

阿里巴巴电子商务系列  
**外贸营销实务**

阿里学院 编著





阿里巴巴电子商务系列

# 外贸营销实务

---

阿里学院 编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

## 内 容 简 介

本书主要围绕市场分析和贸易磋商,重点叙述如何寻找客户以及和客户沟通谈判。全书共有8章,前3章主要是介绍国际市场调研分析,寻找潜在客户的方法和步骤,其他需要的出口准备工作,制订出口经营方案。因为市场调研和分析是基础,要做好外贸营销,了解国际市场是最基本的,寻找进口商当然也是外贸营销中最重要的开始。从第4章到第7章,重点解析出口贸易磋商的各环节,包括询盘分析、询盘回复、报价核算、报价技巧、贸易谈判、寄样、外贸单证等。第8章主要介绍了支付条款的相关知识,这一章放在最后是因为支付方式和收款对外贸业务来说意味着最后的环节,也是最重要的,另外国际上资金流动和收付相对国内来说是有非常大的差别,所以熟悉多种支付条款并根据具体情况灵活运用是关键。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。  
版权所有,侵权必究。

### 图书在版编目(CIP)数据

外贸营销实务 / 阿里学院编著. —北京: 电子工业出版社, 2013.1  
(阿里巴巴电子商务系列)  
ISBN 978-7-121-18127-6

I. ①外… II. ①阿… III. ①对外贸易—市场营销学 IV. ①F740.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第201968号

策划编辑: 林瑞和

责任编辑: 王 静

印 刷: 中国电影出版社印刷厂

装 订: 三河市鹏成印业有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路173信箱 邮编100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 11.75 字数: 179千字

印 次: 2013年1月第1次印刷

印 数: 4000册 定价: 39.00元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010)88254888。

质量投诉请发邮件至 [zltts@phei.com.cn](mailto:zltts@phei.com.cn), 盗版侵权举报请发邮件至 [dbqq@phei.com.cn](mailto:dbqq@phei.com.cn)。

服务热线:(010)88258888。



# 前 言

当前国际环境变化剧烈，尤其是金融危机后全球整体经济环境动荡加剧，发达国家的经济危机此起彼伏，新兴经济体市场快速发展，发展中国家也在渴望和加快经济融合。基于这些背景和市场趋势，同时考虑到高校学生没有接触过外贸实践而又希望获得较为实用的知识和方法，于是我们编写了本书。

本书主要围绕市场分析和外贸磋商进行介绍，重点讲述如何寻找客户以及和客户沟通谈判。本书共 8 章，前 3 章主要介绍国际市场调研与出口营销、寻找潜在客户进口商的方法和步骤、其他出口准备工作。要做好外贸营销，了解国际市场是最基本的，寻找进口商当然也是外贸营销中最重要的开始。从第 4 章至第 7 章，重点解析出口贸易磋商的各环节，包括询盘分析、询盘回复、报价核算、报价技巧、贸易谈判和寄样、外贸单证等。简单地看，外贸营销主要包括以上这几个操作环节，这几个环节又环环相扣，一步紧跟一步，有一个环节失误了，后面的环节也就没法进行下去了，客户也会流失，尤其是新开发的市场和客户。所以，对待这些环节和内容，一定要熟练掌握并在实践中不断总结，这也是本书在每章中包含有很多实际案例分析和讨论的原因，因为许多读者在碰到实际情况时可能不知道如何处理，所以在面对书中这些实例分析和讨论时希望读者去独立查阅相关资料和分析，并做出



判断，这样会起到事半功倍的效果。第 8 章主要介绍了支付条款的相关知识，这一章放在最后是因为支付方式和条款是外贸过程中最后的环节，也是最重要的，另外国际上资金流动和收付与国内有很大的差别，所以要熟悉多种支付条款并根据具体情况灵活运用。

希望读者能通过阅读和学习本书掌握基本的外贸营销知识和方法，通过学习书中的练习和案例提高对贸易磋商谈判各环节中技巧的理解和运用。当然，结合本书相关知识深入学习各知识点并能在实践中不断分析总结，将会有更大的收获。

