



21世纪高职高专规划教材
财经类



UOJIMAOYIZONGHESHIXUN

国际贸易综合实训

主编 韩宇红



北京理工大学出版社
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

21 世纪高职高专规划教材·财经类

国际贸易综合实训

韩宇红 主 编

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易综合实训/韩宇红主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2009. 1
ISBN 978 - 7 - 5640 - 1764 - 4

I. 国… II. 韩… III. 国际贸易 - 高等学校 - 教学参考资料 IV. F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 007717 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 涿州市新华印刷有限公司

开 本 / 787 毫米 × 960 毫米 1/16

印 张 / 13

字 数 / 273 千字

版 次 / 2009 年 1 月第 1 版 2009 年 1 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 4000 册

定 价 / 24.00 元

责任校对 / 陈玉梅

责任印制 / 周瑞红

图书出现印装质量问题, 本社负责调换

前 言

《国际贸易综合实训》是为学生提供在学完《国际贸易实务》、《国际商务谈判》、《外贸函电》、《外贸单证》等几门课程后进行综合实训而编写的配套教材。本教材以国际贸易交易的基本过程为主线，以模拟设定的具体进出口商品交易作为背景，从进出口贸易业务中的合同磋商与签订（建立交易关系，报价核算，还盘核算，签约核算等）和合同的履行（运输、保险、支付、单据议付等）诸方面入手，通过生动具体的案例分析，为学生提供一个在仿真模拟实践中了解和掌握进出口交易程序和基本技能的有效途径。

本套教材作为高等职业院校贸易类专业教材，适用于其他各类职业教育和企业管理人员培训，是广大学员自学国际贸易知识和进行职业能力训练的实用教材。

本书由韩宇红副教授担任主编，其中出口业务综合实训部分由韩宇红编写项目一、二、三，陈洁编写项目四、五、六、七，郭瑜编写项目八、九、十、十一，苏丽军编写项目十二、十三、十四；进口业务综合实训部分由唐永钟编写项目一、二、三，王亚均编写项目四、五、六。

在本教材的编写过程中，我们得到了社会各界领导、专家、学者以及企业家们的大力支持，参考了许多教材、专著、论文、网站等内容，在此一并表示衷心的感谢。

由于编写专业综合实训教材经验不足，书中难免会有缺点和错误，敬请读者批评指正，以便不断修订完善。

编 者
2008 年 9 月

目 录

第一篇 出口业务综合实训

出口业务综合实训背景	(4)
出口业务综合实训项目一 国内货源市场调查与国外客户资信调查	(5)
出口业务综合实训项目二 与国外客户建立贸易关系	(10)
出口业务综合实训项目三 出口商品价格核算与对外报价	(14)
出口业务综合实训项目四 按照国外客户要求报价	(18)
出口业务综合实训项目五 根据客户还盘情况重新向客户报价	(25)
出口业务综合实训项目六 出口价格核算并重新向客户报价	(30)
出口业务综合实训项目七 出口合同的缮制与催证	(37)
出口业务综合实训项目八 审核信用证及改证	(48)
出口业务综合实训项目九 签订合同	(58)
出口业务综合实训项目十 备货	(71)
出口业务综合实训项目十一 出口报检、办理运输及投保	(73)
出口业务综合实训项目十二 出口报关和装运	(90)
出口业务综合实训项目十三 制单	(97)
出口业务综合实训项目十四 出口收汇核算、退税	(106)

第二篇 进口业务综合实训

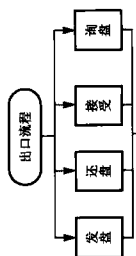
进口业务综合实训背景	(113)
进口业务综合实训项目一 向供货商询价	(115)
进口业务综合实训项目二 还盘	(118)
进口业务综合实训项目三 签约资料	(121)
进口业务综合实训项目四 买方开证及通知客户	(124)
进口业务综合实训项目五 办理进口投保手续	(136)
进口业务综合实训项目六 审单、办理进口报关及提货手续	(143)

