

全国高等院校经济贸易类精品系列教材

国际贸易实务

主 编 郑 欣 路德慧

副主编 曾 理 赵 崎 董恩慈



中国传媒大学出版社

· 北 京 ·

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易实务

GUOJI MAOYI SHIWU

主 编	郑 欣 路德慧		
策划编辑	温晓芳		
责任编辑	温晓芳		
封面设计	杨 楠		
责任印制	李志鹏		
出版发行	中国传媒大学出版社		
社 址	北京市朝阳区定福庄东街 1 号	邮 编	100024
电 话	86-10-65450528 65450532	传 真	65779405
网 址	http://cucp.cuc.edu.cn		
经 销	全国新华书店		
印 刷	河北世纪兴旺印刷有限公司		
开 本	787mm × 1092mm	1/16	
印 张	22.25		
字 数	501 千字		
版 次	2024 年 月第 1 版		
印 次	2024 年 月第 1 次印刷		
书 号	定 价		69.80 元

本社法律顾问：北京嘉润律师事务所 郭建平



“国际贸易实务”属于国际经济与贸易专业的核心课程，是一门具有涉外经济特点、实践性很强的综合性应用学科。2020年10月，党的十九届五中全会强调，加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局。2019年12月教育部发布的《职业院校教材管理办法》明确指出，职业教育教材需“落实立德树人根本任务，扎根中国大地，站稳中国立场，充分体现社会主义核心价值观”。2022年5月1日，新修订的《中华人民共和国职业教育法》实施，从法律层面确认了职业教育的类型定位。

结合近年来国际贸易发展的新形势，为了适应高等职业教育的新要求，我们联合高等职业院校具有长期外贸实践经验和丰富教学经验的教师、行业企业专家共同编写了这本教材。本教材具有以下特色。

1. 融课程思政价值观引导于知识传授和能力培养之中，彰显教育性

本教材以习近平新时代中国特色社会主义思想 and 党的二十大精神为指导，教育学生在外贸业务工作中，应始终坚持“国家和人民利益至上”的根本原则，决不能为了企业和个人的商业利益而损害国家利益，培养学生树立“爱国”“爱党”的价值观。根据外贸业务员岗位“重合同、守信用”的工作要求，以树立严谨的合同观为目标，培养学生具有严谨细致的工匠精神和诚实守信的职业道德操守，同时具备贸易风险防范意识和法律责任意识。

全书以一票“四川泡菜”的出口业务为主线进行项目化设计。该标的物作为我国著名的土特产品，其制作工艺被列入省级非物质文化遗产名录并受到保护。中国泡菜之乡——四川眉山，其泡菜产业从家庭作坊到规模化、标准化、现代化生产，最终形成了泡菜产业集群。这一产业的发展变迁，是我国从一个百废待兴的东方古国，成长为世界经济引擎、全球经济治理贡献者的缩影。同时，眉山牵头制定的首个泡菜行业国际标准，也是中国智慧、中国力量贡献给全世界的典范。此外，泡菜作为日常生活中的佐餐美食，学习者能接触到，有一种天然的亲近感。全书将文化自信、民族自豪通过四川泡菜出口这条完整的业务主线，潜移默化地带到课堂，将课程思政和学习任务更好地结合，实现润物细无声的效果。

教材还系统梳理了知识目标、能力目标、素质目标三维学习目标，设计了“育才小贴士”“知识链接”“拓展学习”等栏目推进国际贸易实务的课程思政建设，强化中国特色和时代特色。

2. 紧贴新的外贸政策、惯例和实践，突出时代性

为适应国际贸易的发展新趋势，新增通过跨境电商第三方平台如阿里巴巴国际站寻找客户、《国际贸易术语解释通则 2020》、关检合一等内容。以案例的方式，介绍了《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）、我国加快推进国际贸易便利化进程以及限制商品过度包装的新国标等内容。

3. 基于工作过程，优化课程内容，体现职业性

教材以一票完整的食品出口业务为主线，根据出口业务的基本流程进行编排，向学习者展示了一个初入行业的外贸业务员，通过完成每个工作任务提升其外贸专业技能的全过程。内容涵盖了进出口交易从开发客户、准备贸易磋商、实施贸易磋商、起草和签订合同到履行合同的整个过程。全书共分为五个项目，每个项目又分解为不同的典型工作任务，共计 17 个任务。同时配合另一票完整服装出口业务的同步训练，以巩固学生学习的效果。书中引用的合同条款、信用证资料、单证样本、案例分析等丰富的课程资料，均有真实的业务背景，紧贴业务实际。

4. 项目任务导入教学，强调实践性

教材遵循“项目导向，任务驱动”的课程设计理念，按照项目导读、学习目标、任务导入、任务准备、任务实施、任务评价、任务拓展、任务检测、任务实训来进行体例编写和设计。

项目导读，还原业务线索，构建职业情境，明确学习内容；学习目标，列明主要知识点和技能点，使教学有的放矢；任务导入，呈现业务发展，引领教学进程；任务准备，汇总和归纳业务操作过程中需要掌握的基础知识和基本技能；任务实施，呈现详细的任务操作过程；任务评价，针对导入的具体任务提炼知识点和技能点，方便学习者对照评价指标反思、总结、查缺补漏；任务拓展，紧扣典型工作任务设计操作训练、再现案例情景，并对案例进行解析和总结，以增强对理论知识的理解，提升实践技能的水平；任务检测，旨在测试学习者对基础知识和技能的掌握程度，并提供一票完整的服装行业出口业务案例供学习者实训，拓展业务覆盖面，强化职业技能。

教材真实地描述了业务员在进出口交易过程中遇到的各种问题以及解决方案。通过螺旋上升的任务设置，让学生亲历整个交易过程，突出了对学生实践操作能力的培养，实现“边学边做，以做促学”。

5. 配套数字平台，多元形式呈现教材，增强互动性

除了纸质教材以外，本教材目前已配备微课、线上任务检测、线上拓展学习等数字化资源，便于学习者自主学习和远程学习。同时，这些线上资源会根据外贸行业发展及变化实时更新，以确保学习资源的时效性。

本教材由四川商务职业学院郑欣、成都职业技术学院路德慧担任主编并统稿，四川商务职业学院曾理、赵崎、董恩慈担任副主编。四川商务职业学院杨静、杨春媛、詹玉兰参与教材编写。具体分工如下：项目一、项目二任务一、项目三任务九由董恩慈编写，项目二任务二、项目三任务一、任务二、任务三、任务四的“一、三、四、五”和项目四由郑

欣编写，项目三任务四的“二”由路德慧编写，项目三任务五由詹玉兰编写，项目三任务六由杨静编写，项目三任务七由杨春媛编写，项目三任务八由赵崎编写，项目五由曾理编写。本书在编写过程中参考了大量书籍和文献，引用了多位专家、学者的著作和研究成果，在此一并表示感谢！

本教材本着工学结合、“校行企”合作的原则进行教材开发与建设。邀请了外贸企业人员全程参与设计、编写与编审，编者中的多数也有着多年的外经贸企业岗位任职经历。特别感谢四川颐和佳品贸易有限公司王丽女士为本教材提供了翔实的案例并进行了大量的指导工作。成都市外贸发展协会姚正毅秘书长，成都曼迪克工业制品有限公司钱亭尹女士对本教材的编写给予了大力支持。

由于编者水平有限，书中难免存在不当之处，敬请批评指正，以便日后继续修订、完善。

编 者

2023 年 10 月

目 录

CONTENTS

项目一 开发客户	1
任务一 调研国际市场	1
任务二 开发国际市场客户	10
项目二 准备贸易磋商	29
任务一 认知贸易磋商	29
任务二 拟定磋商方案	45
项目三 实施贸易磋商	57
任务一 磋商品名、品质条款	60
任务二 磋商数量条款	72
任务三 磋商包装条款	82
任务四 磋商价格条款	95
任务五 磋商运输条款	140
任务六 磋商保险条款	173
任务七 磋商支付条款	201
任务八 磋商检验检疫条款	240
任务九 磋商索赔、不可抗力和仲裁条款	253
项目四 起草和签订合同	275
任务一 起草合同	275
任务二 签订合同	288
项目五 履行合同	299
任务一 履行出口合同	299
任务二 履行进口合同	334
参考文献	349

