



中 国

贸易秘密

中国中小企业出口问答

中国国际贸易促进委员会 编



国际贸易中心



中国国际贸易促进委员会

企业管理出版社

F752.62

贸易秘密

——中国中小企业出口问答

中国国际贸易促进委员会 编

企业管理出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

贸易秘密：/中国国际贸易促进委员会编. - 北京：企业管理出版社，2001.1
ISBN 7-80147-445-7

I. 贸… II. 中… III. 出口 - 贸易实务 - 基本知识 IV. F752.62

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2000) 第 83633 号

这是一本入门书，它按中国出口企业的需要而进行了改编。它回答了跟出口相关联的最一般的问题，包括市场研究、文化、市场拓展、市场进入方式、代理和分销、贸易展示、规定、质量标准、价格、金融和收款、运输、证明书、包装和标签、贸易合同，并且提供了中国相关机构的联系资料以及一个在这方面有用的总括性的列表。

本书所使用的名称以及国际贸易中心所赠送的原始资料，在涉及到任何国家、领土、城市、地域、或者有关当局时，并不暗示国际贸易中心在法律方面的任何观点，也不表示国际贸易中心在国界和边界方面的任何设定。提及的公司名称和商业产品，并不暗示国际贸易中心的任何保证。本书增加的观点、数据、估算等，概由中国国际贸易促进委员会负责，并且不应当地被认为反映了国际贸易中心的观点或被国际中心所担保。本书的细节以及涉及到中国的资料，均由中国国际贸易促进委员会研究和编辑。

版权所有。除了用于正常的评论，未经本书版权所有人的书面许可，本书的任何部分都不能以任何方式用于任何目的的复制，包括电子的和机械的方式，如照相、录音，或任何信息复制系统。

书 名：贸易秘密——中国中小企业出口问答

作 者：中国国际贸易促进委员会 编

责任编辑：肖震东 技术编辑：杜 敏

书 号：ISBN 7-80147-445-7/F·443

出版发行：企业管理出版社

地 址：北京市海淀区紫竹院南路 17 号 邮编：100044

网 址：<http://www.cec-ceda.org.cn/cbs>

电 话：出版部：68414643 发行部：68414644 编辑部：68701408

电子信箱：80147@sina.com emph1979@yahoo.com

印 刷：北京隆华印刷厂

经 销：新华书店

规 格：850 毫米×1168 毫米 16 开 15.5 印张 396 千字

版 次：2001 年 1 月第 1 版 2001 年 1 月第 1 次印刷

印 数：5000 册

定 价：32.00 元

版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换

《贸易秘密——中国中小企业出口问答》编辑委员会

主 编：	刘文杰	中国国际贸易促进委员会	副会长
副主编：	于晓东	中国国际贸易促进委员会 经济信息部	部长
	李 勇	中国国际贸易促进委员会 法律部	部长
编 委：	丁忠泽	中国国际贸易促进委员会 中国专利代理（香港）有限公司	总经理
	石玉川	中国对外经济贸易大学	教授
	刘淑珍	中国国际贸易促进委员会 经济信息部	副部长
	王生长	中国国际贸易促进委员会 法律部	副部长
	康 明	中国国际贸易促进委员会 法律部	副部长
	赵晓笛	中国国际贸易促进委员会 经济信息部国内处	处长
	张保国	中国国际贸易促进委员会 专利商标事务所商标二处	处长
	王承杰	中国国际经济贸易仲裁委员会	副秘书长
	王 平	中国国际贸易促进委员会 法律部出证认证处	处长
	唐 纹	中国国际贸易促进委员会 经济信息部国内处	副处长

编辑部

编辑部主任： 赵晓笛

编辑部副主任：王承杰 唐纹

编辑：俞海燕 中国国际贸易促进委员会经济信息部 经济师
刘振华 中国国际贸易促进委员会经济信息部 经济学硕士
赵 健 中国国际经济贸易仲裁委员会秘书局 法学博士
李文惠 中国国际贸易促进委员会法律部 ATA 处

