

“上海紧缺人才培训工程”教学系列丛书

外经贸电子商务应用

● 上海市电子商务系列培训考核办公室 编



上海交通大学出版社

“上海紧缺人才培训工程”教学系列丛书

外经贸电子商务应用

上海市电子商务系列培训考核办公室 编

上海交通大学出版社

内 容 提 要

《外经贸电子商务应用》是为上海市电子商务系列培训考核中的外经贸行业电子商务应用培训与考核编写的培训教材。该教材供具有一定电子商务基础和计算机应用能力,并希望了解和掌握外经贸行业的电子商务基本知识和基本操作的读者使用。同时,也可以作为高校经贸专业和电子商务专业的教学用书。

本教材包括外经贸业务基本知识、信息技术基础与应用和外经贸电子商务应用三部分。在外经贸基本知识方面主要介绍外贸业务主要环节的业务背景和相关知识,以及外贸业务基本流程。电子商务应用的基础是信息技术,因此,在本教材中有专门章节介绍信息技术基本知识和使用 Access 2000 进行业务数据管理的技术。为了帮助有关人员熟悉外贸业务管理信息系统的特点和有关产品,本教材第 6 章对有关内容作了专门的介绍。作为本教材的关键内容,第 8 章、第 9 章和第 10 章按外经贸的业务流程,分别介绍了如何使用电子化手段进行交易前的营销活动、交易磋商和合同履行。

图书在版编目(CIP)数据

外经贸电子商务应用/上海市电子商务系列培训与
考核办公室编. —上海:上海交通大学出版社, 2000
ISBN 7-313-02516-5

I. 外… II. 上… III. 对外贸易-电子商务-基
本知识 IV. F752.6

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2000)第 46027 号

外经贸电子商务应用

上海市电子商务系列培训与考核办公室 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

常熟市印刷二厂印刷 全国新华书店经销

开本:787mm×1092mm 1/16 印张:15.25 字数:370 千字

2000 年 10 月第 1 版 2000 年 10 月第 1 次印刷

印数:1~6050

ISBN 7-313-02516-5/F·363 定价:25.50 元

版权所有 侵权必究

“电子商务”系列培训是“上海紧缺人才培训工程”项目。由上海市教育委员会、上海市成人教育委员会、中共上海市委组织部、上海市人事局、上海市国民经济和社会信息化领导小组办公室、上海市对外经济贸易委员会联合主办，并组织编写该项目的教学系列丛书。

上海市电子商务系列培训考核领导小组

- 主 任：**朱晓明 上海市人民政府副秘书长、上海市对外经济贸易委员会主任
孙路一 中共上海市委组织部副部长、市人事局局长
- 副主任：**王绍昌 上海市人事局副局长
薛喜民 上海市教育委员会副主任
郭伯农 上海市成人教育委员会副主任
贺寿昌 上海市国民经济和社会信息化领导小组办公室副主任
- 成 员：**韩晓玉 中共上海市委组织部干部教育处处长
徐锦林 上海市人事局教育处处长
张持刚 上海市教育委员会成人教育办公室主任
苏玉芳 上海市对外经济贸易委员会人事干部处处长

上海市电子商务系列培训考核办公室

- 主 任：**刘煜海 上海电视大学副校长
余如鹤 上海市对外经济贸易委员会服务贸易处处长
- 副主任：**庄 俭 上海市教育委员会成人教育办公室副处级调研员
程祖毅 上海电视大学继续教育处处长

上海市电子商务系列培训考核专家组成员

组 长：施伯乐 复旦大学首席教授
副组长：邵世煌 中国纺织大学校长
黄清云 上海电视大学校长
组 员：白英彩 上海交通大学教授
郑衍衡 上海大学教授
王景寅 上海市计算机研究所副总工程师
夏立法 上海海关总工程师
吴宝淳 IBM 华东地区总裁

本书编撰人员

主 编：朱晓明
副主编：余如鹤 章学拯
编 者：章学拯 叶建中 赵 琦
主 审：郑衍衡

序

上海市人民政府副秘书长
上海市外经贸委主任 朱晓明

随着世界经济一体化、全球化进程的加快,信息技术正越来越广泛地应用于经济贸易领域。电子商务作为计算机应用技术与现代经济贸易活动结合的产物,已经成为人类跨入知识经济新纪元的重要标志之一。

