

■ 21世纪高职高专 | 应用型本科规划教材 ■

国际贸易实务

杜建萍 黄爱科 / 主 编

21 世纪高职高专/应用型本科规划教材

国际贸易实务

International Trade Business

主 编 杜建萍 黄爱科

武汉理工大学出版社

【内 容 简 介】

本书主要阐述了国际贸易的基础理论、基本知识和基本技能,并有选择地介绍国际间货物买卖的习惯做法、贸易惯例与规则以及相关的法律知识。

本书的编写突出了实用性、新颖性和简明性。章节的安排尽可能符合实际业务的操作程序,每一章的内容都围绕合同的签订进行编写。在每章后面安排了思考题和案例分析题,有利于教学顺利开展。

本书适用于高职高专、应用型本科国际贸易专业学生和国际贸易实务的从业人员。

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务/杜建萍,黄爱科主编. —武汉:武汉理工大学出版社,2009.8
ISBN 978-7-5629-3037-2

I. 国…

II. ①杜… ②黄…

III. 国际贸易-贸易实务

IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 151431 号

出版发行:武汉理工大学出版社(武汉市洪山区珞狮路 122 号 邮政编码 430070)

<http://www.techbook.com.cn> 理工图书网

E-mail:Lulip@whut.edu.cn

经 销 者:各地新华书店

印 刷 者:武汉理工大印刷厂

开 本:787×1092 1/16

印 张:13.5

字 数:350 千字

版 次:2009 年 8 月第 1 版

印 次:2009 年 8 月第 1 次印刷

印 数:1—3000 册

定 价:24.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。

本社购书热线电话:(027)87397097 87394412

前 言

“国际贸易实务”是国际经济与贸易以及相关专业的专业基础课程，它根据我国改革开放和涉外经济发展的需要，阐明国际贸易的基础理论、基本知识和基本技能，并有选择地介绍国际货物买卖的习惯做法、贸易惯例与规则以及相关的法律知识。

随着改革开放的进一步深化，我国的对外贸易有了飞速发展，现在我国已跻身世界贸易大国的行列。根据海关统计，2008 年我国进出口贸易总额 2.56 万亿美元，稳居世界排名第 3 位，这是前所未有的巨大成就。贸易实践的发展也进一步带动了人才需求的增长，懂业务、会操作的技术人员明显不足。随着国家进一步开放，我国对专业人才的需求会更加迫切。根据形势发展的需要，我们编写了这本教材。考虑到该门课程教学的特点，我们在编写过程中尽量突出它的实用性、新颖性和简明性。章节的安排尽可能符合实际业务的操作程序，每一章都围绕合同的签订而编写。在每章后面都安排了思考题和案例分析题，以利于师生的教和学。当然这样做有可能会增加教学的难度，教师可根据情况有所取舍。

本书由杜建萍和黄爱科主编，由于作者水平和经验所限，书中难免存在错误和不足之处，诚恳希望广大读者予以批评指正。

编 者

2009 年 4 月

目 录

导论	(1)
第一节 国际贸易实务课程的研究对象及学习方法	(1)
一、国际贸易实务课程的研究对象及主要内容	(1)
二、国际贸易的特点	(2)
三、国际贸易实务课程与其他相关学科的关系	(2)
四、本课程的学习方法与原则	(3)
第二节 进出口贸易的程序	(3)
一、交易前的准备	(4)
二、交易磋商与签约	(4)
三、合同的履行	(4)
四、善后处理	(5)
第三节 电子商务与国际贸易	(5)
一、国际电子商务概述	(5)
二、国际电子商务对企业的影响	(6)
思考与练习	(8)
第一章 交易磋商与合同签订	(9)
第一节 交易磋商的准备	(9)
一、交易磋商	(9)
二、交易前的准备	(10)
第二节 交易磋商的基本原则	(11)
一、求同存异和实现双赢的原则	(11)
二、双赢的谈判应该符合的标准	(11)
三、双赢谈判的步骤	(12)
第三节 交易磋商的环节	(13)
一、询盘	(13)
二、发盘	(14)
三、还盘	(16)
四、接受	(17)
第四节 书面合同的订立	(19)
一、订立书面合同的意义	(19)
二、书面合同的形式和基本内容	(20)
三、合同有效成立的条件	(20)
思考与练习	(21)

