

· 外贸操作实务系列 ·

乐贸LEMO
LOVE · EASY · MONEY · OPEN

(SECOND EDITION)
PRACTICAL

实用外贸 技巧助你轻松 拿订单 (第二版)

王陶 (波锅涅) 著

TOOLKIT OF INTERNATIONAL TRADE

· 高手外贸思维模式+技巧 · 成交大订单必备指南 ·

解决迫在眉睫的外贸实操难题

中国海商出版社

(SECOND EDITION)
PRACTICAL

实用外贸 技巧助你轻松 拿订单 (第二版)

王陶 (波锅涅) 著

TOOLKIT OF INTERNATIONAL TRADE

· 高手外贸思维模式+技巧 · 成交大订单必备指南 ·

解决迫在眉睫的外贸实操难题

中国对外翻译出版公司

图书在版编目 (CIP) 数据

实用外贸技巧助你轻松拿订单/王陶著. —2 版. —北京: 中国海关出版社, 2015. 7

ISBN 978-7-5175-0072-8

I. ①实… II. ①王… III. ①国际贸易—市场营销学 IV. ①F740. 2

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2015) 第 114036 号

实用外贸技巧助你轻松拿订单 (第二版)

SHIYONG WAIMAO JIQIAO ZHUNI QINGSONG NADINGDAN (DI ER BAN)

作 者: 王陶 (波锅涅)

策划编辑: 马 超

责任编辑: 郭 坤

助理编辑: 胡佳辰

责任监制: 王岫岩 赵 宇

出版发行: 中国海关出版社

社 址: 北京市朝阳区东四环南路甲 1 号
中国海关出版信息大楼 6 层

邮政编码: 100023

网 址: www.hgcb.com.cn; www.hgbookvip.com

编 辑 部: 01065194242-7554 (电话)

01065194234 (传真)

发 行 部: 01065194221/38/46/27 (电话)

01065194233 (传真)

社办书店: 01065195616/5127 (电话/传真)

01065194262/63 (邮购电话)

印 刷: 北京新华印刷有限公司

经 销: 新华书店

开 本: 710mm×1000mm 1/16

印 张: 14

字 数: 206 千字

版 次: 2010 年 4 月第 1 版

2015 年 7 月第 2 版

印 次: 2015 年 7 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5175-0072-8

定 价: 30.00 元



海关版图书, 版权所有, 侵权必究

海关版图书, 印装错误可随时退换

第二版序言

The preface of the second edition

非常荣幸我写的拙作能发行第二版，首先我想感谢各位热忱读者的大力支持和出版社每位工作人员付出的辛勤劳动，在此我向你们深鞠一躬，谢谢！

在本书的第一版面世以来，我个人认为该书的主旨是如下理念：

勤奋认真的工作态度，
孜孜不倦的探索精神，
求真务实的做人原则，
灵活敏锐的职业洞察，
成就自己的外贸人生！

应广大读者的反馈，出版社同志的要求，结合我与其他外贸人员交流的亲身体会，在这第二版中体现了更完整的外贸流程，更健全的思维模式，以及更全面的外贸技巧。

亲爱的朋友，如果你想成就自己的外贸人生，首先请你摒弃身上一切不合时宜的坏毛病。有许多刚入行的外贸新朋友有一些不良的积习，比如对眼前的工作、生活欲望太多，对自己不够诚实。“清空你的杯子，方能再行注满！”这是武术技击家、武术哲学家、著名华人武打演员、武道变革先驱者和截拳道之父李小龙的名言之一。唯有倒空自己，才能不断超越自我！倒空，才能注满，才能拥有整个世界！

如果你是有一定外贸基础的业务员，我觉得你的工作不妨秉承在商言

商的原则，切实地用自己的内心去领悟这四个字，结合生活、工作中的点滴去感悟它，尝试它，接受它。如果你思考问题的出发点始终围绕这个中心，那么不久之后我想你就会尝到其中的甜头。如果你同时还是一位热爱阅读的朋友，那么请你在闲暇时不妨尝试读一些哲学类的书籍，哲学不是超凡脱俗的学问，而是对生活的感悟。它是思维知识的概括和总结，是世界观和方法论的统一。了解一定的哲学知识对于你成为一名外贸老鸟，以及以后思维的再提升和系统化帮助很大。

