



WAIMAOXINSHOU
CONGRUMENDAOJINGTONG

外贸新手

从入门到

精通

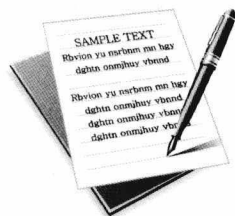


王艳莉 著

- { NEWS } 角度专业，把控外贸方向；
- { NEWS } 语言通俗，透析外贸流程；
- { NEWS } 经验分享，成就外贸人生。

 经济科学出版社

外贸新手 从入门到 精通



王艳莉 著

经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

外贸新手从入门到精通 / 王艳莉著. —北京: 经济科学出版社, 2011. 1

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0135 - 5

I. ①外… II. ①王… III. ①对外贸易 - 基本知识
IV. ①F74

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 226655 号

责任编辑: 周胜婷

责任校对: 郑淑艳

技术编辑: 王世伟

外贸新手从入门到精通

王艳莉 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销

社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行电话: 88191109

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

香河县宏润印刷有限公司印刷

710 × 1000 16 开 16.5 印张 240000 字

2011 年 3 月第 1 版 2011 年 3 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0135 - 5 定价: 29.80 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

前言

Qian Yan

中国加入世贸组织以后，与世界各国的商务活动日益频繁，外贸市场日益增大。同时，在网络盛行的 21 世纪，通信交流技术的不断发展为外贸发展带来了翻天覆地的变化，大公司能做的，普通人现在也能做到。可以说，投身于外贸行业，正是顺潮流而动，合乎国际大势，为成功助力。

李东海从珠海一家珠宝外贸公司辞职时，没有从公司带走一个客户资源，却带走了两样东西：从事外贸的决心和经验。

李东海根据其外贸经历，选择了大公司不愿意经手的小订单作为经营重点。其原因首先是小订单利润更高，像珠宝首饰，传统外贸的利润率都低于 15%，但是做小订单，利润会在 30%~50% 左右。其次，做小订单操作简单灵活，都是通过快递发货，不需库存，也不需太多的报关跟踪等后期跟进。

除了正确的定位，李东海还详尽制定了外贸经营策略。他认为交易的关键是满足国外客户的个性化需求：一是要设定比较低的起订量，降低客户的采购门槛，能做到别人不能做到的起订量就是竞争力。二是提供多种款式，尽可能满足各类客户的需求，扩大产品线去满足各类客户的需求，就能捕捉到更多的销售机会，总销售额也会非常可观。

就这样，李东海敏锐地抓住被大部分公司忽略的海外小客

户群体，短短的几个月就取得了不错的经营利润，每个月的销售额在百万元左右。经过数年不断的开拓发展，李东海所经营的广河外贸公司跻身于著名外贸公司的行列，他也成为了身家千万的成功人士。外贸，成就了李东海的人生。

由于拥有从事外贸的决心和经验，李东海白手起家，最终打下自己的一片天地，可见外贸是一个自我创业，成就人生的好途径。今天，许多人都在寻找开创事业、成就自己人生的机会。而外贸资金投入低、风险低、知识运用技能要求高，恰恰使知识型人才能够扬长避短，充分发挥才能，尤其适合有一定知识水平高，但是缺乏资本的人士创业。

为引导广大读者，本书针对外贸的特点，紧紧抓住外贸核心问题，按照逻辑顺序安排内容，分为十二章，为读者揭开外贸的神秘面纱，感受外贸的魅力。考虑到外贸具有很强的实务性质，本书按进出口业务的一般程序分章节循序渐进，在保持内容系统性与完整性的同时，尽量简明扼要，由浅入深。本书内容还囊括了进出口问题，外贸基础知识和最新知识，网上外贸及市场开发的具体操作，外贸单证的处理，国际货款结算，信用证审核与应用，国际货物运输操作，各国买家的特点及谈判风格，以及如何从事前、事中、事后控制网上贸易风险等。在阐述时附上恰当案例和心得，并提供大量价值信息以及具体操作详细步骤，指导实际操作，在每一个环节上力求规避风险，追求利润最大化。从而为读者道明从入门到精通的捷径，使读者可以简便快捷地操作外贸，获得成功。

