

全国外贸业务员考试习题集

QUANGUO WAIMAO YEWUYUAN

KAOSHI XITIJI

中国国际贸易学会商务专业培训考试办公室 编

外贸业务员岗位专业培训考试指导教材

WAIMAO

YEWUYUAN

GANGWEI

ZHUANYE

PEIXUN

KAOSHI

ZHIDAO

JIAOCAI



中国商务出版社
CHINA COMMERCE AND TRADE PRESS

WAIMAO YEWUYUAN GANGWEI ZHUANYE PEIXUN KAOSHI Zhidao Jiaocai

外贸业务员岗位专业培训考试指导教材

◎责任编辑 李彩娟 闫红广 ◎封面设计 张健

- 外贸业务理论与实务 (2008年版)
- 外贸业务员英语 (2008年版)
- 外贸业务员岗位专业培训考试大纲及复习指南 (2008年版)
- 全国外贸业务员考试习题集



中国商务出版社郑重声明：

无防伪标志一律视为盗版，
我社将不惜一切代价严厉打击！
盗版者将受到法律严惩！

上架建议：国际贸易类

ISBN 978-7-5103-0433-0



9 787510 304330

定价：40.00 元

外贸业务员岗位专业培训考试指导教材

全国外贸业务员考试习题集

中国国际贸易学会商务专业培训考试办公室 编

孙圣勇 执行主编

中国商务出版社

中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

全国外贸业务员考试习题集/中国国际贸易学会商务专业培训考试办公室编. —北京: 中国商务出版社, 2011. 3

外贸业务员岗位专业培训考试指导教材

ISBN 978-7-5103-0433-0

I. ①全… II. ①中… III. ①对外贸易-资格考试-习题集 IV. ①F74-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 041971 号

外贸业务员岗位专业培训考试指导教材

全国外贸业务员考试习题集

QUANGUO WAIMAOYEWUYUAN KAOSHI XITIJI

中国国际贸易学会商务专业培训考试办公室 编

孙圣勇 执行主编

出版: 中国商务出版社

发行: 北京中商图出版物发行有限责任公司

社址: 北京市东城区安定门外大街东后巷 28 号

邮编: 100710

电话: 010—64269744 (编辑室)

010—64286917 (发行部)

010—64263201 (零售、邮购)

网 址: www.cctpress.com

邮 箱: cctp@cctpress.com

照 排: 嘉年华文排版公司

印 刷: 北京松源印刷有限公司

开 本: 890 毫米×1240 毫米 1/16

印 张: 36.75 字 数: 1069 千字

版 次: 2011 年 3 月第 1 版 2011 年 3 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5103-0433-0

定 价: 40.00 元

版权专有 侵权必究

举报电话: (010) 64242964

外贸业务员岗位专业培训考试指导教材

编 委 会

顾 问 (按汉语拼音排序)

陈国武	郭俊峰	黎孝先	刘德标	潘明敏	任海津
王俊文	王乃彦	吴 刚	许永明	张影华	周建松

主 任 刘宝荣

副 主 任 钱建初

秘 书 长 李学新

副秘书长 赵惠林

委 员 (按汉语拼音排序)

卜红军	常玉田	陈 晓	陈学鹏	丁伟俊	桂 诚
贺存乡	黄光明	季永青	李 刚	李 俊	李明泽
刘长声	刘建明	刘启智	陆耀新	吕红军	罗凤翔
罗利胜	聂 青	邱岳宜	屈孝初	饶贵生	沈善庚
舒维霖	唐远超	王 健	王荣昌	王世龙	武义海
徐小薇	薛增建	严思忆	杨淑文	姚大伟	俞飞跃
袁永友	张汉林	张 平	张 卿	张 军	章安平
赵加平	赵 越	郑吉昌	钟 跃	祝 卫	周树玲

