



全国纺织高职高专规划教材

服装贸易 理论与实务

FUZHUANG MAOYI

LILUN YU SHIWU

张芝萍 主编



中国纺织出版社



全国纺织高职高专规划教材

服装贸易理论与实务

张芝萍 主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书为全国纺织高职高专系列教材。本教材以服装贸易为对象、以服装合同条款为中心、以国际贸易惯例和法规为依据,系统而全面地介绍了服装贸易实务的基本知识和基本理论。全书共11章,内容包括与服装贸易相关的基本概念,世界贸易组织与我国的服装贸易,服装贸易的术语和价格,服装贸易的运输、保险、贸易方式,服装贸易的标的、合同的磋商与签订,服装贸易的货款结算、合同的履行、争议的预防与处理等。本书最后附有配套的合同样本、各种单据样本、服装贸易常用语和词汇及两个与服装贸易相关的国际惯例,以供学生学习时参考。

为了帮助学生加深理解,在每个章节的重点、难点部分都配有案例分析,以案说理,强化应用。每章的“自我提升训练”(包括思考题、案例题和计算题)供学生进行课后练习,以巩固所学知识。

图书在版编目(CIP)数据

服装贸易理论与实务/张芝萍主编.北京:中国纺织出版社,2005.7

全国纺织高职高专规划教材

ISBN 7-5064-3391-5/TS·1977

I.服… II.张… III.服装-国际贸易-高等学校:技术学校-教材 IV.F746.83

中国版本图书馆CIP数据核字(2005)第041108号

策划编辑:李彦芳 责任编辑:高 剑 责任校对:陈 红
责任设计:何 建 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

三河市新科印刷厂印刷 各地新华书店经销

2005年7月第1版第1次印刷

开本:787×1092 1/16 印张:18.25

字数:352千字 印数:1—5000 定价:30.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社市场营销部调换

全国纺织高职高专服装专业教材编委会

主 任	朱焕良					
副主任	张繁荣 焦庆堂 温振华					
编 委	童晓辉	余祖慧	刘治军	许 涛	高亦文	周俊飞
	陈汉东	吴世刚	王荷萍	毕亦痴	朱达辉	刘灿明
	崔玉梅	金 韵	练 红	佟 则	张 丹	李晓兵
	徐 逸	袁大鹏	孔祥梅	冯越芳	杨隽颖	陈培青
	孙 有	廖雪梅	卢亦军	孙 戈	乔 洪	张晓艳
	陆 洁	邵献伟	李 君	龚勤理	丁莉荣	郑秀芳
	朱建军	阳 川	常来顺	吴丰芳	李晓岩	向虹云
	齐丽君	梁 庆	霍 星	侯珊珊	付春江	廖元吉
	张龙琳	徐 幼	张芝萍	汤建斌	王春兰	毛莉莉
	周 莉	陈尚斌	郑慧芳	顾鸿炜	刘 峰	朱俊丽
	朱 伟	徐四清	刘艳君	朱宏达	张 英	余巧霞
	刘 征	卢 晓				

序

翻开中国教育史,早在 19 世纪 60 年代,在清政府的洋务运动中,就已经孕育出职业教育的萌芽。民国初年,职业教育得到了初步发展。新中国成立之后,我国的职业教育才进入了一个新的历史时期,建立了社会主义职业教育体系,为我国的国民经济恢复、发展和工业基础的奠定做出了历史性的贡献。然而,当时由于对职业教育缺乏准确的界定和社会对职业教育的认可程度不高,阻碍了职业教育的发展。随着我国社会、经济的不断发展和教育改革的逐步深入,职业教育的地位才逐步被社会、国家所重视。特别是 1996 年和 1998 年,当时的国家教委和后来的教育部先后提出“三改一补”和“三多一改”的大力发展高等职业教育的方针,全国高等职业院校才如雨后春笋般地发展起来。

