



新编国际贸易与涉外经济系列丛书

# 国际贸易实务

UOJIMAOYI



SHANXIJINGJICHUBANSHE

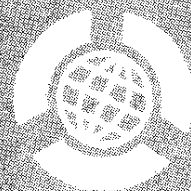
●主编 苏鸿基

山西经济出版社

新编国际贸易与涉外经济系列丛书

# 国际贸易实务

## GUOJIMAOYI



主 编 苏鸿基  
副主编 徐 炜 苏 豫 廖 辉  
山西经济出版社

《新编国际贸易与涉外经济系列丛书》

编委会

|       |     |     |     |
|-------|-----|-----|-----|
| 主任委员  | 宋醒民 |     |     |
| 副主任委员 | 杨天赐 | 伍世安 | 廖进球 |
| 编委委员  | 毛礼铎 | 苏鸿基 | 景进安 |
|       | 张 谦 | 王 乔 | 徐以敬 |
|       | 朱美娥 | 吴泗宗 | 刘 骏 |
| 总 主 编 | 廖进球 | 景进安 |     |

〔晋〕新登字 4 号

书 名： 国际贸易实务

---

作 者： 主编 苏鸿基  
出版者： 山西经济出版社(太原市并州北路 11 号)  
发行者： 山西省新华书店  
印刷者： 太原新华印刷厂

---

开 本： 850×1168 1/32  
印 张： 11.03  
插 页：  
字 数： 277 千字  
印 数： 0001—5000 册  
版 次： 1994 年 1 月第 1 版 1994 年 1 月第 1 次印刷

---

书 号： ISBN 7—80577—703—9/F·703  
定 价： 9.80 元

## 序

党的十一届三中全会作出了对外两种资源,打开国内国外两个市场,学会国内建设和发展对外经济关系两套本领作为我国经济发展的战略确定下来了。十五年来,我国对外开放迅速扩大,对外经济贸易的发展取得了举世瞩目的成就。

第一,全民的对外开放意识大大增强。十一届三中全会特别是邓小平同志南巡讲话以后,广大干部和群众日益深刻地认识到,要加速发展经济,实现到下个世纪中叶达到中等发达国家水平的战略目标,就必须坚持对外开放的基本国策,通过大力发展对外经济技术和文化交流,来充分利用世界上一切可以利用的积极因素,以天下之长,补一国之短。如果夜郎自大,闭关自守,关起门来搞建设,就会永远落后和被动挨打。

第二,多层次、全方位的对外开放格局已基本形成。经过10多年的探索,我国已基本形成经济特区——沿海开放城市——沿海开放地带——沿边、沿江、沿线和内陆中心城市——内地逐步推进的对外开放格局。经济特区的“窗口”作用日益显著,沿海开放城市和地区的示范作用大大加强,内地中心城市的辐射作用已开始发挥。对外开放正源源不断地为我国经济注入勃勃生机,成为我国经济高速增长的强劲动力。

第三,外贸体制改革促进了对外贸易的蓬勃发展。1978年以来,伴随整个经济改革的推进,我国对原有外贸体制进行了一系列改革,外资企业逐步走上了自负盈亏、自主经营、自我发展、自我约

来的道路,这无疑有力地推动了对外贸易的发展。1992年,我国进出口总额达到1656亿美元,其中出口850亿美元,进口806亿美元,在世界贸易地位中上升到第十一位。出口商品结构也不断优化,已实现了由主要出口初级产品向主要出口制成品转变,开始进入由主要出口粗加品向主要出口精加工制成品的转变。

第四,利用外资和其他经济合作全面展开。通过对外开放,我国取得了大量的对外借款,用于能源和基础设施建设,从1979年到1992年,我国仅利用外国政府贷款建设的项目就达1100个。同时,我国已经和正在吸收大量的外商直接投资。从1979年到1993年6月,我国累计批准外商投资企业13.4万余家,协议外资金额1692亿美元,外商实际投入资金437亿美元。此外,我国的对外工程承包、劳务合作、技术引进和对外援助工作也获得了长足的发展。

