

# 项目一

## 贸易准备

你是一名刚从××职业学校毕业的学生,被一家进出口有限公司聘用。该进出口有限公司是一家从事服装进出口贸易的专业外贸公司,已有 20 年的发展历史,现在美国等国家已有一定市场,声誉较好。刚到公司第一天,你就急着向销售经理要任务。经理却说:“你先熟悉一下公司的情况,然后告诉我贸易前应做些什么准备工作。你应该知道,贸易前的准备工作是进出口业务的第一步。俗话说,好的开头是成功的一半,充分有序的进出口准备工作有利于后期进出口业务活动的顺利开展。”

### 任务一

#### ——熟悉产品

##### ● 任务布置

根据业务部门主管的指示,你在了解公司主要情况后,首先要开展的工作是尽快熟悉公司经营的产品。

##### ● 知识链接

外贸业务员的基本要求之一,是要先“吃透”产品。

### 一、搜集产品信息的渠道

#### (一) 现场搜集

包括:工厂、市场、商场等。

#### (二) 网络搜集

- (1) 搜索引擎。
- (2) B2B 平台。
- (3) 行业网站。


## 二、产品信息的内容

熟悉产品,不外乎这么几个方面:产品的原材料、工艺、成本、性能、产量、规格及包装方式、价格、用途、最终使用场所和二次开发的可能性。

### ● 实操训练

要求:自己动手制作一套产品目录,作为第一手产品资料,为今后开展业务做准备。

范例:电动自行车简易目录

PICTURES	DESCRIPTION
	<p><u>Electric Scooter HiLong XWZ</u>                      FOB Price:                      US \$ 500—550 / Unit                      Port: SHENZHEN SHEKOU                      Min. Order: 50 Unit/Units</p>
	<p><u>Electric Scooter TDRH032Z</u>                      FOB Price:                      US \$ 0 / Unit                      Port: ShenZhen Shekou                      Min. Order: 50 Unit/Units</p>
	<p><u>Electric Pocket Scooter Hilong Standing Scooter 02</u>                      Port: ShenZhen SheKou                      Min. Order: 50 Unit/Units</p>
	<p><u>Electric Scooter TDLJ009</u>                      Port: ShenZhen SheKou                      Min. Order: 50 Unit/Units</p>
	<p><u>Electric Pocket Scooter Hilong Betty</u>                      Port: ShenZhen SheKou                      Min. Order: 50 Unit/Units</p>



(1) 公司名称及公司简介(中英文):

(2) 本公司经营产品简介(所属产品类别、中英文名称、产品规格、产地等):

(3) 本公司最新产品目录:

PICTURES	DESCRIPTION

## 任务二

### ——市场调研

#### ● 任务布置

公司近期准备开拓新的国外市场,要求你做一个市场调研,并要求你在部门会议上做目标市场调研报告。

#### ● 知识链接

如果一个产品制造商或出口贸易商要将产品打进国际市场,就必须先了解市场。也就是说,要预先对拟销地区、国家或重要商业城市的经济、文化、社会政经制度、宗教信仰以及人口分配、国家所得、贸易金融制度等营销环境做综合性的调研分析,然后再进一步调研各市场竞争情形、消费者偏好以及市场潜力,从而评估自己的产品是否有打入该市场的机会。市场调研的结果越精确详细,就越能正确判断货物出口的可能性及未来的发展,提高成交率。

对出口商而言,要分别到各进口国做实地调研,实际上可能性不是很大,因此大多是通过与贸易相关的机构所发行的市场调研刊物,做系统的分析与了解。

### 一、市场调研的目的

市场调研的目的在于了解市场,以便有效地推销货物。具体又可细分为下列几项:

(1) 了解国外市场的供求状况,提供有市场需求的商品,永远是获利的不二法门。借着市场调研可以了解国外市场对什么商品有需求,以便能供其所无。

(2) 寻找最有利的市场。各个市场的地理、政治、经济、社会等条件皆不相同,做市场调研正可借此比较评定各国市场的潜力与等级,作为拓展业务的参考,进而认清贸易发展方向,确立市场目标。

(3) 寻求进口商或代理商。市场调研亦可了解国外市场有哪些进口商可以购买我们的产品,或有哪些代理商可以代理销售。

(4) 了解竞争对手。知己知彼才能百战百胜,竞争对手多,市场的产销秩序就有可能因为直接或间接的价格竞争而被破坏。市场调研可以对竞争对手作更多的了解,以便制定更好的销售策略。

### 二、市场调研的项目

市场调研的项目可分为以下两种:

### （一）一般调研项目

一般调研项目是关于某一特定市场的一般性调研,与准备推销的商品无特定关系。调研的主要范围包括:

- (1) 地理:包括位置、面积、地形、气候等。
- (2) 人文:包括人口、语言、教育、宗教风俗等。
- (3) 交通:包括铁路、公路、港口情况、运输设施等。
- (4) 货币金融:包括通货、物价、外汇、银行等。
- (5) 工商政策及法令:包括贸易外汇管理法规、关税制度、度量衡制度等。
- (6) 商业习惯:包括销售季节、销售渠道、消费者购买力等。

### （二）个别调研项目

个别调研项目是对拟销售的商品在该市场的产销情况调研。调研的主要范围包括:

- (1) 供求状况:包括有关商品在当地的产量与生产企业名单、输出量与输出企业名单等。
- (2) 当地竞争情形:包括当地产品资料、进口产品资料、消费数量等。
- (3) 推销相关事项:包括有关商品的销售渠道、推广方法等。

## 三、市场调研的方法

基于以上各项目,调研的方法可通过两种方式:

### （一）取得第一手资料

出口商自己或委托他人直接调研取得所需资料。

- (1) 通信调研:去函国外团体、机构或我国驻外机构,委托他们派人调研。
- (2) 出国调研。

### （二）收集第二手资料

收集现有的已整理过的资料。

- (1) 各政府机构的定期刊物:指各国政府发行的图书或报告。
- (2) 各国驻我国办事处的资料。
- (3) 进出口商会或贸易发展协会的刊物。
- (4) 金融或征信机构的期刊。
- (5) 国内外报纸杂志的广告或研究报告。
- (6) 我国驻外单位的研究报告。
- (7) 联合国或国际组织的年鉴资料。

## 四、企业进入国际市场的渠道

企业进入国际市场的渠道多种多样,归纳起来,主要有三条渠道,即间接出口、直接出口

和国外生产。在每条渠道之下,又有若干进入国际市场的具体方式。间接出口主要是由中小生产企业采用的国际营销方式。这些企业一般没有足够的人力、物力和财力,海外营销渠道及信息网络也不甚发达,因此,有必要利用别人的优势,将产品打入到国际市场,并为自己今后单独从事国际营销工作打下重要的基础。企业通过直接参加国际营销活动,有利于在国际市场上直接地树立自己的形象和声誉,建立起自己的营销渠道网络,为今后进一步扩大及占领市场打下了良好的基础。由于企业进入国际市场和国际营销活动的复杂性,有时有可能迫使企业放弃传统的出口方式,而改为在目标市场国家或地区就地生产、就地销售。另外,有些国家和地区市场较大,劳动力成本和原料成本较低,当地政府愿意让外国企业前来投资设厂,给本国或本地区的居民提供更多的就业机会等。因此,国外生产也是企业走向国际市场的一条非常重要及有效的渠道。

## 五、企业进入国际市场渠道的因素

企业在决定以何种方式进入国外市场时,首先要考虑影响企业国际营销方式的各种因素。

### (一) 企业自身的因素

主要包括以下方面:企业目标、产品条件、技术条件、人员素质、市场规模、产品出口的历史和经验。从企业自身因素看,大企业由于拥有较强大的技术、资金实力,推销经验丰富,机构健全,可能采取直接出口、对外投资等方式;而小企业可能采取间接出口的方式等。

### (二) 一般性参考因素

主要包括以下方面:市场信息、经验积累、投资、风险、控制程度、竞争状况等。

### ● 实操训练

操作一:搜集目标市场信息。

要求:搜集本组产品的国外目标市场的信息。

操作指南		过程记录
1	<p><b>搜索目标市场经济情况。</b></p> <p>(1) 输入域名:<a href="http://www.ec.com.cn">http://www.ec.com.cn</a>,打开“中国国际电子商务网”。</p> <p>(2) 点击首页的“贸易”中的“海外市场”,然后再点击其中的“国别市场”。</p> <p>(3) 在“国别市场”中选择你的目标市场,浏览相关信息。</p>	<p>你的目标市场是:</p>

续 表

操作指南		过程记录
2	<b>搜索行业市场信息。</b> (1) 在百度搜索与本行业相关的网站或论坛。 (2) 浏览“新闻”、“原料”、“消费”、“进出口”、“统计”等方面的行业信息。	你的目标行业是:

操作二:搜集国内供应商信息。

要求:搜集5家本产品国内供应商(工厂)的基本信息。

公司名称	联系人	地址	电话

## 任务三

### ——撰写出口经营方案

#### ● 任务布置

经过几天的网络搜索,结合公司经理的介绍,你对目标国家市场的基本情况已经有所了解。你现在要做的是整理搜集到的资料,写一份童装出口经营方案,汇报自己了解到的市场信息。

#### ● 知识链接

经营方案是指企业在一定时期内的经营意图、经营方法、时间、数量、地点、价格和业务措施的全面安排。

为了做好出口成交工作,在进行市场调研的基础上制定扩大出口多创汇的可行性方案,根据对外贸易政策和计划要求,编制出出口商品经营方案。出口商品经营方案的内容有:第一,国外市场供求情况。第二,企业货源供给情况。第三,国际市场营销情况。第四,推销计划安排。第五,进入国际市场的方式。第六,销售渠道和促销手段。第七,出口经营交易条件。第八,有关政策的执行和策略的运用。第九,其他存在的问题及解决的办法。