本书执行主编 孙圣勇

前 言

未来十五年，我国外贸业务发展潜力巨大。一是国民经济仍将保持快速发展，“十二五”规划将为外贸增长提供广阔发展空间；二是国际市场空间仍将很大，2020 年我国可能成为全球数一数二的贸易大国；三是市场多元化空间非常广阔。

本书作为《外贸业务理论与实务》的配套用书，对深入推进全国外贸业务员考试——这一重要性越来越彰显的职业技术资格考试，对帮助国际贸易学子、商务英语学子、国际贸易从业人员提升综合素质和职业技能以及帮助他们顺利通过全国外贸业务员考试意义重大。

全国外贸业务员考试从本书中选取大部分题目能够保证试题的科学性、稳定性、保密性，也提供了命题的安全性和考试实施的便利性。同时对于考生来讲，利用本书出题的这种考试办法，增加了考试的公开性、公正性和公平性。而且，编写考试习题集（库）是不少国外考试统一的做法。

在本书编写过程中，编者应中国国际贸易学会的邀请参加了全国“十二五”教材编写研讨会，受益颇多，不胜感激。比如：把 2011 年 1 月 1 日正式生效的 Incoterms 2010 纳入本习题集，以《UCP600》为统领，保证了本书的前沿性、现实性和实用性。

本书编者

2011 年 2 月于广州

目 录

□第一章	出口准备工作操作习题	(1)
第一节	建立客户关系习题	(1)
第二节	国际市场准备习题	(2)
第三节	营销准备习题	(3)
第四节	业务员个人准备习题	(5)
第五节	办公室准备习题	(7)
第六节	见面准备习题	(10)
第七节	接待、拜访准备习题	(11)
第八节	位次准备习题	(14)
第九节	宴请准备习题	(15)
第十节	会议准备习题	(17)
第十一节	谈判准备操作习题	(20)
第十二节	社交准备操作习题	(22)
□第二章	出口报价核算与发盘操作习题	(25)
第一节	询价与发盘操作习题	(25)
第二节	价格操作习题	(27)
第三节	贸易术语操作习题	(28)
第四节	出口报价及核算操作习题	(31)
□第三章	出口还价核算与还盘操作习题	(38)
第一节	还盘磋商习题	(38)
第二节	还价谈判操作习题	(41)
第三节	还价核算操作习题	(46)
□第四章	催证、审证与改证操作习题	(52)
第一节	催证、审证与改证选择	(52)
第二节	催证、审证与改证判断	(57)
第三节	催证、审证与改证案例分析	(59)
第四节	催证、审证与改证操作	(62)
□第五章	签订内贸合同与备货生产操作习题	(73)
第一节	合同法律法规习题	(73)
第二节	合同管理习题	(79)
第三节	备货管理习题	(83)
□第六章	出口合同签订操作习题	(89)
第一节	外贸合同条款习题	(89)
第二节	合同签订操作习题	(104)
□第七章	货物出运操作习题	(110)
第一节	货物出运基础习题	(110)

	第二节 货运代理习题	(121)
	第三节 运输工具习题	(129)
	第四节 货运操作习题	(130)
□第八章	制单、审单与收汇操作习题	(141)
	第一节 制单、审单与收汇实务习题	(141)
	第二节 制单、审单与收汇操作习题	(158)
□第九章	出口退税操作习题	(174)
	第一节 《税法》习题	(174)
	第二节 《关税法》习题	(181)
	第三节 企业税务习题	(183)
	第四节 税务代理习题	(196)
□第十章	出口业务善后操作习题	(202)
	第一节 出口财务会计习题	(202)
	第二节 出口管理会计习题	(205)
	第三节 出口收汇核销单据操作习题	(207)
	第四节 出口收汇核销管理综合习题	(217)
□第十一章	国际招标、进口磋商和进口签约操作习题	(221)
	第一节 国际工程价格控制习题	(221)
	第二节 招标采购实务习题	(225)
	第三节 招标投标法规与政策习题	(231)
	第四节 招标投标项目管理习题	(237)
	第五节 招标投标评标与实务	(241)
□第十二章	办理进口批件和进口开证操作习题	(244)
	第一节 进口批件习题	(244)
	第二节 信用证开立等实务习题	(248)
	第三节 《跟单信用证统一惯例》习题	(254)
	第四节 申请书样本	(257)
□第十三章	国际货物运输和保险习题	(261)
	第一节 运输业务操作习题	(261)
	第二节 保险法操作习题	(265)
	第三节 保险学操作习题	(271)
	第四节 运输保险操作习题	(283)
□第十四章	对外付款操作习题	(288)
	第一节 付款概述与习题	(288)
	第二节 付款票据	(290)
	第三节 付款方式	(292)
	第四节 付款方式的选择与综合运用	(293)
	第五节 非贸易付款	(295)
	第六节 付款实务习题	(296)
	第七节 结算综合习题	(298)
□第十五章	报关操作习题	(310)
	第一节 商品编码归类	(310)