由此可见,对外开放的基本国策正在我国得到充分贯彻,对外经贸交流已成为我国国民经济发展不可缺少的条件。

刚刚闭幕的十四届三中全会通过的《中共中央关于建立社会主义市场经济体制若干问题的决定》进一步强调要:“坚定不移地实行对外开放政策,加快对外开放步伐,充分利用国际国内两个市场、两种资源,优化资源配置。积极参与国际竞争与国际经济合作,发挥我国经济的比较优势,发展开放型经济,使国内经济与国际经济实现互接互补。”可见,对外开放和大力发展对外经贸活动已成大势,方向不可逆转。

随着对外开放和外贸体制改革的深化,我们将面向一个更加广阔的国际市场,更广泛地参与国际经贸活动。与国内市场相比,国际市场有着其自身的运动规律,有着更多的不确定因素;与国内经贸活动相比,国际经贸活动要受到更多的制度和法规的约束,更具复杂性和风险性。因此,为促进对外开放和对外经贸活动的发展,必须培养一大批系统掌握国际经贸理论和政策、熟悉国际商务

惯例和法律,懂经营会管理的高层次专门人才。

江西财经学院部分教师编写的国际经贸系列丛书,将很好地适应这种需要。这套系列丛书包括《国际贸易》、《国际贸易实务》、《国际经济合作》、《国际商法》、《国际商务函电》、《国际商务谈判》、《国际市场营销》、《跨国公司导论》、《国际税收》、《涉外会计》、《涉外流通企业管理》和《进出口商品检验》共十二本。这套丛书比较全面系统地介绍了从事国际经贸活动所必备的理论知识与技巧,既可用于高等院校各类专业的教学参考,也可供对外经贸部门各类人士和业余爱好者学习之用。我相信,这套系列丛书的出版,对于发展我国对外经贸教育事业传播国际经贸知识将起到有益的作用。勿庸讳言,根据本人在对外经贸大学多年从事对外经贸教育与科研的见识,认为这套丛书在编写体例上,专业术语的使用上,有些不甚科学,尚待提高,恳希读者提出宝贵意见。

对外经贸大学 薛荣久

1993年11月24日北京耕斋

## 编审说明

为了适应我国建立社会主义市场经济体制、积极参与国际交换和国际竞争以及加速“复关”的要求,满足财经院校国际贸易与涉外经济专业学生和广大从事外经外贸工作人员学习国际经贸知识的需要,我们组织江西财经学院国际经贸系的部分专家教授和从事外贸工作的企业家共同编著了这套《新编国际贸易与涉外经济丛书(系列教材)》,共12本,内容涉及外经外贸工作的各个方面,知识体系完整,并吸收了国外同类研究的最新成果,有一定理论深度;尤其对实际操作技巧作了详尽的阐述,是财经院校学生和实际工作者学习外经外贸知识的理想读本。

该丛书的编写突出质量意识,从选题、主编人选的确定到编写大纲的审定及定稿工作均由编审委员会严格把关,各书实行主编负责制,聘请有经验的教授和企业家担任主编并总纂书稿,使丛书质量得到保证。

本书出版得到山西经济出版社领导,尤其是李肖敏、寇志宏同志的大力支持,中国对外经济贸易大学国贸系主任、博士生导师薛荣久教授为丛书作序,江西财经学院领导和科研处的同志为丛书的编写和出版给予大力指导和帮助。在此,一并表示谢忱。

由于编著时间较紧,编著者水平有限,缺点错误在所难免,恳请读者批评指正。

编审委员会

1993.12.20.

