



21 世纪高等院校教材 · 国际贸易系列

国际贸易实务

李文臣 主编
尤宏兵 陶忠元 杨红强 副主编



科学出版社
www.sciencep.com

国际贸易实务

主 编 李文臣

副主编 尤宏兵 陶忠元 杨红强

科学出版社

北 京

内 容 简 介

本书着重从国际商务的实用性出发,围绕产品国际市场的进入序列,介绍了相关的国际贸易操作知识。主要内容包括:国际市场进入前的准备、国际货物买卖合同的基本条款、国际货物买卖的履行与单据制作、国际货物买卖的灵活贸易方式以及电子商务国际贸易系统设计等五大部分。其最大特点是兼顾了国际贸易业务操作过程所需的一些技能知识以及商务系统设计等理论。同时,为适应国际贸易惯例变化的新要求,本教材还及时介绍了最新修订的 UCP600 变化内容。

本书可作为高等院校经管类专业、商贸英语类专业以及 MBA 学生的国际贸易实务教材,也可以作为国际贸易相关领域工作人员的培训教材和参考读物,更能为实际外贸工作者提供学习的方便。

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务 / 李文臣主编. —北京:科学出版社,2008

ISBN 978-7-03-020945-0

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 009847 号

责任编辑:王伟娟 赵静荣 / 责任校对:张怡君
责任印制:张克忠 / 封面设计:耕者设计工作室

科学出版社出版

北京东黄城根北街 16 号

邮政编码:100717

<http://www.sciencep.com>

骏杰印刷厂印刷

科学出版社发行 各地新华书店经销

*

2008 年 1 月第 一 版 开本:B5 (720×1000)

2008 年 1 月第一次印刷 印张:28

印数:1—4 500 字数:535 000

定价:38.00 元

(如有印装质量问题,我社负责调换(环伟))

前 言

随着经济全球化的快速发展,各国市场开放度的不断提高,国内市场与国际市场一体化趋势日趋明显,一个开放式的全球市场经济体制逐步形成。各国贸易壁垒逐渐减少,市场开放度不断提高,货物、资本、技术、信息、服务、人员的跨越边界流动得到了空前的发展。因此,与以往相比,货物进入国际市场更加便利。作为世界贸易组织(WTO)的正式成员,中国经济已经完全融入世界经济当中。国际商务活动对于中国企业而言,不仅便捷、通畅,而且成为所有企业必须直面的课题,因此,了解和研究国际贸易成为所有企业的必修课程。从事国际商务活动需要掌握诸多国际经济知识,而国际贸易实务是国际商务操作的重要一环,因此,国际贸易实务已成为我国高等院校国际经贸类专业必修的专业课程。为适应国际市场竞争的迫切需要,地处江苏的四所著名高校——中国矿业大学、南京理工大学、江苏大学、南京林业大学的教师共同编写了这本国际贸易实务教材。本教材着重从国际商务操作的实用性出发,介绍相关的国际贸易知识。既考虑了传统国际贸易操作的基本要求,又兼备了现代国际商务的一些特点,比如,国际市场进入问题、电子商务国际贸易等等。此外,为适应国际贸易惯例变化的新要求,本教材还及时介绍了 UCP600 的最新修订内容。

在开放型经济环境中,国际贸易实务操作首先需要确定的是市场的进入问题,而买卖合同的签订和履行则是国际贸易业务的核心。围绕产品国际市场进入的程序序列,本教材分为五个部分:第一部分为国际市场进入前的准备;第二部分为国际货物买卖合同的基本条款(第三章至第九章);第三部分为国际货物买卖的履行与单据制作(第十章和第十一章);第四部分为国际货物买卖的灵活贸易方式;第五部分为电子商务国际贸易系统设计。

本书的参编人员按章节顺序为:李文臣(第一、二、三、四、五章)、杨红强(第六、七、九章)、陶忠元(第八、十三章)、尤宏兵(第十、十一、十四章)、陈彪(第十二章),最后由李文臣、尤宏兵统稿和定稿。

