

国际贸易实务 实训教程



主 编：刘珉 陈虹

副主编：张雪梅 解鸥 张宗英



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

F740.4/125

2009

国际贸易实务实训教程

主 编 刘 珉 陈 虹

副主编 张雪梅 解 鸥 张宗英

对外经济贸易大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易实务实训教程 / 刘珉, 陈虹主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2009
ISBN 978-7-81134-503-2

I. 国… II. ①刘…②陈… III. 国际贸易 - 贸易实务 - 高等学校 - 教材 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 041137 号

© 2009 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

国际贸易实务实训教程

刘珉 陈虹 主编

责任编辑: 顾永才

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029

邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342

网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

山东省沂南县汇丰印刷有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 185mm × 260mm 13.25 印张 330 千字

2009 年 4 月北京第 1 版 2009 年 4 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-81134-503-2

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 19.00 元

前 言

随着中国加入世界贸易组织,参加国际分工的进一步深入,外贸进出口权已经全面开放,外贸业务的从业人员的主体也逐渐多样化,除了专业外贸公司,还有生产企业及个体工商户。中国经济已经融入世界经济并快速发展,因此,对从事国际贸易的专业人才需求的数量也日益增加,为了适应这一形势的需要,加快培养更多具有扎实的专业知识,具有实际动手能力的应用型人才,使他们能够快速学会和掌握国际贸易的业务流程和操作技巧,我们组织编写了《国际贸易实务实训教程》这本教材,希望此书能为学生提供仿真的工作环境,模拟国际贸易的各个环节,以便他们尽快适应工作环境,熟练掌握国际贸易业务操作。

本教材以进出口业务程序为主线,内容包括:公司的建立;客户的开发;交易磋商;价格核算和合同的签订;FOB + L/C 出口合同的履行, CIF + D/P 出口合同的履行; CFR + T/T 出口合同的履行和 FOB + L/C 进口合同的履行。

我们在编写的过程中特别强调以“任务驱动、项目导向、能力本位”为宗旨,遵循理论知识够用的原则,坚持以实践能力培养为主,形成了以下的特点:

1. 仿真性、实际性

本教材除了配合有关的国际贸易实训软件外,以国际贸易中的实际业务为例,采用真实的单据,仿真性强。

2. 实用性

本教材的结构新颖,实用性强,以模块训练为主,侧重训练读者的国际贸易实务的操作技能。每章节都设有练习题和网上资源,有利于学生巩固国际贸易实务操作的相关知识,开拓视野,培养独立思考和对现实问题的分析和解决问题的能力。

3. 注重实践性

在每个模块中设置任务,通过将任务分解成各个项目的训练,提高和培养学生的实际操作能力。

4. 互动性

在每个章节中还设置了学生的实训报告,通过有关问卷的问题,及时了解学生在学习过程遇到的问题,可以让教师有针对性地调整今后的教学计划和工作。

本教材既可作为各类大专院校经管类和非经管类国际贸易实务操作课程的教材,也可以作为有意从事国际贸易人士的自学工具书。

本教材由刘珉、陈虹副教授担任主编,张雪梅、解鸥、张宗英担任副主编。参加编写本教材的成员,具有丰富的外贸实际工作经验和教学经验,其中解鸥老师在外贸公司工作超过10年。感谢他们对本教材的编写所付出的辛勤劳动。参加本教材编写的成员及各自分工为:刘珉(第1~5章),陈虹(第8章),解鸥(第7章),张雪梅(第6章),张宗英(第9章)。

由于作者的水平有限,书中难免有偏颇、疏漏之处,诚请同行专家和读者批评指正。

编者

2009年1月

目 录

第一章	建立进出口公司	(1)
第二章	客户开发	(6)
第三章	交易磋商	(17)
第四章	报价核算	(39)
第五章	合同条款	(54)
第六章	CFR + T/T 出口合同履行	(64)
第七章	FOB + SIGHT L/C 出口合同履行	(95)
第八章	CIF + D/P 出口合同的履行	(133)
第九章	FOB + L/C 进口合同履行	(161)
主要参考书目及资料来源		(205)

