

走向 国际市场

走向國際市場

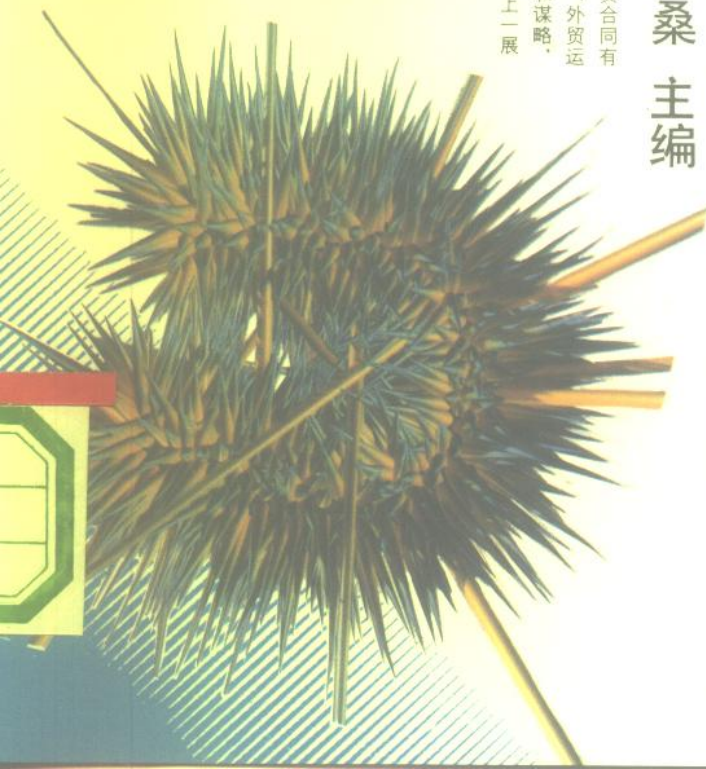
丛书

货物买卖 与运输保险

● 李祥林 洛桑 主编

■ 国际货物买卖如何磋商，外贸合同有哪些条款，国际贸易采用哪些方式，外贸运输与保险怎样选择……这些知识和谋略，可增强你的竞争能力，在国际市场上——展雄风。

囊括对外经贸理论实务
融汇国际营销方法策略



货物买卖与运输保险

周可仁 刘付上
王凯 周清华 编著

中国青年出版社

(京)新登字 083 号

图书在版编目 (CIP) 数据

货物买卖与运输保险/周可仁等编著. -北京: 中国青年出版社, 1993.5

(走向国际市场丛书; 4/李祥林、洛桑主编)

ISBN 7-5006-1337-7

I. 货…

II. 周…

III. ①商品流通-基本知识 ②运输保险-基本知识

IV. F742 + F840.63

中国青年出版社出版 发行

社址: 北京东四12条21号 邮政编码: 100708

中国青年出版社印刷厂印刷 新华书店经销

850×1168 1/32 10 印张 8 插页 214 千字

1993年5月北京第1版 1993年5月北京第1次印刷

印数 1—6,000 册

定价 8.40 元

走向国际市场丛书



走向國際市場

1993年2月24日江泽民总书记为本丛书题写书名

走出國門
迎接挑戰

李鴻

一九九三年

元月十八日

學習實踐為改
革開放和發展
對外經濟作貢
獻。

李嵐清

一九九三年三月

序

当今世界,科学技术日新月异,生产力飞速发展,生产社会化、专业化程度越来越高,国际间经济联系越来越紧密,走向国际市场已成为现代生产力发展的客观要求。

纵观国内形势,在邓小平同志南巡重要谈话和党的十四大精神鼓舞下,举国上下再次掀起改革开放新浪潮。特别是党的十四大明确提出建立社会主义市场经济新体制,我国改革开放已进入新的历史阶段。目前的对外开放,东部沿海地区大有更上一层楼之势,并进一步向沿江沿边和省会城市挺进,逐步形成经济特区、开发区和开放城市相结合的多方位、多层次、多渠道的新格局。我国即将恢复关贸总协定缔约国席位,对过去长期处于封闭型计划经济环境中的国内企业来说,既是一个机遇,也是一个挑战。特别是直接处在第一线的对外经贸业务人员和管理工作者,在新的形势下,既需要思想观念上的更新,又需要外经外贸业务知识的武装。

