



21世纪高职高专规划教材

国际贸易系列

国际贸易实务

任丽萍 陈伟 主编



清华大学出版社 • 北京交通大学出版社

►► 21 世纪高职高专规划教材·国际贸易系列

国际贸易实务

任丽萍 陈 伟 主 编

清华大学出版社
北京交通大学出版社

· 北京 ·

内 容 简 介

本书主要以国际货物买卖合同为中心,以我国进出口贸易实践为背景,采用最新的国际贸易法律和惯例,全面地介绍了从事国际贸易的基本业务知识和程序、具体操作技能和主要法律惯例。

本书通俗易懂,兼具知识性、实用性和可操作性。本书主要围绕职业技能,系统介绍、训练并尽可能采用实物、实例来说明问题,并在每章后附有相应的思考题和案例分析。

本书可作为高等职业教育国际贸易、世界经济等涉外专业的教材,同时也是财经专业学生、广大经济工作者了解和学习国际贸易实务知识的参考用书。

版权所有,翻印必究。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

(本书防伪标签采用清华大学核研院专有核径迹膜防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。)

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务/任丽萍,陈伟主编. —北京:清华大学出版社;北京交通大学出版社, 2005. 2

(21世纪高职高专规划教材·国际贸易系列)

ISBN 7-81082-375-2

I. 国… II. ①任… ②陈… ③刘… III. 国际贸易-贸易实务-高等学校:技术学校-教材 IV. F740.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2004)第006937号

责任编辑:张利军

出版者:清华大学出版社 邮编:100084 电话:010-62776969 <http://www.tup.com.cn>
北京交通大学出版社 邮编:100044 电话:010-51686414 <http://press.bjtu.edu.cn>

印刷者:北京瑞达方舟印务有限公司

发行者:新华书店总店北京发行所

开本:185×230 印张:15.25 字数:361千字

版次:2005年2月第1版 2005年2月第1次印刷

书号:ISBN 7-81082-375-2/F·90

印数:1~4000册 定价:23.00元

出版说明

高职高专教育是我国高等教育的重要组成部分，它的根本任务是培养生产、建设、管理和服务第一线需要的德、智、体、美全面发展的高等技术应用型专门人才，所培养的学生在掌握必要的基础理论和专业知识的基础上，应重点掌握从事本专业领域实际工作的基本知识和职业技能，因而与其对应的教材也必须有自己的体系和特色。

为了适应我国高职高专教育发展及其对教学改革和教材建设的需要，在教育部的指导下，我们在全中国范围内组织并成立了“21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会”（以下简称“教材研究与编审委员会”）。“教材研究与编审委员会”的成员单位皆为教学改革成效较大、办学特色鲜明、办学实力强的高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院，其中一些学校是国家重点建设的示范性职业技术学院。

为了保证规划教材的出版质量，“教材研究与编审委员会”在全国范围内选聘“21世纪高职高专规划教材编审委员会”（以下简称“教材编审委员会”）成员和征集教材，并要求“教材编审委员会”成员和规划教材的编著者必须是从事高职高专教学第一线的优秀教师或生产第一线的专家。“教材编审委员会”组织各专业的专家、教授对所征集的教材进行评选，对所选教材进行审定。

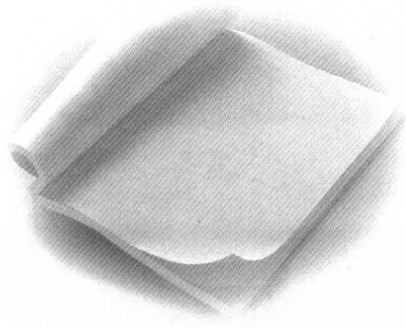
目前，“教材研究与编审委员会”计划用2~3年的时间出版各类高职高专教材200种，范围覆盖计算机应用、电子电气、财会与管理、商务英语等专业的主要课程。此次规划教材全部按教育部制定的“高职高专教育基础课程教学基本要求”编写，其中部分教材是教育部《新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目计划》的研究成果。此次规划教材按照突出应用性、实践性和针对性的原则编写并重组系列课程教材结构，力求反映高职高专课程和教学内容体系改革方向；反映当前教学的新内容，突出基础理论知识的应用和实践技能的培养；适应“实践的要求和岗位的需要”，不依照“学科”体系，即贴近岗位，淡化学科；在兼顾理论和实践内容的同时，避免“全”而“深”的面面俱到，基础理论以应用为目的，以必要、够用为度；尽量体现新知识、新技术、新工艺、新方法，以利于学生综合素质的形成和科学思维方式与创新能力的培养。

