

应用型高等教育“十二五”经管类规划教材



# 国际贸易实务

## ——案例·技能·实训

主 编 冯晓玲 李 贺

副主编 潘福妮 王伟宏

International Trade



- ▶ 项目导向
- ▶ 任务驱动
- ▶ 知识支撑
- ▶ 案例精析
- ▶ 实训演练
- ▶ 课件配套

应用型高等教育“十二五”经管类规划教材



国际贸易实务

主编：李贺，副主编：潘福妮、王伟宏

上海财经大学出版社

（应用型高等教育“十二五”规划教材）

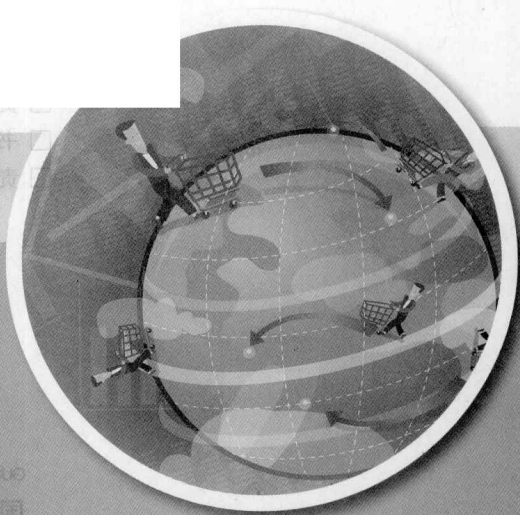
# 国际贸易实务

——案例·技能·实训

主 编 冯晓玲 李 贺

副主编 潘福妮 王伟宏

International Trade



- ▶ 项目导向
- ▶ 任务驱动
- ▶ 知识支撑
- ▶ 案例精析
- ▶ 实训演练
- ▶ 课件配套



上海财经大学出版社

## 图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务:案例·技能·实训/冯晓玲、李贺主编. —上海:上海财经大学出版社,2014.9

(应用型高等教育“十二五”经管类规划教材)

ISBN 978-7-5642-1951-2/F·1951

I. ①国… II. ①冯… ②李… 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(2014)第 151761 号

- ☐ 策 划 台啸天
- ☐ 责任编辑 刘 兵
- ☐ 书籍设计 张克瑶
- ☐ 责任校对 王从远

GUOJI MAOYI SHIWU

## 国际贸易实务

——案例·技能·实训

冯晓玲 李 贺 主 编

潘福妮 王伟宏 副主编

上海财经大学出版社出版发行  
(上海市武东路 321 号乙 邮编 200434)

网 址: <http://www.sufep.com>

电子邮箱: [webmaster@sufep.com](mailto:webmaster@sufep.com)

全国新华书店经销

启东市人民印刷有限公司印刷装订

2014 年 9 月第 1 版 2014 年 9 月第 1 次印刷

787mm×1092mm 1/16 18.75 印张 480 千字  
印数:0 001—4 000 定价:37.00 元



## 前言

2014年2月,国务院常务会议已通过“关于加快发展现代职业教育的决定”。今后,我国将以建设现代职业教育体系为突破口,对教育结构实施战略性调整,地方本科院校将逐步转型,从教育模式、教育机制到人才培养模式,更加注重与经济发展需要的协调一致。

为了满足新视野下国家对国际贸易应用型人才的需求,我们组织了长期从事国际贸易专业教学和具有丰富实践经验的“双师型”教师编写了这本融汇了最新教改理念的应用型教材《国际贸易实务——案例·技能·实训》。

《国际贸易实务——案例·技能·实训》是一门主要研究国际货物买卖的具体过程及相关活动内容与商务运作规范的学科,也是一门具有涉外商务活动特点的实践性很强的综合性、应用性课程。它主要以货物的进出口贸易为研究对象,以我国的对外贸易方针政策为指导原则,阐述了货物进出口业务的基本知识、原理和技能。通过本课程的学习,学生将了解与熟知国际贸易相关的国际惯例、基础知识和基本操作技能,掌握国际货物买卖合同的主要条款等,为今后从事国际贸易工作打下坚实的基础。