本教材可作为高等院校经济类、管理类及商贸英语类专业的国际贸易实务教材,也可作为国际贸易相关领域工作人员的培训教材和参考读物。

囿于编者水平,书中疏漏和不妥之处在所难免,敬请读者斧正并提出宝贵意见。

编 者

2007 年 9 月

148	·····	148
152	·····	152
168	·····	168
188	·····	188
189	·····	189
目 录		
189	·····	189
前言 ·····		
第一章 导言 ····· 1		
189	第一节 《国际贸易实务》的研究对象与研究内容	1
191	第二节 《国际贸易实务》课程的学习方法	5
第二章 国际市场进入前的准备 ····· 7		
191	第一节 国际市场调研与目标市场评价	7
192	第二节 产品类型与国际市场进入模式	16
193	第三节 国际市场进入渠道	19
194	第四节 典型的出口交易	30
第三章 国际货物买卖合同与交易磋商 ····· 36		
194	第一节 国际贸易法律适用的基本原则	36
195	第二节 国际贸易所适用的法律法规	38
196	第三节 国际货物买卖合同	45
197	第四节 国际货物买卖合同的磋商过程	53
第四章 国际货物买卖合同的标的 ····· 67		
198	第一节 商品的品名	67
199	第二节 商品的品质	69
200	第三节 商品的数量	76
201	第四节 商品的包装	81
第五章 进出口商品价格 ····· 91		
201	第一节 国际贸易术语	91
202	第二节 主要的国际贸易术语	96
203	第三节 其他贸易术语	104
204	第四节 贸易术语的选用	107
205	第五节 商品的定价与价格核算	108
206	第六节 合同中的价格条款	115
第六章 国际货物运输 ····· 117		
207	第一节 运输方式	117
208	第二节 运输单据	138
209	第三节 国际货运托运程序	147

第四节 运输条款	149
第五节 国际货运代理	156
第七章 国际货物运输保险	166
第一节 保险的基本原则	166
第二节 海运货物保险保障的范围	169
第三节 海运货物保险险别	176
第四节 英国伦敦保险协会海运货物保险条款	182
第五节 海运货物保险程序	186
第六节 其他运输保险	197
第八章 国际结算与融资	203
第一节 支付工具	203
第二节 支付方式	212
第三节 支付条款的订立	235
第四节 国际结算风险及其防范	240
第五节 出口贸易融资	248
第九章 检验、索赔、不可抗力与仲裁	268
第一节 商品检验条款	268
第二节 索赔与理赔条款	280
第三节 不可抗力条款	287
第四节 仲裁条款	292
第十章 合同履行	303
第一节 出口合同的履行	303
第二节 进口合同的履行	318
第十一章 进出口贸易单证制作与审核	330
第一节 单证概述	330
第二节 出口单证制作要求及单证流转程序	333
第三节 出口单证制作	338
第四节 单据审核与不符点处理	357
第五节 进口单证制作	360
第十二章 灵活贸易方式	365
第一节 经销和代理	365
第二节 寄售和展卖	368
第三节 拍卖和招标投标	370
第四节 商品交易所	375
第五节 对销贸易	380

第六节 补偿贸易.....	384
第七节 加工贸易.....	387
第八节 国际租赁.....	392
第十三章 EDI 与进出口报关.....	399
第一节 EDI 概述.....	399
第二节 电子报关.....	418
第十四章 国际贸易电子商务系统设计与构造.....	429
第一节 国际贸易电子商务系统设计概述.....	429
第二节 从事国际贸易的企业的组织结构.....	431
第三节 电子商务系统的需求分析.....	431
第四节 数据库设计.....	432
参考文献.....	436

国际贸易实务(二)

国际贸易实务(二)

国际贸易实务(二)

国际贸易实务(二)

第一章 导 言

国际贸易实务(二)

