

# 外 贸 入 门

前言：随着全球经济一体化与中国经济的迅猛发展，越来越多的人开始从事外贸行业，它充满着挑战与艰辛，同时带给大家广阔的机遇和发展自我的舞台。因为本人有了参与外贸行业的舞台，所以开始整理收集外贸入门的一些基础知识，希望对想创业和愿意投身外贸行业的朋友以帮助！（所有文章来自网络）

群淇

06.9.8

## 初期外贸知识

准备工作：俺也能做外贸

### 【什么是外贸】

外贸就是跟外国人做生意。

### 【做外贸业务需要什么条件】

懂一点英文。不一定非得要四级那么厉害...看得懂数字、年月日、长短好坏以及“你好谢谢再见”等的三五百个单词，加上跟你做的产品相关的一些名词，再买本汉英字典和一个叫做《金山词霸》的电脑字典软件来帮忙（不知道这个软件的，跟贴提问），就可以开始做外贸了。当然，英文越好，做生意越方便，所以要注意积累，平时没事的时候，也该抽空学点儿文化。

有一台能上网的电脑。做外贸没有电脑，会被同行小看的。再说，用电脑在网上收集信息，收发邮件，比打电话发传真写信什么的可省钱多了。

### 【出口外贸的整个过程是怎样的】

谈生意--交货--拿钱---向有关部门报告交易情况

### 【为什么要报告交易情况呢】

因为国际上对外贸管理都比较严格，货物出国前常常要检验，取得批文；拿到的钱款要申报等等。此外，国家鼓励出口，报告交易情况就可以享受优惠政策。

报告交易状况不是最后进行的，而是贯穿于整个外贸过程中。主要跟四个部门打交道：

- 1、进出口商品检验检疫局：交货前请他们验货，并出具品质证书。这个过程叫“商检”。
- 2、海关：商检以后，向海关申报出口，然后运出去。这个过程叫“报关”。
- 3、外汇管理局：收到钱以后向外汇管理局报告。这个过程叫“核销”。
- 4、国税局：出口以后申报，取得退返税款等优惠。这个过程叫“退税”。

外贸和国内做生意在本质上并没有太多的差异，只是需要在外贸操作中跟几个政府部门打个交道而已。

### 【小结】通过本节的学习准备，我们已经了解了常见的出口外贸全过程：

谈生意---备货---请商检局检验货物---向海关申报出口----把货物运输出国交给客户---从客户那里取得货款----向外汇管理局申报---向国税局申报----数数挣了多少钱，攒起来回村盖房娶媳妇。

实际上，并不是每个环节都要你自己去做。市面上有很多专业公司，他们可以帮助你做其中的一项或几项工作。比如，货物运输代理公司可以帮你“报关”和“运输”，银行可以帮你取得货款，出口代理公司可以帮你“商检”以及向外汇局和国税局申报等等---实际上，出口代理公司能做的事情如此之多，以至于你甚

至只需要谈生意，然后把所有的事情都交给他们帮忙打理，你把货物交给他们，他们收到国外的货款以后，兑换成人民币给你。不过，他们会收取整个货值的1%~3%作为手续费。此外，盖房娶媳妇则一定要自己做，包工头和媒婆一般都靠不住..看女孩照片要看身份证照不要看艺术照...身份证照漂亮那才是实打实地漂亮...血泪教训。

当然，和国内一样，外贸生意场上也有各种骗子和陷阱，所以，光知道流程还不够，有必要了解具体的做法，掌握清晰的操作思路，这样就不会出太大的问题。

接下来，我们就对每一个步骤详细学习一下，并了解在这个过程中如何与政府部门和各类专业公司打交道。

## 如何寻找客户和谈生意(上)

### 【寻找客户的途径】

做出口外贸的要寻找客户，多半通过各种交易展览会（比如著名的一年两次的广州交易会，上海的华东交易会等），以及通过互联网搜寻。参加交易会效果来得比较快，跟老外面对面谈生意，信息也比较准确，但贵呵，去一次交易会动辄五万八万的。互联网就便宜多了，而且随时随地都可以开工干活..所以咱们重点谈互联网。

互联网上找客户，有两种方式，一是发广告，大声吆喝让大伙都知道你；二是搜寻采购信息，看谁象买主就兜上去推销。

【如何在互联网上找到需要的信息】\*\*\* 考试重点，务必温习！

发广告得知道上哪儿发，采购信息得知道到哪儿去收集。所以首先咱们来练习一下如何在互联网上找到你需要的信息。互联网上什么东西都有，而且混成一锅粥，瞎转悠可不成。因此我们需要一个重要工具叫做“搜索引擎”，这东西就是互联网上带路的，你要找什么，告诉它，它带你去找。现在，打开互联网，在地址栏中输入 <http://www.google.cn/> 你就进到目前世界上最好的搜索引擎里了。假如，你是个卖鸡蛋的，想知道都有谁想买鸡蛋，怎么找？不难想象，想买鸡蛋的人，会在网上吆喝，求购鸡蛋，只要我们找到他们求购鸡蛋的帖子，就能联系上。好，让我们在搜索引擎的空格栏里写上“求购鸡蛋”，然后点击“搜索”...好的，新的页面打开了..看见勒..呵呵..基本的操作就是这么简单。这里的“求购鸡蛋”，术语叫做主题词，也就是搜索引擎根据什么内容来查找答案。主题词的选择有些讲究，同样的意思，不同的主题词，搜索结果会大不一样。因为互联网上的内容浩如烟海，你只要一杯茶，互联网却会连汤带水给你一锅。你可以尝试着输入“买鸡蛋”、“我要鸡蛋”等，看看结果。所以，要多练习，揣摩拟定搜索主题词的技巧。不妨先抽半小时看看相关的介绍：  
<http://www.google.com/intl/zh-CN/help/index.html> 学会使用搜索引擎以后，就可以方便地在网上找到你需要的各种问题的答案了。

## 单元练习

1. 目前人民币对欧元的汇率是多少？

参考答案:在搜索引擎中输入“人民币汇率”

2. 过年了俺想显摆一次，坐飞机回家相亲，不知从上海到广州打折机票多少钱？到哪里买？

参考答案:在搜索引擎中输入“上海广州打折机票”

3. 怎么做麻婆豆腐？

参考答案:在搜索引擎中输入“麻婆豆腐菜谱”

4. 外贸中的“原产地证”是什么意思？

参考答案:在搜索引擎中输入“原产地证”

抽空多练练，你会发现自己功力猛增....开始有点儿"万事不求人"的牛劲了...见到论坛上<什么是 CIF>之类的菜鸟级求助贴就想笑..扬眉吐气其乐无穷呵。

## 第二节 如何寻找客户和谈生意(中)

新手上路做外贸，到哪里去找客户？上回书说到，互联网是目前最省钱又便捷的途径。网上找客户的方法有两种：一是发广告，让大伙都知道你，让买家自己来找你；二是搜寻买家的信息，通过电子邮件的方式上门推销。在网上找客户，叫电子商务...其实电子商务不是这个意思..呵呵不管，只要做生意而跟网络沾边咱一概声称是电子商务..显得咱也够档次。

那么，我们就开始电子商务吧...呵呵。首先有三个准备工作要做：

1.给自己起个英文名字，方便让老外称呼你。英文不好的朋友，不要用自己名字的汉语拼音做英文名..因为老外念拼音跟咱们不一样，会驴唇不对马嘴的。随便起一个好了...最好是欧美风格的名字...义乌福田国贸城某小老板就起个名叫 Mahmud Li (默罕穆德.李) ..不是说不行，到底有点儿怪.呵呵

2.注册一个电子邮件信箱方便老外找你. 免费信箱的也都可以。推荐 hotmail ,  
收发国际邮件稳定且快速，非常可靠。

3.写一封广告信。

无论是到处撒广告还是挨个推销，都得先准备好一小篇广告信--行话叫“开发信”，  
开发市场的信--英文的..咱想找老外么当然用英文。开发信不难写，只要说清楚  
你卖的是啥，你工厂/公司名称地址联系方式就可以了，当然，加上几句诸如“可  
以常年供应”、“物美价廉”也没什么不好...根据经验 ,如果强调一下你是中国的工厂  
/公司，效果会不错，中国货品种多档次全价格低，老外都挺喜欢。

#### 【怎样写开发信】

最简单的开发信：

We are AOT Co. ,Ltd in China. We supply apple with good quality and low  
price.

Please contact us to know details.

( 翻译：我们是中国的 AOT 公司，我们卖苹果，质量不错还很便宜。

请联系我们以了解详情。)

( 联系方式 )

Contact: Mr.Octopus

Tel: 86- 21-88888888

Fax: 86-021-66666666

E-mail: [8@888.com](mailto:8@888.com)

如果你不喜欢用“特便宜”这个词..觉得跌份儿， 就改用文雅些的“竞争性价  
格 competitive price”..都是一个意思..不过根据经验 ,还是用“low price”比较吸

引人，不过也不要因此就豁出去用"low low price"..老外会挺反感的。

如果你英文还不错...那么就加多些内容..自己掂量着办。如果英文不好又想多加些内容，可以在网上找一些现成的例句。怎么找例句？（兄弟呵上一节课打盹了吧？...参见教程 2 之怎样在【网上搜寻需要的信息】）随便在搜索引擎中输入“外

贸 英 语 ” ， 就 看 见

[http://forum.globalimporter.net/view\\_topic/N11101102-5897-1.htm](http://forum.globalimporter.net/view_topic/N11101102-5897-1.htm)

这样的例句还有很多，有空慢慢找吧。

是不是开发信越长越详细就越好呢？不是。咱写开发信的目的是什么？不是参加作文比赛，而是引老外上钩。写得太详细一目了然，客户一懒也就不理睬了。最好是有实有虚，引起客户兴趣，让他联系你来了解详情，他一回复你，你就获得了他的电子邮件等联系方式，这就是宝贵的客户资料。就算一次生意做不成，资料在手保持联系，将来说不准就有戏。关于开发信的技巧，在完成 10 小时的快速入门教程以后，会在进阶修炼教程中专门讲述。

【小结】必要的准备工作：起英文名字，弄个电子信箱并写一封开发信；开发信的内容包括经营的产品名称和你的联系方式。

接下来，咱们就可以发供应信息的广告了。到什么地方发？当然是在生意人聚集的地方发效果会比较好。生意人在网上聚集的地方叫做贸易平台网站。比如阿里巴巴网站就是一个典型的贸易平台，在这里你可以免费登记你公司的信息（叫做免费会员注册），并且发布供应信息。如果肯花点钱，就可以成为付费注册会员，获得更多的信息和服务...倘若出到十几文钱，就能买一样荤菜..不过外贸新手多半没有这样阔措，只有风云楚那样的老大，才能要酒要菜，慢慢地坐喝..

阿里巴巴虽然是国内最好的贸易平台网站，但咱也不能守在这里等..类似的贸易平台网站还有很多，他们的特点就是存储有大量的供求信息，因此，在搜索引擎中输入"供求信息"，能找到很多同类网站，虽然良莠不齐，但闲着也是闲着，有杀错没有放过。通常这类网站都会提供有限的免费信息发布和公司登记的服务..只要是免费的，尽情去发布吧。

此外，类似于贸易论坛这样的地方，趁版主不注意也可以去骚扰一下...你看平时老是有人发广告帖子，受尽城管欺凌也风雨无阻,为啥..? 还是有效么...! 不过死乞白赖发广告贴也不好,得想办法..咱做外贸的脑子得灵呵..比如广告做得委婉一点优美一点，或者努力博个三星级好设计签名档..反正跟开发信一样，只要留个产品名称和联系邮箱就成..

这样做了一轮之后，可能就会有人来找你了，但你很快会发现，找你的全是国内客商外贸公司（外贸公司当然也是买主，也要伺候好，但咱立志做外贸的，还是得多找老外啊）。为什么？**很简单，这些都是中文网站，老外很少来转悠。**看来，还得走出去，到外国的贸易平台网站上打天下。

但是，先在这些中文的贸易平台网站上做工夫很有必要。因为全世界的贸易平台网站，模样都差不多，功能也近似。先在中文网站上，把公司信息登记，供求信息发布等等练熟悉了，以后到全英文的网站上去就不会犯晕，即使有单词不认识，看格局也能连蒙带猜七八分。



估摸着自己功夫差不离了，就可以出去闯喽。

老路子，先去找贸易平台网站。“供求信息”在英文中叫做“Trade Leads”，输入搜索引擎一找....哇好爽！此外，加上你的产品英文名一起搜索，效果更精确。除了“Trade Leads”以外，“B2B”也很常用，意思是“批发商和批发商谈生意”，不妨用它搜索看看。

到了外国贸易平台网站，别露怯，中文网站你咋做，国外网站就咋做..反正不要钱。对了，英文中表示“不要钱”叫做“FREE”，在网上见到“FREE”字样的千万别客气。

此外，登记叫做“Join Now”，初次免费登记叫做“Free Registration”，发布供求信息叫做“Post Trade Lead”，注意，你要卖东西的，就要发布“供应/Supply”，你要看买家信息的，就找“买/Buying”

来，实际演练一下：<http://www.tradepro.com/> 在网页上找找看看有没有上面几个词，有就点进去。玩熟了，到哪都一个样。

这样满世界找贸易平台网站比较累。不要紧，在论坛上--比如咱们的阿里论坛--常常会有闲汉发布一些帖子，告诉你国外贸易网站的，挨个去逛逛.....呵呵，向闲汉们致敬。

小结：广告要在贸易平台网站上去发；通过搜索引擎和论坛帖子寻找贸易网站；在贸易网站上免费注册登记你的公司名址和经营项目；发布供应信息。

**【不要对发广告抱以太大期望】**

发广告能产生的效果是很低的。在 10 个贸易平台网站上发广告，一般只有

一两个会产生效果,而且通常在发布两三个月以后。由于贸易网站信息更新很快,你最好隔三岔五去逛逛,只要该网站允许,不断重新发布你的信息(只是信息,无须再注册),重新发布的信息,最好内容上能有所更新,哪怕是换换词句。

### 【也不要小看发广告的作用】

由于互联网上的信息是流动共享的,你在一个地方发布的供求信息,会被不断引用转载。坚持发广告一段时间以后,往往会有惊喜。只要联系方式不变,一两年以后,不知名的客户在不知名的地方见到你的信息而主动找你,一点也不奇怪。

与发广告相比,主动搜寻买家信息和联系方式,并且发电子邮件挨个推销,更直接有效。 下一节课: 直接搜寻买家!

## 第三节 价格(上): 原理

上一节咱们聊了如何在网上发布商业广告, 以及搜寻买家信息。

连续这样干两个月的牛马活以后, 基本上就会有客户发电子邮件来问价了——行话叫做"询盘 Inquiry"。Inquiry 一词, 通常会显示在邮件的标题和正文里, 英文不好的朋友, 见到这个词要特别关注: 生意上门了。

【旁白】如果居然会两个月都不开张, 怎么办? 这种情况多半是因为公司风水不好。调整风水的简便方法是买个鱼缸养条小鱼摆在自己的桌子上, 鱼缸要孟型收口的。水生财, 收口则合敛财。此外, 自己的桌上不可有罗汉松、文竹一类的东西, 因为这些都是惜福养生的, 不利横财。

有外商问价，把价格报给外商，这就是【报价】，报价要谨慎，亏赚都靠它了。做出口的，价格怎么核算呢？

先了解一点常识。

### 【汇率】

国内用的人民币，外贸用的美金。人民币换美金，兑换比例就叫做汇率。外贸业务中，汇率基本是固定的，8.26 元人民币换 1 美金。所以，如果你的货物价值 100 元，对客户就要报价  $100 \text{ 元人民币} / 8.26 \text{ 汇率} = 12.1 \text{ 美金}$

### 【增值税发票】

国内买卖货物都要交【增值税】。因此如果你是从国内的工厂买进货物再卖给老外，工厂给你的价格理应就是包含了增值税在内的价格，简称【含税价】。比如原价 1000 元的货物，在缴纳了 17%，也就是 170 元的增值税以后，含税价就变成了 1170 元。交过增值税的货物，就该有个凭证叫做【增值税发票】。

增值税发票的样子是这样的：[见附件](#)

你以含税价从工厂买进货物以后，工厂就会把增值税发票交给你。保管好增值税发票...这东西很值钱。

### 【退税】

货物出口以后，国家会把一部分已经缴纳的增值税退回给你，这就是传说中的退税。退税退多少钱？根据你的产品类别，有不同的比率，就叫做退税率。那么，你经营的产品的退税率是多少呢？到这里来查看：

<http://www.chinatax.gov.cn/tsl.jsp> 退税怎么算呢，简单地说就是 不含税价 X 退税率，但要注意这里的不含税价，指的是增值税发票上显示的“税前价”。

主管退税的部门是国税局，退税前你得把从工厂拿到的增值税发票交给国税局做为凭据，没有增值税发票就拿不到退税..现在明白增值税发票的重要性了吧?...那就是钱呵。

**退税非常重要**，因为这是一大笔钱，是做外贸的利润的主要来源。你想啊，假如退税率为 13%，你以含税价 1000 元买进的货物（也就是不含税价 854.7 元），就算原封不动 1000 元卖给老外，你也能从国家那里拿到 111 元。进一步说，你 1000 元拿到的货物，豁出去了 900 元倒卖给老外，“亏”了 100 元，可因为你从国家那里拿到 111 元，实际上还赚了 11 元..太有趣了。事实上，由于现在市场竞争激烈，“亏本卖”在外贸的不少行业中几乎已经成为主流，靠的就是退税能补回来。

**!!! 特别注意 !!!** 以上的算法并不准确，真正的退税计算要复杂一些，我们在以后的教程中还要讲到。这里简单化地讲解仅仅是说明退税的大概意思，以得出一个概念：含税价买进的货物，即使你原封不动卖给国外客户，甚至更低一点价格卖，你也能赚钱，原因是国家给予的退税。

### 【价格术语】

价格术语是外贸特有的东西。因为咱们不可能跟客户面对面一手交钱一手交货，总要长途运输的，因此就会产生各种运杂费。这些费用在计算价格的时候当然要包含进去。根据交货地点和方式的不同，运杂费自然就不同，所以，大家就规定了一些术语来表示不同的交货方式，以此衡量价格。

国际贸易习惯以港口码头作为交货的地点，因此就有了三种最主要的价格术语：

### 1.在中国的码头交货: 术语叫做 FOB

比如约定在上海港口交货, 就叫做 FOB SHANGHAI

在这种方式下, 除了货物本身的价值以外, 还要加上你把货物运到上海码头的运费, 和报关出口手续费以及上海码头上产生的杂费, 才是总的成本价格。

FOB 价格是最基本的价格。

简便公式:  $FOB = \text{货价} + \text{国内运杂费}$

### 2.在外国码头交货: 术语叫做 CNF

比如约定在美国纽约港口交货, 就叫做 CNF NEW YORK

在这种方式下, 除了 FOB 价格之外, 还要加上货物运到美国纽约的运杂费。

简便公式:  $CNF = FOB + \text{远洋运费}$

### 3. 在外国码头交货, 同时给货物买上个保险以免途中损坏: 术语叫做 CIF

同样的, 约定在纽约港口交货就叫 CIF NEW YORK

这种方式就是在 CNF 价格的基础上, 加上一点保险费。保险费需要多少呢? 由保险公司来定, 根据货物类别和交货地点而略有不同。打个电话给保险公司, 告诉他们你货物的种类, 价值和去往的地点, 他们就会告诉你保险费需要多少。保险的种类也有几个, 但通常都用一切险: 出什么事情保险公司都替你兜着——至少书上是这么说的.....