纺织高等职业技术学院就是在这样的背景下建立和发展起来的。目前已发展成为纺织行业各类教育中一支重要的教育体系。

为了使纺织高等职业技术教育健康稳步发展,中国纺织服装教育学会高职高专教学工作委员会按照《教育部关于加强高职高专教育人才培养工作的意见》有关要求,在制定了纺织高职高专专业目录(指南)的基础上,召开了专门工作会议,成立了 6 个专业教学指导委员会和相关教材编写委员会,并和中国纺织出版社和东华大学出版社一道规划了纺织高职高专首批教材 30 余种。在中国纺织服装教育学会高职高专教学工作委员会的直接领导下,在全国纺织高职高专院校和中国纺织出版社、东华大学出版社的积极支持参与下,在各个教材编写委员会的共同努力下,终于完成了首批纺织高职高专全国统编教材,以期满足纺织高职高专院校教学的需要。

尽管有如此众多的单位、院校、部门和众多的专家、教授、学者的共同努力,但仍不能说这套教材已经尽善尽美,错误及不准确之处在所难免。希望广大同行、教师和使用者及时提出宝贵意见,以期提高这套教材的整体质量。

中国纺织服装教育学会
高职高专教学工作委员会

前言

随着纺织品服装贸易配额的取消,服装贸易迎来了空前的发展机遇,我国作为世界服装最大的出口国,不仅需要大批懂得服装贸易运作的经营管理人才,更需要成千上万熟悉服装进出口程序、能够熟练处理服装贸易各环节具体业务的中、高级操作人员。本教材正是根据这一现实需要,针对高职高专纺织服装类院校相关专业的教学需要而编写的。

本书共十一章,由浙江轻纺职业技术学院的张芝萍老师任主编,负责编写第一章、第二章、第三章、第四章、第五章、第八章、第九章、第十章及附录的选编;苏州经贸职业技术学院的汤建斌、王春兰老师负责编写第六章、第七章和第十一章。本书由张芝萍负责全书的总纂及修改。在内容选择与编排上,针对高职高专教育的特点,力求以加强学生实际应用能力为本位,以讲清概念、强化学生操作能力为重点,紧密联系服装贸易实际,突出了针对性、实用性与时效性。作者针对性地选取了大量服装贸易的典型案例,并且进行了分析和模拟实训,使学生在较短的时间内深入透彻地掌握服装贸易的运作程序及一般做法,从而能够较快、较好地适应未来的工作岗位。

