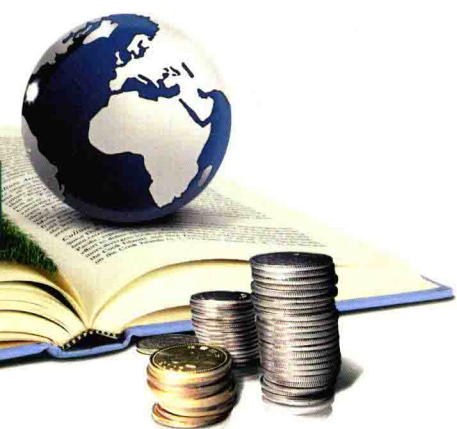


信華 經管 创优系列 · 国际经济与贸易



# 国际贸易实务

International Trade Practice

李秀芳 谢茜萍 等编著

 中国工信出版集团



电子工业出版社  
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY  
<http://www.phei.com.cn>

信華經管 创优系列·国际经济与贸易



# 国际贸易实务

International Trade Practice

李秀芳 谢茜萍 等编著

電子工業出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书突出国际货物贸易领域新的发展趋势、规则和惯例,以进出口贸易实际操作流程为主线,从业务经营视角构建章节,以求最大限度地贴近业界实际。在内容结构上,每章起始有学习要点和案例导入,以明确章节学习目的;每章末附有小结、案例分析和习题;各章内容中还添加了一些知识链接、知识拓展和阅读资料,以方便读者更好地理解本书内容和扩大知识面。本书还配套电子课件等教辅资源,读者可登录华信教育资源网(<http://www.hxedu.com.cn>)免费注册下载。

本书体系完整、内容新颖、实用性强。既可作为高校国际经济贸易专业、国际商务专业及经济、管理类各专业的本科教材,也可作为广大经济工作者了解和學習国际贸易实务知识的参考用书。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书的部分或全部内容。  
版权所有,侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务 / 李秀芳等编著. —北京:电子工业出版社, 2018.2

ISBN 978-7-121-33492-4

I. ①国… II. ①李… III. ①国际贸易—贸易实务—高等学校—教材 IV. ①F740.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2018)第009449号

策划编辑:王志宇

责任编辑:裴杰

印刷:三河市华成印务有限公司

装订:三河市华成印务有限公司

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编 100036

开本:787×1092 1/16 印张:20.25 字数:518.4千字 插页:1

版次:2018年2月第1版

印次:2018年2月第1次印刷

定价:49.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888, 88258888。

质量投诉请发邮件至 [zlt@phei.com.cn](mailto:zlt@phei.com.cn), 盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

本书咨询联系方式:(010) 88254523, [wangzy@phei.com.cn](mailto:wangzy@phei.com.cn)。

# 前言

## PREFACE

自 2004 年 7 月 1 日我国新修改的《对外贸易法》颁布实施以来,伴随着外贸进出口权的全面放开,各类进出口企业迅速发展,特别是民营中小型进出口企业日益增多。加之入世后服务贸易市场的开放以及对外直接投资的扩大,中国经济贸易发展进入了新格局,贸易和投资、内贸和外贸、货物贸易和服务贸易更加紧密融合。尽管近年来全球经济发展面临诸多不确定因素,国际环境不断发生变化,中国外贸的发展也受到了国际市场的影响,但是中国仍然在巩固、延续传统优势的基础上,培育竞争新优势,进一步促进中国由贸易大国转向贸易强国。2017 年,中国货物贸易进出口总值 27.79 万亿元人民币,比 2016 年增长 14.2%,不仅扭转了连续两年下降的局面,而且创下 2012 年以来外贸增长新高。2017 年中国外贸回稳,在不断巩固基础的同时,发展潜力逐步得到释放,并且在外贸发展的质量和效益上都有了进一步的提升,正由高速增长阶段转向高质量发展阶段。中国货物贸易大国的地位不断巩固,外贸发展成为促进国民经济和社会发展的主要支撑力量。

随着我国对外开放的不断深入,特别是“一带一路”倡议的提出及实施,为我国广大企业参与国际贸易竞争与合作提供了更加广阔的舞台。尤其对于中小微企业而言,由于其规模小、投资强度弱,应对市场变化的灵敏度高,可以根据市场需求及时地进行产品的调整,从而更好地适应市场的需求。而且基于近年来,跨境电子商务迅速发展,越来越多的中小微企业加入到对外贸易中来,带动了我国对外贸易和区域经济的快速发展。跨境电子商务改变了传统的国际贸易方式,扩大了贸易产品的范畴,节省了国际贸易交易时间,降低了国际贸易成本,提高了国际贸易效益,加快了全球资源的优化配置,促进了世界经济一体化和贸易全球化的进程。因此,UNCTAD 将跨境电子商务誉为“提高国际贸易效率的革新方法”。由此,跨境电子商务对外贸驱动的机理、影响及其运作模式等值得国际商务人士进一步去深入了解和探讨。

