

21世纪

省级精品课程教材

高等院校财经类通用教材

国际经济与贸易专业

国际贸易实务

徐静珍 王超 主编



FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

21世纪

省级精品课程教材

高等院校财经类通用教材
国际经济与贸易专业

国际贸易实务

徐静珍 王超 主编



大连

FE 东北财经大学出版社
Dongbei University of Finance & Economics Press

© 徐静珍 2007

图书在版编目 (CIP) 数据

国际贸易实务 / 徐静珍, 王超主编. —大连: 东北财经大学出版社, 2007. 6

(21 世纪高等院校财经类通用教材·国际经济与贸易专业)

ISBN 978 - 7 - 81122 - 012 - 4

I. 国… II. ①徐…②王… III. 国际贸易 - 贸易实务 - 高等学校 - 教材 IV. F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 050296 号

东北财经大学出版社出版

(大连市黑石礁尖山街 217 号 邮政编码 116025)

总编室: (0411) 84710523

营销部: (0411) 84710711

网址: <http://www.dufep.cn>

读者信箱: dufep@dufe.edu.cn

东北财经大学印刷厂印刷

东北财经大学出版社发行

幅面尺寸: 170mm × 240mm

字数: 407 千字

印张: 18 3/4

2007 年 6 月第 1 版

2007 年 6 月第 1 次印刷

责任编辑: 孙平 孙晓梅

责任校对: 那欣

封面设计: 冀贵收

版式设计:

ISBN 978 - 7 - 81122 - 012 - 4

定价: 25.00 元

前 言

我国加入世界贸易组织后，对外贸易进一步发展，越来越多的企业开始直面国际市场。这样，高素质的外贸人才，尤其是新型外贸实务人才的培养问题，不仅日益受到各种涉外企业的重视，实际上也成为社会各界热切关注的焦点问题之一。

正是在这种情势下，我们编写了这本新教材。

《国际贸易实务》作为外贸人才培养中的一门必修课程，在外贸业务人员的知识体系中占有极其重要的地位。作为实践性很强的一门应用学科，不仅要将在外贸业务中的基本理论问题讲清理顺，更重要的是学以致用，让从学者能够运用所学知识，解决实际问题。正是基于这样的考虑，在本书的撰写过程中，无论是在内容的编排上，还是复习思考题目的选择上，都高度重视对从学者实务能力的培养，更多地通过个案讨论、案例分析、案例思考等方法激发其学习热情，鼓励综合运用相关的知识、惯例、法律、法规解决实践中出现的问题，帮助从学者尽快而系统地掌握对外贸易业务的主要程序和环节，提高实务操作能力。

1. 本书特点：

(1) 丰富的实践性案例。本教材的编写中，参阅了大量的国际贸易业务案例，将其加以浓缩、整理后，通过个案讨论话题、案例思考等形式提供给从学者，使得从学者有更多的机会去接触一些在现实国际商务活动中出现的问题，从而提高从学者对相关知识的理解程度，提高处理实际问题的技能。

(2) 清楚的知识提示。在每一章的章首，有明确的学习目标提示；在每一章的章末，有本章要点提示，并且根据该章的内容列出关键术语、思考题以便于从学者复习。

(3) 开放的知识体系。在各个章节的章末，都提示了一些推荐阅读文献，感兴趣的从学者可以以此为切入点，对相关的参考文献进行深入研究。此外，对于部分案例，也提示了深度阅读的文献资料，便于从学者将自己的思考与其他人的分析研究进行对比分析，从而加深对相关问题的理解深度。

(4) 最新动态的反映。国际贸易实践和国际贸易的相关法律、惯例随着国际贸易实践的发展以及在运输、保险、电子信息传递等方面的进步，都经历了一些变化。本书力争将国际贸易实践中的这些新动态、新变化体现出来。例如，即将于2007年7月1日实施的《跟单信用证统一惯例》(UCP600)已经由国际商会对外予以颁布。揭示该