电子商务是商务活动的电子化(Electronic Commerce 或 Electronic Business)。通过国际互联网 Internet 进行交易,包括商业、教育、保健、政府、娱乐等活动。与传统商务相比,电子商务在三个方面有了新的内涵与突破:(1) 交易的内容不同,信息流(数据流)绝大部分地取代了物流、货币流;(2) 交易的场景不同,屏幕虚拟交易取代了面对面交易;(3) 交易的设施不同,电脑、通讯设备的无纸交易取代了手工纸面交易。

电子商务的应用,对于扩大贸易机会,提高贸易效率,降低贸易成本,增加企业竞争力有着不可估量的作用。正是由于具有巨大的优越性,近年来电子商务得到迅速发展,一些世界著名公司如 Intel、IBM、HP、Microsoft 等纷纷推出了电子商务总体解决方案。在发达国家,甚至一些发展中国家,人们正在利用电子商务技术改变传统的经济模式和贸易方式,并因此而获益匪浅。美国更是利用信息技术的领先优势,不仅使本国的国民经济进入了一个新的增长期,而且使美国在国际贸易中占据更为有利的地位。一些国家在总结亚洲风暴和金融危机时发现,造成此次危机的重要原因之一是这些国家在金融和经贸领域的信息化程度相对较低,对市场变化不能作出迅速和正确的反应,使金融投机商有机可乘。很明显,发展中国家如果跟不上信息化发展的潮流,必将在未来世界贸易的激烈竞争中处于被动地位。

上海发展电子商务,从某种意义上说,是传统贸易适应世界潮流的积极表现和行动。上海市委、市府领导对电子商务工作高度重视,并从国际经济、金融、贸易

中心的高度,制订了建设上海信息港的宏伟目标。近年来,在市领导关心、指导下,上海市各有关部门携手努力,电子商务的实践与应用已经取得初步成果:(1) 上海电子商务运行的基础设施建设初具规模;(2) EDI 技术在国际商贸、金融服务等领域开始得到应用;(3) 部分企业已经自觉地使用电子商务这一新的经济手段;(4) 上海的电子商务日趋多样化,与国际先进水平的差距正在缩小;(5) 上海电子商务参与主体呈多元化发展趋势。

但是,应该清醒地意识到,相对于世界发达国家和地区,如新加坡、台湾省和香港,我国(包括上海)在电子商务方面的发展水平和应用程度还是远不尽如人意的。因此,我们必须有危机感,要抓紧时间,不断提高技术水平和应用能力,缩短与发达国家和地区之间的差距,提高我国经济贸易现代化水平。

我国国家领导人最近曾明确指出:21 世纪,电子商务将在全世界推广应用,我国不能落伍。上海大力发展电子商务正面临着难得的历史机遇。发展电子商务是一项长远的战略性任务。其最为基本的先决条件,就是培养一大批掌握最新信息技术和现代经济贸易知识、能够自觉运用 EDI 技术的电子商务专门人才。上海市紧缺人才培训工程联席会议办公室正式确定把《电子商务系列培训与考核》作为上海市紧缺人才培训工程的一个新的基础项目,并在全市推广,是非常必要和及时的举措。我们相信:通过电子商务知识的培训与考核,必将使各级管理者充分意识到电子商务在现代经济社会中的重要性,提高运用电子商务的自觉性,为上海在知识经济大潮中迎头赶上发达国家电子商务发展水平作出贡献。

1999 年 7 月

编者的话

上海市电子商务系列培训考核办公室在 1999 年下半年正式推出了《电子商务基础》项目的培训与考核,《电子商务基础》项目是针对全市市民的电子商务普及培训和考核。由于电子商务应用是具体业务的电子化操作,具有强烈的业务背景,因此,对于进一步的电子商务培训与考核的内容,我们计划按行业进行划分,为此,推出针对涉外经贸企业有关人员的电子商务应用课程的培训与考核。

《外经贸电子商务应用》是为上海市电子商务系列培训考核中的外经贸行业电子商务应用培训与考核编写的培训教材。该教材供具有一定电子商务基础和计算机应用能力,并希望了解和掌握外经贸行业电子商务基本知识和基本操作的读者使用。同时,也可以作为高校经贸专业和电子商务专业的教学用书。

本书包括外经贸业务基本知识、信息技术基础与应用和外经贸电子商务应用三部分。在外经贸基本知识方面主要介绍外贸业务主要环节的业务背景和相关知识,以及外贸业务基本流程。电子商务应用的基础是信息技术,因此,在本教材中有专门章节介绍信息技术基本知识和使用 Access 2000 进行业务数据管理的技术。为了帮助有关人员熟悉外贸业务管理信息系统的特点和有关产品,本教材第 6 章对有关内容作了专门的介绍。作为本教材的关键内容,第 8 章、第 9 章和第 10 章按外经贸的业务流程,分别介绍了如何使用电子化手段进行交易前的营销活动、交易磋商和合同履行。