掌握大背景，把握技巧，精研外贸细节，从入门到精通，我们将力助读者从外贸新手进阶为外贸高手。愿读者在选择外贸，从事外贸，精通外贸的过程中，收获成功，成就人生。

第1章 外贸有人这样做

- 2..... 1.1 外贸 SOHO, 在家也能赚大钱
- 6..... 1.2 会展外贸, 广集商机财源
- 11..... 1.3 订单加工, 拿差价谋利润
- 15..... 1.4 服装玩具, 小产品成就大财富
- 18..... 1.5 代理垄断, 营利机会多

第2章 人行指引, 让外贸不再神秘

- 22..... 2.1 外贸流程解读, 精熟业务
- 30..... 2.2 认识货物, 发掘潜在财富
- 34..... 2.3 寻找客户, 走出去汇聚财富
- 38..... 2.4 行业速成, 电脑与英语
- 41..... 2.5 抓住关键点, 单证、退税和信用证

第3章 整合资源, 开启外贸财富之门

- 48..... 3.1 进货, 渠道为王
- 50..... 3.2 多方攻坚, 获取客户资源
- 56..... 3.3 合作双赢, 大家赢才是真的赢
- 59..... 3.4 外贸利器, 善用八方资源

- 63..... 3.5 外贸信息，遍寻天下财源

第4章 应对询盘，讨价还价达成双赢

- 74..... 4.1 询盘，判断客户的意图
- 79..... 4.2 询盘回复，缜密考虑
- 82..... 4.3 价格计算，保证利润
- 88..... 4.4 讨价还价，达成共赢

第5章 接单签约，一切按合同办事

- 94..... 5.1 化询盘为订单，合同前提
- 96..... 5.2 外贸谈判，合作的开端
- 101..... 5.3 礼仪详谈，促进成功交易
- 105..... 5.4 写好合同，顺利做外贸

第6章 掌握货源，开发贸易价值

- 114..... 6.1 备货，核实品质没纰漏
- 119..... 6.2 报检通关，熟悉程序助力大
- 125..... 6.3 安排装运，严格履行合同条款
- 130..... 6.4 进口货物，与货代合作

第7章 交单结汇，精通财富支付之法

- 136..... 7.1 制作提单，严格谨慎
- 145..... 7.2 提单风险，预防为主
- 147..... 7.3 提交单据，密切配合银行
- 150..... 7.4 外汇结算，收四海财富

第8章 寻求客户，挖掘外贸财富

- 156..... 8.1 开发信，抛向潜在客户的媚眼
160..... 8.2 寄送样品，小鱼饵钓大鱼
163..... 8.3 客户跟进，再次合作的基础
167..... 8.4 应对投诉，有理有利有节

第9章 委托合作，赚自己最擅长的那份

- 172..... 9.1 与货代合作，省心省力双赢
178..... 9.2 精熟货代流程，避免风险
184..... 9.3 与公司合作，和气生财为重
188..... 9.4 警惕中间环节陷阱，保障财富安全

第10章 杜绝欺诈纠纷，巧妙保护财富安全

- 196..... 10.1 合同欺诈，事前严密审核
201..... 10.2 提单欺诈，严格程序预防
207..... 10.3 结算欺诈，选择安全方式
211..... 10.4 贸易纠纷，谋求灵活处理

第11章 出口退税，活用外贸国策

- 216..... 11.1 退税，另开财富之源
220..... 11.2 精熟退税流程，增长财富
224..... 11.3 活用政策，提高效益
231..... 11.4 合理利用政策，安布雷拉公司收退税之利

第12章 风险控制，为财富保驾护航

- 236..... 12.1 客户风险，慧眼识人

- 239..... 12.2 货物风险，检验运输多注意
- 244..... 12.3 汇率风险，关注大局
- 249..... 12.4 合理避险，重视保险
- 255..... 参考书目

