

纺织品

外贸操作实务

张彦欣 编著

Fangzhipin
waimaocaozuoshiwu



中国纺织出版社

纺织品外贸操作实务

张彦欣 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书以一些典型的、实际发生的纺织品贸易业务为背景,通过精心设计与组织,将对外贸易与纺织品的专业知识有机结合起来,希望使读者在较短的时间,以较高的效率规范地掌握从事纺织品对外贸易的主要操作技能。与一般论述贸易实务的图书相比,本书具有以下特点:第一,不仅关注“Why?(为什么做?)”,更重点关注并详细说明“How?(如何做?)”;第二,针对性强,突出纺织品国际贸易操作技能的具体培训;第三,实践性强,所选案例均为实际发生的业务,并加以技术性的规范。另外本书按照逻辑顺序编排,以方便读者的阅读和掌握。

本书定位于纺织品对外贸易的行业细分市场,可供纺织品服装外贸企业、银行国际结算部门、纺织服装科研、教学等行业从业人员参阅,尤其可作为纺织品服装外贸企业的新聘员工培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

纺织品外贸操作实务/张彦欣编著. —北京:中国纺织出版社, 2006. 8

ISBN 7 - 5064 - 3961 - 1

I. 纺… II. 张… III. 纺织品—对外贸易—基本知识—中国
IV. F752. 658. 1

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 085394 号

策划编辑: 詹 珪 责任编辑: 李春梅 责任印制: 初全贵

中国纺织出版社出版发行

地址: 北京东直门南大街 6 号 邮政编码: 100027

邮购电话: 010—64168110 传真: 010—64168231

http: //www. c - textilep. com

E - mail: faxing @ c - textilep. com

三河市世纪兴源印刷有限公司印刷 各地新华书店经销

2006 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

开本: 710 × 1000 1/16 印张: 13. 25

字数: 193 千字 印数: 1—7000 定价: 26. 00 元

ISBN 7 - 5064 - 3961 - 1/F · 0715

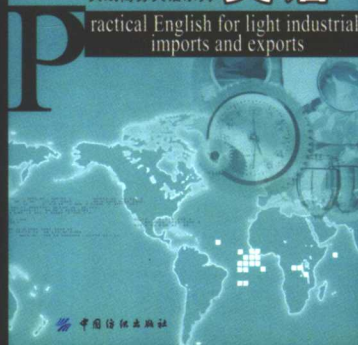
凡购本书, 如有缺页、倒页、脱页, 由本社市场营销部调换

田运强 ◆ 著

轻工 外贸实务 英语

实战商务英语系列

Practical English for light industrial
imports and exports

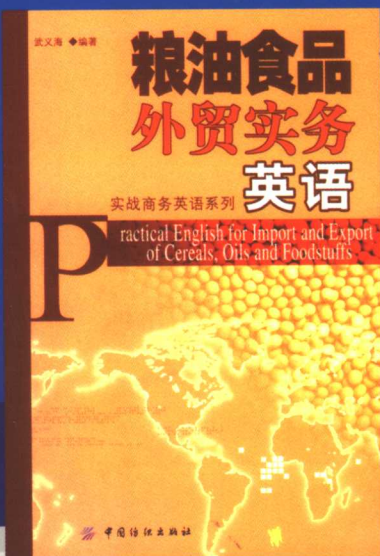


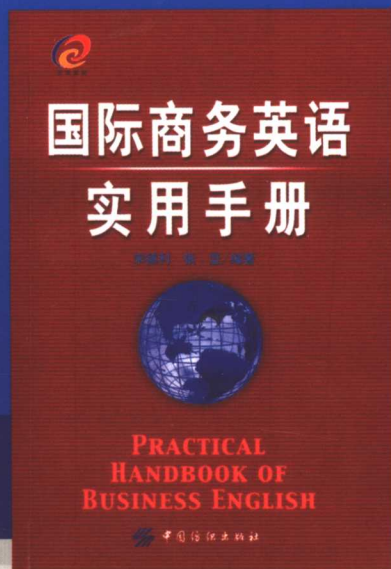
沈文海 ◆ 编著

粮油食品 外贸实务 英语

实战商务英语系列

Practical English for Import and Export
of Cereals, Oils and Foodstuffs





封面设计: 中子画艺术设计

前言

我国的纺织服装业是外向型程度很高的行业，产品出口额占工业总产值的50%以上，在世界市场上拥有较强的优势，但也因此受到一些发达进口国的限制，同时在世界市场要面对各竞争对手发起的一轮又一轮激烈挑战。我国自2001年11月成为世界贸易组织成员国以来，纺织业在生产、销售、出口与经济效益方面均取得了巨大的发展，2004年出口达到974亿美元，2005年出口额又进一步增长到1175亿美元。如此的进步在很大程度上有赖于外部市场环境的变化：一方面，由于加入WTO，按照ATC实施的配额取消计划，带来出口增长的好处；另一方面，国内整体国民经济处于高速增长的阶段，也大大促进了纺织业的发展。在新形势之下，如何修炼好“内功”，全面提升我国纺织行业的水平与层次，已经成为当务之急。