保险费不算贵, 以货物出口到美国为例, 保个一切险, 1000 元的货物也就 5 元保险费.....求稳妥的话, 咬咬牙也就买吧。

了解不同保费率, 可以参考:

[http://www.cec.globalsources.com/EXPORTBOX/EI\\_EXPOR.HTM](http://www.cec.globalsources.com/EXPORTBOX/EI_EXPOR.HTM)

简便公式:  $CIF = FOB + \text{远洋运费} + \text{保险费}$

小结：三种主要的价格术语分别是 FOB、CNF、CIF。术语后面要写清楚港口的名称。FOB 最基本，等于货值加上国内的运杂费。添上运到国外的运费就变成 CNF，再加上保险费就是 CIF。

### 【运杂费的计算】

货值咱自己当然知道，但运杂费该有多少呢？学到这里，咱们做外贸的好朋友【货代】就隆重登场啦。

货代就是货物运输代理公司的简称。如果是 FOB 还好说，到时候把货物拉到中国码头就完事，而做 CNF 或 CIF，就得让货代帮忙远洋运输了。方便操作起见，咱们通常还会把码头上以及海关报关方面的麻烦事情一股脑交给货代来帮忙做，咱只管交货就行。所以，货代是咱们外贸上的主要帮手，不离不弃恩怨情仇。货代的服务是要收费的（废话！），运费杂费方面的很有弹性，可以讲价。跟任何行业一样也有好货代和坏货代之分。既然是生意上的主要帮手，咱们就得多找几家，挑个好的，舒心合意才能长久搭伙么。

货代到哪里去找？老办法，搜索引擎.....更好的办法，咱们论坛上就有物流综合论坛（顺便说一句，物流是货代们给自己起的美名），可以去那里串串门儿了解一下情形。

找好货代以后，把你货物的类别，体积，重量，运输的目的地，大致的发货日期告诉货代，他就会帮你算出所需要的运杂费。刚开始做外贸的朋友，不妨仔仔细细问清楚这些运杂费都有那些名目，各自是多少等等，做到心中有数。货代也可以代办保险的，因此投保所需的保险费用也可以询问他们....别不好意思麻烦货代，这会儿他们在拉你的生意呢，对你的非份要求一般都会忍气吞声尽量满足耐心解答，等你货物给他们了才会露出狰狞面目...所以，趁现在尽情折腾他们

吧..呵呵。

### 【附加内容 1：关于货代】

货代是咱们的重要伙伴，他们能帮咱们做的事情，远不止运输那么简单，这一点后面的课程会讲到。一个好的货代，可以使咱们的生意顺溜安全。相应地，找到好货代以后，咱们也要全力配合他的工作，大家齐心才能生意兴旺。如何配合好，在后面课程中的【运输】一节会详细讲解。

### 本章总结：价格核算的原理

给外商报价，须把人民币价格折算成美金价格；

国内买货再出口的，进货价格是含税价，要索取增值税发票；

出口以后凭增值税发票可以得到国家退税，退税是外贸利润的主要组成部分；

根据交货方式的不同，计算货值的时候须包含不同的运杂费，形成了三种价格术语；

运杂费需要多少，问货代即可。

提到了退税的基本概念。各位好汉提了不少问题，比较有代表性的鱿鱼集中回答如下：

1.请问退税的价格是按照我从工厂的那个拿货价吗？比如我 1000 元从工厂拿的价，退税率是 13%，要退税就是退这个 1000 元的 13%？

不是。对于贸易性的公司做出口，增值税的计算依据是不含税价。因此，要根据增值税发票上显示的金额(税前金额)来乘以退税率。

简便公式: 进货含税价  $\div$  1.17  $\times$  退税率

也就是说,如果增值税率为 17%,退税率为 13%, 进货含税价为 1000, 则退税金额为:  $1000 / 1.17 \times 13\% = 111$  元

2.那么有的工厂不愿意开增值税发票的,他给我的价格就变成了 854.7 元,那么这个不含 17%税的价格不就比较退回来 13%的价格还划算吗?

不。不含税就不会有增值税发票,而正规情况下按照国家规定没有增值税发票是不能出口的(更没有退税)。所以,当工厂以不含税价格卖货给你以后,你还得想办法从其它途径弄到增值税发票,这可是要花钱的,最后花费算起来跟你用含税价进货是一样的开销。

此外注意,虽然规定是 17%的增值税,但是因为各地、各行业有不同的税率或退返优惠,所以实际操作中工厂往往并不需要真的缴纳 17%,这样一来,不含税价也就不会真的比含税价低 17%那么多了。

3.工厂不开发票的话,对我方是否有损害?

的确,实际操作中,很多小工厂是不开增值税发票给你的,因为他们没有取得开增值税发票的资格。这种情况下也能操作,因为你可以从其它途径弄到等额的增值税发票。所以,工厂不开票的损害就是增加了你的工作量。

关于汇率

问:为什么我有些朋友告诉我汇率要算 9 点多,你的教材中算的是 8 点多呢?

答:8.26 是行业中的基本汇率,银行和业内结算都用这个汇率。



那么,你的朋友说的 9 点多的"汇率"是怎么回事呢? 这通常出现在外贸公司代理出口的情形中。如我们已经说的,外贸公司代理出口的话,对外收汇以及核销以及退税,都是外贸公司来做,最后一总按照人民币来跟工厂结算。

举例,你通过外贸公司卖给客户 100 美元的苹果,资金是这样流转的:

1.外贸公司收到客户支付的 100 美元,折合  $100 \times 8.26 = 826$  元人民币。

2.此外外贸公司通过办理退税还可以得到(比如说) 100 元人民币的退税。

两项合计,那么外贸公司总共收到了  $826 + 100 = 926$  元。也就是说,在这份总金额为 100 美元的苹果出口生意中,外贸公司总共得到 926 元收入。

3.外贸公司代理出口是要收取辛苦费的...比如说是出口合同总金额的 1%吧,那么还要扣除  $100 \text{ 美金} \times 1\% \times 8.26 = 8.26$  元人民币。

4.以上三项合计,外贸公司应该支付给你  $926 - 8.26 = 917.74$  元

也就是说,你通过外贸公司卖出苹果价值 100 美元,外贸公司实际支付你人民币 917.74 元,这样就得出了一个 917.74:100 的比例,也就是所谓的 9 点多的"汇率"。

实际上这个 9 点多只是个"比例"而不是真正意义上的汇率。那为什么要计算这么个 9 点多的比例呢?是为了避免麻烦每次都这样算。我们知道,同一产品退税率是固定的,外贸公司的费用一般也是"老价钱"不变,只要双方合作过一次,就可以算出这个"9 点多"的比例,以后出口相同产品,直接拿 9 点多结算即可。

问:我是新人,刚开始工作没多久。碰到客户询价的时候,公司采取不直接报价的原则,只有在对方意向明确的情况下才能报价,但是我有点担心会不会有

客户流失。公司认为对方真要买产品会继续联系的，我觉得也有道理。我想请问一下，有没有更好的方式呢。

答：闲着也是闲着，生意又难做，好不容易逮着个客户，哪能轻易让他跑掉？首先肯定要报个价。报价的尺度根据客户询盘的情况来判断，常规产品价位中等，新品略偏上。初次接触，最好不要用"quote"这样正规的词来报价，轻描淡写的"price"足矣。甚至不出现 price 字样亦可。重点：一定要留个尾巴来“钓”客户。

- 1.规定一个最低订货量（作为以后讨价还价的筹码之一）。
- 2.最重要的，后面要补充说明，“上述价格为参考。如您所能理解，根据订货量、交货时间和付款方式的不同，价格会有很大的区别——有时甚至会有高达 10% 的折扣。”云云——当然这都是虚的。
- 3.除报价外，尽可能在回信中附上一些关于产品的资料，比如包装情况、集装箱情况、产品图片等等。

鱿鱼式的理念是，首先给客户一个关于价格的概念，以及关于产品的基本情况，让客户强烈感觉到跟你接触，无论是否成交都能够了解产品信息，“值得联系”。其次，在你对客户心理价位不了解的情况下，报价的同时给客户留下讨价还价的兴趣和空间。和钓鱼同理，既不能只白白地撒饵，也不能冷冰冰甩个空鱼钩过去。

总之，初次与客户打交道，成交是第二位的，细水长流，设法激起客户“保持联系”的欲望才是最主要的。不能坐着干等客户表示“明确意向”，要设法引客户说出他的目的。

比如，泛泛地报个 FOB 价之后，告诉客户“请告知您所需要的目的港，我很

乐于折算一个 CNF 价格给您做参考” 又或“请告知您可能的定购量和交货时间，我看看是否能给您一个好价格或折扣” 等到客户把这些资料给你之后，你就可以名正言顺地拿着去向老板请示了。 否则业务员就成了夹心饼干：老板不报价，客户就不给“意向”；客户不透露详情，老板又不肯松口。生意就僵持了。做业务员的，不但要跟客户斗，还要跟老板周旋，可不能傻等机会噢。

### 最常用的招数：“低价留尾”和“高价留尾”

如先前所说，报价时候留个“尾巴”钓客户，是常用的招数。所谓低价，指的是接近成本价格，利润不高的报价，靠跑量来维持；高价则是预期较高利润的价格了。作为新手，很难自己估算成本价，老板也老是闪烁其词支支吾吾，索性，去翻翻老客户的交易数据，老客户通常利润低，老客户的真实交易价格往往比较接近老板的心理承受底线。“低价留尾”，就是报个低价，但规定一个比较大的起订量，甚至大大高于你所估计的客户可能的订购量也没有关系，关键是用低价勾起客户兴趣，又为将来的涨价提供依据---订量不够嘛当然要贵一点点啦（广东腔）。 “高价留尾”，就是报高价后，故意规定一个小的订货量（估计客户不难达到的量），并许诺如果超过此量，价格会有折扣。此外，如前贴所说，表示根据付款方式等的不同，可给与较大优惠云云。总之，漫天要价，但鼓励客户就地还钱。

用低价法还是高价法，视客户的情形而定，或者说根据业务员的“感觉”。这种“感觉”的准确性靠的是火候，慢慢熬，急不来的。不过一般说来，可以先在网上检查一下客户的情况，如果发现客户有大规模的网站和分支机构，或者在网上大肆散布求购信息，这样的客户最好用低价法，因为你会有很多竞争者，刚开始价格一高，客户理都不理睬你。反之，对那些不熟行的中间商，可以用高价法，

并且在往来信函中主动介绍“内行的”产品技术情况，故意把情况搞复杂，给客户一种“这个产品很有讲究，外行容易上当”的感觉，最后，争取利用客户“花钱买个稳妥”的心态，多挣一点。

当咱们还是低级业务员的时候，报价的处理过程往往比较简单：

- 1.客户问价，老板说卖 5 块，客户说太贵了。
- 2.汇报给老板，老板说最多让到 4 块 5。客户还是不答应。
- 3.老板烦了，说“你问客户到底多少肯下单”。客户要么杳无音讯，要么回答说“2 块 8 怎么样”？
- 4.老板说 2 块 8 成本都不够，客户简直乱来...低于 4 块 2 就没法子做。
- 5.客户一听就跑了...咱们白忙活一场，这个月还是得靠那 1 千 5 的底薪熬着..偏偏女友 20 号过生日..屋漏偏遇连天雨

老板和客户一般都没啥文化，老由着他们性子来的话咱们就永无出头之日。所以，业务员熬到一个阶段以后，就要争取上个层次，逐步变被动为主动，多尝试着去“引导”客户和老板，促进生意的达成。这种“引导”基于三个理念：

- 1.价格是活的。根据订量的大小，生产期的安排，运输方式和付款方式的不同，会有很大的差别。同时，一个产品的成本构成是复杂的，某个零部件或者加工步骤改变一下，往往能够带来相当幅度的成本变动。
- 2.客户不一定会知道/固守其对产品的要求。特别是消费类、工艺类产品。比如本来计划订 1000 个的，如果谈得好，客户有信心，可能最终会增加到 5000 个。或者本来客户希望是全金属制品，而最后可能为了低价，接受类似于“外部金属而底部及内部树脂/塑料”这样的建议。

3.老板不一定会知道/固守所谓的产品价格底线。特别是产品款式多的公司/工厂，老板多半只能事先预估大致成本。可实际上，变数很大。比如说，下个月是生产空档，为维持生产，可能微利甚至平本也接单。或者资金紧张，急需一笔钱来周转或一份信用证来贷款。

当然，要变被动为主动，首先业务员要熟悉自己的产品，熟悉自己的工厂。这一点，精明些的业务员熬个一年半载的不难做到。

有了上述理念，报价的时候就不要机械传达老板意图、轻易对客户说“No”。所以，咱们的业务老手们总是那么一副腔调：“这东西一般就这个价……不过你实在想要便宜也行……帮你想想办法”。而对老板则是：“这客户我看了看还行，是个长期买家，值得跟进一下……我们想个办法先跟他做起来”。其中区别一目了然：新手单纯传话，而老手则动脑筋设计方案给客户及老板参考，促进交易。具体做的时候，注意几点：

1.“低价”可以，但多半要跟“量大”、“预付款多”、“余款及时安全”、“交货期长”等等条件捆绑。注意，为什么“交货期长”是个便利条件呢？因为这样可以从容安排，作为填补生产空档之用，此外还可以选择运费较低廉的时候交货，或拼顺路的货，大大节约成本。

2.主动给客户提建议，如上面提及的偷工减料的招数。很多时候客户心疼的是钱，而不是上佳品质。以内行的身份提供替代方案，客户反而欢迎。

3.多与客户交流，了解客户的真实想法。比如客户还价太低的时候，侧面了解一下原因，是客户不懂行，不会核算，还是你的竞争对手使坏扰乱市场。从而有针对性地进行处理。顺便说一句，即便是竞争对手扰乱市场，除非你知道对方是诈骗，

否则鱿鱼原则是不要对客户明说竞争对手的坏话，暗示即可---都是街面上混的，彼此留个脸面。

4.同样地多与老板交流，探讨偷工减料的法子，并多寻找一些零配件供货渠道，努力削减成本。尽量多了解工厂的生产和财务状况，替老板分忧的同时促进低价客户的成交可能。

商业情报的收集多多益善。曾见过一个悲惨案例：一个赫赫有名的大买家询盘，新手业务员却居然不知道对方来头，老板也不知详情而没有足够重视。结果因贪图一点利润而错失了进入这个大买家供货体系的机会。须知，对于很多大买家而言，能进入他们的“体系”非常有价值，一旦与他们有过良好的交易记录，以后的路子就顺多了。而这些大买家轻易不询盘的，很多时候只是在急着补货的时候才偶尔外发，对新厂而言机会难得。从这个意义上来说，碰到这样的良机，即便平本也要做，牺牲一点利润，权当买路钱。

小结一下，前面说到报价修炼的几个层次：

- 1.新入行时，只是在老板和客户之间传话，做个简单的传声筒。
- 2.上手以后，尝试“报价留尾”，鼓励客户讨价还价。
- 3.熟行以后，开始调整价格结构或设计方案，“引导”客户。

咬得菜根百事可做，熬得下来的业务员用不了三两年就能出息。老板也客气了，车间主任见面堆笑了，客户邮件抬头不说“Dear”而是“Hi Peter”了，同行啦货代商检海关什么的多少也知道了你这么号人物，此时情况会有所变化。

首先是对工厂的管理决策有了一定的话语权，对成本的考虑不再局限于本厂或合作厂。一个产品，自己工厂做成本压缩到4块钱可能就已经尽力了，但这个

4块钱未必是行业底线。附近的工厂,或者不同省份的另一家也许2块8就能做。

另一方面,外来的商业机会慢慢多起来。客户询盘可能不是你的产品,或者老客户询问是否能帮他做其它产品。反方向的也有,比如某厂家或者某个熟人知道你做外贸,会找你合作推销他们的产品。这些商业机会,老板未必都有兴趣。推辞的现象越来越多,不免有点心痛.....那不是在推单,那是在往外推钱呢.....晚上有时失眠,想想干嘛死守着卖什么电热水壶,为什么不能象那些外贸公司一样,来者不拒、水陆通吃?.....王侯将相宁有种乎!