基于以上形势的变化,因此熟悉国际贸易和现代商务的最新发展,具备风险防范意识和科学管理理念,培养具有国际贸易理论知识和实践能力的复合型现代商务人才,是当前企业和高校培养人才的目标。为使读者能全面了解进出口业务环节和跨境电商的发展,本书在内容上首先介绍了出口交易程序和跨境电子商务相关知识,并在每章中加入实际案例以丰富教材主体内容。本书共十四章:出口交易程序概述,跨境电子商务,商品的品质、



数量和包装, 国际贸易术语及商品的价格, 国际货物运输, 国际货物运输保险, 国际货款结算, 商检、索赔、不可抗力和仲裁, 国际商务谈判与合同的订立, 出口合同的履行, 进口准备工作, 进口交易磋商与合同的签订, 进口贸易合同的履行, 国际贸易方式。

本书在编著过程中, 突出国际货物贸易领域新的发展趋势、规则和惯例, 为方便读者阅读、理解和实际运用, 本书将对外贸易中的法律法规、贸易惯例、贸易规则等同外贸业务中的习惯做法结合到一起。在相关基础知识方面, 以进出口贸易实际操作流程为主线, 从业务经营视角构建章节, 以求最大限度地贴近业界实际。在内容结构上, 每章起始有学习要点和案例导入, 以明确章节学习目的, 使阅读者可以更清晰地掌握章节重点, 有准备、有计划地学习; 每章末附有小结、案例分析和习题, 给予读者一定的思考空间和判断力; 各章内容中还添加了知识链接、知识拓展和阅读资料, 以方便读者更好地理解本书内容和扩大知识面。因此, 本书是一部将国际贸易实务中的理论知识与具体实践相结合, 可操作性和应用性强的教科书。通过本书的学习, 使读者能全面掌握进出口业务专业知识和技能, 学会运用国际贸易惯例和必要的国际法律知识, 做好进出口业务。本书还配套电子课件等教辅资源, 读者可登录华信教育资源网 (<http://www.hxedu.com.cn>) 免费注册下载。

本书体系完整、内容新颖、实用性强。既可作为高校国际经济贸易专业、国际商务专业及经济、管理类各专业的本科教材, 也可作为广大经济工作者了解和学习国际贸易实务知识的参考用书。

本书的作者情况: 谢茜萍系天津天狮学院教师, 其余作者均为天津财经大学国际经济贸易系教师和研究生。具体写作分工情况: 李秀芳第1章, 秦佳军第2章, 杨菲菲第3章, 刘洋第4章, 赵婧琪第5章, 王淑慧第6章, 谢茜萍第7章, 李群第8章, 陈曦第9章, 李灵第10章, 袁明慧第11~13章, 杨振霞第14章。本书在编写过程中得到了许多业内专家、学者的热心帮助和支持, 在此一并表示感谢。

限于作者水平, 书中缺点、疏漏和不妥之处在所难免, 欢迎读者批评指正, 以便再版时予以修正, 使之更臻完善。

作者



# 目 录

## CONTENTS

第 1 章 出口交易程序概述	2	2.4.2 主要的物流模式	18
1.1 出口交易前的准备	2	2.4.3 跨境电商物流选择方案	19
1.1.1 取得外贸经营权及办理 相关手续	2	2.4.4 跨境电商物流风险与 规避	20
1.1.2 人才准备、硬件准备、 软件准备和资料准备	3	2.5 跨境支付	21
1.1.3 选择出口产品、供应商和 熟悉出口产品	4	2.5.1 跨境电商支付概述	21
1.1.4 办理出口产品认证和 商标注册	5	2.5.2 国际贸易支付方式	22
1.1.5 进行国际市场调查和制订 出口商品经营方案	5	2.5.3 跨境电商支付的风险	24
1.2 出口营销和订立买卖合同	6	2.5.4 跨境电商支付的监管	25
1.2.1 寻找国外买家和接触客户	6	习题	27
1.2.2 订立买卖合同	8	第 3 章 商品的品质、数量和包装	29
第 2 章 跨境电子商务	10	3.1 商品的品名与品质	29
2.1 跨境电子商务概述	10	3.1.1 进出口商品品名	29
2.1.1 跨境电子商务的含义	10	3.1.2 商品的品质	31
2.1.2 跨境电子商务的特征	10	3.2 商品的数量	35
2.1.3 跨境电子商务的分类	11	3.2.1 数量条款的重要性	35
2.2 外贸综合服务平台	12	3.2.2 国际度量衡制度	35
2.2.1 外贸综合服务企业概述	12	3.2.3 计量单位	36
2.2.2 外贸综合服务企业的优势	12	3.2.4 计算重量的方法	37
2.2.3 典型外贸综合服务平台 一达通简介	13	3.2.5 数量机动幅度	38
2.3 跨境电商的商业模式	15	3.2.6 合同中的数量条款	39
2.3.1 跨境电子商务商业 模式分类	15	3.3 商品的包装	39
2.3.2 典型跨境电商平台	16	3.3.1 包装条款的重要性	39
2.4 跨境物流	18	3.3.2 包装的种类	40
2.4.1 跨境物流的概念	18	3.3.3 中性包装与定牌	44
		3.3.4 合同中的包装条款	45
		习题	45
		第 4 章 国际贸易术语及商品的价格	47
		4.1 贸易术语及有关的国际 贸易惯例	47



