



English 国际贸易系列教程

国际贸易实务

桑思民 陈自华 陈从瑞 主编

黑龙江人民出版社

责任编辑:李向东 安晓峰

封面设计:李梅

English 国际贸易系列教程

国际贸易实务

Guoji Maoyi Shiwu

桑思民 徐启华 徐丛瑶 主编

黑龙江人民出版社出版发行

(哈尔滨市南岗区黄河路1号)

哈尔滨市龙华印刷厂印刷

新华书店经销

开本 850×1168 毫米 22 $\frac{4}{16}$ 印张

字数:550,000

1997年3月第1版 1997年3月第1次印刷

印数 1-5,000

ISBN7-207-03632-9/G·663 定价:29.80元

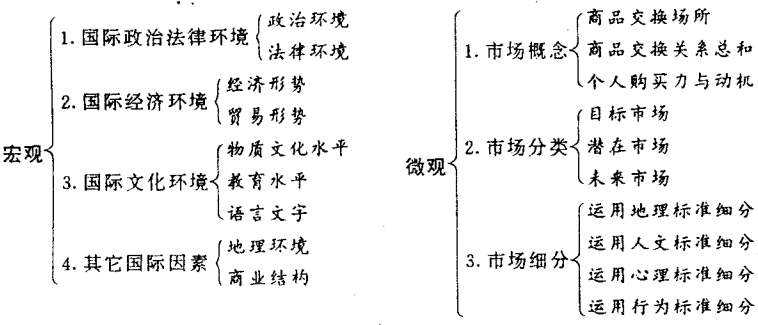
本书参加编写者

主 编	桑思民	徐启华	徐丛瑶
副主编	朱传枝	葛玲芬	隋荣谊
	井卫华	朱 源	
编 委	于 晶	栾宁凤	李兆刚
	马 嘉	高习辉	孙素莉
	牟晓鸣	宋 岩	刘晓蕖
	曹连广	卢晓娟	金真实
	赵 雯	吴丽娟	卢 燕
	彦 嘉	沈 杰	

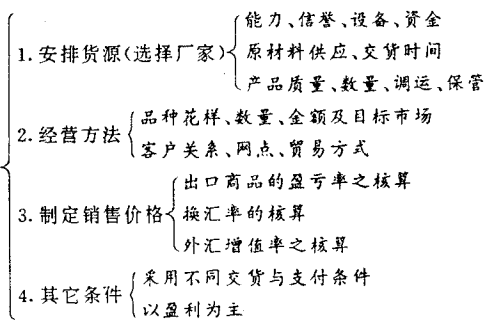
进出口业务程序示意图表

第一步:交易前的准备阶段

对国际市场调研



制定商品经营方案



与客户建立联系

广告宣传

- 交易会
- 组团出访
- 使领馆
- 国外商会
- 直接与客户联系

- 方式
 - 寄目录、样品、说明书等
 - 商品陈列
 - 新闻媒体宣传
- 注意事项:文化差异

发盘

询盘

- 实盘
 - 向对方发盘
 - 内容要求
 - 传达到受盘人
- 虚盘
 - 虚盘的含义
 - 内容

- 一般询盘
- 具体询盘

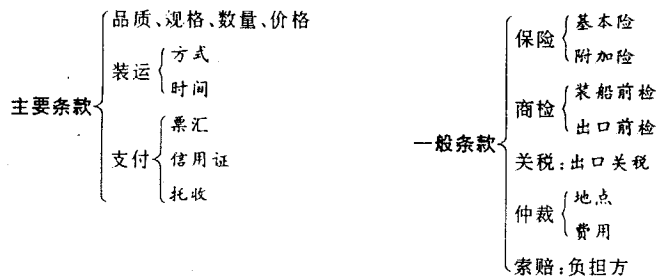
- 还盘
 - 不理
 - 撤销实盘
 - 含糊

第二步:交易磋商阶段

接受(合同成立)

