



全国高职高专规划教材·国际贸易系列

国际贸易业务操作与训练

GUOJI MAOYI YEWU CAOZUO YU XUNLIAN

李金林 等◎编著

BUSINESS



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

全国高职高专规划教材·国际贸易系列

国际贸易业务操作与训练

李金林 等 编著



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书可以看做是一本国际贸易业务操作大全,内容包括从国际贸易准备(国际贸易方式选择、企业样本设计、建立与外商通信渠道等)、业务具体操作(价格表制作、到岸价格核算、价格策略制定、国际贸易磋商、国际贸易合同签订、进出口合同履行)到国际贸易决策(贸易方式选择、经销与代理关系建立、国际供应链建设)、国际贸易利益维护(国际贸易争端解决、国际贸易风险控制)和国际贸易突破——企业家如何突破外界制约和内在束缚,确立企业价值,搞好文化建设,增强国际贸易软实力。

本书的内容安排以高适优五金厂和美国GSL公司的国际贸易业务为背景,以他们之间的业务往来和关系发展为主线,模拟训练一连串的国际贸易业务,并在训练中提供与国际贸易操作相关的延伸阅读材料和案例——反应宏观国际经济环境、中观国际贸易行业习惯、微观具体企业的做法,启发读者思考,在此基础上进行业务决策和处理。

本书的特点是结合国际贸易,联系国民经济实际,反映国际贸易的最新发展和人们普遍关注的与国际贸易相关的经济问题,如《2010年国际贸易术语解释通则》的内容和应用案例,国际供应链建设,电子国际贸易,市场经济与改革,经济全球化与反全球化浪潮,国际贸易中的文化交流、文化贸易强国等。

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易业务操作与训练/李金林等编著. —北京:北京大学出版社,2011.9

(全国高职高专规划教材·国际贸易系列)

ISBN 978-7-301-19492-8

I. ①国… II. ①李… III. ①国际贸易—贸易实务—高等职业教育—教材 IV. ①F740.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2011)第185476号

书 名: 国际贸易业务操作与训练

著作责任者: 李金林等 编著

策划编辑: 周 伟

责任编辑: 周 伟

标准书号: ISBN 978-7-301-19492-8/F·2888

出版发行: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址: <http://www.pup.cn>

电子信箱: zyjy@pup.cn

电 话: 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62754934 出版部 62754962

印 刷 者: 北京鑫海金澳胶印有限公司

经 销 者: 新华书店

787毫米×1092毫米 16开本 17.75印张 432千字

2011年9月第1版 2011年9月第1次印刷

定 价: 35.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话: (010)62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

前 言

改革开放以来,我国的对外贸易迅速发展,国民经济也在国际贸易发动机的牵引下高歌猛进,我国国际贸易和经济总量在世界的名次迅速上升。1980年我国国际贸易排名第32位,2004年一举突破万亿美元大关,成为仅次于美国和德国的世界第三贸易大国。2007年全球金融危机以来,我国一枝独秀的经济仍快速发展,2010年全年进出口比2009年增长34.7%,总额达到29728亿美元,GDP达到54742亿美元,超过日本,成为世界第二大经济体。随着国际贸易的发展和经济的崛起,2006年我国就早已实现了一个世界第一——外汇储备突破2万亿美元,2010年新增外汇储备近4482亿美元,同比增长18.7%,外汇储备余额达到近2.85万亿美元。从2009年起,我国还摘取并保持着全球最大出口国的桂冠。

与其说国际贸易是国民经济的发动机,不如说国际贸易是国民经济、世界经济的一部分——是国际分工形成的世界经济中的服务系统。用美国经济学家I. B. Kravis的话来说,“贸易是经济增长的侍女”(Trade as a Handmaiden of Growth),无论是国际贸易,还是国内贸易,从经济上讲都是国家发展、企业经营的一种市场选择,都是为社会分工提供商品交换服务的,片面强调“侍女”的作用可能会导致经济畸型发展,经济生态、社会生态恶化。随着外向型经济的快速发展,我国遇到了资源枯竭、环境污染、贸易摩擦、出口企业自相竞争等一系列需要解决的问题。近年来,我国一直强调创新、经济转型,但中国社会科学院2009年12月7日发布2010年《经济蓝皮书》中指出国际分工格局没有大的变动,我国的出口退税已到极限。