附 录

附录1 联合国国际货物销售合同公约·····	(163)
附录2 UCP 600 ·····	(182)
附录3 出口营销网址推荐·····	(199)
参考文献 ·····	(202)

出口业务综合实训

第一篇



报关单（出口货物纸质报关单一式六联）：

1. 海关作业联
2. 海关留存联
3. 企业留存联
4. 海关核销联（用于办理加工贸易核销）
5. 证明联（出口收汇用）
6. 证明联（出口退税用）。

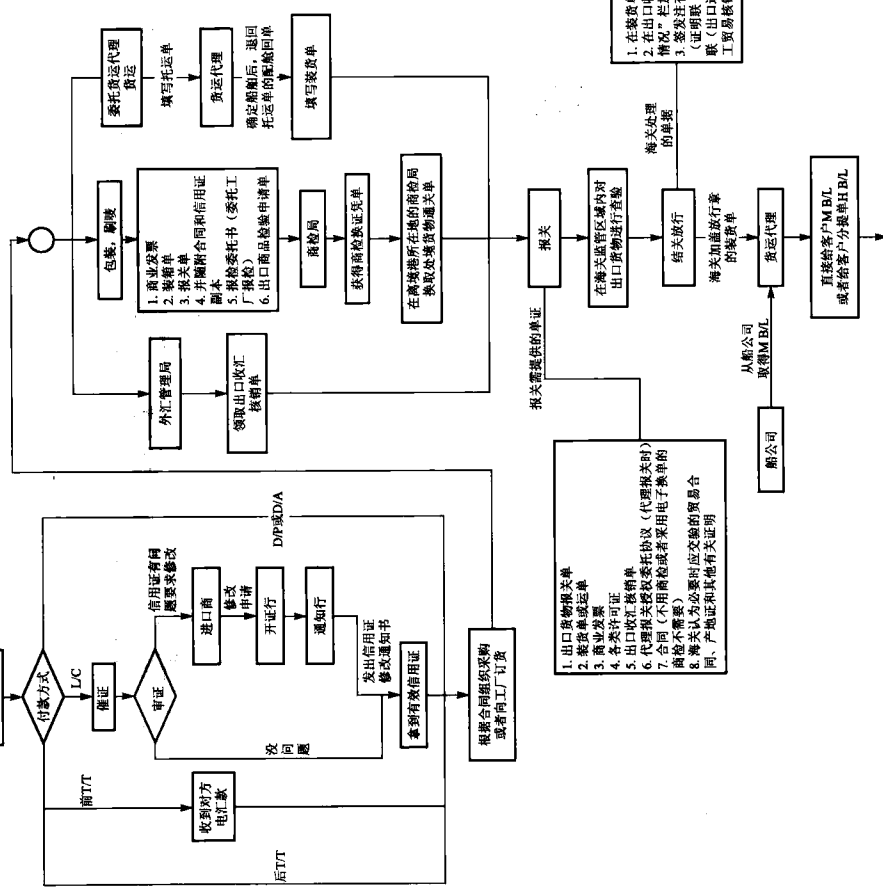
出口收汇核销单（一张三联），从左到右依次是：

1. 存根联
2. 出口收汇核销单
3. 出口退税专用联（未给核销，不得撕开）

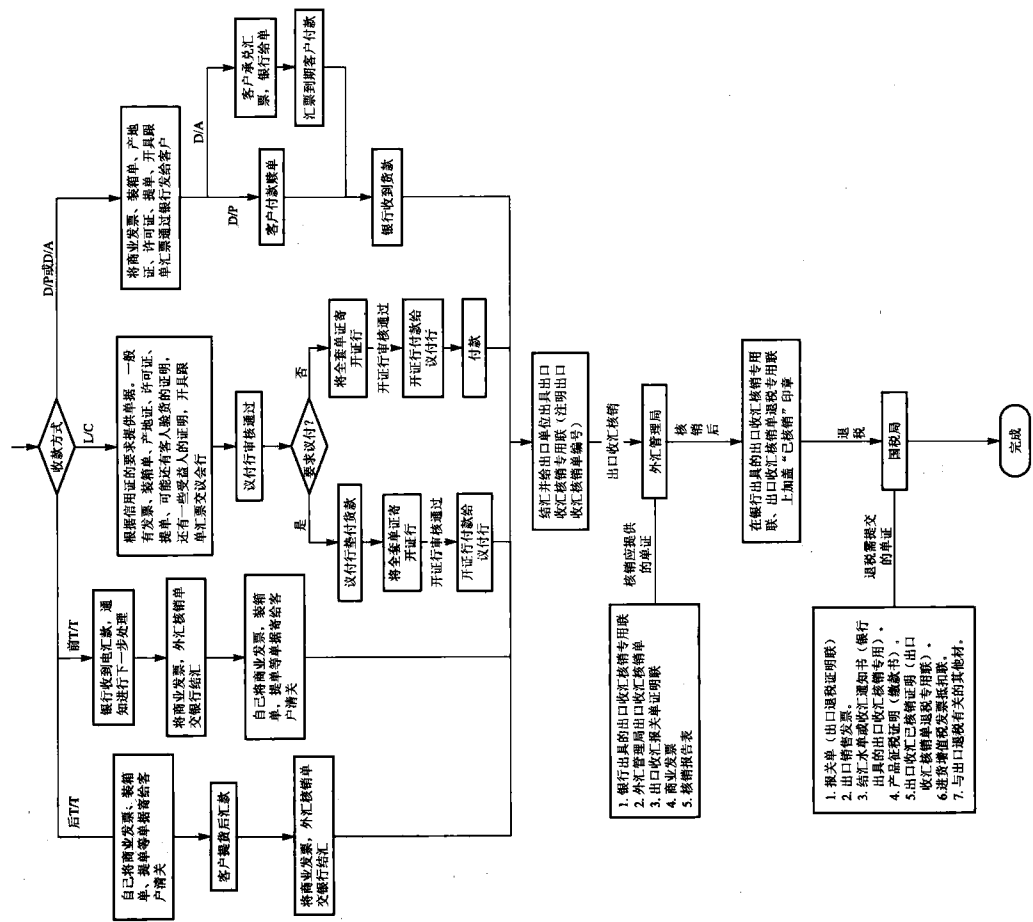
增值税发票一式四联：

1. 第一联（存根联），销售单位留存备查
2. 第二联（发票联），购货单位记账
3. 第三联（抵扣联），购货单位抵扣税款
4. 第四联（记账联），销售单位记账

1. 在报关单随运单上加盖放行章
 2. 在出口收汇核销单“海关放行情况”栏加盖“验放章”
 3. 签发带有核销单编号的报关单（证明联（出口收汇用）、证明联（出口退税用）、用于办理加工贸易核销的报关单核销联）



出口业务流程图



出口业务流程图 (续)

出口业务综合实训背景

进出口双方的资料

一、出口方

漳州九龙进出口公司

ZHANGZHOU JIULONG IMPORT & EXPORT CORP.

10 SHENGLI ROAD, XIANGCHENG DISTRICT, ZHANGZHOU, FUJIAN, CHINA

TEL NO. (86) 596 - 2161106

FAX NO. (86) 596 - 2161108

E-MAIL: jiulong @ public1. tpt. tj. cn

二、进口方

美国 TOM & JANE CO.

TOM & JANE CO.

#349 - 7 THREE STREET, NEWYORK, AMERICA

TEL NO. (+01) 8875

FAX NO. (+01) 8846

E-MAIL: admin @ www. tms. com. cnd.

