



应用型本科规划教材

国际贸易 电子化实务

*Electronic Practice of
International Trade*

◆ 潘冬青 胡松华 主 编



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社



应用型本科规划教材

国际贸易 电子化实务

*Electronic Practice of
International Trade*

◆ 潘冬青 胡松华 主 编

◆ 冯 艳 余 杨 禹银艳 副主编

告

2010年10月

浙江大学出版



ZHEJIANG UNIVERSITY PRESS

浙江大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易电子化实务 / 潘冬青, 胡松华主编. — 杭州: 浙江大学出版社, 2010. 7

ISBN 978-7-308-07733-0

I. ①国… II. ①潘…②胡… III. ①国际贸易—电子商务 IV. ①F713.36

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 123232 号

国际贸易电子化实务

潘冬青 胡松华 主编

责任编辑 周卫群

封面设计 联合视务

出版发行 浙江大学出版社

(杭州市天目山路 148 号 邮政编码 310007)

(网址: <http://www.zjupress.com>)

排 版 杭州中大图文设计有限公司

印 刷 浙江全能印务有限公司

开 本 787mm×1092mm 1/16

印 张 24.5

字 数 445 千

版 印 次 2010 年 7 月第 1 版 2010 年 7 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978-7-308-07733-0

定 价 46.00 元

版权所有 翻印必究 印装差错 负责调换

浙江大学出版社发行部邮购电话 (0571)88925591

前 言

21 世纪是世界走向经济全球化和新经济发展的世纪。推动本世纪经济发展的主要因素是信息革命和互联网的发展。互联网的发展促进了电子商务的产生与发展,并促进传统的国际贸易向电子化方向演进,进而推动了国际贸易规模的迅速扩大。在这一过程中,电子商务的发展是一场革命,对传统的国际贸易产生了很大的冲击,同时为国际贸易电子化实务运作带来了很多便利。因此,当前在发达国家和一些发展中国家和地区,电子化商务正勃然兴起。当然,电子商务的发展要依赖若干其他相关领域环境条件的配合。如国内国际间的物流、资金流、信息流、人才等领域的发展配合,还需要法律、行政管理、企业经营方式、市场信用机制、交易安全技术保证等多方面的配合。

然而必须指出,一方面由于百年来形成的传统国际贸易方式规则比较健全,而电子商务虽然有着广阔发展前途,但尚不够完善;另一方面必须认识到电子化是国际贸易的手段,它并未从根本上改变国际贸易活动本身。因此,在国际贸易操作上,传统国际贸易方式在一个较长的时期内还有存在的价值。正因为此,本教材既保留规范的传统国际贸易实务运作知识和规则,同时又尽量融入了电子商务方面的最新动态。其特色主要在于将电子化的手段与法律规定如何在国际贸易活动具体环节中的运用进行了比较契合的阐述。

本教材是集体智慧的结晶。主要参编人员分工如下:潘冬青撰写第 5、6、7、13 章,胡松华撰写第 3、4、14、15、16、17、18 章,冯艳撰写第 10、11、12 章,余杨撰写第 8、9 章,禹银艳撰写第 1、2 章。全书由潘冬青、胡松华负责统稿、定稿。

在本书编写过程中,我们参阅了近年来国际贸易实务与电子商务相关教材及有关资料,在此恕不一一列举,谨致以衷心的感谢。

由于编者水平有限,书中疏漏之处在所难免,恳请同行及专家批评指正。

作 者

2010 年 4 月

目 录

第一篇 概述

第一章 电子商务概述	3
学习目标	3
第一节 电子商务的产生与发展	3
第二节 电子商务的定义与分类	6
第三节 电子商务的内涵与特点	13
第四节 电子商务的作用与发展趋势	17
案例分析	20
本章小结	24
思考与练习	24
第二章 电子商务时代下传统贸易实务的演变	25
学习目标	25
第一节 世界贸易组织对电子商务的推动	26
第二节 电子商务对国际贸易的影响	32
第三节 从传统贸易实务到电子商务时代的贸易实务	37
第四节 在电子商务时代开展贸易实务的基本要求	42
案例分析	44
本章小结	47
思考与练习	48

