

对外经济贸易大学出版社

新编 外贸单证实务

Practice of
Foreign Trade Documents

余心之 徐美荣 / 主编

新编外贸单证实务

主编：余心之 徐美荣

对外经济贸易大学出版社

(京)新登字 182 号

图书在版编目(CIP)数据

新编外贸单证实务/余心之,徐美荣主编. —北京:对外经济贸易大学出版社,2004
ISBN 7-81078-388-2

I. 新… II. ①余…②徐… III. 进出口贸易—原始凭证—基本知识 IV. F740.44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2004)第 103515 号

© 2005 年 对外经济贸易大学出版社出版发行

版权所有 翻印必究

新编外贸单证实务

余心之 徐美荣 主编

责任编辑:宋海玲

对外经济贸易大学出版社

北京市朝阳区惠新东街 12 号 邮政编码: 100029

网址: <http://www.uibep.com>

北京山华苑印刷有限责任公司印装 新华书店北京发行所发行

开本: 185mm×260mm 20.25 印张 499 千字

2005 年 1 月北京第 1 版 2005 年 1 月第 1 次印刷

ISBN 7-81078-388-2/F·240

印数: 0 001—5 000 册 定价: 34.00 元

编写说明

经济全球化与网络技术的发展,促进了全球经济的飞速发展,而中国又入世不久,中国企业正面临巨大的发展契机与挑战。中国企业如何与国际接轨,如何抓住机遇迎接挑战是中国企业的时代主题,而目前中国的外贸企业整体素质并不理想,无纸贸易很难全面展开,纸单据还将占据相当重要的地位并在一定范围内长期存在。因此,加强纸单据的缮制工作,提高外贸单证质量,是提高外贸企业素质的重要举措之一。

高职教育的培养目标是以能力培养和技术应用为本位。这就要求我们的教育观念必须转变。基础理论教学以应用为目的,以必须、够用为度。针对目前国内市场上高职高专层次的外贸单证操作教材的空白,对外经济贸易大学出版社适应市场要求,委托我们编写《外贸单证实务》,以满足市场的需求。本书结合当前外贸企业的实际运作,集合了外贸行业常用的外贸单证,利用作者多年的外贸工作经验与教学经验,从贸易和银行的角度,依据通行的贸易惯例,从交易前的准备工作开始,以谈判磋商、签订合同、开立信用证、办理运输、保险、报关报验、制单结汇为主线,对整个贸易流程所涉及单证进行分析与处理,力求结构新颖、单证分析全面、实用性强、可操作性好、通俗易懂,与当前外贸行业同步,并具有一定的前瞻性。

本教材的上述特点决定了它适合于高职高专院校使用,也可给外贸行业的工作人员作指导用书或给准备从事外贸相关行业的人员作参考书。

作者

2004年7月28日于大连

目 录

第一篇 进出口交易程序

第一章 进出口交易前期的准备工作	(3)
第一节 业务调研	(3)
第二节 制订进出口商品经营方案	(5)
第三节 建立业务关系	(5)
第二章 交易磋商与合同签订	(9)
第一节 交易磋商的形式	(9)
第二节 交易磋商的内容	(10)
第三节 交易磋商的程序	(10)
第四节 合同的签订	(16)
第三章 合同的履行	(25)
第一节 进口方开立信用证	(25)
第二节 出口方发货	(27)
第三节 进口方付款	(35)
第四章 索赔与仲裁	(37)
第一节 索赔和理赔	(37)
第二节 仲裁	(39)
第三节 不可抗力	(40)

第二篇 国际贸易结算方式

第五章 汇款与托收	(45)
第一节 汇款	(45)
第二节 托收	(52)

第六章 信用证	(58)
第一节 信用证的当事人及信用证业务的一般程序	(58)
第二节 信用证的特点与种类	(65)
第三节 信用证的内容	(71)
第四节 信用证的审核与修改	(78)

第三篇 进出口单证实务

第七章 汇票	(87)
第一节 汇票基础知识	(87)
第二节 信用证支付方式下的汇票	(91)
第三节 托收支付方式下的汇票	(95)

第八章 商业单据	(99)
第一节 商业发票	(99)
第二节 海关发票	(106)
第三节 包装单据	(111)