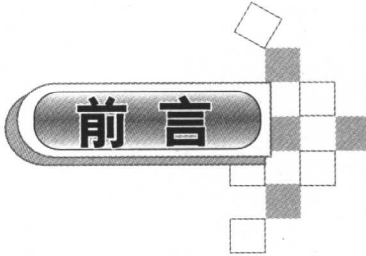
此外，为了使规划教材更具广泛性、科学性、先进性和代表性，我们希望全国从事高职高专教育的院校能够积极加入到“教材研究与编审委员会”中来，推荐“教材编审委员会”成员和有特色的、有创新的教材。同时，希望将教学实践中的意见与建议，及时反馈给我们，以便对已出版的教材不断修订、完善，不断提高教材质量，完善教材体系，为社会奉献更多更新的与高职高专教育配套的高质量教材。

此次所有规划教材由全国重点大学出版社——清华大学出版社与北京交通大学出版社联合出版，适合于各类高等专科学校、高等职业学校、成人高等学校及高等院校主办的二级职业技术学院使用。

21世纪高职高专教育教材研究与编审委员会

2005年2月





前言

面对经济全球化和我国加入世界贸易组织（WTO）的新形势，全面提高参与世界经济的水平已成为我国经济发展的重要手段。党的十六大报告指出，要适应经济全球化和加入世贸组织的新形势，在更大范围、更广领域和更高层次上参与国际经济技术合作和竞争，充分利用国际和国内两个市场，优化资源配置，拓宽发展空间，以开放促改革促发展。这一切将为我国对外贸易的发展翻开崭新的一页，也使我国企业都不可避免地面临着激烈的国际市场竞争，而企业的竞争归根结底将是人才的竞争。为此，培养多层次的、懂得世界贸易规则的国际经贸经营管理人才才是关键。

本书结合高等职业教育的培养目标和规格要求，试图满足“理论够用、技能为主”的高职高专教育特色，侧重强调对学生动手能力、实际操作能力的培养。它是高职院校国际贸易、世界经济等涉外专业的理想教材，同时也是财经专业学生、广大经济工作者了解和學習国际贸易实务知识的参考用书。

本书以国际货物买卖合同为中心，以我国进出口贸易实践为背景，采用《中华人民共和国合同法》、《2000年国际贸易术语解释通则》等最新的国际贸易法律和惯例，全面地介绍了从事国际贸易的基本业务知识和程序、具体操作技能和主要法律惯例。本书编写时主要围绕职业技能，系统介绍、训练并尽可能采用实物、实例来说明。为了培养学生的职业技能、动手能力及创新精神，达到学以致用，本书在每章附有相应的思考题和案例分析题。

本书由任丽萍、陈伟担任主编，负责总纂和统稿。本书的编写大纲由任丽萍起草，并经陈伟修改。参加本书编写的有任丽萍（负责编写第2、3、4、6章及附录B）、陈伟（负责编写第1、5、11、12章）、刘维瑛（负责编写第7、8、9、10章及附录A）。在本书编写过程中，编者借鉴了不少专家学者的研究成果和著作，并得到了出版单位的大力支持和热情帮助，特此致以衷心的感谢。

由于编者水平有限，书中不足之处在所难免，敬请专家、同仁和读者批评指正。

编 者

2005年2月

目录

第1章 品名条款、品质条款、数量条款、包装条款	(1)
1.1 品名条款	(1)
1.1.1 品名条款的含义和意义	(1)
1.1.2 注意事项	(2)
1.2 品质条款	(3)
1.2.1 品质条款的含义和意义	(3)
1.2.2 品质条款的表示方法	(4)
1.2.3 品质机动幅度和品质增减价条款	(8)
1.3 数量条款	(10)
1.3.1 数量条款的含义和意义	(10)
1.3.2 计量单位	(11)
1.4 包装条款	(15)
1.4.1 包装条款的含义与意义	(15)
1.4.2 运输包装方式的要求	(16)
1.4.3 中性包装和定牌买卖	(18)
思考题	(20)
第2章 国际贸易术语	(22)
2.1 国际贸易术语概述	(22)
2.1.1 国际贸易术语的概念	(22)
2.1.2 有关贸易术语的国际贸易惯例	(23)
2.2 装运港交货的三种常用贸易术语	(24)
2.2.1 FOB — Free On Board (—named port of shipment)	(25)
2.2.2 CFR — Cost and Freight (—named port of destination)	(26)
2.2.3 CIF — Cost Insurance and Freight (—named port of destination)	(28)
2.3 货交承运人的贸易术语	(29)
2.3.1 FCA—Free Carrier (—named place)	(29)

