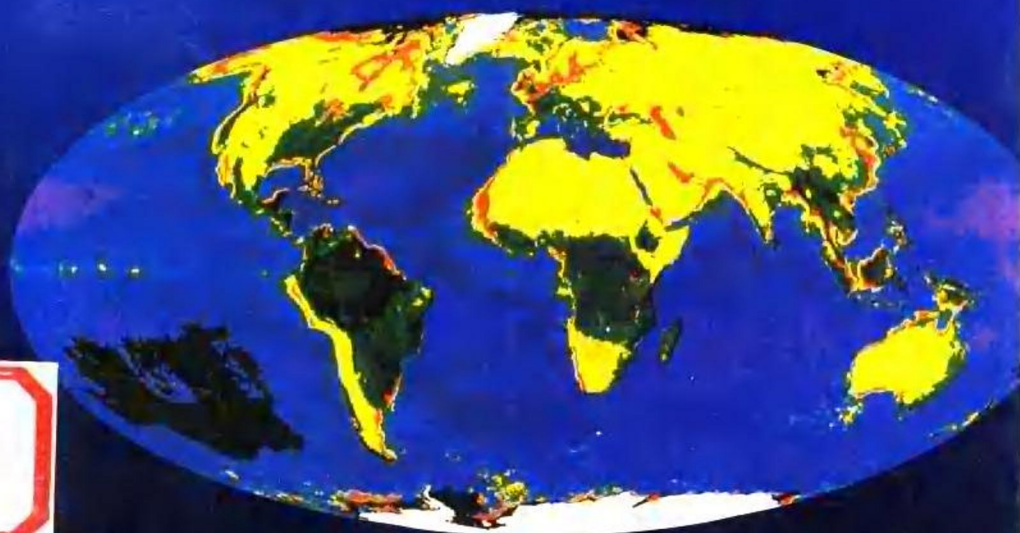


对世界各国(地区) 出口业务须知

马丙炎 编著

中山大学出版社



对世界各国(地区) 出口业务须知

马丙炎 编著

中山大学出版社

· 广州 ·

(粤)新登字 11 号

版权所有 翻印必究

图书在版编目 (CIP) 数据

对世界各国 (地区) 出口业务须知/马丙炎 编著.
广州: 中山大学出版社, 1995.4

ISBN 7-306-00998-2

I. 对… I. 马… III. ①进出口贸易—贸易实务—世界②
国际贸易—贸易实务—世界 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (95) 第 05273 号

中山大学出版社出版发行

(广州市新港西路 135 号)

广东乳源县印刷厂印刷 广东省新华书店经销

850×1168 毫米 32 开本 8.375 印张 21 万字

1995 年 4 月第 1 版 1995 年 4 月第 1 次印刷

印数: 1—10000 册 定价: 9.80 元

内 容 提 要

本书介绍了世界五大洲、161个国家和地区有关进口货物的规定和要求,从关税、进口管制、装运单证、标记、包装、样品和海关管理的一般规定,到安全卫生、质量生产标准、注册登记、标记、标签和单证声明等的特殊规定;附录中还附上了我国进出口贸易规定、贸易规则和单证说明,以及各种声明的外语参考模式等内容。

本书内容新颖,通俗易懂,具实用性和可操作性,可供广大外经贸工作者、尤其是外销员和单证员作业务用书,也适合外贸院校师生作教学参考书,对渴望通过自学获得外贸知识的人员更是一本理想的入门读物。

目 录

绪言.....	(1)
第一章 世界各国（地区）进口的一般规定.....	(5)
第一节 美国、加拿大、日本和欧洲联盟国家.....	(5)
第二节 其他西欧国家	(10)
第三节 前苏联解体后诸国和东欧国家	(14)
第四节 墨西哥和中美国国家	(17)
第五节 南美国家	(23)
第六节 大洋洲国家	(30)
第七节 中近东国家	(34)
第八节 南亚国家	(42)
第九节 东亚和东南亚国家和地区	(46)
第十节 北非和东非国家	(52)
第十一节 西非国家	(59)
第十二节 中非国家	(65)
第十三节 南非国家	(68)
第二章 世界各国（地区）进口的特殊规定	(74)
第一节 欧洲国家	(74)
一、欧洲联盟	(74)
二、德 国	(82)
三、英 国	(85)
四、法 国	(87)
五、意大利	(89)
六、西班牙	(91)