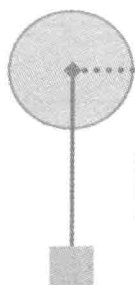
由于作者的水平有限，书中存在不足之处在所难免，在此也真诚地希望各位读者和同行提出宝贵意见，笔者定将虚心接纳并有机会不断完善。

如果对本书有任何问题，请及时联系：[gaoxiaozuo@alibaba-inc.com](mailto:gaoxiaozuo@alibaba-inc.com)。

阿里巴巴（中国）教育科技有限公司

高校合作中心 李婧

2012 年 7 月



# 目 录

第 1 章 国际市场调研与出口营销	1
1.1 国际市场调研的内容与步骤	3
1.2 国际市场信息收集的方法与途径	7
1.3 出口营销的步骤	8
1.4 出口市场预测	13
第 2 章 建立业务关系	18
2.1 寻找进口商的方法	19
2.2 与潜在进口商联系并建立关系的基本步骤	22
2.3 资信调查	24
第 3 章 其他出口准备工作	27
3.1 相关手续的办理	28
3.2 落实货源、制订出口商品的生产（采购）计划	29



3.3 制订出口商品经营方案 .....	31
<b>第4章 出口贸易磋商——询盘分析与回复 .....</b>	<b>34</b>
4.1 出口贸易磋商 .....	35
4.2 询盘的分析 .....	36
4.3 询盘回复技巧 .....	45
<b>第5章 出口贸易磋商——报价核算及发盘 .....</b>	<b>55</b>
5.1 合理使用贸易术语 .....	56
5.2 合理采用各种报价方法核算 .....	61
5.3 出口报价的技巧 .....	72
5.4 发盘及注意问题 .....	76
<b>第6章 出口贸易磋商——贸易谈判和寄样 .....</b>	<b>79</b>
6.1 贸易谈判技巧 .....	80
6.1.1 销售法则之“二八法则” .....	81
6.1.2 询盘转为订单的技巧 .....	83
6.2 寄样转订单 .....	106
<b>第7章 出口贸易磋商——外贸单证 .....</b>	<b>115</b>
7.1 什么是单证 .....	116
7.2 外贸单证有哪些 .....	116
7.3 外贸主要单证的制作与作用 .....	117
7.3.1 制单要点 .....	117
7.3.2 单据的具体作用 .....	118



第 8 章 支付条款 .....	128
8.1 电汇 .....	129
8.1.1 电汇的流程 .....	129
8.1.2 电汇的使用 .....	129
8.1.3 案例分析 .....	132
8.2 托收 .....	134
8.3 信用证 .....	137
8.3.1 信用证 (Letter of Credit, L/C) .....	137
8.3.2 信用证的作用 .....	139
8.3.3 信用证的操作流程 .....	140
8.3.4 信用证的基本内容 .....	141
8.3.5 审证和改证 .....	144
8.3.6 信用证项下的主要单据 .....	149
8.3.7 信用证的种类 .....	150
8.4 小额付款 .....	152
附录 A PI 范本 .....	160
附录 B 合同范本 .....	161
附录 C 商业发票范本 .....	167
附录 D 装箱单范本 .....	168
附录 E 出口货物报关单样本 .....	169
附录 F 国际海运委托书样本 .....	171



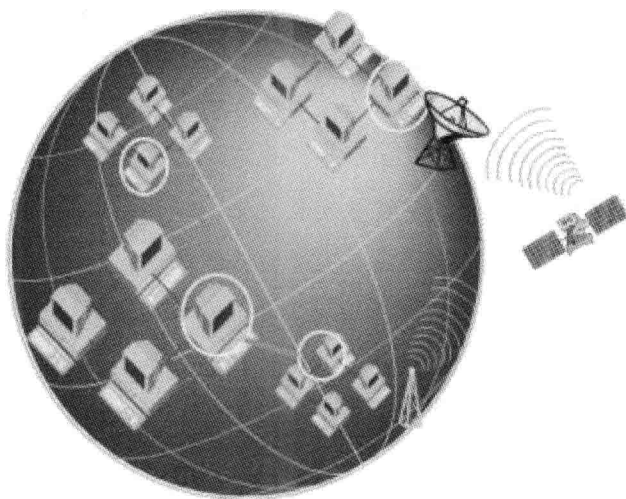


附录 G 代理报关委托书样本 .....	172
附录 H 海运提单 .....	173
附录 I L/C SMAPLE (信用证范例) .....	175
附录 J 品牌授权书 .....	179