第九章 运输单据	(121)
第一节 海运货物托运单据	(121)
第二节 海运提单	(128)
第三节 联合运输提单	(135)
第四节 航空运单	(140)
第五节 铁路货物托运单据	(151)

第十章 海洋货物运输保险单	(158)
第一节 进出口货物运输保险实务	(158)
第二节 海洋货物运输保险单	(164)

第十一章 检验证书	(172)
第一节 商品的出入境检验检疫	(172)
第二节 品质检验证书	(182)
第三节 重量检验证书	(186)
第四节 植物检疫证书	(189)
第五节 熏蒸/消毒证书	(193)

第十二章 产地证书	(197)
第一节 原产地证书	(197)

第二节 一般原产地证书	(201)
第三节 普惠制产地证书格式 A	(204)
第十三章 报关单据	(211)
第一节 报关实务	(211)
第二节 进出口货物报关单	(219)
第三节 收付汇核销与出口退税	(236)
第十四章 综合模拟	(253)

第四篇 电子商务

第十五章 电子商务概论	(289)
第一节 电子商务的概念	(289)
第二节 电子商务的分类	(290)
第三节 电子商务的组成要素	(291)
第四节 电子商务的特点及优越性	(291)
第五节 电子商务应具备的条件	(293)
第十六章 电子商务在国际商务活动中的应用	(294)
第一节 电子商务的交易过程	(294)
第二节 电子商务在交易过程中采用的基本流转程式	(296)

附 录

附录 单据样本	(299)
参考书目	(313)

第一篇 进出口交易程序

进出口交易程序主要包括交易前的准备工作、进出口交易的磋商、签订合同以及履行合同和处理索赔。本篇主要使学生了解进出口交易程序,掌握进出口交易中的主要环节,领会市场调研的渠道和方法、交易磋商中外贸信函的写作以及合同的签订与履行。

第一章

进出口交易前期的准备工作

【学习目标】

本章主要讲授进出口贸易交易的准备工作和交易程序。进出口交易前期的准备工作是进出口交易程序中的第一个阶段,也是整个交易的基础。一笔交易,无论是进口还是出口,一般要经过多次的磋商才能做成。在进出口业务中,要根据具体国家的方针政策和经营意图,按照国际市场上的贸易惯例来与客户洽谈生意。为使交易顺利进行,做到知己知彼,必须在交易前做好充分的准备工作。

一个国家的对外贸易包括两个部分——进口交易和出口交易。国际贸易交易前的准备工作主要包括业务调研、制订进出口商品经营方案、与客户建立业务关系等。

交易前的准备是进出口交易程序中的第一个阶段。进口交易前的具体准备工作包括:进口计划的编制、订货单位提出进口计划、订货卡片的填报、进口项目的审批和经营进口业务单位的进口前的准备工作等。出口交易前的具体准备工作包括:对国外市场的调查研究、对交易对象的调查研究、制订出口商品经营方案、商标管理与注册和出口商品的广告宣传等。

【重点难点】

1. 业务调研
2. 制订进出口商品经营方案
3. 资信状况调查与建立业务关系

【学习内容】

第一节 业务调研

业务调研是指进出口企业为了搞好经营,而对其所经营的商品及与商品有关的客观环境进行调查和研究,制订出自己生产销售的经营战略和方案,以争取最佳的经济效益和社会效益。

一、业务调研的种类和内容

1. 国别(地区)调研

国别(地区)调研是对有关国家的国情民情进行调研,从而制订出对这个国家或地区的贸易政策,知己知彼地进行商品进出口活动。调研内容主要包括:经济环境;政治与法律环境;文化环境等。

2. 市场调研

企业要把商品打入国际市场,除需进行国别(地区)调研外,还需进行市场调研,内容主要包括:国外市场商品的供给情况;国外市场商品的需求情况;某一市场或某一时期消费者的消费状况、消费水平、消费习惯等。

3. 商品调研

主要包括了解自己所经营的商品是否符合消费者的需要,有哪些优缺点,还需做哪些改进,价格是否与消费水平相称,数量是否需要调整;对包装、运输、售后服务等有什么具体要求等,从而决定自己的经营方针和实施方案。

4. 价格调研

专对商品的价格进行调研。内容包括:商品在不同时期的价格水平以及不同品种、不同客户之间的价格差异,从而决定某一时期在不同条件下的价格标准以及预测未来价格的变化趋势,获取最佳经济效益。