国际贸易惯例变化的最新动态，提示从学者正确面对最新的变化，也是我们在本教材的编写中力争实现的目标之一。

2. 本书适用范围：

- (1) 作为高等院校国际贸易专业学生学习国际贸易实务课程的教材；
- (2) 作为非国际贸易专业学生学习外贸业务的参考教材；
- (3) 作为从事进出口业务的企业进行外贸业务培训的参考用书；
- (4) 作为从事进出口业务以及打算参加外贸专业相关职业资格证书考试人员的参考用书；
- (5) 作为高职院校学生学习国际贸易实务课程的参考教材。

本书由徐静珍、王超任主编，参加编写的还有李研、薛晓光、高秀春、王丽霞、徐晓飞等。

在本书的编写过程中，参阅了大量的相关资料，吸收了国内外专家、学者的部分成果，并得到了河北理工大学、东北财经大学出版社的大力支持，在此表示衷心的感谢。

由于作者水平所限，敬请专家、从学者予以批评、指正。

本书为省级精品课程教材，配有电子课件及各章案例思考参考答案（请登录 www.dufep.cn），更多内容请登录精品课程网站，网址为 <http://jpk.heut.edu.cn/show.asp>。

编 者

目 录

第一章 商品的品名与品质	1
学习目标	1
第一节 商品的品名	1
第二节 商品的品质	3
本章要点	13
关键术语	14
思考题	14
推荐阅读文献	14
案例分析	14
案例思考	17
第二章 商品的数量与包装	18
学习目标	18
第一节 商品的数量	18
第二节 商品的包装	23
本章要点	28
关键术语	29
思考题	29
推荐阅读文献	30
案例分析	30
案例思考	31
第三章 国际贸易术语	32
学习目标	32
第一节 贸易术语的含义与作用	32
第二节 有关贸易术语的国际贸易惯例	34
第三节 在出口国交货的贸易术语	37
第四节 在两国边境或进口国交货的贸易术语	49
本章要点	53
关键术语	54
思考题	54

推荐阅读文献	54
案例分析	55
案例思考	56
第四章 国际货物运输	57
学习目标	57
第一节 运输方式	57
第二节 装运条款	76
第三节 运输单据	83
本章要点	89
关键术语	90
思考题	90
推荐阅读文献	91
案例分析	92
案例思考	94
第五章 国际货物运输保险	95
学习目标	95
第一节 保险的基本原则	95
第二节 海运货物保险承保的范围	99
第三节 海运货物保险的险别	104
第四节 我国陆运、空运货物与邮包运输保险	113
第五节 投保与索赔实务	116
本章要点	125
关键术语	126
思考题	126
推荐阅读文献	127
案例分析	127
案例思考	128
第六章 进出口商品的价格	130
学习目标	130
第一节 价格的掌握	130
第二节 作价办法	134
第三节 计价货币与支付货币	138
第四节 佣金与折扣	139
第五节 合同中的价格条款	141
本章要点	141
关键术语	143
思考题	143
推荐阅读文献	143
案例分析	143

案例思考·····	144
第七章 国际货款的收付	145
学习目标·····	145
第一节 支付工具·····	145
第二节 汇付与托收·····	152
第三节 信用证·····	160
第四节 国际保理·····	171
第五节 合同中的支付条款·····	172
本章要点·····	179
关键术语·····	180
思考题·····	180
推荐阅读文献·····	181
案例分析·····	181
案例思考·····	182
第八章 检验、索赔、不可抗力和仲裁	183
学习目标·····	183
第一节 商品检验·····	183
第二节 索赔·····	192
第三节 不可抗力·····	195
第四节 仲裁·····	198
本章要点·····	205
关键术语·····	206
思考题·····	206
推荐阅读文献·····	207
案例分析·····	207
案例思考·····	209
第九章 国际货物买卖合同的商订	211
学习目标·····	211
第一节 交易磋商·····	211
第二节 合同的成立·····	220
第三节 合同的形式与内容·····	222
本章要点·····	227
关键术语·····	227
思考题·····	227
推荐阅读文献·····	228
案例分析·····	228
案例思考·····	230
第十章 合同的履行	231
学习目标·····	231

