

赵永秀◎主编

中小企业 海外参展指南

- 从入门到精通
- 从理论到实操
- 从零开始做外贸

不懂外贸业务的人也能读懂、
看明白的**实操范本**

中小企业管控外贸业务流程、
避开风险地带的必备指南

HANDBOOK OF OVERSEAS
EXHIBITION OF MIDDLE &
AMALL-SIZED
ENTERPRISES



人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

中小企业海外业务操作指南

中小企业海外参展指南

赵永秀 主编

人民邮电出版社
北 京

图书在版编目 (C I P) 数据

中小企业海外参展指南 / 赵永秀主编. —北京:
人民邮电出版社, 2015. 2

(中小企业海外业务操作指南)

ISBN 978-7-115-37850-7

I. ①中… II. ①赵… III. ①中小企业—国际商务—
展览会—管理—中国—指南 IV. ①G245-62
②F279.243-62

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 286745 号

内 容 提 要

参加海外展会是企业扩大出口的重要手段,同时也是走向国际化的最佳途径。本书从参展策划、展前准备、展位管理、人员管理、现场问题、展品运输、现场沟通等9个方面对海外参展工作做了详细的讲解。书中还列举了大量的图表与实战范例,使参展人员可以迅速掌握相关工作的操作要求、步骤、方法与注意事项,进而帮助外贸企业提升总体竞争力。

本书适合外贸企业、外贸培训机构使用,也适合各大院校相关专业师生参考、学习。

◆ 主 编 赵永秀

责任编辑 庞卫军

执行编辑 付 路

责任印制 焦志炜

◆ 人民邮电出版社出版发行 北京市丰台区成寿寺路11号

邮编 100164 电子邮件 315@ptpress.com.cn

网址 <http://www.ptpress.com.cn>

三河市潮河印业有限公司印刷

◆ 开本: 800×1000 1/16

印张: 18.5

2015年2月第1版

字数: 300千字

2015年2月河北第1次印刷

定价: 55.00元

读者服务热线: (010) 81055656 印装质量热线: (010) 81055316

反盗版热线: (010) 81055315

广告经营许可证: 京崇工商广字第0021号

P 前言

REFACE

随着中国经济的高速发展，国内企业间的竞争越来越激烈。为了寻找更好的市场机会，越来越多的中国企业走向国际市场，加大海外市场拓展的力度，提高国际竞争力，以获取更多的市场份额与利润。然而，目前国际贸易环境不容乐观，价格体系不完善、欧债危机愈演愈烈、国际贸易壁垒众多、国际汇率不稳定、物价飙升等因素，都导致了企业开展外贸业务的难度在不断增加。

在开展海外贸易的过程中，大部分中小企业都会面临以下问题。

- ◇ 如何找到投入相对较低、风险相对较小的国际市场？
- ◇ 如何利用企业目前的有限资源开发和拓展国际市场？
- ◇ 面对千差万别的海外客户群体，如何进行国际市场营销？
- ◇ 如何寻找潜在客户，如何获得更多的国际订单？
- ◇ 如何进行国际商务谈判，规避合同风险？
- ◇ 如何合理询价，并确定统一标准，以避免双方理解偏差？
- ◇ 如何留住客户，与海外客户保持长期贸易关系？

.....

为帮助中小企业解决上述问题，我们组织工作在海外业务拓展一线的实战专家策划、编写了“中小企业海外业务操作指南”丛书，本丛书共包括八本，具体为：

- ◇ 《外贸业务拓展与风险防范指南》
- ◇ 《中小企业海外参展指南》
- ◇ 《外贸跟单与出货验收指南》
- ◇ 《海外业务国内采购指南》
- ◇ 《电子商务海外业务指南》



- ◇《报关业务与物流运输指南》
- ◇《生产企业与外贸企业出口退税指南》
- ◇《派驻海外人员管理与风险防范指南》

“中小企业海外业务操作指南”丛书的特点是内容全面、深入浅出，作者将深奥的理论用平实的语言讲出来，易于理解，即使是不懂外贸业务的人也能看得懂。另外，本丛书尤其注重实际操作，对所涉业务的操作要求、步骤、方法、注意事项都讲得清清楚楚，并提供了大量在实际工作中已被证明行之有效的范本，读者可以将其复制下来，略作修改，为己所用，以节约时间和精力。