第二篇 交易前的准备

第三章 进口贸易前的准备	51
学习目标	51
第一节 电子商务时代贸易信息的搜集与利用	51
第二节 对国内外市场的调查研究	57
第三节 进口成本核算	60
第四节 货物进口的管理程序	61
案例分析	63
本章小结	64
思考与练习	65
第四章 出口交易前的准备	66
学习目标	66
第一节 对国际市场的调查研究	66
第二节 制定出口商品经营方案	67
第三节 落实出口货源	68
第四节 建立业务关系	69
第五节 谈判人员的选派与洽谈内容的确定	71
第六节 出口商品的广告宣传与网络营销	72
第七节 出口商品的商标注册与企业域名注册	76
案例分析	78
本章小结	79
思考与练习	79

第三篇 贸易合同的磋商、签订和履行

第五章 交易磋商	83
学习目标	83
第一节 交易磋商的形式和内容	83

第二节 交易磋商的一般程序	84
第三节 基于电子商务的交易磋商的有关法律规定	92
案例分析	95
本章小结	96
思考与练习	96
第六章 合同签订	97
学习目标	97
第一节 合同的签订	97
第二节 书面合同的签订	100
第三节 基于电子商务的合同签订的有关法律规定	102
案例分析	107
本章小结	108
思考与练习	108
第七章 合同履行	109
学习目标	109
第一节 进口合同的履行	109
第二节 出口合同的履行	116
案例分析	130
本章小结	131
思考与练习	131
 第四篇 合同条款 	
第八章 合同标的	135
学习目标	135
第一节 品名质量条款	135
第二节 数量条款	146
第三节 包装条款	151
案例分析	160
本章小结	161

思考与练习	161
第九章 贸易术语与价格条款	163
学习目标	163
第一节 有关贸易术语的国际惯例	163
第二节 六种主要贸易术语	173
第三节 其他七种贸易术语	181
第四节 出口成本核算与佣金和折扣	184
第五节 价格条款	187
第六节 主要贸易术语间的价格换算	193
第七节 贸易术语和价格条款在电子商务中的适用性	195
案例分析	196
本章小结	196
思考与练习	196
第十章 装运条款	199
学习目标	199
第一节 装运时间与地点	199
第二节 海洋运输	204
第三节 铁路运输	211
第四节 航空运输	213
第五节 集装箱运输	216
第六节 其他运输方式	217
案例分析	219
本章小结	220
思考与练习	220
第十一章 保险条款	223
学习目标	223
第一节 保险的概念与原则	223
第二节 海上货物运输保险保障的范围	226
第三节 我国海洋运输货物保险的险别与条款	229
第四节 我国陆运货物、空运货物及邮运货物保险	236

第一节 包销	329
第二节 代理	331
案例分析	332
本章小结	333
思考与练习	333
第十五章 拍卖和寄售	334
学习目标	334
第一节 拍卖	334
第二节 寄售	336
案例分析	337
本章小结	338
思考与练习	338
第十六章 招标与投标	339
学习目标	339
第一节 招标与投标	339
第二节 招投标的程序	340
案例分析	342
本章小结	342
思考与练习	343
第十七章 对等贸易	344
学习目标	344
第一节 对等贸易的基本概述	344
第二节 补偿贸易	346
案例分析	348
本章小结	349
思考与练习	349
第十八章 加工贸易	350
学习目标	350
第一节 加工贸易概述	350

第二节 加工贸易合同的签订	352
第三节 加工贸易合同的履行	355
案例分析	358
本章小结	359
思考与练习	359
附录 跟单信用证统一惯例(2007 年修订本)	360
参考文献	380

第一篇 概述

第一章

电子商务概述



【学习目标】

1. 了解电子商务产生与发展的条件及阶段;
2. 掌握电子商务的定义与分类;
3. 理解电子商务的内涵与特点;
4. 把握电子商务的作用与发展趋势。

随着因特网(Internet)在全球的迅猛发展,作为因特网最广阔应用领域的电子商务正受到世界各国政府和企业界的重视与积极的投入。电子商务作为一种新型的交易方式,为企业、消费者和政府建立了一种网络经济环境,人们不再受时空地域的限制,能够以快捷的方式完成繁杂的商务活动,以规范的工作流程提高人、财、物的利用率,极大地加快了信息传输和资金周转速度,简化了国际贸易的手续和过程,降低了国际贸易成本,扩大了世界市场的内涵和外延,并大大增加了国际贸易的机会。

