



纺织高职高专“十二五”部委级规划教材

纺织品外贸操作实务

FANGZHIPIN WAIMAO CAOZUO SHIWU

林晓云 翁毅◇主 编



中国纺织出版社



纺织高职高专“十二五”部委级规划教材

纺织品外贸操作实务

林晓云 翁 毅 主编

卢素梅 副主编



中国纺织出版社

内 容 提 要

本书包括电汇下纺织品出口合同履行,信用证下纺织品出口合同履行,托收合同履行,澳毛、美棉进口合同履行等内容,主要阐述合同签订的内容,不同付款方式下出口合同履行的操作步骤,信用证阅读理解等内容。

本书可作为高职高专院校纺织工艺与贸易专业的教材,也可作为相关贸易培训教材,可供纺织企业从事贸易工作的相关人员参考使用。

图书在版编目(CIP)数据

纺织品外贸操作实务/林晓云等主编. —北京:中国纺织出版社,2012.8

纺织高职高专“十二五”部委级规划教材

ISBN 978-7-5064-8537-1

I. ①纺… II. ①林… III. ①纺织品—对外贸易—高等职业教育—教材 IV. ①F746.81

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第065770号

策划编辑:孔会云 责任编辑:范雨昕 责任校对:梁颖
责任设计:李然 责任印制:何艳

中国纺织出版社出版发行
地址:北京东直门南大街6号 邮政编码:100027
邮购电话:010—64168110 传真:010—64168231
<http://www.c-textilep.com>
E-mail: faxing@c-textilep.com
三河市华丰印刷厂印刷 三河市永成装订厂装订
各地新华书店经销
2012年8月第1版第1次印刷
开本:787×1092 1/16 印张:9
字数:196千字 定价:29.00元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社图书营销中心调换

《国家中长期教育改革和发展规划纲要》(简称《纲要》)中提出“要大力发展职业教育”。职业教育要“把提高质量作为重点。以服务为宗旨,以就业为导向,推进教育教学改革。实行工学结合、校企合作、顶岗实习的人才培养模式”。为全面贯彻落实《纲要》,中国纺织服装教育学会协同中国纺织出版社,认真组织制订“十二五”部委级教材规划,组织专家对各院校上报的“十二五”规划教材选题进行认真评选,力求使教材出版与教学改革和课程建设发展相适应,并对项目式教学模式的配套教材进行了探索,充分体现职业技能培养的特点。在教材的编写上重视实践和实训环节内容,使教材内容具有以下三个特点:

(1)围绕一个核心——育人目标。根据教育规律和课程设置特点,从培养学生学习兴趣和提高职业技能入手,教材内容围绕生产实际和教学需要展开,形式上力求突出重点,强调实践。附有课程设置指导,并于章首介绍本章知识点、重点、难点及专业技能,章后附形式多样的思考题等,提高教材的可读性,增加学生学习兴趣和自学能力。

(2)突出一个环节——实践环节。教材出版突出高职教育 and 应用性学科的特点,注重理论与生产实践的结合,有针对性地设置教材内容,增加实践、实验内容,并通过多媒体等形式,直观反映生产实践的最新成果。

(3)实现一个立体——开发立体化教材体系。充分利用现代教育技术手段,构建数字教育资源平台,开发教学课件、音像制品、素材库、试题库等多种立体化的配套教材,以直观的形式和丰富的表达充分展现教学内容。

教材出版是教育发展中的重要组成部分,为出版高质量的教材,出版社严格甄选作者,组织专家评审,并对出版全过程进行跟踪,及时了解教材编写进度、编写质量,力求做到作者权威、编辑专业、审读严格、精品出版。我们愿与院校一起,共同探讨、完善教材出版,不断推出精品教材,以适应我国职业教育的发展要求。