这个阶段对于很多业务员而言是个修炼的“瓶颈”:翅膀硬了但鸟巢还没有筑好,有实力而等待机会。如何“破关”是个颇费口舌的话题,这里咱们先谈与报价相关的内容。本阶段报价的突出问题就是,如何在没有把握的情况下探求到价格的底线?

这个难题跟刚入行的时候有点貌似,但层次不同。刚入行时候不了解价格,可以通过求助本厂生产部技术部,了解工艺来解决。现在不同了,自己的工厂帮不了你,因为你需要了解的是市场上的“行业底线”。此外如前所述,你需要了解本厂不生产,或者生产无优势的产品。这样的产品越来越多,机会瞬息万变,不可能也没有必要象刚入行一般花大力气费时间去扎实了解每个产品的工艺。你需要速成。因此,此时要做的就是用一些手段来“探”市场,一点点压榨出底线,包括产品成本底线和市场销售上限。这里特别指出两点:

1.使手段玩花样,必须具备一定的火候。上面说过,初入行时也会面对“貌似问题”,但却不能耍花样。得修炼到一定程度,见过些大小场面,学会待人接物,能掌握分寸,出事情有办法搞掂了,再去玩手段,否则浪费时间不说,误己害人。

2.压榨出底线,并不是要直接按照底线去报价。其中的道理,有修为的业务员不

难理解，留有余地，让利于人，大家发财，生意才能长久。再者也是不可能的，就好比炒股，理论上的做法是最低时吃进，最高时抛出，但那只是理想而不是实战。不知道适时收放的炒家多半死路一条。

心态调整好，就可以小试身手了。

先说客户的上限。不熟行的产品，难以把握好“预期利润”。此时不妨把手上收集到的客户加以分类。按照自己的感觉（所以说玩手段需要先经过长期的修炼），把客户分成三六九等，保留那些潜在价值比较大的先不动。挑选一些无关紧要的做探路的牺牲品，用不同的价位来试探，报虚盘，看对方的反应，借机调整。探出大概了，再去攻打那些心仪的买家。

对内采购的下限，则先要找出此类产品的集中地。比如义乌和深圳，你可以采购到很多产品，但却不是个好选择。大部分的产品都有它们的专业产地，外行常常不知道。比如丽水、庆元、景宁、衢州一带的香菇和菌类；天台木珠；浦江水晶；水头皮革；佛山陶瓷；泉州树脂等等。这些常识，平时就要注意收集，以备不时。一个简单的技巧，就是查找这类产品的生产厂家，注意是否密集出现在某个地区，然后再根据地区查阅政府网站，侧面了解一下。

找主产地的厂家，一来价格一般有优势，二来一旦后期出问题，调货补货拼货的成本都比较低。厂家的选择也有技巧，“牺牲品”云云固然也可偶尔为之，但要非常谨慎。因为同一地区的厂家往往声气相通，个中关系复杂。注意不要砸了自己的招牌。探价的时候，对于过高和过低的报价要特别留意，刨根问底，因为这类报价往往是掌握基本工艺和关键点的捷径。但如大家所能理解，这类报价不大会成交，特别是初次接触的厂家。

话说回来，不少工厂业务员都讨厌别人“探价”，特别是“外行探价”，其实大可



不必。所谓相生相克世事无常，探价的固然没什么成交诚意，但至少说明对方可能有单。尤其是外行，迫切需要了解工艺，你配合了，从某种意义上就牵住了对方的鼻子。但要注意牢记一个“牵”字，让探价者虽然了解了工艺行情，“有所收获”，但这种“收获”又与你的工厂和产品息息相关，有片面性，这样对方在“收获”的同时就埋下了依赖的伏笔。

所以说，简单的“讨厌”和“喜欢”，“好事”和“坏事”，本身就是新手的理念。而无可无不可，化被动为主动，太极推手见招拆招，恐怕才是一个成熟业务员发展的方向。

其实，从这个阶段开始，技术性的东西越来越次要，人情练达江湖经验更为重要，也不再有什么技巧可言。老手在接盘一个新产品时，如何迅速探求到价格的底线，是个有趣的话题，请感兴趣的同行共同切磋。

"出口外汇核销单"指由国家外汇管怎样办理出口收汇核销手续。

出口单位在向当地外汇管理部门办理核销时，如报关单金额和收汇金额差额，须提供有关证明。

1.补偿贸易项下以实物补偿的出口，出口单位必须提供经贸部门的批件，有关补偿贸易合同、有关进口报关单、发票、核销单寄向当地外汇管理部门办理核销手续，外汇管理部门将逐笔登记检出口额和补偿出口日期，补偿出口额满和补偿期满后，外汇管理部门将对新增出口按一般贸易逐笔核销收汇。

2.来料加工、来件装配出口附加工合同和"登记手册"。对于一个合同分批出口并分批收取缴费者，凭原加工合同及所有的核销单和结汇水单（收帐通知）向外汇管理部门办理核销。

## 出口单位将核销单丢失该怎么办

如出口单位将核销单丢失,必须立即向发放核销单的外汇管理部门报告所丢失的核销单编号,并通过报纸发表声明,该核销单即行作废

### 一、开户

出口单位初次申领出口收汇核销单(以下简称"核销单")前应当凭以下材料到外汇局办理登记:

- 1.单位介绍信、申请书;
- 2.外经贸部门批准经营进出口业务批件正本及复印件;
- 3.工商营业执照副本及复印件;
- 4.企业法人代码证书及复印件;
- 5.海关注册登记证明书复印件;
- 6.出口合同复印件。

外汇局对上述材料审核无误后为出口单位办理登记手续。

### 二、领单

出口单位在开展出口业务前、凭单位介绍信、出口核销员证(现为开户单位印鉴卡)来外汇局领取核销单。出口单位向外汇局申领核销单时,应当当场在每张核销单的"出口单位"栏内填写单位名称或者加盖单位名称章。核销单正式使用前加盖单位公章。

核销单自领单之日起两个月以内报关有效。出口单位应当在失效之日起一个月内将未用的核销单退回外汇局注销。

出口单位填写的核销单应与出口货物报关单上记载的有关内容一致。

### 三、报关

出口单位持在有效期内、加盖出口单位公章的核销单和相关单据办理报关手续。

#### 四、送交存根

出口单位办理报关后，应当自报关之日起 60 天内，凭核销单及海关出具的贴有防伪标签、加盖海关“验讫章”的出口报关单、外贸发票到外汇局办理送交存根手续。

#### 五、核销

出口单位应当在收到外汇之日起 30 天内凭核销单、银行出具的“出口收汇核销专用联”到外汇局办理出口收汇核销。

#### 六、核销单遗失及补办

出口单位遗失核销单后，应当在 15 天之内向外汇局书面说明情况（加盖公章，法人签字），申请挂失，外汇局核实后，统一登报声明作废。

- 1.对于空白核销单，外汇局予以注销；
- 2.对于已报关的核销单，则凭有关出口凭证办理核销。
- 3.对于要求补办出口退税专用联的，在办理出口核销手续后，出口单位应当凭税务部门签发的与该核销单对应的出口未退税证明，向外汇局书面申请，经批准后，外汇局出具“出口收汇核销单退税联补办证明”。

#### 七、报关单补办事宜

出口单位遗失报关单的，应当凭外汇局签发的未核销证明，向海关补办。

## 八、退赔事宜

若出口项下发生退赔，出口单位应向外汇局提供有关凭证，外汇局按下列情况审核退赔外汇的真实性：

（一）已出口报关且已办理核销的，外汇局凭以下有效单据进行审核：

- 1.出口合同；
- 2.退赔协议及有关证明材料；
- 3.出口收汇核销单（退税专用联）；
- 4.外汇局要求的其它材料。

（二）已交单未办理核销的，外汇局凭外汇指定银行结汇水单（或收帐通知）及第一款所列单据进行审核。

（三）已报关出口未交单的，外汇局凭第一款及以下有效单据进行审核：

- 1.出口货物报关单；
- 2.商业发票；
- 3.汇票副本
- 4.外汇指定银行结汇水单（或收帐通知）。

（四）出口货物未报关但已预收全部或部分货款后因故终止执行合同，出口单位需向进口商支付退赔外汇的，外汇局凭出口合同正本、终止执行合同证明、外汇指定银行结汇水单（或收帐通知）、进口方付款通知进行审核。

外汇局审核出口单位所提供的上述凭证无误后，出具“已冲减出口收汇核销证明”。银行凭此证明为出口单位办理退赔外汇的售付。理局制发，出口单位和受

托行及解付行填写,海关凭此受理报关,外汇管理部门凭此核销收汇的有顺序编号的凭证(核销单附有存根)。

### 外贸企业出口退税的会计处理

具有进出口经营权的外贸企业购进用于出口的商品,其出口方式一般有两种:自营出口和委托出口。做好以上两种形式的会计处理,首先要正确计算应退税金(增值税、消费税)的金额;其次要明确企业获得的出口退税款的税收处理。根据国家税务总局《关于企业出口退税款税收处理问题的批复》(国税函[1997]21号)规定:1、企业出口物资所获得的增值税退税款,应冲抵相应的“进项税额”或“已交增值税税金”,不并入利润征收企业所得税。2、外贸企业自营出口获得的消费税退税款,应冲抵“商品销售成本”,不直接并入利润征收企业所得税。下面分别就两种出口方式的会计处理说明如下:

#### 一、自营出口方式下:

例:1999年2月,兴隆外贸公司(具有进出口经营权)从某日用化妆品公司购进出口用护发品1000箱,取得的增值税专用发票注明的价款100万元,进项税额为17万元,货款已用银行存款支付。当月该商品已全部出口,售价为每箱150美元(当日汇率为1美元=8.2人民币),申请退税的单证齐全。该护发品的消费税税率为8%,退税率为9%。要求计算应退增值税和消费税并编制会计分录(单位:元)。

(1)购进时:

借:商品采购 1000000

应交税金——应交增值税(进项税额) 170000

贷：银行存款 170000

(2) 商品验收入库时：

借：库存商品——库存出口商品 1000000

贷：商品采购 1000000

(3) 出口报关销售时：

借：应收外汇账款 1230000

贷：商品销售收入——出口销售收入 1230000

(4) 结转出口商品成本：

借：商品销售成本 1000000

贷：库存商品——库存出口商品 1000000

(5) 申报出口退税时：

本环节应退增值税额 =  $150 \times 8.2 \times 9\% \times 1000 = 110700$  (元)；

转出增值税额 =  $170000 - 110700 = 59300$  (元)；

本环节应退消费税额 =  $1000000 \times 8\% = 80000$  (元)。

应退的增值税财务处理：

借：应收出口退税 (增值税) 110700

贷：应交税金——应交增值税 (出口退税) 110700

进项税额转出时：

借：商品销售成本 59300

贷：应缴税金——应交增值税 (进项税额转出) 59300

收到增值税退税款时：

借：银行存款 110700

贷：应收出口退税（增值税）110700

应退的消费税财务处理：

借：应收出口退税——消费税 80000

贷：商品销售成本 80000

收到消费税税款时：

借：银行存款 80000

贷：应收出口退税——消费税 80000

二、委托出口方式下：

续上例：假设兴隆外贸公司（具有进出口经营权）出口，其他条件不变，并按销售额 1%的比例直接提取手续费，要求编制委托方的会计分录。

（1）发出委托代销品时：

借：库存商品——委托出口商品 1000000

贷：库存商品 1000000

（2）收到代销单时：

借：应收账款 1230000

贷：商品销售收入——出口销售收入 1230000

（3）收到蓝天外贸公司交来的货款时：

借：银行存款 1217700

销售费用 12300

贷：应收账款 1230000

（4）结转委托出口商品成本：

借：商品销售成本 1000000

贷：库存商品——委托出口商品 1000000

(5) 申报出口应退增值税、消费税(在委托方办理) 转出不予抵扣的增值税的分录同自营出口方式会计分录“(5)”

问：请问外贸公司的会计科目设置是怎样的，与生产企业的主要不同是什么？我本来是一家生产企业的会计，现有一家新办的外贸公司要我去，我希望知道两者的不同，及有关外贸公司的会计科目。

答：出口贴现的帐务处理与普通的银行贴现帐务处理是一样的。

问：出口贴现的账务该如何处理？

答：退税冲减你商品的成本当然不再需要交纳所得税。

## 出口流程实例解析

### 一、交易磋商

南京思科纺织服装有限公司(NANJING SICO TEXTILE GARMENT CO., LTD, 以下简称思科公司)成立于 1992 年，是经国家外经贸部批准的具有进出口经营权的贸易公司，从事纺织服装等产品进出口业务。公司拥有多家下属工厂，产品主要销往欧洲、美加地区及日本等国家和地区。

加拿大客户 FASHION FORCE CO., LTD(以下简称 F.F.公司)与思科公司是合作多年的业务伙伴。2000 年 12 月 2 日，F.F.公司传真一份制作女式全棉上衣的指示书，并邮寄面料、色样及一件成衣样品给思科公司，要求思科公司 2001 年 3 月 25 日前交货，并回寄面料、色样及两件不同型号的成衣样品确认。

2000 年 12 月 8 日上午，思科公司收到该样件后，立即联络无锡百合纺织



有限公司(面、辅料工厂，以下简称百合纺织)，根据 F.F.公司提供的样件打品质样和色卡，然后用 DHL 邮寄给 F.F.公司确认。

2001 年 12 月 12 日，F.F.公司收到思科公司寄去的样件，回复确认合格，要求思科公司再寄两件不同型号的成衣样品供其确认。接此通知，思科公司立即联络无锡季节制衣有限公司(服装加工厂，以下简称季节制衣)赶制成衣样品。12 月 17 日下午，服装加工厂将两件不同型号的成衣样品送到思科公司。当天，思科公司又将该成衣样品用 DHL 邮寄给 F.F.公司确认。

12 月 22 日，F.F.公司收到思科公司寄去的成衣样品，确认合格，要求思科公司报价。当天，思科公司根据指示书要求，以面辅料工厂和服装厂的报价、公司利润等为基础向 F.F.公司报价。

经过多次磋商，12 月 26 日，双方最终确定以每件 USD12.80 的报价成交。F.F.公司要求思科公司根据该份报价单制作合同传真其会签，同时传真形式发票供其开具信用证。

合同签订后，双方就成衣细节进行修改和最终确认。

## 二、落实信用证

2001 年 1 月 31 日，中国银行江苏省分行通知思科公司收到 F.F.公司通过 BNP PARIBAS

(CANADA) MONTREAL 银行开来的编号为 63211020049 的信用证电开本。

其中与缮制单据有关的条款如下：

1.开证行：BNP PARIBAS (CANADA) MONTREAL

2.通知行：中国银行江苏省分行

3.不可撤销信用证号：63211020049，开证日期：2001年1月29日

4.信用证有效期及地点：2001年4月10日，中国

5.申请人：

FASHION FORCE CO., LTD

P.O.BOX 8935 NEW TERMINAL, ALTA, VISTA OTTAWA, CANADA

6.受益人：

NANJING SICO TEXTILE GARMENT CO., LTD.

