



“十四五”职业教育国家规划教材

国际贸易实务

GUOJI MAOYI SHIWU

主编 赖红清 黄佑军



扫描二维码
学习资源库



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书是高等教育财经商贸类专业的新形态一体化教材，全书包含七个项目：交易前准备工作、交易磋商、进出口贸易术语与价格核算、签订合同、出口合同的履行、业务善后和进口合同的履行。本书挑选了极具代表性的进出口企业实例，依托真实业务场景，深入剖析进出口业务的具体操作流程，旨在通过任务导向的学习方式，使学习者系统地掌握国际贸易实务的核心知识与关键技能。此外，本书还配套设计了同步闯关测试、实操能力提升及评价与考核模块，旨在强化学习者对知识的记忆，并促进其实际操作能力的提升。本书可作为国际经济与贸易、跨境电商、国际商务、商务英语等相关专业的教学用书，也可作为外贸企业、园区及相关行业协会等从业人员的培训用书。

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务 / 赖红清, 黄佑军主编. -- 上海 :

上海交通大学出版社, 2024. 12 -- ISBN 978-7-313-31871

-8

I. F740.4

中国国家版本馆 CIP 数据核字第 20240A0U32 号

国际贸易实务

GUOJI MAOYI SHIWU

主 编：赖红清 黄佑军

地 址：上海市番禺路 951 号

出版发行：上海交通大学出版社

电 话：021-6407 1208

邮政编码：200030

印 制：北京荣玉印刷有限公司

经 销：全国新华书店

开 本：787mm × 1092mm 1/16

印 张：20

字 数：438 千字

版 次：2024 年 12 月第 1 版

印 次：2024 年 12 月第 1 次印刷

书 号：ISBN 978-7-313-31871-8

电子书号：ISBN 978-7-89564-015-3

定 价：56.00 元

版权所有 侵权必究

告读者：如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话：010-6020 6144

在线课程学习指南

1. 进入“学银在线”

通过搜索引擎进入“学银在线”官网。

2. 登录后检索课程，单击“加入课程”

 学银在线
xueyinonline.com

课程 教学资源库 示范教学包 数字教材 项目 合作单位 关于我们

搜索课程名、老师名或学校全称

登录 | 注册

当前位置: 首页 > 课程 > 国际贸易实务



国际贸易实务

分享: 0 0

主讲教师: 赖红清 副教授 / 佛山职业技术学院

期次: 第1期

起止日期: 2020-02-01至2024-07-31

教学进度: 预报名 进行中 已结束

学时: 56学时

课程简介: 《国际贸易实务》课程是面向国际经济与贸易专业学生开设的专业核心课程。引入具有代表性的外贸企业案例, 深入剖析进出口业务操作, 以外贸岗位职业能力培养为核心, 培养技能型、创新型、高素质数字外贸人才。

156902
累计页面浏览量

314
累计选课人数

948
累计互动次数

加入课程

3. 单击“课程章节”，根据需要获取课程及学习资源

课程简介 课程章节 师生互答 课程评价 常见问题

导论

1.1 课程初识

1.2 课程与岗位初识

1.3 国际贸易定义

模块一: 交易前准备

2.1 教学目标及要求

2.2 熟悉产品

2.3 国际市场调查

2.4 寻找海外客户

2.5 建立业务关系

2.6 单元实训

前言

党的二十大报告提出：“推动货物贸易优化升级，创新服务贸易发展机制，发展数字贸易，加快建设贸易强国。”为适应新时代的发展和教学要求，编者依据国际贸易操作实践及最新的国际贸易惯例编写了本书。本书致力于培养学生的创新意识和能力，以助力我国 2035 年建成科技强国的宏伟目标的实现。

本书采用新颖的内容编排方式，强调实践训练，旨在全面提升学生的综合素质和培养学生的工匠精神。同时，本书融入了思政元素和数字化资源，以体现系统化的教育观念。本书将国家目标和战略需求融入教学之中，重点培养学生的爱国情怀。在内容选择上，本书力求体现时效性和前沿性，深入剖析了国际贸易的最新发展趋势和发展方向，引导学生能够紧跟时代步伐，全面地了解国际贸易的最新动态。

本书结构严谨、层次分明，遵循“学习目标—知识点思维导图—任务呈现—任务布置—知识准备—操作指导—操作示范—素养园地—同步闯关测试—实操能力提升—评价与考核”的逻辑框架，且从项目四开始增添课堂实训，内容全面详尽。本书精选了具有代表性的进出口行业实例，通过真实业务案例深入剖析进出口业务操作流程。在编写过程中，本书注重结构体系的合理性、内容的实用性和教学的便捷性。每个项目开篇清晰地列出了知识点思维导图、知识目标、能力目标、素质目标，以便学生把握学习方向和重点。课后，本书提供了同步闯关测试、实操能力提升及评价与考核环节，旨在帮助学生巩固所学知识，提升实际操作能力。此外，本书还融入了新型数字化课程资源元素，涵盖了 77 个技能点和 109 个知识点。本书具有如下特点。

1. 构建多维课程思政体系，贯彻立德树人根本任务

本书通过素质目标传递外贸强国的爱国主义精神、契约精神、敬业精神和团队精神，培养学生的使命意识、风险意识，使学生养成诚实守信、遵纪守法的良好道德品质。本书以“秉匠心、制匠品、践匠行”为目标，切实提高立德树人的成效。

2. 构建“主体教材 + 数字化课程资源”的一体化教材

本书以企业的真实项目为载体构建主体内容，按照进出口外贸业务操作流程编制



工作任务内容，结合在线课程形成了线上线下互补模式，构建了“主体教材+数字化课程资源”的立体化教材体系。

3. 采用多维度信息技术，与在线开放课程、数字教学资源有机融合，形成新形态教材

本书配套开发了省级精品资源开放课程，具有丰富的立体化数字教学资源，旨在为学生提供丰富多样的学习体验。数字教学资源包括在线开放课程网站、课程标准、教学课件、课程教案、教学案例库、单元同步习题集、复习题库，以及生动直观的微课视频和动画等，致力于实现“人人可学、时时可学、处处可学”的育人目标，为高等教育和终身学习提供了有力的支持，为实现学生个人发展和职业成长赋能，有需要可发邮件至 2393867076@qq.com 领取。

4. 岗课赛证融通，紧跟行业企业需求

根据“岗课赛证融通”的设计理念，本书紧密对标外贸岗位的能力标准要求，深度融入国家与行业、企业的职业技能标准的考核内容，通过创新项目实践能力的培养，与技能大赛实现有效对接。本书旨在成为互联网+国际贸易、跨境电子商务、关务技能等赛项的重要辅助教程，为其提供系统、全面的知识体系和实操指导。本书助力学生提升职业技能水平，以更好地适应行业发展需求。

本书由赖红清、黄佑军担任主编，负责总体策划、拟订编写大纲，进行统稿、修改、总纂和定稿，张南雪、李霞、周媛担任副主编，刘嘉熹、何紫云、狄肖伟参与编写。具体编写分工如下：赖红清负责项目一、二、三、四、五、六的编写；黄佑军参与项目一、二的编写；张南雪负责项目七的编写；周媛参与项目三、四的编写；李霞参与项目五编写；刘嘉熹参与项目六的编写；何紫云、狄肖伟参与项目七的编写。

感谢所有参与本书编写、审稿和出版工作的同仁们，他们的辛勤付出和无私奉献为本书的顺利出版提供了有力保障。同时，感谢广大读者对本书的支持和信任，也请广大专家、学者、同仁及读者提出宝贵意见。我们将继续努力，不断完善和提高本书质量，为培养更多优秀的国际贸易人才贡献力量。

编者

2024年5月20日

目录

项目一	交易前准备工作	001	任务四 接受	034
学习目标		001	同步闯关测试	038
知识点思维导图		002	实操能力提升	040
任务呈现		003	评价与考核	041
任务布置		003		
任务一 国际市场调研		003	项目三	进出口贸易术语与价格核算
任务二 寻找目标客户		008	学习目标	042
任务三 建立业务关系		013	知识点思维导图	043
同步闯关测试		018	任务呈现	044
实操能力提升		019	任务布置	044
评价与考核		020	任务一 贸易术语	044
			任务二 价格核算	057
项目二	交易磋商	021	同步闯关测试	080
学习目标		021	实操能力提升	082
知识点思维导图		022	评价与考核	083
任务呈现		023		
任务布置		023	项目四	签订合同
任务一 询盘		023	学习目标	084
任务二 发盘		028	知识点思维导图	085
任务三 还盘		032	任务呈现	086



任务布置	086
任务一 熟悉合同	086
任务二 合同条款——商品品质、 数量与包装条款	102
任务三 价格条款与运输条款	114
任务四 国际货物运输保险条款	121
任务五 支付条款	125
任务六 检验、不可抗力、争议 与索赔、仲裁条款	139
同步闯关测试	146
实操能力提升	153
评价与考核	154

项目五 出口合同的履行 155

学习目标	155
知识点思维导图	156
任务呈现	157
任务布置	161
任务一 审核与修改信用证	162
任务二 办理备货与报检业务	174
任务三 办理货运与保险	181
任务四 办理报关	197
任务五 制单结汇	222
同步闯关测试	238
实操能力提升	244
评价与考核	247

项目六 业务善后 248

学习目标	248
知识点思维导图	249
任务呈现	250
任务布置	250
任务一 书写业务善后函	250
任务二 收汇核销与出口退税	252
同步闯关测试	259
实操能力提升	260
评价与考核	260

项目七 进口合同的履行 261

学习目标	261
知识点思维导图	262
任务呈现	263
任务布置	263
任务一 申请开立信用证	263
任务二 办理进口运输和保险	272
任务三 审单付汇	280
任务四 报关、报检、卸货和提货	295
同步闯关测试	306
实操能力提升	309
评价与考核	310

附录 311

参考文献 312

项目一

交易前准备工作

学习目标

知识目标

- (1) 了解国际市场环境及国际商品情况。
- (2) 掌握国际目标市场调研的渠道、方法。
- (3) 了解客户的开拓渠道。
- (4) 明确国外客户的调查方式、内容。
- (5) 掌握外贸英文函电写作格式及内容要求。