撰稿人

焦津洪 中国对外经济贸易大学法学院
申文浩 百达律师事务所北京办事处
王 平
程 惠 中国国际贸易促进委员会 法律部出证认证处
阎 云 中国国际贸易促进委员会 法律部出证认证处
李文惠
岳 洁 中国国际经济贸易仲裁委员会秘书局
谷 岩 中国国际经济贸易仲裁委员会秘书局
陈 建 中国国际经济贸易仲裁委员会秘书局
刘郁武 中国国际经济贸易仲裁委员会秘书局
李 云 中国国际经济贸易仲裁委员会秘书局
牛 磊 中国海事仲裁委员会秘书处
穆子砺 中国国际商会调解中心
王 政 中国国际商会仲裁研究所
曲竹君 中国国际商会仲裁研究所
费 佳 中国国际商会仲裁研究所
刘文仲 中国国际商会仲裁研究所
李 虎 中国国际商会仲裁研究所
康 义 中国国际商会仲裁研究所
石玉川
魏铁梅 中国对外经济贸易大学
丛晓明 中国对外经济贸易大学
张维亮 中国对外经济贸易大学
刘宝成 中国对外经济贸易大学
舒玉敏 中国对外经济贸易大学
孙 芳 中国对外经济贸易大学
梅 远 出入境检验检疫局（扬州）
张保国
马 浩 中国国际贸易促进委员会
专利商标事务所电学处
赵晓笛
刘振华
俞海燕
唐 纹

顾问

R. Badrinath 联合国与 WTO 国际贸易中心贸易支持服务部部长
Sarah McCue 联合国与 WTO 国际贸易中心贸易支持服务部贸易咨询专家

前 言

“贸易秘密：中小企业出口问答”是日内瓦国际贸易中心（ITC）UNCTAD/WTO 作为“增进中小出口企业竞争力”这一项目的一部分而设置的。此书的目的是成为中小企业和咨询机构在实用的出口指南方面基本的参考工具书。对于现在的和未来的出口商而言，在了解出口过程中的术语、程序和方式方面，这是一本使用方便而又价格实惠的参考书，它以简洁的语言回答了出口商经常问及的 100 多个问题。

中文版的《贸易秘密——中国中小企业出口问答》是中国国际贸易促进委员会和国际贸易中心合作的出版物。它是以 ITC 准备的通用版本为蓝本，按照 ITC 的既定格式，由中国国际贸易促进委员会根据中国的中小出口商的需要而完成的。本书中的具体细节和涉及到的对中国资料的研究和编辑工作，由中国国际贸易促进委员会完成。《贸易秘密——中国中小企业出口问答》以合乎逻辑的、逐步推进的一个个问答的形式，提供有关出口业务的总括性的纲要。此外，在每个章节之后都附有相关的参考文献，以便读者能就特定的主题作更深入的了解。

在美国密歇根州底特律 Wayne 州立大学密歇根小型商业发展中心的许可下，本书的书名及一部分内容来源或改编于《贸易秘密：出口问答》一书。

目 录

前言	(1)
第一节 企业出口决策	(1)
1. 企业为什么应该出口	(1)
2. 企业出口的利益和风险有哪些	(2)
3. 典型的出口程序涉及哪些环节	(3)
4. 出口企业易犯哪些常见的错误	(4)
5. 企业在作出出口决策之前应该先解决哪些问题	(4)
6. 中国企业出口时应特别注意的问题是什么	(6)
第二节 国家的出口政策与管理	(8)
7. 中小企业如何获得外贸经营权	(8)
8. 如果企业没有外贸经营权, 那么如何办理产品的外贸业务	(10)
9. 中国对出口商品如何管理	(11)
10. 什么是出口退税	(12)
第三节 出口的研究准备工作	(14)
11. 谁能回答出口企业有关国际市场的问题	(14)
12. 谁能帮助出口企业研究和制订市场开拓计划	(15)
13. 出口企业应如何收集国际市场信息	(15)
14. 一个商务计划的基本要素是什么	(17)
15. 在制订和实施国际商务计划时应该留意哪些可以避免的陷阱	(18)
16. 为什么因特网对出口企业很有用	(21)
17. 出口企业怎样进入因特网	(21)
第四节 寻找市场	(23)
18. 出口企业如何使自己所选产品能够适应目标市场	(23)
19. 出口企业从何处可以找到专项产品的市场报告	(24)
20. 国家出口战略的基本点有哪些	(25)
21. 企业的产品能在哪些外国市场销售	(26)
22. 市场要素的评估应该如何进行	(27)
第五节 寻找客户	(29)
23. 进入外国市场的途径有哪些	(29)
24. 哪些销售方式可用于不同的世界市场	(32)
25. 什么是出口发展公司? 他们如何帮助出口产品	(32)
26. 贸易洽谈展览会在哪里举办	(33)
27. 出口企业如何选择合适的贸易展览会	(35)

