出版社

出 业 务 基 础 实 务



BASICS
OF EXPORT BUSINESS

| 雪岗 袁源 编著 |

廣東省出版集團
廣東人民出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

出口业务基础实务 / 雪岗, 袁源编著. —广州: 广东
经济出版社, 2006. 12 (2007. 4 重印)

(外贸从业人员业务指导丛书)

ISBN 978 - 7 - 80728 - 471 - 0

I. 出... II. ①雪... ②袁... III. 出口 - 贸易实务
IV. F740. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 141549 号

出版 发行	广东经济出版社 (广州市环市东路水荫路 11 号 11~12 楼)
经销	广东新华发行集团
印刷	湛江日报社印刷厂 (湛江康宁路 17 号)
开本	889 毫米×1194 毫米 1/32
印张	9.5 2 插页
字数	213 000 字
版次	2006 年 12 月第 1 版
印次	2007 年 4 月第 2 次
印数	5 001~8 000 册
书号	ISBN 978 - 7 - 80728 - 471 - 0
定价	44.00 元 (1—2 册)

如发现印装质量问题, 影响阅读, 请与承印厂联系调换。

发行部地址: 广州市五羊新城寺右二马路冠城大厦省图批新场三楼 330 号

电话: [020] 87395594 87393204 邮政编码: 510600

邮购地址: 广州市环市东路水荫路 11 号 11 楼 邮政编码: 510075

(广东经世图书发行中心) 电话: (020) 37601950

营销网址: <http://www.gebook.com>

广东经济出版社常年法律顾问: 屠朝锋律师、刘红丽律师

· 版权所有 翻印必究 ·

外贸从业人员业务指导系列丛书编委会

编委会主任：叶 耀

编委会副主任：陈耀桓

编 委 会：游盛华 张建明 马东山 邱 英
彭淑芳 薛 刚 范兰德 傅云新
袁 源 王 杉 王 伟

外贸从业人员业务指导系列丛书

序

21 世纪是经济全球化的世纪。随着我国经济快速增长，特别是中国加入 WTO 和《外贸法》的实施，我国从事对外贸易经营活动的企业和个人不断增加，越来越多的中小企业在外贸业务中大显身手，成为我国对外贸易活动中一支朝气蓬勃的生力军。宏观经济形势的发展变化，致使一些问题也逐渐显现出来。如外贸业务员和经理人才严重缺乏，中小型企业如何自己做外贸，如何顺利走进国际市场，外贸新手怎样开展工作，如何将国际贸易理论知识运用到具体的外贸实务之中，等等，这些问题是外贸行业亟待解决的焦点问题。

广东是全国经济增长最为迅速的地区之一，外贸在经济发展中占有举足轻重的地位。近年来，中国国际贸易促进委员会广东省分会在组织企业参加国际展览、进行商务交流中，发现许多企业特别是中小企业，虽然有强烈的拓展国际市场的愿望，也有拓展国际市场的机会和条件，但由于许多业务人员缺乏有关开展国际贸易的知识，缺乏实际经验，因此影响了企业外贸业务的发展。有鉴于此，中国国际贸易促进委员会广东省分会与广东经济出版社组织专业人员，编辑出版了外贸从业人员业务指导系列丛书。

外贸是一门实践性很强的业务，与全球经济的发展紧密相

联。外贸从业人员业务指导系列丛书试图从专业的角度，把一些好的经验和最新的贸易手法介绍给外贸从业人员，以便那些尚在外贸业务岗位上探索的新手能在较短的时间里掌握外贸基本知识，熟练操作外贸业务，少走弯路。

我们希望外贸从业人员业务指导系列丛书能够对企业业务人员有所帮助，为企业成功拓展国际市场助一臂之力，同时也期待企业将工作中好的经验与我们进行交流，以便于及时推广，共同为推动广东外贸事业的发展作出贡献。

中国国际贸易促进委员会广东省分会

2006 年 11 月于广州

目 录

如何准备出口贸易

- (1)
- 一、选择出口贸易的经营模式与方案 (3)
- 二、树立企业的知名度和美誉度 (11)
- 三、建立出口业务联系 (14)

出口贸易商品报价与还价的核算

- (19)
- 一、出口贸易商品报价的核算 (21)
- 二、佣金 (30)
- 三、折扣 (34)
- 四、出口贸易商品还价的核算 (39)

