

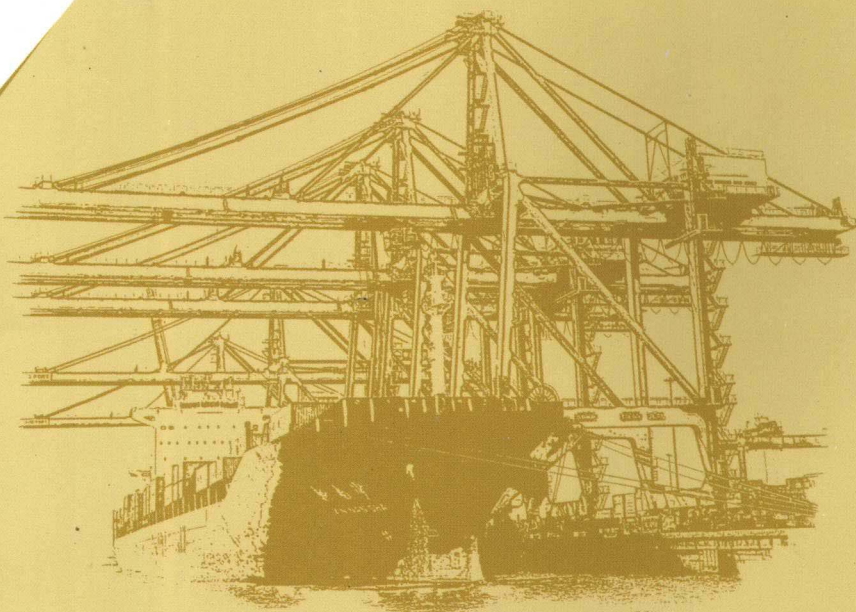


21世纪高等院校示范性实验系列教材

国际货物买卖模拟操作实验教程

GUOJI HUOWU MAIMAI MONI CAOZUO SHIYAN JIAOCHENG

主 编 吴 艳
副主编 王 燕



教育部直属师范大学
华中师范大学出版社

国际货物买卖 模拟操作实验教程

主 编:吴 艳

副主编:王 燕

华中师范大学出版社

2013 年·武汉

内 容 提 要

本教材作为国际贸易实务实验课程的配套用书,它以国际货物买卖合同的洽商、签订及其履行为线索,按照国际货物买卖中不同当事人所承担的不同义务为主线,展开专题模拟和全流程模拟。在专题模拟部分,介绍如何缮制国际货物买卖合同、装箱单、重量单、提单、保险单、开证申请书、商业发票、原产地证书等商业单据和金融单据,使学生熟悉信用证的审核与修改业务。在全流程模拟中以代理进出口的方式展开实训。教材结合南京世格公司研发的 Simtrade 软件,给出假设情境,要求学生通过模拟国际货物买卖业务不同当事人(包括出口商、进口商、生产厂商、进口地银行、出口地银行五个角色),完成相关当事人项下的订约、履约环节。希望学生通过模拟实验,进一步了解和掌握国际货物买卖的基本流程,掌握相关外贸业务的操作。

本教材既可作为各类本、专科院校经管专业国际贸易实务实验操作课程的教材,也可作为涉外经济工作者和热衷于从事国际贸易人士的自学工具书。

新出图证(鄂)字 10 号

图书在版编目(CIP)数据

国际货物买卖模拟操作实验教程 / 吴艳 主编. —武汉:华中师范大学出版社, 2013. 2

(21 世纪高等院校示范性实验系列教材)

ISBN 978-7-5622-5893-3

I. ①国… II. ①吴… III. ①国际贸易—买卖合同—高等学校—教材 IV. ①D996.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2013)第 002883 号

国际货物买卖模拟操作实验教程

©吴艳 主编

责任编辑:全莎莎 王文琴

编 辑 室:第二编辑室

出版发行:华中师范大学出版社有限责任公司

社址:湖北省武汉市珞喻路 152 号

销售电话:027—67863426/67863280

邮购电话:027—67861321

传真:027—67863291

网址:<http://www.ccupress.com>

印刷:湖北恒泰印务有限公司

字数:366 千字

开本:889mm×1194mm 1/16

版次:2013 年 3 月第 1 版

定价:26.00 元

责任校对:罗 艺

电话:027—67867362

封面设计:罗明波

电子信箱:hscbs@public.wh.hb.cn

督印:章光琼

印张:13

印次:2013 年 3 月第 1 次印刷

欢迎上网查询、购书

敬告读者:欢迎举报盗版,请打举报电话 027—67861321

前言

近年来,中国对外贸易发展迅猛。2011年中国的进出口额创历史新高,对外贸易进出口总额达到36420.59亿美元,同比增长22.51%。其中,中国出口总额达到18986.00亿美元,同比增长20.32%;中国进口总额达到17434.59亿美元,同比增长24.99%。2011年中国对外贸易平衡状况得以改善、对外贸易方式继续优化、对外贸易伙伴更加多元化。与之相适应的是,国际货物买卖方面的专业人才需求量日益增加。为了加快培养更多熟悉国际货物买卖实务操作的高素质的国际贸易专业人才,使之能更快地学会和掌握国际货物买卖的业务流程与操作技巧,笔者编写了《国际货物买卖模拟操作实验教程》这本教材,希望此书能帮助大家尽快熟练掌握国际货物买卖业务操作,提高业务能力。

