



复旦卓越·经济学系列

新 编进出口贸易操作实务

顾晓滨 主 审
闫晶怡 主 编

 复旦大学出版社



复旦卓越·经济学系列

新 编进出口贸易操作实务

主 审
主 编
副主编

顾晓滨
闫晶怡
张振山
周生光

宫姝琳
董俊秀

刘 岩

 復旦大學 出版社

图书在版编目(CIP)数据

新编进出口贸易操作实务/闫晶怡主编. —上海:复旦大学出版社, 2010. 8

(复旦卓越·经济学系列)

ISBN 978-7-309-07340-9

I. 新… II. 闫… III. 进出口贸易-贸易实务-高等学校-教材 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 109589 号

新编进出口贸易操作实务

闫晶怡 主编

出品人/贺圣遂 责任编辑/王联合 张咏梅

复旦大学出版社有限公司出版发行

上海市国权路 579 号 邮编:200433

网址:fupnet@fudanpress.com http://www.fudanpress.com

门市零售:86-21-65642857 团体订购:86-21-65118853

外埠邮购:86-21-65109143

同济大学印刷厂

开本 787×960 1/16 印张 24.25 字数 426 千

2010 年 8 月第 1 版第 1 次印刷

印数 1—4 100

ISBN 978-7-309-07340-9/F·1604

定价:36.00 元

如有印装质量问题,请向复旦大学出版社有限公司发行部调换。

版权所有 侵权必究

出版说明

进入 21 世纪后我国的对外贸易发展更加迅速,已一跃成为世界第二大贸易大国。尤其是在 2009 年世界经济逐渐复苏后,外贸领域对国际贸易专业人才需求量显著上升,各高等院校也相继加强了对国际贸易专业相关教材的选用。

本教材从经济和法律两个角度,总结我国进出口贸易的普遍做法,介绍有关国际贸易惯例、国际贸易合同条款、国际货物的运输、保险、货款的结算、合同的商订、合同的履行以及国际贸易方式等。

该门课程的特点是:首先,表现在与国际惯例紧密结合。在进出口交易的整个环节,涉及许多与国际贸易相关的国际惯例,如《跟单信用证统一惯例》、《国际贸易术语解释通则》、《联合国国际货物销售合同公约》等,是否能准确掌握好这些国际惯例,关系到我国对外经济贸易工作的顺利进行和经济效益问题。因此,这也是教学的重要内容。

其次,实际操作性强。本书系统介绍了进出口贸易合同在签订及履行过程中,涉及的有关贸易术语的运用,支付工具、支付方式的选择,租船、投保、报关、报验及违约的处理等各环节的实际操作,直接指导对外贸易业务的实际工作。

再次,具有鲜明的涉外性。《新编进出口贸易操作实务》所介绍的是我国进出口贸易企业从事国际贸易的经营活动,在实际工作中涉及一定的专业外语知识、对外贸易政策、各国宗教信仰、礼仪风俗、商务谈判及国际贸易的普遍做法。

本书在涵盖进出口业务全部知识的同时,能够紧跟国际贸易领域的最新变化,有些合同条款的内容用最新国际贸易惯例 UCP600 进行了详细诠释,增加了 UCP600 修订的有关内容,每章在重点进行理论知识讲解的同时突出了实务操作,设有例题和案例分析,以及课后复习题,便于学生理解和巩固所学知识,真正做到了与时俱进。

本书共分为 11 章,由闫晶怡主编并负责编写第五、六、八、九章;张振山(副主编)负责编写第二、四、七章;宫姝琳(副主编)负责编写第一、三、十章;第十一章由周生光(副主编)、刘岩、董俊秀负责编写。本书附录内容由副主编张振山、宫姝琳搜集并整理。初稿完成后,由全国国际商务单证员考试委员会专家委员顾晓滨副校长负责主审并进行逐章修改、定稿。

本教材适用于高等院校国际商务专业、商务英语专业、报关与货运代理专业

等相关专业,也可供企业开展国际贸易知识培训时使用。

对在编写过程中参考过的有关书籍的作者表示衷心的感谢!

