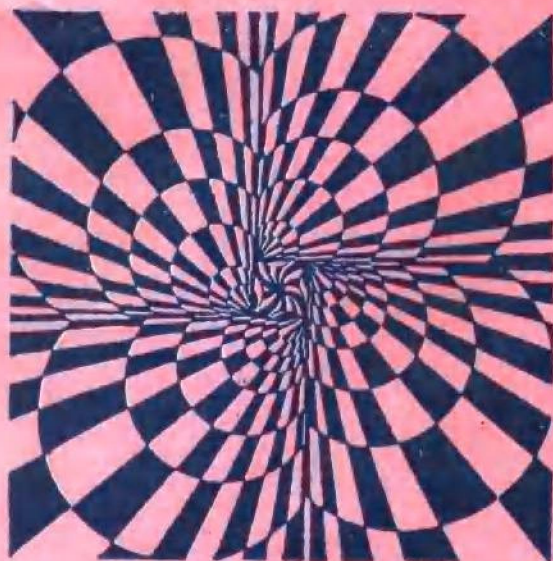


税制金融改革业务丛书

企业涉外业务指南

税制金融改革业务丛书编写组编

海洋出版社



内 容 提 要

我国各类企业已和国际市场紧紧地联在了一起,为此我们组织对外贸易部、经贸大学等有关单位的专家学者编写了本书。

本书详细介绍了对外谈判、国际广告、国际市场营销、外贸贷款、进口商品检验、出口单证、国际购销合同、国际市场定价策略等内容。

本书适于各类企业经销人员,管理人员、经贸部门、外汇银行等单位的人员阅读。

(京)新登字087号

税制金融改革业务丛书

企业涉外业务指南

税制金融改革业务丛书编写组 编

*

海洋出版社出版(北京市复兴门外大街1号)

全国各地新华书店经销 北京市燕山联营印刷厂印刷

开本: 787×1092 1/32 印张: 16 字数: 350千字

1994年5月第一版 1994年5月第一次印刷

印数: 1—5000

*

ISBN 7-5027-3985-8/F·335 定价: 11.00元

前 言

随着经济体制改革的深入，我国各类企业走向国际市场的步伐也越来越大，企业涉外业务越来越多，为了适应这形势的需要，我们组织对外贸易部，经贸大学等有关单位的专家编写了本书。

本书详细介绍了国际商务谈判、国际广告、国际市场进入策略、国际市场竞争策略，企业外汇交易、出口货物合同、出口支付形式、出口单证、商品检验有关内容。

本书由张亚民任主编、参加编写的人员有：赵何伟、刘再勇、王海风、刘玲、乔志远、韩晓桦、史文明、田再道、钱正农、高自强、朴一叶、杨国坚、薛国民、张晓春、刘夫、梁拓、付海东等。

本书在编写过程中参阅了有关方面的文献，并受到许多外贸实际工作者的指点，在此一并致谢。

由于时间和水平所限，本书不足之处在所难免，望各位读者批评指正。

作 者

1994年元月

目 录

第一章 国际商务谈判业务

第一节	国际货物买卖业务的谈判.....	(1)
第二节	国内货物买卖业务的谈判.....	(12)
第三节	对外加工装配业务谈判的主要内容.....	(18)
第四节	技术贸易谈判的主要内容.....	(24)
第五节	工程承包谈判的主要内容.....	(39)
第六节	租赁业务谈判的主要内容.....	(48)
第七节	合资经营谈判的主要内容.....	(55)
第八节	合作经营谈判的主要内容.....	(65)

第二章 国际广告业务

第一节	国际市场调查内容.....	(69)
第二节	国际市场调查方法.....	(75)
第三节	广告决策.....	(78)
第四节	广告创作和客户监督.....	(83)

第三章 国际市场进入战略

第一节	国际市场细分.....	(95)
第二节	进入战略分析与选择.....	(104)
第三节	进入国际市场的方式.....	(118)

第四章 市场竞争策略

第一节	竞争环境分析.....	(128)
第二节	竞争对手分析.....	(137)

