

应用型本科金融与贸易系列丛书

Guoji Maoyi Shiwu

国际贸易实务 (第2版)

米双红 丛书主编

卢晓晴◎主编



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
<http://www.phei.com.cn>

013025893

F740.4-43
77-2

应用型本科金融与贸易系列丛书

Guoji Maoyi Shiwu

国际贸易实务 (第2版)

图书馆

米双红 丛书主编

卢晓晴◎主编



北航

C1633041

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京·BEIJING

F740.4-43
77-2

008018110

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。
版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务/卢晓晴主编. —2版. —北京:电子工业出版社, 2013.3
(应用型本科金融与贸易系列丛书)

ISBN 978-7-121-18984-5

I. ①国… II. ①卢… III. ①国际贸易—贸易实务—高等学校—教材 IV. ①F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 274703 号

策划编辑: 晋 晶

责任编辑: 刘淑敏

印 刷: 三河市鑫金马印装有限公司

装 订: 三河市鑫金马印装有限公司

出版发行: 电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本: 787×980 1/16 印张: 16.75 字数: 386 千字

印 次: 2013 年 3 月第 1 次印刷

定 价: 35.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题, 请向购买书店调换。若书店售缺, 请与本社发行部联系, 联系及邮购电话: (010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltz@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线: (010) 88258888。

总序

FOREWORD

21 世纪, 社会加速发展、科技不断进步、文化日益繁荣, 我们将迎来一个崭新的时代——国际经济联系跨越式增强、科技发展一日千里、发明创造层出不穷、知识更新日新月异的“全球化知识经济”时代。

“全球化知识经济”时代有两大特征, 一是经济国际化, 二是经济知识化。经济国际化意味着国际分工、合作的加强与深化, 使金融国际化的格局逐步形成。经济知识化, 使发展教育事业、不断优化知识结构、提高知识水平成为人们的普遍要求。经济国际化和经济知识化的相互渗透, 使世界各国卷进竞争的洪流中。国际竞争的实质就是各国经济的竞争, 经济的竞争就是科技的竞争和人才的竞争。科技竞争和人才竞争归根结底是教育的竞争。因此, 大力发展教育事业, 培养优秀人才就成为取得国际竞争胜利的关键。

在 21 世纪之初, 党中央就及时提出了“科教兴国”、“人才兴国”的战略决策, 党的十七大进一步明确提出我国要形成全民学习、终身学习的社会风气, 建造学习型社会, 促进人的全面发展。这在一个新的高度确定了我国高等教育的地位、作用和任务, 对发展高等教育提出了更新、更高的要求。

金融与贸易知识的教育是“全球化知识经济”时代高等教育的必然趋势和重要组成部分, 一方面, 它起点高、起步快, 取得的成效显著; 但另一方面, 在不少高校, 仍然积累少, 面临着许多新的挑战。

我国高校金融与贸易学科知识的教育要完成自己的历史使命, 从根本上说就是要全面提高教育教学质量, 这涉及多方面的工作, 但抓好教材建设是提高教学质量的中心环节。

为适应这一需要, 满足广大学生和读者对新型、适用教材的普遍要求, 电子工业出版社邀请国内知名专家、学者对金融与贸易学科知识教育的教学改革与教材建设进行专题研讨, 成立了教材编委员会。教材编委员会经过认真遴选, 选择了一批富有教学经验的优秀教师编写金融与贸易类专业主干课程教材。

本套教材试图将经济理论与中国经济, 特别与改革开放前沿地区经济的具体实践融合起来, 结合具体授课对象的接受能力; 针对目前国内经济类本科教材侧重理论层面、专科教材侧重操作层面的现状, 本教材力争实现理论与实践并重, 构建自己的特色; 以各课程的基本支柱为切入点, 系统阐述基本原理; 密切注视经济理论与实践发展的最新动态。每章通过学习目标、案例与点评等形式进行深入浅出的讲述, 增强教材的阅读性和可接受性。

本系列教材有如下五大特色:

1. 内容全面。各教材阐明了相关学科的研究对象、学习意义、主要内容和学习方法;详细阐述了学科的理论基础和具体业务的实际操作方法;介绍了相关领域的政策和法规;探索了学科发展趋势等前沿问题。

2. 易教易学。本教材在每章正文之前有学习目标,每章之后提出了本章的重要概念,布置了复习思考题,并提供相关教辅下载。非常便于教师教学,同时也便于学生学习和理解。

3. 实用生动。该系列教材每章都附有丰富案例并配有案例指导。这使教材具有鲜明而强烈的实用性,也使教材活泼生动。

4. 体系新颖。该系列教材中有一部分教材收录了与学科相应的法律法规,使学生在掌握学科知识的同时,熟悉相关法律知识,为进入社会打下良好基础。这在其他教材中是少见的。

5. 资料最新。本教材的内容、数据尽量采用最新资料。

本教材可供高等院校经济类、管理类本、专科生,特别是独立本科院校经济类、管理类学生使用,也可供经济工作者和自学人员参考。

这套教材在策划和编写出版的过程中,得到了安少华教授、程发良教授、邓成良教授等的大力支持和帮助,也得到了电子工业出版社编辑的关心和帮助,在此谨表深切谢意。我们相信,随着我国高等教育的发展和教学改革的不深入,特别是随着教育部“高等学校教学质量和教学改革工程”的启动和实施,这套适应应用型人才培养要求的高等教育教材将为促进我国高校教学质量的提高做出应有的贡献。

米双红

前言

PREFACE

随着经济全球化和贸易自动化趋势的深化和中国对外开放程度的加深,在中国驾驭经济运行的三驾马车之一——进出口贸易的贸易额已达 21 738 亿美元,从事国际商务工作的人员需求日趋增加。社会上需要成千上万的熟悉国际贸易运作程序、能够熟练掌握国际贸易环节具体业务的国际商务人员。

国际贸易实务是一门专门研究国际间商品交换的具体过程的学科,是一门理论与实践紧密结合并具有鲜明涉外活动特点的实践性很强的应用科学。它涉及国际贸易理论与政策、国际贸易法律与惯例、国际金融、国际货物运输与保险、外贸统计与会计等学科的基本原理与基本知识的运用。

书场上由综合性大学和高职类院校编写的同类教材较多,但细心观察就会发现,目前几乎没有适用应用型本(专)科院校的教材。为弥补这方面的空缺,我们在编写国际贸易实务教材时,重点突出教材内容的实用性和新颖性的特点。具体表现在:①本着在校学生出去工作立即可以做到无缝对接的要求,教材特别安排了单证实训章节。②利用实际案例分析来增强课程的生动性、实用性,以提高读者对有关知识的综合分析理解能力;③对未来外贸运行的重点模式——电子商务进行重点介绍;④将国际贸易领域最新的变化动态纳入本教材中。如对《国际贸易术语解释通则 2010》和《跟单信用证统一惯例》(国际商会第 600 号出版物)的介绍。

本教材可能存在问题 and 不足,我们殷切希望各方的读者对教材提出批评和建议。

编 者

目录 CONTENTS

第一章 商品的品名、品质、数量和包装	1
第一节 商品的品名	1
第二节 商品的品质	2
第三节 商品的数量	7
第四节 商品的包装	12
小结	20
重要概念	21
选择题	21
思考题	22
第二章 国际货物买卖合同中的价格条款	23
第一节 国际贸易术语概述	24
第二节 适合任何运输方式的贸易术语	28
第三节 适合海运及内河运输的贸易术语	34
第四节 贸易术语的选择和应用	40
第五节 买卖合同中的价格	43
小结	50
重要概念	51
思考题	51
第三章 国际货物买卖合同中的装运条款	53
第一节 国际贸易货物运输方式	53
第二节 运输单据	63
第三节 装运条款的内容	71
第四节 装运条款的注意事项	74
小结	76
重要概念	76
思考题	76

