

本书按照“项目驱动”和
于工作过程导向”的思路
编写。从体例上,按照岗

心技能的需求

列出了知识目

技能目标,以

开篇,引入正

正文中设置了

知识、小提示

实践及相关案

对知识、方法

巧加以解说、

和补充。从内

依照进出口业

程将本书分为5

块,并设置了

任务,便于在

中实现模块化教

和任务驱动教学模式的开展

每章小结中简要提示模块或

的重点内容。本书既可以作

International Trade Practice and Exercise Course

国际贸易实务实训教程

主 编 张 志 杨 丽
宋兰芬 辛文琦
陈 忠



天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

21 世纪高等职业教育创新型精品规划教材(财经大类)

International Trade Practice and Exercise Course

国际贸易实务实训教程

主 编	张 志	杨 丽	宋兰芬
	辛文琦	陈 忠	
副主编	赵 明	徐 婷	田 强
	李 津		

 天津大学出版社
TIANJIN UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书按照“项目驱动”和“基于工作过程导向”的思路编写。在内容上,依照进出口业务流程将本书分为5个模块,并设置了29项任务,便于在教学中实现模块化教学和任务驱动教学模式的开展。

本书既可以作为应用型本科教育和高职高专教育的基础教材,也可以作为进出口业务从业人员的参考用书。

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务实训教程/张志等主编. —天津:天津大学出版社,2010.7

(卓越系列)

21世纪高等职业教育创新型精品规划教材

ISBN 978-7-5618-3561-6

I. ①国… II. ①张… III. ①国际贸易 - 贸易实务 - 高等学校:技术学校 - 教材 IV. ①F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 125482 号

出版发行 天津大学出版社

出 版 人 杨欢

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编:300072)

电 话 发行部:022-27403647 邮购部:022-27402742

网 址 www.tjup.com

印 刷 天津泰宇印务有限公司

经 销 全国各地新华书店

开 本 169mm × 239mm

印 张 12.75

字 数 290 千

版 次 2010 年 7 月第 1 版

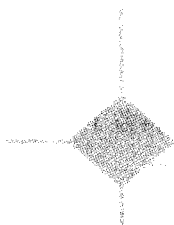
印 次 2010 年 7 月第 1 次

印 数 1 - 3 000

定 价 28.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,烦请向我社发行部门联系调换

版权所有 侵权必究



前言

在全球经济一体化趋势和我国成功加入 WTO 的新形势下,我国外贸进出口业务大幅增长,在 2007 年 1~12 月全国进出口总值为 21 738.4 亿美元,同比增长 23.5%。其中,出口 12 180.2 亿美元,增长 25.7%;进口 9 558.2 亿美元,增长 20.8%。进出口总额创历史之最,高速增长的外经贸行业需要越来越多的高素质人才。

教育部 16 号文件提出高等职业教育要全面贯彻党的教育方针,以服务为宗旨,以就业为导向,走产学研结合的发展道路,为社会主义现代化建设培养千百万高素质技能型专门人才。

为此,我们从行业需要和高等职业教育的要求出发,以进出口业务操作为基础,以国际贸易业务流程为核心,设计了本教材的内容体系,力求以知识够用为指导,以操作技能为重点,既务实又系统地反映国际贸易实务的内容、方法和技巧。

本书由张志、杨丽、宋兰芬、辛文琦、陈忠担任主编,张志设计并统纂全稿。

全书分为走进国际贸易实务、业务准备、交易磋商、拟定合同、履行合同 5 个模块,设置了 29 项任务,各位编者的分工如下。

模块一 走进国际贸易实务,由张志执笔。

模块二 业务准备,由杨丽、李津执笔。

模块三 交易磋商,由宋兰芬执笔。

模块四 拟定合同:

任务 1 熟悉进出口合同结构,由张志执笔;

任务 2 拟定品名与品质条款、任务 3 拟定数量条款、任务 4 拟定包装条款、任务 5 选定贸易术语,由赵明执笔;

任务 6 拟定运输条款、任务 7 拟定保险条款,由徐婷执笔;

任务 8 结算货款、任务 9 进出口商品检验与检疫、任务 10 争议的预防与处理,由辛文琦执笔。

模块五 履行合同:

任务 1 出口合同的履行,由田强执笔,张志修改;

任务 2 进口合同的履行,由陈忠执笔,张志修改;

