

 高等财经院校“十一五”精品系列教材

国际

GUOJI MAOYI SHIWU

贸易实务

朱庆华 主 编



经济科学出版社
Economic Science Press

 高等财经院校“十一五”精品系列教材

国际

GUOJI MAOYI SHIWU

贸易实务

朱庆华 主 编



经济科学出版社
Economic Science Press

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易实务 / 朱庆华主编. —北京:
经济科学出版社, 2011. 5
高等财经院校“十一五”精品系列教材
ISBN 978-7-5141-0552-0

I. ①国… II. ①朱… 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 (2011) 第 055910 号

责任编辑: 柳 敏 于海汛
责任校对: 王凡娥
版式设计: 代小卫
技术编辑: 邱 天

国际贸易实务

朱庆华 主编

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销
社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142
总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京汉德鼎有限公司印刷

德利装订厂装订

787×1092 16 开 27.5 印张 510000 字

2011 年 5 月第 1 版 2011 年 5 月第 1 次印刷

印数: 0001—3000 册

ISBN 978-7-5141-0552-0 定价: 40.00 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

总 序

21 世纪最短缺的是什么？人才。

大学是以人才培养和科学研究为己任，大学教育说到底是一种人文教育，大学是养育人文精神的地方。尽管科学研究是当今评价一所大学水平和地位的重要内容，但是，支撑科学研究的基础是人才的培养。一所大学要培养出优秀的、具有国际化和市场竞争意识的人才，教材是实现培养目标的关键环节。没有优秀的教材，就不可能有高水平的高等教育；没有高质量的人才培养，就不可能产生一流或特色鲜明的大学。中国的大学教育已从往日的“精英教育”走向“大众教育”，上大学不再是少数人的专利。在这种情况下，如何保证教学质量的稳定与提高？教材建设的功能愈显重要。

一本好的教材，既是教师的得力助手，又是学生的良师益友。尤其是在当今知识爆炸的 21 世纪。为了提高教学质量，深化教材改革，山东财政学院启动了“十一五”精品教材建设工程。该项工程以精品课程教材建设为目标，以重点学科（专业）培育为基础，集中全校优秀师资力量，编撰了高等财经院校“十一五”精品系列教材。

本系列教材在编写中体现了以下特点：

1. 质量与特色并行。为保证编写质量，本系列教材从选题、立项到编写、出版，每个环节都坚持“精品为先、质量第一、特色鲜明”的原则。严把质量关，突出财经特点，树立品牌意识，建设精品教材。

2. 教学与科研相长。教材建设要充分体现科学研究的成果，科学研究要为教学实践服务。两者相得益彰，互为补充，共同提高。本系列教材将各学科领域最新教学与研究成果进行提炼、吸收，实现了教

学、科研结合的大学教育目标。

3. 借鉴与创新并举。任何一门学科都会随着时代的进步而不断发展。因此，我们在教材编写中始终坚持“借鉴与创新结合”的理念，舍其糟粕，取其精华。在中国经济改革实践基础上进行创新与探索，充分展示了当今社会发展的新理论、新方法和新成果。

本系列教材是山东财政学院教学质量与教学改革工程建设的重要内容之一，适用于经济学、管理学及相关学科的本科教学。它凝聚了众多教授和专家多年教学的经验和心血，是大家共同努力的结晶。我们期望摆在读者面前的是一套优秀的精品教材。当然，由于我们的经验存在欠缺，教材中难免有不足之处，衷心期盼专家、学者及广大读者给予批评指正，以便再版时修改、完善。

高等财经院校“十一五”精品系列

教材建设委员会

2009 年元月

前 言

改革开放以来,中国对外贸易发展迅速。1979~2009年,中国对外货物贸易总值增长74倍,年均增长15%。2009年,中国跃升为世界第一大货物贸易出口国。在服务贸易方面,中国也实现了快速增长,2008年中国服务贸易出口总值为3 044亿美元,名列世界第五位。中国已经成为名副其实的世界贸易大国,成为对世界经济有重要影响的经济体。

