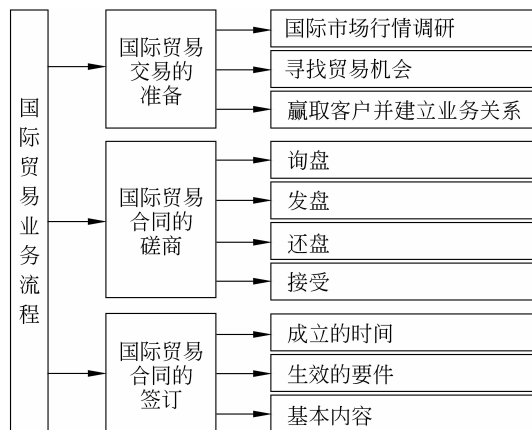


第三章

国际贸易业务流程

本章知识结构



学习目的与要求

1. 了解国际贸易交易的准备工作的主要内容。
2. 掌握国际贸易磋商的主要环节。
3. 熟悉国际贸易合同生效的要件及合同形式。

引导案例

美国 A 公司 10 月 4 日向 B 公司以传真发盘,出售电子元器件,规定于当天下午 5 时复到有效。B 公司于当天下午 4 时以传真答复,对发盘中的价格及检验索赔条件提出了不同意见。10 月 5 日,A 公司与 B 公司通过电话进行洽商,双方各作了让步,B 公司同意接受 A 公司的价格,A 公司同意 B 公司提出的检验索赔条件,至此,双方口头达成了一致意见,并一致同意两公司的代表在广交会上签署合同。

10 月 20 日,A 公司的代表去广交会会见了 B 公司的代表,并交给他一份 A 公司已签了字的合同文本,B 公司的代表则表示要审阅后再签字。3 天后,A 公司的代表再次会见 B 公司的代表,而 B 公司的代表仍未在合同上签字。A 公司的代表即索回了未签字的合同。11 月份,A 公司致电 B 公司要求开证履约,B 公司不同意,双方当事人发生争议。试问:

- (1) 双方于 5 日通过电话协商达成一致意见是否表示合同已于此时成立?

(2) 要求签署书面合同是否仅仅是一种形式而不会影响合同的有效成立?

(3) 双方最终是否建立合同关系?

点评: 合同的形式是交易双方当事人就确立、变更、终止民事权利义务关系达成一致的方式, 是合同当事人内在意思的外在表现形式。根据《联合国国际货物销售合同公约》和《中华人民共和国合同法》的有关规定, 当事人订立合同, 有书面形式、口头形式和其他形式。合同的上述形式均具有相同的法律效力, 都是合同的法定形式。

但应该注意, 在法律作出强制性规定和当事人作出约定的情况下, 应该根据法律的规定和当事人的约定。可见当事人在订立买卖合同时, 要根据国际公约或者国内法是否对其作出规定及双方当事人的合意或意愿, 来确定买卖合同的具体形式。

本案中, 双方当事人在前期的书面传真中并没有达成交易, 而随后在口头磋商中虽达成协议, 但又保留了条件, 即决定在 10 月广交会上达成书面合同。后来由于种种原因, 双方最终并未达成书面协议, 因此, 买卖合同所要求的具体形式没有完成, 双方的交易也就没有成立。

在进出口贸易中, 由于交易方式和成交条件不同, 其业务环节也不尽相同。但是, 不论进口或出口交易, 一般都包括交易准备、合同磋商和合同签订三个阶段。

第一节 国际贸易交易的准备

交易准备是一项烦琐、细致的工作, 在交易磋商前的准备工作好坏直接影响整个交易的成败。

一、国际市场行情调研

行情调研的目的是为了获得与贸易有关的各种信息, 通过对收集到的各方面信息的分析, 得出国际市场行情特点, 判定贸易的可行性并据此制订贸易计划。

(一) 国际市场营销环境分析

1. 国际市场营销的经济环境分析

国际市场营销的经济环境分析通常包括世界经济格局及发展趋势、国际贸易构成和国际金融体系等方面的分析以及了解一个国家或地区的自然条件、总体经济状况、生产力发展水平、产业结构特点、国家的宏观经济政策、货币制度、经济法律和条约、价值观念、商业习惯、消费水平和基本特点等。