第一章

建立进出口公司

- ◆ 任务：注册一家具有外贸经营权的公司。
- ◆ 必备知识：《中华人民共和国公司法》的相关规定。
- ◆ 职业技能：要求学生熟练掌握建立公司的步骤和到有关主管部门备案所需要的文件。

首先按成立普通公司的流程成立一家贸易公司。注册外贸公司的先期登记办理程序以及所需材料与注册一般公司相同。只是注意在注册时，经营范围需加入“技术进出口、货物进出口”。

公司注册资金与增值税一般纳税人关系如下：

1. 从事货物批发或零售的公司成立 1 年后，年销售额达到 180 万元以上，可以向主管税务机关申请办理增值税一般纳税人认定手续。
2. 公司注册时，注册资金大于 500 万元的，可直接申请一般纳税人。
3. 公司注册资金超过 50 万元，且实际办公面积大于 100 平米，而且申请了进出口权，则给予特殊优惠，可以办理出口退税。

一、选择公司的形式

根据《公司法》的规定，申请公司最低注册资本金为 3 万元，如果是一人有限责任公司，最低注册资本金为 10 万元。不管是何种公司，都要先去工商部门办理名称预先登记。外贸公司的注册资本并没有特殊限制性规定，一般选择注册资金 100 万元或是 50 万元，一人有限责任公司最低注册资金 10 万元，两人以上有限责任公司最低注册资金 3 万元。企业名称中如果有“进出口”字样，则注册资金不应少于 100 万元。

二、注册公司的步骤

1. 核名：到工商局去领取一张“企业（字号）名称预先核准申请表”，填写准备取的公司名称，由工商局上网（工商局内部网）检索是否有重名，如果没有重名，就可以使用这个名称，就会核发一张“企业（字号）名称预先核准通知书”。

2. 租房：去专门的写字楼租一间办公室，如果自己有厂房或者办公室也可以，有的地方不允许在居民楼里办公。租房后要签订租房合同，并让房东提供房产证的复印件。

3. 编写“公司章程”：可以在工商局网站下载“公司章程”的样本，根据公司实际情况进行修改，章程的最后由所有股东签名。

4. 刻法人私章（方形的）。

5. 到会计师事务所领取“银行询征函”：联系一家会计师事务所，领取一张“银行询征函”。

6. 去银行开立公司验资户：所有股东带上自己入股的资金到银行，带上公司章程、工商局发的核名通知、法人代表私章、身份证、用于验资的钱、空白询征函表格，到银行开立公司账户。开立好公司账户后，各个股东按自己出资额向公司账户中存入相应的资金。银行发给每个股东缴款单、并在询征函上盖银行的章。

7. 办理验资报告：拿着银行出具的股东缴款单、银行盖章后的询征函，以及公司章程、核名通知、房租合同、房产证复印件，到会计师事务所办理验资报告。

8. 注册公司：到工商局领取公司设立登记的各种表格，包括设立登记申请表、股东（发起人）名单、董事、经理、监事情况、法人代表登记表、指定代表或委托代理人登记表。填好后，连同核名通知、公司章程、房租合同、房产证复印件、验资报告一起交给工商局。大概3个工作日后可领取执照。

9. 办理税务登记：领取执照后，15日内到当地税务局申请领取税务登记证。最后就开始营业了。

三、申请进出口经营资格

2004年7月1日起实施的《对外贸易法》，规定自然人、法人和其他组织依法登记后，可以从事货物和技术的进出口贸易。未获进出口经营资格或无该项商品进出口经营资格的企业，如需进出口，必须委托有该商品进出口经营资格的企业代理进出口。

（一）申请进出口经营资格的程序

1. 申领《对外贸易经营者备案登记表》（以下简称《登记表》）。对外贸易经营者可以通过商务部政府网站下载，或到所在地备案登记机关领取《登记表》。

2. 填写《登记表》。对外贸易经营者应按《登记表》要求认真填写所有事项的信息，并确保所填写内容是完整、准确和真实的；同时认真阅读《登记表》背面的条款，并由企业法定代表人或个体工商负责人签字、盖章。