七、荷 兰	(93)
八、比利时	(94)
九、卢森堡	(95)
十、葡萄牙	(96)
十一、希腊	(97)
十二、丹麦	(99)
十三、爱尔兰	(100)
十四、瑞典	(101)
十五、奥地利	(102)
十六、芬兰	(104)
十七、瑞士	(106)
十八、挪威	(108)
十九、冰岛	(110)
二十、土耳其	(111)
二十一、马耳他	(112)
二十二、塞浦路斯	(113)
二十三、安道尔	(113)
二十四、梵蒂冈	(114)
二十五、波兰	(114)
二十六、捷克、斯洛伐克	(114)
二十七、匈牙利	(115)
二十八、罗马尼亚	(116)
二十九、保加利亚	(116)
三十、阿尔巴尼亚	(117)
三十一、南斯拉夫	(117)
三十二、前苏联	(118)
三十三、俄罗斯	(118)
三十四、乌克兰	(119)

三十五、哈萨克斯坦.....	(120)
三十六、乌兹别克斯坦.....	(120)
三十七、白俄罗斯.....	(120)
三十八、阿塞拜疆.....	(121)
三十九、亚美尼亚.....	(121)
四十、吉尔吉斯斯坦.....	(121)
四十一、塔吉克斯坦.....	(121)
四十二、土库曼斯坦.....	(122)
四十三、摩尔多瓦.....	(122)
四十四、格鲁吉亚.....	(122)
四十五、拉脱维亚.....	(122)
四十六、立陶宛.....	(122)
四十七、爱沙尼亚.....	(123)
第二节 美洲国家.....	(123)
一、美国.....	(123)
二、加拿大.....	(127)
三、墨西哥.....	(130)
四、危地马拉.....	(132)
五、洪都拉斯.....	(133)
六、萨尔瓦多.....	(133)
七、尼加拉瓜.....	(134)
八、哥斯达黎加.....	(135)
九、巴拿马.....	(135)
十、古巴.....	(136)
十一、牙买加.....	(137)
十二、海地.....	(137)
十三、多米尼加.....	(137)
十四、特立尼达和多巴哥.....	(139)

十五、哥伦比亚	(140)
十六、厄瓜多尔	(141)
十七、委内瑞拉	(142)
十八、圭亚那	(144)
十九、苏里南	(145)
二十、秘鲁	(145)
二十一、玻利维亚	(146)
二十二、巴拉圭	(147)
二十三、巴西	(148)
二十四、智利	(150)
二十五、阿根廷	(151)
二十六、乌拉圭	(153)
第三节 大洋洲国家	(154)
一、澳大利亚	(154)
二、新西兰	(155)
三、巴布亚新几内亚	(156)
四、斐济	(157)
第四节 亚洲国家和地区	(157)
一、沙特阿拉伯	(157)
二、也门	(159)
三、阿曼	(160)
四、阿拉伯联合酋长国	(161)
五、卡塔尔	(163)
六、巴林	(164)
七、科威特	(165)
八、伊拉克	(166)
九、约旦	(167)
十、叙利亚	(168)

十一、黎巴嫩·····	(170)
十二、以色列·····	(171)
十三、阿富汗·····	(173)
十四、伊朗·····	(173)
十五、印度·····	(175)
十六、巴基斯坦·····	(176)
十七、孟加拉国·····	(177)
十八、斯里兰卡·····	(178)
十九、尼泊尔·····	(179)
二十、日本·····	(179)
二十一、蒙古·····	(181)
二十二、朝鲜·····	(181)
二十三、韩国·····	(182)
二十四、菲律宾·····	(183)
二十五、印度尼西亚·····	(184)
二十六、越南·····	(186)
二十七、老挝·····	(187)
二十八、柬埔寨·····	(187)
二十九、缅甸·····	(187)
三十、泰国·····	(188)
三十一、马来西亚·····	(189)
三十二、新加坡·····	(191)
三十三、文莱·····	(192)
三十四、台湾（地区）·····	(193)
三十五、香港（地区）·····	(194)
三十六、澳门（地区）·····	(195)
第五节 非洲国家·····	(195)
一、埃及·····	(195)

