

GUOJI MAOYI SHIWU

国际贸易实务

杨 芬 刘传晓 主编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

013069514

F740.4
221

国际贸易实务

杨 芬 刘传晓 主编



对外经济贸易大学出版社

中国·北京



北航

C1678407

F740.4

221

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易实务 / 杨芬, 刘传晓主编. —北京: 对外经济贸易大学出版社, 2013

ISBN 978-7-5663-0783-5

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

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 182774 号

© 2013 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

杨 芬 刘传晓 主编

责任编辑: 赵 昕 史伟明

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

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行

成品尺寸: 170mm × 230mm 19.25 印张 355 千字

2013 年 8 月北京第 1 版 2013 年 8 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-0783-5

印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 35.00 元

前 言

加入 WTO 之后,我国经济全面较快发展并已经全面融入世界经济。在这个发展的过程中,对外贸易人才的短缺是我国遇到的一个较大瓶颈,这也是决定我国经济未来发展速度的问题之一。有数据显示,入世 10 多年来我国对外贸易人才的缺口至少在 100 万以上,而现有的国内对外贸易人才的素质却低于经济知识化和全球化的要求。因此,如何使高校学生特别是高职高专院校的外贸专业学生掌握过硬的国际贸易实务知识,具备较高的专业素质,从而在日益严峻的就业形势中脱颖而出,是摆在高校教师面前的课题。

本教材根据高职高专教育的特点,以职业能力培养为目标,以一笔国际贸易业务作为主线,以完成任务的形式详细阐述了交易前的准备、交易磋商、合同签订、出口合同的履行、进口合同的履行、交易完成后的善后工作等操作内容。教材中每个模块都包含任务描述、相关知识等部分,重点讲解了一些在实际业务中需要特别注意的问题和技巧。在每个模块结束后,设计了复习题和任务操作训练,旨在通过强化训练,培养基本功扎实、操作能力强的实用型人才。

与传统教材相比,本教材具有以下几个特点:

1. 行业、企业专家参与教材编写,特别是教材编写体系、编写内容的选取,充分听取专家的意见。按照业务流程来组织教材内容,并强化技能训练,从而使教学目标更明确、具体,教学内容更实用。
2. 兼顾学习者参加相关职业资格证书(如外销员、外贸跟单员、外贸业务员、国际商务单证员等)的考试或学历考试的需要。
3. 吸纳最新的行业信息,保证教材内容的新颖性和实用性。

本教材由杨芬、刘传晓任主编,魏巧米、张莉莉任副主编,具体分工如下:浙江育英职业技术学院杨芬(模块 2、3、4、7、10、12、19)、刘传晓(模块 1、6、8、9)、魏巧米(模块 5、15、16、17、20)、黄冬梅(模块 11、13、21);浙江水利水电学院经济与管理工程系张莉莉(模块 22、23);浙江传媒学院王艳清(模块 14、18)。全书由杨芬、刘传晓总纂定稿。在教材编写过程

中,得到一些外贸公司的支持,特别是杭州博世电子有限公司外贸业务部经理毛丽黛女士参与了教材编写大纲和内容的选定及教材初审,在此表示衷心的感谢。同时也要感谢浙江育英职业技术学院领导的帮助和支持。

由于编写时间仓促,编者水平有限,书中有不妥之处在所难免,敬请广大读者在使用本教材的过程中能给予批评指正,以使本教材日臻完善。

编者

2013年4月

目 录

第一单元 交易前准备工作	(1)
模块 1 交易前准备工作	(3)
第二单元 国际贸易的交易磋商	(11)
模块 2 商品的品名、品质、数量和包装	(13)
模块 3 国际贸易术语	(31)
模块 4 商品价格与核算	(53)
模块 5 国际货款结算	(69)
模块 6 货物运输	(107)
模块 7 货物运输保险	(131)
模块 8 进出口交易磋商	(143)
第三单元 进出口合同的签订	(157)
模块 9 进出口合同的签订	(159)
第四单元 出口合同的履行	(173)
模块 10 备货与催证、审证、改证	(175)
模块 11 商品检验	(189)
模块 12 出口保险	(199)
模块 13 出口报关	(207)
模块 14 出口装运	(215)
模块 15 制单结汇	(223)
模块 16 出口核销与退税	(239)
第五单元 进口合同的履行	(245)
模块 17 申请开立信用证	(247)
模块 18 进口装运	(257)
模块 19 进口保险	(263)
模块 20 审单付汇	(269)

2 国际贸易 / 实务

模块 21 进口报关	(275)
第六单元 进出口业务善后	(281)
模块 22 索赔与理赔	(283)
模块 23 仲裁与不可抗力	(289)
附录: 服装购销合同	(297)
参考文献	(302)