能力目标

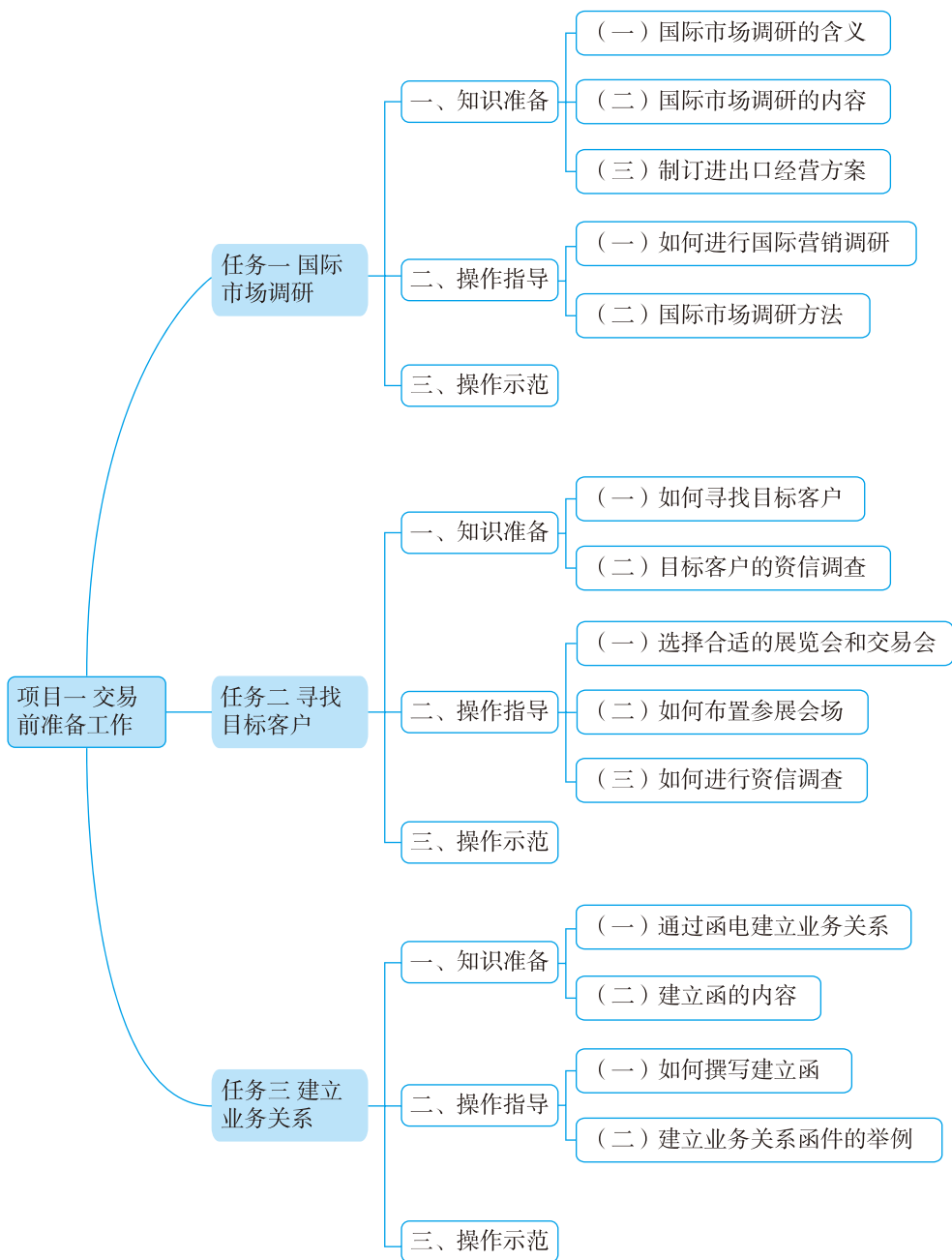
- (1) 能写一份中英文的公司简介，能讲出产品知识（规格、品名、包装、运输价格等）。
- (2) 能通过网络、媒体、各种交易会、展览会寻找客户，并对客户调查资料进行整理、筛选和存档。
- (3) 能写英文业务建交信函。

素质目标

- (1) 具备精益求精、踏实肯干的工匠精神。
- (2) 具备以真诚、善良、友好之心对待每位客户的职业精神。
- (3) 具备遵守国际法规、惯例并且尊重客户商业习俗的职业素养。



知识点思维导图



任务呈现

佛山市某贸易有限公司成立于1992年，是经原国家对外经济贸易部批准成立的具有进出口经营权的贸易公司，主要从事纺织服装、鞋帽、家电等产品的进出口业务，下设业务部、单证储运部、财务部、人事部等部门。2023年7月，公司因为业务需要新招聘了一名业务员田娜，安排其从事纺织服装、鞋帽的出口业务工作。田娜必须为独立开展进出口业务而做好充分的准备工作。为尽快打开国外市场，田娜该如何调研该产品的主要销售市场、销售价格，以及该如何积极联系客户，并拟定商品出口经营的方案呢？

任务布置

- (1) 国际市场调研。
- (2) 寻找目标客户。
- (3) 建立业务关系。

任务一 国际市场调研

一、知识准备

在国际贸易业务开展过程中，交易前的准备是第一个阶段，也是整个交易的基础。国际贸易交易前的准备主要包括国际市场调研、寻找目标客户、建立业务关系等。企业生产的产品要打入国际市场，首先需要对国际市场做深入的调研，通过各种途径广泛了解供求情况、价格动态，以及各国有关的贸易政策、法规、措施和习惯做法，以便从中选择适当的目标市场，并确定合理的市场布局。



(一) 国际市场调研的含义

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，以帮助企业制订有效的市场营销策略，实现企业经营目标。

(二) 国际市场调研的内容

1. 宏观环境条件的调研

- (1) 地理：位置、面积、气候、自然资源、地形。
- (2) 人文：① 语言，包括官方语言、方言、对外贸易采用的语言；② 人口，包括总人口数、人口分布状况、人口规划、人口就业状况；③ 宗教，包括宗教节日、宗教禁忌、宗教团体；④ 收入，包括总收入、平均收入、收入增长速度；⑤ 教育，包括教育的普及率、受高等教育的比率；⑥ 风俗，包括特殊节日、消费者偏好、特殊禁忌，



如颜色、图案等；⑦ 政治，包括体制、与我国的外交关系；⑧ 城市，包括行政中心、工商业中心。

(3) 交通：运输设施、主要干道、运费。

(4) 通信：通信方式、通信费用、通信设备。

(5) 资源：产业结构、资源生产量、资源储藏量、资源开发程度。

(6) 商业状况：商业习惯、公司商号数量及规模、商品供需季节、销售渠道、公会及相关机构、进出口统计、国际收支。

(7) 经贸政策及法规：贸易管理法规、关税法规、外商投资法规、外汇管理法规等；司法的力量、法律模式的基础、对外国公民的保护程度等；专利法、商标法、著作权法等；国际协定（如是否参加世界贸易组织）、征用相关规定等。

(8) 金融：通货种类、物价水平、外汇制度、汇率、利率、金融市场交易状况。

2. 微观贸易条件的调研

1) 客户情况调研

(1) 对客户调研的具体内容：① 调研客户的资金、信用、活动能力及其所在企业设立的年代；② 调研客户的经营品种、业务地区、业务性质及其经贸关系情况；③ 调研客户的政治背景、组织机构及其负责人的政治态度。

(2) 对客户调研的具体要求：① 了解客户的性质，加以针对性分析；② 了解客户的态度，制订对应的策略；③ 了解客户的经营范围、业务专长，妥善加以利用，以发展与自身对口的出口贸易；④ 了解客户的信用和经营作风，判断是否有利于合同签订和执行。

2) 竞争对手调研

(1) 企业实力是指企业满足市场要求的能力，包括生产能力、技术能力和销售能力等。竞争对手调研需要查清在全球或某区域有哪些同类型企业，这些企业的实力如何；这些企业中，哪些是最主要的竞争对手，哪些是潜在的竞争者。

(2) 市场占有率是指本企业的某种产品在市场销售的同类产品中所占的比重，其反映的是一个企业的竞争能力和经营成果。在竞争对手调研中，需要确定主要竞争对手的产品市场分布如何，市场占有率多大，以及对本企业的产品销售有何影响。

(3) 在竞争对手调研中，还需要了解主要竞争者采取了哪些市场营销组合策略，会对企业的生产经营产生何等程度的影响。

3) 产品调研

对产品的调研，一般应以企业为主，具体包括：① 购销地区，即产品的可供产量、容纳量，以及产品流转方向；② 购销时机，即产品市场行情趋势与季节性（天然的、人为的）；③ 购销对象，即了解各项产品的销售和采购对象；④ 购销方法，即了解各项产品的销售和采购方法；⑤ 购销价格，即了解各项产品的销售和采购价格。

（三）制订进出口经营方案

进出口商品经营方案，是指进出口公司根据国家的有关政策与规定，对其所经营的进出口商品所做的一种业务计划安排，也是进出口业务可行性报告内容之一。针对不同的进出口商品所制订的经营方案是不同的，经营方案的内容繁简程度也不同。现将出口商品经营方案和进口商品经营方案的主要内容分别做如下介绍。

1. 出口商品经营方案的主要内容

（1）商品和货源的基本情况，包括：① 该出口商品的特点、品质、规格和包装；② 国内生产数量和最大可供出口数量；③ 当前库存的情况。

（2）国外市场情况，包括：① 国外商品生产、消费、贸易的基本情况；② 主要进出口国家的交易情况；③ 今后可能发展变化的趋势；④ 国外主要经营该商品的基本做法及销售渠道。另外，要对商品品质、花色品种、规格、款式和包装要求及价格变化趋势加以特别说明。

（3）经营历史情况，包括：① 该出口商品在国际市场上所占地位；② 主要销售地区和销售情况；③ 国外市场对该商品的具体反响；④ 经营该种商品的主要经验和教训。

（4）经营计划安排，包括：① 可销售的数量和金额；② 结合国外市场的情况，列明拟对某国或某地区出口该商品的具体数量和进度。

（5）经营措施安排，包括：① 做好贸易应采取的措施及确定贸易方式；② 价格的掌握及收汇方法的确定；③ 掌握花色品种搭配的方法及在出口销售中应掌握的原则和策略。

实际上，以上几点只是建议性的内容。在日常业务中，可针对客户、产品及国际市场的行情变化不断调整营销方案的内容，而且一般情况下，只对大众产品才制订较为详尽的营销方案，对新商品、小商品只需制订能够准确核算出商品价格的方案即可。

2. 进口商品经营方案的主要内容

对于大宗进口商品，进口商应拟定一个进口商品的经营方案。进口商品经营方案是进口交易磋商、安排进口业务和采购商品的依据。其内容概括如下。

1) 订货数量和时间的安排

根据国内用户需要的轻重缓急程度和国外市场情况，适当安排订货数量和进度，在保证需要的情况下，争取在有利的时机达成交易。

2) 国别的选择

在进口交易前，应了解国外市场行情并进行分析比较，尽量安排在产品对路、货源充足、价格较低的地区采购。

3) 交易对象的选择

在选择交易对象时，要对其资信、经营能力、政治态度等方面进行调查，择优选用，并尽可能地减少中间流通环节，以降低进口成本。



4) 价格的掌握

根据国际市场近期价格,并结合采购意图,拟订出掌握采购价格幅度的方案。在价格的掌握上,既要避免因出价过低,造成无法达成交易的后果;又要避免因出价过高,而增加外汇支出的现象。

5) 贸易方式和交易条件的运用和掌握

运用何种贸易方式进口应根据采购商品的数量、品种、贸易习惯做法等因素酌情安排。在经营方案中,对贸易方式的选择问题,一般只定出原则性意见,以利于安排进口。交易条件应根据商品的特点、品种、进口地区、成交对象和经营意图,在平等互利的基础上酌情考量。

二、操作指导

(一) 如何进行国际营销调研

国际营销调研一般包括以下几个步骤。

1. 确定问题

在此阶段,调研人员应确定营销中存在的问题,这一阶段对整个营销调研甚至营销决策都至关重要。例如,某企业一个时期内的销售额直线下降,管理人员以为是广告做得不好造成的,于是开始营销调研,寻找改进广告的途径。但调研结果表明,原来的广告宣传并没有问题。再经仔细了解才发现,导致销售额下降的真正原因是产品质量下降,售后服务也不够好。可见,如果该企业的管理人员能够在调研之前就能准确判断营销中存在的实际问题,就可避免因实施不必要的调研项目所造成的浪费,而把精力集中在必要的调研项目上去。

2. 制订调研计划

在此阶段,调研人员要明确营销决策需要哪些信息,然后再确定如何有效地收集这些信息,最后提交书面调研计划。

(1) 确定所需要的信息。营销决策需要哪些信息,是制订调研计划所要解决的首要问题。例如,某公司拟向国内市场推出一种三轮摩托车,这种摩托车的特点是可乘坐三人,速度不是很快,但噪声小、节油、较安全,而且价格适中。研究这种摩托车究竟能否占有市场,需要获得下列信息:①居民收入水平;②居民的交通工具的使用情况;③政府部门是否限制;④销售量和利润的预测情况;⑤竞争者的状况;等等。上述资料是该公司做决策必不可少的依据。