3. 向备案登记机关提交相关备案登记材料。

4. 备案登记机关自收到对外贸易经营者提交的上述材料之日起5天内办理备案登记手续，在《登记表》上加盖备案登记印章。同时完整准确地记录和保存对外贸易经营者的备案登记信息和登记材料，依法建立备案登记档案。

5. 对外贸易经营者应凭加盖备案登记印章《登记表》在30天内到当地海关、检验检疫、外汇、税务等部门办理开展对外贸易业务所需的有关手续，逾期未办理的，《登记表》自动失效。

（二）申请进出口经营资格须提交的主要材料

如：按要求填写的《对外贸易经营者备案登记表》；营业执照复印件；组织机构代码证书复印件；对外贸易经营者为外商投资企业的，还应提交外商投资企业批准证书复印件；依法办理工商登记的个体工商户，须提交合法公证机构出具的财产公证证明；依法办理工商登记的外国企业，须提交经合法公证机构出具的资金信用证明文件。

四、办理海关登记注册

（一）办理海关登记注册的程序

需要向海关办理报关手续的企事业单位，应向当地海关提出书面申请，经海关审核并办理注册登记手续。办理了上述手续的单位，才可以直接向海关办理进出境货物的报关手续。未向海关办理注册登记手续的单位，不能够直接向海关办理报关手续。具体程序为：

1. 进出口货物发货人按照规定到所在地海关办理报关单位注册登记手续。
2. 进出口货物收发货人提交所需要的文件材料。
3. 注册地海关依法对申请注册登记材料是否齐全、是否符合法定形式进行核对。
4. 申请材料齐全、符合法定形式的申请人由注册地海关核发《中华人民共和国海关进出口货物收发货人报关注册登记证书》，报关单位凭以办理报关业务。该证书有效期三年。
5. 报关企业应当在办理注册登记许可手续的同时办理换领《中华人民共和国海关报关注册登记证书》手续，进出口货物收发货人应当在有效期届满前 30 天到注册地海关办理换证手续。

（二）办理海关登记注册需要提交的材料

1. 企业法人营业执照副本复印件（个人独资、合伙企业或者个体工商户提交营业执照）；
2. 对外贸易经营者登记备案表复印件（法律、行政法规或者商务部规定不需要备案登记的除外）；
3. 公司章程复印件；
4. 税务登记证副本复印件；
5. 银行开户证明复印件；
6. 组织机构代码证书副本复印件；
7. 《报关单位情况登记表》、《报关单位管理人员情况登记表》；
8. 其他与注册登记有关的文件材料。

五、出口退税登记（备案）

有进出口经营权的企业应自取得进出口经营权之日起 30 天内，向所在地主管退税机关办理出口退税登记；没有进出口经营权的生产企业在发生第一笔委托出口业务之前，持代理出口协议向主管退税机关办理临时出口退税登记。

出口企业应持下述证件资料向主管退税机关申请办理退税登记（备案）：

1. 《对外贸易经营者备案登记表》（内资企业）/《中华人民共和国外商投资企业批准证书》（外商投资企业）；
2. 《企业法人营业执照》（副本）；
3. 《国税税务登记证》（副本）；
4. 海关核发的《自理报关单位注册登记证书》；
5. 《增值税一般纳税人资格认定书》；
6. 税务机关要求提供的其他资料，如代理出口协议；
7. 《出口企业退税认定表》一式两份。



六、出口收汇核销登记

（一）出口收汇核销登记程序

出口收汇核销实行属地管理原则，即出口企业办理备案登记、申请出口收汇核销单和办理出口收汇核销手续，均应当在其注册所在地外汇局办理。其程序是：

1. 出口企业取得出口经营权；
2. 到海关办理“中国电子口岸”入网手续；
3. 有关部门办理“中国电子口岸”企业法人 IC 卡和“中国电子口岸”企业操作员 IC 卡电子认证手续；
4. 向外汇局提交所需的相关材料；
5. 外汇局对上述材料进行审核，审核无误后，为出口企业办理登记手续，建立出口企业电子档案信息。