第二章 合同的标的物条款	(23)
第一节 标的物的名称	(23)
一、商品名称的含义	(23)
二、商品品名的重要性	(24)
三、品名条款的主要内容	(24)
四、确定品名条款时应注意的问题	(25)
第二节 商品的品质	(26)
一、品质的含义及其重要性	(26)
二、品质的表示方法	(26)
三、合同中的品质条款	(29)
第三节 商品的数量	(30)
一、计量单位和计量方法	(30)
二、计算重量的方法	(30)
三、数量条款	(31)
第四节 商品的包装	(32)
一、包装的重要性	(32)
二、运输包装	(33)
三、销售包装	(36)
四、包装条款的规定	(37)
思考与练习	(38)
第三章 合同的价格条款	(39)
第一节 贸易术语	(40)
一、贸易术语	(40)
二、国际惯例	(40)
第二节 《2000 通则》中的贸易术语	(42)
一、E 组术语	(42)
二、F 组术语	(42)
三、C 组术语	(45)
四、D 组术语	(50)
第三节 价格的掌握	(52)
一、定价原则	(52)
二、影响定价的因素	(53)
三、成本核算	(54)
第四节 作价办法	(55)
一、固定价格	(55)
二、非固定价格	(55)
三、价格调整条款	(56)
第五节 计价货币的选择	(57)
第六节 佣金和折扣的运用	(58)

一、佣金.....	(58)
二、折扣.....	(59)
思考与练习	(60)
第四章 合同的运输条款	(62)
第一节 运输方式	(62)
一、海洋运输.....	(62)
二、铁路运输.....	(64)
三、航空运输.....	(64)
四、国际多式联运.....	(65)
五、其他运输方式.....	(66)
第二节 主要运输单据	(67)
一、海运提单.....	(67)
二、铁路运单.....	(70)
三、航空运单.....	(71)
四、邮政收据.....	(71)
五、国际多式联运单据.....	(71)
第三节 合同的运输条款	(72)
一、装运期.....	(72)
二、装运港(地)和目的港(地).....	(73)
三、分批装运和转运.....	(73)
四、装运通知.....	(74)
五、备货通知、派船通知、装船通知及交货通知.....	(74)
六、装卸时间、装卸率和滞期、速遣条款.....	(75)
七、其他装运条款.....	(76)
思考与练习	(76)
第五章 合同的保险条款	(78)
第一节 海上货物运输保险承保范围	(78)
一、海上风险与损失.....	(78)
二、外来风险损失.....	(80)
第二节 我国海上货物运输保险的险别	(80)
一、基本险别.....	(80)
二、附加险.....	(81)
第三节 伦敦保险协会海运货物保险条款	(82)
一、协会条款(A)险的承保风险和除外责任	(82)
二、协会条款(B)险的承保风险和除外责任	(83)
三、协会条款(C)险的承保风险和除外责任	(83)
第四节 陆运、空运货物与邮包运输保险.....	(84)
一、陆运货物保险.....	(84)
二、空运货物保险.....	(84)

