# 外贸货源选择

来源：网络 作者：星月相依 更新时间：2024-08-30

*第一篇：外贸货源选择目前，外贸B2C方面的产品还远远未被发掘，有很多产品将涌现出来，这些产品将是那种与传统产业结合。对于eBay商家而言，了解外贸做什么产品，提前做个市场调查更有利于外贸业务开展。随着网络技术的盛行，越来越多人选择在网上进...*

**第一篇：外贸货源选择**

目前，外贸B2C方面的产品还远远未被发掘，有很多产品将涌现出来，这些产品将是那种与传统产业结合。对于eBay商家而言，了解外贸做什么产品，提前做个市场调查更有利于外贸业务开展。

随着网络技术的盛行，越来越多人选择在网上进行外贸交易。特别是eBay作为全球最大在线外贸业务，很多用户选择在eBay平台上进行贸易往来。因此，对于eBay商家而言，需要了解外贸做什么产品好。一般而言，根据外贸业务员的需求，来选择在外贸交易中做什么产品好。由于外贸竞争较大，因此贸易平台员需要有独特的见解来选择做什么产品。

做外贸选择什么产品好

外贸B2C是把外贸与电子商务结合的一种销售方式，因此想要做外贸B2C的产品必须适合网上销售，同时还要能够承担从中国到国外的运费和满足客户对运输时间的要求。下面列出了做外贸B2C产品在选择时的考虑因素：

1)产品的价格不能太低，可以考察一下同类产品在国外的零售价是多少，最好商品的零售价格在50到500美金左右。这有两方面的考虑，一是商品的价格太低，难以有利润空间承担较高的国际运费，二是商品的价格过高，消费者会有顾虑，不会轻易做出购买决定。

2)一般为商品的成品，主要针对个人消费者，从累计客户资源上考虑，快速消费品要优于耐用消费品，一般商品的更换或重复使用周期在一年以内。

3)从体积与重量方面来考虑，一般体积不要太大，重量不要太重，这样便于单个的快递运输。而且运费比较低。

4)成本与国外零售价之间的差价较高，一般来说毛利润超过30%，这样的利润空间才能够承担各个方面的成本，主要是推广成本和物流成本。

判断哪种产品适合外贸交易

判断产品是否适合采用外贸B2C进行销售，可以通过简单的市场调查来初步判断一下，首先可以到eBay上搜索，看看有没有人卖，价格和销量如何。其次可以衡量一下自己操作时能够获得的利润空间，这些利润有哪些组成，如获取中间商利润、国外人力成本与国内人力成本的差价等。

当前，外贸B2C方面的产品还远远未被发掘，有很多产品将涌现出来，这些产品将是那种与传统产业结合，有创意，有附加价值的或个性化的定制产品，同时这些产品将会给你的企业带来高的利润。

最后就是发布你的产品，以前一个企业朋友花钱请了四个人三个月也就发布了四百个产品，这样的行举是坚决不可行的，花了时间，花了金钱，还耽误了上架时间，现在市面上有一种复制软件全球产品复制系统，至今还只有一家公司在做，效果还不错可以一键搬家，感兴趣的可以根据的我建议去百度搜索。

希望我的帖子能帮助到大家!

**第二篇：外贸网店货源优劣分析**

外贸网店货源优劣分析

开个外贸网店，是目前创业者的最热门选择。外贸网店以投资少回报快、价格优势、营业不受时间限制、交易不受距离限制等一大推优点而被大众所喜爱。但网上开店首先要寻找外贸货源！有了好的货源，接下来的事情都是水到渠成。下面外贸货源渠道做个简单的分析：

一、去普通批发市场找外贸货源

在各地象这样的市场不少，比如广州流花服装批发市场、义乌小商品城、深圳华强北等。这是寻找外贸货源的最简单的方法，但是很多卖家都会忽略这个简单的方法，而把目光转向商品的原产地。其实在你开设网店最初的阶段，如果商品的销售量达不到一定量的话，在本地市场进货，已经完全可以满足你的需求了。

优点：更新快，品种多

缺点：容易断货，品质不易控制

二、收藏一些货源网站、货源信息等

现在好多货源网站里都提供大量的货源信息，他们专门为网店店主们提供外贸货源信息，如借卖网就是这样的一个网站，它目前拥有全球上万在线库存产品，为制造商和外贸网店店主搭起桥梁，建立起直接联系，有免费货源供试卖，如果销量好，再考虑增大批量使用。而这样的网站往往是商品卖出去后才下单进货，这样既不会占资金又不会造成商品的积压。总之，不管是通过何种渠道寻找货源，低廉的价格是关键。找到了物美价廉的货源，你的网上商店就有了成功的基矗。

三、各种展会、交易会找外贸货源

全国每年每个行业都会召开各种展会，如服装展、农博会，这些展会所聚集的大部分都是厂商。因此，当生意已经有所起色，而苦于货源不够好的时候，参加相关产品的展会，接触真正一手外贸货源，大胆的和厂商真正建立合作，对长期发展壮大很有好处的。

各种行业的展会，都会在相应的电子商务报公告召开日期，参加这种展会有个小窍门，要以专业人士身份参加，带好名片和身份证，让厂商感觉你是专业人士，谈生意也比较容易。优点：成本低，竞争力强，商品质量稳定，售后服务有保障。

缺点：一般不能代销，需要有一定的经营和选货经验，资金投入大，风险较大

五、关注外贸产品或OEM产品，价格通常为正常价格的2-4折，这是一个非常不错的进货渠道。

六、买入库存积压或清仓处理产品

因为急于处理，这类商品的价格通常是极低的，如果你有足够的侃价能力，可以用一个极低的价格吃下，然而转到网上销售，利用网上销售的优势，利用地域或时空差价获得足够的利润。这个方法的优点是成本低，缺点是具有很多的不确定因素，比如进货的时间、地点、规格、数量、质量等都不能受自己控制。

七、寻找特别的外贸货源渠道

比如，你在美国或曰本有亲戚或朋友，可以由他们帮忙，进到一些国内市场上看不到的商品，或者一些价格较低商品。其实货源就在你身边，只要做个有心人，你就会很快找到适合自己的好的外贸货源……