第三节	竞争优势策略·····	(139)
第四节	竞争地位策略·····	(141)
第五节	合作营销策略·····	(149)
第六节	影响竞争策略选择的非市场因素·····	(153)
第五章 外贸外汇贷款		
第一节	外贸贷款的对象、种类与方法·····	(155)
第二节	外贸贷款的业务处理手续·····	(162)
第三节	外汇贷款的一般规定·····	(176)
第四节	现汇贷款的业务处理·····	(182)
第五节	特种外汇贷款·····	(205)
第六章 企业外汇交易实务		
第一节	外汇交易基本知识·····	(212)
第二节	外汇交易业务·····	(227)
第三节	外汇市场·····	(258)
第四节	外汇交易的操作·····	(274)
第五节	影响汇率走势的基本因素·····	(287)
第七章 国际货物销售合同		
第一节	基本合同·····	(306)
第二节	法律规范及法律适用·····	(307)
第三节	有效成立的条件·····	(311)
第四节	基本内容·····	(313)
第五节	出口业务程序·····	(317)
第八章 出口支付方式		
第一节	汇付·····	(325)
第二节	外币现钞·····	(326)
第三节	信用卡·····	(327)

第四节	凭单付汇.....	(328)
第五节	托收.....	(329)
第六节	信用证.....	(333)
第七节	银行保证书.....	(346)
第八节	国际贸易证书.....	(349)
第九节	各种支付方式的综合运用.....	(354)

第九章 对等贸易

第一节	对等贸易的形式.....	(358)
第二节	对等贸易的多样性.....	(360)
第三节	对等贸易的产生和发展.....	(363)
第四节	对等贸易的国家管理.....	(365)

第十章 出口单证

第一节	资金单证——票据.....	(367)
第二节	运输单证.....	(379)
第三节	商业发票和包装单.....	(397)
第四节	海关发票.....	(402)
第五节	保险单据.....	(407)
第六节	产地证明书.....	(411)
第七节	商品检验证书.....	(417)
第八节	出口许可证.....	(420)
第九节	其他附属单证.....	(423)
第十节	无证托收单据.....	(427)
第十一节	出口单证流程和操作.....	(433)

第十一章 商品检验

第一节	进口商品检验.....	(453)
第二节	出口商品检验.....	(457)

第十二章 国际市场产品定价策略

第一节	国际市场营销产品定价的意义与程序·····(467)
第二节	影响国际市场营销产品定价的因素·····(470)
第三节	国际市场营销产品定价的目标·····(479)
第四节	国际市场营销产品定价的方法·····(482)
第五节	国际市场营销产品定价的策略·····(490)
第六节	国际转移定价·····(497)

第一章 国际商务谈判业务

第一节 国际货物买卖业务的谈判

一、概述

国际货物买卖业务，在我国通常称为国际贸易业务或进出口业务，它是指营业地在不同国家的当事人之间的货物销售，至于当事人的国籍则不予考虑。

在国际货物买卖业务中，洽商交易的方式是多种多样的，包括函电、口头、拍卖、招标和投标，通过交易所买卖等。通过函电洽商交易，不受时间和地点的限制，方便易行，费用也较少，因而使用最多。口头洽商交易需要双方会在一起，比较费时、费事、费钱，但有利于迅速成交，有利于解决比较复杂的问题，有利于交易双方增强了解和友谊，因此使用也较多。拍卖、招标和投标，通过商品交易所买卖等都是一些比较特殊的洽商交易方式，各有一套特殊的规则，只在某些特殊情况下才予采用。

交易洽商的内容主要是指洽商交易条件。常见的交易条件有11条，即品名和品质条件、数量条件、包装条件、商检条件、价格条件、装运条件、保险条件、支付条件、不可抗

力条件、索赔条件、仲裁条件。按照一般的概念，其中有6条属于主要交易条件，即品名和品质条件、数量条件、包装条件、价格条件、装运条件和支付条件。

有的商人为了简化每次交易洽商的内容，缩短每次洽商的时间，常将一些自己习惯采用的各次交易中共同性的内容，如品质机动幅度、溢短装条款、商品检验、异议索赔，不可抗力和仲裁等，印成一张书面文件或印在本公司合同格式的背面，名之为“一般交易条件”，事先送交对方，经过双方协商同意后，它就成为今后双方进行交易的基础，而不需要每次都重复商谈这些内容。在此情况下，今后双方所签订的各个合同都应受到一般交易条件的约束。

通过函电或口头洽商交易，一般要经过五个环节，即询盘、发盘、还盘、接受和订约。其中询盘、还盘和签订书面合同三个环节可能有也可能没有，只有发盘和接受才是绝对不能缺少的最基本的两个环节。发盘起要约的作用，接受起承诺的作用。按照许多国家法律的规定，一方发盘，另一方接受，交易就告达成，合同即告成立。按照我国《涉外经济合同法》的规定，如果是口头洽商达成的交易，必须签订书面的确认书，合同方为成立；如果是通过函电达成的交易，函电本身已是书面，是否需要另签确认书，由当事人自定，如果有一方要求签定确认书的，则必须从签订确认书时起，合同方为成立。

