

“十一五”

应用型高等院校经管专业规划教材
商务电子化系列

国际贸易实务

——货物进出口业务操作流程

(高职高专版)

张军 编著



南京大学出版社

国际贸易实务

—— 货物进出口业务操作流程

(高职高专版)

张军 编著



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务:货物进出口业务操作流程:高职高专
版/张军编著. —南京:南京大学出版社,2007.8

“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·商务
电子化系列

ISBN 978-7-305-05072-5

I. 国… II. 张… III. 国际贸易—贸易实务—高等
学校:技术学校—教材 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 070204 号

出版者 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
网 址 <http://press.nju.edu.cn>
出版人 左 健
丛 书 名 “十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列
书 名 国际贸易实务——货物进出口业务操作流程(高职高专版)
编 著 者 张 军
责任编辑 梅 洁 编辑热线 025-83592193
照 排 南京南琳图文制作有限公司
印 刷 南京人文印刷厂
开 本 787×1092 1/16 印张 15.75 字数 414 千
版 次 2007 年 8 月第 1 版 2007 年 8 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-05072-5
定 价 28.00 元
发行热线 025-83594756
电子邮箱 sales@press.nju.edu.cn(销售部)
njupress1@public1.ptt.js.cn

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·

商务电子化系列学术委员会

主任委员 洪银兴(南京大学党委书记,教授、博士生导师)

钱志新(南京大学教授、博士生导师)

委 员 (以汉语拼音为序)

陈传明(南京大学商学院副院长、管理学院院长,教授、
博士生导师)

姜波克(复旦大学教授、博士生导师)

林桂军(对外经济贸易大学副校长,教授、博士生导师)

马君潞(南开大学教授、博士生导师)

王家新(南京审计学院院长,教授)

徐从才(南京财经大学校长,教授)

徐康宁(东南大学经济管理学院院长,教授、博士生导师)

许承明(南京财经大学副校长,教授)

张二震(南京大学商学院国际贸易系主任,教授、博士生
导师)

赵曙明(南京大学商学院院长,教授、博士生导师)

“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·

商务电子化系列编写委员会

- 主任委员** 钱志新(南京大学)
- 副主任委员** 左 健(南京大学)
王传松(南京商友资讯商务电子化研究院)
- 委 员** (以汉语拼音为序)
- 曹大友(西南政法大学)
- 陈林杰(南京工业职业技术学院)
- 戴延寿(福建漳州职业技术学院)
- 戴宗群(江海职业技术学院)
- 窦中华(山东商务职业学院)
- 都国雄(南京工业职业技术学院)
- 高秀平(云南交通职业技术学院)
- 郭献强(河南科技大学)
- 黄继东(南京大学出版社)
- 黄卫东(南京邮电大学)
- 嵇美华(湖州职业技术学院)
- 江雨燕(安徽工业大学)
- 靳丽丽(开封大学)
- 雷 兵(河南工业大学)
- 李 瑞(广东海洋大学)
- 李应春(福建三明学院)
- 李朝晖(江门职业技术学院经管系)
- 梁 郎(河南工业大学)

刘树艳(青岛科技大学)
刘 洋(山东技师学院)
罗福周(西安建筑科技大学)
罗 杰(大庆石油学院)
马海群(黑龙江大学)
任丽萍(山西旅游职业学院)
沈 毅(南京晓庄学院)
汤少梁(南京中医药大学)
唐 焱(芜湖职业技术学院经管系)
王福明(义乌工商职业技术学院)
王 海(宜宾职业技术学院)
王树进(南京农业大学)
王维平(南京信息职业技术学院)
王 耀(内蒙古农业大学职业技术学院)
吴亚红(辽宁信息职业技术学院)
席升阳(河南科技大学)
肖天革(汕尾职业技术学院)
徐存宝(黄河水利职业技术学院)
杨焕春(温州大学)
杨 艳(黑龙江大学)
杨 轶(湖南石油化工职业技术学院)
詹勇虎(南京正德职业技术学院)
詹玉宣(南京商友资讯商务电子化研究院)
曾益坤(湖州职业技术学院)
张 军(常州纺织服装职业技术学院)
张瑞夫(青岛酒店管理学院)
张为波(西南民族大学)
张元智(西北大学)
张 勇(鲁东大学经贸学院)
赵德海(哈尔滨商业大学)
赵晓鸿(内江师范学院)
郑聪玲(浙江工商职业技术学院)
郑继兴(齐齐哈尔大学)
周继雄(武汉理工大学华夏学院)
朱礼龙(安徽科技学院管理学院)