在教材的编写过程中,我们参考了同类教材和有关论著,在此,表示真诚的谢意;教材中存在的不妥之处,敬请各位专家、学者批评指正。

作者
2005年4月

目录

第一章 服装贸易概述 / 1

第一节 服装贸易相关的基本概念 / 1

第二节 服装贸易合同的基本内容 / 6

第三节 服装贸易的基本业务程序 / 7

第二章 世界贸易组织与我国的服装贸易 / 12

第一节 世界贸易组织概述 / 12

第二节 《纺织品和服装贸易协议》 / 17

第三章 服装贸易的术语和价格 / 23

第一节 贸易术语的含义及有关国际惯例 / 23

第二节 六种常用的贸易术语 / 29

第三节 其他七种贸易术语 / 40

第四节 贸易术语的选用 / 43

第五节 服装贸易的价格 / 45

第四章 服装贸易的运输 / 59

第一节 服装贸易的运输方式 / 59

第二节 运输单据 / 67

第三节 服装贸易合同中的装运条款 / 74

第五章 服装贸易的保险 / 79

第一节 保险的含义及种类 / 79

第二节 海上运输保险 / 80

第三节 其他运输方式下的保险 / 88

第四节 服装贸易合同中的保险条款 / 90

第六章 服装贸易方式 / 97

第一节 经销 / 97

第二节 代理 / 100

第三节 加工贸易 / 103

第七章 服装贸易的标的 / 109

第一节 服装的品质 / 109

第二节 服装的数量 / 115

第三节 服装的包装 / 116

第八章 服装贸易合同的磋商与签订 / 122

第一节 服装贸易合同的磋商 / 122

第二节 服装贸易合同的签订 / 130

第三节 电子商务 / 134

第九章 服装贸易的货款结算 / 140

第一节 服装贸易的支付工具 / 140

第二节 服装贸易的支付方式 / 145

第十章 服装贸易合同的履行 / 172

第一节 出口合同的履行 / 172

第二节 进口合同的履行 / 191

第十一章 服装贸易争议的预防与处理 / 197

第一节 服装检验 / 197

第二节 索赔 / 205

第三节 不可抗力 / 207

第四节 仲裁 / 210

附录一 书面合同 / 214

附录二 汇票 / 215

附录三 报关单 / 216

附录四 商业发票 / 217

附录五	装箱单	/ 218
附录六	海运提单	/ 219
附录七	保险单	/ 220
附录八	一般原产地证	/ 222
附录九	普惠制产地证	/ 223
附录十	出口收汇核销单	/ 224
附录十一	开证申请书	/ 225
附录十二	服装贸易常用(缩)语和词汇	/ 227
附录十三	《2000 年国际贸易术语解释通则》	/ 238
附录十四	《跟单信用证统一惯例》(1993 年修订本)(国际商会第 500 号出版物)	/ 257
主要参考文献		/ 275

服装贸易概述

第一节 服装贸易相关的基本概念

一、国际贸易与对外贸易

(一) 国际贸易

国际贸易(International Trade)是不同国家(或地区)之间进行的商品交换活动,也称世界贸易。其中的商品既包括有形商品,如服装、面料、电视机等,也包括无形商品,如技术、服务等。

国际贸易既包括本国与外国,也包括外国之间进行的商品交换活动。如中国与美国、日本与新加坡等国家之间进行的贸易。

(二) 对外贸易

对外贸易(Foreign Trade)是一国(或地区)同别国(或地区)之间进行的商品交换活动,也称外部贸易、海外贸易、进出口贸易。它是从某国的角度而言,如中国的对外贸易、美国的对外贸易。

国际贸易和对外贸易既紧密相连又有所区别,是不能等同起来的。它们都是国际间的商品交换活动,不过就其涵盖的范围而言,任何一国的对外贸易都远远不及国际贸易,它只是国际贸易中的一个组成部分,占其中较小的份额。

二、贸易额与贸易量

(一) 贸易额

贸易额(Value of Trade)又称贸易值,是用货币表示的反映贸易规模的指标。可分为对外贸易额和世界贸易额。

1. **对外贸易额** 一个国家在一定时期(一年)出口贸易额和进口贸易额的总和。

2. **世界贸易额** 世界各国出口贸易额的总和。

出口额的计算标准是以 FOB(装运港船上交货)计算,因为运费和保险费不应算做出口贸易额。

(二)贸易量

贸易量(Quantity of Trade)用进出口商品的计量单位,如数量、重量等表示的反映贸易规模的指标。

按照实物计量单位进行计算,可以剔除价格变动等因素带来的虚假成分,更准确地反映实际贸易情况。贸易值增加了,贸易量不一定增加,还可能减少。

三、净出口与净进口

一个国家在同类产品上既有出口又有进口。在一定时期里(如一年)将某种商品的出口数量与进口数量相比较,如果出口量大于进口量,叫做净出口(Net Export);如果出口量小于进口量,叫做净进口(Net Import)。

在某一类商品上是净出口还是净进口,反映了一国对该商品的生产能力和消费能力。如果一国对某类商品的生产能力大于消费能力,则该国在该类商品的外贸中会出现净出口;反之则出现净进口。另外,净出口或净进口也可能是由于一国的某类商品在国际竞争中的地位造成的。竞争力强,会出现净出口;竞争力弱,则会出现净进口。