2008年世界性经济发展趋缓和通货膨胀,美国的经济低迷和次贷危机,使我国出口型企业面临着严峻的生存挑战——成本增加、人民币升值、资金紧张、用工荒、国外市场萎缩,大量中小型企业尤其是以出口为主的制造型企业倒闭。资源的枯竭使我们再也不能依靠无偿的资源进行低价竞争了,道德标准、民工荒使我们再也不能完全指望吃“人口红利”发展经济了,环境的污染、世界性“减排”使我们再也不能靠“两高一资”(高耗能、高污染、资源性)产品出口创造“奇迹”了。而且,作为一个贸易大国,大量进口抬升了进口商品的国际价格,而以外向型为发展战略使出口企业的价格竞争愈演愈烈。日本、韩国和中国台湾在发展中遇到的问题不但在中国重演,而且增长方式转换、贸易大国对外依赖造成的国际贸易条件恶化的独有问题,加剧了国际贸易形势的恶化。应付这种前所未有的挑战,就需要具备国际贸易洞察能力、适应能力的德才兼备的经营人才,他们不仅要懂得国际贸易业务操作,更要把握企业社会责任这个世界潮流,掌握国际贸易经营决策,本书就是为培养这类人才而作的尝试。

教育部《国家中长期教育改革和发展规划纲要(2010—2020)》在职业教育部分指出,“职业教育要面向人人、面向社会,着力培养学生的职业道德、职业技能和就业创业能力。到2020年,形成适应经济发展方式转变和产业结构调整要求、体现终身教育理念……的教育体系,……满足经济社会对高素质劳动者和技能型人才的需要。”因此,本书不限于

对国际贸易业务知识的总结归纳,把读者训练成没有精神的、冷冰冰的、只“会动手”的、国际贸易机器上的一个机械部件,而是“面向人人”适用“终身”发展的“职业”训练和如何做人的启发性读物。因为经济活动,尤其是国际贸易不仅是商务活动,也是价值传播、文化传播、实现人类共同梦想的社会活动。我国在成为贸易大国后,如何增强文化软实力成为国际贸易的下一个目标,正如广东提出要像三十多年前带动全国的改革开放一样,立志带动全国经济发展模式的升级换代,使中国在成为世界制造业高地之后,成为世界价值高地,向世界输送价值观、输送新生活。本书在有关科技革命、国际分工、市场经济、经济转型、企业价值、文化建设等国际贸易深层次问题的探索方面也作了初步尝试。本书可作为普通高等教育和高等职业教育的专业教材,也可供国际贸易研究人员、管理类专业人士参考,以及作为国际贸易企业经营人员、业务操作人员自学教材、培训教材和操作手册。

本书由李金林设计,并编著了业务训练一、业务训练四、业务训练七、业务训练九、业务训练十、业务训练十二、业务训练十三,以及全书的延伸阅读材料和案例;业务训练二、业务训练三由天津滨海职业学院陈明舒执笔;业务训练五、业务训练六由天津滨海职业学院赵红梅执笔;业务训练八由佳木斯大学乔阳副教授执笔;业务训练十一由光大银行周瀛执笔。书中疏漏和错误之处,敬请广大教师、读者提出,以便日后充实与完善。有何问题,恭请大家垂询、赐教与交流。

李金林

2011年4月于天津



目 录

业务训练一 国际贸易准备	(1)
1.1 国际贸易准备的业务背景和训练任务	(1)
1.2 国际贸易概述	(3)
1.3 开展国际贸易前的准备工作	(8)
1.4 延伸阅读和案例分析	(12)
1.5 思考练习与业务训练	(19)
业务训练二 价格表制作	(22)
2.1 价格表制作的业务背景和训练任务	(22)
2.2 国际贸易术语概述	(24)
2.3 《2010 通则》的贸易术语	(27)
2.4 E、F 贸易术语的价格核算	(33)
2.5 价格表	(36)
2.6 延伸阅读和案例分析	(37)
2.7 思考练习与业务训练	(40)
业务训练三 到岸价格核算	(42)
3.1 到岸价格核算的业务背景和训练任务	(42)
3.2 国际贸易运输	(43)
3.3 国际运输保险	(48)
3.4 到岸价格计算	(51)
3.5 延伸阅读和案例分析	(54)
3.6 思考练习与业务训练	(58)
业务训练四 价格策略制定	(61)
4.1 价格策略制定的业务背景和训练任务	(61)
4.2 价格和价格策略	(62)
4.3 佣金与折扣	(67)
4.4 延伸阅读和案例分析	(68)
4.5 思考练习与业务训练	(74)
业务训练五 国际贸易磋商	(76)
5.1 国际贸易磋商的业务背景和训练任务	(76)
5.2 国际贸易磋商过程	(77)

