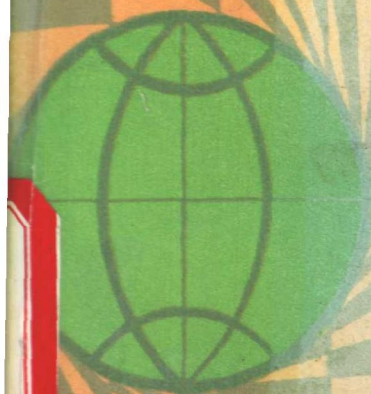


外向型经济贸易必读丛书

外向型经济 贸易实务

本丛书编委会 编著

● 教育科学出版社



外向型经济贸易必读丛书

外向型经济贸易实务

本丛书编委会 编著

教育科学出版社

1988年·北京

外向型经济贸易必读丛书

外向型经济贸易实务

本丛书编委会 编著

教育科学出版社出版

新华书店首都发行所发行 惠安县教育印刷厂印刷

开本787×960 1/36 6.5印张 133千字

1989年6月第一版 1989年6月第一次印刷

印数：1—10000册

ISBN7-5041-0214-8/G·186 定价：2.40元

致读者

外向型经济是世界经济发展的潮流。自党的十三大后，党中央、国务院提出加快发展沿海地区经济的战略，这是对外开放的一个新的转折，也是我国社会主义现代化建设进程中一件具有深远意义的大事。目前，神州大地上正在逐步实施这一战略。但对于实施沿海经济发展，从理论认识到具体实践中所出现的一系列问题，都亟待深入研究和探讨。

为加强对外向型经济理论和实践问题的研究，增强经济工作者的开放意识和提高他们的业务素质，从事经济理论研究和教学工作的同志以及从事专业实际工作者，编写了这套《外向型经济贸易必读丛书》，共有《外向型经济贸易概论》《外向型经济贸易实务》、《国际汇兑与结算》《涉外企业管理》、《涉外经济贸易法规》等五册。《丛书》对外向型经济的基础知识、基本理论、基本技能诸方面作了系统、简明、通俗、生动的介绍，注意理论与实际结合，特别突出地介绍了实务部份的全过程以及正反两方面实例的对比，力求做到观点新颖，条理清晰，科学性强。既可作为各类学校和培训班的教材，亦可供各行业经济工作者自学之用。

本书对贸易方式、进出口业务和具体作法等都作了全面的介绍。书中内容力求简练扼要，通俗易懂，特别是注意突出实务部分的全过程，便于读者掌握进出口业务的技能。

本书由杨国庆、赵苏民、张利锦、王丽娜等同志参加编写。在编写过程中，李顺、魏子钦、魏岚旭等同志对本丛书选题、组稿、审稿等方面做了许多工作。同时还得到厦门大学外贸系、江苏省外贸学校、福建省外贸学校、福建省供销干校、福建省商业干校和福州青年书店等单位的教师和领导的大力支持，谨此致谢！此类丛书的编写是一项探索性的工作，错漏难免，敬请同行和读者不吝赐教，以便再版时修订。

《外向型经济贸易必读丛书》编委会

一九八八年十月

目 录

第一章 出口交易前的准备工作	1
第一节 交易货物与组织货源	1
第二节 选择国外销售市场	2
第三节 建立和发展客户关系	8
第四节 制定出口经营方案	11
第五节 商标管理与广告宣传	13
第二章 进出口商品的品质与数量	19
第一节 品质意义	19
第二节 商品的数量	25
第三章 商品包装	30
第一节 商品包装的意义	30
第二节 包装的种类	31
第三节 对包装的基本要求	34
第四节 包装标志	36
第五节 中性包装与定牌	38
第六节 进出口合同中的包装条款	38
第四章 价格	40
第一节 价格术语	40
第二节 价格的计算	47

第五章 装运	58
第一节 运输方式	60
第二节 装运条款	75
第三节 运输单据	79
第六章 保险	83
第一节 海洋运输保险	84
第二节 我国进出口货物运输保险的基 本做法	90
第七章 货款的支付	101
第一节 支付工具	103
第二节 支付方式	109
第三节 支付方式的选用	120
第八章 商品检验与索赔	124
第一节 商品检验工作的主要内容	125
第二节 索赔、仲裁、不可抗力、仲裁	131
第九章 出口交易的磋商和合同的签订	138
第一节 交易磋商的方式与内容	138
第二节 交易磋商的一般程序	139
第三节 出口合同的签订	151
第十章 出口合同的履行	157
第一节 备货	158
第二节 审证和改证	160
第三节 租船订舱和装运	165
第四节 制单结汇	168

第十一章	进口贸易	183
第一节	进口交易前的准备工作	185
第二节	进口交易的一般程序	186
第十二章	贸易方式	195
第一节	包销、代理，经销、寄售、展 卖	195
第二节	对等贸易、补偿贸易、来料与 进料加工贸易	206
第三节	投标、拍卖、交易所、许可证 贸易	211
第四节	中国出口商品交易会，贸易协 定	221

