

国际经济惯例

INTERNATIONAL ECONOMIC CUSTOMS AND PRACTICE



王孟华 全承相 主编

东南大学出版社出版

参加编写人员

邱志忠	邓 薇	全承相
李国家	熊连庆	殷国文
杨新荣	吴新琼	黄剑平
卿立新	钟稳强	王雪芳
陈志莲	刘建琼	张佑林
王孟华	肖国平	邓真惠
唐跃飞	刘光洪	何耀龙

目 录

绪论 按国际经济惯例办事	(1)
第一章 国际工商行政管理惯例	(1)
一 企业登记管理	(1)
二 商标管理	(3)
三 广告管理	(13)
第二章 国际投资惯例	(17)
一 投资方式	(17)
二 投资场所选择	(25)
三 投资管制、保护和鼓励	(31)
第三章 国际金融惯例	(39)
一 金融机构	(39)
二 信贷交易	(41)
三 证券交易	(44)
四 外汇交易	(53)
第四章 国际货物贸易方式惯例	(58)
一 出口贸易和进口贸易	(58)
二 协定贸易	(62)
三 反向贸易	(64)
四 加工装配贸易	(66)
五 包销与代销	(68)
六 寄销、展销、拍卖	(71)
七 商品交易所交易	(73)
第五章 国际货物贸易合同惯例(一)	(75)

一	国际货物贸易合同	(75)
二	标的物条款	(76)
三	价格条款	(81)
第六章	国际货物贸易合同惯例(二)	(95)
一	装运条款	(95)
二	保险条款	(106)
第七章	国际货物贸易合同惯例(三)	(112)
一	支付条款	(112)
二	检验条款	(118)
三	索赔条款	(122)
第八章	国际贸易管理惯例	(129)
一	对外贸易机构的设置和职能	(129)
二	交货的共同条件	(131)
三	进口管理	(134)
四	出口管理	(140)
第九章	国际技术贸易惯例	(146)
一	技术贸易内容和形式	(146)
二	技术贸易过程	(149)
三	技术贸易管制	(161)
第十章	国际劳务贸易惯例	(165)
一	“三来一补”	(165)
二	工程承包	(168)
三	国际招标与投标	(174)
四	国际劳务人员待遇	(181)
第十一章	企业管理惯例	(182)
一	组织形式	(182)
二	生产计划	(189)

三 经营决策·····	(192)
四 企业劳动人事管理·····	(196)
五 企业内部工资管理·····	(199)
第十二章 企业国际营销惯例·····	(204)
一 企业国际营销公认原则和一般任务·····	(204)
二 国际市场开拓·····	(206)
三 国际市场产品·····	(209)
四 国际市场分销·····	(214)
五 国际市场促销·····	(217)
六 国际市场定价·····	(221)
第十三章 国际经济特区惯例·····	(227)
一 世界经济特区的发展历史·····	(227)
二 世界经济特区的基本类型·····	(231)
三 世界经济特区的建立与管理·····	(236)
第十四章 国际税收惯例·····	(243)
一 世界各国税制及发展趋势·····	(243)
二 涉外税收·····	(249)
三 关税·····	(258)
第十五章 国际会计惯例·····	(265)
一 公认的会计原则·····	(265)
二 记帐原理和会计循环·····	(267)
三 现金与有价证券·····	(269)
四 股票的会计处理·····	(270)
五 应收帐款和应收票据·····	(273)
六 存货·····	(277)
七 长期资产·····	(279)
八 流动负债和长期负债·····	(281)

九 财务报表.....	(283)
第十六章 国际经济仲裁与诉讼.....	(287)
一 国际经济仲裁.....	(287)
二 国际经济诉讼.....	(298)



国际工商行政管理惯例

一、企业登记管理

法国。法国的登记机关为商业登记局。全国性的商业登记机关称为国家商业登记局，隶属于国家工业产权局。地方性的商业登记机关称为地方商业登记局，隶属于各地商法院。法人登记都在所在地的地方商业登记局进行，一般不越级登记，然后把登记材料汇总到国家商业登记局。商业登记局是经济管理职能机构，而非政府机构，故其经济上独立核算，自负盈亏。然而，商业登记局又担负国家行政管理的一部分职能，对登记的企业具有监督管理职权。对违反规定不进行登记的企业的负责人，法院可以判处罚款或监禁。

