



21世纪 高等职业技术教育通用教材

# 国际贸易 实务实训 教程



● 常改姣 主编

13 /  
21 世纪高等职业技术教育通用教材

F 740.4 -43  
C 36

# 国际贸易实务实训教程

主 编 常改姣

副主编 冯国峰 胡君茹



A1040422

上海交通大学出版社

## 内 容 提 要

本教材根据我国高等职业教育的特点,以强化国际贸易基础知识和基本技能为要旨,着重介绍在货物买卖中如何拟写函电、进行价格核算、签订合同,如何办理租船、订舱、投保等手续,如何缮制和审核各种单证,以确保交易的安全和合同的履行。本书设置了实训资料,并附有集装箱海洋运输费率表、货物等级表、进出口货物保险费率表、进出口货物报关单填制常用代码表,供教学实训中检索、参考。

### 图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务实训教程 / 常改姣主编. —上海: 上海交通大学出版社, 2003  
21 世纪高等职业技术教育通用教材  
ISBN 7-313-03255-2

I. 国... II. 常... 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(2002)第099147号

### 国际贸易实务实训教程

常改姣 主编

上海交通大学出版社出版发行

(上海市番禺路 877 号 邮政编码 200030)

电话: 64071208 出版人: 张天蔚

常熟市文化印刷有限公司印刷 全国新华书店经销

开本: 787mm × 1092mm 1/16 印张: 17.5 字数: 429 千字

2003 年 1 月第 1 版 2003 年 1 月第 1 次印刷

印数: 1 ~ 3 050

ISBN 7-313-03255-2/F · 461 定价: 28.00 元

---

版权所有 侵权必究

# 前 言

我国已经加入 WTO, 当前外贸体制改革愈加深入, 国际贸易将会进一步发展, 越来越多的企业迈出国门, 走向世界, 按照国际通行的贸易惯例开展进出口业务。这对培养国际贸易专业人才来说, 不仅提出了数量上的要求, 更提出了专业素质上的要求。

长期以来, 为了理论结合实际, 提高国际贸易专业学生的实践操作能力, 各高校通常在临近毕业时安排学员到外贸公司进行业务实习。然而, 就目前实际效果看, 并不十分理想。究其原因, 一是由于外贸企业自身经营的需要, 难以给学员提供必要的指导和管理, 而且在国际贸易竞争日益白热化的严峻形势下, 外贸企业不十分愿意接受实习生, 毕业实习的问题往往就此搁浅。二是由于实习岗位的限制, 实习环节比较单一。外贸业务涉及的环节繁多, 要求业务人员具有较好的综合业务素质和动手能力。而学员在实习中往往只能触及其中的两个环节, 具有很大的片面性, 其结果使实习常常流于形式。

综合历届毕业生反馈的情况, 为使学员在走上工作岗位前, 强化对国际贸易基本理论、基本知识和技能等综合运用能力, 系统把握从磋商签约到交单议付、审单付款等外贸业务的全过程, 掌握往来函电拟写、商品报价核算的技能, 熟练掌握外贸函电运用及各种单证的缮制能力, 我们特编写了这本《国际贸易实务实训教程》。从学生反馈的信息看, 试用效果良好。因此, 开设此门课程是非常必要的, 它能使学员系统地掌握对外贸易的各主要程序、环节, 提高动手能力, 踏上工作岗位后能较快地进入角色。除此之外, 对于那些刚刚就职于外贸行业的人员, 该书也是尽快掌握外贸业务的较佳指导用书。

## 1) 本教程适用于:

- (1) 作为高职院校开展国际贸易实务模拟实训的教材。
- (2) 作为国际贸易专业学生进行毕业实习的参考用书。
- (3) 作为从事进出口业务的企业培训用书以及从事进出口业务的专业人员的参考用书。
- (4) 作为非国贸专业的外贸业务选修教材。

2) 教程内容。全书分四个部分, 共 10 章。第一部分: 第 1、2 章, 为磋商签约, 包括: 建立业务关系、交易磋商、签订合同和商品报价; 第二部分: 第 3~8 章, 为合同履行, 包括: 履约程序、落实信用证、货物运输及保险、报关和商品检验、缮制单据、交单议付和审单付款; 第三部分: 第 9 章, 案例分析; 第四部分: 第 10 章, 实训相关资料。

## 3) 教程特点:

(1) 具有较强的实践性。本教程的编著者试图通过在单个环节训练的基础上设置一个逼真的对外贸易环境, 使参与者通过磋商签约、履行合同, 模拟完成一笔出口业务和一笔进口业务, 切身体会对外贸易的各个环节, 弄清每一个环节关键所在、涉及的单位与部门、各道程序的来龙去脉, 系统地把握进出口业务操作的全过程。