第一章 出口交易前的准备工作

我国进出口公司、工贸公司、技贸公司、地方外贸公司及具有进出口经营权的生产企业（以下简称进出口企业）。在对外洽商出口交易之前，除应正确贯彻对外贸易政策，努力完成计划，提高经济效益外，还应抓紧下列的必要准备工作。这些工作主要有：交易货物与组织货源；选择国外的销售市场；建立和发展客户关系；制定出口商品经营方案；商标管理与广告宣传。

第一节 交易货物与组织货源

通常的国际货物买卖合约的缔结和履行，意味着一方（出口商）将货物交付给对方所有，而对方接受所交付的货物并支付约定的价金。把货物的交付与货款的支付作为对流条件，是卖方的一项最基本的义务。因而，交付货物在进出口业务中具有现实意义。而怎样交付货物，又与组织货源的工作息息相关。

组织货源是指经营进出口的企业，按照国家

法律和有关政策的规定，采取一定的方式，通过一定的渠道，按品种、按质、按量、按时地组织到出口货物。目前，我国出口商品的种类甚多，但基本可分为两大类：一类是农副土特产品，另一类是工矿产品。这两类产品货源的组织渠道是有差别的。一些产品是从集体所有制的生产单位或个体户组织收购来的；另一些产品是由全民所有制的生产或供货单位提供的。无论从哪个流通渠道组织的出口货源，都应按经济规律办事，兼顾国家、集体、个人三者的利益，力求做到生产的出口商品量多、质优、适销、对路，并且不断发掘新商品，改变我国出口商品的结构。在努力增加农副土特产品、轻纺产品和工艺美术品等传统出口商品的同时，要大力提高工矿产品和耐用消费品的出口，开展“三来一补”业务，增强进出口贸易的活力，为祖国四化建设多做贡献。

第二节 选择国外销售市场

在国际贸易中，各国、各地区市场情况错综复杂，对我各种出口商品的需求也不相同。因此，在对外洽商出口交易前，需要对国外市场进行选择，以便顺利进入市场，推动出口业务的不断开展。为了选择适当的销售市场，应首先做好

调查研究工作。

(一)对国外销售市场的调查研究

对国外销售市场的调查研究，应从各个具体的出口商品，或同一类商品为对象，了解各个市场的基本特点，研究市场变动规律，估计市场供求关系和价格的变动趋势，其主要内容如下：

1、对市场适销品种的研究

在国外同一销售市场上，销售着各国同类的商品。它们在品质、规格、花样品种、包装装潢等方面都不完全相同，对市场的适销情况也不一样，我们应摸清这些不同品种的商品对市场的适销情况。特别要研究市场畅销品种的特点，以便使我出口商品更加适应市场的需要，加强我出口商品的适销性。同时，还要进一步了解国外产品的先进生产技术和先进工艺水平，听取国外经营者和消费者对我出口商品品质、规格、包装装潢等方面的反映和意见，以利与生产部门研究改进，达到扩大出口的目的。

2、对市场供求关系的研究

市场供求关系的变动，对我出口商品的销售和价格有着直接的影响，选择销售市场应深入研究供求关系的变化。

国际市场商品供求关系的变化是不平衡的，时而供过于求，时而求过于供。因为各种商品生

产周期的长短、季节性的变化、消费者的习惯与时尚爱好等诸方面的因素对供求关系的变动无不有一定的影响。所以，研究各销售市场供求关系变化时，应在掌握其基本发展趋势的基础上，结合当前市场条件和我商品出口情况进行具体分析，摸清商品的供应来源和需求方向，以及供求的数量变化，做到比较确切地掌握市场容纳量和当前市场供求变化的特点，以便为我出口商品选择最适当的销售市场。

3、对市场价格的研究

商品市场发生的种种变化，都会通过价格的波动表现出来。同时，价格的波动反过来又会影响市场的全面变动。因此，对市场价格的研究，是我们对国外销售市场调研的主要内容之一。

国际市场的价格虽然在经常波动和变化，但是，这种波动和变化并不是没有规律可循的。价值是价格的基础，以国际价值为基础的国际市场价格始终是在围绕着它的价值而上下波动。因此，研究国际市场的价格，要首先掌握价格变动这一基本规律，特别是在估计价格的长期变动趋势时，更要注意价值和价格之间的变动关系。国际市场价格的剧烈波动，除去受价值变动的作用外，还会受到政治的、经济的和自然的许多因素的影响，如市场供求关系的变化、垄断和竞争、

投机性活动、有关国家的政治性措施等，都会引起市场价格的波动。因此，我们研究国际市场价格，还需要认真分析不同时期影响价格变动的其他各种因素。才能正确判断当前的价格水平，预计价格变动的趋势，以便选择最有利的销售市场。

对国外销售市场的调查研究，除了包括上述各项内容外，有关各个市场的商业习惯、市场竞争、当地的对外贸易管制法令、关税税率、航运港口等情况也属调查研究的范围。为了做到心中有数，把生意搞活，还应对我商品销量的估计及存在问题与应采取的措施等进行认真的分析研究。