(1)		1 附录
(11)		附录二
(13)		附录
(18)		附录
(23)		附录
(29)		附录
(107)		附录
(131)		附录
(143)		附录
(177)		附录三
(179)		附录
(173)		附录四
(177)		附录
(189)		附录
(199)		附录
(207)		附录
(212)		附录
(223)		附录
(239)		附录
(242)		附录五
(247)		附录
(257)		附录
(283)		附录
(289)		附录

模块1

交易前准备工作

任务描述

张一毕业于国际贸易专业，经过层层面试，进入一家流通性外贸企业——浙江顺达贸易有限公司（SHUNDA TRADING CO., LTD.）担任外贸业务员。该企业的主要经营范围以服装为主，包括袜子、手套、帽子等。按照公司规定，业务员的收入与其订单直接相关，因此，张一进入公司面临的第一个问题，就是尽快寻找客户、建立业务关系、进行交易磋商并获得订单。

在进出口贸易的各种工作环节中，交易前的准备工作是一项最基础的工作，准备工作是否充分、细致，将直接影响到进出口贸易的进程。外贸业务员需通过国际市场调研寻找客户，制定相应的外贸业务经营方案。

一、国际市场调研

国际市场调研是指运用科学的调研方法与手段，系统地搜集、记录、整理、分析有关国际市场的各种基本状况及其影响因素，以帮助企业制定有效的市场营销决策，实现企业经营目标。

（一）国际市场调研的目的

（1）通过国际市场调研，有助于企业了解国际市场环境与状况，及时把握市场机会，确定正确的目标市场。

（2）通过国际市场调研，可以了解目标客户对产品价值的需求及同行业竞争者的价格策略，以便企业进行科学的定价决策。

（3）通过国际市场调研，可以了解国际市场供需变化，消费者需求变化，各国市场环境的变化，从而据此进一步调整营销策略。

第一单元 交易前准备工作

知识目标

- 了解交易磋商前的准备工作;
- 掌握国际市场调研的内容;
- 掌握寻找客户的方法;
- 掌握客户资信调查的内容。

技能目标

- 学会运用国际市场调研方法对国际市场进行调研;
- 熟练运用各种方法和渠道为企业寻找客户;
- 熟练运用各种方法和渠道对客户进行资信调查。

(二) 国际市场调研的内容

国际市场调研可分为国际市场环境调研、国际市场产品调研和国际市场营销调研(见图1-1)。其中具体的调研内容见表1-1。

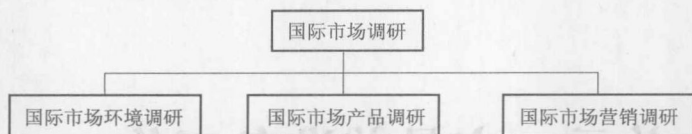


图 1-1 国际市场调研的分类

表 1-1 国际市场调研的内容

项目分类	调研项目	具体内容
国际市场环境调研	目标国家经济环境	包括该国的经济结构、经济发展水平、经济发展前景、就业和收入分配等。
	目标国家的政治和法律环境	包括政府机构的重要经济政策、政府对贸易实行的鼓励、限制措施,特别是有关外贸方面的法律法规,如关税、配额、国内税收、外汇限制、卫生检疫、安全条例等。
	目标国家文化环境	包括使用的语言、教育水平、宗教、风俗习惯、价值观念等。
	其他方面	包括国外人口、交通、地理等情况。
国际市场产品调研	目标国家市场产品的供给情况	包括商品供应的渠道、来源,该国生产厂家、生产能力、数量及库存情况等。
	目标国家市场商品需求情况	包括该国市场对商品需求的品种、数量、质量要求等。
	国际市场商品价格情况	包括国际市场商品的价格、价格与供求变动的关系等。
国际市场营销调研	商品销售渠道	包括销售网络设立、批发零售商的经营能力、经营利润、消费者对他们的印象、售后服务等。
	广告宣传	包括消费者购买动机、广告内容、广告时间、方式、效果等。
	竞争分析	包括竞争者产品质量、价格、政策、广告、分配路线、占有率等。

（三）国际市场调研的方法

在国际市场调研过程中，常用的调研方法有以下几种：

1. 实地考察

实地考察也分不同的层次。常见的方式是：产品出来以后，报名组团参加相关的展览，在展会上守株待兔，等客户上门。有一定经验和市场基础时，可以单独拜访已有客户。参展和拜访客户还可以同时进行。在国外还可以实地拜访交易场所、当地商会、行业协会和我驻外使领馆，获取一手的客户资料。

