

进出口贸易实务 操作指南

徐盛华 郑明贵 编著



清华大学出版社

21 世纪国际经济与贸易学专业新编教程

进出口贸易实务 操作指南

徐盛华 郑明贵 编著

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书针对进出口贸易实务的特点和要求,从我国企业进出口业务实践和国际惯例的角度,分析进出口贸易实务各个环节的实际运作,在总结我国企业从事进出口贸易实践经验的基础上,充分借鉴国际上一些行之有效的习惯做法编写而成。

针对进出口贸易的八个阶段和五种角色,并利用 SimTrade 外贸实习平台,让读者分别扮演出口商、进口商、供应商、出口地银行和进口地银行五种角色,模拟进出口贸易环境,通过在实习中对各种角色相互竞争和协作关系的体会,使读者理解在实际业务中,客户、供应商和银行之间的互动关系,了解国际贸易的物流、资金流和业务流的运作方式,从而达到熟练、全面、系统、规范地掌握进出口交易的主要操作技能的目的。

本书适合作为高等学校国际贸易、会计和金融及相关专业的本科生学习国际贸易实务课程的教材,亦可用作从事国际贸易工作人员的知识培训教材及自学参考资料。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

图书在版编目(CIP)数据

进出口贸易实务操作指南/徐盛华,郑明贵编著. —北京:清华大学出版社,2007.12

(21世纪国际经济与贸易学专业新编教程)

ISBN 978-7-302-16084-7

I. 进… II. ①徐… ②郑… III. 进出口贸易-贸易实务-高等学校-教材 IV. F740.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2007)第140252号

责任编辑:胡及恩 许存权 王文珠

封面设计:范华明

版式设计:牛瑞瑞

责任校对:焦章英

责任印制:何 芊

出版发行:清华大学出版社 地 址:北京清华大学学研大厦A座

<http://www.tup.com.cn> 邮 编:100084

c-service@tup.tsinghua.edu.cn

社总机:010-62770175 邮购热线:010-62786544

投稿咨询:010-62772015 客户服务:010-62776969

印刷者:北京密云云胶印厂

装订者:北京市密云县京文制本装订厂

经 销:全国新华书店

开 本:185×260 印 张:19 字 数:420千字

版 次:2007年12月第1版 印 次:2007年12月第1次印刷

印 数:1~5000

定 价:28.00元

本书如存在文字不清、漏印、缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请与清华大学出版社出版部联系调换。联系电话:(010)62770177 转 3103 产品编号:027137-01

前 言

国际贸易实务涉及知识面广,中间环节多,具有涉外活动的特点,是一门实践性很强的综合性应用科学。这门课程的主要任务是系统介绍和具体说明国际货物买卖和实际操作

的程序、做法以及有关的法律、法规和国际贸易惯例。

这要求从业人员在进出口贸易中必须具备良好的知识结构、丰富的实践经验和较高的操作技能,全面、熟练地综合运用国际贸易学的基本理论、政策、实务和营销方面知识,并能实时结合我国对外贸易方针政策,熟悉进出口贸易的八个阶段。

交易前的准备阶段:如何寻找客户,对客户进行深入的资信调查,并熟知各国的贸易文化,理解《Incoterms 2000》的术语和出口商品价格构成;做好出口报价与还价预算,进口成本预算和利润预算工作,为进出口业务

的磋商做好准备。

交易磋商阶段:询盘、报盘、还盘、成交;外销合同的签订。

信用证传送阶段:开证、审证和改证。

组织货源阶段:内购合同的签订。

履行合同阶段:租船订舱、投保、报检、报关;款项收付、核销、退税。

处理争议阶段:进出口货物出险与索赔。

核算效益阶段:核算利润。

总结得失阶段:总结此笔贸易成功的经验和教训,以便下笔贸易做得更顺畅、更成功。

虽然这八个阶段在时序上有先后,但每一阶段都要通盘考虑、相互衔接才能确保进出口贸易顺利进行。

本书针对以上八个阶段,分十一章介绍,在随后的第十二章中,利用 SimTrade 外贸实习平台,让学生分别扮演出口商、进口商、供应商、出口地银行和进口地银行等五种角色,模拟进出口贸易环境,通过在实习中对各种角色相互竞争和协作关系的体会,使学生更好地理解客户、供应商和银行之间的互动关系,了解国际贸易的物流、资金流和业务流的运作方式,从而达到熟练、全面、系统、规范地掌握进出口交易的主要操作技能的目的。