中国纺织出版社
教材出版中心

| 前 言 |

中国是世界上最大的纺织服装生产国和出口国,出口竞争力强,在国际贸易中占有极其重要的地位。尤其是在江浙一带和广东等地,纺织服装出口多年来为这些地区经济的发展做出了巨大贡献。虽然近年来由于原材料价格上涨、劳动力成本增高和美国的次贷危机等因素使很多纺织企业竞争力下降,但是纺织服装的出口所创造的利润仍然是这些地区经济发展的支柱。由于扩大纺织服装出口业务的需要,急需一批既懂得纺织专业知识又懂外贸知识的复合型人才,同时也需要将两者有机融合的教材。本书力求将纺织品专业知识与纺织品贸易业务融为一体,使读者在掌握基础知识、基本操作的基础上,提高业务技能水平和综合分析能力。教材主要包括三大部分,项目一为电汇下纺织品出口合同的履行,以纱线合同为例,详细阐述了外贸合同的签订内容以及电汇合同的履行步骤。项目二为信用证下纺织品出口合同的履行,以面料合同为例,阐述了信用证的阅读理解以及以信用证为付款方式的合同履行步骤。项目三和项目四分别简要阐述了托收的含义和进口合同履行的步骤。项目五介绍了贸易争端处理的方式方法。每个项目下编排了任务引领、重要知识点和实战练习,具有很强的实用性。

本教材由纺织服装职业技术学院林晓云和翁毅主编并负责全书的统稿与审定,副主编为浙江纺织服装职业技术学院的卢素梅老师,主要编写项目二下子项目二的任务二和项目五。

在教材编写过程中得到许多专家学者的指导和建议,在此一并感谢。

由于编者水平有限,书中不足与欠缺之处欢迎读者和其他专家学者批评指正。

编 者
2012 年 6 月

课程设置指导

本课程设置意义:本课程的设置主要针对纺织工贸类专业,将纺织专业知识与贸易基础知识有机结合,有针对性地学习纺织外贸中纱线合同、面料合同的制订以及履行步骤。同时,也有利于外经贸类专业的学生从事纺织贸易时了解必需的纺织服装专业知识。

本课程教学建议:“纺织品外贸操作实务”课程作为现代纺织技术专业“纺织工艺与贸易”“纺织品检测与贸易”方向的主干课程,建议 68 课时,每课时讲授字数建议控制在 4000 字以内,教学内容包括本书全部内容。

现代纺织技术专业“纺织品设计”、“家用纺织品设计与工艺”、“染整技术”专业作为必修课,建议学时设计为 40 课时,每课时讲授字数建议控制在 4000 字以内,选择与专业有关的内容进行教学。

本课程教学目的:通过本课程的学习,学生应理解纱线出口合同与面料出口合同的各项条款并会签订合同,能理解信用证各项条款的含义,能了解电汇和信用证操作流程,理解托收的含义和进口合同履行的步骤。

项目一 电汇下纺织品出口合同履行	1
子项目一 出口交易磋商	1
子项目二 签订、阅读理解纺织品外贸合同	7
任务一 认识合同的形式和基本内容	8
任务二 认识纱线	10
任务三 选择贸易术语	14
任务四 签订纺织品品名条款	22
子项目三 电汇下纺织品出口合同履行	45
任务一 落实货源	45
任务二 纺织品检验	49
任务三 纺织品商检与报关	53
任务四 办理纺织品运输	56
任务五 办理保险	64
任务六 督促进口方付款	71
任务七 业务善后	71
项目二 信用证下纺织品出口合同履行	75
子项目一 阅读理解信用证	75
任务一 阅读合同与信用证品名条款	78
任务二 认识信用证	80
任务三 认识汇票	88
任务四 阅读理解 SWIFT 信用证	91
子项目二 信用证下合同履行	94
任务一 审证、改证、落实货源	94
任务二 办理纺织品商检、报关、运输、保险	95
任务三 制单结汇	96
项目三 托收合同履行	102
项目四 澳毛、美棉进口合同履行	107
子项目一 认识澳毛和美棉	107
子项目二 进口合同履行	110

项目五 贸易争端处理	113
任务一 争端	113
任务二 不可抗力	114
任务三 索赔和理赔	116
任务四 仲裁	118
参考文献	121
附录 UCP600 中文版	122