（二）出口收汇核销登记所需要材料

出口企业办理核销备案登记时，应当向外汇局提供下列材料：

1. 单位介绍信、申请书；
2. 《中华人民共和国进出口企业资格证书》或《中华人民共和国外商投资企业批准证书》或《中华人民共和国台港澳投资企业批准证书》正本及复印件；
3. 《企业法人营业执照》（副本）或《企业营业执照》（副本）及复印件；
4. 《中华人民共和国组织机构代码证》正本及复印件；
5. 海关注册登记证明书及复印件；
6. 外汇局要求提供的其他材料。

七、出口报检登记

自理报检单位是指根据法律法规的规定办理检验检疫报检手续的出入境货物收发货人以及进出口货物的生产、加工和经营单位等。

任何从事进出口业务的企业，如果要自理报检业务，需要在取得进出口经营权之后，向当地的检验检疫机构进行报检的备案登记。国家质检总局负责全国自理报检单位的统一管理工作；各直属检验检疫机构负责所辖地区自理报检单位备案登记等工作的组织实施；各地检验检疫机构负责辖区内自理报检单位的备案登记、信息更改、日常监管等具体管理工作。

（一）出口报检备案登记程序

1. 自理报检单位向各地检验检疫机构申请备案登记，并提交所需相关材料；
2. 各地检验检疫机构受理自理报检单位备案登记的申请，并对申请单位提交的材料进行审核；
3. 申请单位提交的材料齐备真实的，检验检疫机构予以及时备案登记；
4. 申请材料不齐备或不符合要求的，检验检疫机构当场一次性告知申请单位需要补正的全部内容。申请单位提交的材料存在文字上的问题等可以当场更正的错误，允许当场更正；
5. 对予以备案登记的，检验检疫机构告知申请单位备案登记号，并颁发《出入境检验检疫自理报检单位备案登记证明书》；
6. 自理报检单位依照检验检疫法律法规的规定需到异地报检的，可以向检验检疫机构

申请办理。

(二) 出口报检备案登记所需提交的材料

1. 《自理报检单位备案登记申请表》;
2. 加盖企业公章的《企业法人营业执照》复印件 (同时交验原件);
3. 加盖企业公章的组织机构代码证复印件 (同时交验原件);
4. 有进出口经营权的企业须提供有关证明材料;
5. 检验检疫机构要求的其他相关资料。



练习:

要求学生按照办理公司的手续,到相关的网站下载有关的文件模拟建立一家具有外贸经营权的企业。



网络资源:

1. 在线广交会: [www. cecf. com. cn](http://www.cecf.com.cn)
2. 中国注册公司网: [http: //www. crcn. org. cn/](http://www.crcn.org.cn/)
3. 外贸网: [http: //www. yinglei. cn](http://www.yinglei.cn)
4. 海关统计资讯网: [http: //www. hgtj. cn/](http://www.hgtj.cn/)
5. 中国注册商标网: [http: //www. cntme. com/](http://www.cntme.com/)

第一模块 实训报告

学生所在班级		专业	
在本次课上的 主要收获			
通过本模块了解的 主要专业知识			
对老师的意见 与建议			

第二章

客户开发

- ◆ 任务：选择合适的产品，开拓出口市场，寻找潜在客户。
- ◆ 必备的知识：产品宣传的方法，市场开拓的途径。
- ◆ 职业技能要求：要求学生可以根据自己感兴趣的产品，进行市场调查和市场开发，学习在网络上宣传产品；会书写资信调查信函。

一、产品和市场的选择

（一）熟悉产品

在出口业务操作之前，外贸业务员至少应用三个月左右的时间深入生产企业熟悉产品相关情况，如到打样间、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的财务费用。还可以到相关行业网站查询各种产品的标准。老业务员也要经常关注和熟悉各种新产品情况。