(2) 收集二手资料。在一个调研项目之初,调研人员一般先收集二手资料,即进行案头调研。但是,仅有二手资料有时还不能满足决策的需要,还要进行实地调研。

3. 执行调研计划

调研计划的实施主要包括收集信息、整理信息和分析信息等工作。收集信息可由企业内部的营销调研人员完成,也可委托外部的调研公司完成。企业内部收集信息的

好处是可加强对调研过程和信息质量的控制。企业外部专业调研公司则可更客观地完成调研工作，而且成本较低。直接来自问卷或其他调研工具的原始资料往往杂乱无章，无法直接使用，必须经过分析和处理。调研人员应协助营销人员利用标准的计算程序和表格将这些数据整理好。

4. 解释并报告调研结果

营销调研的最后一步是对调研结果作出解释，得出结论，并向管理部门提交调研报告。调研报告不能只是一系列的数据和统计公式，而应是简明扼要的结论及说明，并且这些结论和说明应当对营销决策有直接意义。

综上所述，调研工作不是单靠调研人员来完成的，调研人员只是调查和统计方面的专家，还需要营销人员根据企业面临的营销问题及需要做出决策，二者密切配合，才能做出好的调研。

（二）国际市场调研方法

国际市场调研是复杂的工作，须有严格、科学的程序和方法。企业进行国外市场环境、商品及营销情况调研一般可通过下列渠道。

（1）派出销售小组深入国外市场，以销售、问卷、谈话等形式进行实地调研，相关方法有访问法、观察法和实验法等。

（2）通过各种媒体（报纸、杂志、新闻广播）及网络、计算机数据库等，寻找信息资料，其中在网上可以通过站点、电子邮件等开展调研。

（3）与国际经济组织、国外商业情报机构、研究机构、咨询公司建立密切联系，从而获得专项产品的市场报告。

（4）委托国外驻华机构或我国驻外商务机构进行调查。通过这些机构的统计资料或进出口商名录系统地收集各国的市场情报。

通过以上调查，企业基本上可以确定选择哪个国家或地区作为自己的目标市场，企业应该出口（进口）哪些产品，以及以什么样的价格或方法出口（进口）。

三、操作示范

第一步：外贸业务员田娜通过网络搜索我国服装出口主要目标国。通过商务部网站了解到 2023 年第一季度纺织服装产品主要出口国家和地区为欧盟国家、美国、日本及东盟国家。

第二步：田娜通过网络搜索、向老业务员咨询等方式了解到不同目标国的情况，例如对德国进行了解。

进口来源深入了解：德国是纺织品和服装进口大国，在 2023 年的 301.66 亿欧元进口额中，30% 来自亚洲，11% 来自土耳其，13% 来自波兰、捷克、罗马尼亚和匈牙利四个中东欧国家；中国已成为德国纺织品和服装最大的供货国，进口额从 2021 年的 27.67 亿欧元上升至 2023 年的 36 亿欧元，约占德国纺织品和服装进口总额的 1/8。

发展趋势：德国进口商和消费者对纺织品和服装的需求，已从传统的实用、美观



转向安全和卫生，特别是对面料材质和偶氮染料等技术指标的要求明显提高。

第三步：田娜根据网络调查和公司历年出口国家的特点，经过综合考虑，选择将德国作为主要目标出口市场。

任务二 寻找目标客户

一、知识准备

(一) 如何寻找目标客户

1. 积极参加各类展会



动画：如何寻找海外客户

1) 概述

每年世界范围内有很多国际展会，在这些展会上，有很多来自各国的采购商，企业间达成合作的概率较高。不同国家的企业往往在展会上预先安排展位，以向潜在顾客展示他们的产品或服务。商品展览会和商品交易会之间的区别在于规模不同，交易会一般比其他贸易活动有更多的参与者，能够把更多的相关产业集中到一起。

在国内，可选择的展览展示方式主要有三种：① 参加政府部门、行业协会和展览公司组织的各类博览会、展览会；② 企业自行组织的各类展览会、展示会、新产品发布会和看样订货会；③ 企业常设展示厅、陈列室。

2) 参展前的准备

(1) 在展会开始前，准备好个人名片、产品目录册、公司简介等资料。参展人员需编制精美的宣传材料，做到图文并茂、雅俗共赏。充分运用文字、图表、影像、声音等多种广告表现形式，通过讲解、交谈、演示、报告等方式与其他参展人员进行互动。

(2) 对展览展示板或空间进行精心装饰布置，使其装饰风格符合产品个性和企业理念，与企业形象相适应。

(3) 选择高素质的营销人员主持展示会，对其进行良好的公共关系培训。对于重要的展示会，可配备专职公关员。

(4) 参会公司提前做好英语口语准备，主要是针对产品介绍方面，最好打好腹稿，以便在向外国公司介绍产品时做到口齿流利、表达清晰，进而吸引更多的采购客户。展会中，熟悉产品且能说一口流利的英语对一名国际业务员来说是非常重要的。

2. 注册适合自己的 B2B 网站



获得展览会信息的渠道有哪些？

B2B (business to business) 是企业之间通过互联网实现产品、服务及信息交换的平台。该平台能够为公司提供许多国内外潜在客户资源，若想要注册适合自己的 B2B 网站并达到充分利用网络资源的目的，需要进行以下两个步骤。

首先，搜索权威的行业网站和 B2B 网站，在这些网站上以所属公司的名义注册账号，并完善公司资料、产品信息和联系方式等。在注册完成后，需要时常更新公司信息并阅读、回复客户的邮件和传真。其次，若公司想要获得更多的客户信息，可以通过搜索引擎来实现。目前，国际上应用较广泛的搜索引擎是 Google（谷歌），国内可通过百度和搜狗来获取潜在客户的信息。

3. 通过黄页寻找客户

世界范围内的很多企业都会在网络黄页上刊登企业信息。如果需要寻找目标市场的客户，可以通过网络搜索引擎，在网络黄页上搜索并寻找目标客户。要注意尽可能地变换多个关键词寻找当地经销商以获得更多的信息，结合搜索引擎，详细了解客户信息，如成功获知客户公司的联系人或邮箱地址。

4. 利用国内外的专业咨询公司介绍客户

国内外都有许多专业的咨询公司接受委托，可以为咨询者介绍客户，他们的业务关系中，有许多在专业领域内具有一定影响，且专业经验丰富和能力突出的客户。若请他们介绍客户，一般效果较好。

5. 社交媒体营销

社交媒体营销，也称为新媒体营销，是一种维护、发展公共关系和服务客户的方式。社交媒体营销需要借助社交媒体营销工具，包括论坛、微博、百科、小红书等，通过图文或视频的方式发布和传播内容，推广品牌产品。国内主要的社交媒体是抖音、快手、微信、微博、QQ 等。国外的社交媒体数量很多，主要包括以下几类。

视频类：TikTok、YouTube；

社交类：Facebook、X、LinkedIn；

图片类：Instagram、Pinterest；

聊天类：Snapchat。

以上 4 种社交媒体类型，它们的用户量、使用场景、平台调性和广告投放都不同。

（二）目标客户的资信调查

在对贸易业务进行可行性分析时，除了上述对目标市场的调查研究外，还应对目标客户进行分析、选择。目标客户的选择主要取决于贸易伙伴的资信状况。所以，在双方进行交易之前，应先做好资信调查。资信调查是了解对方的资信情况，以作为进行可行性研究的内容参考。

1. 资信调查的意义

卖方在审慎选择客户时，须对客户开展深入的资信调查，这是对国际贸易能否顺利进行把关的第一步。在国际贸易中，贸易双方发生索赔纠纷，某一方履约发生阻碍或收回货款方面发生阻碍等情况，都与不了解贸易对方的资信情况有直接关系。进行资信调查对国际贸易的顺利进行有着重要作用，具体表现在以下两个方面。



(1) 有助于选定信用良好的顾客。

(2) 有助于了解对方的信用程度。在付款交单 (documents against payment, D/P)、承兑交单 (documents against acceptance, D/A) 及寄售交易中, 设定赊账的限额与现存契约限额, 能够确保交易安全进行。

需要注意的是, 在与对方缔结了贸易协定后, 应定期对贸易对方做资信调查, 以便时常了解对方的资信情况。

2. 资信调查的对象

凡是同该贸易业务有关的、从事商业行为的对方, 都应对其进行信用调查, 大致包括以下几方面。

1) 调查国外卖方 (包括出口商和制造商)

在进口业务中, 很容易出现下述几种不利的情况: 货物的品质规格与合同不符; 货物的品质粗劣; 非常规装运; 价格具有上涨趋势时, 故意不履行契约等。所以, 对国外供应商进行资信调查对进口业务十分重要。

2) 调查国外买方

在出口业务中, 国外买方即使使用开立信用证的支付方式, 也会存在很多潜在信用风险。例如, 当该项产品价格下跌时, 买方决定“不开立信用证”, 虽然开立信用证的直接当事人是买方的往来银行 (开证行), 但是买方如未向开证行交付开证申请, 我国出口公司无权指控对方的银行, 这种情况属于典型的买方违约。或是有些国外买方, 商业道德和信用恶劣, 故意开立与合同不符而且仅对自己有利的信用证, 这就会给卖方带来一定的损失。

3. 资信调查的内容

针对贸易伙伴的资信调查, 主要分析对方的资信程度, 不同的公司或专业调查机构的评定标准都各有差异, 不过一般在从事资信调查时应掌握的重点是 3C 原则, 即调查对象的信用特征 (character)、经营能力 (capacity) 及资本 (capital)。

1) 信用特征

品格良好, 具有商业道德的贸易商, 通常能根据合同约定履行义务, 不会轻易违约, 或即使遭遇意外状况, 履约不易, 甚至遭受损失, 其也能顾及他人权益。反之, 若对方是一个经常毁约、不遵守承诺, 甚至时常与人发生商业纠纷的贸易商, 最好避免与其往来, 以免遭受损失。

2) 经营能力

经营能力强的贸易商, 对于交易方面有关的专业知识及交易技术均有深刻的认识与了解, 进行交易时自然较为顺利。一般而言, 涉足该行业较久, 经验较丰富的贸易商, 其经营能力也比较强。寻找交易伙伴, 应选择能力强的。

3) 资本

资本雄厚与否, 关系到买方的付款能力, 以及卖方的备货能力。若是对方资本不

足，纵有良好的商业道德及经营能力，其在进行交易时仍难免力不从心。倘若对方以雄厚的资本为后盾，必然能够使交易的进行更加顺利。

以上所述的信用特征，经营能力和资本，是在做资信调查时的重点。在实际进行时，应具体对以下各项目做调查：① 资本；② 创业时间；③ 组织形式；④ 营业性质，经营商品项目；⑤ 员工人数；⑥ 总股份数、主要股东的股份数及其职务；⑦ 过去三年营业额；⑧ 主要经营人员背景及能力；⑨ 与银行的往来情况；⑩ 过去三年的获利情况。

二、操作指导

（一）选择合适的展览会和交易会

近几年来各类展览会蜂拥而起，企业常常收到各式各样展览会的资料、电话。如何选择适合的展会、如何布展，会对企业外贸业务能否顺利展开产生重大影响。

确定目标后，企业就可以对各类型的展览进行筛选，从而做出明智的选择。

（1）展会的类型。展览往往分为国际展会和国内展会。有的展览范围极广，如博览会，而有的专业展览会中展品只限于该行业；有的展览会注重的是产品的展示，有的则侧重贸易交流。企业必须先对展览会的规模和性质有所了解，再进行考虑。

（2）参展的时间。对于专业展览会来说，展览的时间十分重要，如果展览的时间恰是该行业的经济繁荣时期，展览的效果自然会好。故通常年初或年底的展览比较受欢迎，因为这个时候通常是企业制订计划的时间，无论是参展企业还是参观客商，都会受到影响。