第一节 《国际贸易实务》的研究对象与研究内容

一、国际贸易的特点

国际贸易与国内贸易都是商品从生产领域向消费领域的转移过程,但由于国际贸易是在不同国家(地区)间进行的,必然存在较多的困难和风险,因此具有自身的特点。与国内贸易相比,国际贸易具有以下几个特点。

(一) 国际贸易的困难多

1. 国际间贸易障碍多

国际贸易涉及国家之间的重大经济利益。为争夺国际市场、保护本国产业和国内市场,各国往往采取关税和非关税的贸易壁垒,限制外国商品的进口。各种贸易壁垒的存在都或多或少地给国际贸易的顺利进行设置了障碍。

2. 国际贸易的交易难度大

这主要源于各国语言、法律和风俗习惯的不同。现在国际贸易中最通行的商业语言是英语,但有些地区例外:如东欧、北欧通用德语;法国和中西非国家通用法语;西班牙和中南美的大部分国家则通用西班牙语。另外,由于各国法律的不同,在国际贸易中一旦发生贸易纠纷,就需要根据国际规则进行裁决,这比解决国内贸易纠纷要困难得多。此外,各国风俗习惯和宗教信仰的不同也增加了国际贸易的难度。

3. 对国外市场和贸易对手资信情况的调查不易

要想进入国际市场,必须对国外市场进行深入的调查研究,而对国外市场的情报收集是十分困难的。另外,为保证贸易的可靠性,必须对贸易对手的资金和信用情况进行了解,但这种调查也相当困难。

4. 交易技术困难较多,交易接洽不便

国际贸易所遵循的一些国际贸易惯例,具有很大的任意性和不稳定性。一旦出现贸易纠纷,不容易得到解决。国际贸易中的交易磋商,往往是通过贸易函电和贸易谈判进行,不仅费时费力,而且不一定能够顺利成交。

(二) 国际贸易的复杂程度高

1. 各国的货币和度量衡制度复杂

国际贸易中具体采用哪国的货币作为计价货币,哪种度量衡作为计量单位,以及不同的计量单位间如何换算等问题,都会使国际贸易的复杂程度提高。

2. 各国的贸易法规和商业习惯不同

为使国际贸易顺利进行,必须对贸易国的贸易法规、海关制度和商业习惯进行全面地了解,因此,要做许多相关工作,这就使国际贸易的复杂程度更高。

3. 国际贸易的支付方法复杂

由于各国的货币制度、外汇管理制度和汇率制度不同,而且国际贸易中难以做到货款的当面收付,买卖双方的货款结算必须通过银行或其他金融机构进行,使国际贸易的支付方法显得十分复杂。

4. 国际贸易的运输和保险情况复杂

国际贸易的运输距离长,中间环节多,情况复杂多变。在签订运输条款时,必须考虑更多的细节问题,如双方责任、装运和提货手续以及索赔和仲裁等问题。同时,对国际贸易中货物的保险问题,在投保的地点、保险的责任和保险的理赔等方面也比国内贸易复杂得多。

(三) 国际贸易的风险大

1. 信用风险

在国际贸易中,买卖双方从开始接洽,经过报价、还价、确认,而后订立合同,再到卖方交货、买方付款,需要经过相当长的一段时间。在此期间,买卖双方的财务和经营情况可能发生较大的改变,有时可能会危及合同的履行。

2. 商业风险

国际贸易中进口商往往以各种理由拒绝收货,这对出口商来说就是商业风险。进口商拒收的理由多是由货样不详、交货期晚、单证不符等。对出口商而言,这些理由在货物被拒收前是无法确定的。拒收后虽可交涉弥补,但损失已经发生。

3. 运输风险

国际贸易中货物的运输距离遥远,其运输风险也随之增多。这些风险有的可以通过投保,由保险公司承担,但有的风险是保险公司不承担的,必须由买方或卖方承担。

4. 价格风险

国际贸易中买卖双方签订合同以后,如果在卖方进货前,货物的价格上涨,则卖方要承担价格上涨带来的风险。如果在买方收到货物后,货物的价格下跌,则买方要承担价格下跌带来的风险。在国际市场中,由价格变化带来的风险更大。