本书由徐盛华、郑明贵、陈子慧、刘亮四位教师经过长期实践调研编写而成,作者力求体系完备,通俗易懂,深入细致,在编撰过程中借鉴了大量的国内外最新教材和许多专家的研究成果,使实务更“实”,增强趣味性和可操作性,更有助于提高学生学习的积极性和主动性,掌握国际贸易知识和技能,为今后从事进出口贸易工作打下坚实的基础。

本书适合作为高等学校国际贸易实务类课程的教材,亦可用作进出口贸易工作人员的知识培训教材及自学参考资料。

本书引用许多专家的研究成果,在此表示感谢。由于编者水平有限,书中难免有疏漏失当之处,敬请读者指正。

编 者

2007年7月30日

目 录

第一章 进出口贸易的准备工作	1
第一节 寻找客户	1
一、通过展览会寻找客户	1
二、通过互联网寻找客户	2
第二节 资信调查	4
一、资信调查的意义	4
二、资信调查的方式	4
三、资信调查的对象与内容	4
四、委托	5
第三节 熟知各国的贸易文化	6
一、各国的贸易文化差异	6
二、与不同国家客户进行业务交往的注意事项	9
第四节 理解价格术语	12
一、《Incoterms 2000》的结构及相关名词释义	12
二、十三种贸易术语图解	16
第二章 进出口商品报价预算	17
第一节 出口商品价格构成	17
一、出口商品报价依据	17
二、出口成本预算	18
三、出口运费预算	19
四、保险费、佣金和利润预算	22
五、出口盈亏预算	23
第二节 出口报价与还价预算	25
一、出口报价预算	25
二、还价预算	28
第三节 进口成本预算	30
一、进口货物成本的计算公式	30
二、进口合同价格	30
三、进口国内总费用	31
四、货物进口关税的计算	31

五、应纳消费税的计算.....	31
六、应纳增值税的计算.....	32
七、进口总成本.....	32
第三章 进出口磋商与合同签订	34
第一节 交易磋商.....	34
一、交易磋商是对外贸易的一个重要环节	34
二、交易磋商前的准备	34
第二节 交易磋商的步骤.....	35
一、建立业务关系	35
二、询盘.....	36
三、发盘.....	37
四、还盘.....	38
五、接受.....	40
六、签订书面合同	41
第三节 国际贸易合同的形式与内容.....	41
一、国际贸易合同的形式	41
二、国际贸易合同的内容	42
三、合同签订过程中的注意事项	46
第四节 国际贸易合同文本样式.....	46
一、售货合同样本	47
二、售货确认书	49
第四章 进出口贸易结算方式	54
第一节 支付工具和支付方式.....	54
一、支付工具	54
二、支付方式.....	55
三、国外汇入汇款.....	56
四、中国银行汇出汇款业务	57
五、国际银行结算业务资费标准	57
第二节 信用证结算方式.....	58
一、信用证的含义、特点和作用	58
二、信用证的当事人.....	59
三、信用证的主要内容	59
四、信用证的开立形式	59
五、中国银行办理出口信用证业务流程	60
六、信用证的种类.....	61
七、信用证实例	63