项目一 电汇下纺织品出口合同履行

子项目一 出口交易磋商

● 本项目知识点 ●

1. 出口交易磋商的步骤。
2. 询盘、发盘、还盘、接受的含义。

一、获取客户资料

客户企业的信息可以为我们提供很多有价值的内容,从而有效地指导我们的销售工作。获取客户资料的方法有:

1. 广交会

广交会举办多年,国际知名度很高,因此汇集了大量的国际买家和国内有实力的卖家,企业在其中找到客户开展业务的比例在国内各类展会中最高,同时也是纺织品交易成交质量最高的一个展会。再如上海每年秋季的纺织博览会,绍兴的博览会,国外的博览会等。

2. B2B(Business to Business)网站

很多是免费的,各行业内部或者行业之间为了促进发展和交流,往往设立有行业网站,或者该方面技术的专业网站,如中国纱线网、全球纺织网等。

3. 老客户

销售企业可根据同老客户的关系,获得行业内部的一些信息。

4. 竞争对手

让对手开口告诉你需要的客户信息。

二、磋商

在国际货物买卖合同商定过程中,一般包括询盘、发盘、还盘和接受四个环节,其中发盘和接受是达成交易、合同成立不可缺少的两个基本环节和必经的法律步骤。

(一) 询盘(inquiry)

询盘是准备购买或出售商品的人向潜在的供货人或买主探询该商品的成交条件或交易的

可能性的业务行为,它不具有法律上的约束力。

询盘的内容可以涉及某种商品的品质、规格、数量、包装、价格和装运等成交条件,也可以索取样品,其中多数是询问成交价格,因此在实际业务中,也有人把询盘称作询价。如果发出询盘的一方,只是想探询价格,并希望对方开出估价单,则对方根据询价要求所开出的估价单,只是参考价格,它并不是正式的报价,因而不具备发盘的条件。

在国际贸易业务中,发出询盘的目的,除了探询价格或有关交易条件外,有时还表达了与对方进行交易的愿望,希望对方接到询盘后及时作出发盘,以便考虑接受与否。这种询盘实际上属于邀请发盘,邀请发盘是当事人订立合同的准备行为,其目的在于使对方发盘,询盘本身并不构成发盘。

询盘不是每笔交易必经的程序,如交易双方彼此都了解情况,不需要向对方探询成交条件或交易的可能性,则不必使用询盘,可直接向对方作出发盘。

接到韩国老客户询盘(inquiry)。

Dear Alice,

We are still interested for some types of 33.3 × 2tex(30/2Nm) 100% super fine wool 18.5 micron T. D. C(Top Dyed on Cone) from Semi – worsted, about 800kgs, please give firm offer.

Thanks and best regards!

(二) 发盘(offer)

接到对方询盘后,我方业务员迅速进行成本核算后,在保证 15% 利润的情况下进行发盘。

Hi Davis,

Good day.

The price for Top Dyed on Cone yarns is USD 10.85/LB.

Pls check.

以上为对方的发盘。发盘又称发价或报价,在法律上称为要约。根据《联合国国际货物销售合同公约》第 14 条第一款的规定:“凡向一个或一个以上的特定的人提出的订立合同的建议,如果其内容十分确定并且表明发盘人有在其发盘一旦得到接受就受其约束的意思,即构成发盘。”发盘既可由卖方提出,也可由买方提出,因此,有卖方发盘和买方发盘之分。后者习惯上称为递盘。

1. 构成发盘的要件

(1) 发盘应向一个或一个以上特定的人提出。向特定的人提出,即是向有名有姓的公司或个人提出。提出此项要求的目的在于,把发盘同普通商业广告及向广大公众散发的商品价目单等行为区别开来。对广大公众发出的商业广告是否构成发盘的问题,各国法律规定不一。大陆法规定,发盘需向一个或一个以上特定的人提出,凡向公众发出的商业广告,不得视为发盘。如北欧各国认为,向广大公众发出的商业广告,原则上不能作为发盘,而只是邀请看到广告的公众向登广告的人提出发盘。英美法的规定则与此相反,如英国的判例认为,向公众作出的商业广告,只要内容确定,在某些场合下也可视为发盘。《联合国国际货物销售合同公约》对此问题持折中态度,该公约第 14 条第二款规定:“非向一个或一个以上特定的人提出的建