(2) 具有较强的可操作性。每个章节的编写重点突出各环节做什么, 怎么做, 为什么这么做, 经过哪些程序, 涉及哪些单证, 如何填写和处理这些单证, 有哪些可以遵循的原则, 值得注意的问题和有什么技巧。并通过案例解析点评来解决上述问题, 这使读者很快掌握要领,

并立即进入角色，亲自动手，细心体会，熟练掌握。另外，也有利于教师对相关课程的安排和综合把握。

(3) 具有创新性。教材的编著是在对外贸业务各环节广泛深入调研、分析整理基础上的总结提高，特点鲜明。特别是对如何建立业务关系，怎样合理报价，如何缮制各种单据、报关通关、交单议付，诸如出口成本核算、运费和保险费率核算、关税增值的核算等进行了详尽阐述。

#### 4) 模拟实训要求：

(1) 在实训之初，学员可按教材提供的实训资料一个一个环节的操作，各单位还可根据本单位的实际情况再增加一些练习，以强化训练。

(2) 在以上单个环节训练的基础上，可将所有人员划分为两部分若干组，分别代表中方和外商客商，每一方既要完成一笔出口业务，又要完成一笔进口业务，以便体会不同角色，系统把握各个环节和程序。

(3) 磋商签约可采取口头或书面函电、电子邮件等形式。在教学中，为便于考核管理，建议，先采用口头谈判，再整理为书面形式，且磋商至少进行三个回合。

(4) 编制书面合同，缮制各种单证。可以手工操作或电脑操作。

(5) 建议设置相应诸如银行、商检局、运输公司、保险公司、海关等中间机构，以便各种手续、单据的办理和流转，使实践者身临其境以深切领会各环节的过程和细节。

本书由常改姣任主编，冯国峰、胡君茹任副主编，参加编写的还有张力、沈思远、江荣华、俞学伟、孙皓等。

在编写过程中，我们吸取了国内外学者的部分成果，得到了学校领导和部门的大力支持，在此表示衷心的感谢。

欢迎广大同行和读者批评指正。

# 目 录

|                           |    |
|---------------------------|----|
| 1 磋商与签约.....              | 1  |
| 1.1 建立业务关系 .....          | 1  |
| 1.1.1 业务关系建立的途径和方式 .....  | 1  |
| 1.1.2 公司介绍 .....          | 4  |
| 1.1.3 产品介绍 .....          | 6  |
| 1.1.4 信用征信 .....          | 11 |
| 1.2 交易磋商的内容、形式和程序 .....   | 13 |
| 1.2.1 询盘 .....            | 14 |
| 1.2.2 发盘 .....            | 16 |
| 1.2.3 还盘 .....            | 20 |
| 1.2.4 接受 .....            | 22 |
| 1.3 订立销售合同 .....          | 25 |
| 1.3.1 书面合同的意义 .....       | 25 |
| 1.3.2 合同订立时应注意的问题 .....   | 26 |
| 1.3.3 销售合同 .....          | 26 |
| 1.3.4 案例 .....            | 44 |
| 2 商品报价.....               | 51 |
| 2.1 价格及成本核算 .....         | 51 |
| 2.1.1 报价依据 .....          | 51 |
| 2.1.2 价格的构成 .....         | 53 |
| 2.1.3 出口成本核算 .....        | 54 |
| 2.1.4 进口成本核算 .....        | 55 |
| 2.2 运输费用核算 .....          | 57 |
| 2.2.1 件杂货货物（散货）运费核算 ..... | 57 |
| 2.2.2 集装箱货物海洋运费核算 .....   | 59 |
| 2.3 海洋运输保险费的核算 .....      | 66 |
| 2.3.1 保险费率的核算 .....       | 66 |
| 2.3.2 保险费的核算 .....        | 67 |
| 2.4 佣金、利润及报价 .....        | 67 |
| 2.4.1 佣金计算 .....          | 67 |
| 2.4.2 利润的计算 .....         | 67 |
| 2.4.3 出口报价的核算 .....       | 68 |