由于编者水平有限,不当之处在所难免,希望大家提出宝贵意见。

编者

2010年4月10日

内容提要

本书紧密结合国际贸易实践，介绍了最新国际贸易惯例UCP600及进出口贸易实务方面的知识，系统阐述了进出口贸易合同在签订及履行过程中涉及的贸易术语的运用、支付工具、支付手段的选择、租船、投保、报关、报验及违约处理等具体环节，直接指导对外贸易业务的实际操作。本书在每章都设有例题和案例分析，与国际贸易实务的内容紧密结合，便于学生理解和巩固所学知识。

本书适用于高等院校国际商务专业、商务英语专业、报关与货运代理专业等相关专业作为教材使用，也可供企业开展国际贸易知识培训时使用。

目 录

第一章 商品的品名、品质、数量、包装条款及操作实务	1
第一节 商品的品名条款及操作实务	2
第二节 商品的品质条款及操作实务	4
第三节 商品的数量条款及操作实务	11
第四节 商品的包装条款及操作实务	15
第二章 有关贸易术语的国际惯例及操作实务	30
第一节 贸易术语概述	31
第二节 有关贸易术语的国际贸易惯例	33
第三节 《2000 通则》概论	36
第四节 六种主要贸易术语	39
第五节 对其他贸易术语的解释	60
第六节 贸易术语的运用	64
第三章 进出口商品的价格条款及操作实务	72
第一节 合同中的核心条款——价格条款	73
第二节 合同中的佣金、折扣	76
第三节 进出口商品成本核算操作实务	78
第四章 国际货物运输及操作实务	87
第一节 运输方式概述	88
第二节 国际货物运输法规与惯例	101
第三节 海洋运输及其装运条款	107
第四节 UCP600 对运输条款及单据的解释	117
第五节 进出口货物运输操作实务	121
第五章 国际货物运输保险及操作实务	130
第一节 保险概述	131
第二节 国际海洋运输保险的风险、损失以及承保范围	133
第三节 CIC 与 ICC 保险条款的异同	136
第四节 保险在各种运输方式中的应用	143
第五节 UCP600 对保险单据及保险范围的规定	146
第六节 进出口货物运输保险操作实务	148



第六章 合同中的结算票据及操作实务	155
第一节 结算票据概述	156
第二节 汇票	164
第三节 本票	171
第四节 支票	173
第五节 票据操作实务	176
第七章 国际货款支付方式及操作实务	182
第一节 汇付	183
第二节 托收	186
第三节 信用证	192
第四节 关于 UCP600 的修订	208
第五节 信用证操作实务	216
第八章 进出口合同中的其他条款及操作实务	228
第一节 检验、索赔条款及操作实务	229
第二节 不可抗力条款及操作实务	237
第三节 仲裁条款及操作实务	240
第九章 合同的磋商及操作实务	248
第一节 磋商前的准备	249
第二节 交易磋商及订立合同	252
第三节 交易磋商操作实务	257
第十章 进出口合同的履行及操作实务	266
第一节 出口合同的履行及操作实务	266
第二节 进口合同的履行及操作实务	283
第十一章 主要贸易方式及操作实务	292
第一节 经销与代理及操作实务	293
第二节 寄售与展卖及操作实务	297
第三节 招标与投标及操作实务	299
第四节 拍卖操作实务	301
第五节 期货交易操作实务	302
第六节 加工贸易	305
第七节 电子商务与国际贸易	308
附录 1 《2000 年国际贸易术语解释通则》(INCOTERMS 2000) 中文版	314
附录 2 《跟单信用证统一惯例第 600 号》(UCP600) 中文版	346
附录 3 《联合国国际货物销售合同公约》	363
参考文献	381

第一章

商品的品名、品质、数量、 包装条款及操作实务

【教学目的与要求】

通过本章的学习,使学生初步掌握有关买卖标的的法律规定及合同中对买卖标的的规定方法,掌握商品品质的表示方法,买卖合同中品质条款的内容和规定方法;了解国际贸易中常用的计量单位,掌握计算商品数量的方法,学会订立买卖合同的数量条款;有关数量条款的国际惯例;掌握商品包装的种类及包装标志,能够熟练订立合同中的商品包装条款。

【教学重点与难点】

本章的重点、难点是品质、数量、包装的基本概念、表示方法;品质、数量、包装条款在进出口贸易中的应用。



在农产品国际贸易中,涉及安全卫生的项目主要有哪些?

