

全面解析 **最新**

外贸政策、外资政策、进出口政策、一带一路、自贸区建设、跨境电商等新政策

新手学外贸

从入门到精通

智创文化 编



从零开始学习外贸基础知识，把握市场新机会
一本书学会外贸术语、客户开发和成交技巧
全方位理清外贸业务流程

互联网时代，

应对最新外贸形势的技巧、方法全攻略



化学工业出版社

新手学外贸

从入门到精通

智创文化 编



化学工业出版社

· 北京 ·

《新手学外贸从入门到精通》从外贸人员应知、应会、应懂的知识出发，结合企业实际发生的各项经济业务，向外贸新手示范各项外贸业务的处理技巧与方法。全书共分为8章，包括对我国外贸政策和市场的分析，贸易术语，贸易单据，对外贸易流程的介绍，外贸品的策划、推广以及签外贸合同，开发客户资源，收欠款等内容。

《新手学外贸从入门到精通》也加入了国家大力倡导的跨境电商的有关内容，以便外贸新手“一看就懂、一学就会、现查现用”，轻松掌握外贸操作技能，快速胜任外贸工作。

《新手学外贸从入门到精通》适合外贸新手、在职外贸人员、企业经营管理者、企业培训及咨询人员、高等学校对外贸易专业师生以及关注跨境电商的人员阅读和使用。

图书在版编目(CIP)数据

新手学外贸从入门到精通/智创文化编. —北京:
化学工业出版社, 2016. 12
ISBN 978-7-122-28304-7

I. ①新… II. ①智… III. ①对外贸易-基本知识
IV. ①F75

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第250195号

责任编辑: 卢萌萌 黎秀芬
责任校对: 边 涛

文字编辑: 汲永臻
装帧设计: 王晓宇

出版发行: 化学工业出版社(北京市东城区青年湖南街13号 邮政编码100011)
印 装: 三河市延风印装有限公司
710mm×1000mm 1/16 印张15½ 字数226千字 2017年2月北京第1版第1次印刷

购书咨询: 010-64518888(传真: 010-64519686) 售后服务: 010-64518899
网 址: <http://www.cip.com.cn>
凡购买本书, 如有缺损质量问题, 本社销售中心负责调换。

定 价: 49.80元

版权所有 违者必究



前言 FOREWORD

即学即用轻松胜出，融集全新外贸知识，精心点拨入门技巧，全面熟悉外贸流程，快速掌握外贸实务。

本书在编撰过程中力求“实用”，本着外贸人员“应知、应会、应懂”的原则，涉及外贸活动中方方面面的问题。本书共分为8章，包括对我国外贸政策和市场的分析，贸易术语，贸易单据，贸易流程，商品的策划、推广，合同签订，客户拓展以及转型跨境电商等问题（2015年以来国家大力提倡和支持的“跨境电商”）。全方位展示了各项外贸业务的具体处理，是外贸新手成长过程中必备的指导工具书。

同时为增强可读性，书中还列举了大量具有实操意义的示例，以便外贸新手“一看就懂、一学就会、现查现用”，轻松掌握外贸操作技能，快速胜任外贸工作。

本书有三大特色：

第一，注重实操。考虑到初学者的客观要求，我们根据知识的难易程度，对每个知识点都进行了拆分，化大为小，注重细节，将知识融入实操当中。

第二，通俗易懂。外贸是一门技巧性很强的学科，本书本着让每位初学者都能学好外贸、当好外贸人员的原则，在语言上做了大量的工作，力争做到化繁为简，用简练、通俗的语言去阐述。简单易学，一看就懂，一学就会。

第三，可读性强。如何让干枯的文字活起来也是我们一直在考虑的一个问题，本书采用图、表的形式，图文并茂，大大增强了可读性。

本书适合外贸新手、在职外贸人员、企业经营管理者、企业培训及咨询人员、高等学校对外贸易专业师生阅读和使用。

本书的编写获得了魏艳、苗李敏、潘鑫、魏丽、李伟、苗李宁等的大力支持，他们群策群力，或提供资料、或讲述自己的经验。同时，也对丁雨萌、樊冬梅在图表设计、文字编校方面的支持深表感谢。正是集多人之智慧，此书才能编撰而成，在此对各位表示感谢。

