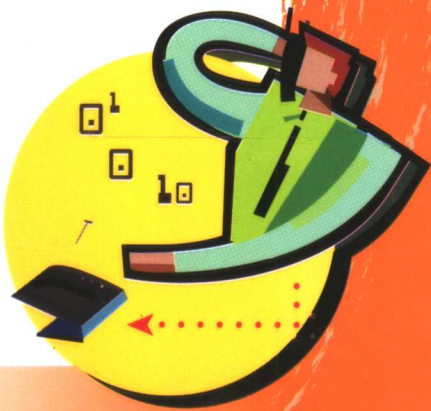


进口贸易操作

15步

JINKOU MAOYI CAOZUO SHIWU BU

- 全面翔实 涵盖进口贸易15个环节的业务操作
- 操作性强 集案例计算与操作流程及技巧于一体
- 与时俱进 反映进口贸易的新规则与新做法



王斌义 顾永才 主编



首都经济贸易大学出版社

CAPITAL UNIVERSITY OF ECONOMICS AND
BUSINESS PRESS

进口贸易操作15步

JINKOU MAOYI CAOZUO SHIWU BU

王斌义 顾永才 主编

图书在版编目(CIP)数据

进口贸易操作 15 步/王斌义,顾永才主编. —北京:首都经济贸易大学出版社,2006. 1

ISBN 7 - 5638 - 1328 - 4

I. 进… II. ①王… ②顾… III. 进口—贸易实务
IV. F740. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 148616 号

进口贸易操作 15 步

王斌义 顾永才 主编

出版发行 首都经济贸易大学出版社

地 址 北京市朝阳区红庙(邮编 100026)

电 话 (010)65976483 65065761 65071505(传真)

网 址 <http://www.sjmcb.com>

E-mail publish@cueb.edu.cn

经 销 全国新华书店

照 排 首都经济贸易大学出版社激光照排服务部

印 刷 北京世纪雨田印刷有限责任公司

开 本 880 毫米×1230 毫米 1/32

字 数 348 千字

印 张 13.625

版 次 2006 年 1 月第 1 版第 1 次印刷

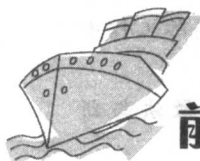
印 数 1~5 000

书 号 ISBN 7 - 5638 - 1328 - 4/F·771

定 价 21.00 元

图书印装若有质量问题,本社负责调换

版权所有 侵权必究



前言

随着我国改革开放的不断深入,对外贸易高速发展,2004年,进出口总额已超过万亿美元,中国已经成为世界贸易大国。与此同时,随着外贸经营权登记制的推行和逐步完善,越来越多的企业,特别是私营和民营企业开始从事对外贸易,进出口工作从业人员数量也随之大幅上升。另外,生产企业、物流行业、金融机构、政府部门、高等院校以及包括财会、律师、公证鉴定在内的各类社会中介机构在为进出口贸易提供服务的同时,也迫切需要对进出口工作有一个全面、准确、及时的认识与了解。

而从事进出口业务的人员,除在校阶段系统学习国际贸易理论与实务知识外,工作后主要是通过实践和自学提高自己的业务水平。对他们而言,一本结构清晰、内容翔实、针对性强的进出口业务操作指导书是非常有用的。为此,我们编写了《进口贸易操作15步》和《出口贸易操作20步》这两本书,意在为广大进出口企业和从业人员提供业务操作指导。

由于已意识到了传统的国际贸易教材或国际贸易实务类书籍阐述较为原则、面面俱到但缺乏针对性,以及内容日趋陈旧老化等不足,我们这两本书的主要特点是:

第一,内容全面翔实,涵盖了进出口业务的主要环节。

第二,切合实际,可操作性强。书中内容包括相关基础

知识、案例分析、例题、计算、图表、业务操作步骤、操作技巧提示和相关链接等。书中列举的大量实际中应用的合同条款以及函电范例,可供一线进出口从业人员在实际工作中参考使用。

