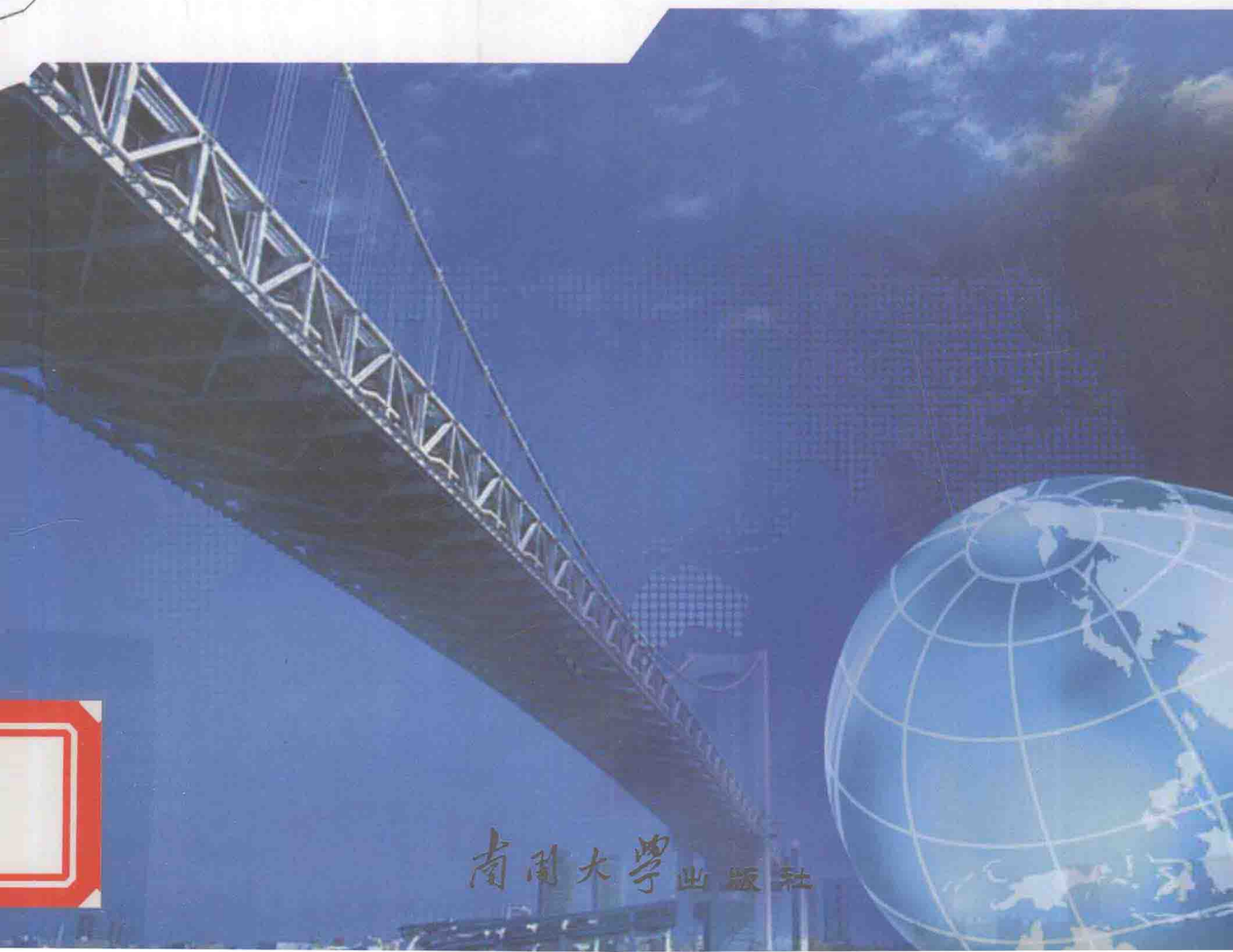




二十一世纪高职高专精品规划教材

国际贸易 项目化教程

● 曹 岚 邓迪夫/主编



南开大学出版社



二十一世纪高职高专精品规划教材

国际贸易项目化教程

主 编 曹 岚 邓迪夫

副主编 何 伟 宁国强 卢 萌

雷锋刚

参 编 申 宾 冯 鸣 聂延庆

南开大学出版社

内容简介

本教程注重对国际贸易实务操作技能的训练, 提倡“教、学、做”一体化的理念; 是项目化系列教程之一, 具有系统性、创新性和可操作性等特点。

本书内容分为上篇(出口业务操作)和下篇(进口业务操作), 每一篇都将进出口业务按照实际工作流程划分成八个项目。上篇包括出口准备工作、出口交易磋商与成本核算、出口还价核算与还盘操作、接受与出口签约操作等; 下篇包括进口准备工作、进口交易磋商与签约、办理进口批件、申请开证和修改信用证、进口货物运输保险操作等。

本书可作为高等院校经济类、管理类各专业学生和老师学习和教学的通用教材或辅导书, 也可供从事国际贸易相关工作的专业人员学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易项目化教程 / 曹岚, 邓迪夫主编. -- 天津:
南开大学出版社, 2010.9

ISBN 978-7-310-03547-2

I. ①国… II. ①曹… ②邓… III. ①国际贸易—高等学校—教材 IV. ①F74

中国版本图书馆CIP数据核字(2010)第154981号

南开大学出版社出版发行

出版人: 肖占鹏

地址: 天津市南开区卫津路94号 邮政编码: 300071

营销部电话: (010) 58697906

营销部传真: (010) 59003964 邮购部电话: (010) 59003964

*

北京朝阳印刷厂有限责任公司印刷

全国各地新华书店经销

*