议,仅应视为邀请发盘,除非提出意见的人明确地表示相反的意向。”根据此项规定,商业广告本身并不是一项发盘,通常只能视为邀请对方提出发盘。但是,如商业广告的内容符合发盘的条件,而且登此广告的人明确表示它是作为一项发盘提出来的,如在广告中注明“本广告构成发盘”或“广告项下的商品将售给最先支付货款或最先开来信用证的人”等,则此类广告也可作为一项发盘。

鉴于《公约》对发盘的上述规定既原则又具体,具有一定的灵活性,加之世界各国对发盘又有不同的理解,因此,在实际应用时要特别小心。我方对外做广告宣传和寄发商品价目单,不要使对方理解我方有“一经接受,即受约束”的含义。在寄发商品价目单时,最好在其中注明“可随时调整,恕不通知”或“须经我方最后确认”等字样。

(2)发盘内容必须十分确定。根据《联合国国际货物销售合同公约》第14条第1款的规定,发盘的内容必须十分确定。所谓十分确定,指在提出的订约建议中,至少应包括下列三项基本要素:

- ① 标明货物的名称。
- ② 明示或默示地规定货物的价格或规定确定货物的价格的方法。
- ③ 明示或默示地规定货物的价格或规定确定价格的方法。

凡包括上述三项基本要素的订约建议,即可构成一项发盘。如该发盘被对方接受,买卖合同即告成立。

在这里需要特别指出的是,订约建议中关于交货时间、地点及付款时间、地点等内容虽然没有提到,并不妨碍它作为一项发盘,因而也不妨碍合同的成立。因为,发盘中没有提到的其他条件,在合同成立以后,可依双方当事人建立的习惯做法及采用的惯例予以补充。

构成一项发盘应包括的内容,各国的法律规定不尽相同。有些国家的法律要求对合同的主要条件,如品名、品质、数量、包装、价格、交货时间与地点以及支付办法等,都有完整、明确、肯定的规定,并不得附有任何保留条件,以便受盘人一旦接受即可签订一项对买卖双方均有约束力的合同。《公约》关于发盘内容的上述规定,只是对构成发盘的起码要求。在实际业务中,如发盘的交易条件太少或过于简单,会给合同的履行带来困难,甚至引起争议。因此,在对外发盘时,最好将品名、品质、数量、包装、价格、交货时间、地点和支付办法等主要交易条件一一列明。

(3)标明经受盘人接受发盘人即受约束的意思。必须表明发盘人对其发盘一旦被受盘人接受即受约束的意思。发盘时订立合同的建议,这个意思应当体现在发盘之中,如发盘人只是就某些交易条件建议同对方进行磋商,而根本没有受其建议约束的意思,则此项建议不能被认为是发盘。例如,发盘人在其提出的订约建议中加注诸如“仅供参考(for reference)”、“须以发盘人的最后确认为准”或其他保留条件,这样的订约建议就不是发盘,而只是邀请对方发盘。

在此需要指出,我国合同法对发盘及构成要件的规定同上述《公约》的规定与解释基本上是一致的。我国合同法第14条规定:要约是希望和他人订立合同的意思表示,该意思表示应当符合下列规定:内容具体确定;表明经受要约人承诺,要约人即受该意思表示约束。

2. 发盘的有效期

在通常情况下,发盘都具体规定一个有效期,作为对方表示接受的时间限制,超过发盘规定的时限,发盘人即不受约束,当发盘未具体列明有效期时,受盘人应在合理时间内接受才能有效。何谓“合理时间”,需根据具体情况而定。根据《联合国国际货物销售合同公约》的规定,采用口头发盘时,除发盘人发盘时另有声明外,受盘人只能当场表示接受,方为有效。

采用函电成交时,发盘人一般都明确规定发盘的有效期,其规定方法有以下几种:

(1)规定最迟接受的期限。例如,限6月6日复,或限6月6日复到此地。当规定限6月6日复时,“按有些国家的法律解释,受盘人只要在当地时间6月6日24点以前将表示接受的通知投邮或向电报局交发即可。但在国际贸易中,由于交易双方所在地的时间大多存在差异,所以发盘人往往采取以接受通知送达发盘人为准的规定方法。”按此规定,受盘人的接受通知不得迟于6月6日内送达发盘人。

(2)规定一段接受的期限。例如,发盘有效期为6天,或发盘限8天内复。采取此类规定方法,其期限的计算,“按《联合国国际货物销售合同公约》规定,这个期限应从电报交发时刻或信上载明的发信日期起算。如信上未载明发信日期,则从信封所载日期起算。采用电话、电传发盘时,则从发盘送达受盘人时起算。如果由于时限的最后一天在发盘人营业地是正式假日或非营业日,则应顺延至下一个营业日。”

3. 发盘生效的时间

发盘生效的时间有各种不同的情况:以口头方式作出的发盘,其法律效力自对方了解发盘内容时生效;以书面形式作出的发盘,关于其生效时间,主要有两种不同的观点与做法。一是发信主义,即认为发盘人将发盘发出的同时,发盘就生效;另一种是受信主义,又称到达主义,即认为发盘必须到达受盘人时才生效。我国执行受信主义做法。

4. 发盘的撤回与撤销

(1)发盘的撤回。英美法认为:发盘原则上对发盘人没有约束力,发盘人在受盘人对发盘表示接受之前的任何时候,都可撤回发盘或变更其内容。

大陆法认为:发盘对发盘人有约束力。如《德国民法典》规定,除非发盘人在发盘中表明发盘人不受发盘的约束,否则发盘人就要受到发盘的约束。

《公约》认为:一项发盘(包括注明不可撤销的发盘),只要在其尚未生效以前,都是可以修改或撤回的。

(2)发盘的撤销。英美法认为:在受盘人表示接受之前,即使发盘中规定了有效期,发盘人也可以随时予以撤销。

大陆法认为:发盘人原则上应受发盘的约束,不得随意将其发盘撤销。

《公约》认为:在发盘已送达受盘人,即发盘已经生效,但受盘人尚未表示接受之前这一段时间内,只要发盘人及时将撤销通知送达受盘人,仍可将其发盘撤销。

5. 发盘效力的终止

(1)在发盘规定的有效期内未被接受,或虽未规定有效期,但在合理时间内未被接受,则发盘的效力即告终止。

(2) 发盘被发盘人依法撤销。

(3) 被受盘人拒绝或还盘之后,即拒绝或还盘通知送达发盘人时,发盘的效力即告终止。

(4) 发盘人发盘之后,发生了不可抗力事件,如所在国政府对发盘中的商品或所需外汇发布禁令等。在这种情况下,按出现不可抗力可免除责任的一般原则,发盘的效力即告终止。

(5) 发盘人或受盘人在发盘被接受前丧失行为能力,则该发盘的效力也可终止。

(三) 还盘

对方还盘(counter - offer):

Hi Davis,

Good day.

Is the price for Top Dyed on Cone yarns USD10.75/LB, Ok?

还盘又称还价,在法律上称为反要约。

(1) 受盘人的答复如果在实质上变更了发盘条件,就构成对发盘的拒绝,其法律后果是否定了原发盘,原发盘即告失效,原发盘人就不再受其约束。

(2) 对发盘表示有条件的接受,也是还盘的一种形式。

(四) 接受

我方成本核算后,进口方给出的价格在我方可承受范围之内,于是接受(acceptance)。

Dear Davis,

After checking with my boss, the price for Top Dyed on Cone yarns USD10.75/LB is our bottom and best price. Please give us order soon.

