



交通职业教育教学指导委员会推荐教材
高职高专院校物流管理专业教学用书

高等职业教育规划教材

GUOJI MAOYI SHIWU

国际贸易实务

● 主 编 黄映琴
● 副主编 曾素文
● 主 审 鲍仕梅



人民交通出版社
China Communications Press

交通职业教育教学指导委员会推荐教材
高职高专院校物流管理专业教学用书

高等职业教育规划教材

Guoji Maoyi Shiwu

国际贸易实务

主 编 黄映琴
副主编 曾素文
主 审 鲍仕梅

人民交通出版社

内 容 提 要

本书是高等职业教育规划教材,由交通职业教育教学指导委员会交通运输管理专业指导委员会组织编写。内容包括:国际贸易基础知识,国际贸易合同的磋商与签订,国际贸易货物的名称、品质、数量和包装,国际贸易术语,国际贸易货物的价格,国际贸易货物运输,国际贸易货物运输保险,国际贸易货款的收付,国际贸易中的检验、索赔、不可抗力和仲裁,国际贸易合同的履行。附录中列出国际贸易单证及其常用词汇,便于学生查找。

本书是高职高专院校物流管理专业教学用书,也可供国际贸易及其相关专业教学使用,或作为经管类专业继续教育及职业培训教材,也可供物流及国际贸易从业人员学习参考。

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务 / 黄映琴主编. —北京:人民交通出版社,
2007.9

ISBN 978 - 7 - 114 - 06645 - 0

I. 国… II. 黄… III. 国际贸易—贸易实务—高等学校:
技术学校—教材 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2007)第 093975 号

书 名: 国际贸易实务

著 作 者: 黄映琴

责任编辑: 彭 敏

出版发行: 人民交通出版社

地 址: (100011) 北京市朝阳区安定门外外馆斜街 3 号

网 址: <http://www.ccpres.com.cn>

销售电话: (010) 85285995, 85285977

总 经 销: 北京中交盛世书刊有限公司

经 销: 各地新华书店

印 刷: 廊坊市长虹印刷有限公司

开 本: 787 × 1092 1/16

印 张: 14.5

字 数: 358 千

版 次: 2007 年 9 月第 1 版

印 次: 2007 年 9 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978 - 7 - 114 - 06645 - 0

印 数: 0001—3000 册

定 价: 26.00 元

(如有印刷、装订质量问题的图书由本社负责调换)

交通职业教育教学指导委员会
交通运输管理专业指导委员会

主 任：鲍贤俊

副 主 任：丁子义

委 员：（按姓氏笔画排序）

王文辉 刘 念 刘三刚 刘德武 孙昭铭 曲学军

朱隆亮 朱新民 张广辉 李锦伟 邹 敏 武德春

施建年 袁炎清 郭沃伟 顾丽亚 梁世翔 曾 剑

曾艳英 裘玉平

编审指导：陈志红

前 言

进入 21 世纪,随着经济全球化的发展,物流业作为国民经济的动脉和基础产业起着越来越重要的作用,各级政府和企业都把发展物流业作为提高竞争能力和提高企业核心竞争力的重要手段。现代物流理念、先进的物流技术逐步引入到经济建设和企业经营管理之中。物流业作为一个独立的产业迅速崛起,同时也促进了物流教育的发展。为提高物流运作和管理水平,解决人才制约物流产业发展的瓶颈,加强国际物流、物流管理、仓储配送、物流运输、企业物流、物流营销、物流信息处理等技能型人才的培养,已是推动物流行业发展的关键。

为了实现人才培养目标,适应物流行业的发展要求,贯彻《国务院关于大力发展职业教育的决定》精神,培养面向生产、建设、服务和管理第一线需要的物流行业的高技能人才,推动课程建设与改革,加强教材建设,交通职业教育教学指导委员会交通运输管理专业指导委员会根据物流管理专业人才培养要求,组织全国交通职业技术学院的教师编写了物流管理专业规划教材,供高等职业院校物流管理及其相关专业教学使用。

本套教材全面、系统、科学地阐述了现代物流学的相关理论、方法和应用技术,突出以就业为导向,以能力为本位,以企业工作需求为出发点的职业教育特色,在内容上注重与岗位实际要求紧密结合,与职业资格标准紧密结合,体现了教材的科学性、系统性、应用性、前瞻性和通俗性。既满足了物流管理专业人才培养的需要,也可供物流企业管理和技术人员阅读,还可作为在职人员的培训教材。