- 有效接受
 - 完全同意发盘条件
 - 在发盘的有效时间内受盘收到有效
 - 接受发盘人要求
- 有条件接受
 - 实质性
 - 非实质性

签订书面合同



第三步: 履行合同阶段

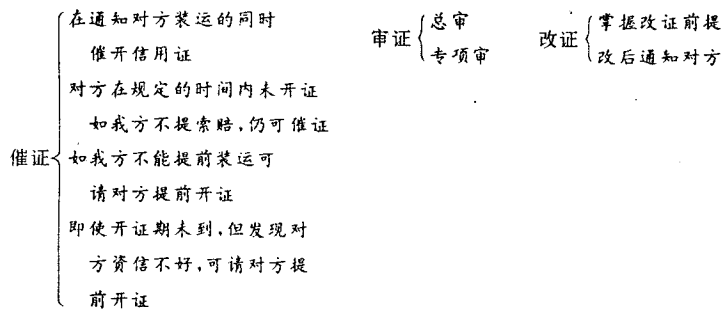
申请出口许可证

按外经贸部《出口许可证管理商品
分级发证目录》通知办理

商 检

公司协同商检局去抽验(一般是10%),合格后发合格证,
并一起检查货物的内包装、外包装和唛头。

催证、审证、改证



租船、订舱

带信用证、合同、发票、
许可证去外代、外运等
租船、订舱。

保 险

投保一切险
收到信用证即办保险
保险期限

报 关

装 船

货物到码头后由储运科
同时带商检证、合同、信用证
向海关领报关单
海关派人去码头检验
①是否有走私货
②单据与货物是否一致

报关后办理装船手续

结 汇

携带发票、保险单、汇票、正本信用证、
商检合格证、报关单、提单等去银行结汇

索赔 仲裁

发生纠纷时，交海事法院或中国
贸促会国际仲裁委员会。

前 言

随着改革开放的不断深入和社会主义计划经济向市场经济的转变,我国的对外经济贸易正在不断地发展,并取得了令世人瞩目的巨大成就。

“兴邦富国”是国之伟人对中华子孙的嘱托。作为炎黄子孙,定要继承先人遗志,在改革开放、对外搞活、发展经济中有所作为,有所前进。

为了服务于市场经济发展和对外贸易的需要,我们组织编写了这套《国际贸易系列教程》。

《国际贸易系列教程》包括:《国际贸易实务》、《国际贸易函电及应用文写作》、《国际贸易会话》以及《国际贸易英文文选》。

这套系列教程可作为外经贸院校学生、英语专业学生、夜大、函大有关专业学生的教材或参考读物。

我们用了近三年的时间做社会调查、收集资料以及组织编写。在组织编写的过程中,我们得到了大连外国语学院领导的大力支持,同时得到了辽宁省一些对外贸易公司领导的大力支持。在此,我们向他们表示衷心的感谢。

由于时间仓促,加之水平有限,书中缺点错误在所难免,请专家、同行及广大读者批评指正。

编者

于大连外国语学院

1996年11月

Contents 目录

第一部分 交易前的准备阶段

Chapter 1	Researching International Market	
	对国际市场的调研	(3)
Unit 1	<i>Macro-Marketing Environment</i>	
	宏观销售环境	(4)
Unit 2	<i>Micro-Marketing Environment</i>	
	微观销售环境	(56)
Chapter 2	Making Marketing Decisions	
	制定商品经营方案	(83)
Unit 1	<i>Arrangement of Shipment</i>	
	安排货源	(84)
Unit 2	<i>Management Methods</i>	
	经营方法	(93)
Unit 3	<i>Price Determination</i>	
	制定销售价格	(102)
Unit 4	<i>Other Terms of Trading</i>	
	其它贸易条件	(113)
Chapter 3	Contacting the Customers	
	与客户建立联系	(127)
Unit 1	<i>Contacting the Customers</i>	
	与客户建立联系	(128)

Chapter 4	Advertising	
	广告宣传	(145)
Unit 1	<i>Advertising</i>	
	广告宣传	(146)
Chapter 5	Inquiry	
	询盘	(173)
Unit 1	<i>Inquiry</i>	
	询盘	(174)
Chapter 6	Offer	
	发盘	(198)
Unit 1	<i>General View of Offer</i>	
	发盘概述	(199)
Unit 2	<i>Firm Offer</i>	
	实盘	(214)
Unit 3	<i>Non-Firm Offer</i>	
	虚盘	(234)
Unit 4	<i>Revocation of Firm Offer</i>	
	实盘的撤销	(256)
Chapter 7	Counter Offer	
	还盘	(266)
Unit 1	<i>Counter Offer</i>	
	还盘	(267)

第二部分 交易磋商和合同签订

Chapter 1	Acceptance	
	接受	(287)

Unit 1	<i>Acceptance of Terms</i>	
	条款的接受	(288)
Chapter 2	Signing a Written Contract	
	签订书面合同	(297)
Unit 1	<i>Contract</i>	
	合同	(298)
Unit 2	<i>Terms of Quality</i>	
	品质条款	(319)
Unit 3	<i>Terms of Price</i>	
	价格条款	(330)
Unit 4	<i>Terms of Quantity</i>	
	数量条款	(340)
Unit 5	<i>Shipment</i>	
	装运	(351)
Unit 6	<i>Commodity Inspection</i>	
	商品检验	(364)
Unit 7	<i>Terms of Payment</i>	
	支付条款	(376)

第三部分 履行合同

Chapter 1	Chartering of Ships and Ocean Freight	
	租船和装运	(391)
Unit 1	<i>Chartering of Ships</i>	
	租船	(392)
Unit 2	<i>Ocean Freight</i>	
	海运	(401)