第一节 出口合同的履行	231
第二节 进口合同的履行	248
本章要点	256
关键术语	257
思考题	257
推荐阅读文献	257
案例分析	258
案例思考	259
第十一章 贸易方式	261
学习目标	261
第一节 包销	261
第二节 代理	263
第三节 寄售	265
第四节 招标和投标	267
第五节 拍卖	270
第六节 租赁贸易	272
第七节 补偿贸易	276
第八节 加工装配贸易	278
第九节 期货交易	281
本章要点	286
关键术语	288
思考题	288
推荐阅读文献	289
案例分析	289
案例思考	289
主要参考书目	291

第一章

商品的品名与品质

学习目标

通过本章学习，重点掌握表示商品品质的方法；掌握国际贸易中商品品名的规定方法；掌握品质条款的基本内容，以及品质公差条款和品质增减价条款的含义。

第一节 商品的品名

商品的品名 (name of commodity) 即商品的名称，它在一定程度上体现了商品的自然属性、用途以及主要的性能特征。加工程度低的商品，其品名一般较多地反映该商品所具有的自然属性；加工程度高的商品，则更多地体现出该商品的性能特征。在国际货物买卖合同中，商品的品名指的就是合同的标的物 (subject matter)，品名条款即标的物条款。

一、构成合同标的物的条件

国际货物买卖作为实物交易，以一定货品的实际交付为要件，即买卖的对象是具有一定外观形态并占有有一定空间的有形物。双方签订国际货物买卖合同的目的是，通过合同的履行，卖方得到货款，买方则得到合同标的物的所有权。在国际贸易中，合同的标的物必须符合以下三个条件：

- (1) 合同的标的物必须是出口方所占有的；
- (2) 合同的标的物必须是合法的；
- (3) 合同的标的物必须是双方当事人一致同意的。

二、合同品名条款的内容及规定方法

国际货物买卖中交易的标的物都是具体的商品。由于进入国际贸易领域的商品种类繁多，即使是同一种商品，亦可因品种、品质、产地、花色、外形设计、型号等的不同而存在着差别。这些差别，不仅影响了运输、包装、用途等，也影响到商品的价格。因此，明确规定合同的标的物及其品质要求，是买卖双方在洽商交易和签订合同时必须首先解决的问题之一。

买卖合同中的品名条款一般比较简单，通常都是在“商品名称”或“品名”的标题下，列明缔约双方同意交易的商品的名称，故又称之为“标的物条款”。有时为了省略起见，也可不加标题，只在合同的开头部分，列入双方同意买入或卖出某种商品的文句。前一种方式应用相对广泛，后一种方式应用相对较少。合同条款示例如下：

例1 买卖双方同意按照下列条款签订本合同：

The Seller and the Buyer agree to conclude this contract subject to the terms and conditions stated below:

(1) 货物名称、规格和质量 (Name, Specifications and Quality of Commodity):

(2) 数量 (Quantity):

允许_____的溢短装 (_____ % more or less allowed)

(3) 单价 (Unit Price):

(4) 总值 (Total Amount):

.....

例2 This sales contract is made by and between the Seller and the Buyer, whereby the Seller agrees to sell and the Buyer agrees to buy the under-mentioned goods according to the terms and conditions stipulated below:

(1) 品名及规格 (Name of Commodity and Specifications)

(2) 数量 (Quantity)

(3) 单位 (Unit)

(4) 单价 (Unit Price)

(5) 金额 (Amount)

.....