28. 出口企业如何准备参加贸易展览会	(36)
29. 参加贸易展览会一般有哪些开支	(36)
30. 出口企业参加展销成功的关键是什么	(37)
第六节 文化差异问题	(38)
31. 为什么要研究文化差异问题	(38)
32. 如何理解民族文化或族群文化	(39)
33. 对国际文化差异应采取何种战略	(40)
34. 在不同国家经商有哪些商务礼仪的规则	(41)
35. 在国外经商需要注意性别差异吗	(42)
36. 出国前和在国外旅行期间应该采取哪些安全预警措施	(43)
第七节 代理商和销售商	(45)
37. 出口企业在外国市场可以采用那些由他人代理的方式	(45)
38. 销售代理商在出口中充当何种角色	(46)
39. 选择佣金代理商时应该采取何种标准	(47)
40. 销售代理合同该如何起草	(47)
41. 佣金代理和经销合同应该包括哪些专门条款	(49)
42. 如果销售代理合同被终止, 结果会怎样	(51)
43. 出口企业如何寻找外国代理商的信息	(52)
第八节 国际贸易术语	(54)
44. 什么是国际贸易术语? 它的作用何在	(54)
45. 有关贸易术语的国际贸易惯例有哪些? 对当事人有无法律约束力	(54)
46. 什么是《INCOTERMS 2000》? 它包括哪些贸易术语	(55)
47. 什么是 EXW? 它有何特点	(56)
48. 简要解释 FCA、FAS、FOB 三种贸易术语。	(56)
49. C 组贸易术语包括哪几种? 有何特点	(57)
50. 装运港交货的三种贸易术语有何异同点	(58)
51. 简述 FOB 变形产生的原因及各种变形的含义。	(58)
52. 简述 CFR 和 CIF 变形产生的原因及各种变形的含义。	(59)
53. 为什么不宜将 CIF 价称作到岸价	(59)
54. D 组术语包括哪几种? 各自的交货条件有何不同	(60)
55. 什么是到达合同? 它与装运合同有何区别	(60)
56. 贸易术语与买卖合同的性质有何关系	(61)
57. 选用贸易术语时应考虑哪些因素	(61)
第九节 签订合同	(63)
58. 出口企业应该采用哪一类出口合同	(63)
59. 出口合同的基本要素有哪些	(64)

60. 运输货物时涉及的文件主要有哪些	(67)
61. 货物报关涉及的文件主要有哪些	(69)
62. 货物运输必须有保险吗	(70)
63. 出口企业在货物交给货运商之前要做哪些检查工作	(72)
64. 买主对货物运送有异议怎么办	(73)
 第十节 质量管理	(75)
65. 什么是质量标准	(75)
66. 什么是质量	(75)
67. 什么是 ISO9000	(75)
68. 什么是 ISO14000	(76)
69. 什么是 ISO9000 认证	(77)
70. ISO 证明书是怎样授予的	(77)
71. 什么是环境标签	(78)
72. HACCP 危害分析与关键控制点	(79)
73. 从何处可以获得质量标准和检验机构的信息。	(80)
74. 是否有帮助出口商建立质量管理项目的技术用户团体或贷款项目	(80)
 第十一节 价格制定	(82)
75. 出口企业如何给产品定价	(82)
76. 买主在决定购买一项产品时看重的是什么	(83)
77. 出口企业如何准备精确的报价	(84)
78. 出口企业如何答复来自海外的主动求购函	(85)
79. 企业如何掌握不同海外市场的定价	(85)
80. 出口企业如何使自己的报价有竞争力	(86)
81. 出口企业从哪些外国驻华机构可获得贸易机会	(88)
82. 一张出口成本核算工作记录单应该包括哪些因素	(89)
 第十二节 筹资	(91)
83. 对出口商如何评价其资金需求	(91)
84. 如何减少成本	(92)
85. 出口商可以利用哪些方式筹资购买原材料	(93)
86. 出口商如何选择适合自己资金需求的最佳银行	(93)
87. 出口企业向银行寻求资金支持时应准备哪些文件	(94)
88. 出口商可以提供何物做担保或抵押	(95)
 第十三节 付款	(97)
89. 有哪些付款条件适用于出口企业	(97)
90. 采用托收方式, 出口企业会面临哪些风险	(97)
91. 出口企业如何避免或减少托收方式下的风险	(98)

