

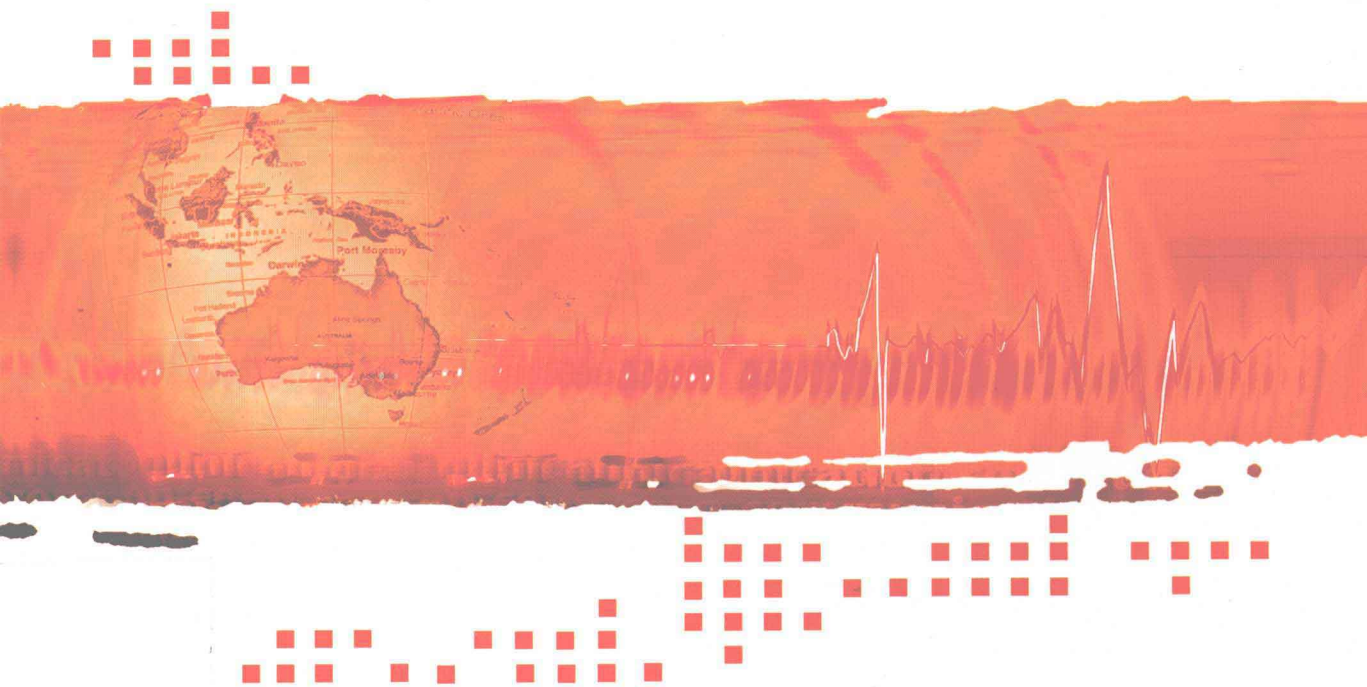
全国“十一五”高职高专系列规划教材

国际贸易操作实训

Training of International Trade Operation

瑞翔 ©顾问

傅龙海 陈剑霞 傅安妮 ©著



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

全国“十一五”高职高专系列规划教材

国际贸易操作实训

瑞 翔 顾问

傅龙海 陈剑霞 傅安妮 著

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易操作实训/傅龙海等著. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2009

(全国“十一五”高职高专系列规划教材)

ISBN 978-7-81134-417-2

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 113641 号

© 2009 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

国际贸易操作实训

傅龙海 陈剑霞 傅安妮 著

责任编辑: 李 杨 赵 昕

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010 - 64492338 发行部电话: 010 - 64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 20.75 印张 595 千字

2009 年 8 月北京第 1 版 2009 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-417-2

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 39.00 元

序

《国际贸易操作实训》是《国际贸易实务》的后续课程。它进一步细化、深化地论述进出口业务的操作规程,是我国进出口贸易各环节实际操作的一门综合性应用型的课程,是培养外贸从业人员动手能力和实践操作能力的重要途径。