本教材作为国际贸易实务实验课程的配套用书,主要为提高学生的外贸业务能力服务。教材以国际货物买卖合同洽商、签订及国际货物买卖合同的履行为线索,以国际货物进出口不同当事人所承担的不同义务为主线,展开专题模拟和全流程模拟。在专题模拟部分,要求读者完成国际货物买卖合同的拟订工作,学习填写装箱单、重量单、提单、保险单、开证申请书、商业发票、原产地证书等商业单据和金融单据,使学生熟悉信用证的审核与修改业务。在全流程模拟中以代理进出口的方式展开实训。教材要求读者结合南京世格公司研发的Simtrade软件,按照假设情境,模拟扮演国际货物买卖业务不同当事人(包括出口商、进口商、生产厂商、进口地银行、出口地银行五个角色),完成相关当事人项下的订约及履约环节。希望学生通过相关模拟操作,了解和掌握国际货物进出口业务的基本流程,熟悉并会缮制相关商业和金融单据,掌握相关外贸业务的操作。

教材具有如下特点:(1)时代性:教材顺应国际商品贸易的发展趋势,将不断发展中的国际贸易惯例,如《国际贸易术语解释通则2010》、《跟单信用证统一惯例UCP600》等内容添加、运用到国际贸易实务模拟操作中,构建新惯例下国际贸易实务模拟的环境,弥补既有教材的不足,增加本教材的时代性。(2)实用性:教材分专题模拟和全流程模拟两部分展开。在学生在学习国际贸易实务理论知识时,可进行专题模拟,重点开展单据填制训练。学生在学习完国际贸易实务理论知识后,可进行全流程模拟。运用Simtrade软件,分角色开展国际贸易实务全过程的实训。(3)高仿真性:教材内容将最大限度地贴近实际业务,真实度高,可操作性强。通过角色扮演与轮换来调动学生的学习积极性。

本教材既可作为各类本、专科院校经管专业国际贸易实务实验操作课程的教材,也可作为涉外经济工作者和热衷于从事国际贸易人士的自学工具书。

本教材由华中师范大学经济与工商管理学院吴艳担任主编进行筹划、编著。副主编为华中师范大学职业与继续教育学院讲师王燕。在写作过程中,晏琼、林爽、夏琴琴同学为本书做了大量的录入、校对工作,耗费了大量的精力和宝贵的时间。教材在编写和出版过程中,得到华中师范大学经济与工商管理学院领导、华中师范大学教务处、华中师范大学出版社的大力支持和热情帮助。在此,向上述所有人员表示衷心的感谢!

在本教材的编写过程中,作者参考、借鉴了国内外关于国际货物买卖方面的书籍、报刊、网络资料等,书中未能一一列出,编者在此一并致谢。

由于水平有限,书中难免有疏漏和错误之处,恳请国内外专家、学者及广大读者批评指正。

吴艳

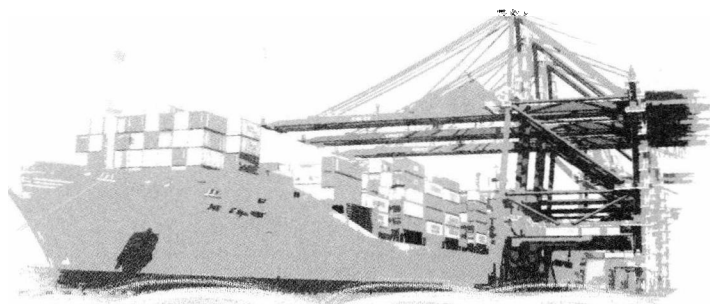
2012年8月于桂子山

目 录

第一编	国际货物买卖进出口业务流程	1
第一章	国际货物买卖出口业务流程	3
第一节	国际货物买卖出口交易前的准备	4
第二节	国际货物买卖交易磋商的流程	5
第三节	国际货物买卖出口合同履行流程	11
第二章	国际货物买卖进口业务流程	14
第一节	国际货物买卖进口交易前的准备	14
第二节	国际货物买卖进口合同履行流程	16
第二编	国际货物买卖单证模拟训练	19
第一章	国际贸易单证概述	21
第一节	国际贸易单证的作用及分类	21
第二节	进出口单证的业务流程	23
第二章	国际货物买卖合同	25
第一节	国际货物买卖全式合同的缮制	25
第二节	国际货物买卖确认书	35
第三章	信用证	39
第一节	信用证概述	39
第二节	申请开立信用证	45
第三节	信用证的开立及通知	50
第四节	信用证的审核及修改	52
第五节	信用证下的审单	59
第四章	商务单证	66
第一节	汇票	66
第二节	发票	69
第三节	包装单据	75
第四节	装运通知	77
第五节	其他单据	78
第五章	运输及保险单证	85



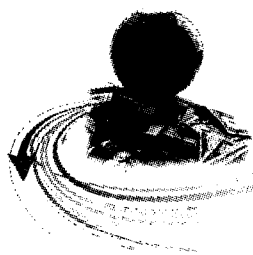
第一节	运输单证	85
第二节	保险单证	99
第六章	官方进出口单证	109
第一节	原产地证书	109
第二节	进出口货物许可证	116
第三节	进出口付汇核销单	122
第四节	报关单据	127
第五节	检验证书	130
第三编	国际货物买卖全流程模拟实训	137
第一节	模拟实训操作一	139
第二节	模拟实训操作二	175
第三节	模拟实训操作三	177
第四节	模拟实训操作四	179
第五节	模拟实训操作五	181
第六节	模拟实训操作六	184
练习参考答案		186
主要参考文献		201



第一编 国际货物买卖进出口业务流程

G J H W M M J C K Y W L C





第一章

国际货物买卖出口业务流程

【知识目标】

1. 了解出口交易的业务流程。
2. 了解国际货物买卖交易磋商的一般程序。

本章拟以 CIF、L/C 为主要交易条件，介绍国际货物买卖出口业务的基本流程(见图 1-1)。由图 1-1 可知，出口业务大体分三个阶段：一是出口前准备阶段，二是对外磋商阶段，三是合同履行阶段。