## 出口经营方案实例：

## ××× 公司摩托车出口越南市场经营方案

## 一、越南市场情况

## 1. 将越南作为目标市场的原因

在东南亚许多国家和地区,摩托车就是他们的城市特色。摩托车在东南亚地区受欢迎主要有三大原因:第一,除了一部分发达国家将摩托车作为运动休闲的交通工具,大多数的国家都是将其作为代步工具使用的。对于那些不是特别富裕又不是特别贫穷的国家来说,摩托车需求量很大;第二,东盟大多数国家都属于发展中国家,公共交通都很不发达。所以对于一般的劳工阶层来说,最便利的交通工具莫过于摩托车;第三,东盟各国均属于热带海洋性气候,终年高温,摩托车不像汽车,没有封闭性,这种交通工具对于东南亚的炎热气候来说就比较适合。所以,在东南亚各国,尤其是在经济不发达且气候炎热的越南,摩托车是一个非常实用的交通工具。

## 2. 产品的销售特点与贸易情况

摩托车产品在越南销售的主要特点是:需求量大、有部分转口贸易、市场复杂。从市场规模和贸易情况来看,越南是摩托车产销潜力最大的市场。

## 二、国内货源情况

## 1. 销售方式及产品货源

销售方式:国内企业以批发和厂家直销为销售渠道。出口以代理为主,并通过设立品牌专卖店和地区服务中心,着重加强品牌的宣传和售后服务。

产品货源:目前主要从广州、重庆、浙江、江苏等主要产地或沿海城市进货。

## 2. 国内同行情况

目前我国最大的摩托车产地是重庆,以摩托车为标志符号的山城重庆被称做中国的“摩托车之都”,其他主要产地还有广东、江苏、浙江的温州、安徽的蚌埠等。在中国,摩托车分三种流派:广东派、江浙派、重庆派。其中重庆派声势最大,结构最好,中国摩托车出口也基本集中在此。重庆的品牌主要有:建设力帆、宗申、嘉陵、隆鑫等,作为中国摩托车行业的龙头,重庆的产销量是全国之首,而江浙、广东的产销量分别为25%、30%。

## 三、出口营销方式

1. 佣金:佣金协议单独拟定,为货物原价的3%~4%。

## 2. 行动方案

(1) 保持原来国内摩托车产品的市场销售份额。国内摩托车虽然销售价格低,但有一定的市场占有率,可以维持本公司经营规模,获得一定的经济效益。

(2) 开辟越南中高档摩托车产品出口。中高档摩托车产品的出口可以为公司带来的好处是出口价格高,公司相应获得的利润额就高。

(3) 在越南设立品牌专卖店,使得我公司的摩托车品牌在当地能打响知名度,使之逐渐成为公司主要出口市场。要实现向越南市场出售我公司摩托车,应采取的具体措施将分两步进行:第一步,在越南部分热销市场上做足够的宣传、电视广告、媒体报道等,让我们的产品在当地市场上得到广大的知名度(虽然比较费钱,但是会带来更大的利益);第二步,将开辟越南中低档摩托车产品的出口市场,作为我公司2013年出口工作的重点。具体措施是首先腾出一部分精力,广泛联系国内有能力的生产企业,收集适合于出口的商品样品,同时搞好出口市场调研,按照越南市场的要求组织生产,使产品适销对路。计划投入一部分资金进行中高档摩托车产品样品和样本的宣传,抓紧样本的印制工作,尽早将样本邮寄给越南新客户、新厂家。目前,我国南方地区有些合资企业加工水平高,可以与他们建立供货关系,稳定出口货源。对越南中高档摩托车产品出口渠道可以通过当地的摩托车批发商代理出口。利用广交会向外商展示高档次摩托车产品,以获得市场反馈信息,为我公司今后的出口产品换代做准备,使企业在不断变化的国际市场竞争中处于有利地位。

## 四、贸易术语与收汇方式

1. 贸易术语:我公司用CIF贸易术语,由于我公司每次出口产品数量不大,故采用此贸易术语方便。

2. 收汇方式:即期付款跟单信用证(手续简便,风险小)。





### ● 实操训练

要求：请为本公司撰写一份童装出口经营方案，目标市场自定。

参考格式：

#### 童装出口经营方案

##### 一、商品的国内基本情况

###### (一) 商品基本分类

###### (二) 国内童装行业现状

###### (三) 童装主要生产地

## 二、目标市场情况

### (一) 国家概况

### (二) 与中国贸易关系

### (三) 主要竞争对手

### (四) 目标市场童装消费概况



### 三、经营计划安排和措施落实

#### (一) 销售渠道

#### (二) 销售数量

#### (三) 结算办法

#### (四) 运输方式

## 任务四

### ——寻找潜在客户

#### ● 任务布置

公司经理在看了你提交的关于目标市场的出口经营方案后,对你的努力工作给予了肯定。他指示你在没有得到客户的询盘的情况下要主动出击,先在网上寻找一些潜在客户,寻求贸易机会。