八、分期付款和延期付款.....	67
九、银行保兑.....	68
十、银行保证书.....	68
第三节 信用证的审核和修改.....	69
一、审核信用证.....	69
二、修改信用证.....	71
第五章 组织货源.....	72
第一节 申请出口许可证和原产地证明书.....	72
一、出口许可证的申请和核发.....	72
二、原产地证明书.....	73
第二节 外贸企业出口备货.....	75
一、签订国内购销合同.....	75
二、商品验收入库.....	76
三、加工.....	76
四、包装.....	76
五、整装刷唛.....	76
六、在备货工作中应注意的事项.....	76
第三节 大型生产企业出口备货.....	77
第六章 国际货物运输.....	78
第一节 运输方式的选择.....	78
一、海洋运输.....	78
二、铁路运输.....	78
三、航空运输.....	79
四、公路、内河和邮包运输.....	79
五、集装箱运输.....	79
六、国际多式联运.....	80
第二节 货运代理的选择.....	80
一、选择货代的主要依据.....	80
二、海运代理业务流程.....	81
三、货代杂费.....	81
四、运价谈判技能.....	82
五、积极配合货代的工作.....	82
第三节 运输路线的选择.....	83
一、海洋运输线.....	83
二、航空运输线.....	87
三、陆路运输线.....	87

第四节 运输单据.....	88
一、海运提单.....	88
二、铁路运输单据.....	88
三、航空运单.....	88
四、邮包收据.....	88
五、多式联运单据.....	89
第七章 国际货物运输保险.....	90
第一节 中国保险条款.....	90
一、海洋运输货物保险条款.....	90
二、陆上运输货物保险.....	94
三、航空运输货物保险.....	94
四、邮包保险.....	95
五、中国人民保险公司承保险种一览表.....	95
六、保险期限.....	96
第二节 英国伦敦协会海运货物保险条款.....	96
一、I.C.C. (A) 险的责任范围.....	97
二、I.C.C. (B) 险的责任范围和除外责任.....	97
三、I.C.C. (C) 险的责任范围和除外责任.....	98
第三节 海运进出口货物保险.....	98
一、海运出口货物保险.....	98
二、海运进口货物保险.....	103
第四节 保险单及保险凭证.....	104
一、保险单.....	104
二、保险凭证.....	104
三、联合凭证.....	105
四、预约保险单/总保险单.....	105
五、批单.....	105
第八章 进出口商品的检验.....	106
第一节 进出口商品的检验机构.....	106
一、官方检验机构.....	106
二、独立商检机构.....	107
第二节 进出口商品的报验分类及检验程序.....	108
一、进出口商品的报验分类.....	108
二、进出口商品的检验程序.....	109
第三节 进出口商品检验单证.....	114
一、放行单.....	114

二、商检证书	115
第四节 合同中的商品检验条款	118
一、商检依据	118
二、有关检验权的规定	119
三、检验与复验的时间与地点及索赔	120
四、订立检验条款应注意的事项	120
第九章 进出境报关	121
第一节 进出境报关程序	121
一、海关注册登记程序	121
二、报关程序	121
三、一般货物进出境报关	122
四、中外合资合作企业货物报关	123
五、加工装配、补偿贸易货物报关	124
六、保税仓库和保税商品进出境报关	125
第二节 进出口报关单的填制	126
一、报关单填制规范	126
二、进出口报关单填写常见错误	136
三、正确填写报关单的一般要求	136
第三节 进出口报关的费用计算	137
一、监管费用	137
二、滞报金	137
三、一般进口货物完税价格的审定	138
第十章 出口单据缮制	139
第一节 出口制单的基本要求	139
一、单证一致	139
二、单单一致	139
三、单货一致	140
四、及时缮制单据	140
五、出口单据工作程序	141
六、单据的自审	141
第二节 主要出口单据的填制	142
一、汇票	142
二、商业发票	143
三、装箱单/重量单	144
四、海运提单	144
五、保险单	146