2014年7月第1版 2014年7月第1次印刷

787×1092毫米 16开本 20.5印张 480千字

定价: 29.00 元

如遇图书印装质量问题, 请与本社营销部联系调换, 电话 (010) 58697906

版权所有 侵权必究

前 言

《中国人才蓝皮书（2010）》指出，预计2010年外贸人才需求总人数将达到79.344万人，人才需求量相当大。根据教育部高校就业指导中心统计，中国每年高校经济类专业毕业生在13万人左右，即使13万人全部从事外贸工作，也仍然有很大的人才供需缺口。然而，高素质外贸业务员的缺乏是制约我国从贸易大国向贸易强国转变的瓶颈之一。

为了能培养出高素质外贸人员，本教程为实现高职教育培养高等应用型人才的培养目标，更好地提高学生的专业技能和实际操作能力，针对该类传统教材中存在的种种问题，采用“国际贸易项目化”进行教材改革。

《国际贸易项目化教程》是以“项目引导、工作任务驱动、实训操作技能训练”的全新模式进行综合化改革，以国际贸易进口、出口的业务流程重组教材内容，以职业岗位的典型工作任务进行整体教材的设计，从职业能力出发，提炼教材的核心能力，以学生为主体进行教材项目以及任务的设计。

在国际贸易项目化教材中采用项目化写作，可改变传统教材写作中存在的弊端。就本教材而言，它要求培养学生熟悉国际市场的调研、进出口商品的价格核算、订舱、保险、退税等具体工作的项目，熟悉交易磋商的程序、内容，能理解国际货物销售合同条款的内容，会根据实际业务要求签订合同的条款，能看懂信用证，熟悉各种相关单证，并会制作等。

采用“国际贸易项目化”写作方式，使学生在学习本教材时建立起学习内容与实际业务的直接联系机制，这样每完成一个教学项目内容，学生就会思考这个项目在整个业务环节中处于什么位置。采用这种项目化教程，改变了以往注重理论知识灌输，缺乏实际动手操作部分的弊端，使教学内容直观、实用，培养了学生的实际应用能力，真正体现出了高职教育的“能力本位”教学理念。