92. 出口企业如何利用信用证	(98)
93. 办理信用证中最常见的问题是什么	(99)
94. 出口企业如何保证信用证的付款	(100)
95. 信用证还能用于何种其它目的	(100)
96. 出口企业会面临什么样的外汇汇率风险	(100)
97. 如何防止外汇风险	(101)
98. 出口企业何时需要订立外汇保值条款	(102)
99. 外国买主的信贷价值如何评估	(102)
100. 给国外买主的信用证展期后, 出口企业怎样获得付款	(102)
101. 什么是出口信用保险? 有何作用	(103)
102. 出口企业如何在交易中综合运用各种支付方式	(103)
第十四节 运输与文件	(105)
103. 什么是货运转运商? 应怎样选择	(105)
104. 谁为不可抗力的损坏和货物丢失负责	(106)
105. 什么是货物运输的最佳途径	(107)
106. 出口企业如何评估出口文件的正确与否	(109)
107. 哪些部委、部门能够帮助完成所需文件	(111)
第十五节 包装与标签	(113)
108. 良好的出口包装应具备哪些条件	(113)
109. 出口商品的运输包装上有哪些标志? 刷制时应注意哪些问题	(113)
110. 什么是条形码? 在包装上使用条形码有何意义	(114)
111. 出口商品的包装在交易中有什么重要作用	(114)
112. 出口危险货物包装生产企业如何取得质量许可证	(115)
113. 出口货物的木质包装检疫有哪些要求	(116)
114. 为什么要对出口纺织品标识实施查验	(117)
115. 出口食品标签的审核申请如何办理	(118)
116. 怎样申请使用进出口商品标志	(119)
117. 出入境检验检疫封识的使用范围有哪些	(120)
第十六节 海关监管与征税	(122)
118. 经营出口业务的企业应如何向海关办理报关注册登记	(122)
119. 海关对企业经营出口货物及某些特定货物如何进行监管	(123)
120. 海关对企业经营出口业务有何其它规定	(123)
121. 海关如何对经营出口企业的出口货物进行完税价格的审定	(125)
122. 海关对出口企业经营进料加工出口业务有哪些规定	(125)

第十七节 涉外商标	(127)
123. 商标包括哪些种类.....	(127)
124. 商标权包括哪些内容.....	(128)
125. 怎样创意商标.....	(129)
126. 如何使用商标.....	(131)
127. 有哪些种类的商标使用模式.....	(133)
128. 怎样培养驰名商标.....	(134)
129. 如何申请国际商标注册.....	(136)
130. 申请国际商标注册应注意哪些问题.....	(137)
第十八节 涉外专利	(141)
131. 专利有哪些作用.....	(141)
132. 专利有几种类型.....	(142)
133. 专利制度有哪些主要特点.....	(143)
134. 专利文件由哪些内容构成.....	(145)
135. 什么是 PCT 专利申请	(146)
136. 何为专利许可.....	(147)
137. 如何处理专利侵权纠纷.....	(149)
138. 知识产权的海关保护.....	(150)
139. 企业怎样产生发明创造.....	(151)
140. 如何建立企业的专利管理机制.....	(152)
第十九节 出证认证	(155)
141. 什么是出证认证.....	(155)
142. 出证认证业务的范围和种类有哪些.....	(155)
143. 什么是原产地规则.....	(157)
144. 中国的原产地规则及相关法律、法规以及相关管理机构和原产地证书的签证机构 有哪些.....	(158)
145. 如何向贸促会申请办理中华人民共和国出口货物原产地证明书.....	(158)
146. 什么是 ATA 单证册	(159)
147. ATA 单证册有哪些通关优势	(161)
148. ATA 单证册适用于哪些活动、哪些货物、哪些国家	(162)
149. 如何申请中国 ATA 单证册	(163)
150. 使用 ATA 单证册应当遵守哪些规定	(164)
第二十节 仲裁与调解	(166)
151. 发生纠纷应怎么办.....	(166)
152. 什么是仲裁.....	(166)
153. 如何拟定仲裁协议.....	(167)
154. 如何申请仲裁.....	(169)