任务 3 业务善后,由张志执笔。

本书共9位编者,其中,3位编者来自外贸专业公司,5位编者为硕士,5位编者为双师型教师,全部编者均从事国际贸易实务的教学或研究工作。

如果本书还有可读之处的话,则是得益于学院领导的重视和关怀,得益于前辈先贤的指教,得益于各位编者的共同努力。

本书的编写得到了天津大学出版社赵宏志同志的大力支持、鼓励和启发。

由于时间和水平有限,真心希望得到广大读者,尤其是高职高专院校师生的宝贵意见,以便不断改进和提高。

编 者

2010年1月于天津

目 录

模块一 走进国际贸易实务

任务1 了解国际贸易实务	(2)
任务2 熟悉国际货物买卖相关法律与惯例	(2)
任务3 掌握进出口业务流程	(2)
任务4 熟悉就业岗位、职业技能与岗位规范	(3)
综合实训项目	(4)

模块二 业务准备

任务1 开展国际市场调研	(8)
任务2 选择出口商品市场	(10)
任务3 建立业务关系	(10)
任务4 建立对外销售网络	(11)
任务5 出口商品的广告宣传	(12)
任务6 办理商标注册	(13)
任务7 制定出口商品经营方案	(13)
任务8 进口交易前的准备工作	(13)
综合实训项目	(14)

模块三 交易磋商

任务1 询盘	(21)
任务2 发盘	(21)
任务3 还盘	(26)
任务4 接受	(27)
综合实训项目	(29)

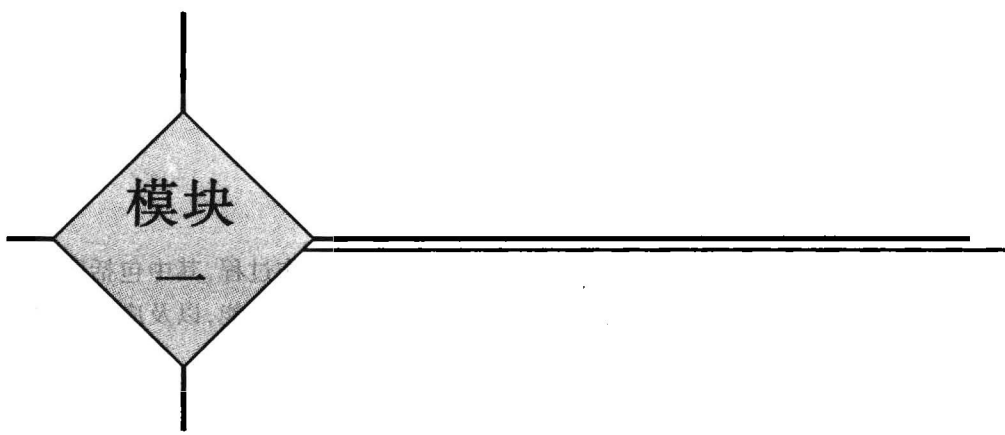
模块四 拟定合同

任务1 熟悉进出口合同结构	(40)
任务2 拟定品名与品质条款	(49)

任务3 拟定数量条款	(59)
任务4 拟定包装条款	(66)
任务5 选定贸易术语	(73)
任务6 拟定装运条款	(89)
任务7 拟定保险条款	(107)
任务8 结算货款	(122)
任务9 进出口商品检验与检疫	(138)
任务10 争议的预防与处理	(149)

模块五 履行合同

任务1 出口合同的履行	(159)
任务2 进口合同的履行	(177)
任务3 业务善后	(188)
参考文献	(198)



模块

一

走进国际贸易实务

知识目标

- ☒ 了解国际贸易实务的研究对象和教学任务
- ☒ 掌握国际贸易实务基本业务流程
- ☒ 熟悉国际货物买卖合同适用的法律
- ☒ 熟知岗位技能和行为规范

任务1 了解国际贸易实务

1.1.1 国际贸易实务研究对象

国际贸易实务的研究对象是国家间商品交换的具体运作过程,其中包括国际货物买卖的有关原理、实际业务流程所涉及的环节、操作方法和技能,以及应遵循的法律和惯例等行为规范。

1.1.2 国际贸易实务教学任务

国际贸易实务课程是国际贸易实务专业必修的专业主干课程,同时也是一门实践性很强的专业基础课程。该课程的主要任务是使学生具备从事进出口业务工作所必需的基本业务知识、操作技能、职业道德和职业素养,能较快地适应进出口企业对外销员的基本要求,形成一定的综合运用能力,为学生求职、求技、成才服务。