全书以具体实例讲述，简单明了，任务介绍、任务分析、相关知识与任务实施都具体而细致，每个项目所列的操作实训中的实训题均有很强实用性，更便于读者学习领会掌握。附件收录了在2007年7月生效的《跟单信用证统一惯例（UCP600）》以及与此项配套的《关于审核跟单信用证项下单据的国际标准银行实务》ISBP681，此外还收录了国际各大船公司简称以及贸易方式代码表便于学生了解。

本书由中国环境管理干部学院曹岚、陕西财经职业技术学院邓迪夫任主编，邯郸职业技术学院何伟、渤海大学高职院校宁国强、中国环境管理干部学院卢萌、陕西财经职业技术学院雷锋刚任副主编，鹤壁职业技术学院申宾，辽宁省对外贸易学校冯鸣，秦皇岛职业技术学院聂延庆参加编写，编写分工如下：曹岚（出口项目八，进口项目六、七、八），何伟（出口项目五、六），宁国强（进口项目四、五），卢萌（出口项目七、进口项目三

和附录)，申宾（出口项目二，进口项目二），冯鸣（出口项目三、四），聂延庆（出口项目一，进口项目一），陕西财经职业技术学院邓迪夫负责对全书的结构、内容、重点、特色等方面进行具体的指导，陕西财经职业技术学院雷锋刚参与了资料搜集工作。

本书在编写过程中，得到了有关部门、学院领导、专家及相关老师的大力支持，在此一并表示感谢。

编 者

目 录

上篇 出口业务操作

项目一 出口准备工作	(3)
任务1 熟悉产品和了解市场	(4)
任务2 寻找客户	(9)
任务3 其他出口准备工作	(12)
项目二 出口交易磋商与成本核算	(19)
任务1 调查客户资信和贸易障碍	(20)
任务2 拟写建交函	(24)
任务3 打样与寄样	(26)
任务4 核算出口报价	(29)
任务5 拟写发盘函	(34)
项目三 出口还价核算与还盘操作	(39)
任务1 还价策略运用	(40)
任务2 出口还价核算	(43)
任务3 拟写还盘函	(47)
项目四 接受与出口签约操作	(52)
任务1 接受	(53)
任务2 出口签约操作(拟订销售确认书)	(55)
项目五 催证、审证与改证操作	(66)
任务1 了解信用证	(67)
任务2 催促对方开出信用证	(71)
任务3 审核信用证	(73)
任务4 修改信用证	(77)
项目六 出口备货生产与签订内贸合同	(85)
任务1 签订内贸合同	(86)

任务2 出口备货生产	(88)
项目七 货物出运操作	(94)
任务1 办理托运	(95)
任务2 办理报检	(99)
任务3 办理出口货物报关	(103)
任务4 办理出口货物投保	(107)
任务5 出口商发出装船通知	(112)
项目八 出口结汇、核销和退税	(123)
任务1 出口制单	(124)
任务2 审单和交单收汇	(132)
任务3 出口业务善后与出口收汇核销	(138)
任务4 办理出口退税手续	(144)

下篇 进口业务操作

项目一 进口准备工作	(153)
任务1 进口贸易市场调研	(154)
任务2 寻找客户	(159)
项目二 进口交易磋商与签约	(165)
任务1 询盘	(166)
任务2 进口报价核算	(168)
任务3 还盘	(171)
任务4 接受	(173)
任务5 拟订购货合同	(175)
项目三 办理进口批件	(181)
任务1 申请签发进口许可证	(182)
任务2 办理自动进口许可证	(184)
任务3 办理进口免税证明	(189)
项目四 申请开证和修改信用证	(199)
任务1 申请开证操作	(200)
任务2 申请改证操作	(206)
项目五 进口货物运输保险操作	(216)
任务1 租船订舱	(217)
任务2 办理进口货物投保	(222)
项目六 对外付款操作	(232)
任务1 办理汇付项下的对外付款	(233)