155. 仲裁员可以选择吗·····	(170)
156. 如何提出答辩或仲裁反请求·····	(171)
157. 仲裁员如何审理案件·····	(172)
158. 在审理涉外仲裁案件时适用什么法律·····	(173)
159. 在仲裁过程中,当事人是否可以协商或调解解决·····	(175)
160. 当事人不履行仲裁裁决怎么办·····	(176)
161. 仲裁裁决能在国外执行吗·····	(177)
162. 如何避免发生争议·····	(178)
163. 海事争议如何提起仲裁·····	(180)
164. 如何在海事仲裁时申请海事请求保全·····	(181)
165. 什么是调解?与诉讼和仲裁相比,它有哪些特点·····	(182)
166. 调解中心受理案件的依据是什么?当事人办理调解案件时应如何办理手续·····	(183)
第二十一节 世界贸易组织 (WTO) ·····	(185)
167. 什么是世界贸易组织·····	(185)
168. 乌拉圭回合的重要性是什么·····	(186)
169. 什么是关税与贸易总协定 (GATT) ·····	(186)
170. GATT 基本规则的要点有哪些·····	(187)
171. 1994 年关贸总协定 (GATT) 有关临时保护措施的规定有哪些·····	(188)
172. 关贸总协定 (GATT) 中农业和纺织品与服装协定的主要目标是什么·····	(189)
173. 贸易的技术性壁垒协议 (TBT) 的目的是什么·····	(189)
174. 《关于卫生与动植物检疫措施协议》(SPS) 的主要条款有哪些·····	(190)
175. 什么是服务贸易总协定 (GATS) ·····	(190)
176. 服务贸易总协定 (GATS) 的主要条款有哪些·····	(191)
177. 什么是与贸易有关的知识产权协定 (TRIPS) ·····	(192)
178. 《知识产权保护协定》(TRIPS) 对不同知识产权的最低保护标准是什么·····	(193)
179. 《知识产权协定》(TRIPS) 对不同知识产权提供的最低保护期限是多少·····	(194)
180. 加入世界贸易组织对中小企业有何影响·····	(195)
第二十二节 为出口而进口·····	(196)
181. 中小企业如何办理进料加工合同登记备案手续及进料加工应享受哪些关税优惠·····	(196)
182. 中小企业如何办理来料加工项目下的进出口海关手续以及该项目能享受哪些优惠待遇·····	(197)
183. 国家对补偿贸易有哪些规定·····	(198)
184. 中小企业搞加工贸易时,如何利用保税仓库和保税工厂·····	(199)
第二十三节 电子商务·····	(201)
185. 什么是电子商务·····	(201)

186. 中小企业如何实施电子商务·····	(201)
187. 如何建立一个网站·····	(202)
188. 如何推广公司的网站·····	(203)
189. 中小企业实施电子商务有哪些好处·····	(204)
附录 1 中国贸促会附属机构、驻外代表处和地方行业分会 ·····	(206)
附录 2 政府机构、进出口商会 ·····	(213)
附录 3 市场调查和策划机构、对外贸易运输机构、对外贸易金融机构、对外贸易商检机构、出口代理机构 ·····	(218)
附录 4 信息网络及网络服务机构 ·····	(220)
附录 5 货物进出口与技术进出口有关规定 ·····	(221)
附录 6 世界各国驻华大使馆和领事馆的商务处 ·····	(221)
附录 7 采购商及进口商名录工具书 ·····	(226)
附录 8 中国国际经济贸易仲裁机构联系地址 ·····	(227)

第一节 企业出口决策

1、企业为什么应该出口

出口可以为企业带来巨大的利益，但遗憾的是许多企业却未能把握住世界范围内市场中那些显而易见的商机。国际政治格局的重新划分，新型消费市场的出现，具有历史性意义的贸易协议的签定，以及新的世界贸易组织（WTO）的成立都为企业的出口带来了空前的机会。我们的经济模式已是全球性的经济形式，它受到世界性生产技术改善的影响，由于生产技术的改善使产品的生产变得更加快速，成本下降，品质更佳。这些因素都使得出口产品国家的竞争力不断提高。