5.3 电子商务磋商	(80)
5.4 集体竞价磋商	(85)
5.5 延伸阅读和案例分析	(88)
5.6 思考练习与业务训练	(93)
业务训练六 国际贸易合同签订	(95)
6.1 国际贸易合同签订的业务背景和训练任务	(95)
6.2 合同有效成立的条件和作用	(97)
6.3 合同贸易条款	(99)
6.4 合同背面条款	(108)
6.5 延伸阅读和案例分析	(111)
6.6 思考练习与业务训练	(117)
业务训练七 进出口合同履行	(119)
7.1 进出口合同履行训练的业务背景和训练任务	(119)
7.2 进出口合同的履行	(121)
7.3 信用证支付	(127)
7.4 延伸阅读和案例分析	(134)
7.5 思考练习与业务训练	(140)
业务训练八 贸易方式选择	(143)
8.1 贸易方式选择的业务背景和训练任务	(143)
8.2 对销贸易	(143)
8.3 加工贸易	(146)
8.4 进口成本核算	(148)
8.5 延伸阅读和案例分析	(151)
8.6 思考练习与业务训练	(155)
业务训练九 经销与代理关系建立	(156)
9.1 经销与代理关系建立的业务背景和训练任务	(156)
9.2 经销	(156)
9.3 代理	(158)
9.4 延伸阅读和案例分析	(162)
9.5 思考练习与业务训练	(166)
业务训练十 国际贸易争端解决	(168)
10.1 国际贸易争端解决的业务背景和训练任务	(168)
10.2 贸易争端解决的方法	(169)
10.3 违约与违约救济原则	(173)

10.4	国际贸易的违约救济方法	(176)
10.5	仲裁	(180)
10.6	延伸阅读和案例分析	(182)
10.7	思考练习与业务训练	(192)
业务训练十一 国际贸易风险控制		(194)
11.1	国际贸易风险控制的业务背景和训练任务	(194)
11.2	国际贸易风险概述	(194)
11.3	资信风险管理	(196)
11.4	延伸阅读和案例分析	(201)
11.5	思考练习与业务训练	(208)
业务训练十二 国际供应链建设		(210)
12.1	国际供应链建设的业务背景和训练任务	(210)
12.2	供应链战略与供应链建设	(211)
12.3	进入国际市场的途径和方法	(217)
12.4	电子国际贸易	(221)
12.5	延伸阅读和案例分析	(228)
12.6	思考练习与业务训练	(239)
业务训练十三 国际贸易突破		(241)
13.1	国际贸易突破的业务背景和训练任务	(241)
13.2	当代国际分工	(242)
13.3	当代国际贸易的特点	(248)
13.4	国际贸易价值突破	(253)
13.5	延伸阅读和案例分析	(259)
13.6	思考练习与业务训练	(271)
参考书目		(273)

业务训练一

国际贸易准备

1.1 国际贸易准备的业务背景和训练任务

下面是东莞市高适优五金厂的简介和美国GSL公司发给高适优五金厂的传真,以此作为两个公司的业务背景。本训练的任务是以高适优五金厂厂长的身份进行业务决策和以出口部业务员的身份回复美国GSL公司。

本书所涉及的国际贸易业务都是以这两个公司的贸易往来及贸易关系发展安排的,在后面的所有业务训练中,没有特殊说明,请读者均以此身份进行国际贸易业务决策,并根据决策进行国际贸易业务操作训练。

DONGGUAN HRP HARDWARE FACTORY INTRODUCTION

Founded in 1996, our factory is a modern enterprises collecting development, design, manufacture, sales of building hardware. With the turnover of USD 1,000,000, we have become one of the leading manufacturers of iron tower bolts, iron cellar window bolts, door pulls, hasps and staples, screw hooks, etc., and have been always ready to process stainless steel hardware on requirements.