《国际贸易实务》是高职高专院校物流管理专业规划教材之一,内容包括:国际贸易基础知识,国际贸易交易程序,国际贸易货物的名称、品质、数量和包装,国际贸易术语,国际贸易货物的价格,国际贸易货物装运,国际贸易货物运输保险,国际贸易货款的收付,国际贸易中的检验,国际贸易合同的履行。附录中列出国际贸易单证及其常用词汇。

参加本书编写工作的有:浙江交通职业技术学院潘国强(编写第一、二、三章),江西交通职业技术学院曾素文(编写第四、五、六章),福建交通职业技术学院黄映琴(编写第七、十章),云南交通职业技术学院孔令忠(编写第八、九章)。全书由黄映琴担任主编,曾素文担任副主编,福建对外经济贸易职业技术学院鲍仕

梅担任主审。

本套教材在编写过程中参阅和引用了国内外有关物流科学的论著和资料,无论在参考文献中是否列出,在此,对这些文献的作者和译者表示由衷的感谢和诚挚的谢意。由于作者水平有限,书中不妥之处在所难免,恳请专家和读者给予批评和指正。

交通职业教育教学指导委员会

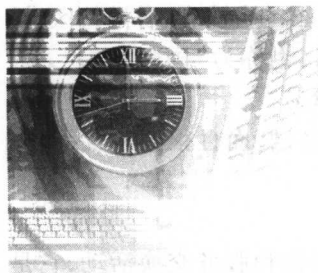
交通运输管理专业指导委员会

2007.5

目 录

第一章 国际贸易基础知识	1
第一节 国际贸易的概念	1
第二节 国际贸易方式	6
思考题	15
第二章 国际贸易合同的磋商与签订	16
第一节 交易磋商前的准备工作	16
第二节 交易磋商	19
第三节 国际贸易合同的签订	24
思考题	26
第三章 国际贸易商品的名称、品质、数量和包装	28
第一节 国际贸易商品的名称	28
第二节 国际贸易商品的品质	29
第三节 国际贸易商品的数量	34
第四节 国际贸易商品的包装	37
思考题	43
第四章 国际贸易术语	45
第一节 国际贸易术语概述	46
第二节 主要贸易术语	47
第三节 其他贸易术语	53
思考题	58
第五章 国际贸易商品的价格	60
第一节 进出口商品的作价原则	61
第二节 佣金与折扣	65
第三节 国际贸易合同中的价格条款	67
第四节 成本核算	68
思考题	69
第六章 国际贸易货物的运输	71
第一节 运输方式及其特点	71

第二节 运输单据	78
第三节 国际贸易合同中的装运条款	80
思考题	83
第七章 国际贸易货物运输保险	85
第一节 货物运输保险的保障范围	86
第二节 海运货物保险	88
第三节 其他运输方式下的货运保险	92
第四节 伦敦保险业协会海运货物保险条款	95
第五节 国际贸易货物运输保险实务	97
第六节 贸易合同中的保险条款	102
思考题	103
第八章 国际贸易货款的收付	105
第一节 支付工具	106
第二节 汇付和托收	111
第三节 信用证	116
第四节 银行保函和备用信用证	127
第五节 不同结算方式的选用	129
思考题	129
第九章 国际贸易中商品的检验、索赔、不可抗力和仲裁	131
第一节 商品的检验	131
第二节 索赔	137
第三节 不可抗力	140
第四节 仲裁	142
思考题	145
第十章 国际贸易合同的履行	147
第一节 出口合同的履行	148
第二节 进口合同的履行	172
思考题	179
附录	182
附录一 单证	182
附录二 国际贸易实务及单证常用词及词组	199
参考文献	224



第一章 国际贸易基础知识

● 知识目标

1. 解释国际贸易的基本概念;
2. 描述当前国际贸易的发展和基本特征;
3. 解释经销、代理、寄售、拍卖、招标与投标、期货交易、对销贸易和加工贸易等不同贸易方式的特点。

