

高等院校经济管理类“十一五”规划教材

国际贸易实务

主编 © 王双平

Guoji Maoyi Shiwu

国际贸易专业系列教材

Guoji Maoyi Zhuanye
XILIE JIAOCAI



立信会计出版社
LIXIN ACCOUNTING PUBLISHING HOUSE

高等院校经济管理类“十一五”规划教材

国际贸易实务

主 编 王双平
副主编 钟劲松

立信会计出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务/王双平主编. —上海:立信会计出版社,
2008.4

高等院校经济管理类“十一五”规划教材

ISBN 978-7-5429-2000-3

I. 国… II. 王… III. 国际贸易-贸易实务-高等学校-教材

IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 052887 号

责任编辑 方士华 张 蕾

封面设计 周崇文

国际贸易实务

出版发行 立信会计出版社

地 址 上海市中山西路 2230 号 邮政编码 200235

电 话 (021)64411389 传 真 (021)64411325

网 址 www.lixinaph.com E-mail lxaph@sh163.net

网上书店 www.lixinbook.com Tel: (021)64411071

经 销 各地新华书店

印 刷 立信会计常熟市印刷联营厂

开 本 787 毫米×960 毫米 1/16

印 张 21.5

字 数 432 千字

版 次 2008 年 4 月第 1 版

印 次 2008 年 4 月第 1 次

印 数 1—3 150

书 号 ISBN 978-7-5429-2000-3/F·1761

定 价 32.00 元

如有印订差错 请与本社联系调换

序 言

为了适应不同的经营管理需要和不同的教学需求,各种类型的经济管理著作和系列教材,如雨后春笋般出现。大学教材的主要职能是传播知识,在知识经济时代,经济管理类教材内容的不断更新是形势发展的必然。亚里士多德曾经将人类的知识分为三大类:纯粹理性、实践理性和技艺。可以说经济管理是将这三类知识完美融合为一体的学科体系。曾几何时,管理学在我国还是一个无足轻重的学科,在 20 世纪 80 年代以前,我国的许多大学教学体系中,管理学与经济学是不加区分的,相关的大学毕业生所得到的学位几乎都是经济学学位。90 年代之后,管理学从经济学中分离出来,与其他学科结合又形成了一个庞大的管理学科体系。管理学、尤其是企业经营管理学与经济学是紧密相连的学科,你中有我,我中有你。因此,一些大学又纷纷将前期分设的经济学院和管理学院重新合并成为经济管理学院,这在一定程度上说明“经济管理”作为一个大类,在教学体系上的存在是十分必要的。为了避免在教材体系上的重复建设,我们组织 20 多所大学的专家教授共同努力,编写了这套“高等院校经济管理类‘十一五’规划教材”。这是十分必要的,也是十分及时的。

面对经济环境、市场状况以及管理者和学科层次的变化,这套教材力图贯彻以科学发展观为指导、以读者为中心、以市场为导向的原则,用语追求准确、简明和易懂。综合而言,这套教材主要有以下几个特点:

一是实用性。这套教材均配有 PPT 格式电子教案,读者可在立信会计出版社网站免费下载。此外,各书的章节标题之后设有“学习目的”、“案例导读”等,每章之后还附有“本章小结”、“复习思考题”等,有利于培养读者的概括能力和实践能力。

二是前沿性。这套教材是多所高校的教师近年来教学和实践工作相结合的产物。从教学中得到的反馈来看,现代学生的个性化特征越来越明显,不少本科学生已经不再满足于初级的经济管理知识,他们希望能够接触一些更为

深入的课题,或者是与时代经济紧密相连的话题。这就要求我们的教材必须站在时代的前沿,把握时代的脉搏,使学生以新的视角和思路来思考问题。

三是适用性。经济管理学与企业管理实践是息息相关的,这套教材在内容的选择上,既考虑了学科本身的系统性和完整性,也考虑了其适用性。教材体系的安排首先突出了经济管理类基础系列,进而又延伸出了会计学系列、营销管理系列、工商管理系列、贸易管理系列等,以适应不同学校、不同专业教学的需要,在行文上力求深入浅出,这样安排的好处是使授课教师有更大的选择余地,可以根据所教授学生的层次调整授课内容。

四是思考性。这套教材除了注重为学生提供专业基础知识,还增加了一些有一定理论深度的内容,一方面可以使学有余力的学生拓宽思路,深入思考一些问题;另一方面也突出地表达了经济管理类学科教学的基本原则,即向学生传授一种思考的方法,以此来驾驭纷繁复杂的经济现实。

五是多样性。从某种意义上说,教材的编写须有一定的规划,但作为大学教材,也应体现出大学教师的各自特色。因此这套教材既有统一规划和基本要求,保持规划教材的整体性,但每本教材又各有特色,体现出不同教师的授课风格,如将案例引入教学等。

写教科书相当于以笔代口讲课,由口头授课到落笔以文字表达出来,其中之甘苦自不待言。应该说,每位作者的写作过程都是与家人及同事们的共同努力分不开的,在此,对他们付出的努力和爱心表示深深的感谢。

历史总是在不断推陈出新,教材的编写也应根据时代的发展和环境的变化而不断改革。我们在组织编写这套教材时,作了一些新尝试,希望能够取得良好的效果。但教材建设是一项庞大的系统工程,任何一项改革都不是一蹴而就的,需要不断修正和完善。这套教材在体系安排、理论联系实际和语言表述等方面若有不妥或错漏之处,恳请读者批评指正,以便我们在后续工作中加以改正。

最后,对立信会计出版社的全力支持表示诚挚的谢意,同时对责任编辑的出色工作表示由衷的钦佩,并对他们的辛勤工作表示感谢。

高等院校经济管理类“十一五”规划教材编委会

2008年4月

前 言

“国际贸易实务”是一门时代性、理论性和实践性很强的综合性课程,我们编写本教材的目的就在于紧跟国际经济与贸易发展的步伐,密切结合中国改革开放的实际,力求有所发现、有所创新。

2001年年末中国加入世界贸易组织是一个重要的里程碑,它使中国的对外贸易与世界接轨。在其后的5年过渡期中,中国政府以负责任的态度,模范地履行了全部承诺,修订和修正了以《中华人民共和国对外贸易法》为核心的与对外贸易有关的法律、法规和部门规章,提前完成了对外贸易经营权由审批制向依法登记制的转变,规范了国家对外贸易管制,精简了管理程序,加强了对外贸易保障,从而为对外贸易经营者提供了平等竞争的优良环境,促进了中国对外贸易的飞速发展。中国经济正日益成为世界经济发展的重要引擎,中国正从贸易大国向贸易强国转变。

为了迅速提高广大对外贸易经营者和工作者的业务素质和能力,培养对外贸易后备人才,本教材本着精简、求新、直接和透彻的原则,依次安排了法律环境,贸易术语,商品的品质、数量、包装、运输、保险、价格、支付等主要交易条件,与争议解决有关的其他交易条件等必需的内容,最后以国际货物买卖合同的商订和履行贯穿全书。对重要国际贸易惯例则以附录形式给出,以备查阅,如《2000年国际贸易术语解释通则》(INCOTERMS 2000)和最新的《跟单信用证统一惯例》(UCP600)。本教材力求生动活泼,增强可读性,除每章均有导读案例、小结和复习思考题外,根据需要还提供相关的知识链接、样图和流程图以及案例分析题等。

本教材的读者对象为在校大学生,也可供外贸工作者参考。

参加本教材编写工作的有:钟劲松(第一、第三章),赵秀丽(第二、第九、第十章),付群(第六、第八章),李秋娟(第四、第五章),卓凤莉(第七章及附录),王双平(总纂)。

本教材在编写过程中得到了立信会计出版社的鼎力支持和悉心指导,顺致谢意。由于时间和水平有限,错误和缺憾在所难免,请各位同行和广大读者不吝赐教。

编 者

2008 年 4 月

目 录

第一章 导论	1
学习目的	1
导读案例	1
第一节 国际贸易的基本流程	1
一、出口贸易的基本流程	2
二、进口贸易的基本流程	4
第二节 与中国对外贸易相关的法律环境	5
一、国际公约	6
二、国内法	6
三、国际贸易惯例	10
四、中国的对外贸易管制	12
本章小结	17
复习思考题	17
第二章 贸易术语	19
学习目的	19
导读案例	19
第一节 贸易术语概述	19
一、贸易术语的含义	19
二、贸易术语的作用	20
三、与贸易术语有关的国际贸易惯例	20
第二节 装运港交货的三种常用术语	24
一、FOB 装运港船上交货	24
二、CFR 成本加运费	28
三、CIF 成本、运费加保费	30
第三节 货交承运人的三种常用术语	33
一、FCA 货交承运人	33

二、CPT 运费付至	36
三、CIP 运费和保险费付至	37
第四节 其他贸易术语	39
一、EXW 工厂交货	39
二、FAS 装运港船边交货	39
三、DAF 边境交货	39
四、DES 目的港船上交货	40
五、DEQ 目的港码头交货	40
六、DDU 未完税交货	40
七、DDP 完税后交货	41
第五节 贸易术语的比较与选择	41
一、贸易术语的比较	41
二、有关贸易术语的使用问题	42
三、贸易术语的选择	44
本章小结	45
复习思考题	45
第三章 商品的品名、品质、数量和包装	47
学习目的	47
导读案例	47
第一节 商品的品名	47
一、品名条款的意义	47
二、品名条款的内容	48
三、规定品名条款的注意事项	48
第二节 商品的品质	49
一、商品品质的含义	49
二、商品品质的重要性	49
三、表示品质的方法	50
四、合同中的品质条款	54
第三节 商品的数量	56
一、数量条款的意义	56
二、不同计量单位制下的主要计量单位	57
三、重量的计算方法	59
四、合同中的数量条款	60

第四节 商品的包装	63
一、运输包装	63
二、销售包装	67
三、中性包装和定牌	69
四、合同中的包装条款	70
本章小结	71
复习思考题	71
 第四章 国际货物运输	74
学习目的	74
导读案例	74
第一节 运输方式	74
一、海洋运输	74
二、铁路运输	77
三、航空运输	78
四、集装箱运输	79
五、国际多式联运	81
六、大陆桥运输	82
七、邮政运输	85
第二节 合同中的装运条款	86
一、装运时间	86
二、装运港(地)和目的港(地)	87
三、分批装运和转运	89
四、装运通知	90
五、滞期、速遣条款	91
第三节 运输单据	92
一、海运提单	92
二、其他运输单据	100
本章小结	102
复习思考题	103
 第五章 国际货物运输保险	106
学习目的	106
导读案例	106

第一节 保障范围	106
一、风险	106
二、海上损失	107
三、海上费用	109
第二节 我国海洋货物运输保险的险别	110
一、海洋运输货物的承保险别	111
二、海洋运输货物专门保险险别	117
第三节 英国伦敦保险协会海运货物保险条款	118
一、协会货物条款(A)的主要内容	118
二、协会货物条款(B)的主要内容	122
三、协会货物条款(C)的主要内容	123
四、协会其他货物保险条款	124
第四节 我国陆运、空运与邮包货物运输保险	125
一、陆上货物运输保险	125
二、航空运输货物保险	126
三、邮包运输货物保险	127
第五节 国际货物运输保险实务	127
一、投保	127
二、承保	129
三、索赔	131
四、理赔	131
本章小结	132
复习思考题	133
第六章 进出口商品的价格	136
学习目的	136
导读案例	136
第一节 合同中的价格条款	136
一、合同中价格条款的内容	136
二、作价方法	138
三、计价货币的选择	141
第二节 常用贸易术语下的价格转换	143
一、价格构成	143
二、价格转换	151

第三节 佣金和折扣	154
一、佣金	154
二、折扣	156
第四节 对外贸易经济效益核算	158
一、出口商品盈亏率	158
二、出口商品换汇成本	158
三、出口创汇率	161
本章小结	162
复习思考题	162
 第七章 国际贸易货款收付	 164
学习目的	164
导读案例	164
第一节 票据	164
一、汇票	165
二、本票	169
三、支票	171
第二节 汇付	172
一、汇付的含义及其当事人	172
二、汇付的种类	173
三、汇付的性质及其在国际贸易中的使用	175
四、合同中的汇付条款	175
第三节 托收	175
一、托收的含义	176
二、托收的当事人	176
三、托收的种类	177
四、托收的性质与风险	180
五、托收风险的防范	181
六、合同中的托收条款	181
第四节 信用证	182
一、跟单信用证的含义和特点	182
二、跟单信用证的当事人	184
三、跟单信用证业务的基本程序	185
四、跟单信用证的开证形式和内容	186

五、跟单信用证的种类	189
六、《跟单信用证统一惯例》	191
七、合同中的信用证支付条款	192
第五节 银行保函与备用信用证	193
一、银行保函	193
二、备用信用证	194
三、银行保函和备用信用证的异同	195
第六节 各种支付方式的选用	196
一、选择支付方式时应考虑的因素	196
二、不同结算方式的结合使用	197
本章小结	198
复习思考题	198
第八章 争议的防范与处理	201
学习目的	201
导读案例	201
第一节 商品的检验	201
一、约定商品检验条款的意义	202
二、合同中的检验条款	204
第二节 索赔	210
一、异议与索赔条款	211
二、违约金条款	215
三、定金罚则	216
第三节 不可抗力	217
一、不可抗力的含义	217
二、不可抗力的范围	217
三、不可抗力的法律后果	218
四、不可抗力的通知与证明	218
五、合同中的不可抗力条款	219
第四节 仲裁	220
一、仲裁协议的形式和作用	220
二、合同中的仲裁条款	223
三、仲裁裁决的承认和执行	224
本章小结	225

复习思考题	225
第九章 国际货物买卖合同的订立	227
学习目的	227
导读案例	227
第一节 订立合同的法律步骤	227
一、询盘	227
二、发盘	228
三、还盘	231
四、接受	232
第二节 合同成立的时间和生效要件	235
一、合同成立的时间	235
二、合同生效的要件	235
第三节 合同的形式及基本内容	239
一、合同的形式	239
二、合同的内容	240
三、合同的变更、解除和终止	247
四、签订合同应注意的事项	247
本章小结	249
复习思考题	249
第十章 国际货物买卖合同的履行	251
学习目的	251
导读案例	251
第一节 出口合同的履行	251
一、领证、备货、报验	252
二、落实信用证	254
三、托运、报关、装船与投保	257
四、制单结汇	259
第二节 进口合同的履行	267
一、信用证的开立和修改	267
二、领证、租船订舱和催装	269
三、投保货运险	270
四、审单付款	270

五、报关、检验、拨交货物	271
六、进口索赔	273
本章小结	274
复习思考题	274
附录一 2000 年国际贸易术语解释通则(INCOTERMS 2000)	277
附录二 跟单信用证统一惯例	314

第一章 导 论

【学习目的】

通过本章学习,掌握国际贸易中出口和进口的基本流程,了解与中国对外贸易相关的法律环境,包括国际公约、国内法、国际惯例及中国对外贸易制度和主要措施。

【导读案例】

北京某贸易公司与美国某公司达成一项纸张进口合同,数量 100 吨,以集装箱装运,价格条件为 CIF 青岛,支付方式为信用证。船舶驶抵青岛港后,商检部门进行了开箱检验,检验结果发现,箱内纸张为废旧报纸,大多不能回收利用,且与生活垃圾混杂在一起。为此,青岛海关对该批货物予以查封,并会同有关部门进行调查。本案中,废纸虽然允许进口(必须是可以用作工业原料的,且须凭相应的许可证件),但与生活垃圾混杂在一起,是违反国家法律,损害国家利益和社会公共利益的。《中华人民共和国对外贸易法》规定:为保护人的生命或者健康必须禁止进口或出口的,国家禁止其进口或出口。本案违反了上述规定。最后,有关部门对该公司进行了处理,责令其将进口的“垃圾”就地销毁。

在当今世界,没有任何一个国家能够在经济隔绝的状态下生存。随着世界经济贸易的不断发展变化,以及科学技术的进步和世界生产力的提高,各国间的经济联系更加密切,国际贸易的重要性日益增强。而国际贸易实务是一门主要研究国际商品交换具体过程的学科,也是一门具有涉外活动特点的实践性很强的综合性应用科学。国际贸易实务课程的主要任务是:针对国际贸易的特点和要求,从实践和法律的角度,分析研究国际贸易适用的相关法律与惯例和国际商品交换过程的各种实际运作,总结国内外实践经验并学习国际上一些行之有效的贸易习惯做法,学会在进出口业务中,既能正确贯彻我国对外贸易的方针政策和经营意图,确保最佳经济效益,又能按国际规范办事,使我们的贸易做法能被国际社会普遍接受,做到同国际接轨。

第一节 国际贸易的基本流程

在进出口贸易中,由于交易方式和成交条件不同,业务环节也不尽相同。各环节的工作,有的分先后进行,有的交叉进行,也有的齐头并进。但是,不论进口贸易或出口贸易,

一般都包括交易前的准备、交易磋商与订立合同、履行合同三个阶段。现将进出口贸易的业务程序在下面予以介绍。

一、出口贸易的基本流程

(一) 交易前的准备阶段

1. 加强对国外市场与客户的调查研究

在出口贸易中,我们面对的国际市场是错综复杂和变化多端的。因此,在正式交易前,要做好对国际市场的调查研究工作,做到知己知彼,掌握主动。调查内容包括:

(1) 对国别(地区)调查研究。主要是调查有关国家(地区)的政治(对外政策和对我国的态度等)、经济(工农业生产情况等)、对外贸易(进出口商品结构、数量、金额、贸易对象及贸易管制等)方面的情况及其特点,以便正确选择销售市场并在交易磋商中更好地贯彻我国对外贸易的方针政策。

(2) 对商品市场调查研究。主要是调查研究有关商品在国际市场的生产、消费、贸易、价格以及主要进口国家等情况,以便正确地掌握出口商品的价格及交易的其他条件。

(3) 对客户的调查研究。主要是调查研究有关客户对我国的政治态度、资信情况、经营范围和能力等,以便有区别地加以选择和利用。

对国际市场的调查研究,要有的放矢,广泛收集资料。资料来源包括国外电讯、互联网、报纸以及各种专业性书刊,我国驻外机构提供的情况,外国海关关册,日常业务活动中的资料及国外客户的反映等。但这些资料大都是零星片断的,有的还有很大的虚假性。各种不同来源的资料在内容上往往有较大的差异。因此,对于资料要经过整理分析,去粗取精,去伪存真,力求从中得出较为准确的判断。

2. 落实货源和做好备货工作

外贸企业应及时根据计划和经营方案,与生产、供货部门落实生产或收购货源,其中包括品种、花色、原辅料、加工整理、包装装潢、交货时间、调运、保管等方面的安排。

3. 制定出口商品经营方案或价格方案

外贸企业在调查研究的基础上,原则上对所经营的出口商品要制定经营方案或价格方案。方案内容一般包括国内货源情况、国外市场情况、过去经营情况、计划安排和实现计划的措施,如地区、客户、贸易方式、价格、支付等条件的选择、运用和掌握以及成本和经济效益的核算等。至于较多适用于小商品的价格方案则比经营方案简单,偏重于成本核算和出口价格的掌握。不论商品经营方案或价格方案,都需定期或不定期根据实践及客观情况的变化,进行检查总结和必要的修改。

4. 开展多种形式的广告宣传和促销活动

根据出口业务需要,还要进行出口商品的广告宣传和促销活动。主要目的是通过各