2.3.2 CPT—Carriage Paid To (— named place of destination)	(30)
2.3.3 CIP—Carriage, Insurance Paid To (— named place of destination)	(30)
2.4 其他贸易术语	(30)
2.5 贸易术语的运用	(32)
2.5.1 概述	(32)
2.5.2 贸易术语的选用	(32)
思考题	(33)
第3章 价格条款	(34)
3.1 合同中的价格条款	(34)
3.1.1 国际货物买卖合同中的价格条款	(34)
3.1.2 正确订立价格条款需注意的问题	(35)
3.2 国际货物买卖的作价原则与方法	(35)
3.2.1 国际货物买卖的作价原则	(35)
3.2.2 国际货物买卖的作价方法	(35)
3.3 佣金和折扣的运用	(36)
3.3.1 佣金和折扣的含义	(36)
3.3.2 佣金和折扣的规定方法	(37)
3.3.3 佣金和折扣的计算方法	(37)
3.3.4 佣金和折扣的支付方式	(38)
3.4 出口商品的成本核算	(38)
3.5 不同计价货币的报价换算	(39)
3.6 几种常用贸易术语的报价换算	(41)
3.6.1 净价之间的换算	(41)
3.6.2 净价与含佣价之间的换算	(41)
思考题	(42)
第4章 装运条款	(44)
4.1 买卖合同中的装运条款	(45)
4.1.1 装运时间	(45)
4.1.2 装运港(或地)和目的港(或地)	(46)
4.1.3 分批装运和转运	(47)
4.1.4 装运通知	(48)
4.2 运输方式	(48)
4.2.1 海洋运输	(49)
4.2.2 铁路运输	(54)
4.2.3 航空运输	(55)

4.2.4 集装箱运输	(56)
4.2.5 国际多式联运	(57)
思考题	(58)
第5章 国际货物运输保险	(60)
5.1 风险与损失	(60)
5.1.1 承保的风险	(60)
5.1.2 损失和费用	(61)
5.2 我国的货物运输保险	(63)
5.2.1 基本险	(64)
5.2.2 附加险	(65)
5.2.3 海洋货物运输专门保险险别	(68)
5.2.4 其他运输货物保险	(70)
5.3 英国海运货物保险	(72)
5.4 进出口货物运输保险业务	(74)
5.4.1 货运保险的投保	(74)
5.4.2 保险单据	(76)
5.4.3 货物运输保险的索赔和理赔	(78)
思考题	(81)
第6章 支付条款	(82)
6.1 支付票据	(82)
6.1.1 支付票据简介	(83)
6.1.2 汇票	(84)
6.2 支付方式	(88)
6.2.1 汇付	(88)
6.2.2 跟单托收	(90)
6.2.3 跟单信用证	(93)
6.2.4 银行保函和备用信用证	(104)
6.3 国际保理业务简介	(105)
6.3.1 国际保理业务的含义	(105)
6.3.2 国际保理业务的程序	(105)
6.3.3 国际保理业务的特点	(106)
6.4 合同中的支付条款	(106)
6.4.1 支付方式的选用	(106)
6.4.2 合同中的支付条款	(107)
思考题	(109)