HUARONG MANSION RM2901 NO.85 GUANJIAQIAO, NANJING

210005, CHINA

7.信用证金额：USD32640.00

8.商品描述：

SALES CONDITIONS: CIF MONTREAL/CANADA

SALES CONTRACT NO. F01LCB05127

LADIES COTTON BLAZER (100% COTTON, 40SX20/140X60)

STYLE NO. PO NO. QTY/PCS USD/PC

46-301A 10337 2550 12.80

9.分批装运及转船运输：不允许分批装运，允许转运，从中国运至加拿大蒙特利尔港口。

10.最后装船期：2001年3月25日

11.议付单据要求：

(1)商业发票六份，受益人代表签名。

- (2)加拿大海关发票四份。
- (3)3/3 全套正本已装船的清洁海运提单，抬头人为“TO THE ORDER OF BNP PARIBAS (CANADA)”，显示运费预付，通知人为开证人的名称和地址。
- (4)明细装箱单三份。
- (5)普惠制产地证一份副本(FORM A)。
- (6)输加拿大纺织品出口许可证一份副本。
- (7)受益人证明：证明装运后 5 天内，将普惠制产地证正本、输加拿大纺织出口许可证正本、商业发票副本、明细装箱单副本、正本提单的复印件已经由快递方式直接寄送给开证人，并附快件回执。
- (8) 提供开证人的传真确认函，确认货物在装运前生产的样品由开证人认可。
- (9)印有承运人抬头的证明，显示承运公司的名称和地址、海运提单号、集装箱号，以及本次承运人的集装箱内不含有任何原生木料制成的支撑物或托盘，以及其它任何原生木制包装材料。
- (10)客检证正本一份：要求出运前 15 天用 DHL 寄四件不同型号的成衣样品，经检验合格后由 F.F.公司出具客检证。
- (11)中国人民保险公司出具的保险单一份正本一份副本。

## 12.附加条款：

- (1)如果提供的单据不符合信用证条款的规定，每个不符点 55 美金。
- (2)一切结算费用由受益人支付。
- (3)本信用证的数量和金额有 3%的溢短。
- (4)所有的单据、证明、申明必须签字及标明日期。
- (5)如下内容仅作参考：

请注意，从 1999 年 1 月 4 日开始，所有从中国运往加拿大的货物，如果包装物中含有木制成分，将被加拿大海关禁止。因为，原生木质中含有一种亚州长角甲虫(LONG HORNED)。

(6)加拿大政府现在坚持所有进行加拿大的货物必须提供上述所有文件。

(7)海运提单和商业发票必须证明如下内容：

集装箱内不含有任何原生木料制成的支撑物或托盘，以及其它任何原生木制包装材料。

(8)受益人的银行帐号为 0777103281054。

注意事项：

议付单据中有关客检证条款项，对我方公司极为不利。如果客户信誉良好，多会在样品检验合格后及时签发客检证明。但有些客户会故意拖延签发客检证的时间，导致我方不能及时交单议付。因此，遇到有此项条款的信用证，我方公司需特别注意及时寄样和催客户及时签发客检证。

信用证通知书

信用证

### 三、出口备货

收到信用证后，2001 年 2 月 1 日，思科公司立即与早已联络好的服装加工厂签订订购合同，指定服装厂使用百合纺织的面辅料。2 月 5 日，服装厂正式投产。

根据信用证规定，3 月 2 日，思科公司寄出四件不同型号的成衣样品给 F.F. 公司检验。3 月 6 日，F.F.公司收到后，经检验合格，签发客检证正本一份并用

DHL 寄回给思科公司。

注意事项：

关于品质检验和客检证的签发，视客户检验的具体状况而定。一般不外乎有以下两种方式：

其一，客户派员亲自来厂检验，检验合格后当场签发客检证，或该员将检验结果向客户汇报后，由客户将客检证寄给我方。在此种方式下，客户一般是在出运前 4-5 天来厂检验，此时工厂的加工、包装已基本结束。验货通过后即可安排出运。

其二，将样品寄给客户检验，检验合格后，客户签发客检证并寄给我方。在此种方式下，一般客户会要求我方在出货前 10-15 天寄样品供其检验。

服装订购合同

客检证

#### 四、租船订舱

本批出口商品系采用集装箱班轮运输，故在落实信用证及备货时，思科公司即向上海各家货运代理公司询价，最终确定委托上海凯通国际货运有限公司（以下简称上海凯通）代为订舱，以便及时履行合同及信用证项下的交货和交单的义务。

2001 年 3 月 9 日，服装全部生产、包装完毕，工厂制作装箱单传真给思科公司。思科公司根据工厂报来的装箱单，结合合同及信用证货物明细描述，开列出仓通知单，单证储运部门根据出仓通知单、工厂制的装箱单、信用证统一缮制全套的出运单据。出运单据包括出口货物明细单、出口货物报关单、商业发票、

装箱单。

单证储运部门先将出口货物明细单传真上海凯通配船订舱,确认配船和费用后,准备全套报关单据(出口货物明细单、报关委托书、出口货物报关单、商业发票、装箱单、出口收汇核销单、输加拿大纺织品出口许可证(海关联))寄到上海凯通用于报关、出运。同时,准备普惠制产地证用于出运后寄客户作进口清关。

上海凯通在确认配船和费用后,传真送货通知给思科公司,要求思科公司 3 月 16 日中午前将货物运至指定仓库。

注意事项:

在 FOB 条件下,运输公司大多由客户指定。

## 五、出口报验

由于思科公司出口的全棉女式上衣属于法定检验的商品范围(属于《种类表》商品范畴),在商品报关时,报关单上必须有商检机构的检验放行章方可报关。因此,2001 年 3 月 9 日,思科公司寄出商业发票、装箱单、报检委托书,委托服装加工厂向无锡市商检局申请出口检验。

申请出口商品检验时,工厂必须填写出口商品检验申请单,并随附报检委托书、外销合同、信用证复印件、商业发票、装箱单、纸箱证等单据。

3 月 13 日,此批货物经检验合格,无锡商检局出具换证凭单给工厂。当天,工厂将换证凭单寄给思科公司指定的上海凯通国际货运公司用于报关。

出口商品检验申请单

报检委托书

外销合同

信用证

商业发票

装箱单

换证凭单

## 六、申领核销单

由于思科公司有计划内的核销单，2001 年 3 月 9 日，单证员凭出口货物明细单在本公司申领核销单。

注意事项：

如果核销单已用完，需到外汇局申领出口收汇核销单。具体操作如下：

- 1.在到外汇局申领核销单前，先上网向外汇局申请所需领用核销单份数。
- 2.外汇局确认思科公司已上网申领核销单后，凭思科公司核销员所持本人操作员 IC 卡、核销员证向该核销员发放核销单。
- 3.外汇局根据思科公司网上申领的核销单份数和外汇局本地核销系统确认的出口企业可领单数两者中的较小数，向思科公司发放核销单。

出口货物明细单

核销单

## 七、申请配额

2001 年 3 月 9 日，思科公司向对外经贸委申领纺织品配额。3 月 13 日，拿到已签发的输加拿大纺织品出口许可证。

注意事项：

对没有配额的公司而言，必须要申领到配额后方能出口。申领纺织品配额一般有以下几种方式：

- 1.外经贸部、地方的外经贸厅每年下发给外贸公司的配额。
- 2.外贸公司加入纺织品商会，通过商会每年举办的配额招标投标获取配额。
- 3.找有配额的公司调济：一种是纺织商会组织的公开的调济，一种是私下的不规范的转卖。

输加拿大纺织品出口许可证

## 八、出口报关

单证部门拿到核销单和输加拿大纺织品出口许可证后，2001年3月13日，将上海凯通报关所需的报关委托书、出口货物报关单、出口收汇核销单、商业发票、装箱单、外销合同、输加拿大纺织品出口许可证用快件寄出。

3月14日，上海凯通收到思科公司寄来的上述单据。

3月15日上午，上海凯通收到工厂寄来的商检换证凭单，当天下午即凭此单到上海出入境检验检疫局换取出境货物通关单。

3月16日上午，思科公司根据上海凯通的送货通知按时将货物送到上海凯通指定的仓库。

根据新的海关报关规定要求：货物的出口报关必须在货物进入港口仓库或集装箱整箱进入堆场后才能进行。由于17、18号是周六、周日，故3月16日下午，上海凯通即向上海海关报关，以免耽误3月20日的船期。

上海凯通在报关前，先上网向上海海关进行核销单的口岸备案，并如实向海关申报成交方式(CIF)，按成交方式申报成交总价、运费等，以后外汇局即根据



实际成交方式及成交总价办理收汇核销手续。

报关时需填写中华人民共和国海关出口货物报关单( 白色的报关联和黄色的出口退税联 ), 并随附报关委托书、商业发票、装箱单、出口收汇核销单、出境货物通关单、输加拿大纺织品出口许可证等单证向海关报关, 海关依此份报关单验货, 并退回已盖章的核销单和两份报关单。报关通过后, 上海凯通安排集装箱拖货至船公司指定的码头。

注意事项:

- 1.未进行口岸备案的核销单不能用于出口报关, 对已备案成功的核销单, 还可变更备案。
- 2.报关时必须要有“出口收汇核销单”, 否则海关不予受理。货物出境后, 海关在核销单上加盖“放行章”或“验讫章”, 并随同加盖海关“验讫章”的一份带有海关编号的白色报关单、一份黄色的报关单出口退税联一同返还口岸代理上海凯通( 从上海海关退回一般需 1 个月左右 ), 最后口岸代理上海凯通寄给思科公司用于向外汇管理部门核销。
- 3.纺织品出口许可证是政府机关批准配额纺织品出口的证明文件, 其作用是出口商凭此办理出口报关和进口商凭此申领进口许可证并办理进口报关手续。因此, 出口加拿大的纺织品在报关时必须要有加拿大纺织品出口许可证, 否则海关不予受理。

报关委托书

出口货物报关单

出口收汇核销单

商业发票

装箱单

外销合同

输加拿大纺织品出口许可证

商检换证凭单

出境货物通关单

送货通知

## 九、出口保险

由于是按 CIF 条件成交，保险由思科公司办理。因此，2001 年 3 月 16 日，思科公司按约定的保险险别和保险金额，向保险公司投保。

投保时应填制投保单和支付保险费（ $\text{保险费} = \text{保险金额} \times \text{保险费率}$ ），并随附商业发票，保险公司凭以出具保险单。

注意事项：

实际业务中，一些和外贸公司长期合作的保险公司，有时只需外贸公司提供商业发票，甚至可以不填制投保单，直接凭商业发票出具保险单。

出口货物运输保险投保单

商业发票

货物运输保险单

## 十、装船出运

上海凯通接受思科公司的订舱委托后，2001 年 3 月 12 日，根据思科公司提供的出口货物明细单缮制集装箱货物托运单，这是外运机构向船公司订舱配载

的依据。该托运单一式数联，分别用于货主留底、船代留底、运费通知、装货单、缴纳出口货物港务费申请书、场站收据、货代留底、配舱回单、场站收据副本(大副联)等。其中比较重要的单据有：装货单(Shipping Order: S/O)和场站收据副本(Mate's Receipt; M/R)。

3月19日，货物离港前，上海凯通传真海运提单给思科公司确认。

3月20日，在确定货物安全离港后，思科公司传真装运通知给 F.F.公司。

3月22日，思科公司将海运提单复印件、输加拿大纺织品出口许可证(正本)、商业发票、装箱单、加拿大海关发票、普惠制产地证用 DHL 寄给 F.F.公司供其作进口清关用，同时将 DHL 回执留存准备缮制议付单据。

注意事项：

将来船公司签发的提单上相应栏目的填写也会参照订舱委托书的写法，因此，托运人、收货人、通知人这三栏的填写应该严格按照信用证提单条款的相应规定填写。

出口货物明细单

装货单

场站收据副本

装运通知

海运提单

输加拿大纺织品出口许可证(正本)

商业发票

装箱单

加拿大海关发票

普惠制产地证

DHL 回执

## 十一、制单结汇

在办理货物出运工作的同时，思科公司也开始了议付单据的制作。2001 年 3 月 20 日，上海凯通国际货运代理有限公司作为承运人中国远洋运输（公司）公司下属的中远集装箱运输有限公司的代理，签发了 COS6314623142 号提单。根据信用证的规定，思科公司备齐了全套议付单据(3/3 海运提单正本、商业发票、装箱单、普惠制产地证、受益人证明、客检证、货物运输保险单)，于 4 月 2 日向议付银行——中国银行江苏省分行交单议付。

海运提单(3/3)

商业发票

装箱单

普惠制产地证

受益人证明

客检证

货物运输保险单

## 十二、财务付款

3 月 22 日，思科公司的财务人员收到上海凯通寄来的海运费发票和港杂费发票。

3 月 27 日，收到服装厂寄来的增值税发票和出口专用缴款书。

议付单据交单后，3月30日，财务人员向服装厂支付货款，并和上海凯通结清海运费、港杂费等费用，同时催上海凯通退核销单。

海运费发票

港杂费发票

增值税发票

出口专用缴款书

### 十三、收汇核销

4月20日，思科公司收到上海凯通寄来的上海海关退回的出口收汇核销单和报关单。当天，核销员在网上将此核销单向外汇局交单，并在进行网上交单时，对核销单、报关单的电子底帐数据进行了认真的核对。

2001年4月23日，思科公司收到银行的收汇水单，开证行已如数付款。至此，该笔交易已安全收汇。

网上交单成功之后，4月24日，核销员持纸质的收汇水单（即出口收汇核销专用联，经银行盖有“出口收汇核销专用章”）、出口收汇核销单（已经出口海关盖章，第三联）、报关单（白色报关联，海关已盖章）、商业发票及自制的核销单送审登记表（外汇局留存联）到外汇局办理核销手续。核销完毕后，外管局当场将加盖“已核销章”的核销单（出口退税联）退回给思科公司。

核销完成后，核销员将上述单据转交财务办税人员办理退税事宜。

出口收汇核销单

报关单

收汇水单

商业发票

核销单送审登记表

#### 十四、出口退税

2001 年 4 月 25 日，思科公司的财务办税人员将公司需要办理认证的增值税发票整理后一并申报国税局进行发票认证。当天，拿到国税局认证结果通知书和认证清单。

4 月 26 日，财务办税人员将退税要用的单据收集齐全无误后装订成册。其中，核销单(外管退回的出口退税专用联)、报关单(黄色出口退税联)、商业发票为一册，增值税发票(抵扣联)、出口专用缴款书、认证结果通知书、认证清单为一册)，并在退税申报软件中逐条录入进货明细及申报退税明细。录入完毕，核对无误后打印并生成退税处所需要的表格及软盘，连同“外贸企业出口货物退税汇总申报审批表”送交外经委稽核处加盖稽核章。

2001 年 5 月 7 日，财务办税人员将上述资料送交国税局稽核部门待批。5 月 28 日，接到国税局通知，于 5 月 7 日申报的资料已通过。5 月 29 日，财务人员到银行查询，查到申报退税额已足额退回。

至此，该笔业务顺利完成。

认证结果通知书

认证清单

核销单

报关单(退税联)

商业发票

增值税发票(抵扣联)

出口专用缴款书

外贸企业出口货物退税汇总申报审批表

### 外贸业务与单证操作全流程

1.客户询盘：一般在客户下 purchase Order 之前，都会有相关的 Order Inquiry 给业务部，做一些细节上的了解。

2．报价：业务部及时回复客人查询，确定货物品名，型号，生产厂家，数量，交货期，付款方式，包装规格及柜型等，proforma Invoice 给客户做正式报价。

3．得到订单：经过洽谈，收到客户正式的订单 purchase Order。

4．下生产订单：得到客人的订单确认后，给工厂下订单，安排生产计划。

5．业务审批：业务部收到订单后，首先做出业务审核表。按“出口合同审核表”的项目如实填写，尽可能将各种预计费用都列明。合同审批需附上客人订单传真件，与工厂的收购合同。审核表要由业务员签名，部门经理审批，再交管理部人员审核后才能执行。如金额较大的，或有预付款和佣金等条款的，要经公司总经理审批才行。合同审批之后，制成销售订单，交给部门进程员跟进。

6．下达生产通知：业务部在确定交货期后，满足下列情况可下达生产通知，通知工厂按时生产：

6.1 :如果是 L/C 付款的客户，通常是在交货期前 1 个月确认 L/C 已经收到，收到 L/C 后应业务员和单证员分别审查信用证，检查是否存在错误，交货期能否保障，及其他可能的问题，如有问题应立即请客人改证。

6.2：如果是 T/T 付款的客户，要确认定金已经到账。

6.3：如果是放帐客户，或通过银行 D/A 等方式收汇等，需经理确认。

## 7. 验货：

7.1：在交货期前一周，要通知公司验货员验货。

7.2：如果客人要自己或指定验货人员来验货的，要在交货期一周前，约客户查货并将查货日期告知计划部。

7.3：如果客人指定由第三方验货公司或公正行等验货的，要在交货期两周前与验货公司联系，预约验货时间，确保在交货期前安排好时间。确定后将验货时间通知工厂。

8. 制备基本文件。工厂提供的装箱资料，制作出口合同，出口商业发票，装箱单等文件（应由业务跟单员制作，交给单证员）。

9. 商检：如果是国家法定商检产品，在给工厂下订单时要说明商检要求，并提供出口合同，发票等商检所需资料。而且要告诉工厂将来产品的出口口岸，便于工厂办理商检。应在发货一周之前拿到商检换证凭单/条。

## 10. 租船订仓：

10.1 .如果跟客人签定的合同是 FOB CHINA 条款，通常客人会指定运输代理公司或船公司。应尽早与货代联系，告知发货意向，了解将要安排的出口口岸，船期等情况，Q 确认工厂的交货能否早于开船期至少一周以前，以及船期能否达到客人要求的交货期。应在交货期两周之前向货运公司发出书面定仓通知（ING ORDER），通常在开船一周前可拿到定仓纸。

10.2 .如果是由卖方支付运费，应尽早向货运公司或船公司咨询船期，运价，开船口岸等。经比较，选择价格优惠，信誉好，船期合适的船公司，并告诉业务



员通告给客人。如客人不同意时要另选客人认可的船公司。开船前两周书面定仓，程序同上。

10.3 . 如果货物不够一个小柜，需走散货时，向货代公司定散货仓位。拿到入仓纸时，还要了解截关时间，入仓报关要求，等内容。

10.4 . 向运输公司定仓时，一定要传真书面定仓纸，注明所定船期，柜型及数量，目的港等内容，以避免差错。

## 11 . 安排拖柜：

11.1 . 货物做好并验货通过后，委托拖车公司提柜，装柜。拖车公司应选择安全可靠，价格合理的公司签定协议长期合作，以确保安全及准时。要给拖车公司传真以下资料：定仓确认书/放柜纸，船公司，定仓号，拖柜委托书，注明装柜时间，柜型及数量，装柜地址，报关行，及装船口岸等。如果有验货公司看装柜，要专门声明，不能晚到。并要求回传一份上柜资料，列明柜号、车牌号、司机及联系电话等