唯有真真切切热爱生活的人，才能征服一切困难达到胜利的彼岸！
让我们共勉！

王陶

2015年4月13日于宁波

序言

Preface

根据本人带新外贸业务员的经验，强烈推荐读者在阅读本书的同时，务必做到“思考+实践+回头总结”，我相信当你读完本书以后，对外贸业务员工作中的方法技巧了如指掌。

作为一个刚入门的新外贸业务员，面对外贸业务员工作流程表（见后），最让人头痛的就是找客户和如何联系、维护客户并让客户下单。本书的主要目的就是帮助大家打开思路去找客户，特别是利用免费资源，同时用邮件精确地表达自己的意愿、解释问题、排除客户的困扰，使客户下单。另外，本书也附带提到一些收集外贸信息、情报的方法，有助你时刻把握市场的脉搏，争取做大单和做项目。随着经济实力的提高和经验的积累，人人都有机会自己做老板。以下内容是不得不提的一些前提工作，请大家耐心看看。

一、基础外贸知识

（一）常用贸易术语

1. FOB

白话：货送到出货的港口进舱，你就没事了，所以如果有内陆运输费是计算价格时需要考虑的，后面跟出货港口的名称。

变形：FOBC %，C 表示佣金率，如：FOBC 5% SHANGHAI USD3.0/PC

2. CFR (C&F, CNF)

白话：如上的 FOB 价格加上你从货代那里问来的到目的地的海运价

格，后面跟目的港的名称。

变形：CFRC %，C 表示佣金率，如：CFRC 5% LONG BEACH USD3.0/PC

3. CIF

白话：如上的 CFR 价格加上保险费用，这个费用没有多少钱（一般千分之几，为了简省通常都是货代代办），后面跟目的港的名称。

变形：CIFC %，C 表示佣金率，如：CIFC 5% LONG BEACH USD3.0/PC

★注：报欧元等其他货币时，修改后面就好了，如：CIFC 5% LONG BEACH EUR3.0/PC

（二）商品的质量、数量、包装

这些基本知识在生意场上是非常重要的。具体到产品的品种、规格、款式、材料、性能、特点、用途等。对于买方，如果卖方对自己经营的产品不专业，买方就很容易对卖方丧失信心，从而失去成交的机会。

（三）单证

关于各种单证的具体内容，在其他很多外贸书籍中有详细的阐述和实例。虽然有专门的外贸单证员这个职位，但是我认为作为一个专业的外贸业务员，还是应该具备独立操作单证的能力。总之一句话：做单证务必仔细，仔细，再仔细！

（四）报价

FOB 价格 = 工厂报给你的到出货港口进仓的含税价格 × 你想报的利润 ÷ 当天汇率

例 1 工厂上海进仓含税价格：RMB3.40/PC，汇率：6.81，如果除了退税，你想再报 5% 的利润，那么价格计算如下：

$3.40 \times 1.05 \div 6.81 = \$0.524/\text{PC}$ ，即 FOB SHANGHAI USD0.524/PC

★重要知识点：出口退税

出口退税金额 = 工厂报给你的到出货港口进仓的含税价格 × 该产品的出口退税率 ÷ 1.17（通常是 17% 的增值税）

例 2 还是用上面例 1 的数据，假如该产品的出口退税率是 13%，那么该产品的出口退税金额如下：

$$3.40 \times 0.13 \div 1.17 = \text{¥}0.378/\text{PC}$$

★ 由如上的计算可以看出该产品的出口利润不是简单的： $13\% + 5\% = 18\%$ ，而是 $<18\%$ 。

如果含有给客户 5% 的佣金，那么报价就是在 FOB 报价的基础上乘以 1.05 即可。

CFR 价格 = 工厂报给你的到出货港口进仓的含税价格 \times 你想报的利润 \div 当天汇率 + 货代给你的从发货港（或工厂）到目的地的美金价格（包括杂费） \div 出货产品数量