# 目 录

|     |                     |      |
|-----|---------------------|------|
| 第一章 | 交易的标的 .....         | (1)  |
| 第一节 | 商品的品质 .....         | (2)  |
| 第二节 | 商品的数量 .....         | (8)  |
| 第三节 | 商品的包装 .....         | (13) |
| 第二章 | 商品的价格 .....         | (27) |
| 第一节 | 价格术语概述 .....        | (28) |
| 第二节 | 价格术语的分类和解释 .....    | (32) |
| 第三节 | 三种常用价格术语的运用及其变形 ... | (38) |
| 第四节 | 价格条款 .....          | (44) |
| 第三章 | 货物的运输 .....         | (50) |
| 第一节 | 海洋运输的经营方式和运费 .....  | (50) |
| 第二节 | 海洋运输的提单 .....       | (55) |
| 第三节 | 海洋运输的装运条款 .....     | (60) |
| 第四节 | 陆空运输 .....          | (66) |
| 第五节 | 国际多式联运和集装箱运输 .....  | (73) |
| 第四章 | 货物运输保险 .....        | (77) |
| 第一节 | 货物运输保险概述 .....      | (77) |
| 第二节 | 货物运输保险保障范围 .....    | (82) |
| 第三节 | 货物运输保险条款与险别 .....   | (85) |

|     |                    |       |
|-----|--------------------|-------|
| 第四节 | 货物运输保险实务 .....     | (94)  |
| 第五章 | 货款的支付 .....        | (100) |
| 第一节 | 支付工具 .....         | (101) |
| 第二节 | 商业信用为基础的支付方式 ..... | (108) |
| 第三节 | 银行信用为基础的支付方式 ..... | (115) |
| 第四节 | 各种支付方式的选用 .....    | (125) |
| 第六章 | 争议的预防和处理 .....     | (127) |
| 第一节 | 商品检验 .....         | (127) |
| 第二节 | 索赔 .....           | (133) |
| 第三节 | 不可抗力 .....         | (136) |
| 第四节 | 仲裁 .....           | (139) |
| 第七章 | 合同的计立 .....        | (146) |
| 第一节 | 出口交易磋商 .....       | (146) |
| 第二节 | 发盘 .....           | (149) |
| 第三节 | 接受 .....           | (155) |
| 第四节 | 书面合同 .....         | (159) |
| 第八章 | 出口合同的履行(上) .....   | (166) |
| 第一节 | 出口合同履行概述 .....     | (166) |
| 第二节 | 备货 .....           | (171) |
| 第三节 | 催证、审证、改证 .....     | (174) |
| 第九章 | 出口合同的履行(下) .....   | (181) |
| 第一节 | 订舱和租船 .....        | (181) |
| 第二节 | 制单结汇 .....         | (185) |
| 第三节 | 履行时的违约处理 .....     | (194) |
| 第十章 | 进口贸易 .....         | (203) |

|             |                   |              |
|-------------|-------------------|--------------|
| 第一节         | 进口交易磋商 .....      | (203)        |
| 第二节         | 进口合同的履行 .....     | (208)        |
| 第三节         | 进口业务核算 .....      | (214)        |
| <b>第十一章</b> | <b>贸易方式 .....</b> | <b>(216)</b> |
| 第一节         | 包销和代理 .....       | (216)        |
| 第二节         | 招标和投标 .....       | (222)        |
| 第三节         | 拍卖 .....          | (224)        |
| 第四节         | 寄售 .....          | (226)        |
| 第五节         | 期货交易 .....        | (229)        |
| 第六节         | 加工贸易 .....        | (232)        |
| 第七节         | 补偿贸易 .....        | (235)        |
| 第八节         | 租赁贸易 .....        | (239)        |

## 附 录

|                             |       |
|-----------------------------|-------|
| 一、国际贸易条件解释通则 .....          | (245) |
| 二、跟单信用证统一惯例(1993年修订本) ..... | (305) |
| 三、常用专业英语术语、词汇表 .....        | (333) |