（二）选择产品

对于新的业务员在选择出口产品时，一般要遵循以下几个原则：

1. 选择具有比较优势的产品

外贸人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，即要充分利用相关的社会资源。这样可以比较容易了解到相关产品的知识和信息，也能较方便地保证货源，为较快较顺利地开展出口工作提供有力的保障。另外，外贸业务员可以选择在本国或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、保险费等费用，增加产品的竞争力。

2. 选择易耗品

易耗品使用寿命短，使用周期短，需求量较大，其潜在出口贸易量大；而耐用品使用寿命长，使用周期长，需求量较小，其潜在出口贸易量小。

3. 选择远洋产品

远洋产品是指销往离我国较远的特定消费国家或地区的产品；近洋产品是指销往离我国较近的特定消费国家或地区的产品。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、原材料等相关情况了解越少，越难，即交易双方信息不对称程度更大，对我方与其谈判时越有利，利润更多。

4. 不宜选择价格低、体积特别大的泡货

此类产品的运输成本较高，经营此类产品容易亏损。

以上原则只是一般情况，实际业务中，还要结合各地区，各公司、各人等实际情况而定。

二、产品和公司的宣传

(一) 企业介绍

外贸公司应在网络上建立一个自己企业的主页，包括中英文两种版本。其内容包括企业介绍和产品介绍。

完整的企业介绍应包括以下几个内容：

- (1) 经营范围。主要介绍经营哪些产品或提供哪些服务。
- (2) 经营方式。
- (3) 经营实力。如经营历史、资金资本状况、市场竞争力、其他优势等。
- (4) 公司名称、地址、电话、传真、网址、电子邮箱等。

另外，还可以将公司的隶属关系、所有制形式、经营渠道等写在公司简介中。



Ningbo Hi-Tech Running Deer Imp. & Exp. Co., Ltd.



图 2-1 (阿里巴巴网站中的企业主页)

We are Ningbo Hi-Tech Running Deer Imp. & Exp. Co., Ltd. Running Deer is the symbol of luck and happiness, which can bring along success to any virtuous and diligent people in the world.

We specialize in manufacturing and exporting wooden toys, children's commodities including chairs, tents, carpets and other related products.

We also provide festival products and some fancy promotional items for customers from all over the world. We have keen-witted and capable staff members who can source and look for various products in China. Once we received your inquiries, your specific product designs or OEM models, whether detailed or crude, our factory can develop your products in short time, and all your inquiries can be responded within 24 hours. We pay much attention to product quality, and strictly comply with Quality Control System (TQCS).

To our old customers, we appreciate your cooperation and support, and look forward to constantly improving both of our business. To those new customers, we hope to have opportunities to

serve you and meet your needs. Your success is our success. Give us an opportunity, we can show you that we can improve your business.

(二) 产品介绍

产品介绍一般包括一种产品的名称、规格、编号、报价、产品标准等内容,力求细致完备。另外,最好附有产品的照片。

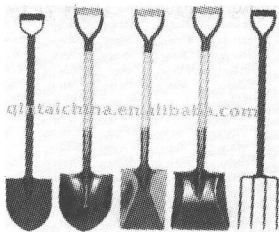


图 2-2 阿里巴巴网站中的产品宣传

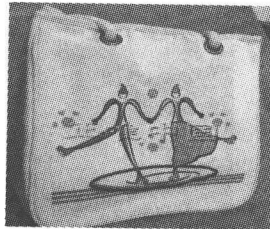
Features Specifications: Shovel

Detailed Selling Lead Description

- 1) Shovel heads made by model forged steel
- 2) Material: rail steel
- 3) Heat-treated
- 4) Good finishing
- 5) High hardness, can be used for gardening and agricultural applications

Features Specifications: canvas bag (shopping bag, fashion bag, recycle bag)

Canvas bag (shopping bag, fashion bag, recycle bag), portable stylish design of the green, everywhere you have lived for fashion features! Many countries is being strongly recommended this fashion goods for its environmental characteristics!



