



国际经贸实务

复旦博学·金融学系列

复旦博学·金融学系列

◆ 胡涵钧 编著

复旦博学·金融学系列

复旦博学·金融学系列

复旦大学出版社

博
學



金融学系列

F740.4
33

FINANCE 国际经贸实务

00180876

■ 胡涵钧 编著

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际经贸实务/胡涵钧著. —上海:复旦大学出版社, 2002. 12
(博学·金融学系列)
ISBN 7-309-03471-6

I. 国… II. 胡… 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(2002)第 092334 号

出版发行 复旦大学出版社

上海市国权路 579 号 200433

86-21-65118853(发行部) 86-21-65642892(编辑部)

fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

经销 新华书店上海发行所

印刷 上海第二教育学院印刷厂

开本 787×960 1/16

印张 15.25 插页 2

字数 265 千

版次 2002 年 12 月第一版 2002 年 12 月第一次印刷

印数 1—6 000

定价 23.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

前 言

随着我国改革开放的深入发展,国内经济与国际经济的联系日益紧密。近年来,我国对外货物贸易和服务贸易增长的速度超过了国内生产总值的增长速度,经营的范围不断扩大,成交的金额成倍增加。

加入世界贸易组织以后,我国从事对外经济和贸易的企业大幅度增加,外贸经营权已经不是少数企业的专利。国内贸易和国际贸易的壁垒正在不断拆除,无论国有企业、民营企业还是外资企业,都以利润为杠杆,调整企业发展战略,从国内和国际两个市场开拓商机。

科学技术的发展和新兴产业的涌现,突破了传统的国际经贸领域,与此相适应,新的国际规则和国际惯例正在不断创建,旧的国际规则和国际惯例正在不断更新。

社会需要越来越多的具有专门知识的国际经贸人才,社会也需要切合实际的国际经贸教材。

本教材强调对国际经贸业务总体的理解,重视业务过程中各方关系、权利和义务的分析,对一般教材中单证的填制方法和我国计划经济体制下许多具体做法的规定则较少涉及。

以当前实际从事国际经贸工作的需要出发,本教材的构思和撰写具有以下特点。

1. 从货物贸易磋商到贸易争端的解决,本教材介绍了实际经贸工作中的各个主要环节,并增加了货物的报关实务和商检的具体内容,使经贸实际的过程更为完整。

2. 货款的支付是进口商最主要的责任。本教材不仅介绍了票据和支付方式,还较为详细地比较分析了多种融资方式,以适应当前资本运作在企业中的重要作用。

3. 当代贸易中,货物贸易和有关的技术贸易相结合的方式日益增多,世界各国对知识产权的保护也日益重视。本教材以专利,商标为重点用专章介绍了国际技术贸易的作价和支付方式。

4. 电子商务在国际经贸实务中受到人们广泛的关注,但是,电子商务不可能取代贸易中的物流,也不可能完全取代传统的贸易方式。本教材较为客观地介绍了电子技术在国际经贸实务中的运用,对信息收集、贸易磋商、单证传递和货款结算作了重点介绍。

总之,在众多同类教材中,本书是较有特色的,融合了作者长期在复旦大学经济学院各专业的教学体验。

宁妮、刘旸、蔡向成和王旭参加了本书的撰写。宁妮为本书的出版做了大量的工作。在此一并感谢。

胡涵钧

于复旦大学校园

2002年12月10日

复旦博学·金融学系列

(可供书目)

国际金融新编(第三版)

姜波克 著

国际金融新编习题指南(第二版)

姜波克 朱云高 编著

现代货币银行学教程(第二版)

胡庆康 主编

现代公共财政学(第二版)

胡庆康 杜莉 主编

国际银行学概论

马之驹 编著

期权理论与案例分析

——一个战略性的投资

李 森 著

国际经贸实务

胡涵钧 编著

1

2023/58

内 容 提 要

本书共分八章。对国际货物贸易磋商、货物合同的标的、商品的价格、货物的交付、货物的支付、贸易争端的解决、国际技术贸易、电子商务等国际贸易和国际结算实务作了阐述,本书的特点是以实务为主,同时较详细地介绍了有关的国际惯例,以便读者更好地学习、阅读、和理解国际经济活动的实际操作过程。

本书适合各大专院校经济、贸易、金融等专业师生,外经贸理论工作者及实际工作者使用。

复旦博学·经济学系列

(可供书目)

经济学基础教程

伍柏麟 尹伯成 主编

高级政治经济学

——社会主义总论

蒋学模 张晖明 著

高级政治经济学

——社会主义本体论

蒋学模 主编

国际经济学

华 民 著

世界经济新论

庄起善 主编

世界经济新论习题指南

庄起善 潘 烜 编著

国际贸易教程(第二版)