本书的编写得到了上海市对外经济贸易委员会有关领导的关心和支持。朱晓明主任亲自担任本书的主编,并且对本书的编写内容提出了具体的意见和指示。本书的第 1 章、第 2 章、第 3 章、第 6 章、第 8 章和第 9 章由上海经贸电子商务培训中心主任章学拯副教授编写,其中第 6 章第 4 节由上海市东浩国际服务贸易(集团)有限公司所属的上海市工艺品进出口有限公司电脑室和上海中电国贸公司提供材料,第 8 章第 1~3 节由上海中昊化工网上交易中心有限公司提供材料,章学拯整理。第 4 章、第 5 章由华东师范大学叶建中副教授编写,其中第 5 章的编写得到了中化上海进出口公司柏树蓉和张坚的大力支持,张坚同志为该章的编写提供了有关的资料和业务框架。第 7 章由华东师范大学赵琦编写。除以上有关人员的积极参与和支持外,在本书内容和结构的确定过程中,外经贸系统专业公司的电脑室人员,以及业务和管理人员以座谈会和书面的方式,为我们提供了大量宝贵的意见和建议,在此表示衷心的感谢。

上海市电子商务系列培训考核专家组审核了本书的编写大纲,上海大学郑衍衡教授和上海外经贸系统部分专业公司的总经理和上海外经贸委有关专家及领导审阅了全书。在此对他们的辛勤劳动和敬业精神表示衷心的感谢。

由于本书从确定大纲到编写完成只有近四个月的时间,加上编者的水平有限和电子商务业务的快速发展,所编写的内容可能会有不当之处,恳请读者及时指正。

上海市电子商务系列培训考核办公室

2000年8月

目 录

第 1 章 外贸业务操作程序	1
1.1 出口贸易的基本程序及内容	3
1.2 进口贸易的基本程序及内容	5
第 2 章 外贸基础知识	9
2.1 进出口许可证管理制度	11
2.2 出口商品的报验和商检放行	11
2.3 出口货物原产地证书	12
2.4 对外贸易的价格与贸易术语	13
2.5 货款结算方式	16
2.6 办理运输和报关业务	17
2.7 外汇管理	18
2.8 出口退税	19
2.9 交易磋商	20
第 3 章 外贸活动正在向电子方式演变	29
3.1 从事务处理向信息流的演变	31
3.2 物流和信息流	33
3.3 从现金结算到数字资金结算的演变	33
3.4 外经贸系统电子商务的应用状况	33
3.5 外贸行业应用电子商务的意义	35
第 4 章 管理信息系统概论	39
4.1 数据、信息和知识	41
4.2 信息系统和信息技术	46
4.3 企业管理信息系统	53
第 5 章 个人业务数据管理应用	61
5.1 Access 2000 概述	63
5.2 数据的输入和浏览	69
5.3 数据的查询和修改	75
5.4 使用窗体方便数据处理	78
5.5 数据库结构的修改	82
5.6 在网络上发布数据	87

5.7 个人业务数据管理应用案例	91
第 6 章 外贸业务信息管理系统	95
6.1 应用外贸业务信息管理的意义	97
6.2 外贸业务管理的内容	97
6.3 外贸业务管理信息系统的内容和结构	98
6.4 外贸业务管理信息系统产品介绍	102
第 7 章 国际贸易的网络营销	127
7.1 网络营销技术	129
7.2 网上国际贸易信息的搜索、查询	138
7.3 使用新闻组进行信息交换	151
第 8 章 电子交易系统和在线磋商	167
8.1 电子交易模式	169
8.2 网上交易中心的功能	172
8.3 网上交易操作	176
8.4 Internet 上主要商贸网站介绍	187
第 9 章 基于电子单据的合同履行方式	197
9.1 上海国际经贸 EDI 网络建设情况	199
9.2 外贸单据的种类	200
9.3 无纸贸易业务模拟流程及其操作	202
9.4 EDI 报关系统	220

第1章 外贸业务操作程序

【学习目的】

通过本章的学习，了解进出口贸易的具体业务操作流程并掌握以下内容：

- 出口交易前的准备工作
 - 出口交易磋商与订立合同
 - 出口合同履行的内容和程序
 - 进口交易前的准备工作
 - 进口交易的磋商与合同的签订
 - 进口合同履行的内容
-