第一节 电子商务的产生与发展

一、电子商务产生与发展的条件

电子商务最早产生于 20 世纪 60 年代,发展于 20 世纪 90 年代。其产生和发展的重要条件是:(1)计算机的广泛应用。近 30 年来,计算机的处理速度越来越快,处理能力越来越强,价格越来越低,应用越来越广泛,这为电子商务的应用

提供了基础。(2)网络的普及和成熟。由于 Internet 逐渐成为全球通信与交易的媒体,全球上网用户呈级数增长趋势,快捷、安全、低成本的特点为电子商务的发展提供了应用条件。(3)信用卡的普及应用。信用卡以其方便、快捷、安全等优点而成为人们消费支付的重要手段,并由此形成了完善的全球性信用卡计算机网络支付与结算系统,使“一卡在手、走遍全球”成为可能,同时也为电子商务中的网上支付提供了重要的手段。(4)安全电子交易协议的制定。1997年5月31日,由美国 Visa 和 Master Card 两大信用卡组织联合国际上多家科技机构,共同制定了应用于 Internet 上的以银行卡为基础进行在线交易的安全标准,即安全电子交易(Secure Electronic Transaction,简称 SET)协议。该协议得到了大多数厂商的认可和支 持,为开展电子商务提供了一个关键的安全环境。(5)政府的支持与推动。自 1997 年欧盟发布了欧洲电子商务协议,美国随后发布《全球电子商务纲要》之后,电子商务受到世界各国政府的重视,许多国家的政府开始尝试“网上采购”,这为电子商务的发展提供了有力的支持。

二、电子商务产生与发展的两个阶段

到目前为止,电子商务的产生和发展主要经历了两个阶段:

(一)20 世纪 60 年代至 90 年代——基于 EDI 的电子商务

从技术的角度来看,人类利用电子通讯的方式进行贸易活动已有几十年的历史了。早在 20 世纪 60 年代,人们就开始了用电报发送商务文件的工作。70 年代人们又普遍采用方便、快捷的传真机来替代电报,但是由于传真文件是通过纸面打印来传递和管理信息的,不能将信息直接转入信息系统中,因此人们开始采用 EDI(Electronic Data Interchange,电子数据交换)作为企业间电子商务的应用技术,这也就是电子商务的雏形。

EDI 在 20 世纪 60 年代末期产生于美国,当时的贸易商们在使用计算机处理各类商务文件的时候发现,由人工输入到一台计算机中的数据 70%是来源于另一台计算机输出的文件,由于过多的人为因素,影响了数据的准确性和工作效率的提高,人们开始尝试在贸易伙伴之间的计算机上使数据能够自动交换,EDI 就应运而生。

EDI 是将业务文件按一个公认的标准从一台计算机传输到另一台计算机上的电子传输方法。由于 EDI 大大减少了纸张票据,因此,人们也形象地称之为“无纸贸易”或“无纸交易”。

从技术上讲,EDI 包括硬件与软件两大部分。硬件主要是计算机网络,软件包括计算机软件和 EDI 标准。

从硬件方面讲,90年代之前的大多数 EDI 都不通过 Internet,而是通过租用的电脑线在专用网络上实现,这类专用的网络被称为 VAN(Value-Addle Network,增值网),这样做的目的主要是考虑到安全问题。但随着 Internet 安全性的日益提高,作为一个费用更低、覆盖面更广、服务更好的系统,其已表现出替代 VAN 而成为 EDI 的硬件载体的趋势,因此有人把通过 Internet 实现的 EDI 直接叫做 Internet EDI。