#### ● 知识链接

### 一、通过网络寻找潜在客户

网络营销已成为中小外贸企业开发国外客户的趋势,如何有效地利用好网络渠道开发国外客户才是企业真正关心的话题。下面就列举些利用网络上的免费资源开发国外客户资料的技巧:

#### 1. 行业展会网

各个行业都有各自的行业展会网,比如有欧洲的 eurobike、德国的 IFMA,还有美国的展会等,这些知名展会都有相关的主页,主页上面有所有参展商的联系方式、产品种类、参展商公司网站等重要资料。这些资料都是非常有价值的,因为国外的参展商既是卖家也是最大的进口商,所以这些国外客户要重点跟进,特别是公司网站上的产品需求信息以及国外客户的详细信息,更是重点开发对象。

#### 2. 外贸各大黄页

网络黄页,或称电子黄页、在线黄页等,网上黄页将超链接引入,可以获得更加详细的公司及产品信息。区域黄页更把电子地图引入,拓展了网上黄页的价值。欧洲很多企业都有在黄页上刊登自己公司信息,这点类似国内的中国电信出版的电话簿。不过黄页上一般没有公司的 E-mail 的信息,这就需要再到搜索引擎上查询黄页上查到的国外客户信息的详细情况,比如在 Google 上输入 ABC spa 这个公司的名称,或许就可以找到公司的网站,从而找到联系人和 E-mail 地址之类的信息。国外黄页网站包括:欧洲黄页(www. europages. com)、美国黄页(www. superpages. com)、澳大利亚黄页(www. yellowpages. com. au)等。

#### 3. 搜索引擎

利用搜索引擎开发国外客户是较为普遍的营销渠道,而我们需要利用各个国家本地的搜索引擎,因为同样的关键词在一个意大利本国的搜索引擎和在 Google 上搜索的结果肯定都不一样。但是还需要注意一点,在使用不同国家的搜索引擎的时候最好把关键词先翻译成对应的那个国家的语言,比如把关键词“pump”翻译成“pompa”(意大利语),然后在

“www.excite.it/”这个意大利搜索引擎里面搜索,这样得到的信息会更多一些。但是有人可能会问,我只看得懂英语,其他语言看不懂怎么办?其实很多时候没必要看懂那么多,多找几次就有经验了。比如找到一家德国企业网站,这个时候你不用急,根据需要一般就直接点“product”或者“contact”这两个子目录,看是否有本公司可以生产的产品或者E-mail。由于欧洲基本上都是一个语系,所以很多国家文字的拼写都很类似。www.ustop.cn/world-search.htm,这个网站有整理好的各国搜索引擎地址。

#### 4. 国内的网站资源

在这里主要推荐世界买家网,这个网站是中国商务部办的,里面的国外客户资料全部来自广交会,其中的“世界进口商”和“最新数据”每个工作日都会更新,需要每天查阅整理。这个网站会教你如何操作外贸的各个环节,所以台湾、香港、上海、宁波的贸易公司有什么订单一般都会先从这个网站下手。你也可以在网上找其他人帮你代查国外客户资料,一般你的产品跟别人没有冲突,别人也会乐意帮你查的。

#### 5. 注册免费的 B2B 网站

以上四点提到的都是如何主动出击寻找国外客户,而在 B2B 网站上注册企业以及产品信息等于间接地提升公司产品曝光率,从而让国外客户主动来联系我们。然而,网上可以免费注册的 B2B 的平台太多了,将免费与付费策略交叉使用,这样也不至于太枯燥而降低发布的产品信息的质量。另外,注册完之后不要忘了定期登录和更新,因为很多国外客户都是直接利用 B2B 的程序给你发邮件,有时候没有直接转到你设置的邮箱里面,所以需要你定期登录检查收件箱是否有国外客户询盘。

## 二、对潜在客户进行资信调查

资信调查是指根据客户委托,通过与外部资信调查公司合作提供商业资信报告,或通过银行有关海内外机构了解有关企业的基本背景、信用状况、付款能力、不良记录等信息形成资信调查报告。

### 1. 客户资信调查的内容和范围

(1) 国外企业的组织机构情况。包括企业的性质、创建历史、内部组织机构、主要负责人及担任的职务、分支机构等。调查中,应弄清厂商企业的中英文名称、详细地址,防止出现差错。

