

中国企业管理 大百科全书

国际贸易实务卷

光明日报出版社

中国企业管理 大百科全书

国际贸易实务卷

光明日报出版社

(京)新登字 101 号

责任编辑：鲁 葳

封面设计：李 萌

版式设计：金 宁

图书在版编目(CIP)数据

中国企业管理大百科全书/邓荣霖主编;中国企业管理大百科全书
编委会编. —北京:光明日报出版社,1996. 1

ISBN 7—80091—779—7

I. 中… I. ①邓… ②中… III. 企业管理-中国-百科全书 IV.F270—61

中国版本图书馆 CIP 数据核字(96)第 01191 号

中国企业管理大百科全书

(全二十卷)

《中国企业管理大百科全书》编委会 主编

* * *

光明日报出版社出版发行

北京北苑印刷厂印刷

1996 年 1 月第一版 1996 年 1 月第一次印刷 印数:1—1000 套

ISBN7—80091—779—7/Z·92

境内定价:5000 元人民币(全 20 卷)

境外定价:980 美元(全 20 卷)

《中国企业管理大百科全书》

全二十卷目录

现代企业制度卷
管理基础卷
战略与计划管理卷
组织与人事管理卷
财务管理卷
会计管理卷
税务管理卷
市场营销卷
广告与CI卷
生产与业务管理卷
质量管理卷
信息系统管理卷
合同管理卷
总务管理卷
规章制度卷
管理方法卷
企业金融卷
企业法律卷
国际贸易实务卷
国际惯例卷

《中国企业管理大百科全书》编委会

主 编：邓荣霖 孙树义

副 主 编：(以姓氏笔划为序)

于 武 王德禄 张用刚 张冀湘 刘纪鹏 孙延祜 李剑宝

庄恩岳 吴天林 陈佳贵 沈鸿生 常东泉 蒋黔贵

编 委：(以姓氏笔划为序)

于 武 卫荃胜 王 军 王陆军 王晓辉 王朝珩 王琮娴 王德禄

毛永利 邓荣霖 尹建云 宁 勇 叶汉联 古海泉 石述思 石 坚

石铜钧 池 腾 曲小雷 刘 红 刘纪鹏 刘 震 刘 燕 孙文胜

孙延祜 孙树义 孙树美 吕文滨 吕 兵 吕秀芹 吕春源 任 静

江兴华 许国平 许建华 齐 峰 齐德刚 庄恩岳 李东汉 李乐苹

李发春 李 军 李 冰 李有力 李妙贻 李剑宝 李晓阳 李 强

李联合 李 琦 李瑞华 李 鹏 花 卉 邢国辉 邢 涛 张子盈

张 卯 张用刚 张晓东 张冀湘 宋珏辉 吴天林 吴晓东 吴雪梅

吴 镛 汪福建 金 一 金 宁 金崇江 周丹洁 罗 红 罗泽生

罗锐韧 欧洪斌 季宝立 季 磊 范树军 杨云南 杨 秀 杨雅琴

邹亚生 邹 芩 陈冬鑫 陈佳贵 沈鸿生 郑春山 郑春海 赵冬冬

赵承津 赵 悦 胡陆军 南兆旭 秦 斌 郭应成 常东泉 常润滋

曹文杰 曹亚飞 陶 新 黄古庆 黄 伟 黄 岚 黄春亮 黄 梅

黄 笠 黄曙明 鹿树春 韩亚军 韩 福 蒋仲凯 蒋黔贵 彭亚楠

谢丹青 蔡晓春 虞榴花 谭国清 薛 雷 薄奇军

编委会主任：罗锐韧

印 务 监 理：郑春海

编 务 监 理：北京德辰管理研究中心

序 言

《中国企业管理大百科全书》是中国第一部大型的企业管理百科全书。本书的出版发行，标志着中国管理学跃于崭新的历史阶段，是由二十世纪走向二十一世纪的必备大型工具书。

编辑出版这样一部大型工具书，是我国各界人士长期的共同愿望。当审读完《中国企业管理大百科全书》最后一页清样时，我们的心情是喜悦、欣慰的。

我们编辑出版这套大百科全书的初衷是想为中国企业与中国企业家提供一部全方位、多视角、准确权威介绍中国企业管理的大型工具书。编辑与出版的诸多困难，几欲使我们放弃这项浩瀚工程；在全体作者、编辑与出版社的共同努力下，我们终于克服重重困难，使这套大百科全书得以问世，我们的心情是激动的。