第1章 外贸有人这样做

如今，市场的主体已经日趋多元化，做外贸的已不仅仅是公司了，外贸也成了创意行业。只要有创意，只要有胆量、资本和资源，任何人都可以在外贸行业中淘到属于自己的金子。

1.1 外贸 SOHO，在家也能赚大钱

尽管对于很多人来说，SOHO 早已是耳熟能详的词汇，但也有很多人疑惑 SOHO 到底是什么意思。SOHO——Small office and Home office，直译就是家庭办公室、小型办公室的意思，实际上就是自由职业或自由职业者的意思。当然，SOHO 也代表了一种更为自由、开放、弹性的工作方式。外贸 SOHO 就是在家办公的外贸人，一个人撑起一片事业的天空。

随着互联网及通信技术的发展，外贸 SOHO 已经成为一种新时尚。也有许多人从这种工作方式中，创造了自己事业的机遇。

1. 精熟流程，善做外贸 SOHO

个人做外贸和在公司做外贸不一样，在公司做外贸，或许只从事整个外贸流程的一个环节或者几个环节，但个人做外贸要涉及外贸的整个流程，不仅要懂产品，能搞定客户，还要会做单据，懂得验货，联系货运，而且要明白核销、退税等事情。一句话，外贸 SOHO 就是外贸全才。

李先生只有高中文凭。刚开始，他只是在公司的外贸仓库工作。逐渐地整个外贸流程都是他在做，从安排生产计划，到跟单、做单证、办理退税，他要跟踪整个订单的流程，随时掌握动向。

当时工资很低，工作却十分辛苦，稍微出点差错，就会被贬得一无是处。因此，李先生辞职离开原公司。因为有多年的外贸基础，于是给自己配置了一台电脑，一部电话，就加入到当时刚刚在国内兴起的外贸 SOHO 事业中。

李先生选了一些产品后，开始找工厂，向工厂了解产品的用途及使用方法，经常跑工厂取经，在这个过程中，边学边推销。之后的 2

个月，就有客户开始询价，客户会问一些很专业的知识，而这个时候的李先生，已经能够以专业人士的角度来回答问题，让客户很满意。第一个客户对李先生说：“你很专业，我们有合作的可能。”于是下了一个试订单，李先生拿到了第一张单，金额 300 美元。李先生的外贸 SOHO 生涯算是从此正式开张。

李先生文化程度不高，但是做事情非常有耐心，在他做外贸 SOHO 前，他对产品，对外贸流程有了足够的了解；对客户要求办的事情，他会尽量做到最好。这样，有很多客人都青睐于和李先生谈生意。现在，李先生已经是腰缠万贯的大商人了，拥有了很多稳定的国际客户，可以说已取得了巨大的成功。

希望从事外贸 SOHO 的人士如果对整个外贸流程不熟悉，建议还是先找个外贸公司工作一段时间，全面学习整个外贸流程知识；抱着学习的心态去做事，会成长得更快。有把握之后，就可以自己独立尝试外贸 SOHO 了。

2. 掌握货源，轻松做外贸 SOHO

开始做外贸的 SOHO 人士，很多都在愁找不到好的货源，外贸 SOHO 就像外贸公司一样，找到好的货源很重要。产品货源从哪里来？货源途径有哪些？哪里进货有价格优势？这些都是外贸 SOHO 的大问题，如果能够和厂家熟悉，得到特殊的货源，对生意将是大有助益。

2001 年，刚从外语学院毕业的林先生回到家乡。儿时的几个同学们已经成为小有规模的制鞋厂老板了。林先生和他们聊聊，发现他们普遍存在着产品销路问题。于是，林先生挂靠到一家外贸公司（按

年给该外贸公司交纳一定的管理费)，开始了为这些同学老板们寻找国际买家的工作。从互联网到展会，他独来独往地忙着。几年下来，生意越做越大，他也从一个外贸 SOHO 发展成一家专门从事出口的外贸公司，而且也拥有数家稳定的国际客户。林先生说，现在他正在申请自己的商标。他要像 NIKE 那样，将来出口的产品，都使用他自己的商标，树立自己的品牌。