出口贸易的交货与装运

- (43)



一、交货与装运综述	(45)
二、交货时间	(48)
三、装运港和目的港	(54)
四、分批装运和转运	(61)

出口贸易合同中的商品

.....	(69)
一、品名	(71)
二、品质	(74)
三、数量	(88)
四、包装	(96)

出口贸易的货款支付与信用证

.....	(107)
一、支付工具	(109)
二、支付方法	(116)
三、出口贸易中的信用证	(123)
四、出口贸易中各种支付方式的选用	(141)

出口贸易货物保险实务

.....	(145)
一、出口货物保险	(147)
二、出口信用保险	(156)

出口贸易中商品的索赔、不可抗力与仲裁

.....	(163)
-------	-------

一、索赔	(165)
二、不可抗力与免责	(173)
三、争议、仲裁及仲裁条款	(180)
 程序、备货、催证、审证和改证	
.....	(193)
一、出口贸易合同履行程序	(195)
二、备货	(196)
三、催证、审证和改证	(200)
 商检与报验	
.....	(217)
一、商检	(218)
二、出口商品报验	(234)
 托运、报关与不符点的处理	
.....	(239)
一、出口托运、投保、报关手续	(240)
二、不符点的处理方法	(257)
 制单结汇、电子报验、出口退税	
.....	(261)
一、制单结汇	(263)
二、产地证电子签证与电子报验	(277)
三、出口收汇核销与出口退税	(282)

Output 如何准备出口贸易

选择出口贸易的经营模式与方案
树立企业的知名度和美誉度
建立出口业务联系

要项图示



在对外洽谈出口交易前，除了要确立企业的国际贸易业务范围、选择基本客户、选配经贸谈判班子外，为了提高出口贸易的成功率和经济效益，出口企业还必须充分做好如下工作：

- (1) 选择出口贸易的经营模式与方案。
- (2) 树立企业的知名度和美誉度。
- (3) 建立出口贸易关系。



选择出口贸易的经营 模式与方案

出口企业在确定了基本出口贸易业务范围、基本客户、选配经贸谈判人员之后，需要对出口贸易的经营形式进行合理选择。企业的出口贸易经营模式有两种形式，即直接出口和间接出口。对于每种出口形式，又可以有具体的经营形式。

（一）直接出口 Direct Exporting

直接出口是指出口企业将产品直接卖给其他国家或者地区的顾客或最终用户，而不是通过国内的中间机构将产品转卖给其他国家或者地区的顾客。

出口企业采取这种直接出口的贸易经营模式也可以选择不同的形式：

1. 直接卖给最终用户

这是直接出口诸形式中最为直接的一种。是指把产品直接卖给最终用户，而不是经过经销商、代理商等中间机构。

一般而言，在以下几种场合采用这种出口经营模式：

①产品价格极高或者技术性极强，如飞机、轮船、高技术产品、大型机器设备等；

②最终用户是国外政府、地方当局及其他官方机构；

③国外用户要求这种方式出口。

2. 通过设立驻外办事处或驻外营销子公司出口

(1) 设立驻外办事处 Branch Office Abroad.

实际上是出口企业向另一国家或者地区的延伸。

驻外办事处主要职能包括：搜集市场情报；推销产品；负责实体分销；提供服务、维修、零部件等。

设立驻外办事处的作用在于：可以更直接接触市场；掌握需求动态；提高服务水平；集中力量经营本企业的产品（不像一些经销商和代理商那样，经营若干家企业的产品）。

注意事项

①设立驻外办事处需要大量的最初投资，并需要持续的间接费用；

②如果在某市场上销售额不大，而且该市场潜力不大，那么就不值得专设办事处。

(2) 设立驻外营销子公司 Marketing Subsidiary Abroad.