在编写中，我们力图站在二十一世纪企业管理的高度，向读者介绍九十年代最前沿的管理理论、知识与技术等管理资讯。《大百科全书》的二十卷，囊括了现代企业管理的全部方面与各个环节，涉及建立现代企业制度、企业基础管理、战略与计划管理、组织与人事管理、财务管理、会计管理、税务管理、市场营销、广告与CI策划、生产与业务管理、质量管理、信息系统管理、合同管理、总务管理、规章制度、管理方法、企业金融、企业法律、国际贸易实务、国际惯例等各方面。在编写中，我们一方面注意总结中国企业管理宝贵的经验与教训，另一方面注意吸取市场经济国家的管理精华，做到理论与实践相结合、国内与国外相结合。为此，在选择作者阵容时，一方面我们聘请了国内最负盛名的一些一流管理学家，另一方面也聘请了站在中国企业改革与建立现代企业制度最前沿的诸多卓越领导者，同时还聘请了部分有丰富企业管理经验的成功企业家；我们力图将三者的智慧、知识、经验与信息有机地结合在一起，使本书在理论指导下，更强调和突出指导性与操作性。

正是因为这是中国历史上第一部大型百科全书式的企业管理著作，所以它的编写难度可以说超过了任何其他的企业著作。无论是卷目安排，还是编写体例与材料选取等各方面，我们都无先例可借鉴，都需要我们的探索。所以，当这套著作即将问世时，我们在喜悦之余，敬请读者注意：虽然我们已尽了最大努力，但一定难免有缺漏与失误之处；所以我们请求读者的理解，并恳请读者提供宝贵意见。

《中国企业管理大百科全书》编委会

编委会主编 邓荣霖

一九九六年一月 · 北 京

目 录

第一篇	合同的磋商与签订	(1)
第二篇	价格	(53)
第三篇	数量	(79)
第四篇	品质与包装	(91)
第五篇	装运	(117)
第六篇	保险	(245)
第七篇	信用证与押汇	(343)
第八篇	货款支付与融资	(473)
第九篇	商检	(577)
第十篇	索赔与不可抗力	(601)
第十一篇	海关	(641)
第十二篇	国际贸易实务杂项	(655)
第十三篇	国际经济合作	(685)
第十四篇	国际贸易理论	(711)

第一篇

合同的磋商与签订

1. 国际货物买卖合同的签订有哪些程序?

国际货物买卖合同的签订大致分为五个环节:探盘、发盘、还盘和反还盘、接受、签订书面合同。五个环节是相互联系的,但并不一定要逐个经历。其中最重要的是发盘和接受两个环节,这二者缺一不可。因为一方发盘以后,必须经过对方无条件地予以接受,买卖双方才算达成协议,才能成为一项对双方都具有约束力的合同。具体地说,这五个环节的内容如下:(1)探盘,也叫询盘或询价。它是交易的一方向另一方通过口头或函电发出的想购买或想出售某项商品的一种表示。例如“可供中国籼米 35%碎粒八月装船每公吨××美元 FOB 上海请递实盘”。“请报中国大米 35%碎粒八月装船 100 公吨××美元 FOB 上海请递实盘”等等。(2)发盘,也叫发价或叫报盘、报价。它是交易一方向另一方就某项商品的出售或购买愿意按一定交易条件和贸易方式成交订约的表示。一个有效的发盘其内容必须明确,发盘提出的重要交易条件必须完备,发盘所表明的态度应是终局的。如“发盘中国大豆、大路货,含油量××%×月装船每公吨××英镑 CIF 伦敦,不可撤销即期信用证付款 23 日复到”等。(3)还盘和反还盘,又叫还价和反还价。它是对原发盘的否定和重新修改。通俗地讲,就是买卖交易中你来我往的讨价还价过程。(4)接受。它是交易的一方通过口头或函电无条件地同意对方在发盘或还盘中所提的交易条件和按此订立合同的一种表示。例如:“你 5 日电接受”。接受是不能撤回的,接受生效的时间,也是合同成立的时间。(5)签订合同。签订书面合同是国际贸易合同签订的最后环节,它的订立标志着买卖双方磋商交易阶段的结束和执行相互守信条件阶段的开始。

2. 买卖合同的成立应具备哪些要素?