项目一 开发客户



项目导读

王丽毕业于国际经济与贸易专业，通过校园招聘进入了阳光土产进出口公司，担任外贸业务员助理。该公司主营泡菜、茶叶、虾片、榨菜、腐乳、调味品等土特产品。其中，四川眉山产的泡菜是公司的拳头产品。对于外贸新手来说，获得第一份订单尤其重要。王丽必须充分应用所学知识和技能，尽快找到合适的客户。

要完成以上工作，需要具备开发客户的相关技能。因此，本项目分解为调研国际市场和开发国际市场客户两个典型工作任务。

任务一 调研国际市场



学习目标

知识目标

1. 了解国际市场调研的概念；
2. 熟悉国际市场调研的内容和原则；
3. 掌握国际市场调研的方法和技巧。

能力目标

1. 能够制订适宜的国际市场调研计划；
2. 能够依据调研结果确定海外目标市场。

素质目标

1. 培养跨文化沟通能力；
2. 提升信息安全意识；
3. 树立团队合作意识。



任务导入

阳光土产进出口公司外贸业务员助理王丽为尽快开发客户，在熟悉了公司主打产品四川眉山产的泡菜后，她需要寻找并了解出口目标市场。目前她应选择哪个海外地区作为目标市场呢？



任务准备

相比起消费者的无限需求，企业所能生产的产品是有限的，故企业只能在市场细分的基础上，选择部分消费群体来作为目标市场。而消费者的消费需求具有异质性，因此外贸企业必须要在交易前通过国际市场调研来了解海外各国家与地区的政治、经济、文化、法律等因素，在此基础上选定出口的目标市场。

一、了解国际市场调研的内容

（一）国际市场调研的含义

了解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，以帮助企业制定有效的市场营销决策，实现企业经营目标。一个企业要想进入某一新市场，往往要求国际市场调研人员提供与此有关的一切信息，例如该国的政治局势、法律制度、文化属性、地理环境、市场特征、经济水平等。

（二）国际市场调研的内容

国际市场调研的内容主要围绕着以下四个方面展开。

1. 市场环境调研

调研人员在对一国的经济、政治、法律以及社会文化环境展开调研时，需要注意国外市场环境中的文化、语言、宗教等因素，了解文化差异，以免在日后交易中发生冒犯、误会等情况。



知识链接

RCEP全面生效，区域内超 90% 货物贸易将实现零关税

《区域全面经济伙伴关系协定》，即RCEP，是由中国、日本、新西兰等共计 15 个成员国签署的贸易协定。

2023 年 6 月，随着 RCEP 对菲律宾生效，全部 15 个成员国均完成生效程序，并相互实施关税减让，协定进入全面实施新阶段。

山东青岛某科技股份有限公司 2022 年对菲律宾的出口额约 400 万元，2023 年预计出口到菲律宾的订单可以增长 10%，RCEP 可以为企业带来 8 万元左右的关税减让。

RCEP生效实施以来,成员间货物贸易成本明显降低。根据协定,区域内90%以上的货物贸易将最终实现零关税。对东盟国家农产品商户而言,RCEP生效的重大利好在于关税降低带来进口成本下降和出口机遇增多。对于中国消费者而言,跨境贸易的便利化意味着更多元的选择和更便捷的消费。

在老挝万象,满载着榴莲、龙眼、椰青等夏季时令水果的专列从万象火车站发车,经中老铁路入境后通过冷链集装箱运抵成都、重庆,再发往全国各地。这条跨境通道的顺利打通,可将运输时效提升一倍以上,大幅缩短跨境水果运输的时间并降低成本。

在中国广西防城港东兴口岸(二桥),高货值的硅油、无纺布、棉纱等东盟产品源源不断地进入中国,鞋材、灯具、工程机械等大量中国制造从这里运往越南及其他东盟国家。

如今,与RCEP成员国的贸易占到中国对外贸易总额的30.8%。自2020年起,东盟已连续三年成为中国第一大贸易伙伴。RCEP让各国贸易往来更加紧密的同时,也有利于构建区域内更加完善、优势互补、分工明确的产业链、供应链和价值链体系。

而这些新变化、新趋势,都离不开“原产地累积规则”。根据该规则,除部分特定产品外,大部分产品只要在加工过程中实现的增值部分属于15个成员国,且累计增值超过40%即可享受相应关税优惠。

关税减免、原产地累积规则、贸易便利化等制度红利,为RCEP各成员国带来实实在在的增长和收益。而这种活力也正在转化为世界经济复苏的动力。

来源:央视财经

拓展学习

扫码学习“各国文化习惯与宗教信仰”。通过对这份材料的学习,我的收获是:



各国文化习惯与宗教信仰

2. 商品情况调研

主要包括对于国外市场类似商品的供需状况、价格等方面的调研。

3. 营销情况调研

主要包括对于国外类似企业目前所采用的销售渠道、推广策略及市场竞争等方面的调研。

4. 客户情况调研

对外贸企业来说,客户不仅包含上游的供货商,也包含下游的分销商或消费者,客户的经营能力、资信状况、政治情况、主营业务等都会对进出口交易的顺利展开形成重大影响。具体来说,国际市场调研人员应充分收集与整理客户以下方面的信息。

1) 经营能力

经营能力主要包括客户公司每年的经营金额、销售渠道、贸易关系、融资能力与经营方式等。

2) 资信状况

资信状况主要包括客户公司的注册资本、负债情况、公司信用及其经营作风等，最常见的调查方式是委托银行和征信所开展资信调查。

3) 政治情况

政治情况主要包括客户公司的政治背景、政治活动及其负责人的政治立场、对我国的政治态度等。

4) 主营业务

主营业务主要包括客户企业所经营的商品品种及其业务范围等。

思考与讨论

中国一企业出口一批货物到伊朗，却被伊朗海关拒绝进口，原因竟是包装盒上印有六角星图案。经过调查才发现，原来阿拉伯国家规定进口商品的包装禁用六角星图案，因为六角星与以色列国旗中的图案相似。请问：你从上述案例中得到了什么样的启示？

我的心得：

育才小贴士

从事外贸业务员岗位，应充分认识到文化的多样性，以“海纳百川”的开放包容心态去面对文化差异，扩展国际视野。既要维护自身文化的独立性，又要与其他文化保持和谐融洽的关系，追求“各美其美、美人之美、美美与共、天下大同”的美好境界，在此基础上实现互利共赢。

（三）国际市场调研的原则

1. 合法合规原则

在进行国际市场调研的过程中，调研人员应提前了解、熟悉并遵守调研国家或地区当地法律法规和相关规定，以确保调研活动能合法、合规地展开。

2. 实事求是原则

在开展国际市场调研时，要以诚实守信为基本原则，不得采取欺骗、欺诈、虚假宣传等不正当手段，不可为了达到某一特定结果而随意篡改、增删数据与信息。国际市场调研

应客观公正，一切从客观存在的实际情况出发，不受任何利益的影响，不偏袒某一特定群体或个体，确保结果的真实性与可靠性。

3. 维护信息安全原则

在收集、储存和处理调研所得的信息与数据时，要采取必要的措施确保信息的安全，防止泄密和不当使用。对于涉及知识产权的调研活动，应尊重和保护相关权益，不得侵犯他人的知识产权。在获取信息和数据的过程中，尊重被调查对象的隐私权，不泄露、不滥用或非法获取个人敏感信息。

4. 求同存异原则

国际市场调研中势必会涉及跨文化交际与沟通，故调研人员应事先了解当地的文化、价值观、风俗习惯、信仰等，尊重和包容不同文化背景下的差异，避免刻板印象和偏见，并根据不同文化之间的差异，灵活调整自己的行为方式和表达方式，使用简单明了、易于理解的语言来表达自己的观点，尽量避免以自己文化的标准来评判他人。

案例强基

巴尔的摩的一家律师事务所注意到，苏联解体后，新的市场体系需要制定一系列新的法律规定，这为在当地发展律师事务提供了好机会。恰巧这家事务所有三个合伙人在白俄罗斯有熟人，于是当机立断派人到那里租办公室挂牌营业，成为第一批到白俄罗斯开业的西方律师事务所，但开张后却迟迟没有客户。仔细一了解，原来巴尔的摩是个港口城市，这家事务所的专长是海商法，而白俄是个内陆国家，既无远洋船队，也无海港码头，业务不对路，只能关门了事。

