

高等职业教育财经大类“十三五”规划教材

进出口贸易实务

Import and Export Trade Practice

主 编 张 志
副主编 赵 明 徐 婷
姬洪波 秦世伟

高等职业教育财经大类“—



进出口贸易实务

Import and Export Trade Practice

主 编 张 志

副主编 赵 明 徐 婷

姬洪波 秦世伟



天津大学出版社

TIANJIN UNIVERSITY PRESS

内 容 简 介

本书按照教、学、做一体化课程建设思路编写,从体例上依据业务岗位所需核心技能,首先列出“知识目标”和“能力目标”,然后引入正文,正文中设置知识版、小知识、小提示、小思考、小讨论及相关案例,对知识、方法、技巧加以解说、引导和补充。

本书在内容上,以进出口业务流程和进出口合同为主体,依照进出口业务流程将全书分为11章,详述流程中涉及的各个环节、应开展的工作、所用到的单据等;对进出口合同条款逐一分析、举例、提示,并对相关问题进行讲解。

最新的国家政策,即2012年国家外汇管理局实施的最新国家外汇管理政策、2015年国家税务总局实施的出口退税政策均在本书中有所体现;最新的国际贸易惯例《UCP 600》《INCOTERMS 2010》均收入本书。

本书是精品课程的配套教材,适用于高等职业院校国际贸易实务、报关、报检、物流、市场营销、国际商务、商务英语等相关专业,也可作为国际贸易从业人员的工作参考书。

图书在版编目(CIP)数据

进出口贸易实务 / 张志主编. — 天津: 天津大学出版社, 2016.2

高等职业教育财经大类“十三五”规划教材

ISBN 978-7-5618-5532-4

I. ①进… II. ①张… III. ①进出口贸易 - 贸易实务
- 高等职业教育 - 教材 IV. ①F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 023212 号

出版发行 天津大学出版社

地 址 天津市卫津路 92 号天津大学内(邮编:300072)

电 话 发行部:022-27403647

网 址 publish.tju.edu.cn

印 刷 廊坊市海涛印刷有限公司

经 销 全国各地新华书店

开 本 185mm × 260mm

印 张 16.75

字 数 424 千

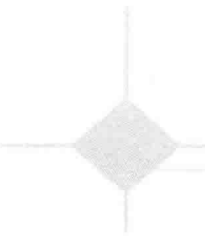
版 次 2016 年 3 月第 1 版

印 次 2016 年 3 月第 1 次

定 价 38.00 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,烦请向我社发行部门联系调换

版权所有 侵权必究



前言

我们从行业需要和高等职业教育的要求出发,以进出口业务操作为基础,以国际贸易业务流程为核心,设计了本教材的内容体系,力求以知识够用为指导,以操作技能为重点,既务实又系统地反映国际贸易实务的内容、方法和技巧。

本书由张志担任主编,赵明、徐婷、姬洪波、秦世伟担任副主编。

全书分为十一章:以第一章走进进出口贸易实务导入本课程;进出口合同条款包括第二章进出口商品、第三章选定贸易术语、第四章进出口货物运输、第五章进出口货物运输保险、第六章进出口商品的价格、第七章国际货款的收付、第八章争议的预防与处理;进出口业务流程包括第九章进出口业务准备、第十章进出口合同的磋商订立、第十一章进出口合同的履行与违约救济。