买卖合同是根据双方当事人都能接受的国际惯例或法律规定而设立的反映双方在磋商中的内容、立场,同时规定双方权利和义务的法律文件。简单地说,合同是有支付能力的双方或多方之间达成做某事或不做某事的文字化的契约。为此,一个有效的合同的成立应具备以下几项基本要素:(1)合同的事务必须是合法的,有悖于一国的贸易法律和国际公法的交易是不能进行的。同时,在坚持不违法的情况下,合同的条款一定要订得具体、明确、和双方磋商的内容一致,防止错漏,文字上还要力求严谨,精炼,切忌使用模棱两可的文字。(2)必须是双方就交易的内容表示一致同意才行。双方当事人的意思表示要一致,没有保留和分歧及误解、曲解的意思。从程序上看,要约人的要约与受约人承诺的意思一致,这是一项有效合同的成立必须具备的要素。(3)合同签订的当事人必须是有支付能力,能承担法律责任的法人。

3. 国际商法关于合同的要约有哪些规定?

合同的要约实际上就是发盘,即交易的一方以缔结合同为目的,向另一方发出的就某项商品的出售或购买愿意按一定贸易条件和贸易方式成交订约的表示。可以通过口头,也可以通过函电进行。提出要约的一方为要约人,对方则称为受约人。按照国际商法的规定,一项有效的合同要约必须具备以下条件:(1)要约的内容必须明确,即内容具体、词句确

切、含意清楚、目的明白。(2) 要约中提出的主要交易条件必须完备, 即包括拟将签订的合同的主要条件, 例如商品名称、品质规格、价格、数量、包装、装运条件、支付等, 以便一旦对方表示, 就能够成为对双方都具有约束力的合同 (有时要约虽不必象合同那样写得十分详细, 但要约中也要把主要内容和大概的意思、要求写清楚)。要约的内容最重要的是确定货物的数量 (或提出数量的方法, 至于价格、支付等内容, 可以暂不提出)。(3) 要约表明态度必须是终局的, 没有其他保留条件。而且, 要约必须在受约人受到要约之后才能生效。同时要说明要约的有效期限, 过期无效 (一般规定, 在受约人接到要约之后的 10 天答复要约人, 如 10 天内仍不答复时则要约视为无效)。(4) 国际商法中关于要约是否具有约束力也有规定。一般地, 要约不具有约束力, 即要约人在受约人对要约作出承诺以前, 任何时期都可以撤回要约或更改要约的内容。但这也因国家而有变更, 有些国家虽规定要约不具有约束力, 但同时又规定要约人在要约中确定的答复期限内不能随意撤回要约。在进行国际贸易工作中, 值得注意的是, 关于要约是否具有约束力, 还因不同的国家而定。如瑞士、希腊、巴西、德国等国的法典就明文规定, 除非要约人在要约中注明不受约束的词语, 否则要约人必须受到其要约的约束, 在有效期内不得撤回或更改要约。

4. 请举例说明什么是询盘 (Inquiry)? 什么是发盘 (Offer)?

询盘又叫询价、问价或索盘, 是进口商向出口商要求报盘的邀请, 一般没有一定的格式。例如: 国外某公司向我国粮油进出口总公司来电询盘: “PLEASE CABLE OFFER SOY-BEAN OIL MOST FAVOURABLE PRICE” (请报豆油的最惠价)。询盘亦可由出口商向进口商发出, 例如: “CAN SUPPLY SOYBEAN OIL PLEASE BID”。(可供豆油请递盘)。询盘也可向多个客户发出, 待发盘后, 进行选择。

发盘又称发价。是交易的一方向另一方提出一定的交易条件, 并且愿意按此条件签定合同的表示。例如: 美国某公司向几内亚进出口公司发盘: “ORDER 50M/T DRIED YEAST POWDER CONTENT ABOUT 30 per cent, PACKING 80kg GLASSFIBRE PAKEAGES AUG/SEPT SHIPMENT RMB 500PER M/T CIF GENOA IRREVOCABLE SIGHT L/C REPLY HERE 30/5 OUR TIME.” (订购 50 公吨干酵母粉, 含量约 30%, 80 公斤纤维包装, 八或九月装船, 每公吨 500 美元 CIF 几内亚, 不可撤销即期信用证付款, 5 月 30 日我方时间复到有效。) 发盘根据其约束力大小分为实盘和虚盘。

5. 什么是要约? 在国际贸易中的发盘行为是否属于要约行为?