采用上述规定方法时，可以在商品名称的标题下，直接列明成交商品的名称。

在有的合同中，只需列明双方意欲买卖的商品名称，如大豆、苹果、小麦等就可以了，但是同一种商品往往有不同的品种、型号、等级等，为明确起见，亦可把有关品质、产地或型号等的概括性描述包括进合同条款中作进一步的限定，如海南岛产西瓜。交易双方可以将品质、规格条款包括进一项条款中，即合为一个品名品质条款。总之，合同中品名条款的规定并没有统一的、固定不变的格式，如何规定，可根据双方当事人的意思予以确定。

三、合同中列明品名条款的意义

国际货物买卖的对象是具有一定外观形态并占有一定空间的有形物。双方交易的最后目的就是，通过合同的履行，卖方将合同标的物转移给买方，并获得合同价款；买方通过支付价款，获得货物的所有权。但是，在国际贸易中，看货成交，一手交钱、一手交货的情况极少，而且国际货物买卖，从签订合同到交付货物往往相隔一段时间，因而交易双方在签订合同时，通常凭借对拟买卖的商品作必要的描述来确定具体的商品。在国际货物买卖合同中，列明合同的标的，是合同成立必不可少的条件。

从法律角度看，在合同中规定商品的具体名称，关系到买卖双方在货物交接方面的权利与义务。按照有关法律与惯例，对交易商品的具体描述，是有关商品说明

(description) 的一个主要组成部分, 是双方当事人交收商品的基本依据之一, 是买卖合同中的主要交易条件。如果卖方交付的货物不符合合同规定的品名或说明, 买方有权拒绝接受货物, 可以撤销合同并提出损害赔偿的要求。

从业务角度看, 品名的规定是双方交易的物质内容, 是交易赖以进行的物质基础和前提条件。因为, 只有在确定标的物具体内容的前提下, 卖方才有可能赖以安排生产、加工或收购, 买卖双方才有可能据以决定包装和运输方式、承保险别和支付方式, 并在此基础上就价格问题进行具体的洽商, 并达成一致意见, 进而签订和履行国际货物买卖合同。可见, 在买卖合同中列明品名条款, 具有重要的法律和实践意义。

四、拟订品名条款时应注意的问题

在国际货物买卖合同中, 品名条款是合同中的主要条款, 在规定此条款时, 必须注意下列事项:

1. 商品品名的规定必须内容明确、具体

商品品名用文字来描述和表达, 应能确切地反映标的物的特点, 切忌空泛、笼统, 以免给合同的履行带来不应有的困难, 从而埋下贸易纠纷的隐患。

2. 商品的品名必须切实反映商品的实际情况

就卖方而言, 标的物必须是他所能生产或供应的品类或型号; 就买方而言, 标的物必须是所需要进口的品种, 做不到或不必要的描述性词句, 都不应列入。

3. 商品的品名要尽可能使用国际上通行的名称

目前, 一部分商品名称在各国的使用并不完全一致, 有的在不同的地方可以有不同的叫法, 为了避免误解, 在签订合同时应尽可能使用国际上通行的名称。如果必须使用地方性的名称, 则需要双方就其含义取得共识。而对于一些新商品的品名及其译名, 必须做到准确、易懂, 符合国际上的习惯。

4. 确定品名时应恰当地选择商品的不同名称

如果一种商品有不同的名称, 则在确定品名时, 必须注意有关国家的海关税则和进出口限制的有关规定, 在不违背相关法律法规的前提下, 从中选择有利于降低关税和方便进出口的名称, 作为合同的品名。

5. 确定品名时必须有利于节省运费和其他费用

班轮运费往往是按照商品的等级规定收费标准的, 由于商品名称并不统一, 存在着同一商品因名称不同而收费的费率不同的现象。选择合适的品名, 是节省运费开支和降低费用的一个重要方面, 应予以相应的重视。

第二节 商品的品质

一、商品品质的含义及对出口商品品质的要求

1. 商品品质 (quality) 的含义

商品的品质是商品的外观形态和内在素质的综合。商品的外观形态是通过人们的感觉器官可以直接获得的商品的外形特征, 如商品的大小、长短、结构、造型、款式、色

泽、光彩、宽窄、轻重、软硬、光滑粗糙以及味觉、嗅觉等；商品的内在质量则是指商品的物理性能、化学成分、生物特征、技术指标和要求等，一般需借助各种仪器、设备分析测试才能获得，例如，纺织品的断裂强度、伸长率、回潮率、缩水率、防雨防火性能、色牢度等，化工商品的熔点、沸点、凝固点等，机械类产品的精密度、光洁度、强度等，肉禽类商品的各种菌类含量等。