（3）展览的服务。展览会的组织者是展览会的灵魂，其素质和行为决定着展览成功与否，其核心是展览服务。展览会的服务一般分为展前、展中、展后。其中，展前的服务一般包括对展览的宣传与准备，解答参展人员对展览的问题，办理参展手续等；展中的服务是指在展览会期间的安保、运输、搭建及研讨等方面的服务；展后服务往往是许多展览最容易忽视的，也是最重要的，主要是向参展商和相关人士提供展会信息，使他们之间建立良好的商业关系。因此，拥有优秀的组织者是展览会成功的必要条件。

（4）参展的人员。其他参展者对于参展企业来说也不可忽视。比如，在展览会上有没有竞争对手，有没有同行业的代表企业，这些因素都关系着展览的水平，也影响着企业参展所能获得的信息量大小。此外，观众的数量与组成也应引起参展商注意。在大批的专业观众中往往包含大量潜在客户和合作伙伴，企业从与观众的交流中可直接获得他们对市场的反馈，从而达到参展的预期效果。

总之，准备参加展览会的企业，可以通过主办或承办单位的介绍、招展资料、以往的会刊，以及相关报纸杂志上的宣传报道等，对展览会进行了解，进而在进行全面考虑之后做出适当的选择。



（二）如何布置参展会场

1. 布展流程

布展流程如图 1-1 所示。

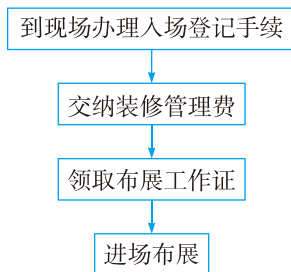


图 1-1 布展流程

2. 布展要求

（1）展台布置应具备突出形象、展示项目和会见洽谈三大功能。最为关键的是，展台布置应突出项目主题，除了要做到不铺张、不搞花架子之外，还要做到简洁、实用。布展中除了应符合安全、消防规定外，还应遵守时间规定，准时进馆布展，按时完成。布展材料建议选择可重复使用的制式展架，以降低布展成本，增强布展的时代感。

（2）确保布展效果，企业应严格按不同的专业需求布展。

（3）展会布置内容和资料应多用中英文等两种以上语种，方便世界各地客商理解信息，也便于他们参观和索取。

（4）展示的相关资料应尽可能采取多种形式，如印刷品、音频、视频等，便于客商索取。

（三）如何进行资信调查

资信调查的方法有多种，应用最广泛的方法是发函给对方银行或与对方有业务关系的商行，通过这些银行或商行获得的有关潜在交易对象的信息是最可靠的。但一般来说，对方银行不愿直接向素不相识的商人提供信息，除非这些咨询来自它们的同行。因此，我方公司如要获得对方银行提供的信息，一般是通过自己的银行代为写信去调查。

（1）通过国内往来银行向对方的往来银行调查。这种调查通常是提前拟好文稿，附上调查对象的资料，寄给往来银行，由往来银行调查对方的资信情况。

（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。

（3）通过国内的咨询机构调查。

（4）通过国外的咨询机构调查。国外权威的咨询机构，不仅组织庞大，调查效率高，而且针对潜在对象的调查报告详细且准确。其调查报告均以密码编码各类等级，这种等级的划分以估计财力与综合信用评价为依据，分为 High、Good、Fair、Limited

四个等级。

- (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) 基于对方的来函判断调查。
- (9) 要求对方直接提供资信资料。

三、操作示范

第一步：明确调查对象，本书以沙特阿拉伯 ABC 进出口贸易公司为例。

第二步：选择合适的调查方式，即通过国内往来银行，向对方的往来银行调查。

第三步：撰写向银行了解新客户资信情况的信函，示例如下。

机密并亲启

敬启者

近期收到沙特阿拉伯 ABC 进出口贸易公司来信，其表示愿与我方建立贸易关系，并称与贵银行有财务往来，建议如我公司要了解其商业资信，可写信向贵行咨询，因此特函烦请贵行详细告知该公司的性质、业务能力、财务状况。

贵行所提供的资料，我们当保密，十分感谢贵行对我方工作的支持。

任务三 建立业务关系

一、知识准备

当进出口企业选择好目标市场、交易对象，制订完进出口商品经营方案后，下一步工作即是与选出的交易对象建立业务关系。

(一) 通过函电建立业务关系

进出口业务关系的建立主要通过信函、电传及电子邮件完成，这是国际货物买卖磋商的主要载体。无论是何种形式，都是为了有效传递商务信息。

(二) 建立函的内容

一封建立函应简洁、明晰、完整，体现缜密的业务思维，应包括以下内容。

- (1) 信息来源，即如何获得对方资料的。
- (2) 致函目的，一般应为扩大交易地区、与交易对象建立长期业务关系、拓宽产品销路等。
- (3) 公司自述，对自身公司性质、业务范围、宗旨、优势等做介绍。
- (4) 产品介绍，以推荐性和较为简短为特征，并随附目录、报价单、样品等供对



方参考。

(5) 结尾, 希望对方给予回应, 或立即采取行动。注意语气要友好、礼貌。

二、操作指导

(一) 如何撰写建立函

在国际贸易中, 买卖双方业务关系的建立, 往往是由交易一方主动向对方写信发送传真、E-mail 开始的。草拟建立业务联系的信函是外贸业务人员应掌握的操作技能。建立业务关系的信函一般包括如下内容。

1. 开头部分

开头部分应说明是如何取得对方的信息资料的及本次去函目的。首次主动与对方进行交谈时, 说明信息来源及去函目的非常必要。获得进出口贸易信息的渠道有很多, 比如通过银行、中外商会、贸易行名录、第三家公司介绍、中国驻外机构了解, 通过书刊、广告、互联网获悉, 在商品交易会上结识等。在写这种信函时, 首先要告诉对方, 我方是如何获得他们的信息的, 并表示愿与之建立业务关系、进行交易。常用英文表达有以下示例。

On recommendation of Mr./Messrs..., we have learned with pleasure the name of your firm and shall be glad to enter into business relation with you.

Having had your name and address from..., we avail ourselves of this opportunity to write you to see if ...

We have learned about your advertisement in...and would be glad to have your price-list and details of your term.

We wish to introduce ourselves to you as a ...dealing in ...

如下完整示例可供参考。

(1) 说明信息来源, 即如何取得对方的资料, 如通过他人介绍、网上信息等。如:

We learned from the Commercial Counsellor's Office in your country that you are interested in Chinese handicrafts.

We have obtained your name and address from the Internet.

(2) 言明去函目的, 如扩大交易地区、建立长期业务关系等。如:

To expand our products into South America, we are writing to you to seek possibilities of cooperation.

We are writing to you to establish long-term trade relations with you.

2. 介绍和说明部分

为了使对方对本公司的基本情况和产品情况有所了解, 以引起对方的兴趣, 一般可向对方介绍如下几方面的情况。

1) 介绍公司基本情况

可以介绍公司的企业性质、基本业务情况、经营商品的范围、公司宗旨、公司的优势与特点、分支机构等，必要时也可向对方提供资信证明，以便对方了解我方的资信情况。

例如：

We are a leading company with many years' experience in machinery export business.
We enjoy a good reputation internationally in the circle of textiles.

2) 介绍公司产品

分两种情况，明确对方需求时，宜选取某类特定产品进行具体的推荐；不明确对方需求时，宜对企业产品整体情况（质量标准、价格、销路等）作简要概括（可能的情况下，附上商品目录、报价单或另寄样品供对方参考）。如：

Art. No. 76 is our newly launched one with superb quality, fashionable design, and competitive price.

To give you a rough/general idea of our products, we are airmailing you under a separate cover of our catalog for your reference.

3. 结尾部分

结尾部分一般为期盼对方尽快回复，即希望对方给予回应或采取行动，以及表示敬意等语句。如：

We wish to assure you that we shall always give you our fullest cooperation and that your careful and prompt attention will be highly appreciated.

Your prompt attention to this matter and early reply will be highly appreciated.

We are looking forward to your early reply.

It will be a great pleasure to receive your inquiries.

值得一提的是，假如我方收到类似的国外来信，应该迅速地按对方的要求完整地答复。即使我方不能满足对方的要求，也应该及时答复，并婉言说明原因，为以后可能的交易留有余地，切忌置之不理。

总之，建立业务关系的信函一般包括上述内容，不过企业也可根据实际情况和需要灵活变通。

（二）建立业务关系函件的举例

以下是进出口商之间建立业务关系的函件实例，供参考。

1. 出口商自我介绍

Dear Sirs,

We write to introduce ourselves as one of the leading exporters in China, of a wide range of electric goods.



We attach a list of products we are regularly exporting and trust some of these items will be of interest to you.

We would be interested in receiving your inquiries for all types of electric goods, against which we will send you our quotations in \$ FOB China port, packing included. Terms of payment can be arranged.

We look forward to hearing from you.

Yours faithfully

2. 进口商自我介绍

Dear Sirs,

We are importers of industrial chemicals, plastics, and fertilizers for resale in Ireland.

Ireland imports considerable quantities of chemical raw materials every year as she has little or no basic chemical industry of her own. In the past five years, the imports of these products have more than doubled due to quite rapid growth in her general industry. Traditionally, England and the major Western European countries have dominated this market but manufacturers are now looking further afield to find competitively priced raw materials. We believe that there is ample scope for the development of business with China.

Should you be interested in supplying, we would be more than pleased to enter into business activities with you.

Yours faithfully

3. 由外国商会介绍，出口商与进口商直接联系

Dear Sirs,

Your name and address have kindly been given to us by the Iran Chamber of Commerce, as a prospective buyer of Chinese cotton piece goods. Since this item falls within the scope of our business activities, we shall be pleased to enter into direct business relations with you.

To give you a general idea of the various kinds of cotton piece goods now available for export, we enclose a brochure and price list. Quotations and sample books will be emailed to you upon receipt of your specific inquiry.

We look forward to your favorable reply.

Yours very truly

4. 进口商对出口商建立函的回复

Dear Sirs,

We are glad to note from your letter of 1st March 2002 that you, as exporters of chinese cotton piece goods, are willing to establish direct business relations with us. This happens to coincide with our desire.

At present, we are interested in printed shirting and shall be pleased if you will kindly send us catalog, sample books, and all necessary information regarding printed shirting by airmail, to acquaint us with the material and workmanship of your supplies. Meanwhile, please quote us the lowest price, C. I. F. Iran, inclusive of our 5% commission, stating the earliest date of shipment.

Should your price be found competitive and your delivery date acceptable, we intend to place a large order with you.

Your early reply will be highly appreciated.

Yours very truly

三、操作示范

Dear Sirs,

Thank you for your letter of Nov.15, 2017 for our shoes, we write to introduce ourselves as one of the leading exporters in China. We specialize in various kinds of shoes, with 30 years of experience in shoe export business, and shall be pleased to establish long-term trade relations with you.

To give you a general idea of our products, we enclose a complete set of leaflets showing various products which are handled by our company, quotations and samples will be sent upon receipt of your specific inquiry.

We look forward to your early reply with much interest by return E-mail.

Yours sincerely,

Tianna

... TRADING CO., LTD.