其职能与驻外办事处差不多，而且其优缺点也差不多。

它与驻外办事处的区别在于：子公司是作为一个独立的当地公司建立的，而且在法律和赋税方面都具有其独立性。

3. 通过国外（地区）经销商直接出口

国外（地区）经销商是指在国外（地区）特定区域或

者市场上，在购买以及转售本企业产品方面获得独家权或者优先权的客户。实际上是与企业建立了固定经销关系的海外批发商。

出口企业选择国外（地区）经销商时，应对以下方面进行考查：

- ①经销商所从事商贸活动的区域范围；
- ②经销商拥有的销售网；
- ③公司的规模；
- ④与贸易伙伴合作的经验；
- ⑤销售队伍的组织情况和素质；
- ⑥仓储设备；
- ⑦承担仓储的意向；
- ⑧提供国际产品售后服务的能力；
- ⑨推销技术和水平；
- ⑩在供应厂商、客户和银行中的信誉；
- ⑪历年的销售业绩；
- ⑫运营成本；
- ⑬财务状况和信用度；
- ⑭资历和经验；
- ⑮与当地政府的关系；
- ⑯国际语言和沟通能力；
- ⑰对出口企业所在国贸易方法的了解；
- ⑱与出口企业合作的意向。

4. 利用国外（地区）代理商直接出口

国外（地区）代理商是指受出口企业委托在东道国代理产

品销售的中间商。选择国外（地区）代理商出口，是出口企业常用的直接出口经营方式之一。

国外（地区）代理商直接出口的种类主要有 4 种：

（1）委托代理商。

这类代理商不设产品库存，只根据委托人的产品目录或样品代签订单；而委托人按照这样的国际订单发货。

这类代理商主要适合生产资料产品的出口。

（2）存货代理商。

这类代理商为委托人设立产品库存，提供仓储服务，但对库存的商品没有所有权，其收入是向委托人收取代理佣金和仓储服务费用。

（3）配件和维修服务代理商。

这类代理商除了向委托人提供代理销售服务外，还向当地用户提供配件和维修服务，其收入是向委托人收取代理佣金和向当地用户收取配件和维修服务费用。

这类代理商适合家用电器、汽车等需要良好的售后服务等产品的出口经营。

（4）信托代理商。

这类代理商是向当地用户或者客户提供信用服务，如分期付款等，并承担信用风险。如果当地用户或者客户不守信用，不能按期付款，那么代理商将不得不替当地用户或者客户向委托人支付货款了。

本节小结

采用直接出口的经营模式，企业直接参与了商品出口活动，它有着间接出口无法比拟的优点，主要有：

①在出口贸易的活动中，企业可以摆脱对中间商的依赖，自主的进行出口贸易活动，从而有利于企业在实践中积累经验；

②企业直接接触国外顾客，可以更加直接地得到市场信息，了解世界市场的需求动向；

③企业直接出口自己的产品，有利于企业在世界市场上树立自己的形象和声誉；

④企业独立完成诸如合同洽谈、单证处理、出口运输和保险等各项出口业务，使企业对海外市场的控制权更大。

直接出口与间接出口相比，也存在一些缺点，主要是：

①企业所需的专门人才增加；

②实现商品出口的各项成本增大；

③遭受世界市场风险的可能性也增大。

(二) 间接出口 Indirect Exporting

间接出口是指出口企业在经营出口贸易时，将产品卖给本国（地区）境内的出口中间商，再由他们将产品送出本国（地区）和送入进口国（地区）。简单说就是通过国内的中间机构将产品转卖给其他国家或者地区的顾客。

根据出口企业所选择的本国（地区）出口中间商的不同，采取这种间接出口的贸易经营模式也可以选择不同的形式：

1. 由贸易公司出口

国际贸易公司是高度多样化的大型贸易企业。相对于专业进出口公司而言，国际贸易公司的特点主要是：

①既从事国际贸易，又从事国内贸易，有些还有相当规模的生产业务和金融业务；

②经营范围广泛，资金雄厚，人才济济，市场覆盖面极广。

2. 由专业的进出口公司出口

在我国，生产型企业的间接出口主要是通过商务部系统的专业进出口公司进行的。这些进出口公司是专门进行进出口业务贸易型企业。

与生产型企业相比，这些专业进出口公司在从事国际贸易方面，尤其是出口业务方面具有突出优势：

①拥有大量精通国际商务、国际商法、各国语言的专门人才，人力资源优势是从事出口业务的重要资本；

②与海外客户有着广泛而密切的贸易联系，许多专业进出口公司经营外贸业务历史悠久，拥有相当广泛、较为稳定的海外销售渠道；

③具有较为灵敏的国际市场信息网络；

④拥有一定的资金规模（含外汇资金）和筹资能力；

⑤在海外市场具有较高的商业信誉；

⑥在国家对外经贸政策方面，享有某些较为优惠的待遇。