本书由赵永秀主编，冯永华、陈素娥、李景安、林红艺、林友进、吴少佳、郑华、孟照友、赵静洁、唐琼、唐晓航、谭双可、陈英飞、陈海川、陈宇娇、陈运花、马会玲、马丽平、马晓娟、卢硕果、庞翠玉、闻世渺、杨丽、安建伟、王丹、王振彪、武晓婷参与了本书资料的收集和编写工作，滕宝红对全书内容进行了认真、细致的审核。

本书在编写过程中，得到了综合开发研究院（中国·深圳）、山西省商务研究中心、广东省中小企业发展促进会、深圳市经济贸易和信息化委员会、深圳市世贸组织事务中心、深圳海关等单位、外贸业务培训机构及相关外贸企业的支持与配合。

在此，作者向上述人员和机构表示衷心的感谢。

C 目 录 CONTENTS

第一章 中小企业海外参展基本认知

开发国际市场的方式很多,在现代的国际贸易交流中,“展览”已被众多商界人士公认为“最杰出的市场”之一。在展会中,来自各方面的商家、买家、业内专家等相聚一堂,参展商不仅做成了生意,还调查了市场,得到了新的启发,获得了新的信息,了解所经营的产品的未来发展趋势及所面临的竞争与风险,同时也客观地检验了参展的产品在市场上是否有竞争力。

第一节 世界主要国家和地区的展会.....	3
要点01:按国家与地区划分的主要展会.....	3
要点02:按行业划分的主要展会.....	6
第二节 参加海外展会的途径.....	13
要点01:展会组织者.....	13
要点02:合作参展.....	15
要点03:联合参展.....	15
要点04:组团参展.....	15
要点05:委托参展.....	16
要点06:组展单位展会服务项目.....	16
第三节 海外参展国家资金补贴.....	18
要点01:开拓资金使用的对象和方向.....	18
要点02:开拓资金对企业参加境外展览会的支持政策.....	19
要点03:中小企业资质申报审核程序.....	19

第四节	ATA单证册	21
要点01:	ATA单证册制度的便利	22
要点02:	ATA单证册的签发单位	23
要点03:	ATA单证册适用的货物范围	23
要点04:	ATA单证册的格式	25
要点05:	申办ATA单证册	25
要点06:	ATA单证册的通关	28
第五节	参加国际性展会时间计划表	36
第六节	海外参展流程及注意事项	38
要点01:	展前准备	39
要点02:	展中事务	42
要点03:	展后处理	42
要点04:	参展突发状况及因应之道	43

第二章 开展海外参展策划

任何一项活动要开展成功,必须有成功的策划。国际上的展览繁多,企业究竟要不要去参展,要参加哪些展会,一年要参加多少次,决定参展后如何使各项工作井然有序,这些都要事先加以充分地策划,并要有成文的计划与方案制定出来。

第一节	确定是否参加展会	49
要点01:	市场调研与展会分析	50
要点02:	明确参展目标	54
要点03:	参展费用预算	55
要点04:	召开评审会	57
【实战范本2-01】	海外参展费用预算表	57
第二节	制定海外参展计划与方案	59
要点01:	年度参展计划	59
要点02:	海外参展方案	60

【实战范本2-02】××有限公司参展策划方案	61
【实战范本2-03】××生物科技有限公司海外参展方案	67

第三章 中小企业海外参展展前准备

企业一旦决定参加某个国际展览,就要开始积极筹备,备展工作应首先考虑参展的营销、宣传等主要目的,备展安排要全面周到。备展工作繁杂,遗漏、疏忽某一事项、某一环节都可能会影响参展效果,因此有必要对备展工作进行全面、深入、细致的讨论,将所有工作和事项分门别类地列明,根据轻重缓急安排备展工作。

第一节 研读“参展商手册”	73
要点01: 参展商手册的主要内容	74
要点02: 阅读时要重点关注的内容	76
【实战范本3-01】参展公司名称及资料	78
【实战范本3-02】场刊广告	80
【实战范本3-03】场刊介绍—参展商公司及展品介绍	82
【实战范本3-04】场馆室内外广告位置申请表	85
【实战范本3-05】Seminars技术交流会	88
【实战范本3-06】参展人员证章	91
【实战范本3-07】人力服务	92
【实战范本3-08】签证用邀请函	93
【实战范本3-09】电话/传真/互联网及其他特别安排	94
【实战范本3-10】额外电力申请	97
【实战范本3-11】额外家具申请	100
第二节 客户邀约	103
要点01: 展前客户邀约的意义	103
要点02: 展前客户邀约的特征	104
要点03: 展前客户邀约的技巧	105
要点04: 邀请客户来展会参观和洽谈	105
要点05: 撰写邀请函	106