出口业务背景

(1) 漳州九龙进出口公司系福建省漳州一家大型专业外贸公司。公司经营多种商品，特别是机电产品进出口。多年来，公司一贯坚持平等互利、重合同、守信誉原则，不断开发扩大国际国内市场，同国内外多家厂商、客户建立业务关系。近日，公司在网上看到美国 TOM & JANE 公司（新客户）有意从中国进口一批 25 英寸彩电。

(2) TOM & JANE 公司是美国纽约一家较有名的综合性贸易公司。公司经营纺织、服装、食品、化工、家电多年，有较多的国内销售渠道及较好资信及业务能力。近日，公司决定从中国进口一批 25 英寸彩电（到岸价格初步掌握在 310 ~ 320 美元），并将求购信息发布在互联网上。

根据上述背景，模拟九龙进出口公司业务员的身份完成出口业务实训任务。

出口业务综合实训项目一

国内货源市场调查与 国外客户资信调查

实训目的

1. 通过实训掌握国内市场货源信息收集方法。
2. 掌握国外客户资信的调查方法与途径。
3. 学会填写资信调查申请书。

实训要求

要求学生能够利用互联网等媒介开展实际调研，正确选择国外交易对象，了解和选择国内供应商。

实训知识

一、国际市场调研

从国际贸易商品进出口角度看，国际市场调研主要包括：国际市场环境调研、国际市场商品情况调研、国际市场营销情况调研、国外客户情况调研等。

（一）国际市场环境调研

1. 国外经济环境，包括一国的经济结构、经济发展水平、经济发展前景、就业、收入分配等。
2. 国外政治和法律环境，包括政府结构的重要经济政策、政府对贸易实行的鼓励与限

制措施、特别有关外贸方面的法律法规,如关税、配额、国内税收、外汇限制、卫生检疫、安全条例等。

3. 国外文化环境,包括使用的语言、教育水平、宗教、风俗习惯、价值观念等。
4. 其他,包括国外人口、交通、地理等情况。

(二) 国际市场商品情况调研

1. 国外市场商品的供给情况,包括商品供应的渠道、来源,国外生产厂家、生产能力、数量及库存情况等。
2. 国外市场商品需求情况,包括国外市场对商品需求的品种、数量、质量要求等。
3. 国际市场商品价格情况,包括国际市场商品的价格、价格与供求变动的关系等。

(三) 国际市场营销情况调研

1. 商品销售渠道,包括销售网络设立、批零售商的经营能力、经营利润、消费者对他们的印象、售后服务等。
2. 广告宣传,包括消费者购买动机、广告内容、广告时间、方式、效果等。
3. 竞争分析,包括竞争者产品质量、价格、政策、广告、分配路线、占有率等。

(四) 国外客户调研主要途径

1. 委托国内外咨询公司对客户进行资信调查。
2. 委托中国银行及其驻外分支机构对客户进行资信调查。
3. 通过我外贸公司驻外分支机构或商务参赞、代表处对客户进行资信调查。
4. 利用交易会、洽谈会、客户来华谈判、派出国代表团、推销小组等对客户进行资信调查。

(五) 国外客户情况调研

1. 客户政治情况,主要了解客户的政治背景、与政界的关系、公司企业负责人参加的党派及对我国的政治态度。
2. 客户资信情况,包括客户拥有的资本和信誉两个方面。资本指企业的注册资本、实有资本、公积金、其他财产以及资产负债等情况;信誉指企业的经营作风。
3. 客户经营业务范围,主要指客户的公司企业经营的商品及其品种。
4. 客户公司、企业业务,指客户的公司企业是中间商还是使用户或专营商或兼营商等。
5. 客户经营能力,指客户业务活动能力、资金融通能力、贸易关系、经营方式和销售渠道等。

二、国内供应商的调研

了解国内供应商,可以通过我国相关的行业类的特殊机构、互联网、电话黄页、商会、咨询公司和行业内专刊,也可以主动接触供应商进行了解和选择。

实训提示

- 1. 出口商最终要签订两份合同，即与进口商的外销合同和与国内供货商的采购合同。
- 2. 在选择目标市场、目标产品和交易对象时，出口商可充分利用互联网提供的海量信息。其中，搜索引擎是在互联网上查找信息最便捷的方法之一。
- 3. 若出口商对所收集的交易对象信息不满意，还可以通过媒体自行发布信息或广告，吸引买家的注意，增加业务机会。