本书的五位编者均为双师型教师,多年从事国际贸易实务的教学和研究工作。

本书得益于天津商务职业学院领导的重视和关怀,得益于前辈的指教,得益于各位编者的共同努力。

感谢天津凯曼国际贸易有限公司、天津市泰戈国际贸易有限公司等进出口企业的大力支持和帮助。

感谢天津海关、天津出入境检验检疫局、天津市外汇管理局、中行天津分行、中国人保天津分公司相关人员的支持。

由于编者时间和水平有限,真心希望得到广大读者,尤其是高职高专院校师生的宝贵意见,以便不断改进和提高。

对于选用本书作为教材的任课老师,免费提供一套精品资源共享课教学课件和电子版《教学单元设计》。联系邮箱:zhaohongzhi1958@126.com

编者

2016年1月



扫描微信码获取教学资源

目 录

Contents

第一章 走进进出口贸易实务	(1)
第一节 进出口贸易实务概述	(1)
第二节 国际货物买卖相关法律与惯例	(2)
第三节 进出口业务流程	(3)
第四节 职业技能与岗位规范	(4)
第二章 进出口商品	(9)
第一节 商品的名称	(9)
第二节 商品的品质	(12)
第三节 商品的数量	(19)
第四节 商品的包装	(24)
第三章 选定贸易术语	(34)
第一节 贸易术语及有关国际贸易惯例	(35)
第二节 有关贸易术语的国际贸易惯例	(37)
第三节 《INCOTERMS 2010》的理解与掌握	(40)
第四节 六种主要贸易术语及其应用	(42)
第五节 其他五种贸易术语及其应用	(55)
第六节 贸易术语的选用	(57)
第四章 进出口货物运输	(60)
第一节 运输方式	(60)
第二节 装运条款	(69)
第三节 运输单据	(74)
第五章 进出口货物运输保险	(86)
第一节 海上货物运输保险的风险和损失	(86)
第二节 国际海洋运输货物保险条款及险别	(92)
第三节 其他运输方式的货运保险	(99)
第四节 保险条款与保险单据	(100)
第六章 进出口商品的价格	(106)
第一节 主要贸易术语的价格核算与换算	(106)
第二节 定价方法	(108)
第三节 佣金与折扣	(109)
第四节 价格条款的约定	(111)

第七章 国际货款的收付	(113)
第一节 支付工具	(113)
第二节 付款方式	(116)
第三节 支付方式的选择	(127)
第八章 争议的预防与处理	(129)
第一节 商品检验	(129)
第二节 争议与预防	(141)
第三节 不可抗力	(142)
第四节 仲裁	(144)
第九章 进出口业务准备	(148)
第一节 出口交易前的准备	(148)
第二节 进口交易前的准备	(154)
第三节 外贸交易中的电子商务技术应用	(156)
第十章 进出口合同的磋商订立	(162)
第一节 询盘和发盘	(162)
第二节 还盘	(166)
第三节 接受	(167)
第四节 进出口合同的订立	(170)
第十一章 进出口合同的履行与违约救济	(172)
第一节 出口合同的履行	(172)
第二节 进口合同的履行	(244)
第三节 违约救济的操作	(253)
参考文献	(260)

第一章 走进进出口贸易实务

知识目标

1. 了解国际贸易实务的研究对象和教学任务
2. 掌握国际贸易实务基本业务流程
3. 熟悉国际货物买卖合同适用的法律

能力目标

初步接触进出口贸易实务

第一节 进出口贸易实务概述

一、进出口贸易实务研究对象

进出口贸易实务的研究对象是国家间商品交换的具体运作过程,其中包括国际货物买卖的有关原理,实际业务流程所涉及的环节、操作方法和技能以及应遵循的法律和惯例等行为规范。

进出口货物买卖涉及的原理较多,比如在国际货物买卖中应遵循价格围绕价值上下波动等经济原理。

实际业务流程所涉及的环节、操作方法和技能是国际贸易实务的重要内容,比如在拟定合同环节中,针对商品的品质便有两大类十余种具体的规定方法,而每种方法的选用要针对商品的不同属性进行,其中需要相当的技能。

不同国家的法律和国际贸易惯例等行为规范同样是国际贸易实务的重要内容。对不同法系的比较、不同类型的国际贸易惯例的比较,能够使外经贸从业人员充分了解和掌握相应的行为规范,防范风险,保证收益。