三、邮包运输保险.....	(84)
第五节 合同的保险条款	(85)
一、保险投保人.....	(85)
二、保险公司和保险条款.....	(85)
三、保险险别.....	(85)
四、保险金额.....	(86)
五、保险单.....	(87)
思考与练习	(88)
第六章 合同的收付条款	(89)
第一节 支付工具	(89)
一、汇票.....	(89)
二、本票和支票.....	(92)
第二节 结算方式	(93)
一、汇付.....	(93)
二、托收.....	(94)
三、信用证.....	(98)
第三节 银行保证书.....	(105)
一、银行保证书的种类	(105)
二、银行保证书的主要内容	(106)
第四节 各种支付方式及其运用.....	(106)
一、汇付方式	(107)
二、托收方式	(107)
三、信用证方式	(107)
四、信用证与托收相结合的方式	(107)
五、信用证与汇付相结合	(107)
六、汇付与托收相结合	(107)
七、汇付、托收、信用证三者结合	(108)
八、保付代理业务	(108)
思考与练习.....	(109)
第七章 合同的争议预防与解决条款.....	(110)
第一节 商品检验.....	(110)
一、检验权的规定	(110)
二、检验的时间和地点	(111)
三、检验机构	(112)
四、商品检验证书	(113)
五、检验标准与检验方法	(114)
六、合同中的商品检验条款示例	(115)
第二节 索赔与理赔.....	(115)
一、索赔与理赔	(115)

二、索赔的依据	(115)
三、索赔期限	(115)
四、合同中的索赔条款	(116)
第三节 不可抗力	(117)
一、不可抗力事件的含义	(117)
二、不可抗力事件的起因	(117)
三、不可抗力条款的内容	(117)
四、援引不可抗力条款处理不可抗力事故应注意的事项	(118)
五、不可抗力条款示例	(118)
第四节 仲裁	(119)
一、仲裁	(119)
二、仲裁的形式与效力	(120)
三、仲裁条款的主要内容	(120)
四、合同中仲裁条款的格式	(122)
思考与练习	(122)
第八章 合同的履行与违约救济	(123)
第一节 出口合同的履行	(123)
一、申报出口	(124)
二、备货、报验	(125)
三、核实信用证	(127)
四、租船或订舱、投保、报关及装船	(129)
五、制备结汇	(132)
六、出口核销与退税	(134)
第二节 进口合同的履行	(135)
一、申报进口	(136)
二、开立与修改信用证	(136)
三、租船或订舱与催装	(138)
四、投保货运险	(139)
五、审单与付款	(140)
六、报关与提货	(141)
七、报验与拨交货物	(143)
八、索赔	(144)
第三节 违约及其救济方法	(145)
一、违约的含义及其法律后果	(146)
二、违约的基本救济方法	(147)
三、对卖方违约的救济方法	(148)
四、对买方违约的救济方法	(150)
思考与练习	(151)

第九章 国际贸易方式	(152)
第一节 经销	(152)
一、经销的含义及性质	(152)
二、经销协议的内容	(153)
第二节 代理	(154)
一、代理的概念	(154)
二、代理的种类	(154)
三、代理的特点	(155)
四、销售代理协议的主要内容	(155)
第三节 寄售	(156)
一、寄售的概念与性质	(156)
二、寄售的特点	(157)
三、寄售协议的主要内容	(157)
四、寄售的利弊	(158)
第四节 对销贸易	(158)
一、对销贸易的含义	(158)
二、对销贸易的种类	(159)
第五节 对外加工装配业务	(160)
一、对外加工装配业务的特点	(160)
二、对外加工装配业务的作用	(161)
三、加工装配合同的主要内容及相关问题	(161)
第六节 商品期货交易	(163)
一、期货交易的含义	(163)
二、期货交易的特点	(163)
三、期货交易的形式	(165)
第七节 招标与投标	(166)
一、招标与投标的特点	(166)
二、招标方式	(167)
三、招标与投标的基本程序	(167)
第八节 拍卖	(168)
一、拍卖的特点	(168)
二、拍卖的程序	(168)
第九节 展销	(169)
一、展销	(169)
二、国际博览会	(169)
三、中国出口商品交易会	(169)
思考与练习	(169)
附录一 联合国国际货物销售合同公约	(171)
附录二 《跟单信用证统一惯例》1993 年修订本	(187)
参考文献	(203)

导 论

“国际贸易实务”是国际经贸相关专业必修的基础课程之一,是一门专门研究进出口贸易习惯性做法的应用学科。要学习和掌握这门课程,我们首先应了解这门课程的性质及学习这门课程应使用的方法。