编者

2016年7月



第1章

新手做外贸四大必知

Page

001

1.1 必知一：做好市场分析	002
1.2 必知二：熟悉国家政策	004
1.3 必知三：摸清行业脉络	007
1.4 必知四：遵守法律法规	010

第2章

了解贸易术语

Page

013

2.1 贸易术语	014
2.2 贸易术语的意义	014
2.3 贸易术语的分类	015
2.4 贸易术语的运用	016
2.4.1 C组 CPT-CFR-CIF-CIP	016
2.4.2 D组 DAT-DAP-DDP	024
2.4.3 E组 EXW	028
2.4.4 F组 FOB - FCA - FAS	031

第3章

熟悉交易凭证

Page

039

3.1 信用证	040
3.1.1 信用证的开通条件	040
3.1.2 在外贸业务中的作用	041
3.1.3 信用证中的银行角色	041
3.1.4 信用证的结算	043
3.2 出口许可证	044
3.2.1 如何申领出口许可证	044
3.2.2 出口许可证主管和颁发机构	045
3.2.3 出口证的修改、延期与补发	046
3.3 产地证明书	047
3.3.1 如何申请产地证明书	048

3.3.2	产地证明书的类型	048
3.3.3	产地证明书在外贸业务中的作用	050
3.3.4	产地证明书的内容	051
3.4	报价单	052
3.4.1	报价单的通用格式	052
3.4.2	报价单的填制要求和形式	055
3.5	进出口货物报关单	055
3.5.1	进出口货物报关单的作用	056
3.5.2	进出口货物报关单的类型	056
3.5.3	如何填写进出口货物报关单	057
3.6	汇票	060
3.6.1	汇票的通用格式	060
3.6.2	汇票的类型	061
3.6.3	如何签订汇票	062
3.7	发票	064
3.7.1	发票在业务中的作用	064
3.7.2	发票的主要内容	064
3.7.3	发票与本票、支票的区别	066
3.8	提单	068
3.8.1	提单在业务中的作用	068
3.8.2	提单的种类	069
3.9	装箱单	071
3.9.1	装箱单的作用	071
3.9.2	装箱单的类型	072
3.9.3	如何填写装箱单	073
3.9.4	装箱单的电子化趋势明显	074
3.10	出口收汇核销单	075
3.10.1	出口收汇核销单的特点	075
3.10.2	出口收汇核销单的申领和注销流程	077
3.10.3	出口收汇核销单的交单步骤	078
3.11	保险单	079
3.11.1	保险单的概念及内容	079
3.11.2	保险单的分类	080
3.12	检验证书	081
3.12.1	检验证书的申请程序	081
3.12.2	检验证书的类型	082
3.12.3	需要检验的商品	083

4.1	磋商：明确买方的合作意向	085
4.1.1	磋商的内容	085
4.1.2	磋商的阶段	085
4.2	备货：下订单进入采购和生产阶段	087
4.2.1	备货前的准备工作	088
4.2.2	对备货进行审查和检验	088
4.2.3	向进口方发送备货通知单	089
4.2.4	筹备资金的途径	089
4.3	商检：到检疫局检验货物	090
4.3.1	商检的作用	090
4.3.2	哪些货物需要商检	091
4.3.3	商检的程序	091
4.3.4	商检的时间、地点	092
4.4	报关：向海关申报出口	093
4.4.1	报关范围	093
4.4.2	报关的步骤	094
4.5	运输：将货物与客户实现交接	096
4.5.1	必须按约定如期交货	096
4.5.2	保证按时交货的4个条件	097
4.6	收汇：从客人那里收钱结汇	099
4.6.1	收汇的方式	099
4.6.2	汇付流程及类型	099
4.6.3	托收流程及类型	101
4.6.4	议付	103
4.6.5	远期支票支付	107
4.7	核销：向外汇管理局申报	109
4.7.1	办理核销手续	109
4.7.2	核销单的申请原则	110
4.8	免税、抵税、退税：有效利用优惠税收政策	111
4.8.1	优惠税收政策的内容	111
4.8.2	优惠税收政策的实施范围	112
4.8.3	退税额度的计算方法	113
4.8.4	我国对出口企业退税资格的认定	113