外贸 SOHO 人士和厂家有私人关系固然好，对于大部分的外贸 SOHO 来说，一般是直接找厂家要货源，这也是大部分外贸 SOHO 的产品订单货源。大部分外贸 SOHO 都是在那些没有外贸出口权的中小型工厂拿货，因为一般情况下，工厂拿货可以拿到最好的价格，能够实现外贸 SOHO 利润的最大化。

在和工厂沟通时，有些工厂不一定会理会外贸 SOHO，这时外贸 SOHO 一般可以将以前的外贸经历和外贸 SOHO 成功案例说给工厂听，尽量争取长期稳定合作。工厂听到有钱赚也就信任了，愿意合作了，几次磨合下来就会很默契，也能拿到较低价格的货物，从而获得高额的利润。

3. 人弃我取，巧做外贸 SOHO

外贸新手应该到哪里寻找客户？谁会理会初入行的外贸 SOHO 卖家？期待一开始做外贸 SOHO 就有大笔的生意是不现实的，大客户主要集中在大公司。所以，一般外贸 SOHO 都是从中小客户开始，这也是个不错的选择。

陈女士是一个头脑灵光的人。以前，她在一家大型外贸公司工作。在用互联网和国外买家沟通时，她发现有许多国外的小买家，也希望能够直接从中国购买小家电。但由于这些小买家要货数量小、品

种杂，许多国内的大外贸公司都不愿意接单。陈女士认为这是一个很好的机会，于是辞掉了工作自己单干。她找上了几家这样的外国公司，这些客户实力和资信程度相对较低，在一些外贸公司不受待见，而外贸 SOHO 恰恰可以和他们匹配。陈女士以这些公司采购代表的名义，在中国为这些公司代购货物。并根据每批货的价值，从国外公司那里收取一定的佣金。国外公司的规范运作也提升了陈女士的实力，相互间的促进又将彼此的合作提升到几乎完美的地步。凭借与一些客户合作的资历，又能获得了新的客户。于是，反复循环，陈女士的外贸出路打开了。现在，由于业务的发展，陈女士的外贸 SOHO 规模已经大大扩大，要雇人帮忙了。

别人放弃的资源，往往蕴涵着大笔的财富，人弃我取，正是生财之道。世界上不会有无法获取利润的客户，关键是看怎么去发掘其中的财富契机。

4. 外贸 SOHO，成就知识型创业

从以上外贸 SOHO 开始的成功创业的例子可以看出，他们成功的关键，是知识和眼光而不是资金。

一般做外贸 SOHO 有以下特点：

外贸 SOHO 资金投入低，一部电脑、一部手机、一条宽带，就是全部的投入。外贸 SOHO 风险低，采用不同的运作方法，可以有效地规避交易风险。外贸 SOHO 知识运用技能要求高，对所经营产品市场的洞悉力、外语应用能力、国际贸易操作能力和互联网应用能力是做外贸 SOHO 缺一不可的。

(1) 英语基础。

做外贸，英语不一定非要英语八级、口语流利，但是至少要能读能写；语言

是工具，“工欲善其事必先利其器”。

(2) 外贸知识。

这是做外贸最基本的条件，如果连最基本的外贸知识和常识都不懂，何谈做外贸 SOHO？

(3) 产品知识。

如果自己都不懂自己出售的产品，怎么能说服客户买产品？

(4) 供应商。

合作良好的供应商是外贸 SOHO 最大的助力。

(5) 懂外贸单据。

不是所有的单据都需要外贸 SOHO 自己做，但是有些单据是外贸 SOHO 必须自己做的。

(6) 外贸流程。

从询盘回复到最后的核销退税，流程要熟悉，每一步的关键部分都要万分注意。

(7) 心理素质。

耐得住寂寞、顶得住压力、保持平常心。有单勿喜，无单勿忧。

可见，外贸 SOHO 没有一定的知识积累是不容易取得成功的。外贸 SOHO 的特征，恰恰使知识型人才扬长避短，充分发挥。

今天，许多人都在寻找创业的机会。事实上，外贸 SOHO 就是一个从零开始、用知识创业的好途径。中国新贸易法的实施和中国对 WTO 承诺的逐步兑现，将为这种创业方法提供更大的空间。对有志于创业的大专院校和大学毕业生来说，外贸 SOHO 不失为将来创业方向的一个好选择。