第7章 商检、索赔条款	(111)
7.1 商检条款	(111)
7.1.1 商检的含义及重要性	(111)
7.1.2 商检条款	(112)
7.2 索赔条款	(114)
7.2.1 索赔概述	(114)
7.2.2 合同中的索赔条款	(116)
思考题	(118)
第8章 不可抗力、仲裁条款	(120)
8.1 不可抗力	(120)
8.1.1 不可抗力的含义和认定	(120)
8.1.2 不可抗力事件的法律后果	(121)
8.1.3 不可抗力事件的通知和证明	(121)
8.1.4 国际货物买卖合同中的不可抗力条款	(122)
8.2 仲裁	(124)
8.2.1 仲裁的含义与特点	(124)
8.2.2 仲裁协议及其作用	(125)
8.2.3 国际货物买卖合同中仲裁条款的内容	(126)
8.2.4 国际货物买卖合同中仲裁条款的格式	(129)
思考题	(129)
第9章 国际货物买卖合同的商订	(131)
9.1 磋商的形式和内容	(131)
9.2 磋商的一般程序	(132)
9.2.1 询盘	(132)
9.2.2 发盘	(133)
9.2.3 还盘	(133)
9.2.4 接受	(134)
9.3 发盘和接受的相关规定	(135)
9.3.1 构成有效发盘的必备条件	(135)
9.3.2 发盘的有效期	(135)
9.3.3 发盘的撤回与撤销	(136)
9.3.4 发盘的失效	(136)
9.3.5 构成有效接受的必备条件	(136)
9.3.6 逾期接受	(137)
9.3.7 接受的撤回	(137)

9.4 合同的签订	(137)
9.4.1 合同订立概述	(137)
9.4.2 书面合同的签订	(138)
思考题	(143)
第10章 进口合同的履行	(145)
10.1 按照合同规定开立信用证	(146)
10.1.1 开证	(146)
10.1.2 开立信用证的注意事项	(146)
10.2 租船订舱和催装	(146)
10.3 投保货物运输险	(147)
10.4 审单付汇	(147)
10.5 报关接货、验收货物、拨交货物	(148)
10.5.1 报关接货	(148)
10.5.2 验收货物	(148)
10.5.3 办理拨交手续	(148)
10.6 进口索赔	(149)
10.6.1 进口索赔的对象	(149)
10.6.2 办理对外索赔时应注意的问题	(149)
思考题	(150)
第11章 出口合同的履行	(152)
11.1 按照合同要求准备出口货物	(153)
11.1.1 备货的基本要求	(154)
11.1.2 备货的注意事项	(156)
11.2 催证、审证和改证	(158)
11.2.1 催开信用证	(158)
11.2.2 审核信用证	(158)
11.2.3 修改信用证	(162)
11.3 安排装运	(163)
11.3.1 托运	(163)
11.3.2 投保	(164)
11.3.3 出口报关	(164)
11.3.4 装运	(165)
11.3.5 发装运通知	(166)
11.4 制单结汇	(166)
11.4.1 制单	(166)

11.4.2 交单结汇	(172)
11.5 出口收汇核销和出口退税	(173)
11.5.1 出口收汇核销	(173)
11.5.2 出口退税	(174)
思考题	(174)
第12章 违约及处理办法	(176)
12.1 卖方的义务与买方的义务	(176)
12.1.1 卖方的义务	(176)
12.1.2 买方的义务	(178)
12.1.3 违约的相关法律解释	(179)
12.2 违约的一般救济方法	(182)
12.2.1 实际履行	(182)
12.2.2 损害赔偿	(184)
12.2.3 解除合同	(185)
12.2.4 保全货物	(187)
12.3 对进口商的救济	(187)
12.4 对出口商的救济	(190)
思考题	(192)
 附录 A 联合国国际货物销售合同公约	(193)
附录 B 跟单信用证统一惯例 (1993 年修订本)	(212)
 参考文献	(230)

第1章

品名条款、品质条款、数量条款、包装条款

知 识 要 点

- ☑ 了解品名条款、品质条款、数量条款、包装条款的含义和法律意义。
- ☑ 了解品名条款、品质条款、数量条款和包装条款的表示方法。
- ☑ 了解并掌握运输包装的标志、中性包装和定牌生产的含义及其基本知识。

技 能 要 点

- ☑ 能够正确签订合同中的品名条款、品质条款、数量条款、包装条款。

在进出口业务中，品名、品质、数量、包装是买卖双方签订合同时所必须明确规定的內容，由此而形成合同中的四项重要条款——品名条款、品质条款、数量条款和包装条款。这四项条款一经签订，买卖双方必须严格遵守，不可随意更改，若一方违约，另一方不仅可以要求损害赔偿，甚至还可以要求撤销合同。所以，这四项条款对买卖双方的意义非常重要。