引 例

中美贸易中转口贸易占很大比重,大量货物是经过以香港为主的第三方转口完成的。据统计,1997 年中美双边贸易中,通过香港的转口贸易占中美贸易的 38%,美国通过第三地对华出口不反映在美国对华的出口统计中,中国的转口则反映在美国自华进口统计中,而中国转口产品在第三地的增值往往达到 30%~40%。其次,中国对美国出口构成中有很大比例是加工贸易产品。美国在华建立不少加工贸易项目,如鞋类、玩具等,加工商品绝大部分销往美国,而中方只收取较低的加工费。

国际贸易实务是一门专门研究国际间商品交换具体过程的学科,是一门具有涉外活动特点的、实践性很强的综合性应用学科,是在总结我国对外贸易实践活动经验、吸收国际上通行的国际贸易惯例与行之有效的习惯做法的基础上形成和发展起来的。中国加入世界贸易组织(WTO)后,越来越多的经济主体直接参与国际贸易业务。熟悉国际贸易管理和法律规范,掌握从事国际贸易的基本技能已不仅仅是对专门从事国际贸易活动人员的要求,相关的经营管理决策者也必须熟悉该领域的基本知识。因此,我国的国际经济贸易类专业都将这门课作为其专业基础课程。国际贸易实务这门课程的目的是介绍国际贸易业务的基本知识和操作技能,培养适应社会需要的实用性人才。

第一节 国际贸易的概念

一、国际贸易的基本概念

国际贸易是指不同的国家或地区之间的货物与服务的交换活动,它是国际分工的产物,体



现了世界各国在经济发展上的相互依存性。目前,有一些地区,如我国的台湾省、香港特区,虽然不是具有独立主权的国家,但我们仍将它与其他国家的贸易往来,也称为“国际贸易”。另外,有一些海岛国家,如英国、日本等,也常用“海外贸易”表示对外贸易。

日常生活中我们会接触到一些与“国际贸易”名词十分接近的名词,而且很容易混淆,如对外贸易、世界贸易等,有必要将其解释清楚。

1. 对外贸易 (Foreign Trade)

对外贸易是指一个国家或地区与其他国家或地区之间进行的货物和服务交换活动,它是从一个国家的角度来看待这种交换活动。

对外贸易与国际贸易都是指超越国界的货物和服务的交换活动,但两者有明显的区别,对外贸易着眼于某个国家,而国际贸易则是着眼于“国际范围”。

2. 世界贸易 (World Trade)

我们经常会将“世界贸易”和“国际贸易”作为同义词使用,其实两者在本质上还是有一定区别的。“国际贸易”是以国家为标志的,只要有了国家,国与国之间存在的商品或服务的交换活动,就是国际贸易,而世界贸易则要求将这种交换活动扩大到全世界范围。因此,当这种交换活动仅仅局限在小范围时,我们只能将其称为“国际贸易”,而不能称其为“世界贸易”。

二、相关概念

在研究国际贸易问题时,我们经常会用到一些名词和指标,这里介绍一些较为常用的概念。

1. 总贸易体系与专门贸易体系

总贸易体系 (General Trade System) 也称一般贸易体系,它是以货物通过国境作为统计进出口的标准。凡进入国境的商品一律列为总进口;凡离开国境的商品一律列为总出口。在总出口中又包括本国产品的出口和未经加工的进口商品的出口。总进口额加总出口额就是一国的总贸易额。目前采用总贸易体系的约有 90 个国家和地区,包括日本、英国、加拿大、美国、澳大利亚等国,我国采用的也是总贸易体系。

专门贸易体系 (Special Trade System) 亦称特殊贸易体系。它是以货物经过结关作为统计进出口的标准。只有从外国进入关境的商品以及从保税仓库存提出进入关境的商品才列为专门进口。当外国商品进入国境后,暂时存放在保税仓库,未进入关境,不列为专门进口。从国内运出关境的本国产品以及进口后经加工又运出关境的商口,则列为专门出口。专门进口额加专门出口额称为专门贸易额。目前,采用专门贸易体系的约有 83 个国家和地区,包括德国、意大利、法国等国。

总贸易体系与专门贸易体系是贸易国家记录和编制进出口货物统计的一种方法。大部分国家只根据其中一种进行记录和编制。由于各国在编制统计时采用的是不同的方法,所以联合国发表的各国对外贸易额资料,一般均注明是按何种贸易体系编制的。

2. 对外贸易额与对外贸易量

对外贸易额 (Value of Foreign Trade), 又称对外贸易值。它是用货币表示的反映一定时期内一个国家对外贸易规模的指标,由一定时期内一个国家的出口总额与进口总额相加构成的。对外贸易额一般都用本国货币表示,也有用国际上习惯通用的货币表示的。在计算进出口额