建立业务关系
常用英文表达



7部门下发《关于加强国际合作提高我国产业全球价值链地位的指导意见》

全面贯彻党的十八大和十八届三中、四中、五中、六中全会精神，牢固树立创新、协调、绿色、开放、共享的发展理念，主动适应经济发展新常态，以建设贸易强国为目标，以创新发展为核心，坚持市场导向，加快提升我国产业在全球价值链中的地位，支撑制造强国建设，推进供给侧结构性改革，实现发展动力转换，为经济社会发展作出更大的贡献。

基本原则有三条，一是产业为本，尊重规律。顺应制造业、服务业等不同产业的客观发展规律，鼓励企业在市场机制下探索多元化、多维度的全球价值链攀升路径，不以单一维度或指标进行评价。二是开放创新，整合资源。在国内外市场联动、上下游产业联动、国际贸易投资联动的全球化背景下，鼓励企业高效整合利用全球知识资本、科技资源，实现加强国际合作与推进产业转型升级良性互动，不断增强创新能力。三是公平竞争，激发活力。最大限度营造公平公正的市场竞争环境，由政策引导为主向营造法治化国际化营商环境转变。

同步闯关测试

一、判断题

- (1) 外贸业务员在选择出口产品时，要选择具有优势的产品。选择生活必需品等用量较大的产品时，不宜选择价格低、体积特别大的产品。()
- (2) 国际市场调研主要包括国际市场环境调研、国际市场商品情况调研、国际市场营销情况调研、国外客户情况调研等。()
- (3) 贸易障碍主要包括客户所在国家的贸易障碍和本国的贸易障碍。()
- (4) 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。()
- (5) 寻找客户的方法有参展、利用企业名录、利用互联网和社交媒体营销等。()
- (6) 新业务员不需要了解产品的基本生产流程、关键生产环节、生产工艺。()

二、案例分析

内地某出口公司与香港 ABC 有限责任公司签订一份总值 30 万美元的销售猪肉的合同，价格条件是“FOB（free on board，船上交货）青岛”，目的港是韩国釜山（因香港公司需要将货物转手卖给韩国商人），付款方式为“D/A（documents against acceptance，承兑交单）远期”，120 天办理托收。该出口公司按规定的装运期装运货物后，通过中国银行办理托收手续。中国银行委托香港南洋商业银行为代收行向香港 ABC 公司收款。单据到香港后，香港 ABC 公司即承兑交单，并以原提单向韩国收货人收取了货款。香港南洋商业银行在汇票到期时向香港 ABC 公司催促付款，但此时该公司已经宣布破产。经核查香港 ABC 公司在当地注册资本仅 20 万港元，其财产远远不够抵偿该公司的欠款，导致内地出口公司遭受严重经济损失。请问该出口公司遭受严重经济损失的原因是什么？

实操能力提升

- (1) 选择本地一种主要出口产品，做国际市场调查，并制订初步出口经营方案。
- (2) 撰写建交函。

背景材料如下。

×× 先生：

我们是建材产品的进口商。近来我们与佛山市某贸易有限公司达成了几笔令人满意的交易。我们现在需要标题所列的商品，为此写信给你方，希望与你方建立业务关系。

根据你方在第 133 届广交会印发的产品目录，我们看到你方能供应我们所需的女式夹克衫。希望你方能把可以供货的样品连同具体包装情况的综合价格单寄来，以便我方充分研究与你方开展业务的可能性。我们将非常感激你方对我方工作的支持。

我方盼望早日收到你方有关此事的消息，相信通过友好的交流，我们双方在不久的将来可达成交易。

新加坡贸易公司

总经理

2024 年 9 月 10 日

根据以上新加坡贸易公司来函，以公司业务员身份，向客户写英文建交函。函件需附寄目录和价目表，需包括所需产品女式夹克衫的资料介绍，包括产品的货号、质量、规格、包装和支付条件等各项内容，并体现出欢迎来函、来电询购的态度。



项目一同步阅
关测试及实操
能力提升参考
答案



评价与考核

一、评价考核方式

小组考核和教师考核。

二、效果评定

根据出勤、学习过程、实训成果进行评定。首先，小组内部评出每位成员的个人成绩；然后，教师进行考核，评出被考核学生的成绩；最后，综合各小组及教师评价成绩，在此基础上给出个人最终成绩。个人最终成绩 = $50\% \times$ 小组评价成绩 + $50\% \times$ 教师评价成绩，如表 1-1、表 1-2 所示。

注：考评满分为 100 分，60 分以下为不及格，60 ~ 69 分为及格，70 ~ 79 分为中等，80 ~ 89 分为良好，90 分及以上为优秀。



表 1-1 小组
考核表



表 1-2 教师
考核表

项目二

交易磋商

学习目标

知识目标

- (1) 掌握主要磋商条件和磋商的形式、程序。
- (2) 了解报价原则，熟悉出口商品的各项费用构成。
- (3) 明确各类出口交易过程中的英文函电的内容、格式规范。

能力目标

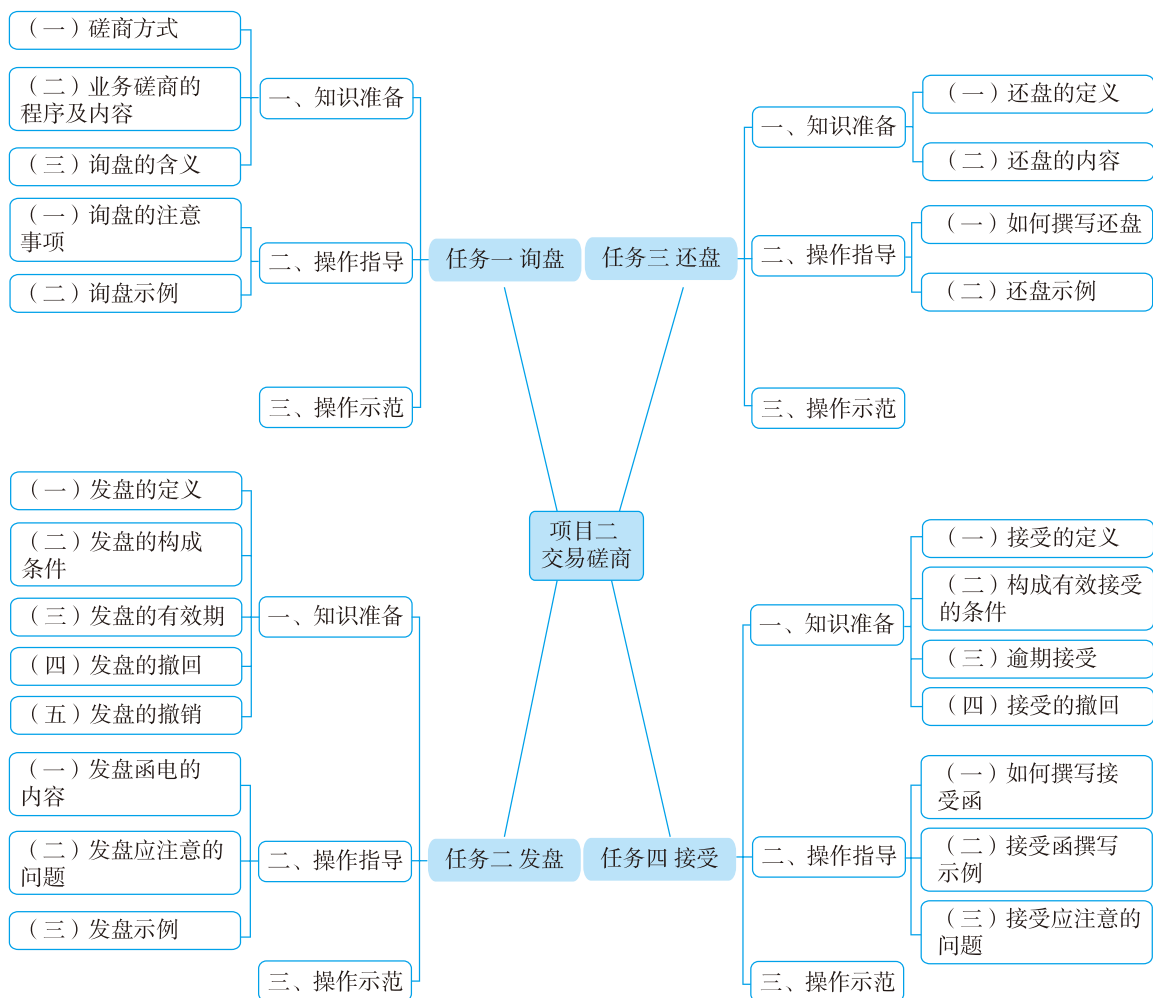
- (1) 能正确进行出口成本核算，正确报价。
- (2) 能进行运输费、保险费的核算。
- (3) 能正确进行出口报价及还价核算。
- (4) 能用英文撰写询盘、发盘、还盘和接受函电。

素质目标

- (1) 具备不卑不亢的心理素质，意志坚定。
- (2) 具备诚实守信的职业道德。
- (3) 具备良好的跨文化交流和认真细致的工作作风。
- (4) 具备双赢理念，永葆家国情怀。



知识点思维导图



任务呈现

赵明是佛山市某贸易有限公司的一名外贸业务员，通过互联网已经找到了潜在的韩国客户，主要经营鞋子产品的进口业务。佛山市某贸易有限公司进出口部驻韩国商务参展处得知该公司欲采购大量的鞋子，于是抓住时机于 2024 年 1 月 15 日寄去了一份产品目录，一个月后，对方公司来函表示对他们的产品很感兴趣，并提出欲购买的品种、数量及交货期，请公司报价。于是双方以电传形式进行了交易磋商。在经过详细的商讨之后双方达成协议，由某建材有限公司提供货号为 X-F8034N，X-F9034N 淋浴房各 50 套，每套价格 212 美元 CIF 旧金山，11 月装运。凭不可撤销即期信用证付款。

买方公司的全称和详细地址如下。

SAUDI ARABIA CERAMIC IMP&EXP CO., LTD.

FLAT TOG, TRADE BLDG. J — 23 KINGDOM ROAD,

RIYADH, SOUDI ARABIA

E — MAIL: SHIHID @ YAHOO. COM

任务布置

根据上述材料，分别从双方角度拟定往来函电，任务包括：

- (1) 撰写询盘；
- (2) 撰写发盘；
- (3) 撰写还盘；
- (4) 撰写接受函电。

任务一 询盘

一、知识准备

(一) 磋商方式

磋商主要是指在参加各种交易会、洽谈会时，以及通过贸易小组出访交谈、邀请客户来华洽谈等方式交易时，在谈判桌上面对面进行的谈判。此外，也包括交易双方通过国际长途电话进行的洽商。国际贸易业务的磋商有两种基本的形式：口头磋商和书面磋商。

1. 口头磋商

口头磋商是买卖双方直接面对面的交流，其有利于谈判双方洞悉彼此的诚意和态度，根据谈判进展适时地调整策略，以实现彼此的谈判目标。该种方式适合谈判内容复杂、涉及问题多的交易。

下面展示一个口头磋商实例：





H: Good morning, Mr. Chang. It's nice to see you again.

C: Good morning, Mr. Hall. How are things going?

H: Everything is nice except for the weather. I just can't get over how different the weather is here.

C: You are bound to feel that way at first. I hope you'll get used to it soon.

H: Yes, I hope so. Mr. Chang, I came here to talk to you about my requirements for bedsheets. You see, I told you over the phone yesterday that I'm interested in your bedsheets in various colors and sizes. What I want is a bed sheet of 100% cotton, and synthetic fiber or blended fiber will have no market at our end.

C: I know that, Mr. Hall. Therefore, I've specially made out a price list which covers those items most salable on your market. Here are our price list and catalog.

H: Oh, it's very considerate of you. If you'll excuse me, I'll go over your price list right now, just to find out what items interest me most.

C: Take your time, Mr. Hall.

H: It seems to me that Art.No.5, Art.No.8 & No.12 are suitable for our market. But I'm sorry to say that your prices are about 9% higher than those offered by other suppliers. It would be impossible for me to push any sales at such high prices.

C: I'm sorry to hear that. You're probably aware of that the costs of raw materials have gone up tremendously during recent months while our prices for bedsheets remain unchanged. I dare say that the prices we offer compare favorably with any quotation you can obtain elsewhere.

H: I'm afraid I can't agree with you there. I wish to point out that your offers are higher than some of the quotations I've received from your competitors in other countries.

C: Mr. Hall, you're well experienced in the field of textiles. You should not listen only to the price but must consider the quality, too. Everyone in the textile trade knows that China's bedsheets are not only superior in quality but also attractive in designs and colors.

H: I agree with what you say, but the price difference should not be so big, I only ask that your prices be comparable to others. That's reasonable, isn't it?