以上讨论的这些都是比较常用的进货方式，没有最好的，只有更好的。个人认为在网上找外贸货源比较靠谱，尤其是那种可以省去外贸网店店主拍照、写描述、质检、物流发货等后续工作的网站，仅此分享，祝各位赚足美金！

文章来源：借卖网

**第三篇：外贸SOHO如何选择产品**

[转贴] 外贸SOHO如何选择产品

产品的目标消费人群、利益点、产品特性、产品所处的行业特征以及产品的价格可比性等是否处于有极度竞争力的状态，如果极度缺乏竞争力！确实硬性的不足。如将这类产品强行推向市场，失败的概率非常高，即使通过各种营销策划手段获得了一定的成功，也是“杀敌一千，自损八百”。付出的代价十分高昂，且胜利果实无法持久。所以，一个企业也好，一个创业者也好，或者一个经销商也好，成功的选择产品成了首当其冲的重要因素。那么什么样的产品才是适合我们操作的好产品呢？通过王教授多年的市场实践与研究，我们总结出了选择产品的五项基本原则，与大家一起探讨。声明：内容出自清华大学营销策划王教授。

原则一：选择最舍得花钱的目标消费群

与普通工薪阶层的退休人员相比，我的父母应该不属于经济困难的老年人，一方面他们有较高的退休工资，一方面我自认为还算得上是个孝子，每年给二老的钱足以让他们过一个较宽松的生活，但你要让他们多买一些东西，比登天还难，有时我们买一些东西送过去，还会招来责怪，认为我们乱花冤枉钱，这并不是他们天生小气，而是一辈子勤俭节约的生活习惯使他们成为最不舍得为自已花钱的一个群体，除非是非常需要，很难轻易撬动他们的钱袋，报纸上经常有理论学家痛心疾首的呼吁企业关心银发族市场，并引经据典的阐述这块市场的巨大空间，但如果你选择的产品的目标消费群是这样一个群体，兄弟，你的悲惨日子来了，并不是说老年市场不能做，而是启动这个市场成功率太低，即使启动成功了，付出的代价也会很高，我们做企业又不是慈善机构，是以赢利为目的，并且是以最小的付出获取最大的回报为原则的，有其它的市场总量大、启动快、付出的代价小的产品可供选择，我们为什么不选呢？

再谈一谈我们的父辈吧，譬如我的父母虽然对自已舍不得花钱，但对他们的孙子却是有求必应，极尽花钱之能事，给孩子的东西一包接一包，玩具汽车足以成立一个车队，一旦有个新鲜产品或电视广告上鼓动一下，孩子一发令，马上乖乖奉上，所以，在选择产品时，首先要分析这个产品卖给谁，用我们产品的消费者是否是舍得花钱的消费群体，或是别人舍得为之花钱的消费群体。譬如同样是女性消费群，卖给十八九岁女孩的产品和卖给家庭主妇的产品的推广难度又是不一样的，十八九岁的女孩刚刚开始参加工作，上学时手头一般都不自由，好容易有了自已地薪水，压抑已久的购买欲望就会象放了闸的水一样汹涌而出，花钱一般都无计划性，冲动型购买，也就导致了针对这一群体的产品推广的难度小，付出的代价小。而家庭主妇上有老下有小，花钱就会仔细小心，精打细算，理性购买居多，针对家庭主妇的产品被接受的难度就较大，产品推广付出的代价也相对较大。

选择产品的第一步就是我们要清楚该产品卖给谁，产品的目标消费群是否是最舍得也是最容易花钱的一个群体，如果是，产品的选择就走对了第一步，但不代表就可以因此而确定产品，还要考虑选择产品的第二项基本原则：分析产品利益点在消费者心目中的迫切性。

原则二：分析产品利益点在消费者心目中的迫切性

犹太人曾说过“妇女和儿童的钱最好赚”也就是我们前面所说的选择最舍得花钱的目标消费群体，但产品的选择远非一句“妇女和儿童的钱最好赚”那么简单，很难花钱的老年群体不代表就没有使之容易花钱的产品，容易花钱的群体也不是样样都想买。消费者购买产品，从严格意义上来讲，并不是购买产品本身，而是购买产品所能给消费者带来的好处，也就是我们常说的产品的利益点，产品的利益点包罗万象，但利益点本身除了没有需求的产品和非用不可型的被动消费型产品之外，其利益点的需求程度一般有三种，即迫切需要型、一般需要型、可有可无型。

迫切需要型是指消费者对产品所提供的利益点需求十分迫切，这种需求程度非常的强烈，而这种迫切需求型与一般需求型的时很难清晰的界定。我们今年在操作美毓睫毛速生膏的市场推广时就有过这样的感受，女人都认为睫毛长比睫毛短美丽，并且都非常迫切地想让自已的睫毛长一点，从表面上来看，这种产品属于迫切需求型，但通过实际操作发现，虽然女人都认为睫毛长比睫毛短美丽，但也不认为睫毛短是一个缺陷，所以这种产品反而属于一般需求型产品，在定价时就不能按照迫切需求型的产品进行定价，但如果消费者认为某一问题是个缺陷，如脸上有疤痕，如果我们能为消费者提供解决问题的产品，那这就属于迫切需求的一种产品。一般需求型产品如相对于女性的化妆品，相对于男性的一些补肾类保健品等。可有可无型就是产品所提供的利益点对于消费者而言无所谓，有也行没有也行，很多在市场上滞销的产品都属于可有可无型。如目前市场上的一些功能性饮料、提高精力、提高免疫力的保健品，都属于可有可无型的产品，记得有一个男士营养液的广告诉求：困了，可别睡觉，喝某某营养液。我当时真为其揪心。困了不睡觉不休息而去吃保健品？凶多吉少，这种利益点对消费者而言实在是可有可无，果然该产品虽然先期在央视做了大量的广告投入，但现在却真的是“困了”。