第四章 国际货物买卖合同中的货运保险条款	78
第一节 保险的概述	78
第二节 海上货物运输保险承保的范围	80
第三节 我国海洋运输货物保险条款	84
第四节 伦敦保险协会海洋运输货物保险条款	89
第五节 保险业务和保险条款	91
小结	97
重要概念	97
思考题	97
第五章 国际货物买卖合同中的支付条款	99
第一节 支付工具	99
第二节 支付方式	103
第三节 支付条款的内容及注意事项	117
小结	120
重要概念	121
思考题	121
第六章 争议的预防与处理条款	123
第一节 异议与索赔	123
第二节 不可抗力	126
第三节 仲裁	129
小结	132
重要概念	133
思考题	133
第七章 国际货物买卖合同的商定	134
第一节 交易磋商的内容和程序	135
第二节 合同的订立与生效	140
小结	142
重要概念	142
思考题	142
第八章 国际货物买卖合同的履行	144
第一节 国际货物买卖合同签订、履行前的准备工作	144

第二节 出口合同的履行	148
第三节 进口合同的履行	155
第四节 违约处理	158
第五节 电子商务下贸易合同的履行	165
小结	168
重要概念	168
思考题	169
第九章 国际贸易方式	170
第一节 经销、代理和寄售	170
第二节 拍卖和展卖	175
第三节 招标与投标	176
第四节 对等贸易和加工贸易	178
第五节 期货贸易	182
第六节 电子商务	185
小结	199
重要概念	199
思考题	199
第十章 外贸单证的缮制与填写	201
第一节 汇票的缮制与填写	201
第二节 商业发票的缮制与填写	204
第三节 海运提单的内容与缮制	211
第四节 保险单的缮制与填写	216
第五节 原产地证书的缮制与填写	221
第六节 商品检验证书的缮制与填写	225
第七节 进出口报关单的缮制与填写	230
第八节 其他单证简介	236
小结	243
重要概念	243
思考题	243
附录 A	244
跟单信用证统一惯例——2007 年修订本, 国际商会第 600 号出版物 (简称“UCP600”)	244
参考文献	260

第一章 商品的品名、品质、数量和包装

► 学习目标

1. 了解商品品质的表示方法。
2. 掌握数量的计量方法和订立数量的条款内容。
3. 掌握运输包装和运输标志内容。

► 案例导读

A 公司按凭样品成交的方式,从国外 B 公司进口当饲料用的谷物,由于 B 公司交货品质太好,使 A 公司的国家海关误以为是供人食用的谷物而课以重税,增加了 A 公司的税收负担。因此, A 公司要求 B 公司赔偿因交货品质与样品不同而造成的关税差额损失。请问:如上诉法庭,法院将如何判决,产生纠纷的原因何在?

点评: A 公司胜诉, B 公司必须赔偿损失,因为合同规定了凭样品交货, B 公司就必须严格执行,交货质量高于或低于样品质量都是违约行为。

第一节 商品的品名

一、在合同中列明商品品名的意义

商品的名称(Name of Commodity)又称“品名”,是指一种商品区别于其他商品的称呼或文字,是合同标的的具体名称。国际贸易与一般的零售贸易不同,在国际贸易中,一手交钱,一手交货的情况极为少见,而且,国际货物买卖,从签订合同到具体交货相隔很长一段时间,并没有看到具体的商品,只是凭借对对方的信任和对所要购货物的描述来确定交易的标的。按照有关法律和惯例,作为标的物的交易商品其具体名称是构成商品说明的一个主要组成部分,因此,在合同中列明商品的名称,就成为必不可少的条件。

二、品名条款的内容

国际货物买卖合同中品名条款的格式一般比较简单,通常都是在“商品名称”或“品名”的标题下,列明交易双方成交商品的名称;也可以省略标题,在合同开头部分直接用文字说明,如“买卖双方同意买卖某种商品”的文句。