时,出口额一般以 FOB(起运港船上交货价)价格计算,进口额一般以 CIF(成本、保险加运费价)价格计算。联合国编制和发表的世界各国对外贸易额的资料,是以美元来表示的。

国际贸易额(Value of International Trade),也称国际贸易值。它是世界各国以货币表示的在一定时期内出口贸易的总值,反映的是整个国际贸易的规模。在计算国际贸易额时,不能简单地将世界各国和地区的出口额和进口额相加。因为,从世界角度来说,一国的出口就是另一国的进口,如果只是简单的相加,就会出现重复计算。因此,通常是把世界各国的出口额相加,作为国际贸易额。

由于对外贸易值经常受到价格变动的影响,因此,当国际市场上商品价格变化明显时,贸易值是无法准确反映某一国对外贸易的实际规模的。不同时间的对外贸易值更是无法进行直接比较。为了反映进出口贸易的实际情况,通常会引入价格指数的方法来表示国际贸易规模,即对外贸易量(Quantum of Foreign Trade)。贸易量是指以固定年份为基期而确定的进出口价格指数去除报告期的进出口额得出的按不变价格计算的贸易额,反映贸易实际规模的发展变化。其计算公式为:

$$\text{贸易量} = \frac{\text{进出口额}}{\text{进出口价格指数}}$$
$$\text{价格指数} = \frac{\text{报告期价格}}{\text{基期价格}} \times 100$$

由于计算贸易量可以得出较为准确的反映贸易实际规模变动的情况,所以许多国家和国际组织都采用这种方法计算贸易量。

3. 对外贸易差额

一定时期内一国出口总额与进口总额之间的差额称贸易差额(Balance of Trade)。贸易差额用于表明一国对外贸易的收支状况。当出口总额超过进口总额时,称为贸易顺差,我国也称它为出超;当进口总额超过出口总额时,称为贸易逆差,我国也称它为人超。通常贸易顺差以正数表示,贸易逆差以负数表示。如出口总额与进口总额相等,则称为贸易平衡。一国的进出口贸易收支是其国际收支中经常项目中最重要的重要组成部分,故贸易差额状况对一国的国际收支有重大的影响。

4. 货物贸易与服务贸易

对外贸易按商品形式与内容的不同,分为货物贸易(Goods Trade)和服务贸易(Service Trade)。国际贸易中的货物种类繁多,为便于统计,联合国秘书处起草了1950年版的《联合国国际贸易标准分类》,分别在1960年和1974年进行了修订。

在1974年的修订本里,把国际货物贸易共分为10大类、63章、233组、786个分组和1924个基本项目。这10类商品分别为:食品及主要供食用的活动物(0);饮料及烟类(1);燃料以外的非食用粗原料(2);矿物燃料、润滑油及有关原料(3);动植物油脂及油脂(4);未列名化学品及有关产品(5);主要按原料分类的制成品(6);机械及运输设备(7);杂项制品(8);没有分类的其他商品(9)。在国际贸易统计中,通常把0~4类商品称为初级产品,把5~8类商品称为工业制成品。

按关贸总协定乌拉圭回合多边贸易谈判达成的《服务贸易总协定》,国际服务贸易是指:“从一参加方境内向任何其他参加方境内提供服务。在一参加方境内向任何其他参加方的服



务消费者提供服务。一参加方在其他任何参加方境内通过提供服务的实体的介入而提供服务。一参加方的自然人在其他任何参加方境内提供服务。”服务贸易多为无形、不可储存的；服务提供与消费同时进行；其贸易额在各国国际收支表中只得到部分反映，在各国海关统计中查询不到。

世界贸易组织列出的服务行业包括以下 12 个部门：商业、通信、建筑、销售、教育、环境、金融、卫生、旅游、娱乐、运输、其他。

5. 直接贸易和转口贸易

直接贸易(Direct Trade)是指货物生产国与货物消费国直接买卖货物的行为。货物从生产国直接卖给消费国,对生产国而言,是直接出口;对消费国而言,是直接进口。

转口贸易(Entrepot Trade)也称中转贸易,它是指货物生产国与货物消费国不直接进行货物的买卖,而是通过第三国来进行的。货物通过第三国卖给消费国,对生产国是间接出口,对消费国是间接进口。转口贸易可以直接运输,直接贸易也可以间接运输。