(2) 政治情况。主要指企业负责人的政治背景,与政界的关系以及对我国的政治态度等。

(3) 资信情况。包括企业的资金和信用这两个方面。资金是指企业的注册资本、财产以及资产负债情况等;信用是指企业的经营作风、履约信誉等。这是客户资信调查的主要内容,特别是对中间商更应重视。例如,有的客户愿和我们洽谈上亿美元的投资项目,但经调查其注册资本只有几十万美元。对这样的客户,我们就该打上个问号。

(4) 经营范围。主要是指企业生产或经营的商品、经营的性质,是代理商、生产商,还是零售批发商等。

(5) 经营能力。每年的营业额、销售渠道、经营方式以及在当地和国际市场上的贸易关系等。

此外,对客户资信进行调查后,应建立档案卡备查,分类建立客户档案。总之,要善于利用不同类型客户的长处,为我服务。

## 2. 客户资信调查的途径

(1) 通过银行调查。这是一种常见的方法,按国际习惯,调查客户的情况属于银行的业务范围。在我国,一般委托中国银行办理。向银行查询客户资信,一般不收费或少量收费。

(2) 通过国外的工商团体进行调查。如商会、同业公会、贸易协会等,一般都接受国外厂商委托调查所在地企业情况,但通过这种渠道得来的资信,要经过认真分析,不能轻信。

(3) 通过我驻外机构和在实际业务活动中对客户进行考察所得的材料,一般比较具体可靠,对业务的开展有较大的参考价值。此外,外国出版的企业名录、厂商年鉴以及其他有关资料,对了解客户的经营范围和活动情况也有一定的参考价值。

随着电子商务的发展趋势,外贸企业必须采取主动与被动(整合营销推广+行业 B2B 平台)相结合方式寻找潜在客户,才能更好地实现电子商务化和长久发展。

### 资信调查函实例:

Dear Sir or Madam,

We have received an order for US\$ 80,000 worth of goods from Delta Co. Ltd, 1258 Huston Avenue, New York, U. S. A., who has given your bank for reference. Could you please tell us if they are good for this amount? Are they trustworthy and reliable? We shall be most grateful for any information you give. Any advice you give us will be kept strictly confidential. We are also pleased to perform a similar service for you should the opportunity come. A stamped and addressed envelope has been included for your reply. Thank you in advance.

Sincerely yours,  
Thomas



### 小贴士:

#### 通过搜索引擎寻找客户的技巧

方法 1: Importers 法。在 Google 中输入产品名称+importers。例如: MP3 player +importers。小技巧: 可以用 importer 替代 importers, 还可以用 Google 在不同的国家搜。例如 WWW. Google. com. uk、WWW. Google. com. ca 等。

方法 2: Price 法。通过关键词搜索: Price+产品名称。

方法 3: 国家名称限制方法。即在前面几种方法的基础上加入国家名称限制。

方法 4: 关联产品法。产品名称+关联产品名称。

方法 5: market research 法。输入产品名称+market research。

方法 6: 著名买家法。输入产品名称+你的行业里面著名买家的公司简称或者全称。

方法 7: 观察搜索引擎右侧广告。搜索产品名称后,查看搜索结果右侧广告。

方法 8: 寻找行业展览网站。

## ● 实操训练

1. 尝试通过各种渠道搜集潜在客户相关信息。

操作指南		过程记录
1	<p><b>通过著名黄页</b></p> <p>(1) 打开欧洲黄页 (<a href="http://www.europages.com">http://www.europages.com</a>) 后, 选择语言“中文”。</p> <p>(2) 点击搜索框下面的“按行业搜索”, 进入页面后, 选择本行业。</p> <p>(3) 从该行业中选择其中的某一分类。</p> <p>直接点击“咨询及联络人”查看某个具体的企业资料, 或点击左边的国家名称以便按国家寻找潜在客户。</p> <p>直接点击“咨询及联络人”, 查看该企业的详细资料。</p>	<p>截图:(显示某一个客户名称)</p>
2	<p><b>通过国内信息网站</b></p> <p>(1) 打开世界买家网 <a href="http://win.mofcom.gov.cn/index.asp">http://win.mofcom.gov.cn/index.asp</a></p> <p>(2) 通过组合查询, 查询到进口商资料。</p> <p>(3) 复制公司名称, 通过 Google 查询该公司的网站, 搜索到该公司 E-mail。(若找不到, 则换一家公司继续搜索)</p>	<p>查询到 _____ 个进口商信息。</p> <p>截图:(显示某一个客户名称)</p> <p>请列出尽可能多的进口商 E-mail:</p>

2. 要求: 撰写资信调查函。

业务背景: 本公司近期收到一份国外客户(Delta Company, Ltd, 1258 Huston Avenue, New York, NY 10051) 的建交信函, 请你给中国银行国际业务部撰写一份英文资信调查函, 并承诺对调查信息严格保密。

Survey the New Opener from the Bark

# 项目二

## 贸易磋商

公司参加了今年的广交会。在展会中,产品反映良好,展会后,收到了很多潜在客户的询价邮件。公司让你负责与其中一位澳大利亚客户进行联系。请问你应该如何进行?