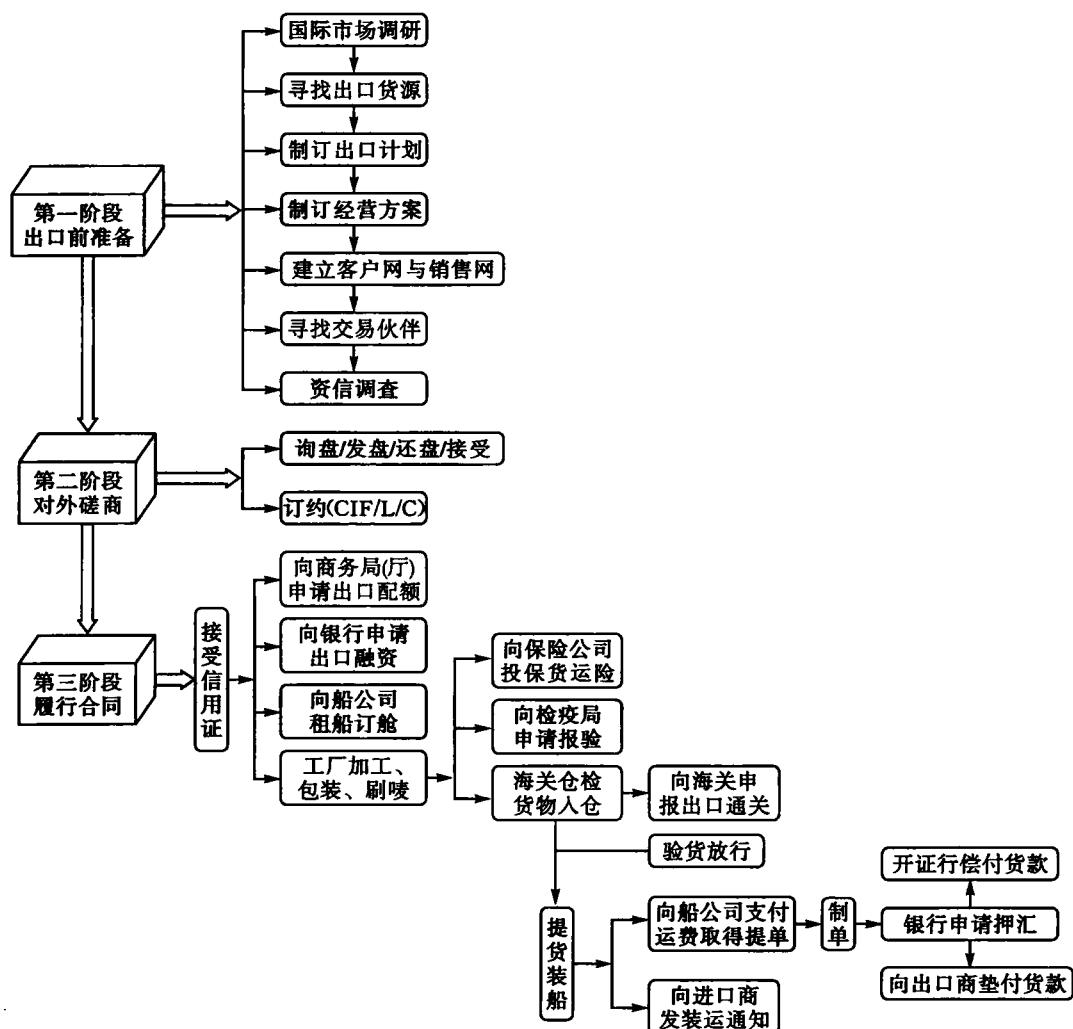


图 1-1 国际货物买卖出口业务流程①

① 根据《国际贸易实务》(主编：蔡梦佳，台北：智胜文化事业有限公司，2001.)第 60—63 页图 3 制。

第一节 国际货物买卖出口交易前的准备

出口交易前的准备工作主要包括：开展国际市场调研、寻找出口货源、制订出口计划、制订出口商品经营方案、建立客户群与销售网、寻找交易伙伴、进行资信调查等内容。

一、国际市场调研

在出口交易前，外贸企业必须从国际市场的调研工作入手，通过各种途径全面、深入、准确地调查研究，广泛了解商品的供求情况、价格动态以及各国有关的贸易政策法规、措施和习惯做法等，以便从中选择适当的目标销售市场，并合理地确定市场布局。从事国际市场调研时，应着重了解国外市场环境信息^①和国外市场商品信息^②，并对这些信息进行归类整理。此外，还要对交易伙伴所在国家的贸易壁垒进行调查，了解对方是否存在特殊的技术要求、该商品在交易伙伴所在地是否正在接受反倾销调查或者已被征收反倾销税。

国际市场调研信息获取分直接获取和间接获取两种方式。可以通过参加对外贸易使团、贸易博览会、展览会、交流会前往国外实地考察、同国外客户直接接触，索要样品或询问相关信息等方式直接获取第一手资料信息。间接获取资料信息的方法有：查阅商会发布的信息文件、政府及贸易协会的记录、贸易及商业杂志等既有公共信息；通过外交部派驻各国的大使馆、领事馆的商务机构查询；由外贸公司或企业在国外的经销商、代理商提供的商业信息；委托专业的咨询调查公司开展调查或购买专业信息服务商提供的信息。