一般商品有时也可只列明买卖双方意欲买卖的商品名称。如核桃仁、自行车、铜矿砂等。但是,一种商品往往有许多不同的品种、型号、等级。为明确起见,也可把有关品种或品质、产地或型号的概括描述包括进去,出现品名条款和品质条款合并的情况,如“永久牌自行车”。买卖合同中有关商品的规定,并没有统一的、固定不变的格式。如何规定,可在具体交易中

根据买卖双方当事人的意思予以确定。

三、品名条款规定的注意事项

在国际货物买卖合同中，由于品名条款是合同的主要条件，因此对品名条款的规定，应当注意下列事项。

1) 品名必须是商品的正式全称。必须针对商品实际情况，在条款中做出实事求是的规定，避免使用做不到或不必要的描述性词句。

2) 品名必须明确具体，避免空泛、笼统。要和海关、税务部门规范的名称相吻合，要尽可能使用国际上的通用名称，避免误解。如使用地方性的名称，交易双方事先应就其含义达成共识。如果是新商品的定名或译名，则力求易懂、准确且符合国际习惯。曾有这样一个案例，中国某企业向中东国家出口一批产品，买卖合同中规定的品名为“Cider”，而我方交货时在包装上却印成“Apple Wine”的字样。虽然二者中文的含义基本一样（苹果汁与苹果酒），但是在海关的监管、税收和统计分类上却大不相同，特别是中东伊斯兰教国家对进口酒类有严格的限制，结果给对方造成不必要的税率损失，于是，对方向我方提出索赔。因此，我们在签订合同时必须对这些细节加以注意。

3) 应该选择对我方有利的名称。商品名称不同，关税税率有别，配额约束也不同，为节省开支，减少关税负担和避免非关税壁垒的限制，在符合外贸政策的前提下，从中选择有利于减低关税或方便进出口的名称，作为商品的品名。

4) 目前通行的班轮运费是按商品等级规定收费标准的。由于商品名称的不统一，存在着同一商品因名称不同而收取的费率迥异的现象。由此可见，选择合适的品名，是节省运费开支、降低成本的一大重要方面。

第二节 商品的品质

商品的品质是买卖双方最主要的交易条件之一，它不仅关系到商品的使用效能和售价高低，也关系到商品的销路和企业的声誉。在当代国际市场竞争日趋激烈的情况下，提高商品的质量是增强企业竞争能力的主要手段之一。

一、商品品质的概念

商品的品质（Quality of Goods）又称“质量”，是指商品的外观形态和内在特性的综合。前者包括商品的外形、色泽、款式、透明度、味觉等；后者包括商品的物理性能、机械性能、化学成分和生物特征、技术指标等。它是决定商品使用效能和价格高低的基本因素，也是买卖双方签订和履行合同的依据。

二、商品品质的表示方法

国际贸易中所交易的商品种类繁多，特点各异，故表示品质的方法也多种多样。归纳起

来, 包括以实物表示或凭文字说明表示两类。

(一) 以实物表示品质

以实物表示品质包括成交商品的实际品质 (Actual Quality) 和凭样品 (Sample) 两种表示方法。前者指看货买卖; 后者指凭样品买卖。

1. 看货买卖

看货买卖即根据交易商品的实际品质买卖。采取这种成交方法, 交易往往在卖方所在地进行。由买方或其代理人看货, 只要他认为商品的品质符合购买意图, 就可以看货成交。如果卖方所交付的是所验看的商品, 买方就不得对品质提出异议。

在国际贸易中, 由于交易双方一般相距遥远, 买方到卖方所在地看货有诸多不便, 即使到现场看货, 也难以逐件检验, 因此在实际交易中采用看货交易方式的较少, 这种方式多用于寄售、拍卖和展卖业务。

2. 凭样品买卖 (Sale by Sample)

样品通常是指从一批商品中抽出来的或由生产、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。凡以样品表示商品品质并以此作为交货依据的, 称为“凭样品买卖”。