5. 客户调研

企业进出口商品必须选择合适的销售(进货)渠道与客户,因此,作好国外客户的调查研究非常重要。一般来说,客户调研主要包括以下内容:

(1) 客户的政治状况:主要了解客户的政治背景、与政界的关系、公司企业负责人参加的党派及对我国的政治态度;

(2) 客户的资信状况:包括客户拥有的资本和信誉两个方面。资本是指企业的注册资本、实有资本、公积金、其他财产以及资产负债等情况。信誉则指企业的经营作风;

(3) 客户的经营能力:是指客户业务活动能力、资金融通能力、贸易关系、经营方式和销售渠道等;

(4) 客户经营的业务范围:是指客户是中间商还是实用户或专营商或兼营商等,以及客户经营的商品种类。

二、业务调研的渠道和方法

业务调研是复杂细致的工作,需有严格、科学的程序和方法,一般可通过下列渠道和方法进行:

1. 查阅有关文件、资料等获取信息;
2. 通过各种媒体(报纸、杂志、广播、电视、计算机数据库等)寻找信息资料;
3. 委托银行及其驻外分支机构进行咨询调查;
4. 委托国内外咨询公司进行调查;

5. 委托我驻外商务机构、驻外分支机构或商务参赞处、代表处进行调查;
6. 利用派出国代表团、推销小组等进行调查;
7. 利用博览会、交易会、洽谈会、客户来华访问机会进行调查;
8. 利用私人关系(已有的国外客户)进行调查。

第二节 制订进出口商品经营方案

进出口商品经营方案是进出口企业根据国内外市场状况、企业经营决策及目标对其所经营的进出口商品所作的一种业务计划安排。它可使贸易有计划、有目的地顺利进行,是企业同客户洽谈交易的依据。进出口商品经营方案内容一般包括:

1. 商品和货源情况:包括商品的特点、品质、规格、包装,国内生产数量、可供出口数量、当前库存及国内需求量等;
2. 国外市场情况:包括国外商品生产、消费、贸易情况,主要进出口国家的交易情况,今后发展变化的趋势,国外主要市场经营该商品的基本做法、销售渠道等;
3. 经营历史情况:包括我进出口商品在国际市场上所占的地位,主要进出口地区及销售情况,国内外客户的具体反应,经营该商品的经验、教训等;
4. 经营计划安排:主要包括进出口商品的数量、金额,对某国或某地区出口或进口的数量、进度等;
5. 营销策略:包括备好客户应采取的措施,采取的贸易方式、价格的掌握、收汇方法、进出口销售的原则策略等。

进出口企业一般只在经营大宗或重点进出口商品时才逐个制定商品进出口方案;对其他商品可只按商品大类制定;对中小商品可制定内容简单的价格方案,仅对市场和价格提出分析意见规定对各个地区的进出口价格以及掌握进出口价格的原则和幅度。

第三节 建立业务关系

进出口企业在业务调研后,即应考虑选择客户并与之建立业务关系。选择客户时企业必须对客户的资金、信誉、经营商品的品种及地区范围、从业人员的人数、技术水平及拥有的业务设施、经营管理水平、提供售后服务和市场情报的能力等进行综合分析,选择经营作风好、有经营能力、对我态度友好的客户作为企业的基本客户并与之建立业务联系。

如何确定贸易伙伴的资信状况和经济实力,是所有的商人所面临的一个难题。因为国际贸易伙伴之间远隔千山万水,交易双方如果不能做到知己知彼,就很可能上当受骗,造成不可挽回的经济损失。某种程度上说,资信状况调查是选择贸易对象的前奏,调查的渠道主要是通过银行。资信调查信的内容一般主要包括:(1)说明写信原因;(2)提出具体资信调查要求;(3)必要承诺;(4)表示感谢。

调查的内容有:贵公司与该公司业务往来有多久;贵公司给该公司的信贷额有多大;该公司还账是否及时;目前该公司欠账有多少。

- ① How long have you been in business relations with the firm?
- ② What credit limit have you placed on their account?
- ③ How promptly are terms met?
- ④ What amount is currently outstanding?

We shall be obliged if you would furnish us with your opinion on the financial status and reliability of the above company.