基于国家对外贸易发展对国际经贸人才的需求,国内高校开设了国际经济与贸易等涉外经贸本科专业。《国际贸易实务》是涉外经贸专业的核心课程,目的是培养学生将来从事国际贸易具体业务的能力。对外贸易实践的发展对《国际贸易实务》课程的内容体系提出了新的要求。传统的《国际贸易实务》教材以国际货物贸易为研究对象,以国际货物买卖合同条款的磋商与执行为主线,介绍国际货物贸易的基本知识。从世界贸易的发展现状和趋势看,在未来相当长的时期内,货物贸易仍将是世界贸易的主要构成部分。与此同时,服务贸易的重要性也在稳步提高。1980年,服务出口占世界出口总值的比重为15.5%,2008年这一比重升至19.4%。发展服务出口成为各国促进经济增长的重要途径。随着国际分工的深化发展,发达国家企业将非核心业务外包给其他国家专业服务提供商的做法日趋普遍。承接服务外包和扩大服务出口成为发展中国家经济竞争的又一焦点。此外,国际技术贸易也是世界贸易的重要组成部分。典型的国际技术贸易的对象是技术,技术不是有形商品,技术贸易具有自身特点,需要专门的学习。

为了适应世界贸易的最新发展,满足培养应用型国际贸易人才的需要,我们在长期教学积累的基础上,借鉴国内现有的教学研究成果,组织编写了这本《国际贸易实务》。本教材具有以下几个特点:

第一,在教材知识体系方面,以货物贸易为主,同时涵盖国际技术贸易和国际服务贸易,为学生将来从事各类国际贸易业务提供全面的理论支撑。

第二,教材内容密切跟踪国际贸易实践的发展,反映学科的最新进展。2010

年9月,国际商会发布《2010年国际贸易术语解释通则》(INCOTERMS 2010),该通则于2011年1月生效。本教材“国际贸易术语”一章介绍了该通则包括的11种贸易术语,帮助学生掌握最新的国际商会国际贸易术语惯例。

第三,在教材编排上,每章开始有学习提要与目标,每章结束列有本章小节、主要概念、思考与练习,便于课堂教学与学生自学。

本教材是山东财政学院“十一五”精品教材建设规划项目,由山东财政学院国际经贸学院朱庆华教授担任主编,负责总体思路与章节结构设计及统稿。参加本书编写的有朱庆华(第一章至第三章)、刘伟全(第四章、第九章至第十一章)、王珩(第二章、第五章至第八章)、陈相森(第十二章与第十三章)和邬彩霞(第十四章与第十五章)。

在本书编写过程中,我们参考了国内已出版的相关教材和著作,在此向相关作者表示衷心的感谢。本教材的编写得到山东财政学院教务处的指导与大力支持,在此表示诚挚的谢意。

受学识水平和时间所限,书中难免出现错误与疏漏之处,恳请读者批评指正。

编 者

2011年3月

目 录

第一篇 国际货物贸易

第一章 国际货物贸易标的	3
第一节 货物的名称与品质	3
第二节 货物的数量	10
第三节 货物的包装	14
第二章 国际贸易术语	22
第一节 国际贸易术语概述	22
第二节 INCOTERS 2010 贸易术语	29
第三节 国际贸易术语的选用	46
第三章 进出口商品的价格	50
第一节 影响进出口商品价格的因素	50
第二节 进出口商品的定价方法	53
第三节 佣金与折扣	55
第四节 价格条款的约定	57
第四章 国际货物运输	60
第一节 运输方式	60
第二节 装运条款	75
第三节 装运单据	83

第五章 国际货物运输保险	93
第一节 保险的基本原则	93
第二节 海洋运输货物保险的承保范围	98
第三节 我国海洋运输货物保险条款	102
第四节 陆运、空运货物与邮包运输保险	106
第五节 伦敦保险协会海洋运输货物保险条款	113
第六节 海运货物保险实务	118
第六章 国际货款的收付	126
第一节 票据	126
第二节 汇付与托收	132
第三节 信用证付款	143
第四节 银行保函与备用信用证	159
第五节 各种支付方式的选用	165
第七章 进出口商品检验	170
第一节 商品检验的重要性	170
第二节 检验时间与地点	171
第三节 检验机构和检验证书	174
第四节 检验标准	178
第八章 争议的预防与处理	181
第一节 异议与索赔	181
第二节 违约金与定金	184
第三节 不可抗力	187
第四节 仲裁	189
第九章 国际货物买卖合同的订立	198
第一节 国际货物买卖合同概述	198
第二节 国际货物买卖合同的磋商	203
第三节 国际货物买卖合同的成立与生效	212

第十章 国际货物贸易合同的履行	216
第一节 出口合同的履行	216
第二节 进口合同的履行	231
第三节 违约及其法律救济方法	234
第十一章 国际货物贸易方式	243
第一节 经销与代理	243
第二节 寄售与展卖	248
第三节 招标、投标与拍卖	254
第四节 对销贸易	260
第五节 加工贸易	270
第六节 电子商务	275