2. 商品品质的重要性

在国际贸易中，商品质量的优劣不仅关系到商品的使用效能，影响着商品售价的高低、销售数量 and 市场份额的增减，以及买卖双方经济利益的实现程度，而且还关系到商品信誉、企业信誉、国家信誉。近几十年来，随着各国消费者消费水平和消费结构的变化，消费者对商品质量的要求越来越高，国际市场上日趋激烈的商品竞争已逐渐从价格竞争转向非价格竞争。因此，提高商品的质量，根据消费者现实和潜在的需要改进、完善商品的质量，保证商品质量的稳定性，已成为各国生产商、销售商增强自身竞争力的重要手段。此外，各国贸易摩擦不断加剧，许多国家通过对进口商品的品质进行限制，来保护本国的相关产业。例如，有些国家规定，凡质量不符合其法令、法规规定的，一律不准进口。提高商品质量也已成为许多生产商、销售商冲破质量保护壁垒、扩大出口的途径和方法。因此，正确掌握和订立合同中的品质条款对买卖双方具有重要意义。

从一笔具体的交易来看，商品品质是合同的主要条件之一，品质条款一经订立便成为交易双方交付货物的品质依据。另外，双方交易商品品质的高低直接关系到贸易双方的利益。因此，品质条款至关重要。

3. 对出口商品品质的要求

出口商品要同全世界广大用户和消费者见面，为了适应他们的需要，我们必须贯彻“以销定产”的方针和坚持“质量第一”的原则，大力提高出口商品质量，使其符合下列具体要求：

(1) 树立商品国际化观念，尽量采用国际标准

采用国际标准和国外先进标准是我国的一项重要技术经济政策，这样做不仅有助于促进我国技术水平的提高，也有助于更好地规避来自其他国家的贸易壁垒。在关贸总协定的《贸易技术壁垒协议》中明确规定：一切需要有技术规则或标准的地方，缔约方均应以这些国际的技术规则或标准作为制定本国技术规则或标准的依据。以国际标准进行生产和供货，可以在相当大的程度上规避来自各个国家繁琐的技术限制。

目前，我国的很多企业通过采用一些通用的国际标准或者获得国际标准认证来实现扩大出口的目标，取得了成功的经验，对于促进我国产品走向国际市场发挥了重要的作用。获得 ISO 9000、ISO 14000 等认证，已经成为许多企业的产品成功进入发达国家市场的重要条件。

小资料

什么是 ISO 9000 与 ISO 14000

ISO 9000 是国际标准化组织为适应国际贸易和质量管理发展的需要，于 1987 年公布的适用于生产企业质量体系建立并进行评审的质量管理和质量保证系列标准，由五个标准组成：ISO 9000 为指导性的总体概念标准；ISO 9001、ISO 9002、ISO 9003 为证

明企业能力所适用的三个外部质量保证模式标准；ISO 9004 是为企业建立有效质量体系提供全面、具体指导的标准。

ISO 14000 是继 ISO 9000 之后提出的又一重要系列标准，称为环境管理国际标准。该系列标准涉及环境管理体系、环境审核、环境标志、生命周期评价等国际环境领域内的诸多焦点问题，旨在指导各类组织（企业、公司）取得和表现正确的环境行为。ISO 14000 系列标准共预留 100 个标准号。该系列标准共分七个系列，其标准号从 14001 至 14100，共 100 个标准号，统称为 ISO 14000 系列标准。

（2）适应进口国的消费需求水平和消费习惯

由于世界各国经济发展不平衡，各国生产技术水平、生活习惯、消费结构、购买力和各民族的爱好互有差异，因此，我们要从国外市场的实际需要出发，搞好产销结合，使出口商品的品质、规格、花色、式样等适应有关市场的消费水平和消费习惯。