# 第一章 交易的标的

在国际商品贸易中,交易的标的物就是商品,作为满足人类不同需要的商品是由不同种类、不同规格、不同花色组成的。为区别起见,各种商品都具有特定的名称。有时同一种商品也可有不同的名称,而不同的商品也可有相同的名称。商品名称简称品名,它在买卖合同中是有关商品描述的重要组成部分,还是履行合同的基本依据。在交易磋商、备货、运输和保险等过程中,无不与品名发生密切关系。因此,品名在任何情况下都必须准确、具体,符合国际习惯。有时为了需要,在商品可有不同品名时,应选择有利于降低关税和运保费,方便进出口的名称。如某些商品在既可采用具有药品性质的名称,也可采用食品名称时,就应尽量采用食品名称。因药品进出口的限制比食品多。可见,为商品选择适宜的名称,既要认真对待,又要讲究技巧。

除品名外,商品还具有其他要素。首先,商品是特定的商品。品质决定商品的使用效能,是交易得以进行的物质基础。不同品质的同种商品其成交价格就大不一样。其次,商品的数量反映交易的规模,任何交易都有一定的数量,交易数量的大小直接影响到交易双方的经济利益。再次,商品的包装也是不可缺少的要素。除少数商品外,绝大多数商品都或多或少需要包装。这些包装有的直接成为商品的一部分,有的则在保护商品的品质、方便储存、运输和促进

销售等方面起着重要作用。

## 第一节 商品的品质

### 一、商品品质的含义和作用

商品品质(Quality of goods)是指商品本质性的内在质量,外观形态。内在质量表现为商品的化学成份的构成、物理及机械性能和生物特征等。在国际贸易实务中,商品品质往往通过选择一定的质量指标来表示,如煤炭以灰份、发热量等来表示;大豆以含油量含水量等表示。

商品品质在进出口业务中关系重大。首先,商品品质是引起法律纠纷的最重要的因素之一。这是由于品质影响到售价和销售量等,从而直接关系到买卖双方的经济利益。各国法律对于卖方在交货品质方面所应承担的义务和责任都有具体规定。比如,有的国家法律规定,品质条款是合同的要件(Condition)。违反要件,买方有权拒收货物,并有权宣布合同无效和要求损失赔偿。为协调各国法律,《联合国国际货物销售合同公约》规定:卖方交付的货物必须与合同所规定的数量、质量和价格相符。如不符,即构成根本违反合同(Fundamental Breach Of Contract)。这时,买方有权根据违约的程度主张损害赔偿,要求修理,交付替代货物以至拒收货物和宣告合同无效。

其次,商品品质高低关系到商品竞争力的强弱。影响商品竞争力的两个最重要的因素是品质和价格。从品质方面来看,高品质的

商品不仅说明商品本身具有优越的质量特性,同时也反映了商品生产者采用了先进的科学技术和具有高超的生产管理水平。这无疑使经营者和消费者对该商品及其生产者充满信心。从价格方面来看,价格竞争在一定程度上也可归结为品质竞争,因价格总是同特定的品质相关联的,即“一分价钱,一分货”。但二者在多数情况下并不是同比例增减的。品质的较小改进可以导致价格的较大提高。如果在相同的价格条件下提供品质较高的商品,或以较低的价格提供相同品质的商品,商品的竞争力就可以得到较大的提高。

## 二、商品品质的表示方式

商品品质的表示方法主要分为实物和文字说明两大类。

(一)实物表示法:即交易商品以代表商品品质的样品来表示的方法。

1. 看货买卖:“指买方到现场查看货物,根据货物的实际品质同卖方商定成交价格等条件。成交后,卖方必须确保交付经查验过的货物给买方,而不允许更换任何其他货物。看货买卖一般适用于一些规格复杂,难于用其他方法表示品质的商品,如首饰、工艺品、服装、地毯、机械产品等。

2. 凭样买卖:指以交易双方预先约定的样品作为交货依据。其基本要求是:样品是作为交货品质的唯一依据,卖方所交货物必须与样品一致。我们称双方约定的样品为标准产品(Type Sample)。如果样品由卖方提供,应当称为卖方样品(Seller's Sample),如由买方提供,则为买方样品(Buyer's Sample)。以卖方样品还是以买方样品作为标准样品要由交易双方协商确定。凭样买卖一般适用于一些不能用科学方法来表示品质或对色、香、味以及造型等方面有特殊要求的商品,如工艺品、服装、轻工业品和土特产品等。