在国际贸易中, 样品按提供者的不同分为以下 3 种。

1) 卖方样品 (Seller's Sample)。由卖方提供的样品称为“卖方样品”。凡凭卖方样品作为交货的品质依据者, 称为“凭卖方样品买卖”。在此情况下, 在买卖合同中应订明“品质以卖方样品为准” (Quality as Per Seller's Sample)。日后, 卖方所交正货的品质, 必须与其提供的样品相同。

2) 买方样品 (Buyer's Sample)。买方为了使其订购的商品符合自身要求, 有时提供样品交由卖方依样承制, 如卖方同意按买方提供的样品成交, 称为“凭买方样品买卖”。在这种场合, 买卖合同中应订明“应以买方样品为准” (Quality as Per Buyer's Sample)。日后, 卖方所交正货的品质, 必须与买方样品相符。如凭买方样品买卖, 通常应在合同中规定“如样品有侵权行为发生, 责任由买方承担”, 以防今后发生不必要的麻烦。

3) 对等样品 (Counter Sample)。在国际贸易中, 谨慎的卖方往往不愿意承接凭买方样品交货的交易, 以免因货品质与买方样品不符而招致买方索赔甚至退货的危险。在此情况下, 卖方可根据买方提供的样品, 加工复制出一个类似的样品交买方确认, 这种经确认后的样品, 称为“对等样品”或“回样”, 也称为“确认样品” (Confirming Sample)。当对等样品被买方确认后, 则日后卖方所交商品的品质, 必须以对等样品为准。

在国际贸易中单纯凭样品买卖成交的并不多, 因为无论凭哪种样品买卖, 卖方都有承担交货品质与货样一致的责任, 这极易引起纠纷。对于货、样不能做到完全一致的商品, 不易采用凭样品买卖, 必须采用时, 应在合同中写入“品质与样品大致相同” (quality shall be about equal to the sample), 或“品质与样品近似” (quality is nearly same as the sample) 以避免纠纷。在国际贸易中, 为了增加对彼此商品的了解, 买卖双方相互寄送样品的情况十分普遍。如果



这样做只是为了介绍商品，合同中没有规定以样品为准，那这种样品就不是标准样品，也不是凭样品交易，卖方交货不受样品约束。为了明确起见，寄送这种样品应注明仅供参考（For Reference Only），以免与标准样品混淆。

（二）凭说明表示品质

所谓凭说明表示品质，是指用文字、图表等方式来说明成交商品的品质。在这类表示品质的方法中，可细分为下列几种。

1. 凭规格买卖（Sale by Specification）

商品规格（Specification）是指用来反映商品品质的若干主要指标，如化学成分、含量、纯度、性能、容量、长短、粗细等。在国际贸易中，买卖双方洽谈交易时，对于适于凭规格买卖的商品，应提供具体规格来说明商品的基本品质状况，并在合同中订明。凭规格买卖时，说明商品品质的指标因商品不同而不同，即使是同一商品，因用途不同，对规格的要求也会有差异。由于这种表示品质的方法明确具体，简单易行，故其在国际贸易中被广泛运用。

2. 凭等级买卖（Sale by Grade）

商品的等级是指同类商品按其品质差异或精度、纯度不同所作的分类。不同的级别代表不同的品质，而同一等级都规定有相对固定的规格。凭等级买卖通常只说明商品的级别就可以确定买卖商品的品质，例如，桑蚕丝共分 12 个品级，用简明符号表示为 6A、5A、4A、3A、2A、A、B、C、D、E、F、G。又如，皮蛋按重量、大小分为奎、排、特、顶、大五级。奎级为每千只 75 公斤以上，其后每差一级，减 5 公斤。商品的等级，一般是出口商或制造商根据其长期生产的经验及对该商品的了解，在掌握其产品品质规律的基础上制定出来的。这种表示商品品质的方法有助于更好地满足各种不同消费者的需求，简化交易手续，做到优质优价，同时有利于安排生产和加工整理工作的进行。但是，这种由个别厂商制定的等级并没有约束力，买卖双方在实际操作中完全可以根据自己的需求予以调整和变更。