本教材在阐明国际贸易实务基本框架体系的基础上,引入“项目+任务+实训”的编写模式,注重对学生职业技能的培养,把“学”与“用”结合起来,真正做到学以致用。全书共分为4个模块、10个项目、38个任务,很好地结合了应用性与可读性,内容新颖、简明、实用,实现了项目导向、任务驱动、以职业能力为本位的特色。每个项目内容包括:内容提要、学习目标(含知识目标、技能目标、素质目标)、教师目标、项目案例;每个任务内容包括知识支撑、视野拓展、同步案例,增强了内容的趣味性和认知性;课后安排了三部分模块项目训练,应知考核部分包括单项选择题、多项选择题、判断题,应会考核部分包括计算题、案例题、技能应用题;最后是配套实训演练。

本书由冯晓玲、李贺担任主编,潘福妮、王伟宏担任副主编。其中,项目二~项目五由大连海事大学交通运输管理学院冯晓玲副教授撰写;项目一、项目九、项目十由大连航运职业技术学院国际航运业务管理系李贺撰写;项目七和项目八由大连职业技术学院国际航运业务系潘福妮撰写;项目六由陕西青年职业学院管理系王伟宏撰写。

本书由李贺总纂大纲并定稿。本书适用于高职高专及应用型本科院校的国际经济与贸易、国际商务、报关与国际货运代理、物流管理、国际商务英语、国际贸易实务、工商管理等财经





本书在编写过程中参考了许多同类教材、论著和论文,特向这些作者表示由衷的感谢。同时,本书的编写得到了上海财经大学出版社的大力支持和帮助,在此一并表示真诚的谢意。由于编写水平有限,疏漏或不当之处在所难免,敬请广大读者批评指正。

编者

2014 年 5 月于大连



# 目 录

|     |       |                    |      |
|-----|-------|--------------------|------|
| 10  | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 四目更  |
| 20  | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 一、附录 |
| 30  | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 二、附录 |
| 100 | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 三、附录 |
| 103 | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 四、附录 |
| 104 | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 五、附录 |
| 106 | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 六、附录 |
| 前言  | ..... | 【附录·附录·附录】         | 1    |
| 110 | ..... | 【附录·附录·附录】         |      |
| 111 | ..... | 【附录·附录·附录】         |      |

## 模块一 走进国际贸易

|                       |       |                    |     |
|-----------------------|-------|--------------------|-----|
| 111                   | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 五目更 |
| 项目一 贸易前准备工作、交易磋商、合同订立 | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 3   |
| 任务一 贸易前准备工作           | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 4   |
| 任务二 交易磋商              | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 6   |
| 任务三 国际货物买卖合同的订立       | ..... | 【附录·附录·附录】         | 16  |
| 任务四 电子商务和电子合同         | ..... | 【附录·附录·附录】         | 26  |
| 【应知考核】                | ..... | 【附录·附录·附录】         | 31  |
| 【应会考核】                | ..... | 【附录·附录·附录】         | 34  |
| 【实训演练】                | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 39  |

## 模块二 订立合同的条款

|               |       |                    |      |
|---------------|-------|--------------------|------|
| 121           | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 二、附录 |
| 125           | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 三、附录 |
| 126           | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 四、附录 |
| 141           | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 五、附录 |
| 项目二 订立合同的标的条款 | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 45   |
| 任务一 商品的品名条款   | ..... | 【附录·附录·附录】         | 46   |
| 任务二 商品的品质条款   | ..... | 【附录·附录·附录】         | 48   |
| 任务三 商品的数量条款   | ..... | 【附录·附录·附录】         | 55   |
| 任务四 商品的包装条款   | ..... | 【附录·附录·附录】         | 60   |
| 【应知考核】        | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 67   |
| 【应会考核】        | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 69   |
| 【实训演练】        | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 71   |
| 项目三 订立合同的贸易术语 | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 72   |
| 任务一 国际贸易术语概述  | ..... | 【附录·附录·附录】         | 73   |
| 任务二 水运贸易术语    | ..... | 【附录·附录·附录】         | 79   |
| 任务三 全能贸易术语    | ..... | 【附录·附录·附录】         | 84   |
| 【应知考核】        | ..... | 【附录·附录·附录】         | 90   |
| 【应会考核】        | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 92   |
| 【实训演练】        | ..... | 附录·附录·附录——附录·附录·附录 | 93   |