第二节	报关单填制	(320)
第三节	报关实务	(324)
□第十六章	接货、报检操作习题	(331)
第一节	接货基础英语	(331)
第二节	报检实务习题	(347)
□第十七章	进口善后操作习题	(356)
第一节	进口付汇操作习题	(356)
第二节	索赔习题	(359)
第三节	仲裁习题	(361)
第四节	不可抗力习题	(370)
□第十八章	国际贸易术语习题	(372)
第一节	贸易术语概述习题	(372)
第二节	贸易术语有关业务习题	(375)
□第十九章	国际贸易结算票据和结算方式习题	(386)
第一节	国际贸易结算票据习题	(386)
第二节	国际贸易结算方式习题	(395)
第三节	国际贸易结算操作习题	(399)
□第二十章	国际贸易方式	(406)
第一节	经销与代理	(406)
第二节	拍卖与寄售	(410)
第三节	商品期货交易	(412)
第四节	对销贸易	(415)
第五节	边境贸易	(419)
□第二十一章	加工贸易实务习题	(424)
第一节	加工贸易基本知识习题	(424)
第二节	加工贸易操作习题	(434)
□第二十二章	国际经济贸易法习题	(442)
第一节	国际货物买卖法习题	(442)
第二节	产品责任法	(448)
第三节	原产地规则	(456)
第四节	我国对外贸易法	(458)
□第二十三章	外贸商品基础知识习题	(460)
第一节	商品学基础习题	(460)
第二节	商品的质量标准体系习题	(474)
□第二十四章	进出口贸易风险管理习题	(482)
第一节	进出口贸易风险管理概述习题	(482)
第二节	进出口贸易信用风险管理实务习题	(486)
第三节	外汇风险管理实务习题	(490)
第四节	证券投资风险管理实务习题	(492)
第五节	期货风险管理实务习题	(498)
□第二十五章	进出口贸易客户管理习题	(500)
第一节	进出口贸易客户管理概述习题	(500)

第二节 客户调查分析	(503)
第三节 客户细分分析	(506)
第四节 客户流失分析	(513)
☐ 第二十六章 进出口贸易融资	(516)
第一节 出口贸易融资	(516)
第二节 进口贸易融资	(527)
☐ 全国外贸业务员培训认证模拟考试外贸业务基础理论试卷 (卷 1)	(532)
☐ 全国外贸业务员培训认证模拟考试外贸业务操作实务试卷 (卷 1)	(541)
☐ 全国外贸业务员培训认证模拟考试外贸业务基础理论试卷 (卷 2)	(554)
☐ 全国外贸业务员培训认证模拟考试外贸业务操作实务试卷 (卷 2)	(562)
☐ 参考文献	(573)