你认为此案中这家巴尔的摩的律师事务所犯了什么错误？

分析：这家律师事务所市场调研工作明显没有做到位，而过于自信、盲目乐观的错误在国内一些中小企业的身上也比较容易发生。

二、掌握国际市场调研的方法和程序

（一）国际市场调研方法

国际市场调研人员需要按照严格、科学的方法来展开国际市场调研工作。目前国际市场调研的方法主要分为两个大类。

1. 实地调研法

实地调研法是指国际市场调研人员直接到国际市场上搜集情报信息的方法，例如调研小组在国外街头以问卷调查或对话访谈的形式进行调查。通过实地调研法收集的信息被称为一手资料，也叫作原始资料。

2. 案头调研法

案头调研法是指国际市场调研人员以室内查阅的方式，搜集与研究国外市场有关资料

的方法。通过案头调研法收集的信息被称为二手资料。

（二）国际市场调研程序

国际市场调研工作应按照以下四个步骤展开，如图 1-1-1 所示。

1. 确定调研目标

明确国际市场调研的目标是为企业选择目标市场、确定主推产品以及制定精准营销策略提供决策参考，要保证国际市场调研目标是服从于企业整体的经营目标。外贸企业通过国际市场调研来了解海外市场环境，从而展开相应的海外营销策略。

2. 制订调研计划

企业需围绕调研所需的信息资料、信息来源、拟采用的调研方法、调研的进度安排及预算制订一份详细明确的调研计划，从而保证调研工作的开展每一步都有迹可循、有据可依。企业制订完调研计划后，应及时呈报上级部门审批。

3. 执行调研计划

在调研计划审批通过后，企业需严格按照调研计划执行调研工作，调研工作既可以由企业内部人员完成，也可以由企业委托企业外部的调研公司完成。开展调研工作，须明确调研小组的人员分工，加强各工作人员间的协调与沟通，并在调研结束后做好数据的初步整理与归纳，为后续撰写调研报告做准备。

育才小贴士

完成国际市场调研是一项比较复杂的工作，一般需通过团队协作才能更好地完成。以团队形式开展市场调研工作，有利于培养团队成员团结合作的意识，提升其踏踏实实解决问题的动手能力，这也是当代工匠精神在外贸行业的具体体现。

4. 撰写调研报告

进一步分析处理调研数据，并在此基础上撰写一份调研报告，汇报调研结果与结论。

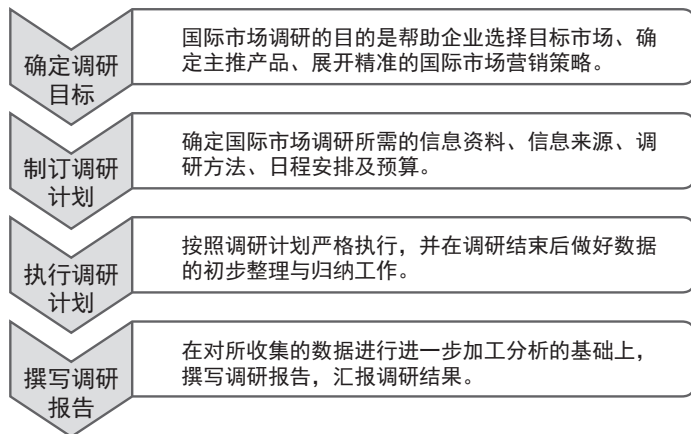


图 1-1-1 国际市场调研工作步骤

拓展学习

扫码学习“市场分析的工具与方法”。通过对这份材料的学习，我的收获是：



市场分析的工具与方法

任务实施

步骤一：寻找目标市场。登录各国际组织、政府机构的官网（如WTO、商务部、海关等）以及行业协会官网，搜集相关资料信息发现：我国泡菜出口市场集中于日韩、美国、东南亚及欧盟地区。欧盟作为全世界最大的农产品消费市场之一，具备相当大的市场开发潜力。在欧盟地区中，我国与英国近几年来贸易交往尤为频繁，自2018年至2021年四年间，中英进出口总额增速高达40%，如图1-1-2所示。同时，英国人均收入普遍偏高，居民消费力较强。

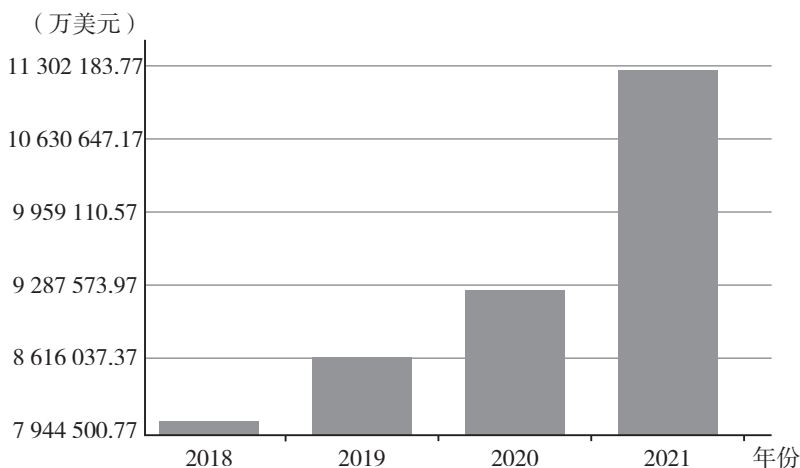


图 1-1-2 2018—2021 年中国同英国进出口总额

步骤二：研究目标市场。采用案头调研的方法，前往图书馆、档案馆，或利用网络搜索英国文化、宗教、商业习惯等。通过调研，了解到在英国社会的文化体系中，传统礼仪、绅士风度是非常重要的。英国商人尤其重视商业合同与所具有的法律约束力和履行责任，在做出决策前往往会非常慎重。

步骤三：确定目标市场。对前期调研进行整理和分析，得出结论：英国市场具有较高的消费能力，与我国贸易往来密切，商业习惯与我国类似，都极看重诚信与守约，且食品行业的市场机会较多。最终，结合公司规划，选择英国作为此次泡菜出口的目标市场。



任务评价

考评项目: 调研国际市场

考评人: _____ 被考评人: _____

考评内容	分值	得分
调研目标的明确性	20	
调研内容的全面性	20	
调研方法的多样性	20	
调研结论的合理性	20	
文字撰写的逻辑性	5	
口头表达的流畅性	5	
任务完成的积极性和主动性	5	
团队成员的合作性	5	
合计	100	

注: 考评满分为 100 分, 60 ~ 70 分为及格, 71 ~ 80 分为中等, 81 ~ 90 分为良好, 91 分及以上为优秀。



任务拓展

案例背景

我国某进出口公司出口一批小地毯去沙特阿拉伯, 由于当地小地毯市场竞争激烈, 产品销路一直不好。后经了解, 原来是这个批次的小地毯颜色暗沉, 而当地人偏好颜色艳丽的商品。于是该公司迅速调整进货品种, 并要求厂商在小地毯上加装一个可以指明朝拜方向的指南针。该批次产品一到市场就被抢购一空。

问题:

从该公司的经历中, 你得到了什么启示?