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| 2.4.4 出口报价案例分析 .....          | 70         |
| 2.5 还价核算 .....                | 74         |
| <b>3 合同履行程序 .....</b>         | <b>77</b>  |
| 3.1 出口合同履行程序 .....            | 77         |
| 3.1.1 备货 .....                | 78         |
| 3.1.2 落实信用证 .....             | 78         |
| 3.1.3 检验、托运 .....             | 78         |
| 3.1.4 报关 .....                | 79         |
| 3.1.5 投保 .....                | 79         |
| 3.1.6 制单结汇 .....              | 79         |
| 3.2 进口合同履行程序 .....            | 79         |
| <b>4 落实信用证 .....</b>          | <b>81</b>  |
| 4.1 信用证的内容和收付程序 .....         | 81         |
| 4.1.1 信用证的特点和内容 .....         | 81         |
| 4.1.2 信用证实例 .....             | 83         |
| 4.1.3 议付信用证的收付程序 .....        | 86         |
| 4.2 开立信用证 .....               | 87         |
| 4.2.1 申请开立信用证 .....           | 87         |
| 4.2.2 填写开证申请书 .....           | 87         |
| 4.2.3 银行开立信用证 .....           | 90         |
| 4.3 审核信用证 .....               | 90         |
| 4.4 修改信用证 .....               | 92         |
| 4.4.1 拟写改证函 .....             | 92         |
| 4.4.2 审证、改证实例 .....           | 92         |
| <b>5 进（出）口货物运输和保险 .....</b>   | <b>101</b> |
| 5.1 进（出）口货物运输 .....           | 101        |
| 5.1.1 海洋运输 .....              | 101        |
| 5.1.2 海洋货物运输涉及的主要单据 .....     | 102        |
| 5.1.3 国际铁路货物运输 .....          | 119        |
| 5.1.4 航空运输 .....              | 122        |
| 5.2 海运进（出）口货物保险 .....         | 127        |
| 5.2.1 我国海运进（出）口货物保险基本做法 ..... | 127        |
| 5.2.2 保险涉及的单据及其缮制 .....       | 128        |
| 5.3 案例 .....                  | 134        |

|                       |            |
|-----------------------|------------|
| <b>6 报关与商品检验</b>      | <b>141</b> |
| 6.1 报关                | 141        |
| 6.1.1 进出境货物报关的基本内容    | 141        |
| 6.1.2 进出境货物报关程序       | 142        |
| 6.2 进(出)口货物报关单的填制     | 145        |
| 6.2.1 报关单的种类          | 147        |
| 6.2.2 报关单的填制          | 148        |
| 6.2.3 填写报关单时应注意的问题    | 154        |
| 6.2.4 报关单填制实例         | 155        |
| 6.3 进(出)口货物报关自动化的应用   | 160        |
| 6.4 商品检验              | 162        |
| 6.4.1 报验              | 162        |
| 6.4.2 抽样检验和商品检验依据     | 172        |
| 6.4.3 签证和放行           | 172        |
| 6.4.4 检验检疫证书          | 173        |
| 6.4.5 国内常见的其他商检证单     | 175        |
| <b>7 出口单据缮制</b>       | <b>176</b> |
| 7.1 制单的基本要求           | 176        |
| 7.1.1 “三一致”           | 176        |
| 7.1.2 “四要求”           | 178        |
| 7.1.3 出口单据工作操作程序及单据自审 | 180        |
| 7.2 出口交单结汇所需的其他单证及其缮制 | 181        |
| 7.2.1 汇票              | 181        |
| 7.2.2 商业发票            | 185        |
| 7.2.3 装箱单、重量单、尺码单     | 188        |
| 7.2.4 原产地证            | 192        |
| 7.2.5 装运通知            | 196        |
| 7.2.6 船公司证明           | 198        |
| 7.2.7 受益人证明           | 198        |
| 7.3 案例                | 199        |
| <b>8 交单议付与审单付款</b>    | <b>207</b> |
| 8.1 交单议付              | 207        |
| 8.2 审单付款              | 208        |
| 8.2.1 审单原则            | 208        |
| 8.2.2 各种单据的审核         | 209        |
| 8.2.3 信用证项下的不符点及拒付的处理 | 211        |