二、国际货物买卖谈判中应注意的主要事项

（一）关于品质条件

（1）表示商品品质的方法，常用的有凭样品、凭规格、

凭等级、凭标准、凭商标牌子、凭产地名称、凭货号、凭说明书等多种形式，应当根据商品特性和行业习惯正确选用。可以只用一种，也可以几种结合使用。如果同时采用二种以上的方法来表示有关商品的品质，卖方交货时必须几个方面都符合要求，方算尽到自己的责任。

(2) 在采用凭样品交易时，样品大多是由卖方提出。在我出口业务中，如果买方来样，为防将来买方无理挑剔，最好采用凭对等样品成交的做法。对等样品是指卖方按照买方来样复制出来的样品，交由买方确认之后，作为交易的依据。在我出口业务中，取样时要注意样品的代表性，并应注意保留复样。

(3) 在凭规格交易时，对商品的品质规格应当订得既明确，又灵活，既不应含糊不清，模棱两可，又不订得太死。有的商品的品质规格应当订上公差或一定的机动幅度。

(4) 在凭标准交易时，应当订上标准的名称，有时还需注明制订标准的年份。在我出口业务中，过去大多是采用我们自己的国家标准或主管部标准或企业标准，近几年来，已愈来愈多地采用国家标准或外国先进标准。

(5) 在凭商品牌子交易时，一定要保持商品质量的稳定性，以免因一、二批货质量不够好而卖垮整个牌子，特别是多家工厂共用一个牌子的，更要注意这个问题。

(6) 在凭产地名称交易时，绝不能以其他地区生产的同类产品来代替。

(二) 关于数量条件

(1) 应根据商品特性和行业习惯，正确选用计量单位和度量衡制度。

(2) 除少数商品的重量是按公量或理论重量计算者外，按重量成交的商品一般应注明是按毛重还是按净重计算。

(3) 在我出口合同中一般都应订上溢短装条款，以免在交货时发生困难。溢短装条款中应包含溢短装的幅度以及由谁决定、溢短装部分应如何计价诸内容。

(三) 关于包装条件

(1) 如果是买卖没有包装的货物，谈判中应明确是散装。

(2) 如果是带有包装的货物，谈判中应明确内外包装的情况，包含包装的样式、材料和容量多少诸内容。包装费用一般都是计入货价之内，不需另外注明；但如果包装费用较高，需要另外计价收取的，则应在货价之外另行订明包装的价格和支付办法；如果包装是由买方提供的，或者是由买方负责回空包装，都应在合同上加以特别注明。

3. 对装运唛头的规定有三种情况：一种是在合同中具体画上买卖双方同意的唛头式样；第二种规定为“由卖方决定”；第三种规定为由买方决定，同时还需注明买方决定唛头后通知卖方的时间。

(四) 关于价格条件

(1) 在国际货物买卖合同中，对单价的规定有四种做法：一种叫固定作价，即将买卖双方约定的价格订入合同中，不得变动。第二种叫暂定价，即合同中所列价格只适用一段时间，以后由双方协商调整。第三种叫滑动价，即合同中规定的只是一个基价，同时规定一个价格调整条款，交货付款时根据原材料价格和工资指数的变化情况，对原定的基价作相应的调整。第四种叫暂不作价，即在合同中不订明具体价格，而只规定作价的办法。在我进出口业务中，大多数合

同都是采用第一种固定作价的方法，但在某些特殊情况下，也可以适当采用后面几种作价办法。

(2) 在洽谈单价时，应当包含贸易术语、计量单位、货币符号和金额四项内容，缺一不可。在国际货物买卖业务中，绝对离不开对贸易术语的应用。我们应当在熟练地掌握各个术语内容的基础上，懂得如何正确和恰当地选择运用有关的贸易术语，否则就难免引起差错和纠纷。