1. 接受的含义

接受在法律上称为承诺,它是指受盘人在发盘规定的时限内,以声明或行为表示同意发盘提出的各项条件。可见,接受的实质是对发盘表示同意。

2. 构成接受的要件

(1) 接受必须由受盘人作出。

(2) 接受必须是同意发盘所提出的交易条件。

(3) 接受必须在发盘规定的时效期内作出。

(4) 接受通知的传递方式应符合发盘的要求。

3. 接受生效的时间

英美法:采用“投邮生效”的原则,即接受通知一经投邮或交电报局发出,则立即生效。

大陆法:采用“到达生效”的原则,即接受通知必须送达发盘人时才能生效。

《公约》:规定接受送达发盘人时生效。如接受通知未在发盘规定的时限内送达发盘人,或者发盘没有规定时限,且在合理时间内未曾送达发盘人,则该项接受称作逾期接受。按各国法律规定逾期接受不是有效的接受。

4. 逾期接受

逾期接受又称迟到的接受。虽然各国法律一般认为逾期接受无效,它只能视作一个新的发盘,但《公约》对这个问题作了灵活的处理。

(1) 只要发盘人毫不迟延地用口头或书面通知受盘人,认为该项逾期的接受可以有效,愿意承担逾期接受的约束,合同仍可于接受通知送达受盘人时订立。

(2) 如果发盘人对逾期的接受表示拒绝或不立即向发盘人发出上述通知,则该项逾期的接受无效,合同不能成立。

(3) 如果载有逾期接受的信件或其他书面文件显示,依照当时寄发情况,只要传递正常,它本来是能够及时送达发盘人的,则此项逾期的接受应当有效,合同于接受通知送达发盘人时订立。除非发盘人毫不延迟地用口头或书面通知受盘人,认为其发盘因逾期接受而失效。以上表明,逾期接受是否有效,关键要看发盘人如何表态。

5. 接受、撤回或修改

《公约》采取了大陆法“送达生效”的原则。如果撤回通知于接受原发盘应生效之前或同时送达发盘人,接受得予撤回。

进口方随后传来了合同,表示接受。

子项目二 签订、阅读理解纺织品外贸合同

● 本项目知识点 ●

1. 书面合同名称的五种表达方法。
2. 纺织品合同必需的几项基本条款内容。
3. FOB、CFR、CIF、FCA、CPT、CIP 六种贸易术语的含义、用法及买卖双方的责任和义务。
4. 纺织品品质的表示方法。
5. 纺织品数量中溢短装条款。
6. 纺织品常用包装方法及唛头条款。
7. 纺织品合同中运输条款的表示方法及运输条款的含义。
8. 纺织品合同中三种付款方式的优缺点。

任务引领: 阅读并理解下面的纺织品外贸合同一, 指出合同的类型, 合同基本内容应包括哪些条款?

纺织品外贸合同一

Purchase Order

To: AAA SUCCESS CO. LTD. Date: JUNE. 7, 2010
Attn: MR. NICOLE From: MR. SONG
P. O No. : DE20100527 - 3

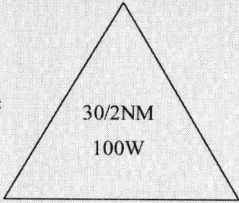
33.3 × 2tex (30/2NM) 100% SUPER FINE WOOL 18.5 MICRON TOP DIED on CONE (T. D. C) FROM SEMI - WORSTED

Color	Quantity
M/NAVY	110.0 KGS
M/BROWN	380.0 KGS
M/D/NAVY	154.0 KGS
M/D/NAVY	177.0 KGS
TOTAL	821.0 KGS

Unit Price: USD 10.75/LB CIF INCHON
Payment Term: T/T

Destination:	INCHON, KOREA
Delivery:	Before JULY. 7, 2010
Buyer:	DOER

SHIPPING MARK:



30/2NM
100W

C/NO. 1/up

REMARKS: (O) PLEASE FAX OFFICIAL SALES CONTRACT AND MAIL THE ORIGINAL WITHIN A DAY FOR ARRANGE PAYMENT.

(O) IF THERE ANY QUESTION REGARDING THIS PURCHASE ORDER PLEASE FEEL FREE TO CONTACT OUR SALESMAN

(O) 3% MORE OR LESS IN QUANTITY ARE ACCEPTANCE.