进出口业务操作环节多——谈判、核算、签订合同、报检、报关、保险、制单结汇、核销退税等;涉及学科多——《国际结算》、《国际运输》、《涉外合同法》、《票据法》、《买卖法》、《保险》等;参与部门多——海关、税务、外汇管理、银行、货运代理、船公司、船代、检验检疫等。只有及时了解政策法规,全面掌握业务操作,才能在进出口贸易行业中生存发展。

《国际贸易操作实训》是作者继《国际贸易实务》、《国际贸易实务典型例题解析及强化训练》及《进出口操作实务》之后推出的又一部力作。作者从事外贸业务多年,不仅有丰富的理论知识,而且有深厚的实践经验。尽管如此,作者还深入到一线与外贸人员、海关人员、银行人员、外运人员磋商探讨,获得了大量的最新资讯和案例素材。

进出口贸易行业具有如下特点:(1)跟着国家政策走——政策性极强。(2)跟着世界经济走——保持高度的市场敏感性,紧跟市场的变动作出相应的调整。(3)看眼前,想未来,着手现在——市场变化无常,预测市场的变化趋势,抢占市场先机。

作者扣紧进出口贸易行业特色,编著本书,所以本书具备以下鲜明特征:

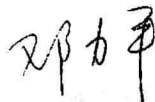
第一,时代性。紧抓近几年国家出台的关于汇率改革、退税率调整、外汇管理变动等国家进出口的新政策和新法规,应用科学发展观,深入阐述了“适应汇改的换汇成本新公式”、“退税盈亏控制线”等新知识,也符合国家目前拉动内需、提振进口、实施进出口并重的政策导向,并紧跟现代电子技术网络应用发展,全面介绍了“中国电子口岸”在进出口业务中的应用以及电子检验检疫、电子报关等新的流程,特别是提出了出口退税、外汇核销的重要性,以及当前外贸基础管理的迫切问题——建立业务员台账等。

第二,可操作性。当前国际经济形势严峻,外贸行业首当其冲。在困境中,外贸企业探讨出了生存之道的新规则、新做法。从法理深度上,本书一一作了阐述和剖析。如外贸竞争态势下有别于收购制与代理制的第三种经营方式——融合方式等。

第三,案例典型性。以进出口业务流程为主线,以具体的商品交易为背景,选取了不同交易方式(自营、代理、融合)和不同结算方式(L/C、T/T)的典型案例为辅

佐，论述了业务各环节的应知应会的基础知识和具体操作实训。

本书可以说是外贸院校学生在进入工作岗位时需掌握的知识手册，也是外贸从业人员的操作指南。



厦门大学国际经济与贸易系教授、博士生导师

2009年3月27日

目 录

第一篇 出口业务操作实训

第一章 出口业务流程	(2)
第一节 出口业务流程	(2)
第二节 建立业务关系	(3)
【案例一】出口尼龙包 & 帆布包 (自营出口, L/C 结算)	(8)
1. 拟写开发信	(8)
第二章 出口报价核算	(10)
第一节 出口换汇成本	(10)
第二节 出口报价核算	(14)
第三节 国内结算方式的变化	(21)
【案例一】出口尼龙包 & 帆布包 (自营出口, L/C 结算)	(22)
2. 报价核算	(22)
3. 拟写发盘信	(24)
【案例演练】出口 E. CAP (融合经营, L/C 结算)	(25)
——案情简介	(25)
实训一: 收购货款预核算	(26)
本章练习	(26)
第三章 还盘核算和成交核算	(29)
第一节 还盘核算	(29)
第二节 成交核算	(31)
【案例一】出口尼龙包 & 帆布包 (自营出口, L/C 结算)	(32)
4. 还盘核算	(32)
5. 第二次报价	(35)
6. 拟写还盘信	(36)
7. 成交核算	(36)
本章练习	(37)
第四章 签订出口合同	(39)
【案例一】出口帆布包 & 尼龙包 (自营出口, L/C 结算)	(44)