CIF 价格 = 工厂报给你的到出货港口进仓的含税价格 \times 你想报的利润 \div 当天汇率 + 货代给你的从发货港（或工厂）到目的地的美金价格（包括杂费和保险费） \div 出货产品数量

★ 注：其实真正计算出的数值，CFR 价格和 CIF 价格相差不大。

▲ 付款方式：做生意的目的就是合法地赚取利润，做没有利润和风险很大的生意是没有意义的事情。具体到外贸业务员的工作，其实就是收款的压力，所以我坚持如下的付款方式：

100% TT in advance

50% TT in advance + 50% TT the balance against B/L copy

30% TT in advance + 70% TT the balance against B/L copy

100% L \div C at sight

对于那些有诚信的，做了多年的老客户，我的付款方式也是：

100% TT before shipment 或者 100% TT against B \div L copy

总之，要尽量规避风险，选择对自己有利的付款方式。宁可不做这单生意，也不要使用对自己不利的付款方式。我想，没有生意人愿意总是面对亏钱的风险。还好，外贸生意是建立在诚信的基础上，内销的三角债的情况比较少见。

二、基本办公软件及相关知识的掌握

邮件客户端，如 Outlook、Foxmail、Dreammail 等，你必须掌握这些客户端软件的安装、调试以及使用方法。为了提高工作效率，外贸业务员收发、转发邮件通常都不会打开 IE 网页，因为这么做效率太低。

在 Office 办公软件中：Word 要求会图文混排，以及利用其他软件把

Word 文档转换成 PDF 格式的文档；Excel 要求会加减乘除，求和等简单函数式的使用，提高工作效率；Powerpoint 要学会制作幻灯片。在和客户见面时，结合幻灯片口头解说公司概况、生产能力和产品详情，会让客户感觉非常直观，能够让客户详尽地了解我方情况，对促成合作意向是有正作用力的。

Photoshop 要求会调整图片、剪切图片、增加标注、修改背景等简单的操作，以方便工作需要。

Yahoo 相册要会上传图片的操作，这样方便展示给客户或满足其他工作需要。如果你会简单的视频剪辑、编辑工作那就更棒了。

在业余时间充裕的情况下，建议外贸人可以了解、学习一下色彩、平面设计、广告设计和审美情趣方面的知识。因为随着业务员人数的不断增加，你有可能自己开公司，你需要设计自己的样本册、名片、企业 LOGO 等，这些就需要如上提到的这些知识。哈哈，看来这个社会需要的是复合型人才。做外贸，如果你是个复合型人才，就可以在工作之初大大节省你的人力成本，提高工作的效率，宏观上来说可以让你自己的知识体系更加多姿多彩；和朋友、客人交流的时候，能让人时时感受到你与众不同的文化素养，我想这对促成业务也是有所帮助的。

三、做个合格的外贸业务员需要修身

一个合格的外贸业务员除了具备过硬的外贸专业知识外，个人修养同样非常重要。虽然我们每天面对的是电脑，但实际上我们是在和人打交道。不少新手不知道哪些地方会涉及一个人的修养，比如和客户打电话，与客户见面时的合适的穿着打扮、优雅的言谈举止、良好的商务礼仪等都能彰显出一个人的素质、涵养及人格魅力，而和一个有素质和涵养的人打交道是多么惬意的事情，对于外贸业务员来说，具备这方面的修养对于事业的成功是良好的催化剂。关于这方面的书籍、视频讲座非常多，闲暇时，建议大家学习完善一下。

四、外贸业务员的心态

做外贸不是一蹴而就的事情，每个成功的外贸人要具备足够的耐心和毅力。做外贸业务是个持久战，是长期积累的过程。做外贸推销产品给客

户是一个主动销售的过程，而不是被动的守株待兔。

骄者必败，我想这是众人皆知的道理。虽然我还没有看到过很骄傲的外贸业务员，但是心浮气躁的情况就比较普遍了。有为数不少的业务员新手，在工作一段时间后如果没有出成绩，简言说没有订单，就很容易气馁，提不起精神，不知道该做什么，直至最后放弃了。如同《士兵突击》里面吴哲的口头禅“平常心，平常心”一样，其实我们做外贸业务员也必须保持一颗平常心。你在做外贸业务的同时，别人也在做，也在努力，你要面对国内和国外的竞争者，但是选择权在客户手里。因此，你要做的就是竞争者中脱颖而出。坚持！客户会眷顾你的！