|                          |     |
|--------------------------|-----|
| 项目四 订立合同的价格条款 .....      | 94  |
| 任务一 商品价格的掌握 .....        | 95  |
| 任务二 贸易术语的选用 .....        | 98  |
| 任务三 商品的作价办法 .....        | 100 |
| 任务四 计价货币的选择 .....        | 103 |
| 任务五 佣金与折扣的运用 .....       | 104 |
| 任务六 价格条款的约定 .....        | 106 |
| 【应知考核】 .....             | 107 |
| 【应会考核】 .....             | 110 |
| 【实训演练】 .....             | 111 |
| 项目五 订立合同的运输条款 .....      | 112 |
| 任务一 国际货物运输方式 .....       | 113 |
| 任务二 国际货物运输单据 .....       | 126 |
| 任务三 合同中的装运条款 .....       | 135 |
| 【应知考核】 .....             | 142 |
| 【应会考核】 .....             | 145 |
| 【实训演练】 .....             | 147 |
| 项目六 订立合同的保险条款 .....      | 148 |
| 任务一 保险概述 .....           | 149 |
| 任务二 海上货物保险承保的范围 .....    | 152 |
| 任务三 海运货物保险的险别 .....      | 156 |
| 任务四 陆运、空运货物与邮包运输保险 ..... | 164 |
| 任务五 合同中的保险条款内容 .....     | 165 |
| 【应知考核】 .....             | 171 |
| 【应会考核】 .....             | 174 |
| 【实训演练】 .....             | 175 |
| 项目七 订立合同的结算条款 .....      | 177 |
| 任务一 国际结算票据概述 .....       | 178 |
| 任务二 国际结算工具 .....         | 180 |
| 任务三 国际结算方式 .....         | 191 |
| 任务四 信用融资 .....           | 208 |
| 【应知考核】 .....             | 209 |
| 【应会考核】 .....             | 212 |
| 【实训演练】 .....             | 215 |
| 项目八 国际贸易争议的预防与处理 .....   | 217 |
| 任务一 国际贸易商品检验条款 .....     | 218 |





|                       |     |
|-----------------------|-----|
| 任务二 国际贸易异议与索赔条款·····  | 224 |
| 任务三 国际贸易中的不可抗力条款····· | 227 |
| 任务四 国际贸易中的仲裁条款·····   | 229 |
| 【应知考核】·····           | 233 |
| 【应会考核】·····           | 237 |
| 【实训演练】·····           | 239 |

### 模块三 贸易合同的履行

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 项目九 进出口合同的履行····· | 243 |
| 任务一 出口合同的履行·····  | 244 |
| 任务二 进口合同的履行·····  | 252 |
| 【应知考核】·····       | 256 |
| 【应会考核】·····       | 259 |
| 【实训演练】·····       | 264 |

### 模块四 选择贸易方式

|                   |     |
|-------------------|-----|
| 项目十 国际贸易方式·····   | 267 |
| 任务一 经销、代理与寄售····· | 268 |
| 任务二 招标与投标、拍卖····· | 274 |
| 任务三 对销贸易·····     | 276 |
| 任务四 对外加工装配贸易····· | 280 |
| 任务五 商品期货交易·····   | 283 |
| 【应知考核】·····       | 285 |
| 【应会考核】·····       | 288 |
| 【实训演练】·····       | 289 |

|           |     |
|-----------|-----|
| 参考文献····· | 290 |
|-----------|-----|

模块一



# 走进国际贸易







## 项目一

# 贸易前准备工作、交易磋商、合同订立

### 【内容提要】

交易磋商(Business Negotiation)就是交易双方就各种交易条件进行磋商以求达成一致协议的具体过程。磋商是合同的依据,合同是磋商的结果,合同的订立一般都要经过准备、询盘、发盘、还盘、接受等几个阶段。国际货物买卖活动,实际上就是一个订立和履行买卖合同的过程。国际货物买卖合同是国际贸易活动的法律依据和保障,买卖双方为了确保生意最终达成,并使自己的合法权益不受到损害,就完全有必要就各项主要交易条件初步磋商达成一致意见以后,与对方签署一份受到法律认可和保护的、对于买卖双方都有约束力的契约即国际货物买卖合同。如何进行交易磋商、如何正确理解合同条款、如何正确判断合同的有效性和合同中的各种条款,在电子商务和电子合同中应注意哪些相关法律问题,这些就是本项目要阐述的主要内容。