8. 发出成交签约函	(44)
9. 签订售货确认书	(44)
【案例演练】出口 E. CAP (融合经营, L/C 结算)	(46)
实训二: 签订购销合同	(46)
实训三: 签订售货确认书	(48)
第五章 审证改证	(51)
第一节 信用证支付方式	(51)
第二节 审核信用证	(55)
第三节 修改信用证	(58)
第四节 信用证翻译实例	(60)
【案例一】出口帆布包 & 尼龙包 (自营出口, L/C 结算)	(67)
10. 发出催证函	(67)
11. 来证及翻译信用证	(68)
12. 审证	(72)
13. 发出改证函	(72)
14. 信用证修改书及翻译	(73)
15. 签订工矿产品购销合同	(74)
【案例演练】出口 E. CAP (融合经营方式, L/C 结算)	(76)
实训四: 翻译来证	(76)
实训五: 审核信用证及改证	(79)
第六章 出口装运	(80)
第一节 出口货物运输业务流程	(80)
第二节 出口装运的有关单据	(84)
第三节 电放	(87)
【案例一】出口帆布包 & 尼龙包 (L/C 结算)	(89)
16. 托运单填制	(89)
17. 提单	(90)
18. 场站收据 (装货单)	(91)
【案例演练】出口 E. CAP (融合经营方式, L/C 结算)	(92)
实训六: 填制托运单	(92)
实训七: 发出装船通知	(93)
第七章 报检	(94)
第一节 商检与电子报检	(94)
第二节 出境货物报检单的填制	(97)

第八章 报关	(104)
第一节 出口货物报关程序	(104)
第二节 电子报关与中国电子口岸	(107)
第三节 商品 H. S 编码	(110)
第四节 报关单据与报关单填制规范	(112)
【案例一】出口帆布包 & 尼龙包 (自营出口, L/C 结算)	(121)
19. 签订代理报关委托书	(122)
20. 填写报关单	(123)
【案例演练】出口 E. CAP (融合经营, L/C 结算)	(124)
实训八: 填写报关单	(124)
第九章 投保	(126)
第一节 出口货物保险	(126)
第二节 保险单据填制	(127)
【案例一】出口帆布包 & 尼龙包 (自营出口, L/C 结算)	(132)
21. 填写投保单	(132)
22. 保险单的缮制	(133)
【案例演练】出口 E. CAP (融合经营, L/C 结算)	(134)
实训九: 填制保险单	(134)
第十章 制单结汇	(136)
第一节 汇票的缮制	(136)
第二节 商业发票的缮制	(139)
第三节 提单的缮制	(141)
第四节 原产地证书的缮制	(144)
第五节 出口收汇	(149)
【案例一】出口帆布包 & 尼龙包 (自营出口, L/C 结算)	(156)
23. 缮制汇票	(156)
24. 缮制商业发票	(157)
25. 缮制装箱单	(158)
26. 缮制普惠制原产地证书 FORM A	(159)
【案例演练】出口 E. CAP (融合经营, L/C 结算)	(160)
实训十: 缮制全套单据	(160)
实训十一: 结汇及货款结算	(163)
实训十二: 签订结算购销合同	(164)
实训十三: 审核增值税发票	(165)

第十一章 出口核销、退税、业务员台账	(166)
第一节 出口收汇核销	(166)
第二节 出口退税	(171)
第三节 进出口业务员台账	(179)
【案例一】出口帆布包 & 尼龙包 (自营出口, L/C 结算)	(180)
27. 出口收汇核销单	(181)
28. 增值税专用发票	(182)
29. 出口商品进仓单、出仓单	(183)
30. 销售单	(184)
31. 业务员台账	(185)
【案例演练】出口 E. CAP (融合经营, L/C 结算)	(186)
实训十四: 申请退税和核销	(186)
实训十五: 业务员台账	(186)

第二篇 进口业务操作实训

第十二章 进口业务流程和核算	(190)
第一节 进口业务流程	(190)
第二节 进口税费	(193)
第三节 国内销售价格核算	(196)
【案例演练】进口基础油 (自营进口, L/C 结算)	(202)
——案情简介	(202)
实训一: 核算进口税费	(203)
本章练习	(203)
第十三章 签订进口合同和内销合同	(205)
第一节 签订进口合同	(205)
第二节 签订委托进口代理协议书	(209)
第三节 签订内销合同	(214)
【案例演练】进口基础油 (自营进口, L/C 结算)	(216)
实训二: 签订进口合同	(216)
实训三: 签订购销合同	(221)
第十四章 申请开证	(222)
【案例演练】进口基础油 (自营进口, L/C 结算)	(225)
实训四: 申请开证	(226)
实训五: 改证	(229)