第三,资料新,反映了我国对外贸易的新做法与新规则。

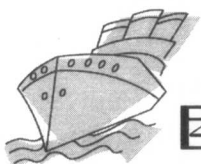
《进口贸易操作15步》站在进口商的角度,遵循进口贸易的操作程序,从实用性出发,系统深入地阐述进口贸易实务。全书共分15章:市场调研与建立业务关系;办理进口相关手续;询盘与发盘;进口价格核算;还盘与接受;合同的签订;进口贸易融资与外汇风险防范;信用证的开立与修改;租船订舱与运输安排;进口货物的保险安排;审单付款与赎单;进口货物的报检;进口货物的报关与接货;争议与索赔;进口付汇核销。

本书可作为进出口从业人员工作中的实务用书以及有关单位的业务培训用书。

本书由王斌义、顾永才任主编,胡远华、闵宗陶、张默任副主编。李冬青、马周琴、陈幼端、余蓉、徐培忠等编写了部分章节。

在本书的编写过程中参考了许多文献和资料,在此特向这些作者表示由衷的感谢。并感谢首都经济贸易大学出版社的杨玲主任和本书的责任编辑,他们为本书的策划与编写安排提出了许多有益的建议。

由于我们的水平所限,书中若有错误与遗漏之处,敬请读者批评指正。



目 录

1 市场调研与建立业务关系

- 1.1 进口贸易市场调研的内容与步骤 / 1
- 1.2 国内市场调研 / 11
- 1.3 国际市场调研 / 14
- 1.4 与国外供应商建立业务关系 / 18

2 办理进口相关手续

- 2.1 取得进出口经营权或委托进口代理 / 35
- 2.2 办理海关登记注册 / 42
- 2.3 申请进口配额和进口许可证 / 46
- 2.4 制定进口经营方案 / 53

3 进口贸易磋商——询盘与发盘

- 3.1 进口贸易磋商的形式与内容 / 55
- 3.2 询盘 / 58
- 3.3 发盘 / 64

4 进口价格核算

- 4.1 进口贸易术语的选择 / 74
- 4.2 佣金和折扣的运用 / 89
- 4.3 进口价格的构成与核算 / 91

5 进口贸易磋商——还盘与接受

- 5.1 还盘及其函电的拟订 / 105
- 5.2 接受及其函电的拟订 / 111

6 进口贸易磋商——合同的签订

- 6.1 进口合同的基本内容与形式 / 121
- 6.2 品名与品质条款的规定 / 137
- 6.3 数量条款的规定 / 145
- 6.4 包装条款的规定 / 150
- 6.5 价格条款的规定 / 153

7 进口贸易融资与外汇风险防范

- 7.1 利用银行对进口商的短期信贷 / 158
- 7.2 利用买方信贷 / 163
- 7.3 利用商业信用融资 / 166
- 7.4 外汇交易业务知识的应用 / 169

8 信用证的开立与修改

- 8.1 信用证的特点与种类 / 181
- 8.2 跟单信用证与 UCP / 186

8.3 开立信用证的时间与申请程序 / 191

8.4 信用证的修改 / 205

9 租船订舱与运输安排

9.1 进口货物海运安排 / 209

9.2 进口货物集装箱运输安排 / 223

9.3 进口货物国际铁路联运的运输安排 / 231

9.4 进口货物航空运输的托运 / 238

10 进口货物的保险安排

10.1 货物买卖合同中保险条款的订立 / 246

10.2 进口货运保险的程序 / 248

10.3 保险险别的选择 / 250

10.4 保险金额的计算 / 257

10.5 填制保险单 / 259

10.6 进口货物运输保险的索赔 / 261

11 审单付款与赎单

11.1 进口贸易的付款与支付方式 / 273

11.2 审单与赎单 / 283

11.3 合同中支付条款的规定 / 292

12 进口货物的报检

12.1 进口贸易合同中的检验检疫条款 / 296

12.2 入境报检的一般规定 / 304

12.3 入境货物报检单的填写 / 311

- 12.4 进口商品的检验 / 314
- 12.5 入境动物及产品的报检 / 330
- 12.6 入境植物及产品的报检 / 336

13 进口货物的报关与接货

- 13.1 一般进口货物通关的步骤 / 342
- 13.2 进口货物报关单的填制 / 353
- 13.3 接受查验与缴纳税费 / 368
- 13.4 海关放行与接货 / 383