迫切需求型的产品是首选产品，只要方向正确，在进行市场推广时往往象干柴烈火一样一点就着，很容易启动市场，且付出的代价较少。

一般需求型的产品也可选择，但要充分考虑选择产品的其它几项原则综合决策。

可有可无型的产品千万要慎重，最好不要沾上，否则，往往容易陷入泥潭不能自拔。即使市场启动成功，也往往会损失惨重，代价巨大。

原则三：分析产品的心理属性与利益属性

产品的心理属性有三种，即感性商品、理性商品以及介于感性与理性之间的商品。所谓感性商品，即消费者在购买该产品时的消费心态是不需要深思熟虑即可达成购买的产品，如小食品、饮料以及一些价值较低的产品，所谓理性产品，即消费者在购买该产品时的消费心态是很谨慎、需要经过深思熟虑才会作出购买决策的产品，如药品以及一些价值较高的产品如电器、汽车等。介于感性与理性之间的产品如一些特殊的功能性化妆品和保健品等，选择感性产品还是理性产品，关键要看企业自身实力以及该产品所处的行业阶段，再结合上述几项原则综合考虑。

产品的利益属性就是判断该产品属于长线产品还是短线产品，如果你是一个实力较小的企业，最好能选择一些短线的感性产品以获得原始资本的快速积累，如果你是一个相对实力较强的企业，可考虑一些长线的理性产品从容发展。

原则四：分析产品所处的行业阶段

一般而言，一个行业的市场发展会经历以下几个时期，混沌期、启蒙期、跟风期、混战期、平定期。

所谓混沌期，即本行业的市场推广与竞争都处于粗放型的状态，大家的竞争意识普遍不强，无论是产品、包装、通路、价格、广告、品牌都处于“西线无战事”的混沌状态。

所谓启蒙期，即有先知先觉的品牌意识到竞争对手普遍较粗放的巨大机会，开始着手从各个方面整合产品与品牌资源，由于竞争对手普遍较弱，启蒙者系统化的市场推广迅速产生了巨大的效果，并迅速地与竞争对手拉开了差距，获得了巨额的市场利益。

在启蒙者先期巨额市场利益的刺激下，大批竞争对手纷纷觉醒，开始强化竞争力，有计划有步骤地系统推广，这就进入了这个行业的跟风期。

由于跟风者越来越多，竞争越来越激烈，整个市场竞争进入了不计成本的厮杀阶段并逐渐失去理智，由此进入了行业发展的混战期。

经历了一番失去理智的混战，大批没有实力或运作不当的企业被淘汰出局，剩下几个行业领导者瓜分市场，此行业由于进入了介入门槛较高的平定期。

我们注意看家电、饮料等发展较早的行业，无不是经历了这几个阶段，很多品牌的成功并不是其做得有多出色，而是历史时机掌握得较好，在竞争较弱的时候迅速壮大了自身，否则，等市场发展成熟，已经没有机会了。作为一个新企业，在进行产品选择时一定要密切注意该产品所处的行业属于哪一个发展阶段，如处于混沌期与启蒙期，不着急，看准了再上，进入跟风期，要快速介入，一旦所选择的产品处于混战期或平定期，就要小心斟酌，如果不掂量掂量贸然介入，血本无归的可能性非常大。

原则五：分析产品的价格可比性

产品的价格可比性是一个很有意思的现象，有的产品在消费者心目中价格定位非常明确，即消费者认为这种产品就是这个价，你想多加一点根本都无法被消费者所接受，如纯净水、碳酸饮料，而有的产品在消费者心目中没有固定的价格定位，多一点少一点不会过多的影响消费者的购买决策，如休闲食品，换一种包装，换一种概念、换一种形式或换一种说法都可以轻易改变价格且不会令消费者反感，选择一个无价格可比性的产品要远比选择一个价格可比性非常明确的产品容易推广成功。

曾经有一个客户向我咨询产品选项的问题，他们公司所在地有很好的水源，公司几个股东商议做矿泉水，我当时就问他，你的产品出来之后价格与娃哈哈或乐百氏等品牌相比是高还是低？如果比娃哈哈等高，凭什么？没有支撑，消费者更不会去购买，因为在消费者心目中，水的产品形态固定、原料固定、口味固定，也就导致了价格可比性特别强，就是这个价，高一分都是不合理的，某知名水品牌一开始也走高价位，在很绝妙的广告创意、独特的产品形态、产品概念与大量的广告投放的支持下，也只支撑了很少的一段时间，最后不得不全线降价，这说明了水的价格可比性非常强，无法支撑高价位。如果我们的产品比娃哈哈等低，显然又没有市场推广的利润空间，所以，我劝说他们做休闲食品，虽然休闲食品也有强势品牌，如旺旺、上好佳等，但因为产品形态不固定、产品原料不固定、产品口味不固定等一系列不固定因素导致了价格也没有可比性，你是苹果片我就是胡萝卜片，你是条状我就是块状，你是咖喱味我就是番茄味，可以有效规避与强势品牌的正面竞争，有足够的、能得到消费者与通路成员认可的利润空间，从容的打开市场。选择没有价格可比性的产品介入，首先就成功了一半，这个客户后来的发展，也证明了我们的判断是正确的。

产品选项是企业发展的重中之重，产品选择不当，劳民伤财、代价惨重，产品选择恰当，轻松赚钱、快速发展，企业在选择产品时，要摒除那种八股文式的理论性可行性报告，遵循选择最舍得花钱的目标消费群 分析产品利益点在消费者心目中的迫切性 分析产品的心理属性与利益属性 分析产品所处的行业阶段 分析产品的价格可比性。这选择产品的五项基本原则，缜密研究，就一定能正确判断，“抱得美人归”。

如何选择产品,选择什么样的产品来做,一直是SOHO成败的关键,也是一直困绕SOHO们的主要问题.那么SOHO在选择产品的时候应该注意一些什么问题呢?

