

<<企业国际贸易电子化实务>>

图书基本信息

书名：<<企业国际贸易电子化实务>>

13位ISBN编号：9787030136046

10位ISBN编号：7030136047

出版时间：2004-1

出版时间：科学出版社

作者：尤宏兵

页数：257

字数：325000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<企业国际贸易电子化实务>>

### 前言

2000年以来,企业信息化进入第一次热潮,这次热潮是以企业上网工程为主要特征,成千上万个企业建立了自己的网站或网页,上网成为了企业的时尚,这是一个历史性的进步。

2003年企业信息化已进入第二次热潮,这次热潮是以企业信息化应用为主要特征,大量企业把信息技术应用到企业商务活动中去,实现商务电子化,这是企业信息化发展的必然趋势。

商务电子与电子商务是既有联系又相区别的两个层面,电子商务是技术层面,主要是企业营销的信息技术,如B.B, B-C等,商务电子是应用层面,主要是企业商务活动的电子化;电子商务的主体是IT企业,商务电子的主体是应用企业;电子商务是实现手段,商务电子是应用目的。

为此要把电子商务和商务电子很好地结合起来,通过电子商务实现企业商务的电子化。

企业信息化的目的是使企业价值链增值,商务电子的本质就是将企业商务活动分解成若干价值链,然后将每项商务活动实现电子化,通过商务电子化提高其价值,促使价值增值,只有这样企业信息才有真正的作用。

企业商务电子化的关键在于需求,必须认真研究企业的实际需求,根据需求逐一推进商务活动的电子化,从局部商务电子化到全部商务电子化,最后完成企业价值链的全程电子化,从而实现企业价值的增值,这是企业信息化的生命力所在。

商务电子化是一个新的探索,是企业信息化应用的深化。

编写《企业商务电子化应用丛书》是有益的尝试,希望通过商务电子化的推行,把企业信息化提高到一个新的阶段。

## <<企业国际贸易电子化实务>>

### 内容概要

本书以企业商务电子化为背景，以货物进出口为主体，以企业为中心，以国际货物买卖合同为主线，按进出口业务程序循序渐进地、系统地介绍了进出口业务的全过程及国际贸易电子化的基本操作程序。

本书通俗易懂，材料丰富，具有很强的实用性及可操作性。

本书对企业中层及以上管理人员，以及政府有关部门、行业主管部门的管理人员运用电子商务手段从事国际贸易提供有效指导，也可作为高等院校经济类专业的教学用书。

## <<企业国际贸易电子化实务>>

### 书籍目录

第1章 电子商务时代的国际贸易 1.1 电子商务的产生与发展 1.1.1 基于EDI的电子商务 1.1.2 基于国际互联网的电子商务 1.2 电子商务对国际贸易的影响 1.2.1 国际市场真正实际了统一 1.2.2 国际贸易经营主体和经营方式被改造 1.2.3 国际贸易的成本结构被改变 1.2.4 国际贸易交易手段得到更新 1.2.5 全球贸易条件被重组 1.2.6 不同类型国家在国际贸易中获益的差距被拉大 1.2.7 国际贸易政策取向需要重新设计 1.3 国际贸易电子化经营的基本要求 1.3.1 国际贸易电子化经营对从事国际贸易的企业的要求 1.3.2 国际贸易电子化经营对国际贸易从业人员的要求第2章 交易前准备 2.1 出口交易前的准备 2.2 进口交易前的准备 案例 Google搜索引擎检索国际商务信息实例第3章 交易磋商与合同签订 3.1 交易磋商的形式和内容 3.2 交易磋商的一般程序 3.3 合同的订立 3.4 书面合同的签订第4章 合同标的 4.1 品名 4.2 品质 4.3 数量 4.4 包装 案例一 案例二 案例三第5章 价格第6章 国际货物运输第7章 保险条款第8章 国际货款支付第9章 一般交易条件第10章 合同履行第11章 进出口贸易单证制作与审核第12章 EDI与电子报关第13章 国际贸易电子商务系统设计与构造第14章 电子商务与国际间非货物贸易主要参考文献

## <<企业国际贸易电子化实务>>

### 章节摘录

插图：国际贸易领域广泛应用电子商务的结果是大批向国际市场提供产品或服务的“虚拟”企业相继产生，且这些虚拟企业或组织在功能和效果上还远远超出了原有的单个企业，因为他们可以迅速向全球范围扩展，但在资本关系上却不具有强制各个公司或企业发生联系的权力。

电子商务技术还简化了国际贸易的流程，为占全部企业90%以上的中小企业进入国际市场提供了极为便利的通道，扩大了国际贸易的经营主体。

此外，电子商务还对国际贸易中介组织或机构构成了威胁。

在传统的贸易方式下，作为国家间商品和 / 或服务买卖媒介的专业外贸公司在国际市场上占有十分重要的地位。

目前，电子商务这一新型中介突破了传统贸易以单向物流为主的运作格局，实现了以物流为依据，信息流为核心，商流为主体的全新战略，在计算机网络上为进出口提供包括进出口代理报关、商检、仓储运输等整套服务作为整套服务体系的载体，不断向网络成员提供商贸信息咨询、市场分析、进口产品的保税展示和仓储、网上推销与广告宣传等服务，在世界各地建立代理销售网络，为制造商与贸易商创造商机，寻找买主，撮合并成交，并提供成交后的进出口服务。

这种经营战略，把代理、展销等多种传统贸易方式融为一体，把全部进出口货物所需要的主要流程引入计算机网络中，为世界各地的制造商和贸易商提供全方位、多层次、多角度、互动式的商贸服务，解除了传统贸易活动中的时空限制，逐渐淘汰那些以信息不完全赚取差价的进出口业务中介。

<<企业国际贸易电子化实务>>

编辑推荐

《企业国际贸易电子化实务》由科学出版社出版。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>