瑞士。瑞士的企业登记机关为州商业登记局和联邦司法警察部下设的商业登记科。一般情况下，一个州的商业登记局不止一个，所以，瑞士有近百个州立的商业登记局。商业登记局一般下设登记处、法律处、管理处，另设信息组和秘书组。瑞士联邦司法警察部下设 10 个司，其中法律司下设 6 个处，商业登记科在其司法处之下。商业登记科的职能是核准各州商业登记局报

上来的各类登记材料。核准后即在全国性报刊上发布公告,该企业即宣告成立。

原联邦德国。原联邦德国的商业登记处设在各地区的初级法院之内。联邦德国的法院系统分为专业法院与普通法院。普通法院按照不同的等级分为:联邦法院、州高级法院、州法院和州初级法院。商业登记处便设在普通法院的州初级法院之中。

从世界范围看,许多国家的企业登记机构均相对集中,便于从宏观上管理和控制。例如美国和澳大利亚的企业登记机关集中在州一级;台湾集中在经济部;泰国集中在商务部;日本集中在地方法院;新加坡是经济发展局;香港是总督府的注册所。

国外许多国家的企业登记机关在管理中均采用现代化的管理手段,并排斥行政干预,坚持依法管理。同时大部分登记机关都对社会提供有偿的咨询服务。大多数登记机关都有自己的报纸或杂志。例如:英国经贸部企业登记注册局有1000多人,其中五分之四的人员主要是利用现代化手段处理企业的档案资料 and 有关材料,并输入电脑用于咨询服务。该局一年接受咨询达250万人次之多。

1、企业登记

由于政治、社会经济和法律制度的不同,世界各国企业法人的登记主管机关不同,企业法人的设立审批程序也有所不同。一般而言,以市场经济为主的国家,往往强调企业的自主地位,允许企业直接向登记主管机关申请法人登记,通常没有设立审批程序。(但外商投资企业例外。)以计划经济为主的国家,往往强调国家的管理职能,希望企业在向登记主管机关申请法人登记之前受到规划或得到许可,因而通常设立审批程序。

以市场经济为主的国家的企业登记机关及其登记方式有如

下特点:

(1)一般采取直接登记制度,即申办者不需通过任何中间环节,直接向企业登记部门申请登记。所有企业登记机关均依法办理企业的登记注册手续。

(2)企业登记部门在申办者申请企业登记注册时,一般不对经营范围做重点审查批示,其审查的重点主要是两个:①企业名称;②企业注册资金。其特别对有限公司规定:注册资金必须在全部到位后,方可提出申请办理注册登记。

(3)企业需在登记机关登记注册后方可从事经营活动。一般的企业登记部门在申办者报送申报材料后均规定了给予批复的期限。(英国为6—8天,美国为10—15天)若在规定的期限内不给答复,则被认为表示认可,申办者随即开始经营活动。

(4)任何企业均需主动地向企业登记机关汇报上年经营活动情况,并同时递交延长经营时间的申请,登记机关据企业经营状况发给有限的继续营业执照或注销某些难以为继的企业。

二、商标管理

1、外国商标管理机构简介

一般国家的商标管理机构均归入政府的不同部门管理。如:美国联邦专利商标局、英国专利局隶属于商务部;原联邦德国专利局、瑞士知识产权局等隶属于司法部;法国工业产权局、澳大利亚专利商标局隶属于工业部;日本特许厅归通产省管理。外国商标管理一般很少有地方机构,即便有亦独立设置,不受地方政府管辖。许多国家除设有官方商标管理机构外,还有相当权威的民间商标机构。民间商标机构与官方机构结合在一起发挥作用。

一般国家的商标管理机构的主要职能是商标注册,一般只受理商标注册的申请、审查、异议、注册等有关注册事项,而不具有其他行政管理职能。当商标权受到侵害时,商标权拥有者需通过法律求得保护。

2、外国商标注册及管理制度

(1)商标权的取得原则

①注册在先原则

根据商标法律制度,经过申请、审查、核准注册等一系列法律程序,即可产生商标权。商标权属于在先申请人,即使是首先使用人也不能取得商标权。实行注册在先原则一般不考虑商标是否使用或其他因素,只要符合法律规定即予注册。目前,多数国家均使用此原则。