4.1.1 贸易术语的含义与作用	48	第6章 国际货物运输保险	101
4.1.2 有关贸易术语的国际贸易惯例	48	6.1 货物运输保险适用的原则	101
4.2 主要贸易术语	56	6.1.1 可保利益原则	102
4.2.1 装运港交货的贸易术语	56	6.1.2 最大诚信原则	102
4.2.2 货交承运人的贸易术语	60	6.1.3 损失赔偿原则	102
4.2.3 主要贸易术语的异同	64	6.1.4 近因原则	102
4.3 其他贸易术语	66	6.1.5 代位追偿原则	103
4.3.1 其他贸易术语	66	6.2 海上货物运输保险承保的范围	103
4.3.2 11种贸易术语的比较	68	6.2.1 保障的风险	103
4.4 贸易术语的选用	69	6.2.2 保障的损失	104
4.5 进出口商品的价格	70	6.2.3 保障的费用	108
4.5.1 作价原则与方法	70	6.3 我国海洋货物运输保险的险别	109
4.5.2 出口报价和经济效益核算	72	6.3.1 基本险	109
4.5.3 计价货币的选择	75	6.3.2 附加险	110
4.5.4 佣金与折扣	76	6.4 我国陆运、空运货物与邮包运输保险	112
4.5.5 合同中的价格条款	77	6.4.1 我国陆上运输货物保险	112
习题	78	6.4.2 我国航空运输货物保险	112
第5章 国际货物运输	80	6.4.3 我国邮政包裹运输货物保险	113
5.1 国际货物运输方式	80	6.4.4 我国保险条款的保险责任起讫期限和除外责任	113
5.1.1 海洋运输	80	6.5 伦敦保险协会海运货物保险条款	115
5.1.2 铁路运输、航空运输和集装箱运输	83	6.5.1 《协会货物条款》的种类	115
5.1.3 大陆桥运输与国际多式联运	87	6.5.2 协会货物保险主要险别的承保责任范围与除外责任	115
5.1.4 其他运输方式	88	6.6 投保实务	116
5.2 合同中的装运条款	89	6.6.1 出口货物运输保险的投保程序及险别的选择	116
5.2.1 装运时间	89	6.6.2 保险金额的确定及保险费用的计算	117
5.2.2 装运港和目的港	90	6.6.3 我国常用的保险单证	118
5.2.3 分批装运与转运	91	6.6.4 保险索赔	118
5.2.4 装运通知	91	6.6.5 货物买卖合同中的保险条款	119
5.3 运输单据	92		
5.3.1 海运提单	92		
5.3.2 海运单	96		
5.3.3 铁路运输单据	97		
5.3.4 航空运单	97		
5.3.5 多式联运单据	98		
5.3.6 邮包收据	98		
习题	100		