5.1	出口商品的命名	116
5.1.1	命名的原则	116
5.1.2	如何展现命名	118
5.1.3	名称不一致卖方承担责任	119
5.2	出口商品的包装	120
5.2.1	外贸品必须进行包装	120
5.2.2	包装的类型	121
5.2.3	销售包装	122
5.2.4	运输包装	123
5.2.5	拟定包装注意事项	124
5.3	确定商品的规格	125
5.3.1	了解进货数量	126
5.3.2	准确制定商品数量	126
5.3.3	准确制定商品重量	127
5.4	保证商品品质	130
5.4.1	商品品质的组成及作用	130
5.4.2	判断商品品质的途径	131
5.4.3	商品品质的检测	132
5.5	核算出口成本	133
5.5.1	出口商品成本与费用	133
5.5.2	出口商品成本的计算方式	135
5.5.3	衡量出口成本的两个指标	135
5.6	降低附加价：佣金	137
5.6.1	佣金的种类	137
5.6.2	外贸佣金的计算	140
5.6.3	佣金支付时的注意事项	141
5.7	选择运输方式	143
5.7.1	运输方式的类型	144
5.7.2	选择最佳的运输方式	145
5.8	办理保险减少风险	148
5.8.1	合同中的保险条款	149
5.8.2	合同保险条款的拟定	150
5.8.3	货运保险条款有哪些规定	150

第6章

签订贸易合同

Page

154

6.1	订立书面合同	155
6.1.1	国际贸易合同的作用	155
6.1.2	国际贸易合同的内容	155
6.1.3	国际贸易合同的特点	157
6.1.4	签订合同时避免口头协议	158
6.2	甄别合同条款	159
6.2.1	合同条款要全面且详尽	159
6.2.2	注意合同条款的细节	161
6.2.3	合同条款的更改	162
6.3	依法订立和履行合同	163
6.3.1	依法订立合同	163
6.3.2	严格履行合同	165
6.4	谨防合同欺诈	167
6.4.1	什么是合同欺诈	167
6.4.2	外贸合同欺诈的3大手法	168
6.4.3	合同欺诈和合同纠纷的区别	170
6.5	避免FOB合同陷阱	171
6.5.1	谨慎签订FOB条款	171
6.5.2	使用FOB价格条款存在的弊端	173
6.5.3	两大陷阱：无单放货和无船承运人	174
6.5.4	避免问题发生的3个关键	177
6.6	共同海损与单独海损	178
6.6.1	估计意外事件	178
6.6.2	如何界定共同海损	179
6.7	保留贸易往来的书面证据	181
6.7.1	注意保留证据	181
6.7.2	留存的证据类型	182
6.8	无单提货及其法律责任	182
6.9	迟延交付及其法律责任	185

第7章

开发客户资源

Page

188

7.1	利用企业网站开发客户	189
-----	------------	-----

7.1.1	企业网站的作用	189
7.1.2	建立专业化的企业网站	190
7.1.3	企业网站如何吸引客户	192
7.2	利用B2B平台开发客户	193
7.2.1	B2B平台模式及发展趋势	193
7.2.2	B2B网站的作用	195
7.2.3	B2B平台的类型	196
7.2.4	如何选择优质B2B平台	197
7.3	利用搜索引擎开发客户	199
7.3.1	搜索引擎工具的优势	199
7.3.2	使用搜索引擎的诀窍	200
7.4	参加外贸交易会开发客户	202
7.4.1	外贸交易会，面对面沟通更有效	202
7.4.2	参加外贸交易会的注意事项	204
7.4.3	参展中如何与客户交流	206

第8章

Page

转型跨境电商

208

8.1	跨境电商风起云涌	209
8.1.1	跨境电商的特征	209
8.1.2	跨境电商的运营模式	213
8.2	传统企业转型机遇和挑战	219
8.2.1	制度建设和政策优惠	218
8.2.2	转型要解决的问题：资金和产品	220
8.2.3	转型要解决的问题：流量	221
8.2.4	转型要解决的问题：供应链	224
8.2.5	转型要解决的问题：支付系统	227
8.2.6	转型要解决的问题：平台	230
8.3	跨境电商的发展局限	233
8.3.1	传统的通关机制，加剧了跨境电商的成本	234
8.3.2	缺乏完善的管理和监督体系	235
8.3.3	地区发展不平衡	236
8.3.4	服务能力弱，综合竞争力有待提高	236