C: Well, to please you as our new clients and to start the ball rolling, we may consider making some concessions in our price. But, first of all, you'll have to give us an idea of the quantity you wish to order from us, so that we can try to adjust our prices

accordingly.

H: It would be difficult for me to tell you the exact quantity I want without knowing your price, but I can assure you that our order will be a sizable one if your prices are really attractive. So let's settle the price first.

C: You know, Mr. Hall, our price largely depends on the size of your order. As I've just said, if your order is large enough, we are ready to reduce our prices by 5%. This will surely be the highest reduction we can afford.

H: I see, by the way, what are your terms of payment?

C: Generally speaking, we require payment for our exports by confirmed, irrevocable L /C, payable by draft at sight.

H: Your payment terms are acceptable to us. But I can't accept your prices without consulting my home office first.

C: Well, why don't you telex your home office right now and talk them into accepting our prices? You know there is an upward tendency on the world market and our prices are likely to rise at any moment. And it will be to your advantage to settle the order earlier in order to avoid any possible disappointment.

H: All right. I will telex today. I shall come again as soon as I hear from my home office.

C: That's very kind of you. Good-bye, Mr. Hall and thanks for coming.

H: Good-bye, Mr. Chang.



口头磋商实例
译文

2. 书面磋商

书面磋商是指采用信件、电报、电传、传真、电子邮件等方式进行洽谈交易。随着现代计算机网络技术的发展,电子信息传输方便快捷、成本低廉的优势日益显著,使得电子邮件成为目前使用最普遍的书面洽谈方式。

(二) 业务磋商的程序及内容

买卖双方交易洽商的程序:询盘→发盘→还盘→接受。买卖双方交易洽商的内容一般分为两部分。一部分是带有变动性的主要交易条件,如货物品质、规格、标准、数量、包装、价格、交货、支付等,它涉及的是品质条件、数量条件、包装条件、价格条件、装运条件、支付条件。这些带有变动性的交易条件因货物种类、数量、时间等因素不同,在每笔交易中也不尽相同。



现将各项变动性交易条件的主要内容分述于下。

(1) 品质条件: 包括规定品质的方法, 如凭样品、凭规格、凭牌号或商标、凭等级或标准等。

(2) 数量条件: 包括重量、数量、长度、面积、体积、容积的计量单位, 计算重量的方法如毛重、净重、公量、理论重量等。数量机动幅度包括溢短装的比率、溢短装价格计算等内容。

(3) 包装条件: 包括包装的种类(运输包装和销售包装)、包装标志(运输标志、指示标志和危险标志)、中性包装(无牌中性包装和定牌中性包装)。

(4) 价格条件: 包括对商品价格的洽商及对 11 种常用价格术语(FOB, CFR, CIF, FCA, CPT, CIP, EXW, FAS, DAP, DPU, DDP)的选用及应注意的问题。

(5) 装运条件: 包括运输方式、运输工具、装运时间、装运港(地)、目的港(地)、分批装运、转船运输、备货通知、派船通知、装船通知, 以及运输单据的确定等内容。

(6) 支付条件: 包括支付金额、支付货币、支付票据、支付方式(汇付、托收、信用证、国际保理、银行保函、分期付款、延期付款)等内容的确定。

另一部分是相对固定的交易条件, 称为一般交易条件, 如检验、异议索赔、仲裁和不可抗力等, 它涉及保险条件、商检条件、索赔条件、仲裁条件、不可抗力条件、法律选择条件等。在实际业务中, 买卖双方初次接触时, 双方或单方介绍一般交易条件, 经双方共同确认后, 作为将来交易的基础, 在洽商具体交易时可不必逐条重复这些条件, 只洽商主要条件即可, 这样可以节省来往函电的费用和交易洽商时间。当然, 主要交易条件与一般交易条件的划分也不是绝对的。常见的一般交易条件介绍如下。

(1) 保险条件: 包括投保人、保险险别、保险金额、保险费、保险单据等具体问题。

(2) 商检条件: 包括检验方式与商检条款(离岸品质、离岸重量或数量、到岸品质、到岸重量或数量、卖方检验、买方复验), 商检机构与商检证明, 检验标准与检验方法等内容。

(3) 索赔条件: 包括索赔的依据、索赔的期限、损害赔偿金额、罚金条款, 以及索赔或理赔应注意的问题等。

(4) 仲裁条件: 包括仲裁地点、仲裁机构、仲裁程序、仲裁规则的确定等内容。

(5) 不可抗力条件: 包括不可抗力事故的范围、不可抗力的法律后果、出具事故证明的机构、不可抗力条件的规定方法(概括式、列举式和综合式)等内容。

(6) 法律选择条件: 规定合同的解释和履行归某国法律管辖。

(三) 询盘的含义

询盘(inquiry)指交易一方向另一方口头表达或发送函电, 表示购买或出售某项商品的意愿, 是买卖双方磋商交易的开始。询盘通常只说明所要买卖商品的范围, 目

的是要对方进一步介绍情况，有时也会指定具体的商品，包括数量、包装、交货期等信息，目的是要求对方报价或递价。

询盘对询盘人没有约束力，但在询盘时要注意以下两点策略。一是询盘的范围既不能过窄，也不能过宽。过窄难以了解国外市场情况，过宽则会引起市场价格波动；二是询盘的内容既要能使客户提供发盘资料，又要防止因过早透露采购数量、价格等意图，被客户摸到底细。在书面洽谈的交易方式中，询盘应注明编号以加快国外复电、复函的速度，还应说明商品交易的详细事项，包括商品品种、规格、型号、技术要求、价格条件等，以免进口商品不符合要求。询盘的函电，应以简明切题和礼貌诚恳为原则，以求对方能够高兴地迅速作出发盘回应。

二、操作指导

（一）询盘的注意事项

询盘不是交易磋商的必经步骤，但往往是一笔交易的起点。在询盘中，当事人一般需注意以下问题。

（1）询盘不一定要有“询盘”字样，凡含有询问、探询交易条件或价格方面的意思的表示，均可当作询盘处理。

（2）业务中询盘虽无法律强制力，但当事人仍须考虑询盘的必要性，尽量避免只是询价而不购买或不售货，以免失掉信誉。

（3）询价时，询价人不应只考虑如何询问商品的价格，也应注意询问其他交易条件，争取获得比较全面的交易信息或条件。

（4）要尊重对方，收到对方询价后，无论是否出售或购买，均应及时处理与答复。

（5）询盘可以同时向一个或几个交易对象发出，但不应在同时期集中做出，以免暴露我方销售或购买意图。

（二）询盘示例

We are one of the leading importers of TV sets in the city and are willing to establish business relations with your corporation. For the time being, we are interested in your TV sets, details as per our inquiry note No.5678 attached, and will be glad to receive your lowest quotation as soon as possible. We would like to say that if your price is attractive and delivery date acceptable, we will place a large order with you immediately.

我方为本城最大的电视机进口商之一，欲与贵公司建立业务联系。目前我方对贵公司生产的电视机感兴趣，详见随函附上的第 5678 号询价单，望尽速答复最低报价。如价格合理、装运期可以接受，我方会立刻下大订单。



三、操作示范

Dear Mr. Zhao,

We are very glad to receive your letter of Mar. 8. As you know, we are one of the leading importers of shoes in South Korea, and we need a reliable supplier in China.

Your catalog has been carefully studied and we are interested in your TENDENCY SHOES 767. Can you offer me your favorable price of CIF Pusan if we order 1 × 20' FCL for TENDENCY SHOES 767?

Your early reply will be highly appreciated.

任务二 发盘

一、知识准备



动画：发盘的要件

(一) 发盘的定义

发盘 (offer) 是交易一方向另一方就某项商品的出售或购买, 愿意按一定交易条件和贸易方式完成订约的表示。一个有效的发盘, 其内容必须明确, 发盘提出的主要交易条件必须完备, 发盘所表明态度应是终局的。发盘的交易条件可采用分条列项的形式写出, 使人可以清楚地看到。

(二) 发盘的构成条件

1. 向特定的人提出

发盘必须向特定的人提出。“特定的人”是指发盘中指明个人或企业名称的受盘人, 也叫指定受盘人, 可以是自然人, 也可以是法人。这个规定的目的是将发盘与做广告和发商品目录、价格单及宣传品区分开来。

2. 表明订约意旨

《联合国国际货物销售合同公约》规定: 一方当事人是否向对方表明在发盘被接受时承受约束的意旨, 是判别一项发盘的基本标准。“承受约束”是指发盘人在得到接受时承担与受盘人按发盘条件订立合同时规定的责任。表明承受约束的意旨, 可以是明示的, 也可以是暗示的。明示表示, 如发盘时写上“发盘”或规定发盘的有效期限等; 暗示表示, 则应同其他情况结合考虑, 如双方磋商的情况、业务中的习惯做法及惯例等。

3. 内容必须十分确定

(1) 发盘的全部内容明确。发盘内容不能模糊不清, 价格、数量条件应十分确定, 不能用“参考价”“数量估计”等表示方法。

(2) 发盘的主要条件要完整。完整的交易条件应包括商品的品质、数量、包装、价格、交付及支付几个条件。《联合国国际货物销售合同公约》第十四条规定：“一个建议如果写明货物并且明示或暗示地规定数量和价格或规定如何确定数量和价格，即为十分确定。”按此规定，一项订约只要列明货物的品质、数量和价格几个条件，就会被认为内容十分确定，构成有效发盘。

(3) 发盘内容要无保留。发盘应是终局的，没有限制性条件。发盘一经受盘人接受，发盘人必须按发盘条件与受盘人建立合同关系。

4. 送达受盘人

发盘必须送达受盘人才生效，这是《联合国国际货物销售合同公约》和各国法律的普遍规定。发盘无论是口头的还是书面的，只有传达受盘人时才生效。例如，发盘人以电话的方式向受盘人发盘，如果电话出现故障，受盘人无法听清发盘内容，则在电话修好后让受盘人听清全部发盘内容后，发盘方为有效。再如，以信函做出的发盘，如果信函在邮寄途中丢失，则该发盘无效。



课堂思考

加拿大 ×× 公司接到来电：货号 805 方巾 10 000 打，每打 CIF 温哥华 10 美元，每 10 打一纸箱，9 至 10 月装船，限 6 月 10 日复到有效。请问：这是不是一项有效的发盘？

(三) 发盘的有效期

发盘的有效期并不是构成有效发盘的必要条件，但在国际货物买卖中，发盘通常规定有效期。发盘的有效期是指可供受盘人对发盘做出接受的期限。它有两层含义：一是发盘人在发盘有效期内受约束；二是超过有效期，发盘人就不再受发盘的约束。因此，发盘的有效期既是对发盘人的限制，也是对发盘人的保障。

发盘有效期主要有如下规定方法。

1. 明确规定有效期

1) 规定最后接受期限

发盘人在发盘中应明确规定受盘人表示接受的最后期限，如发盘限 18 日复。使用这种方式，应注意发盘人与受盘人的两地时差问题，最好同时规定以发盘人所在地的时间为准，如发盘限 18 日复到我方。

2) 规定一段接受时期

发盘人在发盘中应明确规定发盘在一段时间内有效。例如，发盘 3 天内有效。使用这种方式，则不存在发盘有效期计算的起讫问题。



口头发盘的有效期

2. 不明确规定有效期

可理解为在合理时间内有效。但是，国际上没有对“合理时间”进行统一解释，为避免争议，在实际业务中最好明确规定发盘的有效期。

（四）发盘的撤回

发盘的撤回是指发盘人将尚未被受盘人收到的发盘予以取消的行为。《联合国国际货物销售合同公约》第十五条规定的第二点：“一项发盘，如果撤回通知于发盘送达被发盘人之前或同时送达受盘人，得予撤回。”由此可见，这个规定是建立在发盘尚未生效的基础上的。在实际业务中，只有当发盘是以信件或电报的形式发送时，才有可能撤回。

（五）发盘的撤销

发盘的撤销是指发盘人将已经生效的发盘予以取消的行为。《联合国国际货物销售合同公约》第十六条规定：“已为受盘人收到的发盘，如果撤销的通知在受盘人发出接受通知之前送达受盘人，可予撤销，但在下列情况下，发盘不能撤销：① 发盘规定有效期或以其他方式表明是不可撤销的；② 受盘人有理由信赖该项发盘是不可撤销的，并已本着这种信赖采取了行动。”

二、操作指导

（一）发盘函电的内容

进出口商通常会在两种情况下发盘，一是直接向客户发盘，二是收到客户询盘后作出答复。由于场景不同，两者的拟写技巧也有所区别。前者要多考虑发盘内容的完整性和吸引力；后者则要注意针对性，必须以对方感兴趣或符合对方要求的商品为中心，做到有的放矢。完整准确地拟写发盘函可以避免争议，有利于缩短交易磋商的时间，尽快达成协议。发盘因撰写情况或背景不同，在内容、要求上也有所不同。但从总的情况看，一般包括下列内容。

（1）感谢对方来函，明确答复对方来函询问事项，如：Thank you for your inquiry for...

