

<<外贸操作实务>>

图书基本信息

书名：<<外贸操作实务>>

13位ISBN编号：9787801656216

10位ISBN编号：7801656210

出版时间：2009-5

出版时间：中国海关出版社

作者：本书编委会 编

页数：217

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<外贸操作实务>>

前言

随着互联网的普及应用，电子商务正在逐步改变着传统的贸易方式，并代表着未来发展的方向。作为一种新型的贸易方式，电子商务不仅大大降低了交易成本，突破了时空限制，使交易活动更加便捷、效率更高，同时因其开放性和全球性，也为企业创造了更多贸易机会。

电子商务已成为企业增强竞争力的重要因素之一。

传统的贸易流程在互联网环境下具有了新的特点。

信息成为企业重要的资源，企业对市场的快速反应成为新的竞争规则，速度成为企业赢得竞争的关键。

在当前全球经济增长明显放缓，外部需求减少的形势下，利用电子商务的优势开拓国际市场，提高效率，加强企业内部管理，是广大中小型外贸企业提高企业核心竞争力的有效手段之一。

为了提高外贸从业人员的专业素质，加强电子商务的应用，更好地服务于中小型外贸企业，在商务部信息化司的指导下，焦点科技股份有限公司与海关出版社共同组织专家编写了电子商务培训教材。

该系列教材分为外贸实务操作、出口营销、网上外贸、外贸技巧等四个部分，详细介绍了整个外贸业务流程、网上外贸的操作方法和技巧，具有较强的实用性。

希望广大外贸从业人员能够通过本系列教材，切实掌握网上外贸的操作方法和技巧，从中受益。

<<外贸操作实务>>

内容概要

本书以外贸实际操作流程为主线，详细地介绍了各个环节的主要内容及其操作方法，以作者多年亲身经历的案例加以说明，并针对各种实际工作中遇到的问题提出了具体解决方案，总结出了经验技巧，如在网上找客户的技巧，外贸单证的缮制与单证事故处理，如何签个漂亮的合同，外贸人必知的财务知识等。

本书还有一大亮点——外贸风险点分析及控制，向业务员传授风险规避方法。

全书语言通俗易懂，案例丰富，读者可以非常轻松地阅读，在最短的时间内掌握外贸操作基本方法，轻松、安全地做外贸。

<<外贸操作实务>>

书籍目录

第一章 做外贸的准备工作 一、选择受欢迎的经销产品 二、研究商品的分类、描述、市场行情和工艺流程 三、学会核算价格。
建立自己的报价体系 四、让你的网站“活”起来 五、在B2B上撒网第二章 学会“钓”订单 一、在网上找客户的四个常用招数 二、让你的开发信更有效 三、电子邮件战 四、传统交易会及后期的网上跟进第三章 样品攻略 一、样品什么时候送最好 二、送什么样的样品 三、节省你的样品费 四、让客户“出点儿血”第四章 签个漂亮的合同 一、老业务员的报价技巧 二、付款方式的选择 三、合同外一篇第五章 外贸单证的缮制与单证事故处理 一、外贸常见单证介绍 二、单证上犯了错误如何补救 三、单证遗失事故的处理第六章 货款结算及信用证操作 一、出口如何收汇 二、信用证实践操作详解 三、信用证事故的处理第七章 与货代打交道 一、找个好货代 二、重要的提单 三、相关的货运知识 四、FOB条件下的运杂费第八章 外贸人必知的财务知识(出口退税与付汇核销) 一、现行出口退税的基础知识 二、出口退税业务流程 三、影响退税的各种因素 四、收汇核销第九章 外贸风险点分析及控制 一、FOB风险 二、单据风险 三、付款方式风险 四、供应商风险 五、汇率风险 六、客户信用风险 七、退税风险 八、退运风险 九、市场行情风险 十、运输方式风险 十一、产品质量风险

<<外贸操作实务>>

章节摘录

插图：第一章 做外贸的准备工作一、选择受欢迎的经销产品实际操作中，我们面临很多选择。一些产品竞争非常激烈，导致利润很低几乎赚不到钱，如简单的工艺蜡烛；一些产品受到比较严格的品质限定，如大部分的食品；而有的产品出口数量受到限制，如一些纺织品。