为了具体落实邓小平同志南巡重要谈话精神,适应改革开放和现代化建设需要,满足广大涉外工作者学习的紧迫要求,我们特组织中央对外经贸部门的有关专家学者精心编撰此丛书。

本丛书融理论性、知识性和实用性于一体,阐明了有中国特色社会主义的经贸理论、国内国外的政策体制、对外交往的礼节礼仪、外经外贸的谈判技巧、国际市场的行销策略、货物买卖的具体实务、通关报验的法律程序、技术贸易的方式方法、利用外资的政策法规、工程承包的做法经验、会计结算的基本知识以及对外经贸的国际惯例等企业涉外经济活动中所必备的业务知识与操作技巧。在编写过程中,我们力求体现“新、实、精”的原则,即力求采用最新近的资料,突出最实用的内容,浓缩成最精炼的文本。

这套丛书是在中央领导同志的亲切关怀和支持下、在国家有关部门的通力合作下产生的。中共中央总书记江泽民同志为本丛书题写书名,国务院总理李鹏同志、对外经济贸易部部长李岚清同志为本丛书题词,诸多专家学者为本丛书撰稿。我们希望本丛书的出版,对于广大企业走出国门,抓住机遇,迎接挑战,促进国民经济更好更快地上新台阶,能起到积极的推动作用。

李祥林 洛 桑

1993年3月10日

目 录

绪 论	1
第一章 货物买卖磋商	10
一、磋商形式、内容和一般程序	11
二、发盘	14
三、接受	33
第二章 货物买卖合同	44
一、书面合同的法律依据、形式与内容	44
二、合同的主要条款	54
第三章 买卖合同履行	93
一、备货	94
二、催证、审证与改证	95
三、租船、订舱、报关、保险和装运	107
四、制单结汇	109
五、违约与补救	121
六、进口合同的履行	135
第四章 国际贸易主要方式	143
一、单边进出口贸易	143

二、经销与代理	145
三、投标与招标	151
四、拍卖	154
五、寄售	156
六、商品交易所	159
七、国际博览会	164
八、中国出口商品交易会	165
九、协定贸易	167
十、易货贸易	172
十一、“三来一补”贸易	174
第五章 外贸运输	184
一、海洋运输	185
二、国际铁路运输	205
三、国际航空运输与邮政速递业务	222
四、国际多式联运	234
五、运输单据	240
第六章 外贸保险	251
一、保险概述	251
二、货物运输保险	255
三、进口货物运输保险实务	274
四、出口货物运输保险	287
五、出口信用保险	305
后 记	310

绪 论

当代世界上绝大多数国家,都把对外经济贸易问题放在极其重要的地位。有的国家和地区,甚至把它放在生死攸关的地位。近几十年来,特别是第二次世界大战以来,各国间经济上的互相往来和互相依赖的情况,又有了空前的发展。这是一个基本的历史事实,也是社会发展的必然趋势。我国也不能例外。

随着科学技术和国际间经济往来的发展,经济活动的结构和方式也起了很大变化。第二次世界大战前,有形商品即货物的进出口是国际经济交往的主要内容。二次大战后,特别是近一二十年来,资金、技术和劳务等无形商品的输出、输入有了迅速的发展。因此,“出口”、“进口”的概念,不仅仅指商品的出口和进口,它还包含着更为广泛的内容。货物的国际流动与资金、技术、劳务等的国际流动,相互带动,相互促进,国际经济交往全面高涨。但是,迄今为止,货物的出口和进口在国际经济交往中仍然占着绝对比重,而且资金、技术和劳务的输出输入,也往往与货物的输出输入结合起来进行。国际贸易对世界各国生产、经济的发展,对世界经济交往的扩大,起着重要作用。

国际贸易的货物买卖,经过长期经验积累和近百年来各国

学术界、贸易界、法律界人士的研究和不断完善,已形成一整套关于国际贸易的理论和实务规范,以及有关法律规则、惯例等系统知识。由于一个国家的出口,即为另一个国家的进口,而且对我国来说,出口创汇能力大小在很大程度上决定着我国对外开放程度和范围,影响着国内经济建设的规模和进程,所以,货物出口贸易实务知识,是整个国际经济贸易知识和技术的核心。