参考文献

237

第1章



新手做外贸四大必知

如今从事外贸业务的不仅仅有传统的进出口企业、代理商，还有很多民营企业、新型电商、拥有品牌的个人等。其中不乏很多新手，对于这些初涉者来说如何开发这个新领域，并能够一展拳脚。最主要的就是要做到四大必知，了解国内外的市场，熟悉国家政策，行业规律以及法律法规等。

1.1

必知一：做好市场分析

2001年12月，我国正式成为世贸组织的一员，标志着与各个国家和地区的经贸关系进入了一个全新的阶段，加快了与世界贸易的接轨，也为我国对外贸易的发展提供了更大的空间和机遇。

此后，我国对外贸易在全球的地位迅速上升，与各个贸易伙伴开展的贸易规模不断扩大。1999年，世界前五大出口国分别为美国、德国、日本、法国和英国，中国在40个主要贸易出口国中排名第九，2009年超过德国成为世界第二大贸易国，进出口总值达到22.072万亿人民币，出口总额占总值比重的54.4%，进口则仅次于美国、德国，为世界第三大进口国。

经过近20年的发展，我国的对外贸易在市场规模、市场竞争、区域市场、市场走势及吸引范围等多个方面都有了长足的进展，取得了空前的成绩。2013年，进出口总值25.83万亿人民币，扣除汇率因素同比增长7.6%，2014年这一数值为26.43万亿元人民币，比2013年增长了2.3%。2015年有所下降，为24.59万亿元人民币，如图1-1所示。

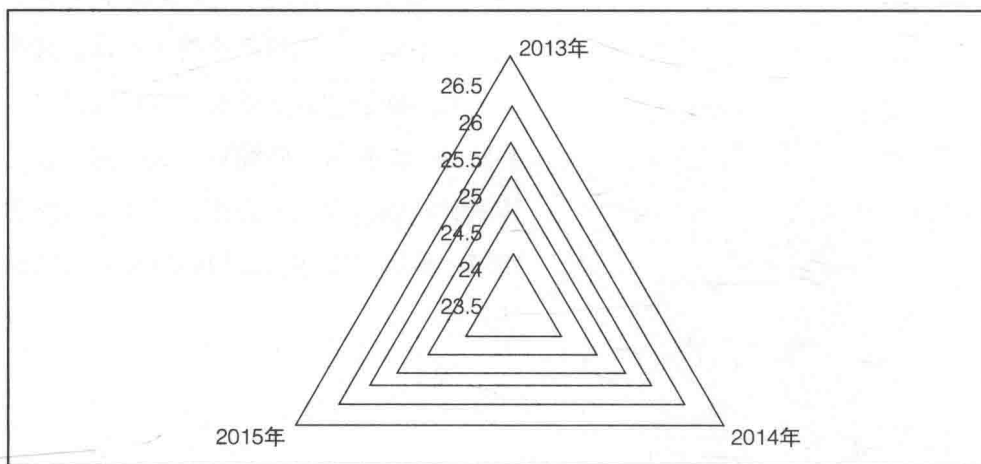


图1-1 我国近三年的进出口总值（单位：万元）

2015年以来，全球出口值出现了近年来少有的大幅度下跌态势。WTO公布的数据显示，按美元计价，2015年前10个月全球出口值下降幅度超过11%，

是自2009年全球金融危机全面爆发后再次出现的下降。

经济下行的压力，新一轮的全球金融危机，以及国际、国内市场的不容乐观，2016年，我国的外贸形势仍然是严峻的，面对的困难仍然是空前的，外需乏力、内需走弱、固定资产投资放缓、要素成本持续快速上升、融资等多种不利因素交织叠加，而且这种困难不是短期的。

但从总体趋势来看，发展趋势向好的基本面没有变，仍处于稳中求进的状态。我国的外贸市场处于历史的最好时期。对于进出口企业，或个人来讲，在确定市场大形势基本良好的前提下，最主要的是调查市场，顺从市场规律，擦亮眼睛，去寻找并抓住其中的商机。