甚至同样的产品，不同国家的要求和喜好也不同。

那么选择什么样的产品去闯天下比较好呢？

尤其是贸易公司和乡镇企业，做正规外贸出口的，选择一种产品通常都要投入不少本钱去开发、生产，不可不谨慎。

在经销产品的选择上，我们首先要避免常见的三个误区：（一）品质越高越好绝对不是。

记住买家同样也是商人，并不是最终消费者，商人关心的永远是利润。

假如一个低品质的产品比它同类的高品质产品利润空间大的话，国际批发商会更乐意选择前者并努力去推销。

虽然质优价高是基本常理，但高品质产品资金占用量大，市场相对较窄、订量小。

大部分国际商人会根据当地市场的接收程度在品质和价格间寻求短暂的平衡点。

市场的构成则通常是金字塔形或橄榄形的，在实际的外贸中，中等或中下等品质反倒是主流。

对初入行者来说，资金不多，行情不熟，中间及大路货反倒是比较易于上手的选择。

等发展到站稳根基寻求突破的阶段，从竞争与抢占市场的角度再考虑高端产品也不迟。

（二）价格越低越有竞争力同样不是。

一分钱一分货是商界永恒的道理，有经验的国际买家不会忘记这一点。

在与外国人谈生意的时候，常常会听到这样的讨价还价：“某某工厂的价格比你的低许多。”

对这样的表述不要太当真，更不要因此乱了阵脚而贱卖自己的产品。

假如价格越低就越有竞争力的话，客户这时应该扭头就去与低价者签约才是。

除去技术革新的因素，同一时期同一产品的生产成本相差不会太大，不顾一切去压缩成本的话，最容易的办法就是偷工减料了。

作为国际买家，很难知道生产商的成本底线，为防范风险，最常见的就是“去掉一个最高分，去掉一个最低分”，处于中间价位的竞争者往往更受买家重视。

（三）关心产品是否属于朝阳产业很多新人行的外贸业务员会关心这个问题。

而实际上，对于新手而言，这个问题没有多少意义。

随着科技的进步，产业间的相互融合与转化更为频繁易行，一个传统的产品，可能因为结构功效上的某些改进而脱胎换骨；一个新的产品，也会迅速为后来者所取代。

市场与消费口味永远在变化之中，朝阳还是没落只在一线间，界限越来越模糊了。

此外，不管哪种产业，能叱咤风云的永远是少数行业大腕。

即便是朝阳产业，因为前景好、利润高，竞争尤为激烈，外人难以插手分羹，更多是陪人玩游戏而已。

而一些所谓的传统产业，因为技术成熟，市场平稳，又需要革新进取，反倒比较易于吸纳生力军。

新人入行，相对也有更多的机会去磨砺学习。

排除掉对高品质、超低价、新潮朝阳产业等的迷信，心态就平和了，对产品的选择面也可以更广了。

那么，如何选择产品呢？

本身就是生产厂家的，自己已有的行业产品当然是首选。

因为很了解工艺生产，有条件自己去调整产品、控制成本，这是一个很大的竞争优势。

不过，把现有的产品直接出口多半不行，因为内销和外销在品质、外观、功用等方面常常会有差异，国内畅销的商品，不一定符合国外消费者的习惯与喜好。

因此，刚开始的时候不妨模仿。

向同行业中有出口业务的工厂学习，刺探军情，分析其产品，以了解其中差异。

特别要留意那些出口量大、客户多次订购的产品。

一旦有机会，甚至不妨争取与同行工厂合作，即使不挣钱也替它们分包一些生产任务，以求实际操作

<<外贸操作实务>>

经验。

跟在别人后面模仿，通常不会有什么利润，但却是稳妥的第一步。

如果你是受雇于一家外贸公司的新手业务员，那么一般是受命推销本公司的产品。

这些产品要么是公司下属或兄弟工厂生产，要么是公司稳定的合作厂家生产。

这种情况下就没有什么选择余地了，初始阶段也没有意去改变的必要，因为公司既然有成熟的业务，就说明产品有市场，努力学习产品知识，积极推销就是。

还有一种情况就是普通的贸易公司希望发展国外市场。

这类情况比较复杂，有些公司已经有比较看好的产品和供应厂家，有些公司则完全是一张白纸：无产品、无客户、无稳定供应商。

这种情况下就要认真考虑，寻找自身优势，比如行业知识、所在地区的特产或优势产品、人际关系等。

一般的原则是以货源为考虑重心——毕竟你的角色是卖方。

有一种特例，就是个人从事外贸的。

常见的情况：一是有比较可靠的货源关系而希望做出口，这一类人自然不存在产品选择的问题；二是有海外关系或联系上的优势的，如移民、留学生等。

这一类人的特点是既不了解产品，也不了解外贸，更无现成的供货方、客户关系。

那么选择面就很广了，情况更加复杂。

考虑到个人做生意的特点和局限，一般的选择原则是倾向于日常消费品，体积小，耐储藏，价格弹性大，品质标准比较模糊，不涉及进出口检验检疫的商品，比如工艺品、以年轻消费者为目标的流行饰品、时装、箱包等，避免食品、农副产品、大宗纺织品、电器这类较专业、各国限制较多的产品。