在农产品国际贸易中,人们通常比较关注的安全卫生项目包括农药残留(如六六六、DDT等)、生物毒素(如黄曲霉毒素、棕曲霉毒素等)、重金属(铅、镉、汞、砷等)及放射性、微生物等。对此,各国政府分别制订了明确的限量标准并加以强制执行。国际标准化组织(ISO)和FAO/WHO食品法典委员会(CAC)也已经或正在制订有关推荐性的限量标准,供有关贸易各方选用。

在国际货物买卖中,商品的名称,是双方交易谈判的主体,是一笔买卖赖以进行的物质基础,而质量、数量与包装是国际货物买卖合同中的主要交易条件,所有

的商品都表示为有一定的质量、数量与包装,因此,买卖双方在洽谈交易中,必须就商品的标的、质量、数量及采取什么样的包装要一一谈妥并明确体现在国际货物买卖合同里,它是买卖双方在洽谈交易和商订合同时必须首先解决的问题,是一项合同能否洽谈成功的关键所在,它与商品的价格高低有着密切关系。

第一节 商品的品名条款及操作实务

一、品名的含义

国际贸易买卖中交易的都是具体的商品。进入国际贸易领域的商品种类繁多,即使是同一种商品,亦可因品种、品质、产地、花色、外形设计、型号等不同而存在着千差万别。这些差别不但会给价格带来差异,也会在一定程度上影响运输、包装、用途等。因此,明确规定标的物及其品质要求,是买卖双方在洽谈交易和签订合同时必须首先解决的问题之一。

商品的品名(Name of Commodity)又称商品的名称,在国际贸易买卖合同中称作标的物(Subject Matter),是进入国际贸易领域的货物,是指双方用于换取对价的物或事,是双方一笔买卖赖以进行的物质基础。商品名称,通常也代表着商品的品牌或该公司的名称。众所周知,商品名称既是产品的形象代表,又是产品的质量象征,另外还肩负着开拓市场、激发消费者购买欲望的作用。在国际贸易交往中,看货成交、立即付款的交易极为少见,很多情况下,当双方通过函电往来达成交易时,并没有看到具体的商品,一般都是凭借对拟交易商品的描述来确定交易的主体——商品的标的物,因此,买卖合同中必须列明商品的品名条款。

二、列明品名的意义

从法律上看,在合同中规定标的物 and 具体名称具有重大意义,此项规定是买卖双方在货物交收方面的一项基本权利和义务。按照有关法律和惯例,对商品的具体描述是有关商品说明(Description)的一个主要组成部分,是货物交收的基本依据之一。如果卖方交付的货物不符合合同规定的品名或说明,买方有权拒收、撤销合同并提出损害赔偿。

从进出口贸易实务角度看,这项规定是交易的物质内容,是交易双方赖以进行的物质基础和前提。只有在确定标的物的前提下,卖方才有可能安排生产、加工或收购;买卖双方才有可能据以决定包装、运输方式和保险险别,并在此基础上就价格问题进行磋商,作出规定。

合同中有关标的物的规定并没有统一的、固定不变的格式。如何规定,可根

据双方当事人的意思予以确定。一般来说,国际货物买卖中标的物的构成必须具备二个条件:

1. 必须是卖方拥有独占权,同时拥有的品牌是不能侵犯他人知识产权的。
2. 买卖的标的物必须是双方当事人意见一致的结果。

三、品名条款的内容

品名条款是双方通过签订合同这一法律行为所要达到的目的。交易双方首先在合同的开头部分,列入双方意欲买入或卖出某件商品的名称,例如:东北黄豆、苹果牌电脑等。

通常,对一种商品的名称表达,往往包含对其品种、规格、型号、等级等概括性描述的介绍,有的甚至把商品的品质规格都包括进去,在这种情况下即是品名条款和品质条款的合并。例如:东北大米,特级;三菱 PW-20DA 中央空调等。

四、操作实务

由于这个品名条款是合同的主要条款,所以在实际业务中要做到以下几个方面:

(一) 品名具体

品名条款必须做到名称具体,内容明确,笼统和空泛是贸易纠纷的祸根。

(二) 实事求是

要做到切实反映商品的实际情况,对拟交易的商品进行实事求是的描述,做不到或不必要的描述性词句不要列入。

(三) 译名准确

尽可能使用国际上通用的名称,对于一些新商品的定名及其译名,必须做到准确易懂,符合国际惯例。

如我国不少商品都喜欢以“龙”命名,如龙牌西服、龙牌酱油、金龙牌振动器、威龙葡萄酒等,这些商品名称无一例外都被译成“Dragon”。而在英美文化中,龙(dragon)则是“凶残、邪恶”的象征,《圣经》中把与上帝作对的恶魔撒旦(Satan)称作 the great dragon(大恶魔)。如果简单地译为 Dragon,直译的结果是忽略了这些商品名称意义中的文化色彩,这样的翻译无疑给这些商品在国际市场上判了死刑,因为这样的译名产生了不良的联想意义,给西方消费者带来恐惧感。这样的译名也就无法起到劝购的作用,更不用说激发消费者的购买欲了。建议音译为“Long”,既有好的联想,又无不良影响。

“凤”在汉语中是“吉祥、如意、高雅”的象征。因此,诸如凤凰牌自行车、凤牌酱油等商品名称在汉语中无懈可击,但如果轻率地把它译作“Phoenix”,则这样

的商品名称无法为西方消费者所理解和接受。因为在英美文学中“Phoenix”的文化内涵是“不死鸟”(the bird of wonder),每隔 500 年再生一次。这样的译名,很容易使西方消费者联想到“死而复生”,自然就不利于这些产品在西方市场的营销了。建议改用拼音“Feng”或类似的英语名称,如“Fond”等。

再如在汉语中,金鸡牌闹钟是一个绝妙的商品名称,它有着丰富的联想意义:雄鸡报晓,所以很受国内消费者的青睐。然而其英语译名“Golden Cock”在西方人的心理却完全没有“雄鸡报晓”的美好联想意义,“Cock”在英美文化中是指低级、庸俗,不雅观。国内市场上的金鸡牌鞋油的英语译名同样不能用“Golden Cock”。已有专家建议采用“Golden Rooster”作为其英文商品名称。

(四) 注意各国税目号例

签订商品品名条款时,必须注意有关国家的海关税则,从中择取有利于减低关税或方便进口的名称。进出口货物的商品归类应当遵循客观、准确、统一的原则,按照货物运抵海关监管场所时的实际状态确定。

企业在办理货物进出口海关手续过程中,一个必经的环节就是在报关单上填写货物的商品编码(税则号列),而要正确填写这个商品编码,企业往往需要查阅《中华人民共和国海关进出口税则》及相关规定,依据《商品名称及编码协调制度》所确定的归类总规则、注释等,确定进出口货物在税则中唯一可归入的税则税目、子目。

例如:某公司出口一批货物,申报品名为镍铁,商品编码为 7202600000,出口税率为 10%。按照国家规定,当镍的含量超过 10% 时才能按照镍铁归类,不超过 10% 则为“合金生铁”,编码为 7201500010,出口税率为 20%,所以,申报商品编码正确与否,涉及企业的经济效益。

商品归类是货物进出口通关过程中专业性、技术性最强,难度最大的环节之一,同时也是企业违规风险非常高的一个“坎”。在实践中,经常有企业因为申报的商品归类与海关认定的结果不一致而被海关以“申报不实”为由进行行政处罚,结果不但造成财产上的损失、通关时间上的迟延,还影响到企业的声誉和海关分类。

第二节 商品的品质条款及操作实务

一、品质的重要性

商品的品质(Quality of Goods)是指商品的内在素质和外表形态的综合。前者包括商品所含的化学成分、物理性能、机械性能、生物学特征等自然属性;后者包

括商品的外形、构造、色、香、味、长度、硬度等。

合同中的品质条款是合同的重要条款之一。它既是构成商品说明的重要组成部分,又是买卖双方交接货物时对品质进行评价的依据。许多国家的法律对于卖方在交货品质方面所承担的义务作了规定,这些规定并不完全一样。例如,英国的《货物买卖法》规定品质条款是合同的“要件”(Condition),美国的《统一商法典》规定,如果表示品质的声明已经构成交易基础的一部分,则由品质声明构成卖方的明示担保;《联合国国际货物销售合同公约》也规定,卖方交付的货物必须与合同所规定的数量、质量和规格相符。

