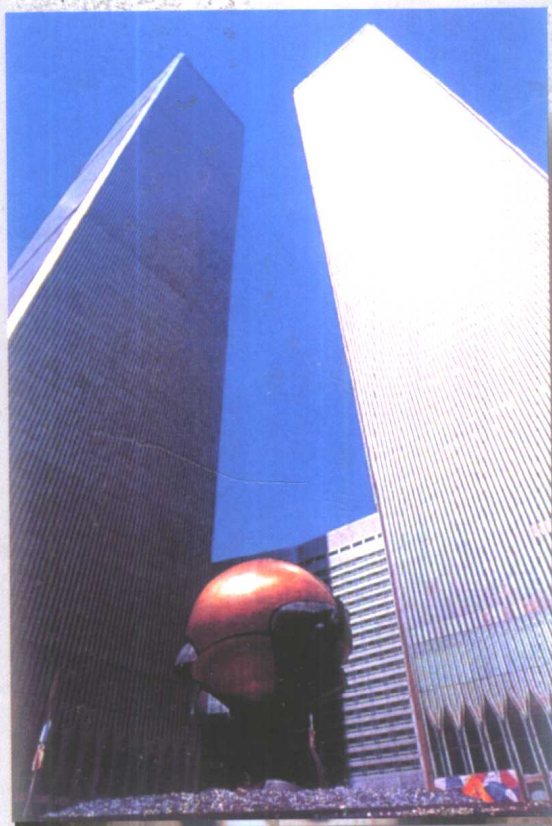


北京大学经济学丛书 · 高等教育经济学教材

国际贸易实务

李 权 著



北京大学出版社

PEKING UNIVERSITY PRESS

国际贸易实务

李 权 著

北京大学出版社
北 京

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务/李权著. —北京:北京大学出版社, 2000. 10
ISBN 7-301-01197-0

I. 国… II. 李… III. 国际-贸易-实务 IV. F021

书 名: 国际贸易实务

著作责任者: 李 权

责任编辑: 符 丹

标准书号: ISBN 7-301-01197-0/F·107

出 版 者: 北京大学出版社

地 址: 北京市海淀区中关村北京大学校内 100871

网 址: www.pup.com.cn

电子信箱: zpup@pup.pku.edu.cn

电 话: 出版部 62752015 发行部 62754140 编辑室 62752027

排 版 者: 兴盛达打字服务社 82614608

印 刷 者: 中国科学院印刷厂

发 行 者: 北京大学出版社

经 销 者: 新华书店

890 毫米×1240 毫米 A5 开本 10.75 印张 310 千字

2000 年 10 月第 1 版 2000 年 10 月第 1 次印刷

定 价: 19.50 元

《北京大学经济学丛书》编委会名单

主任：晏智杰
副主任：胡 坚 彭松建
委员：陈德华 刘 伟
郑学益 王跃生
刘文忻

前 言

为了推动我国经济科学的繁荣,为了提高北京大学的经济科学教学和科研水平;为了使经济学这门古老而极富创新性的学科在我国改革发展中获得更广阔的生长空间,使我国的经济发展与经济改革得到更坚实的科学解释和支持;为了使我们的教学和研究真正适应时代的要求,使北京大学近百年来形成的民主与科学的传统在中国社会主义市场经济伟大建设事业中获得历史的伸展和升华;立足北京大学经济学院,我们决定编辑出版《北京大学经济学丛书》。该丛书包括《高等教育经济学教材》和《经济学术文库》两个系列。

这是一项十分艰巨的工程,因为尽管北京大学经济学院,包括其前身北京大学经济学系在内的历史可以追溯到1912年,但系统地编写并出版一整套教程和科研丛书,毕竟是第一次;虽然北大经济学院的教授、学者们一代代出版了许许多多的学术著述,并且许多著述在我国经济学发展中留有深刻的痕迹,但在经过近20年的改革开放伟大历史实践并进入社会主义市场经济全面建设的新时期,在迎接世纪严峻挑战的历史时刻,系统地总结、反省、整理一代又一代先生心血凝成并在现在的经济学院师生手中不断拓展的学术成就,实在是极为必要的。历史赐予了我们这种可能。这是一次检阅,也是一次汇报,这是对以往的回顾,更是对未来的憧憬。

从选题上说,这套丛书涉及北大经济学院现有5个系科的所有领域,即经济学、国际经济与贸易、国际金融、保险学和财政学。从作者队伍来看,有学贯中西的老教授,也有锐意创新的青年学者,更以作为我院教学科研中坚的中年学者为骨干。从学术要求来讲,每一部著作均是作者长期从事研究之所得,即使是青年作者,他们在题目上也至少学习研究数年,并有多年的教学实践;每一部著作均以理论上的系统性、严密性为基础,以对现实问题更有效的解释为目标;每一

部著作均以资料的翔实可靠,思想史和经济史的深入探讨为依据;每一部著作均为以求实求是为精神支撑,进而直面改革发展的现实。

为使这套丛书确有其学术性格和学术水准,我们组织了以院长晏智杰教授为首的编委会,经推敲选题,精选作者,听取作者答辩,审议作者大纲并最终审定著述等环节,严格规范程序以确保质量。我们相信,在这一工程的实践中,不仅北大经济学院老一代学者的学术著述能够得到及时总结和系统反映,而且更能锤炼出一批包括院内外作者在内的青年学术带头人。这是我们的希望,也是中国经济学的希望。

不可能指望一套丛书在多大程度上解决中国经济学教学和研究所面临的命题,这并不是说我们经济学者在智慧和勤奋上不足,而是说我们所面临的实践实在是生动而复杂,我们所面临的命题艰深而陌生。面对如此伟大的实践和前无古人的难题,很难寄希望于哪个或哪些学者于书斋中获得历史性的回答,这是需要千万实践者的创造,需要无数研究者的探索。但是,这种推动历史的创造和探索,正是以我们每个人、每部著述的也许是微不足道的投入与呐喊为动力的。

这套丛书凝结着我们,尤其是每位作者的心血,是在履行对中国经济学发展和经济实践的一份责任。我们愿在校内外诸位同仁和朋友们的关怀支持下,通过这套丛书,向社会不断推出高质量的教学和科研成果。

《北京大学经济学丛书》编委会

1996年9月初稿

2000年5月修订

目 录

引言	(1)
----------	-----

第一部分 国际货物贸易的基本环节

第一章 合同的标的:品质、数量和包装	(6)
第一节 品质	(6)
第二节 数量	(9)
第三节 包装	(11)
案例 1.1 1994 年中国 T 恤出口案	(14)
思考题	(15)
第二章 贸易术语和商品的价格	(16)
第一节 贸易术语	(16)
第二节 商品的价格	(22)
案例 2.1 西屋公司案	(24)
思考题	(25)
第三章 国际货物运输	(27)
第一节 运输方式	(27)
第二节 提单	(33)
案例 3.1 英“阿登纳斯”案	(34)
思考题	(37)
第四章 国际货物运输保险	(38)
第一节 保险的基本原则	(38)
案例 4.1 “拉勃里亚”号沉船案	(38)
第二节 保障范围	(41)
第三节 保险险别	(44)
第四节 承保责任的起讫	(48)
第五节 陆运、空运货物与邮包运输保险	(49)

思考题	(51)
第五章 国际货款的收付	(53)
第一节 支付工具	(53)
第二节 支付方式(一)——汇付和托收	(59)
第三节 支付方式(二)——信用证	(65)
思考题	(80)
第六章 检验、索赔、不可抗力和仲裁	(81)
第一节 检验	(81)
第二节 索赔	(84)
第三节 不可抗力	(88)
案例 6.1 1903 年由英国上诉法院判决的著名案例 克雷尔诉亨利案	(89)
第四节 仲裁	(90)
思考题	(92)

第二部分 世界贸易组织运行机制

第七章 世界贸易组织简介	(93)
案例 7.1 1995 年美日汽车贸易纠纷案	(95)
案例 7.2 1995 年 6 月委内瑞拉状告美国借口环保 限制外国汽油的进口案	(96)
思考题	(98)
第八章 关税减让制度	(99)
第一节 关税概述	(99)
案例 8.1 欧洲统一市场对进口香蕉实行关税 配额案	(100)
第二节 关税减让	(110)
思考题	(111)
第九章 禁止数量限制	(112)
第一节 进口配额	(112)
第二节 数量限制的运用	(115)
案例 9.1 韩国牛肉案	(115)

第三节 “自愿”出口限制	(117)
案例 9.2 法国第二次“普瓦提埃之战”	(117)
思考题	(122)
第十章 公平贸易制度	(123)
第一节 补贴与反补贴	(123)
第二节 倾销与反倾销	(130)
思考题	(135)
第十一章 限制其他非关税壁垒	(136)
第一节 政府采购制度	(136)
案例 11.1 挪威政府对公路自动收费系统实行 单独招标案	(138)
第二节 原产地规则	(141)
第三节 海关估价制度	(144)
第四节 装运前检验制度	(146)
第五节 技术和环境壁垒	(148)
案例 11.2 美墨金枪鱼案	(151)
案例 11.3 巴西诉奥地利木材进口歧视案	(151)
思考题	(154)
第十二章 对区域贸易协定的宽容	(155)
第一节 国际经济一体化的形式和发展概况	(155)
第二节 国际经济一体化与多边贸易体制	(159)
案例 12.1 加拿大诉美国对加猪肉征收反补贴税案	(165)
思考题	(167)
第十三章 农产品贸易制度	(168)
第一节 《农产品协议》的主要内容	(168)
第二节 中美农业合作谈判成果	(171)
案例 13.1 中美 TCK 小麦纷争	(171)
第三节 加入 WTO 对中国农业的影响及有关对策	(172)
思考题	(176)
第十四章 纺织品与服装贸易制度	(177)
第一节 《纺织品与服装协议》	(177)

第二节 “入世”对中国纺织品服装业的影响及 有关对策·····	(179)
思考题·····	(182)
第十五章 与贸易有关的投资措施制度 ·····	(183)
第一节 《与贸易有关的投资措施协议》·····	(183)
案例 15.1 美国诉加拿大《外国投资审核法案》·····	(183)
第二节 TRIMs 与中国·····	(185)
思考题·····	(187)
第十六章 服务贸易制度 ·····	(188)
第一节 服务贸易概述·····	(188)
第二节 《服务贸易总协定》·····	(190)
第三节 中美服务贸易合作协议·····	(195)
思考题·····	(197)
第十七章 与贸易有关的知识产权制度 ·····	(198)
第一节 与贸易有关的知识产权概述·····	(198)
案例 17.1 奥地利 1982 年判例·····	(198)
案例 17.2 美国 1978 年判例:迪斯尼公司 状告侵权案·····	(198)
案例 17.3 深圳商标纠纷案·····	(200)
案例 17.4 以色列 1992 年判例:商业秘密纠纷案·····	(201)
第二节 《与贸易有关的知识产权协议》·····	(201)
第三节 TRIPs 对中国的影响·····	(204)
思考题·····	(206)
第十八章 WTO 运行机制的理论依据 ·····	(207)
第一节 自由贸易的理论依据·····	(207)
案例 18.1 世纪大审判:微软案·····	(225)
第二节 贸易保护的理论知识·····	(232)
思考题·····	(236)
附录一:《联合国国际货物销售合同公约》关于买卖 双方义务的规定 ·····	(237)
附录二:《2000 年国际贸易术语解释通则》关于六种	

常用贸易术语的规定	(249)
附录三：海运承运人和托运人的权利和义务	(269)
附录四：《跟单信用证统一惯例》	(272)
附录五：《关税与贸易总协定》	(292)
主要参考书目	(328)
后记	(330)

引 言

伴随中国“入世”的进程,国际贸易已经日益成为人们关注的焦点。为了更好地展示国际贸易实务知识,本书使用了国际贸易中常用的语言和涉及的基本范畴。

一、国际贸易的语言

本书使用的国际贸易的语言主要有三种,即文字描述、数学工具和案例分析。

1. 文字描述

在概念和法规等介绍过程中,将着重使用文字描述。例如在阐述国际贸易的定义时,应明确国际贸易是国家(地区)与国家(地区)之间的贸易。那么什么是贸易?在萨缪尔森与诺德豪斯合著的《经济学》(第十六版)中是这样定义的:“贸易是所有强暴欲的天敌。它促使人们独立并充分意识到自身的重要性,引导人们管理自己的事务并教会他们如何走向成功。因此,贸易鼓励人们追随的是自由而不是革命。”

为了更好地理解国际贸易的概念,应区分国际贸易与对外贸易、国际贸易与国内贸易这两组概念。国际贸易与对外贸易这两个概念的内涵是基本一致的,但角度不同。国际贸易是从全球的角度考察国家(地区)与国家(地区)之间的贸易;而对外贸易是从一个国家(地区)的角度看待该国与其他国家(地区)之间的贸易。因此,对于某一个国家(地区)而言,只能有对外经济贸易关系。

国际贸易与国内贸易区分的界限是地理范围,还是国籍?对这一问题的理解直接关系到很多现实问题。例如:跨国公司的母公司与在其他国家(地区)的子公司之间的贸易是不是国际贸易呢?由于两个公司有相同的国籍,所以很可能被认为是国内贸易。然而国际贸易与国内贸易的划分是以地理界限为标志的,因此对上一问题的

回答应该是肯定的,即这是国际贸易。在美国的对外贸易中有相当大比例是属于美国跨国公司内部交易,从这个角度看,美国巨额贸易逆差的相当大一部分并未流入外人田,巨额贸易逆差与美国人的高消费形成并存的两大景致。

世界贸易是国际贸易与国内贸易的总称。

2. 数学工具

数学工具主要是微观经济学的分析方法,其中会涉及到一些图形分析。中国有句俗语:一幅图胜过千句话,这体现了图形有高度的概括力和表达力。下面以进口和出口产生的图形分析为例。

微观经济学中,国内市场的均衡是:

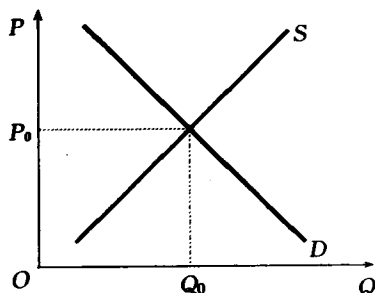


图1 封闭经济下国内市场的均衡

横轴代表产量(Q),纵轴代表价格(P)。当供给(S)=需求(D)时,国内市场达到均衡。均衡价格为 P_0 ,均衡产量为 OQ_0 。

是什么导致这种自给自足的均衡状态的打破呢?将视线放宽到包括国际市场,如果国际市场的价格水平与国内均衡价格 P_0 不一致时,会出现什么情况呢?当世界价格水平低于 P_0 时,理性的消费者会选择消费更低价格的商品。在该价格上,消费者愿意消费更多数量的商品,而国内生产者面临比 P_0 低的价格,却只愿意提供比 OQ_0 少的商品,这导致需求大于供给。供给不足的部分由进口来补充。当世界价格水平高于 P_0 时,理性的生产者会选择在更高的价格上销售其商品。在该价格上,生产者愿意提供更多数量的商品,而国内消费者面临比 P_0 高的价格,却只愿意消费比 OQ_0 少的商品,

这导致供给大于需求。过度供给的部分出口到国外市场。

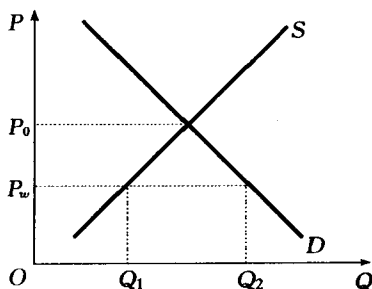


图2 进口

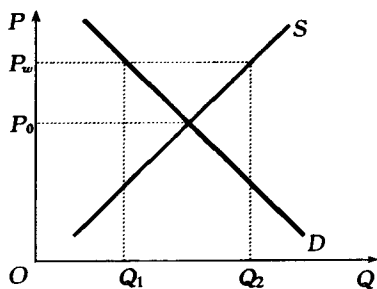


图3 出口

P_w 代表世界价格水平。图2显示,当 $P_w < P_0$ 时,国内供给量为 OQ_1 ,国内需求量为 OQ_2 ,供求缺口 Q_1Q_2 是进口,即由国外市场满足本国的过度需求。图3显示,当 $P_w > P_0$ 时,国内供给量为 OQ_2 ,国内需求量为 OQ_1 ,供求缺口 Q_1Q_2 是出口,即本国的过度供给提供到国外市场。这里考察的是自由贸易状态。

3. 案例分析

本书引用一些案例分析对具体问题作出更形象、生动的解释。

例如在北京冻鸭案中,我方出口一批北京冻鸭到伊斯兰国家,货到后遭到拒收,其原因是冻鸭的宰杀方法不符合伊斯兰民族习惯。我方为保持鸭身完整采用钳杀法,而伊斯兰民族惯用割颈法。

该案例说明作为出口方应熟悉其目标市场的风俗、习惯、惯例,以避免不必要的纠纷。

二、国际贸易的基本范畴

按照乌拉圭回合和世界贸易组织(WTO)的规则,国际贸易应涵括三个基本范畴,即:国际货物贸易、国际服务贸易和国际技术贸易。这三者的划分并不是绝对的,通常是互相交融,以占总价值主导地位的因素作为区分的标准。

1. 国际货物贸易

国际货物贸易存在三种形式并存的局面:

第一种是实物贸易,即买方付款与卖方交付符合合同的实际货物相对应;

第二种是纸上贸易,即买方付款与卖方交付全套合格单据相对应,这是目前国际贸易中使用最广泛的传统货物贸易形式;

第三种是无纸贸易,即电子商务在国际贸易领域的应用。1997年11月,世界电子商务会议将电子商务定义为:电子商务是指对整个贸易活动实现电子化,即买卖双方依据计算机网络进行各类商贸活动。目前电子商务有B to B (Business to Business, 简称B2B)、B to C (Business to Consumer, 简称B2C)、C to C (Consumer to Consumer, 简称C2C)、B to A (Business to Administration, 简称B2A)等各种形式。例如新加坡贸易发展局建立了名为tradenet的网络,用计算机系统审核一般性货物的进出口申请表,合格的计算机系统自动认可并发放进出口许可证,不合格的则由计算机系统提请修改。这是典型的B to A形式。在美国等发达国家,电子商务已非常普及。据报道,美国英特尔公司每年有150亿美元的销售额是在线完成的;全球最大的网络设备供应商思科公司40%的销售收入是靠网络实现的。目前B2B是电子商务发展的主流,全球B2B年均加权增长率为87%,在中国则为212%。据世界著名机构预测,到2003年,美国B2B收入将占其国民生产总值(GNP)的9%。

2. 国际服务贸易

在货物贸易领域,中国已跃居全球十大贸易国之一,但在服务贸易领域,我们还存在相当大的差距。据《1999年中国对外经济贸易白皮书》的统计资料显示,1998年中国服务贸易出口230亿美元,居第15位;而美国服务贸易出口2,336亿美元。乌拉圭回合将服务贸易纳入到多边贸易体制之下,中国“入世”必然伴随着服务贸易的进一步开放。

3. 国际技术贸易

技术的交易建立在技术垄断权的基础之上,通常以许可贸易的方式进行,即技术权利人在一定条件下,将技术的使用权、产品的制造权、产品的销售权及产品的进口权许可其他国家(地区)的企业、公司或个人使用。

WTO《与贸易有关的知识产权协议》(Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights, TRIPs)以技术垄断权的保护为国际技术贸易的健康开展奠定了法律基础。

按照邓宁的三优势模式(OIL paradigm),企业的抉择取决于其对三种优势的评估。第一种,所有权特定优势(企业特定优势)(ownership specific advantages):即无形资产优势和企业规模经济优势。第二种,内部化优势(internalisation specific advantages):由于东道国政府的限制、企业对中间产品的垄断和高额的市场交易成本导致了市场失灵,企业利用内部市场实现无形资产和中间产品的交换和运用,可克服外部市场失效的障碍,使成本趋于最小,并获得市场内部化的其他利益。第三种,区位特定优势(location specific advantages):即东道国(目标市场)拥有的优势,如自然禀赋优势、政治经济制度优势、政策法规优势和基础设施优势等。

邓宁在其著作中将“三优势模式”分析列表如下:

	所有权优势(O)	内部化优势(I)	区位优势(L)
对外直接投资	✓	✓	✓
出口	✓	✓	
特许权转让	✓		

当企业同时具备三种优势时,选择对外直接投资;当企业具备前两种优势时,选择出口;当企业只具备第一种优势时,选择特许权转让。广义的技术贸易既包括“特许权转让”这类纯技术交易,也包括技术产品的出口以及随附技术的对外直接投资。

本书的分析说明将从目前在我国居于主导地位的货物贸易入手,逐渐扩展到服务贸易、技术贸易领域;从感性认识的实务操作开始,逐渐提高到理性认识的开放经济的贸易政策和发展战略。

第一部分 国际货物贸易的基本环节

第一章 合同的标的:品质、数量和包装

第一节 品 质

商品的品质(quality)是商品的外观形态和内在素质的综合,是关系到交易顺利进行的重要因素。在买卖活动中,商品品质主要受制于两方面的约束:第一是合同的品质条款,第二是卖方的默示担保义务。

一、合同的品质条款

品质的表示方法有两类:一类是以实物表示品质,另一类是凭说明表示品质。

1. 以实物表示品质,它包括看货买卖和凭样品买卖

看货买卖的做法是:买方或其代理人通常先在卖方存放货物的场所验看货物,一旦达成交易,卖方应按买方验看过的商品交货。只要卖方交付的是买方验看过的货物,买方就不得对品质提出异议。这种做法多用于寄售、拍卖和展卖业务中。

凭样品买卖(sale by sample)是以样品表示商品品质并作为交货依据。实践当中有三种作法:

第一种是卖方样品(seller's sample),即凭卖方提供的样品作为品质依据进行买卖。一般在买卖合同中规定:“品质以卖方样品为