Believing in “customer first, reputation first”, basing on “High-quality, Reasonable-price and Perfect-service” as our managing principles and product positioning, and with our advantages of professional technology, rich management

experience, advanced equipment and the understanding of international fashion trends, we would like to expand our business on the markets both domestic and abroad. Our products have been exported to Southeast Asia, the Middle East, Europe, United States and many other countries and regions through some of domestic international corporations, we sincerely welcome foreign customers to discuss business, cooperation, or joint-venture with us for common development and mutual benefits. Look forward to your inquiring and coming!

Contact: Mr. High Low, Export Manager
 DONGGUAN HRP HARDWARE FACTORY
 6 Kingdom Street, Hardware village, Dongguan, Guangdong, China
 Fax: 86-769-8820000; Tel: 86-769-8821111
 Email: export@hardwarevillage.com

GSL ENTERPRISE INC.

Averill Ave. Suite 4, San Pedro, California, United States
 Distributor, Commission Agent, Consulting Service Provider
 Tel: 1-310-832-7367 Fax: 1-734-468-8678 Email: love@gsenterprise.com
 Web site: Http://www.gsenterprise.com

Fax To:	Dongguan HRP Hardware Factory	Our Ref:	JS052
Fax No:	86-663-8820000	Your Ref.	
Attn:	Export Manager	Date:	XXXX/04/15

Dear Sir or Madam:

Re: HARDWARES

We owe your name and address by the courtesy of your Embassy and also that you are one of the larger manufacturers of various types of building hardware.

As an international distributor for building industry, we commit our self to design and set up a supply chain with our customers and suppliers all over the world. To that purpose, we manage to establish direct relationships with reliable manufacturers and write to you to see if we could establish such relationship. So I wonder if you could send us your latest catalogue by currier and also inform us of your web site address?

It would be also good enough if you forward this fax to your friend who is in this line in case you are not interested in it.

Sincerely yours,

(Signed)

Mr. Godserver Love

Managing Director

1.2 国际贸易概述

国际贸易是指不同国家或地区的企业或个人之间的商品和/或劳务的交换活动,这是划分国内贸易与国际贸易的标准,对于交易规则 and 法律的适用起着决定性的作用。

1.2.1 国际贸易的性质

1. 贸易的性质

人们所处的地域差异造成了人们拥有的资源不同,需要通过互通有无来交换;人们的天赋和后天差异造成了人们的优势能力不同,为了以较少的投入取得较大的收益,需要通过劳动分工和商品交换来完成。二者都离不开贸易——物品自由交换的活动,所以说贸易是人们互通有无、分工合作的需要,是一种自发的经济行为。因此,贸易具有自然属性,是不以人们意志为转移的经济规律。

2. 国际贸易的性质

有了人,就有了物品交换。而国际贸易是随着国家的产生而产生的,是国家边界划分的产物。国家之间的界限不是自然的划分(虽然在一定程度上受到地理的影响),而是一种所谓“主权”的划分,这两个不同“主权”管理下的企业、个人之间的贸易就被套上了一个政治的铁链子,自然、自由的国际贸易只能在主权掌控下有序进行。虽然也有试图摆脱国家控制的自然性“国际贸易”,但被排斥在国际贸易之外,被称为“走私”,受到“主权”的禁止和打击。因此,国际贸易具有自然的经济属性和人为的政治属性双重性质。

国际贸易自然属性决定国际贸易的市场性、自由性,而国际贸易的政治属性决定国际贸易的国家性、管制性。因此,国际贸易是经济规律与主权控制作用的结果,不但受到经济规律的驱动,也受到相关国家政府的政治考量;不但是国家间利益的交换,也是国内各阶层、各行业之间的利益调整,进而得到“主权”国家的鼓励、限制或者禁止。