实地考察的费用稍高，但是能获得真实的数据，结果比较具体，有时会有意想不到的收获。

2. 网上调研

因特网是世界上最大的信息库。调研目标明确以后，可以通过搜索引擎找到需要的信息，再归纳整理，将资料条理化。

提供贸易信息的主要网站包括：国际贸易门户、行业门户、专业协会、商会、大公司网站和专业杂志网站等。

网上调查的特点是费用低、速度快、信息量大，主要提供宏观的营销信息。

3. 付费调查或者购买现成的市场报告

国际上有很多知名的调查公司，他们在接到客户申请以后，用科学的方法，采用多种收集信息的方式，按照客户要求给出相关报告。同时，他们也有专题组，制作各种专题的报告，卖给需要者。

专业调查公司生产的报告，方法可靠、内容详实、结论科学。按需定制的报告针对性强、建议具体，可立即实施，但成本比较高。调查公司制作的专题报告费用相对低一些，宏观的方面都会涉及。在开拓市场的初期，这种专题报告基本够用了。

当然，上述三种方式也不是绝对的，可以在市场开发的不同阶段混合使用。实地考察能够带来突破和结果，是提升市场的有力武器。如果能够做好前期准备，就能事半功倍。网上调查可以随时进行，并以此为基础确定更具体的目标，同时进行其他调查。

二、寻找客户

客户是我们开展进出口交易的对象。国外客户主要包括进出口商、生产厂商、大百货公司（连锁商店、超级市场）和经纪商等各种类型的商人。在外贸业务中，通过国际市场调研确定目标市场后，接下来是寻找客户。寻找客户的方法主要有以下几种：

(1) 自我介绍。通过查阅国内外出版的企业名录、报刊杂志上的广告、互联网等以函电或者发送资料的方式自我介绍,建立关系。

(2) 请国内外的贸易促进机构或者友好协会介绍客户。比如说我国的贸易促进会也办理介绍客户的业务。

(3) 请国外银行介绍进口商。

(4) 请我驻外使馆商务处或者外国驻华使馆、领事馆介绍合作对象。

(5) 通过参加国内外展览会、交易会建立关系。这样可以与客户直接见面、联系范围广。

(6) 利用国内外的专业咨询机构介绍客户。

(7) 通过网络搜寻。网络上的信息极为丰富,这为进出口企业提供了方便的途径。

三、资信调查

在国际贸易中,贸易双方发生索赔纠纷、履约发生阻碍或收回货款方面发生阻碍,而使一方遭受风险及损失,都与不了解贸易对方的资信情况有直接关系。因此,在发展客户关系时,还应对客户的政治经济背景、支付能力、经营范围、经营能力等资信情况进行全面调查,在交易前选择出成交可能性最大的客户。



知识链接 <<< 相关贸易网站

阿里巴巴网: <http://www.alibaba.com.cn/>

环球资源网: <http://www.globalsources.com.cn/>

中国经济信息网: <http://www.cei.gov.cn/>

中国商品网: <http://ccn.mofcom.gov.cn/>

中国进出口贸易网: <http://www.cniet.cn/>

国际进出口贸易网: <http://www.100trade.com/>

外贸精英网: <http://www.cnexp.net/>

中国国际航贸网: <http://www.cncshipping.com/>

中国商务部: <http://www.mofcom.gov.cn>

美国商务部: <http://www.doc.gov>

香港总商会: <http://www.hkgcc.org.hk>

法国外贸局: <http://www.cfce.fr>

美国商会: <http://www.uschamber.org>

美国贸易委员会: <http://www.ftc.gov>

欧洲商会: <http://www.eurochambers.be>

欧洲商业指南: <http://www.europages.com>

Corporate Information: <http://corporateinformation.com>

Hoover U. K.: <http://www.hoovers.co.uk>

(一) 资信调查的内容

1. 厂商企业成立的年代及组织情况

包括公司、商号企业的组织性质、创建历史、主要领导人员、分支机构。要弄清英文名称及公司是有限的还是无限的。可以从政府公司注册机构、劳工部、税务局、银行、信用评估机构拿到相关资料。这些资料主要包括: 公司注册时间、地点、法人代表、股东名单、公司资金往来、贷款和债务余额、交税及退税额、经营范围等等。而资信调查公司在取得这些资料后, 还可以分析该公司在行业内的竞争地位、主要对手、债务风险评估等。