市场调研的目的在于了解市场，以便有效地推销货物，有新产品但没有市场，对出口商而言一切都是徒劳。但是市场的调研工作也面临着一个难题：即如何去调查，自己或委托他人直接去当地调研，取得所需一手资料是最好的方法，但不可能总是能到各进口国做实地调研。

通常来讲，市场调研的项目可分为两大类：

（1）一般调研项目

这类项目指的是与准备推销的商品没有特定关系的因素，比如，关于某一特定市场的一般性调研。

（2）个别调研项目

个别调研项目是对拟销售的商品在该市场的产销情况调研。

这两项调查项目详细内容如表1-1所列。

表1-1 外贸市场调研项目的类别

一般调研项目	地理：包括位置、面积、地形、气候等	个别调研项目	供求状况：包括有关商品在当地的 生产量与生产企业名单、输出量与 输入企业名单等
	人文：包括人口、语言、教育、宗教风俗等		
	交通：包括铁路、公路、港口情况、运输设施等		当地竞争情形：包括当地产品资料、 进口产品资料、消费数量等
	货币金融：包括通货、物价、外汇、银行等		
	工商政策及法令：包括贸易外汇管理法规、关 税制度、度量衡制度等		推销相关事项：包括有关商品的销 售渠道、推广方法等
	商业习惯：包括销售季节、销售渠道、消费者 购买力等		



确定未来市场是正式展开进出口贸易最前提的工作。目的在于了解国外市场的供求状况，寻找最有利的市场，寻求进口商或代理商，了解竞争对手等。这一部分工作会直接影响到日后的交易过程。对于一名进出口经销商来讲，做好市场调查将会保证对市场，对目标客户有更准确的定位。比如，谁将会是最大的消费群体，谁将会从使用你的产品中受益，这都是在对市场调查研究时需要关注的。

1.2 必知二：熟悉国家政策

面对国内外贸易市场疲软的态势，国家大力开辟新市场，寻找新机遇，并在政策上引导。如“一带一路”、“互联网+”、创新驱动以及自贸区建设等重要国家战略，各地都相应地出台了许多扶持跨境电商的政策。

(1) “一带一路”激活外贸新机遇

随着“一带一路”建设的推进，沿线国家的市场机遇备受期待。这无疑为出口企业拓展市场提供了更好的机会，家电、能源、机械、建材等行业出口将迎来新的机遇期。不少企业将目光由东部沿海地区转向了中西部内陆地区，加强与中东、中亚、南美等沿线国家的合作。

据悉，我国对部分一带一路沿线国家的出口贸易已经开始增长。2016年第一季度，我国在对美国、欧盟、东盟出口贸易下降的同时（对美国出口下降3.4%、对欧盟出口下降1.4%、对东盟出口下降8.5%），对巴基斯坦、孟加拉国、埃及、印度和俄罗斯等出口却大幅增长，分别为26.4%、16.6%、6.3%、6.1%和6.2%，如图1-2所示。

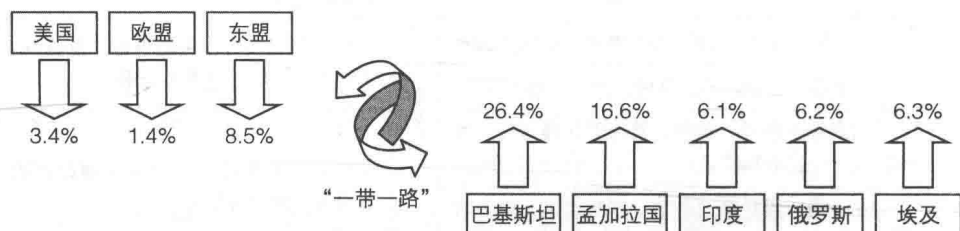


图1-2 2016年第一季度我国外贸出口情况

(2) 借助互联网+, 大力发展跨境电商

自2013年以来, 政策层面一直在释放跨境电商方面的利好。如2014年7月, 海关总署的《关于跨境贸易电子商务进出境货物、物品有关监管事宜的公告》和《关于增列海关监管方式代码的公告》, 即业内熟知的“56号”和“57号”文件接连出台, 从政策层面上规范了跨境电子商务市场, 同时也认可了业内通行的保税模式, 此举明确了对跨境电商的监管框架。