第一节 国际贸易实务课程的研究对象及学习方法

一、国际贸易实务课程的研究对象及主要内容

1. 国际贸易实务课程的研究对象及主要任务

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与做法的基础上形成和发展起来的一门学科。它的研究对象及主要任务是: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,使学生学会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。

2. 国际贸易实务课程的主要内容

由于国际贸易当事人彼此存在法律和贸易习惯上的差异,在涉及买卖双方的利益时,往往会出现矛盾和分歧。如何协调这种关系,使双方在平等互利、公平合理的基础上达成交易,实现双方利益的互赢,乃是本课程研究的中心课题。概括地说,本课程的研究内容主要包括以下几个方面:

(1) 合同条款。合同是买卖双方经济交易的法律基础,也是交易双方履约的依据。按照各国的法律规定,买卖双方可以根据“契约自主”的原则,在不违反法律的前提下,规定符合双方意愿的条款,这就必然导致合同内容的多样性。因此,研究合同中各项条款的法律含义及其所体现的权利与义务关系,是本课程的基本内容。

国际货物买卖合同主要包括商品品质、数量、包装、价格、运输、保险、支付、检验、索赔、不可抗力及仲裁等交易条件,本书就上述条款做出了符合国际惯例和各国法律规定的通行解释,并对订立合同条款时应注意的问题做了比较详细的说明。

(2) 合同的商订。买卖双方通过函电洽商或当面谈判就各项交易条件取得一致协议后,交易即告达成,双方之间就确立了合同关系。由于国际贸易的任何一笔交易都首先从磋商合同开始,可以说,谈判是商务合同成立的前提,合同是商务谈判的结果。因此,了解商务谈判的程序及其法律效力是非常必要的。本教材将比较详细地介绍合同订立的过程,如邀请发盘、发盘、还盘、接受各环节,其中,重点介绍发盘与接受的条件和效力。同时为了使学习者更好地了解谈判的内容、步骤、对策等,我们将专设一章,专门介绍口头谈判的技巧、策略等。

(3) 合同的履行。合同订立后,买卖双方应信守合同,在享有合同规定权利的同时,也承担约定的义务。以 CIF 合同为例,卖方履行合同的环节主要包括备货、报验、审证、改证、租船订舱、投保、报关、装运和制单结汇等,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。

二、国际贸易的特点

国际贸易是世界贸易的重要组成部分,是带动经济增长的发动机。由于交易条件、交易环境、法律制度和经济条件的影响,国际贸易比国内贸易更复杂、更困难,具有以下几个特点:

1. 国际贸易市场潜力大

一是市场广阔。据统计,全世界共有 190 多个独立国家,人口 60 多亿。这样一个范围和人口的市场是任何一个国家市场所不能比拟的。二是需求层次多。国际贸易面对的是一个多层次、多维体的市场。由于种族、习惯及经济水平的差异,各国的需求层次和数量有较大差别,这为更多经济交易的开展提供了必备的条件。从市场营销的角度看,这是形成有效市场的基本前提。

2. 国际贸易的风险大

这里所指的风险包括三个方面:一是政治风险。由于多种原因,各国间的政治关系经常处于动荡变化之中,经济政策也经常变动,封锁禁运和贸易制裁时有发生,大大加剧了国际贸易的不稳定性和不确定性。二是经济风险。在国际贸易中,交易双方的成交量一般较大,商品在经过长途运输和储存的过程中,可能遇到各种自然灾害和其他外来风险,同时,国际市场汇率经常浮动,货价瞬息万变,也会给当事人造成巨大的经济损失。三是交易风险。国际贸易商人信誉不同,企业机构复杂,很容易产生欺诈行为,稍有不慎,就可能上当受骗,甚至会使经营者蒙受严重的经济损失。由此可见,从事国际贸易远比国内贸易的风险大。