1.对于没有任何资源的SOHO,我指的是没有可靠工厂,没有现成客户,没有资金支持的三无SOHO,在经济危机的情况下,安全当然是第一位的,SOHO的初级阶段,绝对不允许赔钱,陪了钱可能就一蹶不振了.这就决定了SOHO只能接小定单,毕竟风险小,利润可能还挺高.当然也许有的SOHO接到了大定单,但是那样的几率小之又小,甚至可以忽略不计,通常的结果都是竹篮打水一场空.SOHO的市场定位非常关键,我认为三无SOHO还是尽量远离大定单.主要以开发中小客户为主.原因如下

A:小客户通常是不会来看厂的,工厂不可靠的情况下让客户来看厂,结果就是自杀.赔了夫人又折兵.危险来自三方面,也许是工厂出卖了你,也许是客户出卖你,当然也可能是你自己出卖了自己.尽量避免客户来看厂也是小SOHO的生存之道.至少可以减少成本支出.一旦客户过来少说也得支出3000,5000.我前年广交会客户过来支出20000.幸好他马上下了个8万美金的单子.B:小客户的单子通常比较小,货值也低,这样从客观上减少了你的风险,至少你赔的起,从来就没有没有任何风险的生意.C:最关键的一点,小客户是你最佳的市场定位,做任何生意竞争对手就是最大的敌人,SOHO没有任何资本和工厂及贸易公司竞争,那就只能在夹缝中求生存,小客户是工厂和贸易公司不愿意接的,因为他们做小单子没有利润可图,不合算,因为他们操作成本高,客户就别无选择,只能找你SOHO来做他的单子了,SOHO的灵活和成本低廉,决定了SOHO完全可以做这些小单子,一般你可以找一些客户永远找不到,也永远无法沟通的家庭作坊来做这些小单,你甚至可以到批发市场拿货,一旦把小客户培养成大客户你就等着数钱吧,呵呵.对于产品,还是操作方式越简单越好,运输方便,体积小,最好能用快递出口,用私人帐户就可收款.货值不要太大.2.对于有资源的SOHO.这里重点说一下有客户资源的SOHO,如果有可靠的客户可以拉出来做,对SOHO起步阶段是最好的选择.至少能提供生活上的保障.没有生存,哪来的发展?也许这里面有个道德问题,但是客观的说70%的老板都是这样挖自己老板的墙角产生的.存在就是合理的,有的时候你别无选择,每一个成功者在他发展的过程中特别是初级阶段,总要做一两件自己不愿意做的违背良心的事情.但是也不要做的太过分,拉一个小客人就够了.呵呵.其实拉客户出来也并不是很容易的事,客户一般是不愿意换供货商的,我有一个朋友辞职了,然后把她所有的客户都发了邮件,可惜人家都转发给她老板了.实在是失败.3.是先找工厂,还是先找客户呢?这个问题,我想仁者见仁,智者见智.正常的渠道应该是先熟悉产品找工厂再找客户,但是有时候先找客户再找工厂往往能起到更好的效果.其实如果不限制产品,客户是随处可见的,但是正因为随处可见,你才无所适从,比较茫然.就我个人经验来看,先工厂后客户效果会更好,客户喜欢的是专业的供货商,你只有专业才能得到客户的信任.要知道你的竞争对手千千万万.4.工厂的远近问题,好的工厂很远,近的工厂却很差,如何选择呢?在我看来这个问题根本就不是问题.现在的通讯和交通已经超越了距离.主要问题是,同样一个产品在山东需要10元,而在广东的工厂可能只需要5元,这就是地区和行业优势.面对激烈的竞争,你别无选择,要想做成生意,你必须选择价格最低的,价格高的产品客户也不会从中国买.即使你强调你的产品质量多过硬也无济于事.当然最好的结果就是你做的产品在你的地区有价格优势.在经济危机的情况下,你对新客户最大的吸引力就是价格.当然质量也是必须要控制好的.5.以什么身份跟客户联系?我想大部分SOHO会说自己是工厂,因为现在的老外越来越狡猾了,这也是无奈之举.有些客人会很重视这个问题的.总以为工厂的价格就低.当然对老客户不存在这个问题.但是这样就是欺骗客户,一旦客户过来就很棘手.我目前的方式是,弱化身份,不说自己是工厂或者贸易公司,或者SOHO,客户以为我是什么就是什么.也就是尽量叉开这个话题.6.操作方式:目前应该有以下几种

A:挂靠工厂,也就是从工厂拿佣金但在别的工厂上班或者在家上班,这个应该比较适合半SOHO,前提是跟工厂关系比较好,确保可以拿到佣金.好处是不存在身份问题,你就是工厂,另外你的操作成本是零,费用都是工厂出的,包括清关等费用.也不必担心如何出口.目前我有几个工厂是保持这种关系的.这其实是最舒服的SOHO,没有任何担忧,风险都是工厂的,呵呵.B:通过私人帐户收款,这样通常都是快递和买单出口的小单子(我没试过,不过最近也准备用这种方式操作一些单子).C:注册离岸公司,比较省事,可以直接接收客户付款转帐美金给工厂把利润截流,当然也可转到私人帐户提现.目前注册和维护费用也不高,三无SOHO可以考虑,几个SOHO合伙也可以最大限度的降低成本.毕竟是合法的公司,至少有个公司.操作起来也方便.问题就是不能退税.D:挂靠外贸公司也就是找专业的代理公司,我目前有不少定单这样操作.主要问题是代理公司的信誉和安全问题,毕竟钱在别人帐户上,你说了是不算的.客观的说总是不如自己的公司安全.这个道理应该地球人都知道.当然你有非常可靠的代理,还是建议用代理公司操作.1.接下来的问题是，面对无限广阔的全球市场，选择什么样的经销产品去闯天下呢？国际买家喜欢什么样的产品呢？

2．外贸第二步：选择受欢迎的经销产品

在经销产品的选择上，我们首先要避免常见的三个误区：

1）品质越高越好吗？

绝对不是。记住你的买家同样也是商人，并不是最终消费者。商人关心的永远是利润。假如一个低品质的产品比它同类的高品质产品利润空间大的话，国际批发商会更乐意选择前者并努力去推销它。毕竟质优价高是基本常例，高品质产品，利润高、资金占用量大可市场相对较窄、订量小。大部分的国际商人会根据他当地市场的接收程度在品质和价格间寻求短暂的平衡点。市场的构成则通常是金字塔或橄榄形的，在实际的外贸中，中等或中下等品质反倒是主流。是初入行者，资金不多，行情不熟，中间及大路货反倒是比较易于上手的选择。等发展到站稳根基寻求突破的阶段，从竞争与抢占市场的角度再考虑高端产品不迟。