案例分析

在本案中, 该进出口公司并没有充分了解出口目的国的市场环境, 从而导致小地毯出口以来一直销量惨淡; 而在经过国际市场调研后, 该进出口公司立刻调整了产品规格, 并且添加了更符合消费者需求的产品设计, 由此轻松扭转了产品出口困难的局面, 实现了销量的飞跃式突破。

案例总结

通过对本案例的分析, 同学们要充分认识到在开展进出口业务之前进行国际市场调研的重要性, 应全面了解目标市场客户的消费习惯和文化传统, 从而更有效地开展国际贸易。

任务检测

课程名称	国际贸易实务	专业		 码上刷题
学习内容	项目一 开发客户	班级		
学习任务	任务一 调研国际市场	姓名		

1. 简述实地调研法与案头调研法两种调研方法的主要区别。

2. 国际市场调研内容可以分为哪些方面？

任务实训

情景模拟训练

四川商苑进出口公司的外贸业务员张华想为其公司的男士裤子开拓国际市场，请你以张华的身份，拟定一份国际市场调研计划。

任务二 开发国际市场客户

学习目标

知识目标

1. 掌握寻找海外客户的主要方法；
2. 熟悉寻找客户的主要网络工具；
3. 理解外贸企业参加展会的意义及主要工作。

能力目标

1. 能够利用各种方法与工具寻找客户；
2. 能够撰写开发函，从而与客户建立起业务关系。

素质目标

1. 培养信息意识与信息素养；
2. 提升国际商务职业礼仪素养；
3. 开阔国际视野。

任务导入

阳光土产进出口公司外贸业务员助理王丽通过国际市场调研后，发现英国市场对我国出口的泡菜有很大需求，因此确定英国为此次泡菜出口的目标市场。为了能顺利开发客户，她该如何寻找到英国市场的具体客户呢？

任务准备

外贸企业在完成国际市场调研后，应当结合目标市场的发展潜力与自身产品的特性来开发目标市场中的客户资源。这就要求外贸业务员必须掌握并且能够熟练使用开发客户的相关技能与主要方法，以达到与客户成功建立起业务关系的目的。开发海外客户的方法主要包括利用网络开发客户和利用展会寻找商机。

一、利用网络开发客户

从事进出口工作的业务员可以利用B2B网站、搜索引擎、行业网站、展会网站及网络黄页等寻找潜在客户。

（一）B2B 网站

B2B 网站是国内外买卖双方信息交流的主要平台，买家和卖家都能在网上查看到相关产品的供给情况。企业注册网站会员后，可以直接向客户发起对话或回复客户询盘。目前来说，使用 B2B 网站是外贸工作者最常用的开发客源的方法，如中国制造网、阿里巴巴国际站（见图 1-2-1）、敦煌网等。

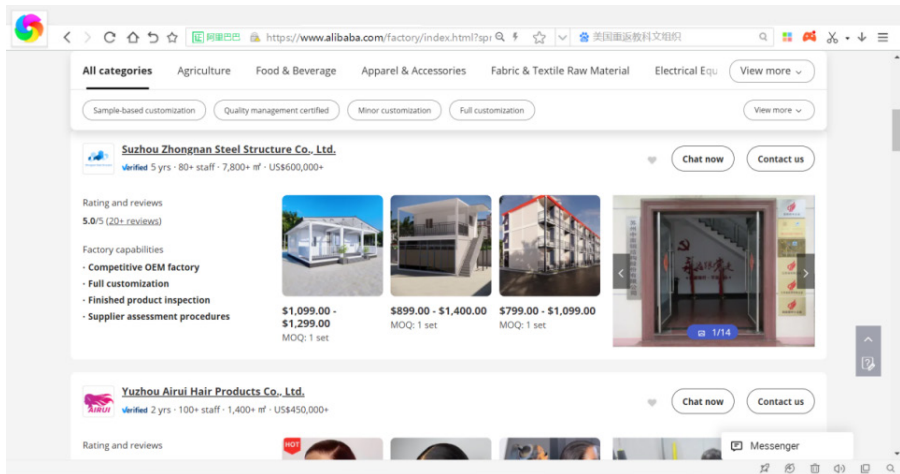


图 1-2-1 阿里巴巴国际站卖家名单

以阿里巴巴国际站为例，在 B2B 网站上寻找客户的途径与方法有以下六种。

1. 注册并发布产品信息，吸引客户

卖家可以注册成为阿里巴巴国际站平台卖家用户，按平台要求提交认证信息及公司信息，经平台审核通过后方可发布产品信息。具体开通流程如图 1-2-2 所示。认证信息主要包括企业执照信息、企业经营地址信息及企业认证人信息，公司信息主要包括公司经营模式、基本信息、生产能力、外贸出口能力、证书资质等。



图 1-2-2 阿里巴巴国际站开通流程

卖家成功注册后，可以通过后台中的“产品管理”来进行产品发布，如图 1-2-3 所示。先选择产品类目及产品类型，再填写产品的名称、关键词、规格、风格、应用、品牌、型号、功能、原产地等基本信息，上传产品图片，制作产品详情页，最后完善产品的交易信息与物流信息，确认无误后可发布商品。

发布产品后，买家可以在前台搜索产品关键词时看到卖家产品，有兴趣的买家便可与卖家取得联系。卖家可以采取产品信息优化、站内外营销等方式提高产品的曝光率。在后

台的产品管理中，卖家可以对产品信息质量进行定期检测和及时优化。



图 1-2-3 阿里巴巴国际站产品管理

2. RFQ

RFQ (Request For Quotation) 即采购直达市场，很多客户可能在平台中没有找到理想的供应商，于是就会在采购直达市场发布自己的采购需求，如图 1-2-4 所示。这时企业如果能及时找到适合自己的 RFQ，进行报价，就可以获取到客户的个人信息，以此来寻找客户进行开发，如图 1-2-5 所示。在一般情况下，每条 RFQ 只允许十个供应商报价，每个卖家账号的基本权益是每月报价 20 条 RFQ，所以卖家一定要利用好 RFQ 报价名额。

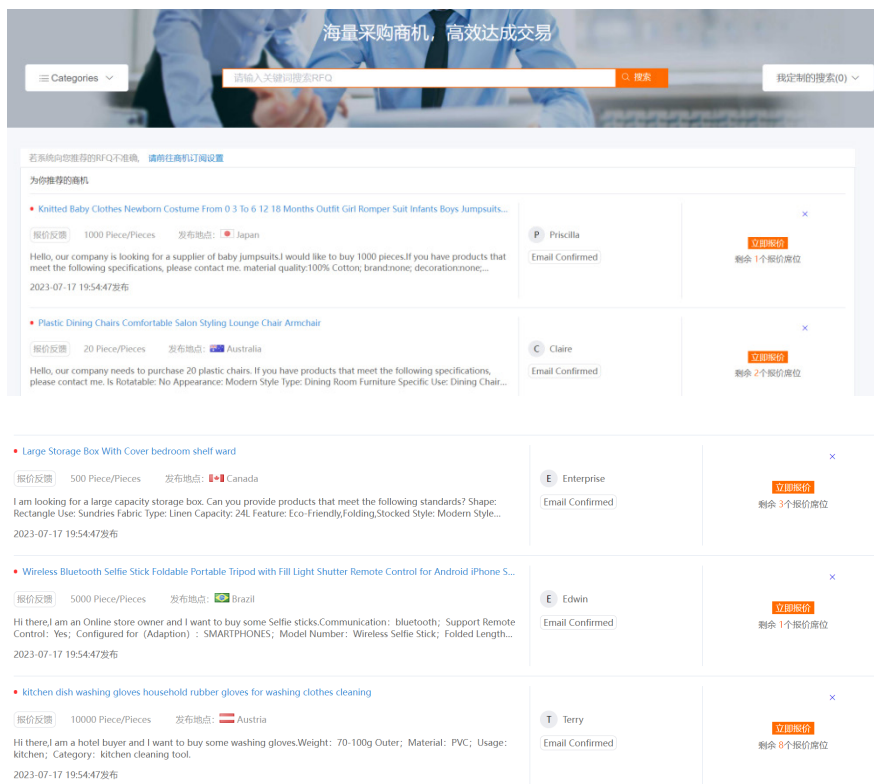


图 1-2-4 阿里巴巴国际站采购直达

企业可通过搜索企业主营产品关键词来查找可以报价的RFQ，并根据其标题与具体内容等因素来筛选价值更高的RFQ；在实际进行RFQ报价时，可选择产品直接导入或全程自拟两种方式；报价完毕后，可以在阿里巴巴国际站卖家后台的“报价管理”一栏中，点击“立即联系”来查看客户的更多信息，比如邮箱、电话、公司名称等，持续跟进客户。



图 1-2-5 阿里巴巴国际站报价管理

3. EDM 营销

EDM (Email Direct Marketing) 简称为邮件营销，是利用电子邮件与受众客户进行商业交流的一种直销方式。主要指平台卖家可以通过发送站内信的方式去寻找客户，推广产品。EDM是网络营销中最古老的一种，但也是目前应用最广泛的方法，如图 1-2-6 所示。