通过本课程的系统学习,学生能掌握有关国际贸易实务的基本知识,熟悉相关的国际贸易惯例,了解进出口业务程序,具备较强的进出口合同缮制、审核能力,基本达到从事进出口业务人员应具备的素质和能力要求。

任务2 熟悉国际货物买卖相关法律与惯例

在国际货物贸易中,买卖双方订立合同、履行合同和处理争议时,都应遵循相关的法律和惯例。与国际货物贸易相关的法律和惯例包括:各国与国际贸易有关的法律、国际条约或公约、国际贸易惯例。

任务3 掌握进出口业务流程

1.3.1 出口业务流程

1. 业务准备

在业务准备环节,需要开展国际市场调研、设计出口商品经营方案、建立业务关系等工作。

2. 业务磋商

在业务磋商环节,需要进行以发盘和接受为主的磋商活动。

3. 拟定合同

在拟定合同环节,需要针对合同的各个条款进行加工和修饰。

4. 履行合同

在履行合同环节,需要备货、办理信用证相关事宜、租船订舱、报检报关、办理保险、制单结汇以及处理善后事宜。

1.3.2 进口业务流程

进口业务同样需要通过业务准备、业务磋商、拟定合同、履行合同4个环节。

其具体工作较出口业务稍有不同,主要体现在:进口业务是以进口方为主,在业务准备阶段不是设计出口商品经营方案,而是设计进口商品经营方案;履行合同过程中,进口方要负责申办进口许可证、开立信用证、租船订舱、办理保险、报检报关、付汇和办理善后事宜。

任务4 熟悉就业岗位、职业技能与岗位规范

1.4.1 就业岗位

从目前国内开展外经贸活动的经营主体来看,可供就业的企业包括:①传统的外贸专业公司;②新型工贸公司;③自营进出口业务的生产企业;④外商独资企业;⑤外商办事处;⑥合资合作企业;⑦从事劳务输出等业务的外经企业。

可供就业的岗位包括:外销员、业务员、外资企业雇员、文员、采购人员、销售人员和国外常驻人员等。

1.4.2 进出口从业人员必须具备的知识与技能要求

1. 政策水平

必须熟悉我国对外经济贸易方面的方针、政策,了解国家关于对外经济贸易方面的具体政策措施;具有较高的政策水平、策略水平和较好的心理素质,并善于机动灵活地处理洽商过程中出现的各种问题。

2. 市场营销知识

国际贸易就是做买卖,故必须对买卖中了解需求、确定需求和满足需求的思想、战略、方法、途径等有深入的研究。

3. 外贸业务及相关知识

必须熟悉各国关税制度以及非关税方面的规定、国际汇兑方面的知识、保险知识、运输知识、WTO 的相关规定、EDI 方式等,熟悉货运、报关、检验等手续。

4. 法律知识

必须熟悉合同法、反不正当竞争法、反倾销法、知识产权法等基本法律,了解有关国际贸易、国际技术转让和国际运输等方面的法律、惯例以及有关国家的外汇管制法、税法等方面的知识。

5. 商品知识

要掌握经营产品的尺寸、颜色是否被接受,零件是否在国外购买,每个单位包装是否有件数规定,怎样将货物从仓库运到出口地以及用铁路或公路哪个成本高,装运体积多大对国外批发商最有利等。还应知道竞争者产品的特点、用途、使用方法、维修及售后服务等方面的情况。

6. 企业知识

要对本企业有一个概括了解,如:企业的地位,战略、战术,定价策略,交货、付款方式等;企业是否具有增加生产的能力及应变的能力,控制质量的能力及维持信誉的能力;是否具备提供始终如一的质量和定时服务的能力;是否具有新产品设计的能力等。