二、寻找出口货源

在对国际市场研究的基础上，要从中选择适当的销售市场。通过对目标市场的分析来判断某种产品的销售趋势、利润空间等，进而选出目标产品，然后利用各种途径了解目标产品的价格、品质、目标客户等。外贸公司在寻找货源时，需注意确认是否符合出口要求，是否能及时供货。要根据不同商品的具体情况和特点，及时与生产、供货部门制订出口商品的生产计划，并选择物美价廉、信用可靠的供货商。

三、制订出口计划和经营方案

制订出口计划，是为了加强对出口业务的管理，促使每个环节都能紧密衔接、互相配合。在不同的背景条件下，不同商品或同一商品的出口计划是不同的，其内容也繁简不一。出口计划的主要内容包括价格方案、出口成本预算表等。

出口商品经营方案是对一定时期内对外推销商品和安排出口业务的具体安排，是对外洽商交易的依据。一般情况下，一份详细的出口经营方案应列明以下内容：商品及国内货源情况(主要包括商品的特点、品质、规格、包装等，国内生产能力，可供出口的数量，当前的库存情况及国内需求量等)、国外市场情况(主要包括国外市场需求情况、供求和价格变动情况，今后发展变化的趋势，国内外客户的具体反映，经营该商品的经验、教训等)、经营历史情况(包括该出口商品在国际市场上所占的地位，主要出口地区及销售情况，国内外客户的具体反映，经营该商品的经验、教训等)、出口经济效益(包括出口成本、出口盈亏率和出口换汇成本等。通过核算同类商品在不同时期的出口经济效益，有助于出口商改进经营管理；而对同类商品出口到不同国家和地区的经济效益的比较，则可以为选择市场提供依据)、销售计划和措施(包括目标国别和地区、按品种数量与金额列明销售的

^① 环境信息包括目标市场国的经济、政治、自然、人口、技术、法律、文化等宏观因素。

^② 商品信息包括某一类或一种商品的国际市场、目标市场的价格、性能、质量、生产技术及工艺的先进程度、市场上的供求关系以及影响供求关系变动的各种因素等微观信息。

计划进度,以及按销售计划采取的措施,如对客户利用,贸易方式、收汇方式的应用,对价格佣金和折扣的掌握)。

四、建立客户群与销售网

为了正确地选择和利用客户,有必要建立、健全客户档案,以便对各种不同类型的客户进行分类排队,做到心中有数。要正确对待和妥善处理大客户与小客户、新客户和老客户之间的关系,充分调动专营出口商品、中间代理商和实销户推销己方出口商品的积极性。同时,联系各种不同类型的客户,包括进口商、经纪人、批发商、零售商、制造商、跨国公司,建立对外销售网络。

五、寻找交易伙伴

一般来说,在交易前,外贸公司和企业可通过各种途径对交易伙伴的政治文化背景、资信情况、经营范围、经营能力和经营作风等方面的情况进行全面调查研究。出口商应尽量选择政治上友好、资信状况良好、经营能力较强的客户作为交易伙伴,并与之建立稳定的贸易关系。

外贸公司和企业可以通过参加广交会、博览会等展会结识交易伙伴;可以利用互联网的平台寻找交易伙伴;或者通过向有关银行或咨询机构获取进口商资料的方法寻找交易伙伴;利用各国商会编纂的企业名录和联系方式主动寻找买家;通过华侨、国内外的贸易促进机构、友好协会、驻外使馆商务处或外国驻华使馆的介绍获得客户;与国际经济组织、国外商业情报机构、研究机构咨询公司、数据库建立经常联系,获得专项产品的市场报告。

六、资信调查

调查客户的资信是外贸企业做好风险事前控制的重要一环。资信调查的内容主要包括两个方面:一是企业的基本信息,包括企业的名称、公司形式、注册地址、联系电话、法定代表人姓名和国籍、注册资本、该公司股东出资状况和公司的管理机构、经营范围等;二是企业的信用和财务信息,包括公司的资产负债情况、最近财政收支状况、近年的经营状况及主要客户、是否信守承诺、是否涉讼以及客户的财务状况等。另外,如有需要,还可对对方提供的《商业登记证》、《授权委托书》、《银行资信调查证明》的真实性进行核实。

进行客户资信调查的方法很多,较为常用、便捷的方式有:通过国内外的商务机构等相关部门进行调查;委托银行等金融机构或一些著名的咨询公司咨询;出口企业亲自派人出国考察;通过老客户或者国内同行来了解新客户资信;使用网络搜索引擎技术了解客户等。

第二节 国际货物买卖交易磋商流程

一、交易磋商的一般程序

实践中,交易磋商的过程一般会经历询盘、发盘、还盘和接受四个环节(如图1-2所示),其中发盘和接受是必不可少的环节,是达成交易必经的法律步骤。

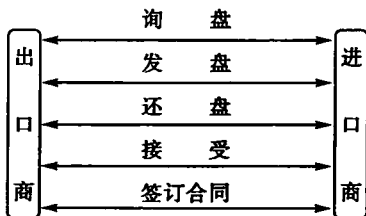


图 1-2 交易磋商的一般环节

(一) 询盘(Inquiry)

询盘是交易的一方向另一方探询交易条件,表达交易意愿的一种行为。询盘既可由买方也可由

卖方作出,但一般情况下买方询盘的多一些。询盘内容可详可略,可以只询问商品的价格,也可以询问商品的品质、规格、价格、数量、包装、运输等交易条件,还可以仅要求对方对自己发盘。

询盘对询盘人和被询盘人没有法律约束力,不是交易的必经步骤。但是询盘是一笔交易的起点,在国际货物买卖中,常被交易一方用来试探对方对交易的诚意或试探国际市场价格。所以,被询盘人应对接到的询盘予以重视,认真对其进行分析,针对不同的询盘目的或背景作出不同的处理和答复。