一个全新的视角——商务电子化(代序)

当前,企业信息化正进入一个新的阶段。这个阶段是以信息技术的全面应用为主要特征,大量企业把信息技术应用到企业商务活动中,使企业的商务活动都实现电子化,已成为企业的内在要求,也是企业信息化发展的必然趋势。正因如此,我们提出了一个全新的视角:“企业商务电子化”。

一、企业商务电子化的发展背景

“企业商务电子化”是企业应用电子信息技术的发展过程,其基本理念是:以商务活动为体,信息技术为用。企业商务电子化不应当被看成为单纯的技术应用,而应当作为各种的商务应用,用信息化手段为商务活动服务,使整个商务活动通过协同集成应用实现全程电子化管理。从这个视角来认识企业信息化是一种全面深化。

企业商务电子化与通常所说的电子商务有很大的不同,从商务活动过程来看,电子商务是一种营销手段,是在互联网上进行商品买卖的贸易活动;从技术角度来看,电子商务是一种技术工具,而企业商务电子化是包含电子商务在内的企业各个商务环节的全面应用,是企业整个商务活动的电子化管理。

实现各类商务活动的电子化,实现商务活动全过程的电子化,实现商务活动决策管理的电子化,是企业商务电子化的全部内涵。

二、企业商务电子化的发展阶段

企业商务电子化经历了三个发展阶段:

第一阶段,企业办公自动化阶段(OA)。

企业商务电子化的初级阶段是办公自动化(OA),企业中各个部门各自建立信息化系统,以提高办公效率,这是人脑与电脑的对接。

第二阶段,企业内部电子化阶段(ERP)。

为实现企业内部信息共享和资源优化配置,企业内部形成信息网络,配置软件电子化运行,建立企业资源计划信息系统(ERP),这是电脑与电脑的对接。

第三阶段,企业供应链电子化阶段(URP)。

企业发展必然要形成经济资源联盟,也就是供应链,实现供应链的全程电子化(URP),更有利于整体信息共享和内外资源的优化配置,这是系统与系统的对接。

三、实现企业价值链的全面增值

企业商务电子化应用的根本目的是实现企业价值链的全面增值,不能给企业带来价值增值的信息化技术是不可能广泛应用和长久发展的。企业经营讲的就是投入产出。企业之所以要投入资金应用信息技术,根本就在于其同商务活动结合之后能够创造新的价值。企业商务

电子化要使每一经营环节都带来价值的提升,从而实现企业价值链的全面增值,到达企业价值最大化。

企业商务电子化的基本内容主要包括:产品数字化、生产自动化、管理集成化、经营网络化、决策智能化。产品数字化不仅能实现产品内涵、质量的提升,更重要的是有利于创立企业自主品牌和自主知识产权。生产柔性化提高生产的组织效率,提升了个性化,小批量,周期短、需求急的应变能力。管理集成化使纵向的职能式管理方式转向横向的流程式管理方式,以提高管理效率和市场快速反应能力。经营网络化使企业与外部经营资源协同互动,直接增加企业的经营效益。决策智能化对企业价值链全面增值具有决定性的作用。

企业商务电子化的本质就是将企业商务活动进行全面分解,然后将每项商务活动逐一电子化,通过商务电子化提高其价值,促使价值增值。企业商务电子化的关键在于需求,必须认真研究企业的实际需求,根据需求逐一推进商务活动的电子化,从局部商务电子化到全部商务电子化,最后推进企业价值链的全程电子化,从而实现企业价值的增值。

企业商务电子化从运行方式来讲,就是应用计算机网络与管理软件对企业生产经营各个环节的信息资源进行储存、整理、分析,以满足企业的决策层、管理层、操作层有效地实施管理的需要。综合各种认识,比较好的一种思路就是按照协同化的要求实现企业商务电子化。决定企业信息化水平的不是硬件设施,而是软件应用水平,特别是应用软件的协同程度。

协同化是对企业商务电子化的各类管理系统软件,按照合理的业务流程和进行秩序来规划设计,把所有的管理系统建构在一个统一的计算机网络平台上,实现统一的技术标准和技术规范,达到资源共享,互连互通互动。这就是把各类管理软件按照一个统一的思路和一种切实可行方式,集成为一套相互配套的协同化大系统,可称之为企业信息化集成系统。