### 任务一

#### ——询盘

#### ● 任务布置

根据公司的要求,过滤客户,并找出其中有价值的询盘函。

#### ● 知识链接

### 一、询盘的含义

询盘(enquiry)也叫询价,是指准备购买或出售某种商品的人向潜在的供货人或买主探寻该商品的成交条件或交易的可能性的业务行为。它不具有法律上的约束力,也称为“要约邀请”。询盘既可以由买方做出,也可以由卖方做出。

询盘在通常交易中并非是必不可少的环节,仅是对交易进行询问,寻找买主或卖主,是正式进入洽商过程的先导。

询盘对询盘人和被询盘人均无法律约束力,仅表示买卖双方交易的一种愿望。因此,询盘可以同时向一个或几个交易对象发出。发出询盘后,买方没有购买货物的义务,卖方也没有出售货物的责任,但作为试探市场动态、建立贸易联系的重要手段,询盘依然不可忽视。另外,询盘不仅限于询问价格,也可以询问其他的交易条件。还需指出的是,虽然询盘对交易双方均无法律约束力,但仍不宜在同一时期集中对外询盘,以免暴露自己的销售或购买意图。



## 二、询盘的内容

询盘可以由买方发出,也可由卖方发出。询盘的内容可详可简,没有固定格式。买方询盘又称邀请发盘(Invitation to make an offer),卖方询盘又称邀请递盘(Invitation to make an bid)。举例如下:

### 例 1: 买方询盘

敬启者:

我方已从海外日闻的广告中了解到贵公司现有新面料可供。如能提供全套花样及价目表,我方将不胜感激。请注意,我方是优质纺织原料进口商,在香港拥有的多家店铺有大量而稳定的需求。

顺颂商祺!

### 例 2: 卖方询盘

敬启者:

通过我国驻美商务参赞处敬悉贵方有兴趣与我方进行交易。

我方主营轻工产品的进出口业务,希望通过实际业务建立贸易关系。为使贵方大致了解我方目前可供出口的各种鞋子,随附一份最新的商品目录和价目表,以供参考。期望你们有兴趣。一旦收到贵方询价,我方将报给最优惠价格。

盼早复。

### 你知道吗: 买方询盘应注意的问题?

1. 对大多数一般性商品,应同时向不同地区、不同国家和不同厂商分别询盘,即“货比三家”,以准确了解国际市场行情,争取最佳交易条件。
2. 对规格复杂或项目繁多的商品,不仅要询问价格,还要询问详细规格、可供数量等,以全面把握商品供应情况。
3. 询盘对表意人虽无法律约束力,但要避免无购买诚意的做法,以维护自己的商业信誉。
4. 对垄断性较强的商品,应提出较多品种,要求对方一一报价,以防止对方乘机抬价。

### ● 实操训练

要求: 结合商务函电的相关知识以及给出的产品信息,撰写询盘函,并在联系人目录中选择收件人。

范例:

Dear Wei,

We learn from your website that you are producing women cloth for export. We are interested in your products.

Would you please send us your latest price, together with any samples you can let us

have.

For your information, there is a steady demand here for women clothes of high quality. Sales are not particularly high, but good prices can be obtained for fashionable designs.

We are looking forward to receiving your immediate reply.

Yours truly,  
Helen Glance

(1) 感兴趣的产品型号

(2) 相应的询盘函

## 任务二

### ——发盘

#### ● 任务布置

根据客户的询盘,撰写相应产品的发盘函,并确认你的发盘是有效的。

#### ● 知识链接

### 一、发盘的含义

发盘也称报盘、发价、报价,法律上称之为“要约”。发盘可以是应对方询盘的要求发出,也可以是在没有询盘的情况下,直接向对方发出。一般是由卖方发出的,但也可以由买方发出,业务称其为“递盘”。

在我国外贸业务中,发盘还有实盘和虚盘之分:

#### 1. 实盘

表示发盘人有肯定订立合同的意图,受盘人一旦承诺,合同即告成立。实盘内容明确、完整且无保留意见。我国习惯上认为,实盘必须具备品质、数量、包装、价格、交货期、支付方式等六项内容才算交易条件完整。

#### 2. 虚盘

发盘人有保留地按一定条件达成交易的一种不肯定的表示。它通常具有交易条件不完整、附有保留条件等特征。

## 二、构成有效发盘的必要条件

### 1. 发盘应向一个或一个以上特定的人提出

发盘必须向指定的收盘人发出,即向有名、有姓的公司或个人提出。“特定的”是指在发盘中指明个人的姓名或企业的名称。在这里,受盘人既可以是某一个具体的自然人,也可以是某一个具体的法人;既可以是某一个人,也可以是某一群人。但无论如何都必须都是特定的,不能是空泛的。