2）价格越低越有竞争力吗？

同样不是。一分钱一分货是商界永恒的道理，有经验的国际买家不会忘记这一点。在与外国人谈生意的时候，常常会听到这样的讨价还价：“某某工厂的价格比你的低许多”----对这样的表述不要太当真，更不要因此乱了阵脚而放血贱卖你的产品。假如价格越低就越有竞争力的话，客户这时就该扭头就走去与低价者签约才是。除去技术革新的因素，同一时期同一产品的生产成本相差不会太大，不顾一切去压缩成本的话，最容易的办法就是偷工减料了。作为国际买家，很难知道生产商的成本底线，为防范风险，最常见的就是“去掉一个最高分，去掉一个最低分”，处于中间价位的竞争者往往更受买家重视。

3）这个产品属于朝阳产业吗？

很多新入行的外贸业务员会关心这个问题。而实际上，对新手而言，这个问题没有多少意义。首先，随着科技的进步，产业间的相互融合与转化更为频繁易行，一个传统的产品，可能因为结构功效上的某些改进而脱胎换骨；一个新的产品，也会迅速为后来者取代。市场与消费口味永远在变化之中，朝阳还是没落只在一线间，界限越来越模糊了。此外，不管哪种产业，能叱咤风云的永远是少数行业大腕。即便是朝阳产业，因为前景好利润高，竞争尤为激烈，外人难以插手分羹，更多是陪人玩游戏而已。而一些所谓的传统产业，因为技术成熟，市场平稳，又需要革新进取，反倒比较易于吸纳生力军。新人入行，相对也有更多的机会去磨砺学习。

排除掉对高品质、超低价、新潮朝阳产业等的迷信，心态就平和了，对产品的选择面也可以更广了。那么，如何选择产品呢？

本身就是生产厂家的，自己已有的行业产品当然是首选。因为你了解工艺生产，有条件自己去调整产品控制成本，这是一个很大的竞争优势。不过，把现有的产品直接出口多半不行，因为内销和出口在品质、外观、功用等方面常常会有差异，国内畅销的商品，不一定符合国外消费者的习惯与喜好。因此，刚开始的时候不妨模仿。向同行业中有出口业务工厂学习，刺探军情，分析他们的产品，以了解其中差异。特别留意那些出口量大，客户多次订购的产品。一旦有机会，甚至不妨争取与同行工厂合作，不挣钱也替他们分包一些生产任务，以求实际操作经验。跟在别人后面模仿，通常不会有什么利润，但却是稳妥的第一步。

如果你是受雇于一家外贸公司的新手业务员，那么一般是受命推销本公司的产品。这些产品要么是公司下属或兄弟工厂生产，要么是公司稳定的合作厂家生产。这种情况下就没什么选择余地了，初始阶段也没有特意去改变的必要，因为公司既然有成熟的业务，就说明产品有市场，努力学习产品知识，积极推销就是。

还有一种情况就是普通的贸易公司希望发展国外市场。这类情况比较复杂，有些已经有比较看好的产品和供应厂家，有些则完全是一张白纸：无产品、无客户、无稳定供应商。这种情况下，就要认真考虑，寻找自身优势，比如行业知识，所在地区的特产或优势产品，人际关系等。一般的原则是以货源为考虑重心---毕竟你的角色是卖方。

有一种特例，就是个人从事外贸的。常见的情况，一是有比较可靠的货源关系而希望做出口，这一类自然不存在产品选择的问题；二是有海外关系或联系上的优势的，如移民、留学生等。这一类人的特点是既不了解产品，也不了解外贸，更无现成的供货方、客户关系。那么选择面就很广了，情况更加复杂。考虑到个人做生意的特点和局限，一般的选择原则是倾向于日常消费品，体积小，耐储藏，价格弹性大，品质标准比较模糊，不涉及进出口商品检验检疫的类，比如工艺品、以年轻消费者为目标的流行饰品、时装箱包等，避免食品、农副产品、大宗纺织品、电器这类较专业，各国限制较多的类别.【经验漫谈】

外贸产品的品质不是一成不变的。即使同一类产品，销往不同国家，品质大不相同。外贸业务员要学会通过调整品质来调整成本，适应不同国家市场，从而取得价格上的竞争优势。

不同的市场，对同类产品有各自的偏好。外贸业务员选择经销产品的时候应有的放矢。因此，了解一点世界地理知识、风俗习惯和历史沿革，就能投其所好，少走弯路。

从消费习惯来看，可大致分为美加（美国与加拿大）市场、欧洲市场、日韩市场、东欧市场、中东市场、非洲市场这几类。具体到每个客户固然各有所好风格不同，但一般说来日韩市场特别是日本市场，偏爱精致优质的产品，高、精、尖、小巧美观，喜好中国传统文化，一些具有民族特色产品常能得到理解与欢迎，也能接受高价格，但数量不会太大；美加与西、北、南欧等英语国家市场一般对品质要求适中，喜欢简洁流畅、新奇多变的产品风格，价格适中，量比较大，是中国出口商喜爱的客户。中东市场对品质要求不高，对产品的审美方面较为朴实甚至俗气，价格也低，数量也比较大；非洲市场弹性最大，本土文化与前英语殖民地文化、前法语殖民地文化交织，口味复杂，奢侈品和品质极差的产品都能接受。

正因为外贸产品在品质、功效和外观上的多变性，因此，选择什么样的经销产品，更多的考虑应从业务员对产品变化的把握度出发。选择那些比较熟悉工艺，有能力根据客户和市场要求去做调整，能够有效控制成本的产品。本身是工厂最好，否则至少也要有若干工厂愿诚意配合。单纯被动地去推销现成产品是很难有发展前景的，不断求变才是成功外贸的关键。从这个需求出发，找一家好的配合工厂，比选择一个产品要重要得多。

目前很多民营中小型工厂都希望自己做外贸，因此无论条件成熟与否都纷纷招聘了新人来开辟国外市场。相对来说，工厂的生活条件和工作条件比不上大城市里的外贸公司，但是对新人而言，实在是个好的学习机会。在工厂的时候学习掌握具体的生产工艺和成本核算，就能为独立做外贸打下扎实的基础。有没有下过车间生产线，对于产品品质与价格的掌控能力是完全不同的，这一点在激烈的外贸竞争与谈判中常常凸现出来。