【学习方法指导】

本章将进出口贸易的业务内容和流程按出口和进口两部分分别讲述，并将出口和进口业务所涉及的内容按业务流程进行介绍。在学习过程中应注意出口业务和进口业务内容和操作流程的区别。

对外贸易企业从准备出口或进口一批货物开始,直至完成交易取得货款或所需要的货物为止,必须经过各个具体环节及步骤,这些具体环节包括寻找销售渠道和交易对象(客户);与客户建立商业关系,并签订货物买卖合同;履行合同并完成交易。实际上,履行合同的整个过程并不是千篇一律的,而是随着货物的性质、双方约定的交易条件以及进口国、出口国对于贸易和外汇的管理措施的不同而有所不同,但是在一般常用的交易条件下都将涉及到交易的基本内容和程序。这些内容及程序可概括为以下三个阶段:

- (1) 交易前的准备阶段。
- (2) 交易磋商与订立合同阶段。
- (3) 合同的履行阶段。

1.1 出口贸易的基本程序及内容

1.1.1 交易前的准备工作

我国企业在出口交易前的准备工作主要包括:

一、对进口国市场及客户的调研

出口企业要将其生产或经销的商品推向国外市场,首先必须做好对国外市场的调查、分析和预测。搜集包括进口国宏观经济状况(各项经济指标)、政府相关政策规定、消费习惯、自然环境、宗教信仰等各方面不可控因素的资料,并在此基础上进行适当的加工处理,对有用的资料进行分析,对市场前景等内容进行预测。

进行市场调查一方面是为了了解国际市场的分布,各大市场的地理、政治、经济、社会等条件的具体特点(目前世界市场大致可分为欧洲市场、北美市场(美、加、墨)、中东市场、东南亚市场、澳洲市场、中南美洲市场)。另一方面也是为了了解国情与市场需要;了解本企业的产品适合销往的市场;了解本产品在施工过程中的竞争力以及竞争对手的情况。

二、进行出口营销组合决策

企业在对国外市场调查的基础上,若已选定目标市场,便可进一步制定具体的营销组合决策。所谓营销组合(Marketing Mix)是指企业可以控制的各种营销因素的综合运用。这些因素主要包括产品、销售渠道、产品定价、促销手段等。出口企业必须根据国外市场的特点,将其产品直接或进行一定的改进设计后,销往进口国,需要改进的内容不仅包括产品本身,还包括包装、商标、售后服务等内容;同时,出口企业还必须根据其产品和国外市场状况,选择适当的销售渠道,包括分销层次和所使用中间商的多少、中间商的选择及中间商积极性的调动等;对准备进入国外市场的出口商品,必须根据产品情况,市场情况和竞争对手的具体情况确定适当的价格,出口商品价格的高低历来是决定出口商品竞争力强弱的主要因素;最后,出口企业还必须根据商品和市场的具体情况,运用广告、人员推销、营业推广和公共关系等促销手段帮助其产品进入国际市场,扩大销售、提高企业声誉、沟通购买者与出口企业的信息传递。

营销组合(Marketing Mix):指企业可以控制的各种营销因素的综合运用。这些因素主要包括产品、销售渠道、产品定价、促销手段等。

三、制订生产和出口计划

目前的国际市场属于买方市场，能否成交和成交数的多少主要取决于进口商。因此，必须根据出口商品的销售情况，即国外市场的需求情况来安排生产，所以，作为出口企业不仅要制订生产和出口计划，而且其计划应尽可能符合实际出口情况，符合国外市场的需求情况，在交货期允许的情况下，商品生产应尽可能安排在签订合同以后进行，尽可能减少储存和积压。

四、寻找客户并与之建立业务关系

在进行市场调查的同时，还必须注意寻找交易对象和调查其资信情况。寻找客户的方法有以下几种：

- (1) 利用名录或各种出版物所介绍的交易对象，直接发函联络。
- (2) 通过驻外使馆、外汇银行等各种驻外机构或企业介绍。
- (3) 在国外刊登广告。
- (4) 请求进口国有关政府机构、民间商会等机构予以协助。
- (5) 利用代理商、国外客户介绍。
- (6) 利用出国访问和国际、国内商展的机会寻找客户。