卖家可以在客户列表选取具有不同特征的客户，建立不同的客群并进行客群管理，针对不同客群发送定向营销邮件，有兴趣的客户就会与卖家取得联系。



图 1-2-6 阿里巴巴国际站EDM营销

4. 访客营销

卖家可通过后台查看访客详情，包括访客的国家及地区、浏览次数、停留时长、偏好

关键词、旺铺行为及网站行为，如图 1-2-7 所示。访客类型不仅包括询盘客户、TM 咨询客户，也包含其他客户，即访问过卖家店铺后并没有发现感兴趣的产品，故没有发送询盘或 TM 咨询的客户。但对于卖家来说，这也是一个帮助自己了解更多买家的获客渠道，卖家可以筛选访客后进行站内信营销，以此寻找客户。

访客	国家及地区	浏览次数	停留时长	全部偏好关键词	旺铺行为	网站行为	操作
<input type="checkbox"/> D2106261		2	65s	mini hot water bag	访问HOME	总浏览量87 浏览 5个供应商	无法营销 添加相似访客 >
<input type="checkbox"/> D2106262		2	45s	hillon pillow face steamer christmas		浏览 5个供应商	无法营销 添加相似访客 >
<input type="checkbox"/> D2106264		1	9s	ockbros beach float gis		浏览 5个供应商	无法营销 添加相似访客 >

图 1-2-7 阿里巴巴国际站访客详情

5. 粉丝通营销

卖家可开通后台营销中心的粉丝通功能，如图 1-2-8 所示。通过定期发布内容图文及 True View 短视频来吸引客户，并且可以通过数据概览来查看内容的曝光数、点击数、互动数、新增粉丝数，以此衡量粉丝通营销的效果。其中，卖家可针对新增粉丝、7 天活跃粉丝及最近 7 天回访粉丝对客户进行精准寻找和开发。

数据分析	内容详情	粉丝数据
<div>1天 7天 30天 选择日期</div>		
核心数据概览		
主动内容发布数 ● 2 较昨天:1	内容曝光总数 ● 300 较昨天:124	内容点击总数 ● 4 较昨天:2
内容互动数 ● 1 较昨天:1		新增粉丝数 ● 1 较昨天:1

图 1-2-8 阿里巴巴国际站粉丝通

6. 前台搜索产品关键词寻找其他地区的卖家

在平台前端搜索本公司产品的关键词，选择一些非中国地区的供应商，这些供应商的货源极大可能来自中国企业，它们从中国进货后又在当地开通国际站售卖产品。因此这些卖家是企业的潜在客户，收集这些卖家的信息也是非常必要的。

（二）搜索引擎

企业使用谷歌 (Google)、雅虎 (Yahoo) 及百度 (Baidu) 等搜索引擎来寻找客户，效果也是十分不错的。其中，谷歌搜索是功能最为强大的搜索引擎之一，几乎涵盖了全世界大部分资源。在寻找客户时，只需在搜索栏内输入“buy/import/purchase+ 产品名称”或“distributor/buyer/wholesales+ 产品名称”，就可以得到大量搜索结果。如对目标国家的国籍

有限制，还可以在上面输入的基础上添加国名英文或缩写字母。如想寻找女士服装的美国进口商，可以在搜索栏输入“USA women clothes importers”，便能搜到不少国外客户，如图1-2-9所示。

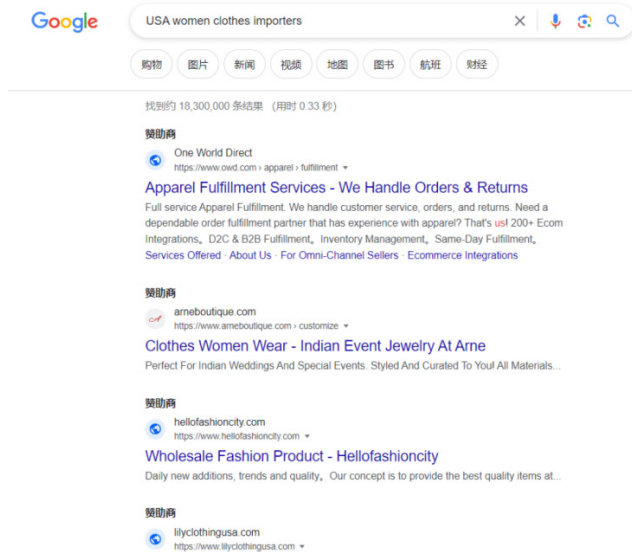


图 1-2-9 谷歌搜索



拓展学习

扫码学习“谷歌全球商机通”。通过对这份材料的学习，我的收获是：



谷歌全球商机通



育才小贴士

在信息时代，我们需具备一定的信息意识与信息素养，即了解信息数据的重要性，并具备发掘和利用各类信息与数据资源的能力，同时懂得信息和数据的隐私性，形成信息和数据防范和保护意识，以及合理规范使用网络的法律意识。

（三）行业网站

企业可以通过注册登录行业网站，利用关键词搜索产品或企业信息来寻找客户，例如中国化工网、中国机械网、全球五金网等。几乎每个行业都有行业网站，行业网站上通常会有会员列表，方便外贸从业者寻找客户。

（四）展会网站

企业可以通过展会网站了解国内外近期展会安排，也可以登录某个具体展会的网站获得参展商的名单、联系方式及网址。有不少没有机会出国参加展会的企业，就可以通过展会网站来开发客户。如图 1-2-10、图 1-2-11 所示。



图 1-2-10 展会信息网

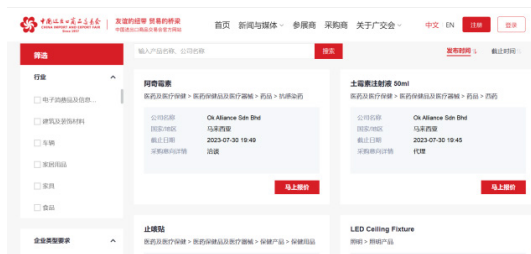


图 1-2-11 广交会官网

（五）网络黄页

网络黄页又被称为国际工商名录，因习惯于印在黄色纸上而得“黄页”之名，通常由各国的商会编纂，收录了国内外著名的贸易公司及商号的名称、电话、传真、公司地址、主要经营项目等情况，比较著名的有欧洲黄页（Euro Pages）。目前所流行的企业名录、工商指南、消费指南等也可以算作黄页新兴的表现形式。

知识链接

较常使用的网络黄页名称、网址及描述

名称	网址	描述
AOL Local Yellow Pages	http://yellowpages.aol.com	美国在线本地黄页
欧洲黄页	http://www.europages.com	欧洲国家商业名录
Page Jaunes	http://www.pagejaunes.fr	法国公司商业名录
澳大利亚黄页	http://www.yellowpages.com.au	澳大利亚信息黄页
Yellow Pages	http://www.yellowpages.com	本地化的黄页搜索
Super Pages	http://www.superpages.com	本地化的黄页搜索
Delhi Yellow Pages	http://www.indobase.com	印度企业商业名录

来源：搜狐网

二、利用展会寻找商机

对于从事进出口工作的业务人员来说，参加各展会是另外一个开发客户的主要方法。



在线课程：利用展会寻找商机

（一）参展意义

国内外各大展会为企业能直接接触目标客源提供了一个良好的平台，参加各种展会有助于企业走出国门，促进外贸额的增长，也有助于企业国际知名度的提升与国际形象的树立。在我国经济、政治、文化等领域全面对外开放政策的引领下，我国企业积极参加展会，极大程度地促进了我国商品出口，进一步稳固了我国作为贸易大国的国际地位。

企业可以通过中国进出口商品交易会（广交会）官网、中国国际会展网、国际贸易网及环球会展网等网站搜索最新会展资讯，便于提前做好参展准备，譬如申请展位、展位设计、人员培训、材料准备及邀请新老客户参展等工作。

我国国内较为著名的展会主要有以下 10 个，如图 1-2-12 所示。

1. 中国进出口商品交易会（广交会）
2. 中国国际进口博览会（进博会）
3. 中国高新技术成果交易会（高交会）
4. 中国-东盟博览会（东博会）
5. 中国西部国际博览会（西博会）
6. 中国国际航空航天博览会（中国航展）
7. 中国义乌国际小商品（标准）博览会（义博会）
8. 中国国际服务贸易交易会（服贸会）
9. 中国华东进出口商品交易会（华交会）
10. 中国-南亚博览会（南博会）