但是对卖方违反合同规定、交付与品质条款不符的货物,其处理办法大体上是相同的,即如果发生这种情况,买方有权要求降低价格、修理或要求替代货物,甚至拒收货物、宣告合同无效并提出损害赔偿。由此可见,完备的合同品质条款是具有重大意义的。

“以质取胜,质量兴贸”是我国主要的经贸发展战略,高技术含量、高附加值、高创汇率的出口商品体现了一国的科学技术水平、经济发展水平和产业结构。因此,提高商品质量具有十分重要的意义。提高出口商品质量档次、优化出口商品结构是当前国际贸易中非价格竞争手段之一。出口商品质量管理要制度化、规范化,企业要牢固树立“质量第一,信誉第一”和“质量是效益的核心”这一观念,积极宣传和推广国际标准化组织制定的系列质量认证标准,如 ISO9000、ISO1400,在质量管理工作上与国际惯例接轨。

二、表示商品品质的方法

品质条款的订立可以有不同的方式,其内容应视商品的性质、买卖双方的交易习惯和具体要求而定。具体的表示方法有以下几种:

(一) 以实物表示商品的品质

1. 以实物表示商品品质的方法

以实物表示商品品质的方法有两种:看货买卖和看样成交。

看货买卖(Sale after Checking Goods)必须具备卖方掌握现货以及买方亲临现场,经买方现场检验合格后达成交易。看货成交后买方不得对其品质再提出任何异议,拍卖这种交易方式就是典型的看货买卖。

看样成交又称凭样品买卖(Sale by Sample)。样品通常是指从一批商品中抽取出来的,由生产部门或使用部门设计、加工出来的,足以反映和代表整批商品品质的少量实物。

在国际贸易中,凭样品买卖一般适用于一些在造型设计上有特殊要求或具有色、香、味等方面特征的商品,如某些工艺品、服装等。

凭样品买卖,按样品提供者的不同,可分为下列两种:

第一,凭卖方样品买卖。

由卖方提供样品作为交货品质的依据,称为“凭卖方样品买卖”。在合同中可订明品质以卖方样品为准(Quality as Per Seller's Sample)。一般情况下,卖方在对外寄出样品时,都应留有复样(Duplicate Sample),以备作为交货或今后处理品质纠纷时核对之用。

如果卖方所送出的样品经买方确认并接受,则卖方要承担交付货物时货物的品质必须同样品完全一致的责任。

第二,凭买方样品买卖。

由买方提供样品作为交货品质的依据,在国际贸易中称为“凭买方样品买卖”(Quality as Per Buyer's Sample),亦称“来样成交”,这种做法要求卖方交货的品质必须以买方的样品为准。为此,卖方在接受对方样品作为标准样品之前,必须考虑来样是否符合自身的生产技术、加工条件或原材料供应或其他条件,为了慎重起见,最好参照来样制造出类似或接近的样品,寄交买方要求确认并以此作为交货品质的依据。这种样品在贸易上称为“对等样品”(Counter Sample),或“确认样品”(Confirmation Sample)。

在国际贸易实践中,样品有时并不能完全代表整批货物的品质,因此仅用于一些难以用科学方法表示品质的商品,如工艺美术品、服装、某些土特产品及个别矿产品等。在凭样品成交时,为了减少双方在货物品质上的纠纷,一般按惯例都采用在合同中规定“交货品质与样品大体相符”(Quality to be Considered as being about Equal to the Sample)。

在日常的进出口业务中,买卖双方为了发展贸易关系,增进彼此对经营商品的了解,促进交易,互相寄送样品是十分普遍的。但是,这种以介绍商品为目的而寄出的样品只是说明该种商品品质的一般状态,为了明确起见,在寄送这类样品时最好标明“仅供参考”(For Reference Only)字样。

(二) 以文字说明表示商品的质量

凡是文字、图表、图片等方式来说明商品的品质的,均属凭说明约定品质的范畴。它又可以分为以下六种:

1. 凭规格买卖(Sales by Specification)