11.2 . 传真一份装车资料给工厂，列明上柜时间、柜型、订仓号、订单号、车牌号以及司机联系电话。

11.3 . 要求工厂在货柜离开工厂后尽快传真一份装货通知给业务部，列明货柜离厂时间、实际装货数量等，并记装箱号码和封条号码作为提单的资料。要求工厂装柜后一定要记住上封条。

12 . 委托报关：在拖柜同时将报关所需资料交给合作报关行，委托出口报关及做商检通关换单。通常要给报关留出两天时间（船截关前）。委托报关时，应提供一份装柜资料，内容包括所装货物及数量，口岸，船公司，定仓号，柜号，船开截关时间，拖车公司，柜型及数量，本公司的联系人和电话等。

### 13. 获得运输文件：

13.1. 最迟在开船后两天内，要将提单补料内容传真给船运公司或货运代理。补料要按找 L/C 或客人的要求来做，并给出正确的货物数量，以及一些特殊要求等，包括要求船公司随同提单出的船证明等。

13.2. 督促船公司尽快出提单样板及运费帐单。仔细核对样本无误后，向船公司书面确认提单内容。如果提单需客人确认的，要先传真提单样板给客人，得到确认后再要求船公司出正本。

13.3. 及时支付运杂费，付款后通知船公司及时取得提单等运输文件。支付运费应做登记。

### 14. 准备其他文件

14.1. 商业发票：L/C 要求提供的文件中，对商业发票要求最严格。发票的日期要确定在开证日之后，交货期之前。发票中的货物描述要与 L/C 上的完全相同，小写和大写金额都要正确无误。L/C 上对发票的条款应显示出来，要显示唛头。如果发票需办理对方大使馆认证，一般要提前 20 天办理。

14.2. FORMA 原产地证书：FORM A 原产地证要在发货之前到检验检疫局申办。需注意的是运输日期要在 L/C 的交货期和开船日之前，在发票日期之后。未能在发货之前办理的，要办理后发证书，需提供报关单，提单等文件。经香港转运的货物，FORM A 证书通常要到香港的中国商检公司办理加签，证明未在港对货物进行再加工。

14.3. 一般原产地证：一般原产地证可在中国贸易促进会办理，要求低一些。可在发货之后不太长的时间内补办。如果原产地证书要办理大使馆加签，也和发票一样要提前 20 天办理。

14.4 .装运通知：一般是要求在开船后几天之内，要通知客人发货的细节，包括船名，航班次，开船日，预计抵港日，货物及数量，金额，包装件数，唛头，目的港代理人等。有时 L/C 要求提供发送证明，如传真报告书，发函底单等，注意按客人要求的时间内办理。

14.5 .装箱单：装箱单应清楚地表明货物装箱情况。要显示每箱内装的数量，每箱的毛重，净重，外箱尺寸。按外箱尺寸计算出来的总体积要与标明的总体积相符。要显示唛头和箱号，以便于客人查找。装箱单的重量，体积要于提单相符。

15 . 交单：

15.1 . 采用 L/C 收汇的，应在规定的交单时间内，备齐全部单证，并严格审单，确保没有错误，才交银行议付。

15.2 . 采用 T/T 收汇的，在取得提单后马上传真提单给客人付款，确认收到余款后再将提单正本及其他文件寄给客人。

15.3 . 如果 T/T 收汇的，要求收全款才能做柜的，要等收款后再安排拖柜。拿到提单后可立即寄正本提单给客人。

16 . 业务登记：每单出口业务在完成后要及时做登记，包括电脑登记及书面登记，便于以后查询，统计等。

17 . 文件存档：所有的文件、L/C 和议付文件必须留存一整套以备查用。

18 . 单证员平时应注意收集运价变动，船期，航线，等信息，为业务员报价提供帮助。

据介绍,今年6月份以来,连续数家出口企业在使用新版核销单向海关申报出口时,出现通关受阻情况。如6月19日广州一公司在向张家港保税区海关申报出口船用油漆时,系统提示“核销单未核注”,无法通关。造成上述情况的主要原因是:出口企业核销单网上备案不及时,且与代理报关行之间衔接不当,出现先向海关申报,后办理核销单备案的情况,致使出口核销单电子数据发送滞后,海关无法核注,影响了企业通关。类似情况在其他海关也时有发生。为保证8月1日后电子口岸执法系统能够在全国范围内顺利运行,海关提醒出口企业应重视出口报关前核销单的备案工作,以便加快通关速度,使企业的出口产品迅速进入国际市场。企业到海关报关出口前,必须上网向报关地海关进行新版核销单使用的报关前备案。一张核销单只能对应用于一张出口报关单。未进行报关前备案的新版核销单不能用于出口报关。企业已经进行口岸备案的核销单,在出口口岸发生变化的情况下如何处理?已进行口岸备案的出口收汇核销单,在核销单未被用于出口报关的情况下出口口岸发生变化,可上网申请变更并重新设置出口口岸。

向大家推荐一个网站,可能很多人都上过,中国电子口岸论坛(注意是:论坛版), <http://bbs.chinaport.gov.cn>.可以在线回答电子申报,出口退税,核销等等.电子口岸业务论坛将提供口岸系统使用咨询、通关数据查询、相关业务咨询等方面的服务,服务时间从早上9:00到晚上5:30(周六、周日休息),对提交的问题,将在一小时内给予答复。在服务时间内,你可以在论坛上发帖提交您的问题,将在一小时内给予答复。在服务时间内,你可以在论坛上发帖提交您的问题,将在一小时内给予答复。

## 第八节 报价方法和技巧

前面咱们费了不少时间去学习核算 FOB、CNF 和 CIF 价格，通过结交货代也了解运杂费在价格中的构成。但对于咱们新手而言，多数情况下价格都不是咱们算出来的，而是老板给的。因为 FOB 价中最基本的出厂价，往往只有老板知道。老板或销售部经理给个成本底线，多卖的算利润，咱们拿提成。说实话那个“成本底线”也不可靠，一则老板喜欢留一手，明明赚了也不承认，克扣业务员的提成。没法子，天下小老板都一个德行。咱们只能先熬着，等熬成老板——或至少也是个有本钱跟公司叫板的资深业务经理，咱们也去剥削员工好了。

### 预留额外支出

不过，老板们“留一手”的脾气，咱们却可以在跟客户的谈判中加以利用--这一点稍后我们会解释。二则外贸中的不确定因素实在太多，超成本的预算外支出是家常便饭，比如本来货出的好好的，突然货代一个电话打来告诉你“海关查柜恭喜中奖”（对于出口货物，海关会以福利彩票似的电脑随机选号方式抽查集装箱，并收取大约 200 元左右的查柜费——查出问题的还要另加罚款），更兼之因为查柜而耽误了船期（海关可不管你什么船期。为此有些人会采用贿赂等方式争取加速放行——但这可是违法的哟），重新订舱转码头，费用更高。所以，成本价格不宜卡得太死。从经验上看，通过海运正规出口一票货物，无论货值大小，除了前面算的什么 FOB 价格之外，总价之上再另加至少 500—1000 元人民币的交易成本费实在是很有必要。

价格算好后，就可以到处吆喝叫卖了。前面咱们说过可以在网上建个网站或到其它 B2B 贸易平台发布消息，结果有些懒惰的家伙干脆就把价格一股脑列在上面——这是个很糟糕的办法。一来，所有的价格都暴露在竞争对手的面前——记住，竞争对手往往比你的客户更喜欢光顾你的网站，窃取你辛苦弄出来的图片和资料。其次，所谓“谈生意”，就是要争取机会“谈”。价格这么透明，人家还以为咱“口不二价”呢，报价低了没意思，价高了吓得人家扭头就跑。更何况，根据出货量、出货时间、付款方式的不同，价格大有商量余地。所以，除非真的是不打算过日子了“跳楼大甩卖”，否则还是不要把价格公开的好。先用“极具竞争力的价格”一类的广告词儿引诱客户上钩来询问，再单对单报价。

报“实”还是报“虚”？

注意，外贸有自己独特的报价方式。术语叫发盘（OFFER），而现实生活中客户多半会用 quote 或通俗干脆的 lowest price 代替。一个正式的外贸报价，不但应有完整的价格术语表达式（FOB 什么的），还应包括品名、数量等。特别还要加上报价有效时间，因为国际市场变化大，价格常常要随行就市做调整的。此外，规定有效时间还可以起到促使客户早日下订单的作用，其潜台词就是“这个价格很便宜喔，要买就赶快，过几天可能就不是这个价了”。

这种正式的报价，教科书里称为实盘（firm offer），行规上比较看重，一经报出，如果客户在报价所规定有效期内回复接受，出价方就不可再做更改了。当然，硬要赖账也行，但名声不好……和咱们广东摊贩一样，出价不买或不卖，会挨骂街的。

实际上，更多的时候，咱们反而会故意漏掉一些要素，留一手，让报价成为

无最终效力的“虚盘”( non-firm offer )。发虚盘可以给双方留下较多的讨价还价的余地，好处很多。例如碰上国际市场价格波动厉害的时候，灵活一些好。比如报价后面留下一句“offer subject to our final confirmation”，即“此报价以我方最后确认为准”，意思是仅作参考，确切的价格等双方协商后敲定。

有时候虚盘还可以灵活运用作为打破僵局的小技巧。刚开始做外贸业务，常见情形就是好不容易找到个客户信息，开发信也送了 N 封，可对方就是没反应...真郁闷。可这一点也不奇怪。客户只要不是第一次做外贸，就自然已经有了货源渠道。咱们刚开始跟客户打交道，别说价格太高，就是价格与他目前的进货渠道持平，客户都不一定有兴趣联系。打破这种僵局，有效的办法之一就是来招狠的给他个低价，不信他不动心.....但低价咱们就挣不到什么钱呵，不是长久之计。这时候，虚盘就上场了：单纯报个价格，其它啥也不说。等客户来兴趣了，再慢慢跟他介绍你的情况，推销产品。原来的低价，可以给他一点货，解释为“上批订单的货尾，数量不多，故特价销售”云云，之类的借口大家不妨发挥想象力吧。总之，僵局打破就好办，接下来服务周到态度殷勤，就有希望与其他竞争者在同等条件下分一杯羹。

很多情况下，客户不只询问一个产品。当确认客户会定购几种或几款产品时，咱们做业务员的在价格上就不要太死板，可以辛苦点儿，根据客户订购的数量和单价做搭配组合，只要总值能大致持平，某一款产品单价大可灵活处理。但在做这种搭配的时候，切记要跟客户落实好数量---不少业务员都吃过这样的闷亏。

识破客户的探路花招

报价与还价，就是个斗智斗勇的过程。和 MM 们商场挑衣服或阿姨菜场买菜一样，国际贸易商也会玩各种花招。比如一种常见的情形：一个初次合作客商，你知道他是行业中的老手。可是第一次询盘的时候，他选的却是一些很常规的产品甚至过时的老款。这些产品他可以轻易地在几乎任何一个同行竞争者那里买到。其中的内情，多半是客户在试探。他真正想购买的是你的新款，但因为没有合作过，吃不准你报价的“水分”。于是乎用常规产品来探路——因为这些产品他非常熟悉底线价格，根据你的报价来衡量你有多“虚”。一些新手容易上当，根据常例附加利润报了出去。其实，老业务员都知道，外贸行业中，特别是那些外观及功能变化大的产品，老款式是没什么高利润希望的，报高了也没用，无成交可能。上当了反而被客户“套住”，知道你是新手，价格虚高，要么扭头找别人，要么在以后的询盘中狠狠杀价。

新手做业务员的，常常两头受气。一头是老板，规定了价格让你照报；另一头是客户，永远嚷嚷着嫌价高不肯下单；而争取不到订单又挨老板骂。所以，咱们要学会突破。上面说了，老板会给个所谓的底价，可咱们私底下别把这个“老板底价”当真，否则多半没有出头之日。没有客户意向，老板就不肯让价；客户真要下单了，价格自然就会让步。所以，很多时候，咱们新手要学会在中间游走。比如，给客户一个低于“老板底价”的虚盘，等客户有了比较明确的意向，再反过来争取老板同意就好办多了。又如上面提到的多款产品“组合报价”方式，如果你分别拿一个价格去请示老板降价，多半不同意，而若你能主动设计搭配方案，使总值持平，促使成交，那老板一般不会反对，反而会高看你一眼。

当然，如果咱们能够多学习产品知识，了解生产工艺和成本构成，自己计算真正的“底线”，就大不一样了，能够在谈判中摆脱束缚，胸有成竹。这也是新手



老手的主要区别。很多外贸业务员愿意忍受低薪和辛苦，也要从工厂做起，为的就是这个。

### 【本节小结】

- 1.除了基本价格外，要加上预留额外支出作为最后的报价。
- 2.外贸中详细具体的报价叫做实盘，一经报出，在有效期内客户接受了就不可更改
- 3.无实际效力的报价叫做虚盘，是最常用的吸引客户讨价还价的方式，也是打破谈判僵局的小技巧。

前面我们讲了不少东西，刚开始做外贸的时候该准备些什么，如何在网上寻找客户，如何计算产品的价格，如何报价等等，这些东西都并不难。只有等客户确实有采购意向了，外贸才真正进入实质性阶段。之前的工作，只要知道如何做就行，而接下来，就多少需要一点理论基础了，得知道“为什么要这么做”，一来不至于被各类手续搞晕，二来咱们也可以清楚哪些地方需要循规蹈矩，那些地方可以耍点儿花招——不灵活应对，如何斗得过外贸界那些如狼似虎的竞争者？不必担心，这里说的“理论基础”不是教科书上那些望而生畏的公式。不过话说回来，如果正经学过国际贸易，对理解这些东西大有好处，人家大学4年也不是白混的。

外贸是什么？

路人甲：“我知道！外贸就是跟外国人做生意！”

不，弟兄们修炼到目前的层次，答案就不一样了：所谓外贸，就是买卖一堆纸片。

对比一下外贸和咱们到楼下菜场买个西瓜的不同点：买西瓜的时候，现看现挑，八角块二地砍价，讲好选好，给钱抱瓜走人。外贸就不行。首先双方一般见不着面，也看不到货（可以看个样品，但毕竟不是真正交易的大货）。量又大，不管搁谁手里都得花一大笔的储藏费。路又远，运费贵——按外贸行业最便宜的海运集装箱运输方式算，一个集装箱从广州运到德国汉堡，光运费就上万。再加上国家贸易以中间商批发商居多，香港商人从大陆采购，也许是卖到美国。这么一堆货物在世界上搬来搬去，成本算下来大米都要变黄金了。怎么办？干脆，货尽量不动，用一套文件作为货物的代表与象征，贸易商之间就倒卖这套文件，最后谁拿到这堆纸片，这批货物就算谁的，方便省钱。

这样一来，货物在外贸中，基本上就在三点移动：出发地港口、远洋货轮、目的地港口。而代表货物的文件，则尽情折腾转手不碍事。

这套文件既然代表货物，那可就值钱了：如果货物价值 100 万，那么这叠纸片就值 100 万。

在外贸行业，这叠纸片统称“单证”，通常由下列文件组成：

1. 提货单，简称提单，英文叫 Bill of loading，行话“B/L”。因为外贸中以省钱的海运为主，因此提单通常指海运提单。货物交给远洋运输公司后，由运输公司开具提单给发货人，发货人再根据交易情况交给买家，买家据以提货。提单是全套单据中最核心最重要的，因为它直接代表货物的所有权，有法律效力，官话称

之为“物权证明”。

货运公司都有自己样式的提单，但大同小异，一般一式六份，三份正本（打印有 ORIGINAL 字样）和三份副本（打印有 COPY 字样）。其中任何一份正本都可以提货，一经提货则另外两份就失效了。因此为避免混乱，在外贸单证转手中，一般都要求“全套提单”FULLSET OF B/L，意思就是三正三副了。

2．商业发票(Commercial Invoice)。跟咱们国内所说的发票概念完全不同，外贸中的发票，是货物的卖方自己编制的一份单据，上面写明了这批货物的品名、数量、单价、总值、买卖双方等。作用就类似于该批货物的身份介绍信。商业发票一般用英文书写。格式不拘，但必须包含上述内容。

3．装箱单(Packing List)。与商业发票一类，也是货物的卖方自己编制，主要用于描述货物的包装情况，包括品名、数量（个数或箱数）、重量（净重毛重）、体积、买卖双方等。同样英文写成，格式不拘。

4．其它说明货物情况的文件，如证明货物品质的检验证书、证明产地的产地证书等。按照国家规定，部分类别的产品出口前要经过强制性检验，由国家进出口商品检验检疫局办理。产地证也由商检局出，因为咱们中国是发展中国家，不少国家对中国制造的东西进行减免税，或反过来进行限制，产地证就是为证明货物“出身地”用的。

全套单据中，发票、装箱单可以自己写。假如需要转手，中间商也可以自己另写一份代替原来的。提单自然是货运公司出具，检验证、产地证则一般由国家商品检验检疫局出具。

特别留意一点，上述单据中，只有商业发票透露了货物的价值。而商业发票是可以自行编制更改的。既然外贸实际上是在买卖单据，那么咱们不难领会到其

中的重大意义。即便货物再好，单据没弄好也影响生意，甚至搞不好，货给人家了却收不到钱，血本无归。反过来，货物有问题，而单证做得干净漂亮，一样可以交易。

路人甲：“那么我们弄一堆破烂货再弄一套好单证，岂不赚翻啦？”