|                                    |     |
|------------------------------------|-----|
| 8.2.4 信用证项下受益人应注意的问题.....          | 211 |
| 8.3 出口退税与出口收汇核销 .....              | 213 |
| 8.3.1 出口收汇核销 .....                 | 213 |
| 8.3.2 出口退税 .....                   | 214 |
| 9 综合案例.....                        | 215 |
| 9.1 往来电函 .....                     | 215 |
| 9.2 合同 .....                       | 216 |
| 9.3 信用证 .....                      | 218 |
| 9.4 审证、改证 .....                    | 220 |
| 9.5 补充资料 .....                     | 222 |
| 9.6 履约过程中所涉及的各种单据 .....            | 223 |
| 10 实训资料 .....                      | 239 |
| 10.1 建立业务关系 .....                  | 239 |
| 10.2 拟写合同 .....                    | 241 |
| 10.3 价格核算 .....                    | 242 |
| 10.4 填制报关单 .....                   | 243 |
| 10.5 制作单据 .....                    | 246 |
| 附件一：甲外运公司集装箱海洋运输费率表（上海至世界各地） ..... | 254 |
| 附件二：货物分级表 .....                    | 257 |
| 附件三：中国××保险公司出口货物保险费率表 .....        | 258 |
| 附件四：进出口货物报关单填制常用代码表 .....          | 262 |

# 1 磋商与签约

国际贸易的买卖双方为购买和出售货物就各项交易条款进行磋商，以期达成协议。磋商的过程是合同成立的过程。磋商是合同的基础，合同是磋商的结果。本章就企业如何与国外客户建立业务关系，怎样和客户进行交易磋商、签订合同应注意哪些问题、把握哪些环节等方面进行详尽的阐述。

## 实训要点：

- 1) 拟写建立业务关系的信函。
- 2) 拟写公司介绍函。
- 3) 拟写公司产品介绍函。
- 4) 拟写信用证信函。
- 5) 询盘、发盘、还盘和接受的拟写和把握成交的条件。
- 6) 缮制合同。

## 国际贸易交易程序：

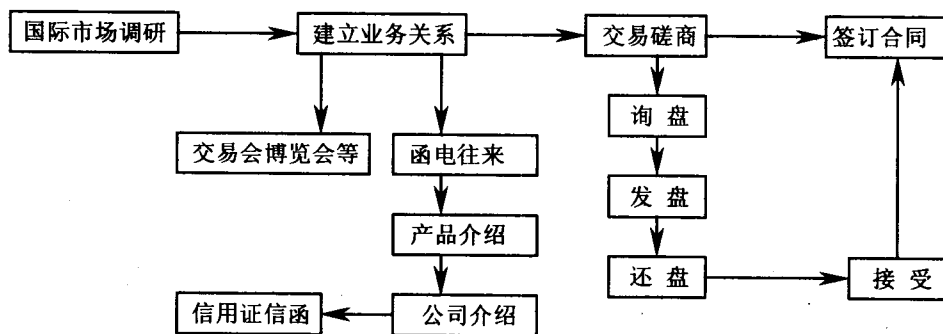


图1.1 国际贸易交易程序图

## 1.1 建立业务关系

### 1.1.1 业务关系建立的途径和方式

买方和卖方是达成一笔国际货物交易的最基本的要素，买卖双方建立业务关系是交易开始和发展的基础，是磋商和签约的准备阶段。无论是买方，还是卖方，要扩大业务，都要在巩固原有业务关系的基础上，不断寻找新的业务伙伴，不断建立新的业务关系。

建立新的业务关系的主要途径有两种：一是买方或卖方派出代表到目标市场去物色交易对象，直接进行面对面的联系。例如参加目标市场举办的展览会、交易会等；二是通过信函

联系，建立关系。随着现代通信的不断发展，信函的范围不断扩大，从传统的书信、电报、电传发展到传真、电子邮件、EDI等等，在提高了通信速度的同时也降低了通信的成本，从而“缩短”了国际货物买卖双方地理位置上的差距。因此，通过信函联系成为国际货物买卖中买卖双方的主要联系方式。下文的介绍就以信函联系方式为主。

从卖方的角度来讲，通常在寻找新的贸易伙伴前，应当根据本方的营销策略，对潜在市场的基本情况进一些调查了解，调查的重点主要有以下几点：

- (1) 市场的容量，消费者的兴趣和爱好。
- (2) 同类商品和企业的竞争情况。
- (3) 贸易制度，特别是进出境管制和关税。
- (4) 商业习惯，特别是支付方式等。

当然，这些情况也可以在与潜在贸易伙伴联系的过程中，逐步了解把握。

如果潜在市场的基本情况符合企业的要求，就将这个市场定为目标市场，并在目标市场上寻找潜在的交易对象，其公司名称和联系方法一般可以通过下列途径获得：

- (1) 本国或外国的商会，如某国商会（Chamber Of Commerce），中国对外贸易促进委员会（China Council For The Promotion Of International Trade）。
- (2) 本国驻外使领馆或外国驻本国使领馆，如中国驻外商务参赞处（Chinese Commercial Counselor's Office in Foreign Countries）。
- (3) 银行，企业可由本地银行通过其海外分支机构获取相关资料。
- (4) 专业期刊、报纸的广告。
- (5) 海外其他客户推荐。
- (6) 公开发行的企业名录。
- (7) Internet上查询。