二、进出口贸易实务教学任务

进出口贸易实务课程是国际贸易专业必修的核心技能课程,同时也是一门实践性很强的专业基础课程。本课程的主要任务是使学生具备从事进出口业务工作所必需的基本业务知识及操作技能和职业道德、职业素养;能较快地适应进出口企业对外销员的基本要求,形成一定的综合运用能力,为学生求职、求技、成才服务。

通过本课程的系统学习,学生能掌握有关进出口贸易实务的基本知识,熟悉相关的国际贸易惯例,了解进出口业务程序,具备较强的进出口合同缮制、审核能力,基本达到从事进出口业务人员应具备的素质、能力要求。

第二节 国际货物买卖相关法律与惯例

调整国际货物买卖关系的法律包括各国与国际贸易有关的法律、国际贸易条约和协定、国际贸易惯例。

一、各国与国际贸易有关的法律

各国与国际贸易有关的法律是指国家制定或认可并在本国主权管辖范围内生效的与国际贸易相关的法律,即相关的国内法。

国际货物买卖合同必须符合国内法,即符合国家制定或认可的法律。比如按照《中华人民共和国合同法》(简称《合同法》)规定,订立合同必须遵守中华人民共和国法律,即使依照法律规定适用外国法律或国际惯例的也不得违反中华人民共和国的社会公共利益。

二、国际公约

有关国际贸易的国际公约主要是属于统一实体法规则的国际条约,如1980年《联合国国际货物销售合同公约》、1978年《国际海上货物运输公约》及《国际汇票和国际本票公约》等,其中《联合国国际货物销售合同公约》(简称《公约》)是迄今为止关于国际货物买卖的一个最重要的国际公约。该公约共分为四个部分:①适用范围;②合同的成立;③货物买卖;④最后条款。全文共101条。该公约于1980年4月在维也纳召开的外交会议上获得通过,并于1988年1月1日起生效。

我国是《公约》的最早成员国之一。我国曾派遣代表参加1980年维也纳会议,并于1986年12月向联合国秘书长递交了关于该公约的核准书,成为该公约的缔约国。值得注意的是,我国在核准该公约时,曾根据该公约第95条和第96条的规定,对该公约提出了关于采用书面形式和关于公约适用范围的保留。

三、国际贸易惯例

1. 国际贸易惯例的含义

国际贸易惯例(International Trade Practice),或称国际商业惯例(International Commercial Practice)是指在长期的国际贸易实践中逐渐形成的,并由国际组织或其他权威机构加以编撰和解释的国际贸易中的习惯做法,包括成文的和不成文的原则、准则和规则。

国际贸易惯例是国际组织或权威机构为了减少贸易争端,规范贸易行为,在长期、大量的贸易实践基础上制定出来的。由此可见,贸易惯例与习惯做法是有区别的。国际贸易业务中反复实践的习惯做法经过权威机构加以编纂与解释后才被看作国际贸易惯例,对贸易双方起约束作用。

目前在国际贸易中影响最大的贸易惯例是国际商会制定的《国际贸易术语解释通则(2010年修订本)》《INCOTERMS 2010》和《跟单信用证统一惯例(1983年修订本)》《UCP 500》及新修订的《UCP 600》。

2. 国际贸易惯例的性质与作用

国际贸易惯例是以当事人的意思自治为基础的,本身不是法律,不具有强制性。故买卖双方有权在合同中做出与某项惯例不符的规定,只要合同有效成立,双方均要履行合同规定的义

务,一旦发生争议,法院和仲裁机构也要维护合同的有效性。

国际贸易惯例对国际贸易实践是具有重要的指导作用的。这主要体现在两个方面:①如果买卖双方都同意采用某种惯例来约束该项交易,并在合同中做出了明确规定,那么这项约定的惯例就对买卖双方有了约束力;②订立合同时,如果双方既未排除也未注明适用某项惯例,则在合同执行中发生争议时,受理该争议案的司法和仲裁机构也往往会引用国际惯例进行判决。这是因为各国立法或国际公约赋予了它法律效力。由此可见,国际贸易惯例虽然本身不具有法律的强制约束力,但它对国际贸易实践的指导作用却是不容忽视的。

小讨论

卖方:我方已经按规定交货了,你方应该付款。

买方:船都沉了,我方又没收到货物,怎么付款?

卖方:合同规定适用《国际贸易术语解释通则》,我方不承担运输途中的风险。

买方:可合同中规定“货物到达目的港时付款”。

卖方:惯例规定……

买方:合同规定……

请问:你会作何判断?

第三节 进出口业务流程

一、进出口业务流程的含义

按照《现代汉语词典》(第6版)的解释,“流程”是工艺流程的简称,指工业品生产中,从原料到制成成品的各项工作程序。

由此可知,流程是一种程序,由一系列的工序组成,工序之间有一定的时间先后顺序,而各工序又由各自的具体工作组成。

在实际进出口业务中,通过不断总结,人们一般认为,业务准备、业务磋商、合同拟定、合同履行四道工序构成了从最初开展业务到一笔业务最终完成的过程。因而进出口业务流程是指进出口业务中,从业务准备至履行合同所应经历的完整程序。

二、进出口业务基本流程

1. 出口业务流程

出口业务流程(见图1.1)经历了业务准备、业务磋商、合同拟定和合同履行四道工序。

其中在业务准备工序中需要开展国际市场调研、设计出口商品经营方案、建立业务关系等工作;在业务磋商工序中需要进行以发盘和接受为主的磋商活动;在合同拟定工序中需要针对合同的各个条款进行加工和修饰;在合同履行工序中要办理备货、信用证相关事宜、租船订舱、报检报关、办理保险、制单结汇以及处理善后事宜。

2. 进口业务流程

进口业务流程(见图1.2)同样需要通过业务准备、业务磋商、合同拟定、合同履行四道工序。

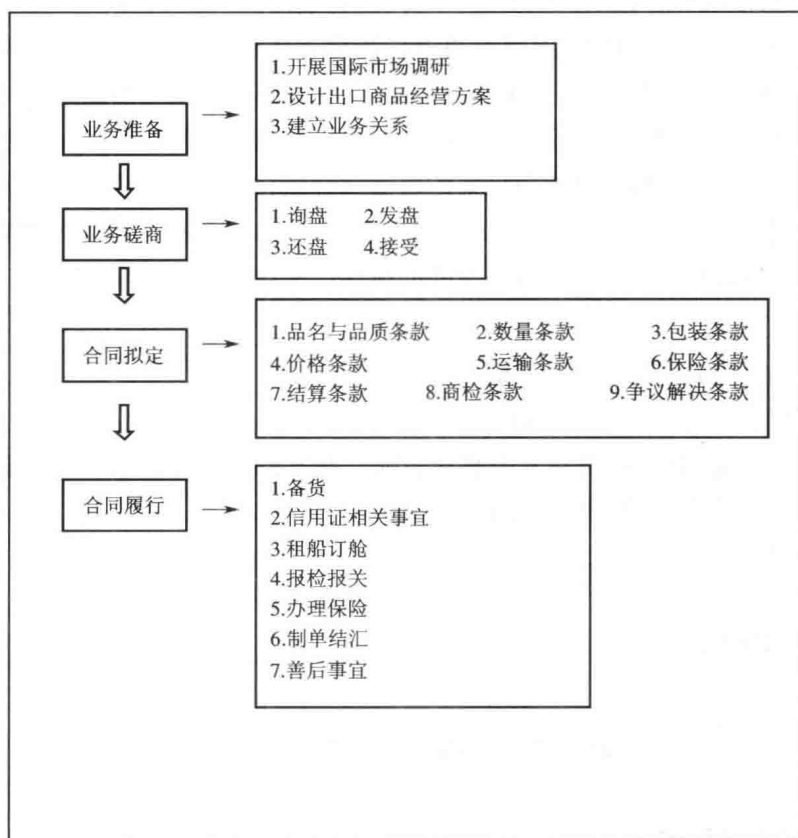


图 1.1 出口业务流程图

其具体工作较出口业务稍有不同,主要体现在,进口业务是以进口方为主,在业务准备阶段设计进口商品经营方案;履行合同过程中,进口方要负责申办进口许可证、开立信用证、租船订舱、办理保险、报检报关、付汇、办理善后事宜。

第四节 职业技能与岗位规范

一、进出口从业人员必须具备的知识与技能要求

1. 政策水平

必须熟悉我国对外经济贸易方面的方针政策,并了解国家关于对外经济贸易方面的具体政策措施。具有较高的政策水平、策略水平并善于机动灵活地处理洽商过程中出现的各种问题。

2. 市场营销知识

国际贸易就是做买卖,故对买卖中了解需求、确定需求和满足需求的思想、战略、方法、途径等要有深入的研究。

3. 外贸业务及相关知识

各国关税制度以及非关税方面的规定,国际汇兑方面的知识,保险知识,运输知识, WTO

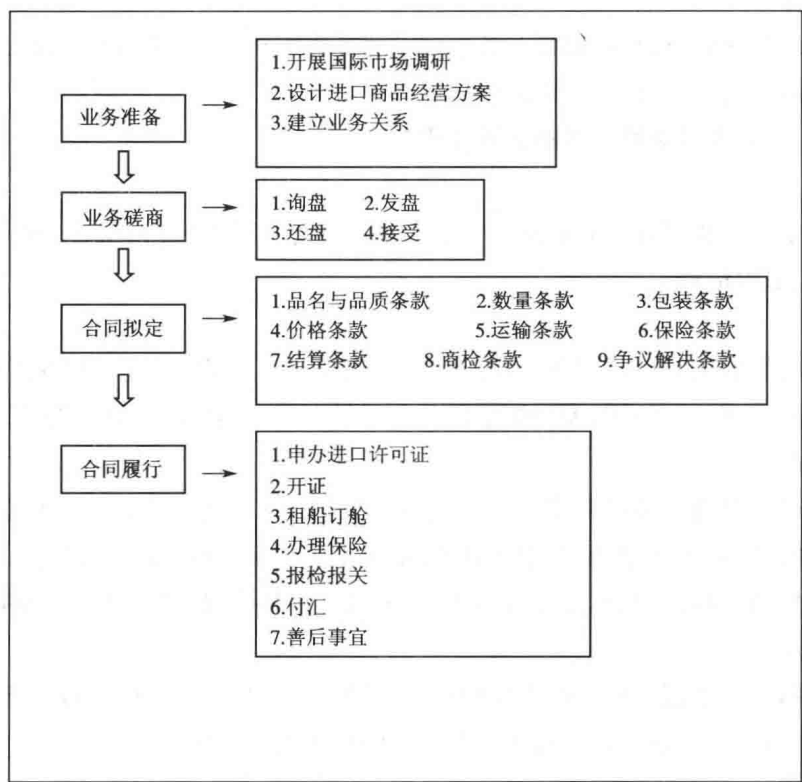


图 1.2 进口业务流程图

的相关规定,EDI 方式等。熟悉货运、报关、检验等手续。

4. 法律知识

必须熟悉《合同法》(我国《合同法》就是根据《联合国国际货物销售合同公约》制定的)、《中华人民共和国反不正当竞争法》《中华人民共和国反倾销条例》《中华人民共和国知识产权法》等,了解有关国际贸易、国际技术转让和国际运输等方面的法律、惯例以及有关国家的外汇管制法和税法等方面的知识。

5. 商品知识

要掌握经营的产品尺寸、颜色是否被接受,零件是否在国外购买,每个单位包装是否有件数规定,怎样将货物从仓库运到出口地,用铁路或公路哪个成本高,装运体积多大对国外批发商最有利等。还应知道竞争者的产品特点、用途、使用方法、维修及售后服务等方面的情况。

6. 企业知识

要对本企业有一个概括了解,如企业的地位,战略、战术,定价策略,交货、付款方式等;企业是否具有增加生产的能力及应变的能力、控制质量的能力及维持信誉的能力;是否具备提供始终如一的质量和定时服务的能力;是否具有新产品设计能力等。

7. 客户知识

如本企业或产品有多少客户,其特点、需求偏好、购买动机与习惯、客户的资信、所处的地点等。

8. 外语能力

应当熟练地掌握外语,在进出口业务中要求业务员能够及时、准确地处理大量的外文函电并用外语直接洽谈交易,听说读写译五门功课必不可少。

二、进出口从业人员必须具备的素质要求

1. 正派

正派是一个人本身应具备的素养。一个人对待他人,不论职位高低,一视同仁,这样才会使人感到亲切,值得信赖。

2. 真诚

诚实是最可靠的工具。诚实守信才会使客户相信产品的质量,进而树立威信。真诚是协调人际关系的坚强基石,真诚的关爱绝不是单一的付出,而是互动的,双方皆受其益。

3. 谦虚礼貌

谦虚礼貌待人有助于感情联络和工作的开展,也是尊重他人的表示。目空一切,唯我独尊,这在任何场合都不受欢迎,没有相互尊重,不能正确地看待自己和看待别人,谈不上什么人魅力。作为外销人员,以低姿态进入新环境,可以学习和捕捉许多意想不到的信息。

4. 宽容大度

宽容大度即慷慨之道。能容忍不同的想法,谅解别人对自己的过失,有助于双方情感的沟通。有较高的人际心理相容水平,自然也有更多的机会去影响别人。

5. 吃苦耐劳

任何事情都是人做出来的,苦干实干是把事物变样的基础条件。当然这并不排除巧干,在巧干的指导下,实干苦干才能不走冤枉路。但光有巧干是难成大事的,有的人只想走捷径,不想付出辛苦,那就很难发现事物的本来面目。要有吃苦耐劳的精神,否则有再好的市场、再多的资本和再高的技术,也难达目的。

6. 强烈的事业心

一个人把工作当作追求,而不是把它当成累赘,才会有责任感、荣誉感和成就感,才能调动自己全部的智慧,不畏挫折,有所成就。非做成交易不可的心理状态是业务员事业心的内在素质体现。

7. 坚定的意志

外销员的工作总是与克服困难联系在一起的,因此外销员必须拥有稳定而乐观的情绪特征,具有不怕碰壁的勇气、信心和健全的心态,心理素质良好,不能患得患失。

8. 敏锐的观察力

要善于从蛛丝马迹中体会出别人的感觉,捕捉到别人忽略的情况和细节。例如,“L/C 60 天付款”和“D/A 60 天付款”虽然只有两个英文字母之差,但是意思大不相同,后者卖方的结算风险明显加大了。

9. 良好的交际能力

外销员需要与各种各样的人打交道,要在各种场合都做到让人喜爱、受人欢迎,才能易于接近别人,相互认识、了解。

10. 开拓创新能力

每一次成功的业务,都不是上一次业务活动的简单重复。有经验的人有一种固定的思维模式,可能会沿着自己走过的路继续走下去,而缺乏开拓、创新精神;业务新手可能会突发奇想,不受任何框架的限制,反而具有拓展业务的能力。俗话说“愚者向经验学习,智者向历史学习”。我们所需要的是总结和继承前人做事的良好思维方式、理论联系实际的作风以及认识事物发展规律的方法。

知识版

外销员岗位规范

1. 政治思想和职业道德

(1) 坚持四项基本原则,坚持改革开放,认真贯彻执行国家的对外经济贸易方针、政策,关心国内外政治、经济形势。

(2) 热爱祖国,为经贸事业勤奋工作,自觉维护国家和企业利益。

(3) 遵纪守法,廉洁奉公,不索贿、受贿,珍视国格、人格。

(4) 严守国家机密,自觉遵守外事纪律和企业的各项规章制度。

(5) 作风正派,艰苦朴素,有良好的个人修养,讲文明、有礼貌。

(6) 对工作认真负责,忠于职守;努力学习,勇于实践;积极开拓,锐意进取。

2. 专业知识

(1) 熟悉我国对外经贸的方针、政策、法规以及相关的国别、地区政策。

(2) 了解政治经济学基本原理;掌握国际贸易理论、进出口业务、国际金融、市场营销学及国际贸易法规(含知识产权法)和惯例等专业知识;熟悉商检、海关、运输、保险等方面的有关业务程序。

(3) 懂得商品学基本理论,熟悉主管商品的性能、品质、规格、标准、包装、用途、生产工艺和所用原材料等知识。

(4) 了解主管的商品销往国家或地区的政治、经济、文化、地理及风土人情、消费水平以及有关出口方面的条例和规定。

(5) 了解自己主管的商品在世界上的产销情况、贸易量、主要生产和进出口国家或地区的贸易差异及价格变动情况,及时给国内生产厂家反馈信息,指导生产。

3. 工作能力

1) 综合业务能力

熟悉进出口业务的各个环节和交易程序,能独立审证、改证,进行业务查询;会制定产品推销方案和经营方案;能合理使用计价货币,会进行汇率换算、成本核算;并具有处理异议、索赔、理赔等业务能力。

2) 推销能力

能利用各种方法宣传自己的商品,扩大影响;有强烈的推销意识,善于掌握客户的心理,主动寻求贸易机会,随机应变,灵活推销;重合同、守信用,不断地了解、考察、选拔和培养客户,服务热情,赢得客户的信任和尊重,在平等互利的基础上同客户建立良好的业务关系,较好地完成推销或进口任务的指标。

3) 调研能力

能运用市场调研的方法和技巧,利用一切途径捕捉市场信息,及时掌握市场变化和需求动态;能搜集、整理、分析国际市场行情和客户情况,写出市场调研报告,提出经营建议。

4) 语言文字能力

掌握一门以上的外语,能独立进行对外洽谈及有关业务活动;能准确起草有关合同、协议和处理日常业务函电;能较熟练地使用外文打字机,有较好的中文水平,能用正确的语言和文字表达思想、交流信息和独立处理业务文件。

5) 社交能力

懂得公共关系学知识,善于同与业务有关的国内外厂商和业务部门建立、保持和发展良好的公共关系,灵活运用各种正当的交际手段,广交朋友。

(摘自外经贸部于1991年制定和公布的《全国外经贸行业外销员管理暂行规定》)

第二章 进出口商品

知识目标

1. 了解商品的分类、度量衡制度、包装的分类
2. 熟悉商品品质的含义和表示方法、重量计量方法、溢短装条款,熟悉包装运输标志
3. 掌握商品品名、品质条款的内容

能力目标

1. 会利用所学知识和网络信息拟定品名、品质、数量、包装条款
2. 熟练设计标准唛头

第一节 商品的名称

一、商品名称的含义

商品名称(Name of Commodity)是指能使某种商品区别于其他商品的一种称呼或概念,在一定程度上能体现出货物的自然属性、基本功能等。在国际贸易中,买卖双方一般通过电传、传真、E-mail、EDI、互联网等现代通讯手段或信息网络进行联系、洽商交易、签订和履行合同,因而,必须列明商品名称及货号(Article No.)。若卖方交付的货物不符合约定的品名,买方有权提出损害赔偿,甚至拒收货物或撤销合同。商品名称一般按其自然属性(如植物产品、动物产品、矿产品等)和加工深度(原料、半制成品、制成品)命名和分类。为了使国际贸易中货物分类体系进一步协调和统一,海关合作理事会和联合国统计委员会经过多年的共同努力,制定了适合国际贸易有关方面需要的标准国际贸易商品分类体系,即《商品名称及编码协调制度》(Harmonized Commodity Description and Coding System),简称《协调制度》(Harmonized System, HS)。HS是一部完整的、系统的、通用的、准确的、多用途的国际贸易商品分类体系,具有严密的逻辑性和科学性。自1988年1月1日起正式实施以来,目前国际上已有近200个国家和地区采用HS。我国于1992年1月1日起采用该制度,以其为基础,结合我国实际进出口货物情况,编制了《中华人民共和国海关进出口税则》和《中华人民共和国海关统计商品目录》。作为国际贸易的工作人员,应根据商品的名称准确进行商品归类。

二、列明品名的意义

国际贸易与国内的零售贸易不同,除国际拍卖、国际展卖等看货成交、立即成交的贸易方式以外,绝大多数的交易是远期合约交易。从签约到交货往往相隔相当长的时间,而且在很多情况下,买卖双方在洽谈交易和签订合同的过程中并没有看到具体的货物,只是凭借对买卖的商品进行必要的描述来确定交易的标准。因此,在国际货物买卖中明确规定货物的名称是必不可少的。

从法律上看,商品描述(Description)的主要组成部分是买卖双方交接货物的一项基本依据,关系到买卖双方的基本权利和义务。若卖方交付的货物不符合约定的品名或说明,买方就有权提出损害赔偿要求,甚至拒收货物或撤销合同。从业务角度看,这项规定是交易的物质基础和前提。只有在确定货物名称的前提下,卖方才有可能凭以安排业务、加工或收购;买卖双方才有可能据以决定包装、运输方式和保险险别,并在此基础上就价格问题进行磋商。

从业务角度看,商品品名是交易的物质内容,是交易赖以进行的物质基础和前提。

三、商品名称的命名方式

商品名称在一定程度上体现了商品的自然属性、用途以及主要的性能特征。商品名称的命名方法有以下几种。

1. 以其主要用途命名

这种方法在于突出其用途,便于消费者按其需要购买。如织布机、旅游鞋、杀虫剂、自行车等。

2. 以其主要原材料命名

这种方法能通过突出所使用的主要原材料反映出货物的质量、内涵。如棉布、涤纶纱、羊毛衫、不锈钢锅、玻璃杯、冰糖燕窝等。

3. 以其主要成分命名

以货物所含的主要成分命名,可使消费者了解货物的有效内涵,有利于提高货物的身价。一般适用于以大众所熟悉的名贵原材料制造的货物。如蜂王浆、珍珠霜等。

4. 以其外观造型命名

以外观造型命名,有利于消费者了解该货物的特征。如绿豆、喇叭裤、宝塔线、纸管、平底锅等。

5. 以其褒义词命名

这种方法能突出货物的使用效能和特性,有利于激发消费者的购买欲望。如青春宝、太阳神口服液等。

6. 以名胜古迹、著名人物名字命名

这种方法即以著名的历史人物或传说中的人物命名以引起消费者的注意和兴趣。如孔府家酒、西湖龙井茶等。

7. 以制作工艺命名

这种方法目的在于提高货物的威望,增强消费者对该货物的信任。如精制油、二锅头烧酒、脱脂奶粉等。

四、买卖合同中的品名条款

买卖合同中的品名条款一般比较简单,通常都是在“货物名称”或“品名”的标题下,列明缔约双方同意买卖货物的名称。有时为了省略起见,也可不加标题,只在合同的首部,列入双方同意买入卖出某种货物的文句。

品名条款的规定还取决于成交货物的品种和特点。就一般商品而言,有时只列明双方意欲买卖的货物名称即可,例如,绿豆、棉花布、钨砂等。但是有的货物往往具有不同的品种、规格、等级和型号,只简单列明买卖货物的名称不够具体明确。因此,为了明确起见,亦可把货物