如能对上述公司的财务状况和可靠性提出你方的意见,将不胜感激。

The ABC International Trade Co., Ltd., with whom we have had considerable transactions for the past ten years, would provide you with any information relative to our credit standing.

ABC 国际贸易有限公司在过去的十年中曾与我公司做过大量交易,他们会向你方提供有关我们资信状况的任何信息。

资信调查信函示例:

Credit Inquiry Letter

Gentlemen:

We have recently received a sudden order from ABC Company, with which you are doing business and the firm gives us your name as a reference.

We shall appreciate it if you could supply us the following information:

- (1) How long have you been in business relations with the firm?
- (2) What credit limit have you placed on their account?
- (3) How promptly are terms met?
- (4) What amount is currently outstanding?

Any information you may furnish will be greatly valued and treated in confidence.

Yours truly,

A Reply to the Above:

Dear Sirs,

Re. : Your Inquiry No. 110 of March 1
Regarding ABC Company

In reply to your Inquiry No. 110 of March 1, we are pleased to send you with enclosure a copy of the Report on ABC Company. Please note that the information is supplied at your request without any responsibility whatsoever on the part of this Bank or on any of its officers.

It is a condition of this letter that the name of this Bank will not be disclosed in the event of our report being passed on to your clients.

Yours faithfully,

在国际贸易中,买卖双方业务关系的建立,往往是由交易一方通过主动向对方自我介绍并以信件、传真或 E-MAIL 的形式完成的。建立业务关系的函件有自荐信、他荐信和转移贸易关系信,一般包括下列内容:

1. 说明信息来源。即如何获得对方的资料,比如通过他人介绍、报章杂志、网上信息等。如:

We learned from the Commercial Counselor's Office in your country that you are interested in Chinese handicraft.

We have obtained your name and address from the Internet.

Your name and address have been introduced to us by ABC Company.

Your firm has been kindly recommended to us by your sister firm.

2. 说明写信的目的。比如想扩大交易量或商品销售地区、建立长期业务关系等。如:

In order to extend our business to South America, we are writing to you to seek possibilities of cooperation.

We are writing to you to establish long-term trade relations with you.

The purpose of this letter is to explore the possibilities of developing trade with you.

We take the liberty of writing you with a view to building up business relations with your firm.

3. 自我介绍。包括公司性质、业务范围、宗旨、公司经营优势等。如:

We are a leading company with many years' experience in this line.

We enjoy a good reputation in the world market.

We are exporters of long-standing and high reputation, engaged in exportation of chinaware.

We are glad to send this introductory letter, hoping that it will be the prelude to mutually beneficial relations between us.

4. 产品介绍。分两种情况:其一,当明确对方需求时,此时宜选取某类特定产品,进行具体的推荐;其二,当不明确对方需求时,此时宜对企业产品整体情况作笼统介绍(可能的情况下,附上商品目录、报价单或另寄样品供对方参考)。如:

Art. No. 76 is our newly launched one with super quality, fashionable design, and competitive price.

To give you a general idea of our products, we are airmailing you under separate cover our catalogue for your reference.

In order to facilitate your work in pushing the sales of this item, we are sending you by airmail a small sample. A copy of the relevant descriptive leaflet is enclosed.

5. 激励性结束语。即希望对方能给予答复或采取相应的行动。如:

Your comments on our products or any information on your market demand will be really appreciated.

We are looking forward to your specific inquiries.

We await your further news with keen interest.

Looking forward to your early reply.

Thank you in advance for your close cooperation.

We shall be pleased to assist you in every way we can.

与客户建立业务关系信函示例:

Dear Sirs,

Your company has kindly been introduced to us by Messrs. Freeman & Co., Ltd., Lagos, Nigeria, as a prospective buyer of Chinese cotton piece goods. As this item falls within our business scope, we'll be pleased to enter into direct business relations with you at an early date.

To give you a general idea of the various kinds of cotton piece goods available for export, we enclose a brochure and a price list. Quotations and sample books will be airmailed to you upon receipt of your specific inquiry.

We look forward to your favorable reply.