六、商检证书.....	147
七、受益人申明/证明.....	148
八、装运通知副本.....	149
九、产地证.....	149
第三节 外贸出口单证流程.....	151
第十一章 争议的解决.....	155
第一节 违约的原因和补救.....	155
一、违约的原因.....	155
二、违约的救济方法.....	156
三、合同中的索赔规定.....	157
四、争议的解决方法.....	158
第二节 违约索赔的处理.....	159
一、买方的索赔及其处理.....	159
二、对运输、保险和银行方的索赔.....	162
第三节 国际商事仲裁.....	164
一、中国仲裁委员会管辖权的确立.....	164
二、仲裁的程序.....	165
三、仲裁裁决的执行.....	167
第四节 涉外贸易合同纠纷的诉讼.....	168
一、中国法院对涉外贸易合同纠纷的管辖权.....	168
二、我国法院诉讼的程序.....	169
三、涉外民事诉讼中的财产保全.....	170
第十二章 SimTrade 简介.....	171
第一节 认识 SimTrade.....	171
一、安装 SimTrade.....	171
二、登录 SimTrade.....	171
三、页面简介.....	171
第二节 指导老师角色.....	177
一、实习账号的管理.....	178
二、环境调整.....	179
第三节 实习计划的安排.....	182
一、学习目标.....	182
二、实习主要内容.....	182
三、实习计划的安排与实施.....	183
模拟角色一 出口商.....	186
一、出口商角色.....	186

二、出口商实习的主要步骤	186
三、出口商工作流程	187
四、出口商工作流程操作	188
模拟角色二 进口商	200
一、交易准备阶段	202
二、交易磋商阶段	203
三、签订合同阶段	208
四、履行合同阶段	209
模拟角色三 供应商	212
一、准备阶段	213
二、交易磋商阶段	214
三、签订合同阶段	215
四、履行合同阶段	215
模拟角色四 出口地银行	216
一、信用证业务	217
二、单证业务	217
三、贷款业务	217
模拟角色五 进口地银行	217
一、信用证业务	218
二、单证业务	219
三、贷款业务	219
附录一 联合国国际货物销售合同公约	220
第一部分 适用范围和总则	220
第一章 适用范围	220
第二章 总则	221
第二部分 合同的订立	222
第三部分 货物销售	224
第一章 总则	224
第二章 卖方的义务	225
第三章 买方的义务	229
第四章 风险移转	231
第五章 卖方和买方义务的一般规定	232
第四部分 最后条款	235
附录二 《2000 年国际贸易术语解释通则》	240
一、引言	240
二、2000 年国际贸易术语解释通则	250

附录三 跟单托收统一规则第 522 号	282
一、总则和定义.....	282
二、托收的形式和结构.....	283
三、提示的形式.....	284
四、义务和责任.....	285
五、付款.....	286
六、利息、手续费和费用.....	287
七、其他条款.....	288
参考文献	289

第一章 进出口贸易的准备工作

本章我们先学习如何寻找客户，再对客户进行深入的资信调查，并熟知各国的贸易文化，理解《Incoterms 2000》的术语，为进出口业务磋商工作做好准备。

第一节 寻找客户

在交易开始前，我们通常要寻找客户，作为贸易商。可以通过以下途径来寻找客户：

一、通过展览会寻找客户

（一）国内展览会

在国内举办进出口展览会，主要方式有：政府部门搭台、行业协会协办和展览公司参与的各类博览会、展览会；企业自行组织的各类展览会、展示会、新产品发布会和看样订货会；企业常设展示厅、陈列室展览。在国内展览会期间，不同国家的企业向潜在顾客展示自己的产品或服务。

1. 参展的好处

随着对外经济交往的逐步扩大，国外形形色色的展览会吸引了众多欲打出国门并且将产品技术推销到海外去的企业。作为国际商贸活动的一种重要形式，国内企业参加国外举办的展览可扩大商务接触面，开阔视野，启发思路；通过货比三家，寻求最佳的供货厂商与合作对象；直接面对客户，便于寻求客户和商贸机会开拓国际市场；可直接订货，免去寻求海外客户与市场的中间环节，花费最少，时效最高。