②混合原则。在商标法作为专门法规诞生以前,英美等国依照普通法对在先使用人予以保护,通过首先使用即可产生商标权。虽然这种原则在今天的国际贸易中已失去实际意义,但依然存在。英美等国成文商标法颁布后,也建立起商标注册制度,因此通过使用和注册都可获得商标权。两种原则并存,称其为混合原则,而一般说来,注册商标的保护强于未注册商标。这是英法系国家实行的制度。

(2)外国商标注册条件

①申请人的条件。

各国商标法一般均规定,任何自然人和法人都可申请商标注册,谋求法律保护。如美国的商标法就规定:国内的个人、公司、商号或社会团体均可申请注册。对非本国国民和企业的商标注册,各国的规定不尽相同,但基本上都体现了“国民待遇原则”。

②商标应具备的条件

A、商标构成要素。一般平面上的各种文字、图形、印花、数字、字母组合都可以申请商标注册。有些国家还接受立体商标、音响商标的注册申请。如匈牙利商标法第二条规定：商标可使用文字、数字、图形、各种颜色、平面或立体的图案、视听标志或者这些要素的组合。

B、禁用标记。各国商标法都规定了一些禁止作为商标使用的文字或图形，其主要的內容如下

[1]同本国或外国的国旗、国徽、军旗、军徽、勋章及其他官方标记相同或近似的；

[2]同政府间国际组织的旗帜、徽章、名称相同或近似的；

[3]同“红十字”、“红新月”标志相同或近似的；

[4]直接表示商品本身的通用名称和图形的；

[5]地理名称或图形；

[6]表示商品的原料、功能、用途、质量等特点的名称或图形；

[7]未经许可使用他人的姓名、肖像和企业名称的；

[8]违反道德或公共秩序的文字或图形；

[9]伤害宗教感情的标记；

[10]含有诽谤性的文字或图形。

除上述内容外，各国还根据本国特点规定了其他一些不得作为商标使用的标记。

C、商标的显著性。显著性在多数国家都是一个重要条件。判断商标显著性的标准不尽相同，比较严格的是英国和美国。英国和美国的商标注册实行两部制。英国商标注册簿分为A部和B部，美国则称为主簿和副簿，其规定大体相同。英国的A部和美国的主簿对注册的商标要求很严，尤其表现在商标的显著性

上。

(3)外国商标注册程序

①商标注册的申请。本国的自然人和法人都具有申请资格。对于外国人，一般要求由在该国有营业场所或者住所的代理人代理。申请人应向商标注册机关提交书面申请书，写明申请人的名称、地址、国籍，说明商标使用的商品所属类别和商品名称；提交商标图样或印板，并按规定缴纳费用。委托代理人的需提交委托书。根据巴黎公约取得优先权的外国注册申请人，应按规定提交有关证明文件。

②商标注册的审查。审查大体分为不完全审查和完全审查两种制度。不完全审查制度即只进行形式审查，不进行实质审查的制度。也即商标注册机关只审查申请手续是否完备，商品分类准确与否等。法国及效法法国商标法的国家实行这种制度。完全审查制度则是在形式审查通过后，就实质要件继续审查，其审查的主要内容是：一是商标是否具有显著性；二是商标是否违反禁用条款；三是申请注册的商标是否与在先注册的商标相同或相近似。巴黎公约成员国还要审查该项申请是否与他人享有“优先权”的商标相混同。世界上大多数国家实行这种制度。

③异议。异议给予所有利害关系人反对他人商标注册的机会，维护在先权利；也是商标主管机关接受公众监督的机会。许多国家法律规定：自商标主管机关发布公告之日起，在限定的期限内，异议人可向有关机关提出书面异议裁定申请。异议期限各国不同，英、美等国为一个月；日本等国为2个月；德国等国为3个月。

④注册。申请获准注册可概括为三种形式：

A、注册公告。商标主管机关对申请人审查符合条件的，即予注册公告；对不符合规定的，予以驳回；注册之后产生异议的，

由当事人诉诸法院,商标局执行法院的裁决。法国、意大利、摩洛哥、卢森堡等国实行这种形式。

B、一次注册公告。商标主管机关经审查后,认为条件齐备者即予注册公告。注册公告后,其他人可以在一个月内提出异议,请求撤销。美国实行这种形式。

C、二次注册公告。商标主管机关在审查完毕后,先做出初步审定并予公告。公告之后的1—3个月内他人可以提出异议,无异议或经裁定异议不能成立的,予以核准注册,并再次发布注册公告。