要约是一方当事人以缔结合同为目的, 向对方所作的一种意思表示, 向对方表示他有订立合同的愿望。要约可以用书面提出, 也可以用口头提出。在国际贸易中, 我国对要约的行为通常又称之为发盘。事实上, 在国际贸易中商人在发盘时, 这种行为属于要约行为。但有时, 这种发盘行为并未能严格符合法律上对要约的规定。这点异同在发生纠纷案件时, 最容易看出: 从法律的观点来看, 有些发盘是法律上的一项要约, 与此相应, 要约人在对方作出承诺时应承担订立合同的确定责任。而有些发盘则不具备法律上要约的条件, 因此, 这类发盘, 即使对方承诺也未必产生订立合同的效果。这就涉及到发盘人递出的是实盘, 还

是虚盘的问题。如果是实盘，那么就等于要约，这对发盘人具有约束力，在发盘规定的有效期限内，发盘人不能随意撤回（或改动发盘的内容），而一经受盘人在有效期限内无条件地接受，也无需再经发盘人确认，就算达成交易，构成对双方都有约束力的合同。在虚盘情况下，发盘人对所提交易条件不作确认成交订约的表示。它们大都是内容不明确，含糊不清，模棱两可。例如注明：“仅供参考”、“参考价”或者是主要的交易条件不完备，或者是附有保留条件，例如注明“以我方最后确认为准”、“以未先售出为准”、“以取得出口证为准”等等，而且一般也都不规定有效期限。所以虚盘对发盘人和受盘人都没有约束力，它并不是真正意义上的要约行为。总之，贸易中的发盘属于法律上的要约行为，但由于有实盘和虚盘之分，它又不等于要约行为，这是需要我们注意的。

6. 什么是邀请要约？它同贸易中的虚盘是否是一回事？

邀请要约，就是邀请对方发盘，要约是要约人提出订立合同的确定表示，一旦受约人承诺，合同立即成立。邀请要约，它在形式上也是要约人提出订立合同的表示，但它实质上不是要约，仅仅是为了邀请他人向自己提出要约，其目的或者是想试探国外市场的反应，或者是试探对方的交易诚意，也有可能是想在众多的客户中争取较好的成交条件，因此，即使收到邀请要约的人对此表示了承诺，合同也不能成立（除非邀请人表示确认才能产生法律效力）。由这点看，邀请要约同贸易中的虚盘相似，事实上，邀请要约又不同于虚盘，贸易中的虚盘，通常是以发盘的形式出现的。但邀请要约在形式上则不同于虚盘。比如在贸易中，有些商人为了宣传推销他的商品，引诱顾客向他作出要约，通常会发出大量的商品目录、价目表、报价单，甚至登载广告等等。这些邀请要约在形式上是绝对不同于虚盘的形式。

7. 如何区别实盘与虚盘？判断的主要依据是什么？

实盘是发盘人愿意按所提交易条件成交订约的肯定表示，它必须具备以下条件：（1）发盘的内容必须明确，绝不能含糊或模棱两可，以免有可能日后引申出不同的解释，造成各种纠纷和损失，难以确立发盘的明确责任。（2）发盘所讲明的主要交易条件必须完备，包括商品名称、品质、规格、包装、数量、价格、装运、支付、交货时间等等。以便一旦对方表示同意合同就能成立。（3）发盘表明态度是终局的，即发盘人必须清楚地表示愿意按自己所发发盘中的各项条件与对方签订合同，没有其他保留条件。（4）实盘一般还要说明发盘的有效期限。例：“发盘：中国大豆大路货含油量 $\times\times\%$ ， $\times$ 月装船，每公吨 $\times\times$ 英镑 CIF 伦敦，不可撤销即期信用证付款，23 日复到有效”。为此一发盘若已具备了上面条件，该发盘就为实盘，与它相应，它对发盘人具有约束力，在受盘人作出无条件接受后（有效期内）即构成对双方都有约束力的合同。为了使实盘的性质更加明确，我国有些进出口公司在对外发实盘时，往往在口头或函电中还加以表明是“实盘”。事实上，加不加“实盘”字样无关紧要，关键是看发盘是否具备上述四种要素。虚盘，就是发盘人对所提交易条件不作确认或订约的表示，凡不具备实盘的四个必备条件的发盘，都属于虚盘。虚盘对发盘人和受盘人没有约束力，发盘人可以随时改动、撤回、解释虚盘的内容。受盘人表示按