图 1-2-12 国内著名展会

知识链接

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，每年春秋两季在广州举办。广交会由商务部和广东省人民政府联合主办，中国对外贸易中心承办，是中国目前历史最长、规模最大、商品最全、采购商最多且来源最广、成交效果最好、信誉最佳的综合性国际贸易盛会，被誉为中国第一展，中国外贸的晴雨表、风向标。

广交会是中国对外开放的窗口、缩影、标志，是国际贸易合作的重要平台。创办以来，广交会历经风雨、从未间断，已成功举办 133 届，与全球 229 个国家和地区建立了贸易关系，累计出口成交额约 1.5 万亿美元，累计到会和线上观展境外采购商超 1 000 万人，有力地促进了中国与世界各国各地区的贸易交流和友好往来，贸易方式灵活多样，除传统的看样成交外，还举办网上交易会，除了传统贸易，还可以开展多种形式的经济技术合作与交流，以及商检、保险、运输、广告、咨询等业务活动。

广交会目前共计有 16 大类展品、54 个展区。作为中国最大的进出口贸易促进平台，广交会直接联通国内国际两个市场，是国内大循环的促进平台，是国内国际双循环的重要节点，在构建新发展格局中具有独特作用。

来源：中国进出口商品交易会官方网站

（二）参展流程

要想保证参加展会的良好效果，企业需遵循以下参展流程。

1. 展前工作

1) 确定参展目标

确定参展的目的和展会的主题，明确想要达到的目标，如增加知名度、开拓市场、寻找合作伙伴等。

2) 选择合适的展会

根据企业的产品特点和目标市场，选择合适的展会参展。可以通过行业协会、展览中心、互联网等渠道获取展会信息和参展条件；优先选择参加国内的国际性著名行业展览和综合展览，其次选择参加国外的行业展览。

3) 确定展位和展品

根据展会的规模和预算，选择适合的展位位置，例如，人流必经之地，如预算充足，且参展经验丰富，可考虑选择特装展位。优质展位往往需提前一年左右的时间预订，且一定要与展会主办方主动联系，抢占预订的先机。在展品的选择上要符合目标市场需求和展会主题，确定展示的产品种类和数量。

4) 展会申请和报名

根据展会的要求，填写参展申请表格并提交相关证明材料。一般需要提供企业资质文件、产品资料等。

5) 做好展会准备工作

参展准备工作包括展位设计、参展人员培训、参展材料准备。展位设计需注意美观性与实用性兼备，具有良好的创意才能迅速吸引客户的眼球，标准展位的面积一般为 9m^2 ；除此之外，还需准备产品目录、产品宣传手册、产品资料、样品、宣传光盘、纪念品等参展材料。

2. 展中工作

每个展位至少配备 2 名业务经验丰富的经理，一名负责接洽客户，另一名负责现场调控。两人在此前接受过适当培训，并对彼此分工作出了详细划分，以保证现场配合的默契与密切。

除此之外，要想使企业参展的效果达到最大化，还应注意以下三个方面。

1) 媒体宣传造势

大规模的展会当中总少不了媒体的身影，如果企业能利用好时机，再施加一点公关技巧，便能获得免费宣传的机会，提升企业的知名度。成功的媒体公关还能帮助企业塑造良好的形象，有利于商机的增加。

2) 判断客户意向

在现场与客户进行谈判时，负责谈判的业务经理除了应当具备应有的谈判技巧之外，还应能判断客户的真实意向。对于只是来看看热闹、无意合作的客户，不宜花费过多的时间，否则会耽误了真正有意向的客户。所以现场谈判一定要在尽可能短的时间内了解对方的真实意图，对于真正有意合作的客户切不可怠慢，在展会期间也可以另约时间进行谈判。

3) 现场营造气氛

参展人员须配合一定的宣传手段,烘托现场气氛,切不可沉闷地坐在展位内,或只是机械地向外派发传单。可以适当利用音乐、灯光、现场产品演示来吸引客户驻足或进店,客户体验过产品后如有任何问题,经理应现场立马答疑。没有适当的宣传,再怎样优质的产品,在展会上也可能无人问津,所以参展人员应十分重视现场气氛的营造。

思考与讨论

日本著名企业“小松山推”主要经营工程机械和零部件,在某次参展中把参展目标设定为“关注您的成功”。这里的“您”是指经销商和产品用户,也就是说它的目标是放在经销商和产品用户。目标设定的关键在于把买家留住,也就是希望把这些专业经销商全部留在自己的展台上,为此小松山推采用了如下几种方法:

1. 汇聚人气

80个座位的剧场式主题活动场所,每隔半小时就派出4个演员进行一段12分钟的演出,节目直接表现展销主题。演出间隙播放摇滚音乐,吸引人群注意。

2. 推动观众

每场演出结束时,迷人的女主持就会把小松山推的帽子发给要离去的观众。她们聪明、礼貌、可爱,同小松山推的另外85名展区服务人员进行了配合演练,对展览的整体情况了如指掌。

3. 多层展示

中心活动区域的演出结束一分钟之后,还有两个更短的演示活动。中心区的左侧是推土机,右边是挖土机,全部采用电脑操作,就像一个复杂的虚拟现实的视频游戏,人们可以通过它来测试自己的操作技能,就像真正的重型机械的操作手。

4. 网站点击价值

180万美元的PCI800型号巨型液压挖土机,只适用于采石和开矿,是展会上最大的挖土设备。这台挖土机是从日本拆装后运到展会举办地,然后拼装起来的。对于参观的承包商来说,这台机器就像硕大的巨兽,本身就具有吸引力。参观者们被邀请站在14.4立方码的挖土机的铲斗里,拍摄一张数码照片。照片会立刻被贴到公司网站上,这个网站大约保留6个月。个人照片是对参观展览的回忆,在展中和展后的6周时间里,网站就被点击了375 000次。由于点击者要查看他们的照片,所以他们也能查看小松山推在博览会展出的所有21种机械产品的技术指标。

通过这些方式,小松山推把其他竞争对手的客户全部吸引过来,有效地达到了把客户留在展台上的目的。

请分析:小松山推采用了哪些展会现场促销手段?

我的心得:

3. 展后工作

展会结束后,应根据现场收集的客户名片和客户沟通记录,将客户分类归档,整理出潜在客户与重点客户的信息,并及时跟进重点客户,给每位访问过展位的客户发送感谢函。根据参展效果评估展会的成果,总结经验教训,为下一次参展做准备。

案例强基

某年宏远出口公司去香港参加香港家居用品展,4月23日结束。展览结束后,宏远出口公司委托中山市某快递有限公司深圳分公司回运展品。宏远出口公司与该快递公司有几次业务联系,对方承诺会提供及时周到的服务,且报价比较实惠,宏远出口公司便确定该公司作为香港展会全程运输代理。但出人意料的是,4月23日就委托回运到东莞的8箱货,5月13日才收到4箱货,这4箱货还是宏远出口公司每天打去几次电话催回来的,其余4箱竟然还在香港。滞留在香港的4箱货物中有宏远出口公司在展览会上认识的客户急需的样品,这个客户有可能会下大单,他们等着样品参加美国的展会,但是运输公司给的答案永远是还要等几天。

请分析:出现此种局面是哪个环节出现了问题?原因是什么?

分析:此案例是在展品回运时出现了问题。原因在于选择运输代理不够慎重。展览会参展工作安排需要万无一失,任何一个环节的差错都有可能导致无法预料的后果和损失。要保证重要样品回运的时间,切不要为了贪图便宜而选择信誉没有保证的公司,最终酿成大的损失。

(三) 撰写开发函

当我们通过网络或参展的方式获得了潜在客户的名单信息后,就可以主动向其发送邮件,国际贸易中将其称为开发函。一份成功的开发函能够吸引客户的注意,从而增加双方合作的可能性,所以开发函的写作对外贸业务员来说尤为重要。

1. 开发函的主要内容

按照写作顺序,开发函分为三个部分:开头、正文和结尾。

1) 开头

开头主要包括说明信息来源、表明合作意向等内容。说明信息来源,即发函人须说明获得对方联系方式的方法,以免使对方感到冒犯;表明合作意向则是发函人明确表达本公司想要与对方形成互惠互利的长期合作关系的愿望。

2) 正文

正文主要包括公司简介、产品简介等内容。公司简介可以围绕着公司发展历史、经营规模、业务范围、经营优势等方面展开叙述;产品简介则可以简要介绍产品,尤其是主推产品,必要时可附上公司产品目录或另附样品。

3) 结尾

在结尾部分,发函人须表明合作诚意,并且表达期盼回复的心情,最后附上落款,即

公司名称、地址、联系方式等。

开发函示例:

发件人: lihua@hzorient.com

收件人: markburton@clinton.com

日期: 2023-03-20 10:55:21

主题: Establishment of business relations

附件:

Dear Sirs,

We have obtained your information from <https://www.alibaba.com>, knowing that you are looking for backpacks currently. So we would like to introduce our specialized products and the company to you in order to build a long-term relationship for mutual benefit.