14 争议与索赔

- 14.1 国际商务争议解决的一般方法 / 389
- 14.2 不可抗力与仲裁条款的规定及其应用 / 392
- 14.3 卖方违约及其救济方法 / 401
- 14.4 进口索赔 / 406

15 进口付汇核销

- 15.1 进口付汇核销的范围与管理原则 / 417
- 15.2 办理进口付汇核销的步骤与做法 / 419



市场调研与建立业务关系

商品从生产加工开始到销往国外的消费者手中需要经过许多业务环节,每一个业务环节之间都密切相联。其中,首先要做好进口交易前的准备工作。

进口交易前的准备工作包括两个方面:一方面,必须进行市场调研,如对所欲订购的商品的调研、对产品的国际市场价格的调研、对国际市场供应情况的调研、对客户资信情况的调研,并在调研的基础上选择客户并与之建立业务关系;另一方面,进口商品有许多必要的基础手续需要办理,如取得进出口经营权、办理海关登记注册、申请进口配额、申请进口许可证、领取进口付汇核销单、制定进口经营方案等等。

本章阐述进口交易前第一方面的准备工作,即开展市场调研与建立业务关系。

1.1 进口贸易市场调研的内容与步骤

在进口交易开始前,我们通常要考虑产品销路怎样、价格怎样、竞争状况如何以及怎样销售等问题。这就要求我们加强对国内、国际市场的调查研究,通过各种途径广泛了解产品和市场情况,以便选择适当的产品和市场,并制定适当的策略。



1.1.1 进口贸易市场调研工作的主要内容

在进口交易之前,进口商必须对国内外市场进行充分的调研,才能确保进口交易的顺利进行,并实现预期的经济收益和社会效益。因为同国内贸易相比,进口贸易具有更大的风险性。在绝大多数情况下,进口商不仅承担着在国际市场上采购进口商品所面临的一系列风险,还承担着在国内市场上销售该产品的风险。

进口交易前的市场调研,是进口商在进口贸易准备工作中面临的首要任务,一般而言,应围绕着以下信息的获取来展开:

- ①国内市场上该产品的需求情况和用户信息。
- ②主要生产国和主要生产厂商的供应情况。
- ③拟进口商品的国际市场价格水平和具体质量标准。
- ④拟与之建立关系的客户的资信状况与业务经营能力。
- ⑤与进口该产品相关的政策和管理规定等。

1.1.2 进口贸易市场调研的基本步骤

无论是国内市场调研,还是国际市场调研,一般来说,其基本步骤有四个:确定调研目标;制定调研计划;执行调研计划;分析、解释调研结果并撰写调研报告(如图1-1所示)。

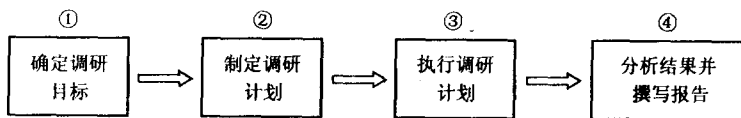


图1-1 市场调研的基本步骤

(1) 第一步——确定调研目标

在此阶段,调研人员应首先确定营销中存在的问题,从而确定调研目标。这一步骤看似简单,实际上很复杂,而且对于整个调研的决策也是至关重要的。例如,一个时期内企业的进口商品在国



内的销售额直线下降,原因可能有很多。产品包装不符合国内消费者要求、服务水平达不到国内所需、广告媒介选择失当,这些因素都可能引起企业的进口商品在国内的销售额下降。如果导致企业销售额下降的真正原因是广告媒介选择失当,而调研人员却误以为是服务水平达不到国内所需,就会使后面的各项调研工作误入歧途,并可能导致错误的企业决策,给企业带来严重的损失。