1.2.2 国际贸易的特点

国际贸易性质的复杂性使得国际贸易程序比国内贸易程序要复杂得多,呈现出不同于国内贸易的许多特点。从事国际贸易必须了解这些特点并在此基础上进行国际经营。

1. 贸易环境复杂

由于国际贸易的主体分属于不同的国家或地区,各国的政治制度、法律体系、经济体制、文化背景、价值观念、思维逻辑等都有较大的差异。在交易磋商和履行过程中,既要考虑本国政府宏观的经贸政策、法律规定,也要考虑外国的市场变化、贸易惯例和习惯做法,甚至要考虑国际政治、经济、金融形势的变化,贸易环境错综复杂。

贸易环境复杂是指整个国际贸易来说的,并不意味着所有的外国贸易环境都是如此。如欧美的法律制度完善,商业活动规范,商家资信水平高,所以有些企业因此而选择国际贸易,只要按照商业规范行事,贸易利益比国内更有保障;而有些国家的政策透明度低,贸易风险可控性差。

2. 程式化水平较高

由于各国文化、语言、贸易做法的巨大差异,国际贸易主体之间的了解相对较少,为了进行贸易往来,就要按照一个通用的规则来进行商业沟通和处理彼此之间的商业关系。因此,国际贸易通常程式化高、规范性强,只有技术风险,交易中只考虑经济因素、学好国际贸易知识就行了。如一般不用建立个人友谊,不用刻意选择交流用语。虽然有些国家更不规范,但一般小额贸易基本上都相对遵守国际贸易准则。

但对于大的跨国公司、国营垄断公司、与非法制化国家企业的大宗交易,贸易主导国(能否成交起决定性因素)的环境就至关重要了——程式、规范或者潜规则就要服从主导国相关主体的意志。对于潜知识更复杂、风险更大的目标市场,企业的国际贸易经营要相应地制定完备的风险管理制度,甚至基于企业价值需要在接受市场规范和放弃市场二者之间做出选择。

3. 涉及的环节多

由于涉及国家的经济利益和安全利益,且受两个政治实体的约束,国际贸易的管理措施多、手续复杂,一般要涉及经营环节的经营权限和范围,合同履行环节的货物通关、进出口许可证、配额、商品检验、外汇管制、产品质量标准和包装等规定,甚至对从业人员的资格认定与管理。由于国际贸易复杂性和运输路线长,需要的中间服务涉及运输、保险、结算、商检等。

4. 履约风险大

由于贸易环境复杂和涉及的贸易中间环节多,在交易过程中考虑不周或在任一履行环节出现问题都会影响交易利益的实现,甚至造成重大损失。这些风险既有人为因素,也有自然环境的因素。如国际局势、进出口国家政治经济状况和管理政策、外汇管制与波动、市场变化、长途运输和语言障碍等。对于人为因素造成的环境性风险,需要管理人员通过公共关系和客户关系管理来控制;对于自然环境风险和程序性操作风险,需要国际贸易从业人员通过学习国际贸易操作知识来控制。

5. 预期利益大

国际贸易复杂性、烦琐的程序以及国家管控成为从事国际贸易的门槛,使国内市场与国际市场的价格差异较大,而且大容量的国际市场可以给企业提供更大的经营空间。从采购方面看,国际贸易可以从更大范围内寻找可靠的供货商,保证企业的经营和降低采购成本;从销售方面看,可以扩大市场,增加规模效益。故国际贸易的预期经济利益比国内贸易或者说比单纯的国内贸易要大得多,封闭经济体的国际贸易尤为如此。当然,由于环境生疏与距离遥远的关系,市场开发初期投入相对也较大。

6. 商品交换伴随着文化交流

由于国际贸易要跨越国家的制度性藩篱,这个隔断世界人民往来的藩篱又由国家主权、意识形态和边界管制措施而强化,不同国家的群体在隔绝的环境中创造和形成不同甚至迥异的文化。这种文化不但通过人们的行为(包括国际贸易)表现出来,也浸透在国际贸易所交换的物质产品中。小到贸易洽商中所用的地址写法和称呼,产品销售所用产品说明、包装,合同的签订中检验机构、纠纷解决的选择等,大到不同国家的不同外贸管制政策——环保、道德标准与贸易壁垒,汇率,反倾销反补贴与公平贸易,知识产权保护等,都体现出不同文化的特征。因此国际贸易伴随着文化交流、文化冲突、文化适应与文化融合。尤其是贸易大国、大企业、大企业家,其文化影响力需要随着经济往来而不断提升,一个没有文化素养的暴发户在国际贸易发展过程中,不接受人类共同价值,在文化冲突中终难持续发展。在文化交流与冲突中,通过文化适应和文化融合,形成核心文化与人类可共享、独特文化能促进人类福祉的企业文化,是企业文化影响力所在。