企业在进行上面所说的市场调查时，往往同时能取得一些潜在客户的基本资料。

如果要通过商会、银行、客户等中间机构获取潜在客户的行名和联系方法，有时需要向他们发出信函提出此要求。下例是国内某棉毛制品出口商写给中东某国商会的信函。

#### 【实例】

Dear Sir or Madam:

We have been leading Chinese exporters of cotton and woolen piece goods for years, and now desire to expand the amount of business we do with the Middle East. We would be most grateful if you could provide us with a list of reliable business concerns in your area, which might be interested in importing the mentioned goods.

As to our standing, we can refer you to the bank of china, Shanghai Branch and the Chamber of Commerce in Shanghai.

Your assistance will be greatly appreciated and we sincerely await your kind reply.

先生/女士：

多年来，我们一直是中国主要的棉毛制品出口商，目前希望扩大在中东地区的业务量，如蒙提供你地区有意进口上述产品的可靠商行的名录，我们将非常感激。

关于我们的情况，请向中国银行上海分行和上海商会了解。

我们将非常感激你们的协助，并真诚的期盼你们的答复。

取得期望的行名和联系方法后，企业就可以向有关商行发函联系。一般来说，这类信函的主要目的是力求引起对方进行业务联系的兴趣。通常，首先要告知收信人他的行名是如何被得悉的，然后告知对方一些发信人的公司性质、业务范围等一般情况，说明其目的，如扩大交易地区，拓宽产品销路等，表达在未来业务中与之合作的真诚愿望，以及希望早日得到答复。发信人也可以向收信人提出一些要求，如要求其在回信中介绍自己的情况，写明一般交易条件等。

### 【实例】

Dear Sirs:

We have been in touch with your Chamber of Commerce, who recommended you as a possible importer for our products in your country. We manufacture the Bright brand cameras, which have proved highly successful wherever they have been introduced and wish to extend sales over the whole Europe. We have got to know that you import from Asia various kinds of cameras for a large amount annually, and are confident that you will be able to build up a good market for our cameras at your end in a short time.

You will be obliged if you let us know your general trade terms for cameras. In case it is ok, we would like to enter into long-term business relations with you with equality and mutual benefit.

We look forward to receiving your early and favorable reply.

先生:

我们联系了你地商会，它认为在贵国你公司可能会进口我们的产品，因此将你公司推荐给我们。我们生产的光明牌照相机无论在哪里销售都已证明很成功。现在我们希望将其销售到全欧洲。我们知道你公司每年从亚洲进口大量各式照相机，我们有信心，你公司能在短时间内在你地市场为我们的照相机取得很好的销路。

如蒙告知你公司照相机交易的一般交易条件，不胜感谢。如该条件可以接受，我们愿与你公司在平等互利的基础上建立长期的业务联系。

希望早日收到你方有利的答复。

在收到上面类似来信之后，如何答复往往是抓住商机的重要一步。答复首先要及时、礼貌，这才可能给对方留下良好的印象。对来信中提出的问题和要求，要尽可能完整地给予答复。在复信中，通常也要简要地介绍本公司，要尽量树立良好的形象。下面的范例既是对对方对我方信函的回复，又较好地介绍了他们的情况，使我方对客户有了更进一步的了解。

### 【实例】

Dear Sirs:

We thank for your letter dated Mar.23 and are willing to open an account with you.

As you know we are big importers for Asia cameras with an annual import value for more than 1.2 million European Dollars. Our sales network covers the whole Europe, and our kind relations with those world famous supermarkets, such as Lotus & Metro, give us specially advantages in the market. We have been interested in any cameras with sound quality and medium price, and we hope your products are qualified.

We usually do business on open account and pay in the currency of French Franc. We could provide letter of credit for our first transaction if you prefer.

We would like to have some pictures of your cameras and are awaiting your early reply.