在流行最广的《贸易术语国际解释通则》的最新修订本中，对十三个贸易术语的内容作了详细的规定。从主要内容来看，这十三个术语可分为三种情况：

1) 出口手续应由买方办理的有EXW和FAS两个术语；

2) 卖方交货地点（即风险转移地点）在出口国装运港或启运地的有六个术语，即FOB、CFR、CIF、FCA、CPT和CIP；

3) 卖方交货地点（即风险转移地点）是在进口国边境、目的港或内地的有五个术语，即DAF、DES、DEQ、DDU和DPP。

在实际业务中，上列第一种情况的EXW和FAS两个术语使用不是很多，因需由买方领取出口许可证和办理出口结关手续，这对买方来说，除非自己在出口国设立有分支机构，否则是很不方便的。上列第三种情况的DAF、DES等五个术语用得也不是很多，因卖方需承担整个国际运输过程的风险和费用，有的（DEQ和DDP）还需由卖方办理领取进口许可证和进口结算手续，对卖方来说，风险很大，且不方便，因此卖方一般不愿采用。在实际业务中，大量使用的是上列第二种情况的FOB和FCA等六个术语，这几个术语的内容能兼

顾买卖双方利益，对双方都比较方便，容易为双方接受。

在我进出口业务中，我们选择运用贸易术语时，应注意掌握各个术语的性质和特点，应考虑便于双方执行，还应注意适应运输方式的情况。过去我们有的外贸业务人员不大注意最后一点，不管海运、空运、陆运或多式联运的货物，都一律采用FOB、CFR和CIF三个术语，其实这是不合适的。按照《INCOTERMS 1990》的要求，FOB、CFR和CIF这三个术语只应适用于海洋和江河运输的一般件装、散装货物，买卖双方风险和费用的划分是以装船船舷为界。如果是空运、铁路运输、公路运输、联合运输以及海运装集装箱的货物，都不存在越过船舷这一情况，因而不应采用FOB、CFR和CIF这三个术语，而应改用FCA、CPT和CIP三个术语，买卖双方风险和费用的划分是以货交承运人为界。

(3) 关于计价和支付货币的选择。在国际货物买卖业中，一般来说，计价货币和支付货币是同一种货币。计价和支付货币可以是卖方国家货币，可以是买方国家货币，也可以是某一第三国的货币。但如买卖双方所在国签订有贸易和支付协定，而协定中硬性规定必须使用某种货币结算的，则只能按照协定规定办理。在我国进出口业务中选择计价和支付货币时，应考虑货币的可兑换性和稳定性。一般来说，出口应选择可以自由兑换的币值比较稳定的“强币”（也称硬币），进口应选择可以自由兑换的币值不够稳定的“弱币”（也称软币）。

在我出口业务中，如不得不使用软币而且估计币值下跌的可能性和幅度都会较大时，应当适当提高出口价格，或者在合同中订立外汇保值条款，即将计价货币同某种相对稳定

的硬币挂上钩，以转移计价货币汇价下跌的风险。

（五）关于装运条件

（1）装运条件一般包含装运期、装运港（地）、目的港（地）、准否分运和准否转运等内容。

（2）在洽谈装运期时，可以规定具体月份或规定为某天之前。如为以销定产的商品，最好规定为卖方收到L/C后若干天内装运，对卖方比较主动。一般不宜使用“即期装运”、“快速装运”等术语，因缺乏统一解释，容易引起纠纷。在我出口业务中，如客户要求规定到达目的港的日期，我们不应同意。

（3）装运港（地）都是由卖方提出而经买方认可的。在我出口业务中，一个合同一般只应规定一个装运港（地）；但如一个合同的货物要在几个地点装运的，也可规定为几个港口（地点）或中国口岸。在我进口业务中，对国外装运港（地）的规定应当明确具体；如果是由我方派船接货的，国外装运港应选择船舶可以安全停靠的，装卸设备较好，费用较低的港口，这样有利于我方租船订舱和节约费用。

（4）目的港大多是由买方提出，但需经卖方同意。在我出口业务中，如果是由我方租船订舱，规定目的港时应特别注意以下问题：目的港最好选择有班轮直达的港口；应选择装卸条件较好的港口；应选择港口费用较低的港口；应当是安全港；如果买方要求规定任意港，一般不宜超过三个港口，这些港口应在同一条航线上，且都经常有班轮停靠，我们方可接受，还应规定因此而增加的选港附加费由买方负担。如果国外买方要求将目的港笼统规定为“欧洲主要港口”，“非洲主要港口”，我们不应同意。

(5) 关于准否转运的问题。在国际货物买卖业务中，凡属由卖方安排运输工具的，洽谈时都应明确是否准许转运的问题。在我出口业务中，如由我方安排运输的，除了少数根本不可能转运的情况（如广州、汕头等沿海港口运往香港的货物，上海和天津等港口运往日本的货物）之外，一般都应订上准许转运的规定，以免发货时被动。