尹翔硕 编著

国际贸易教程习题指南

尹翔硕 编著

统计学原理(第二版)

李洁明 祁新娥 著

经济理论比较研究

洪远朋 主编

简明《资本论》教程

洪远朋 主编

中国古近代金融史

叶世昌 著

经济博弈论(第二版)

谢识予 编著

经济思想史教程

马 涛 编著

劳动经济学

——当代经济体制的视角

陆 铭 著

目 录

前 言	1
第一章 国际货物贸易磋商	1
第一节 进出口贸易的一般程序	1
一、出口贸易的一般程序	1
二、进口贸易的一般程序	2
第二节 市场调研	2
一、市场调研的内容	3
二、市场调研的渠道	8
第三节 进出口贸易磋商	9
一、询盘	9
二、发盘	10
三、还盘	10
四、接受	11
第四节 进出口贸易合同的签订	11
一、合同的成立	11
二、书面合同的签订	12
第二章 货物合同的标的	14
第一节 商品的品质	14
一、商品的名称	14
二、商品的质量	15
三、品质条款的规定	20
第二节 商品的数量	23
一、计量单位和计量方法	23
二、数量条款的规定	26

第三节 商品的包装	27
一、包装的种类	28
二、包装条款的规定	34
第三章 商品的价格	36
第一节 贸易术语	36
一、有关贸易术语的国际惯例	36
二、《2000 通则》对各种贸易术语的解释	40
第二节 商品的价格	51
一、作价方法	51
二、计价货币	53
三、佣金与折扣	55
四、成本核算和价格的换算	57
第四章 货物的交付	60
第一节 货物运输	60
一、国际货物基本运输方式	60
二、集装箱运输和国际多式联运	76
第二节 货物运输保险	82
一、海洋货物运输保险	82
二、其他运输方式保险	93
第三节 货物的报关	95
一、报关概述	95
二、进出口货物的报关实务	97
三、关税的计算和计征	101
四、报关自动化	107
第五章 货款的支付	111
第一节 票据	111
一、本票	111
二、支票	113
三、汇票	115

四、票据行为	119
第二节 结算方式	124
一、汇款	124
二、托收	127
三、信用证	130
四、保理	145
五、银行保函	152
六、不同支付方式的选择使用	161
第三节 融资方式	164
一、打包放款	164
二、进出口押汇	166
三、包买票据	170
 第六章 贸易争端的解决	177
第一节 商品的检验和检疫	177
一、检验权的确定和行使	177
二、出入境商品的检验检疫	178
三、商品的检验、检疫机构	180
四、检验检疫的性质、标准和证书	181
五、商品检验的内容	184
第二节 争议	189
一、争议的种类	190
二、产生争议的原因	191
三、解决争议的途径	191
第三节 索赔	192
一、索赔与理赔	192
二、买卖合同中的索赔条款	192
第四节 不可抗力	193
一、不可抗力的含义	193
二、不可抗力事件的法律后果	194
三、买卖合同中的不可抗力条款	194
第五节 仲裁	195

一、仲裁的形式	195
二、仲裁协议	195
三、进出口合同中的仲裁条款	196
第七章 国际技术贸易	201
第一节 国际技术贸易的一般概念	201
一、国际技术贸易的特点	201
二、国际技术贸易的基本方式	203
第二节 几种常见的国际技术贸易标的	205
一、专利	205
二、商标	208
三、技术咨询	209
第三节 国际技术贸易的作价和付费	211
一、技术价格的含义和特点	211
二、技术价格的构成及其影响因素	212
三、技术转让交易的支付方式	213
第八章 电子商务	216
第一节 电子商务体系	217
一、电子商务运行体系	217
二、电子商务分类	218
三、B2B 的基本商务模式	220
四、电子商务交易的硬件工作平台	221
第二节 电子商务在国际商务中的应用	222
一、电子商务能为企业提供的服务	222
二、传统企业如何创建自己的电子商务	223
三、电子商务交易的过程	224
四、目前国内提供的电子商务平台	225
五、网上谈判和交易	226
第三节 电子单据及结算	227
一、电子提单	227
二、电子货币及结算	229
三、电子商务安全	233