3. 凭标准买卖（Sale by Standard）

商品的标准是指将商品的规格和等级予以标准化。它是由国家或有关政府部门规定，或由同业公会、交易所或国际性的工商组织规定的

在我国，商品的标准通常由国家和有关部门规定。根据《中华人民共和国标准法》的规定，我国现行的标准分为四级，即国家标准、行业标准、地方标准和企业标准。

在国外，商品的标准分为五类：①企业标准；②团体标准，如美国试验材料协会（ASTM）标准；③国家标准，如美国为“ANSI”，德国为“DIN”，法国为“NF”，英国为“BS”，日本为“JIS”等；④区域标准，如欧洲标准化协会制定的标准；⑤国际标准，如国际标准化组织（ISO）制定的各种标准。

国际贸易中采用的各种标准，有些具有法律上的约束力，凡品质不符合标准要求的商品，不许进口或出口。但也有些标准不具有法律上的约束力，仅供交易双方参考使用，买卖双方洽商交易时，可另行商定对品质的具体要求。

除了等级和标准外，目前还有一些初级产品的交易，由于长期形成的习惯或出口的国家

尚未对产品予以等级化和标准化，也可采用下列两种方法说明其品质。

第一，良好平均品质（Fair Average Quality, FAQ）。

良好平均品质是指一定时期内某地出口商品的平均品质水平。这是在国际市场上买卖农副产品时，常见的一种“标准”。我国出口某些农副产品也采用 FAQ 标准，习惯上称为“大路货”，是与“精选货”相对而言的，而且除了在合同中表明大路货外，还订有具体规格。例如，花生仁，大路货：水分不超过 13%；破碎粒不超过 6%；杂质最高 2%；含油量最低 44%。

第二，上好可销品质（Good Merchantable Quality, GMQ）。

上好可销品质是指品质上好，可以销售。在国际贸易中，有些商品没有公认的规格和等级，如冷冻鱼虾、木材等，有时卖方在交货时，只要保证所交的商品在品质上具有“商销性”即可。但由于这种表示方法的含义笼统，难以掌握，履约时容易引起争议，故不宜采用。如果卖方交货时因采用这一标准而发生争议，通常由同业公会聘请专家以仲裁方式解决。

4. 凭商标或品牌买卖（Sale by Trade Mark or by Brand）

商标（Trade Mark）是指生产者或经营者用来说明其生产或销售商品的标志。它可以由几个有特色的文字、图形、字母、数字组合而成。品牌（Brand）是指厂商或销售商所生产或销售商品的牌号，其目的是借以辨认某个销售者或某群销售者的产品或服务，并使之与竞争对手的产品或服务区别开来。

在国际贸易中，市场上销售已久、质量稳定、信誉良好并为买方或消费者所熟悉喜爱的产品，可以凭牌号或商标来规定商品的质量，这种方法称为凭牌号或商标买卖，如可口可乐。但是，许多知名品牌，如 IBM，由于其产品品种多样性，是不可能仅凭商标品牌成交的，还应在合同中明确规定品质指标或技术说明。

5. 凭产地名称买卖（Sale by Name of Origin）

我国有些地区的产品，因产地的自然条件及传统加工工艺等因素的影响，在品质方面具有其他产区的产品不具有的独特风格和特色。对于这类商品，也可以采用名称来表示其独特的品质，如“景德镇瓷器”、“四川涪陵榨菜”、“湘绣”等。根据 WTO 的规定，因地域特色而造就的优良产品，可以申请产地名称的保护，如“西湖龙井绿茶”。交易时只要说明其产地就能完全代表商品的品质。

6. 凭说明书和图样买卖（Sale by Description and Illustration）

在国际贸易中，有些机械、电器、仪表、大型设备等技术密集型产品，由于其结构和性能复杂，安装、使用、维修都有一定的操作规程，无法以样品或简单的几项指标来表明全貌。对于这类产品，买卖双方除了要规定其名称、商品牌号、型号等外，通常还必须采用说明书介绍该产品的构造、产品性能、使用方法、注意事项等，必要时还应辅以图纸、照片等来完整说明它的质量特征。