3. 国际贸易交易复杂

国际货物买卖的双方,从商订到履行合同的过程中,除要处理交易自身存在的矛盾和斗争外,还要与很多中介部门打交道(如商检、运输、保险、金融、铁路、港口和海关等),任何一个部门、一个环节出现问题,都会影响到整笔交易的顺利进行。再加上交易当事人分属不同国家和地区,往往涉及不同国家的法律、贸易惯例和经贸政策之间的协调,更增加了贸易的复杂性。

4. 国际贸易交易的难度大

由于国际市场广阔,线长面广,中间环节多,情况复杂,风险大,而且还有制度、法律和语言文字上的差异,使得从事国际贸易的难度增大,因此,对外贸易的从业人员不仅要有较高的政治素质、业务素质,而且还应具有较高的洞察力和应变力,具有独立分析和解决问题的能力。

三、国际贸易实务课程与其他相关学科的关系

国际贸易实务课程与其他外贸学科既有联系,又有区别。其不同之处体现在以下几个方面:

1. 从研究对象来看,其他专业课主要是研究有关商品交易某一方面的理论与实务问

题,而国际贸易实务是研究国际商品交换的全部具体过程和环节。

2. 从教学内容的侧重点看,其他相关科目比较注意强调知识的系统性、理论性,而国际贸易实务更着重于知识的应用性、实践性。

3. 从教学方法上看,其他外贸学科的讲授一般采用直述法,主要告诉学生“为什么”,而国际贸易实务主要讲“怎么做”。

总之,国际贸易实务是一门应用性、实践性、操作性都很强的科目,是国际贸易专业的一门核心课程。

四、本课程的学习方法与原则

根据本课程的研究对象及教学内容,在学习的过程中,我们应该掌握以下方法:

1. 贯彻理论联系实际的原则

在学习本课程时,要以国际贸易的基本理论和国家对外方针政策为指导,将“中国对外贸易概论”、“国际贸易”等先行课中所学到的基础理论和基本政策,在本学科中加以具体运用,以便使理论和实践、政策和业务有机结合起来,不断提高分析和解决问题的能力。

2. 贯彻与国际规范接轨的原则

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,我们必须根据与国际规范接轨的原则,结合实际来研究国际上一些通行的惯例和普遍实行的原则,按国际规范办事,在贸易做法上与国际接轨。

3. 注意与其他相关学科相联系的原则

“国际贸易实务”是国际贸易与经济管理专业的核心课程(基础学科),与此相关的课程还有“国际金融”、“市场营销”、“国际商法”等。可以说,国际贸易实务课程涉及上述几门课程的部分内容,目的是运用相关知识,解决具体的业务问题,而其他外贸学科则重点研究相关问题的综合性、系统性、关联性。因此,在学习的过程中,要注意这种联系,用心研究不同学科之间的差异与关联,以便真正融会贯通。

4. 贯彻学用结合、学以致用原则

由于本课程是一门实践性很强的学科,故在学习的过程中,要重视案例、事例分析的教学,结合现场参观、实习,增加感性认识。通过学习和练习,加强基本技能的训练,增强分析、解决实际问题的能力,真正做到学以致用。

第二节 进出口贸易的程序

国际贸易交易是一个复杂的过程,涉及的部门多、环节多、范围广、手续烦琐,它要求对外贸易的从业人员不仅要熟练掌握国家对外贸易政策和外贸专业知识,还应熟知进出口交易的环节。本节将主要对进出口贸易的环节作简要介绍,以便学生在学习本课程前对进出口贸易的程序有个概括的认识。

一、交易前的准备

交易前的准备工作主要有:市场调研与选择目标市场;客户调查与选定客户;制定进出口经营方案等。

1. 市场调研与选择目标市场

市场调研与选择目标市场是进出口交易前必须进行的一项工作。市场调研主要包括:

(1) 市场的基本情况。即在商品交易前,进出口商需要了解该商品当年的总生产量、可供数量及上年的储存量等,以便为进出口商品价格的确定提供依据。

(2) 市场竞争状况。在进出口贸易活动中,出口商必须认真调研竞争对手可能做出的种种反应及已经或即将采取的措施,做到“知己知彼,百战不殆”。对进口商来说,市场调研主要是调查出口商的资信、能力和商品的质量、技术含量与水平、商品的适用性等。