对外贸易是我国纺织业发展中的关键一环。从事对外贸易的业务人员，不仅需要掌握全面系统的业务理论知识，更需要具备熟练的操作能力与很强的实际工作能力。作者多年从事贸易实务工作与教学工作，深感贸易实务的学习必须通过具体的业务操作，才能真正掌握，就像学习游泳必须下水一样，否则只能是纸上谈兵，难以做到学以致用。

本书以一些典型的、实际发生的纺织品贸易业务为背景，通过精心设计与组织，将对外贸易与纺织品的专业知识有机地结合起来，希望使读者在较短的时间、以较高的效率规范地掌握从事纺织品对外贸易的主要操作技能。

与一般论述贸易实务的图书相比，本书具有以下特点：第一，不仅关注“Why?（为什么做？）”，更重点关注并详细说明“How?（如何做？）”；第二，针对性强，突出纺织品国际贸易操作技能的具体培训；第三，实践性强，所选案例均为实际发生的业务，并加以技术性的规范。另外本书按照逻辑顺序编排，以方便读者的阅读和学习掌握。

本书从实践的角度深入浅出地阐述纺织品国际贸易业务具体环节的操作，思路清晰，结构完整，案例丰富，且有外贸企业、银行、海关与检验检疫等相应机构资

深从业人员的审核与把关。

本书中选用了其他作者编制的案例与资料，在此一并致谢，并在取得联系后将润笔奉上。同时，本书在编写过程中得到了中国纺织出版社与北京服装学院的鼎力支持，在此一并致谢。本书是北京服装学院 2006 年“国际纺织品服装贸易环境研究”学术创新团队成果。

限于编者水平，疏漏谬误在所难免，欢迎使用本书的教师、同学以及其他读者随时来函指正，以便修订时，使之更臻完善。

编著者

2006 年 3 月

目 录

上篇 纺织品出口业务操作

第一章 建立业务关系	(2)
第一节 市场调查	(2)
一、一般调查项目	(2)
二、特殊调查项目	(3)
三、市场调查的方法	(4)
第二节 寻找客户	(5)
一、寻找客户的渠道	(5)
二、寄发招商函电	(6)
第三节 资信调查	(8)
一、资信调查的目的	(8)
二、资信调查的项目	(9)
三、资信调查的方法	(10)
第二章 出口报价核算	(12)
一、成本核算	(12)
二、运费核算	(13)
三、保险费核算	(17)
四、出口税收核算	(18)
五、佣金的核算	(18)
六、利润的核算	(19)
七、出口报价核算实例	(20)

第三章 出口发盘	(22)
第一节 实例操作	(22)
第二节 操作提示	(25)
一、发盘的含义及构成条件	(25)
二、发盘函电	(26)
三、发盘阶段应注意的问题	(26)
第四章 还盘与接受	(28)
第一节 实例操作	(28)
第二节 操作提示	(31)
一、还盘信函写作背景与要点	(31)
二、接受信函写作背景与要点	(32)
第五章 成交与合同签订	(34)
第一节 实例操作	(34)
第二节 操作提示	(36)
一、书面合同的形式	(36)
二、合同的基本内容	(39)
三、合同有效成立的条件	(40)
四、合同的结构特点与英语用词特点	(41)
第三节 案例研究	(44)
一、背景资料	(44)
二、操作评析	(46)
三、销售确认书参考答案	(47)
第六章 出口纺织品与服装的备货与检验	(59)
第一节 备货	(59)
一、货物的品质必须与出口合同的规定相一致	(60)
二、货物的包装必须符合出口合同的规定	(60)
三、货物的数量必须符合出口合同的规定	(60)