1.1 品名条款

1.1.1 品名条款的含义和意义

1. 品名条款的含义

品名条款 (Name of Commodity Clause) 是买卖双方对具有一定外观形态并占有一定空间的有形商品达成共识的一种文字描述，又称标的物条款。品名条款是一项既简单又非常重要的条款，是单价条款的有机组成部分。请看下列单价条款：



Rice 180EUR per M/T FAS QINGDAO

其中, Rice 即为品名条款。

品名条款的规定是买卖双方要首先考虑的问题。列明品名条款便表明了交易双方所成交的商品名称。一般在合同的开头部分列明交易双方同意买卖某种商品的文句。

2. 列明品名条款的意义

品名条款的规定对买卖双方具有双重意义。

(1) 品名条款是交付商品的有效判断。品名条款的明确规定, 意寓着卖方要交付什么商品, 买方要验收什么商品。通俗地说, 品名条款使卖方明确卖什么, 使买方明确买什么, 通过履行合同, 将合同标的物的所有权由卖方转移至买方。所以, 品名条款是买卖双方收交商品的有效判断标准。

国际贸易的地域范围遍及全球, 环节多但文化背景复杂, 看货成交的情况很少。况且, 国际货物的买卖, 从签订合同到交付货物, 往往需要一段较长的时间。所以, 在大多数情况下, 买卖双方在洽商交易和签订买卖合同时, 通常是凭借品名, 或对拟买卖商品的必要描述, 最后来确定交易的标的物。可见, 在国际货物买卖合同中明确列明合同的品名条款是进出口业务中首要的一环, 意义非常重要。

(2) 品名条款是仲裁的前提条件。买卖双方进出口业务合同的履行是一种实物买卖, 是以某种商品的实际交付为要件, 即买卖的对象是看得见、摸得着的, 具有一定外观形态并占有有一定空间的有形商品。

在交易过程中, 若买卖双方对交付的货物是否符合约定的商品产生异议且争执不下, 法院或仲裁庭首先考虑的就是品名条款规定的准确性及对标的物描述的准确性。先从品名条款切入, 判定合同的执行情况。若卖方违约, 则买方有权提出损害赔偿要求, 直至拒收货物或撤销合同。按照《联合国国际货物销售合同公约》和某些惯例的规定, 买卖双方交接货物的一项基本依据是买卖双方对品名条款的准确描述, 它关系到买卖双方的权利和义务, 是构成商品说明 (Description) 的一个重要组成部分。因此, 列明合同的品名条款具有重要的法律意义。

1.1.2 注意事项

买卖双方在规定品名条款时, 应认真谨慎, 其相关注意事项如下所述。

(1) 与 H. S 编码相适应。中国于 1992 年 1 月 1 日起正式采用了由海关合作理事会制定的《商品名称及编码的协调制度》(The Harmonized Commodity Description and Coding System, HS), 并据此编写了我国的《海关关税税则》。目前, 各国的海关统计及普惠制待遇等都按 H. S 编码操作。所以, 我国在采用商品名称时应与 H. S 编码规定的品名相适应。

(2) 灵活务实, 不拘形式。品名条款的命名方法多种多样, 并无统一的格式——或以



其外观造型命名,或以其主要用途命名,或以其使用的主要原材料命名,或以其主要成分命名,或以其制造工艺命名,或结合人名、地名命名……各种命名方式各有千秋,可由交易双方酌情商定。因此,在规定品名条款时,必须订明标的物的具体名称,避免夸大其词,避免空泛地给人以含糊的规定,以确切地反映商品的用途、性能和特点,凡做不到或不必要的描述性词句,不应列入,以免给履行合同带来困难,给双方造成麻烦。

(3) 品名条款与品质条款的交叉规定。有些商品,具有不同的品种、等级和型号。因此,为了明确起见,要把有关商品的具体品种、等级或型号的概括性描述包括进去,做进一步限定。品名与品质无法具体分开,或不必要分开时,规定品名条款应把商品的品质规格也包括进去。在此情况下,它就不单是品名条款,而是品名条款与品质条款的合并使用,要特别留心 and 注意。

(4) 按惯例操作,减少不必要的费用。有些商品的名称各地叫法不一,为了避免误解,应尽可能使用国际上通行的称呼。若使用地方性的名称,交易双方应事先就其含义达成共识。对于某些新商品的定名及其译名,应力求准确,合同中应尽可能使用国际通用名称。如苹果酒,国际通用名称是 Cider,而不是 Apple Wine。