Chapter 2 Insurance	
保险	(412)
<i>Unit 1 Insurance</i>	
保险	(413)
Chapter 3 Means of Payment	
支付方式	(429)
<i>Unit 1 Documentary Collection</i>	
跟单托收	(430)
<i>Unit 2 Documentary Credit</i>	
跟单信用证	(440)
Chapter 4 Dispute and Claim	
争议和索赔	(450)
<i>Unit 1 Dispute and Claim</i>	
争议和索赔	(451)
Key to Exercises 练习答案	(468)
Appendices 索引	(505)
1. The Law of the People's Republic of China on Joint Ventures Using Chinese & Foreign Investment	
中华人民共和国中外合资经营企业法	(505)
2. Regulations for the Implementation of the Law of the People's Republic of China on Joint Ventures Using Chinese & Foreign Investment	
中华人民共和国中外合资经营企业法实施条例	(517)
3. General Commercial Expressions in English & Chinese	
一般商业用语英汉对照表	(588)

4. Major Enter Prices & Banks in the World	
世界主要企业和银行	(600)
5. Catolog of China's Major Exports	
中国主要出口商品目录	(640)
6. International Economic and Foreign Trade Organizations	
国际经贸组织机构.....	(670)

第一部分

交易前的准备阶段

Chapter 1

Researching International Market

对国际市场的调研

导学 Introduction

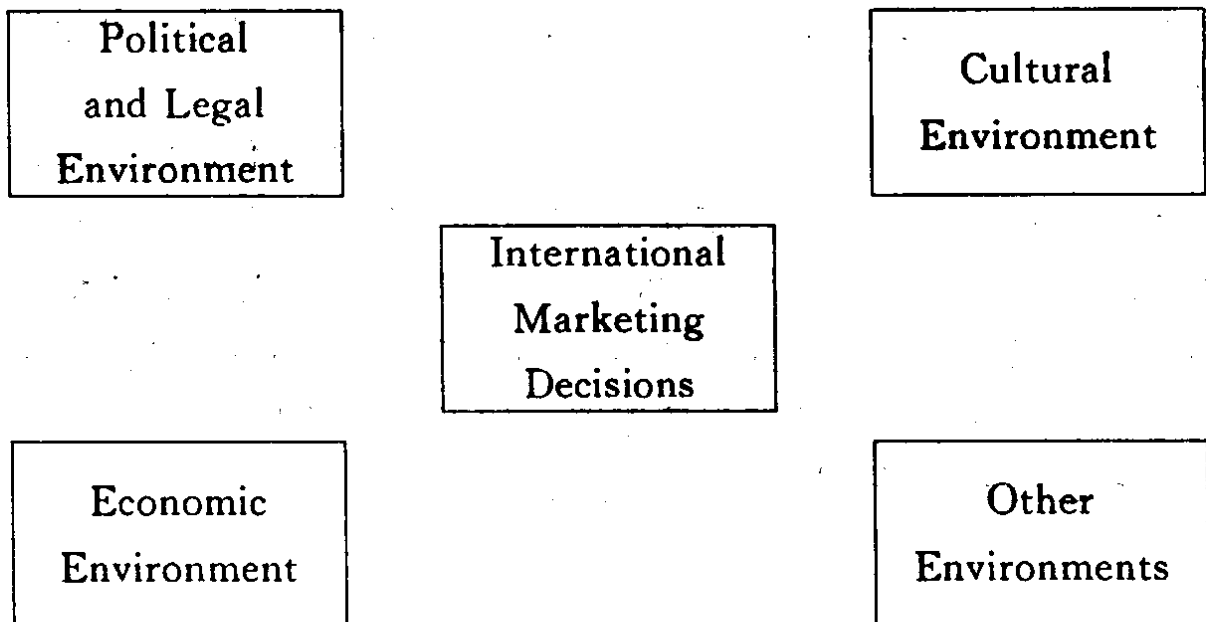
本章旨在探索影响外贸销售的各种市场环境因素,从宏观、微观两个角度出发,系统研究政治、法律、经济、社会文化等大国际经济环境对外贸业务的影响以及商品交换场所、商品交换关系、个人购买力与动机等小经济环境对外贸业务的作用,同时对“市场”这一概念根据需求的差异进行细分,每一个消费者群即为一个分市场。

经营进出口业务要求密切注视各进出口对象国家和地区之间各种销售环境的细微差异及变化,以便有的放矢地对出口产品的种类、花色、价格、包装、品牌、广告宣传方式等进行相对应的调整和设计。准确认识贸易环境,通盘掌握各种销售市场的不同特点,并且千方百计地使本企业的促销策略适应这些环境的变化,是每一个外贸企业都必须面临并重视的长期任务。

Unit 1

Text A MACRO-MARKETING ENVIRONMENT

International marketing involves the marketing of goods and services outside an organization's home country. Every country is different in some way. Therefore, for international companies to succeed in import and export, it is vital that they research and understand the similarities and differences among countries and plan their marketing strategies accordingly. Foreign trade firms work within several environments: political and legal, economic, cultural, technological, geographical, and the like. These are the so-called macroenvironment. They will be discussed in detail in the succeeding subsections.



1. Political and Legal Environment