受以后还要经过发盘人的最后确认，才能成为一项对双方都有约束力的合同。

8. 在国际贸易中，一项实盘的有效期是如何确定的？

作为一项实盘，一般都明确规定有效期限，在有效期限内，发盘人原则上不能撤回，而受盘人也必须在这个期限内接受才有效。有效期的合理确定就显得异常重要。如果有效期限定得太短，就不容易达成交易，因为时间太短了，对方缺乏考虑的余地；如果有效期定得太长，则会使我方承担不必要的义务和危险，从而束缚了自己的手脚。一个合理的有效期的确立，必须考虑到许多因素，例如，商品的性质特点、国际市场（或特定市场）的价格趋势、外汇汇率变化的因素、交易双方通讯联系的方式以及购销意图等等，以进行综合分析。对敏感性较大的、国际市场价格波动较大的、成交金额较大的商品，有效期可以规定得短些，反之，可以长一些。对双方可以用电报电传方式联系成交的，有效期限可定得短些，如果是邮递方式的，就要考虑邮程往返时间等。如果实盘中没有规定有效期限，则按国际贸易习惯，可视作在合理时间内“有效”。按一般惯例，以口头提出的发盘生效日应以当面答复为有效，以函电提出的则以在通常函电可能答复的时间内为有效。再者，还要注意，各国法律对受盘人怎样在有效期限内接受才算有效这个问题，也有不同的解释。有的认为只要在规定期限内发出接受就算有效，有的认为必须以发出的接受在规定期限内到达发盘人手中才算有效。同时买卖双方相距两地，还有个时差的问题，解释和计算差别很大，得出的结果就可能很不一样，这对于一些敏感性大的商品、大宗交易有时影响是很大的。为了避免纠纷，对计算有效期日期的方法和到期地点要尽量明确，一般以我收到接受的时间为准比较妥善，例如注上“本发盘须于×月×日复到我地，以我方时间为准”等规定，比较严密。

9. 《联合国国际货物销售合同公约》中的有效发盘与我国习惯上使用的实盘有何差别？

《联合国国际货物销售合同公约》中第二部分十四条至二十四条对发盘及有效发盘作了阐述和规定。该公约中的“有效发盘”是指发盘时写明了货物并且明示或暗示地规定数量和价格，或者双方彼此都是十分信赖的，或者发盘中写明接受发盘的限期或以其他方式表示发盘是不可撤销的，均属有效发盘。这种发盘实质上包括了我国对外经济贸易合同中的实盘和虚盘的几种类型。我国在对外贸易中常用的实盘，其内容是明确的，没有丝毫暗示或模糊的语言，尤其对于发盘中规定的货物规格、价格、数量、接受期限，更应明确写出，不能保留任何条件，因此实盘又被称为稳固发盘或不可撤销的发盘。另外，公约中的有效发盘成立的条件要比我国常用的实盘简化许多，并且对是否可撤销的规定也不严格，只要未表明该发盘是不可撤销的或撤销发盘不是恶意的，该种有效发盘即有可能撤销。我国对外贸易中的实盘不仅成立条件严格，而且一般受法律约束不允许撤销，其内容的完整、齐全均较一般的有效发盘严格。

10. 一项实盘在什么情况下可以失效？

一项实盘在什么情况下失效，事关发盘人和受盘人的切身利益，为了避免误解和纠纷，

了解与其有关的规则、惯例是非常重要的。一项实盘若遇到下列情况立即失效：(1) 过期，即实盘所规定的期限已满期，受盘人在此情况下所作的是逾期接受，原则上是无效的。(2) 受盘人对发盘作出拒绝的表示，则该项发盘立即失效，不管原规定的期限是否满期，该盘的效力亦立即终止。(3) 还盘，当受盘人对发盘作出还盘，则自还盘到达发盘人之时起，原发盘也立即失效，即使原规定的期限尚未期满，该盘的效力也是终止了。(值得指出的是，即使是法律上称为的“有条件的接受”，实际上是对发盘的拒绝，是还盘的一种形式，不过，在处理这种情况时，要作具体分析，如果在肯定接受的前提下仅仅提出某种希望或建议，则可以不影响交易的成立。)