询盘虽然比较简单,但当事人询盘时还是需注意以下问题:

(1)询盘不一定要有“询盘”(Inquiry)字样,凡含有询问、探询价格交易条件等的意思表示,均视为询盘。询盘时,询盘人不应只考虑如何询问商品的价格,也应注意询问其他交易条件,以便获得比较全面的交易信息或条件。

(2)业务中询盘虽无法律约束力,但当事人仍须尽量避免长期只询问价格而不购买或不售货情况的发生,以防丧失信誉。要尊重对方询价,无论是否出售或购买都应该及时处理与答复。

(3)询盘虽然可以同时向一个或几个交易对象发出,但不应在同一时间内集中发出,以免暴露己方销售或购买意图。

(二)发盘(Offer)

发盘,又称发价,是交易的一方(发盘人)向另一方(受盘人)提出各项交易条件,并愿意按这些条件达成交易的一种意思表示。发盘既可由卖方提出(Selling Offer),也可由买方提出(Buying Offer),故有卖方发盘和买方发盘之分,通常后者也被称为递盘(Bid)。实际业务中,发盘通常是一方收到对方的询盘之后作出的,但也可不经询盘直接向对方发盘。发盘在法律上称为“要约”,发盘在有效期内一经对方无条件接受,发盘人将受其约束,并承担按发盘条件与对方订立合同的法律责任。在有效期内,发盘人不能随意撤销或修改发盘的内容。

1. 发盘的构成要件

《联合国国际货物销售合同公约》(以下简称《公约》)第14条第1款指出:“向一个或一个以上特定的人提出的订立合同的建议,如果十分确定并且表明发盘人在得到接受时承受约束的意旨,即构成发盘。一个建议如果写明货物并且明示或暗示地规定数量和价格或规定如何确定数量和价格,即为十分确定。”根据上述规定,构成一项有效的发盘需具备以下条件:

(1)向一个或一个以上特定的人提出。向特定人提出是指向有名有姓的公司或个人提出,它可以是一个,也可以是几个。不指定受盘人的发盘,一般仅视为发盘邀请。《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,仅应视为邀请提出发盘,除非提出建议的人明确表示相反的意向。”由此可见,出口商发布的商业广告或向一些国内外客户寄发的商品目录(Catalogues)、报价单(Quotation)、价目表(Price List)等都不是发盘,而只是发盘邀请。

(2)发盘人表明订约意思。一方当事人是否向对方表明在发盘被接受时承受约束,是判定一项发盘是否生效的基本标准。发盘人必须表明订约的意思,即发盘表明发盘人在获得对方接受时,将按发盘的条件承担与受盘人订立合同的法律责任。

(3)发盘内容必须十分确定。发盘内容确定是指发盘内容是完整的、明确的和终局的。“完整的”是指品名、品质、数量、包装、价格、交货、支付等主要的交易条件完备。“明确的”是指主要交易条件不能模棱两可、含糊不清。“终局的”是指发盘人无其他保留或限制条件,只能按发盘条件与受盘人订立合同。在实际业务中,如果双方事先订立的相关协议中包含了某些主要交易条件,或业务双方彼此熟悉,形成某些习惯做法,发盘内容可以简化,这并不影响发盘的完整性。

(4)送达受盘人。《公约》第15条规定:“发盘在送达受盘人时生效。”那么,只有将发盘的主要内容通知到受盘人本人或其营业地或其通讯地址或其惯常居住地时,发盘才能生效。

2. 发盘的有效期(Term of Validity)

发盘有效期是指可供受盘人对发盘作出接受的期限。国际货物买卖中,对于发盘的有效期限,发盘人除了明确规定有效期限^①外,也可采用“合理期限”^②的表述,还可要求受盘人对口头发盘^③表示立即接受。

采用函电成交时,发盘一般都明确规定发盘的有效期限,其规定方法有:①规定最迟接受的期限。如“限某月某日复”,表示某月某日24时前将表示接受的通知投邮或向电报局交发即可;如“限某月某日复到此地”,则表示受盘人的接受通知不得迟于某月某日送达发盘人。②规定一段接受期限。如规定“发盘有效期为10天”或“发盘限12天内复”。根据《公约》第20条规定,这一期限应该从电报交发时刻或信上载明的发信日期起算。如果信上未载明发信日期,则从邮戳的日期起算。采用电话、电传发盘时,则从发盘送达受盘人时起算。如果时限的最后一天是发盘人营业地的假日或非营业日,则应顺延至下一个营业日。

3. 发盘的撤回(Withdrawal)与撤销(Revocation)

《公约》第15条规定“发盘在到达受盘人时生效”。公约的这一规定,对发盘人而言具有非常重要的意义。首先关系到受盘人能否表示接受。只有当受盘人收到发盘之后,即发盘生效后,受盘人才能表示接受。如果在受盘人收到发盘之前,即使受盘人通过其他途径知道了发盘内容,也不能作出接受表示。其次关系到发盘人何时可以撤回发盘或修改其内容。一项发盘,即使是不可撤销的发盘,在送达受盘人之前,即在发盘生效之前,可以撤回,但一旦生效,则只能撤销。

(1)发盘的撤回。发盘的撤回是指发盘人发盘后,在其尚未到达受盘人之前,即在发盘尚未生效之前,将发盘收回,使其不发生效力。由于发盘尚未生效,因此发盘原则上可以撤回。《公约》第15条第2款规定:“一项发盘,即使一项不可撤销的,也可撤回,如果撤回的通知在发盘到达受盘人之前或同时到达受盘人。”因此,在实际业务中,如果发现作出的发盘有误,即可采取相关措施以更快的通讯联络方式将其撤回。