别这样，太邪恶了，纯粹是诈骗犯，在任何地方都会被警察抓的。我们是做正当生意的，不搞这一套。

了解到外贸凭单证交易的特点，我们就能一通百通，理解后面我们将谈到的外贸诸多环节手续的内情和道理，同时树立起外贸“单证第一”的观念，小心伺候。

事实上，单证如此重要，以至于外贸行业中专门派生出一个职位叫“单证员”——翻开报纸的招聘栏不难找到这个词。可说真的，单证员不是个好活儿：责任大，耗精力，也没多少钱。只适合于细致耐心又不大爱抛头露面的女孩子。

外贸单证交易导致的一个有趣现象，就是很多老牌的外贸商人，很可能从未真正见过自己买卖的东西。

## 【小节】

外贸最大的特点就是单证交易。制作一套合格的单证，是外贸实务中最关键的工作。基本的单证包括提单、发票、装箱单以及其它说明货物情况的检验证、产地证。

## 直接搜寻买家

1.利用关键词在一些比较知名的搜索引擎上搜索。这种做法需要比较有耐心，因为它不是再 b2b 网站注册后，直接受到买家的询盘，而是自己主动的搜索客户

的联系资料。关键词要清楚、明白。

2.可以直接联系一些国外大集团驻中国的办事处，象除了沃尔玛这样的世界级零售商，有很多邮购商都在中国有办事处，通过网络搜索就能找到他们办事处的电话，如欧图集团(otto)，广丽 ( quelle)集团，乐凯莼集团 ( redcats)，每个跨国邮购商每年在华采购超过好几亿元。如德国最大商业集团之一的嘉士达-广利集团 ( KarstadtQuelle )，2003 年在中国大陆采购产品总额约为 5 亿欧元，占其全球采购总额的 52%。这些大集团在上海，北京，深圳都有办事处。

3.报价后要及时跟进邮件，不能因为老外不回复，自己也就放弃了。

作为外贸业务员，每天都会收到很多电子邮件( 哦，你每天只有一封，那努力吧 )，那么你是如何管理和答复这些邮件的呢？我的一些个人看法，供参考。

如何识别真假讯盘？

你可能每天都会收到很多新的讯盘，特别是如果你做了网络推广的话，但是其中有很多是无用或者虚假的讯盘，如果是一个真的客户，你没有认真答复可能会失去，如果是国内同行，如果你发了详细的资料或者报价，将会泄漏自己的信息，特别是技术设计比较高的行业，泄漏信息是十分不好的。所以识别真假客户是必要的。如何识别他们？

首先，查一下发件人的 IP，方法：右键单击收到的邮件，选择属性 - 详细信息，在里面你会看到几个 IP 地址，然后查询 IP 所属的区域，可以到 [ip.lk52.com](http://ip.lk52.com) 这类的网站查，输入 IP 地址就可以知道来自哪个地区。

其次，如果你的网站有计数器，同时可以参考一下计数器里面的 IP 记录，看看是不是有这个 IP 浏览过你的网站；一般来说用国外代理服务器上国内工厂

的网站比较困难，所以一般国内的是用真实 IP 上你的网站，发送邮件的时候可能会用代理服务器。用计数器还有一个好处，就是可以知道浏览你网页的是通过什么地方知道你的，是点击 B2B 网站上面的链接还是直接输入你的网站地址？如果是直接输入地址，那就要想想他是怎么知道的。

第三，看看客户发来邮件的时间，根据时差判断客户发送邮件的时间，比如早上八九点从德国 IP 发送过来的邮件基本有问题。

第四，看看客户在邮件里面是否留了详细的联系资料，如果有网址，详细电话传真地址等，一般比较可信，对于资料不全的，可以问问他的联系资料，猜测有问题的，可以发送传真或者电话询问一下。打电话给客户会让客户觉得你比较重视他，哪怕只是说明一下收到了他的讯盘，有利无害。

第五，分析客户讯盘的内容，如果有具体的规格，详细的要求，这类客户比较有价值，如果只是笼统的要样本价格单什么的，比较没什么意义，至少短期没什么价值。

对于使用 YAHOO，HOTMAIL 邮箱的讯盘，多留心。

如何撰写一封规范的邮件？

- 1．使用统一的信纸，最好有公司的商标，主要产品的图片类别等等，很方便就可以做一个，网络下载的信纸不太适合商务使用。
- 2．格式正确，统一，邮件主题合理，拼写无误。所有发给客户的邮件应该采用统一的格式：

（1）邮件主题最好有公司名字等，比如公司名字是 EXPORT，行业是 PLASTIC，这封邮件的内容是给一款产品报价，那么主题可以写 Export

Plastic/quotation of item A. 这样有一个好处，可以方便客户以及你自己以后查找给客户的信息，对于来往邮件很多的客户，开始的时候我往往要花很多时间去查找以前的报价以及其它资料，但是现在通过主题就很方便知道邮件大概内容是什么，节省很多时间。

(2) 邮件正文两端对齐：对于段落很多的邮件，正文两端对齐会显得很整洁。

(3) 第一封邮件最好写上 Mr.或者 Ms.某某，职位写 SALES MANAGER 等，不管你是不是经理，写上没关系，你职位高客户会觉得把他当回事，有好处。

(4) 落款有公司标识以及详细联系资料。

3. 版面整洁，在 OE 里面将撰写邮件的字体，字号（10 - 12 号比较好）都设置好，不要一会大字一会小字；也不要花花绿绿的，特别是不要全篇都是大写字母，会增加阅读的难度，让人反感。除非是对一些需要特别提醒客户注意的地方，可以用大写，加粗，特殊颜色等突出显示。

4. 拼写无误，在每封邮件发出之前都应该利用拼写检查工具检查是否全部拼写无误

5. 表述准确，能够准确表达我方的观点，不要使客户产生任何的歧义，尽量避免有歧义的单词或者短语，尽量避免使用俚语等。

6. 详细，能够提供给客户非常详细的资料，回答他的问题，并将他没有问到的问题提出来。有时候你提出的问题会让客户觉得你很细心，很可靠而且非常专业。当然，详细并不是说一股脑的将所有东西都托盘而出，应该学会在适当的时候谈适当的事情。

7. 有条理，能够让客户清楚地明白邮件内容，谈完一件事再谈另外一件，混在

一起会让人头晕。很多时候，用 1, 2, 3, 4 等标出来你要说的东西会非常有用，客户很清楚就知道你要说或者问什么。

8. 方式多样，比如配合作图说明，照片说明等，往往很多事情用语言很难说清楚，但是如果给一张图纸，或者一幅照片，那就一目了然了。比如你说你如何玉树临风，说再多什么用，来张 PP 不就明白了？

9. 及时，做到当天邮件当天答复，在收到邮件后应该马上整理出自己不能解决的技术问题，及时提供给技术部门或者供应商，要求他们在什么时候给予详细答复。养成一个好习惯，在早上收到邮件后，整理出哪些需要询问技术人员或者供应商的，将问题给他们后，再来回复能够回复的邮件。如果不能当天答复，给客户一个说明，为什么答复不了，并承诺一个明确的时间。

10. 适时跟踪，一般客户都是同时询问很多的供应商，所以要适时提醒他你把他放在心里，并让他知道你在等待。比如公司有了什么技术改进或者新的产品开发，可以发送给很多客户，或许机会就在那里。

11. 学会维护和客户的关系，这个是最难的一点，同时也是最重要的，需要自己体会。坦诚对人，不要欺骗，基本的一点。适当的恭维也很有用。

面谈如何应对样品问题？

在外贸出口工作中，我们时常会出现这样的问题：客人要求我们寄样，等我们按照他的要求寄样后，就没有任何消息了。

出现这种问题，说明我们判断失误。甚至，我们很多刚开始参加工作的外贸人员不懂如何判断一个询盘的真假性。

首先，我们从他的询盘内容来看。告诉你，下面的询盘可能是真实的：



- 1) 他要求你就某一种产品报价时，同时具体到数量规格包装产地质量标准交货时间提供相关证书到货港口等。
- 2) 他提出你的公司网站或产品目录里没有的相近产品，询问你是否可以提供生产。同时，他提供所需要的相近产品的款式规格颜色等其它方面的信息。
- 3) 他直接提供你公司完全可以做的产品，并且附上图片，目标价格等详细产品说明资料。

最后，我需要说明的一点：电子商务它的有效性表现在：它为双方的沟通，提供方便；它不能够提供双方的真实性。所以，在这个缺乏诚信的时代，任何一笔贸易，是需要双方深层次的了解之后，才有可能发生。这是为何时下展览业的生意兴隆的重要因素，因为，展览会上，买卖双方可以比较了解。买卖双方都能够从彼此找到真实感及安全感。

我们现在很多公司对电子商务所寄予的希望过重，特别是一些贸易公司，认为业务人员拥有电脑电话网络样品，就可以完全能够接到外单。其实，真正经营的业绩是在相关的专业及出名的展览会上带来的。

我觉的这样的程序过于繁琐，其实很多时候客户没有音讯是因为我们的价格不合理，或者是我们的样品不是很好。所以作生意一定要对自己的产品很了解。包括自己的产品品质在市场上处在什么位置，自己的价格又有多少竞争力，只有这样才能有的放矢，减少不必要的损失和抱怨。

如何处理国外客户寄样品的要求？

因为看到很多的朋友，在跟海外客户接触的过程中，出现样品或者骗子等问题，在此，希望能和各位一起分享如何处理国外客户寄样品的要求。

## 分享 A

国际贸易中这样的情况很正常。有些客人在未得到你的样品前，会经常催你寄样，等收到样板后会有很长一段时间不会理你，大致有以下几种情况：

- 1、对于贸易商他不是最终用户，他要提供给他的客户，此样板是寄给最终客户试用的或作展览用的，之所以他也在等客户的回复，此种情会有一定的希望，能定期跟催客户。
- 2、他在收到样品之用，会感到不满意，比如质量，款式等等，这也会使他不再理你。
- 3、此点是看你的样品属于哪一类，比如纺织品，可能有测试或成份检查等，电器则有相关的认证等，有这也需要一定的过程，如果此类情况属真，则也会有希望。
- 4、此客仅是想收集样品，已经找到了更好的替代品或将您的样品放入他们的档案做收集资料并无其它意思，故会找借口来搪塞你，无任何希望。
- 5、可能你的样品是比较满意的，但相关的交易条件令人不满意，有些客户不会说。因他要样品也不只你一家。

总之，碰到这样的事，则要有耐心，能有订单则最好，若没有，也很正常。但你要努力去跟催客人的情况，以求得到最好的效果。如果本次不成功并不意味着没有希望，经常保持与客户的联系和沟通，如果他是最终客户可能在经后的接触中会另外选择您。您要做好您的潜在客户资料档案。

## 分享 B

对于一些小客/新客，我建议可向客人说明我们很乐意随时免费推荐最新潮

的产品款式给他们，以吸引更多的客户和生意。但我们又面临负担大数目快递费用的困扰。如果客人愿意为我们分担快递费的话(例如提供到付账号)，将是对我们工作极大的支持。这样我可以多推荐一些有新意的样品给客人。当然，为帮助客人节约快递费，我们推荐新东西给客人都会从实用性考虑，在寄出之前都会通知客人(照片给客人看)，客人看过确定需要后才寄出。我想这种方式对于一些真正有意开拓生意的客户会有一定的效果。而对于那些大客老客，尽管他们每年和我们的生意额很大，我一般还是会出以下这封信件给客户的。

Dear Sirs,

Firstly thank you for your continuours supports in the past years , we wish both business snowballing in the coming years.

As per the summing-up made by our financial department in the last half year , the statistics showed that we had a very heavy burden on sample cost , Just as you know , during the past years we supplied the small qty samples to our customer free of charge , in this way , we not only had to pay the samples cost in our factory , but also pay for the postage to express courier , such as UPS , Fedex , however , our profit is getting smaller and smaller , Under the above-mentioned situation , we find it is getting difficult to run business in this way. In order to solve this matter in a reasonable way , we hope our customer could help to share the cost by paying the postage , So could you please inform us your account number of UPS or Fedex or other express by return? So that we could send samples by your account number , while we will supply

the samples which are free of charge in normal small quantity as before.

We believe this will do favor to develop the business between us , most of our customers is doing in this way now , we sincerely hope it will be also workable to you. Please kindly comment the new way and advise us your A/C no. Thank you for your cooperation.

Looking forward to hearing from you soon.

客人收到此信后， 就算还是不肯负担邮费， 也会不再是随意要样品了。

## 分享 C

虽然应该是根据客户实际情况的不同而灵活掌握，但总的来说，不管生意做不作得成，样品的价值一定要得到客户的认可。

1，大多数的样品，若从单独制作方面来考虑，在生产工艺流程上与批量生产时所耗费的各种资源相差无几。所以，应该说单独打样的生产成本是昂贵的。

2，即使不考虑昂贵的样品生产成本，选择的样品是从流水线或仓库随意挑选的，那么为了促成订单而耗费在样品上的各类成本，费用也一定存在。

3，大多数的国外客户，除了 a 专做样品生意的 b 资信程度较差的 c 贪图便宜的一些商人之外，几乎每一个诚信的商人，都会考虑样品的各类成本与价值。

4，从国内工厂角度考虑，长期的索取样品，而做不成几单生意，或在实际发生的定单当中根本无法以口头或实际价值上体现样品价值，那么，久而久之，失去的不仅仅是客户，本公司资源，更会失去看之较重的公司信誉。

5，国外客户长期或经常性的索取样品而未下单，虽然有价格，质量，付款方式等等常规及非常规的原因，但在客户选择，供应商选择，样品的索取上，做为贸

易公司还是要耗费一些久而久之会积累成开支庞大的费用。

#### 分享 D

的确寄样问题是个比较棘手的问题，不寄怕失去潜在客户，寄又怕样品一去无回，并且有些公司的样品价值不菲或对方要量较大时，更是难下决定！我也曾遇到过很多类似的问题！后来我的处理原则：

第一，要求对方承担运费，特别是快件！

第二，要求对方提供传真或 EMAIL，而不仅仅是一个电话，以便有据可查。

第三，价值不菲或数量较大时，要求对方付一半样品费。当然如果是长期客户就算了！

第四，在发样后定期与其联系，以便确认对方对样品质量或外观或结构不同要求，这才是发样品的目的！

#### 分享 E

外贸时间长了，你就会发现这是一种常见现象。

1. 客户是 Trading，需要收集样品或等待他的客户回答。
2. 客户是新起步公司，做每一件事都需要时间确认。
3. 该产品是新项目，需时间确认。
4. 您的产品在同行中没有竞争力。
5. 客户的作业方式。

您需做的：

1. 保持足够耐心。
2. 进一步了解客户信息，经营模式，主营产品，我司产品所

处位置，是否提供更多信息等。 3. 及时提醒客户。

#### 分享 F

其实要求到付并不是一件坏事，我们愿意提供样品说明我们做生意的诚意，而对方承担样品运费另一个侧面也说明客人是否真正有做生意的诚意。

向国外邮寄样品，如样品本身不是很昂贵的话，基本上大部分费用是花在邮费上。因此，坚持邮费由客户支付，样品免费提供，这样，双方都承担一定的费用，对双方有一个约束。如对方是真想做生意，一定会答应这个要求，若对方坚持费用全部有我方支付的话，就要考虑对方的诚意和信誉了。最好呢，在寄出样品时，先向快递公司打听打听大约要多少运费，先通知客人说我们将以到付的方式寄样品，费用约多少，这样让客人心里就有个底。也可以考虑各付一半吧。

#### 分享 G

在经过充分思考和分析后，决定要向此潜在客户寄送样品时，可取方法如下：

##### 1、对于初次交往的客户

1) 制定公司的样品政策（硬性的）。就是对于任何客户想要的样品都收取样品费用甚至快递费用。但是许诺将来客人下定单时，从货款总值中扣除掉这笔费用。

2) email 或 fax 贵司的发票给客户请求确认。并安排做样品，一定要准时、正确、完整的交出样品及其相关资料。

3) 收到客户确认或电汇后，安排快递。

4) 及时告知客户快递停息便于对方做准备及清关。

##### 2、对于老客户，我想根据贵司的需要而灵活决定是否该收取。

## 分享 H

简单来说，如果你没寄次样就获得 BIG ORDER，那外贸是否有点太容易了，当然排除经验丰富的高手罗。这种现象要在我们这些生手中持续很长一段时间，那耐心就很重要了。

说道寄样，我总觉得你要相信客户，其实没几个客户会吃了没事干花时间去骗你几个样品。一般货值不大的样品即使免费他也赚不了多大便宜，货值大的你不会轻易寄送的。当然寄送样品跟踪询问是非常必要的，哪怕你的样品被丢在一边，你可能会得到样品缺陷、不足的反馈信息，这些东西已经很值钱了。谁寄送样品都希望能带来定单，但相反那就的竭力从自身找原因，询问客户对样品质量的评估等。我再说一件我自己的事，我有个客户联系足有半年多了，样品、样本都寄送过，后来邮件、传真、电话什么条件都谈妥了。最后就是签合同、做形式发票，我把合同、发票传过去，他就没了消息。我做外贸已经有一段时间了，我自己都觉得这笔定单板上钉钉了，可还是黄了。最后联系客户他才道出实情，我们的产品刚好撞上他们那边告我们倾销，我们这边在半个月后才有确切消息。不管怎么说，客户说的是实情我也认了，我也相信他！

## 分享 I

第一次：一印度客户索要样品，并主动表示愿意承担费用。但当我将样品费和运费计算出来报给他时，他却表示沉默了，我一再催促要求他将样品费和运费电汇过来（他没有告诉我他有快递账号），但他一直没有答复。