三、市场调研和客户开发

(一) 市场调研

只有了解和熟悉市场,才能使外贸业务员从众多竞争对手中脱颖而出。所以,一定要加强市场调研,特别是加强国际市场调研。

1. 国际市场环境的调研

外贸企业开展商品出口,需先了解国际市场环境,做到知己知彼,百战不殆。外贸企业对国际市场环境的调研主要包括以下内容:

(1) 国际经济环境。在研究一国的经济环境时,主要研究其市场规模和经济特征两大因素。市场规模包括人口(人口总量及增长率、人口年龄结构、家庭规模、人口流动性)和收入分配(人均国内生产总值、人均可支配收入、就业情况、收入分配)。经济特征包括基础设施(运输、能源、通讯、商业设施、都市化程度等)和经济发展水平(经济发展阶段、经济增长率、经济结构等)。

(2) 国际政治和法律环境。外贸业务人员开展外贸业务必然会受到各国的政治和法律环境的制约和影响。政治环境包括政治稳定性、政府干预程度、民族情绪、经济贸易政策和进出口国双边关系情况。法律环境分为进口国法律法规和国际法律、法规、惯例两部分。进口国法律、法规包括对外贸易法、产品责任法、专利法、进口许可证制度、进口配额规定、海关法、商标法、外汇管理法、出入境检验检疫法、票据法、反倾销和反垄断法等。

(3) 国外文化环境。社会文化环境是指一个国家的民族特征、知识、信仰、艺术、道德、

语言、风俗习惯和教育水平等的总和。不同国家、不同的文化，对同一产品可能会产生不同的态度，直接影响产品的设计、产品被接受的程度、信息传递的方法及分销和推广的措施等。

社会文化涉及人类生活的各个方面，其基本要素大体包括教育水平、宗教信仰、美学观、态度与价值观念等。

2. 国际市场商品情况的调研

企业要把产品打入国际市场还要了解商品市场情况，这主要是为了摸清适销市场，使我国的商品销售在有利的条件下进行。商品市场情况调研主要包括以下三方面情况：一是市场商品供给情况，分为商品供应的来源、渠道，其他生产厂家、生产能力、数量及库存情况，替代品和互补品的情况分析；二是市场商品需求情况，分为客户对商品的要求，客户购买方式、购买动机和禁忌偏好、客户需求的旺季和淡季、消费水平；三是市场商品价格情况，包括国际市场商品的价格、价格与供求变动的关系等分析。

3. 国际市场调研的步骤

国际市场调研分为以下四个步骤：

(1) 确定调研目标

市场调研的目的是要帮助企业准确地做出经营战略和营销决策。在此阶段，作为外贸人员应针对企业所面临的市场现状和亟待解决的问题，如产品销路、产品寿命、广告效果等，确定市场调研的目标和范围。

(2) 制订调研计划

确定所需要的信息资料，包括国际市场环境信息、国际市场产品信息、国际市场促销信息和国际市场竞争信息等四个方面；确定信息资料的来源，分为通过实地考察得来的直接信息和通过他人搜集并通过整理、加工的各种间接信息资料，即二手信息资料；确定所使用的调研方法，如实地访问、电话调研、信函调研、市场试销法等；确定调研所需的经费和时间。

(3) 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。调研人员根据调查项目的需要采取网络调查的方式来执行调研计划，网络调查可以在本公司的网站上开展调查，也可以到大型的综合性门户网站或专业性网站开展调查。

(4) 分析结果并撰写报告。在这个阶段的工作分为整理资料和撰写调研报告。整理资料主要是将市场调查获得的分散、凌乱的资料进行整理、分类和加工。整理完资料后，外贸业务员要根据分析的结果做出一份调研报告。

(二) 寻找境外客户

1. 境外客户的分类

(1) 境外进口中间商：进口商、进口佣金商、进口代理商、进口经销商。

(2) 境外进口批发商：综合批发商、专业批发商。

(3) 境外零售商：百货公司、超级市场、商店类、购物中心、会员制营销、特许经营组织等。

(4) 制造商：生产制造工厂。

2. 寻找客户的方法

(1) 参展

参展分为国内参展，国外参展两种。企业选择展会应和自身的营销、出口目标结合起



来, 参加专业性的、大型的有影响的展会要比参加综合性的展会效果更好; 企业参展的展品应注意和展览会的主题相一致。另外外贸业务员应仔细核算成本和可能带来的商机, 再考虑是否该去国外参展。