由于全球通讯系统的联接，电视、传真以及电子商务的发展，国家之间的沟通方式愈来愈方便，从而使许多国家越来越清楚地看到，中国作为一个出口者，其实力已不容忽视。基于下述显而易见的原因，对中国企业来讲，最重要的是在适当的出口机会出现时，要利用市场的转移，抓住出口的机会。

一、出口可以增加企业的销售额和利润。

经验告诉我们，一个企业在国内的运营情况良好时，如果其继续向国际市场扩展，很可能会进一步提高企业的利润。然而我们也会发现，这种因果关系有时也有例外。

二、出口可以为企业赚取国际市场上的份额。

出口不仅为企业赚取了国际市场上的份额，而且通过出口，企业还可以从它们的竞争者身上学习到许多经验，其中包括如何确定出口策略以及为了占有一份国际市场上的份额所应采取的具体步骤等，真可谓一举两得。

三、出口可以减少企业对本国市场的依赖。

由于企业进入到国际市场后，相应增加了企业生产的产品中出口产品所占的份额，从而减少了企业对本地消费市场的完全依赖。

四、出口可以对本地市场的变化起到稳定作用。

由于各种外在的因素，比如国内经济的变化、本地消费者需求的改变和季节差异等都可能造成对企业产品需求的大幅度变化。如果企业进入了国际市场，就不会完全受到这些国内因素的影响。

五、出口可以吸纳本地过剩的生产能力。

出口使企业的生产能力提高，可以消化掉企业过剩的生产容量，从而降低产品的单位成本，相应也就提高了企业的经济效益。

六、出口可以增强企业竞争力。

通过出口可以提高一个企业的竞争力。一个企业通过出口，会从对新技术的吸纳和对产品生产过程的剖析获益。

七、出口可以为本地创造就业机会。

随着中国沿海地区的开放，许多外国投资者利用中国政府提供的优惠政策和环境，在当

地建立了独资、合资企业，专门从事出口产品的加工。这些企业吸纳了大批中国内地农村里的剩余劳动力。这些打工者通过在出口企业工作，不仅提高了自身素质，同时也为内地家乡带回了丰厚的资金流入，间接带动了内地经济的发展。

八、出口可以减少国家的贸易赤字。

从下列统计数字中不难看出，随着中国经济的发展和出口额的不断扩大，国家的贸易赤字逐年减少，甚至近几年还出现了贸易顺差。

单位：亿美元

年份	进出口总额	出口额	进口额	差额
1978	206.4	97.5	108.9	- 11.4
1980	381.4	181.2	200.2	- 19.0
1985	696.0	273.5	422.5	- 149.0
1986	738.5	309.4	429.1	- 119.7
1987	826.5	394.4	432.1	- 37.7
1988	1027.9	475.2	552.7	- 77.5
1989	1116.8	525.4	591.4	- 66.0
1990	1154.4	620.9	533.5	87.4
1991	1356.3	718.4	637.9	80.5
1992	1655.3	849.4	805.9	43.5
1993	1957.0	917.4	1039.6	- 122.2
1994	2366.2	1210.1	1156.1	54.0
1995	2808.6	1487.8	1320.8	167.0
1996	2898.8	1510.5	1388.3	122.2
1997	3251.6	1827.9	1423.7	395.2
1998	3239.3	1837.6	1401.7	435.9
1999 (参考)	3607.0	1949.0	1658.0	291.0

九、出口可以使企业找到收费用，甚至不收费的国际贸易咨询专家。

对许多企业来说，选择不出口的决定是基于对未知领域的恐惧。中国已经在全国范围内成立了许多贸易促进机构来帮助那些有生产能力的企业进入国际市场。这些机构可以为企业出口过程中的每一步骤提供帮助。

2、企业出口的利益和风险有哪些

一、企业通过出口可以直接获取的利益有：

1. 企业扩大其市场占有份额的机会增大。
2. 消化掉企业生产能力高于本地市场容量的差额。
3. 降低对本地消费市场的依赖程度，特别是在国内市场处于萧条时期，出口可以补偿企业的生产量。
4. 企业进入竞争程度略逊于国内的国际市场中，从而缓解竞争日趋激烈的国内市场的矛盾。
5. 借鉴先期进入国际市场的其它企业的出口经验，可以降低本企业对国际市场的研究费用。
6. 国际市场的竞争可以刺激企业根据市场需求改进产品，从而提高生产技术水平。我们必须认识到，企业在出口过程中遇到的风险与在国内市场遇到的风险有些是类似的。