第一章 出口准备工作操作习题

第一节 建立客户关系习题

一、单项选择题

1. We are looking forward to () from you soon.
A. hearing B. hear C. heard D. be heard
2. Your name and address () to us by the Commonwealth Bank.
A. have given B. have been given C. give D. given
3. () in 1935, this company specializes in the exportation of cotton piece goods.
A. Establish B. Established C. Establishing D. To be established
4. We take the pleasure of introducing ourselves () an experienced importer line of daily products.
A. of, on B. as, in C. for, by D. be, at
5. () please find the catalogues and the latest price list.
A. Enclose B. Enclosing C. Enclosed D. Enclosure
6. As the goods () within the scope of our business activities, please contact us at once.
A. fall B. falls C. fell D. felling
7. We are a Sino-Korean Joint Venture () silk clothes.
A. deal in B. dealing in C. dealt in D. engage
8. We are sending you by separate cover the samples, () you will find them satisfactory.
A. to hope B. hoping C. hopefully D. hope
9. We hope to enter () business relations () your firm.
A. into, with B. with, into C. /, at D. with, at
10. () will be appreciated.
A. You reply our letter early B. You reply to our letter early
C. Your early reply our letter D. Your early reply to our letter

二、把下列英语句子翻译成汉语

1. We've come to know your name and address from the Commercial Counselor's Office of the Chinese Embassy in London.

2. Having obtained your name and address from the Bank of China, we are writing to you with a view of establishing trade relations with you.
3. We are writing to you in the hope that we can open up business relations with your firm.
4. We enclose herewith a list of goods to supply you at the lowest possible price.
5. By the courtesy of Mr. Black, we are given to understand the name and address of your firm.
6. We have the pleasure of introducing ourselves to you with the hope that we may have a good chance of cooperation with you in your business extension.
7. We are the exporter of long standing and high reputation, engaged in exportation of light industrial products.
8. In order to make us familiarized with your products, we shall appreciate your giving us the technical details of them at your earliest convenience.
9. To give you some idea of various types of bicycles we are dealing in, we are pleased to send you, under separate cover, by air-mail our latest catalogue and a price list.
10. We have been in the line of chemical fertilizer for many years.

三、把下列中文句子翻译成英语

1. 我们的产品质量上乘，价格优惠。
2. 希望早日收到你方答复。
3. 我公司专营轻工业品的出口业务。
4. 我们意欲购买各种形状、质量优良的瓷茶杯。
5. 经当地商会推荐，特致函贵方，希望建立贸易关系。