任务 2 办理托收项下的对外付款	(240)
任务 3 信用证项下的对外付款	(244)
项目七 进口货物的接货、报检和报关操作	(262)
任务 1 办理进口接货	(263)
任务 2 办理进口报检	(268)
任务 3 办理进口报关	(274)
项目八 进口善后工作	(282)
任务 1 进口付汇核销	(283)
任务 2 争议与索赔的处理	(290)
附录 1	(297)
附录 2	(312)
附录 3	(314)
附录 4	(317)
附录 5	(319)

上 篇

出口业务操作

- 项目一 出口准备工作
- 项目二 出口交易磋商与成本核算
- 项目三 出口还价核算与还盘操作
- 项目四 接受与出口签约操作
- 项目五 催证、审证与改证操作
- 项目六 出口备货生产与签订内贸合同
- 项目七 货物出运操作
- 项目八 出口结汇、核销和退税

项目一

出口准备工作

项目介绍

出口准备工作充分与否，直接关系到出口业务的成败。出口业务操作之前，外贸业务员首先要熟悉产品、了解市场，要使自己的产品打入国际市场企业必须了解国际市场，对国际市场进行调研。了解市场之后，开始采用各种有效途径寻找客户，建立业务关系，达成交易。另外，企业在从事出口业务之前，须完成申请进出口经营资格、办理海关登记注册、出口退税登记、出口收汇核销登记、出口报检登记等工作。

项目任务

- 任务1 熟悉产品和了解市场
- 任务2 寻找客户
- 任务3 其他出口准备工作
- 项目小结
- 操作实训

任务1 熟悉产品和了解市场

一、任务介绍

熟悉产品和了解市场是外贸业务员出口业务的工作的起点。只有熟悉商品和了解国内外市场行情之后,才能确定贸易商品,才能在出口磋商中胸有成竹。

二、任务分析

出口工作如果要顺利的开展,必须做好三个方面的工作:第一,需要明确自己的公司或者自己的组织到底能够提供出来什么样的产出。这个产出包括产品,也包括服务;第二,需要明确市场上到底需要不需要我们可以提供的产品或者服务。如果需要,那么在什么区域内需要,需要多少;第三,需要明确如果我们要供给瞄准的一个目标市场,那么我们的供给途径是否方便,如果不方便,能否建立起来属于自己的一个途径,这个途径需要多少成本,等等。

简而言之,熟悉商品和了解市场是一种相辅相成的关系,没有对商品的熟悉只有对于市场的了解,就容易看到很多需求,但是不知道能不能满足它;如果熟悉了商品离开了对市场的了解,商品就会变得很无力,知道自己能干什么,但是由于不知道市场上需要什么,所以变得无从下手。

三、相关知识

1. 熟悉产品

熟悉产品相关信息是开展出口业务工作的基础。熟悉产品相关情况的工作任务包括:到打样间、生产车间熟悉产品的种类、规格、成分、性质、包装、生产工艺、生产能力等情况;到采购部门了解原材料采购价格和采购渠道等信息;到财务部门了解各项产品相关财务费用等。还要到相关行业网站查询各种产品的标准;关注和熟悉各类新产品等情况等。

(1) 熟悉产品的途径。

① 专业书籍、专业网站。

通过专业书籍补充产品知识,优势主要在于专业书籍通常对于专业知识有较为系统的介绍,但不足之处也很明显,主要在于:一是容量有限,介绍内容覆盖面不广;二是受书籍印刷成本限制,大多数内容限于文字介绍,缺少直观印象;三是书籍内容再整理编辑不易;四是书籍内容通常具有一定的滞后性。专业网站相对内容丰富、容量较大,但知识零

散,不成体系,需要业务员自行整理。而且网络资源虽然方便,但对信息真伪及新旧需要业务员有较高的辨别能力方可。

② 样品间或工厂。

通过经常深入样品间或工厂来增加自身的 product 知识。这种方式可以给业务员形象、直观、感性的认识,有助于业务员将原有的书本知识转化为直观印象,对业务员业务能力的提高至关重要。外贸业务员需要将产品知识的感性认识与抽象认识相互结合,不仅提高自身的业务素质,也增加专业知识储备,使两种方式各自发挥优势。