再如商务部于2013年8月颁布的关于实施支持跨境电子商务零售出口有关政策意见》(以下简称意见)提出了6项具体措施, 具体如表1-2所列。

表1-2 国家对发展跨境电商的6项具体措施

措施	内容
1	建立电子商务出口新型海关监管模式并进行专项统计, 主要用以解决目前零售出口无法办理海关监管统计的问题
2	建立电子商务出口检验监管模式, 主要用以解决电子商务出口无法办理检验检疫的问题
3	支持企业正常收结汇, 主要用以解决企业目前办理出口收汇存在困难的问题
4	鼓励银行机构和支付机构为跨境电子商务提供支付服务, 主要用以解决支付服务配套环节比较薄弱的问题
5	实施适应电子商务出口的税收政策, 主要用以解决电子商务出口企业无法办理出口退税的问题
6	建立电子商务出口信用体系, 主要用以解决信用体系和市场秩序有待改善的问题。

《意见》要求自发布之日起, 先在已开展跨境贸易电子商务通关服务试点的上海、重庆、杭州、宁波、郑州等5个城市试行上述政策。2013年10月1日起, 在全国有条件的地区全面实施。

电子商务出口在交易方式、货物运输、支付结算等方面与传统贸易方式差异较大。现行管理体制、政策、法规及现有环境条件已无法满足其发展要求, 主要问题集中在海关、检验检疫、税务和收付汇等方面。

2016年3月24日, 财政部海关总署和国税总局联合发出通知, 从2016年4月8日起, 海淘购物个人单次交易限值为人民币2000元, 全年人民币20000元; 限值以内进口跨境电子商务零售进口商品, 暂免征关税; 进口环节增值税、消费税取消免征税额, 暂按法定应纳税额的70%征收。

2016年4月8日, 海淘一件商品, 最低交税11.9%。跨境电商税收新政实施, 行邮税也跟着同步调整。调整内容具体如表1-3所列。

表1-3 跨境电商税收新政实施调整

调整	内容
1	政策将单次交易限值由行邮税政策中的1000元（港澳台地区为800元）提高至2000元，同时将设置个人年度交易限值为20000元
2	超过单次限值、累加后超过个人年度限值的单次交易以及完税价格超过2000元限值的单个不可分割商品，将均按照一般贸易方式全额征税
3	在限值以内进口的跨境电子商务零售进口商品，关税税率暂设为0%，进口环节增值税、消费税取消免征税额，暂按法定应纳税额的70%征收
4	同步调整行邮税政策，将目前的四档税目，对应税率分别为10%，20%，30%，50%调整为三档 其中，税目1主要为最惠国税率为零的商品，税目3主要为征收消费税的高档消费品，其他商品归入税目2，税目1、税目2、税目3的税率将分别为15%，30%，60%

（3）自贸区建设进一步深化

为推动区域经济一体化，促进经济的创新发展、改革与增长，加强全方位的互联互通和基础设施建设，我国在近几年不断地开展和深化了自贸区建设，目前逐步形成了上海、广东、福建和天津等四大自贸区，如图1-3所示。

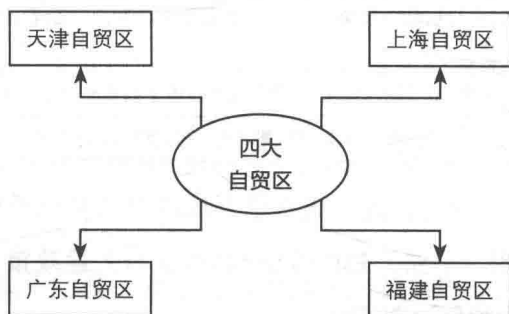


图1-3 我国的四大自贸区

2013年9月29日，中国（上海）自由贸易试验区正式成立，2015年3月24日，中共中央政治局审议通过了广东（三大片区：广州南沙自贸区、深圳蛇口自贸区、珠海横琴自贸区）、天津、福建自由贸易试验区的总体方案。

四大自贸区各具特色，上海自贸区作为首个自贸区承载的更多的是改革和创新实验，从一开始就被要求制度创新，且为了可复制到全国的制度创新先行先试。天津自贸区是北方唯一的自贸区，重点服务京津冀经济圈协同发展和“一带一路”国家战略，广东自贸区重在与港澳接轨，福建自贸区最大的特色是对接台湾。