6. 国际贸易商品结构和对外贸易商品结构

国际贸易商品结构(Composition of International Trade)是指整个世界在一定时期内各类别商品在国际贸易总额中所占的比重,反映世界总体的经济发展水平、产业结构状况及各类商品在国际贸易中所占的地位。第二次世界大战以后,随着科学技术的进步、世界经济的发展,国际贸易商品结构也发生了重大变化,工业制成品所占的比重逐渐上升,初级产品所占的比重日趋减少。

对外贸易货物结构(Composition of Foreign Trade)是指一个国家在一定时期内,各类别的进出口商品占整个进出口额的比重,反映一个国家的经济发展水平、产业结构状况及在国际分工中所处的地位。一般来说,一个国家出口制成品所占的比重越大,反映该国的经济发展水平越高,在国际分工中所占的优势越大;一个国家出口的商品结构越是多样化,就越能适应国际市场的需求和变化,该国在国际分工中的地位也就相对有利。一定时期内一国进出口贸易中各类货物的构成,即某大类或某种货物进出口贸易与整个进出口贸易额之比,以份额表示。

7. 国际贸易地理方向和对外贸易地理方向

国际贸易地理方向(International Trade by Region),又称“国际贸易地区分布”,它是指在一定时期内世界贸易的洲别、国别或地区分布情况和商品流向,通常以一定时期内世界各洲、各国或地区的出口额(或进口额)占世界出口贸易总额(或进口贸易总额)的比重来表示。它反映世界各洲、各国或地区在国际贸易中所占的地位。观察和研究不同时期的国际贸易地理方向,对于我们掌握市场行情的发展变化,认识世界各国间的经济交换关系及密切程度,开拓新的国外市场,均有重要的意义。

对外贸易地理方向(Direction of Foreign Trade),又称对外贸易地理分布,是指一个国家在一定时期内对外贸易的地区分布和国别分布情况,即该国的出口商品流向哪里,进口商品来自哪里,通常以一定时期内世界上一些国家或地区与该国的进出口额在该国进出口贸易总额中所占的比重来表示。它反映该国与世界各国或地区经济贸易联系的程度,或者说世界上一些国家或地区在该国对外贸易中所占的地位。

三、当代国际贸易的发展和基本特征

国际贸易是在国际分工和商品交换基础上形成的。人类在奴隶社会时期就有了局部的贸



易活动,随着社会经济的发展,封建社会贸易也有所发展。资本主义生产方式产生后,特别是产业革命以后,由于生产力迅速提高,商品生产规模不断扩大,国际贸易迅速发展,并开始具有世界规模。从17世纪到19世纪,资本主义国家的对外贸易额不断上升。第一次世界大战的冲击和1929~1933年世界经济危机使资本主义社会经济遭到很大破坏,世界贸易额锐减并停滞不前。第二次世界大战以后,国际贸易进一步扩大和发展。20世纪50年代以后,随着生产的社会化、国际化程度不断提高,特别是新科技革命带来的生产力的迅速发展,国际贸易空前活跃。1950~1990年的40年间,国际贸易额增长了11倍。进入20世纪90年代后,尽管受世界经济、政治格局变化、西方国家经济危机、石油危机、战争、美元汇率变动等问题的影响,国际贸易仍保持向上的发展趋势,波动性很大。20世纪90年代后期,国际贸易的增长速度明显加快。21世纪初,国际贸易延续20世纪90年代末的发展劲头,呈快速发展态势。

21世纪世界经济表现为两大趋势:一是区域经济一体化和经济全球化进一步加深;二是以科技进步为前提的信息技术、网络技术和生物技术得到更加广泛的运用,知识经济成为世界经济发展的主要动力。以上两种趋势,决定了21世纪国际贸易的基本格局和变化趋势。概括起来,21世纪国际贸易具有以下基本特征。

1. 区域内贸易上升,产业内贸易加大

由于全球范围内迅速发展起来的区域经济合作,尤其是各地区相断建立了双边或多边自由贸易区,在自由贸易区内部,关税将最终消除,同时生产要素逐步实现自由流动,因此在一体化区域内部贸易量将迅速增加,同时减少与非成员国之间的贸易,从而改变了国际贸易的地区分布,使贸易更多是在区域内进行的。