第二次：一南非客户来电子邮件表示对我公司产品感兴趣，要求提供报价表。

报价表提供之后，客户再次来电子邮件，要求提供样品以便促销之用。我回复表示样品可以提供，但由于最近所要样品的客户实在太多，很抱歉样品费以及运费需要客户支付。但从此之后，再也没有任何答复。

从以上两次经历来看，我认为尤其是新客户的索要样品要求，应该坚持收费的做法，如果是有诚意的客户，他应该理解这种要求。

#### 分享 J

我也是从事外贸工作的。记得刚进公司时，也是遇到很多客户索要样品，所以，经理就跟我们讲了以下这个案例，叫我们借鉴后自行处理：

曾有一次，一塞浦路斯客户索要样品，由于已于交易会上同客户签定了合同，所以即使样品较大，也同意免费提供，但客户答应运费到付。后来样品寄到对方后，可能由于客户市场需求发生变化，客户拒收样品，也不开来信用证。结果为了避免退回国内产生双程运费，经过与快递公司交涉，在外国当地即时销毁样品。同时我司补回几千块单程运费（由于远，运费贵）。

其实，现在快递公司越来越多，为了招揽生意，一般开帐号都是免费的，所以基本上每个客人都会有个快递帐号的，不要听信对方说没有帐号。

#### 分享 K

现在，在我自己从事外贸工作的过程中，要是遇到客户索要样品一般会做如下处理：

1) 如果样品较少，价格低廉的话。

我会同意免收样品费。然后，就跟客户说：由于我司真诚希望与贵司做成生意，



所以愿意免费提供样品，但请客户谅解，由于报价已经很优惠，请其与我司共同承担一些负担，提供帐号，运费到付。如果客人是真心与你做生意的，一般情况下，他会谅解你，而不会跟你计较的。

2) 如果样品比较大，比较贵。

我一般会跟客人说：由于太多客户来索要样品又一点音信都没有，我们的工厂一听到寄样品，就没有多大信心而不大愿意寄样品。所以，请客人谅解，先汇样品费过来，运费到付。如果没有帐号，就汇样品费连同运费。

3) 如果对第二种情况，客户提出只提供帐号，运费到付，即使样品较贵也要我们免费提供的话。我会建议他：先付样品费和运费，到有正式定单下的时候，再从定单金额中扣除原来的样品费。这样一说，通常真正的商人是不会有讨价余地而会接受的。

## 分享 L

寄送样品后如何与客户沟通？

首先，在未寄样品前尽量与客户多接触联系，比如，再确认一下地址，寄出时给他传真邮递底单，跟踪该邮件反馈 E-mail 给他，内容精简，不为别的，只为了加深客户对我们的印象。

其次，尽可能多了解该公司的实力和业务范围，可通过其它客户去了解他，这样就不会无的放矢！同时也让该客户知道你在他的地盘上有你认识的朋友，加强感情！知己知彼，百战百胜！

这样，如果以后与该客户如果做成生意后有什么风吹草动我们都知道并有所行动。

再次，经常与该客户联络，一有新产品就马上推荐给他，希望他能支持你的业务，你给他好价格，希望能下个试单，数量由他来定！如果他有新产品我们可以帮他开发！

## 第十节 信用证（上）

本节我们来彻底弄清楚外贸行业中最独特、有趣而神秘的东西——信用证。基本上每个做外贸的人早晚都将会接触到它，至少是听说过。初次见到信用证的时候，看上去是一叠密密麻麻充满术语的令人望而生畏的文件。那么，它到底是什么？首先得从外贸的难题——商业信用谈起。

### 为什么要信用证？

我们不难想象和体会，国际贸易的确是一个颇具风险的行当。大宗的货物和款项在国际间传递交易，各国商人语言不同，法律各异，相隔万里，交易时甚至没有见过面，交易耗时也长。生意场本来就是尔虞我诈的战场，更何况面对的是遥远陌生的客户。

如果像菜市场买个西瓜那样一手交钱一手交货自然方便，可是国际贸易不行，即便在科技发达的现在，货物从深圳港口海运到欧洲，也需要在海上跋涉20多天甚至1个多月，同样地，一笔款项从国外银行转至国内银行，辗转几天到半个月一点也不奇怪。这样一来，国际贸易买卖双方自然会颇有疑忌。

作为卖方，首先担心买方订了合同，到时候却不要货。须知国际贸易一般交易量都挺大，卖方备货费时费力，万一届时买方毁约，大批货物积压在手里可就头疼了。更何况很多时候货物是按照买方要求而定制的，想转售他人都很麻烦。

其次，担心把货物交付买方后，买方拖延付款甚至赖账。毕竟海运费用不菲，比如一个 20 英尺标准集装箱的货物从深圳运到欧洲港口，单程的海运杂费就远远超过 1 万元人民币。即便能保住货物不被骗走，往返运费也吃不消。因为有这些担心，卖方自然希望买方能在签订合同以后就支付一部分定金预付款，或者在交货运输之前把货款结清。

作为买方，则担心卖方不能按时、按质、按量地交货。同时，也不愿意提前就把货款交给卖方，一来占用资金影响生意周转；二来万一卖方出现纰漏，买方隔着万水千山也很难追讨。因此与卖方相反，买方自然希望能先交货，查验无误了再付款。

当然了，理论上是有国际贸易惯例，有仲裁，有法律，可生意人都知道，不到万不得已才去打官司，打官司实在是劳民伤财，胜负难卜。再者说了，现在大多是有限责任公司，而且注册一家公司玩儿似的容易，真要出事了咱找谁去？归根结底，国际贸易最头疼的就是一个“信用”。而货、款的问题，光凭双方的商业信用是很难协商解决的，尤其是刚接触没多久的客户。

怎么办？找居中的担保人。找谁做担保人？找银行。为什么找银行？因为银行有钱呵，实力雄厚比较信得过，出了事情能担带得起。而且世界各国对银行的管理和要求一般都比较严格，知根知底，不像普通的有限责任公司那样说垮就垮说跑就跑，相对稳妥安全一些。于是，国际贸易中就形成了一种独特的做法：买卖双方磋商交易以后，由买方出面，把交易的内容和要求，比如品名、数量、品质要求、金额、交货期等等条款开列清单，交给某一家银行（通常就是买方的开户行），请银行做居中担保人，根据这些条款开立一份证明给卖方。只要卖方按时、按质、按量交货，银行就监督买方付款。因为买方本身在此银行开户，或交纳了

一定的保证金,所以这种银行监督下的收款是很有保障的。反过来对于买方而言,在卖方交货之前不需要支付任何预付款,卖方交货不及时或者不合格,就可以拒绝付款,也很稳妥,双方皆大欢喜。这样一来,国际贸易商之间的商业信用就得到了银行的担保证明。这份证明“信用”的文件,就是传说中的“信用证”,英文全称 Letter of Credit,行话简称 L/C。这里面有个关键的因素,就是咱们上一期内容里谈到的外贸“单证交易”的特性。用一套单证来代表货物,这样就使买卖双方、银行之间的运作成为可能。在信用证中,对需要哪些单证来代表货物作出详细规定。卖方按照约定的交货期限把代表货物的这套单证交给银行,就等于是把货物交给了银行。银行不需要跑到仓库去验货,只需要检验这套单证即可。单证符合要求就意味着交货合格,就必须付款给卖方。

可见,对于信用证来说,单证是最核心部分。一份信用证的主要内容也正是细致入微地规定单证的。包括需要哪些单证,每种单证需要几份,单证由谁出具,何时出具,甚至详细到单据上的字句如何表述。这样谨慎的做法,就是为了能够使这套单证最大程度地准确反映货物本身和交付过程的情况,制约卖方造假的可能。

信用证是个啥玩艺儿?

信用证简单地说是这么一个东西:列明了交易事项条款要求,由银行居中做担保,卖方拿到信用证以后,只要按照信用证的要求交货并准备好信用证上规定的所有单证,交给银行,就能安全顺利拿到货款。

举例,买方是一个美国公司,开户行是花旗银行;卖方是一家东莞工厂,开户行是中国银行。最常见的信用证具体操作步骤,是美国公司向花旗银行提出开

证申请；花旗银行接收申请，开立信用证，并传递给中国银行；中国银行接到信用证以后，通知东莞工厂，并把信用证交给东莞工厂；东莞厂据以备货制单，完成交货后，把全套单证交给中国银行。中国银行审核无误后，可以直接付款给东莞厂，或者暂不付款而将全套单证转交给花旗银行，由花旗银行付款。在这个例子中：

- 1.美国公司申请开立信用证，叫做“申请人 Applicant”
- 2.花旗银行开立信用证，叫做“开证行 Open 郵 ing / Issuing Bank”
- 3.东莞厂因为受益于信用证的付款保障，叫做“受益人 Benificiary”
- 4.中国银行接到的信用证，并通知东莞厂，叫做“通知行 Advising/Notifying Bank”
- 5.如果中国银行直接付款给东莞厂，就叫做“议付行 Negotiating Bank”
- 6.花旗银行最终承担付款责任，叫做“偿付行 Paying / Reimbursing Bank”

所以，当我们想以信用证作为收取货款的方式时，需要把我们的要求和国内开户银行的名称账号等资料告诉国外买家。这些资料可以询问银行，告诉银行是为了开立信用证的即可。

理论上信用证有很多种类，比如根据是否允许受益人转让他人分为“可转让/不可转让信用证”，根据付款期限分为“即期/远期信用证”，根据是否可以中途撤销分为“可撤销/不可撤销信用证”等等。而实际上，最常用的就是“即期不可撤销信用证”，原因很简单，咱们做出口的，当然不喜欢货款被拖延，而信用证一经开出就更不希望会被中途撤销，否则便失去了实际意义。至于是否允许转让，则根据出口的渠道自由掌握。信用证属于什么类型，在信用证本身条款中会明确规定。

了解信用证以后，我们就知道这东西对我们有多重要了，它是收回货款的保

障，跟真金白银一样珍贵。也正因为如此，一份可靠的信用证甚至可以作为担保物，拿到银行去贷款，为卖方资金周转提供便利，行话称之为“信用证打包贷款”也出现过不少利用信用证骗取银行贷款的，如南德集团牟其中涉嫌信用证诈骗案，从中可见一斑）。

### 当心信用证的“不符点”

同样信用证也很脆弱，对它繁杂的单证规定咱们可不能有半点的马虎，连一个标点符号也不能忽视。银行在判断交易是否有效的时候，就是根据信用证上的要求来审核单据的。单据不符合信用证上的要求，行话叫做“不符点”。不符点可大可小，别说迟交货、单据不齐全这样的大错误，就是一个错别字也能构成不符点。而一旦有不符点，信用证对于卖方的付款保证即告失效。接下来的处理就有几种：

1. 银行征询买方意见，如果买方不介意这个不符点，那么，信用证照旧履行，支付货款，但是要扣几十美元甚至上百美元的罚款。这种罚款就叫做不符点扣款，其金额在信用证中会预先声明。
2. 买方不接受不符点。那么，银行就拒绝支付货款，即行话的“拒付”。把单证退回卖方，卖方自行处理货物。
3. 买方愿意接受不符点，但是要求扣款。于是，买卖双方另行协商。为了避免退货返运的损失，卖方常常会息事宁人，同意扣款。于是，银行根据双方协商结果支付余款给卖方。

当然，不符点不一定会构成拒付。理论上，轻微的不符点，比如不影响单证效力和性质的错别字等，不但不应构成拒付，甚至也不必征求买方意见。多数情

况下诚意合作的国际贸易商都能接受小的不符点,卖方的损失仅限于银行的不符点罚款。但是,在实际操作中也不乏趁机挑刺的现象。尤其是国际市场行情变动的时候,一旦出现不符点,买方借机拒付或要求扣款,变相降价的情形屡见不鲜。

更有甚者,一些国际买家会利用信用证单证至上的特性,故意设置一些新手或外行不易察觉的“陷阱条款”,极易造成不符点,或使其成为变相的“可撤销信用证”,随时变卦。对于这一点的识别防范,我们在后面的章节中还要专门讨论。

所以,信用证用得好,咱们货款就有保证;处理不当,反而深受其误,不可不谨慎对待。谨慎对待的意思有两层,一是在信用证开出之前仔细审核,确保各项单证要求合理可行;二是在根据信用证备货交货缮制单证的时候,树立信用证至上、单证第一的观念,严格照办。此外,学习一些万一出现产生不符点的可能情况时的变通和补救技巧。

## 第十一节 信用证(中)

上一节我们了解了信用证的基本原理、信用证对出口商安全收款的保障以及信用证“不符点”导致的风险等。不少初涉外贸的江浙闽粤工厂对信用证操作多有误解。要么过于迷信,觉得只要外商开立了信用证就万事大吉,对“不符点”没有足够的警惕,遭到拒付才慌了神;要么反过来完全不相信信用证——特别是吃过几次不符点拒付的亏以后,死守“款到发货”的规程,结果失去了很多交易机会。这两种极端观念都是由于不了解信用证运作特点而导致的。通过前一节的学习,我们可以得知,一份“可靠”的信用证,只要不出现不符点,基本上与真金白银无异。而“可靠”与否,最基本的衡量标准有三个:知名大银行开立、单证要求合理可行、无“软条款”。

## 知名大银行开立

知名大银行开立，这一点比较好理解：既然信用证的原理就是“银行做中间担保人”，那么首先这个担保人就要可靠。与国内银行不同，国外的银行很多都是私营的，规模有大有小，其信用度自然良莠不齐。且不说有一夜间倒闭关门的，厚颜无耻与客户（信用证申请人）勾结、设圈套坑害出口商的也不乏其例。而知名的大银行因为历史悠久、讲究信誉，在信用证操作上基本能做到公平合理，对买卖双方的服务也比较周到。一般说来，欧美等发达国家的银行信誉较好，因为欧美国家市场经济体制健全，金融监管也相对较为完善。在网上不难查找到世界排名前 100 位的银行名称，可以直接以银行名称为关键字在 Google 中进行搜索，看看客户的开证行是否在名单之列。另外查证银行信誉还有一个小技巧，比如根据开证行所在国家地区去查阅中国驻该国的大使馆官方网站。网站上偶尔会介绍该国主要银行（多半在经济商务参赞处网页或当地经济概况栏目）。如果有此一家，那么多少可以放心一点点。

信用证开证行如此重要，因此，外贸中当与客户协商采用信用证结算时，通常都会预先声明“信用证应经由知名银行开立”。不过东南亚、非洲、南美洲等地区的客商，有时确实无法经由知名银行开立信用证的，为促进交易，实在不行的时候咱们也能接受杂牌小银行的信用证，条件是“经保兑（confirmed）”。保兑的意思：是无名小银行开立信用证以后，由另一家可靠些的银行再做担保。这个“再担保”的银行就叫做保兑行（Confirming Bank）。假如小银行赖账不履行其应尽责任，则保兑行须替它背黑锅。保兑行通常由第三方知名银行或者通知行（也就是咱们这边的银行）来担当——实际操作中多半是通知行做保兑行。当然，银



行做保兑是要收费的（各银行视情形不同保兑费数额不等，以总金额 0.2%为常见，具体数额可事先征询咱们的银行），通常由出口商承担。这增加了交易成本，但至少解决了出口商不信任进口商开证行的矛盾。要求保兑的，事先跟客户声明“信用证须加具保兑”即可，无其它特别操作。加具了保兑的信用证，会有相应的“confirmed”条款。不过要注意，“保兑”指的是在单据无瑕疵而开证行不履行责任的情形下由保兑银行承担付款，而并不是说有了保兑就“天下无贼”——不符点导致的拒付，保兑行可不会理睬哦。

是否做保兑完全依据自己的权衡判断，毕竟这是一个求稳妥的法子，而并非绝对必要。

### 单证要求合理可行

所谓“单证要求合理可行”，指的是信用证中要求的单据，特别是由第三方机构如商检局、货代等出具的单据，咱们是否都能按时、按量取得。曾见过一个案例，信用证要求出具“一正三副的普惠制证明”，业务员审核的时候不加思索地接受了，可实际上咱们的普惠制证明一般只能出具一正两副。另一个案例教训是关于时间的：信用证要求船期后 5 日内寄交副本提单，10 日内交单银行，而客户指定了香港的货代，香港货代则要求先港币支付杂费，到账后才肯出提单。实际操作时因为外汇支付、提单寄交内地城市等因素，根本无法在 5 天内取得提单。因为事先没有与香港货代沟通，业务员出货制单时候手忙脚乱险象环生。此外，信用证对单据的要求往往还细致到语句表述，碰到这类对词句有特别具体要求的单据，没有十足把握的，最好事先向单据出具方咨询，确认是否能按要求缮制。如果这一点有疏漏，到时候不能完全依照信用证要求来出具单证，势必产生不符

点，信用证的可靠性就大打折扣了。

### 识破“软条款”

“软条款”是外贸的一个行话，泛指咱们上一节提到的“陷阱条款”。“软条款”本身没有很严密的定义，识别和界定“软条款”需要积累经验。我们知道，信用证一经开出，就是卖方交货、买方付款的依据和保障。信用证的种类虽多，但实际操作中最稳妥可行的就是“不可撤销即期信用证”。道理很简单，如果信用证可以随便撤销的话，卖方辛苦备妥货物，买方一句“撤销”咱就傻眼啦，这样的信用证有什么意义？同理，信用证一经确立，买方就不能任意干涉阻挠卖方履行信用证。而“软条款”就是破坏这一基础的条款，通过“软条款”，买方可以耍手段使信用证在某种程度上失去“不可撤销”的性质或迫使卖方无法履行信用证。买方恶意设置“软条款”的用意，多半是转嫁市场风险。我们知道，外贸交易周期长，市场变动也大，如果到时候行情不好，买方就利用软条款破坏已经开立的信用证，达到毁约或逼迫卖方降价的目的。