5. 外汇风险

在国际贸易中,采用某一种货币单位进行交易。在浮动汇率的制度下,各国的外汇在供求关系的不平衡等因素的影响下会时涨时落。在签订合同后,若支付货币贬值,会增加卖方的风险;否则,则会造成买方的风险。

6. 政治风险

如果一些国家的对外贸易政策或国内政局发生重大变化,都会使与之有关的国际贸易直接或间接的承担风险。

二、国际贸易实务的研究对象

“国际贸易实务”又称为“进出口业务”或“进出口贸易实务”,是一门主要研究国际货物买卖具体过程的业务操作方法、技巧以及相关活动内容与商务运作规范的学科,也是一门具有涉外商务活动特点的、实践性很强的综合性应用学科。具体而言,本课程以货物的国际市场进入为导向,以进出口业务为对象,以国际货物买卖合同为中心,对各个业务环节的基本知识与技能进行介绍,并阐述当今国际贸易中广泛使用的各种贸易方式以及现代电子商务在国际贸易中的应用。随着全球市场一体化进程的加快,进出口贸易又有了新的内涵,它不只是仅仅将商品送出国门,更应该从企业的经济效益出发,提高产品的竞争力和赢利水平。因此,研究、开拓国际市场,提高企业的国际竞争力是当今企业的重要课题。通过本课程的学习,学生能够较全面和熟练地掌握有关的基础理论、基本知识、基本技能、法律规定和国际贸易惯例,并初步掌握如何在实际业务中灵活运用。

三、国际贸易实务的研究内容

国际贸易实务操作过程中,签订和履行好买卖合同是国际贸易业务的核心,它既是一种经济行为,也是一种法律行为。按照这一基本思路,本教材在介绍国际市场进入前准备的基础上,重点对国际货物买卖合同及合同条款进行了介绍。此外,为增强学生的实际操作能力,适应现代贸易条件的要求,本教材安排了有关单据制作、电子数据交换(electronic data interchange, EDI)以及国际贸易电子商务系统设计与构造的内容。主要内容如下:

(一) 国际市场进入前的准备工作

在确定企业产品需要进入的国际市场之前,首先需要确定的是目标市场的选择问题。目标市场的选择是在国际市场调研和目标市场评估的基础上确定的目标。国际市场调研是指企业运用科学的方法,有目的地、系统地收集记录一切与特定国际市场有关的信息,进而对所收集到的信息进行整理、分析,寻找并把握目标市场变化的规律,为国际市场经营决策提供可靠依据的活动。而目标市场评估是

指通过一些市场调研指标点分析,来确定最佳目标市场。市场评估的第一步,往往是通过二手资料或其他经济、金融信息来确定市场容量、贸易水平和投资状况等,并加以判断。进入国际市场的产品有两种情况:一是现有产品的国外市场进入;二是设计满足具体市场需求的产品。产品的国际市场进入可以有不同的模式,且进入不同市场可以采用不同的分销渠道和促销策略。

(二) 国际贸易合同的基本条款

国际贸易合同是国际贸易实务的核心内容。由于交易双方分处不同的商务环境,因此,了解国际贸易法律的适用性是做好国际贸易的关键。而在正式合同签订之前,必须要经过合同的交易磋商过程。交易磋商是指买卖双方就交易条件进行洽商,以求达成一致协议的具体过程。没有交易磋商,也就没有合同。国际贸易合同条款主要包括:买卖合同的标的、商品的价格、国际货物运输与保险、国际结算等主要条款以及检验、索赔、不可抗力与仲裁等一般性条款。