第十五章 进口投保报检	(232)
第一节 进口投保	(232)
第二节 进口报检	(232)
【案例演练】进口基础油（自营进口，L/C 结算）	(236)
实训六：申请投保	(236)
第十六章 进口审单付汇	(239)
第一节 进口付汇程序	(239)
第二节 进口付汇方式	(241)
【案例演练】进口基础油（自营进口，L/C 结算）	(244)
实训七：付款赎单	(244)
第十七章 进口报关	(251)
【案例演练】进口基础油（自营进口，L/C 结算）	(254)
实训八：报关提货	(254)
第十八章 进口付汇核销	(260)
【案例二】进口铜钉（代理进口，T/T 结算）	(263)
1. 签订代理进口协议书	(263)
2. 签订进口合同	(265)
3. 交货与报关	(268)
4. 缴纳关税	(275)
5. 提货结算与核销	(279)
6. 工厂进口铜钉成本核算	(282)
各章练习参考答案	(284)
【案例演练】出口 E. CAP（融合经营，L/C 结算） 参考答案	(286)
【案例演练】进口基础油（自营进口，L/C 结算） 参考答案	(305)
参考文献	(317)
后记	(318)

第一篇

出口业务操作实训

- 第一章 出口业务流程
- 第二章 出口报价核算
- 第三章 还盘核算和成交核算
- 第四章 签订出口合同
- 第五章 审证改证
- 第六章 出口装运
- 第七章 报检
- 第八章 报关
- 第九章 投保
- 第十章 制单结汇
- 第十一章 出口核销、退税、业务员台账

第一章

出口业务流程

第一节 出口业务流程

我们在做出口业务时，基本的程序是建立业务联系（寻找客户）→通过磋商交易，签订国际贸易的买卖合同→卖方催促买方开证→买方开证→卖方审证→改证→卖方安排生产（备货），并及时了解生产情况→租船订舱→报关、投保→商检→海关放行→装运（装船）取得装船单据→制单结汇→善后。其中，以货（备货、报验）、证（催证、审证和改证）、船（租船订舱、办理货运手续）、款（制单结汇）四个环节的工作最为重要。下图是以信用证为例的海运出口业务流程。