（一）“杂货店理论”

很多外贸新手问我，×××产品我能做吗？我会说别人都能做，你为什么不能做？然后新手又会考虑到很多现实问题，比如竞争激烈、别人已经有了稳定的客户，等等。这里我想举如下这个例子，也是生活中常见的。

大家知道每个城市的老小区内都有至少两家以上的小杂货店，销售各种日常生活用品和烟酒副食品。通常不会因为有一家杂货店的存在，其他人就不敢开店或者其他店就倒闭了。一般情况下，由于经营理念和服务的好坏导致某家生意好些，某家生意差些。外贸业务也是一样的，不会因为别人做了某类产品，你就不能涉足，只会因为外贸知识的专业度，英语听说能力的熟练度，对经营产品了解的深度，以及服务的优势差异，而造成业务量的差异。当然后入门的外贸业务员必须更加努力，更有耐心，注意自己工作的方式方法，这样才能稳步提高业务量。

（二）“平台期”

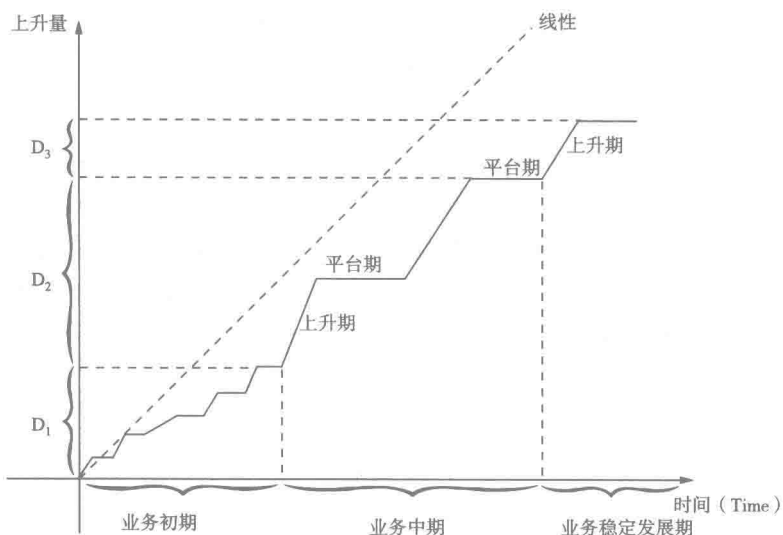
随着时间的推移，每个人的经济状况、外贸业务量、社会经验、生活状态等都不是线性递增的，而是上升，平台，再上升，再平台的上升方式。如下图。

图释：

横轴——时间。

纵轴——上升量，囊括了个人外贸业务量、收入、外贸经验、社会经验、生活状态等各个方面。

由上图我们不难看出大致规律，在业务初期，上升期和平台期的时间



都比较短，上升量值小，那是因为在业务初期，一切都是新的开始，所以上升得快，但是因为经验的不足，所以难以发现各种问题，平台期很多；在业务中期，随着对业务的不断深入和熟悉，上升期拉长，考虑问题全面了，碰到的大方向、大问题的概率出现了，所以平台期的时间也相应拉长了；再之后就是业务稳定发展期，但是一样是上升，平台，再上升，再平台的过程。

比如，对于新外贸业务员最常见的问题是在一段时间内找不到客户，但是只要你继续做你该做的工作，一段时间以后，你会发现又可以找到不少客户，如此反复，这就是上升，平台，再上升，再平台的过程。外贸工作的所有方面基本都符合这个规律，因此当一个外贸业务员处于平台期时，请务必保持平和的心态，戒骄戒躁，蓄势待发；过了这段时间一切又会上正轨。当处于上升期时，就要义无反顾地往前冲。