（3）在产品质量上精益求精

凡质量不稳定或质量不过关的商品，不宜轻易出口，以免败坏名誉。即使质量较好的商品，也不能满足于现状，要本着精益求精的精神不断改进，提高出口商品品质，加速更新换代，适应世界的消费潮流发展趋势，增强商品在国际市场上的竞争能力。

（4）适应进口国的有关法律规定和要求

各国对进口商品的质量通常都有相关的法律规定和要求，凡质量不符合法律规定和要求的商品，一律不准进口，有的还要就地销毁，并由货主承担由此引起的各种费用。因此，我们必须充分了解各国对进口商品的法律规定和管理制度，以便使我国的商品能顺利地进入国际市场。

以美国为例，进入美国的产品，除符合贸易限制法规外，还要符合美国的产品质量法及安全、卫生、劳动保护等法规。这方面的法规包括《食品、药品和化妆品法》、《危险物质法》、《易燃织物法》、《烈性毒物法》、《毒物防护包装法》、《油漆含铅法》、《肉品检验法》、《公共卫生服务法》、《营养标签和教育法》、《婴儿药法》、《婴儿食品法》等。

小资料

美国的产品质量认证

美国市场对产品的质量要求非常高，许多产品必须通过美国权威检测部门的检测后获得认证，才能进入美国市场流通。常见的美国产品认证标准有：

FCC 标准/UL 标准：对大多数电子、电器产品，要求符合美国联邦通讯委员会（FCC）和保险商实验室（UL）的一系列标准。需要检测的产品有计算机、玩具、无线电设备、电视和传输设备等。

FDA 标准：FDA 是美国食品与药物管理局的英文缩语，统管所有进入美国市场的食品、药品、添加剂、化妆品、洗涤用品和医疗设备等。FDA 保证食品健康、卫生、安全，从原材料购入到生产、包装、销售、运输的各个环节都保证不被污染、不发生霉变、不掺有任何违反 FDA 规定的成分。

CPSC 规则：CPSC 是美国消费者安全委员会的英文缩语。CPSC 现有的目录上管理

着 15 000 种不同的产品，CPSC 规则是搜集产品的安全数据、提示客户产品的危险性以及降低危害的途径。

FTC 规则：FTC 是美国联邦贸易委员会的英文缩语。FTC 要求出口到美国的纺织品要标有成分和保护标签，并且对那些含有未经 FTC 认可成分的纺织品限制进入美国市场。FTC 还将对纺织品的成分进行检测，以判断提供的成分报告与实际结果是否一致。

资料来源 刘文：《美国的产品质量认证》，在线国际商报，<http://ibdaily.mofcom.gov.cn/show.asp?id=28719>。

从各国的情况来看，实施比较普遍的相关法律法规包括安全卫生法、标签法、商标法、有害物质限量法、自动扣留法等。

(5) 适应国外自然条件、季节变化和销售方式

由于各国自然条件和季节变化不同，销售方式各异，商品在运输、装卸、存储和销售过程中，其质量可能发生某种变化。因此，注意自然条件、季节变化和销售方式的差异，掌握商品在流通过程中的变化规律，使我国出口商品质量适应这些方面的不同要求也有利于增强我国出口商品的竞争能力。

二、表示商品品质的方法

鉴于品质对商品的效用、市场价格和销路有重大影响，买卖双方为了保证交易的商品符合一定的质量标准，要在协商一致的基础上，在买卖合同中订立品质条款，就商品品质和买卖双方的义务加以说明。由此可见，正确规定合同商品的品质条件具有重要意义。然而，由于国际贸易往往是大宗的货物贸易，买卖双方往往地处两国，在洽谈交易时没有看到全部商品，因此需要有某种说明品质的方法，作为洽谈和履行合同的依据。当前，进入国际贸易的商品种类繁多，特点各异，用来说明品质的方法也就不可能一致。概括起来，国际贸易中通常用来表示商品品质的方法主要有两大类。