(2)发盘的撤销。发盘的撤销是指发盘人在其发盘到达受盘人处后,即在发盘已经生效的情况下,废除发盘的效力。《公约》第16条第1款规定:“在合同成立之前,发盘可以撤销,但撤销通知必须于受盘人作出接受之前送达受盘人。”发盘的撤销与撤回的不同之处在于:撤销是对法律上已经生效的发盘作出的处理,即取消发盘人在法律上应该承担的责任,比较复杂;但撤回是在发盘送达受盘人之前,发盘并未生效时作出的处理。

需要注意的是,不是所有的发盘都可以撤销。《公约》第16条第2款规定,下列情况不能撤销发盘:第一,发盘规定了有效期或以其他方式表明是不可撤销的。如“发盘将于8月1日12时前有效”,则在此有效期内,该发盘不能撤销;再如发盘注明“不可撤销”(Firm Irrevocable)字样,在合理时间内也不能被撤销。第二,受盘人有理由信赖这项发盘是不可撤销的,并已本着这种信赖采取了行动^④。

4. 发盘的终止(Termination)

发盘的终止是指发盘丧失了法律效力,发盘人不再受发盘的约束,受盘人也随之失去接受该发

① 明确规定有效期不但可以减少争议的发生,而且还可促进成交。有效期的长短应适当,若有效期太短,对方无暇考虑;若有效期太长,发盘人承受的风险也就更大。发盘人必须根据货物、市场情况、双方距离以及通讯方式不同来合理确定有效期。明确规定有效期的主要做法有:规定最迟接受期限、规定一段接受时期等做法。

② 合理期限是指不明确规定有效期的发盘,其有效期界定在“合理时间”内接受有效,即该“合理时间”为有效期。这种规定可在对方没有接受前撤销发盘,但容易产生争议。

③ 对于口头发盘的有效期限,《公约》第18条规定:“对口头发价必须立即接受,但情况有别者不在此限。”这就是说,口头发盘,如果双方对接受期限并无约定,应视为受盘人立即接受有效,否则无效。

④ 《公约》的这些规定主要是为了维护受盘人的利益、保障交易的安全。我国是《公约》的缔约国,我国企业同其他缔约国的企业进行交易,一般均适用《公约》。

盘的权利。任何一项发盘,其效力可在下列条件之一出现时终止:①发盘在规定的有效期或合理时间内未被接受,发盘效力即告终止。②发盘因发盘人依法撤销而失效。③发盘被受盘人拒绝或还盘。在拒绝通知或还盘送达发盘人时,发盘效力即告终止。④发盘人发盘之后,发生不可抗力因素,按出现不可抗力可免除责任的一般原则,发盘效力即告终止。⑤发盘人或受盘人在发盘被接受前丧失行为能力,该发盘效力也可终止。

(三)还盘(Counter Offer)

还盘,又称还价,是受盘人对发盘内容不同意或不完全同意,进而提出修改或变更的意思表示。还盘可以使用“还盘”字样,也可不使用。还盘既是受盘人对原发盘的拒绝,也是原受盘人以新发盘人的身份作出的新发盘。原发盘因对方还盘而失效,原发盘人不再受其约束,新受盘人有权针对还盘内容进行考虑,或接受,或拒绝,或再还盘。

国际货物买卖的磋商中,一方在发盘中提出的条件与对方能够接受的条件不完全吻合的情况时常发生,特别是在大宗交易中,很少有一方一发盘即被对方无条件全部接受的情况。因此,虽然从法律上讲,还盘并非交易磋商的必经环节,但在实际业务中,还盘经常出现。有时一项交易须经过还盘、再还盘等多次讨价还价,才能达成一致。

还盘中需注意的,还盘既可以针对价格,也可以针对交易商品的其他交易条件。由于还盘时,一般只针对原发盘需修改的部分作出,已同意的内容在新发盘中可以省略;原发盘人在收到还盘后要与原发盘进行核对,找出还盘中提出的新内容,结合市场变化情况和我方销售意图对还盘作出应对和处理。

(四)接受(Acceptance)

接受,是受盘人在发盘的有效期内,无条件地同意发盘中提出的各项交易条件,愿意按这些条件和对方达成交易的一种意思表示。《公约》第17条第1款规定:“受益人声明或作出其他行为表示同意一项发盘,即是接受。缄默或不行动本身不等于接受。”接受在法律上称为“承诺”,接受一经送达发盘人,合同即告成立。合同当事人应履行合同所规定的义务并享有相应的权利。

1. 接受的构成条件

(1)接受必须由特定的受盘人作出。发盘是向特定的人作出的,因此,只有发盘指定的受盘人才能对发盘作出接受。任何第三方作出的接受,不能视为有效的接受,只能作为一项新的发盘。

(2)接受必须在发盘有效期内传达到发盘人。当发盘规定了有效期,受盘人必须在规定的有效期将接受通知送达发盘人,接受才有效。如发盘没有规定有效期,则受盘人应在合理时间内将接受通知送达发盘人。此外,接受的传送方式也应符合发盘的要求^①。

(3)接受必须表示出来。受盘人必须以某种方式向发盘人表示接受。按《公约》的规定,受盘人表示接受的方式有两种:一是用“声明”(Statement)作出,即以口头或书面形式向发盘人表示;二是用“行为”(Conduct)来表示,即作出某种行为,如卖方发运货物或买方开立信用证或汇付货款等表示接受。如受盘人收到发盘后,不采取任何行动,不对发盘作出任何反应,则不能认为是对发盘表示接受。

