

民國史料叢刊

657

張研 孫燕京 主編

經濟・商貿

出口須知

近世中國國外貿易

中國國際貿易概論<一>

 大象出版社



K258.06

3

(657)

中國史學叢刊
民國史料叢刊
657

張研 孫燕京 主編
經濟·商貿

出口須知

近世中國國外貿易

中國國際貿易概論

(五)



大象出版社

圖書在版編目 (CIP) 數據

民國史料叢刊/張研 孫燕京 主編

—鄭州：大象出版社，2009.2

ISBN 978-7-5347-5439-5

I. 民… II. 張… III. 中國—近代史—史料—民國

IV. K258.06

中國版本圖書館CIP數據核字 (2009) 第022264號

民國史料叢刊

張研 孫燕京 主編

經濟·商貿

總策劃 耿相新

責任編輯 楊吉哲 王莉娜

封面設計 劉冬王

出版 大象出版社 (鄭州市經七路25號 郵政編碼 450002)

網址 www.daxiang.cn

發行 大象出版社總發行部 電話：0371-63863551

印刷 北京中獻拓方科技發展有限公司

版次 2009年8月第1版 2009年8月第1次印刷

開本 890×1240 1/32

印張 14.375

總定價 180000.00元

若發現印、裝質量問題，影響閱讀，請與承印廠聯系調換。

印廠地址 北京經濟技術開發區運成街甲6號

郵政編碼 100176 電話 (010) 67889166

中國國際貿易協會印行

出口須知

第一章 出口部之組織

普通出口事業，恆有進出口貿易公司，專司其事。但亦有工商廠家自行辦理出口貿易者。欲出口貿易之發達，首宜注重出口部之組織。如能將出口事務關為專部管理之，並規定其責任與權限，使事務得以專一，則進行必收效益，出口部範圍之大小，因工廠或公司之地位而不同。惟經營方法之原則，初不因範圍之大小，而有所差別，創辦之初，自因小其規模，俾能節省開支，待辦事人經驗較多，而貿易日增，可擴充範圍，俾得盡其所事。

經理人才必具之條件

無論出口部組織之大小，必須有專人主理其事。于是經理尙矣。經理者，負全部事務進行之責任。嚴格言之，應以不兼職為原則。蓋出口事業，不僅為專門學識，非門外漢所可辦理。且其事務變化萬端，往往失之毫厘，差之千里。必須有經驗之人，專心管理。否則實難希冀有良好之成績也。

經理人材應具之條件如左

(一)瞭解國外市場情形 經理人員，平時對於國外市場之需求情形，競爭程度，應

隨時留意探討備作參考之需。苟出口商只知運送貨物至國外，不問其能合顧客需要與否，必致無人問津，因而擱淺。吾國之綢緞，顏色鮮麗，固應爲外人所愛好。然往往以門面狹窄，不合外人製衣之用，而終至無人顧問。於此可見雖有精良之物品，而因各地習慣風尚之不同，竟有棄置如敝屣者。吾人經營出口事業，不能不對其貨品，在國外需要之情形。加以研究，設法改良。否則未有不若狹窄之綢緞，雖品質優良而銷路不廣者。

(二)熟悉世界經濟狀況 國際貿易，不若國內貿易之簡單。甲國之物價漲落，及其需求，往往影響於他國之出入貿易。故世界各國之繁榮與夫購買力之強弱，主持出口業者，均有隨時注意之必要。年來各國市場，受世界不景氣之影響，購買力大減。物價慘落，商情凋敝。亦有多數國家實行傾銷政策，遂致市場情形，江河日下，供求不相合，而工商業因之破產者，朝聞夕見。盲目之出口商家，苟不明此種世界經濟狀況，而預籌相當之應付方策，能不隨波逐流，而困于無法維持者幾希。

(三)具有普通商業常識 國際貿易，爲商業而具有複雜性者之一種。所有經營之方法與原理，雖與一般商業，無甚差異。而必要之程度，則較他種貿易爲尤切。故經營出口業者，對於普通商業智識必須具備。