第二篇 国际技术贸易

第十二章 国际技术贸易概述	297
第一节 国际技术贸易的含义与特点	297
第二节 国际技术贸易的基本内容	305
第十三章 国际技术贸易方式	317
第一节 许可贸易	317
第二节 特许经营	323
第三节 国际技术咨询与服务	331
第四节 国际合作生产	338
第五节 技术设备买卖	342

第三篇 国际服务贸易

第十四章 国际服务贸易概述	349
第一节 国际服务贸易的含义与特点	349

第二节 国际服务的分类	352
第三节 服务贸易总协定	354
第十五章 国际服务贸易方式	359
第一节 国际运输服务	359
第二节 国际旅游服务	363
第三节 国际工程承包	370
第四节 国际服务外包	376
附录一 联合国国际货物销售合同公约	387
附录二 国际商会跟单信用证统一惯例	408
主要参考文献	427

第 一 篇

国际货物贸易

国际货物贸易是世界贸易的主要组成部分。本篇重点介绍国际货物贸易合同主要条款,包括品质、数量、包装、运输、保险、货款支付、商品检验、争议处理等,国际货物贸易合同的磋商程序与履行,以及国际货物贸易方式。通过本篇学习,要求学生掌握国际货物贸易的基本知识,熟悉国际货物贸易合同内容与履行程序,了解不同贸易方式的特点与适用条件,为从事货物进出口业务奠定基础。

第一章 国际货物贸易标的

学习提要与目标

货物的名称、品质、数量和包装是国际货物买卖双方首先要确定的交易条件，货物的名称和品质条款涉及卖方能否提供买方需要的货物，货物的数量决定交易规模的大小，货物的包装基于货物运输和销售的需要，与货物的品质密切相关。通过本章的学习，要求了解约定名称、品质、数量和包装条款的意义，熟悉相关条款的基本知识，掌握制定相关条款的基本要求。

国际货物买卖的标的是进出口双方交易的有形商品，商品有具体名称，有质量指标，按一定的数量成交，有适当的包装。因此，进出口双方在贸易磋商中，应首先确定成交商品的名称、质量、数量与包装要求。

第一节 货物的名称与品质

进出口双方根据供货能力和市场需求确定具体交易商品，通过成交实现各自的贸易利益。货物的名称（Name of Commodity）是对成交商品的正式称呼，货物的品质（Quality of Goods）是指商品的内在素质和外观形态的综合，前者包括商品的物理性能、机械性能、化学成分和生物的特性等自然属性；后者包括商品的外形、色泽、款式和透明度等。对成交商品名称和品质的描述，是进出口合同的重要组成部分，是买卖双方交接货物的一项基本依据，它直接关系到买卖双方的权利和义务。按《联合国国际货物销售合同公约》的有关规定，卖方交付的货物必须与合同规定的品质、规格相符，必须适用于同一规格货物通常使用的目的，并适用于订立合同时曾明示或默示地通知卖方的任何特定目的。如果卖方交货品

质、规格与合同规定不符，不论价款是否已付，买方有权要求卖方减价、赔偿损失，甚至可以拒收货物和撤销合同。

一、货物名称的确定

任何一笔交易都要首先商定交易商品的名称。对于具有国际通用名称的商品，一般应使用国际通用名称。对于没有国际通用名称的商品，要根据其用途和性能合理确定商品名称。避免使用涉及外国商品名称专用权或制造方法专用权的名称以及带有外国国名或地名的商品名称。

二、货物品质的表示方法

国际货物贸易涉及的商品种类繁多，不同商品性质与特点各异，表示品质的方法也各不相同。国际货物贸易中常用的表示商品品质的方法，大致可以划分为两类：一是用文字说明表示；二是用实货表示。

（一）用文字说明表示品质

国际贸易中的商品大多是适合用文字表示品质，具体分为下列几种：

1. 凭规格买卖

商品规格（Specification of Goods）是指一些足以反映成交商品质量的主要指标，如化学成分、含量、纯度、性能、容量、长短、粗细等。买卖双方洽谈交易时，对于适于凭规格买卖（Sale by Specification）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，说明商品质量的指标因商品不同而异。即使是同一商品，因用途不同，对规格的要求也会有差异。

用规格表示商品品质，具有简单易行、明确具体，且可根据每批成交商品的具体品质状况灵活调整的特点，故这种方法在国际贸易中被广为运用。

2. 凭等级买卖

商品的等级（Grade of Goods）是指同一类商品，按其规格上的差异，分为优劣不同的若干等级。由于不同等级的商品具有不同的规格，为便于履行合同和避免产生争议，在品质条款列明等级的同时，最好一并规定每一等级的具体规格。