协同集成强调的是企业在整个产业链中的协同商务能力,以物流为基础,物流、信息流、资金流、商流四流合一,强调内部协作和外部协同,构成企业应用的“协同系统”(EAC)。“协同系统”旨在增强整个价值链竞争优势,消除重复(即不增值)的活动。

对于需要管理创新的中国企业来说,协同集成系统不单是软件产品,更是为企业引进一种先进的管理思想,导入一套成熟的经营模式、管理方法和手段。这是提升企业商务电子化水平的主导因素。

四、积极推动企业商务电子化

第一,搞好商务电子化规划。

在贯彻“全面规划,分步实施,效益驱动,逐步推广”十六字方针中,重点在全面规划。“全面规划”是企业从全局和长远的目标出发,从企业物力、人力、财力、技术力量的可能性出发,结合国家、地区、行业等企业信息化外部支持系统的发展水平,制定一个企业商务电子化规划。在规划实施中要注重实际需求,从最需要的经营环节实施信息技术应用,从局部电子化到全程电子化,逐步实现企业商务的全程电子化。

第二,组织全员培训。

在企业商务电子化过程中,要贯彻以人为本的原则,使整个电子化建设过程贯穿人力资源开发过程。信息化建设是企业战略的重要内容,根据国外企业的经验,应当专门设立“企业信息主管”(CIO)职务。企业信息主管是一位既懂经营管理,又懂信息网络技术的复合型人才,是企业专门负责信息化建设工作的领导,负责制定信息化规划,决定信息化方案,协调信息化进程。要充分调动企业人力信息潜能,人力信息潜能的发挥以培训知识为基础,针对不同层

面、不同岗位的人员进行不同内容、不同形式的培训,以确保每个人都能充分发挥其对信息化建设的促进作用。

第三,实现信息资源共享。

实现信息资源共享,特别是公共性的信息资源共享。加强信息资源开发利用,加快信息的采集、加工、传播、利用等各个环节的产业化步伐,尤其要建立各类重要数据库,促进信息资源交流和共享,为企业商务电子化的全面应用提供一个好的信息资源环境。

五、高等院校的教学要引入和应用商务电子化的理念和方式

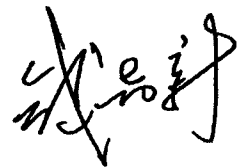
企业商务电子化是企业信息化的高级阶段,可以预见,这将对全面提高企业竞争力起到至关重要的作用,为企业增添全新的发展动力。

高等院校的教学也要引入和应用商务电子化的理念和方式。高等院校要培养既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才,这是企业和社会对人才的需求,也是教学发展的必然要求。

按新的发展要求,迫切需要编写出版商务电子化新型系列化教材。新型的系列化教材,不应是纯信息技术的教材,而应当是将经济管理理论与信息技术、商务电子化技能密切结合,系统反映经济管理理论中的最新成果和商务电子化应用的最新要求,并实现两大知识体系与应用技能全面结合的管理学教材,是既能适应课堂教学,也能满足实验实训环境教学与指导的教材。

南京商友资讯商务电子化研究院与南京大学出版社合作,决定组织编写出版“‘十一五’应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列”,这是一件具有开创性意义的工作。“‘十一五’应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列”的出版和在高等院校的教学中引入商务电子化的理念和方式,也必将对培养和造就既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才产生积极的作用,这是广大企业和社会十分所欢迎的。

原江苏省发展和改革委员会主任
南京大学教授、博士生导师
“十一五”应用型高等院校经管专业规划教材·商务
电子化系列编写委员会主任



2007年8月

当前,经管类专业的教学已进入一个全面创新的新阶段。在计算机网络条件下建立模拟的实验实训环境,是信息技术革命在经管类专业教学中的一种创新。这对经管类专业的教学来说,是一次颠覆,是培养应用型、技能型、复合型经济管理人才的重要方式。

经管类专业的实验实训环境的形成不仅仅是实验实训方式的创新,而且必将推进课程体系、教学内容和教学方式的创新。可以预见,经管类专业教学将会发展为课堂教学与实验实训环境教学并重,乃至以实验实训环境教学为主的教学方式。