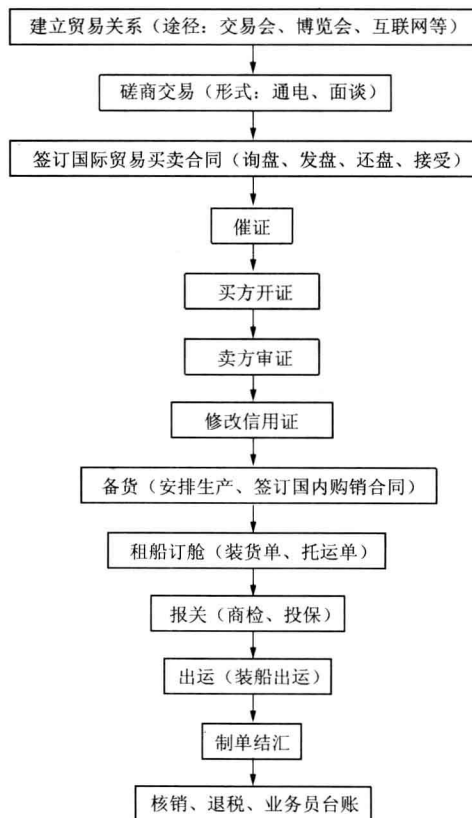


图 1-1 信用证的海运出口业务流程

如采用非信用证的支付方式，则交易程序有所不同。目前在实际业务中，T/T 付款的使用越来越流行。现以 T/T 付款方式为例，一般的业务流程如下图 1-2：

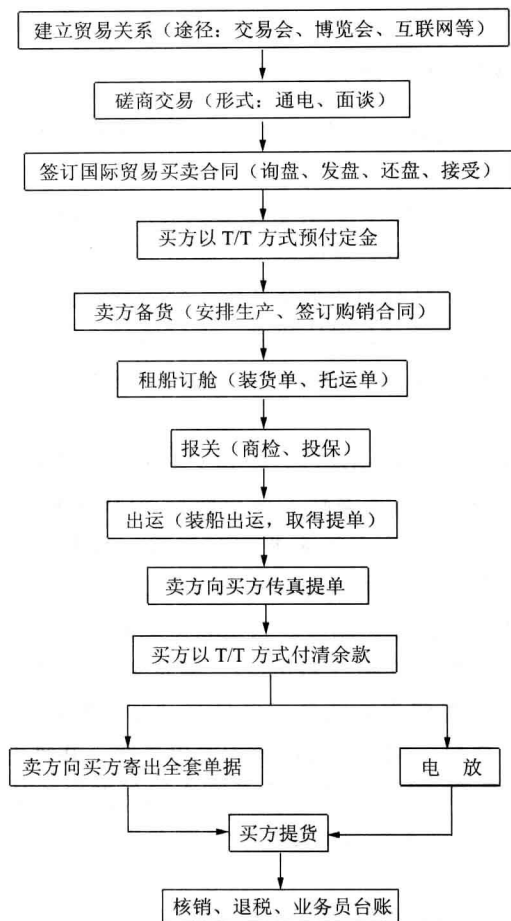


图 1-2 T/T 付款的海运出口业务流程

当我方处于优越地位，商品比较紧俏，即卖方市场时，我们可以争取到对我方更有利的付款方式，如：在签订合同后，即可要求买方预付 30% ~ 50% 的定金，在出运装船前取得全部的余款。

第二节 建立业务关系

在出口业务中，寻找客户建立业务关系，也称为市场开拓，是企业的立身之本，生存之道。出口企业的产品要进入国际市场，就意味着参加国际市场竞争，而一个企业要将自己的产品打入国际市场并达到自己的目标，就必须深入了解国际市场营销的理论和策略。现代国际市场营销活动的基本指导思想是：企业的全部活动必须以国际消费者为中心，以满足国外消费需求为出发点，争取更多的客户和拥有更大的市场占有率，同时

注重社会公益。这种国际市场营销观念也是最近几十年才发展和完善起来的，它是从生产观念、推销观念、市场营销观念逐步转化过来的。

寻找客户的途径有：

（一）参加世界各种行业博览会

目前世界上，知名的博览会就有 100 多个，分布在各行各业，非常丰富，列举其中较有影响的如下：

（1）慕尼黑国际体育用品和运动时装贸易博览会（ISPO）。1971 年开始举办，每年分冬（2 月 1 日~4 日）、夏（7 月份）两季举办，是世界上体育用品及运动时装等领域规模最大的综合性展览会，该展会只对专业观众开放。每年都汇聚一百多个国家和地区的三千多家展商、八万多名观众和四千多名媒体代表。本届博览会的展品涉及冬季体育、球拍及室内运动、户外运动、体育服装、自行车运动、运动鞋及团队项目、运动爱好者、健身体育、国际体育等九大类。

（2）意大利加答国际鞋展（GARDA）。始办于 1973 年，每年举办两届（1 月 17 日~20 日，6 月 6 日~9 日）。第 70 届加答鞋展展出面积 50 000 平方米（净面积 28 000 平方米）；来自 32 个国家和地区的 900 多家企业同台展出，其中 47% 为意大利本地参展商，53% 为国外企业。“加答鞋展”在加答伽尔达城举办，它是一个气候适宜的传统旅游胜地，坐落在意大利北部美丽的伽尔达湖畔。它是联接意大利及德国的重要通道，它与意大利的几个重要城市相接近：如维罗纳（Verona）、威尼斯、米兰。时效性及多样性使“加答鞋展”成为鞋业界同仁不可错失的选择。也只有“加答鞋展”当之无愧地称为欧洲中低端鞋类的贸易基地。一届接一届，展会已成为业界先驱，并吸引了越来越多的国内及国外的同仁。“加答鞋展”是惟一个从来没有受到市场低潮影响的鞋业展会，并总能真实地反映出目前市场的状况。“加答鞋展”定位于低端及中端鞋类产品市场，包括拖鞋、凉鞋、便鞋、休闲鞋、沙滩鞋等等。