### 【学习目标】

#### ★ 知识目标

了解:国际货物买卖合同的含义、特点及其订立的基本原则。

熟知:电子商务与电子合同的相关法律问题。

掌握:国际货物买卖交易磋商环节;国际货物买卖合同的结构和内容。

#### ★ 技能目标

学生具备能够熟知询盘、发盘、还盘、接受的电文表达方式;发盘和接受撤回的技巧;具备交易磋商以及订立国际货物买卖合同的能力;电子商务和电子合同在国际贸易中的具体应用。

#### ★ 素质目标

学生能够具有交易磋商以及订立国际货物买卖合同的意识;清楚交易磋商环节中实盘和虚盘的区别。

### 【教学目标】

教师要培养学生认识国际货物交易一般工作程序中的三个重要环节:国际货物交易前的准备工作、国际货物交易磋商环节、国际货物买卖合同的订立,为后续项目课程的学习及日后工作打下业务基础知识。

### 【项目案例】

#### 引进设备合同的多项条款规定不当致损案

中国某外贸公司曾代国内某用户引进一套榨菜籽油的设备,合同总金额为 14 778 515 德



国马克。合同规定:“主要设备在瑞士、德国、奥地利、瑞典及其他卖方选择的国家制造。卖方保证供应的设备都是新的和现代化的,以及在植物油工业中都达到先进技术标准。卖方保证该设备能够达到国际标准。保证期限将限于开工后 12 个月或设备装运后 20 个月,哪一个发生在先,便以哪一个为准”。在检验、索赔条款中规定:“货物运抵后……买方应请求中国商品检验局作初步检验。若买方提出索赔,卖方有权自费指派(国外检验机构)SGS 检验员证实有关索赔。检验员的检验结果为最终的,对双方具有约束力”。在支付条款中规定:“为了保证××本金和利息的偿还,买方应按卖方指定××形式开出 5 份本票,应由中国银行无条件并不可撤销的以××形式(保函)给予保证”。在仲裁条款中规定:“执行本合同发生的一切争执,应通过友好协商解决,如不能……任何一方都可提交 RD 王国国际商会仲裁。仲裁员将采用 RD 王国实体法。仲裁是终局的,对双方有约束力”。后来,购进的设备经过安装、调试和试车发现,部分设备不能正常运转。买方即凭中国商检机构出具的品质检验证书向外商索赔,但经过多次交涉,均未获结果,致使买方遭受无法补救的经济损失。

请根据上述案例分析:导致买方损失的主要原因有哪些?

### 【案例评析】

本案合同中的多项条款规定不明确,是导致买方损失的主要原因,其原因是:

第一,在设备品质条款中,既未规定设备品质的具体质量指标和具体内容,也未规定卖方在交货品质方面应承担的具体责任。这种对卖方有利的不公正条款,存在很大的片面性、随意性和可变性,给卖方以可乘之机,以致出现设备质量保证期已过却仍不能正常开工的被动局面。

第二,检验、索赔条款中的不合理规定、不公,限制了中国商检机构检验出证的法律效力,使买方失去了凭中国商检局出具的证明向外商索赔的权利,而且还要受外商片面指定的外国检验员检验结果的约束,这明显有失公平原则。

第三,支付条款的规定不合理,它实质上是一种无条件的不可撤销的延期计息现汇付款的支付方式。外商利用此项对其片面有利的付款条件,在推卸其一切责任的情况下,按期得到货款,而我方却难以采取有效的补救措施。

第四,合同中的仲裁条款内容,无论是就仲裁地点的选择或是适用法律的规定,对买方都是不利的。

总之,由于本案合同中的多项条款都规定不明确,使我方遭受巨额经济损失。我们一方面应从中吸取深刻的教训;另一方面,要大力提高我国外贸人员素质,学会做生意,力求约定好合同条款,以维护国家和企业的正当权益。