2. 往来对象的性格和信用

贸易往来对象诚实可靠是交易成功的基础。在国际贸易中, 如果遇到不可靠的贸易对象, 就难免出现货物的品质不良、开具与合同不符的信用证、延交货物等现象。

3. 资信情况

资信情况包括企业的资金和信用两方面。

资金指的是企业的注册资金、实收资金、公积金、其他财产及资产债务的情况等。信用是指企业的经营作风, 履约守信情况等。这些情况在客户对经销、代理、独家包销、寄售等业务做决定时是十分重要的。通过银行调查是最常见的一种方法, 在我国一般是委托中国银行, 由中国银行根据具体要求, 通过国外的分支机构或其他往来银行在当地进行调查。

4. 经营范围

调查对方的经营范围也是较重要的, 同时还要调查经营的性质, 如代理商、零售商、批发商、实用户等。

5. 经营能力

该企业每年的经营金额、销售渠道、贸易关系、经营做法等。

6. 付款记录

目标企业主要供货商提供的该公司一年以内的付款方式、所获信用额度、信用期限、拖欠付款情况及供货商对目标企业的评价。

7. 财务状况

包括近三年的资产负债表、损益表、现金流量表、最近月份的商务报表等。此外,还应调查该企业交易中是否有赖账、欺诈、违约等行为,以及贸易经验、往来银行地址等。

(二) 资信调查的方法

(1) 通过国内往来银行,向对方的往来银行调查。这种调查通常是拟好文稿,附上调查对象的资料,寄给往来银行进行的资信调查。

(2) 直接向对方的往来银行调查。直接将文稿和调查对象的资料寄给对方的往来银行,进行资信调查。

(3) 通过国内的咨询机构调查。

(4) 通过国外的咨询机构调查。国外有名的咨询机构,不仅组织庞大,效率高,而且调查报告详细、准确。

(5) 通过国外商会调查。

(6) 通过我国驻外商务机构调查。

(7) 通过国外的亲朋调查。

(8) 由对方来函自己判断调查。

(9) 要求对方直接提供资信资料。

四、制定进出口经营方案

根据国家的方针政策和公司的计划任务,对某类或某种商品在一定时期内进出口的设想、做法和具体安排做出详细的经营方案。

经营方案涉及的商品可以是一种,也可以是一类。凡是大宗的商品或是重点商品一般要逐个制定进出口经营方案,而普通的商品或者经营额不大的商品,通常按类制定经营方案,对于一些小商品,则制定较为简单的价格方案即可。

主要包括:

1. 商品和货源情况
主要有:商品的特点、品质、规格、包装、国内生产数量、可供出口数量、当前库存及国内需要量等。

2. 国外市场情况
主要有:国外商品的生产、消费、贸易情况,主要进出口国家的交易情况,今后发展的趋势,国外主要市场经营该商品的基本做法、销售渠道等。

3. 本公司经营历史情况

主要有：本公司出口商品在国际市场上所占的地位，主要进出口地区及销售情况，国内外客户的具体反馈，经营商品的经验、教训等。

4. 外贸业务计划

主要有：商品的本年度出口数量、金额、进度，对某国或某地区出口的数量、进度等。

5. 营销情况

主要有：客户采用的措施，采取的贸易方式、价格、收汇方法、出口策略等。

复习题

一、简答题

1. 在进出口交易磋商之前应做哪些准备工作？
2. 某公司要了解一个外部市场应主要从哪些方面进行调研？
3. 寻找客户的方法有哪些？
4. 客户的资信调查包括那些内容？

二、案例分析

1. 每年12月的朝圣节有一二百万人去麦加朝圣，要消费大量的服装、毛毯、轻工百货、食品罐头等。试分析：如果你是出口商，如何把握这个商机？

2. 经常会有一些动机不明的外商很轻易地下订单，但言明在收到样品后才肯开信用证。当我方寄出样品后，外商却销声匿迹了，我方这样做的结果就是样品白白被骗。试分析：遇到这种情况，我方该如何处理？

任务操作

背景资料：

浙江顺达贸易有限公司

ZheJiang Shunda Trading Co. Ltd

Address: No 86, wensan Road, Xihu District, Hangzhou, ZheJiang, China

Tel: 0086 - 0571 - 88328688

Fax: 0086 - 0571 - 88328655

成立于2000年9月，是一家主营各类轻工业产品的进出口贸易公司，主要经营范围以服装为主，包括袜子、手套、帽子等。公司可以按照客户的要求大批量定做各类服装。

大学毕业生张一刚进入该公司工作,她尝试利用互联网查询袜子市场供需信息,通过对国际市场的调研确定目标市场,为企业寻找国际买家。

如果你是张一,请你:

1. 判断向哪里出口袜子可能有较好的销路。
2. 请列出尽可能多的获取客户信息的途径。
3. 为企业寻找至少两个具体的国际买家及他们的详细信息。
4. 编写一份客户资信调查函件。