外行要学习作外贸，并不困难，毕竟外贸也就是做生意，只不过多了一些手续罢了，关于外贸的教材也很多，耐心看看，几天工夫就能大致上手操作。而要了解一种产品，则是冰冻三尺非一日寒了，很多专业的知识和技能，非深入一线生产不可得知。

所以说，选择工厂比选择产品要重要的多，也是外贸的成功关键之一，选择什么样的经销产品，应以工厂配合程度而定。

**第四篇：外贸网站如何选择语言（范文）**

外贸网站如何选择语言

随着中国互联网的大发展，建一个外贸网站，开展国际网络营销，利用互联网来开展国际贸易，这种颠覆传统营销模式的新兴业务从2024年来迅猛增长。很多起步较早的公司和个人已经日进斗金了。笔者接触的一个个人斓钠ぐ饷惩荆觳乓荒辏衷谧罡咭惶炀尤荒芙?0多个国外定单，而且很多是回头客，站长不得不聘请5个员工来帮忙。面对如此庞大的市场，很多专家预测，这将是中国经济的一个新的增长点。

当前越来越多的公司和个人想建设外贸网站。建设一个外贸网站该选择何种语言呢？很多人很迷茫。笔者根据自己多年的经验简单总结一下，供大家参考。选择的步骤有二：

一、先确定您的产品和服务想开拓的国际市场。

选择语言前您要先分析一下自己产品或服务的特点，进行准确的定位，确定到底是销往某个国家或某几个国家，某个洲或某几个洲，是销往发展中国家还是发达国家等等。

二、根据您准备开拓的国际市场具体选择语言种类。

具体市场定位好以后，就可以选择了。例如，如果您的产品或服务只想进军俄罗斯，那就选俄语；如果您的产品或服务想进军中东（沙特、伊朗、伊拉克、科威特等），那就主要选阿拉伯语；如果您的产品或服务想进军南美，那就主要选西班牙语和葡萄牙语。

另外选择语言时有两点建议：

1、要有针对性。

当前我国绝大部分公司网站的外文版都是英语，缺乏针对性。但是如果您的产品仅出口日本，那您选英语就不妥了，您何不直截选择建一个日文网站呢，日本懂英语的毕竟是少数啊。同样，您的产品如果出口日本、韩国、俄罗斯等几个国家，那就最好选择建设日本、韩国、俄语版的网站，这样您的网站在这些国家推广起来也比较容易，客户看了也亲切。当然了，英语作为世界通用语言，如果您经济条件允许，多选择一种效果会更好。如果您的外文网站仅仅是用来充面子的，那就罢了，而事实上中国好多公司（包括一些大公司）的外文网站都是如此。

2、如果您把握不好，最好找一家专业公司咨询一下。

下面是各洲主要语种分布，供大家参考。

北美

英语、法语、西班牙语

南美

西班牙语、葡萄牙语

北亚、东亚、南亚

印度尼西亚语、越南语、孟加拉语、韩国语、日语、马来语、柬埔寨语、尼泊尔语、藏语网站、蒙古语、缅甸语、老挝语、泰语、印地语、乌尔都、俄语中亚、西亚

阿塞拜疆语、乌兹别克语、土耳其语、阿拉伯语、吉尔吉斯语、希伯来语、亚美尼亚语、波斯语

非洲

阿拉伯语、法语、英语

欧洲

冰岛语、意大利语、乌克兰语、英语、荷兰语、希腊语、克罗地亚语、瑞典语、西班牙语、斯洛伐克语、斯洛文尼亚语、塞尔维亚语、捷克语、德语、挪威语、匈牙利语、芬兰语、法语、保加利亚语、葡萄牙语、波兰语、丹麦语、拉丁语、罗马尼亚语

如果需要详细的各国语言信息，可以参考妙剑网络营销实战各国语言如下网页：

多语种网站建设不是简单网站翻译

一、网页设计、网站建设已经相当不值钱了，但多语种网站建设成了一些网络公司在网站建设领域的香馍馍；

二、外贸竞争也越来越残酷，B2B推广的效果也越来越差，有些外贸网站借助SEO（搜索引擎优化）的威力已经尝到些甜头；

三、其实，小语种的网站建设，如日文、德文、俄文、阿拉伯文、西班牙文等语种网站建设对很多中小企业的海外营销策略的比重明显加强；

四、同时，多语种外贸网站建设衍生了一批“翻译公司”的诞生，所以“翻译公司\"这个词在搜索引擎领域很热；

五、可惜，网页设计公司与翻译公司的搭配不好。多数外贸网站只是简单地进行语言翻译，缺乏对小语种的文化理解及对不同文化的网页风格理解；

六、多语种网站建设不是简单网站翻译，如果只是翻译，我想Google+Yahoo的翻译工具差不多就够用；

七、网站建设一定要符合该语种的网页排版风格及阅读习惯；

八、多语言网站的专业性仍然是网站建设公司面临的重要课题。

说了八点，好像没什么逻辑，希望对那些急于进行外贸网站营销的中小企业提个醒，专业性一定要把好关。

截至二零零九年六月三十日，我们共有超过3,500 名Gold Supplier 的直销人员，约1, 400 名中国诚信通的电话销

售专员以及约1,100 名客户服务代表。为了进一步扩大我们的市场领先地位及增加客户的满意度，我们致力提升员

工的效率及服务质量，不断强化我们的销售团队。

**第五篇：货源保证书**

质量及货源保证书

北京先拓医疗器材有限公司本着“一流的产品质量加一流的服务

质量”的宗旨，作出如下承诺：

一、本公司的销售人员在销售过程中严格遵守国家的有关法律法

规制度，决不从事违法经营和不正当的竞争手段。

二、本公司各种产品符合国家及行业标准规定，以及其他配套标准。

三、本公司保证产品质量并承担由于产品质量问题而给医院带来的损失。

四、本公司保证及时供货，在院方规定的时间内送到。

北京先拓医疗器材有限公司 2024年2月2日篇二：附表9-产品质量及货源保证书(国内生产企业)附表9 供应商序号 2024-2024年杭州市（区）级医疗卫生机构医用耗材集中采购

（第一阶段）质量及货源保证书（国内生产企业用）

（采购文号：hzhccg-2024-1）

致：杭州市卫生事业发展中心

海虹医药电子交易中心有限公司

作为生产（产品名称）\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（可另设附表）的企业(生产企业名称):，现以我公司生产的上述产品参与2024-2024年杭州市（区）级医疗卫生机构医