（3）美国拉斯维加斯国际鞋展（WSA）。展出时间为每年的 2 月 12 日~14 日、7 月 31 日~8 月 2 日，由美国世界鞋业协会（World Shoe Associates）主办，目前为美国乃至北美洲最大、最具影响力的专业鞋类展览会，也是世界上三大专业鞋展之一。

（4）德国杜塞尔多夫国际鞋展（GDS）。它是世界上著名的三大专业鞋展之一，是欧洲地区规模最大的鞋类博览会。GDS 是目前世界上规模最大、最有影响力、档次较高的国际性专业鞋展，每年 3 月、9 月春秋两季在欧洲著名的“博览会城市”——杜塞尔多夫国际展览中心举办，展出面积达 9 万平方米，展会开出 7~17 号展馆，共 11 个展馆，其统一划分为：Modern、Global Sources、Young 三大主题，中国参展企业分别在 15、16 国际区（International Basic）。

（5）（香港）亚洲运动用品（SSA），展出时间与广交会同期。

（6）香港玩具展，展出时间为 1 月 5 日~8 日。

（7）德国法兰克福国际办公文具博览会（PAPER），展出时间为 1 月 31 日~2 月 3 日。

（8）日本东京国际文具、纸制品博览会（ISOT），展出时间为 7 月份。

(9) 德国科隆国际家具博览会 (IMM), 展出时间为 1 月 19 日 ~ 25 日。

(10) 美国拉斯维加斯国际五金工具及庭园用品展 (NHS), 展出时间为 5 月 5 日 ~ 7 日。

(二) 参加中国进出口商品交易会, 俗称广交会

1. 基本情况

全称: 中国进出口商品交易会

创办日期: 1957 年春季

展出周期: 一年两届 (春交会、秋交会), 每届两期

春交会: 第一期 4 月 15 日 ~ 20 日, 第二期 4 月 25 日 ~ 30 日

秋交会: 第一期 10 月 15 日 ~ 20 日, 第二期 10 月 25 日 ~ 30 日

会期: 第一期 6 天, 第二期 6 天

展览地点: 中国进出口商品交易会琶洲展馆 (广州市海珠区阅江中路 380 号), 中国进出口商品交易会流花路展馆 (中国广州市流花路 117 号)

总展览面积: 57.6 万平方米

展位数量: 30 058 个 (2006 年春交会)

展品种类: 超过 15 万种

成交额: 322.2 亿美元 (2006 年春交会)

到会国家和地区: 211 个 (2006 年春交会)

到会采购商: 190 011 人 (2006 年春交会)

参展商数量: 13 686 家 (2006 年春交会)

官方网站: <http://www.cantonfair.org.cn/>

2. 概况

中国进出口商品交易会, 俗称广交会, 创办于 1957 年春季, 每年春秋两季在广州举办, 迄今已有 50 余年历史, 是中国目前历史最长、层次最高、规模最大、商品种类最全、到会客商最多、成交效果最好的综合性国际贸易盛会。自 2007 年 4 月第 101 届起, 广交会更名为“中国进出口商品交易会”。中国进出口商品交易会由 50 个交易团组成, 有数千家资信良好、实力雄厚的外贸公司、生产企业、科研院所、外商投资/独资企业、私营企业参展。中国进出口商品交易会贸易方式灵活多样, 除传统的看样成交外, 还举办网上交易会。广交会以出口贸易为主, 也做进口生意, 还可以开展多种形式的经济技术合作与交流, 以及商检、保险、运输、广告、咨询等业务活动。来自世界各地的客商云集广州, 互通商情, 增进友谊。

作为外贸新手, 参加广交会, 首先要留意它的参展说明, 一般是有一定实力的公司才有资格参加, 之后按照大会参展要求, 提供资料, 交纳费用就可以, 费用没有固定之说, 要依照广交会的价格表, 基于广交会的地位, 布展价格不低。另外, 自己需要做好选择展位、参展产品、布置展位、办理入场证等工作。