（2）阐明交易的条件（品名、规格、数量、包装、价格、装运、支付、保险等），如：For the Butterfly Brand Sewing Machine, the best price is USD79.00 per set FOB Tianjin.

（3）声明发盘有效期或约束条件，如：In reply we would like to offer, subject to your reply reaching us before...

（4）鼓励对方订货，如：We hope that you place a trial order with us.

（5）在适当的情况下，可以对产品的优点做进一步的阐述和强调。

由于发盘是具有法律约束力的，所以需特别注意其准确性和完整性。

(二) 发盘应注意的问题

1. 要正确理解和掌握发盘的有效期

一方在对外发盘时，一般都规定一个具体的有效期限，在规定有效期内，要考虑和注意的问题包括：一是要根据货物情况、市场情况、双方的距离和通信方式等因素，慎重而合理地做出规定；二是要考虑国外法律与我国法律规定内容的差异性；三是考虑到所在国与我国的地理位置和时差，应明确不同国家有效期限的起止日期。例如，“我方时间 × 月 × 日复到”或“我方时间 5 日内复到有效”。对于该时间的起算，根据《联合国国际货物销售合同公约》的解释，从发盘人电报、电传等交发时刻或信上载明的发信日期起算，如信上未载明发信日期，则从信封上所载日期起算。发盘人以电话、电传或其他快速通信方式规定的接受时期，从发盘送达受盘人时起算。

2. 发盘要慎重，不能盲目对外报价

在对外洽商时，究竟用发盘还是用询盘，一定要根据洽商交易的实际情况、市场变化和受盘人的特点来灵活判断。询盘与发盘的主要区别是两者的法律效力不同。发盘具有法律约束力，易引起受盘人的注意，有利于迅速达成交易，但缺乏灵活性，在发盘时，一旦市场情况估计有误，发盘内容不当，则容易陷于被动局面。特别是不宜千篇一律地对外不断发盘，这会暴露急于购买或销售的心理，对发盘人不利。

3. 要掌握发盘的技巧和策略

发盘人为了了解市场情况可以先对外询盘，将市场情况摸清后，可再根据情况对外发盘，争取以有利条件达成交易。

(三) 发盘示例

We thank you for your inquiry of July 10th, asking us to make you a firm offer for black tea. We have sent a letter this morning, offering you 50 metric tons of black tea, at USD × × × net per metric ton CFR Shanghai for shipment during November and December, subject to your order reaching here by July 30th.

感谢您 7 月 10 日的询价，要求我们为您提供红茶的实盘报价。今晨已经去函，报 50 公吨红茶每公吨^① × × × 美元 CFR 上海净价，装运期为 11 月至 12 月，以 7 月 30 日前复到为准。

^① 公吨：常用外贸词，即“吨”。



三、操作示范

Dear Mr. Jin,

Thank you for your inquiry of Mar.15 for our TENDENCY SHOE 767. At your request, we fax back this morning, offering you 1 × 20'FCL (2 400 pairs) of TENDENCY SHOE 767, CIF PUSAN USD 12.5 unit price, reply reaching here before Mar.28.

Payment: By irrevocable L/C to be available by sight draft.

Delivery Date: Within 45 days after receipt of your L/C.

Insurance: To be covered by the seller for 110% of the total invoice value against All Risks and War Risks, as per and subject to the relevant Ocean Marine Cargo Clauses of the People's Insurance Company of China, 1/1/2023.

任务三 还盘

一、知识准备

(一) 还盘的定义

还盘 (counter offer) 是受盘人对发盘中的交易条件不完全同意而提出修改或变更的表示。还盘是对原发盘的否定和修改。通俗地讲, 就是买卖交易中你来我往的商讨的过程, 其中包括降低价格、改变支付方式、改变交货期等。交易可以多次还盘与反还盘。

在我国的进口业务中, 我方一经还盘, 原发盘即失去效力, 发盘人不再受其约束, 一项还盘相当于受盘人向原发盘人提出的一项新的发盘。还盘可以是还价, 也可以是改变其他交易条件, 如改变支付条件、改变贸易术语、提高佣金和折扣等, 使各种交易条件对受盘方更有利。

(二) 还盘的内容

经过对数个发盘的审核和比价之后, 受盘人就可以有针对性地还盘。完整的还盘应包括以下内容。

(1) 确认对方来函, 礼节性地感谢对方来函, 并简洁地表明受盘方对来函的总体态度。

(2) 强调发盘条件的合理性并列明理由, 如对于出口商品可强调符合市场价格、品质优良、利润已降至最低、原料上涨、人工成本提升等方面, 进口商品可强调订货量大、付款条件优惠等。

(3) 提出发盘条件, 并催促订货或发货。需使用具有说服力的语言, 如数量折扣、优惠的付款方式、较早的交货期等, 吸引对方订货或发货。若不能接受对方的条件, 则推荐其他替代品, 寻求新的商机或委婉地表示暂停交易, 但要与其保持客户关系。

二、操作指导

（一）如何撰写还盘

（1）对于双方已经同意的交易条件，一般可以不在还盘中重复列出。例如：Such being the case, it is impossible for us to accept your price. And our required quantity is 50 MT. So, we would counter offer as follows: 50 metric tons of groundnut kernels FAQ 2023 crop at USD 320 per MT CIF London, other terms as per your letter of May 2.（译文：鉴于此，我方无法接受贵方的价格，同时我方所需数量为 50 公吨。因此我方还盘如下：50 公吨 2023 年产的中等品花生仁，每公吨 320 美元成本、保险费加运费运至伦敦，其他条件以贵方 5 月 2 日信为准。）

（2）还盘的性质。在国际贸易业务的洽商中，还盘是对原发盘的拒绝，是具有约束力的新一轮发盘，会致使原发盘失效。

（二）还盘示例

Dear Sirs,

We thank you for your letter of April 14 offering us No. 444 Machine Printed Rayon Sateen.

However, we regret to inform you that the minimum of 7 500 yards per design is too big for this market.

In case you can reduce the minimum to 5 000 yards per design, there is a possibility of our booking orders because a considerable quantity of this material is required on this market for manufacturing curtains.

We await your early reply with keen interest.

三、操作示范

Dear Mr. Zhao,

Thank you for your quotation of Mar.18. Although you believe your price is competitive, we think it's too high for us to accept it. You know there is a very large market in our country, and we are the leading importer in this line. If you would like to cut your price to USD 10.00, we will place our order immediately. All other terms and conditions are unchanged.

Please consider our counter-offer and give us your reply ASAP.



任务四 接受

一、知识准备

(一) 接受的定义

接受（acceptance）在法律上称为承诺，它是指受盘人在发盘有效期之内无条件同意发盘的全部内容，并愿意签订合同的一种口头或书面的表示。接受可以由卖方表示，也可以由买方表示。接受生效的时间，也是合同成立的时间。

(二) 构成有效接受的条件



动画：构成接受的有效条件

《联合国国际货物销售合同公约》第十八条规定的第一点：“被发盘人声明或做出其他行为表示同意一项发盘，即是接受，缄默或不行动本身不等于接受。”具体来讲，法律上有效的接受应具备以下几个条件。

1. 接受必须由特定的受盘人做出

对发盘表示接受的，必须是发盘中指明的受盘人，不能是其他人。如果其他人获知一项非向他做出的发盘，并且同意发盘条件，做出接受表示，只能视为他向发盘人做出的发盘，除非发盘人同意，否则合同不成立。

2. 接受必须表示出来

接受必须由受盘人以某种方式表示出来，受盘人表示接受的方式有以下两种。

(1) 用声明做出表示，即受盘人用口头或书面形式向发盘人表示同意发盘，这是国际贸易中最常见的方法，如“同意”“接受”等。

(2) 做出行为来表示，所谓做出行为，通常指卖方发运货物或买方支付货款，也可用其他行为表示，如开始生产货物、采购货物等。使用这种方法应注意，行为应是根据发盘的要求或当事人之间的习惯做法而做出的，并且要在发盘的有效期限之内做出。

3. 接受必须与发盘相符

如要达成交易和签订合同，受盘人应无条件同意全部发盘条件。接受应是绝对的、无保留的。根据英美法“镜像原则”和大陆法遵循的类似原则，要求接受应“纯净”，与发盘“完全相符”。因此，如果对发盘表示接受，但附有条件、限制等，则视为拒绝发盘，构成还盘。

4. 接受必须在发盘的有效期限内表示

接受必须在发盘有效期内传达到发盘人才有效。在口头磋商时，接受可被立即传达发盘人，但在使用信件和电报表示接受时，不能立即传达发盘人。接受于何时生效，各国对此的解释不同。

英美法国家采用“投邮生效”原则，即在一般情况下，接受送达发盘人时生效，

但是在以信件或电报传达接受时，接受自信件投邮或电报发出时即生效。但是也有一个限制，如果发盘人明确规定接受应于有效期内到达发盘人，则接受必须在发盘有效期内到达才有效。

大陆法国家遵循“到达生效”原则，即表示接受的信件、电报必须在发盘有效期内到达发盘人，接受才有效。如果表示接受的信件、函电在邮寄途中遗失，那么合同不能成立。《联合国国际货物销售合同公约》遵循“到达生效”原则，接受于到达发盘人时生效。

课堂思考

下列哪个为有效接受（ ）。

- A. 你 17 日电接受，但用 L/C 替代 D/P
- B. 你 17 日电接受，如能将装运期改为 5 月，我方可接受
- C. 你 17 日电接受，但交货时须提供原产地证明
- D. 受 R 公司委托，接受你方 17 日电条件

（三）逾期接受

如果接受通知超过发盘规定的有效期，或发盘未规定有效期而超过合理期限才传达发盘人，就称为逾期接受，即迟到的接受。逾期接受通常是无效的，但《联合国国际货物销售合同公约》第二十一条规定了以下几种特殊情况。

（1）如果发盘人收到逾期接受，毫不延迟地通知受盘人确认逾期接受有效，此逾期接受有效。

（2）一项逾期接受，从它使用的信件或其他方式表明，在传递正常的情况下本能及时到达发盘人，但由于传递不正常导致延误造成逾期，此种接受是有效的，除非发盘人毫不延迟地通知受盘人，他认为该发盘已失效。

（四）接受的撤回

接受的撤回是指在接受生效之前撤回的行为，其目的是阻止合同生效。《联合国国际货物销售合同公约》第二十二条规定：“如果撤回通知于接受原应生效之前或同时，送达发盘人，接受得予撤回”。接受在送达发盘人后立即生效，双方协议达成，不能再做撤回行为。

二、操作指导

（一）如何撰写接受函

接受函示例如下。

We are in receipt of your letter of July 8 and appreciate your cooperation very much. We are pleased to give an order for the following...（译文：贵方 7 月 8 日来信收悉，感



谢贵方的合作。我方愿订货如下……)

(二) 接受函撰写示例

Dear Sirs,

We have received your fax of June 11, 2024.