7. 客户知识

要对客户有一定的了解,如本企业或产品有多少客户,以及客户的特点、需求偏好、购买动机与习惯、资信、所处的地点等。

8. 外语能力

应当熟练地掌握外语,要求能处理外文函电并用外语直接洽谈交易。

1.4.3 进出口人员必须具备的素质要求

进出口人员必须具备的素质包括:正派、真诚、谦虚礼貌、宽容大度、吃苦耐劳、强烈的事业心、坚定的意志、敏锐的观察力、良好的交际能力和开拓创新能力等。

综合实训项目

1. 单项选择

1) 国际贸易实务的研究对象是国家间商品交换的()。

A. 规则 B. 抽象理论 C. 政策 D. 具体运作过程

2) 国际贸易实务的重要内容是讲授实际业务流程所涉及的环节、操作方法和()。

A. 理论 B. 学说 C. 知识 D. 技能

3) ()是迄今为止关于国际货物买卖的一个最重要的国际公约。

A. 国际海上货物运输公约 B. 联合国国际货物买卖合同公约

C. 国际汇票和国际本票公约 D. 中华人民共和国合同法

4) 如果合同中做出了明确规定,那么这项约定的惯例就对买卖双方有了()。

A. 权利 B. 义务 C. 约束力 D. 影响力

5) 国际贸易惯例是国际组织或权威机构为了减少贸易争端,(),在长期、大量的贸易实践的基础上制定出来的。

A. 规范法律行为 B. 规范贸易行为 C. 统一合同行为 D. 明确买卖双方义务

6) 在业务磋商环节中需要进行以发盘和()为主的磋商活动。

A. 询盘 B. 还盘 C. 接受 D. 报盘

7) 从事国际贸易工作应具有较高的政策水平、策略水平和较好的()。

A. 心理素质 B. 理论素质 C. 分析能力 D. 逻辑思维

8) 外销员能合理使用计价货币, 会进行()换算、成本核算。

A. 利率 B. 汇率 C. 利润率 D. 费用率

2. 多项选择

1) 讲授实际业务流程所涉及的()是国际贸易实务的重要内容。

A. 技能 B. 环节 C. 基础理论 D. 操作方法

E. 各种观点

2) 通过本课程的系统学习, 学生能够()。

A. 熟悉相关的国际贸易惯例

B. 掌握有关国际贸易实务的基本知识

C. 了解进出口业务程序

D. 具备较强的进出口合同缮制、审核能力

E. 系统阐述国际贸易理论

3) 我国在核准《联合国国际货物销售合同公约》时, 曾根据该公约第 95 条和第 96 条的规定, 对该公约提出了()的保留。

A. 关于公约适用范围

B. 关于公约法律效力

C. 关于公约生效

D. 关于采用书面形式

4) 出口业务流程经历了()等 4 个环节。

A. 业务准备

B. 市场开发

C. 业务磋商

D. 合同拟定

E. 合同履行

5) 联合国国际货物买卖公约共分为四个部分:()

A. 适用范围

B. 合同的成立

C. 货物买卖

D. 合同性质

E. 最后条款

6) 在出口业务准备环节需要完成()等工作。

A. 撰写合同

B. 开展国际市场调研

C. 联系船公司

D. 设计出口商品经营方案

E. 建立业务关系

7) 履行进口合同过程中, 进口方要负责()、租船订舱、办理保险、报检报关、付汇、办理善后事宜。

A. 签订合同

B. 申办进口许可证

C. 开立信用证

D. 履行合同

8) 目前在国际贸易中影响较大的贸易惯例包括: 国际商会制定的()

A.《国际贸易术语解释通则(2000年修订本)》

B.《联合国国际货物买卖合同公约》

C.《跟单信用证统一惯例(1993年修订本)》

D.《托收统一规则》

E.《华沙-牛津规则》

3. 判断题

1) 国际货物买卖合同具有国际性质,因而不必符合国内法。()

2) 与国际货物贸易相关的法律和惯例包括:各国与国际贸易有关的风俗习惯、法律、国际条约或公约、国际贸易惯例。()

3) 国际贸易惯例或称国际商业惯例是指在长期的国际贸易实践中逐渐形成的,并由国际组织或其他权威机构加以编撰和解释的国际贸易中的习惯做法。()

4) 国际贸易惯例是以当事人的意思自治为基础的,本身不是法律,不具有强制性。()

5) 国际贸易惯例虽然本身不具有法律的强制约束力,但它对国际贸易实践的指导作用却是不容忽视的。()

6) 外销员不必熟练地掌握外语,可以通过翻译处理外文函电并洽谈交易。()

参考答案:

1. 单项选择

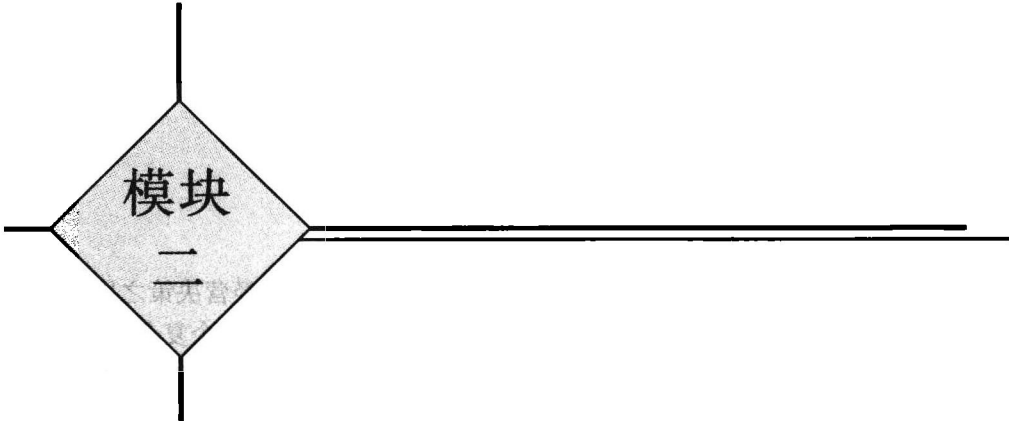
1) D 2) D 3) B 4) C 5) B 6) C 7) A 8) B

2. 多项选择

1) ABD 2) ABCD 3) AD 4) ACDE 5) ABCE 6) BDE 7) BC 8) ACD

3. 判断题

1) × 2) × 3) √ 4) √ 5) √ 6) ×



模块二

二

业务准备

知识目标

- ☒ 了解国际市场调研的方法
- ☒ 掌握进出口商品经营方案的要点
- ☒ 熟悉建立和发展客户关系的环节

技能目标

- ☒ 学会开展国际市场调研并形成调研报告
- ☒ 可以撰写进出口商品经营方案
- ☒ 可以进行建立和发展客户关系操作

任务1 开展国际市场调研

2.1.1 国际市场调研的内容

1. 国际市场调研的含义

国际市场调研就是系统地收集、记录和分析信息,以供市场经营决策之用的各种活动。企业在开展出口业务之前,首先要认识到他们将面对的是一个复杂多变的,由不同国家和地区组成的,政治上、法律上、经济上和文化上存在着诸多差异的国际市场。所谓知己知彼,百战不殆,企业要想在出口交易中获得成功,必须做好充分的准备工作,掌握大量的、准确的海外市场信息,选择合适的销售市场,并结合自身的能力,制定正确的出口经营方案。

2. 国际市场调研的内容

根据企业开展进出口业务活动的需要,国际市场调研主要包括国别调研和商品市场调研、竞争对手调研等内容。

1) 国别调研

国别调研主要了解有关国家的经济发展情况、政治环境、贸易政策、科技发展、法律法规、商业习惯和商业道德、运输环境等情况。

2) 商品市场调研

商品市场调研主要了解有关商品的可供产量、容纳量、储存情况;了解有关商品采购和销售的最佳时机;了解有关商品的销售和采购方法;掌握有关商品的价格信息;了解商品最有效的销售渠道,以及这些渠道是否已被强有力的竞争对手所垄断,等等。

3) 竞争对手调研

了解谁是真正的竞争对手是至关重要的,因为它直接关系到企业的工作效率。首先,识别竞争对手,所谓真正的竞争对手,就是他们可能是企业每天都必须面对的。其次,了解竞争对手,了解的信息一般包括:主要竞争企业的市场占有率;在商品成本方面的优劣势;占市场主要地位的外国企业在关税、运输费用等方面享有的优惠情况;当地供货商利用政治影响提高关税壁垒和非关税壁垒的可能性;在市场占主导地位的竞争者对销售渠道控制的程度和方法;竞争企业售前和售后服务的情况和设施。

了解竞争对手的途径包括:①可以通过互联网找到所需要的国际市场信息分析报告,并针对本企业的现实问题,参考分析市场动态变化;②可以通过参加各种国际或国内的展览会,切实增强对国际市场的动态分析和敏锐感应;③可以通过地方黄页或专业杂志搜索、发现竞争者。

3. 国际市场调研的方法

企业通过国际市场调研获取的信息资料,根据其取得的途径不同,一般可以分为

两类:一类称原始资料,这些资料是通过公司的商情调研人员对国际市场实地调研取得的;另一类称二手资料,它是对现有由他人搜集、记录、整理和积累的资料进行重新加工和整理分析,从而间接获得对自己有用信息的资料。