2. 国际市场营销的文化环境分析

企业要想在国际营销中满足异国顾客的需求, 必须根据各国文化的差异性判断顾客需求的差异性。从各国企业的国际营销实践来看, 重视文化分析者成功, 忽略文化分析者失败, 已成为国际商界的一条定律。

3. 国际市场营销的政治和法律环境分析

国际营销企业不仅要注意了解和分析目标国家政治和法律环境的特征, 遵守当地的

法律法规,而且要采取措施避免或减少可能的政治风险,维护自己的合法权益。

(二) 国际市场调研

国际市场调研主要是针对某一具体选定的商品,除了调查其市场需求情况,还要了解国内市场的供应情况、国内企业的生产能力,要了解生产的技术水平和成本、产品性能、特点、消费阶层和高潮消费期、产品在其市场生命周期中所处的阶段、该产品市场的竞争和垄断程度等内容。目的在于确定该商品贸易是否具有可行性、获益性。

(三) 目标客户调研

目标客户调研在于了解欲与之建立贸易关系的国外厂商的基本情况。包括它的历史、资金规模、经营范围、组织情况、信誉等级等其自身总体状况。

小贴士

目标客户调研普遍采用以下五种方法。

(1) 通过国内的咨询机构调查。我国境内已建立一批咨询调查机构,可随时接受客户的委托,提供全球范围内外商资信调查报告。

(2) 通过国内往来银行向对外的往来银行调查。中国银行在世界上许多国家和地区设有分行、办事处等机构,与当地的银行之间可进行业务往来、信息沟通,企业向其发出资信调查函,可得到其帮助。

(3) 利用国际工商名录进行调查。国际工商名录通常是由各国商会编纂,收录各国著名的贸易公司、商号的电传、电话、公司地址、主要经营项目及主要经营情况。

(4) 通过国外咨询机构或调查公司调查。国外著名的咨询机构、资信调查公司提供的调查报告详细准确。这些资料的取得通常是需要交费的,而且只能是有资格的机构才能获得资料。

(5) 委托律师参与资信调查。可由律师或以委托人的名义,到被调查人所在地工商登记机构调取其企业登记材料,到房地产管理部门调查房产情况等。律师可按委托人的要求,为被调查对象出具资信调查法律意见书。

例题 3-1

借助客户资信调查报告做出商品贸易决策

2015年7月初,一个中国台湾客户(以下简称“A客户”)与B公司业务员联系,希望利用B公司的资金、银行授信额度规模优势,开展液晶显示屏中转贸易业务,单笔合同金额超过1 000万美元,生产厂家为全球知名的韩国客户(以下简称“L客户”)。

L客户要求与其香港公司签订销售合同,支付方式为合同金额的30%预付给L客户香港公司,70%为即期信用证。L客户香港公司专营亚太市场销售业务,不接受转让信用证。A客户与B公司签订购买合同,支付方式只能是全额即期信用证。

B公司风险委员会负责人立即召集B公司相关部门负责人,主持、召开本笔业务风险

评估会议,制定相应的应对措施,同时要求单证运输部马上向中国出口信用保险公司安徽公司申请 L 客户香港公司资信调查。B 公司查找了国际结算方面的可能风险,也制定了相应的应对措施。

在准备工作完成之前,B 公司并没有因为 A 客户不断以行情看涨等多种理由催促签约而草率签约。直到 7 月 20 日收到中信保安徽公司一份及时的、内容翔实的 L 客户香港公司资信调查报告,得知 L 客户香港公司 2015 年 6 月 25 日就向香港政府主管部门申请注销了。B 公司随即告知 A 客户相关信息,确定放弃本笔中转贸易业务。

点评:中信保安徽公司一份及时的、内容翔实的、并有客观分析的客户资信调查报告,让 B 公司坚定地做出了明智的选择,避免了可能产生的不必要的巨额损失。事实上,外贸企业在商品贸易决策和风险防范方面确实需要借助充分发挥资信调查在外贸企业进出口业务发展中的不可替代作用。