(三) 合同履行

重合同、守信用是我国对外贸易活动中一贯坚持的一项基本原则。根据世界各国法律及相关国际惯例,凡依法成立的合同,对当事人均具有法律约束力,当事人应严格执行合同,履行合同中规定的义务。合同的履行包括进口合同的履行与出口合同的履行两个方面。而单据在国际贸易操作过程中是一项重要内容,单据的制作与审核是国际贸易合同履行过程中的重要环节。

(四) 灵活贸易方式

国际贸易方式是指国际间进行商品交易的具体做法。随着国际贸易的发展,国际贸易方式也日趋多样化。除逐笔售定方式外,还有经销、代理、寄售、国际拍卖、国际招投标、加工贸易、商品交易所交易等。国际贸易操作可以根据不同的商品特点、不同的经营方式和不同的经营条件进行不同的选择,灵活运用。

(五) 国际贸易电子商务操作

EDI 与发展中的电子商务是电子信息技术的重要组成部分。它的广泛应用是现代信息化社会的重要标志。目前,EDI 已成为对外贸易最基本的手段和联络方式,被广泛应用于贸易公司、海关、商检、银行、交通运输和保险等部门或行业,已经成为一种新型的贸易方式。由于国际经济贸易与商业日趋 EDI 化,我国海关也在探索和尝试推行电子报关。因此,无论是现时的要求,还是将来的发展趋势,EDI 知识都将是国际贸易业务人员的必备知识。此外,现代信息技术的发展给传统的国际贸易方式带来了全新的理念,电子商务已经在国际贸易领域广泛应用。国

际贸易电子商务系统实际是电子商务应用系统在国际贸易领域的具体运用。而国际贸易电子化的前提则在于有一套科学、合理的电子商务系统。电子商务在国际贸易当中的运用,可以大大提高国际贸易的效率。

第二节 《国际贸易实务》课程的学习方法

本课程的特点决定了在本课程的学习过程中,应该运用科学合理的学习方法,可简要概括为“五个注意”。

一、注意理论联系实际

本课程是一门实践性很强的课程,因此,在学习中要以国际贸易基本原理和国家对外方针政策为指导,将《国际贸易》、《中国对外贸易概论》等先行课程中所学到的基础理论和基本政策加以具体运用,并时刻关注国际贸易领域的新变化,不断提高理解、分析和解决国际贸易业务问题的能力。同时,国际贸易实务课程涉及不同的交易背景、法律法规以及复杂的交易过程,因此,单凭简单的理论学习很难完全领会其中的道理,重要的是结合众多的案例学习,掌握其中的奥妙。

二、注意法律知识的学习

与国内贸易相比,国际市场环境同国内市场环境有着重要区别,特别是双方所遵循的法律法规有着重要的不同。为了保证业务操作的公平性与公正性,在进行国际贸易操作时,必须以国际法规和惯例为基础。依法行事是正确履行国际贸易合同的前提,因此,国际贸易操作过程中离不开法律的指导。国际货物买卖合同的成立,必须经过一定的法律步骤,国际货物买卖合同是对合同当事人双方有约束力的法律文件。同时,履行合同过程也是一种法律行为,处理履约当中的争议实际上是解决法律纠纷问题。而且,不同法系的国家,具体裁决的结果也不一样。这就要求从实践和法律两个侧面来研究本课程的内容。所以,学习本课程时,应与国际贸易法律知识联系起来考虑。

三、注意国际贸易惯例的研究与运用

在国际贸易法当中,国际贸易惯例是其重要的法律渊源之一,在国际贸易业务操作和司法实践中,国际贸易惯例起着十分重要的作用。为了适应国际贸易发展的需要,国际商会等国际组织相继制定了有关国际贸易方面的各种规则,如《国际贸易术语解释通则》、《托收统一规则》、《跟单信用证统一惯例》等。这些规则已成为当前国际贸易中公认的一般国际贸易惯例,被人们普遍接受和使用,成为国际贸易界从业人员遵守的行为准则。因此,在学习本课程时,要注意研究这