(一) 用实物表示商品品质

所谓以实物表示商品的品质，是指用拟成交货物自身的品质或者样品的品质表示商品的品质。在国际贸易中通常有两种方法：看货买卖和凭样品买卖。

1. 看货买卖

看货买卖又称为看货成交，即卖方向买方展示双方拟行交易的商品，经买方检验，一旦达成交易，卖方就应按对方验看过的商品交货，即交货品质的标准是买方检验货物时的品质状态，只要卖方所交付的货物是经买方查验过的货物，买方就不得以任何理由或借口对其品质提出异议。看货买卖用于现货交易，而且要求买方亲临货物存放地点查看货物。一般这种交易方式主要用于寄售、拍卖、展卖等业务中。

2. 凭样品买卖

该方法是指买卖双方在洽商时，由卖方或买方提供一种或数种少量的足以代表商品品质的实物作为样品，交对方确认，经对方确认后该样品即成为双方交接货物的品质依据，这种方法，在国际贸易中称为“凭样品成交”（sale by sample）。样品（sample）通常是指从一批商品中抽取出来的，或由生产、使用部门加工、设计出来的，足以反映和代表整批商品品质的少量实物。它一般有两种形式：一是参考样品（reference

sample), 即作为促成交易的媒介, 使对方通过它, 对货物的品质有一个大致的了解, 以便考虑是否可能谈成交易, 所以参考样品只供对方参考, 不作为交货的最终依据; 二是标准样品 (standard sample), 又称成交样品, 它是买卖双方成交货物品质的最后依据, 若采用这种方式, 卖方要保证其所交的货物与样品完全一致。一种样品若没有标明其为参考样品还是标准样品, 一律以标准样品看待。在国际贸易中, 有些商品如农产品, 因受自然条件的影响较大, 难以用文字说明, 无法确定固定的标准, 只能借助样品来确定其品质。

在国际贸易中, 凭样品成交的种类较多, 根据提供样品方的不同可分为以下三种:

(1) 凭卖方样品买卖 (sale by seller's sample)

凭卖方提供的样品洽商交易和订立合同, 并以卖方样品作为交货品质的依据, 称为凭卖方样品买卖。凭卖方样品成交时, 应注意以下几个问题:

第一, 卖方所提供的样品必须有足够的代表性 (representative sample), 即样品能代表整批货物的平均品质。样品的品质与货物相比, 不能太高也不能太低。太高, 会给日后交货工作造成困难, 引起争端; 太低, 会造成价格上的吃亏或影响成交。

第二, 卖方在向国外客户寄送代表性样品时, 应留存一份或数份同样的样品, 以备日后交货或处理争议时核对之用, 该样品称为“复样” (duplicated sample)。寄发样品和留存复样, 都应编上相同的号码或注明寄送日期, 以便日后联系时引用并便于查核。必要时, 可加封后保存, 称为“封样” (sealed sample)。

第三, 在订立合同时, 为了留有余地, 可在合同中规定: “卖方交货与所提供样品的品质基本相符” (Quality to be considered as being about equal to the sample), 以防买方因卖方所交货物与样品有微小差异而拒收或索赔。

第四, 要严格区分参考样品和标准样品。为了避免误会, 对于非作为成交的品质依据的样品, 应在合同中明确规定样品“仅供参考”。

(2) 凭买方样品买卖 (sale by buyer's sample)

凭买方提供的样品磋商交易和订立合同, 并以买方样品作为交货的品质依据, 称为凭买方样品买卖, 又称凭来样成交。采用这种方法, 可提高出口货物的适应性和竞争能力, 也是把买卖做活的一种销售方法。但是, 卖方应注意对方的来样是否是反动的、黄色的、丑陋的式样和图案, 还应注意原材料供应、生产加工技术和生产安排的可能性, 并防止侵犯第三者的工业产权。

(3) 凭对等样品买卖 (sale by counter sample)

所谓对等样品 (counter sample), 是指卖方根据买方提供的样品, 加工复制出一个类似的样品提供给买方确认, 经确认后的样品, 就是对等样品, 有时也称“回样”, 业务上有时还称为“确认样” (confirming sample)。凭对等样品磋商交易和签订的合同, 即称为凭对等样品买卖。