11. 在国际贸易中，一项实盘在受盘人表示接受前，发盘人能否撤销？撤销与撤回有什么区别？

在国际贸易中，一项实盘在对方没有表示接受之前，发盘人能否撤销的问题，各国法律解释不一。以英国为代表的一些国家，主张一项实盘在受盘人表示接受前，发盘人可以随时撤销。而以法国、德国为代表的一些国家，则主张发盘人对一项实盘在有效期限内不得撤销。而1982年《联合国国际货物销售合同公约》对这两种对立的主张，采取了折衷的解决方法，该公约第十六条规定：“(1) 在未订立合同以前，发价得予撤销，如果撤销通知于被发价人发出接受通知之前送达被发价人。(2) 在下列情况下，发价不得撤销：(a) 发价写明接受发价的期限或以其它方式表示发价是不可撤销的。(b) 被发价人有理由信赖该项发价是不可撤销的，而且被发价人已本着对该项发价的信赖行事。”第十七条又规定：“一项发价，即使是不可撤销的，于拒绝通知送达发价人时终止。”我国根据外贸规则来处理这一问题。凡对外发出实盘，并规定有效期限者，原则上在有效期限内不得任意撤销。如在实盘中并未规定有效期限，则可参照国际贸易惯例，视为“在合理时间内有效，并在受盘人接受之前，我方可以随时通知终止”。

撤销和撤回这两个词，从字面上看，似乎没什么区别。其实，若从严格的法律概念来分析，两者是有区别的。在《联合国国际货物销售合同公约》第十五条中明确规定：“一项发价，即使是不得撤销的，得予撤回，如果撤回通知于发价送达发价人之前或同时送达被发价人。”撤销是就当事人所承担的责任是确定的还是不确定的责任而言的。如果属于确定的承诺，则这种责任是不可撤销的；反之，如查属于不确定的承诺，则这种责任是可以撤销的。因此，若提及不可撤销信用证，是指开证银行向出票人、持票人以及一切关系人所作的确定的付款承诺，除非信用证过期或者违反信用证所规定的条件，否则开证银行所承担的付款责任未经受益人或其他关系人的同意是不得撤销的。撤回，不是针对当事人所承担的责任而言的，而是针对发盘的通知能否撤回，只是一项手续问题。

12. 在交易合同签订时，对综合盘和复合盘的接受有何不同？

一个发盘可以包括两种或两种以上的品种或规格的商品或不同的交货期。如果把几个发盘搭配一起，称为综合盘 (Combined offer) 或一揽子发盘 (Package offer)。如：

COMBINED OFFER C4350 W2718 YARDS 10000 5000 USDOLLARS 1030 5.00

CANDF KUATT NET RESPECTIVELY SHIPMENT SEPTEMBER IRREVOCHBLE SIGHT CREDIT RERLYHERE TENTH(综合盘 C4350 W2718 分别为 10000 5000 码 1030 5.00 美元 C&F 科威特净价九月装不可撤销即期信用证 10 日复到)。

对于这种综合盘,对方要么全部接受,要么全部拒绝,而不能只接受其一,拒绝其二。否则,即构成还盘。

如果同时发出两个或两个以上的各自独立的发盘,则称复合盘,如:

YOURS TENIH OFFER FIRM SUBJECT REPLY REACHING US THIRTEENTH 64040 4000YARDS HKDDLARS 4.50 CIFIC2 SINGAPORE JUNE SHIPMENT STOP OFFER FURTHER 41000 6000YARDS HKD LLARS 2.30 OIHER TERMS SAME AS ABOVE(你 10 日电发实盘限 13 日复到我方 64040 4000 码 4.50 港元 CIFIC2 新加坡六月装再发盘 41000 6000 码 2.30 港元其他条件同上)。

对于复合盘,其每个构成发盘相互独立,对方可以接受其一,而拒绝其二。

13. 在贸易洽谈中,如果接受通知在接受期限的最后一天,而发盘人营业地点正是假日或非营业日因而未能送达发盘人时,请问:该项接受是否可以延期?