出口贸易的工作环节很多,各个环节之间往往都有着密切联系,在实际工作中,又常常出现先后交叉进行的情况。但总的来看,大致可以分下面三个阶段:

(一) 交易前准备阶段

1. 对内的基础工作

(1) 人才。干什么事都要有能从事本项工作的人才。外经贸人才在不同的工作岗位上,有不同的要求,但进出口业务的基本知识都是应该掌握的,即使不直接与外商交往,也要配合第一线工作人员,支持他们,以利成交、出运和安全收汇。

(2) 货源。在商品经济发达的世界市场中要取得竞争优势,必须具备适销对路的商品。要求:花色品种求新,质量档次求高,商业信誉求好,服务质量求优,这样企业才能不断地扩大和发展。

(3) 经营方式。根据企业自身的条件,可以自营出口,也可以委托代理,或者部分自营、部分委托代理,对于一个初次具有进出口商品经营权的企业来说,最好先选择一、二种国外有销路、国内有货源而且换汇成本比较低的商品作自营出口,有利于培养和锻炼人才。其余商品暂时委托代理,逐步创造条件自营。有的可以搞工贸联营,发挥各自优势,这种外贸企业可以优先安排生产使淡季不淡,优先引进先进设备,改造更新,优先传送信

息,同时使厂长及技术人员有机会出国考察谈判,优先给予创汇多者奖励。有条件的企业,经政府有关部门批准,也可以成立中外合资企业。但我方一定要派内行人安排在董事会和总经理层,防止进出口商品经营权被外商垄断,造成高价进口原材料、辅料,低价出口制成品,使企业亏损而外商获利。

2. 对外的基础工作

(1) 选择市场。商品在市场上有的可以销售,有的却很难打开销路。选择办法:要考虑企业自身条件和国外市场条件。企业自身条件应考虑:a. 经营能力,b. 产品特点,c. 产品生命周期,d. 竞争条件。国外市场条件应考虑:a. 市场规模,即人口和人均收入,b. 风险程度,c. 相对优势。从调查研究入手,先找第二手资料,即随手可得的间接资料,如报刊、杂志、联合国公报、海关统计资料等,查出欲推销商品的市场。然后搞第一手资料,即自行设计的直接资料,通过试验或实地考察,经过分析、整理,去伪存真,得出有利于自己的结论,确定主攻方向——目标市场。同时选择几个辅销市场,经过一段时期实践,辅销市场也可能转化为主销的目标市场。

(2) 物色客户。好的客户能帮助我们推销商品,多创外汇。同时与他们建立业务关系后,通过信息反馈,可以不断地满足消费者需求并创造需求。怎样找客户,可以通过上级单位、兄弟公司、国外机构、外汇银行及工商联等机构的介绍,也可以查阅国外厂商名录找到对口的客户,主动去函去电联系,发展业务。从阅读报刊所提供的信息,利用贸易机会,也可以花钱向咨询公司征求一些有用的客户。

找到合适的客户后,必须对客户进行调研,包括:a. 政治情况,即调查其负责人的社会地位及政治态度;b. 资信情况,主要

了解其注册资本、实收资本和银行信誉,以利在交易中确定金额大小;c. 经营范围,要知道该客户主营什么商品,擅长什么;d. 经营能力,在业务往来中看其是否信守合同、经营额大小、销售渠道、作风是否正派,防止上当受骗。

3. 买卖方案的具体拟定

(1) 制定价格。订价是一门科学,也是一种艺术,尤其是外销要制订最佳价格,既能使商品销出去,又能多创外汇。所谓科学就是所订价格要符合价值规律和供需法则。所谓艺术,就是要及时掌握信息,灵活应变,随行就市。目前,把价格作为国际市场竞争的主要手段,从而依靠低价推销的方法已成为陈旧的经营思想。而靠优质、新颖的装璜、完整便利的服务、日益兴盛的公共关系等非价格因素已逐渐上升至主导地位。

(2) 提出措施。包括贸易方式、收汇方式、客户利用、佣金及折扣的掌握,分国别(地区)、分品种安排销售数量及销售进度等,这些往往反映在主要商品的经营方案中。

(3) 对出口商品深入细致的核算。出口不仅仅是为了扩大出口,多收外汇,同时还应考虑如何卖好价,从而增加出口创汇,降低出口亏损。因此,应加强核算观念,精于算帐。即利大多做、利小少做、不利不做。同时还应注意国际金融市场上汇率的浮动、选择“硬币”做出口,选择“软币”做进口,还应注意运费及其他附加费的核算等。