【实战范本3-12】邀请	107
要点06: 整理客户资料	109
第三节 展品选择	110
要点01: 展品选择的原则	110
要点02: 选择展品时应考虑的因素	111
要点03: 展品选择的矛盾处理	111
要点04: 建立展品数据库	113
第四节 销售资料工具准备	113
要点01: 确定贸易条款	113
要点02: 编制展前计划	114
要点03: 展中销售资料	114
要点04: 展中的销售工具	115
【实战范本3-13】展品信息统计表	116
【实战范本3-14】会客登记表	116
【实战范本3-15】展会客户信息归纳表	116
【实战范本3-16】每日工作统计表	117
第五节 展台资料设计	117
要点01: 展台资料种类	117
要点02: 参展资料的独特卖点	119
要点03: 展会POP设计	119
第六节 参展人员办理签证	120
要点01: 私人护照	120
要点02: 因公普通护照	122

第四章 中小企业海外参展展位管理

进行展位管理时,要从能否提升企业知名度、是否增加销售、是否维持老客户、能否开发新客户、能否掌握最前沿的市场信息的角度评估展位设计的有效性。确立展位的标准、选择展位的位置和有

效设计和布展是参展商必须要考虑的三个问题。

第一节 明确展位标准	127
要点01：标准展位	127
要点02：特殊展位	129
要点03：特装展位	129
要点04：展位面积	129
第二节 展位选择	130
要点01：位置选址	130
要点02：展位结构	131
要点03：性价比	132
第三节 展位设计	133
要点01：展位设计的重要性	133
要点02：选择展位设计公司	133
要点03：展位设计原则	134
第四节 展位布置	136
要点01：展位的陈列组合	136
要点02：明确表述参展诉求	136
要点03：客户导向的陈列	137
要点04：最有力的广告词“新”	137
要点05：展位交通路径	138
要点06：确保图片醒目	140
要点07：确保文字易读	140
要点08：统一标准	140
要点09：展位布置技巧	140

第五章 中小企业海外参展人员管理

据调查显示：85%的参观者的第一印象来自于展位的员工，而且当他们最后决定是否跟这个公司合作时，员工的因素也能占到80%！由此可见，展会成功与否极大程度上取决于参展人员。因此，挑选参加会展的员工是中小企业展览计划中至关重要的一个环节。企业不仅需要足够的员工，更加重要的是必须选择真正适合的人来做如此重要的事。

第一节 参展人员配备	149
要点01：参展人员的选择	149
要点02：展台人数的配置	150
要点03：参展人员分工与安排	151
第二节 参展人员培训	152
要点01：参展人员培训的目标	153
要点02：参展人员培训的内容	153
要点03：参展人员训练方法	158
要点04：参展人员培训工作的安排	160

第六章 中小企业海外参展现场沟通

企业参展的一个重要目的，就是通过展会直接与客户进行面对面的交流。尤其是专业展会，前来参展的客户不仅有技术人员、采购人员，还有负责收集市场信息的情报人员。由于不同客户的关注重点不同，因此针对不同客户的咨询选择适合的人员与其沟通，将能更好地解决客户提出的问题，提升其满意度。

第一节 与客户沟通的开场白	163
要点01：优先了解买家基本信息	163
要点02：避免快速销售	164
要点03：顾问专家式销售	164
要点04：主动积极沟通	164
要点05：不要急于展示	165

第二节 展会现场买家评估	165
要点01: 判断客户的基本技巧	165
要点02: 明确客户标准	167
要点03: 真假买家识别	168
第三节 客户信息记录	170
要点01: 参展记录簿	170
要点02: 现场面谈记录表	170
要点03: 录音笔记录	171
要点04: 主办方客户注册系统信息	172
第四节 展中销售技巧	172
要点01: 学会发问与倾听	172
要点02: 抓住买家的兴趣点	175
要点03: “五感”销售法	176
要点04: 利益销售法	176
要点05: 避免客户离开	178
要点06: 与老客户的沟通	179
要点07: 展会报价策略	180