# 第 1 章

## 国际市场调研与出口营销



### 学习目标

- 了解什么是市场调研
- 掌握如何做市场调研
- 掌握出口营销流程



## 内销转外贸

随着市场环境的不断发展变化，企业也需要不断调整策略。李女士做内贸女包多年，已经拥有了较多的销售经验，自己的产品也更新过很多次。但是现在市场竞争加剧，内贸生意越来越难做，订单也不是那么容易得到了。有一天李女士发现在网上做外贸可以挣美元，便开始搜索众多 B2B 电子商务平台，李女士更看重平台的服务和买家群，因此最终她选择了阿里巴巴。

李女士开始主攻外贸生意，一个传统企业要一下子改变自己的业务方向，从客户资源到销售渠道都需要重新开拓，另外国外的语言和商业习惯也有很大不同，搞不好，企业就有可能遭遇惨败。在实际中，先不说内贸和外贸电子商务对多数企业来说是不得不选择的（因为商业环境在发生变化：客户在上网，合作伙伴在上网，竞争对物也在上网……这些都在逼迫企业适应新的环境，而不是充耳不闻，被新的环境逐步淘汰），电子商务与传统商务并非是纯粹的竞争关系，因此李女士决定，不管是做内贸还是做外贸，一定要走出去。于是李女士的店铺开始了一个新的转型。

李女士有网上购物和利用电子商务做内贸的经验，在网上做生意，虽然内贸和外贸有差别，但基本技巧应该是一样的。结合以前做内贸时积累的一些电子商务知识，李女士很快就熟悉了外贸平台的操作流程和方法，并聘请专业的外贸业务员操作，结合自己的产品知识和一些沟通方式，逐渐把女包的生意从中国做到了全球，两年后，李女士所经营的纤柔女包也从一个只做内贸的企业，变成了外贸销售额占 95% 以上的外贸型企业。尽管网络是虚拟的，但生意却是真实的。针对某些厂商在使用电子商务时夸大宣传，比如盗用其他厂商的样品图片，或者夸大自己公司的实力等，李女士认为网上做生意一定要实在，网上宣传的图片必须跟自己的企业相符。夸大的宣传可能会吸引买家，但在真正交易时，对方通过不断的考察最终会使企业



露底，使客户不再信任企业，这样一来，反而坏了企业的名声。

如今的纤柔女包不仅仅做外贸生意，也是国内大公司的主要生产厂商，在女包的生意上越做越大，因此也带来了很多的买家客户群，这也是李女士在做外贸时最大的收获。

**【问题】**是否了解了谁是我们真正的竞争对手之后我们就做好了市场调研？

**【答】**否，市场调研的关键是需要全面认识我们真正的竞争对手的经营策略，以及要采取哪些方法来面对这些竞争对手的竞争手段。最终目的是为了打开国际市场。

**【问题】**了解谁是我们的真正竞争对手是至关重要的，因为直接关系到我们的工作效率，那么了解谁是我们真正的竞争对手之后，是不是我们就解决了调研的问题呢？

**【答】**否，关键在于我们在了解谁是我们真正的竞争对手之后，怎样全面认识我们真正的竞争对手的经营策略及我们要采取哪些竞争法则来面对这些真正的竞争对手的竞争手段。



## 1.1 国际市场调研的内容与步骤

外贸出口企业有必要对自己的出口产品所针对的海外市场、行业竞争情况、海外市场需求等做一个全面的调研，这是出口前了解国际市场的必要程序，合理的市场调查思想和方式也将贯穿整个出口经营流程，它是一种有效的市场策略和竞争策略。