### 【知识支撑】

## 任务一 贸易前准备工作

进出口公司在做好进出口交易前期的准备工作之后,即可对外进行交易磋商。所谓交易磋商,是指买卖双方以一定的程序就交易的货物和各项交易条件进行协商,最后达成协议的整个过程。磋商的内容一般分为两部分:一部分是带有变动性的主要交易条件,如货物的品质、规格、标准、数量、包装、价格、交货、支付等。这些交易条件因货物种类、交易数量及时间等因



素不同,每笔交易也不尽相同。另一部分是相对固定的交易条件,称为一般交易条件,如商品检验、申诉索赔、仲裁和不可抗力等,它是由进出口商共同拟定的对每笔交易都适用的一套共性的交易条件。大多印在合同的背面或格式正面的下部。主要交易条件与一般交易条件的区分并不是绝对的。在实际业务中,买卖双方初次接触时就可以就一般交易条件进行洽商,经双方共同确认后,作为将来交易的基础,在洽商具体交易时则不必逐条重复这些条件,只洽商主要条件即可,这样可以节省往来函电的费用和交易磋商时间。

## 一、出口交易前的准备工作

### (一) 国际市场的调研

第一,了解进口国的一般情况,如人口、面积、气候、语言文化等;第二,了解政治情况,如政治制度、对外政策、社会稳定等;第三,了解经济情况,包括主要资源能源、工农业生产状况、财政金融、经济发展状况等;第四,了解对外贸易情况,包括进出口贸易额、主要贸易国别、国际支付能力、主要贸易港口、对外贸易和外汇管制状况、海关税率、检验检疫措施等。在了解这些基本情况的基础上再进一步就商品适应性和竞争性以及市场价格做更深入的产品技术经济分析,落实货源,为制定经营方案打好基础。

### (二) 确定销售市场,建立业务关系

在交易磋商前,必须通过各种途径对客户政治文化背景、资信情况、经营范围、经营能力和经营作风方面的情况进行了解和分析。调查客户既可减少由于情况不明而造成的损失,又可以为拓展业务扩大出口、建立稳定交易关系打下基础。

### (三) 制订出口商品经营方案

制订出口商品经营方案是为了完成某种或某类的商品出口任务而确定经营意图、需要达到的最高或最低目标以及为实现该目标所应采取的策略、步骤和做法。它是对外洽谈人员在工作中应遵循的依据。谈判方案的完善与否是决定成败的关键,对需要谈判的问题,应分清主次,合理安排谈判的先后顺序,明确对解决每一主要问题应当掌握的分寸和尺度,以及准备好在谈判中出现某些变化时所采取的对策和应变措施,力争谈判取得成功。

### (四) 广告宣传和无形资产的保护

商标是商品的标记。商标对于一个企业的经营业绩有着举足轻重的作用。一个企业要想开拓商品市场、增加商品销售额度、扩大企业的声誉,必须做好商标的注册和广告宣传工作。商标专用权是一种无形资产,也是一种竞争手段,出口商对自己的商标只有在国外办理注册,才能确保专用权,也才能受到当地的法律保护,以防止假冒和不法商人的侵权。因此,必须注意当地有关商标的规定和公报,办好注册手续。

## 二、进口交易前的准备工作

### (一) 进行市场调查

正确分析进口商品的技术经济效益,以及主要供应国和主要生产厂商供应情况和价格趋势,了解商品经营情况,不同厂商的商品品质、价格、成交条件、交易者的资信状况等,并进行成本核算。

### (二) 落实进口许可证和外汇

我国政府目前对一部分商品实行进口许可证制度,在与国外洽谈交易之前,应该先办理一系列申报审批手续,许多进口商品需要先到主管部门办理准许进口批文之后,才能向对外经济





贸易部门申领进口许可证。必须认真落实进口许可证并保证外汇来源的问题,才能着手办理进口订货业务。

(三)研究制订进口商品经营方案  
进口商品经营方案是为了完成某种或某类商品进口任务而制定的经营意图以及应采取的策略、步骤和做法,是开展进口订购业务工作的依据,必须明确有关品名、数量、时间和国别的安排,交易对象的选定,价格和折扣幅度等。