用耗材集中采购（第一阶段）。

根据《2024-2024年杭州市（区）级医疗卫生机构医用耗材集中采购（第一

阶段）采购文件(采购文号：hzhccg-2024-1)》的规定，一旦中标并依法签订供

货协议后，我公司保证：上述产品的生产标准达到产品执行标准；在采购期内，保证向该企业及时提供充足的货源。如有违反，依法承担违约责任。

我单位保证出具的质量及货源保证书真实、合法，并愿承担一切法律责任。

本保证书有效期限为：2024年 月 日至本次采购周期结束。

生产企业名称：

经办人(签字)：

经办人联系方式：

日 期： 年 月 日

（加盖生产企业公章）篇三：保证书范文大全范文

保证书范文大全范文

【学生保证书范文】

尊敬的校长：

我在之前的学校不好好认真学习，但是我还是很想好好学习的，学习对我来是最重要的，对今后的生存，就业都是很重要的，我现在才很小，我还有去拼搏的能力。我还想在拼一次，在去努力一次，希望老师给予我一个做好学生的一个机会，我会好好改过的，认认真真的去学习，那样的生活充实，这样在家也很耽误课程，学校的课程本来就很紧，学起来就很费劲，在今后的学习生活中，我一定会好好学习，各课都努力往上赶

我犯了很多不应该犯的错误，对于家长对于我的期望也是一种巨大的打击，家长辛辛苦苦挣钱，让我们可以生活的比别人优越一些，好一些，让我们可以全身心的投入到学习中去。但是，我犯的错误却违背了家长的心愿，也是对家长心血的一种否定，我对此很惭愧。

相信老师看到我这个态度也可以知道我对这次事件有很深刻的悔过态度，相信我的悔过之心，我的行为不是向老师的纪律进行挑战，是自己的一时失足，希望老师可以原谅我的错误，我也会向你保证以前不该做的事不会再有第二次发生。

对于这一切我还将进一步深入总结，深刻反省，恳请老师相信我能够记取教训、改正错误，把今后的事情加倍努力干好。同时也真诚地希望老师能继续关心和支持我，对我的问题酌情处理。

以后我决定制定以下学习方法： 1.合理安排好学习时间。

每天回家先把当天的作业完成，再利用剩下的时间预习、复习。而且，要充分利用零星时间。零星时间积少成多，集合起来，就是宝贵的整段时间。在学校，要安排好自习课时间。不能把完成作业作为自己自习课上的唯一任务。在还没有真正弄懂所学知识时不急于做作业。2.要注重预习和复习。

每次预习不用太多，一节内容即可。通过预习，找到暂时无法理解的问题，待老师讲过后看看是否已经被解决。否则，就向老师请教。除了预习，还要做好复习。每节课后，利用一两分钟的时间快速回忆课堂上老师所讲的主要内容;每天中午，利用半个小时的时间回忆上午所学几门课程的主要内容;到了晚上，把一天所学知识内容都复习一遍。周末把一周所学知识复习一遍。3.注意课堂听讲效率。

在预习的基础上，课上专心听讲，不开小差，沿着老师的思路，认真地听讲、思考、领会，全面正确地理解和把握所学内容。并且做好笔记。尤其是老师反复强调的、相似知识的对比、课文内容与现实相联系的知识点、分散知识的归纳综合等等都好笔记。

无论怎样，不能把自己所指定的目标计划当作一句空话。我要踏踏实实，持之以恒地向着自己的目标前进。

希望校长可以再给我一次改正的机会，给我一次重新做人的机会。

谢谢。【保证书范文大全范文】保证书范文大全范文。检讨人：钟冰伟

【企业保证书范文】

本企业作如下保证：

一、本企业的设立和经营活动符合《汽车品牌销售管理实施办法》中关于汽车品牌经销商的相关要求。

二、本企业经授权合法拥有前表所述的品牌汽车的销售权，以及店铺名称、商标、标识的使用权，且已报工商行政管理部门备案。

三、遵守《汽车品牌销售管理实施办法》的有关规定。

四、将依法与汽车供应商/汽车总经销商签订授权合同/协议，并按合同/协议的规定销售汽车。

五、遵守与进出口、分销相关的海关、外汇、税务、检验检疫、环保、知识产权等中华人民共和国其他法律、法规、规章。

六、遵守与本企业经营相关的其他各项法律、法规、规章。

七、按照相关规定，参加工商年检/外商投资企业联合年检。

八、在本表中所填写的信息是完整的、准确的、真实的;所提交的 所有材料是完整的、准确的、合法的。

法定代表人签字：

公司盖章： x年x月x日

【工作保证书范文】

本人工作岗位： 本人所在部门：

一、本人在履行岗位职责前，向学校和所在部门郑重保证如下：

1、本人能认真学习了国家有关安全的法律、法规，电力集团公司《安全生产工作规定》和《安全生产工作奖惩规定》。

2、本人能认真学习学校制定的《省电力技工学校安全生产工作奖惩细则》、《省电力技工学校习惯性违章处罚考核管理办法》、《省电力技工学校安全生产工作细则》、《省电力技工学校交通运输及交通安全管理制度》等相关安全制度并熟悉学校的安全生产目标。

3、本人能清楚并掌握本岗位职责范围内的办公设备、办公室门窗、办公区域防护设施、消防设施的安全要求，工作人员的安全要求。

4、本人原意遵守学校制定安全制度实施细则，自觉接受学校相关安全制度、实施细则的约束。

5、本人力争做到“我不伤害自己，我不伤害他人，我不被他人伤害，我保护他人不受伤害”和“在我身边无事故，我在岗位无差错”。

二、如违反相关安全制度、实施细则，给学校造成经济损失或信誉损害的，愿按学校管理制度接受处置。

三、以上保证请所在部门和学校监督。

保证人： 保证人所在部门(盖章)工作岗位：(签字)： 部门领导(签字)： x年x月x日 x年x月x日

【质量保证书范文】 xxxxxxxxxxxxx公司向您保证我们的产品均严格按照 iso9000认证管理体系进行生产，现对我公司生产的xxxx产品提供如下质量保证：