些通行的国际贸易惯例并学会灵活运用,以便按国际规范办事,在贸易做法上加速同国际市场接轨。同时,在实践中,不同的国际贸易惯例又具有不同的内容和适用性,因此,必须加强对国际贸易惯例的研究。

四、注意学以致用

由于本课程是一门实践性很强的应用学科,所以,在教学过程中,要重视案例、实例分析,要开展模拟教学,并结合到校外参观、实习来增加感性知识,加强基本技能训练,提高业务素质和商务运作能力,真正做到学以致用。

五、注意本课程与其他相关课程的联系

国际贸易实务是一门综合性的学科,与其他课程内容关联紧密。可以说,每一章的内容都包含着—门相关的课程。在学习的过程中,为了更好地理解相关的内容,要求学生在学习时阅读相关的教材和参考资料以此拓展知识面,更好地掌握相关的学科知识,并将其综合运用。比如,商品的品质、数量和包装等内容涉及商品学的相关知识;商品的价格涉及价格学、国际金融及国际市场营销等内容;国际货物运输与保险则涉及了运输学与保险学的内容;货款的支付涉及国际结算的相关内容等等。因此,各门课程之间都是相互关联的,学习过程中应该学会融会贯通。

本课程的教学,既要重视基本理论和基本知识的传授,又要重视基本技能的培养。在教学过程中,要采用案例教学、模拟教学、角色扮演等多种教学方法,提高学生的实践能力和综合素质。同时,还要加强对学生职业道德和职业能力的培养,使学生成为具有良好职业道德和职业素质的复合型人才。

本课程与相关课程的关系

国际贸易实务是一门综合性的学科,与其他课程内容关联紧密。可以说,每一章的内容都包含着—门相关的课程。在学习的过程中,为了更好地理解相关的内容,要求学生在学习时阅读相关的教材和参考资料以此拓展知识面,更好地掌握相关的学科知识,并将其综合运用。比如,商品的品质、数量和包装等内容涉及商品学的相关知识;商品的价格涉及价格学、国际金融及国际市场营销等内容;国际货物运输与保险则涉及了运输学与保险学的内容;货款的支付涉及国际结算的相关内容等等。因此,各门课程之间都是相互关联的,学习过程中应该学会融会贯通。

第二章 国际市场进入前的准备

随着世界经济一体化进程的不断加快,各国市场的开放度也在不断提高,企业国际市场进入变得相对容易。不过,现在的国际贸易已不仅仅限于出口,沿着价值链的增值序列,逐渐提高产品的赢利空间是现代企业从事国际商务的关键。微观层次的国际商务是现代企业的主题,而国际商务领域里的关键问题是提高企业的国际化水平。企业的国际化面临两方面的问题:一是具体国家市场如何沿着价值链增值环节,逐步提高市场进入的层次和方式;二是对于外部市场的进入序列选择。传统的国际化阶段理论认为,国际化的经验对于具体市场进入是关键,企业国际化是沿着从间接出口开始,逐步提高市场进入层次,最后采取国外投资方式的固定序列进行。但近年来出现的中小企业的国际化经营打破了传统的模式,这种企业被称为天生的国际化、国际新企业等。事实上,中国的大多数中小企业的出口也没有沿着国际化阶段模式的固定序列进行,这些年龄不长的中小企业国际化进程却非常快。中小企业国际化是经济全球化的现实要求,也是自身的主动行为。在现代经济背景下,国际人员流动的加速以及国内教育国际化进程的加快,也为国际化提供了丰富的人力资源,使企业进入国际市场成为可能。对于外部市场的进入,传统理论认为是沿着“心理距离”的序列进入,就像“水中的涟漪”(ring in the water)一样。从地理范围而言,是从本国市场出发,由近而远,逐步向外扩散。但事实上,由于现代信息流的加快,外部市场知识可以更便捷地获取,当今企业的国际化完全跨越了传统的心理距离阶段,了解了国外市场需求以及相关的国际商务环境知识后,可以很快进入。