(三) 通过外刊杂志, 寻找客源和商品需求信息

(四) 通过驻外商参处, 介绍客户

(五) 通过网络平台, 寻找客户

目前, 互联网使用便利、及时、费用低廉, 具有跨时空跨国界的特点, 是国际贸易中我们寻找客户的极佳工具, 下面是外贸公司总结的 30 种利用互联网迅速找到全球目标客户的方法, 共五大类:

1. 搜索引擎

方法 1 Importers 方法

操作方法: 在 Google 中输入产品名称 + Importers。

小技巧: 可以用 Importer 替代 Importers。

方法 2 关键词上加引号

操作方法: 搜索“产品名称 Importer”或者“产品名称 Importers”, 在键入时将引号一起输入。

方法 3 Distributor 方法

操作方法: 搜索产品名称 + Distributor

方法 4 其他类型目标客户搜索

操作方法: 产品名称 + 其他客户类型 (相关目标客户的词语除了 Importer, Distributor, 还包括 Buyer, Company, Wholesaler, Retailer, Supplier, Vendor 及其复数形式)。

方法 5 Price 方法

操作方法: 搜索 Price + 产品名称

方法 6 Buy 方法

操作方法: 搜索 Buy + 产品名称

方法 7 国家名称限制方法

操作方法: 在前面 6 种方法的基础上加入国家名称限制

方法 8 关联产品法

操作方法: 产品名称 + 关联产品名称

方法 9 Market Research 方法

操作方法: 产品名称 + Market Research

方法 10 著名买家法

操作方法: 产品名称 + 你的行业里面著名买家的公司简称或者全称。

方法 11 观察搜索引擎右侧广告

操作方法: 搜索产品名称后, 查看搜索结果右侧广告

方法 12 寻找行业展览网站

全球 B2B 网址导航地址: <http://www.86exp.com/web/>

注: 时间问题, 部分小技巧省略, 某些方法是要部分财力投入的, 对我们这些中小

企业来说, 可以从免费入手, 一步步来发展。

2. 高级搜索引擎

方法 13 高级搜索的 Title 方法

操作方法: 使用 Google 高级搜索功能的 Allintitle 功能, 搜索上述各个项目的关键词。

一般来说, 前面介绍的 12 种方法使用 Title 方法后, 都能够加强结果的准确性和买家信息的相关性。

方法 14 寻找有连接到大客户网站的网页

操作方法: 使用 Google 查找大客户网站的连接。

这种方法查找出来的连入网页主要有如下情况: 该页面有该客户的广告、该页面推荐了该客户、该页面谈论到了该客户。

方法 15 寻找有引用大客户网址的网页

操作方法: 同上述方法, 只是查找的是引用客户网址的页面, 而不是连入页面。

方法 16 网址包括大客户公司名

操作方法: 使用 Google 高级搜索功能, 输入大客户名称, 在字体位置选择“网页内的网址”搜索。

方法 17 多种语言方法

操作方法: 搜索关键词的其他语言书写。

方法 18 专业文档方法

搜索引擎还提供类似 PPT、PDF、Word、Excel 文档的高级搜索功能。

3. 专业网站类

方法 19 网址目录方法

注重在网络上宣传自己的公司往往会将自己登陆到 Yahoo 和 Dmoz. org 这两个世界最有名的网址目录中。

方法 20 企业名录网站方法

全球有一些专门提供买家名录的公司和网站。www. kompass. com 和 www. tgrnet. com 最为有名和受市场好评。

方法 21 进口商与分销商名录网站方法

一方面可以请同事、业内朋友推荐, 另一方面也可以通过互联网查询。这里推荐的方法是: 搜索 Importers Directory 和 Distributors Directory。

方法 22 行业网站方法

到 Yahoo 和 Google 对应的行业目录中查找。

使用 Google 高级搜索中的标题搜索, 搜索行业名称 + Industry (Net、Online, Portal)。

使用 Google 搜索引擎查找某著名行业网站的反连接, 一般来讲, 会发现很多其他行业网站。

方法 23 综合商贸网站方法

方法 24 黄页网站查找方法