习题	120	8.1.5 检验检疫的标准和方法	155
<b>第7章 国际货款结算</b>	<b>122</b>	8.1.6 检验检疫证书	156
7.1 支付工具	122	8.1.7 买方的检验权和复验	158
7.1.1 汇票	123	8.1.8 合同中检验条款的内容	159
7.1.2 本票	125	8.2 争议与索赔	159
7.1.3 支票	125	8.2.1 争议	160
7.1.4 汇票、本票与支票的 区别	126	8.2.2 索赔与理赔	161
7.2 汇付与托收	126	8.2.3 处理索赔和理赔过程中 应注意的事项	162
7.2.1 汇付	126	8.2.4 索赔条款的内容及示例	163
7.2.2 托收	129	8.3 不可抗力	164
7.3 信用证	133	8.3.1 不可抗力的含义及认定	165
7.3.1 含义	133	8.3.2 合同中的不可抗力条款	165
7.3.2 当事人	133	8.4 仲裁	166
7.3.3 特点	134	8.4.1 解决争议的方法	166
7.3.4 信用证支付的一般程序	135	8.4.2 仲裁	167
7.3.5 种类	137	习题	171
7.3.6 主要内容、注意事项及 开立形式	140	<b>第9章 国际商务谈判与合同的订立</b>	<b>173</b>
7.3.7 跟单信用证统一惯例	141	9.1 国际商务谈判	173
7.3.8 SWIFT 信用证	142	9.1.1 如何进行国际商务谈判	173
7.3.9 软条款	146	9.1.2 国际商务谈判的技巧	175
7.3.10 合同中的信用证支付 条款	147	9.2 出口交易磋商	176
7.4 银行保函和支付方式的 选用	147	9.2.1 出口交易磋商的形式	176
7.4.1 银行保函概述	147	9.2.2 出口交易磋商的内容	177
7.4.2 各种支付方式的选用	148	9.2.3 出口交易磋商的程序	177
7.5 国际保付代理和福费廷	148	9.3 出口合同的订立	184
7.5.1 国际保付代理	148	9.3.1 合同有效成立的条件	184
7.5.2 福费廷	149	9.3.2 国际货物买卖合同的 形式	185
习题	150	9.3.3 国际货物买卖合同的 内容	186
<b>第8章 商检、索赔、不可抗力和仲裁</b>	<b>151</b>	习题	190
8.1 进出口商品检验检疫	151	<b>第10章 出口合同的履行</b>	<b>192</b>
8.1.1 检验检疫的含义、性质 和意义	151	10.1 出口合同履行概述	192
8.1.2 检验检疫的内容	152	10.2 备货	193
8.1.3 检验的时间和地点	152	10.2.1 备货概述	193
8.1.4 检验机构和检验程序	153	10.2.2 备货应注意的问题	193
		10.2.3 出口备货的流程	194
		10.3 报检	194





10.3.1	出境货物报检的方式	194
10.3.2	出境货物报检的基本程序	195
10.4	催证、审证和改证	198
10.4.1	催开信用证的前提及方式	198
10.4.2	催开信用证函电的撰写	199
10.4.3	信用证审核的原因及原则	200
10.4.4	信用证审核的要点	201
10.4.5	修改信用证的原因及改证流程	207
10.4.6	受益人要求开证申请人修改信用证的信函的撰写	208
10.4.7	修改信用证的原则及注意事项	209
10.4.8	开证行修改信用证的条款格式	210
10.4.9	信用证方式下贸易双方及开证行面临的风险	211
10.5	租船订舱的基本操作流程	213
10.5.1	CIF 或 CFR 合同项下卖方办理班轮运输托运的程序	213
10.5.2	装船通知	216
10.5.3	近洋运输的概念	218
10.5.4	近洋运输中使用的提单	218
10.5.5	航空运输托运的含义	219
10.5.6	航空运输集中托运的程序	220
10.5.7	空运托运单的内容和填制规范	220
10.5.8	UCP 600 对运输环节的规定	224
10.6	报关和投保	224
10.6.1	出口货物通关的流程	224
10.6.2	出口货物报关单	225
10.6.3	投保险别的选择	227
10.6.4	投保申请与保险单的转让	228
10.7	外贸单证及其业务流程和制作要求	230
10.7.1	外贸单证概述	230
10.7.2	外贸单证的业务流程	231
10.7.3	填制单据的基本要求	233
10.7.4	汇票	235
10.7.5	发票	237
10.7.6	包装单据	243
10.7.7	运输单据	246
10.7.8	保险单据	249
10.7.9	原产地证	254
10.7.10	进出口商品检验检疫的相关单据	258
10.7.11	受益人证明	263
10.8	出口收汇核销与退税	266
10.8.1	关于出口收汇核销的相关改革	266
10.8.2	出口退税的含义及目的	266
10.8.3	出口退税的主管机构	267
10.8.4	出口退税的条件	267
	习题	268
<b>第 11 章 进口准备工作</b>		<b>269</b>
11.1	进口市场调研和进口经营方案的制订	269
11.1.1	进口市场调研	270
11.1.2	进口经营方案的制订	270
11.2	业务关系的建立	271
11.2.1	寻找国外潜在的供应商并建立业务关系	271
11.2.2	寻找国内潜在销售商并建立业务关系	272
11.3	办理进口手续	272
11.3.1	办理进口经营权	272
11.3.2	办理进口委托代理	272
11.3.3	办理进口批文	273
	习题	274