7. 对从业人员的综合素质要求高

预期利益大是国际贸易的动力,要想取得预期利益就要求国际贸易的从业人员具有较高的道德素质、心理素质和业务素质。道德素质要求从业人员具有较强的责任心、集团利益感和人类价值使命,是提高业务素质和发挥业务能力的基础。心理素质要求从业人员有较强的自制力、协调力和意志力,是业务素质得以发挥的前提。业务素质是指知识结构与水平、观察能力、思维能力、表达能力、应变能力和决策能力,是防范国际贸易风险和获得国际贸易预期利益的保证。本书内容的设计是以培养国际贸易从业人员的业务素质为核心,在讲解国际贸易业务知识的同时尽可能提供业务背景和灵活的操作技巧,使学习者的其他两个能力得到相应的提高。

1.2.3 国际贸易业务的知识结构

常言道“隔行如隔山”,就是说各个行业都有与其他行业不同的行业特点、习惯做法和行为规范。国际贸易作为在长期实践中形成的一个行业也不例外,全面掌握国际贸易知识是国际贸易从业人员做好国际贸易工作的前提,也是国际贸易准备的重要内容之一——知识准备。

1. 业务规范

业务规范是指被国际贸易从业人员普遍接受的技术性规则,是入行者从事国际贸易必须掌握的业务知识。这些规则是在长期国际贸易实践中形成的,所以被称为国际贸易惯例。但是,我们应该掌握的国际贸易惯例是由权威的国际组织或商业团体对国际贸易

中形成的习惯做法进行统一解释、规范,编纂成册和在国际贸易中被广泛接受的国际贸易准则。在国际贸易中常用的是国际商会修订的三个规则。

(1) 2011年1月1日开始生效的《2010年国际贸易术语解释通则》(*International Rules for the Interpretation of Trade Terms 2010*),简称《2010通则》(*INCOTERMS 2010*)。

(2) 1996年1月1日开始生效的《托收统一规则》(*The Uniform Rules for Collection, ICC Publication No. 522*),简称《URC522》。

(3) 2007年7月1日开始实施的《跟单信用证统一惯例》(*Uniform Customs and Practice for Commercial Documentary Credits*),称为《国际商会600号出版物》,简称《UCP600》。

2. 法律规范

法律规范是指国际贸易从业人员在国际贸易业务中必须遵守的法律、法规所确定的包括交易和国家管理在内的经营规则。在国际贸易中法律规范的作用体现在以下三个方面。

(1) 规范道德行为

道德是人的立身之本,良好的商业道德是赢得合作伙伴、客户乃至整个社会信任的前提,因而商业道德是在国际贸易行业中的立身之本,诚信、公平、尊重他人和磋商礼仪等是基本的商业道德。但仅靠道德规范不能保证正常的国际贸易秩序,法律规范可以为道德规范提供一个良好的实施环境。

(2) 规定和完善业务规范

业务规范是根据国际贸易的需要不断发展和完善的,在实际业务中交易主体对业务规范的解释分歧或产生的纠纷在已有的业务规范中找不到依据时必须由法律提供纠纷解决的规则和途径。

(3) 体现统治阶级或公民的意志

作为保障统治阶级利益或公民利益的组织,国家必然要把统治阶级或大多数公民的意志通过法律、法规体现在对国际贸易的管制之中。国际贸易必须接受国家的管理,挑战规则将受到行政处理和法律制裁。