③ 向老业务员请教。

外贸业务员在成长过程中需要一代代业务员言传身教的传、帮、带,这对业务经验的传承起到重要的作用。在熟悉产品时,向老业务员请教也是重要的方法之一。

(2) 熟悉产品的内容。

① 产品生产过程及工艺。

了解产品生产基本流程,了解产品的关键生产环节及工艺。

② 产品专业分类。

了解产品的不同分类,明确产品品种,为业务洽谈产品的具体品种确定奠定基础。

③ 产品生产标准及品质标准。

了解产品生产需要满足的生产标准及品质标准,包括出口产品需要满足的国内外标准的内容。

④ 产品专业词汇。

掌握产品的专业词汇,包括中英文专业词汇。

(3) 选择产品的原则。

对于新外贸业务员来说,在选择出口产品时,一般要遵循以下几个原则:

① 选择具有比较优势的产品。

首先,外贸业务员应该选择自己在社会资源上有比较优势的产品作为出口产品,要充分利用相关的社会资源。其次,外贸业务员应该选择本国或者本地区具有比较优势的产品,以便在出口时能以较低的成本收购该产品,减少运费、保险费等其他费用,增加产品的竞争力。不宜选择具有比较劣势的产品,如需从国外进口原材料的产品。

② 选择易耗品。

一般情况下,外贸业务员应该选择易耗品作为出口产品,不宜选择耐用品作为出口产品。因为易耗品使用寿命短,使用周期短,需求量较大,其潜在出口贸易量;而耐用品则相反,使用寿命长,使用周期长,需求量较小,其潜在出口贸易量就小。

③ 选择远洋产品。

根据产品特定消费国家或地区到我国距离的远近,贸易产品分为远洋产品和近洋产品。远洋产品是指销往离我国较远特定消费国家或地区的产品,如与非洲、南美等国家或地区特定贸易的产品;近洋产品是指销往我国较近消费国家或地区的产品,如日本、韩国、中国香港、中国台湾省等国家或地区的产品。选择远洋产品的原因是,进口国离我国越远,对我国产品的价格、原材料等相关情况的了解就越难,了解的信息就越少,即交易

双方之间信息不对称程度更大,从而我方与其谈判时间越有利,利润就更多。而近洋产品则相反。

④ 不宜选择价格低、体积特别大的泡货。

一般情况下,外贸业务员不宜选择价格低、体积特别大的泡货,如不能套装的空箱等,因为这类商品的运输成本很高。若经营此类商品,则容易亏损。

值得注意的是,以上选择产品的原则只是一般情况。在实际业务中,还要结合各地区、各公司、个人等实际情况而定。

2. 了解市场

了解市场要做到:掌握市场信息来源的渠道、了解国内市场情况、对国际市场环境和国际市场商品情况调研。

(1) 了解市场的途径。

外贸业务员了解国内外市场可以借助多种途径实现,可以通过网络资源了解信息,如各搜索引擎、各专业网站等;可以通过各政府部门了解信息,如商务部、海关、外汇管理局、中国驻外使领馆等部门;可以通过银行等机构了解信息;可以通过行业协会等组织了解信息;可以派调研人员到目标市场进行考察;也可以通过企业在世界各地的销售网点从市场反馈中得到信息等方式了解信息。了解市场信息途径众多,对于不同信息的搜集能力各有不同,优秀的业务员要善于利用多种途径了解市场。

(2) 了解市场的内容。

① 了解国际市场。

外贸业务员了解国际市场,应该对国际市场,尤其是目标国市场的市场规模、经济环境、政策及法律环境,甚至包括文化环境进行了解与调研。在此基础上,还需要对目标国市场上商品供给、需求情况进行了解,以做到“知己知彼”。