1.2 会展外贸，广集商机财源

展会实质上是一种特殊媒体。相对于电视、报纸、广播、路牌等众多媒体而言，它有自己独到的功能：可以将产品直接摆到参观者面前，演示其功能，触摸其外形，

闻其声，辨其味，让参观者对产品有全方位的感觉。同时，展会又是一个中立场所，不属于买卖任何一方私有。从心理学角度看，这种环境易使人产生独立感，从而以积极、平等的态度进行谈判。这种高度竞争而又充分自由的气氛，正是个人和企业开拓外贸市场时最需要的，在这时候，往往容易抓住商机，赢得财富。

1. 外贸会展，舍中方显得

做任何事情都需要用开放的心态去做，大舍大得，参加展会也是同样的道理。现在由于外贸市场趋于成熟，客户选择相对理性，今天参加展会，不一定马上就有回报。究竟有没有效果，当时不能断言，但最起码能起到展示形象、坚定信心的作用。

为什么麦当劳和肯德基如此成功，它们每年还是要拿出一部分费用做广告、作展示？这样做的目的就是在不停地告诉客户他们是大品牌，而且现在活得很好。可能他们也不需要招揽生意，但为什么他们如此做下去，如果他不做可不可以？当然可以，但坏处是什么呢？反过来会说，如果有一个月没有见到麦当劳和肯德基的广告、展示，是不是他们其中谁出问题了？客户就会产生这样的联想。

黄先生开了一家小外贸公司，通过参加各种展会，拉来了很多客源，生意不错。不过虽然生意很多，每年参加展会的开销也不少。今年，黄先生决定不参加展会了，而是做目前稳定客户的生意，通过别的方法招徕客户。结果一季度结算的时候，发现订单下降了很多，以前的一些老客户也不发订单了。黄先生急坏了，马上寻找问题在哪里。他找了个机会，宴请了驻本地的客户代理，打听为什么没订单了，一问，才发现是没参加展会惹的祸。客户的想法是：以前经常看到你参加展会或打广告，怎么突然现在见不到了，是不是工厂出了问题了，还是被别人干掉了？

广告学上有一句名言：“如果一个月见不到你（如广告、展会），别人表示担心；如果一个季度见不到你，别人以为出了问题；如果半年见不到你，别人以为你倒闭了！”有舍必有得，很多外贸人士以为不参加展会是对的，但结果往往事与愿违。只有舍得付出，才能获得更多的机会。

2. 独辟蹊径，外贸展会策划为先

做市场没有常胜将军，只有深入一线，脚踏实地，才能独具慧眼，创造成功。做市场，没有固定的模式，适合自己的就是最好的，参展也是如此。

汪先生的外贸公司因为缺乏客户，生意一直不好，但是通过参加一次大型的外贸展会，汪先生获得了极大的成功，成为了最大的赢家。原来，当时所有参展商在展会上还是沿用传统的参展方式如传单、礼品、唱歌、跳舞时，而汪先生则打破传统，聘请有实战经验的著名营销专家全程策划，独家举办外贸产品免费公益讲座，通过论坛的形式，营销专家现场授课的方式，营造口碑效应。在展会上，著名营销专家的授课非同凡响，让所有参展厂商耳目一新，赢得了阵阵掌声。汪先生的成功参展激发了外商的兴趣，鼓舞了外商与他合作的信心。在展会上，当即就有外商过来和汪先生洽谈，之后还顺利达成了好几笔订单，汪先生抓住机会，拉住了一批客户，生意由此越做越大，汪先生的外贸公司慢慢成为了当地的大外贸公司。

参展对外贸公司各有利弊。但首先要明确目的，然后根据目的做出抉择，不一定要全部展会都参加，但最起码比较有影响力的展会最好要参加，这样对外贸企业和个人的品牌提升大有帮助。