与此同时,以信息化为特征的现代技术手段也进入了企业生产和流通的各个环节,国内外的许多企业都把信息技术应用到各类商务活动中。实现商务电子化,这是企业信息化发展的必然趋势,也是企业信息化的核心所在。高等院校经管类专业的教学应当要适应商务电子化发展对人才的需求。

“商务电子化”与通常所讲的“电子商务”有着质的区别。从商务过程来看,电子商务是一种营销手段,是在互联网上进行商品买卖的贸易活动;从技术角度来看,电子商务是一种技术手段和技术工具。而商务电子化是包含电子商务在内的企业各个商务环节的全面应用,是企业整个商务活动的电子化和信息化管理。

在高校教学与企业应用两大需求的导向下,为培养既有经济管理理论知识,又具备商务电子化应用技能的复合型人才,经管类专业传统的教材已经不能适应新的教学方式的需要了。按新的发展要求,南京大学出版社与南京商友资讯商务电子化研究院合作组织有关应用型高等院校编写了“‘十一五’应用型高等院校经管专业规划教材·商务电子化系列”教材。

这套“商务电子化”系列教材分为本科与高职高专两类,具有以下特色:

(1) 实验实训教学——现代教育技术推进全新的教学模式

本系列教材,为配合实验实训教学,要求实例采用视频演示的方式来讲授知识,提供课堂实例的多媒体视频演示与实验的全程录像,更方便老师授课和学生自主学习,也推进了现代教育技术在教学中的应用。

同时,对于实验条件相对落后的学校来说,也是一个很好的互补。学生通过实验录像,可以看到真实的实验环境,巩固学习效果。

(2) 教改课题——提供教师交流平台

作为中国高等教育学会教育科学“十一五”规划重点研究课题——“商务电子化条件下经管类专业课程改革与实践”——的主要科研成果,本系列教材顺应了当前经管学科的教学改革大潮,在“十一五”规划的大局下,定位于全面提升学生的执业能力,共同打造兼具实用性、创新性,反映最新教改成果,体现先进技术的技能型教材。

(3) “双证”培训体系——增强学生就业竞争力

作为中国信息产业部推广“技能+学历”的“双证”培训体系的重要合作伙伴,本系列教材在编写时也充分考虑到了相关行业的职业资格认证要求,对与职业资格认证有关的课程,在内容安排和习题设置上与相关认证紧密结合,使学生对相关职业资格认证有一个清晰的了解,以帮助学生获取“双证书”——学历证书和职业资格证书,增强学生的就业竞争力。

(4) “职业性”设计实例与实验——重视对学生职业技能的培养与训练

本系列教材的编写以“提高学生实践能力,培养学生的职业技能”为宗旨,编写体例包括:导入案例、教学知识点、案例分析、技能训练、复习与思考、综合实训这六个部分。同时,按照企业对经管专业学生的实际需求,以“项目驱动法”来设计实例与实验,使学生能够在了解相关理论的基础上,具备相应的实际操作技能。

(5) 立体化的教学资源网——提供网站优质服务与教学支持

面对“十一五”规划的新形势,为了继续深化课程与教学改革,更深入地解决课改与教改中的重点与难点问题,我们不仅提供优秀的纸质主教材,还将提供电子教案、教学大纲、实验录像、视频演示、网络课程等教学配套资源,形成纸质出版物、电子音像与网络出版物等有机结合的立体化教学解决方案。老师可以通过网络平台,获得更多、更好的教学资源;学生通过网络平台,随时随地都可以进行学习。网络平台方便师生进行信息交流,实现资源共享。

愿“商务电子化”系列教材能为新的时代背景下,我国经管类专业的课程与教学改革的发展做出应有的贡献。同时,这套教材还在不断的完善中,欢迎各高等院校的教师共同参与。

南京大学出版社

2007年8月

前 言

本书作为高等职业教育经贸类专业系列教材之一，主要介绍货物进出口业务操作流程（交易前的准备、交易磋商、合同签订、合同履行四个阶段）各环节的操作任务、操作知识、操作实例、操作训练和能力测试。本教材具有以下特点：

1. 适应了高等职业技术教育的要求

为了强化学生的职业技能，高等职业技术教育对专业课教学提出了应知、应会和操作实例的要求。本书在各章配有应掌握的知识点、操作流程、操作实例、操作训练、外贸业务模拟训练题及由计算机自动评分的训练题库，以提高学生在外贸业务方面的应知、应会和操作技能。