四、贸易差额

贸易差额(Balance of Trade)是指一个国家(或地区)在一定时期(如一年)里,出口额与进口额的相差数。如果出口额大于进口额,叫做“贸易顺差”或“贸易盈余”,亦称“出超”(Favorable Balance of Trade)。如果出口额小于进口额,则叫“贸易逆差”或“贸易赤字”,亦称“入超”(Unfavorable Balance of Trade)。

贸易差额是衡量一国对外贸易状况的重要标志。一般说来,贸易顺差表明一国在对外贸易收支上处于有利地位,贸易逆差则处于不利地位。争取贸易顺差的手段首先是扩大出口。但是,贸易长期顺差不一定是好事。这是因为,要长期赚取贸易顺差就必须把国内大量的商品和劳务让外国人享受和使用,手中只留有充当国际清偿手段的外汇,这样一来本国自己可用的经济资源反而相对减少,从而实际上降低了广大国民的经济福利。同时,长期顺差往往易于引发同他国的经济摩擦,给本国今后的外贸发展增加了障碍和困难。同样,逆差也并非绝对是坏事,若是为了加速经济发展而适度举借外债,引进先进技术及生产资料而产生贸易逆差,也不是坏事。况且逆差也是减少长期顺差的手段。因此,从长期趋势来看,一国的进出口贸易应保持基本平衡。

五、贸易条件

贸易条件(Terms of Trade)是指出口一单位商品可以换回多少单位的外国商品。换回的外国商品多,称为贸易条件好转;换回的外国商品少,称为贸易条件恶化。

贸易条件指数 = (出口价格指数 / 进口价格指数) × 100

贸易条件指数有三种情况:

- (1) 贸易条件指数 > 100, 改善。
- (2) 贸易条件指数 = 100, 不变。
- (3) 贸易条件指数 < 100, 恶化。

例如, 现以 2002 年为基准年, 其进出口价格指数均是 100, 而 2003 年出口价格上涨 6%, 进口价格下降 2%。这样, 该年出口价格指数为 106, 进口价格指数为 98, 那么贸易条件指数就是 108.17 ($106/98 \times 100$)。可见贸易条件改善了 8.17%。贸易条件改善或有利, 就是指交换比价上升, 即同等数量的出口商品能换回比以前更多的进口商品; 反之则称贸易条件恶化。必须注意, 这种改善或恶化只是就进出口时期与基期相比较而言的, 因而完全是相对的。

六、对外贸易依存度

对外贸易依存度(Ratio of Dependence on Foreign Trade)是指一国对外贸易额在该国国内生产总值(GDP)中所占的比重。也有人用国民生产总值(GNP)来计算外贸依存度, 但现在较多地使用 GDP 来计算外贸依存度。若以 X 表示出口, M 表示进口, 则外贸依存度的公式为: $(X + M) / \text{GDP}$ 。

外贸依存度表明一国的经济对外贸的依赖程度, 也可表明一国经济国际化的程度。进口值不是该国在一定时期内新创造的价值, 这使外贸依存度表现得较高, 因此, 很多人使用出口依存度这个概念。

出口依存度是指一国在一定时期内出口值在国内生产总值中所占的比重。出口依存度的公式为: X / GDP 。

另外, 可以把进口额在 GDP 中的比重称为进口依存度。进口依存度的公式为: M / GDP 。

进口依存度可以用来表示一国的市场开放度。我国自改革开放后, 出口依存度也在大幅度提高。1978 年为 5.22%, 1980 年为 6.68%, 1990 年为 14.56%, 2000 年为 22.3%。由此可见, 我国的对外贸易在国民经济中的地位日益提高, 我国经济与世界经济的联系也越来越密切。