### 三、交易磋商的形式

进出口交易的磋商通常是通过口头或书面方式进行。口头磋商主要是指交易双方当面直接协商或通过电话协商,书面磋商则是交易双方通过信函、电报、电传、电子邮件等通信方式磋商。

## 任务二 交易磋商

买卖双方交易磋商的程序,一般从询盘开始,经过发盘、还盘、接受几个环节,最后于交易达成而告终。其中发盘与接受是两个必不可少的环节。磋商的内容包括:商品名称、数量、品质、规格或花色品种、包装、价格、交货方式、运输方式、付款方式、发生意外的处理方式、保险的办理、发生纠纷的处理方式,这些问题在磋商中都要明确下来。

### 一、询盘(Enquiry or Inquiry)

询盘是准备购买或出售商品的人向潜在的供货人或买主探询该商品的成交条件或交易的可能性的业务行为,它不具有法律上的约束力。

询盘的内容可以涉及某种商品的品质、规格、数量、包装、价格和装运等成交条件,也可以索取样品,其中多数是询问成交价格,因此在实际业务中,也有人把询盘称作询价。如果发出询盘的一方,只是想探询价格,并希望对方开出估价单(Estimate),则对方根据询价要求所开出的估价单,只是参考价格,它并不是正式的报价,因而也不具备发盘的条件。

在国际贸易业务中,发出询盘的目的,除了探询价格或有关交易条件外,有时还表达了与对方进行交易的愿望,希望对方接到询盘后及时作出发盘,以便考虑接受与否。这种询盘实际上属于邀请发盘。邀请发盘是当事人订立合同的准备行为,其目的在于使对方发盘,询盘本身并不构成发盘。

询盘不是每笔交易必经的程序,如交易双方彼此都了解情况,不需要向对方探询成交条件或交易的可能性,则不必使用询盘,可直接向对方作出发盘。

在书写询价函时应注意开门见山、简明扼要、具体明了、合理有礼,语言不宜冗长和过分客气,更不可显得自卑。询价时常用的术语有:“interested in ... please ...”、“please advise ...”、“please quote ...”、“please offer ...”、“please bid”等。下面是一则询价函的实例:

#### Inquiry

Dear Sirs,

May 20, 2014

Tin Foil Sheets

We are desirous of having your lowest quotation for the above article on the terms and





conditions mentioned below, to which your prompt attention is requested.

Description of Article: Tin Foil Sheets.

Quantity Required: About 50 long tons of 2,440 pounds.

Prices: CFR Shanghai, including cost of suitable packing for export.

Terms of Payment: By irrevocable L/C to be opened in your favour ten days after your acceptance of the order.

Time of Shipment: September/October, 2014.

We trust that you will send us your reply by return.

Yours faithfully,

## 二、发盘(Offer)

发盘又称发价或报价,在法律上称为要约。根据《联合国国际货物销售合同公约》(以下简称“公约”)第14条第1款的规定:“凡向一个或一个以上的特定的人提出的订立合同的建议,如果其内容十分确定并且表明发盘人有在其发盘一旦得到接受就受其约束的意思,即构成发盘。”发盘既可由卖方提出,也可由买方提出,因此,有卖方发盘和买方发盘之分。后者习惯上称为递盘(Bid)。

### (一)构成有效发盘的条件

#### 1. 发盘应向一个或一个以上特定的人提出

向特定的人提出,即是向有名有姓的公司或个人提出。提出此项要求的目的在于,把发盘同普通商业广告及向广大公众散发的商品价目单等行为区别开来。对广大公众发出的商业广告是否构成发盘的问题,各国法律规定不一。大陆法规定,发盘需向一个或一个以上特定的人提出,凡向公众发出的商业广告,不得视为发盘。如北欧各国认为,向广大公众发出的商业广告,原则上不能作为发盘,而只是邀请看到广告的公众向登广告的人提出发盘。英美法的规定则与此相反,如英国有的判例认为,向公众发出的商业广告,只要内容确定,在某些场合下也可视为发盘。《公约》对此问题持折中态度,该《公约》第14条第2款规定:“非向一个或一个以上特定的人提出的建议,仅应视为邀请发盘,除非提出建议的人明确地表示相反的意向。”根据此项规定,商业广告本身并不是一项发盘,通常只能视为邀请对方提出发盘。但是,如商业广告的内容符合发盘的条件,而且登此广告的人明确表示它是作为一项发盘提出来的,如在广告中注明“本广告构成发盘”或“广告项下的商品将售给最先支付货款或最先开来信用证的人”等,则此类广告也可作为一项发盘。