Yours faithfully,

模拟实践

模拟与客户建立业务关系信函:

相关背景:公司收到一新客户来函,表明其对“水晶”牌全白毛巾感兴趣。

1. 客户资料

(1) 客户名称、地址:

ABC TRADING CO., LTD.,

110 BROADWAY, NEW YORK, NEW YORK 10110, U. S. A.

(2) 客户电传、电话:

(010)11111111、(010)12121212

(3) 客户开户银行及账号:

中国银行纽约分行(BANK OF CHINA, NEW YORK)

2. 商品信息(全白毛巾基本情况)

(1) 货名:“水晶”牌全白毛巾

(2) 货号:T1122-1

(3) 规格:12" × 29.5"

(4) 颜色:白色

(5) 重量:每打 12 英两

(6) 单价:每打 12 美元

(7) 包装:每布包 100 打,每纸包 5 打

3. 信函要求:

信函中应有向客户寄送样品及空白合同(带有一般交易条件)、介绍“水晶”牌全白毛巾、要求客户确认等内容。

第二章

交易磋商与合同签订

【学习目标】

经过周密的业务调研并制订出合适的商品经营方案后,开始进入交易磋商(谈判)阶段。进出口交易磋商是买卖双方依据交易磋商的一般程序,即询盘、发盘、还盘、接受四个阶段,经过双方的反复磋商来达成交易。合同的签订就是达成交易的标志。

【重点难点】

1. 交易磋商的形式
2. 交易磋商的内容
3. 交易磋商的程序
4. 合同的签订

【学习内容】

第一节 交易磋商的形式

交易磋商在形式上可分口头和书面两种:

(一) 口头磋商主要是指在谈判桌上面对面的谈判,如参加各种交易会、洽谈会,以及贸易小组出访、邀请客户来华洽谈交易等。此外,还包括双方通过国际长途电话进行的交易磋商。口头磋商方式是直接交流,便于了解对方的态度、采取相应的对策,并根据进展情况及时调整策略,达到预期的目的。口头磋商比较适合谈判内容复杂、涉及问题较多的业务,如大型成套设备交易谈判。

(二) 书面磋商是指通过信件、电子邮件等通信方式来洽谈交易。目前,多数企业使用传真、电子邮件磋商交易。随着现代化通讯技术的发展,书面洽谈越来越简便易行,成本费用低廉。国际贸易中,买卖双方通常采用书面方式磋商交易。

第二节 交易磋商的内容

交易磋商的内容涉及拟签订的买卖合同的各项条款,包括品名、品质、数量、包装、价格、装运、支付、保险以及商品检验、索赔、仲裁和不可抗力等,其中以前七项为主要内容或主要交易条件。买卖双方欲达成交易、订立合同,至少必须就这七项交易条件进行磋商并取得一致意见(特殊情况可以例外)。至于其他交易条件,特别是检验、索赔、不可抗力和仲裁,它们虽非成立合同不可缺少的内容,但是为了提高合同质量,防止或减少争议的发生以及便于解决可能发生的争议,买卖双方在交易磋商时也不容忽视。

第三节 交易磋商的程序

交易磋商的程序一般分为询盘、发盘、还盘、接受四个环节。其中,发盘和接受是达成交易的基本环节,是合同成立的必要条件。国际贸易中,买卖双方无论采用口头或书面方式磋商,均需通过发盘和接受达成交易。

(一) 询盘 (Enquiry)

询盘是指交易的一方有意购买或出售某种商品,向对方询问买卖该商品的有关交易条件。实践上看,询盘的内容可以只询问价格,也可询问其他一项或几项交易条件。询盘可由买方发出,也可由卖方发出;可采用口头方式,亦可采用书面方式;写信人泛泛地询问为一般性的询盘,写信人针对某一商品具体的询问为具体询盘。

一般性询盘信 (General Inquiry) 的内容主要包括下列要点:

1. 说明写信原因
2. 提出询盘的要求 (指出感兴趣的商品,索要目录册等)
3. 结束语

具体询盘信 (Specific Inquiry) 的内容主要包括下列要点:

1. 说明写信原因
2. 提出具体的询盘要求
3. 暗示交易的重要条件 (价格、交货期或支付条件等)
4. 结束语

具体询盘信函示例:

Dear Sirs,

We are one of the leading importers of TV sets in the city and are willing to establish business relations with your corporation.

For the time being, we are interested in your TV sets, details as per our Inquiry Note No. 5678 attached, and will be glad to receive your keenest quotation as soon as possible.

We would like to say that if your price is attractive and delivery date acceptable, we are ready to