凭说明书和图样买卖时，要求所交的货物必须符合说明书所规定的各项指标。但由于技术产品的结构复杂，技术性能的发挥又常常依赖于一定外部环境和调试能力，所以往往要订



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品质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、或部件的工艺不良、或因原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”。

有些特殊商品,既无法用文字简单概括其质量,也没有质量完全相同的样品可以作为交易质量的依据,如珠宝、古董、名画等。对于这类具有独特性质的商品,买卖双方只能看货洽谈,按货物实际情况达成交易。

三、商品品质条款

品质条款中应写明商品的名称和规格、等级等,或说明样品的编号和日期。根据商品的特性,可分别采用文字说明或样品或两者兼用。

(一) 规定品质机动幅度

在国际贸易中,卖方交货品质必须严格与买卖合同规定的品质条款相符。但在实际业务中,由于产品特征、生产条件、运输条件及气候等原因,卖方要使商品完全符合合同规定的品质条款并非易事,为保证交易的顺利进行,通常的做法是对一些商品的规格做弹性处理,即在合同中加列品质机动幅度和品质公差条款。

1. 品质机动幅度

品质机动幅度条款是指允许卖方所交货物的品质指标在一定的幅度范围内有灵活性,只要卖方所交货物的品质没有超出机动幅度范围,买方就无权拒收货物。这一方法主要适用于初级产品,以及一些工业制成品的质量指标。关于品质机动幅度,有以下几种订法。

(1) 规定范围

规定范围是指对某些商品的品质规格,允许其在一定的幅度范围内波动。例如,棉布的宽度 35~36 英寸,即卖方所交的棉布宽度只要在 35 英寸和 36 英寸之间均属符合规定。

(2) 规定上下极限

例如,最大(Maximum, Max),最小(Minimum, Min)。例如,大豆:水分最高 13%,含油量最低 19%。鱼粉:蛋白质最低 55%,脂肪最高 11%。

(3) 规定上下差异

即允许交货品质在某一指标上下的一定范围内波动。例如,灰鸭毛,含绒量 18%,上下 1%。

在品质机动幅度范围内,交货品质如有上下浮动,一般均按合同价计价,而不另作调整,但有些货物,如果经买卖双方协商同意,也可在合同中规定按交货的品质情况加价或减价,这就是所谓的品质增减价条款。例如,出口白砂糖,以旋光度 96 作为标准,每超过 1 度溢价 1.4%,每低 1 度折让 1.5%,不足 1 度按比例计算,但所装货物若低于 93 度,买方有权拒收。

2. 品质公差

品质公差是指允许交付货物的特定质量指标有公认的差异。在工业制成品生产过程中,

产品的质量指标出现一定的误差是不可避免的,如电机的机械率为 $70\% \pm 5\%$,像这样的误差,即使在合同中没有规定,只要卖方交货品质在公差范围内,也不能视做违约。但为了明确起见,还应在合同品质条款中订明一定幅度的公差,即允许卖方交货品质可高于或低于合同规定的品质指标,也就是国际间同行业所公认的产品品质误差,如“尺码允许有 $\pm 3\% \sim 5\%$ 的合理公差”。

对于在机动幅度内的品质差异,价格一般按合同单价计算,不做调整。但如果有些品质指标的变动,会给商品质量带来实质性的变化,为了体现按质论价,经双方协商同意,可以在合同中订立品质增减价条款,如“大豆,含油量不低于 20% ,以 20% 为基础,含油量 $\pm 1\%$,价格 $\pm 2\%$ ”。

(二) 正确运用各种表示品质的方法

在销售某一商品时,能够用文字说明表示商品品质的,就不要用样品。如果某些商品既用文字说明又用样品表示商品质量,则一旦成交,卖方必须保证实际交付的商品品质既要符合文字说明又要和样品保持一致。