(4)注册商标的有效期限、续展和终止

①注册商标的有效期限。商标一经注册,商标注册人即享有专用权,自注册之日起,在注册有效期内受法律保护。注册商标有效期的长短因国而异,一般为10到20年。注册商标有效期为10年的有日本、法国、丹麦、瑞典以及多数中东地区国家和南美洲国家等50多个国家;有效期为15年的有加拿大、伊拉克、叙利亚等十几个国家;有效期为20年的有美国、瑞士、西班牙等十个国家;英国及一些英联邦国家有效期为7年;秘鲁有效期为5年;扎伊尔、布隆迪、卢旺达等国家为无限有效期。

②注册商标的续展。许多国家规定了商标续展注册制度。商标注册人在规定的期限,一般是在6个月内向商标主管机关提出书面申请,只要不违反法定的条件和程序,一般均可获准续展注册。如果注册人在其注册商标有效期届满后,仍未申请续展注册,通常还可在3个月到6个月的宽展期内提出申请。续展注册费用高于初次注册费用,续展注册的有效期一般与商标注册有效期完全一致,但也有些国家规定续展注册有效期长于原注册有效期。

③注册商标的终止。注册商标专用权因自动放弃或因商标

主管机关的撤销而终止。注册商标在下列情况下将丧失其商标权：

[1]注册商标有效期届满后，未按规定及时提出续展注册申请或申请未获准的；

[2]注册商标在贸易活动中已退化为商品的通用名称的；

[3]商标注册人自动放弃其商标权的；

[4]注册商标连续几年未在贸易活动中使用的；

[5]商标注册人擅自改变注册商标图样的；

[6]商标注册人擅自转让其注册商标的；

[7]商标所标示的商品质量严重下降的；

[8]商标注册人停业或倒闭的。

在实行注册原则的国家，注册商标因上述情形而终止，其商标权完全丧失；在实行混合原则的国家，注册商标因某种原因被商标主管机关依据商标法撤销后，该商标所有人依普通法建立的在先使用权仍然有效，可继续得到普通法的保护。

(5) 商标权的利用与限制

① 商标权的利用。

[1]注册商标的转让。注册商标的转让与继承，是商标专用权转移的两种形式。商标信誉与经营者的信誉联系在一起，因此商标的转让，实质上是商标信誉、企业信誉的转让。在早期的商标转让中，商标一般必须连同企业一并转让，目前，因商标价值日益具有独立性，所以，许多国家已不再强调一并转让。商标权转让的基本前提是受让人应有能力保证商品质量，保持商标信誉，转让行为不得造成欺骗性后果，否则，商标主管部门不予批准。转让注册商标的，均必须经过商标主管机关批准后方能生效。商标权通过遗嘱继承，法定继承也可转让，这种转让受民法，继承法保护。

[2]商标使用许可。商标使用许可是商标专用权的扩大或延伸。商标使用许可分为两种形式：许可(Licensing)与特许(Franchising)。许可又称一般使用许可，是商标使用许可的主要形式。商标所有人同时与几个被许可人订立合同，几个被许可人同时享有对该商标的一般使用权。一般使用权不具有排他性，被许可人往往无权直接对商标侵权行为起诉。特许一般必须签订特许合同，特许合同包含四项主要内容：①授权被特许人在商业活动中使用特许人的商标、商号及有关版权；②被特许人的经营活动在一定程序上受特许人的控制；③被特许人的经营活动要受到特许人的协助；④被特许人向特许人交付使用费及其计算方法。特许之下，被许可人可行使禁止权，直接对抗商标侵权行为。

②商标权的限制。商标权人行使其权利时，往往受到一些限制，主要是禁止权受到了限制，实行混合原则的国家，通过商标的使用或注册都可获得商标权，但商标注册人无权阻止在先使用人在原使用的范围内继续使用，这时，商标注册人的权利受到了限制。

商标权穷竭原则已为许多国家接受。通常商品投入市场后，商标权人便无权干涉商人怎样经销这些商品，无权靠商标控制商品的流通。若这种商品出口以后，商人又以较低的价格再进口到本国返销(平引进口)，即使以低于国内的价格出售，商标权所有人也无权阻止。在这种情况下其商标权就“穷竭”了。