外贸出口公司实施网上调研，主要从以下几方面进行：出口产品市场调查、竞争对手调查、潜在客户背景调查等。

市场调查通常根据地理位置或经济发展水平对出口目标国市场进行划分，明确产品所针对的重点出口区域及国家。国际市场调研的目的也是为了解行业目标市场，国际市场调研的主要作用在于系统地收集、记录和分析国际市场信息，为企业认识



市场环境，开展国际营销决策提供充分依据。

竞争对手调查是为了了解在各种网络推广渠道中，曝光度较高的出口同类产品的企业的网络营销情况，因为你将要直接与他们竞争。

利用因特网这个开放的平台，可以了解、掌握潜在客户的性质、背景、销售网络、市场规模等情况。

调研的步骤分以下几步。

(1) 利用 Google 或其他比较有名的搜索引擎搜索“生产厂家+产品名”(manufacturer/Supplier+Products)，就可以找到很多的同行。

各个国家的搜索引擎可参考 [www.dragon-guide.net/wuzhousjie.htm](http://www.dragon-guide.net/wuzhousjie.htm)，常用的搜索引擎如表 1-1 所示。

表 1-1 各国常用搜索引擎参考

国 家	搜索引擎
通用类型	<a href="http://www.europages.com">www.europages.com</a>
通用类型	<a href="http://www.kellysearch.com">www.kellysearch.com</a>
通用类型	<a href="http://www.hotfrog.com">www.hotfrog.com</a>
通用类型	<a href="http://www.kompass.com">www.kompass.com</a>
印度	<a href="http://search.justdial.com">search.justdial.com</a>
俄罗斯	<a href="http://www.yandex.ru">www.yandex.ru</a>
西班牙	<a href="http://www.hispavista.com">www.hispavista.com</a>
阿拉伯	<a href="http://www.arabo.com/home.html">www.arabo.com/home.html</a>
意大利	<a href="http://www.excite.it">www.excite.it</a>
法国	<a href="http://www.lycos.fr">www.lycos.fr</a>
荷兰	<a href="http://www.serch.nl">www.serch.nl</a>



(2) 查看地方黄页 (www.yellowpages.com) 或纸页类黄页杂志, 用产品名去搜索, 也可以发现很多同行, 当然, 也可能是我们的潜在客户, 因为大部分海外的客户是在中国进口商品的, 这一点被很多人都忽视了或不怎么重视。

另外, 国内有很多的竞争对手都是来自企业本身的所在地。因为产业集中化在现在已经是越来越明显, 各个地区都已经形成自己的优势产业。如: 电子制造行业大多集中在广东、深圳、东莞, 灯具制造行业大多都集中在中山, 纺织品大多集中在江苏浙江一带。

以下是各国黄页名录:

欧洲黄页 (www.europages.com)

英国黄页 (www.yell.com)

英国老黄页 (www.applegate.co.uk)

法国黄页 (www.PagesJaunes.com)

电子搜索网站 (www.motionnet.com)

英国公司搜索 (www.business-search.uk.net)

德国大商人名录 (www.german-business.de)

意大利黄页 (www.paginegialle.it)

西班牙黄页 (www.spainindustry.com)

西班牙黄页 (www.telefonica.com)

欧洲贸易名录 (www.businesseurope.com)

Tradematch 站点 (www.tradematch.co.uk)