用文字说明表示商品品质的方法有多种,双方既可以约定单独使用某一种方法,如等级;也可以采取两种或两种以上的方法结合使用,如既列明等级,又注明具体规格。但是凡是能够用一种方法来表示商品品质的,就不宜采用两种或两种以上的方法,以免顾此失彼,给履约带来困难。

(三) 品质条款要有合理性

为了防止品质纠纷,合同中的品质条款应尽量明确具体,避免含混不清、模棱两可。用词既不能绝对化,如“猪肉不含猪毛”等条件苛刻的词句,也不宜采用如“大约”、“左右”等用语;所涉及的数据应力求明确,而且要切合实际,避免订得过高、过低、过繁,或过细。

想一想

“海尔”牌彩色电视机,中国制造,型号 SC256,制式 PAL/BG,220 伏,50 赫兹,双圆头插座带遥控。

“Haier” Brand Colour Television Set, Made In China, Model SC256, PAL/BG System, 220V, 50Hz, Two Round Pin Plug, With Reth Remote Control.

这个品质条款中采用了几种表示商品品质的方法?

第三节 商品的数量

商品的数量是国际货物买卖合同中不可缺少的主要条款之一。在国际贸易中买卖双方以一定数量的商品与一定金额的货款互换构成一笔交易,在交易中卖方的交货数量必须与合同中规定的相符,否则买方有权提出索赔,甚至拒收货物。因此,正确掌握好成交数量和订好

合同中的数量条款,具有十分重要的意义。

商品的数量是指以一定的度量衡单位表示的商品的重量、个数、长度、面积、体积、容积等。在国际贸易中的数量条款是双方交接货物的数量依据。如果不明确卖方应交付多少货物,不仅无法确定买方应该支付多少金额的货款,而且不同的量有时会影响到价格及其他交易条件。有些国家规定,卖方所交货的数量如果少于合同规定的数量,买方有权提出索赔,甚至拒收货物;卖方所交货物如果多于合同规定的数量,买方可以选择拒收或接受,或只拒收多交部分。《联合国国际货物销售合同公约》规定,买方可以收取也可以拒绝收取全部多交货物或部分多交货物。但如果卖方短交,可以允许卖方在规定交货期满之前补齐,但不得使买方遭受不合理的不便或承担不合理的开支,即使如此,买方也保留有要求损害赔偿的权利。可见,在国际买卖合同中合理准确规定商品数量十分重要。

一、商品的计量单位

商品的计量单位应根据商品的不同性质而定。在国际贸易中,由于各国度量衡制度不同,所以计量单位和计量方法也多种多样。了解各种度量衡制度,熟悉各种计量单位的特定含义和计量方法,是从事国际贸易人员所必须具备的基本常识。常用的计量单位有以下几种。

1. 重量单位

按重量计量商品数量是当今国际贸易中使用最广的一种。适用商品包括:一般天然产品,以及部分工业制成品,如羊毛、棉花、谷物、矿产品、油类、沙盐、药品等。

常用计量单位有:公吨(metric ton)、长吨(long ton)、短吨(short ton)、公斤(kilogram)、克(gram)、磅(pound)、盎司(ounce)等。

2. 按体积计量

适用商品包括:木材、天然气及化学气体等商品。

常用计量单位有:立方米(cubic meter)、立方码(cubic yard)、立方英尺(cubic foot)、立方英寸(cubic inch)。

3. 按容积计量

适用商品包括:谷物类及部分流体、气体物品等。

常用计量单位有:公升(litre)、加仑(gallon)、蒲式耳(bushel)等。其中,公升和加仑主要用于酒类、油类等液体商品;蒲式耳是美国用于各种谷物容积的计量单位。

4. 按面积计量

适用商品包括:玻璃板、地毯、皮革等。

常用计量单位有:平方米(square meter)、平方码(square yard)、平方英尺(square foot)、平方英寸(square inch)等。

5. 按长度计量

适用商品包括:金属绳索、丝绸、布匹等。

常用计量单位有:米(meter)、码(yard)、英尺(foot)、厘米(centimeter)等。