采用凭样买卖交易方法应注意以下几点：

(1)在对外提供样品时应留好复样，以便日后交货套查验之用。所谓复样(Duplicate Sample)指与所提供的样品在品质上一致的实物，便于发生品质纠纷时有所查考。

(2)注意样品的代表性，即样品品质与大货相比不应过高或过低。太高时日后难于交付相应品质的货物，太低时则会影响成交价格。当货、样难于达到一致时，应事先申明：“交货品质与样品大致相符”(Quality to be considered as being about equal to the Sample)。

(3)如合同规定凭买方样品买卖，我方作为卖方时，应争取制作或选择品质与买方样品品质相近的我方样品交由买方确认，这里所说的制作或选择的我方样品是所谓“回样”或“对等样品”(Counter Sample)，它一经买方确认则成为今后卖方交货的品质依据。这就使交易方法由凭买方样品买卖转化为凭卖方样品买卖。卖方因而可以处于比较有利的地位。

(4)注意以下具有不同用途的表示样品的有关概念：品质样品(Quality Sample)表示商品的品质，色彩样品(Colour Sample)表示商品的色彩，款式样品(Pattern Sample)表示商品的花色，装船样品(Shipping Sample)表示装船时的货物品质等等。

## (二)文字说明表示法

### 1. 凭规格、等级、标准买卖

商品规格(Specification)指用来反映商品品质的某些主要指标，如成分、纯度、含量、大小、长短、粗细等。一般来说，不同的商品用不同的指标来表示其规格。如黄狼皮按尺寸大小表示规格，煤按灰份、水份和硫份表示规格。如有时，同一商品用于某种用途时利用某些指标来表示规格，而用于另一种用途则利用另一些指标表示规格。如大豆既可用于榨油也可直接食用，这就需要分别用含油量或蛋白质等表示。

商品等级(Grade)指同类货物,按其规格的差异分为若干等级。例如钨砂按其规格中所含二氧化钨、锡等成份的不同分成特级、一级和二级。又如核桃仁按大小分为头路、二路、三路等。凭等级买卖交易一般只须表明货物的等级即可,无需要列明具体规格,但不排除在个别情况下,既列明等级又列明规格的做法。

商品标准(Standard)指统一化了规格和等级及其检验方法,并以一定文件来表明。在国外,货物品质标准有的是由国家政府组织规定,有的由同业公会、贸易协会或商品交易所等民间组织或机构制定。按应用范围,这些标准可分为五级:国际标准——指由国际性机构制定的标准,区域标准——指由区域标准化组织如欧洲标准化委员会制定的标准,国家标准如美国国家标准、日本国家标准等,团体标准——指民间组织制定的标准,企业标准。上述标准中,只有由国家政权强制实施的才在该国管辖区域内具有约束力,而其他标准没有法律效力,仅供买卖双方参考使用而已。我国一般把标准分为三级:国家标准、部标准和企业标准。在对外贸易洽商过程中,宜争取以我国的标准作为交货品质依据。对国外标准,只要合理可行也可接受。由于品质标准随生产和技术的变化不断修改和变动,在援引标准时必须列明援引的标准是哪一年份制定的版本。

在国际贸易实践中,根据长期形成的习惯对某些初级产品有时采用以下标准:

(1)“良好平均品质”(Fair Average Quality F. A. Q.)一般指中等货或大路货。在国际上,其具体含义大体有两种:一是指农产品的某些生产年度的中等货,二是指一定时期内装运出口的货物的平均品质,可见,这种“标准”含义含糊不清。我国对外成交有时也采用此标准,但最好同时标明具体规格,如:“桐油、大路货、游离脂肪酸最高 3%”。

(2)“上好可销品质”(Good Merchantable Quality—G. M.