如果你从事的是服装行业, 可在黄页网站中输入 Apparel (服装), 然后在后面输入一个地区, 如 New York, 如图 1-1 所示。

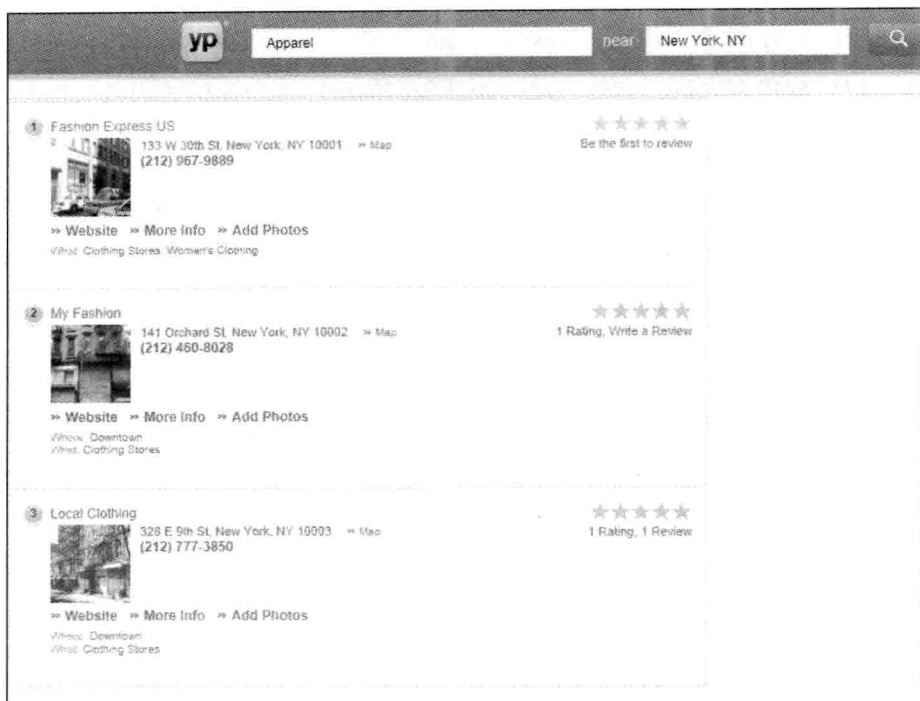


图 1-1 yellowpages.com 中潜在客户信息截图

可以单击搜索结果中的站点，了解各公司的产品、发展趋势、介绍等。

(3) 去专业性的展览会，也可以发现很多同行。比如到同行的展示间去看一看他们正在销售什么新玩意儿？学一学他们的设计，试探同行的底价等。参加专业性的展览会是何企业想要做大、做强都必须做的。为什这么说？国际贸易发展到今天，虽然电子商务是一种不可替代的发展趋势，但是真正想做大、做强，结识到真正的海外大买家，行业展览会是必需的桥梁。

著名的展览会有广交会、香港展、各大行业国际展会等（见图 1-2）。

(4) 登录专业的电子商务网站，诸如国内比较有规模的电子商务网站阿里巴巴、中国制造、环球资源等（见图 1-3）。在这样的 B2B 网站上可以发现和自已最近的同行者，因为这样的电子商务网站已经将我们的同行业分类更明细化。



图 1-2 行业展览会



图 1-3 电子商务网站

## 1.2 国际市场信息收集的方法与途径

除了通过在大型的搜索引擎诸如: Google, Yahoo, Excite, Kellysearch 等使用关键词搜索市场信息外, 其次就是找该行业的行业网站。每个行业几乎都有行业网站(如中国的太平洋电脑网、中关村在线等), 使用关键词搜索即可搜索到, 诸如××专业网, ××行业协会(英语关键词尽量多试)。找到了, 一般就会在这些网站上看到会员列表, 其信息量是很大的。在这些专业网站和行业协会网站上有很多相关链接也很有用。只要你想到做成生意有钱赚, 只要你不怕麻烦, 就要多试一试。另外, 可以通过大型的搜索引擎找目标国(或者全世界)的黄页网站(YELLOWPAGE)和工商目录(DIRECTORY)(见图 1-4), 它们也很有用。





图 1-4 黄页网站

很多国内的公司没有机会出国参加行业的展览会，但好多展览会有自己的网站，而且在网站上有各个参展商的名单、联系方式及网址。如在 Google 中输入行业名称 exhibitor list（例如你是做服装产品的，可输入 apparel exhibitor list 查找）。

### 1.3 出口营销的步骤

出口营销的步骤如图 1-5 所示，下面具体介绍。



图 1-5 出口营销的步骤

#### 1. 贸易营销

外贸出口营销流程的第一步也是最艰难的一步，就是通过各种渠道找客户，主要分为以下几种方式。

主动营销：在网上主动找客户，参加展览会或朋友推荐等。

被动营销：借助第三方平台推广或者搜索引擎推广让客户找你。

#### 2. 询盘报价

客户有意向购买你的产品后，发邮件询问产品、价格。交易磋商的步骤分为询