商品的规格是一些用来反映商品品质的主要指标,例如化学成分、含量、纯度、性能、长短、粗细、容量等。买卖双方在洽谈交易时,可以通过提交规格来说明一种商品的基本品质状况。在国际贸易中,用来说明商品品质的指标因商品不同而异。即使是同一种商品,由于用途不同,对规格的要求也会有所差异。以大豆为例,用于榨油用的大豆要求列明含油量指标,但是用于食用时则要列出蛋白质

的含量。

用规格表示商品品质的方法简单易行、明确具体,而且可以根据每批货物的具体情况灵活调整,所以在国际贸易中应用较广。

2. 凭等级买卖(Sales by Grade)

商品的等级是指把同一种商品,按其规格的差异分为品质优劣不同的若干等级,例如:分为一、二、三,甲、乙、丙,大、中、小等。每一级都规定有相对固定的规格,例如,特级龙井茶、一等国光苹果。

由于不同等级的商品代表着一定的规格,因此,如果对方已经熟悉每一级别的具体规格,就可以只列明等级,无须赘述其具体内容。

对商品规定不同的等级可以更好地满足各种不同层次消费者的需要,有利于安排生产和加工整理工作的进行。

3. 凭标准买卖(Sales By Standard)

标准是指统一化了的规格、等级及其检验方法。在国际货物买卖中,人们也经常使用标准作为说明和评定商品品质的依据。

从法律上看,目前世界上的各种标准有些是有约束性的,品质不符合标准要求的商品不得进口或出口。在国际贸易中,对一些已经被广泛接受的标准的商品,一般是倾向于按该项标准进行交易,不再另订规定。这样做的好处是手续简易,一般只需列明标准的名称和等级即可,例如:东北一级大米。

一般来说,许多商品既有国家规定的国家标准,也有政府部门规定的部级标准。在进行这些商品的贸易时,当然可根据这些标准进行买卖。但是为了扩大进出口,增加产品在国际市场上的适销程度,应根据需要和可能,尽量采用国际上通行的标准。

商品的品质标准是随着生产技术的发展而不断修改和变动的。同一部门制定的某一种商品的标准,可能有不同年份的不同版本,版本不同,内容各异。因此,在援引标准时必须列明所援引的标准是哪一年份制定的版本,以免因所依据的版本不同而发生纠纷。

另外,对于一些初级产品,由于长期形成的习惯或出口国家尚未对产品品质予以等级化或标准化,只是采用所谓“良好平均品质”来说明品质。

所谓“良好平均品质”(Fair Average Quality),一般是指中等货,大体上有下列几种解释:

(1) 指农产品的每个生产年度的中等货。采用这种解释时,一般是由生产国在农产品收获后,经过对产品进行广泛抽样,从中制定出该年度“良好平均品质”的标准和样品并予以公布,作为该年份“F. A. Q.”的“标准”。

(2) 指每一年度或每一装船月份在装运地发运的同一种商品的“平均品质”。



它一般是从各批出运的货物抽样,然后综合起来,取其中等者作为良好平均品质的标准。

在我国出口的农副产品中,也有用 F. A. Q. 来说明品质的,但是我们所说的 F. A. Q. 一般是指大路货,是和“精选货”(Selected Goods)相对而言的,而且在合同中除了标明大路货之外,还订有具体规格,例如,木薯干,2005 年产大路货,水分最高 18%。在交货时,则以合同规定的具体规格作为品质依据。

4. 凭说明书买卖(Sales by Description)

有些商品,如机、电、仪器等技术密集型产品,由于其构造复杂,对材料、设计的要求严格,用以说明其性能的数据众多,很难用几个简单的指标来说明其品质的全貌,而且有些产品即使名称相同,由于所使用的材料、设计或技术的某些差别,也会在功能方面产生很大的不同。因此,对这类商品的品质一般需要凭样品或说明书,并附以图样、照片、设计图或分析表及各种数据,来说明其具体的性能及构造的特点。按这种方式进行的交易就称为凭说明书买卖。

有不少厂商为了推销的目的,定期或不定期地向顾客分送整本的商品目录或单张的产品介绍,用图片和文字介绍其定型产品的外形、构造、性能、用途、包装,有时还附有价格,供顾客选购。凡按该商品目录订货的交易,又称凭商品目录买卖。目前,有关定型的机电产品买卖,有不少是采用这种方式进行的。如果买主对商品目录所提供的产品的性能或其他规格方面有另外的要求,也可以在上述基础上辅以详细的说明,经卖方确认后达成交易。