Q.)。此标准含义更加笼统。因为上好的商品不一定可销,可销的商品也不一定上好,故不宜采用。

### 2. 凭说明书买卖(Sales by Illustration)

凭说明书买卖指机、电、仪表等产品及成套设备由于其结构和性能复杂,安装、使用和维修有特殊要求,对材料、设计要求严格,性能数据众多,难于用几个简单的指标说明全貌。因此,必须通过说明书详细说明其构造、性能、使用和维修方法等,有些还辅以图片以增强直观效果。按此种方法规定品质条件进行的交易称作凭说明书买卖。

凭说明书买卖方法除要求所交货物必须符合说明书所规定的各项指标外,往往还订有品质保证条款和技术服务条款,以明确卖方在一定期限内保证其出售的货物质量符合说明书上规定的指标的责任。如在保证期内发现品质低于规定的指标或存在缺陷,买方有权提出索赔,卖方则有义务消除缺陷或更换有缺陷的商品,并承担有关费用。

### 3. 凭商标或牌名买卖(Sales by Trade Mark or Brand)

凭商标或牌名买卖指某些品质比较稳定并且在市场上已树立良好信誉的商品,买卖双方在交易洽商和签约时,采用这些商品的商标或牌名来表示品质。如“中华”牌牙膏,“凤凰”牌自行车等。这些牌名的商品因生产者采取了严格的质量控制,其品质优良稳定,在经营者和消费者中树立了良好形象,在国际市场上久负盛名。有些商品消费者乐于购买是出于显示自身社会地位的需要,如有些青年人宁愿高价购买美国名牌“耐克”鞋就是这个道理。这些商品的售价往往高于其它同类产品的几倍甚至几十倍。常听人说,多出点钱买个名牌,值得!可见,商标或牌名有时确实是一种品质象征。

此外,还有所谓凭产地名称买卖。有些产品,特别是农副产品,受产地自然条件和传统生产技术的影响,其质地很有特征,深受消费者喜爱。如景德镇瓷器、山东阿胶等。在购买这类商品时,消费

者首先关心的就是某某产品是不是某某地的产品。由此可见,产地名称有时也能代表商品的品质。

### 三、订立品质条款应注意的问题

品质条款是买卖合同中的一项主要条款,它既是卖方依约交付货物和买方接受货物的依据,也是商检机构进行检验和日后一旦出现品质纠纷时,仲裁机构或法院等凭以作出裁决的依据,因此,规定好品质条款是交货双方不容忽视的问题。

在对外订立品质条款时应注意的问题如下:

(一)根据商品的特点采用适当的品质表示方法。对于特定的商品,采用凭样买卖或凭规格、等级、标准买卖还是凭说明书买卖,在国际商品交易中均有习惯可循。凡可用一种方式表示品质的,就不要采用两种或两种以上的方式表示。采用的方式越多,卖方交货时所受约束就越多,造成交货的困难。

(二)要兼顾国外客户的具体要求和国内生产实际情况,恰如其分地确定商品品质,如果一味答应客商的各种要求,就可能造成生产和履约的困难;反之,如过于谨小慎微,把品质订得很低,势必影响售价、销路和声誉。

(三)注意文字和内容上的科学性和灵活性,即力求做到准确具体,避免使用笼统含糊的字眼,如“大约”、“左右”等等;还要杜绝用词绝对化,如“棉布无疵点”。

(四)某些商品如农副产品、轻工业品和矿产品等的交易需要订明合理的品质机动幅度(Quality Flexible Range)和品质公差(Tolerance)。所谓品质机动幅度指允许卖方所交货物的品质指标在一定幅度内浮动的限度。当卖方所交货物品质与合同规定不符时,只要没有超出规定的幅度,买方无权拒收,但可要求相应调整价格。如根据某合同规定,某商品在品质机动幅度 $\pm 5\%$ 以内,有效