特别值得一提的是，外贸产品的品质不是一成不变的，即使同一类产品，在销往不同国家时提供的品质也大不相同。

外贸业务员要学会通过调整品质来调整成本，适应不同国家市场，从而取得价格上的竞争优势。

不同的市场，对同类产品有各自的偏好。

外贸业务员选择经销产品的时候应有的放矢。

因此，了解一点世界地理知识、风俗习惯和历史沿革，就能投其所好，少走弯路。

从消费习惯来看，可大致分为美加（美国与加拿大）市场、日韩市场、欧洲市场、东欧市场、中东市场、非洲市场这几类。

具体到每个客户固然各有所好、风格不同，但一般说来日韩市场特别是日本市场，偏爱精致优质的产品，高、精、尖，小巧美观，喜好中。

国传统文化。

一些具有民族特色的产品常能得到他们的喜爱与欢迎，也能卖出高价格，但数量不会太多；美加与西、北、南欧等英语国家市场一般对品质要求适中，喜欢简洁流畅、新奇多变的产品风格，价格适中，需求量比较多，是中国出口商喜爱的客户；中东市场对品质要求不高，对产品的审美方面较为朴实甚至俗气，价格低，数量也比较多；非洲市场弹性最大，本土文化与前英语殖民地文化、前法语殖民地文化交织，口味复杂，奢侈品和品质极差的产品都能接受。

外贸产品在品质、功效和外观上具有多变性，因此，业务员选择什么样的产品去经销，应更多地考虑其对产品变化的了解有多少。

应选择那些自己对工艺流程比较熟悉的产品，这样才有能力根据客户和市场要求去做调整，能够有效控制成本。

本身是工厂最好，或者至少也要有若干工厂愿诚意配合。

单纯被动地去推销现成产品是很难有发展。

前景的，不断求变才是成功外贸的关键。

从这个需求出发，找一家好的配合工厂，比选择一个产品要重要得多。

最近几年很多民营中小型工厂都希望自己做外贸，因此无论条件成熟与否都纷纷招聘了新人来开辟国外市场。

相对来说，工厂的生活条件和工作条件比不上大城市里的外贸公司，但是对新人而言，的确是个好的

<<外贸操作实务>>

学习机会。

在工厂的时候学习掌握具体的生产工艺和成本核算，就能为独立做外贸打下扎实的基础。

业务员是否下过车间生产线，对于产品品质与价格的掌控能力是完全不同的，这一点在激烈的外贸竞争与谈判中常常凸显出来。

外行要学习做外贸，并不困难，毕竟外贸也就是做生意，只不过多了一些手续罢了，关于外贸的教材也很多，本书就是一例，耐心看看，几天工夫就能大致上手操作。

而要了解一种产品，则是“冰冻三尺，非一日之寒”了，很多专业的知识和技能，非深入一线生产不可得知。

所以说，选择工厂比选择产品要重要得多，也是外贸成功的关键之一，选择什么样的经销产品，应以工厂配合程度而定。

二、研究产品的分类、描述、市场行情和工艺流程（一）学习产品的分类不管是个人外贸，还是正规的公司外贸，运用互联网进行市场推广都是目前实际操作中的主要方式之一。

在个人交易网站如ebay上，或者公司贸易的B2B网站发布供求信息时，都要求对产品进行逐层详细分类，比如（大类）纺织品——（二类）家用纺织品——（三类）针织品——（四类）绒线织物——（五类）女装毛衣。

按照国外的贸易和消费习惯准确归类才更容易被真正的买家找到。

这与超市里摆放货品的道理一样，木梳子摆在盥洗用品区，比放在木制日用品或工艺品区里更容易卖出去，虽然归在后两类也没什么错。

新手欠缺专业知识，对国外的行业习惯习俗也不大了解，合理分类并不太容易。

<<外贸操作实务>>

编辑推荐

《外贸操作实务》语言通俗易懂，案例丰富，读者可以非常轻松地阅读，在最短的时间内掌握外贸操作基本方法，轻松、安全地做外贸。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>