第一节 国际市场调研与目标市场评价

企业的国际商务活动往往要面临许多全新的国际经营环境,这其中包括:东道国的文化、政治体系及其稳定性,社会结构,语言差异,法律环境等。因此,在进入国际市场之前,首先的工作就是进行国际市场调研,在此基础上初步筛选出那些有吸引力的目标国市场,然后,对行业市场的潜在获利机会进行评价,最后再对公司未来销售潜力进行分析,从而确定需要进入的目标市场。

一、国际市场调研的主要内容

产品在进入一国市场之前,首要的工作是作好国际市场调研。国际市场调研

是指企业运用科学的方法,有目的地、系统地收集、记录一切与特定国际市场有关的信息,对所收集到的信息进行整理、分析,寻找并把握目标市场变化的规律,为国际市场经营决策提供可靠依据的活动。国际市场调研主要包括以下内容:

(一) 国际商务环境调研

国际商务环境调研是对影响企业国际市场进入的诸多环境因素状况进行的调查研究。这些环境因素大致包括:一国的经济发展水平;政治发展态势与贸易格局;贸易法律法规;目标市场国的人口规模、人口分布、民族特征、消费禁忌等规律;目标市场国家的物价指数、国际收支和进出口状况;消费者收入和实际购买力状况;消费结构和消费者支出模式;产业结构和产业布局;消费者收支变化规律及趋势;消费者储蓄和消费者信贷状况;社会阶层和相关群体的分类及不同的需求特征以及不同文化背景下的生活方式、价值观念、风俗习惯、审美观和道德伦理观等。

(二) 国际市场产品信息调研

国际市场产品信息调研是对有关产品经营的专门信息进行的调查研究,这也是企业正确把握产品在国际市场竞争状况下的重要手段之一。这些信息包括:目标国际市场每个细分市场产品的总供求量、供求结构、供求特点及其变化趋势;消费者对产品的各种信息反馈资料;产品生命周期和产品发展趋势、该产品的替代品和互补品以及产品的相关需求情况等。

(三) 国际市场价格信息调研

国际市场价格信息调研是关于产品价格定位决策信息的调查研究。产品定价的高低,不仅直接影响到产品销量和企业利润,而且关系到企业在国际市场竞争中能否站稳脚跟,并进一步开拓市场等一系列重大营销举措。价格信息的收集主要涉及:国际市场上同类产品不同企业的定价目标和定价方法;各细分市场上的价格总水平;产品的价格弹性或消费者对产品价格的敏感度;替代品和互补品的价格走向;不同细分市场上消费者对价格的反应;产品不同生命周期竞争者的价格策略;中间商对价格的调整幅度以及国际市场定价的法律法规和惯例等。

(四) 国际市场分销渠道调研

国际市场分销渠道调研是指企业对产品营销渠道有关信息的调查研究。产品或服务进入国际市场的途径是否合适、如何保证分销渠道有效等是国际经营企业共同关心的市场营销问题。因此,营销渠道信息的收集和分析研究,对企业选择产品进入国际市场的时机和途径有着重要的现实意义。这些信息主要包括:产品

销售渠道、中间商的种类及各国的市场惯例；直接销售、间接销售的种类和特点；各类中间商的背景资料以及分销渠道和中间商的发展趋势等。

（五）国际市场促销调研

国际市场促销调研主要是指国际市场促销手段的调查研究。国际市场竞争激烈，促销手段也是竞争的主要方法之一。需要收集的国际市场促销信息主要有：国际市场上促销的各种具体形式、种类及可利用程序；国际市场促销成本、优势、障碍及利弊分析；国际市场营销推广的方式、在不同市场的特点和要求，以及中间商、消费者对此的反应；国际市场上广告方式以及各种促销方式的效果；国际市场促销的法律法规及惯例等。