(2) 利用企业名录

国际工商名录收录了各国著名的贸易公司、商号的信息, 这类名录通常是由各国的商会编纂的。

世界上最大的联机数据系统——DIALOG 的在线信息查询系统, 提供非常优秀的查询深度、广度、准确性及速度。世界著名企业名录主要有:

北美制造企业名录 www.thomasregister.com

欧洲制造企业名录 www.tremnet.com

美国制造企业名录 www.thomasregional.com

世界黄页 www.worldyellowpages.com

世界贸易指南 www.gtdirectory.com

(3) 利用互联网

互联网上有大量的商业信息网站。

表 2-1 有关的外贸网站

中文名称	网 址	中文名称	网 址
中国商品网	http://ccn.mofcom.gov.cn	美国进出口网	www.usaexportimport.com
全球资源网	www.globalsources.com	阿根廷贸易线索在线	www.tradeline.com.ar
中国的阿里巴巴网	www.alibaba.com	巴西商务网	www.brazilbiz.com.br
欧洲黄页	www.europages.com	捷克经济网	www.economy.cz
美国出口登记	www.aernet.com	埃及贸易指南	www.egtrade.com
加拿大出口网	www.exportingcanadaonline.com	德国商业链接网	www.businesslink.de
法国出口网	http://franceexport.com	印度市场	www.indiamart.com
日本出口与贸易顾问	www.jetc.com	美国 - 以色列商务网络	www.std.com
墨西哥信息中心	www.mexico-trade.com	意大利工业贸易世界	www.italyindustry.com
网上俄罗斯	www.ru	韩国商业广场	www.bizkorea.com
葡萄牙商务网	www.portugaloffer.com	马来西亚产品	www.malasiaproducts.com
新加坡连线	http://sgconnect.com.sg	瑞士信息网	www.swissinfo.ch
到迪拜去	www.godubai.com	土耳其出口网	www.turkex.com

(4) 广告宣传

国际广告的重要性体现在:

第一, 广告是许多企业进入国际市场的惟一代表, 成功的广告能为企业树立好的形象, 为开拓市场奠定基础。

第二, 广告能在目标市场上为企业的产品实现预期定位。

第三, 成功而有效的广告对企业是很宝贵的财产和资源。

第四, 成功的广告是企业建立新市场、联系潜在客户的最有效的手段。

广告还是企业用来控制营销计划实施的手段。

国际广告具有联系客户、实现企业目标的重要作用，它能为企业产品在国际市场上建立品牌形象和成功销售铺平道路，是国际市场营销的一个重要工具。

广告媒体主要有报纸、杂志、电视、直接邮寄、广播、户外广告牌、互联网等。

(5) 其他方法

向有关银行或咨询机构获取进口商资料；国内外的贸易促进机构或友好协会介绍客户；我驻外使馆商务处或外国驻华使馆介绍合作对象；与国际经济组织、国外商业情报机构、研究机构咨询公司、数据库建立经常联系，获得专项产品的市场报告。

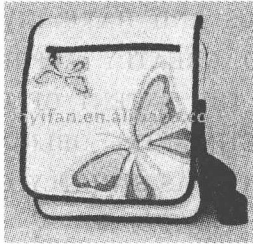
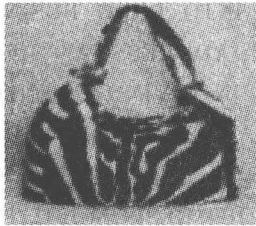
	