(2) 第二步——制定调研计划

在这一阶段,首先要确定营销决策需要哪些信息,然后再确定信息的来源,即取得信息的途径。需要的信息可能包括:顾客需求是否发生变化?商品所在国的政治、经济、文化等因素是否已发生变化?主要竞争对手的营销决策如何?仍引用上例,假设企业已发现导致进口商品销售额下降的原因是广告媒介选择失当,于是打算采取一些新措施,以增加竞争力。为了制定这一决策,必须进行下一步调研程序,即确定决策所需要的信息并收集这些信息。需要的信息可能包括:①顾客对广告的需求是否已发生变化?②国内的政治、经济、文化等因素是否已发生变化?变化趋势如何?③本企业的广告策略为什么有不适合顾客需求特点之处?④主要竞争对手的广告策略如何?有何值得借鉴之处?⑤本企业应采用哪些全新的广告媒介来提高竞争力并保持较高的市场占有率等。

(3) 第三步——执行调研计划

执行调研计划主要包括收集、处理和分析数据资料等工作。该阶段的工作可以通过以下三种方式完成:

- ①由本企业的调研人员完成。
- ②委托企业外部专业调研公司完成。

在委托专业调研公司时,既可委托国外公司,又可委托国内的公司。例如,易贸资讯(上海)有限公司(www.chemease.com)是美国国际数据集团(IDG)和香港华易投资有限公司共同在国内投资成立的外商独资企业,是专注于中国大宗化工品交易领域,独立的



市场信息、研究、媒体和会展服务提供商。如果进口商欲进口大宗化工品,就可以委托易贸资讯(上海)有限公司开展市场商机的专业调研。

选择一个符合自己需要的市场调研代理公司是一件要求十分细致的工作。其工作一般分为三步:

步骤一,从现有的市场调研公司名录中选出几个重点的市场调研公司,以备进一步的接触。

步骤二,在选出了为数不多的几家市场调研公司作为候选公司之后,与这些公司进一步接触。

步骤三,评估市场调研公司,签订市场调研委托合同。

在与调研公司接洽时,要确定调研问题的定义,提供给调研公司一份书面的“调研纲要”(Research Brief),对作这次调研的背景、目的、所需数据和数据的应用做简要说明。需要向市场调研公司提供的的相关信息主要包括:

- A. 充分的背景材料。
- B. 说明要对什么问题进行调研,即解释调研的目的。
- C. 说明解决问题所需信息的类型,即解释需要什么样的数据。
- D. 说明依据调研的结果可能要作的决策、选择或行动,即解释调研结果的作用。

E. 在考虑潜在危险或花费的基础上,估计所获信息的价值。

F. 说明项目完成的时间要求及可能提供经费的一般水平。

在调研问题的定义结束后,可以要求市场调研公司根据具体调研项目的要求,提出一份“调研计划书”(Research Proposal),以便再进行研究。市场调研公司所提交计划书的内容一般应该包括下列事项:

- A. 说明可能采用的调研方法。
- B. 说明完成全部调研工作可能需要的时间。
- C. 说明完成全部调研工作需要支付的各项费用。



操作技巧提示:

在评估市场调研公司时,一般要考虑的因素有市场调研公司的声誉、公司规模、人员素质、经验、报价等几个方面。当收到几家市场调研公司所提交的“调研计划书”后,就可以集中对比,从中选出一家最合适的市场调研公司,并与之再行会晤商议,签订市场调研委托合同等。

1

③购买现成的市场研究报告。现在,很多专业调研公司可以提供专业的市场调研报告。例如,化工研究报告网(www.chem666.com)是一家专门从事化工类产品调研及信息咨询服务的网站,隶属于上海倍力信息咨询有限公司。如果进口商需要相关的报告,可以直接购买,但是,这些报告往往只是提供一些基础信息。

(4) 第四步——分析并报告调研结果

调研的最后阶段是对调研结果作出分析和说明,并得出结论,向决策部门提交调研报告供决策者参考。调研报告不能只是一系列的统计数据和高深的统计公式,而应当是简明扼要的结果及说明,并且这些结果和说明应与以后的企业决策活动有直接关系。

市场调研报告的任务有二:一是说明市场调研的结果;二是说明市场调研的过程。前者使报告阅读者清楚地了解本项市场调研得出的基本结论,后者可证明所得出的调查结论的可信度。

【案例1-1】进口贸易市场调研报告

某进口公司欲进口乙烯满足国内所需,业务员进行了一系列的国内外市场调研,其向领导提供的调研报告如下(仅列出大纲):