② 了解国内市场。

外贸业务员在了解国际市场的同时,还需要充分了解国内市场。外贸业务员对于国内市场的了解,不仅包括国内同类产品的同类生产企业行情,如生产技术、生产能力、竞争情况等;还要包括同类产品的国家标准、国家政策等。

四、任务实施

秦皇岛鸿发有限公司(QINHUANGDAO HONGFA Co., Ltd.)是一家流通性外贸企业。是经国家外经贸部批准成立的具有进出口经营权的贸易公司,主要从事纺织服装、轻工业品、日用品、五金产品等产品的进出口业务。公司坐落在秦皇岛市。2009年7月,公司因为业务需要招聘了一名新业务员王丽,从事纺织服装的出口业务工作。作为新业务员,王丽必须为独立开展出口业务做好充分的准备工作,王丽的工作任务如下:

(1) 通过多种方式熟悉纺织服装产品知识。

外贸业务员王丽为丰富自身的产品知识,通过网络搜索、向老业务员请教、深入样品间或工厂等多种方式熟悉纺织服装产品知识。

(2) 通过多种方式了解纺织服装出口市场。

外贸业务员王丽通过多种方式了解纺织服装的出口市场等信息。

操作指南:

(1) 通过多种方式熟悉纺织服装产品知识。

第一步: 外贸业务员王丽通过网络搜索纺织服装产品基础知识, 重点了解产品分类、产品生产工艺知识、产品专业术语等知识。外贸业务员王丽通过网络搜索纺织服装产品知识, 丰富自己对产品的了解, 经过一段时间的积累, 王丽大有收获。如, 王丽掌握了服装产品的多种分类: 服装根据用途可以分为内衣和外衣两类; 根据穿着组合可以分为整套装、套装、外套、背心、裙、裤等; 根据服装面料与工艺制作可以分为中式服装、西式服装、刺绣服装、呢绒服装、丝绸服装、棉布服装、毛皮服装、针织服装、羽绒服装等; 根据性别可以分为男装与女装; 根据年龄可以分为婴儿服、儿童服、成人服等; 根据服装的厚薄和衬垫材料不同还可分为单衣类、夹衣类、棉衣类、羽绒服、丝棉服等。每一种分类中又可进行细分。在外贸业务中涉及的具体商品通常都是综合运用多种分类方式确定的, 如女式全棉夹克等。此外, 王丽还初步了解了服装生产的主要工序, 如梭织服装要经过面辅料进厂检验、技术准备、裁剪、缝制、锁眼钉扣、整烫、成衣检验、包装、入库或出运等多个环节。对于产品专业术语, 包括中英文专业术语需要一个长期的积累过程, 王丽专门准备了笔记本, 记录随时遇到的专业词汇, 如 LAB DIPS 色样、SIDE PANEL 侧幅等。

第二步: 外贸业务员王丽通过与老业务员沟通掌握纺织服装生产过程的关键环节。外贸业务员王丽在积累产品知识方面, 除利用网络资源外, 还经常与老业务员沟通、向老业务员请教, 以进一步掌握纺织服装生产过程的关键环节, 掌握控制产品品质的关键要素, 为业务洽谈积累能力。

第三步: 外贸业务员王丽深入样品间及工厂, 实地了解产品生产过程。与此同时, 外贸业务员王丽利用每一次机会深入样品间或工厂, 了解产品的生产过程, 增加感性认识, 使业务员对产品的了解得到进一步增强。能够深入了解一类或一种产品的专业知识, 对业务员来讲是至关重要的, 是业务员顺利开展业务的基础。

(2) 通过多种方式了解纺织服装出口市场。

第一步: 外贸业务员王丽通过网络搜索我国服装出口主要目标国。

外贸业务员王丽接触纺织服装出口行业时间不久, 对于纺织服装产品出口的主要情况并不了解, 王丽通过商务部网站 (www.mofcom.gov.cn) 了解到 2009 年第一季度纺织服装产品主要出口国家和地区为欧盟、美国、日本、韩国及中国香港。王丽自然也就更多关注这五个国家和地区对于中国纺织服装产品的政策。