(4)接受的内容必须与发盘的内容相一致。接受必须是受盘人无条件地、全部同意发盘中的条件。根据《公约》第19条第1款的规定,受盘人如虽对发盘表示接受但载有添加、限制或其他更改的答复,即视为拒绝该项发盘,并构成还盘。如交易条件简单,接受中无需复述全部条件。如双方多

^① 发盘人在发盘时,有的含规定接受的传递方式,也有未作规定的。如发盘没有规定传递方式,则受盘人可按发盘所采用的,或比其更快的传递方式将接受通知送达发盘人。

次互相还盘,条件变化较大,还盘中仅涉及需变更的交易条件,则在接受时宜复述全部交易条件,以免疏漏和误解。

2. 有条件的接受

原则上讲,接受应是无条件的。有条件的接受是指受益人在表示接受的同时又提出一些变更或不同条件。有条件的接受,不能被视作是有效的接受,它是一项反要约。

但在实际业务中,《公约》第19条规定,对有条件的接受需要区分实质性变更(Material Alteration)和非实质性变更(Nonmaterial Alteration)两种情况。其中,实质性变更是指“对货物的价格、付款、货物的质量与数量、交货的时间与地点、当事人的赔偿责任范围、解决争议的方法等的添加、限制或其他更改,实质性变更应视为对原发盘的拒绝并构成反要约”。除这些内容以外的添加或变更则属于非实质性变更。非实质性变更是指“虽对发盘表示接受但载有添加或不同条件的答复,但所载的内容在实质上并不变更原发盘的条件,如要求增加提供一些单据,要求分两批装运等”。

实质性变更是对原发盘的拒绝,构成了还盘。非实质性变更是否构成有效的接受,取决于发盘人的态度。如果发盘人在不过分延迟的期间内以口头或书面方式表示反对,则接受无效,合同不成立;如果发盘人不表示反对,则构成有效接受,合同宣告成立。因此,发盘人在收到受盘人发来的有条件的接受后,须判断其添加或修改的性质并作出回应,切记不能以“沉默”待之。

3. 逾期接受

逾期接受是指在国际货物买卖中,由于各种原因,导致受盘人的接受通知晚于发盘人规定的有效期才送达。按照各国的法律和《公约》规定,逾期接受不是有效的接受,而是一项新的发盘。但为了有利于国际货物买卖合同的成立,《公约》对逾期的接受也采取了一系列灵活的处理方法,在下列两种情况下的逾期接受仍具有接受的效力:第一,只要发盘人毫不迟延地以口头或书面形式认为该逾期接受仍有效,并将此意见通知受盘人。第二,如果载有逾期接受的信件或其他书面文件表明,依照它寄发时的情况,只要邮递正常,它本来能够及时送达发盘人(但事实上却由于传递的延误而迟到),则此项逾期接受仍具有接受的效力。除非发盘人毫不迟延地用口头和书面形式通知受盘人,表示其发价已因逾期接受而失效。

因此,发盘人收到受盘人送来的逾期接受时,应首先查明造成接受逾期的原因。且在逾期接受的情况下,不管受盘人有无责任,决定该接受是否有效的主动权在发盘人。

4. 接受的撤回

《公约》第22条规定:“如果撤回的通知于接受生效之前或同时送达发盘人,接受得予撤回。”根据这一规定,如果交易磋商的一方作出错误接受表示,他可以在该接受送达发盘人之前,采取相关措施阻止接受生效。

二、国际货物买卖合同的成立

交易一方的发盘经对方有效接受后,国际货物买卖合同即宣告成立。国际货物买卖合同是指营业地处于不同国家或地区的当事人之间订立的货物买卖合同,亦称国际货物销售合同。它是当事人各自履行约定义务的依据,也是发生违约行为时,进行补救、处理争议的依据。

(一)国际货物买卖合同的特点

1. 国际货物买卖合同双方当事人的营业地处于不同国家或同一国家不同的特定区域

判断一个合同是国际货物买卖合同还是国内货物买卖合同,其标准不是看当事人的国籍,而是看合同营业地。因此,即使双方当事人具有相同的国籍,只要他们的营业地处于不同的国家或不同的特定地区,他们之间订立的货物买卖合同就是国际货物买卖合同。同样,即使双方当事人具有不同的国籍,但如果他们处于同一国家或特定的区域内,他们之间订立的货物买卖合同也不是国际货

物买卖合同。

2. 国际货物买卖合同的标的是有形的动产

国际货物买卖合同的标的必须是有形的动产，不能是股票、流通票据或其他权利性凭证，也不能是房屋等不动产或提供劳务的交易。由于国际货物买卖合同当事人的营业地处于不同国家或特定地区，他们买卖的货物需要出入当事人所在国的国境，因此，国际货物买卖合同有时也可称为进出口合同。

3. 国际货物买卖具有涉外因素

由于当事人处于不同国家或地区，因此，在国际货物买卖合同的订立和履行过程中不可避免地会涉及很多国外因素，如合同关系的产生、变更或终止消灭的法律行为在不同国家境内完成。同时，合同履行时，合同标的物需越过国境，这涉及长距离的国际运输，而且在此过程中发生的各种风险就可能涉及国外因素。另外，货款的支付也可能涉及外国货币的使用。此外，由于国际货物买卖合同在订立和履行过程中涉及许多国外因素，因此，国际货物买卖合同的法律适用经常涉及国际公约、国际贸易惯例以及相关国家的国内法。

在国际货物买卖中，双方签妥的书面合同对买卖双方都具有法律约束力，合同当事人应该履行合同项下的各项义务。其中，卖方的基本义务是向买方提交符合合同规定的货物，并移交与货物有关的单据，转移货物的所有权。买方的基本义务是按照合同规定支付货款，收取货物。