第 12 章 进口交易磋商与合同的签订·····275	14.1.2 代理····· 295
12.1 进口交易磋商·····275	14.2 招标和投标····· 297
12.1.1 进口交易磋商的形式·····275	14.2.1 定义····· 297
12.1.2 进口交易磋商的程序·····276	14.2.2 招标方式····· 297
12.1.3 进口价格核算·····278	14.2.3 招标和投标的特点····· 298
12.2 进口合同的签订·····278	14.2.4 招标的程序····· 298
12.2.1 进口合同的签订方式·····278	14.3 寄售与拍卖····· 299
12.2.2 进口合同的内容·····279	14.3.1 寄售····· 299
习题·····280	14.3.2 拍卖····· 301
第 13 章 进口贸易合同的履行·····281	14.4 展卖····· 302
13.1 买方的基本义务·····282	14.4.1 展卖的定義····· 302
13.2 进口合同的履行·····282	14.4.2 展卖的方式····· 302
13.2.1 办理必要的进口批件·····282	14.4.3 我国开展展卖的一般 做法····· 302
13.2.2 申请开立信用证·····282	14.4.4 展卖的注意事项····· 303
13.2.3 派船接货·····284	14.5 期货交易····· 304
13.2.4 办理保险·····285	14.5.1 期货交易的定义、特点 及当事人····· 304
13.2.5 进口换单·····286	14.5.2 期货交易的方法····· 305
13.2.6 审单付款·····287	14.5.3 期货交易与现货交易的 区别····· 306
13.2.7 报关·····289	14.5.4 期货交易的种类····· 306
13.2.8 提货·····290	14.6 加工贸易····· 307
13.2.9 报验·····291	14.6.1 加工贸易的概述····· 307
13.2.10 索赔·····291	14.6.2 企业开展加工贸易的 基本业务程序····· 310
习题·····293	习题····· 312
第 14 章 国际贸易方式·····294	参考文献····· 314
14.1 经销与代理·····294	
14.1.1 经销·····294	

国际贸易实务是一门主要研究国际商品交换的具体过程，以及国际商品交换的基本知识、基本规则和具体操作技术的科学，也是一门具有涉外经济活动特点的实践性很强的综合性、应用性科学。通过学习本课程，不仅要懂得国际贸易的基本理论和正确掌握我国对外贸易的原则、方针和政策，而且需要全面掌握进出口业务的专业知识和技能，学会运用国际贸易惯例和必要的国际法律知识，做好进出口业务。

本书的主要内容包括两大部分。第一部分为进出口交易程序：交易前的准备、交易磋商、合同的签订及合同履行。而合同的签订，即制定好各项合同条款是整个交易的关键环节。进出口交易的合同条款包括主要交易条件和一般交易条件。主要交易条件包括品名、品质、数量、包装、价格、装运、保险、支付等；一般交易条件有商品检验、索赔、不可抗力和仲裁等。第二部分为贸易方式，如包销、代理、寄售、展卖、拍卖、招标投标、加工贸易、期货交易等。

# 第1章

## 出口交易程序概述

### 学习要点

- ★ 出口交易前各项准备工作的主要内容。
- ★ 进行国际市场调研和制定出口商品经营方案的重要性。
- ★ 寻找买家的有效途径。
- ★ 对客户资信调查的主要内容。
- ★ 接触客户和与客户洽谈时需要注意的问题。
- ★ 国际货物买卖合同的形式和主要内容。

### 案例导入

#### 注册离岸公司、自主出口、直接结汇

我国某市的金先生从事国际纺织产品出口贸易，一直以来均要通过中间代理商出口，但对商业机密及结汇安全有所担心。为图长治久安，避免汇率差额损失，他想注册一家海外离岸公司、自主出口、直接结汇，但前提是离岸公司不需要烦琐的财务申报手续。在有关专业人员的帮助下，金先生在英属维尔京群岛 British Virgin Islands (BVI) 注册成立了 BVI 离岸公司（该公司不需要向政府提供年度财务报告），同时在北京的外资银行开设了离岸账户，完全符合了金先生的离岸贸易运筹计划及要求，并有了更大程度的国际化发展。

（资料来源：<http://www.rf.hk>）

## 1.1 出口交易前的准备

### 1.1.1 取得外贸经营权及办理相关手续

#### 1. 取得外贸经营权

在我国，企业从事对外贸易，首先要取得对外贸易经营权，即进出口经营权。进出口经营权是指企业直接与国外客户谈判、签订进出口合同的资格。而企业要想取得外贸经营权，需在国家规定的商务主管部门办理登记备案。2004年7月1日，新修订的《中华人民共和国对外贸易法》生效。该法第八条规定，对外贸易经营者为“依法办理工商登记或者其他执业



手续,依照本法和其他有关法律、行政法规的规定从事对外贸易经营活动的法人、其他组织或者个人”。第九条规定,“从事货物进出口或者技术进出口的对外贸易经营者,应当向国务院对外贸易主管部门或者其委托的机构办理备案登记”。为此,2004年6月25日商务部公布《对外贸易经营者备案登记办法》(以下简称《办法》),并于7月1日同步实施。新修订的《中华人民共和国对外贸易法》及配套法规《办法》颁布实施后,外贸经营权管理方式也由原来的审批制改为备案登记制。