商品的等级，通常是由制造商或出口商在其长期生产和贸易实践的基础上制定的。这种表示品质的方法，在简化手续、促进成交和体现按质论价等方面都有一定的作用。但是，由个别厂商制定的等级本身并无约束力，买卖双方洽商交易

时,可对等级划分标准予以调整,并在合同中订明。

3. 凭标准买卖

商品的标准是指将商品的规格和等级予以标准化。商品的标准,有的由国家或有关政府主管部门规定,也有的由同业公会、国际性的工商组织规定。在国际货物贸易中,有些商品习惯于凭标准买卖,人们往往使用某种标准作为说明和评定商品质量的依据。

由于各国制定的标准经常进行修改和变动,加之,一种商品的标准可能有不同年份的版本,版本不同,其品质标准也往往有差异。因此,在采用国外某个国家的标准时,应载明所采用标准的年份和版本,以免引起争议。

在国际货物贸易中,对于某些品质变化较大而难以规定统一标准的农副产品,往往采用“良好平均品质”(Fair Average Quality, FAQ)这一术语来表示其品质。所谓“良好平均品质”,是指一定时期内某地出口货物的平均品质水平,一般是指中等货而言。这种“标准”含义非常笼统,实际上并不代表固定、确切的品质规格。

在我国出口的农副产品中,也有用“FAQ”来说明品质的。但是,我们所说的“FAQ”一般是指大路货,是和“精选货”(Selected)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。

国外买卖木材和冷冻鱼虾等水产品时,有时采用“上好可销品质”(Good Merchantable Quality, GMQ)标准。所谓“上好可销品质”是指卖方只需保证所交付的货物品质良好,适合商销,而在成交时无需以其他方式说明商品的具体品质。若交货后发生品质争议,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

商标(Trade Mark)是指生产者或商号用来说明其所生产或出售的商品的标志,它可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(Brand Name)是指工商企业给其制造或销售的商品所冠的名称,以便与其他企业的同类产品区别开来。

当前,国际市场上行销的许许多多商品,尤其是日用消费品、加工食品、耐用消费品等等,都标有一定的商标或品牌。各种不同商标的商品都具有不同的特色。一些在国际上久负盛誉的名牌产品,因其品质优良稳定,具有一定的特色,且能显示消费者的社会地位,故其售价远远高出其他同类产品。有些名牌产品的制造者为了维护其商标的信誉,对其产品都规定了严格的品质控制,以保证其产品质量达到一定的标准。因此,商标或品牌本身实际上是一种品质象征。人们在交易中就可以只凭商标或品牌进行买卖,无需对品质提出详细要求。但是,如果

一种品牌的商品同时有许多种不同型号或规格，为了明确起见，就必须在规定品牌的同时，还应订明其型号或规格。

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。在进行这类交易时，必须把好质量关，保证产品的传统特色，维护名牌产品的信誉。如我国企业接受国外客户订货，并标注外商提供的品牌时，则应注意该品牌使用是否合法，避免商标侵权。

5. 凭产地名称买卖

在国际货物买卖中，有些产品，因产区的自然条件、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所不具有的独特风格和特色，对于这类产品，可用产地名称来表示其品质，如“龙口粉丝”、“四川榨菜”等。

6. 凭说明书和图样买卖

在国际货物贸易中，有些机器、电器和仪表等技术密集型产品，因其结构复杂，对材料和设计的要求非常严格，用以说明其性能的数据较多，很难用几个简单的指标来表明其品质的全貌，而且有些产品，即使其名称相同，但由于所使用的材料、设计和制造技术的某些差别，也可能导致功能上的差异。因此，对这类商品的质量，通常是以说明书并附以图样、照片、设计、图纸、分析表及各种数据来说明其具体性能和结构特点。按此方式进行交易，称为凭说明书和图样买卖（Sale by Descriptions and Illustrations）。

有不少厂商为了推销目的，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。凡按这种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规格方面有另外的要求，也可以在上述基础上辅以详细说明，经卖方确认后达成交易。

凭说明书和图样买卖时，卖方所交的货物，必须符合说明书所规定的各项指标。但是，由于这类产品的技术要求比较高，品质与说明书和图样相符合的产品，有时在使用时并不一定能达到设计的要求，所以在合同中，除列入说明书的具体内容外，一般需要订立卖方品质保证条款和技术服务条款。

上述各种表示品质的方法，一般是单独使用，有时也混合使用。

（二）用实货表示成交商品的品质

1. 看货成交

买卖双方采取看货成交时，通常是由买方（或其代理人）在卖方所在地验看