五、连续不断地学习和充电

有位业务员经常问我一些外贸方面的知识，我当场作答后，他总是会冷不丁地冒出来一句“太厉害了，这你也知道”，而我的回答永远是：“这不是说明我厉害，而是说明你的知识太匮乏。”

一个人如果想不断地进步和成功，坚持不懈的学习和充电的重要性是

不言而喻的。对于外贸业务员而言，学习主要集中在对产品的深度了解、剖析，对外贸专业知识的熟悉和灵活应用，外语水平的锻炼和实践以及个人素质修养的提高。

附上以下励志警句，与大家共勉。

Love every day.

Respect every day.

Work hard every day.

Become smarter, kinder and stronger every day.

Every day is a chance to improve yourself.

Every day is a chance to grow.

Make the most of every single day.

六、工厂学习的必要性和工厂工作经历的重要性

有不少新手对于去工厂学习的必要性有认识上的误区，觉得工厂学习工作脏、累、差、枯燥、机械和无聊，以后工作中也不一定用得到。殊不知在工厂学习了解产品是做好外贸业务的前提和基础，找客户，联系客户下单、出货等事宜都是其上层建筑。如果基础都没有打好，外贸业务能做好吗？

我们具体应该做到哪些方面呢？

1. 产品的生产流程（从原材料到成品）必须熟知。

2. 成品的质量检测程序和方法必须非常熟悉。

★ 3. 产品存在质量缺陷等问题的合理解释和处理方法。

4. 新产品开发时，能给客户提供合理化建议。

★ 注：这里比较考验人的是，是否能将如上内容用英语合理、专业、简洁、正确地表达给客户。

七、纯外贸公司和 SOHO 的生存空间讨论

很多新手受报纸、杂志、电视等媒体的影响，主观认为在经济形势不景气的情况下，很多工厂效益不好，而对于外贸公司和 SOHO 一族来说，主要的挑战就是工厂比外贸公司更低的价格。但是我坚信纯外贸公司和 SOHO 的生存空间依然很大。

具体原因如下：

1. 虽然一般工厂的价格都比外贸公司和 SOHO 的低，但是外贸公司和 SOHO 可以通过货比三家寻找到性价比较好的工厂，反复地议价，进而从工厂拿到比较低的价格，给自己留出利润空间。

2. 有的工厂由于质量、交货期等方面控制不好，容易导致流失客户。其实外贸公司实际上就是中间商。一方面，外贸公司和 SOHO 有义务帮助客户控制好产品的质量和交货期，和工厂签订购货合同；另一方面，一旦在前期考察工厂的时候发现工厂有任何容易导致产品质量、交货期等出现问题的地方，外贸公司和 SOHO 便可以灵活地转换供应商。这点是工厂做不到的。

3. 还有，当工厂已经满负荷生产的时候，就是有新的订单送上门也做不了。外贸公司就没有这个问题，可以“化整为零”，由多个工厂来生产客户的订单。这就是外贸公司的优势。

4. 通过我的观察，发现中国大多数做 OEM（贴牌）的工厂，通常对国内和国际市场的产品变化信息摄取十分有限；相反外贸公司因为工作性质的原因，基本都是和客户直接打交道，这样对市场信息的获取、客户的开拓都是很有利的，容易赚到“第一桶金”。

综上所述，本书主要针对外贸业务员在寻找客户、获取订单的过程中存在的普遍问题，展开深入浅出的详尽剖析，力求将外贸业务中最精华的内容展现给读者。同时，也对外贸业务员的远景规划提出些意见和思考点供大家参考。

如同去年的电影大片“THE ISLAND”（《逃出克隆岛》）中的克隆人一样，一般大家学习的外贸实务等知识只是构建一个人的骨骼，而这本书更像是丰满人的血肉，使之成为“活物”。