Our company is based in Hangzhou and has been engaged in the import and export of luggage and bags for more than 20 years. We have our own factory and first-class designers. Women Handbags are one of the most popular products in our company, which have been widely sold to many countries and regions overseas.

To give you a better understanding of our products, enclosed is our product catalogue involving various products. Quotations and samples will be sent upon receipt of your inquiry.

Should any of these items be of interest to you, please let us know. We will be very happy to give you more details. Look forward to your early reply.

Yours faithfully,

Li Hua

Hangzhou Orient Trading Co., Ltd.

Add: No. 16 Sifang Street, Hangzhou, China

Tel: 0086-571-82416208

Fax: 0086-571-82416209

E-mail: lihua@hzorient.com

2. 电子邮件格式要求

作为目前高效快捷的通信方式, 电子邮件(E-mail)成为大量的业务往来信件传递的方式。以电子邮件的方式传递信息, 不像发普通信件那么烦琐, 只需要直接填上收件人的邮箱地址, 在线点击发送即可。与普通信件相比, 电子邮件的格式更为随意、简单, 一般

包括邮件头、尊称、正文、结尾敬语和签署五部分内容，对于关系很好的老客户，有时也可省略结尾敬语。

1) 邮件头

一般包括发件人电邮地址 (From)、收件人电邮地址 (To)、抄送 (Cc)、密件抄送 (Bcc)、发信时间 (Time)、主题 (Subject)、优先级 (Priority)、附件 (Attachment) 等栏目。其中，发件人电邮地址和发信时间无须输入，邮件系统自动生成。在实务中，一般情况下只填写收件人电邮地址和主题。主题应体现邮件主旨，要引人注目、意思明确。如果为急件，可用“Urgent”表示。若有图片、技术资料等材料，可通过附件发送。

2) 称呼

如果知道收信人姓名，男性可用 Mr. 称呼，已婚女性用 Ms. 称呼，未婚女性用 Miss 称呼；如果不知道收信人姓名，尊称可用 Dear Sirs, Dear Sir or Madam, Gentlemen 等。对于一些关系很好的老客户，可以采用比较亲切的问候语，如 Hi, Ben。

3) 正文

正文是电子邮件的主体。正文应结构清楚，便于阅读。如正文内容较长，可使用小标题、小段落，或利用星号、下划线及段落间空行等方式，使邮件眉目清楚、一目了然。

4) 结尾敬语

结尾敬语是结束信函时的一种客套，应紧贴正文后书写，并加逗号。常见的表述有 Yours faithfully, Yours sincerely, Yours truly 等。

5) 签署

外贸电子邮件的签署一般包括写信人姓名、头衔 (若有)、公司名称、地址、联系电话、传真和电子邮件。



育才小贴士

通过对于开发函这类外贸函电写作的学习，初步掌握外贸英语函电的写作规范，懂得如何礼貌得体地撰写函件，有助于树立国际商务礼仪意识，进一步提高职业素养。



任务实施

步骤一：王丽注册并登录阿里巴巴国际站 (<http://www.alibaba.com>)，点击进入首页的“Request for Quotation”，在关键词一栏输入“Pickled Vegetables”，发现了三条近期的客户询盘，分别来自阿曼、澳大利亚以及墨西哥，如图 1-2-13 所示；接着，王丽又在关键词一栏输入公司的另一主营产品关键词“Prawn Crackers”，发现了一条英国客户的询盘，如图 1-2-14 所示。

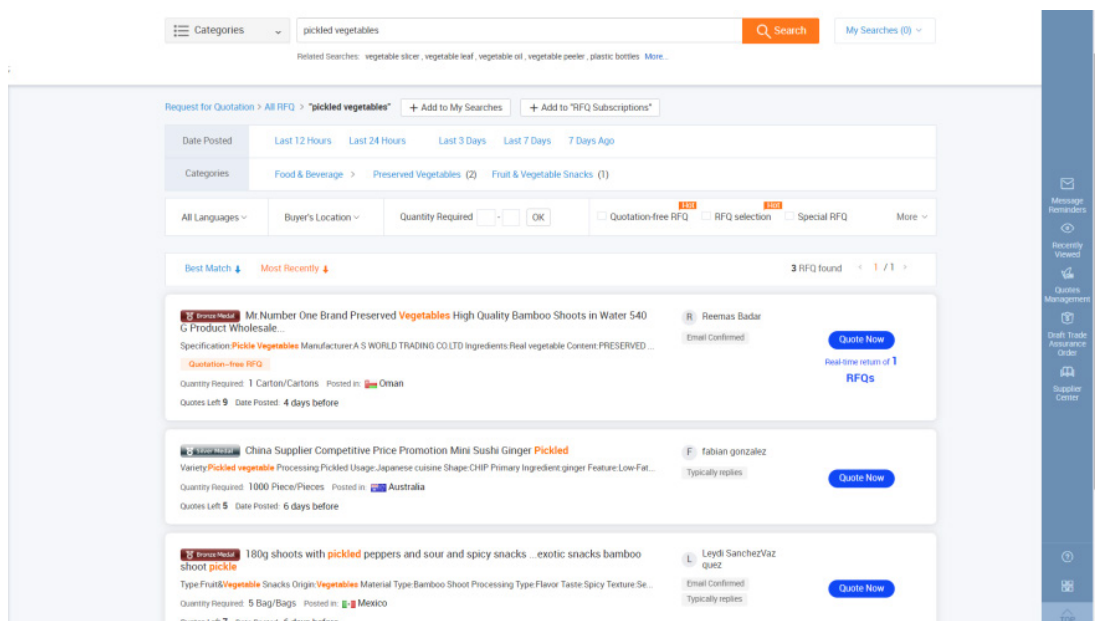


图 1-2-13 泡菜阿里巴巴国际站 RFQ

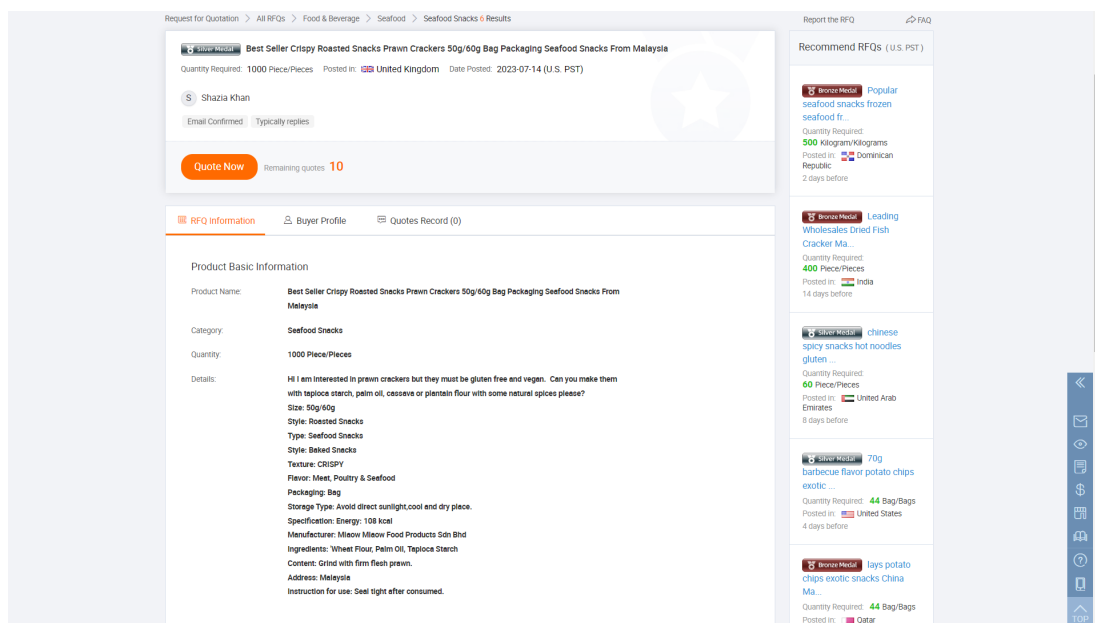


图 1-2-14 虾片阿里巴巴国际站 RFQ

步骤二：王丽利用谷歌搜索，在搜索栏输入“Pickled Vegetables Importers Europe”，但找到的企业网站十分少，王丽猜测可能是由于键入的关键词范围过于广泛，所以她尝试缩小关键词范围，重新键入“Pickled Vegetables Importers in UK”，这次她找到了四家英国进口商的官网网址，如图 1-2-15 所示。