2. 参展的原则

参加展览会和交易会虽然是企业经营的重要内容，但企业应以少而精的原则选择参加。参加展览展示会要精心策划，以便在众多参展商中脱颖而出。要引起参展观众，尤其是要引起新闻界的极大注意，以便扩大影响。参加或组织展览展示会费用较大，应做好费用预算和控制。

3. 参展前的准备

在展会开始前，需编制精美的宣传材料，做到图文并茂，雅俗共赏，运用文字、图表、影像、声音等多种广告表现形式，结合讲解、交谈、演示、报告等动态形式与客户沟通。选择高素质的营销人员主持展会，对其进行良好的公共关系培训。对重要的展示会，可配备专职公关员。对展览展示板或空间精心装饰布置，装饰风格应符合产品个性和企业理念，

与企业形象相适应。配置合适的公关和促销的小礼物。

（二）国外展览会

1. 到国外参展的途径

目前，我国企业出国展览已形成了一些热点，如法兰克福春秋季消费品博览会、科隆五金制品展览会、米兰马契夫展览会、芝加哥五金展览会、迪拜春秋季国际博览会等，其中机械、电子类展览参展比例最高，取得的贸易效果也最明显。在我国企业出国展览的 60 个国家和地区中，德国是参展项目最多的国家，欧洲、北美、日本是我国出国经贸展览的传统市场，目前正是开拓亚洲、非洲、拉美、东欧和独联体市场的黄金时期。

企业到国外参加展览之前，必须由经国家批准的有出展权的主办单位来组织。这样的主办单位全国有 200 家，包括贸促会系统（地方分会与行业分会）、各地经贸委、大型外贸、工贸总公司、大型商会等。一般单位可通过这些主办单位的全年组展计划了解可出国参加哪些展会，并向这些单位交费参加。

2. 到国外参展注意事项

在选择参展地点时，应注意：

（1）企业选择展览会应和自身的营销、出口目标结合起来。一般参加专业性的大型展览会要比综合性的博览会效果好些。

（2）由于现代专业展专业细分化程度越来越高，企业参展的展品应注意和展览会的主题相一致。

（3）参展人员应为懂外语的业务人员，以利于谈判。

（4）应将样品、样本、货单及宣传材料准备齐全，如有条件，应在参展前对目标客户发出邀请来参观自己的展台，以取得更好的展示与贸易效果。

二、通过互联网寻找客户

1. 利用网络寻找客户

传统的寻找客户的办法是：查找有关国家的商会或政府部门出版的企业名录，如日本的《中日贸易企业名录》、《美国进出口商名录》等。然而，受到名录出版滞后和可靠性的影响以及传真、电报、电话等传统联系方式的限制，寻找客户，往往存在先期投入的成本费用高而效率低的缺点。在进入网络时代的今天，更具效率的方法是利用 Internet 搜索潜在的客户。通过 Internet 可迅速地获取客户的有关信息，并可廉价地与他们联系，大大地降低了先期的成本和缩短了建立客户关系的时间。

在此，向大家介绍一些载有国外贸易公司名录和相关企业信息的网站。

欧洲之页 (<http://www.europages.com>)：在该网站中可以找到 50 万个欧洲贸易公司的资料；

美国黄页 (<http://www.usaol.com>)；

日本企业电话簿 (<http://townpage.pearnet.org/jtd/>)；

亚洲资源网 (<http://www.asiansources.com>)；

中华网上交易会 (<http://www.china-fairweb.com/gjmy/gjmy.htm>)，网站国际贸易栏目有

国际贸易常识、贸易信息、政策法规、海关税务、客户要求、船务货运、商务英语等;

中国出口商品网 (<http://www.chinaproducts.com.cn/gb2/content/cataf125.phtml>), 网站设海外求购、外贸快讯、出口贸易手册、出口办事易、出口案例讨论、行业分析、出口统计数据等;

中华人民共和国商务部 (<http://www.mofcom.gov.cn>), 网站设新闻发布、外经贸动态、外经法规、国际经贸动态、中国对外经贸统计等;