2. 贯穿了外贸业务流程这一主线

高等职业院校经贸类专业教育的目标是要培养经贸业务一线的业务员，他们的专业核心技能之一就是要把握好每票外贸业务整个流程各环节的操作方法。本教材的结构就是以外贸业务流程为主线展开的，使教材内容更贴近经贸业务实际。

3. 满足了学生自主性学习的要求

学生自主学习能力是高等职业技术教育的培养目标之一。本书采用现代信息技术制作的多媒体视频课件光盘，为学生的自主性学习创造了有利条件，学生在计算机上使用本书的光盘，还能直接点击我们推荐的与外贸业务相关的网站，以扩大自学外贸业务的知识面和信息量，从而进一步提高自主性学习的能力。

4. 培养了学生认真、仔细、负责的工作态度

外贸业务工作的特点之一就是外销员要对一票外贸业务从接单到结汇的全过程负责，业务流程中的任何一个细微环节的差错都会影响到这票业务能否顺利收汇。所以，本书旨在让学生熟练掌握外贸业务流程操作方法的基础上，进一步体验外贸业务工作的具体要求，培养认真、细致、负责的工作态度。

5. 增加了学生在外贸业务方面的间接经验

在本教材的有关操作训练中，还要求请外贸公司、银行国际业务部、海关、商检局、货代公司、保险公司、海外仲裁庭等单位或部门的业务专家作专题报告，给学生介绍相应的业务经验，并与学生一起座谈交流。这将有助于增加学生在外贸业务方面的间接经验。

6. 突出了对教学资源的整合

高等职业院校的课堂教学，尤其是专业课程的课堂教学，一本教材统天下的局面已不能适应现代高职教学的要求了。只有对教学资源的整合，才能充分发挥各种资源的优势，提高课堂教学效果。本教材把外贸业务的操作任务、操作知识、操作实例、操作训练、技能测试与多媒体视频技术、自动测评技术、网络资源、外贸业务相关部门业务经理的讲座等多种教学资源进行了有机整合，使学生能够从多种角度去认识和掌握外贸业务的基本知识、基本操作方法，有利

于学生专业技能的提高。

7. 提出了本课程的九大实训项目

编者结合自己从事二十多年经贸专业教学的经历,提出了本课程的九大实训项目:国际市场调研与报告、商务洽谈并根据洽谈结果拟订外贸购销合同(中、英文各一份)、外销商品的成本与报价、信用证的审核与修改、外销商品的生产跟单业务流程、托运(或货代)业务流程、报检业务流程、报关业务流程、一票外贸业务的制单结汇。学生通过这些项目的实训,能有效地提高自己的外贸专业技能。

8. 体现了国际商务电子化的要求

本课程在商务电子化方面的具体体现是:利用电子网络信息平台进行国际市场调研、与外商建立业务关系、与外商进行业务洽谈、电子制单、电子口岸等。

本教材是按照货物进出口业务各环节的先后顺序来安排章节结构的,所以以“业务流程+序号”来编排,但第五篇“进口合同的履行”因与第四篇“出口合同的履行”前六步业务流程相同而后几步不同,因而第五篇的编号有所区别。

本书编写过程中得到了江苏省高等职业教育经贸类专业系列教材编委会及南京大学出版社的关心和支持,得到了编者所在单位常州纺织服装职业技术学院的领导、老师及外贸公司业务员的热情帮助,在此一并向他们表示诚挚的谢意。

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,随着现代信息技术在外贸业务中的逐步推广应用,外贸业务的操作方法和要求也在不断更新,这将要求对教材的内容、形式等及时进行调整和完善。为此,恳请广大读者批评指正。

张 军

2007年6月

目 录

第一篇 交易前的准备	1
业务流程 1 国际市场调研	1
业务流程 2 制定外贸业务经营方案	7
业务流程 3 建立业务关系	10
第二篇 交易磋商	13
业务流程 4 交易磋商(洽谈)	13
业务流程 5 出口商品的报价	21
第三篇 合同的签订	34
业务流程 6 合同的签订	34
第四篇 出口合同的履行	52
业务流程 7 催证、审证、改证	52
业务流程 8 备货	66
业务流程 9 租船订舱	84
业务流程 10 出口商品报检	87
业务流程 11 投保	92
业务流程 12 办理通关手续	99
业务流程 13 办理装运出口手续	105
业务流程 14 制单结汇	112
第五篇 进口合同的履行	156
业务流程 7' 开立信用证	156
业务流程 8' 租船订舱与投保	168
业务流程 9' 审单付汇	173
业务流程 10' 报检、报关、提货	177
业务流程 11' 进口索赔	182
附 录	186
附录一 《跟单信用证统一惯例》(《UCP600》)	186
附录二 《联合国国际货物销售合同公约》	201
附录三 货物进出口业务中的主要单据	218