先生:

感谢你方3月23日来信,我方愿与你方建立业务关系。

如你所知,我们是亚洲照相机的大进口商,每年进口额超过120万欧元。我们的销售网遍布欧洲,而且我们与世界著名的超级市场的良好关系使我们在市场上有特殊的优势。我们一直对质量优良价格适中的照相机感兴趣,我们希望你方的产品正是如此。

我方通常采取赊销,付款采用法国法郎。如你方希望,我们对第一笔交易可提供信用证。我们希望得到你们相机的照片,并盼望早日回复。

### 1.1.2 公司介绍

建立业务关系的阶段是买卖双方从陌生到彼此熟悉、走向彼此信任的阶段。只有买卖双方彼此信任,才有可能达成交易,从而真正的建立长期的业务关系。信任的基础是了解。因此,介绍自己、展示自身的优势、让对方尽可能了解自己、在对方心目中树立良好的形象,对买卖双方都是极为重要的。

为了使目标市场上的潜在客户能够比较全面地了解公司的整体情况,为本企业准备一份较为详细的自我介绍材料是十分必要的。这种自我介绍一般不是指定写给某个人或单位的,它不采用信函的格式,我们通常称之为公司简介。它可以应有关潜在客户的要求寄发,也可以在首次发出要求建立业务关系信函的同时随函寄发。还可以将其公布在公司网页上,或通过其他方式向潜在客户分发。较完整的公司简介一般包括以下几个要素:

- (1) 经营范围,主要指经营哪些产品或提供哪些服务。
- (2) 经营方式,如一般进出口、转口贸易、来料来件加工装配、进料加工、代理、独家代理等。
- (3) 经济实力,如经营历史、资金资本状况、市场竞争力、其他优势等。
- (4) 公司名称、地址、电话、传真、网址、电子邮箱等。

如果有必要强调的话,还应将公司的隶属关系、所有制形式、经营渠道等写在公司简介中,以加深读者的印象。

公司简介篇幅较普通信函要长,内容也较多,但也并不是越多越好,过多的虚话会使读者很难抓住要点,不能达到了解公司的目的。下例是公司简介的范例。

#### 【实例】

SHANGHAI KAIYUAN INDUSTRIAL CO., LTD

235 Rujiang Road, Shanghai, China 200043

Tel: 862164725466 Fax: 862164568977

URL: <http://www.yahoo.com/kaiyuan.cne>

E-mail: [kaiyuan@yahoo.com](mailto:kaiyuan@yahoo.com)

We, Shanghai KAIYUAN Industrial Co., Ltd, are one of the leading garment manufacturers and exporters in China. We are established in 1987 and started with shirt. After 14 years' fast development, we now cover shirts, coats, western-style suits, ties as well as woolen sweaters both for women, men and children. Our brand KAIYUAN, which takes the advantages of our strong technical staff force, up-to-date design knowledge, modern means of management, was confirmed

as one of the 10 most welcomed garment brands in Chinese market by State Economic & Trade committee in both 1999 and 2000.

Our overseas business began in 1994 and has been strongly supported with our strong capital reserves especially after we were listed at Shanghai Stock Exchange in 1997. Up to now we have introduced our products to 26 countries and areas and granted 5 agents and 2 distributors for KAIYUAN brand garments in America and 8 distributors in European countries respectively. We also do a large amount of processing business with supplied samples, designs, brands or materials. With excellent product quality and prompt shipment, we enjoy good reputations among our clients. In addition, we take a prior position in the bid for garment export licenses owing to the good evaluation the authority hold to us for our successful execution of contracts in the last 5 consecutive years, which also contributed to our soaring overseas business as high as 2.3 million US Dollars in 2000.

我们,上海开元实业公司是中国主要的服装生产商和出口商之一。公司始建于1987年,以衬衫起家。经过14年的快速发展,目前产品包括各类男、女及儿童衬衫、外套、西服、领带、羊毛衫等。由于公司技术力量强,设计理念新颖,管理方式现代,其品牌开元在1999年和2000年均被国家经济贸易委员会认定为最受欢迎的十大服装品牌之一。

公司于1994年开始进军海外市场,这一举措,特别是于1997年公司在上海证券交易所挂牌之后,公司得到了强大的资金支持。到目前为止,公司产品已进入26个国家和地区,并且在美国拥有5家代理商和2家分销商,在欧洲拥有8家分销商。公司同时还经营大量的来样、来料、定款、定牌加工业务。由于产品质量上乘,交货及时,公司在海外客户中享有很高的声誉。另外,由于公司在过去5年完满的履行了合同,有关部门对我们评价很高,我们在服装出口许可证的竞标中处于优先地位,这也是公司海外交易额迅猛增长并于2000年达到230万美元的一个重要因素。