一、乙烯的概述

1.1 乙烯的基本性质

1.2 乙烯主要衍生物及其用途



二、乙烯工业发展现状及展望

三、乙烯工业布局

3.1 国内乙烯工业布局

3.2 发达国家乙烯工业布局

四、中国乙烯装置概况

五、乙烯的国内外生产状况

5.1 乙烯的国外生产状况

5.2 乙烯的国内生产状况

六、乙烯的供需状况及预测

6.1 世界乙烯供需状况

6.2 中国对乙烯的市场需求

七、乙烯的国内外市场分析

7.1 乙烯的国外市场分析

7.2 乙烯的国内市场分析

八、我国乙烯在建及拟建项目

九、结论及建议

附录:表格及图例

表1 中国乙烯装置概况

表2 我国乙烯装置的生产能力

表3 我国乙烯原料结构变化

表4 2005 年、2010 年、2020 年乙烯原料需求

表5 世界乙烯供需状况

表6 世界乙烯需求预测

表7 中国乙烯生产能力及需求预测

表8 我国乙烯需求结构预测

表9 世界乙烯竞争力比较

表10 世界十大乙烯生产商

表11 近年来全球十大乙烯生产商拥有的乙烯生产能力

表12 近年世界乙烯生产公司平均能力



表 13 世界主要国家和地区乙烯生产能力

表 14 世界各地乙烯生产能力及构成情况

表 15 全球各地区乙烯衍生物供需情况

表 16 我国乙烯生产分布情况

表 17 我国乙烯在建及拟建项目

图 1 我国乙烯需求量预测图

图 2 我国历年乙烯供需平衡状况

图 3 全球乙烯新增产能年增长趋势

图 4 2000 ~ 2010 年世界各地新增乙烯生产能力

图 5 全球乙烯市场供大于求的基本态势

图 6 远东市场乙烯市场价格

图 7 世界主要地区乙烯需求比较

图 8 全球乙烯产能、产量和需求增长预测

[案例评析]

进口交易前,进口商应首先对进口商品的品质规格、外观形态、包装情况、技术含量、价格、用途等情况进行调查研究,然后再对调研的情况进行分析比较,并结合我国的需求情况,尽量进口价廉物美且适用的商品。乙烯工业是石化工业的龙头,在国民经济和社会发展中占有重要地位。世界各国普遍把乙烯工业作为其产业布局的重要环节,乙烯产量已成为衡量一个国家石油化工工业发展水平的标志。为了成功进口乙烯,该业务员对国内需求状况和国外供应情况进行了详细的调研,其市场调研报告的内容对决策具有指导作用,但还应进一步细化。



操作技巧提示:

市场调研报告的内容可概括为如下六个方面(见表 1-1):



表 1-1 市场调研报告基本结构

扉页	报告正文
1. 市场调研题目	1. 详细背景介绍
2. 市场调研组织者	2. 调研主题的详细说明
3. 市场调研日期	3. 调研方法的详细说明
序言	4. 调研主题的详细论述过程
1. 目录	5. 调研图表解释
2. 简介(项目背景,人员配备)	得出结论
市场调研结论摘要	1. 市场调研结论一
1. 调研主题简要陈述	2. 市场调研结论二
2. 调研结论简要陈述	提出建议
3. 调研方法简要陈述	1. 进口策略建议
4. 提出建议简要陈述	2. 国内市场营销建议
	附录:(各类附录资料)

1.1.3 进口贸易市场调研的方式

市场调研是以收集市场信息为中心的调查研究活动,按市场信息收集的方法,市场调研的主要方式有三种:案头调研法、实地调研法、网络和在线调研法。当然,也可将这三种方式结合使用。

(1) 案头调研

案头调研(Desk Research)又称为二手资料调研或文献调研,指搜寻并研究与调研项目有关的资料的过程,这些资料是经他人收集、整理的,有些是已经发表过的。案头调研一方面可以经济地获取许多有价值的信息,另一方面也可为实地调研打下基础。成功地进行案头调研的关键在于发现并确定二手资料的来源。