鉴于《公约》对发盘的上述规定既原则又具体,且有一定的灵活性,加之世界各国对发盘又有不同的理解,因此,在实际应用时要特别小心。我方对外做广告宣传和寄发商品价目单,不要使对方理解我方有“一经接受,即受约束”的含义。在寄发商品价目单时,最好在其中注明“可随时调整,恕不通知”或“需经我方最后确认”等字样。

#### 2. 发盘内容必须十分确定

根据《公约》第14条第1款的规定,发盘的内容必须十分确定(Sufficiently Definite)。所谓十分确定,是指在提出的订约建议中,至少应包括下列三个基本要素:

(1)标明货物的名称;

(2)明示或默示地规定货物的数量或规定数量的方法;

(3)明示或默示地规定货物的价格或规定确定价格的方法。



凡包含上述三项基本因素的订约建议,即可构成一项发盘。如该发盘被对方接受,买卖合同即告成立。即一项订约的建议应包括三个方面的主要交易条款。

我国的贸易习惯一般是明示或暗示至少包括 6 项主要交易条件:品质、数量、包装、价格、交货和支付条件,并表明发盘的有效期。

在实际业务中,发盘人发盘时,如能明确标明要出售或要购买的货物的价格和数量,当然是最好的处理办法。但是,合同项下货物的数量,有时只能由当事人酌情处理或只能在交货时具体确定。订约建议中关于交货时间、地点及付款时间、地点等其他内容虽然没有提到,并不妨碍它作为一项发盘,因而也不妨碍合同的成立。因为,发盘中没有提到的其他条件,在合同成立后,可以双方当事人建立的习惯做法及采用的惯例予以补充,或者按《公约》中关于货物销售部分的有关规定予以补充。

构成一项发盘应包括的内容,各国的法律规定不尽相同。有些国家的法律要求对合同的主要条件,如品名、品质、数量、包装、价格、交货时间与地点以及支付办法等,都要有完整、明确肯定的规定,并不得附有任何保留条件,以便受盘人一旦接受即可签订一项对买卖双方均有约束力的合同。《公约》关于发盘内容的上述规定,只是对构成发盘的起码要求。在实际业务中,如发盘的交易条件太少或过于简单,会给合同的履行带来困难,甚至容易引起争议,因此,在对外发盘时,最好将品名、品质、数量、包装、价格、交货时间、地点和支付办法等主要交易条件一一列明。

### 3. 表明经受盘人接受发盘人即受约束的意思

必须表明发盘人对其发盘一旦被受盘人接受即受约束的意思。发盘是订立合同的建议,这个意思应当体现在发盘之中,如发盘人只是就某些交易条件建议同对方进行磋商,而根本没有受其建议约束的意思,则此项建议不能被认为是一项发盘。例如,发盘人在其提出的订约建议中加注诸如“仅供参考”、“须以发盘人的最后确认为准”或其他保留条件,这样的订约建议就不是发盘,而只是邀请对方发盘。

在此需要指出,我国《合同法》对发盘及构成要件的规定同上述《公约》的规定与解释基本上是一致的。我国《合同法》第 14 条规定:要约是希望和他人订立合同的意思表示,该意思表示应当符合下列规定:内容具体确定;表明经受要约人承诺,要约人即受该意思表示约束。

## 同步案例 1-1 一项因发盘而引发的争议

日本某中间商 A 对某商品向我方询盘,我方于 2013 年 10 月 10 日向 A 商发盘,并要求 10 月 20 日前复到。16 日我方突然收到美商 B 按我方发盘的规定开来的信用证。随后又收到 A 商的电报称:“你方 10 日发盘已转 B 商”。当时,该商品的价格正在上涨。我公司将信用证退回,又按调整后的价格直接向 B 商发盘。但 B 商来电称信用证于有效期内送到我方,是以行为表示的接受,所以,合同已经成立,并拒绝接受新的报价。就此,双方产生争议。