凭说明书买卖的货物要求卖方所交的货物必须符合说明书所规定的各项指标。但是,由于对这类产品的技术要求比较高,品质与说明书符合的产品有时在使用时并不一定能发挥设计所要求的性能,所以在合同中除列入说明书的具体内容外,往往还要订立卖方品质保证条款和技术服务条款,如“卖方须在一定期限内保证其商品的质量符合说明书所规定的指标,如在保证期内发现品质低于规定,或部件的工艺质量不良,或因材料内部隐患而产生缺陷,买方有权提出索赔,卖方有义务消除缺陷或更换有缺陷的商品或材料,并承担由此引起的各项费用。”

5. 凭商标或品牌买卖(Sales by Trade Mark or Brand)

商标是生产者或商家用来识别他所生产或出售的商品的标志。它可以由一个或几个具有特色的单词、字母、数字、图形或图片等组成。

品牌是指工商企业给其制造或销售的产品冠以的名称,以便与其他企业的同类产品区别开来。例如“万宝路”香烟、“吉列”剪刀、“海尔”电冰箱等。一个品牌可用于一种产品,也可用于一个企业的所有产品。

当前,商标或品牌在经济领域中属无形资产,号称经济上的“航空母舰”,一国拥有越多的著名、驰名的商标或品牌,其在经济上的威慑力就越大。国际上久负

盛誉的名牌产品都因其品质优良稳定,具备一定特色及能显示消费者的社会地位,而使其售价远远高出其他同类产品。这种现象,在消费水平较高、对品质要求严格的所谓“精致市场”(Sophisticated Market)表现得尤其突出。因此,商标或品牌本身实际上是一种品质象征,在交易中就不需要对品质提出详细要求,只凭商标或品牌进行买卖。但是,如果一种品牌的商品同时有许多种不同型号或规格,就必须在规定品牌的同时明确规定型号和规格。

凭商标或品牌的买卖一般只适用于一些品质稳定的工业制成品或经过科学加工的初级产品。而在进行这类交易时,必须切实把好质量关,保证产品的传统特色,把维护名牌产品的信誉放在首位。

当前,经济全球化使企业国际竞争已经由价格、质量、规模竞争转向了品牌竞争。我国企业开始纷纷走出国门,开展国际营销,如果出口产品结构不升级,获利空间小,竞争压力就会增大。塑造品牌有利于提升产品的附加值,提高产品的竞争力。由于我国产品在国际化过程中有影响力的品牌很少,缺少被国际公认的知名品牌,品牌国际化运营整体水平较低,因此加强国际化中的品牌运营具有重要的意义。综观世界知名品牌,无一不与大型跨国公司有关。如果我们利用优势资源开发深加工产品,品牌运营得当,是可以获得极大的品牌价值和利润增值的。

6. 凭产地名称买卖(Sales by Origin)

有些农副土特产品由于其生产地区的自然条件、传统加工工艺或其他因素的作用,在品质方面具有其他地区产品所不具备的独特风格或特色。对于这部分产品,习惯上也可以用产地的名称来说明其品质要求,例如烟台苹果、青岛啤酒。

在用说明来表示商品品质时,不论采取什么方式,或几种方式混合使用,卖方在签订合同后,都应承担所交货物与合同规定的品质说明一致的义务,买方则拥有在货物与合同规定不符时,要求降低价格、更换货物、损失赔偿、拒绝收货甚至撤销合同的权利。

三、品质条款的规定方法

国际贸易中,商品质量的表示方法体现在品质条款中,内容有简有繁,在制定合同的品质条款时,要力求明确具体,避免笼统含糊,切忌使用含义不清的用语,质量的规定要切合实际,做到优质优价。对商品品质,根据交易要求可以提出稳定性、适用性、多功能性、可欣赏性。所谓稳定性:指商品品质的稳定;适用性:指商品具有能满足用户某种需求的特性;多功能性:指一种商品具有多种使用功能;可欣赏性:指某种商品具有工艺品的观赏价值及适应有关进口国家颁布的法律要求,符合安全卫生标准。