## 2. 办理相关手续

### 1) 办理外汇、银行、税务、检验检疫、海关登记等手续

《办法》第八条规定,“对外贸易经营者应凭加盖备案登记印章的《登记表》在30日内到当地海关、检验检疫、外汇、税务等部门办理开展对外贸易业务所需的有关手续,以获得与这些部门有关的经营业务的许可。逾期未办理的,《登记表》自动失效”。在30天之内只要到上述一个部门办理了手续,表格就视为有效。

### 2) 办理中国电子口岸的入网手续

中国电子口岸(口岸电子执法系统)是海关总署等国务院十二部委在电信公网(Internet)上联合建立的公共数据中心,它运用现代信息技术,借助国家电信公网资源,将国家各行政管理机关分别管理的进出口业务信息流、资金流、货物流电子底账数据集中存放到公共数据中心,在统一、安全、高效的计算机物理平台上实现数据共享和数据交换。通过该系统,各国家行政管理部门可进行跨部门、跨行业的联网数据核查,企业可以在网上办理各种进出口业务。电子口岸目前有中国电子口岸和各个地方的电子口岸,企业只要与电信公网“一点接入”,就可以通过公共数据中心在网上直接向海关、国检、外贸、外汇、工商、税务、银行等政府管理机关申办各种进出口手续,从而真正实现了政府对企业的“一站式”服务。

## 3. 外贸企业和外贸业务的类型

### 1) 外贸企业的类型

按进出口经营资格划分,外贸企业可分为流通型外贸企业(即贸易型进出口企业,如外贸公司)和生产型外贸企业。流通型外贸企业具有外贸流通经营资格,生产型外贸企业具有生产企业自营进出口资格,它们的经营范围如下。

(1) 流通型外贸企业:经营各类商品和技术的进出口业务,但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。

(2) 生产型外贸企业:经营本企业自产产品的出口业务和本企业所需的机械设备、零配件、原辅材料的进口业务,但国家限定公司经营或禁止进出口的商品及技术除外。

### 2) 外贸业务的类型

外贸业务分为进口业务和出口业务,进出口业务又分为自营进出口业务和代理进出口业务。对于生产型外贸企业只能经营自营进出口业务,不能经营代理进出口业务;而流通型外贸企业两者均可经营。

## 1.1.2 人才准备、硬件准备、软件准备和资料准备

### 1. 人才准备

外贸企业的工作人员通常包括外贸业务员、跟单员、单证员及财务人员等。外贸业务员主要负责寻找客户、对外洽谈、争取订单、签订合同、组织履约、核销退税、处理争议等工



作。外贸跟单员主要负责合同签订后对货物生产、检验、运输、保险、报关、结汇等合同执行情况进行跟踪和操作。外贸单证员主要负责销售、商检、运输、保险、报关、结汇等环节的单证事务。在外贸企业设有专门的跟单员和单证员的情况下，外贸业务员、外贸跟单员、外贸单证员及财务人员组成一个团队，共同完成出口贸易工作。

## 2. 硬件准备、软件准备和资料准备

### 1) 硬件准备

硬件包括计算机及相关设备，通信设备，优盘或者移动硬盘，录音设备，摄像机，文具等办公用品。

### 2) 软件准备

(1) Windows 或者其他操作系统软件，金山词霸，Word、Excel 等办公软件；PDF 格式文件阅读器 Adobe Reader；多媒体播放器 Real Player 或者 Media Player。

(2) 互联网浏览器 IE、傲游等，图片浏览与转换软件 ACDSec。

(3) 邮件收发软件 Outlook、Foxmail 或者其他软件；传真发送软件 Net2fax 或者 e2fax，能够以发送邮件的形式发送传真；即时通信软件 MSN、QQ；即时通话软件 Skype。

(4) 管理类软件：营销管理软件、外贸业务管理软件、单据制作软件、客户管理软件、外贸 ERP 软件。

### 3) 资料准备

(1) 名片、公司的基本信息（中、英文）、公司网站；公司介绍 PPT，最好是图文并茂的公司及产品介绍，中、英文版本各一份；产品、企业的独特优势陈述词。

(2) 产品基本信息、英文产品目录；产品资料英文表格；产品技术资料文档、认证资料；产品画册；网络广告图片、动画或者 Flash。

(3) 印制的样品标签与样品包装材料。

(4) 客户信息登记表。

## 1.1.3 选择出口产品、供应商和熟悉出口产品

对于一家新开的贸易公司或刚开始做出口业务的贸易公司，选择好出口产品和供应商，熟悉出口产品，进行国际市场调查，确定目标市场等，是该企业出口业务取得成功的一个关键。

### 1. 选择出口产品

新的贸易公司在选择出口产品时，一般要遵循以下几个原则：首先，应该选择自己在社会资源上有比较优势的产品作为出口产品，即要充分利用相关的社会资源，如果亲戚、朋友等社会关系中有从事某些产品的生产和贸易工作的，则可选择先从这些产品入手开展出口；其次，应该选择在本国或本地区具有比较优势的产品，以便在出口时能以较低的成本收购该产品，减少运费、保险费等其他费用，增强产品的竞争力；最后，一般情况下，应该选择易耗品作为出口产品，不宜选择耐用品作为出口产品，因为易耗品的使用寿命短，使用周期短，需求量较大，其潜在出口贸易量大，而耐用品则相反，使用寿命长，使用周期长，需求量较小，其潜在出口贸易量就小。