After due consideration, we have the pleasure in confirming the following offer and accepting it:

(1) Commodity: Dalian Superior White Crystal Sugar.

(2) Packing: To be packed in new gunny bags of 100 kegs each.

(3) Quantity: 10 000 MT.

(4) Price: U.S. dollars one hundred and twenty (US\$120.00) per MT. CIFC 2% Osaka.

(5) Payment: By confirmed, irrevocable L/C payable by draft at sight.

(6) Shipment: in Aug.2024.

Please send us a contract and thank you for your cooperation. We suppose the conclusion of this transaction will lead to more business in the future.

Yours faithfully

(三) 接受应注意的问题

在对外贸易中，表示接受的既可以是买方，也可以是卖方。

(1) 如果是我方表示接受，一般应注意以下几个问题。

① 接受前应慎重地对洽商的函电或谈判记录进行核对，经核对认为对方提出的各项交易条件确已明确、完整，并且无保留条件时，再予以接受。

② 表示接受应在对方发盘或还盘的有效期之内进行，并应严格遵守有关时间的计算规定。

③ 在表示接受之前应详细分析对方发盘实意，准确识别其函件是发盘还是还盘，如果误将对方的询盘当作发盘并表示接受，可能暴露我方接受的底价和条件，使我方陷入被动；如果将对方的发盘误认为询盘，可能误失贸易良机。

(2) 由国外客户表示接受时，一般应注意以下几个问题。

① 要认真分析国外客户表示接受是一项有效的接受，还是一项有条件的接受。如果是前者，交易即告达成；如果是后者，对方在表示接受时，若是对主要的交易条件进行了修改或提出保留条件，即属于还盘（价）性质，针对此种情况，根据我方的经营意图决定是否同对方继续交易洽商。

② 在国外客户接受我方发盘时，如对一些非重要条件做轻微地改动，按照国际贸易习惯和惯例，应视为有效的接受，但发盘人有权拒绝此项轻微改动的要求。如果发盘人并未在有效期间及时提出反对意见，则不影响对方接受的有效性，我方仍然有订

立合同的义务。

③ 注意贯彻“重合同、守信用”的原则，只要对方接受有效，即便出现了对我方不利的情况，如货价上涨或下跌、支付汇率上扬或下浮等，仍应同国外客户达成交易，订立合同，以维护我方信誉。

发盘（或还盘）被接受后，交易立即达成，双方即构成合同关系（contract relation），这时双方对已达成协议中的各项交易条件都必须信守执行。

三、操作示范

Dear Mr. Zhao,

Your quotation has been accepted and we are glad to place our order NO. 9711 as follows:

Commodity: TENDENCY SHOE 767.

Unit Price: USD 11.10 CIF Pusan.

Quantity: 2 400 pairs.

Total Amount: USD 26 640.00.

Shipment: To be effected by seller from China to Pusan, Korea within 45 days after your receipt of L/C.

Other terms and conditions remain the same as we agreed in our previous mails.

Please contact me if you have any questions about this order.

We are looking forward to your sales confirmation and thank you in advance.



素养园地

云上广交会——全球同在线 万里“云洽谈”

从中国对外贸易中心获悉，第127届广交会在“云端”开幕以来，每天都有境外采购商注册观展。登录广交会官网进行“云洽谈”，成为不少采购商“逛展”的日常。60多年从未中断的广交会首次打破时空界限，实现24小时不闭馆，来自全球的参展商和采购商足不出户即可谈生意、做买卖。在全球各大展会纷纷推迟或取消的背景下，中国“逆势而上”开启了空前规模的线上贸易盛会。云上广交会的特殊之处是显而易见的：在互联网、大数据、云计算和AI



等信息技术的助力下，参展商和采购商从“面对面”交流转变为“屏对屏”交互，他们在这里进行网上推介、直播营销、供采对接和在线洽谈等工作，有着不同以往的全新参展体验。

云上广交会将带着中国最新的产品、最好的技术，打破时空界限，最大程度发挥贸易平台作用，以开放姿态面向全世界。

同步闯关测试

一、单项选择

(1) 卖方还盘限 15 日前复到有效，14 日下午收到买方复电要求修改交货期，正准备答复时，次日上午又收到买方来电接受发盘，()。

- A. 此时，已按卖方发盘条件达成合同
- B. 此时，合同尚未达成
- C. 此时，已按买方修改条件达成合同
- D. 此时，合同是否达成取决于卖方

(2) 按《联合国国际货物销售合同公约》规定，一项发盘()。

- A. 必须表明各项交易条件
- B. 必须表明主要交易条件
- C. 只需表明货物名称、数量和单价
- D. 只需表明货物的数量和单价

(3) 按《联合国国际货物销售合同公约》规定，一项发盘的生效是()。

- A. 发盘发出时立即生效
- B. 发盘送达受盘人时生效
- C. 按发盘规定的时间生效
- D. 不须考虑规定时间，送到受益人即生效

(4) 甲向乙发盘：“可供贵厂一年生产所需的全部铁矿石，价格按交货时伦敦五金交易所价格计算。”根据《联合国国际货物销售合同公约》，这是一项()。

- A. 询盘
- B. 邀请发盘
- C. 有效发盘
- D. 无效发盘

(5) 发盘的撤回与撤销的区别在于()。

- A. 前者发生在发盘生效后，后者发生在发盘生效前
- B. 前者发生在发盘生效前，后者发生在发盘生效后
- C. 两者均发生在发盘生效前
- D. 两者均发生在发盘生效后

(6) 指出下列哪个为发盘。()

- A. 请报装运期 15 日复到有效
- B. 你 17 日电大豆每公吨 20 英镑 18 日复到

- C. 你 17 日电可供 100 打参考价每件 5 美元
D. 你 17 日电接受, 但用 L/C 替代 D/P 可商量

(7) 据《联合国国际货物销售合同公约》, 下列哪些为一项发盘必须具备的基本要素? ()

- A. 货名 品质 数量 B. 货名 数量 价格
C. 货名 价格 支付方式 D. 货名 品质 价格

二、多项选择

(1) 下列哪项属于《联合国国际货物销售合同公约》对发盘所须具备的条件的规定。()

- A. 向公众发出的商业广告 B. 向一个特定人提出
C. 发盘内容必须十分确定 D. 提出交货时间、地点的订约建议
E. 发盘送达发盘人生效

(2) 根据《联合国国际货物销售合同公约》规定, 下列各项中不妨碍合同成立的有 ()。

- A. 交货时间及地点 B. 付款时间及地点 C. 货物名称
D. 货物数量或其规定方法 E. 货物价格或其规定方法

(3) 《联合国国际货物销售合同公约》规定, 受盘人对下列哪些内容提出更改, 就可视为实质性变更发盘条件。()

- A. 价格 B. 品质 C. 数量
D. 交货时间 E. 解决争端的办法

(4) 英国某客户向我国进出口公司来电: “我方接受 72 型每码 1.30 美元的发盘, 若 84 型能减价 10%, 我方将订购 1 000 罗。” 此来电 ()。

- A. 否定了原发盘 B. 属于邀请发盘 C. 构成一个新的发盘
D. 实质性变更我方发盘条件 E. 是磋商交易的还盘阶段

(5) 构成一项有效的接受, 必须具备的条件有 ()。

- A. 接受由受盘人做出
B. 接受由第三者做出
C. 接受同意发盘所提出的交易条件
D. 接受的传递方式符合发盘的要求
E. 接受在发盘规定的时限内做出

三、判断题

- (1) 每笔交易都必须经过询盘、发盘、还盘和接受四个环节。 ()
(2) 发盘对发盘人是有约束力的。 ()
(3) 发盘构成条件之一是应向一特定人提出。 ()



- (4) 不可撤销的发盘是不能撤回的。 ()
- (5) 发盘的撤回通知的目的是阻止发盘生效。 ()
- (6) 凡是逾期的接受并非受盘人过失, 对此又能加以证明的, 只要发盘人缄默, 合同即告成立。 ()
- (7) 在国际贸易中, 发盘是卖方做出的行为, 询盘是买方做出的行为。 ()
- (8) 《联合国国际货物销售合同公约》规定, 口头合同与书面合同具有同等法律地位。 ()
- (9) 根据《联合国国际货物销售合同公约》, 只要发盘中规定货物名称并明示或暗示其数量和价格, 就是内容“十分肯定”。 ()
- (10) 还盘可视为一项新的发盘。 ()

四、案例分析

(1) 我方 A 公司在向美国 B 公司 6 月 1 日的电传发盘中称: “确认出售 1 000 公吨大豆 (其他交易条件略), 请电汇 10 万美元。限 6 月 7 日复到。” B 公司 6 月 2 日复电: “接受, 我已汇交你方开户行 10 万美元, 该款在你方交货前代你方保管。” 对此 A 公司未做任何答复。B 公司了解该商品价格有上涨趋势后于 6 月 5 日来电传表示: “接受你方 6 月 1 日发盘, 请告合同号码。” 请问: 在这种情况下, 我方应如何处理? 为什么?

(2) 某公司向美商出口一批货物, 该公司于周一上午 9 时以电传的方式向美商发盘。公司原定价为每单位 500 美元 CIF 旧金山, 但该公司工作人员由于疏忽, 误报每单位 500 元 (人民币) CIF 旧金山。

请分析在下述三种情况下应当如何处理较为妥当?

- ①在当天下午发现问题;
- ②在第二天上午 9 时发现, 客户尚未接受;
- ③在第二天上午 9 时发现, 但客户已经接受。

实操能力提升

熟悉各类出口交易过程中的英文函电的内容、格式规范, 并结合公司实际业务要求, 撰写询盘、发盘、还盘和接受函等中英文外贸函电。

你是某建材有限公司的一名外贸业务员, 通过互联网已经找到了潜在的客户 SAUDI ARABIA CERAMIC IMP&EXP CO.,LTD., 主要经营瓷砖、卫浴洁具产品的进口业务。你得知该公司欲购大量的卫浴洁具, 于是抓住时机于 2009 年 8 月 12 日寄去了一份产品目录。三天后, 对方公司回电表示对你们的产品很感兴趣, 并提出欲购买的品种、数量及交货期, 请公司报价。于是双方以电传形式进行了交易磋商。在经过几个回合的商讨之后双方达成协议, 由你方提供货号为 X-F8034N、X-F9034N 的淋浴房各 50 套, 每套价格为 212 美元 CIF 旧金山, 11 月装运, 凭不可撤销即期信用证

付款。

买方公司的全称和详细地址如下。

SAUDI ARABIA CERAMIC IMP&EXP CO.,LTD.

FLAT TOG, TRADE BLDG. J-23 KINGDOM ROAD, RIYADH, SAUDI ARABIA

E-MAIL: SHIHID @ YAHOO. COM

请根据实际业务开展情况完成交易磋商任务。

根据上述材料，分别从双方角度以中英文两种文字拟定往来函电的内容，其中要包括询盘、发盘、还盘、接受各环节。



项目二同步阅
关测试及实操
能力提升参考
答案

评价与考核

一、评价考核方式

小组考核和教师考核。

二、效果评定

根据出勤、学习过程、实训成果进行评定。首先，小组内部评出每位成员的个人成绩；然后，教师进行考核，评出被考核学生的成绩；最后，综合各小组及教师评价成绩，在此基础上给出个人最终成绩。个人最终成绩 = $50\% \times$ 小组评价成绩 + $50\% \times$ 教师评价成绩，如表 2-1、表 2-2 所示。

注：考评满分为 100 分，60 分以下为不及格，60 ~ 69 分为及格，70 ~ 79 分为中等，80 ~ 89 分为良好，90 分及以上为优秀。



表 2-1 小组
考核表



表 2-2 教师
考核表