国际商报网络版 (<http://www.ibdaily.com.cn/gjsbweb/main/homepage.asp>), 网站设经贸新闻、供求信息等。

从以上网站中, 出口企业可以快速查到国内外有关进出口公司的信息。当然, 这些网站随着时间的推移, 必定会有所变化, 甚至消失, 因此, 在网上查找信息的最好方法是及时在网上进行搜索。

2. 网上展示吸引客户

传统寻找客户的方法可以是参加有关的展览会、博览会等, 如我国每年举办的广交会、昆交会等, 进行现场产品展示、企业宣传, 寻找潜在的客户。但这种方法受到场馆、时间的限制, 同样存在着费用高、效率低的缺点。在电子商务的条件下, 进出口企业可以利用各种网站或网页, 持续发布企业或产品信息, 进行企业或产品的网上展示、宣传, 吸引国外客户。

以下是我国一些较权威的、为我国进出口企业提供相关服务的网站。

(1) 中国国际电子商务网 (www.wto.moftec.gov.cn)

中国国际电子商务网是我国“金关工程”骨干网, 也是我国唯一的经济贸易专用网, 由中国对外经济贸易合作部所属的中国国际电子商务中心建设和管理。其服务对象主要是外贸企业, 服务内容分为电子政务、网上经贸、合作站点、商务服务、新闻导航等栏目。

(2) 中国商品交易市场网 (www.chinamarket.com.cn)

中国商品交易市场网是中国国际电子商务中心于 1999 年 7 月推出的, 是目前国际互联网上规模最大、最方便实用的中国商品采购基地。这一“虚拟市场”按商品分类设计构建, 网上不仅有企业和产品信息, 而且还有洽谈室, 贸易双方可以在网上进行商业洽谈, 不受展馆时间和空间的限制, 24 小时向世界各地展示, 帮助企业尤其是中小企业扩大宣传, 寻找直接有效的客户, 最终实现网上交易。自开办以来, 9 000 多家各种类型的企业、近 3 万种商品信息在这个市场上常年展示, 日均访问量稳定在 30.2 万人次以上, 因此被称为“永不落幕的交易会”。

(3) 中国技术出口交易会网 (www.techfai.com.cn)

中国技术出口交易会网充分利用现代化技术和网络, 向全球展示我国可供出口的技术和大型成套设备以及高科技产品, 成为中外技术交流与合作的理想园地。

(4) 在线中国出口商品交易会网 (www.cecf-gz.com)

在线中国出口商品交易会网, 简称在线广交会。从第 80 届广交会开始, 外经贸部建立了广交会站点, 以扩大广交会宣传和网上电子邀请工作, 效果显著。1999 年春交会 (第 85 届广交会) 开始, 外经贸部举办了在线广交会, 并与现场广交会同期开幕, 全部广交会参展企业都同时参加在线广交会。在线广交会是中國出口商品交易会的网络延伸, 将现场广交会与网上广交会融为一体。在线广交会有中文、英文两种版本, 涵盖广交会企业商品信

息、综合要闻、政策法规等多方面内容，提供网上洽谈和多样化信息检索方式，全球互联网用户可免费查询所有信息内容。

通过以上途径找到了客户，再对客户进行资信调查。

第二节 资信调查

一、资信调查的意义

卖方在审慎选择客户的同时，须对客户进行深入的资信调查，这是对客户进行把关的第一步。在国际贸易中，贸易双方发生索赔纠纷、履约发生阻碍或收回货款方面发生阻碍，而使一方遭受风险及损失，都同不了解贸易对方的资信情况有直接关系。进行资信调查（Credit Investigation）有助于选定信用良好的顾客，了解对方的信用程度，在 D/P、D/A 及寄售条件的交易中，可以测定给予赊账的限额与现存契约限额，以便安全。即使在与对方缔结了交易关系后，也应定期作资信调查，以便经常了解对方的资信情况。

