

# 外国产品进入澳大利亚市场

## 应了解的几个问题

高 锦 海

一个称职的代理是十分重要的，为此，应了解以下几方面，

1) 目前经营业务的性质和规模；

2) 对有关市场掌握知识的范围和程度；

3) 经营能力大小，特别是只指定一家代理时，它在其他地区的市场上经营的能力如何；

4) 同消费者和最终用户的联系能力如何；

5) 与其他竞争者比较它能拥有哪些特权；

6) 总的声望和商誉如何。

在指定或选择代理商时，对所有的业务费用作出适当的规定也是十分重要的，包括：

1) 报酬：包括佣金、雇员的费用、广告费以及旅行费用；

2) 栈租费、管理费、库存货物的其他费用；

3) 其他服务和技术费用包括提供售后服务的费用。

介绍新产品和尚未为人们所熟悉的商标牌号进入市场往往化费较多，而且最好是一开始就以比老商号更为有利的价格条件问世。在这一点上，委托人和代理商双方必须在开始阶段就对新产品的试销成本的探讨，采取比较现实的态度。

对外国出口商来说，在签订一份代理协议以前，了解《澳大利亚贸易实施法》(Australia Trade Practices Act) 是十分必要的。有关独家代理协议也包括在这个实施法内。

外国出口商应经常对代理商进行访问。

澳大利亚市场并不很大，但它却给外国出口商提供范围极为广泛的出口机会。外国产品要进入澳大利亚市场有几个基本要求必须注意：一是澳大利亚是一个竞争十分激烈的市场，进口商品要想在该市场站住脚根，必须作不懈的推销努力和定期对该市场进行访问；二是外国出口商要与该国进口商保持经常、密切的联系并对该市场消费者的喜好变化进行深入的研究；三是澳大利亚的工厂企业和消费者对挑选物品具有高度的识别能力，他们需要高质量的、能连续不断和及时供应的产品以及对某些产品要求提供高效能的售后服务和零配件的供应。

### 一、进口渠道

大部分商品的进口是通过以下五种渠道进行的。

#### 1. 代理商

外国出口商要在澳大利亚市场上组织营销活动，需要指定一个有能力的代理商来进行。这些营销活动包括：向澳大利亚全国推销产品；开展广告和促销活动；供应另配件；提供修理和服务以及其他特殊的营销技巧。代理一般采取二种形式：一是收取佣金；二是作为拥有特许经营权的进口商由其自行经营。有的代理商只能在一个城市、一个区域或一个州内做代理，也有一些代理商在全国范围内拥有分支机构或分代理。选好

这种访问对开展出口业务是十分必要的，一方面它是对代理商业活动进行考察和控制的最有效的方法，也是密切委托与代理关系的有效途径，另一方面还可借此机会亲自深入了解澳大利亚市场。

## 2. 最终用户

某些行业的最终用户特别是采购资本货物和大量的原料性和半制成品的用户愿意与外国供货者直接打交道而不愿通过代理商或中间商。即使已经指定了代理商而且销售必须通过代理商进行，出口商与最终用户直接接触也是重要的，即这种接触是对代理商的支持和有可能对产品进行更为深入的技术性探讨。

## 3. 另售商

另售商也往往愿与外国出口商直接挂钩，特别在某些竞争性极强的消费品方面，其目的是降低成本和得到产品销售独占权。有一些大的另售商店有自己的采购部门，它们或者派员到海外市场去采购，或者通过驻海外办事处和代理机构去采购。有些规模较小的另售商店，例如礼品商店也向国外直接采购。目前一些规模较小的另售商有组成联合采购集团的倾向，以克服小规模采购的困难并得到按批发价采购的优惠和享受大批量采购的折扣。

## 4. 批发商

一部分批发商自己进口商品后转卖给小的批发商和另售商。

## 5. 进口商

进口业务往往由独立的、专业化的进口商和那些在商品和市场上需要具有特别高度专业化的商人来经营。某些纺织品、化工产品、特殊钢材和机械设备往往通过这种途径进口，有关购买、装卸运输、仓储、资金、库存以及转售等业务均由它们自行负责。