二、企业在国内、国际市场扩展中遇到的类似风险有：

1. 企业生产的产品与目标市场（注：目标市场是指出口企业产品出口的目标国家或地区）的需求不符。
2. 国际市场中竞争的激烈程度高于预期。
3. 目标市场中的消费者对产品不感兴趣，造成产品滞销。

三、企业在国际市场拓展中遇到的独有风险有：

1. 企业把在目标市场销售中获得的利润带回国内时，可能受到目标市场国家的限制。
2. 汇率的变化也许会降低、甚至完全抵消企业出口带来的利润，最坏的情况就是可能连成本也保不住。
3. 在与目标市场的销售代理发生纠纷（如：对方不付款和不执行契约等）时，当地政府不出面保护中国企业的利益。
4. 由于战争、地区性冲突、民事纠纷的发生，造成了目标市场国家的不稳定，从而可能造成出口企业的经济损失。
5. 目标市场可能不接受某类产品。

3、典型的出口程序涉及哪些环节

出口过程中一般会涉及到的三个环节：一、出口的可行性研究。二、提出进入目标市场的计划。三、实施出口计划。在这三个环节的实施过程中又会涉及到 20 个具体步骤：

一、出口的可行性研究

- 1、对国内市场进行描述、分析。
- 2、对企业的生产能力进行评估。
- 3、对目标市场国家的人力资源、自然条件、政府规定、社会政治环境以及经济因素进行调查。

4、向有经验的国际贸易专家咨询（如市场、金融、法规等方面的咨询）。

5、选中要出口的目标市场国家或地区。

二、提出进入目标市场的计划

6、对选中的目标市场国家的这一行业进行市场调查，提出研究报告。

7、评价市场研究报告。

- 8、根据市场研究报告，制定进入目标市场的策略。
- 9、根据目标市场国家的要求，准备一套完整的进口执照、技术标准以及所需的所有证明材料。
- 10、准备好必要的关于出口产品的专利、商标以及版权保护方面的文件。
- 11、了解清楚目标市场国家的税率、关税、配额或其它涉及到非关税贸易壁垒的情况。
- 12、提出出口产品的价格细目单。
- 三、实施出口计划
- 13、确定产品的销售方式。
- 14、提出产品的营销办法。
- 15、选择产品销售代理。
- 16、进行财务方面的谈判。
- 17、为出口产品申请保险。
- 18、完成所有文字工作。
- 19、包装产品，贴好标签。
- 20、运往目标市场。

4、出口企业易犯哪些常见的错误

一些中小企业在开始出口或拓展国际市场时常常会犯以下 12 种错误。

- 一、在开始一项出口项目的时候，没有进行必要的咨询，从而作出了一个错误的出口决策。
- 二、企业的高层领导没有能力克服开始出口时产生的困难和应对财务方面的要求。
- 三、没能重视对海外代理商和分销商的筛选。
- 四、出口的范围不是集中于一到两个地域（区），而是在全世界范围的扩展。
- 五、当国内市场饱和时，没有居安思危的远见，忽略了对国际市场的扩展。
- 六、对国际市场 and 国内市场的客户未能采取一致的政策。
- 七、自以为符合本地市场的产品也同样会被世界其它地区的市场所接受。
- 八、不愿意根据国际市场的规定或文化背景修正自己的产品以满足客户需要。
- 九、没有将产品的说明、报价单、销售方式以及保险单等翻译成当地语言。
- 十、当企业没有自己的出口专业部门时，错误地选择了一个没有能力的出口代理商。
- 十一、当企业还不具备足够的生产能力和实力时，意外地获得了出口合同，从而使企业很勉强的进入了国际市场，造成出口效果不佳。
- 十二、不能给目标市场的消费者提供方便的售后服务。

5、企业在作出出口决策之前应该先解决哪些问题

企业在决定出口后，必然会对企业自身的投资、管理以及产品货源等几方面问题进行考虑。然而在作出出口决策之前，有一些关键问题必须重点考虑，并进行客观分析：

- 一、对企业在国内市场的表现进行描述
- 企业在国内市场取得成功的原因是什么？