(二) 国际货物买卖合同有效成立的条件

买卖双方就各项交易条件达成协议后，并不意味着该合同就一定是法律意义上的有效合同，不具有法律效力的合同是不受法律保护的。根据相关法律规定，一项合同，除买卖双方就交易条件通过发盘和接受达成协议外，还需具备下列条件，才是一项有效合同。

1. 买卖双方当事人必须具有签订合同的行为能力

签订国际货物买卖合同的当事人主要为自然人或法人。按相关国家的法律规定，自然人签订合同的行为能力，是指精神正常的成年人才能订立合同，未成年人或精神病患者和醉汉，在发病期间和神志不清时达成的合同，可免去其合同的法律 responsibility。若是法人间签订合同时，则行为人需为企业的全权代表；非企业负责人代表企业达成合同时，一般应有授权证明书、委托书或类似的文件。且法人代表仅能在规定的法人经营范围内签订合同，越权的合同将不发生法律效力。在中国只有经政府允许和批准有外贸经营权的企业，才能从事对外贸易活动，才能就其有权经营的商品对外达成国际货物买卖合同。

2. 合同必须有对价(Consideration)或约因(Cause)

国际货物买卖合同是商务合同，是有偿的交换，这是由国际货物销售合同的性质所决定的。按照一般的法律规定，合同只有在有对价或约因时，才是法律上有效的合同。其中，对价是指当事人为取得合同利益所付出的代价；约因是指当事人签订合同所追求的直接目标。即双方行为有偿，双方既拥有权利又都承担义务。一方不履行合同规定的义务时有向对方作出赔偿损失的责任。

3. 国际货物买卖合同应是双方当事人在自愿和意思真实基础上达成的协议

一份有约束力的合同，其合同当事人的意思表示必须是真实的。签订国际货物买卖合同是当事人双方的法律行为。所以，必须双方当事人意思表示一致，合同才能成立。而且协议必须是建立在双方自愿的基础上的，如果当事人一方用诈骗、威胁或暴力等行为迫使另一方达成合同，该合同在法律上是无效的。

4. 合同的标的内容必须合法

英、美、法等国都承认，“契约自由”和“意思自治”是合同法的基本原则，但各国对契约自由都加

以了一定的限制,各国都要求当事人所订立的合同标的和内容合法。所谓“标的合法”,是指货物和货款等必须合法,即货物应是政府允许出口或进口的商品,货款和外汇的收付必须符合国家的有关规定。对于“合同内容必须合法”,许多国家往往从广义上解释,主要包括合同内容不得违反法律、不得违反公共秩序或公共政策以及不得违反善良风俗或道德三个方面。

5. 合同的形式必须符合法律的规定

世界上大多数国家,仅对少数合同规定必须采用特定的形式订立。对大多数合同,一般未规定其应当采取的形式。《公约》第11条规定,“国际货物买卖合同无须以书面订立或书面证明,在形式方面也不受任何其他条件的限制”,即《公约》承认口头合同的有效性。

(三) 国际货物买卖合同成立的时间及形式

根据《公约》第22条规定,当交易一方对另一方的发盘或还盘表示接受时,合同即宣告成立。在实际业务中,双方当事人也可约定,合同成立的时间以合同上写明的时间为准,或以收到对方确认的时间为准。另外,有些国家法律规定,某些合同必须经政府主管部门批准后,才能成立。对于此类合同,其生效时间即为政府主管部门批准的时间。

在国际货物买卖中,合同的形式多种多样,主要有书面合同、口头合同、或者以行为表示(如图1-3所示)。多数国家未对国际货物买卖合同作形式上的要求。

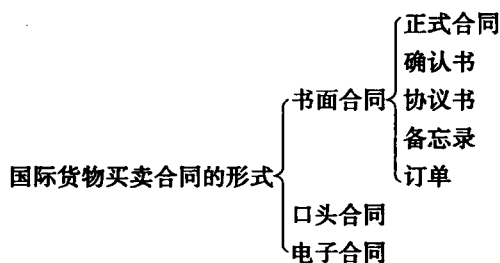


图 1-3 国际货物买卖合同的形式

第三节 国际货物买卖出口合同履行流程

在国际货物买卖中,由于国际货物买卖合同所采用的价格术语、支付方式不同,卖方在履行合同的过程中其业务流程可能不尽相同。如果以 CIF、信用证支付方式为例,出口合同的履行一般需经过备货、催证、审证、改证,租船订舱,商品检验,投保,报关,装船,制单、交单、结汇等环节的工作。在这些环节中,以货(备货、报验)、证(催证、审证和改证)、船(租船订舱并办理货运手续)、款(制单结汇)四个环节最为重要。

在出口合同的履行过程中,为了使各环节的工作互相衔接、环环相扣,防止出现脱节现象,须做好“四排”、“三平衡”的工作。“四排”是指以买卖合同为对象,对到证情况作出四种排列,并归纳为四类:有证有货、有证无货、无证有货、无证无货。通过排队,发现问题,及时解决。“三平衡”是指以信用证为依据,根据信用证规定的货物装船期和信用证的有效期限远近,结合货源和运输能力的具体情况,力求做到证、货、船之间的衔接和平衡,尽量避免交货期不准、拖延交货期或不交货等现象的发生。

一、备货、报验

卖方根据国际货物买卖合同的规定,按时、按质、按量地准备好应交的货物,并做好报验和领证工作。

(一) 备货

备货是进出口企业根据合同或信用证规定,向有关企业或部门采购或准备货物的过程。备货的