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。

对国外客户调查的内容主要是：有关客户的经营作风、商业道德、经营能力和资本等情况。这些调查可通过银行、政府部门和与之有或曾经有过业务关系的其他企业进行。

在对客户进行必要的调查后，如对方确实为殷实的进口商，便可与其进行实质性的接触，向其推销商品，但在开始交易前，考虑到两国间政治、经济、环境、习惯、法律、语文等不同，为了避免以后每次交易洽谈的麻烦，双方还应就某些交易条件先进行协商，确认一般交易条件或订立“一般交易条件协议书”，作为未来实际交易的基础。一般交易条件所包括的内容，根据商品种类、市场等情况而确定。通常包括：对于商品品质、数量的一般规定；品质确定的依据；所使用货币的币制；付款方式的一般规定；商检及索赔期限；不可抗力的范围；违反交货期的处理办法；仲裁条款等。

1.1.2 交易磋商与订立合同

出口商与国外进口商通过一定的方式建立联系后，便可在适当时间直接向对方报价或邀请对方报价，于是进入磋商阶段。磋商的目的是为了建立合同关系，然后通过履行合同，达到获取利润的最终目的。磋商可以通过向对方寄送价目表、样品，结合电传、电报、信函、传真、电子邮件等方式进行；也可通过面对面的接触，进行口头磋商。磋商的过程一般包括：询盘、发盘、还盘和接受四个基本环节，而其中发盘和接受是磋商导致合同成立必须的两个环节。在实际业务中，无论是书面的磋商，还是口头的磋商，在达成协议后，通常都要填写标准格式的合同书，一式二份，签字后寄给对方，要求对方签字后，寄回一份。做这项工作的目的，一方面是为了让对方进一步确认，防止误解；另一方面是为了使协议、内容更规范、更清楚，方便履约。

1.1.3 合同的履行

出口合同的履行是整个交易过程中涉及面最广，内容最为繁杂的一个阶段，具体内容

包括:

一、准备货物

签订合同后,如果出口的是本企业所生产的产品,出口商应视交货期的远近,将货物排入生产计划,否则应向有关供货人订购货物,取得货物后,应加以检验,并根据合同要求进行包装、刷制唛头,存入仓库等待装运。如果是信用证支付方式,应在取得符合要求的信用证后,才能对货物按信用证要求进行加工整理,对于个别专为对方生产的货物,应在取得信用证后,才能投入批量生产。

二、办理出口签证

对属于许可证管理的出口商品,以及法定检验的商品,在办理货物的运输前,必须先向有关机构办理出口报关所需要的证明文件的申请和取得工作。

三、办理货物托运

出口商在已备妥货物(如果是信用证支付方式,同时已取得符合要求的信用证)的情况下,应在交货期内根据预先确定的运输方式,办理出口货物的托运手续。

四、办理出口货物的报关和保险手续

在已办妥托运手续,明确运输工具的名称后,出口商必须在货物装运前及时向海关办理货物出口报关手续,否则将影响到货物的按时装运。如果是由出口商负责办理出口货物运输保险手续的,应在办理报关手续的前后,向保险公司投保预定的货物运输险。

五、办理装运手续并取得运输单据

在办妥托运和报关手续,承运人及海关均已书面同意货物装船的情况下,根据具体承运人的安排,出口货物的发货人或其代理人应配合有关人员监督货物的装运。装运完毕后,取得由承运人签发的已收到货物的运输单据(如海运提单),并通知买方装运情况。

六、制单、审单、交单并结汇

在办理以上各项手续的同时,出口商应根据合同或实际业务的需要,填制有关单据,如商业发票、装箱单等,并按合同或信用证要求,办理有关单据的签、认证手续,如商检证书、产地证书、领事签证等。在备妥整套结汇单据的情况下,应按合同或信用证要求审核单据,确认“单、单一致”;“单、证一致”无误的情况下,将单据交外汇银行,委托其向进口商或进口地银行收取货款。最后按外汇管理规定,在必要时,将所得货款的全部或部分在指定银行办理结汇手续,即将所得外汇卖给结汇银行取得按当时牌价折算成人民币。

1.2 进口贸易的基本程序及内容

进口贸易的工作环节很多,大体可分为四个阶段:交易前的准备工作;进口交易的磋商;进口合同的签订;进口合同的履行。

各个阶段、各个环节之间都有着密切的联系。在进口贸易中所涉及的国际惯例和法律规则与出口贸易基本相同,但由于在进口贸易中我方处于买方的地位,所做的具体工作和考虑的问题侧重点有所不同。