四、货物备妥时间应与合同与信用证装运期限相适应	(60)
五、灵活的资金融通渠道	(61)
第二节 备货流程	(61)
一、出口备货的主要工作	(61)
二、备货工作注意事项	(64)
第三节 商品检验实例操作	(65)
第四节 商品检验操作提示	(66)
一、商检条款	(66)
二、商检证书	(69)
三、国内外主要检验机构与检验标准	(71)
四、绿色纺织品与生态纺织品的检验与标志	(74)
 第七章 催证、审证与改证	(77)
第一节 实例操作	(77)
第二节 操作提示	(81)
一、审证的内容	(81)
二、银行和出口商审证	(84)
三、改证	(86)
 第八章 出口货物托运	(88)
第一节 租船订舱	(89)
第二节 托运、装船	(90)
第三节 海运方式的出口托运单据	(91)
一、海运出口托运单	(91)
二、装货单	(91)
三、收货单	(92)
第四节 托运单的填制	(92)
第五节 海运提单的内容填制	(95)
 第九章 出口货物报关	(111)

第一节 出口报关程序	(111)
一、出口货物的申报	(111)
二、查验	(112)
三、出口货物的放行	(112)
第二节 企业自理报关的注册登记	(112)
一、自理报关的注册登记	(112)
二、报关员的资格	(113)
第三节 出口货物报关单的填写	(114)
 第十章 出口运输保险	(118)
一、出口保险手续	(118)
二、保险单证的种类	(118)
三、保险单的内容及缮制要点	(119)
 第十一章 出口制单	(124)
第一节 单证制作与流程	(124)
一、单证种类	(124)
二、单证制作流程	(126)
第二节 资金单证	(128)
一、商业发票	(128)
二、汇票	(130)
三、装箱单/重量单 (Packing/Weight List)	(133)
第三节 其他单证	(134)
一、产地证	(134)
二、出入境检验检疫证书	(138)
三、受益人证明	(139)
四、装运通知	(141)
五、船公司证明	(142)
六、断针检验证书	(143)

第十二章 出口结汇	(153)
一、交单结汇	(153)
二、银行审单	(153)
三、不符点处理	(157)
四、结汇	(157)
第十三章 出口业务善后	(159)
第一节 善后函的撰写	(159)
第二节 出口收汇核销	(161)
一、出口收汇核销的原则	(161)
二、出口收汇核销业务流程	(161)
第三节 出口退税	(162)
一、出口退税的概念	(162)
二、出口退税的基本制度	(162)
三、出口退税登记办理手续	(163)

下篇 纺织品进口业务操作

第十四章 信用证的开立及修改	(170)
一、申请开立信用证	(170)
二、一定条件下的开证	(173)
三、信用证的修改	(174)
第十五章 进口运输与保险	(176)
一、办理进口货物运输	(176)
二、办理进口货物的保险手续	(176)
第十六章 审单付款	(179)
一、审核单证的标准	(179)

二、审核单证的期限	(180)
三、审单不符的处理	(180)
四、对外付款	(180)
第十七章 进口报关与报检	(182)
第一节 进口报关	(182)
一、进口货物的申报	(182)
二、海关审单与查验	(183)
三、海关放行	(184)
四、接货与拨交	(184)
第二节 进口报检	(185)
一、法定检验	(185)
二、法定检验范围之外进口货物的检验	(187)
三、进口货物的报检、签证和放行	(188)
第十八章 进口付汇核销	(192)
一、进口付汇核销制度	(192)
二、进口付汇核销的对象、原则和范围	(193)
三、贸易进口付汇核销单	(194)
四、进口付汇备案表	(194)
五、进口付汇核销流程	(195)
参考文献	(199)

上篇 纺织品出口业务操作

第一章 建立业务关系

一般而言,对从事纺织品出口业务的厂商来说,在进行交易之前应首先与国外的进口贸易商建立业务关系。当然如果是老客户,彼此之间有过多次成功的交易,相互信任,此环节可以相对简化。但是如果是新客户,一定要重视此环节,否则会给自己留下无穷后患。这一环节主要包括市场调查 (market research)、寻找客户 (looking for customers) 与资信调查 (finance and credit inquiry) 三个步骤。

第一节 市场调查

国际市场在语言、法律、货币、风俗、交易习惯等方面可能与国内市场完全不同。出口商希望将产品销售到国际市场,必须先对拟销售的国家、地区或城市的市场环境加以调查分析,才能评估自己的产品是否有引进该市场的机会;同样地,进口商要从国外市场输入某商品,也必须先做充分的国际市场调查,经过分析研究,才能寻得最有利的市场。市场调查,可说是从事国际贸易的首要工作。