Discounting!!!! Ladies' Handbags Promotion bags, fasion bag do drop! • Canvas bag • Material: cotton canvas, fasion bag • Eco-friendly • Available in various styles, sizes and colors • Used for promotional gifts, advertisements and shopping purposes • Customized specifications and logos are welcome • OEM orders are welcome	We supply ladies'handbags, fashion purse, leather bags, designer purse, accept small order Features (1) Enviromental friendly material (2) Wholesale price, original packing tags lable. (3) Safe routing door to door shipping such as EMS, DHL, DPEX, FEDEX and so on. (4) Our products have got good reputation among suppliers. (5) If you are intresited in out products, please contract with ASAP, anna trademanager id: cn200090974

图 2-3 (资料来源: 参考阿里里巴巴网站中的产品信心发布)

四、调查客户资信和贸易障碍

(一) 调查客户资信

为了防范信用风险，外贸人员必须要通过有效途径对客户进行资信调查。

1. 资信调查的途径

通过国内的商务机构调查；借助对方所在国的工商机构、商会、贸易协会及我国驻外使馆调查；利用银行等金融机构调查；通过其他客户调查；委托专业资信调查机构调查。

2. 资信调查的内容

资信调查的内容主要包括两方面：一是企业的基本信息，包括企业的名称、地址、注册资本等；二是企业的信用和财务信息，包括客户的经营状况、客户的财务状况等。

3. 资信调查工作的要求

资信调查工作是信用风险管理工作的的重要组成部分，资信调查工作的结果是其他所有决策的重要依据。做好资信调查工作，应注意：

企业应根据自身的特点，制订企业资信调查制度；企业应重视资信调查途径的可靠性与



科学性,提高资信调查人员的专业素质;要形成长效机制,将资信调查工作持续下去;资信调查工作要细致,要根据调查目标,科学选择调查指标。

例如:

TO: BANK OF CHINA SHANDONG BRANCH

DATE: FEB 26, 2008

OUR REF NO. AD0816

DEAR SIR OR MADAM:

QINGDAO GOLDEN BRIDGE IMPORT & EXPORT CO., LTD. IS DESIROUS OF ENTERING INTO LONG BUSINESS RELATIONS WITH US AND HAVE GIVEN US YOUR ESTEEMED ADDRESS AS REFERENCE. WE SHOULD GREATLY APPRECIATE YOUR COURTESY IN GIVING US INFORMATION REGARDING THE EXTENT OF ITS BUSINESS, FINANCIAL CONDITION AND RELIABILITY IN MEETING ITS OBLIGATIONS. ANY INFORMATION YOUR KINDLY GIVE US WILL BE TREATED AS STRICTLY CONFIDENTIAL AND WITHOUT RESPONSIBILITY ON YOUR BANK.

YOURS SINCERELY,

ABC CO., LTD.

JOHN SMITH

银行答复如下:

TO: ABC CO., LTD.

ATTN: MR. JOHN SMITH

DATE: FEB. 28, 2008

DEAR SIRS,

WE ARE PLEASED TO SEND YOU, IN CONFIDENCE, THE CREDIT INFORMATION YOU REQUESTED CONCERNING MESSRS OF QINGDAO GOLDEN BRIDGE IMPORT & EXPORT CO., LTD, IN YOUR FAX OF FEB 26, 2008.

THE ABOVE FIRM ENJOYS THE FULLEST RESPECT AND UNQUESTIONABLE CONFIDENCE IN THE BUSINESS WORLD. THEY ARE PROMPT PUNCRUAL IN ALL THEIR TRANSACTIONS. HOWEVER, THIS IS WITHOUT OBLIGATION ON OUR PART.

WE HOPE THIS INFORMATION MAY BE OF USE TO YOU.

YOURS FAITHFULLY,

BANK OF CHINA QINGDAO BRANCH

(二) 调查贸易障碍

1. 客户所在国家的贸易障碍形式

- (1) 该商品在客户所在国正接受反倾销调查或已被征收反倾销税;
- (2) 该商品在客户所在国存在绿色壁垒等其他贸易壁垒;
- (3) 该商品在客户所在国存在特殊的技术要求等。

面对客户所在国家的贸易障碍可以采取的对策是:在第(1)种情况下,一般选择放弃;在第(2)和(3)种情况下,除非出口企业非常有把握达到客户所在国对该商品的各