第一章 国际货物贸易磋商

国际贸易的交易程序一般包括交易前的准备(主要是市场调研)、交易磋商、签订合同与履行合同等。

第一节 进出口贸易的一般程序

国际贸易不同于国内贸易,它涉及信用证支付、报关、结汇等问题。

一、出口贸易的一般程序

采用 CIF 合同并采用信用证支付方式收款的出口贸易一般流程如下(见图 1.1 所示)。

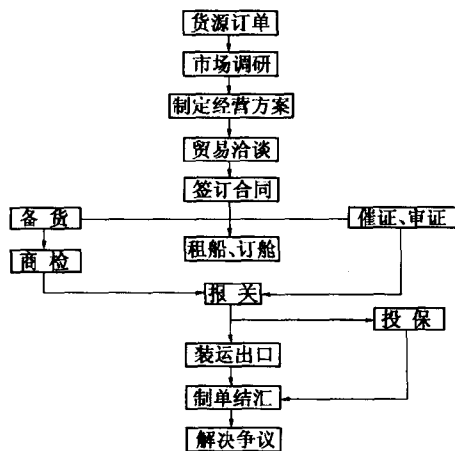


图 1.1 出口合同履行程序图

二、进口贸易的一般程序

采用 CIF 合同并采用信用证支付方式收款的进口贸易一般流程可参见图 1.2。

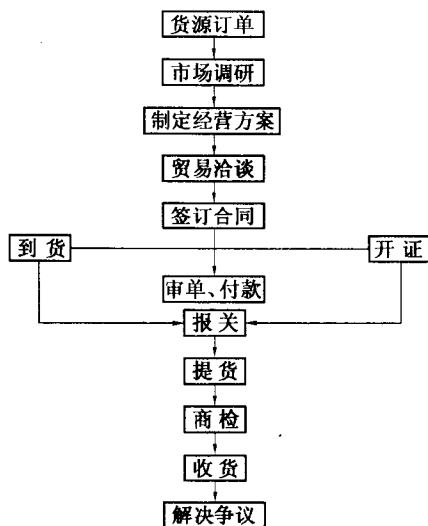


图 1.2 进口合同履行程序图

第二节 市场调研

一个国家或一个企业,要想成功地进入和开发国际市场,首先就要了解国际市场。因为国际市场涉及国家和地区很多,而且每一个国家或地区的市场环境又不相同,只有真正掌握了各个市场何时(When)需要什么产品(What Product),需要多少(How Much)及产品的市场价格(Market Prices of the Products)并且使自己的产品能够满足他们的要求时,才有可能使自己的产品在这些市场上销售出去,所以,国际市场调查研究是成功地进入国际市场的前提条件。

一、市场调研的内容

当前世界上共有 200 多个国家和地区,一个企业不可能全都了解得很深入。国际市场调研是一件花钱多、费时间、难度大、变化复杂的工作。但是,一个企业可以选择 3—5 个国家进行典型调研。对一个国家来说,应该在可能条件下尽量多地、有计划地把世界多数国家和地区的市场情况调查清楚,以便为企业制定对外贸易的宏观决策以及制定开发具体产品市场的微观决策提供必要的资料。

做好世界市场调研,必须全面、系统地搜集各种资料,需要具体搜集以下两个方面的资料。

(一) 宏观决策的资料

1. 经济环境方面的资料

主要研究该国经济的发展的一些情况,如:

(1) 一国的国民生产总值(GNP)或国民收入总值是多少?它可以从根本上反映出一个国家市场容量的大小(一般成正比关系)。

(2) 按人口计算的平均收入数量(人均国民收入),它在一定程度上反映一个国家人民生活水平的高低,也在一定程度上反映出商品需求的构成、层次和多寡。

(3) 消费者支出模式的变化。如果一个国家的大多数家庭收入增加,用于购买食品的支出占家庭收入的比重就下降,而用于其他方面的开支(如服装、交通、娱乐、卫生健康、教育等)和储蓄占家庭收入的比重就会上升。这个国家的消费结构就会发生变化。

此外,该国同他国的经济关系如何?是否是某经济贸易集团成员?是否有经贸协定(如 APEC 成员)?

调查这些内容的主要目的是:

(1) 为了判断和确定企业的服务方向;

(2) 通过调查主要产品产量,按照相关比例测算对本企业产品的需要量。

2. 对外贸易情况

主要包括:对外贸易的发展速度,出口商品构成,进口商品的构成,主要贸易伙伴,关税情况;鼓励出口的主要措施;限制进口的主要措施等等。

3. 金融和资本流动情况

主要包括:引进外资的主要形式,引进外资的数量以及来源国;引进外资

的效益;金融贸易的管理机构;对外投资的数量和国别地区;实行何种外汇政策?该国通货膨胀状况;有无外汇市场?在国际上的金融信誉级别(国际上分为9级,即AAA、AA、A、BBB、BB、B、CCC、CC、C级)以及外汇储备情况。

4. 人口环境

人口环境表现在以下六个方面。

(1) 世界人口迅速增长。进入20世纪80年代以来,世界人口的增长速度加快。世界人口以年均8000万—9000万的速度增长,其中80%在发展中国家,这是全世界工商企业都面临的一个动向。人口的增长,无疑对 product 需求会增加。但许多发展中国家可能由于人口增长过快,超过了物资供应的可能,物价和成本就会上升,无疑会对对外贸易产生不利的影响。

(2) 发达国家人口出生率下降,儿童减少。这对儿童食品业、儿童日用品、服装业、玩具业是个“环境威胁”。反过来,这种情况却对某些行业有利,众多年轻妇女有更多的闲暇时间和收入用于旅游、在外用餐、娱乐等,给旅游业、饮食业、旅馆、体育娱乐业提供了有购买力的市场。

(3) 许多国家的人口趋于老龄化。近几十年来,发达国家的人口死亡率普遍下降,同时,人均寿命在延长。我国2001年60岁以上老人占总人口的比例不超过10%,但预计到2060年要上升到20%,说明我国人口也将不可避免趋向老龄化。就世界而言,一个白发浪潮即将来临。这种老龄化趋势会对世界贸易产生很大影响。世界市场对摩托车等体育用品的需求量会大大下降,而对助听器、眼镜、医疗保健用品等的需求量将会大增。

(4) 许多国家家庭在变化。如战后一段时间,“两个孩子、两辆汽车、郊区别墅”在美国很流行。现在,美国人普遍晚婚,一般不生或少生孩子,50%的婚姻最终破裂。妇女参加工作越来越多,因此给市场提出新的需求。由于家庭规模变小,使家庭数量增加,对电视机、录音机、电冰箱、洗衣机、家具等家庭用品需要量便大大增加。

(5) 西方国家家庭模式出现新变化——非家庭住户在增加。以美国为例,据统计,美国非家庭住户占总户数比例不断在增加。1970年为19%,1980年为26%,1990年为30%。造成非家庭住户增多的原因有:Ⅰ. 单身成年人住户,包括未婚、分居、丧偶、离婚者逐年增加。美国单身成年人现有1800多万,约占美国住户人数的23%。这种单身成年人给市场提供的要求是,较小的公寓房间,较小的食品包装和较便宜的,较小的家具,日用品,陈设品等。Ⅱ. 两人同居户增加。这是暂时同居,需要便宜的,甚至租赁的家具及陈设等,Ⅲ. 集体住户增加。若干大学生

住在一起,共同生活。这种非家庭住户在西方有增加趋势。

(6) 有些国家人口是由多民族人口构成,这一点美国最典型、最突出。对这种人口构成,要做调查研究,因为不同民族的消费者有不同的风俗、生活习惯和需要。例如爱尔兰人不吃咸牛肉、卷心菜和土豆;而华人不管到哪里,都要过中国传统的节日,爱吃中国的传统食品。

5. 自然环境的变化

自然环境的变化表现为以下四个方面:某些自然资源正日益短缺;国际市场石油价格波动剧烈;全球环境污染程度日益增加;许多国家对自然资源管理的干预日益加强。因此,给企业提出了研究与开发新资源和原料或研制替代品的课题。

6. 技术环境的变化

新技术是一种“创造性的毁灭力量”。由于电子技术的巨大进步,真空管的行业已经被晶体管淘汰。发达国家现在大量使用自动化装置,采用新技术,计算机和电子网络信息技术的大量运用,出现了许多新行业、新技术培训、新工具维修、电脑教育、信息处理等。所以,经贸人员必须注意技术的变化。在老企业受到冲击和威胁时,就应立即改弦易辙,采用新技术,转入新行业。当前技术贸易越来越显示出其重要性。

7. 社会文化环境

社会文化是影响人们欲望和行为(包括顾客购买行为)的重要因素。如我国人民(包括侨居异国他乡的华人)每逢农历新春佳节、大地回春,要大扫除,除旧布新,大量购买过年用品,有的贴春联、放花炮、举行庙会等。西方人每逢12月25日就大量购买节日用品、礼品、圣诞树、互送贺年卡、欢庆圣诞节。如果我国出口核桃仁,一定要赶在12月25日之前。了解这些习俗我们可以提前大量推销有关商品;若到圣诞节再搞贸易洽谈会,就可能为时已晚。

另外,各国的风俗习惯、作风等都不一样。从事经贸调研工作的有关人员也应注意了解这些。如日本商人对他们所有的礼节非常重视,他们最忌讳拿礼节开玩笑。同日本商人谈生意,最好送些礼品,以表示友好。而美国人喜欢开玩笑,即使在很正式的场合,他们也喜欢讲笑话,使别人笑口常开。同阿拉伯的买主谈判时,绝不可问及对方的妻子,因为他们十分忌讳。同墨西哥人谈判,洽谈生意,问候一下他的夫人则是必需的礼貌。

8. 其他方面的资料

此外,还有政治环境、宗教信仰、生活方式、国防开支、立法情况、工会组织