第二节 国际市场准备习题

一、如何进行国际贸易之前的市场调研？

二、企业如何进入国际市场？比较这些渠道的优缺点。

三、企业应该如何选择进入国际商品市场渠道？

四、如何对交易客户进行资信调查？重点考察哪些方面？

五、企业如何在国外注册商标？

第三节 营销准备习题

一、单项选择题

1. 研究如何制定有效的服务（ ），是从事服务业者的竞争取胜之道。
A. 办法 B. 措施 C. 营销策略 D. 公约

2. 服务保证主要是强调承诺的 ()。
 - A. 必要性
 - B. 真实性
 - C. 彻底性
 - D. 可靠性
3. 服务质量同顾客的感受关系很大, 质量的好坏取决于顾客对服务的预期质量同其实际感受的服务水平的对比。因此, 服务质量是一个 ()。
 - A. 主观范畴
 - B. 客观范畴
 - C. 道德范畴
 - D. 文化范畴
4. 同样是教授的两们教师, 在同一学期均讲授数学课, 但两个班的学生反应却大相径庭, 这是由于服务的 () 特点引起的。
 - A. 无形性
 - B. 同等性
 - C. 异质性
 - D. 易逝性
5. 服务的 () 特征表明, 顾客只有而且必须加入到服务的生产过程中, 才能享受到服务。
 - A. 无形性
 - B. 异质性
 - C. 同步性
 - D. 易逝性
6. 顾客了解到企业内部的 () 及措施, 会逐渐消除质量风险忧虑。
 - A. 管理方法
 - B. 质量观
 - C. 管理体制
 - D. 生产工艺
7. 服务价格之所以被营销经理重视, 是因为价格是 () 因素中决定收入的主要因素。
 - A. 人员推销
 - B. 公共关系
 - C. 营销组合
 - D. 服务促销
8. 服务是一种无形产品, 它向顾客提供的是产品的 (), 并不涉及所有权的转移。
 - A. 管理权
 - B. 保护权
 - C. 所有权
 - D. 使用权
9. 蓝图技巧也称为服务过程分析, 主要是借助 () 分析服务传递过程的各个方面。
 - A. 服务作业流程图
 - B. 服务公约
 - C. 计算机
 - D. 网络图
10. 由于服务是无形的, () 是对服务水平和服务质量的可见性展示。
 - A. 服务本身
 - B. 价格
 - C. 分销商
 - D. 促销
11. 企业和服务人员能设身处地为顾客着想, 努力满足顾客的要求, 这是服务质量的 () 评价标准。
 - A. 移情性
 - B. 保证性
 - C. 适应性
 - D. 可靠性
12. 服务产品包括核心服务、() 和辅助服务。
 - A. 延伸服务
 - B. 便利服务
 - C. 售中服务
 - D. 同步服务
13. 服务是一方向另一方提供的, 基本上是 (), 一般不会伴随所有权的发生。
 - A. 有形产品
 - B. 无形的任何活动或利益
 - C. 物质产品
 - D. 实体产品
14. 随着人类走向知识经济时代, 服务业在 GDP 中所占的比重将会 ()。
 - A. 持续上升
 - B. 不断下降
 - C. 维持不变
 - D. 变动甚微
15. 建立以质量为核心的企业文化, 全体员工必须树立 () 的观念。
 - A. 赢利第一
 - B. 顾客第一
 - C. 成本最低
 - D. 质量第一

二、多项选择题

1. 一般用来评价服务质量的标准, 主要有 ()。
 - A. 移情性
 - B. 保证性
 - C. 适应性
 - D. 可靠性
 - E. 感知性
2. 服务通常可运用 () 来实现有形展示。
 - A. 实体环境
 - B. 企业文化
 - C. 信息沟通
 - D. 价格
 - E. 企业精神
3. 感知性指提供服务的有形部分, 如各种 () 和人员的仪表等。
 - A. 设施
 - B. 口碑
 - C. 设备
 - D. 需求
 - E. 承诺
4. 服务产品主要包括 ()。
 - A. 售后服务
 - B. 辅助服务
 - C. 便利服务
 - D. 咨询服务
 - E. 核心服务

5. 顾客对服务的预期质量,通常要受()因素的影响。
A. 市场营销沟通 B. 顾客口碑 C. 顾客需求 D. 服务产品 E. 企业形象
6. 对制定营销方案影响较大的服务特征主要是()。
A. 无形性 B. 同步性 C. 异步性 D. 异质性 E. 易逝性
7. 在运用标准跟进这一方法时可从()方面着手。
A. 业务管理 B. 策略 C. 经营 D. 学习 E. 模仿
8. 根据服务供应与需求的关系,服务供应与需求的波动较小的服务类型主要有()。
A. 运输 B. 宾馆 C. 银行 D. 保险 E. 法律
9. 实体环境主要包括()。
A. 周围因素 B. 地理因素 C. 设计因素 D. 人口因素 E. 社会因素

三、判断题

1. 顾客服务的基本要求是尽量扩大后台活动的范围和比例。()
2. 利润最大化决定了定价必须低于总成本,成本应是定价的最低限。()
3. 在顾客心目中,服务业的操作人员实际上是产品的一个组成部分。()
4. 顾客在接受服务之前,最先感受的是来自服务人员的影响。()
5. 企业形象不会影响顾客对服务质量的认知和体验。()
6. 过分的承诺难以兑现,将会失去顾客的信任,破坏顾客的容忍度,对企业是不利的。()
7. 基于服务的特点,服务广告要努力实现将无形服务有形化,消除顾客的不确定心理。()
8. 服务企业的设施、设备、统一标识等有形因素不容易被顾客感觉,从而也就无法感知到服务水平的高低。()
9. 服务定价除考虑成本、利润因素外,也不可忽视服务形象的重要性。()
10. 同一种服务由数人操作,顾客感受到的服务品质是完全相同的。()
11. 可靠服务有助于增大优质服务重现的需要,从而合理限制顾客期望。()
12. 顾客之所以关注价格,是因为价格可以提高或降低人们对服务产品的期望。()
13. 服务促销的主要目标是将企业所提供的物质产品与其他竞争对手所提供的服务区别开来。()
14. 提高服务质量的策略包括标准跟进、蓝图技巧和全面质量管理。()
15. 商品营销和服务营销是两种能够清晰分开的营销类型。()
16. 制定正确的价格能传送适当的信息,是一种对服务有效的无形活动。()
17. 有形展示的最终目的是建立企业与顾客之间的长期关系。()
18. 一个出售劳务的人,在同一时间只能在一个地点提供直接服务。()