二、突尼斯·····	(197)
三、摩洛哥·····	(198)
四、利比亚·····	(199)
五、阿尔及利亚·····	(200)
六、埃塞俄比亚·····	(201)
七、索马里·····	(201)
八、吉布提·····	(202)
九、肯尼亚·····	(202)
十、坦桑尼亚·····	(203)
十一、乌干达·····	(203)
十二、卢旺达·····	(204)
十三、布隆迪·····	(205)
十四、毛里塔尼亚·····	(206)
十五、塞内加尔·····	(206)
十六、冈比亚·····	(207)
十七、苏丹·····	(207)
十八、马里·····	(208)
十九、布基纳法索·····	(209)
二十、几内亚·····	(209)
二十一、几内亚一比绍·····	(210)
二十二、塞拉利昂·····	(210)
二十三、利比里亚·····	(211)
二十四、象牙海岸（科特迪瓦）·····	(211)
二十五、加纳·····	(212)
二十六、多哥·····	(212)
二十七、贝宁·····	(213)
二十八、尼日尔·····	(213)
二十九、尼日利亚·····	(214)

三十、乍得.....	(216)
三十一、中非.....	(216)
三十二、喀麦隆.....	(217)
三十三、赤道几内亚.....	(218)
三十四、加蓬.....	(218)
三十五、刚果.....	(219)
三十六、扎伊尔.....	(220)
三十七、赞比亚.....	(220)
三十八、安哥拉.....	(221)
三十九、津巴布韦.....	(221)
四十、马拉维.....	(222)
四十一、莫桑比克.....	(222)
四十二、博茨瓦纳.....	(223)
四十三、莱索托.....	(223)
四十四、纳米比亚.....	(224)
四十五、南非.....	(224)
四十六、马达加斯加.....	(225)
四十七、毛里求斯.....	(226)
四十八、斯威士兰.....	(226)
四十九、留尼汪岛.....	(226)
附录	(228)
一、关于我国的进出口贸易规定.....	(228)
二、关于贸易有关规则、单证的说明.....	(231)
三、关于各种声明常用外语参考模式.....	(240)
后记	(256)

绪 言

在国际贸易业务中,外销员可以说是最为重要的一种人才。人才就是资本,谁拥有大批年富力强的优秀人才,谁就赢得国际贸易竞争的胜利。哪个企业拥有数量众多、具有知识性、创造性、贡献性、体力充沛的外销员,哪个企业就能在国际贸易竞争中立于进取创新的不败之地。

从总体上看,我国的外销员队伍还不算多,人员的素质和能力也不算很高。相当长时期中,外贸院校里教学培育外经贸专门人才所使用的教材大多源自实行贸易专营制的原苏联教材翻版或后来稍加修订的版本,欠缺时代性和先进性。我国的对外贸易长时期处于由少数外贸专业公司统一经营的高度集中体制,由专业外贸总公司统一成交,与苏、东欧贸易,各分公司交货执行的比例占贸易额相当大份额,中央财政统负盈亏,基本持续到80年代后期。加上“左”的思想和“文革”的干扰、破坏,严重阻碍了我国对外贸易的发展,同时也束缚了外销员人才队伍的锻炼、成长。

随着我国的开放、改革,外经贸体制改革从1979年以来的不断深化,新增了许多类型的外贸公司和赋予进出口权的生产企业,整个外贸队伍和外销员人数增加了,为1988年至1994年的外贸快速发展作出了不小贡献,特别是“三来一补”和“三资”企业,涌现出不少经营和外销的优秀人才。但也必须清醒看到,与我国快速发展的对外贸易业务要求相比,外销员队伍极须加强。目前,外销员队伍变动极大,年老的已退休,有的已外派,有的进入各级领导岗位;新补充来的外销员上岗时间还不长,业务较生疏,除北京各专业外贸总公司外,各省(市)外销员队伍中来自外贸院