1) 通过二手资料调研

案头调研法实际就是二手资料调研或文献调研。二手资料的来源渠道包括:企业内部的有关档案资料;国际性组织提供的资料(这些国际性组织包括联合国、国际贸易中心、联合国贸易与发展会议、世界贸易组织、世界银行、国际货币基金组织、联合国工业发展组织、联合国粮农组织、联合国经济合作与发展组织);外国或地区政府的有关机构提供的资料;国际商会和行业协会提供的资料;出版物和各类传媒机构提供的资料;银行和证券商所提供的各种市场报告和行业、公司的详尽分析报告;驻外机构、驻外使领馆及银行金融机构提供的信息资料;一些收费的情报部门、统计部门、信息中心、信息咨询公司提供的有偿情报信息。

2) 通过互联网调研

通过互联网调研也是二手资料调研的一种途径。随着互联网在全球迅速发展,它已日益成为企业进行国际市场调研的重要工具。与传统调研方式的周期长、费用高、信息量小、受制因素多等缺点相比,利用互联网调研具有所花时间短、费用少、信息量大和调研范围广等许多优点。总之,通过互联网能够轻易获得大量的二手资料及最新资料,使国际市场信息获得比以前容易得多,效率也高得多。网上调研的方式主要有:①网上搜索法;②网站跟踪法;③加入邮件列表;④在线调查表;⑤电子邮件调查。

3) 实地调研

实地调研,是国际市场调研人员采用实际调研的方式直接到国际市场上搜集情报信息的方法。采用这种方法搜集到的资料,就是第一手资料,也称为原始资料。实地调研常用的方法有三种。

(1) 询问法,这是由调查人员通过直接向被调查者询问有关问题来搜集信息资料的方法,也是最常用的一种方法。它包括面谈调查、从竞争对手往来客户中获取信息、电话访问、信息调查等。

(2) 观察法,这是商情调研人员通过直接观察和记录当地市场情况来搜集资料的一种方法。这种方法的特点是调查者与被调查者不直接发生对话,甚至不让被调查者知道自己是被调查的对象,使其言行在一种自然状况下表现出来,从而可以了解到被调查者的真实反应。

(3) 实验法,是指在新产品投入市场或批量生产某种商品之前,或某种商品在设计、质量、包装、价格、广告、分销渠道等方面有所改变之后,先进行一定范围内的试销,通过市场销售试验,来取得有根据的数据或资料的一种方法。

4. 国际市场调研的程序

1) 在国内进行二手资料调研

通过在国内的二手资料调研完成以下任务:①进入市场的可行性分析;②获利的可能性分析;③市场规模分析。

2) 在国外进行实地调研

在国外进行实地调研,指在国外市场的所在地,向消费者、用户和各种工商企事业单位进行直接调研,取得第一手的市场资料和商情资料。

任务2 选择出口商品市场

2.2.1 对目标市场进行初步选择

企业在选择国外目标市场时,首先要进行初选,目的在于缩小选择范围,减少进行调查研究时的人力、财力、物力消耗,以便迅速地找到适当的目标市场。一般的判断方法有:①选择市场容量大的市场;②选择出口适销对路的市场;③选择可以发挥优势的市场;④选择产品具有较强竞争力的市场;⑤选择对其他市场有重大影响的市场。

2.2.2 对目标市场进行评估

初步筛选之后,下一步是要在较少的预期目标中,更精确地评估每个可能的目标市场上的销售前景。为此,应了解该市场目前的容量和潜在的容量,以及该市场上竞争对手的情况和有无替代品、替代品的供应情况等问题,从而使出口企业能够在掌握大量可靠资料的情况下,做出正确的决策,确定合适的海外目标市场。

2.2.3 对目标市场进行选择

出口营销企业在对若干个初选的目标市场进行深入调查,了解各个市场部分的市场容量和潜在的容量,以及各个市场的竞争情况以后,就要结合企业自身能力,初步核算开辟这个市场的成本和收益,然后就可以根据已掌握的大量资料进行目标市场的选择决策。

任务3 建立业务关系

2.3.1 国外客户的分类

要建立对外销售网,首先应对客户的类型有所认识。如果按专业类型分,国外客户大致可分为:①进口商,是指那些专门从事进口业务,自买自卖的商人;②经纪人,即从事进出口业务的代客买或卖或从中撮合,并向一方或双方收取佣金的商人;③批发商,是通过进口商等渠道获取货源,然后批发给零售商或部分自行零售的商人;④