() PARTIAL SHIPMENT ALLOWED.

(O) AZO FREE.

() OTHER.

PLS. USE OUR MAKING KNOT (JIETOU)

All cones must be around 1kg

All cones must have tail yarn and plastic bag

All cone must have cone label only English

All carton must be around 50LB/Carton

Composition must be the same as mentioned on P. O

卖方: _____ 买方: _____

任务一 认识合同的形式和基本内容

一、认识合同的形式

合同的形式是合同当事人内在意思的外在表现形式。在国际贸易中,交易双方订立合同有下列几种形式:

1. 书面形式

书面形式包括合同书、信件以及数据电文(如电报、电传、传真、电子数据交换和电子邮件)等可以有形地表现所载内容的形式。采用书面形式订立的合同,既可以作为合同成立的证据,也可以作为履行合同的依据,还有利于加强合同当事人的责任心,使其依约行事,即使履约中发生纠纷,也便于举证和分清责任,故书面合同成为合同的一种主要形式。鉴于采用书面形式订立合同有许多好处,故有些国家的法律或行政法规甚至明文规定必须采用书面形式。

2. 口头形式

采用口头形式订立的合同,又称口头合同或对话合同,即指当事人之间通过当面谈判或通过电话方式达成协议而订立的合同。采用口头形式订立合同,有利于节省时间、简便行事,对加速成交起着重要作用。但是,因无文字依据,空口无凭,一旦发生争议,往往造成举证困难,不易分清责任。这是导致有些国家的法律、行政法规强调必须采取书面合同的最主要的原因。

3. 其他形式

这是指上述两种形式之外的订立合同的形式,即以行为方式表示接受而订立的合同。例如,根据当事人之间长期交往中形成的习惯做法,或发盘人在发盘中已经表明受盘人无须发出接受通知,可直接以行为作出接受而订立的合同,均属此种形式。

上述订立合同的三种形式,从总体上来看,都是合同的法定形式,因而均具有相同的法律效力,当事人可根据需要,酌情作出选择。根据我国合同法第10条规定:“当事人订立合同,有书面形式、口头形式和其他形式。法律、行政法规规定采用书面形式的,应当采用书面形式。当事人约定采用书面形式的,应当采用书面形式。”由此可见,当事人签订合同时,究竟采用什么形式,应根据有关法律、行政法规的规定和当事人双方的意愿行事,在我国,以书面合同为主。

根据国际贸易的一般习惯做法,交易双方通过口头或书面形式达成协议后,多数情况下还签订一定格式的书面合同,以利合同的履行。关于书面合同的名称,并无统一规定,其格式的繁简也不一致。在我国进出口贸易实践中,书面合同的形式包括合同(Contract)、协议书(Agreement)。进口人制作的合同通常称购货合同(Purchase Order, P/O)、购买确认书(Purchase Confirmation),如纺织品外贸合同一即为购货合同;出口人制作的合同通常称为销售确认书(Sales Confirmation, S/C)或销售合同等。

形式发票(Proforma Invoice, P/I)是一种非正式发票,是卖方对潜在的买方报价的一种形式。买方常常需要形式发票,以作为申请进口和批准外汇之用,在没有正式合同时它即是合同。

在我国对外贸易业务中,合同或确认书通常一式两份,由双方合法代表分别签字后各执一份,作为合同订立的证据和履行合同的依据。

二、认识合同的基本内容(见纺织品外贸合同一)

书面合同不论采取何种格式,其基本内容通常包括约首、约尾和基本条款三个组成部分。

(1)约首部分一般包括合同名称、合同编号、缔约双方名称和地址、电报挂号、电传号码等内容。合同一的约首部分为:

Purchase Order

To:	YARN AAAA	Date:	JULY. 7, 2011
Attn:	MR. NICOLE	From:	MR. SONG
P. O No. :	DE20090724 - 3		

(2)基本条款。这是合同的主体,常用的纺织品合同基本条款一般包括品名条款(包括纺