校毕业分配补充的不多，多数由其他行业部门转入。因此，外销员队伍中存在严重的青黄不接、素质基础低等现象。

鉴于此，必须对外销员强化业务学习。年长的外销员要不断学习，更新知识，以适应新形势发展的需要；重点是培育提高大批年轻的外销员，使其掌握必须的基本功。

首先，要掌握外贸理论基本功。必须掌握外贸基本理论、国际惯例和我国外贸方针、政策。要注意国际贸易不断出现的新动向、新作法，诸如：贸易结算新方式的国际伦理，《1990 通则》中的贸易术语 FCA、CPT 和 CIP 将大量使用取代惯用的 FOB、CFR 和 CIF 术语，商品质量正在推行 ISO9000 标准认证制，1994 年 1 月 1 日起实行的新修行的《跟单信用证统一惯例》（《UCP500》），乌拉圭回合谈判达成的世界贸易协议的主要内容等。俗话说，“隔行如隔山”，来自非贸易院校、非外贸部门的外销员更迫切需要认真学习。

其次，要掌握获取商品的基本功。必须了解和掌握所经营商品的基本知识，从生产过程各个环节，到包装、质量。外贸入门宜先从组织货源入手，从抓生产、抓质量开始，不应急于上岗搞外销，不然，洽谈中外商问到商品性能、特点、包装、质量、产地、交货期等，很可能出现“一问三不知”，交易难达成，客户与市场随之丢失。在今天已是“出去找货”取代“等货上门”以及允许交叉经营的新情况下，缺乏商品知识，没有找货本领，就做不了 90 年代的外销员。

第三，要掌握各国法规基本功。必须设法了解和熟悉各出口国家（地区）的市场行情和进口需求，掌握其各种具体规定，从使用语言、港口、关税、进口管制、安全卫生、质量标准、标签、标记、包装、海关管理，到各种单证内容要求等。应立足于开拓多元化的远洋市场，发展直接远洋贸易，不能仅依赖香港贸易转口。1991 年香港的转口贸易已占出口贸易的 69.8%，比 10 多年

前增加六七倍之多，适当降低香港转口，是增收外汇、提高效益的一个途径；扩大直接远洋贸易比例，才是宽广的世界天地。

第四，要掌握推销谈判的基本功。必须学会各种场面的推销方法，包括函电、面谈、国内交易会、国外展览会和出国小组推销等。极其重要的是要做好同各贸易对手面对面的谈判，不能仓促上阵，一定要预作准备，要对商品品种规格、数量、价格、包装、产地、交货期、样品、说明书、质量、装运方式等，了如指掌，才能做到临阵时胸有成竹。要坚持有理、有利、有节和平等互利的原则，显示我方诚意和可信赖性；要谈吐有分寸、老练从事，决不信口雌黄、急躁、轻率，关键时刻要有韧劲。要随时注意价格动向变化资料，建立基本客户网络，经常分析市场、客户、商品及价格趋势，要重合同守信用。

第五，要掌握外语的基本功。必须提高使用外语往来函电和直接谈判的水平和能力。贸易外语主要指英语，英语是当今世界通用的商务语言，英语不行，就难以发展远洋贸易，特别是同世界主要大市场欧洲和北美的贸易。除拉美和非洲部分国家外，世界上大多数国家都以英语为通商语言。英语水平低的外销员，一定要千方百计尽早提高自己。说实在，不懂英语或英语基础差的，就不能说是一个完全独立工作的合格外销员。

外销员业务素质的培育和提高，刻不容缓！这是任何外贸企业的一件大事，决不能等闲视之，否则会严重影响外经贸事业的迅速发展。

各级经贸领导部门和各外贸企业领导必须要加强对外销员的培育、培养，注重他们学习的空气和业务钻研精神，尽可能给予工作中的学习时间，如同北京有的专业总公司那样，每天上午上班的第一个小时为外语或业务自学时间，本系统或本单位有条件的可办一些培训班，还应争取分批选送到外贸院校脱产学习，多让他们有锻炼的机会，如参加广交会、出国展销、推销等，并要