《联合国国际货物销售合同公约》中第二部分第二十条规定:“在计算接受期间时,接受期间的正式假日或非营业日应计算在内。但是,如果接受通知在接受期间的最后一天未能送到发价人地址,因为那天是发价人营业地正式假日非营业日,则接受期间应顺延至下一营业日。”故在此洽谈中,由于正式假日或非营业日未能将接受通知按期送到,可自然地延至下个营业日。对于逾期送到的接受通知,仍有原来的效力。

14. 一项接受能否被撤回?

一项接受能否被撤回关键在于是否处于以下二种情形:(1)对发盘表示接受但载有添加、限制或其他更改的答复,其实质是一种还价;或者所载的添加或不同条件在实质上并不改变该项发盘的条件,仍构成接受的情况下,发出接受的一方在对方未作出反应或表示反对的情况下,可以撤回这种带有添加条件的接受。(2)在接受通知未到达发盘人或接受原应生效之前或同时,送撤回通知给发盘人,接受则按《国际货物销训合同公约》中规定可得以撤回。撤回通知可以是口头送达对方。

15. 什么是对价?一项有效的对价在法律上有什么限制?

对价是一项合同有效成立的基本要素之一。在英美法中,关于对价的解释是:“根据协议的条件,一方当事人从另一方当事人得到利益”。进行贸易交易的本质就是使双方当事人都相互取得利益。对价关系,通俗地说,就是交易双方当事人之间存在的“我给你是为了你给我”的关系,这种给付和相对给付的关系在买卖合同中体现为:卖方必须承担给付义务(即交付货物等财产),而买方必须承担相对给付,即为了取得财产而付款。但是,并不是所有这种给付与相对给付的对价关系在任何情况下都是有效的。事实上,法律对一项对价是否有效还有一系列的限制条件的,这些限制主要有:(1)对价必须是合法的、合理的。

对价不能违反交易双方所在国有关外贸和进出口货物方面有关法令、制度和其它规定，凡是法律禁止的东西是不能作为对价的。对价除了要体现政策、法令外，还要公平合理，对双方当事人都有约束力。(2) 对价必须是待履行的对价，而不是过去的对价。这点很好理解，因为过去的对价是指当事人一方在另一方当事人作出允诺之前，该项对价就早已履行完毕，因此，过去的对价就不能作为目前允许的对价，否则，这项允诺也是没有约束力的。(3) 对价必须是真实的且具有实际价值的。因为无论进行何种交易，双方当事人都是想从中得到利益或利润的，如果一方当事人提供的对价不真实，也无实在价值，那么另一方就没法获得利益，无疑这就根本违反了对价的定义。(4) 已经存在的义务或法律所规定的义务是不能作为对价的。总之，如果一项对价违反了上述几个限制条件，该项对价就是无效的，以此为依据订立的合同也是无效的。

16. 国际商法关于合同的承诺有哪些规定？

合同的承诺是交易一方无条件地同意对方在要约中所提的交易条件，并愿意按此订立合同的一种表示。国际商法规定，一项有效的承诺，必须具备下列条件：(1) 承诺必须是受约人（包括受约人授权的代理人）作出，不能是任何第三者。否则合同不能成立，要约人不受约束。(2) 承诺必须是在要约规定的有效期限内传达到要约人，如果承诺超过有效的期限，要约人有理由予以拒绝，除非经要约人同意确认，否则承诺不能成立。(3) 承诺必须是无保留地同意，无条件地接受，承诺的内容必须与要约的各项条件相同，否则也不能构成一项有效的承诺，如果承诺有增减、修改或限制，除经要约人确认成立，否则合同不能成立。(4) 承诺必须是不能撤回的。按照英美法国家的规定，在以口头或函电的形式做出承诺时，承诺一经投递，立即生效，合同也即告成立。但也有例外，有些国家要求承诺通知送达到要约人时才生效。联合国《国际货物买卖合同公约》就是这样规定。但无论如何，承诺一旦生效，承诺人是不能撤回其承诺的。