(5) 参考关税,合理确定品名条款。有些商品具有多个名称,因而存在着同一商品因品名不同而交付的关税不同、班轮运费不同的现象,且其所受的进出口限制也不同。进出口商在确定品名条款时,一定要考虑这些因素,以降低关税、方便进出口通关和节省运费开支。

1.2 品质条款

1.2.1 品质条款的含义和意义

1. 品质条款的含义

品质条款 (Quality Clause) 是买卖双方对交易商品的外观形态和内在素质的共识描述。外观形态指的是可用人们的感官直接感觉到的商品外在特征,如商品的款式、造型、颜色、结构、粗糙度等;内在素质指的是商品的生物特征、机械性能、化学成分、技术指标等,如机械类产品的精密度、化工商品的凝固点、纺织品的回潮率等。

2. 列明品质条款的意义

品质条款的科学规定对买卖双方意义重大。

(1) 品质条款是买卖双方交接货物的有效依据。卖方交付的商品是否符合质量要求,买方验收商品的品质标准,完全取决于品质条款的规定。具体而言,品质条款使卖方明确了所卖商品的外观形态和内在素质,使买方明确了转移其所有权的标的物是什么品质。可见,品质条款是买卖双方交接货物的有效依据。



(2) 品质条款的法律内涵。《联合国国际货物销售合同公约》规定：卖方交付的货物必须符合约定的质量，如卖方交货不符合约定的品质条件，买方有权要求损害赔偿，也可要求修理或交付替代货物，甚至拒收货物和撤销合同。可见，卖方如果违反品质条款，将处于完全被动的地位，任由买方处置——或要求修理、或要求替换、或要求损害赔偿、或拒收货物、或撤销合同。

英国的《货物买卖法》把品质条款称为合同的要件（Condition），这与《联合国国际货物销售合同公约》的规定相似。

由此可见，品质条款是合同中的重要条款，对买卖双方履行合同意义重大。

1.2.2 品质条款的表示方法

品质条款在进出口商签订合同时，要用一定的方法表示出来，即品质条款的表示法，包括实物表示法和文字说明表示法。其具体解释如下所述。

1. 实物表示法

实物表示法就是凭借成交商品的实际品质状况来表示商品的品质，包括看货买卖和凭样品买卖。

1) 看货买卖

看货买卖是买卖双方履行合时的品质标准以买方所看到的商品实际品质为准进行交易，通常是先由买方或其代理人在卖方场所验看货物，达成共识后进行交易。卖方按验看过的商品品质标准交付货物，买方按验看过的商品品质标准收货。只要卖方交付的货物是验看过的商品，买方就不得对品质提出异议。

在国际贸易中，由于交易双方远隔两地，交易洽谈多靠函电的方式进行。买方到卖方所在地验看货物有诸多不便，即使卖方有现货在手，买方也有代理人代为验看货物，也无法逐件查验，所以采用看货成交的可能性非常有限。看货买卖这种做法，多用于寄售、拍卖和展售等业务中。

2) 凭样品买卖

凭样品买卖（Sale by Sample）是从一批商品中抽取出来具有代表性的实物，或由生产部门提供其所设计加工出来的可以反映整批商品质量的代表性实物，并以样品表示商品质量，作为交收货物的依据。在国际贸易中，按照样品提供者的不同，可分为下列几种。

(1) 卖方样品（Seller's Sample）。卖方样品是由卖方主动向买方提供的样品，经买方对样品确认后，作为卖方交货、买方收货的品质标准，又称为“凭卖方样品买卖”（Sale by Seller's Sample）。买卖合同一般订明：“品质标准以卖方样品为依据”。要求卖方交货的品质

必须与卖方样品完全相同。

凭卖方样品买卖的注意事项如下所述。

① 品质适中。卖方所提供的样品品质要适中，有广泛的代表性。样品品质过高或过低都不是好的“卖方样品”。品质过高，给自己生产造成麻烦，品质过低，又无法以高价成交。

② 保留复样。卖方提供给买方的样品已经交给了买方保留，该样品就称做称标准样 (Type Sample) 或原样 (Original Sample)；卖方必须保留一个与原样品品质完全一致的样品，该样品称做复样 (Duplicate Sample) 或留样 (Keep Sample)，以备生产、交货和品质纠纷时核对之用。