举例：信用证中规定“货物付运前须经买方检验并出具检验报告”。乍看没什么，验货合情合理。可是到时候如果买方拖延时间迟迟不出具这个“检验报告”，出口商就无法在规定的时限内（通常信用证会规定在发货后十几天内）集齐全套单据交给银行，自然就产生了重大不符点，买方有权拒付。银行并不会追究到底是哪一方导致单据迟误，只依据单据作出处理，吃亏的是出口商。

又如：“船期航线由开证申请人（即买方）通知，随附买方航线确认。”同理，如果买方迟迟不做通知，信用证就无法顺利履行，变相成为了一份可由买方随意撤销的信用证。

再如：“正本提单之一直接寄交申请人（即买方）”。这也不奇怪，对于日本、韩国及东南亚一些国家，货物几天可抵达，而单证则往往需要十几天才交到银行，会耽误客户提货的。可这样一来，客户正本提单在手，无需通过银行付款就能径行提走货物。到时候再随便挑刺，轻微不符点也嚷嚷着拒付，咱们就面临钱货两空的危险——特别是开证行与客户勾结的情形下。

所以，一个“软条款”就足以毁掉一份信用证。有“软条款”的信用证，银行一般都不接受此信用证抵押贷款的，可见其危害。

识别信用证“软条款”有两个诀窍：一是确保客户没有付款取得单证之前（行话叫赎单）无法提货。“提单径交买方”之类的显然就是软条款了；二是确保“制单不求人”，确切地说是“不求客户”，也就是信用证中不要规定由买方签署出具什么单证，所有的单证，都有咱们出口商自己缮制，或由官方机构，或货运公司出具。凡是违反这一点的，均可视为软条款，比如“买方检验报告”、“买方装运通知”等等。

识破了软条款，就要据理力争，或采取变通手段，让客户取消该条款。比如上面提及的“正本提单径交客户”，就可以改为副本提单交客户，让客户届时以银行担保的形式先行提货，而一旦如此操作，基本上就等同于无条件承诺付款了，两全其美。

当然，也不是说见到“软条款”一概枪毙——事实上也做不到。特别是一些国际知名的大买家，在其信用证中多见软条款，其目的一则牵制出口商，二则便于自身管理。这些软条款往往也是不容更改磋商的“霸王条款”，咱们为求发展也多半会忍气吞声。不过既然是大买家，好歹也讲些信用，风险比杂牌买家略微小一点。其中的进退取舍，就靠各位同行自己掂量了。但只要出现软条款，都要格外谨慎。

客户同意采用信用证结算了，咱们就把银行资料给客户。客户就会通过他的银行开出信用证，传递到咱们的银行。咱们的银行接到信用证以后，会通知咱们，让咱们审核信用证条款。有异议的，通过银行把信用证退回去修改；无异议的，接受信用证并按时履行。所以，审核信用证的环节很重要，也是个硬功夫。前面咱们破费周章地扎实了解信用证知识就是个铺垫。下一节，我们将专门学习如何看懂信用证以及审核信用证的快速入门法。

## 第十二节信用证(下)

信用证的模样，就是 A4 纸大小，洋洋洒洒五六页甚至十几页不等的一份英文文件，传真过来的话长得跟藏族哈达似的。里面的内容繁杂，既有与咱们直接相关的交货及制单要求指示，也有银行间协作的条款等。对于咱们这些初入行的新手而言，也没有必要逐条考证其含义。这就跟用钞票一样，咱们只需要懂得辨认钞票上的金额，识别钞票真伪即可，至于钞票上的编码规律、图案含义、行长印鉴等等，有兴趣再去慢慢琢磨吧。如果你自己直接出口，国外的信用证开到你自己的名下，那么你的开户银行收到信用证后会直接通知你，并把正本或复印件（一般是复印件，如无必要，正本建议留在银行保存）交给你。如果你是通过代理出口，信用证开到代理名下，那么就要及时敦促代理去查询，收到后让代理传真给你。在实务中，因为代理不熟悉你的客户，所以交接上容易出现问题。代理接到信用证却不知道是谁的，导致耽误，所以，一旦得知你的客户开证了，就要把名称、金额告诉出口代理，盯紧进度。一般说来，从客户开证，到咱们这边收到信用证，快则 1 周，慢则 10 天。跟随信用证一起交给你的，通常还有一页《信用证通知书》，这是你的银行出具的，主要列明了此份信用证的基本情况如信用

证编号、开证行、金额、有效期等等，同时盖章。除了银行公章外，还会有个“印鉴相符”章或“印鉴不符，出货前请洽我行”一类的章。什么意思呢？因为目前信用证一般是通过电报传递的（通行的是 SAIFT 电传，一个银行专业的电讯服务机构，有特定的编码格式），理论上存在伪造的风险，冒充银行名义开信用证。因此银行间会预留密码和印鉴，以兹核对。不过现实生活中这种现象很少见，因为信用证能通过 SWIFT 开立，基本就是真实的，印鉴不符的原因恐怕多为交接操作问题。所以，碰到“印鉴不符”的情况，也不必紧张，必要时咨询一下银行即可。

### 巧妙看懂信用证

接下来就是信用证本身的审核了。条款密密麻麻，但有个简便窍门。如前所述，信用证是通过 SWIFT 开立的，而 SWIFT 对信用证有专门格式，这个格式按照信用证条款的内容性质分门别类，给予固定的编号。也就是说，每个条款在顶头位置都有一个编号，根据此编号就可以知道这个条款是说什么的了。固定格式为：编号，条款属性：条款内容。例如：31D DATE AND PLACE OF EXPIRY：25/11/2005CHINA。“31D”就是编号，属性是“信用证有效期和有效地点”，知道这一点，我们就很容易理解“25/11/2005CHINA”相应的意思就是这份信用证的有效期是 2005 年 11 月 25 日，以中国为有效期地点，即在中国范围内，这份信用证在 11 月 25 日前（含本日）有效。有些条款内容很长，中间还分好几部分，但只要是在一个编号下，都同属一个性质内容。至于其中的几部分，信用证通常会用“+”或“-”来分割。所以，阅读的时候特别要注意，先看编号归大类，再看“+”或“-”分小类，免得混淆遗漏。这一点在单据要求条款（编号 46A）以及特别指示条款（编号 47A）中尤为明显。知道原理，咱们拿到信用证就不再犯晕啦。

首先，咱们先用笨办法，把常见条款编号查询记录下来。常见条款编号在网上很好查的，Google 中输入“信用证常见项目表示方式”，可以查到大量链接内容。然后，根据编号看信用证，一目了然。这里还有个前辈业务员的小方法，就是用办公用品文具店常见的那种绿色荧光笔，把重要部分，比如日期、金额、单证项目等涂抹出来，这样平时备货制单的时候，随时拿出来，一眼即见。通过“编号看证”法，用不了几次就熟悉信用证了。以后拿到新证，轻车熟路地直扑 40A 条款看信用证类型，50 条款看客户名，59 条款看受益人，45A 条款看货物品名，32B 条款看金额对否，31D 条款看“大限”(效期)，44C 或 44D 条款看交货期，46A 看单证，47A 看要求，48 看交单期限（即货物装船后什么时限内要备齐所有单证交给银行，这一点非常重要）等等。一份信用证的核心内容基本如此。应聘外贸业务员的时候，看信用证常常是面试项目之一，“编号看证”大派用场。信用证条款还有些特别的表达方式。在看懂基本内容的基础上，通过积累经验可以逐渐熟悉这些信用证习惯用语。比如不少外贸单证都有一式若干份，有正本(original)和副本(copy)之分。谈到提单的时候，用“Full set of”(全套)，意思是要递交提单上所显示的全部正本和副本。其它的则常用“induplicate”、“quadruplicate”等方式表示副本数量。又如在一些大公司开出的信用证中，对单证类型的表述往往有“/”间隔号，比如“CERTIFICATE OF ORIGIN / GSP FORMA”，意为“或”，因大公司的信用证格式相对固定，喜欢笼统规定单证类别，至于具体选用哪一个，双方另行确定，在这一串由“/”连成的单证中，选择其一即可。

怎样审核信用证？

拿到信用证后第一步是要看懂,第二步就是要审核了,看看是否能顺利执行。有做不到的条款,及时通过银行拒绝接受信用证,并通知客户更改(不过现在的人比较懒,常常省去了拒绝接受这一步,直接让客户通过开证行发信用证修改书了事)。46A 和 47A 条款要逐字审核,最好把所需单证的类别、份数和要求专门列表以便操作。此外信用证中容易被忽视和常出问题的几个地方要特别注意:

1. 先看受益人(也就是你)的名称地址是否完整无误,这可不能有错别字,否则付款到帐有麻烦,而且因为与你的印鉴不符合,无法制作出口单证。
2. 看货物品名描述是否过于简单。客户常常在信用证中简略品名,有时候过于笼统,会影响到相关商检单证的出具。
3. 核对货物数量和总金额是否相符。实务中常有部分预付款、部分信用证结算的操作,这时候往往出现货物足额可只显示部分金额的情况。
4. 交货期是否赶得上,交单期是否合理。常见的交单期一般给 15 天以上,不过香港或日韩东南亚国家的信用证有时候只给 12 天甚至更短,要考虑清楚。特别是客户指定货代或货代与你不在同一城市的情形,提单容易延误,要预留时间。此外,有时候信用证会规定“境外到期”,这一点尽量不要接受,因为我们很难控制文件传递到国外的时间。还有一个特别容易犯的错误,就是要求客户修改交货期或交单期的时候,一定要相应修改信用证有效期。比如规定 10 月 10 日船期,12 天交单期,信用证有效期是 10 月 22 日。现在更改交单期为 15 天,却忘记相应更改信用证有效期的话,就会导致“虽然在交单期内交单,却仍逾过信用证有效期”的后果。
5. 费用分摊是否合理。71B 条款是专门规定信用证操作手续费用分摊的。一般公平些的做法是“申请人境外的费用由受益人承担”,但目前有些苛刻的客户会要

求“除开证费外所有费用均由受益人承担”。这将给咱们带来几十甚至两三百美元的额外支出。要事先跟客户约定这一点，或者可能的话在售价中悄悄加上一些。根据信用证制单，宁愿与实际情况略有出入，也要保证单据字面上与信用证的完全一致。信用证一旦确认以后，就要完全依照执行，即使其中有错别字（信用证中错别字的现象比你想象的要多），也不得不硬着头皮将错就错，以期单证相符。说白了，你伪造单证，银行不管（那是警察的事），只要字句吻合即可；可就算是真实无误的单证，只要不符合信用证的填制要求，一样算不符点，轻者罚款，重则拒付。其中的罚款，指的是不符点扣款。一般每一个不符点扣罚 50 美元最为常见。不过现在不少欧洲银行的罚金越来越重，最高见过有将近 120 欧元的。不符点扣款不是客户扣而是银行扣，金额没得商量。而且只要出现不符点，即使客户自己不介意，痛快接受，银行也照扣不误。所以制单工作虽然普通，责任却很重大，一点小疏忽有时候可以照成令老板跳脚心痛的损失。费了不少劲，咱们总算是彻底弄清楚信用证了。

回顾一下：1.信用证就是客户银行开出来的，保证客户付款的文件，文件中详细规定了交货的要求及相关的单据。2.交货后，把全套单据连同信用证交给银行，就能取得货款。3.通过条款编号，可以迅速看懂信用证的内容。4.单据制作不符合信用证的要求，会被罚款，严重的可能导致信用证“失效”——此时只能直接与客户协商以取得货款，银行不再承担付款责任。

补充

FOB 条件下，要特别注意虚高的费用项目。当然，FOB 是客户指定货代，



货代“讨好”的对象是国外客户，咱们承担的国内杂费肯定比CNF下要高，这是“潜规则”，没办法的事情。但不能高得太离谱。各地的行情略有不同，可以根据本地情况，多找几家货代比对，以了解当地的“行规”。

以上海为例，货代会收取 100 元左右的“报关费”，150 元左右的“单证费”，有时候三五十元/立方的“装卸操作费”等。这样算下来，FOB 条件下走一个立方的散货，人民币杂费以 300 元左右为适宜。这些费用，最好在运输之前就要跟货代确认好，否则等到上船了再“打死狗讲价”，咱们就被动了。因为货代手上还扣着咱们的提单呢，还有委托货代报关时的核销单、报关单等。不按照货代要求付清杂费，咱们就不能及时拿到这些单证，误事。

如何与货代打交道？

了解行情，就比较好讲价了，节省一点运费开支。但是，注意不要太苛刻。行走江湖，互利互助，分利于人，大家关系才能长久。货代就是靠这个吃饭的，如果咱们太抠，导致货代没什么利润，他们自然就没有帮忙的动力。特别是舱位紧张的时候，不免会有货物被延误，不能上船而拖迟。此时，货代多半会优先安排那些有利润可图的货物，运费太“抠”的自然就被抛下了。所以，出于长期合作，关键时候靠货代大力帮忙的因素考虑，不必太计较那几十百把块钱的，让货代有钱可赚，才有殷勤服务的积极性。

讲价的时候还要注意，国际海运价总是浮动的。根据货运淡旺季和燃油价格的变动，会有小幅涨跌，有时候涨跌甚至达到每个 20 尺柜上百美元。这个价格的波动不由货代控制而是船东说了算，货代通常只能确认预知本月的价格。可实际上咱们常常需要预先问价，以便根据海运价格核算对外报价，考虑到交易磋

商周期，很可能一两个月以后才出货。所以，向货代询问价格的时候，不妨告诉他们你大致的出货时间，请货代告知可能的运费变动趋势，以便核算对外报价的时候留点余地。当然，一些货代急于招揽生意，询问他们的时候永远会说“要尽快订舱，下个月会涨价”云云，不必理睬他们。多问几家，了解实际的趋势，并选择那些能够如实相告、提供合理建议的货代来合作。

找好货代，谈好价格以后，咱们也要积极配合货代的工作。把运输安排得稳妥周详一些，只要条件允许，工作就提前一点，给货代足够的时间来操作。一般说来过程是这样的：

- 1．向货代订舱；
- 2．货代传真货物进仓通知；
- 3．整柜货物的，货代安排集装箱拖车；拼柜货物的，按照货代进仓通知的指示按时送进指定仓库；
- 4．把报关资料（即报关所需的发票、装箱单、报关单、核销单及其它所需单证）及时交给货代，委托货代报关。如果是自己报关的，则按照货代规定的时限内完成报关；
- 5．报关装船的同时，与货代核对提单内容，把客户对提单的种种要求告诉货代，请货代按照要求制单。货代以咱们最后确认的内容格式出具提单；
- 6．船开后，货代通知所需费用，并出具运费发票。咱们付清费用，取得提单；
- 7．月余左右时间，报关时候交给海关的报关单一部分和核销单退回来。如果是委托货代报关的，货代应将这些单据及时转交咱们，以便办理核销事宜。

时间安排上则很有讲究。一般采用倒推计算方法，先确定最后期限，再根据操作步骤倒推计算时间。

举例，假设咱们与客户拟定 10 月 20 日出货，运往澳大利亚的悉尼港口。注意并不是每天都有船开往悉尼的。开船航次通常会以周为单位，比如说规定逢周二、周五有船。经查 20 日是周四，之前最接近的航次是 18 日周二的船。这样一来，18 日才是咱们实际操作中的最后交货日（可能的话，最好安排提前一个航次，比如说 14 日周五的船。这样即使届时有什么延误赶不上船，咱们也还可以走 18 日的航次，期限内完成交货。否则就只能通过倒签提单解决了）。

18 日的船，按照规定必须提前半天到一天截止装船，即行话中的“截放”，更须提前一两天完成报关装船事宜，行话称为“截关”。故一般情况下我们应在 16 日左右把货物运至码头并完成报关。而在本案例中，16 日逢周日，稳妥起见，最好在上周五即 14 日完成报关。考虑到订舱及安排拖车装柜所需时间，提前一周为宜。所以，11 日左右向货代订舱，14 日左右完成报关，18 日如期上船是本案例中比较稳妥的办法。可见，合同约定 20 日交货的，到了实际操作中咱们 11 日就要动手准备了。

当然，紧急情况下通过货代帮忙，咱们可以在短时间内完成报关出货。仍依上例，18 日的船 17 日才完成报关上船的也不是不可能，但毕竟太玄，非常规做法。

了解了过程，基本上就理解了时间安排的惯例，即一般提前 1 周订舱，提前两天完成货物进仓和报关事宜。在与货代配合熟稔之后，时间可以安排得紧凑一些，提前三五天订舱都还赶得及。

其中需要格外注意的就是节假日和周末的影响。因为报关出运需要出口方、货代、码头、海关等几方操作，节假日和周末特别容易造成配合与联系上的脱节。尤其春节、“五一”、“十一”长假，是海运出货最容易出问题的时段，而一旦出问题

就没法及时解决。因此在与客户订立合同的时候，最好避免在长假内出货。实在需要假期内出货的，首先把“官方机构”的衔接工作在假期前解决，同时与货代工厂之间保持密切联系，索要经手人的手机号等应急联系方式，预先理顺操作环节，估计可能的意外并准备必要的应急预案。