(四)通曉外國語言 外國語一門，爲經營國際貿易事業者必要之工具。而在專辦出口者，尤關緊要。蓋通訊宣傳，爲出口貿易所必有。信札內容之如何合於商業化。俾能

迎合顧客一般心理，實爲促成交易成功之一重要關鍵。英語之引用，雖較爲普通。然各處方言究屬不同。僅以英語而求適合於全世界，至少亦有削足就履之譏。例如南美洲各國，多用西班牙文字。如用英文與彼處通訊，卽不甚歡迎。美國出口廠商。在南美一帶，貿易失敗重要原因之一，卽在不知引用該處通用之文字。德國輸出貿易，所以在該處有偉大勢力者卽在能投合顧客已所好。甚至派往之旅行售貨員，亦均擅長西班牙語。由此可知外國語對於貿易關係之重要。

內部之辦事方法

甲、信件之收發 信件之收發，以迅速敏捷爲原則。與出口部有關之信件，其中類多直接間接與定貨有關，如多事稽延，無形之營業損失不可勝計。

信件收到後 卽應編號及註明收到日期，普通均用象皮圖章爲之。如信不多，能用較爲詳細之收信簿，記錄收到日期，編號次序，發信人地址，姓名，內容摘要等事最佳。信件發出時，亦可照此辦理。

發出之信件應特別注意郵資是否貼足，若使接信者付給欠資，最易起不愉快之感觸，因而影響營業。信件付郵以前，以先行過磅爲妥。如有其他疑慮時，應隨時參考郵政章程。頗有若干外國公司，對於郵資不足之信件，例不收受也。

吾國與歐美交通之途徑甚多，由水由陸，均可直達。由水則巨大之郵船公司，亦有

數家。其開船期間，及快慢各各不同。如欲由何船何處遞寄，可于信封上註明遞寄之途經，例如由陸路經西比利亞鐵道可以直達歐洲中部。如于信封上書明 *Via Siberia*，即可由此寄遞。此外歐亞航空信件，亦在辦理中，則省時敏捷，尤較水陸郵路過之。遇有求寄遞快速之信件，自應以航空為最妥。

乙、信件保檢 信件保檢之目的，在隨時知信件存放所在。其原則有三：

(一)覆信須與來信置於一處，

(二)信件應依照收到日期排列，

(三)調閱舊卷時必須立有紀錄，

信件保檢之方法甚多，茲舉列如左：

一、字母排列式 *Alphabetical System* 依字母排列式之保檢制度應用最為普遍。出口業之往來信札，多用外國文字，此法自極適宜。其優點為方法簡便，且無須索引之繁或互見之契。(*Cross Index*) 對於信札件數少之出口部，尤為便利。

二、數字式 *Numerical System* 依數字式之保檢方法，最多引用於定貨單及發貨單，以發貨或定貨號數為保檢之單位。

三、字母及數字共同式 *Alphabetical-Numerical System* 此種保檢制度，係參合上列二法而成，用此法時，如將信件置於依字母式一類時，即須在依數目式一類內放置

索引，註明該信放在何處。

四、區域式 Geographical System 各種信札及文件等，依據國別及地點而分別保存。例如關於英國方面來往信札，均置在英國區域內，再依字母或數字方法保存。如信件較多，可再詳細劃分，如倫敦，伯明罕，利物浦等是。

上述之各種保檢方法，目的不同，自不能絕對應用任何一種。普通信札之保檢，均以區域式爲主，其細目則多用字母排列法。至于客戶定單，則又依號數之次序而保檢之。

丙、通訊錄 Mailing list 出口部爲發展營業起見，應備有通信紀錄表一份。將顧客及與營業有關之商號，或將來可爲顧客之姓名，住址等詳細編成一表。以便隨時參考及贈送樣品，廣告媒介物之用。何種商號及名單應選入紀錄內。爲經理者，應隨時留意，逐日收集，積而久之，如能隨時修改裨切實用。此與業務進行亦極有關係。歐美各國，有以專售此種通信錄爲營業者，吾國則尙無之。通信錄之保存，應用卡片索引法，分類保存。每個卡片上，須載有姓名，住址，經營事業等，如更求精密，并可將信件來往次數。定單次數，總共價值等，均記入在內。