（二）对国外销售市场调查研究的方法

1、搜集和积累资料

搜集资料的工作是调研工作的基础。目前资料来源有以下几个方面：

各国的电讯、报章杂志和有关专业性书刊；各国管理进出口贸易部门、海关、银行、研究团体和商会定期或不定期发表的报告或材料；向国外咨询机构交纳一定费用，委托其调查或提供有关材料；通过我驻外机构或客户进行实地调查；在日常业务活动中的函电往来、口头谈判，分析客户的反映和市场动态等。

对以上经济信息、行情资料应不断间地进行

加工整理，并做好信息资料的积累工作。为此，必须建立必要的档案管理制度，把各项有参考价值的资料，采用科学的方法，分门别类地保存起来，以备随时查阅和研究。目前电脑储存资料的办法，是最先进的科学办法。需要资料时，可随时从电脑中显示出来。

2、分析市场动向

分析市场动向，指的是在广泛搜集信息资料的基础上，对各种市场现象进行分析，判断当前市场变动的特点，研究对我出口可能产生的影响，並对其发展趋势进行预测。

分析和预测市场动向，主要是研究市场供求关系和价格的变动。其中包括：当前供求关系处于什么状况及价格水平如何；今后的供应关系将发生什么变化；价格如何变动以及可能变动的幅度等。

研究和估计市场供求关系和价格动态时，要全面分析影响市场变动的因素，以及今后可能影响市场变动的因素。我们必须区别哪些是主要因素，哪些是次要因素；哪些是长期起作用的因素，哪些是临时起作用的因素；不同因素将起多大作用等等。只有进行全面分析，才能作出较为正确的判断。经过分析和预测得出结论之后，还要通过业务实践来检验。如发现原有的分析不准

确，或出现原先未能估计到的新情况，应适时修订，力求市场的分析及预测符合客观实际的情况，促进出口交易的顺利进行。

3、选择适当的销售市场：

进行上述调查研究的重要目的之一，是要选择适当的销售市场，以便确定我某项商品的出口地区和布局。在选择市场时，要注意：（1）贯彻党的对外贸易方针与政策，配额和出口许可证制度等。对于商品销量的大小、价格的高低、现汇还是记帐贸易等都要准确地掌握。（2）根据各个商品的具体情况和经营意图，对销售市场进行合理的布局，既要考虑到当前，又要考虑到未来发展的趋势。在确定安排主销市场的同时，也要适当安排辅销市场，以便做到有主有辅，相互补充，以避免主销市场一旦发生变化，造成销售困难的被动局面。（3）在安排销售市场时，应根据不同市场的特点，既要注意巩固传统市场，又要不断开辟新市场；既要注意抓住当地销量较大的市场，也要注意转口量较大的市场。总之，对市场的选择安排，应做到全面考虑，合理布局。

、目前，在国际贸易的舞台上，各国政府与大型国外企业都非常重视选择销售市场，並作为一项重要的竞争手段。有的资本主义国家政府设置国外市场调查部，以最现代化的设备，搜集市场

情报。有的企业本身建有强大而有效的经济信息调研网，一天二十四小时不停地搜集世界各地经济情报，使之为推进进出口贸易服务。

第三节 建立和发展客户关系

客户是进出口企业的交易对象，广泛地同客户建立贸易关系，组织推销网，是做好对外推销工作，扩大出口的重要条件之一。

（一）对客户调查研究

主要是调查客户的政治情况，如政治背景、负责人的情况及对我国的政治态度；资信情况，即客户的资金大小、企业创建的历史和组织结构以及经营范围、活动能力和信誉良莠等。

对客户的调查渠道，主要有：金融机构、国际组织和商业贸易团体、贸易协会、政府有关机构、展览会、交易会、代理商以及国外报刊资料、日常往来函电、市场调查报告、谈判资料、外国出版的行名录、厂商年鉴等刊物。

（二）做好客户工作，建立推销网

在出口交易中，有无一批稳定的客户关系，是能否扩展出口贸易的重要条件。一个好的客户关系，就是一份推销力量。建立和发展客户关系，认真做好客户工作，调动客户经营我货的积

极性，对于我们了解市场动态，扩大销路，逐步建立一个完善的推销网络具有重要的作用。

1、善于发挥不同类型客户的长处

在国际市场上，专营或兼营进出口业务的企业是多种多样的。根据这些企业的性质、经营方式、经营能力可划分为不同类型。我们应根据政策原则和经营意图，按照业务需要，区别对待，选择不同类型的客户，以发挥各类客户的长处，为我所用。

专门经营进出口贸易的企业，他们联系面广、熟悉市场，业务经验比较丰富，是国际市场上推销商品的一支重要力量。他们中间有的自营进出口，自负盈亏，以赚取利润为主；有的是代客买卖，以赚取佣金为主；有的则是某些特定工厂的代理人。从经营商品看，有的专营某种或某类商品；有的经营品种较广，没有严格的商品限制。在我出口贸易中，应充分利用这种企业的长处，为我扩大推销服务。

资本主义国家的大工厂、大百货公司、超级市场、连锁商店等都自行进口一部分商品，是这些商品的实销户。我们应积极发展同这些客户的往来，同他们建立长期稳定的业务关系，这不仅有利于扩大推销网，而且可以减少中间环节，争取更有利的交易条件。