### 2. 发盘内容必须十分确定

发盘内容的确定性体现在:发盘所列条件是完整的、明确的和终局的。所谓完整的,一般包括品名、品质、数量、包装、价格、装运、付款、保险八大条件。《联合国国际货物销售合同公约》规定,发盘至少包括三个要素:标明商品名称、明示或暗示地规定商品数量或规定如何确定商品数量的方法、明示或暗示地规定商品价格或规定如何确定商品价格的方法。所以,一项发盘只要有货物的名称、数量和价格三项内容,就属于内容完整。所谓明确的,即交易条件清楚、具体、不含糊、不模棱两可。所谓终局的,即肯定的,不能有限制性的条款。

### 3. 必须表明发盘人对其发盘一旦被受盘人接受即受约束的意思

一项发盘必须向对方表明,在发盘得到有效接受时,发盘人承受按发盘条件与对方订立合同的约束。这种承受约束的意思可以用表示发盘的术语发盘、递盘等加以表明,或通过发盘的有效期的规定来强调这种约束。有时发盘人既不用发盘术语,也不明确规定有效期,但内容十分确定,则可以根据洽商情况和双方的习惯做法或国际贸易惯例来确定。

### 4. 必须送达受盘人

即发盘于送达受盘人时生效。在这里,“送达”是指将发盘通知特定的受盘人或将发盘通知送交至特定受盘人的营业场所或惯常居住地。《联合国国际货物销售合同公约》规定:“发盘于送达受盘人时生效。”我国《合同法》规定:“要约到达受要约人时生效。”我国《合同法》中还规定:“采用数据电文形式订立合同,收件人指定特定系统接收数据电文的,该数据电文进入该特定系统的时间,视为到达时间;未指定特定系统的,该数据电文进入收件人的任何系统的首次时间,视为到达时间。”

## 三、发盘的撰写

其结构一般包括下列内容:

(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 USD 79.00 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.

## 四、发盘的有效期

发盘的有效期是指可供受盘人对发盘做出接受的时间或期限。发盘人在发盘的有效期内受其约束,超过有效期,发盘人则不再受其约束,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。发盘的有效期可以作明确的规定,以发盘送达受盘人时开始生效,到规定有效期届满为止。

以下是两种规定有效期的常用方法:

- (1) 规定一段有效期(该发盘有效期 5 天)。
- (2) 规定最迟接受的期限(该发盘 2012. 5. 10 复到)。

## 五、发盘的撤销与撤回

发盘发出后有些发盘人由于种种原因要求撤回。发盘的撤回与发盘的撤销是不同的。撤回是发盘人的撤回通知,在发盘到达受盘人之前或到达受盘人时,收回发盘阻止其生效的行为。撤销是发盘已到达受盘人并已开始生效,发盘人通知受盘人撤销原发盘,解除其生效行为。

下列情况不得撤销:

- (1) 发盘已规定有效期或以其他方式表明为不可撤销的。
  - (2) 受盘人有理由相信该发盘是不可撤销的,并已本着对该发盘的依赖采取了行动。
- 一项发盘是否可以撤销,主要取决于受盘人是否可能因为撤销发盘而受到损害。

## 六、发盘的终止

发盘的终止是指发盘法律效力的消失。发盘效力终止的原因一般有以下几个方面:

- (1) 在有效期内未被接受而过时。在发盘规定时间内未收到受盘人答复,超过了有效期,原发盘即失效。
- (2) 受盘人拒绝或还盘。拒绝是受盘人不同意发盘条件而对发盘做出不接受的表示,如“你 10 日电不能接受”。一项发盘,一经受盘人拒绝,在拒绝通知送达发盘人时,原发盘失效。
- (3) 不能控制的因素所致。如战争、灾难或发盘人死亡、法人破产等。

### ● 实操训练一

请判别此发盘是否为一次有效的发盘?

发件人:张伟

收件人:空缺



Dear Terry,

This is to confirm your telex of 16 May 2012, asking us to make you a firm offer for cloth SJ123 FOB SH.

We telexed you this morning offering you 10000PCS at about USD19.00/PC and 5000PCS at about USD21.00/PC FOB SH. This offer is valid, subject to the receipt of your reply before 10 June 2012.

Please note that we have quoted our most favorable price and are unable to entertain any counter-offer. It is likely that the marked price will rise. It would be to your advantage to place orders without delay.

We are anticipating your early reply.

Yours faithfully,

Wei Zhang

### ● 实操训练二

1月5日,甲向乙去电:拟售500打向日葵牌全棉童袜,请递盘。

1月6日,乙向甲去电:确认500打向日葵牌全棉童袜,请报最优惠价格。

1月8日,甲向乙去电:你1月6日电最优惠价每打15美元FOB上海。

在上例中,1月8日的去电是否构成交易条件完整的发盘?