如果书中有任何偏颇或错误，欢迎批评指正。

编者

2010年3月

Contents

目录

第一章 掌握技巧，外贸英语其实可以很简单	1
○ 第一节 外贸专业词汇要牢记	1
○ 第二节 常用英语句型，让你步步为“赢”	5
○ 第三节 巧练听力，助外贸一臂之力	8
○ 第四节 自我情景设置，时时锻炼口语	10
本章小结	12
<hr/>	
第二章 外贸的精髓——准确、合理、专业地回复邮件	13
○ 第一节 回邮件要持之有据	13
○ 第二节 遇到客户抱怨等棘手问题的专业回复	16
○ 第三节 在邮件中插入有力的数据和图表	18
○ 第四节 具体邮件具体分析原则	21
○ 第五节 超详细报价单攻略	24
○ 第六节 记忆点的魔力	27
本章小结	30
<hr/>	
第三章 明确目的做外贸	31
○ 第一节 什么是我们需要的客户信息	31

○ 第二节	如何确定自己所做产品的关键词	34
○ 第三节	如何看待利润的多少	37
○ 第四节	付款方式及合理的风险转嫁	39
○ 第五节	别被淹没在产品里	43
○ 第六节	如何熟悉产品	45
○ 第七节	表单转邮件地址的解决办法	46
	本章小结	55
<hr/>		
第四章	手把手教你利用免费资源找客户	56
○ 第一节	使用搜索引擎寻找客户	56
○ 第二节	利用免费 B2B 商贸网站平台找客户	69
○ 第三节	通过黄页、企业名录、海关数据获取客户资料	71
○ 第四节	深度挖掘行业展会网站的信息	74
○ 第五节	巧妙利用不同国家母语搜索客户资源	78
○ 第六节	后缀作用不可小视	81
○ 第七节	搜索引擎使用的终结篇——级数递增搜索法 详解	96
○ 第八节	在报纸、杂志、书籍上获取客户信息	101
○ 第九节	到第三方检验机构或相关认证网站上找客户	105
○ 第十节	其他渠道：在论坛、使馆发布的采购信息上 找客户	109
	本章小结	113
<hr/>		
第五章	掌握行业贸易情报，抓住每一个商机	114
○ 第一节	从玩网游看如何收集外贸情报	114
○ 第二节	分别从国内竞争者和国外客户处收集外贸情报	116

○ 第三节	如何收集行业发展的外贸情报	124
○ 第四节	从报纸、杂志、书籍获取外贸情报和走势	127
	本章小结	130
<hr/>		
第六章	与潜在客户的前期联系,不可小视	131
○ 第一节	客户邮件地址的优先级探讨	131
○ 第二节	给客户的第一封推销信	132
○ 第三节	如何让客户一定回复你	135
○ 第四节	如何做好产品的合理报价	140
	本章小结	143
<hr/>		
第七章	掌握跟进客户的技巧,让你步步为“赢”	145
○ 第一节	如何应对客户的回复	145
○ 第二节	骗子邮件的特点总结	153
○ 第三节	如何有效地影响你的客户	156
○ 第四节	催款邮件的撰写技巧	165
○ 第五节	保持良好心态	167
○ 第六节	客户心态探析——客户买产品就像女人逛商场	169
○ 第七节	防范由于文化差异引起的误解和错误	170
○ 第八节	电话传真开发维护客户	172
○ 第九节	杀手篇——直接国外拜访客户与文化学习	174
○ 第十节	展会找客户	176
○ 第十一节	大客户的接触渠道浅析	178
	本章小结	179
<hr/>		

第八章 外贸的售后服务——犹太人的制胜法宝	180
○ 第一节 商业的本质是帮助别人	180
○ 第二节 以保守主义取胜	181
本章小结	182

第九章 从简单的为了 ORDER 到做 PROJECT	184
○ 第一节 经济实力的提升导致了付款方式的转变	184
○ 第二节 从简单的买卖关系到合作做项目	185
本章小结	186

第十章 经济危机下外贸业务量不降反升的秘诀	187
○ 第一节 读《圣经》提升业务操作水平	187
○ 第二节 把《影响力》用到你的工作中去	189
本章小结	190

后续 外贸人的职业规划——人人都来做老板	191

附 录	192