17. 什么叫承诺？在国际贸易中的接受行为是否属于承诺行为？

承诺是指受约人通过口头或函电无条件地同意要约人在发盘或还盘中所提的交易条件和按此订立合同的一种表示，即指受约人对一项要约的无条件的同意或者无保留同意。在贸易中的有效接受行为也就是承诺行为。但有时，在具体的实务中，商人们作出的接受，并不一定就符合法律上对承诺的要求。因此，接受行为是否构成法律上的承诺，还需视具体情况进行具体分析。一般地，一项接受若要在法律上构成承诺行为，必须满足下面几个条件：(1) 接受必须是原发盘人的对方作出的表示，而不是第三者，其他第三者若针对该项实盘内容表示接受，除非经原发盘人确认，否则无法律效力，发盘人不受约束。（有些国家有一种所谓有的公开发盘，这种发盘未规定特定的受益人，对于这种发盘，假如发盘人在其发盘中已有此种意思表示，则任何人对发盘通知表示接受均有效力。这是例外情况。）(2) 接受必须是无保留地同意，接受的内容必须与发盘的各项条件相符，否则，也不能构成一项有效的接受。(3) 接受必须是在发盘有效期限之内用口头或书面传达到发盘人。综上所述，接受并不等于承诺，只有在符合上面三个基本条件构成有效接受的行为时，才等

同于法律上的承诺行为。

18. 如何表示接受？法律对此有何要求？

接受是交易的一方通过口头、函电或行动无条件地同意对方在发盘或还盘中所提的交易条件和按此订立合同的一种表示。例如：“你5日电接受”。在贸易中的有效接受，受盘人必须将这种意思表达出来，并传达给发盘人，否则这项接受是无效的。因此仅是思想上同意或沉默或者没有行动都不能构成有效接受。其次，受盘人还必须将接受的意思表示传达给发盘人，如果发盘人根本不知道受盘人已经接受，对发盘人来说自然是无效的。表示接受的方法，一般可以用行动或声明两种方法表示。采用行动方法来表示接受很好理解，诸如卖方用交货的行动或者买方用付款的行动来表示。采用行动的方法表示接受一般是在特定的条件下进行的。例如双方已就某种交易形成习惯的做法或者根据某种行业的惯例，或者根据双方事前的约定，已形成某种交易上的默契而采取的。采用声明的方法，可以用语言，也可以用文字来表示接受的意思，至于接受的对象、期限无保留地同意、不能随便撤回等法律规定，已在上面有关问题中作过阐述，这里不再赘述。

19. 在国际贸易中如果遇到逾期接受怎么办？逾期接受在什么情况下仍然有效？

接受必须是在发盘有效期限之内用口头，书面或行动传达到发盘人。如果发盘明确规定了具体的有效期限，受盘人只有在此期限内表示接受才有效。如果发盘没有具体规定有效期限，则按国际习惯应在合理时间内才有效。如果接受传达到发盘人的时间超过有效期限，就叫逾期接受，不能算是有效的接受，发盘人有理由拒绝。但在贸易实务中往往由于各种原因，对发盘人收到逾期接受如何处理的问题，法律上有补充的原则。遇到下列两种情况之一，一项逾期接受仍可以生效，但必须遵守下面的条件：（1）一项逾期接受，从接受的书面通知可以表明，受盘人寄发通知的时间，若在正常的传达情况下，本来应该能在有效期限内送达发盘人的，但由于传达的延误而造成此项接受成为逾期接受的，若遇到这种情况，该项接受仍然可以有效，除非发盘人毫不迟延地用口头或函电通知受盘人：“该项发盘已经失效。”在《联合国国际货物销售合同公约》第二十一条②就作了如此规定：“如果载有逾期接受的信件或其它书面文件表明，它是在传递正常，能及时送达发价人的情况下寄发的，则该项逾期接受具有接受的效力，除非发价人毫不迟延地用口头或书面通知被发价人：他认为他的发价已经失效”。（2）有时，发盘人收到的一项接受，确实是由于受盘人逾期表示。该项逾期接受仍然可以有效，但发盘人必须毫不迟延地将这种意思通知对方。否则，这项接受也是无效的，合同就不能具有法律效力而无效或引起贸易纠纷。

20. 我国进出口合同有哪些类型？

目前，我国进出口合同根据其划分标准的不同可有多种分类法。但我国各专业进出口公司用得较多的是根据合同格式不同划分为两类：（1）Sales Contract——销售合同，是一种条款比较完备的合同。它不仅对商品的质量、数量、包装、价格、保险、运输及支付加以明确规定，而且对检验条款、不可抗力条款、仲裁条款都详尽列明，明确地划分双方