二、资信调查的方式

1. 通过国内往来银行，向对方的往来银行调查。了解有关企业的基本背景、信用状况、付款能力、不良记录等信息，监控管理目标客户，识别高风险的客户，寻找潜在的利润来源。申请办理资信调查业务时须向银行提交申请书，注明被调查单位名称、地址、电话和传真等，对海外客户的调查必须提供英文名称和地址。
2. 直接向对方的往来银行调查。将简洁的文稿和调查对象的资料寄给对方的往来银行。
3. 通过国内和国外的资信机构调查。国外有名的资信机构，不仅组织庞大，效率高，而且调查报告详细且准确。其调查报告均以密码编类各类等级，这种等级的划分以估计财力与综合信用评价分为 High、Good、Fair、Limited 四个等级。
4. 通过国外商会、我国驻外商务机构和国外的亲朋调查。
5. 由对方来函自己判断调查。
6. 要求对方直接提供资信资料。

三、资信调查的对象与内容

1. 贸易对象

凡是同该贸易业务有关的从事商业行为的对方，称为贸易对象。贸易对象包括：

(1) 国外卖方（包括出口商和制造商）。在进口业务中，很容易出现下述几种不利的情况：货物的品质规格与合同不符；货物的品质粗劣或品质不良；不正常的拖延装船；遇到价格上涨趋势，故意不履行契约等。所以，对国外供应商的资信调查对于进口业务来讲

十分重要。

(2) 国外买方。在出口业务中, 国外买方即使使用开立信用证的支付方式, 也有很多信用风险。当该项产品价格下跌时, 买方不向开证行提交开证申请, 即“不开立信用证”, 这种情况, 就属典型的买方违约。有些国外买方, 商业道德和信用恶劣, 故意开立与合同不符, 但对他自己有利的信用证, 这就会给卖方带来一定的损失。

2. 资信调查的内容

(1) 贸易对象的组织情况。它包括公司、商号企业的组织性质、创建历史、主要领导人员、分支机构等。要弄清英文名称及公司是有限的还是无限的。可以从政府公司注册机构、劳工部、税务局、银行、信用评估机构拿到相关资料, 这些资料的取得通常是需要交费的, 且只能是有资格的机构才能获得资料。这些资料主要包括公司注册时间、地点、法人代表、股东名单、公司资金往来、贷款和债务余额、交税及退税额、经营范围等。而资信调查公司在取得这些资料后, 还可以分析该公司在行业内的竞争地位、主要对手、债务风险评估等。

(2) 贸易对象的道德。贸易往来对象诚实可靠是交易成功的基础。如果遇到不可靠的贸易对象, 就难免出现货物的品质不良、开立与合同不符的信用证、延交货物等情况发生。

(3) 贸易对象的经验。一个具有国际贸易经验的贸易对象至关重要。

(4) 贸易对象的资信情况。所调查对方的资信情况包括企业的资金和信用两方面。资金指的是企业的注册资金、实收资金、公积金、其他财产及资产债务的情况等。信用是指企业的经营作风、履约守信等。这些情况对客户要求做经销、代理、独家包销、寄售等业务时是十分重要的。银行调查是调查贸易对象的资信的最常见的一种方法, 在我国一般是委托中国银行, 由中国银行根据具体要求, 通过国外的分支机构或其他往来银行在当地进行调查。

(5) 贸易对象的经营范围。调查对方的经营范围也是较重要的, 同时还要调查经营的性质, 如代理商、零售商、批发商、实用户等。

(6) 贸易对象的经营能力。了解该企业每年的经营金额、销售渠道、贸易关系、经营做法等。

(7) 贸易对象的往来银行名称。了解对方往来银行的名称、地址同样重要。

四、委托

资信调查函电

【英】

Dear Sirs,

You are kindly requested to provide us with the information on credit and business operation of A Company. The company address is D. Please firmly believed that all the materials you supply to us will be kept absolutely secret, for which you will not take any responsibilities.

Best Regards.

Yours truly