(3) 价格趋向。商品的价格是买卖双方最关心的问题之一,能否取得相近或基本一致的意见对双方达成交易非常重要。

(4) 市场容量。进出口商在交易前都应了解市场所能容纳的最大销售量,以便争取对自己有利的市场价格。如某个市场每年进口多少,出口多少,要尽量搞清楚,其目的主要是为制定适当的营销策略和采取必要的措施提供参考依据。

2. 对客户进行资信调查

客户调研是一项极其重要的工作,对买卖双方都是如此。在达成交易前,出口商必须对客户性质、规模、业务范围、经营能力、资本实力等方面进行调查,以便能确定资信好、经营能力强、能大量向其订货的客户。如欧美国家的大百货公司,既是进口商又是零售商,其下属有很多连锁商店,如能与这类公司建立联系,将对我国商品打入该国市场起到积极的作用。对进口商来说,客户调查对了解出口商情况,确定货物来源,保证货物质量和如期履约具有重要的现实意义。

3. 拟定进出口经营方案

进出口经营方案是以商品为中心、以效益为根本目标的全面经营策略,它包括进出口计划、市场调研、购销意图、成交量大小、价格的确定和履约要求等系统安排。对进出口企业来说,制订一个全面、周到、翔实的计划,对完成进出口计划、提高经济效益具有重要意义。

二、交易磋商与签约

交易磋商是进出口业务的一个重要环节,是合同成立的基础和依据。交易磋商可以采用口头的形式进行,也可以采用书面形式。它一般包括四个环节,即邀请发盘(询盘)、发盘、还盘、接受,其中,发盘和接受是不可缺少的两个环节。磋商的最终结果是达成协议,即签订买卖合同。需要指出的是,国际贸易中因涉及当事人的权利义务关系复杂,合同内容丰富,一般还围绕国际货物买卖主合同而订立一些辅助性合同,如保险合同、租船运输合同、班轮运输合同等。

三、合同的履行

根据各国的法律规定,合同依法签订即具有法律上的约束力,任何一方不得擅自变更或者解除合同。因此,对出口商来说,要一丝不苟地做好审证(催证、改证)、备货、报验、租船订

舱、投保(在 CIF 或 CIP 条件下)、报关、装运及制单结汇等一系列工作;对进口商来说,主要应做好开立信用证、租船订舱、办理保险(在 FOB 或 CFR 条件下)、审单付汇、报关接货和验收等工作。

四、善后处理

国际交易的目的是使买卖双方的主要利益得到实现,即卖方在付出约定的货物之后要得到足额的外汇,买方在付出外汇后要得到符合要求的货物。但如上所述,国际贸易环节多、风险大、运作难,一旦出现差错,就可能影响交易目的的实现,从而产生纠纷。争议和纠纷出现后,如何得到及时、有效的处理,对双方都是至关重要的。本书对争议的解决和预防的办法做了简要介绍,使学生对此有所了解。

第三节 电子商务与国际贸易

第二次世界大战以来,现代信息通信技术得到迅速发展,并逐步延伸影响到社会生活的各个方面。近年来,这一技术在国际商务活动中得到日益广泛的应用。因此,充分利用计算机技术和网络通信技术,逐步实现国际贸易活动的信息化和无纸化,已成为现代国际贸易发展的一大趋势。

一、国际电子商务概述

1. 国际电子商务的含义

目前,人们对国际电子商务尚未提出一个统一、明确的定义。但一般认为,所谓国际电子商务,是指通过电子信息技术、网络互联技术和现代通信技术,使交易双方得以借助电子方式进行联系及交易活动的处理,而无须依靠大量纸面文件、单据的人工处理与传输或直接的实物接触以完成交易,从而实现全部或部分交易过程电子化、自动化的一种商务形式。国际电子商务的核心是通过运用先进的信息技术,提高交易伙伴之间商务联系的效率,进而提高企业的经济效益。