国际市场的调查项目可分为二部分:一类为一般调查项目,是关于某市场的一般状况调查;另一类为特殊调查项目,是关于拟交易商品在该市场的产销状况调查。

一、一般调查项目

(1) 地理:位置、面积、气候、自然资源、地形。

(2) 人文:

①语言:官方语言、方言、对外贸易采用的语言。

②人口:总人口数、分布状况、人口规划、就业状况。

③宗教:宗教节日、宗教禁忌、宗教团体。

④收入:总收入、平均收入,增长速度、生活水准。

⑤教育:普及率、受高等教育的比率。

⑥风俗：特殊节日、消费者偏好、特殊禁忌，如颜色、图案等。

⑦政治：体制、与本国的外交关系。

⑧城市：行政中心、工商业中心。

(3) 交通：运输设施、主要干道、运费、通讯方式、通讯费用、通讯设备。

(4) 资源：产业结构、生产量、资源储藏量、开发程度。

(5) 商业状况：商业习惯、公司商号数量及规模、供需季节、销售渠道，商会及相关机构、进出口统计，国际收支。

(6) 经贸政策及法规：贸易管理法规、关税法规、外商投资法规、外汇管理法规等；司法的力量、法律模式的基础、贿赂的作用、对外国公民的保护程度等；专利法、商标法和著作权法等；国际协定（例如是否参加世界贸易组织）、征用法等等。

(7) 金融：通货种类、物价水平、外汇制度、汇率、利率、金融市场交易状况。

二、特殊调查项目

1. 出口商的特殊调查项目

(1) 该商品在国外市场的生产量、生产厂商名单。

(2) 该商品在国外市场的进出口量、进出口厂商名单。

(3) 该商品在国外市场的消费量、消费季节。

(4) 当地产品的品质、价格、分销渠道、促销方法、交易条件。

(5) 进口产品的品质、价格、分销渠道、促销方法、交易条件。

(6) 该商品是否需要进口许可证？国内对该商品是否有出口限制？

2. 进口商的特殊调查项目

(1) 该商品的供应国家、供应数量、供应季节，供应厂商名单。

(2) 该商品的品质、价格、包装、设计。

(3) 供应国过去及目前出口地区、数量、价格。

(4) 供应国对该商品有无出口限制？国内对该商品是否有进口限制？

(5) 国内同业的进口品质、价格、数量、交易条件。

(6) 国内目前及潜在消费者、消费数量。

(7) 国内市场该商品的价格及行情变动情况。

(8) 进口税率及其他相关费用。

三、市场调查的方法

市场调查的方法有两种：一为搜集原始资料（primary data），即自己实地调查、搜集而得的第一手资料；另一为利用现有的二手资料（secondary data），即经他人搜集、整理的第二手资料。

由于成本问题，搜集原始资料比较昂贵，因此一般贸易商从事市场调查，通常是利用现成的二手资料，加以分析研究。二手资料的来源广泛，搜集并不困难，而且已经被整理加工过，只要再花费一些时间，按照自己业务的需要重新整理分析，即可以获得满意的结果；但有时出于特定的调查目的，例如调查某类商品的品质、价格、付款条件、供需数量、促销方式、已有与潜在竞争者等等，经常因为二手资料搜集不易或不够完整，而必须由贸易商自行或委托专业机构实地调查。

二手资料的来源非常广泛，尤其是在信息社会中，报刊、年鉴、手册、学术研究报告，各官方或民间机构如商务部、中国银行、海关、外交部、各使领馆、驻外商务单位、商会、航运业公会等发行的报告、统计资料、工商调查报告以及各种刊物均为二手资料的重要来源，除此之外，目前国际互联网上也提供大量并且多样的市场资讯，工商业者应该逐渐学会高效地利用此项渠道。

原始资料的搜集方法有两种：一为自行调查，一为委托专业市场调查机构代为调查。贸易商自行调查，常用的方法有通讯调查与派人出国访问，通讯调查的调查项目，不宜过多，而且调查的对象最好曾有往来，否则不易获得正确可靠的资料；出国访问调查则适于调查多个项目或比较重要的事项，也易于获得正确翔实的资料，但是所花费用比较高，贸易商应该根据调查的目的自行选择决定。至于委托专业机构调查，则效果更佳，但成本较高，一般中小规模的贸易厂商不能负担，通常仅限于大规模的贸易厂商采用。

搜集国际商情资料必须连续性地进行，持之以恒，长期下来，必能训练对市场的敏锐观察力及判断力，因此，平时应对各类商情资料多加注意。