# 二、报价

大部分澳大利亚进口商欢迎出口商报的价格是稳定的，并谋求大批量折扣。目前世界

贸易中所流行的价格条件，在澳大利亚都是通用的。报价用澳元或其他几种主要货币。澳商比较欢迎CIF或FOB价格条件。

# 三、支付方式和外汇管制

最通用的支付方式是信用证。信用证一般不能早于预定装船日期之前六个月开立，其他支付方式如D/P、即期汇票或见单付现等方式澳大利亚进口商也同样使用。

进口货款在货物装船后或约定一个月内存到即可支付。一般情况下，货款必须在货到后六个月内付清。如超出上述期限则需由澳大利亚储备银行特别批准。那些按正常的国际贸易业务进行的个别商品或交易方式的支付条件，往往可以获得这种特别准许。某些具有特殊性质的交易，包括进口资本货物、原料和需要进一步加工的半成品，如付款时间超出以上时限时可提请储备银行批准。

# 四、装运

由于澳大利亚幅员广大，主要的中心市场相距甚远，加上国内运输收费很高，因此货物运抵澳大利亚后，中转运输费很大。每一个州都有自己的港口。外国出口商往往被告知要把货物运到距进口商最近的港口，以便其转运。澳大利亚的主要港口有新南威尔斯(New South Wales)的悉尼(Sydney)和纽卡斯尔(New Castle)；维多利亚(Victoria)的墨尔本(Melbourne)；南澳大利亚的阿德雷德(Adelaide)；西澳大利亚的弗里曼特(Fremantle)；昆士兰(Queensland)的布里斯班(Brisbane)；塔斯梅尼亚(Tasmania)的荷巴特(Hobart)以及北部地区的达尔文港(Darwin)。由于外国货物可运达澳大利亚为数众多的港口，外国出口商就需要研究在其国内可能得到的运输行业提供的方便或设施。这对出口商来说，特别是那些规模较小的出口商可以从这项运输中获得利益，通常是可以降低运输成本。运输行可能在澳大利亚有代理机构，它们可以办理接货

和分发事宜。运输行往往可以办理所有的运输安排,包括代为办理海运保险、估计运输费用以及其他出口所需办理的事项。

## 五、包装

### 1. 外包装

必须根据进口商要求并能经得住在澳大利亚境内各种运输工具辗转运输的装卸要求。集装箱化和成组化包装最受欢迎,因澳大利亚具有先进的装卸条件,特别在悉尼和墨尔本。

### 2. 内包装和另售包装

在澳大利亚市场上,消费品的另售包装必须符合卫生与安全的规定,而且要达到一般发达国家市场上对另售包装所要求的精致程度。特殊产品的包装将由出口商与进口商根据另售的要求具体洽谈。进口商认为高级的和有吸引力的包装是洽谈进口业务的重要因素。在有些情况下,产品需要在澳大利亚进行包装或改装,然而,由于改装成本很高,所以澳大利亚进口商一般是欢迎商品的包装要适合于货物运到后能立即上柜陈列销售。

## 六、仓库

澳大利亚各州都有免税仓库和保税仓库。免税仓库是储存那些已经向澳大利亚海关办过手续和免税的商品。保税仓库则储存进口商暂时尚未付税仍由海关控制的货物。

## 七、印记、标签和打包

食品、饮料、医药、纺织品、首饰、电器用品和其他某些产品,必须在商品上或包装上标出使用说明和原产地国名。进口商品上的标签除了要使用原产国的文字,还要用英语标明原产国。某些产品要按照标准尺寸打包;数量和尺寸的印记要按有关规定办理;对错误的说明书也有相应的法律规定,等等。进口商或海关代理机构一般都能指点

有关澳大利亚联邦及各州的各种规定,而澳大利亚海关也往往可以指点有关这方面的事宜。

## 八、品质标准

澳大利亚标准协会已经制定了适用于全澳洲范围很广的工业品和消费品标准。除了某些与安全有关的产品如电器产品,可以不强求与该标准保持一致,当然,从市场营销观点出发,最好能做到一致。对进口和本地制造的各种机动车辆则必须符合特定的安全标准。所有在澳大利亚销售的电器用品均需由州一级的电力机构进行测试和批准,並证明该产品系“合格电器用品”。