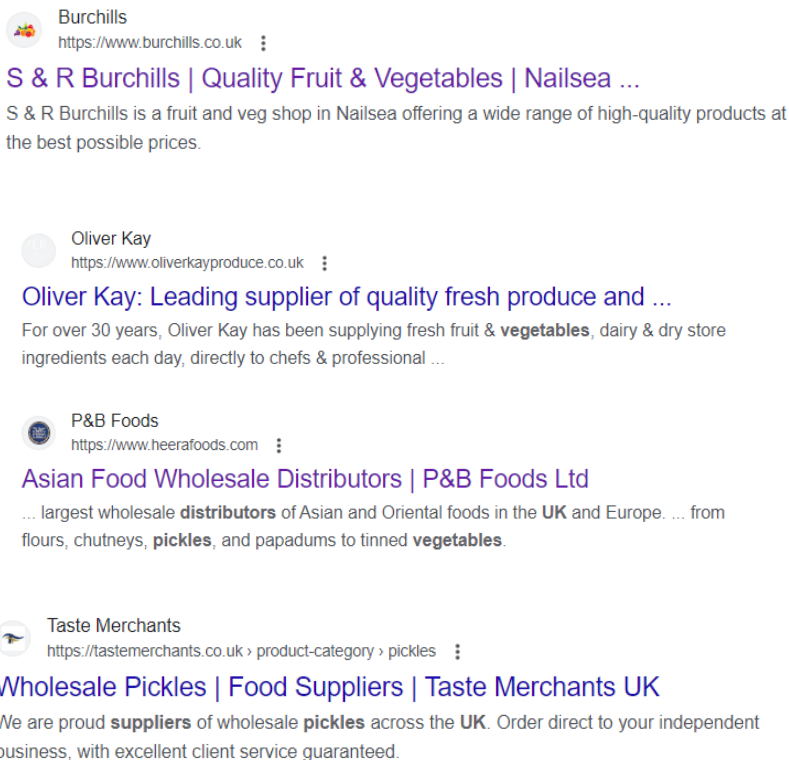


图 1-2-15 谷歌搜索

步骤三：王丽登录中国会展网，搜索关键词“食品”，获得近期相关展会的信息。考虑到展会性质（外贸公司更关注贸易性展会），同时结合展会自身影响力和举办时间，王丽打算参加秋季广交会，与意向客户进行面对面沟通，尤其关注英国客户，并做好展后跟进。

步骤四：王丽利用上述方法搜集到了大量客户信息，通过进一步去伪存真，去粗取精，最后将目标锁定在了三家公司上，其中就包括 A.W. 贸易有限公司。随后王丽撰写开发函并发送给了该公司。

业务实例——王丽撰写的开发函

发件人: wangli@sunshinetrading.com
 收件人: nathanb@awtrading.com
 日期: 2022-09-10 13:55:21
 主题: Establishment of business relations
 附件: Catalogue

Dear Sirs,

We owe your information from <https://www.alibaba.com>, knowing that you are now in the market for pickled vegetables and other local products. We wish to inform you that we

specialize in various kinds of local specialties and shall be very pleased to establish long-term trade relationship with you.

To give you a better understanding of our products, we enclose a product catalogue showing various products.

As a very professional and active manufacturer, we develop new varieties nearly every month. If you are interested in any of our products, please contact us. Look forward to your early reply.

Yours Sincerely,

Wang Li

Assistant Sales Manager

Sunshine Native Produce Imp. & Exp. Co., Ltd.

Add: 18. Dian Chi Road, Shanghai 200002, China

Tel: 0086-21-64657948

Fax: 0086-21-64657947

E-mail: wangli@sunshine.com



任务评价

考评项目：开发国际市场客户

考评人：_____ 被考评人：_____

考评内容	分值	得分
开发方法的多样性	20	
工具使用的熟练性	20	
搜集信息的合法性	10	
搜集信息的全面性	15	
英文写作的流畅性	10	
函电写作的得体性	10	
任务完成的主动性	5	
任务完成的创新性	5	
团队成员的协作性	5	
合计	100	

注：考评满分为 100 分，60 ~ 70 分为及格，71 ~ 80 分为中等，81 ~ 90 分为良好，91 分及以上为优秀。



任务拓展

案例背景

以下是我国某出口公司外贸业务员撰写的一封开发函：

发件人：liuhong@eagle.com

收件人：smith@JPLcompany.com

日期：2022-03-20 09:50:19

主题：Establishment of business relations

附件：

Dear Mr.Smith,

We know that you are now looking for Bluetooth headsets.Let me introduce our company and main items to you.

Our factory has been specializing in the manufacture and export of headphones and related accessories for more than 10 years.We have a wide range of designs with series quality grade. Our price is very competitive because we are manufacturer.

You are welcome to visit our website <https://www.jpl.com> which includes our company profiles, history and some latest designs.

We have six designers and develop new designs nearly every two weeks.If you are interested in our products, it will be my pleasure to offer news to you regularly.

Yours Sincerely,

Liuhong

问题：

这封开发函在写法上有哪些是我们可以借鉴的？又存在着什么样的问题？

案例分析

总的来说，这封开发函有别于千篇一律的固定范文，虽有瑕疵，但瑕不掩瑜，其写法是值得我们学习的。

首先，它在正文部分简洁鲜明地展示了自己的特点：自有工厂、款式众多且上新快、价格有竞争力。客户可以绕过中间商直接和大厂合作。同时强调有多种品质，这样无论对方的市场定位是高、中、低哪个档次，都有洽谈的空间。

此外，它并没有对公司情况、产品情况展开讨论，而是抛出官网作为诱饵，引导客户自己去访问，同时在结尾以不断提供新款设计信息为由吸引客户回复，为这封开

发函的成功奠定了基础。

当然，这封开发函也存在着一些不足，例如，在开头段落并没有明确指出信息来源，也没有明确表示合作意向，这样的写作不太符合外国人较为直接的思维习惯；此外，落款只有写信人的名字，并没有随附任何的身份信息及联系方式，很有可能会造成客户日后联系的不便。

案例总结

通过本案例分析，同学们要注意在撰写开发函时尽量避免在网上直接复制一些千篇一律的范文，应根据客户的不同情况作出相应调整，最好能在如称呼等文中的适当地方点出客户的公司名字，以暗示客户这封开发函并不是邮件群发，而是专为客户写作，从而提升客户的好感度；另外，也需要掌握一定的写作技巧，尽量在文中设置诱饵或悬念，引导客户回复或主动搜索。总之，能吸引客户回复的开发函，才是成功的开发函。

任务检测

课程名称	国际贸易实务	专业		 码上刷题
学习内容	项目一 开发客户	班级		
学习任务	任务二 开发国际市场客户	姓名		

1. 简述开发海外客户的主要方法。

2. 简述开发函的主要内容。

任务实训

一、情景模拟训练

四川商苑进出口公司的外贸业务员张华通过国际市场调研后，确定以挪威为目标市场。请你以张华的口吻，向挪威贸易公司 Opera Vogue ASA 的负责人 Wihelm Hansen

先生写一封开发函。

二、小组练习

以小组为单位，查找并了解 3 ~ 5 个外贸交易网站或平台，并借助 PPT 进行介绍展示。