### 2. 选择合格的供应商

对于贸易公司来讲，由于出口的产品是从供应商处采购的，而供应商的生产能力和真实

经营情况如何，直接关系到贸易公司能否落实好国外订单，保证按时、按质、按量交货。因此，选择合格的供应商就非常重要，它关系到外贸企业出口业务的成败。

### 3. 熟悉出口产品

外贸企业的业务员通常应该用至少3个月左右的时间深入生产企业熟悉产品相关情况，如到打样间熟悉产品的种类、规格、成分、性质、包装、生产工艺、生产能力等；另外，还应该用一定的时间到相关行业网站查询各种产品的标准。外贸企业的业务员只有对自己的产品了解得清楚、深刻、全面，才能准确定位自己的目标客户。外贸企业的业务员需要掌握的产品知识如下。

- (1) 清楚产品的中文名称、英文名称和产品的技术知识。
- (2) 了解所属行业名称（要具体到大行业中的小类别）、行业英文名称。
- (3) 熟悉出口商品的海关商品编码。
- (4) 清楚目标市场的技术规定和技术标准。

## 1.1.4 办理出口产品认证和商标注册

### 1. 产品认证和质量体系认证

如今企业的产品面临越来越激烈的竞争，为了生存和更好地持续发展，企业需要进入更多的市场，争取更多的客户，尤其是国际市场。不管是直接出口还是为别的企业做配套，产品认证都是非常重要的。产品认证和质量体系认证是企业生产的产品进入目标市场的通行证，产品没有通过相关认证，会对进入和占领国际市场造成不便，如果企业生产的产品通过了认证机构的产品认证，就可获得认证机构颁发的“认证证书”，并允许在认证的产品上加贴认证标志，从而使企业树立起良好的信誉和品牌形象。

### 2. 办理商标注册

国际贸易中的大多数商品都是有品牌和商标的，按照许多国家的有关法律规定，商标和品牌必须在该国合法注册，才能得到国家法律的承认和保护。过去，我国企业对商标在国外注册的工作不够重视，有的商标在国外市场被他人抢先注册或假冒，从而使企业蒙受巨大经济损失。我国出口商品商标如何在国外市场办理注册呢？一般是先在国内注册，以取得国内法律的保护。然后委托中国国际贸易促进委员会或进出口商会商标处或国外友好团体、客户代向国外办理注册。外国人在我国申请商标注册，按规定应委托法定代理人中国国际贸易促进会代办。

## 1.1.5 进行国际市场调查和制订出口商品经营方案

### 1. 进行国际市场调研

国际企业在经营中，面对海外纷繁复杂的国际市场环境，要想以尽可能小的风险、尽可能高的投资回报成功开拓海外市场，其首要任务就是选择正确的目标市场。目标市场的选择需借助于必要的和成功的国际市场调研，并在大量信息的整理、分析基础上进行市场的宏观细分与微观细分，做出目标市场决策。

对国外市场的调查研究，应通过各种途径广泛了解供求情况、价格动态，各国有关的贸易政策法规、措施和习惯做法，以便从中选择适当的目标市场，并合理确定市场布局。对国



外市场调研主要有3个方面,即国别调研、市场调研和客户调研。

### 2. 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,使对外洽谈交易有所依据,一般应预先制定进出口商品经营方案。出口商品经营方案的内容因商品不同而不尽相同。

## 1.2 出口营销和订立买卖合同

### 1.2.1 寻找国外买家和接触客户

#### 1. 寻找国外买家和客户

寻找国外买家和客户是出口企业日常工作中,尤其是出口企业成立初期最重要的一项工作,也是外贸业务员工作的重点。寻找买家的途径如下。

##### 1) 建立网站

出口企业应该在网络上建立一个自己企业的主页,包括中、英文两种版本。其内容应包括企业介绍和产品介绍。

##### 2) 参加展会

博览会、展览会、交易会能够帮助出口企业寻找国外购买者,并且为产品在未来国际目标市场的前景提供第一手的证据资料。出口企业通过参加展会可以对市场竞争进行评估,并且与产品潜在的分销商或代理商见面,寻找销售机会。

##### 3) 利用互联网

直接通过互联网的搜索引擎搜索客户网站或者信息源,如各种商贸网站、各种行业的专业网站等。各个行业都有自己的行业网站,行业网站一般都会提供行业里著名的进口商、分销商和批发商资料。