十分注意物色、吸收外来人才资源，充实外销员队伍的力量。

各类外贸院校要承担长期培训外销员的教学任务，从外贸理论基础到基本应用外语，改进教材和教学方法，使现有外销员队伍的外贸理论和英语水平整体上短期内有明显的提高。

但最主要的是，外销员们本身要通过加强自学求得素质的提高，必须养成好学好问的求知习惯。平时工作，开会、谈判、外访，都要注意学习，注意调查研究，注意搜集、积累、整理各类信息资料，不忽视每个学习的机会，以不断充实自己应有的学识和业务水平。希望从事外贸工作的同行，加强业务学习，务必“只争朝夕”，时不待我。

第一章 世界各国（地区）进口的一般规定

第一节 美国、加拿大、日本和欧洲联盟国家

本节所指的国家，包括美国、加拿大、日本及德国、英国、法国、意大利、荷兰、比利时、卢森堡、西班牙、葡萄牙、希腊、丹麦、爱尔兰等 15 国。

这是世界上最大的国际贸易市场，1990 年合计出口额 21895 亿美元，占世界总出口额 34700 亿美元的 63%；合计进口额 23073 亿美元，占世界总进口额 35420 亿美元的 65%。欧洲联盟、美国、日本、加拿大分别占 40.5%、14.6%、6.6% 和 4.2%。1992 年世界总进口额增至 3.8 万亿美元，美国、德国、日本三国分别占 14.5%、10.7% 和 6.1%。

一、关税税则

各国先后于 1980 年、1981 年、1985 年和 1986 年起实行协调制，美国和加拿大按 FOB 价征收关税，其他国家则均按成交价征税。

二、进口许可证

主要为自由贸易方式，绝大部分货物自由进口。需要进口许可证的为有数量进口配额和部分国家管理的商品：日本目前约 85

种；加拿大约 50 种（主要是农产品、纺织品、钢铁和需有拉丁文名字及培育者姓名的鲜活植物）；美国规定葡萄酒和酒精饮料（“酒类进口许可证”）以及伊拉克、伊朗、柬埔寨、利比亚、朝鲜、南非、越南的商品，或禁止进口；欧洲联盟内不属自由贸易的商品（如服装、纺织品、武器、弹药、钢材、某些特定农产品和食品）、一些成员国不受海关法约束自由流转的第三国商品，比利时、卢森堡、荷兰规定阿尔巴尼亚、保加利亚、中国、蒙古、朝鲜、罗马尼亚、捷克、前苏联、匈牙利、越南、波兰的商品，荷兰并增加香港、日本、津巴布韦的商品，比利时规定向法罗群岛供货的商品，德国和意大利分别在进口货单说明和货物清单与国家名单中列名。许可证有效期为 3—12 个月，一般为 6 个月，第三国商品流转许可证仅 1 个月。

三、海运运输单证

（一）商业发票（2—4 份）

计征关税需要发票，发票内容包括商业通常的各项说明，要尽可能详细，因各国不同规定还要包括原产地（英国、德国、比利时、希腊要求，日本仅对关贸减税货物要求），出口商签名在发票末尾的原产地说明（葡萄牙要求），FOB 价、CIF 单项费用、CIF 价、付现折扣（英国、德国、意大利、西班牙、葡萄牙要求），署名价格声明（希腊、爱尔兰要求），商品许可证号（比利时、希腊要求），注明发票的原件、复印件、复印件与原件完全一致、法国企业的代号（法国要求），声明：“无官方之间的交易”，“销售价中不含——%的增值税”（美国要求），葡萄酒产品的包装种类、酒精浓度（比利时要求），纺织品棉纱精细号、手工制品的平方米重量、地毯的宽度和长度（比利时要求），毛绒产品各种纤维的百分比（德国要求），商品制造的材料及其属于品种，尽可能符合关税税则不要笼统概念（西班牙要求）。商品发票除意大利要签字外均