(二) 交易磋商阶段

交易磋商过程一般包括询盘、发盘、还盘和接受四个环节,在我国大都要签订书面合同,但按国际贸易惯例,其中发盘和接受是两个必不可少的环节,一方的发实盘为另一方有效的接受,合同即告成立,除非一方在磋商时另有声明。现分述如下:

1. 询盘就是交易的一方欲购买或出售某项商品向交易的另一方询问买卖该项商品的各项交易条件,可以用口头的或书面的表示。询盘对双方在法律上均无约束力,只是交易的起点。

2. 发盘。交易的一方向另一方提出买卖该项商品的各种交易条件,并愿按这些条件达成交易订立合同的表示。条件一般包括商品的品质规格、数量、包装、交货期或装运期、单价、支付方式。但若是老客户,少了其中几项也行。发盘,分虚盘和实盘两种,虚盘卖方在法律上不受约束,一般使用形式发票、报价单或带有保留文句的函电。实盘卖方在法律上受约束,要有下列三个条件:(1)有达成交易的意图;(2)内容明确、肯定、完整而无保留;(3)传达到受盘人时生效。我国发实盘一般规定有效期,但按国际惯例,是否有效期不是实盘必不可少的条件。发盘如有差错,在尚未传达到受盘人之前可以撤回,但撤回通知应先于发盘或同时送达到受盘人。发盘已经传达到受盘人时,如发现内容有差错,那是撤销问题,能否撤销,各国法律不一,按照联合国国际货物销售合同公约规定:(1)“在未订立合同之前,发盘得予撤销,如果撤销通知于受盘人发出接受通知之前送达受盘人”。(2)但在下列情况下,发盘不得撤销:(a)发盘写明接受发盘的期限或以其他方式表示发盘是不可撤销的;(b)受盘人有理由信赖该项发盘是不可撤销的,而且受盘人已本着该项发盘的信赖行事。

3. 还盘。交易一方在接到一项发盘后,不能完全同意,对其其中一点或一点以上提出实质性的修改或增删意见。所谓实质性,按《公约》有关规定即“有关货物价格、付款、货物质量和数量、交货地点和时间,一方当事人对另一方当事人的赔偿责任范围或解决争端等等的添加或不同条件,均视为在实质上变更发

盘的条件。”如对方提出非实质性的修改或增添,应认真研究还盘中的措词,主动权在发盘人一边。

4. 接受。交易的一方同意另一方的发实盘或还实盘。有各种不同的接受,即有效的接受和有条件的接受,前者必须具有四个条件:(1)完全同意发盘的各项条件;(2)在发盘规定的有效期内或合理的时间内;(3)由受盘人作出;(4)接受的方式按照发盘的要求。后者分实质性和非实质性的两种,实质性的修改即为还盘。非实质性的修改,根据具体情况分别对待,主动权在发盘人一边,但不管怎样,均需立即表态,通知对方。

5. 签订书面合同。按照国际贸易惯例,合同的成立始于一方发实盘和另一方有效的接受,双方表示意愿一致,合同即告成立,而不管事后有没有正式的书面合同。按照我国涉外经济合同法第七条规定:“当事人就合同条款以书面形式达成协议并签字,即为合同成立。通过信件、电报、电传达成协议,一方当事人要求签订确认书的,签订确认书时,方为合同成立。”“中华人民共和国法律、行政法规规定应当由国家批准的合同,获得批准时,方为合同成立。”我国一般强调签订书面合同,因为外贸合同大都是重要的合同,而且书面合同可以作为合同成立的证据、生效的条件和履行的依据。

(三) 履行合同阶段

1. 首先要备货。库存现货,应按时、按质、按量,照合同规定的品质、规格、数量、包装、刷唛备货。以销定产的期货,应及时向供货或生产部门安排生产。凡属法定检验的出口商品,在备货过程中应向商检局报验,经检验合格后方准出口。

2. 买卖合同的对流条件是卖方交货,买方付款。支付方式多种多样,但国际贸易以信用证支付方式为主。因此,催证是