本书主要介绍我国法律、世界主要国家法律关于国际贸易的内容,世界上多个国家协调签订的《联合国国际货物销售合同公约》,以及电子商务方面的相关法律。

3. 服务环境

任何企业的经营都需要其他的企业提供的服务,随着科技的发展和专业化程度的提高,企业愈来愈专注自己的核心业务,而把非核心业务通过外包委托专业服务公司处理,经营所需要的服务愈来愈多。传统上国际贸易需要的服务主要是运输、结算、通关、商检、保险和仲裁。现在需要的服务领域大大拓宽,如认证、咨询、催债、市场调查、物流服务、电子商务服务等。虽然这些业务通过外包交由专业公司处理,但国际贸易从业人员也必须了解这些业务,因为这些业务直接关系企业经营所承担的费用、风险和竞争能力。

4. 流程和操作

国际贸易活动要通过一定的形式和程序表现出来,这是国际贸易的具体操作知识,包括交易磋商过程、合同条款、合同履行、纠纷解决、贸易方式选择、经营风险控制、进入

国际市场的途径、供应链建设和企业发展战略等。

5. 业务技巧

由于人们的思想观念、思维方式、应变能力等的差异,即使知识水平相同,处理外贸业务的方式和由此产生的结果也会千差万别,这种业务技巧没有固定的模式,需要在实践中不断学习和揣摩。本书以真实国际贸易环境和一个真实企业的外贸业务为背景,为读者提供一个真实的学习、揣摩和训练的环境。其中的延伸阅读材料和案例分析思考练习与业务训练为加深读者对所学业务知识的理解和提高读者的业务技巧提供从多个角度观察、分析、解决问题的思维训练。

1.2.4 国际贸易的原则

国际贸易的原则是指导国际贸易从业人员的行为依据,这些原则既是商业原则,也是做人的原则,但有时也受到环境的制约在具体经营决策中有所变通或打折扣。人们需要适应环境,也需要用智慧改善环境。

1. 企业社会责任原则

企业经营追求的是利润,但追求利润要建立在合理、合法、公正的基础上,并承担社会责任。一个不负社会责任的无良企业,即使侥幸成功一时,也可能在与激化的社会矛盾冲突中丧失存在,而决不会成为百年老店。

2. 自愿互利原则

所谓自愿,是指自愿签订国际贸易合同,但合同一旦签订,必须执行。根据契约自由的原则,非自愿的合同是无效的。所谓互利,是指交易双方都满意,否则即使签订了合同,也容易出现问题——合同不履行或不能如期履行,而且互利是交易双方长期合作的基础。

3. 友好平等原则

对外商要友好、礼貌,尊重对方的习俗,表现要大方、不卑不亢。在业务中要平等互利,出现问题要及时沟通,相互谅解,切忌因小失大。

4. 遵守行业规则

在国际贸易业务中,要说内行话、做内行事儿,遵守国际贸易惯例,切勿给人外行的感觉。否则很难赢得对方的信任与合作,甚至造成不必要的损失。

1.2.5 国际贸易的注意事项

1. 要找好经营的产品和交易市场

经营的产品要在国际市场上具备一定的优势,如质量好、价格低、产品新颖等。否则产品卖不出去,空耗精力和费用。即使卖出一次,不能形成循环订单、批量订单,获利不能弥补市场开发的支出。交易市场不仅要考虑企业的产品在这个市场上有竞争力,更重要的是市场环境,企业必须考虑控制市场风险的能力和成本。

2. 不打无准备之仗

在开始从事国际贸易或与交易对手磋商前要认真准备。了解商品知识,了解市场行

情,了解出口要求,切忌推销了产品,国外客户询问质量、价格或包装等迟迟不能回复。这将降低磋商效率、增加交易费用,甚至给对方造成业务外行、工作粗心的不良印象。尤其是第一次与对方打交道,充分的准备、良好的磋商表现可以给对方一个好印象,起到事半功倍的作用。

3. 提高国际贸易风险防范意识

国际贸易环境复杂多变,程序手续烦琐,业务风险多。而且国际贸易合同的数额一般也较大,失误酿成的损失也较大。因此,在国际贸易中应把风险控制提高到与业务经营并重的高度,对风险做到事先预防、事中跟踪、事后控制,为国际贸易经营保驾护航。