第一篇 交易前的准备

业务流程 1 国际市场调研

操作任务

无论是有多多年外贸业务经验的外销员,还是新上岗的外销员,要做好一票外贸业务,首先必须了解外贸商品的国际市场行情(从理论上来说,就是要对国际市场进行调研)。所以,本环节业务操作的任务是:通过一定的方法和途径,掌握本公司所经营的外贸商品的国际市场行情和客户情况,并以该类商品的国际市场调研报告的形式反映。

操作知识

(一) 对国际市场重点调查的内容

(1) 国际市场环境调研

如:国外的经济环境、政治和法律环境、文化环境、人口、交通、地理等情况;

(2) 国际市场商品情况调研

如:国外市场上该商品的供给情况、需求情况、价格情况等;

(3) 国际市场营销情况调研

如:国外市场上该商品的销售渠道、广告宣传、竞争分析;

(4) 国外客户情况调研

如:国外客商的政治情况、资信情况、经营业务范围、经营能力等。

(二) 国际市场调研的渠道、方法

1. 国外市场调研的渠道、方法

(1) 派外销员直接到国外市场进行调查,获取第一手资料,但费用比较高;

(2) 通过报刊、杂志、新闻广播、电视、网络、数据库等媒体获取二手资料,费用较低;

(3) 委托我国驻外商务机构或外国驻华商务机构进行调查;

(4) 利用我国海关对该商品的进出口统计资料,本地区、本公司该商品的出口统计资料。

通过以上调查,我们可以初步解决选择哪个国家或地区作为该商品的目标市场、相应的价格和外销方式等方面的问题。

2. 国外客户调研的渠道、方法

(1) 委托国内外咨询公司对客户进行资信调查;

(2) 委托中国银行及其驻外分支机构对客户进行资信调查;

(3) 通过我外贸公司驻外分支机构或商务参赞、代表处对客户进行资信调查;

(4) 利用交易会、洽谈会、客户来华谈判、出国考察团、营销员等对客户进行资信调查;

(5) 通过中国贸促会收集国外客户的信息。

中国贸促会提供的国际市场信息及相关服务-----

- a. 曾与中国贸促会联系、拟从中国进口商品的海外客户名址及意向;海外部分行业批发商、进口商优选名址资料(包括:外商公司名称、地址、联系人、电话、传真、电子邮件、所要求商品名称及合作意向);按产品 HS 编码查询的国外进口商名址。
- b. 部分国家和地区的最新原版进口商名录书籍和光盘(资料包括:公司名称、地址、联系人、电话、传真、邮件地址、成立时间、员工人数及经营范围简介)。
- c. 各国关税税率查询。提供部分国家和地区商品的海关关税、各种商品的进出口统计数据、各国海关关税政策、海关关税计算方法等。
- d. 各国贸易统计查询。有来源于联合国统计署(UNSD)和 UNCTAD / WTO 的国际贸易中心的各类产品贸易统计,可提供“国别+产品”的进出口统计数据查询。
- e. 外国公司驻华机构查询。可提供外国驻华办事处、分支机构名址的查询。
- f. 国际市场调研资料。提供:某国家(地区)某行业(产品)的市场调研报告;投资环境和政策法规方面的专题调研报告;全球各国家(地区)的经贸情况资料(概况、政治、经济、进出口法规、对外经贸情况等);专项市场调研报告(这类报告是根据国内企业的需求,由信息部人员及贸促会驻外机构共同就目标国家、目标市场所撰写的调研报告)。
- g. 中国贸促会驻外代表处、外商函电、海外团组、对口组织及驻华商务机构出展来展、组团出访等信息。
- h. 外贸商品信息。按产品分为六大类别:粮油土畜、轻工工艺、机械设备、电子电器、纺织服装、五矿建材医药化工;按信息来源分为两类:A类为驻外代表处传真、外商来电,B类为外商信函、国外机构推荐及其他渠道。
- i. 将企业的概况、产品介绍、贸易与合作需求等详细资料,通过贸促会这一特定渠道向国外推荐。
- j. 国际市场报告会、研讨会,安排企业与来访的外国企业家进行对口商务洽谈。