## 九、专利与商标

颁发专利权从申请之日起为期16年,以该产品尚未在澳大利亚公开地使用过或在公开刊物上介绍过或泄露过为条件。如果该专利权在三年内未使用,将要颁发强制的许可证。批准注册的商标为期7年,到期还可再注册,为期14年。根据国际版权公约,对版权提供保护是确定无疑的。

## 十、广告代理机构

由于挑选什么样的广告媒介才能最适合对具体商品进行宣传是一项非常复杂的事情,绝大多数生产者发现找一些广告代理商以听取专家们的意见是十分重要的。澳大利亚有很多这种广告代理商,有的经营本地区的业务,也有些经营全国性的业务而且还有全球性联系网。澳大利亚广告联合会可提供这种广告代理商的名单。

### 1. 报纸、刊物和杂志

澳大利亚发行560余种报纸,全部承接广告。每一个主要城市都有地方报纸,刊登大量广告,还有全国发行的报纸,其中有一家专门刊登有关商业与贸易消息的。除报纸之外,还有很多全国发行的日用消费品杂

(下转第18页)

亿以上人口,这个潜在市场对它具有很大吸引力。中国的政治威望及其在第三国世界和整个世界中的作用,亦是澳大利亚政府力图同中国友好並加强经济贸易联系的原因。

### 三、实行出口商品多样化

长期以来,澳出口农产品,战后出口农矿产品,是它外汇收入的主要来源。在澳政府的扶植下,澳制造业有较大发展,1980~1981年制造业产值已达285.31亿澳元,为同年矿业产值62.13亿澳元的三倍余<sup>①</sup>。不过澳的制成品大部分供应国内市场,在澳出口总额中,制成品出口仅占20%,销售于新西兰、东南亚联盟等国家<sup>②</sup>。澳正通过保护贸易政策,扶植制造业的发展,即从进口替代工业向出口导向工业发展,并重视发展技术密集型工业,如计算机工业、计算机软件工业、科学仪器工业、医疗技术工业、激光器工业、工业陶瓷工业、太阳能技术工业、生物技术工业、机器人工业等。随着澳大利亚新兴工业的发展,工业结构的变化,在它的出口贸易中制成品贸易的比重必将逐步提高,对扩展澳大利亚的对外贸易将起积极的作用。

(上接第21页)

志和贸易、工业及专业性期刊等。

#### 2. 电视与广播

澳大利亚有许多电视台和广播电台,一半以上由澳大利亚广播委员会(ABC)经营,这些不承接商业性广告,其余的则依靠广告作为其收入来源。目前大约有50个彩色电视频道可做广告。广播提供了既经济又有效的广告方法。全国约有129个商业电台可作为地方性和全国范围的广告宣传以及促销业务之用。

### 十一、商品交易会和展览会

每年都要举办一些商品交易会和专业性展览会,主要在悉尼和墨尔本举办。展览会和交易会给外国出口商提供向澳大利亚消费者及商人展览商品、听取反映、摸清市场行情、了解同类竞争商品情况的机会,並可与澳大利亚进口商、代理商和最终用户直接见面,增强联系。所以对外国出口商来说,如能派出代表或代理人参加展览会或交易会有好处的。有一些商品交易会和展览会得到

当地报纸强有力的支持,它们通过出版增刊或副刊等办法大力进行促销宣传。这种宣传广告方式很受欢迎,吸引了许多参加者。展览会参加者要准备大量的小册子、价目表和其他促进销售的宣传资料。

### 十二、产品促销

广告在澳大利亚是一种高度发展的行业,大多数企业都把广告作为其推销产品与开展服务的市场营销策略的重要部分,只有对那些直接售给制造商的、大量出售给加工者进行加工整理的以及某些专业化程度很高而须在指定市场出售等产品,广告可作为一种例外。由于澳大利亚的消费者可以从126,000个另售商店那里广为挑选他们所需要的货物,因此,设计美观、包装精良、广告宣传有效的货物必定会比那些设计、包装、广告较差的货物在市场上占有优势。在高度竞争的情况下,不做广告的产品就必须具备比其他竞争商品优越的特性,如具有非常高质量的鞋类、服装及家庭常用物品或具有价格上的优势。

摘译自《Guide to the market Australia》

注:① "1983 Australia at a Glance", Australia Bureau of Statistics

② John R. Pinkeston, "The Current Economic Scene", Westpac Banking Corp. P. 8.