七、贸易的商品结构

贸易的商品结构(Composition of International Trade)是指一国在一定时期里(如一年)各类商品在进出口贸易总额中所占的比重。

商品的种类繁多, 一种常见的分类方法是根据商品的加工程度, 把商品分为初级

产品和工业制成品两大类。前者是指未经加工或简单加工的农、林、牧、渔和矿产品,如食品、工业原料、燃料等。后者是指经过机器完全加工的产品,如机器设备、化学制品和其他工业品等。还有一种常见的分类方法是根据商品生产中所需要的某种较多的生产要素,把商品分为劳动密集型商品、资本密集型商品等。联合国正式采用的《国际贸易标准分类》(简称 SITC)把贸易商品分为十大类,其中前五类即为初级产品,后五类是工业制成品。

一国出口商品构成取决于它的国民经济状况、自然资源丰欠以及对外经济政策等因素。

必须指出,不断提高外贸商品结构中工业制成品的比重,是一国增强国际竞争力的重要方面。

八、贸易的地理方向

贸易地理方向(Direction of Trade)从一国(地区)对外贸易的角度而言,地理方向是指一国对外贸易额的地区分布和国别分布状况,即该国的出口商品流向和进口商品来自哪些国家或地区。该指标反映了一国同世界各国或各地区的经济贸易联系的程度。以中国为例,2000年,按地理方向分类的主要外贸对象排名前四位的是日本(17.53%)、美国(15.70%)、欧盟(14.56%)、中国香港(11.37%)。这表明,中国内地同日本、欧盟、中国香港地区、美国的对外贸易额所占比重很大,而同拉美国家的贸易交往相对就很少。从国际贸易方面来看,地理方向是指世界贸易额的国别分布或洲别分布情况,反映了各国或各洲在国际贸易中的地位。例如,2000年,中国的对外贸易额占世界贸易总额的比重为7.67%,排名第七位。该年,国际贸易排名前三位的是美国(32.98%)、德国(17%)、日本(13.88%)。这表明,这些发达国家参与国际商品流通的水平较高,在世界贸易中具有举足轻重的地位。

九、关税

(一)关税的含义和作用

关税(Customs Duties; Tariff)是指进出口货物经过一国关境时,由政府设置的海关向本国进出口商课征的一种税收。

征收关税的作用主要有两个方面:一是增加本国财政收入;二是保护本国的产业和国内市场。

(二)关税的种类

1. 进口税(Import Duties) 进口税是指进口商品进入一国关境时或者从自由港、出口加工区、保税仓库进入国内市场时,由该国海关根据海关税则对本国进口商所

征收的一种关税。进口税又称正常关税(Normal Tariff)或进口正税。

2. 出口税(Export Duties) 出口税是出口国家的海关在本国产品输往国外时对出口商所征收的关税。目前大多数国家对绝大部分出口商品都不征收出口税。因为征收出口税会抬高出口商品的成本和国外售价,削弱其在国外市场的竞争力,不利于扩大出口。但目前世界上仍有少数国家(特别是经济落后的发展中国家)征收出口税。

3. 过境税(Transit Duties) 过境税又称通过税或转口税,是一国海关对通过其关境再转运第三国的外国货物所征收的关税。其目的主要是增加国家财政收入。

4. 进口附加税(Import Surtaxes) 进口附加税是指进口国海关对进口的外国商品在征收进口正税之外,出于某种特定的目的而额外加征的关税。进口附加税不同于进口税,在一国《海关税则》中并不能找到,也不像进口税那样受到世贸组织的严格约束而只能降不能升,其税率的高低往往视征收的具体目的而定。

进口附加税通常是一种临时性的特定措施,又称特别关税。其目的主要有:应付国际收支危机、维持进出口平衡、防止外国产品低价倾销;对某个国家实行歧视或报复等。

进口附加税主要有反倾销税、反补贴税、紧急关税、惩罚关税和报复关税五种。

5. 差价税(Variable Levy) 差价税又称差额税,是当本国生产的某种产品的国内价格高于同类进口商品的价格时,为削弱进口商品的竞争力,保护本国生产和国内市场,按国内价格与进口价格之间的差额征收的关税。征收差价税的目的是使该种进口商品的税后价格保持在一个预定的价格标准上,以稳定本国国内该种商品的市场价格。