公司简介是对公司加以全面介绍的主要形式。事实上,建立业务关系的有关信函一般都包含了对公司情况的介绍。这种介绍与公司简介的主要区别是后者侧重于对公司或公司业务进行详细介绍,力求使他人通过介绍能大致了解你公司的基本情况和特点,而前者一般比较简单与简短,侧重于表达打算合作的愿望。当其有了特定的收信人时,其介绍就要考虑收信人的特点和特定需要,以便更有效地引起对方的兴趣。下例是客户的自我介绍,就很具特色。

#### 【实例】

Dear Sirs:

We owe your name and address to Mr. John Smith, one of our old clients, who recommended you as a leading industrial chemical manufacturer in China. We are importers of industrial chemicals, plastics and fertilizers for resale with Ireland. Although only a small country in terms of population, Ireland imports considerable quantities of chemical raw materials as she has little or no basic chemical industry of her own. Indeed in the past five years her imports of these products have more than doubled due to quite rapid growth in her general industry. Traditionally England and the major Western European countries have dominated this market but manufacturers are now looking for a further field to find competitively priced raw materials. Thus we have successfully taken this opportunity in our business in the market of Korea and Brazil, and we believe that there is

also ample scope for development of business with China.

Should you be interested in supplying, we would be more than pleased to enter into business activities with you.

先生:

我们从我们的一个老客户约翰·史密斯先生处得知您的行名和地址,他将您作为中国主要的工业化工制品生产商推荐给我们。我们进口化工品、塑料品和化肥,在爱尔兰国内销售。就人口而言,爱尔兰只是一个小国,但却进口相当数量的化工原料。原因是爱尔兰几乎没有什么基础化学工业。在最近五年中,由于整个工业增长的速度颇快,上述产品的进口量实际上增加了一倍多。英国和其他西欧国家在传统上一直支配着爱尔兰市场。但是,这里的制造厂商正向远处寻求具有竞争性价格的原料。我们已在韩国和巴西市场上成功的利用了这一机会,同时我们相信与中国的业务往来也是有很大的发展余地的。

如您有意供货,我们很愿意与您建立业务关系。

### 1.1.3 产品介绍

在买卖双方建立了初步的联系,彼此有所了解以后,他们的兴趣通常会集中在某些产品上。对这些产品,买方渴望获取关于该产品的详细资料,因此,卖方有必要对其加以重点介绍。产品介绍的目的就是让买方进一步了解特定的产品,起着宣传和推广的作用,从而为卖方最终赢得客户打下基础。

产品介绍主要是描述产品的规格、设计特征、技术特性等,也可以带有一些广告的色彩,以增强其宣传推广的作用。一般来说,其主要包括以下内容:

- (1) 产品的名称、作用、能够解决的问题。
- (2) 产品的设计特征,包括各组成部分的技术规格。
- (3) 产品的检测结果,包括使用功效、使用寿命、安全性能。
- (4) 与同类产品比较有哪些优点或改进。

产品介绍的语言要准确、精练,文中各部分可使用小标题,使介绍的内容明了、醒目、具体。另外还可以附加照片、示意图等帮助客户了解产品的结构和使用方法。

#### 【实例】

##### The Electric Folding Bicycle

[1] In central city areas of the USA, bicycle access is particularly important to the economically disadvantaged residents who are prevented from getting to higher-paid jobs in the suburbs because the lack convenient public transportation. Many citizens could live better if they could get where they could get where they need to go quickly and cheaply, without investing in a 4000lb vehicle that uses a gallon of gasoline to travel only 15 to 20 miles, plus paying for the privilege of parking it. If citizens need to pedal to their destination, heart doctors agree that they will live longer and healthier.

##### Solution

[2] Employing modest, simple solution, Rabbit sets out to maximize the potential of the folding electric bicycle to:

Sharply reduce metropolitan traffic gridlock;

Annihilate traffic-induced smog;  
Reduce consumption of increasingly fossil fuels;  
Increase the general living standard;  
Improve the general physical health of bike users.

[3] A personal automobile weighs, and uses, approximately 100 times more raw materials in its manufacture than the EX-BIKE. The personal automobile needs approximately 100 times more fuel energy to travel one mile than the EX-BIKE. Yet, at a commuter speed of 20mph, the EX-BIKE can transport 10 times more people per hour for the same roadway width, since the high-inertia automobile requires extra space for safety. This means that one lane devoted to EX-BIKES could, in some distances, replace 10 lanes devoted to personal autos.

[4] An ordinary auto requires approximately 150 square foot—70 times less space than a personal car. For city dwellers living in congested high-rise apartments, owning a personal auto is impractical and expensive. In cities like Chicago, parking space is scarce at local commuter train stations and downtown garages, and the problem is becoming worse. During the next 10 to 15 years, the population of some cities will double. We cannot double the number of highways and parking spaces in that time even if that was the best solution.