4. 谨慎处理影响国际贸易的政治因素

政治和经济互为依存、互相影响,国际政治局势、国际贸易双方国家的政治制度都制约着企业的国际贸易经营,企业要看大势,正确处理预期利润与风险、长期利益和目前利益的关系。在贸易双方的业务中,相同的政治倾向、共同的价值观念方便双方建立合作关系和深化合作的层次,把握对方的政治观点和交易心理,适度谈几句政治问题有时可以起到意想不到的良好磋商效果,但谈不好可能适得其反。

1.3 开展国际贸易前的准备工作

做好准备是做好一切工作的前提,对于复杂的国际贸易业务来说更是如此。除了组建国际贸易团队(成立一个独立的国际业务部门或由设立隶属于其他部门领导的国际贸易业务岗位)和知识准备外,主要包括以下几个方面。

1.3.1 建立与外商联系的通信渠道

企业营业地址就是其与外商联系的通信渠道,随着电子技术的发展,通信联系使用愈来愈少,电报、电传也基本不再使用,常用的通信渠道有电话、电子邮件与传真。

1. 电话

电话是企业必备的通信设施,优点是方便、快捷,但缺点是证据性差,因而仅适用于一些紧急的和重要性低的商业事务沟通。对于紧急且重要的沟通,在电话沟通后还要通过其他的联系方式对沟通内容进行确认。

由于国际贸易双方母语语言的差异和长途信号质量的影响使得电话沟通困难,也容易产生误解,加之我国的国际长途电话费用过高,应尽量少用。

2. 电子邮件

电子邮件属于电子形式的信函,使用方便,传送快捷,费用低廉,信息表现形式生动、丰富多样,既可以是文字、视频图像,也可以是声音甚至动画等多媒体文件,成为国际贸易乃至人们日常通信的流行手段。

3. 传真

电子邮件传送的是数字数据,而传真形式的函电传送的是图像数据,因此使用传真

的费用比使用电子邮件的费用高、文件传送质量低,但由于以下三个优势,使得电子邮件不能完全取代传真。

(1) 方便性

电子邮件要求交易双方有电脑,且不能直接发送到对方的电脑中。而发送传真,只要接受方的传真机处于自动模式的工作状态就可以自动接收并把接收到的传真打印出来。

(2) 可靠性

交易双方营业地址的确定性是建立信任、洽谈买卖的基础,电子商务尤为如此。而电子邮件的地址并不与发送地址相联系,发件人的隐蔽性强。而传真号码可以确定发件人的地域范围。但应注意,网络技术已经可以模拟任意电话号码。

(3) 安全性

病毒侵袭、网络瘫痪时有发生,从而影响电子邮件的使用,而使用传真比较安全。

1.3.2 选择和实现企业的网上存在

国际互联网上站点密布、联系方便、商机无限,已成为电子商务时代的商家必争之地。实现企业的网上存在是电子商务时代企业经营必不可少的一个内容,从事国际贸易的企业更是如此。

1. 企业网上存在的优势

企业网上存在可以方便宣传企业的形象,增加潜在客户发现企业和与本企业建立合作关系的机会。对于国际贸易企业来说,还可以减少企业宣传材料、营销资料的发放,节省成本,也可以减少商业信息的沟通,提高与合作伙伴的沟通效率。

2. 企业网上存在的形式和选择

建立企业自己的独立网站是网上存在形式之一,也可以把企业的网站或信息存放在电子商务网站上或联网数据库中。企业网上存在形式的选择应根据各种存在形式的特点和企业的经营需要来进行。

(1) 建立独立域名的企业网站

这种形式的企业网上存在所需要的投资大,日常维护开支也大,适用于有品牌、有影响力、往来业务量大的企业。

(2) 建立合作型网站

合作型网站是指由若干个企业共同建设和使用的网站,适用于往来业务量中等、有网站交易需要企业的电子商务。

(3) 租用或无偿使用电子商务服务商提供的网站空间

租用或无偿使用电子商务服务商提供的网站空间是指企业通过注册,把自己的信息上传到电子商务服务商提供的网站指定位置,或在此基础上进行网上经营。中小型企业通过这种方式实现网上存在,不但投入小,且由于电子商务网站知名度较高,比建立自己的独立网站访问量高得多。

(4) 联网数据库

联网数据库通常是由行业协会、政府免费提供的,适用于知名度较低、业务量小的企