十、非关税壁垒

(一)非关税壁垒的含义、作用

非关税壁垒(NTBs, Non-Tariff Barriers),是指除关税措施以外的一切限制进口的措施,它和关税壁垒一起充当政府干预贸易的政策工具。

(二)非关税壁垒的特点

非关税壁垒虽然与关税壁垒一样可以限制外国商品进口,却有其自身显著的特点。非关税壁垒在限制进口方面比关税壁垒更有效、更隐蔽、更灵活和更有歧视性。正由于这些特点,非关税壁垒取代关税壁垒成为贸易保护主义的主要手段,有其客观必然性。

(三)非关税壁垒的主要种类

非关税壁垒名目繁多,内容复杂,联合国贸易与发展会议(UNCTAD)将非关税壁

垒措施分成三种类型,每种类型分为 A、B 两组,其中 A 组为数量限制,B 组为进口商品成本限制,具体参见下表。

联合国贸易与发展会议对非关税壁垒的分类

I. 为保护国内生产不受外国竞争而采取的商业性措施 A 组:(1)进口配额 (2)许可证 (3)“自动”出口限制 (4)禁止出口和进口 (5)国有贸易 (6)政府采购 (7)国内混合规定 B 组:(8)最低限价和差价税 (9)反倾销税和反补贴税 (10)进口押金制 (11)对与进口商品相同的国内工业生产实行优惠 (12)对与进口商品相同的国内工业实行直接或间接补贴 (13)歧视性的国内运费 (14)财政部门对于进口商品在信贷方面的限制	II. 除商业性政策以外的用于限制进口和鼓励出口的措施 A 组:(15)运输工具的限制 (16)对于进口商品所占国内市场份额的限制 B 组:(17)包装和标签的规定 (18)安全,健康和技术标准 (19)海关检查制度 (20)海关估价 (21)独特的海关商品分类 III. 为促进国内替代工业的发展而实行的限制进口措施 (22)政府专营某些商品 (23)政府实行结构性或地区性差别待遇政策 (24)通过国际收支限制进口
--	---

资料来源 陈宪等《国际贸易——原理·政策·实务》,第 281 页。

第二节 服装贸易合同的基本内容

服装贸易合同不仅是当事人各自履行约定义务的依据,也是履行合同过程中发生争议时,进行补救、处理争议的法律依据。为此,一项有效的服装贸易合同应包括以下基本内容。

一、服装贸易合同的标的

在服装贸易合同中,标的的内容主要包括商品的品名、品质、数量和包装等。明确合同的标的,从法律上说是规定了买卖双方在货物交收方面的基本权利和义务;从业务上说是规定了交易的物质内容。因此,在合同中规定标的物,不仅是货物交收的基本依据之一,也是交易赖以进行的物质基础和前提。服装贸易合同的标的通常必须具备三个条件:必须是合法的,必须是卖方所占有的,必须是不涉及第三者权

益的。

二、服装贸易合同的价格

服装的价格是买卖双方磋商的一项重要内容,它涉及买卖双方的利害关系。在国际市场上,服装的价格不仅受国际价值的影响,而且受政治、经济等各方面因素的影响。因此,正确地制定和掌握服装的价格,是买卖双方洽谈交易和订立合同时的一个重要问题。服装买卖的价格主要涉及单位价格和总价、国际贸易中惯用的某种价格术语、作价办法、佣金和折扣、支付方式和价格调整条款等内容。

三、服装贸易合同双方的义务

在服装贸易中,由于交易商品不同、贸易条件不同,所选用的惯例不同,故每一份合同中所规定的当事人的权利和义务也不一样。卖方的义务主要包括:按照合同规定交付货物、移交一切与货物有关的单据、转移货物的所有权等。买方的义务主要包括:按照合同规定支付货款和收取货物等。