(6) 关于准否分运的问题。在我出口业务中，凡属成交数量较大的交易，最好争取订上“准许分运”的条款，到时我方可根据备货和船只情况，灵活掌握。如果国外客户要求必须分若干批装运的条款，我们要慎重考虑船期情况，然后决定是否接受。

(7) 在我出口业务中，由我方负责安排船只运货时，如国外客户提出指定船籍、船级、船公司等无理要求，我们一般不应同意。

(六) 关于保险条件

(1) 在国际货物买卖业务中，如由卖方负责办理保险，洽谈时应明确保险险别、保险金额和适用何种保险条款诸内容。

(2) 在我国进出口业务中，大多是使用中国人民保险公司的条款，简称CIC；但也可使用英国协会货物条款（简称ICC）或其他保险条款。

(3) 关于保险金额的问题，按照国际贸易中的习惯做法，保险金额一般是货价的110%。也有的商人要求只保货价的100%；还有的买方由于某种特别原因，要求提高保险金额至货价的110%以上，只要能提出正当理由，而保险公司也同意承保，则卖方也可照办。

（七）关于支付条件

（1）在我进口业务中，过去大多使用即期信用证，其实，我们也可提出要求采用远期信用证甚至D/P等方式。如对方同意，我方可以赚回货款存在银行的利息等好处；如对方不同意，也可将此要求作为促使对方降价的筹码。

（2）在我进口业务中使用信用证方式时，过去曾发生对方商人使用伪造的货运单据诈骗我货款，使我钱货两空，遭受重大损失。因此在商务洽谈中，对于资信不够理想或交往不深的客户，应想法作出防范措施，例如采用远期信用证或在合同中规定对方发货前必须请由我方同意的公证部门进行检验并监装等。

（3）在我出口业务中使用信用证方式时，要预防对方因市场变化或其他原因，到时不开证，我货虽已备好，但无法出运，造成损失。因此，对资信一般或较差的客户或金额较大的交易或专门为对方生产的商品，可在合同中规定签约后对方应先汇来10%的货款作为订金，或者规定我方在收到对方来证后一定时间才装运，这样我方可等收证后才安排生产，如果对方不开证，我方也可减少损失。

（4）D/P、D/A和O/A等方式对买方是一种照顾，因而有利于加强我出口商品的竞争能力，但因这些方式对安全收汇没有保证，容易引起损失，所以不宜乱用，应当是经过了解对方客户资信确实较好时，才可考虑采用这些支付方式。在贸易洽谈中，如果决定采用这几种支付方式时，贸易术语一定要用CIF，由我方保险，以防因货物在运输途中受损，对方不肯收单和付款时，我方可自行直接向保险公司索赔，减少损失。另外，采用O/A方式时，最好规定我方发货后，

对方在收到我方发出的提单传真件时即予付款，这样如对方不肯付款，我方可及时将货物卸下或截下，免遭大的损失。

(5) 近几年来，在我出口业务中，对方客户（特别是港澳客户）要求采用银行汇票、银行本票或支票付款的日益增多。为预防对方用假的票据向我诈骗，洽谈中一定要坚持我方收妥货款后才发货的原则。

(八) 关于价格斗争问题

在国际货物买卖业务中，买卖双方的利益既有相互一致的一面，又有相互矛盾的一面。一般来说，在交易洽商中往往要经过反复周折，才能取得一致的意见，业务内人士习惯于把这一过程称为价格斗争的过程，其实双方矛盾所在，不一定是价格问题，也可能是其他交易条件方面的问题，但因争执的焦点往往集中到价格问题上，故称之为价格斗争。

作为一个外贸业务人员，为了能在价格斗争中取得有利地位，根据过去实践的经验，应注意做好以下几方面的工作。

1. 熟悉商品情况。 在出口业务中，新的客户由于对我方商品性能不够了解，往往会提出种种问题和疑问，如果我们不能圆满解答，就可能失去成交机会。老的客户也往往会挑剔我方商品的缺点，籍此达到压价的目的。因此，出口业务人员一定要熟悉自己商品的生产过程、特点、性能、优缺点以及在对方市场上的适应情况等，才能在商务谈判中游刃有余，能够主动地、实事求是地回答和处理有关问题。进口业务员也必须熟悉拟购商品品质规格的详细情况，才不至受骗上当。

2. 熟悉市场情况 出口业务员对自己商品在对方市场