当前国际市场对商品的品种、规格或花色需求多变, 市场竞争激烈, 为了把买卖做活, 特别是为了利用国外客户对当地市场比较熟悉的有利条件, 以及他们在产品设计方面的能力, 来提高我国出口商品的适销性, 在接到国外来样后, 可以提供“对等样品”供买方确认。这样, 就把来样成交转变为凭卖方样品成交。据此成交, 既可适应国外要求, 又照顾到国内生产的实际可能。

凭样品买卖一般适用于在造型上有特殊要求或具有色、香、味方面特征的商品。目前,我国出口某些工艺品、服装、轻工业品等,常用这种方式来表示其品质。不过,在目前国际贸易的实践中,单纯凭样品成交的情况不多,一般只是作为规定商品的某个或某几个质量指标的依据。例如,为了表示商品的颜色,采用“色样”(colour sample);为了表示商品的造型,采用“款式样”(pattern sample)等。纺织品、服装等就采用这种做法。而对商品其他方面的质量,则采用其他相应的方法来表示。

对于凭样品买卖,许多国家的法律和国际商法中都有专门的规定和解释。例如英国的《货物买卖法》第15条规定:“凭样品买卖的合同,应包括下列默示条件:卖方所交付的货物必须与提供的样品完全一致;买方应有合理机会对货物和样品进行比较;所交货物不应存在合理检查时不易发现的、导致不合商销的瑕疵等。”《联合国国际货物销售合同公约》第35条规定:“货物适用于订立合同时曾明示或默示地通知卖方的任何特定目的;货物的质量与卖方向买方提供的货物样品或式样相同。”由于凭样品买卖要求卖方所交货物的品质必须与样品一致,因而凡属“货与样”不能做到完全一致的商品,一般不适于采用此种方法。

(二) 以文字说明(description)表示商品品质的方法

在国际货物买卖中,除部分商品采用“凭样品买卖”外,大部分采用“凭说明买卖”(sale by description)的方法来表示商品品质,即以文字、图表、相片等方式来说明商品的品质,具体又分为以下几种:

1. 凭规格买卖(sale by specification)

商品的规格(specification)是指用来反映商品品质的一些主要指标,如成分、含量、纯度、大小、长短、粗细等。凭规格买卖,就是以规格来确定商品的品质。各种商品由于品质的特点不同,规格的内容也各不相同。买卖双方在洽谈交易时,可以通过提交规格来说明一种商品的基本情况。

例如,出口我国东北大豆,合同中可以就大豆的规格作出如下规定:水分含量(最高)15%;含油量(最低)17%;含杂质(最高)1.5%;不完善粒含量(最高)8%。又如,我国桐油的出口规格是:色泽,不深于新制的0.4克重铬酸钾溶于100毫克硫酸(比重1.84)的溶液;比重(20/4℃)0.9360~0.9390;折光指数(20℃)1.5185~1.5220;碘值(韦氏法)163~176;皂化值192~196;水分杂质(最高)0.30%;酸值(最高)4;华氏脱热试验(最高)7.5分钟;BETA型桐油试验,负值(无晶体沉淀)。

用规格表示商品品质的方法简单易行、明确具体,而且具有可根据每批货物的具体情况灵活调整的特点,所以它在国际贸易中应用非常广泛。

2. 凭等级买卖(sale by grade)

商品的等级(grade)是指把同一种商品按其品质或规格上的差异划分为不同的级别和档次,用数字或文字表示,从而产生品质优劣的若干等级。不同的等级代表着不同的品质,而每一种等级都规定有相对固定的规格。凭等级买卖,只需说明商品的级别,就可以明确买卖货物的品质。

例如,皮蛋按重量、大小分为奎、排、特、顶、大五级。奎级为每千只75千克以上,其后每差一级,减5千克。又如,我国出口的钨砂主要根据其三氧化钨和含锡量的