丁、各種記錄 詳細之記錄，爲一般商業成功之要素。出口部自難逃其例。出口商在接到顧客定單後，應即預備卡片，將姓名，住址，定貨單號數，收到日期，交貨日期

，預備發貨日期，及其他情形，一一記入。以便隨時參考。其他對於各國重要貿易埠之商業習慣，海關狀況，以及運輸途經等等，亦均應備有記錄，以備不時之需。近來歐美各國之出口部，多備有所謂效率記錄 (Efficiency record) 者，即將所發出之信件，廣告目錄，宣傳物等，分別記載入冊，如接有回信，或問訊，或定單等來件，亦即分別記入。經過相當時期 (出口宣傳品往往有在一年後始接有復信者) 兩相比較，即可知以前預備之廣告宣傳物，是否有效。此種記錄，頗值得吾人之研究而做行者也。

戊、電報之應用 電報可以節時省費，爲任何出口商所不能缺少之工具。國外貿易，遠隔重洋，商業貴在迅速，有時非信札所能奏效。故每個出口商應注意電報之使用方法。並向電報局登記掛號。又可將電報密碼 (Cable code) 在營業目錄中，或發票信封，及其他文件中，用記號標明。應幾顧客重定貨物時，可以省時節費。規模較大之出口商，多有自行編纂電報密碼者。

與外國直接通電之機關，共有四處。其中僅交通部國際無線電台，爲吾國政府所設立。其他三家，均係外人所辦。

一、交通部國際無線電台 中國政府所建，在廣州，青島，天津，等處，設有分電台。全國各部，均有支線。世界各重要城市，幾全可通電。

二、大北電報公司 設立已有三十餘年，外國電報公司中資格最老，勢力亦最大。

在中國及世界各重要城市，亦均設有分公司或代理人。由上海拍至歐洲之電報，均經過大北線。Via Northern

三、大東電報公司 與大北電報公司互有聯絡。可由上海拍至歐洲等處。

四、太平洋商務電報公司 直接通線至馬尼拉，火奴魯魯，美國，加拿大，墨西哥，南美洲，及西印度等國。其路線係經由太平洋。(Commercial Pacific)

國外電報與國內電報不同。電報接受人住址亦須算費用。故出口商應預備電報掛號，普通多爲二字。第一字爲商家之名稱縮寫。第二字爲城市名稱。例如商務印書館之電報掛號，爲 Compress Shanghai 最好用五個字母，如電文中具名，即可作半個字，以節電費，譬如大華 (Tahua) 等。

國外電報，完全用普通文字者極少。通常均與電信記號，參雜用之。其規則可向上列之電報局詢問。又數目字在電報中，最易錯誤，須極力避免之。

出口商接到「電信記號」有不明瞭或無從翻譯時。爲證明無誤起見，可向原電報局，請求原發電處重發。(repeat message) 電報局例不收費。

電報原碼普通的用下列各書

Bentley's Complete Phrase Code.

A. B. C. Code, Fifth and Sixth Editions.

Western Union Telegraphic Codes.

Liebig's Standard Telegraphic Code.

A. I. C. Code.

Hawk's Premier Cypher Code.

Meyers Atlantic Cotton Code, 39th Edition.

Riverside Code, Fifth Edition.

其中以 A. B. C., Western Union 及 Bentley's 三種，最爲通用。出口商平常慣用何種，應在信紙上印出。庶幾進口商知密碼應從何書譯出。又出口商用密碼發電後，爲穩妥起見，應即用信札證明一切。茲將 A. B. C. Code 5th Edition 之電報密碼，及譯文，舉例如左。

ADMISERIS What is the probable date of arrival at port of loading.