**【案例精析】** 在本案中我方是向 A 商做出的发盘,只有 A 商做出的接受才有效,B 商并非我方的发盘特定人,其按我方发盘的规定开来的信用证实际上只是相当于一个发盘,B 商是发盘人,我方成为其特定人,因此,我方享有该项交易的主动权。

### 4. 发盘生效的时间

发盘生效的时间有各种不同的情况:①口头方式做出的发盘,其法律效力自对方了解发盘内容时生效。②书面形式作出的发盘,关于其生效时间,主要有两种不同的观点与做法。一是



发信主义,即认为发盘人将发盘发出的同时,发盘就生效;另一种是受信主义,又称到达主义,即认为发盘必须到达受盘人时才生效。根据《公约》的规定,发盘送达受盘人时生效。我国《合同法》关于发盘生效时间的规定同上述《公约》的规定是一致的,即也采取到达主义。此外,我国《合同法》第16条还同时对采用数据电文方式的到达时间如何确定做出了具体规定:即“采用数据电文形式订立合同,收件人指定特定系统接收数据电文的,该数据电文进入特定系统的时间,视为到达时间;未指定特定系统的,该数据电文进入收件人的任何系统的首次时间,视为到达时间。”

## (二)明确发盘生效时间的意义

### 1. 关系到受盘人能否表示接受

一项发盘只有在送达受盘人时,才能发生效力,即只有当受盘人收到发盘之后,也就是发盘生效之后,受盘人才能表示接受,从而导致合同的成立。在受盘人收到发盘之前,即使受盘人通过其他途径已经知道发盘的发出及发盘的内容,也不能做出接受。

### 2. 关系到发盘人何时可以撤回发盘或修改其内容

一项发盘即使是不可撤销的,只要在发盘生效之前,发盘人仍可随时撤回或修改其内容,但撤回通知或更改其内容的通知,必须在受盘人收到发盘之前或同时送达受盘人。如发盘一旦生效,那就不是撤回发盘的问题,而是撤销发盘的问题。

## (三)发盘的有效期

发盘的有效期是指可供受盘人对发盘做出接受的时间或期限。发盘人在发盘的有效期内受其约束,超过有效期,发盘人则不再受其约束。因此,发盘的有效期既是对发盘人的限制,也是对发盘人的保障。

在发盘的有效期内,发盘人不能够任意地撤销和修改它的内容。发盘一经对方在有效期内接受就应受到该发盘的约束,就应承担按照发盘的条件跟对方订立合同的责任。

在通常情况下,发盘都具体规定一个有效期,发盘的有效期并不是构成发盘不可缺少的条件,一项发盘可以明确规定有效期,也可以不明确规定。

作为对方表示接受的时间限制,超过发盘规定的时限,发盘人即不受约束,当发盘未具体列明有效期时,受盘人应在合理时间内接受才能有效。何谓合理时间,需根据具体情况而定。根据商品的品种、特性、市场行情不同都有其合理的有效期。

根据《公约》的规定,采用口头发盘时,除发盘人发盘时另有声明外,受盘人只能当场表示接受,方为有效。采用函电成交时,发盘人一般都明确规定发盘的有效期。

### 发盘有效期的规定方法:

(1)规定最迟接受的期限:如限6月6日复到有效。

(2)规定一段接受的期限:如发盘有效期为6天。

按《公约》的规定,这个期限应从电报交发时刻或信上载明的发信日期起算。如信上未载明发信日期,则从信封所载日期起算。采用电话、电传发盘时,则从发盘送达受盘人时起算。如果由于时限的最后一天在发盘人营业地是正式假日或非营业日,则应顺延至下一个营业日。此外,当发盘规定有效期时,还应考虑交易双方营业地点不同而产生的时差问题。此外,当发盘规定有效期时,还应考虑交易双方营业地点不同而产生的时差问题。

## (四)发盘的撤回(Withdrawal)与撤销(Revocation)

发盘的撤回与撤销是两个不同的概念。前者是指在发盘送达受盘人之前,将其撤回,以阻止其生效。后者是指发盘已送达受盘人,即发盘生效之后将发盘取消,使其失去效力。