区域经济一体化在更大范围内推动生产要素的自由流动,加速资本的相互流动,深化成员国之间的相互依存和国际分工,推动了产业内贸易比重上升。在21世纪,伴随着经济全球化和区域经济合同纵深发展,这种趋势将继续扩大。

2. 贸易自由化加强,贸易摩擦增加

全球贸易向自由化发展,但是,在未来一段时间内,各国之间、区域之间的贸易摩擦和贸易争端只会增加,不会减少;发达国家之间、发达国家与发展中国家之间还会不断产生新的矛盾;各国围绕农产品贸易、反倾销规则、环境保护、劳工标准等问题的争论仍会十分激烈。因此,国际协调组织将发挥越来越大的作用。

3. 国际贸易结构发生变化

据联合国贸发会议最新研究表明,与1980年相比,1998年,初级产品在世界出口中的份额由25.7%下降到14.8%,劳动密集型和基于资源的制成品由14.7%上升到15%,技术含量高的制成品由20.2%上升到30.2%。这些数据表明,技术含量越高的产品,出口份额提高越大。

21世纪,服务贸易的比重显著增加,由20世纪90年代中期的约20%上升到30%以上。据WTO统计数据表明,2000年,世界商品出口贸易额为61 800亿美元,而服务贸易的出口价值达到14 145亿美元。服务贸易上升的根本原因是由于科技的发展,欧美等发达国家在服务贸易中占绝对优势,而发展中国家服务贸易的份额却很少。

4. 电子商务成为最主要的贸易方式

21世纪,传统的贸易方式将逐步被网络贸易和电子商务所取代。通过网络可以大大缩短时间,减少交易成本。1998年网络贸易额达500亿美元,2001年达到2 000多亿美元,2002年



达3 500 亿左右。电子商务将使国际贸易活动进一步向信息化、网络化、无纸化发展。

第二节 国际贸易方式

国际贸易方式是国际贸易中所采用的各种具体交易办法的总称,即:通过什么渠道、途径、方法和形式,迅速有效地将商品销售出去,或买进合适的商品。目前进行交易的方式多种多样,除逐笔销售外,还有经销、代理、寄售、展卖、招标和投标、拍卖、对销贸易及加工贸易等。

一、经销(Distribution)

1. 经销的概念和性质

1) 经销的概念

经销是指出口商(Supplier)就某一种商品的售价、数量、销售地区、期限和其他主要事项与国外经销商(Distributor)达成书面协议,利用国外经销商推销商品的一种做法。

2) 经销的性质

经销商利用自己的信誉和资金进行买卖业务,与出口商的关系是买卖关系。经销商自付资金购买出口人的货物,自行销售,自负盈亏,自担风险。

2. 经销的种类

经销的具体做法有两种。

一种是一般经销,也称定销,指经销商不享受独家经营权,供货商可在同一时间、同一区域内确定几个商家经销同类商品。

另一种是独家经销(Sole Distribution),也称包销(Exclusive Sales),指出口商就指定商品,授予经销商在一定期限内,在指定区域范围内独家经营的权利。出口商承诺在协议有效期内不向包销地区内的其他客户出售包销商品。

定销与包销方式的相同点是:出口人与定销人之间同出口人与包销人之间一样,都是售定性质的买卖关系,因而协议的内容基本相同。定销与包销方式的不同之处在于:包销人享有独家专营权,而定销人无此权利,同一种商品在同一时间同一地区可能有多个定销人。

二、代理(Agency)

1. 代理的种类

所谓代理,是指代理人按照委托人(Principal)的授权(Authorization),代表委托人与第三人订立合同或从事其他法律行为,由此产生的权利和义务由委托人直接负责。

代理的种类很多,按照委托人授权的大小,可以分为总代理、独家代理和一般代理。按照代理业务的性质,可以分为销售代理、采购代理、运输代理、保险代理、广告代理、投标代理和诉讼代理等。国际贸易中的代理主要指的是销售代理。

1) 总代理(General Agent)

总代理,是在指定地区委托人的全权代表。他除了能代表委托人签订买卖合同、处理货物外,还有权代表委托人指派分代理,并可分享分代理的佣金。

2) 一般代理(Agent)或佣金代理(Commission Agent)