实训任务

根据客户求购信息，与市内各电视机生产厂家进行联系，了解 25 英寸彩电产品生产及价格情况，并填写表 1-1。

表 1-1 25 英寸彩电货源市场调查表

公司：

调查方式		
生产厂家		
产 品 情 况	品名	
	型号	
	规格	
	包装	
	价格	

资料填写人：

设法对国外客户资信进行调查，填写以下资信调查申请书与考核评价表。

表 1-2 资信调查申请书

致：中国银行漳州市分行

日期：_____

兹委托贵行对下述对象作资信调查

编号：_____

调查对象	国外客户全称 (中英文)			
	地址 (中英文)			
	电传号		电 话	
	往来银行名称及账号		电 传	
调查内容及目的		了解客商的资本、信誉及经营作风等情况。		
调查方式		你行 电询 函询	代理行 电复 函复	
委 托 须 知		1. 银行对调查结果的真实性不负任何责任。 2. 你行对调查过程中邮电、通信造成的延误、丢失以及代理行的延误或不回复概不负责。 3. 委托人同意支付银行有关费用(包括你行费用和国外行可能收取的外币费用)。 4. 委托人保证对调查内容保密,并保证对由此引起你行蒙受的一切损失负全部责任。		
委托单位	全称及地址			
	开户行及账号			
	联系人	电 话		
银行审核意见:		经办:	委托单位签章负责人:	
		日期:	日期:	

表 1-3 考核评价

考评人		被考评人	
考评地点			
考评内容	国内货源市场调查与国外客户资信调查能力		
考评标准	内 容	分值/分	实际得分
	国内货源市场调查	30	
	国外客户资信调查	70	
合 计		100	

出口业务综合实训项目二

与国外客户建立贸易关系

实训目的

通过实训掌握用写信、发传真等形式，建立买卖双方业务关系。

实训要求

1. 按照商务信函的写作要求完成建立贸易关系信函的写作。
2. 完成的内容真实并具有可行性。

实训知识

一笔具体的交易往往始于出口商主动向潜在客户发函建立业务关系。就标准规范的层次而言，建立业务关系的信函一般应包括如下五项内容。

一、信息来源

即如何取得对方的资料，例如通过他人介绍、网上信息等。如：

(1) We learned from the commercial counselor's office in your country that you are interested in chinese handicraft.

(2) We have obtained your name and address from the internet.

二、言明去函目的

例如扩大交易或销售地区、建立长期业务关系等。如：

(1) In order to expand our products into south america, we are writing to you to seek possibilities of cooperation.

(2) We are writing to you to establish long-term trade relations with you.

三、本公司情况

包括公司性质、业务范围、宗旨、公司经营优势等。如：

(1) We are a leading company with many years' experience in machinery export business.

(2) We enjoy a good reputation internationally in the circle of textile.

四、产品介绍

1. 明确对方需求，此时宜选取某类特定产品，进行具体的推荐。

2. 不明确对方需求，此时宜对企业产品整体情况（质量标准、价格、销路等）作笼统介绍（可能的情况下，附上商品目录、报价单或另寄样品供对方参考）。

如：

(1) Art. no. 76 is our newly launched one with superb quality, fashionable design and competitive price.

(2) To give you a rough/general idea of our products, we are airmailing you under separate cover our catalogue for your reference.

五、激励性结尾

即希望对方给予回应或采取行动。如：

(1) Your comments on our products or any information on your market demand will be really appreciated.

(2) We are looking forward to your specific inquiries.

实训提示

1. 出口商可以通过信函、电话、传真、电子邮件等进行业务联系，也可以进行面对面的口头接洽。

2. 无论以何种形式联络，都应该传递有效的商务信息。

3. 函电应简洁、明晰、完整，并能体现成熟的业务思维。

实训任务

根据以下调查结果并按正常业务习惯，向客户发函，介绍可供产品及公司情况，争取与