从软件方面看,EDI 所需要的软件主要是将用户数据库系统中的信息,翻译成 EDI 的标准格式以供传输交换。由于不同行业的企业是根据自己的业务特点来规定数据库的信息格式的,因此,当需要发送 EDI 文件时,从企业专有数据库中提取的信息,必须把它翻译成 EDI 的标准格式才能进行传输,这时就需要相关的 EDI 软件来帮忙了。EDI 软件主要有以下几种:(1)转换软件。转换软件可以帮助用户将原有计算机系统的文件,转换成翻译软件能够理解的平面文件,或是将从翻译软件接收来的平面文件,转换成原计算机系统文件。(2)翻译软件。将平面文件翻译成 EDI 标准格式,或将接收到的 EDI 标准格式翻译成平面文件。(3)通信软件。将 EDI 标准格式的文件外层加上通信信封,再送到 EDI 系统交换中心的邮箱,或由 EDI 系统交换中心将接收到的文件取回。

EDI 软件中除了计算机软件外还包括 EDI 标准。美国国家标准局曾制订了一个称为 ASCX. 12 的标准,用于美国国内。1986 年联合国主持制订了一个有关行政、商业及交通运输的电子数据交换标准,即国际标准——UN/EDIFACT(United Nations/Rulers For Electronic Data Interchange For Administration, Commerce and Transportation)。1997 年,ASCX. 12 被吸收到 EDIFACT,使国际间用统一的标准进行电子数据交换成为现实。

(二)20 世纪 90 年代以来——基于国际互联网的电子商务

20 世纪 90 年代中期后,国际互联网(Internet)迅速走向普及化,逐步地从大学、科研机构走向企业和百姓家庭,其功能也从信息共享演变成为一种大众化的信息传播工具。从 1991 年起,一直被排斥在互联网之外的商业贸易活动正式进入这个王国,因而使电子商务成为互联网应用的最大热点。这一方面推动了互联网以空前的速度和规模向前发展,另一方面也使电子商务进入了一个全新的发展阶段。据瑞典互联网流量监测机构 Pingdom 近日公布的数据显示,截至 2009 年,全球网站数量已经达到 2.34 亿家,2009 年新增 4700 万家,其中 .com 域名总量为 8180 万,.net 为 1230 万,.org 为 780 万,以国家代号命名的顶级域名(如“.cn”、“.uk”和“.de”等)为 7630 万;此外,全球网民总量已经达到 17.3 亿,其中亚洲为 7.38 亿。

与基于 EDI 的电子商务相比,基于 Internet 的电子商务具有以下一些明显的优势,这也是基于 Internet 的电子商务之所以对企业具有如此大的吸引力的主要原因。

1. 费用低廉。由于使用 VAN 的费用很高,仅大型企业才会使用,因此限制了基于 EDI 的电子商务应用范围的扩大。由于互联网是国际的开放性网络,使用费很便宜,一般来说,其费用不到 VAN 的四分之一,这一优势使得许多企业尤其是中小企业对其非常感兴趣。

2. 覆盖面广。互联网几乎遍及全球的各个角落,用户通过普通电话线或宽带等就可以方便地与贸易伙伴传递商业信息和文件。

3. 功能更全面。互联网可以全面支持不同类型的用户实现不同层次的商务目标,如发布电子商情、在线洽谈、建立虚拟商场或网上银行等。

4. 使用更灵活。基于互联网的电子商务可以不受特殊数据交换协议的限制,任何商业文件或单证都可以直接通过填写与现行的纸面单证格式一致的屏幕单证来完成,不需要再进行翻译,任何人都能看懂或直接使用。

第二节 电子商务的定义与分类

一、电子商务的定义

电子商务(Electronic Commerce 或 Electronic Business,简称 E-Commerce 或 E-Business)是指通过信息网络以电子数据信息流通的方式,在全世界范围内进行并完成的各种商务活动、交易活动、金融活动和相关的综合服务活动。电子商务从产生到现在虽然时间不长,但是发展迅速,对于电子商务的发展前景和即将带来的影响,已经受到世界各国政府和厂商企业等社会领域的广泛重视和积极参与,并正以越来越快的速度显著地改变着人们长期以来的各种传统贸易活动的内容和形式。

电子商务由于其自身的种种特点已广泛地引起了人们注意。但是人们对电子商务没有统一、规范的认识。电子商务的主要推动者——IT 厂商也出于各自的商业目的,对电子商务各执一词。这些使得本已对电子商务知之甚少的人们,对电子商务概念上的理解更加模糊不清。于是人们按照各自的理解为电子商务加上了定义。具体如下所述: