

高职高专

新锐
经典
书系

国际贸易实务

GUOJI
MAOYI SHIWU

(第三版)

牛慈康 ○ 主 编



对外经济贸易大学出版社

University of International Business and Economics Press

高职高专新锐经典书系

国际贸易实务

(第三版)

牛慈康 主 编
符海菁 李宏伟 马朝阳 副主编



对外经济贸易大学出版社
中国·北京

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易实务 / 牛慈康主编. —3 版. —北京:
对外经济贸易大学出版社, 2011
(高职高专新锐经典书系)
ISBN 978-7-5663-0248-9

I. ①国… II. ①牛… III. ①国际贸易 - 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 (2011) 第 232286 号

© 2012 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

国际贸易实务 (第三版)

牛慈康 主编
责任编辑: 李晨光

对外经济贸易大学出版社
北京市朝阳区惠新东街 10 号 邮政编码: 100029
邮购电话: 010-64492338 发行部电话: 010-64492342
网址: <http://www.uibep.com> E-mail: uibep@126.com

唐山市润丰印务有限公司印装 新华书店北京发行所发行
成品尺寸: 185mm × 260mm 16.25 印张 376 千字
2012 年 1 月北京第 3 版 2012 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 978-7-5663-0248-9
印数: 0 001 - 5 000 册 定价: 31.00 元

前 言

《国际贸易实务》修订本是为了适应创新型及实践技能型人才培养的需要，推动高职高专人才培养模式的改革，培育有特色的高职高专教材的需要而重新修订的。

本书在编写过程中，按照教育部《关于加强高职高专教育教材建设的若干意见》的要求，针对高职高专的特点，教材内容的编写以就业为课程主要目标，重点突出职业能力的培养，不再单纯追求学科知识体系的逻辑严密性，强调教学内容的“实际、实用、实践”，理论以实际应用为目的，以“必需、够用”为度，突出实用性、可操作性，淡化理论，强化技能，体现最新的理论（如惯例、法律、习惯做法的修订和启用等），杜绝出现陈旧、过时、脱离实际业务的知识。同时，把职业资格标准引入课程体系，促进学校课程与职业资格证书在教学内涵上的统一。

本书以合同为中心，以合同条款、交易磋商和合同签订、合同履行三大知识点，贯穿国际贸易惯例和有关的法律两个支点。

本书每篇之下均有一段概括性文字，简要地将本篇的主要内容及重点、难点加以阐述；每章之下分别列有学习目标、重点难点、学习内容；学习目标、重点难点、学习内容的编写与报关员、报检员、外销员、货代员、单证员等职业资格考试相衔接，每章结束，列有重点知识展示、经典案例分析、关键词。

参加本书编写的人员有（按章节先后次序排列）：牛慈康、郝洁莹、符海菁、马朝阳、李宏伟、沈立晖、冯得智、李彦荣、王丰、韩荣仙、韩丽红、李萍。全书由牛慈康负责总纂、初审，并担任主编，符海菁、李宏伟、马朝阳担任副主编。

本教材在编写过程中，参考了吕红军主编的《国际货物贸易实务》；全国国际商务专业人员职业资格考试用书编委会编的《国际商务基础理论与实务》；姚大伟主编的《国际贸易运输实务》以及相关学者的研究成果，并得到了银行、商检机构、航运公司、保险公司及外贸公司的大力支持，在此深表谢意。

由于编写时间仓促，编者水平有限，书中错误或不当之处在所难免，敬请广大读者批评指正。

编 者

2011年6月16日

目 录

导论	(1)
一、《国际贸易实务》课程的主要内容	(1)
二、国际贸易买卖合同适用的法律	(2)
三、电子商务与国际贸易	(3)
四、《国际贸易实务》课程的学习方法	(8)

第一篇 合 同 条 款

第一章 商品的品名、品质、数量及包装	(11)
[学习目标]	(11)
[重点难点]	(11)
第一节 商品的品名	(11)
第二节 商品的品质	(12)
第三节 商品的数量	(16)
第四节 商品的包装	(19)
[重点知识展示]	(23)
[经典案例分析]	(23)
[关键名词]	(23)
第二章 进出口商品的价格	(24)
[学习目标]	(24)
[重点难点]	(24)
第一节 贸易术语	(24)
第二节 主要贸易术语的解释	(33)
第三节 其他贸易术语的解释	(39)
第四节 进出口价格的掌握	(42)
第五节 进出口商品价格核算	(45)
第六节 佣金和折扣	(50)
第七节 合同中的价格条款	(52)
[重点知识展示]	(52)
[经典案例分析]	(53)
[关键名词]	(54)



第三章 国际货物运输	(55)
[学习目标]	(55)
[重点难点]	(55)
第一节 海洋运输方式	(55)
第二节 其他运输方式	(58)
第三节 合同中的装运条款	(61)
第四节 海运提单	(65)
[重点知识展示]	(69)
[经典案例分析]	(69)
[关键名词]	(70)
第四章 国际货物运输保险	(71)
[学习目标]	(71)
[重点难点]	(71)
第一节 海洋运输货物保险的风险和损失	(71)
第二节 海洋货物运输保险条款	(74)
第三节 其他运输方式下的货运保险	(78)
第四节 保险实务	(80)
[重点知识展示]	(83)
[经典案例分析]	(84)
[关键名词]	(84)
第五章 货款的支付	(85)
[学习目标]	(85)
[重点难点]	(85)
第一节 支付工具	(85)
第二节 汇付与托收	(91)
第三节 信用证	(100)
第四节 其他支付方式	(114)
第五节 支付条款及各种支付方式的综合运用	(117)
[重点知识展示]	(121)
[经典案例分析]	(125)
[关键名词]	(125)
第六章 商检、索赔、仲裁和不可抗力	(126)
[学习目标]	(126)
[重点难点]	(126)

第一节 商品检验	(126)
第二节 索赔	(133)
第三节 不可抗力	(134)
第四节 仲裁	(136)
〔重点知识展示〕	(139)
〔经典案例分析〕	(139)
〔关键名词〕	(140)

第七章 合同条款技能训练	(141)
实训模块一 国际贸易术语的运用	(141)
实训模块二 国际贸易术语的选用	(142)
实训模块三 品质、数量和包装的订立	(143)
实训模块四 出口商品成本核算与报价	(146)
实训模块五 价格条款的订立	(150)
实训模块六 装运、保险、支付条款的订立	(151)
实训模块七 信用证的审核	(153)
实训模块八 合同背面条款的订立	(158)
实训模块九 合同条款案例分析	(160)

第二篇 交易磋商与合同签订

第八章 交易磋商与合同签订	(167)
〔学习目标〕	(167)
〔重点难点〕	(167)
第一节 出口交易前的准备工作	(167)
第二节 交易磋商的一般程序	(169)
第三节 发盘	(171)
第四节 接受	(173)
第五节 合同的签订	(175)
〔重点知识展示〕	(177)
〔经典案例分析〕	(177)
〔关键名词〕	(178)

第九章 交易磋商与合同签订技能训练	(179)
实训模块一 函电分析	(179)
实训模块二 合同签订	(180)
实训模块三 案例分析	(182)

第三篇 合同履行

第十章 出口合同的履行	(185)
[学习目标]	(185)
[重点难点]	(185)
第一节 出口合同履行程序	(185)
第二节 催证、审证和改证	(186)
第三节 备货及报检	(194)
第四节 托运、报关及保险	(198)
第五节 制单结汇	(200)
第六节 出口收汇核销	(210)
第七节 出口退税	(210)
第八节 索赔和理赔	(211)
[业务程序分析]	(211)
[重点知识展示]	(213)
[经典案例分析]	(214)
[关键名词]	(215)
第十一章 进口合同的履行	(216)
[学习目标]	(216)
[重点难点]	(216)
第一节 开立与修改信用证	(217)
第二节 租船或订舱与催装	(224)
第三节 办理货运保险	(224)
第四节 审单与付款	(225)
第五节 报关与提货	(228)
第六节 报检与拨交货物	(228)
第七节 进口索赔	(230)
[重点知识展示]	(231)
第十二章 合同履行技能训练	(233)
实训模块一 进出口合同履行程序训练	(233)
实训模块二 单据制作	(235)
实训模块三 案例分析	(239)

导 论

《国际贸易实务》是研究国际货物买卖过程中的交易程序、合同条款的订立及应注意的问题、有关的法律或国际惯例的一门学科，该课程以理论和实际操作为主要知识框架，是涉外经济贸易专业的一门专业基础课程。该课程涉及国际贸易政策与理论、国际贸易惯例与法律、国际结算与汇兑、国际运输与保险、国际市场营销等知识的运用，是一门理论知识和实际业务相结合的政策性和实践性很强的应用性课程。

《国际贸易实务》是在总结我国对外贸易实践经验和国际上一些通行的贸易惯例及做法的基础上形成和发展起来的一门学科。通过学习本课程使学生初步掌握从事国际货物买卖的基本概念、基本理论和基本技能；总结国内外国际商务工作的实践经验，分析研究商品交换的各种技巧和做法；在进出口业务活动中，既能正确贯彻国家的对外贸易方针政策和经营意图，确保最佳经济效益，又能按国际规则办事，使我们的基本做法能为国际社会所接受。在当前我国已经加入世界贸易组织的情况下，学习和掌握这门课程显得尤为重要。

一、《国际贸易实务》课程的主要内容

《国际贸易实务》课程的主要内容包括国际货物买卖合同条款、国际贸易买卖合同的签订、国际货物买卖合同的履行和国际贸易法规和惯例等。

（一）合同条款

国际贸易实务以买卖合同为中心，正确订立合同条款是合同履行的前提保障。国际货物买卖合同中的条款主要包括品名、品质、数量、包装、价格、运输、保险、支付、检验、索赔、不可抗力 and 仲裁等。

本书根据实际业务的做法，结合国际贸易惯例和有关法律的规定，对上述合同条款进行了详细的解释和说明。通过学习，要求学生掌握合同条款的基本内容、规定方法、条款之间的相互关系及其法律规定，能正确订立国际货物买卖合同条款。

（二）合同的商订

买卖双方通过当面谈判或函电洽商就各项交易条件达成一致后，交易即告达成，双方之间就成立了合同关系。国际货物买卖合同的签订不仅是一种经济行为，也是一种法律行为。国际贸易的任何一笔交易都首先从磋商合同开始，因此，了解商务谈判的程序及其法律效力是非常必要的。交易的磋商一般包括询盘、发盘、还盘和接受四个环节，其中发盘和接受是不可缺少的。

本书根据实际业务的做法，结合国际贸易惯例和有关法律的规定，对交易磋商的基

本环节进行了详细的解释和说明。通过学习，要求学生掌握询盘、发盘、还盘和接受环节的基本知识、各个交易环节之间的相互关系，掌握签订合同的基本途径。

（三）合同的履行

合同签订后，买卖双方在享有各自权利的同时必须承担各自的义务。国际货物买卖合同的履行不仅关系到买卖双方的权利和义务，而且关系到企业和国家的对外声誉。国际货物买卖合同的履行需要经过许多环节，以 CIF 合同、信用证支付方式为例，卖方履行合同的环节主要包括催证、审证、改证、备货、报验、租船订舱、投保、报关、装运和制单结汇、核销和退税等。

在合同履行过程中，卖方应本着诚信、公平的原则，切实做好合同的履行工作，以充分保障买方的利益；买方也应信守承诺，按合同规定收货和付款，以保障卖方的基本利益。此外，对外贸易从业人员还应了解如何处理履约过程中产生的争议，掌握违约的救济方法，以保障合同当事人的合法权益。

本书根据实际业务的做法，结合国际贸易惯例和有关法律的规定，对合同履行的各个环节进行了详细的解释和说明。通过学习，要求学生熟悉各个业务环节的基本知识，各个业务环节之间的相互关系，始终恪守“重合同、守信用”的原则，在获取经济利益的同时，保证企业和国家的声誉不受损害。

（四）国际贸易法规和惯例

国际贸易法规和惯例贯穿于国际贸易实务课程中，本课程涉及主要的国际贸易法规和惯例是《联合国国际货物销售合同公约》、《2010 年国际贸易术语解释通则》、《跟单信用证统一惯例》（国际商会第 600 号出版物）、《托收统一规则》（国际商会第 522 号出版物）等。本书对上述国际贸易法规和惯例进行了详细的解释和说明。

本书在买卖合同的条款、买卖合同的签订及买卖合同的履行过程中，对所涉及的国际贸易法规和惯例进行了详细的解释和说明。通过学习，要求学生理解并掌握上述国际贸易法规和惯例的规定。

二、国际贸易买卖合同适用的法律

国际货物买卖合同在体现双方当事人经济关系的同时，也体现了双方当事人的法律关系。由于双方当事人处在不同的国家和地区，常会出现国际买卖合同的法律适用问题。国际货物买卖合同适用的法律可以依据合同双方当事人自主选择来确定，也可以依据与合同联系最密切国家的法律来确定。国际货物买卖合同适用的法律概括起来主要有国内法、国际条约和国际贸易惯例。

（一）国内法

国内法是指由国家制定并在本国主权管辖范围内生效的法律。国际货物买卖合同必须符合国内法，即符合某个国家制定的法律。由于国际货物买卖双方的当事人所在国不同，各自都要遵守所在国法律，而各国法律对同一问题的规定又不可能一致，一旦发生纠纷，就会出现法律适用上的矛盾——即“法律冲突”，为了解决这一“法律冲突”，通常采用在国内法中规定的冲突法的办法，以方便国际交往。我国《合同法》规定：“涉外合同的当事人可以选择处理合同争议所适用的法律，但法律另有规定者除外。涉

外合同的当事人没有选择的,适用与合同有密切联系的国家的法律”。

(二) 国际条约

国际条约是指两个或两个以上主权国家为确定彼此的政治、经济、贸易、文化、军事等方面的权利和义务而缔结的诸如公约、协议、议定书等各种协议的总称。在国际货物买卖中,必须遵守我国对外缔结或参加的有关国际贸易、国际运输、商标、专利、工业产权和仲裁等方面的条约。其中与我国货物贸易联系最密切的是联合国国际贸易法委员会于1980年4月制定、1988年1月1日正式生效的《联合国国际货物销售合同公约》,该公约共101条,分为四部分,第一部分为适用范围和总则;第二部分为合同的订立;第三部分为货物的销售;第四部分为最后条款。

(三) 国际贸易惯例

国际贸易惯例是指在国际贸易的长期实践中形成的并被普遍接受和遵循的,规范国际商事活动当事人之间权利和义务关系的习惯做法。国际贸易惯例不是法律,不具有普遍的约束力、只有当事人在合同中明确规定采用某一惯例时,这一惯例才对当事人具有约束力。同时,合同当事人还可以根据双方意愿对这一惯例进行变更、修改和添加。各国法律和国际条约均承认和尊重国际贸易惯例的效力。我国法律规定:在我国法律和我国缔结或参加的国际条约没有规定时,可以适用国际惯例。目前主要的国际贸易惯例有《2010年国际贸易术语解释通则》、《跟单信用证统一惯例》、《托收统一规则》等。为了避免麻烦,应在国际买卖合同中明确规定合同适用的法律。

三、电子商务与国际贸易

当今世界是以数字化、网络化和信息化为特征的信息时代。经济的全球化与网络化正强有力地影响着国际经济贸易环境。电子商务不仅改变了人类的经济活动方式、生活方式和工作方式,同时也对商务的整体运作过程和模式产生了巨大的影响。根据2010年8月商务部发布的《中国电子商务报告(2008-2009)》指出,2009年中国电子商务交易额达到3.8万亿元,同比增长21.7%。

(一) 电子商务概述

1. 电子商务的基本含义

对于电子商务这一新生事物,不同的国家和组织有不同的理解。简单来说,电子商务就是利用先进的电子技术进行商务活动的总称,它是通过网络,使用先进的信息处理工具,利用电子这种载体,将买卖双方的商务信息、产品信息、销售信息、服务信息,以及电子支付等商务活动,用相互认同的交易标准来实现,这就是人们所说的“在网上进行买卖活动”。

2. 电子商务的发展

20世纪70年代早期出现的“电子货币传输”(Electronic Fund Transfers, EFT)就是电子商务的雏形,主要应用在大公司和金融机构中,一些富于冒险的中小企业也参与了这场革命。紧随EFT出现的是电子数据交换(Electronic Data Interchange, EDI)。和EFT相比,EDI应用更广泛,不但金融机构大量使用,而且制造商、零售商等也广泛利用EDI开展商务活动,EDI的应用扩大到诸如旅游服务、股票交易等领域。20世纪90

年代初，随着互联网的发展，很多商务活动开始利用互联网进行，并迅速发展起来。1997年，IBM公司首创并迅速推广了“电子商务”这个名词。

虽然电子商务的初期应用早于互联网的普及，EDI在互联网使用很早以前就被应用到了商务领域，但EDI由于其建设费用相当高，不同EDI系统间缺乏互通性，各国的标准也不相同，所以其应用局限在一些大公司和金融机构中。只有互联网出现和发展之后，电子商务才真正找到了赖以生存的土地并开始繁荣起来。电子商务在社会、经济、文化等领域已经得到了非常广泛的应用，特别是经济领域，其中又以国际贸易方面的应用最为广泛。

（二）电子商务的交易模式

经济活动的参与者可以分为政府（Government, G）、企业（Business, B）、消费者（Consumer, C）三种角色，相应地电子商务基本模式也有五种：企业——企业，企业——消费者，企业——政府，消费者——政府，消费者——消费者。其中企业——企业，企业——消费者，消费者——消费者是最具代表性的三种模式。

1. 企业对企业

企业对企业（Business to Business, B to B）的电子商务。是指企业与企业间依托网络等现代信息技术手段进行的商务活动。企业间的电子商务活动，提高了企业与银行、海关、保险、商检、运输等部门的集成度，使合作伙伴之间的协作更加协调、有序，缩短了交易活动的周期，因而可以降低成本。同时，企业的商务活动有助于企业之间的合作和共同发展。“阿里巴巴”（Alibaba.com）是全球企业间（B2B）电子商务的著名品牌，是全球国际贸易领域内最大、最活跃的网上交易市场和商人社区。良好的定位，稳固的结构，优秀的服务使阿里巴巴成为全球首家拥有超过800万网商的电子商务网站，遍布220个国家和地区，每日向全球各地企业及商家提供810万条商业供求信息，成为全球商人网络推广的首选网站，被商人们评为“最受欢迎的B2B网站”。

2. 企业对消费者

商业企业对消费者的电子商务（Business to Consumer, B to C）。是指企业以互联网为主要服务提供手段，实现公众消费和提供服务，并保证与其相关的付款方式的电子化的电子商务运营模式。企业与消费者之间的电子商务，主要表现为网上零售。“卓越”的统购统销模式就为典型的B to C模式。“卓越”出售的商品通过正规进货渠道采购，以保证商品的质量。对有质量保证书的商品按照保证书的承诺执行，其他商品按照国家有关规定执行。虽然从采购源头杜绝了假货的现象，但是受到公司有限资源的限制，在商品供应上就很难满足众多用户的需求。

3. 消费者对消费者

消费者对消费者（Consumer to Consumer, C to C）是指消费者开展的一些交易活动，买方是消费者，卖方也是消费者，典型的C2C类型是拍卖网站。C to C的特点是消费者与消费者讨价还价进行交易。实践中较多的是进行网上个人拍卖。如易趣网（www.ebay.com.cn）是中国第一个真正的个人物品竞标站。易趣网提供一个虚拟的交易场所，就像一个大市场，每一个人都可以在市场上开出自己的“网上商店”，不用事先交付保证金，凭借独有的信用度评价系统，借助所有用户的监督力量来营造一个相对

安全的交易环境,使买卖双方能找到可以信任的交易伙伴。在易趣网上可以交易许多物品,大到计算机和电视,小到邮票和电话卡。个人可以 24 小时自由地卖出、买入各种物品。

(三) 电子商务在国际贸易中的基本功能

国际贸易业务中从建立贸易关系、商业谈判、电子合同签订到申请许可证、配额管理、租船订舱、报检、报关及货款结算整个过程都可以利用电子商务来完成。外贸企业利用电子商务开展国际贸易并不是某一个环节的虚拟化,或几个电子化、虚拟化的环节简单相加,常常要涉及外贸企业、生产企业、流通企业、海关、税务、银行等,是一个系统工程。传统的国际贸易活动,每一笔交易涉及的主体一般包括卖方、买方、银行、运输、税务、海关、商检等部门,环节众多,业务运作过程十分复杂,效率低,周期长,越来越不适应当今国际贸易业务快速发展的需要。电子商务通过因特网将交易涉及的各方连成一体,把其中部分或全部的业务处理过程转移到网上,与传统的国际贸易活动相对应,电子商务在国际贸易中具有以下基本功能:

1. 贸易伙伴的寻找

物色贸易伙伴是开展国际贸易的前提。在传统方式下,无论是买方还是卖方,为了寻找合适的贸易伙伴,必须付出极高的代价。而利用电子商务物色贸易伙伴,既可以节省大量的人力、物力的投入,而且还不受时间、地点的限制。一方面,企业可以通过建立自己的网站或借助有关国际贸易电子商务平台向全球范围内的潜在客户提供有关产品和服务的供求信息,吸引相关客户开展贸易;另一方面,企业可以主动上网搜索各种经贸信息,寻找到理想的贸易伙伴。

2. 网上业务的咨询洽谈

咨询、洽谈是每一笔国际贸易业务的必经程序,也是交易能否成功的关键环节。在传统方式下,由于时间和空间的限制,咨询、洽谈的过程既漫长,又不经济。电子商务可借助实时的电子邮件、新闻组和实时的讨论组来了解市场和商品信息,洽谈交易事务,如有进一步的需求,可用网上会议来进行互动交流。网上业务的咨询洽谈能降低交易成本,而且往往能突破人们面对面洽谈所受的一些局限,网络能提供多种方便的异地交谈形式,如三地、四地参加的多方洽谈。

3. 网上订购

电子商务可从 Web 中的邮件或表单交互传送来实现网上的订购。企业可以在产品介绍的页面上提供友好的订购提示信息和订购交互格式框,当客户填完订购单后,通常系统会回复来保证订购信息收悉和处理。订购信息也可采用加密的方式使客户和商家信息不会泄露。

4. 网上支付

网上支付是电子商务的重要环节。客户和商家之间可采用多种支付方式,保证交易的可靠性,节省费用,加快资金周转。

5. 整体交易的管理

国际贸易的业务活动牵涉政府的多个职能部门以及金融、保险、运输等众多配套服务部门,对国际贸易交易的管理包括有关市场法规、税务征管、报关、交易纠纷仲裁等

多个环节。在传统的运作过程中，企业必须单独与各相关单位打交道，要花费大量的人力、物力，并且要占用大量的时间。电子商务使国际贸易的交易管理做到无纸化、网络化，使从事进出口业务的企业可直接通过因特网办理与银行、保险、税务、运输各方有关的电子票据和电子单证，完成部分或全部的结算以及索赔等工作，大大节省了交易过程的时间和费用。

（四）电子商务在国际贸易中的优势

1. 弱化地理限制，合理配置社会资源

计算机互联网络把企业间距离似乎突然缩短了，与外地的伙伴开展生产协作和发展贸易关系变得较为容易，信息传递方便快捷，通信费用大为降低。此时企业选择合作伙伴将更重视技术的匹配、经济资源的互补，而不是距离的远近。许多原来由于地理限制或市场信息限制而不能出现的合作，现在成为可能，可以更合理地利用全部社会资源。

2. 提高国际贸易的交易效率

利用电子商务开展国际贸易，买卖双方可采用标准化、电子化的格式合同、提单、保险凭证、发票、汇票、信用证等，使各种相关单证在网上即可实现瞬间传递，大大节省了单证的传输时间，而且还能有效地减少因纸面单证中数据重复录入导致的各种错误，大大提高了交易的效率。通过网上办理相关业务，可以最大限度地减少人工参与，并且不受时间限制，提高了业务处理的灵活性，为客户带来了更多的便利。

3. 降低国际贸易成本

电子商务使企业的经营活动更为经济、简便、高效、可靠，尤其是节约信息成本，从而大大增加了企业的利润。与国内贸易相比，国际贸易的单证数量繁多，处理费用高昂。通过电子商务进行国际贸易，既可节省大约90%左右的文件处理费用，又可缩短交单、结算、汇款的时间，加快资金周转，还可节省利息开支，成本优势十分显著。交易成本的降低还表现在由于减少了大量的中间环节，使买卖双方可以通过网络直接进行商务活动，交易费用明显下降。在传统的国际贸易业务中，因为大量的中间商的参与，国外进口商的进货价往往是国内生产企业交货价的5~10倍。现在有不少国际贸易电子商务平台直接把中国的生产企业和国外的进口商的供求信息整合在网上，让他们在网上直接交易，减少了中间环节，使中国的出口企业和国外的进口商都得到了实惠。

4. 减少贸易壁垒，扩大贸易机会

因特网作为一个全球性的网络，彻底消除了地域的界限，对减少国际贸易中的有形和无形壁垒有着积极的意义。在网上做生意，没有了宗教信仰的限制，也没有了种族的歧视，甚至公司的规模和经济实力的差别都显得不再重要。以美国为主的发达国家极力主张电子商务达成的国际贸易免征关税，这一方面有力地推动了国际贸易的发展，促进国际贸易业务量的迅速提高；另一方面，也有力地促进了世界范围内的电子商务的发展，使全球经济一体化的进程更快地向前推进。

5. 提升客户满意度

由于世界各地存在时差，进行国际商务的谈判就相当不便，对企业来讲，在传统的

条件下,提供每周7天、每天24小时的客户服务往往感到力不从心。而利用电子商务可以做到 7×24 的全天候服务,任何客户都可在全球任何地方、任何时间从网上得到相关企业的各种商务信息。如果得不到理想的答案,还可以通过电子邮件的形式进行询问,只要企业及时回复,便可使访问者得到满意的答复。电子商务全天候、不间断运作可使全球范围内的客户随时得到所需的信息,为出口企业带来了更多的订单,并且大大提高交易的成功率。

6. 减轻对实物基础设施的依赖

传统的企业开展国际贸易业务都必须拥有相应的基础设施,如办公用房、仓储设施、产品展示厅、销售店铺等。与开展国内贸易相比,进行国际贸易对实物基础设施的依赖程度要高得多。如果利用电子商务开展国际贸易业务,则在这方面的投入显然要小很多,如美国亚马逊网上书店与传统的实物书店相比,几乎找不到豪华的办公楼、宽敞的营业大厅,它的库存图书很少,维持库存的只有200种最受欢迎的畅销书,其他绝大多数的图书品种都是在接到顾客的订单后再向各出版社订购的,几乎不占库存。购书者以信用卡向亚马逊公司支付书款,而亚马逊却在图书售出46天后才向出版商付款,这就使得它的资金周转比传统书店要顺畅得多。因此,利用电子商务开展国际贸易可以显著减少在实物基础设施方面的投入。对于信息产品而言,如报纸杂志的电子版、视听娱乐和电脑软件及信息咨询提供等,如果产品本身可以在线成交和在线交付的话,则销售柜台、仓储设施等完全是多余的。整个销售环节,从研制开发、订货、付款到产品的交付都可以在网上实现。由于减轻或消除了对实物基础设施的依赖,企业可以将节省的开支大部分让渡给客户。

(五) 电子商务对国际贸易的影响

电子商务带来了一场经济革命,将对社会的生产和管理、人们的生活和就业、政府职能、法律制度以及文化教育的各个领域带来巨大的影响,并且从多方面改变着人类的观念、思维和相互交往的方式,同时给国际贸易也带来很多新变化。

1. 虚拟市场带来国际贸易交易市场的变化

电子商务通过网上“虚拟”的信息交换,开辟了一个崭新的开放、多维、立体的市场空间,突破了传统市场必须以一定的地域存在为前提的条件,全球以信息网络为纽带连成一个统一的“大市场”,促进了世界经济全球市场化的形成。信息流动带来的资本商品、技术等生产要素的全球加速流动,促进了全球“网络经济”的迅速发展。在这种网络贸易的环境下各国间的经贸联系与合作得以大大加强。

2. 电子商务改变了国际贸易的运行环境

电子商务时代的到来,使得服务于国际贸易的一些交易手段在不知不觉间变得更便利、更快捷了。电子商务将订单、发票、提货单、海关申报单、进出口许可证等日常往来的经济信息,按一定的数据格式通过网络进行传送;网上定向信息发布部分代替了电视、报刊等日常新闻媒介中广告宣传;网上市场、虚拟洽谈进行着促销活动;电子传输的显著增加,减少了传真、信函等工具的使用,在某些领域甚至完全取代了这些传统的信息交换工具;电子货币代替纸质货币,网上信用证结算、转账高速运行,引发国际贸易付款方式的巨大变革;电脑软件、电子书刊、电子音像制品等无形产品的直接贸易通

过计算机网络完成，成为全新的国际贸易交货方式。

3. 电子商务帮助中小企业更好地进入国际贸易市场

信息革命把生产企业和消费者带入了一个网络经济、数字化生存的世界，在这个世界里，人类的生产、交换、分配、消费等经济活动都与信息网络密切相关。交互式网络模式为国际贸易提供了一种信息完备的市场环境，在解除了传统贸易活动中物质、时间、空间对交易双方限制的条件下，实现了资源的跨国传递和信息共享，一些公司在传统国际贸易运行环境下难以克服的区位优势和竞争劣势得以克服。例如，通过互联网，企业可以构筑覆盖全球的商业营销体系，实施全球性经营战略，加强全球范围内行业间合作，从而增强全球性竞争能力，这对于中小企业尤其适用。因为在传统的贸易方式下相对于实力雄厚的大企业，中小企业受资金、人力等资源条件的限制，开拓海外市场的难度很大，许多中小企业，在产品上虽有优势，但苦于无实力开拓市场，只能维持小规模经营。而通过互联网络的信息资源共享，中小企业不仅能获得自身以常规方式无力收集的市场信息，还可以像大企业一样上网拓销，促进与遍布全球的公司间的合作，从而形成一种更大、更有效的经济规模，使自己更具竞争力，为开拓国际市场创造了机会。总之，由于信息在互联网中充分、便捷地流动，减少了国际贸易中交易的不确定性和市场发展的盲目性，进一步削弱了因不完全信息或信息的不对称而产生的国际市场垄断行为，较好地实现了国际市场资源的有效配置和全球范围内动态的资源优化配置。电子商务为中小企业跻身国际市场创造了一个与大企业平等竞争的环境，有利于中小企业的发展壮大。因特网使国内市场与国际市场的界限日益模糊，中小企业应充分利用电子商务带来的机遇，勇敢地走向国际市场。

4. 电子商务的发展催生一种新型的贸易形式——国际信息贸易

作为国民经济先导产业的信息产业将成为未来产业结构中的基础产业，电子商务在提高国际贸易效率的同时，也促进那些支持其运行的产品和服务纳入国际贸易范畴而成为国际贸易对象。随着信息技术和电子商务的发展，国际信息贸易正从国际服务贸易中分离出来，以一种独立的新的贸易形式出现，国际贸易将出现商品贸易、服务贸易和信息贸易三分天下的局面。

四、《国际贸易实务》课程的学习方法

《国际贸易实务》课程是一门应用性、实践性及操作性都很强的课程，了解并掌握一定的学习方法十分必要。

（一）以我国对外方针政策和国际贸易的基本理论为指导

在学习本课程时要以我国对外方针政策和国际贸易的基本理论为指导，将“中国对外贸易概论”、“国际贸易”等先行课中所学到的基本政策和基础理论在本课程中加以具体运用，以便使政策和业务、理论和实践有机地结合起来，不断提高分析和解决问题的能力。

（二）密切关注国际政治和经济形势的变化

在学习本课程时要随时结合国际市场的变化和我国对外贸易的实际情况，不断地扩充和更新知识，真正使理论和实际业务有机地结合起来。

（三）贯穿有关的法律、条约和惯例

为了促进国际贸易的发展，国际商会等组织相继制订了有关国际贸易方面的各种规则，如《国际贸易术语解释通则》、《跟单信用证统一惯例》和《联合国国际货物销售合同公约》等，这些已成为国际贸易中公认的惯例和法律，被人们普遍推行和接受，并成为国际贸易界从业人员遵守的行为准则。因此，在学习本课程时，要很好地掌握和使用上述法律、条约和惯例。

（四）贯彻学用结合

本课程是一门实践性很强的学科，在学习的过程中，要重视案例教学、业务流程和技能训练，增强分析问题和解决实际问题的能力，真正做到学以致用。