2. 国际电子商务的交易过程

国际电子商务的交易过程大体分为四个阶段:即交易前的准备,交易磋商和签订合同,办理交易前的手续及交易合同的履行和索赔。

(1) 交易前的准备。本阶段是指买卖双方在交易合同签订之前的准备工作,主要包括:交易双方在电子商务网上广泛寻找交易机会和交易伙伴;进行价格等成交条件的比较;买卖双方均可借助电子技术发布自己需求或供给的信息,如产品的种类、数量、价格等。为保证信息能安全发布,实现网上交易,还需要选择有信誉的网络提供者和交易伙伴。

(2) 交易磋商和签订合同。这一阶段主要是指买卖双方对所有交易细节进行谈判,将双方磋商的结果以书面形式确定下来,即以书面文件形式和电子文件形式签订合同。交易双方可利用现代电子通信手段,经过认真谈判和磋商后,将双方在交易中的权利、义务,所购买商品种类、数量、价格、交货地点、交货期、付款方式和运输方式、违约和索赔等合同条款,全部以电子交易合同做出全面详尽的规定,合同双方可以利用 EDI 进行签约,也可以通过数字签字等方式签订合同。

(3) 办理交易前的手续。这一阶段主要是指买卖双方签订合同后到合同开始履行之前办理各种手续的过程。其他参加交易的各方如中介方、银行金融机构、海关系统、商检系统、保险公司、税务系统、运输公司也都为进行电子商务交易做好准备工作。

3. 电子商务条件下的市场营销新特征

电子商务的出现使国际市场营销发生了一些新变化,其主要特征如下:

(1) 网络商品出现。在传统营销体系下,新产品诞生后,会交给专业的行销公司去做营销广告。现在电子商务发展了,传统营销和行销的形态会部分地被网络商品所替代,而且为了方便客户搜寻商品,专业搜寻代理商也会逐渐出现。

(2) 全球网络询价。日本 SONY 公司曾经发生这样一个案例,其生产的同一机型的随身听在纽约的售价是东京售价的一半。原因是东京的店租较贵,但关键原因还在于东京的批发渠道成本较贵,上下游厂商之间请客、吃饭等应酬公关费用计入成本后,无形中抬高了价格。网络全球询价实现后,这种相同产品不同价格的情形就不太容易发生,用户有可能把握绝对的主动权,对一部分商品进行定价。全球物流会趋向于“一物一价+服务费”的交易模式。

(3) 电子现金支付。电子订货方式下,如果客户订货后必须当场付费,上网就没有意义了。除信用卡支付方式外,为适应电子交易的需要,电子现金(E-CASH)诞生了。电子货币利用电脑或储值卡来实现现金货币的转移支付和存储。消费者只需要将电子储值卡插入读卡机便可了解银行的资金存储和支付情况。电子商务中电子货币的支付问题,一方面有赖于银行的结算网络,另一方面企业也可发行自己的电子货币。如海尔公司就拟定与交通银行合作,利用其网络完成支付过程,使资金能很快流回公司总部。在美国,目前还有相当多的大额交易采用离线支付方式,如采用 WEB EDI 支付方式。

(4) 银货两迄。电子交易条件下,货物交易程序可以概括为:供应链供货—为客户送货—客户付款。对较大量的订单,供应商一般将货物直接送到客户指定的地点,或是送到离客户最近的商店,客户再去提货,同时付清余款。

(5) 直销。随着时空距离的大大缩短,消费者在商品货架方面最终起着决定的作用。快速变化的市场会自然淘汰掉那些不能真正带来消费附加值的分销商和生产者,因此,在生产者和消费者之间建立直接的联系显得十分必要,互联网和配送网络体系的形成为直销提供了可能。