（六）国际市场竞争状况调研

任何企业进入国际市场，必然面临着市场竞争的挑战，这不仅需要企业在心理上做好准备，而且要在行动上做好安排。为了使企业在竞争中立于不败之地，必须做好对国际市场竞争方面的调研。调研的内容包括：国际市场上主要竞争者；竞争者的背景资料；各竞争者的产量、销售和市场占有率情况；竞争者之间在成本、价格、利润、质量、品种、规格、型号、服务等方面的比较；竞争者之间在关税、贸易运输条件、分销渠道等方面的不同条件和不同策略以及国际市场的竞争结构和竞争强度等。

二、国际市场调研方案

（一）确定调研的目的

一个完整的调研方案首先要有明确的调研目的。由于国际市场调研所涉及的市场之间政治、经济、文化的差异巨大，国际市场调研的环境远比国内市场调研环境要复杂，因此，必须具有明确的调研目的。确定调研目的，是把企业在实际运作之前需要了解和决定的问题转换为有待调查的各种因素。在确定调研目的时，要有针对性地选择具有全面意义的问题进行调研。

（二）确定国际市场调研范围

调研范围是指进行市场调研时具体应该调查哪些问题，应该收集哪方面的资料以及从何种渠道收集资料。国际市场调研面对众多的、不同国家或地区的市场范围，因此，调研的覆盖面广泛而复杂。国际市场调研的范围可以界定在市场环境、市场动态、贸易实务、竞争环境等四大方面。当然，企业在进行国际调研时，是否对上述内容都要作调研，应视具体情况而定。

(三) 拟定调研项目

拟定调研项目就是把已确定的调研目的和调研范围具体化。这是国际市场调研过程中较具体的工作,需要调研人员充分把握调研目的的尺度,明确调研范围的主次。在拟定调研项目时要注意所提问题应该是被调查者可能回答的问题;调查项目问题的提法应设法避免、减少被调查者的抵触情绪或思想顾虑;调查项目的提法和含义必须明确具体,不能模棱两可,以避免答案不一致,造成混乱;调查项目中问题的提法不要带有倾向性。

(四) 确定资料来源和整理资料

1. 资料来源

企业对国际市场调研获取的信息资料,根据其取得的途径不同,一般可以分为原始资料和二手资料两类。在国际市场调研中,有相当一部分信息情报资料的获取是利用二手资料。但有些针对性较强的信息情报资料往往需要调查人员亲自去搜集,也就是要进行原始资料的搜集。

原始资料是市场营销人员直接从顾客、中间商、推销员和竞争者等方面收集得来的第一手资料。它包括新产品销售计划、市场定位分析、市场细分、消费者的态度、价格反应、产品构思、商标与包装、广告、中间商、促销及竞争效率。国际市场原始资料的收集往往会遇到语言障碍的困难,遇到不同文化背景下不同消费者对市场调查的不同反应。

在国际市场调研原始资料获得困难的情况下,企业应当充分认识二手资料的重要性。二手资料是别人搜集到的,调查者根据自己研究的需要,将其取来为己所用。国际市场上的二手资料包括联合国、各国(地区)政府、贸易协会及其他组织公布的资料,企业内部记录和报告以及从各种渠道得到的间接资料。主要是各类媒体、公开发行的读物、网络信息等方面记录和登载的有关信息,如目标市场进口数量、估计的购买者数量及家庭数量、家庭收入与国民生产总值、进口占有率、现有产品销售估计、市场划分、市场成本、目标市场贸易管制、关税条例、保护消费者条例、外汇管制、政治环境、经济政策及社会环境的变动、投资条例等。不过,对于二手资料而言,许多国家的资料较为缺乏,尤其是经济不发达国家;许多国家为掩饰问题,所公布的数据随意性很大,可靠性难以估计;同时,由于各国对有关项目统计的口径不同,即使有数据也难以比较,这就要求对二手资料进行分析整理和加工工作。

2. 资料整理

收集资料的目的是为了分析国际市场,支持营销决策,但资料是否可靠和实用,就需要科学的整理。市场调研收集的资料,无论是二手资料还是原始资料,对