AFMINJEN All claims for average to be settled in London, in conformity with the rules of Lloyd's.

CALITTRA Cargo is so scarce that lower rates will have to be accepted.

FIATTAAY Freight to be paid on unloading and right delivery of the cargo.

PAISLARGA Policy of insurance will be sent by foist pos

ULIVIGNE Give underwriters notice of abandonment.

17454 ELIEZER If expenses amount to more than——

17456 ELIGENDI The business is not worth the expense.

17457 ELIGIBLY Providing that expenses do not exceed

17458 ELIGILUS All extra expenses to be paid by

17459 ELIGMA Extra expenses of night work to be paid by the person ordering same.

17460 ELIJAMUS What will be about the extra expense.

編纂私家電報密碼 (Private code) 在範圍較大之出口商，較多用之。所選字母，應擇其容易發音，及為電報公司所可接受者。并須避免普通電信書內所用各字。

貨物如何銷售

出口部之組織完備後。首要之問題，即在用何種方法，推銷貨物於海外；普通引用之方法有五。

(一)派遣有經驗人員至海外實行推銷 此法在歐美頗多引用者。例如美國之出口廠商，每年均有派人至南美洲各國，努力推銷，其他各處，亦莫不有其行踪，惟值此金貴銀賤時代，此種方法，不甚適用於吾國之出口業。

(二)利用廣告貿易 利用各種廣告媒介物，以推銷貨物。此為最經濟而亦有效力之方法。較之派員出外，其費用不啻霄壤。如能將廣告登載於適當之報紙，雜誌，或特製之媒介物，其効力亦極偉大。歐美各國之出口商在吾國貿易，而有推銷員者尙少。其大多數，均恃廣告力量。以吾國漏卮之巨，蓋可見其効力矣。

(三)樣品貿易 樣品貿易，即以貨物之樣品，寄與各廠商，而作招徠。此種方法。在買主既看樣品，即可審查品質，比較價格。如認為合宜，便能依樣定貨。無轉輾垂詢之煩，故其効力亦頗偉大。

(四)通訊貿易 即藉書札往來，作推廣營業者，惟以一切關於交易上之手續，貨物之優良，及價格之討論等，在在未能一一載明，故收效較少。

(五)委託代理人經理一切 此種方法，在出口業範圍較小，而無力自設分店於國外者，殊為適用。

以上之各種銷售方法，各有利弊。為出口商者，應注意對手國之特別習慣，及一般情形。同時留意同行推銷之方法。擇其適宜者而從之，當無失敗之理也。

海外市場之調查

出口商須明瞭海外市場情形，前文業已述及。故對海外市場，必須有精密之調查，而後始能操出口業之左券，歐美各國，以發展出口貿易，為當務之急，故其國家，莫不盡力輔助其商人，調查國外之市場情形，除發行種種刊物外，並代商人詢問或探聽進口廠商之所在地，及一般狀況，惟茲事範圍既廣，耗費亦大，非有大規模之組織，及各廠商之聯絡，殊難見效。且其調查之方法，亦因國別之不同而有異。茲列其原則如次。

(一) 製造方面

- a. 其他同類之工廠共有若干現在何處
- b. 製造能力如何
- c. 原料之來源

(二) 工商業一般狀況

- a. 氣候狀況
- b. 交通及運輸情形
- c. 法律對於商業之限制與輔助
- d. 勞資合作情形

(三) 銷售方法

- a. 輸出商品之一般銷售情形

b. 同行之推銷能力與方法

(四) 價格

a. 同行之價格

b. 相類商品之價格比較

(五) 競爭

a. 主要同行之簡單歷史

b. 同行商品在市場上之地位

c. 同類貨物之零售與批發價格

(六) 消費

a. 一般消費者之購買能力

b. 消費者之習慣

c. 每年消費之數量

d. 貨品爲必需品抑爲奢侈品？

(七) 廣告方法

a. 同行之廣告方法

b. 廣告之種類

c. 廣告在市場上之地位

(八) 出口貨物之前途預測