## 任务三

### ——还盘

### ● 任务布置

根据发盘中的信息,对应自身公司需求,进行合理还盘。

### ● 知识链接

## 一、还盘的含义

还盘,又称为还价,法律上称其为“反要约”,是指受盘人收到发盘之后,对发盘表示接受,但对发盘的内容不同意或不完全同意,而向发盘人提出修改建议或新的限制性条件的口头或书面的表示。

## 二、还盘的法律效力

还盘是对发盘的拒绝,还盘一经做出,原发盘即失去效力,发盘人不再受其约束。一项

还盘等于是受盘人向原发盘人提出的一项新的发盘。还盘做出后,还盘的一方与原发盘的发盘人在地位上发生了变化,还盘者由原来的受盘人变成新发盘的发盘人,而原发盘的发盘人则变成了新发盘的受盘人。新受盘人有权针对此还盘的内容进行考虑,决定接受、拒绝或是再还盘。

#### ● 实操训练

甲公司(卖方)向乙公司(买方)发盘报价小麦 500MT,USD260.00/MT,发盘截止日期为 6 天。乙公司 2 天后复电要求将货物价格降为 USD240.00/MT。4 天后,甲公司将这批小麦卖给了丙公司,并在 6 天后复电乙公司,通知其货已售给其他公司。乙公司认为甲公司违约,要求甲公司赔偿。问:甲公司是否应该赔偿?为什么?

## 任务四

### ——接受

#### ● 任务布置

甲方于 3 月 10 日回复价格,要求 3 月 20 日复到有效,乙方到 3 月 25 日才回复邮件表示接受。请问乙方的接受是否有效呢?

#### ● 知识链接

### 一、接受的含义

接受是受盘人同意发盘的意思表示。受盘人接到发盘的全部内容,向发盘人发出通知表示同意,即构成接受。发盘一经接受,合同即告成立,对买卖双方都有约束力,任何一方都不得任意更改或撤销。

### 二、构成接受的条件

- (1) 接受必须由特定的受盘人做出。
- (2) 接受必须表示出来(声明或行动)。  
声明(statement):用口头、书面形式表示同意。  
行为(performing an act):卖方发运货物、买方支付价款。
- (3) 接受必须是无条件同意发盘的全部内容。

所谓无条件同意即对原发盘内容未作实质性变更。实质性变更包括对价格、支付、质量、数量、交货时间或地点、赔偿责任范围或解决争端等的添加、限制或更改。实质性变更是

对发盘的拒绝,构成还盘。如要求增加重量单、装箱单、原产地证明或某些单据的份数,以及包装的改变等则属于非实质性变更。非实质性变更时,除发盘人在不过分迟延期间内表示反对外,仍构成接受。

(4) 接受必须在发盘规定的有效期内送达发盘人

### 三、逾期接受

逾期接受是指接受通知超过发盘规定的有效期或超过合理时间才送达发盘人,一般情况下无效,但在下列两种情况下仍然有效:

(1) 发盘人毫不延迟地用口头或书面形式将该项逾期接受仍然有效的意见通知受盘人。

(2) 由于出现传递不正常的情况而造成了延误,这种逾期接受可被认为是有效的,除非发盘人毫不延迟地用口头或书面形式通知受盘人认为发盘已经失效。

逾期接受是否有效关键要看发盘人如何表态。

### 四、接受的撤回

接受在表示同意的通知到达发盘人时生效,撤回接受的通知在接受通知到达发盘人之前或与接受通知同时到达发盘人时,才能得以撤回。接受通知一经到达发盘人即不能撤销,因为接受一经生效合同即告成立,撤回接受,即撤销合同,实质上已属毁约行为。达成交易的两个基本环节是发盘和接受,根据法律要求,国际货物买卖合同必须经过发盘和接受的程序才能订立。

#### ● 实操训练

深圳金贝玩具公司的出口部销售经理 Lilian 与美国 Tom & Jerry 贸易公司的采购部经理 James 第一次在广交会上见面,双方就新款产品 Talking Duck 进行了详细的贸易磋商。内容涵盖以下几点:

1. Lilian 和 James 初次见面,各自自我介绍,然后 Lilian 向 James 介绍了自己公司的新产品 Talking Duck,会模拟真人发音,外形设计新颖,深受中国儿童喜爱。美商对该款新品很感兴趣,打算订购 3 000 件。

2. Lilian 报价每件 5 美元,贸易术语采用 FOB 深圳,但是 James 认为价格太高,要求降价 10%。Lilian 说玩具本身利润很少,如果对方能订购 5 000 件,可以降价 5%。

3. James 最终同意对方报价,但要求在 5 月 1 日之前发货,因为要赶在“六一”儿童节前把玩具投放市场。另外,包装要求每件玩具单独用塑料袋包装,然后再用纸箱包装,20 个一箱。

4. 双方约定第二天去金贝公司签订正式的销售合同。

要求:请根据上述场景设计一场英文商务对话,内容涵盖上述 4 点,对话内容至少 20 句。