四、服装贸易合同争议的预防与处理

买卖合同订立后,卖方和买方都有可能发生违约行为。如卖方不交货,不按时、按质、按量交货,或不按合同规定提交与货物有关的单据等;买方无理拒收货物或拒绝支付货款等。为了防止违约或争议的发生以及对违约的补救或处理争议,买卖双方商订合同时,需要在合同中订立检验、索赔、不可抗力 and 仲裁条款等。

五、服装贸易合同的其他基本条款

如合同当事人的名称或姓名、国籍、主营业场所或住所,合同使用的文字及其效力,合同签订的日期、地点,合同转让等内容。

第三节 服装贸易的基本业务程序

在服装贸易中,服装买卖是围绕着服装贸易合同这一中心而展开的。服装贸易的基本业务程序包括交易前准备、交易磋商和合同签订、合同履行三个阶段。

一、交易前的准备阶段

无论进口商还是出口商,只有在交易之前做好充分的准备,才有可能顺利地磋商

和签订合同,提高交易的成功率。这些准备工作主要包括选配贸易谈判人员,市场调研,客户调研,制定进、出口商品经营方案等。

(一)选配贸易谈判人员

高素质的贸易谈判人员是确保交易磋商成功的关键,为保证磋商顺利进行,应事先选配优秀的谈判人员。服装进出口贸易是跨国交易,其程序、参与方、市场和文化背景以及所涉及的法律、法规都十分复杂。所以,参加交易洽谈的人员不仅要具有认真负责的工作态度,同时还要掌握较为广泛的国际贸易业务知识。除了一般的商品知识外,还要了解运输、保险、国际结算、国际金融等方面的知识,熟悉有关的国际惯例和法律(尤其是《合同法》、《公约》),精通国际市场营销的一般方法和规律。

(二)市场调研

在洽谈交易之前,必须加强对国外服装市场的调研工作,通过各种途径广泛收集国外服装市场资料,了解国际服装市场供求状况、价格动态、各国有关进出口的政策、法规和惯例,以便从中确定最恰当的目标市场。对于出口商来说这意味着选择销售市场,对进口商来说则是选择采购市场。

对于出口商来说,应着重了解特定市场的人口、气候、语言、度量衡制度;清楚消费者的购买能力和消费习惯、消费水平;调查某种款式的服装在该市场是否适销,是否存在竞争产品或替代品以及其竞争力如何;自身产品是否具有价格、性能、质量或服务上的独特优势;了解目标市场上的供求关系以及影响供求关系变动的各种因素,如生产周期、产品销售周期等;研究市场价格的变动趋势及其影响因素,如经济周期、通货膨胀、市场竞争强度、投机活动、自然灾害、季节变动等社会的、经济的和自然的因素。此外,还要对市场所在地的进口管制、外汇管制及海关制度等情况做认真分析,这样才能选择一个较为适当的销售市场。

对于进口商来说,应认真比较各个不同市场上商品的品质、规格、性能、花色品种、生产技术及工艺的先进程度等,并结合汇率变动情况,考察商品的本币价格,做到货比三家,从而选择我们最需要的、价格最合理的商品。

对国外市场的调研可通过以下途径来开展:查阅既有信息,如公共商业图书馆、商业学报、商会发布的信息文件、政府出口部门及贸易协会的纪录、贸易及商业杂志;通过因特网进行网上调研;聘请专业的市场调研代理或购买专业信息服务商提供的信息;通过参加对外贸易使团或贸易博览会、交流会获得第一手资料(直接印象)等。

(三)客户调研

在交易之前,应对客户的资信情况进行全面调查。对客户的资信调查主要从以下方面进行。

1. 支付能力 主要是了解客户的财力,其中包括注册资本的大小、融资渠道、营