第七章 中小企业海外参展展品运输

在海外参展,将展品运输至目的国家是参展的第一步。展品运输是指展品包装结束后,通过运输工具将展品移动至目的地的行为(包括展品装卸作业)。其责任范围为自出发地的展品包装箱离地时起,至到达目的地的展品包装箱落地时止。

第一节 展品包装与装箱	187
要点01: 展品包装分类	187
要点02: 包装箱标志	189
要点03: 装箱单和展品清册	193
【实战范本7-01】展品装箱单	194

【实战范本7-02】××国际商品展览会参展商品清单	194
第二节 运输筹划	195
要点01: 运输过程	195
要点02: 运输筹划内容	196
【实战范本7-03】展品运输费用预算表	209
【实战范本7-04】运输计划表	210
【实战范本7-05】展品运输代理合同（独自运输）	210
【实战范本7-06】集体运输展品运输指南（一）	213
【实战范本7-07】集体运输展品运输指南（二）	216
第三节 去程运输	221
要点01: 展品集中	221
要点02: 装车	221
要点03: 长途运输	222
要点04: 交接	223
要点05: 接运	223
要点06: 掏箱	223
要点07: 开箱	224
【实战范本7-09】进出境物品申报用装箱单及发票	225
【实战范本7-10】出口货物装船订舱委托书	226
【实战范本7-11】国际货物托运书	227
【实战范本7-12】受损报告书	228
第四节 回程运输	229
要点01: 回运	229
要点02: 分运	230
要点03: 调运	230

第八章 中小企业海外参展展后管理

展会上,买家结识的供应商非常多,不可能全部都记住,所以展会后的跟踪工作非常重要。另外,参加一个展会的效果如何,以后是否还需要继续参加该展会,也应加以评估。

第一节 展后客户分类及跟进技巧	235
要点01: 展会客户信息记录	235
要点02: 紧急跟进已签约客户	236
要点03: 持续培养有意向的客户	236
要点04: 有歧义的潜在客户要回旋	236
要点05: 判断索要资料的客户	236
要点06: 客户邮件和电话联系	237
【实战范本8-01】展后客户跟进函电	237
要点07: 了解客户总体情况	239
第二节 展后业绩评估与报告	240
要点01: 展后业绩评估	240
要点02: 撰写展后总结报告	244
【实战范本8-02】展后总结报告(结构样板)	245

第九章 海外参展知识产权保护

由于缺乏对相关国家展会知识产权保护的了解,近年来,我国中小企业在参展中不断遭遇到有关知识产权的纠纷。一旦发生纠纷,更容易出现双重损害。首先,对于知识产权所有人来说,缺乏有效参与;其次,对于涉嫌侵权者来说,可能会面临在不能进行适当抗辩时被干预。双方最终所承受的损害就是会“失掉一次商业机会”。

第一节 海外参展知识产权概述	249
要点01: 什么是展会知识产权保护	249
要点02: 展会知识产权保护的分类	249

要点03: 参展可能遇到的知识产权问题	250
第二节 展会知识产权纠纷常见的侵权方式	251
要点01: 未经权利人许可	251
要点02: 专利许可过期却继续生产	251
要点03: 产品商标问题不明确	252
第三节 海外展会知识产权侵权的防范措施	253
要点01: 提高知识产权观念	253
要点02: 在产品开发过程中要深入调研	254
要点03: 加强自主创新, 加大海外专利和商标的申请数量	254
要点04: 建立专利战略	254
要点05: 参展前做好充分准备	256
要点06: 分析是否存在侵权行为	257
要点07: 注重展会执法流程和细节问题	258
要点08: 使新闻传媒成为有效工具	260
第四节 海外展会知识产权侵权后的应对策略	260
要点01: 积极应对, 不能一走了之	260
要点02: 正确引导新闻媒体	261
要点03: 正确选择知识产权诉讼律师团队	262
要点04: 法律文件应对措施	263

附录 展会实用英语

附录1 展会介绍英语	265
附录2 展会谈判英语	269
附录3 典型的销售英语	272
附录4 展会常用英语口语46句	274
参考文献	279

第一章

中小企业海外参展基本认知

导视图