二、国际电子商务对企业的影响

电子商务的使用在全球范围内已有许多成功的范例。随着 EDI 技术的成熟以及国际互联网的迅速发展,电子商务全球化发展的速度必将更加突飞猛进,从而不可避免地国际商贸领域产生重大而深刻的影响。国际贸易的运行、管理、效率都将因此而产生质的飞跃。这对于中国的企业,尤其是处于对外开放前沿的外经贸企业来说,既是难得的机遇,又是严峻的挑战。

(一) 电子商务为企业参与国际经贸活动带来机遇

电子商务可在获取商情、广告宣传、提供交易场所、改善企业管理等方面为企业参与国际经贸活动提供良好的机遇。

1. 掌握商情动态,获取商业信息,增加成交机会

企业可以从国际互联网庞大的信息资源库中获得开展各种商业活动所需要的信息。有些国家的政府部门还在国际互联网上设立政府站点,提供世界各国最新经济动态与市场资料。例如,美国商务部在国际互联网上设立了电子公告牌,可提供数万份有关国际贸易的资料,内容包括全球最新经济动态、金融分类、商品清单等。我国对外贸易经济合作部也在国际互联网上设立政府网站,介绍我国的经贸政策、法律法规、企业以及商品情况,以增加贸易合作的机会。

外经贸企业通过网上信息交流,能抓住许多贸易机会,减少商品积压、资金周转困难等情况的发生,从而达到增加商品出口的目的。

2. 利用国际互联网进行产品宣传,促进产品销售

企业要充分利用国际互联网提供的这一有效的宣传工具进行宣传,提高企业和产品的知名度。具体方法是:企业在国际互联网上设立一个网络地址,消费者可以根据上网公司提供的各种商品信息,如规格、形状、颜色等,选购商品。消费者如选中某种商品,通过网上付款,即可收到所购商品。美国从1990年开始出现这种网络商店,并由最初的几十家发展到1996年底的两万多家。对企业来讲,将产品在网上推广,不但可以省去设立推销网点、寄发推销广告等各种费用,还能减少许多不必要的麻烦,可谓一举两得。所以,外经贸企业应当充分利用这一优势。

3. 利用国际互联网为企业提供网上交易洽谈的环境

网络服务提供者通过运用网上实时洽谈室等多种现代化网络通信技术手段,为寻求贸易机会的交易双方进行网上洽谈提供便利条件。例如,“中国商品交易市场”为客户之间进行交易设立了加密网上谈判。用户查到所需要的产品信息后,随时与该产品的生产或经销企业取得联系,进行贸易洽谈,并可进一步在网上达成合法订单。例如,山东抽纱集团石材经营部利用外经贸专用网(即中国国际电子商务网)与韩国的库克公司进行电子贸易,在计算机网络上讨价还价,不仅节省了出国费用,而且很快成交了价值54万美元的生意,并以较短的时间出口到韩国,真正实现了交易前的无纸化,增加了出口创汇。

4. 为企业提供全新的流通渠道

传统的流通渠道中,在商品从生产者转移到消费者的过程中中间商起着桥梁和纽带作用,有效推动了商品广泛进入目标市场。但是,中间商的出现一定程度上加大了消费者与生产者之间的距离,也不利于生产者了解销售情况。如有的中间商趁机压低产品售价,哄抬零售价格,既损害了生产者的利益,也损害了消费者的利益,从而影响了商品的流通。通过国际互联网,企业就能直接向消费者出售商品,实行昼夜服务,可省去大量的中间环节,降低销售成本,从而降低了产品的最终销售价格。据美国著名市场调查公司Yankee Group测算,1996年国际互联网上的销售额为7.3亿美元,至2000年增加到100亿美元,发展速度极其惊人。

通过以上分析可以看出,电子商务这种方式为企业在国际市场上竞争提供了无限广阔的发展机遇。因此,对于企业来说,国际互联网不仅仅是一种更经济、高效、方便的通信媒介,其商业应用使商业交易进入数字化、虚拟化的时代,给每个企业带来更大的发展空间,同时也提出了更大的挑战。