##### 4) 利用专业信息机构提供的行业买家名单

例如,国际营销传播网按照二级行业分类提供进口商名单,所提供的进口商是一些准确的潜在进口商或者相关性很强的进口商,也具有较高的参考价值。

##### 5) 利用中国海关出口记录

这种数据的优点是全面、准确、信息丰富,能够看出哪些是比较有实力的外贸公司,甚至还可以知道部分同行的出口信息,是用来研究竞争对手的最好的资料。这类数据的价格相对较高。

##### 6) 利用目标市场的市场研究机构

找到目标市场的市场研究机构,请他们对其所熟悉的区域做调查。有的公司会在做了一些二手资料的市场研究后,派出专门人员到该国进行调查和客户联系。

##### 7) 广告宣传

广告宣传对出口销售尤为重要,在美国、日本和西欧各国,广告宣传已成为企业兴衰的关键因素。现代广告的种类繁多,可以从不同的角度进行分类。

##### 8) 其他途径

(1) 从有关银行或咨询机构处获取进口商的资料。

(2) 从我国驻外使馆商务处或外国驻华使馆获取客户信息。

(3) 与国际经济组织、国外商业情报机构、咨询公司等建立联系, 获取市场信息和市场报告。

(4) 国内外的贸易促进机构或协会、商会的介绍及其出版物或者网站提供的信息。

## 2. 接触客户、与客户洽谈

接触客户、与客户洽谈、对客户进行资信调查、有效管理和回复客户询盘、获取客户的信任、争取客户订单等, 这些都是外贸企业的业务员必须学会和掌握的。

### 1) 接触客户

#### (1) 对客户进行资信调查。

对客户的资信调查主要包括对其政治经济背景、支付能力、经营范围、经营能力、经营作风等内容的调查。调查可以通过国内外银行、商会、咨询公司、我国驻外商务机构和工商团体(如商会、同业公会、贸易协会)等渠道进行, 还可以通过实际业务的接触和交往活动, 如交易会、展览会、技术交流会、学术讨论会等进行了解。此外, 还可通过客户所在地的调研机构、中国出口信用保险公司、互联网等途径了解客户。

#### (2) 接触客户的技巧。

如果说准确的客户信息是我们开展国际贸易的起点, 那么接触客户就是出口营销的真正开始, 也是考察出口业务员的开始。因为可能有无数个竞争对手同时在与你竞争同一个客户, 如果不掌握这些方法和技巧, 可能就会出现这样的情况: 给客户的留言或者 E-mail 没有回音; 发了 100 封 E-mail, 却只有一两个客户回复, 而且一回复就要报价和寄送样本; 打电话过去, 还没有做完自我介绍, 前台小姐就匆匆挂断了电话。因此, 国际贸易业务员要学会如何给客户发第一封 E-mail、第一份传真、网上的第一条留言, 打第一个电话或者寄送第一本公司手册, 要知道接触客户应注意什么问题, 并掌握销售信函的写作技巧及出口营销技巧等。企业的高级经理应该一步一步地指导业务员如何与客户成交。

#### (3) 获取客户信任。

通常人们认为上门拜访可以最大限度地获取客户的信任, 因此, 客户拜访就成为国内销售获取客户信任的主要途径。但是, 国际销售与国内销售的最大不同是比较难以去拜访客户, 即使能够拜访, 周期也很长, 因此仍需要通过其他途径来取得客户信任。在出口营销中, 企业可以通过本企业的网站、给客户的 E-mail、传真等内容专业程度, 以及邮寄给客户的样本、资料和样品的专业程度等来获取客户的信任。

### 2) 与客户洽谈

#### (1) 国际商务谈判。

谈判是一门艺术。成功的商业交易主要依赖于谈判的艺术, 主谈人不仅应是精通外贸和专业技术的人才, 而且必须成为一个谈判高手, 也就是所谓的谈判的“艺术家”, 尤其是在广交会、博览会、交易会中买卖双方谈判时, 谈判艺术和技巧尤其重要。而谈判的方式又因文化而异。因此, 了解不同国家商人的谈判风格和特点, 正确处理文化差异, 对于提高谈判效率至关重要。商业谈判要努力创造一种和谐的交流气氛, 并可视对方的好恶选择谈论的题目。

商务谈判前的准备是商务谈判技巧的一部分, 做好充分的准备是取得商业谈判成功的关键。谈判前应尽可能多地搜集相关信息。例如, 客户的资信情况如何? 客户的需要是什么? 他们有什么附加条件? 客户对商品的要求、价格可能会是多少? 主要的竞争对手是谁? 当前运费行市如何? 等。事先做好这些方面的准备工作是必不可少的。

出口交易磋商的程序通常包括询盘 (Inquiry)、发盘 (Offer)、还盘 (Counter-offer) 和接