1、我公司保证产品在出厂会对产品进行各项指标的严格检验，确保产品合格率达到100%。

2、我公司保证自产品安装调试并验收合格后壹年内，如产品自身出现质量问题，我公 司负责进行免费维修。如果产品超出了我们的保修期限，我们也会在合理的范围内给您提供相应的有偿服务。

3、属于下列情况之一的不给予免费保修，但可以实行合理的有偿服务。\*超过保修期;\*不能提供购买凭证的;\*未按产品使用说明书的要求使用、维修而造成损坏的(特别注意发生进水、摔坏以及人为的损坏);\*客户擅自维修、拆卸产品的或者客户委托非本公司指定的维修人员维修，拆卸产品的;\*使用非正规的劣质通信电缆造成的损坏;\*由于水灾、火灾、雷击、地震等不可抗拒灾害造成产品发生故障或损坏的;\*其它非产品自身原因造成的故障或损坏。

4、产品使用过程中出现问题，我公司技术人员将做到有问必答，属于产品质量问题的，我公司保证24小时内给予明确答复或解决方案，质保期内需要现场处理，保证48小时到达现场。xxxxxxxxx公司

垂询电话： 技术支持：

【承诺保证书范文】

为切实防范和杜绝工程建设中的各种不安全因素，实现“优良工程”、“安全工程”双目标，本承包人特作如下承诺：

一、保证在施工现场进出口醒目处设立施工安全(警示)规则。

二、制定施工安全管理管理机构和安全管理责任制，配备工程建设项目专职安全员，并认真落实各项施工安全管理规定。

三、所有工程建设施工作业人员都要是经过安全教育和技术操作培训，特殊工种的作业人员须有相应的技术资质证书。

四、工程建设中安全管理的重点场所，地点部位等处都要设立醒目的警示标志。

五、建筑施工中需要的各种辅助材料(设备)要有产品格合证书，辅助设备的安装、使用要符合安全管理规定。并严格执行安全操作规程。

六、工程建筑原材料质量都要经过检验合格后产品。

七、本承包人愿意自觉接受发包人、监理、监督单位(人)及社会各界对工程建设中安全生产的监督。【保证书范文大全范文】乙双方友好协商，达成如下协议以资双方共同遵守： 1.甲方与乙方结为夫妻，双方彼此要以尊重、宽容、平等的态度交往。2.甲方应当关心乙方、保护乙方、疼爱乙方，适当送点小礼物或金钱。3.禁止甲方对乙方采取暴力、冷暴力行为。4.双方应履行家庭义务、夫妻义务，除特殊原因外，彼此应积极配合。6.双方若有本协议第三、四、第五条规定情形之一的，无过错一方有权选择是否解除婚姻关系，并且无论作何选择，过错方应当同意。若无过方选择解除婚姻关系，过错方不得享有对婚生子(女)的监护权，所有财产归无过错方净身出户;若乙方选择维持婚姻关系，甲方按照本协议执行。7.甲方必须经常和乙方进行多方面的沟通交流，促进家庭和谐发展。8.除出差、探亲，旅游外，双方不得夜不回家，不回家晚上应互通电话告知原因和互报平安!9.双方有保持身体健康的义务，生病、住院应相互关心和扶助!10.双方尊重孝顺公婆、岳父母、赡养父母，关心姐妹弟，父母生病要及时送医院救治。11.双方财务公开，家庭的存折应妥善保管，重大款项借款或支出需经双方同意。12.双方都有责任将下一代哺育好，培养高尚的人格和情操。13.双方应在有时间的情况下多抽时间陪伴双方的父母，给下一代做个好榜样，本协议如有未尽事宜，甲乙双方可达成补充协议，补充协议与本协议具有同等效力。

本协议一式肆份，甲乙双方各执一份，各自父母一份。本协议自双方签字之日起生效。

甲方： 乙方： 日期： 日期：

【婚前保证书范文】 1.我保证：从现在开始，只会对宝宝一个人好，只宠宝宝一个人，不会骗宝宝，结婚以后更是一如既往，有过之而无不及的爱我家宝宝。篇四：保证书的格式及范文

保证书的格式及范文

通常保证书由标题、称呼、正文、结尾和落款几部分组成。(一)标题 保证书标题有两种方式构成。其一，单独由文种名构成，即在第一行正中用较大字体写“保证书”字样。其二，由保证内容和文种名构成。如：《卫生保证书》。(二)称呼 保证书称呼在标题下空两行顶格写上送达方的机关组织、团体单位或个人的称呼或姓名，然后加冒号。(三)正文 正文一般而言须包括写保证书的缘由，保证的具体内容两部分。1.保证书的缘由 要阐明为什么写保证书。要叙述清楚当时的条件和有关情况，使保证的具体内容建立在一定的前提之上。2.保证书的内容 保证书的内容主要是指保证人作出保证的具体事项。如保证做到什么，在多长时间里，达到什么程度，采取什么具体措施来实现自己的保证等。保证书此部分一般以条条的形式列出。(四)结尾 保证书的结尾可以再次表示实现目标的决心，如“上述各项保证做到”。也可用“此致——敬礼”等的礼貌用语。还可以在正文结束后，什么也不再写，自然结束。(五)落款 落款即在保证书右下方署上保证的单位或个人的名称或姓名，并署上发文的日期。

【 范 文 一 】

××街道办事处党委：

一、安心服务工作，钻研业务，努力提高服务质量，根据群众需要增加服务项目。

二、端正经营作风，对顾客负责，替顾客着想，不偷工减料，不以次充好，收费合理，薄利多销。

四、讲文明礼貌，抵制歪风邪气。

五、民主管理，帐目公开，分配合理，合法开支，不滥发奖金。×××街道青年综合服务部全体职工×年×月×日篇五：保证书范本

保 证 书

本人\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_部（部门）\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（岗位）\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_（姓名）向公司领导郑重保证，若出现\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_情况，本人自愿提出离职，同时不再享受公司相应福利待遇。自离职之日起，与公司无任何关系。若出现上述问题，经双方协商一致解除劳动合同。双方现已就有关问题达成一致，并办妥离职手续。

请公司领导督促检查。

本文档由站牛网zhann.net收集整理，更多优质范文文档请移步zhann.net站内查找