第二步: 外贸业务员王丽通过网络搜索、向老业务员请教了解不同目标国的情况。

对于出口主要目标国增加了解对于新业务员是重要的, 也是必要的。王丽通过网络搜索不断丰富自己对目标市场的了解。如, 欧盟中的德国, 王丽对其地理、人口、经济等方面都有了一定的了解。2008 年 GDP 是 38180 亿美元。德国是高度发达的工业国家, 经济总量位居欧洲首位, 世界第四, 仅次于美国、日本和中国, 且与英法的差距很大。德国作为西方七大工业国成员, 对世界经济和金融形势起着重要作用。2007 年德国贸易出口突破 9000 亿欧元大关, 贸易盈余达 1988 亿欧元, 创历史新高。德国是商品出口大国, 工业产品的一半销往国外。是世界第二大出口国。德国近 1/3 的就业人员为出口行业工作。主要出口产品有汽车、机械产品、电气、运输设备、化学品和钢铁。进口产品主要有机械、电

器、运输设备、汽车、石油和服装。主要贸易对象是西方工业国。政府奉行整顿国家财政、减少预算赤字、进行税制改革、刺激个人投资、进一步实行非国有化、减少国家干预、充分发挥市场机制作用的政策，使德国经济持续稳定增长。同时积极采取措施，推动信息技术的发展并调整经济结构。德国，欧洲最大的经济体及人口第二大国，是欧洲的政治、经济中心之一。德国地处波罗的海沿岸，位于荷兰、波兰之间，面积共 357021 平方公里，82369552 人口，男女性别比为 0.97:1。国家为联邦共和国政体，首都柏林是欧洲主要城市之一。德国共 16 个州，德国是世界上主要的发达国家之一，经济上以先进的制造业为主，是世界钢铁、煤炭、机械设备等的主要制造国之一，德国作为欧盟主要成员国，贸易政策秉承自由贸易政策，但对进口商品的安全、环保等指标要求较高。如向德国出口服装，要尤其注意服装染料不含偶氮染料等。

王丽感觉对目标市场的充分了解是需要花大力气去积累的，也必将是一个长期的过程，在以后的工作中还需要继续坚持。

任务2 寻找客户

一、任务介绍

“巧妇难为无米之炊”，外贸业务的“米”就是客户的订单。采用各种有效途径寻找客户，是拿到订单、达成交易的前提。外贸业务员开发客户是业务的核心环节。

二、任务分析

1. 寻找进口商的渠道

渠道主要有贸易促进机构、批发商名录、促进进口机构、黄页（电话簿中的商业名录部分）、海外经商处、市场调查、商会、专业交易会、进口商协会、商业洽谈服务以及他们的网页。

2. 客户搜寻调查的重要性

搜寻潜在客户是销售的第一步，在很大程度上，这决定着我們今后的目标与方向，下面讨论一个初中时候学的物理学公式：

$$W = FSC\cos A$$

W—成功

F—努力

S—位移

A—努力与位移的夹角

根据初中时候我们学习的三角函数，我们知道在 $0 \sim \pi/2$ 定义域内是一个递减函数；

你的努力与目标的夹角越大，你获得的成功越小。

这个公式来告诉我们：在销售工作的第一阶段，我们如果错误的选择了方向，我们将不得不面对失败，这是搜寻潜在客户重要性的原因所在。

正是所谓：“先作正确的事，再正确地做事”。

三、相关知识

主要是通过多种途径寻找客户。

1. 建设公司网站以吸引客户

外贸企业应该在网络上建立一个自己企业的主页，包括中、英文两种版本。其内容应包括企业介绍和产品介绍。

为了使目标市场上的潜在客户能够比较全面地了解公司的整体情况，需要一份完整的