(6)商标侵权行为及制裁。

①商标侵权行为。几乎所有的国家对在相同或类似的商品上使用与他人注册商标相同或者近似的商标，都从法律规定上认定为商标侵权行为。认定是否商标侵权行为，一般以能否使购买者误认为原则，如果已造成欺骗性后果，购买者误认了，就认定为商标侵权行为；反之则不认定其有商标侵权行为。

各国对商标侵权行为的规定大同小异,以美国为例,其将商标侵权行为概括为两种行为:一是在商品或商品经营上(如销售、经销、批发或广告等)复制、伪造、抄袭、仿冒他人已注册商标,可能引起混淆、误认或者欺骗的;二是在经营活动中复制、伪造、抄袭、仿冒他人注册商标,并用于标签、符号、印刷、包装,容器或广告上,可能引起混淆、误认或者欺骗的。

②对商标侵权行为的制裁

[1]民事赔偿。民事赔偿是世界各国对商标侵权行为处理的最普遍的形式。按照民事诉讼程序,受害人可请求法院禁止侵权行为,并要求赔偿损失。如果行为人无意侵犯他人商标权,但却使用了与他人注册商标相混同的商标,一般只负担民事赔偿责任。根据商标属于无形财产的特点,很多国家规定:无论有意还是无意的侵权行为。侵权人都必须在官方的商标公报上其他公开的刊物上,自费刊登法院的裁定,以此作为民事可赔偿的一项附加内容。有些国家规定(如美国):受害人要求赔偿经济损失的,赔额既可按侵权人因商标侵权而获得的利润算,也可按被侵权人受到的损失计算。估算损失时,法院根据案情,可做出高于实际损失的裁决,但数额不得超过3倍。

[2]行政处罚。商标主管机关依据有关法律规定,对商标侵权行为进行处罚,行政处罚主要是针对有损于他人注册商标的注册行为宣布无效。许多国家不采用行政手段处罚商标侵权行为。

[3]刑事制裁。许多国家法律规定对情节严重的商标侵权行为施以刑事制裁,适用于刑事处罚的必须是故意的侵权行为。被侵权人可向法院起诉,检察院也可提起公诉。法院根据案情,除责令侵权人赔偿损失外,还可并处或单处侵权人刑事罚金、拘役、监禁等刑事制裁。日本的商标法对商标侵权罪单处或并处5

年以下有期徒刑或 50 万日元以下罚金。法国则处以 500 至 15000 法郎的罚金。并处 3 个月至 3 年的监禁。

3、关于保护商标权的国际条约

(1)世界知识产权组织(WIPO)是根据 1967 年 7 月 14 日在斯德哥尔摩签订的“建立世界知识产权组织公约”而成立的。该公约于 1970 年生效。WIPO 总部设在日内瓦,1974 年 12 月成立为联合国下属的一个专门机构。世界知识产权组织将知识产权分为主要的两大类:①工业产权,主要是在发明、商标、工业品外观设计与原产地名称方面的产权;②版权,主要是在文字、音乐、艺术、摄影以及电影摄影等作品方面的产权。WIPO 作为联合国的一个专门机构,其主要任务是按照其基本章程、其所管辖的条约及协定,在联合国及其机构以及联合国系统的其他机构的权限范围内,采取适当行动,特别是促进创造性智力活动,促进向发展中国家转让与工业产权有关的技术,以加速经济、社会和文化的发展。WIPO 成员国到 1990 年 1 月止,已达 126 个国家。我国于 1980 年加入 WIPO,在工业产权方面的国际事务中开始发挥作用。

(2)《巴黎公约》。保护工业产权巴黎公约(简称《巴黎公约》),是国际间最早签订的工业产权条约,也是后来的关于工业产权方面的条约、协定的基础,是工业产权领域中最为重要的、影响最大的公约。它于 1883 年 3 月 20 日在巴黎签定,1884 年生效,先后经过 6 次修订,最近的一次修订是在 1967 年于斯德哥尔摩完成的。

《巴黎公约》的主要内容:

①对工业产权做了广义的定义,其包括八项内容:[1]专利;[2]商标;[3]服务商标;[4]实用新型;[5]外观设计;[6]商号;