通过上述调查,我们就可有针对性地选择客户进行该商品的交易。

此外,在进行国际市场调查的同时,也应注意做好该商品国内货源及需求方面的调查。

(三)网络信息化条件下的国际市场调研

网络信息化条件下的国际市场调研,主要是利用互联网信息平台 and email 方式了解国际市场有关商品的购销信息并与外商建立业务关系。

全球主要的外贸网站-----

- | | |
|--|---|
| 1. 美国中央情报局 CIA:有各国总体情况及基本面的报告
网址: http://www.cia.gov | 4. 美国贸易发展局
网址: http://www.tda.gov |
| 2. 美国商会
网址: http://www.uschamber.org | 5. 美国贸易委员会
网址: http://www.ftc.gov |
| 3. 美国联邦贸易委员会
网址: http://www.ftc.gov | 6. 美国商务部
网址: http://www.doc.gov |

7. 国际贸易门户网站(FITA):由国际贸易联合会举办,有北美 30 万家企业名录
网址: <http://www.fita.org>
8. 邓白氏(D&B):全球最大商业信用咨询公司
网址: <http://www.dnb.com>
9. 加拿大进出口管理局
网址: <http://www.dfait-maeci.gc.ca>
10. 加拿大外交和国际贸易部:由市场研究中心和海外机构提供市场分析和国别报告
网址: <http://www.infoexport.gc.ca>
11. 加拿大进出口商协会:提供超值支持服务和贸易开拓活动
网址: <http://www.importers.ca>
12. 欧洲商会:包括 34 个国家商会,1 300 个工商组织,1 400 万家企业
网址: <http://www.eurochambres.be>
13. 欧洲商业指南:包括欧洲 30 个国家的 50 万家企业名录的网站,可按产品或公司名查询
网址: <http://www.europages.com>
14. 托马斯欧洲企业名录:欧洲工业企业买家指南,包括了欧洲境内 17 个国家的 18 万个工业产品供应商的资料
网址: <http://www.tremnet.com>
15. 伦敦商会
网址: <http://www.londonchamber.co.uk/>
16. 英国贸易协会联合会
网址: <http://www.export.co.uk>
17. Corporate Information:包括美国、加拿大、德国、日本、英国、法国、意大利的总体介绍,覆盖 35 万家企业,有研究报告、商业信息等
网址: <http://www.corporateinformation.com>
18. Hoover U. K. :可查询 65 000 家企业信息
网址: <http://www.hoovers.co.uk>
19. 法国外贸局
网址: <http://www.cfce.fr>
20. 德国外贸信息处
网址: <http://www.bfai.com>
21. 荷兰外贸协会
网址: <http://www.hollandtrade.com>
22. 国际商业网:有 75 万余家企业信息
网址: <http://www.buscenter.net>
23. 俄罗斯商业合作组织
网址: <http://www.rbcnet.ru>
24. 日本信息资源中心
网址: <http://www.konradh.net>
25. 韩国工商协会:包括韩国商业信息、与韩国做生意、外国投资体系、外国金融等内容
网址: <http://www1.kcci.or.kr>
26. 韩国贸促会
网址: <http://www.kotra.or.kr>
27. 韩国国际贸易协会
网址: <http://www.kita.or.kr>
28. 韩国贸易新闻:提供买卖消息
网址: <http://210.111.197.42>
29. 香港贸发局:其主要业务有各地市场资讯、商业培训、出版、举办国际贸易展览会
网址: <http://www.tdctrade.com>
30. 香港总商会
网址: <http://www.hkgcc.org.hk>
31. 香港中华厂商联合会
网址: <http://www.cma.org.hk>
32. 香港工业总会
网址: <http://www.fhki.org.hk>
33. 澳门经济局
网址: <http://www.economia.gov.mo>
34. 澳门中华总商会
网址: <http://www.acm.macaueweb.com>
35. 世界台湾商会联合总会
网址: <http://www.wtcc.net.tw>
36. 新加坡贸易发展局
网址: <http://www.tdb.gov.sg>
37. 新加坡国际商会
网址: <http://www.sicc.com.sg>
38. 澳大利亚商会:与澳大利亚其他主要商会都有连接
网址: <http://www.chambernet.com.au>
39. 澳大利亚商业指南
网址: <http://www.australia-online.com>