(2) 买方样品 (Buyer's Sample)。买方样品是买方主动向卖方提供的样品，经卖方对样品确认后，作为卖方交货、买方收货的品质标准，又称为“凭买方样品买卖” (Sale by Buyer's Sample)。买卖合同一般订明：“品质标准以买方样品为依据”。同样要求卖方交货的品质必须与买方样品完全相同。

凭买方样品买卖的注意事项如下所述。

① 卖方勿盲目接单。

卖方应该对买方所提供样品的生产加工能力、交货期等因素认真研究和确定，不可盲目接单。如果只想成交，不充分考虑自身条件，只恐怕合同易签，违约的责任难以承担。

② 划清商品产权责任。

毫无疑问，卖方应按照买方所提供样品交货，但是卖方生产加工的毕竟是别人提供的商品，若买方提供的样品侵犯了其他厂商的工业知识产权等第三者权利时，卖方的生产加工就有理难辩。所以，买卖合同应订明：由买方样品引起的工业产权等第三者权利问题，与卖方无关，概由买方负责。

(3) 对等样品 (Counter Sample)。对等样品也称做回样 (Return Sample)，是卖方根据买方提供的样品再制作一个样品提交给买方，经买方对样品确认后，作为卖方交货、买方收货的品质标准，又称为“凭对等样品买卖” (Sale by Counter Sample)。对等样品实际上是等于把“凭买方样品买卖”转变成“凭卖方样品买卖”。凭对等样品买卖易于卖方对合同的把握，尽可能地防止交货品质与样品品质的不相符。

无论采用“卖方样品”、“买方样品”还是“对等样品”成交，卖方交货品质必须与样品完全一致，这是凭样品买卖的基本要求。若卖方没有完全把握做到交货品质与样品品质完全一致，应在交易合同中规定一些弹性条款，如“品质与样品大致相同” (Quality to be about equal to the Sample)，或“品质与样品近似” (Quality to be similar to the Sample)。另外，为了避免买卖双方发生品质争议，必要时还可使用“封样” (Sealed Sample)，即由第三方或由公证机关（如商品检验机构）抽样，对样品采用铅封方式加封，由第三方或公证机关留存一份。

2. 文字说明表示法

用文字、图样、照片等方式来确定商品的品质条款以达成的交易称为“凭文字说明买卖”(Sales by Description)。具体表示方式如下所述。

1) 凭规格买卖 (Sale by Specification)

可以从不同角度反映商品品质的经济指标就是商品的规格,如商品的成分、含量、纯度、容量、性能、大小、长短、粗细等。

在进出口业务中,买卖双方在洽谈交易时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。如大豆用做榨油,应在合同中列明含油量指标;大豆用做食品加工,应在合同中列明蛋白质的含量,这时的蛋白质含量就成为合同中应当列明的重要指标。用规格表示商品的品质,简单易行、明确具体,可根据每批成交货物的具体品质状况灵活调整。这种方法在进出口业务中应用较广,例如中国芝麻的品质规格如下:

中国芝麻 China Sesame seed
水分(最高) 10% Moisture (max.) 10%
杂质(最高) 1.5% Admixture (max.) 1.5%
含油量(湿态乙醚浸出物) 55% 基础
Oil Content (wet basis ethyl ether extract) 55% BASIS

2) 凭等级买卖 (Sale by Grade)

凭等级买卖是指将同一类商品按其规格上的差异分为品质优劣各不相同的若干等级并以此来表示商品的品质条款。由于不同等级的商品具有不同的规格,为了便于履行合同和避免争议,在品质条款中列明等级的同时,最好规定出每一等级的具体规格。

商品的等级是指对同类商品按照主要品性指标的差异,用文字、数字或符号来表示商品品质上差异的程度,通常是由制造商或出口商凭借其经验,在掌握其品质规格的基础上制定出来的。这种品质表示法,对简化手续、促进成交和体现按质论价有一定的作用。当然,厂商制定的等级本身并无约束力,买卖双方在洽商交易时可根据合同当事人的意愿予以调整。

例如:按照惯例,各种等级的中国钨砂(Chinese Tungsten)规格如表1-1所示。