一般代理,又称佣金代理,是指在同一地区和期限内,委托人可以同时委托几家为代理人,委托人自己也可以直接向该地区发货销售。委托人按代理协议规定或以实际推销商品额的百分比向代理人计付佣金。委托人向该地区直接发货销售,代理人不能计取佣金。

3) 独家代理(Solo Agent or Exclusive Agent)

独家代理是指在约定地区和时期内,由独家代表委托人从事营销活动,享有指定商品的专营权。按协议委托人在该地区不得再找第二代理人。代理人也不应再作其他委托人的代理人。为保证独家代理的利益,一般协议规定委托人向指定代理地区的买主达成协议,直接供货,不论是否经过代理人中间活动,都应向独家代理人计付佣金。

2. 代理的性质与特点

委托人与代理商之间是一种委托代理关系,双方的权利义务均由代理协议规定。代理商只能在委托人给予的权限范围内以委托人名义进行贸易活动并不承担贸易风险,取得以佣金为形式的报酬。

独家代理方式与包销的异同点:

1) 相同点

(1)都具有垄断性质,都有在指定地区和期限内对某种商品专营的权利。

(2)能调动包销商和独家代理商经营商品的积极性。

2) 区别

(1)当事人之间的关系不同。包销商与出口商之间是买卖关系;而代理人与委托人之间是委托代理关系。独家经销商从供货商那里购进货物再转手卖给当地客户,完全是为了自己的利益,要自负盈亏。代理人是作为委托人的代表,是为委托人在当地推销货物提供服务的。代理人的行为不能超过授权范围。当代理人根据授权,代表委托人与当地客户签订合同后,应由委托人履行合同中规定的义务。

(2)承担风险不同。包销商承担经营风险,代理商不承担经营风险。

(3)取得的报酬不同。包销商赚取利润,独家代理商赚取的是佣金。

三、寄售(Consignment)

1. 寄售的概念和性质

1) 寄售的概念

寄售是一种委托代销的形式,是寄售人(Consignor)把货物运往国外,委托事先约定的代销人(Consignee),按照寄售协议规定的条件,在国外当地市场代为出售,货物出售后,由代销人向委托人结算货款的一种做法。

在寄售业务中,寄售人就是委托人,也就是出口人,代销人作为受托人,即指接受委托从事寄售业务的商号或公司。

在我国进出口业务中,寄售方式运用并不普遍,但在某些商品的交易中,为促进成交,扩大出口的需要,也可以灵活运用这种方式。

2) 寄售的性质

寄售协议属于信托合同性质。寄售业务是按寄售人和代销人签订的寄售协议进行的。寄售协议与买卖合同有别,买卖合同中的双方当事人是买卖关系,但寄售协议中的双方当事人却



不是卖断或买断的买卖关系,而是委托和受托的关系。寄售业务的代销人介于委托人与实际买主之间。代销人有权以自己的名义与当地购货人签订购销合同,合同双方当事人之间的关系不涉及寄售人,如当地购货人不履行合同,代销人有权以自己的名义起诉。因此寄售方式中代售人的权限往往大于代理方式中代理人的权限。关于委托人与代销人的权利和义务,由寄售协议做出具体规定。

2. 寄售的特点

在国际贸易中采用的寄售方式,与一般的出口业务比较,它具有以下几个特点:

(1)一般出口是先成交,后交货;而寄售则是先交货,后成交。寄售人先将货物运至目的地市场(寄售地),然后经代销人在寄售地向当地买主销售,它是凭实物进行买卖的现货交易。

(2)风险及费用的划分也不同于一般出口。在寄售方式下,只有当货物在寄售地卖出时,风险才由寄售人转移给买方,风险转移前的各种费用一般都由寄售人负担。

(3)寄售人与代销人之间是委托代售关系,而非买卖关系。代销人只能根据寄售人的指示处理货物,除非另有规定,他对货物具有控制权而不享有所有权。在货物卖出之前,所有权一直属于寄售人。

(4)寄售货物装运出口后,在到达寄售地前也可采用出售路货的办法,先行销售,即当货物尚在运输途中,即由代销人寻找买主出售。

3. 寄售的利弊

寄售的优点主要包括以下几个方面:

(1)寄售货物出售前,寄售人持有货物的所有权。因此,尽管货物已经运往寄售地,但对货物的销售处理和价格确定等大权,仍操控在寄售人手中,有利于随行就市。

(2)寄售方式是凭实物买卖,货物与买主直接见面,有利于促进成交。

(3)代销人不负担风险与费用,一般由寄售人垫资,代销人不占用资金,可以调动其经营的积极性。

寄售的缺点主要包括以下几个方面:

(1)寄售方式要占用寄售人的资金,不利于其资金周转。

(2)出口方承担的风险较大,寄售货物的货款回收较缓慢,一旦代销人不遵守协议,可能遭到货、款两空的危险。

四、展卖(Fairs)

1. 展卖的含义与做法

展卖又称展销,是利用展览会与博览会及其他交易会形式,对商品实行展销结合的一种贸易方式。展卖是进出口贸易的重要方式之一。

展卖的做法主要有两种。一是将货物通过签约的方式卖断给国外客户,双方是一种买卖关系,由客户在国外举办或参加展览会,货价有所优惠,货款可在展览会后或定期结算。另一种方式是由双方合作,展卖的货物所有权不变,展品出售的价格,由货主决定。国外客户承担运输、保险、劳务及其他费用,货物出售后收取一定手续费作为补偿。

无论采取哪一种方式,展卖作为商品推销的主要手段之一,其基本特点是:把出口商品的展览和推销有机地结合起来,边展边销,以销为主。其优越性主要表现在以下几个方面:



- (1)有利于宣传出口商品,扩大影响,招揽潜在买主,促进交易。
- (2)有利于建立和发展客户关系,扩大销售地区和范围。
- (3)有利于开展市场调研,听取消费者意见,改进产品销售,增强出口竞争能力。
- (4)能够起到技术交流的作用。

2. 我国开展展卖的方式

在我国的进出口贸易中也采用各种展卖方式,一方面参加国际博览会,每年出国展览的项目有 300 多个,展出面积达 8 万平方米,现场交易金额达 15 亿美元,这对协助企业走出国门,宣传和促进外交和外贸起着举足轻重的作用。另一方面在国内举办各种形式的交易会,这大大促进了我国商品的出口。

1) 国际博览会

国际博览会(International Fair)也称国际集市,是指在一定地点定期举办的,由一国或多国联合组办,邀请各国商人参加展出的贸易形式。被邀请到会的各国,除了同主办国进行交易外,相互之间也可以进行交易。

国际博览会大致可以分为综合性和专业性两种类型。各类商品均可展出和交易的博览会被称为综合性的,又称“水平型博览会”,比较著名的有智利的圣地亚哥和叙利亚的大马士革的国际博览会,其展出时间长、规模大,对普通公众也开放;只限于某类专业性产品参加交易的博览会被称为是专业性的,又称“垂直型博览会”,如德国的科隆国际博览会每年举行两次,一次为纺织品博览会,一次为五金制品博览会。

世界上定期举办国际博览会的城市主要有:米兰、维也纳、莱比锡、里昂、波兹南、赫尔辛基、布鲁塞尔、汉诺威、科隆、萨格勒布、蒙特利尔、乌德烈、悉尼和大马士革等。

我国曾多次参加各国举办的国际博览会,并于 1985 年 1 月在北京建成了自己的博览会,即中国国际展览中心。近年来,我国出口商频繁的参加各种形式的博览会,这对提高我国产品的知名度、促进招商引资和对外经济贸易的发展起到了重要的作用。

2) 中国出口商品交易会

中国出口商品交易会(Chinese Export Commodities Fair)由中国各进出口公司联合创办于 1957 年。它是我国开展对外贸易的一种特殊形式,采用展览和交易相结合的办法,当面洽谈,看样成交,一方面出售我国的商品,另一方面也购买我国需要的物资。因为举办地点在广州,简称为“广交会”。实践证明,中国出口商品交易会越来越受到世界各国的重视,极大地促进了我国的对外经济联系。

3) 小型出口交易会

小型出口交易会(Minifair),简称为“小交会”,是我国各地进出口公司在各大口岸城市 and 商品产地举办的专业性小型展销会,一般在“广交会”闭幕期间举办。如服装交易会、药品交易会、工艺品交易会和地毯交易会等。“小交会”具有专业性强、成交集中、时间短、规模小和灵活性大等特点,对于推销小商品和新产品起到了积极作用。

五、招标与投标(Invitation to Tender & Submission of Tender)

1. 招标投标的含义

招标(Invitation to Tender)是指招标人(买方)在规定时间内、地点、发出招标公告或招标单,