[5] We need new transportation solutions that make better use of our time and the earth's scarce natural resources—including our fossil fuel and land. We think the EX-BIKE can serve a uniquely important role in solving transportation problems.

[6] To solve the weight problem, Rabbit invented the T-Bag users now have quick and convenient bike transportation anywhere in the city. They can store their electric or manual folding bike in a T-Bag out of the way in a closet at home. When they go to work, they can wheel the T-Bag out of the way in a closet at home. When they go to work, they can wheel the T-Bag like luggage to the elevator and to the street. Then in 30 seconds, they can remove the bike from the T-Bag, unfold the bike, roll up the T-Bag, strap it onto the bike, and pedal to their destination. Upon arriving, they can return the bike to the T-bag in 30 seconds (without tools), wheel it to their workstation and store it in a closet or under a desk.

[7] The folding electric bicycle can transport people at 15 to 20mph for 20 miles or longer before the standard batteries need typical city, electric bicycles can provide extraordinary cost savings in transportation infrastructure and parking facilities.

#### Design of EX-BIKE

[8] The success of rabbit Tool USA's system of EX-BIKES and T-Bags places high demands on our product components. They must be:

**Lightweight:** with a steel frame, the EX-BIKE now weighs 19kg(42lb). With an aluminum frame, the weight is reduced to 16kg(35lb);

**Affordable:** Reasonable cost savings come by designing for minimum weight, the simplest and least number of parts, and high-production tooling;

**Reliable:** robust reliability is achieved by the proper sizing of the minimum number of simple components and eliminating threaded connections where possible;

Efficient: the unique, patented 300W Electric Wheel System has a motor approaching 95 per cent efficiency.

#### Modular electric wheel system

[9] The EX-BIKE three-phase hub motor-generator is a 300W, 24V Electric Wheel System. Its 4.5in diameter fits a standard 130mm wide bike frame and weighs only 2.5kg, or 5.5lb. It is oil-cooled, brushless, sensorless and powered by NdFeB permanent magnets. This motor has a highly efficient 11: 1 gear reduction, enjoys a 10: 1 speed range, and a maximum efficiency of nearly 95 per cent. The motor has an unusual 8-pole, 18-slot stator structure, chosen to minimize winding end turns.

#### Sensorless safety motor

[10] The inventors decided to use a sensorless motor to minimize the number of wires exiting the motor eliminate the axial space required within the motor for sensors, and it is a natural choice for a bicycle hub installation. The sensorless motor is unique because it does not develop any torque until it reaches a certain speed.

#### Digital display

[11] The motor has a single computer-controlled light that informs the operator when the motor turns on and also the battery's charge state. The digital electronic motor controller, designed by O.J. Birkestrand and Gary box, is fully programmable. It limits the maximum current draw and further reduces this draw when the batteries are approximately 66 per cent depleted to allow the operator to pedal home on reduced power. We can also program the computer to sample battery temperatures providing for momentarily higher power outputs, different maximum vehicle speeds, different maximum power output, cruise control and many other functions.

#### Solar and utility rechargeable

[12] EX-BIKES are utility rechargeable in one hour or less or solar rechargeable in two hours. Rabbit developed a portable programmable battery charger shaped like a bike water bottle. It can be customized to suit almost any battery chemistry or algorithm. Rated at 250W, it can charge most electric bicycles to approximately one hour. Rabbit offers a portable solar cell package for off-grid recharging, as Rabbit believe that EX-BIKES or third world location the portable solar cell recharging package can serve as an auxiliary utility to power lights, a radio, a television or a computer.

(译文略)

分析上例，第1~7段是对电动自行车的总体介绍，并简要介绍了产品的主要优点。第1段提出了美国住在市中心的居民所面临的交通问题。公共交通不够方便，而私人汽车费用太高。通过提出上述问题，第2段引出解决问题的方法：使用电动自行车。这些解决方法以期能达到5个目的。第3~5段采用比较的方法，来说明电动自行车的优点。与私人轿车相比，电动自行车既节省能源，又节省空间。第6段和第7段简单描述电动自行车的重量、大小、折叠与存放方法、车速、行驶里程等；第8段为电动自行车的总体设计特点；第9~12段分别为电动自行车各个主要部件的性能与特点。其中第9~11段介绍车轮的构造、规格、重量以及电机的种类、速度、效率等特点。第12段介绍电池的特点，包括充电的方式、时间，以及这类电池的