第四节 业务员个人准备习题

一、判断题

1. 妇女在国际生意场合中一定要穿套服,不应该穿民族服装或休闲装。()

2. 初次见面可以谈有争议的话题。()
3. 双排扣的夹克敞着穿没有关系。()
4. 穿西装时一定要加背心。()
5. 在商务活动中,一定要注重修饰,越时髦越好。()
6. 不时用手理头发,可以确保仪容整齐。()
7. 女性不能采用跷二郎腿的姿势就坐。()
8. 戴变色眼镜是最好的选择,因为既能保护你的眼睛又免得戴两副眼镜的麻烦。()
9. 选择服装时应考虑气候、出席的场合等因素。()
10. 与别人交谈时应双眼看着对方。()

二、案例分析题

林和大街上高耸着一座宏伟楼房,楼顶上“远东贸易公司”六个大字格外醒目。某照明器材厂的业务员金先生按原计划,手拿企业新设计的照明器样品,兴冲冲地登上六楼,脸上的汗珠未及擦一下,便直接走进了业务部张经理的办公室,正在处理业务的张经理被吓了一跳。“对不起,这是我们企业设计的新产品,请您过目,”金先生说。张经理停下手中的工作,接过金先生递过的照明器,随口赞道:“好漂亮呀!”并请金先生坐下,倒上一杯茶递给他,然后拿起照明器仔细研究起来。金先生看到张经理对新产品如此感兴趣,如释重负,便往沙发上一靠,跷起二郎腿,一边吸烟一边悠闲地环视着张经理的办公室。当张经理问他电源开关为什么装在这个位置时,金先生习惯性地用手搔了搔头皮。好多年了,别人一问他问题,他就会不自觉地用手去搔头皮。虽然金先生做了较详尽的解释,张经理还是有点半信半疑。谈到价格时,张经理强调:“这个价格比我们预算的高出较多,能否再降低一些?”金先生回答:“我们经理说了,这是最低价格,一分也不能再降了。”张经理沉默了半天没有开口。金先生却有点沉不住气。不由自主地拉松领带,眼睛盯着张经理。张经理皱了皱眉,“这种照明器的性能先进在什么地方?”金先生又搔了搔头皮,反反复复地说:“造型新、寿命长、节电。”张经理托辞离开了办公室,只剩下金先生一个人。金先生等了一会儿,感到无聊,便随便抄起办公桌上的电话,同一个朋友闲谈起来。这时,门被推开,进来的却不是张经理,而是办公室秘书。

请指出金先生的问题出在哪儿?

三、单项选择题

1. 女士跷二郎腿的坐姿是()。
A. 不符合规范,因为会显得草率而轻浮 B. 男士可以,女士不可以
C. 只要注意上边的小腿往回收,脚尖向下,女士也可以采用
2. 人与人交往时,目光的交流总是处于最重要的地位。下面关于目光在不同场合的使用,不正确的是()。
A. 见面时要眼睛大睁,以闪烁光芒的目光正视对方片刻,面带微笑,显示喜悦、热情的心情
B. 与人交谈时,应一刻不停地注视对方的眼睛,以显示对对方话题的感兴趣