二、寻找贸易机会

要做成生意,首先要寻找贸易机会,寻找客户。寻找国外客户是进出口企业日常工作中,尤其是进出口企业成立初期最重要的一项工作,也是外贸业务工作的重点。

(一) 寻找贸易机会的方式

(1) 充分利用国际工商名录。

(2) 由驻外分支机构开发新顾客。各大公司在海外设立分公司,其主要目的就是开发新的顾客,为公司争取更多的贸易机会。

(3) 充分利用来华的各种外国代表团。每年来我国的外国经济访问团、市场调查团,参加国际展览会的国外团组很多,可以利用这些机会选择贸易对象。

(4) 出国考察。出国考察或参加国外举办的国际商展,有利于开阔眼界,同时可认识更多的国外新朋友,这也为我们增加了更多的贸易机会。

(5) 国外老顾客的介绍。

(6) 利用新闻工具获得新顾客,可在有国际影响的报纸、杂志上刊登广告,征求顾客。

(7) 通过商会、领事馆及对外贸易协会的介绍认识新的顾客。

(8) 通过博览会、展销会,结识客户。

(9) 利用互联网开展网络营销。现在有些专业机构常年开设网上交易平台,可以常年在网上参展。

(10) 其他一些特殊渠道,如联合国采购、跨国采购等平台 and 方式;国内或驻外机构(如贸易中心)常年开设的展厅,进行商品展览等。

(二) 通过展销会寻找客户

参加展销会是推销自己、寻找客户的很好方法。

1. 中国进出口商品交易会

中国进出口商品交易会又称广交会,创办于 1957 年春季,每年春秋两季在广州举办,

迄今已有五十余年历史,已发展成为我国规模最大、商品种类最全、采购商最多、效果最好的综合性国际贸易盛会,对支持我国企业特别是中小企业开拓国际市场,培育外向型企业人才,促进对外贸易发展发挥了重要作用。

2. 各种区域性展销会

1) 中国华东进出口商品交易会

中国华东进出口商品交易会简称“华交会”,是由商务部支持,上海市、江苏省、浙江省、安徽省、福建省、江西省、山东省、南京市、宁波市9省市联合主办,每年3月1~5日在上海举行。华交会是中国规模最大、客商最多、辐射面最广、成交额最高的区域性国际经贸盛会。

2) 中国昆明进出口商品交易会

中国昆明进出口商品交易会简称昆交会,是由商务部、云南、四川、重庆、贵州、广西、西藏六省(区、市)及成都市人民政府联合主办,海内外多家机构参与协办的区域性国际商品交易会。展洽内容包括商品进出口、技术进出口、边境贸易、国内外招商引资及经济技术合作项目洽谈等,展出规模在2000个标准展位以上,其中东盟、南亚国家参展展位300多个。

3) 中国大连进出口商品交易会

1987年,经对外经济贸易合作部批准,“中国东北地区即内蒙古出口商品交易会”在大连举行,这是中国改革开放初期,国家支持举办的极具影响力的区域性交易会,多年来,在有关部委和国内外商协会组织的大力支持下,“大连交易会”对中国东北地区的改革开放和经济建设起到了十分重要的作用。

3. 国际性商业展览

国际性商业展览是代理商接触进口产品最直接的途径,当然也是参展商寻求代理商,并与潜在客户商谈的绝佳商机。

(三) 利用互联网开展网络营销

在国际贸易的网络营销实践中,网络品牌推广、网址推广、信息发布、网络广告、客户寻找等是常用的方法。

1. 网络品牌推广

网络营销的重要任务之一,就是在互联网上建立并推广企业的品牌,知名企业的网下品牌可以在网上得以延伸,一般企业则可以通过互联网快速树立品牌形象,并提升企业整体形象。

2. 网址推广

网站所有功能的发挥都要以一定的访问量为基础,所以,网址推广是网络营销的核心工作。网址推广与网络品牌是联系在一起的。

3. 信息发布

(1) 免费发布信息。根据企业产品或服务的特性发布在相关网站的相关类别中,有