

国际货物贸易实务

兰宜生 主编

EXPORT

IMPORT

中国物价出版社

目 录

绪 论	(1)
第一章 国际货物贸易方式	(9)
第一节 单笔交易	(9)
第二节 包销和代理	(10)
第三节 投标与拍卖	(15)
第四节 寄售与期货交易	(19)
第五节 对销贸易	(23)
第二章 国际货物买卖合同的商订	(29)
第一节 交易磋商的形式、内容及程序	(29)
第二节 发盘和接受	(35)
第三节 签订正式合同	(43)
第三章 国际贸易货物的品质和数量	(48)
第一节 货物的名称与品质	(48)
第二节 货物的数量	(54)
第四章 国际贸易货物的包装	(59)
第一节 包装的种类、作用和要求	(59)
第二节 包装标志	(66)
第三节 中性包装和定牌、无牌	(73)
第四节 合同中的包装条款	(74)
第五章 国际贸易货物的价格	(79)
第一节 贸易术语及有关国际贸易惯例	(79)
第二节 六种主要贸易术语	(85)
第三节 佣金和折扣	(95)

第四节	买卖合同中的价格条款	(96)
第六章	国际贸易货物的交付	(101)
第一节	货物运输方式	(101)
第二节	货物运输单据	(115)
第三节	买卖合同中的交货条款	(119)
第七章	国际贸易货物的运输保险	(124)
第一节	风险与损失	(124)
第二节	中国海运货物保险条款	(128)
第三节	其他运输方式货物保险	(134)
第四节	伦敦保险协会货物保险条款	(137)
第五节	保险业务与合同中保险条款	(140)
第八章	国际货款的收付	(146)
第一节	支付工具	(146)
第二节	汇付和托收	(151)
第三节	信用证	(159)
第四节	银行保函与备用信用证	(171)
第五节	出口保理	(174)
第六节	支付方式的选择使用	(177)
第九章	国际贸易货物的检验	(180)
第一节	商品检验的作用与程序	(180)
第二节	商品检验条款	(183)
第十章	不可抗力 and 仲裁	(195)
第一节	不可抗力	(195)
第二节	仲裁	(199)
第十一章	进出口货物合同的履行	(206)
第一节	出口货物合同的履行	(206)
第二节	进口货物合同的履行	(219)
第十二章	EDI 与国际货物贸易	(227)

第一节 EDI 的特点和作用	(227)
第二节 EDI 与有关国际贸易惯例	(232)
第三节 EDI 在国际贸易中的应用	(237)
附录一:联合国国际货物销售合同公约	(243)
附录二:跟单信用证统一惯例(1993 年修订本)	(267)
后 记	(290)

绪 论

1995年1月1日,由125个国家和地区的代表签署的乌拉圭回合最后文件正式生效,世界贸易组织(WTO)宣告成立。这标志着国际贸易进入了一个新的发展阶段,战后维持40余年的临时性的多边贸易协商机制终于被一个正式的、更具权威性的、基础更广泛的世界性贸易协商、调解和仲裁组织所取代。随着中国和俄罗斯的加入,世界贸易组织将更具代表性和权威性,人们将有可能从全球的角度来协调国际贸易和国际投资的发展。乌拉圭回合最后文件的签署和生效,是对70年代以来重新抬头的贸易保护主义思潮的一次有力的反击和遏止,说明世界各国对维护自由贸易秩序和发展趋势仍抱有广泛的共识,对推动贸易和投资自由化以至世界经济一体化仍持积极态度,这对各国的众多工商企业、尤其是外贸企业来说,无疑是一个令人鼓舞的信息。

一、国际货物贸易与技术贸易、服务贸易的关系

乌拉圭回合谈判的重要成果是分别达成了《货物贸易协议》、《服务贸易协议》和《与贸易有关的知识产权协议》,这与以往关税和贸易总协定所主持的各次多边贸易谈判只围绕货物贸易进行协商形成对照。一方面证实了国际技术贸易与服务贸易近些年来发展迅速,已与国际货物贸易渐成鼎立之势;另一方面说明国际贸易的发展要求各国和各地区在更广泛的领域开展协商与合作。

国际贸易的发展变化也要求国际贸易专业的学生拓展知识面,调整知识结构,以适应外贸实际工作的需要。国际贸易实务历来是国际贸易专业的主干课程,主要讲授有关货物进出口的各个

业务环节及应注意的问题、国际贸易合同的商订及各项条款的内容,并有选择地介绍国际贸易惯例、法规及一些特殊做法,以使学生掌握进行国际货物买卖的基础理论、基本知识和基本技能,给今后从事外贸业务工作打下一定的基础。国际贸易实务这门课程以往还包含技术贸易的内容,近年来随着国际技术贸易的迅速发展和日趋复杂,各院校先后把这部分内容独立出来,专门开设国际技术贸易课程,以解决一门课程内容过多、不易讲深讲透的难题。现在,从国际贸易发展的现实需要出发,各院校正着手开设国际服务贸易课程,国际贸易实务正从原来的单一课程演变成三门相对独立的课程,即国际货物贸易实务、国际技术贸易、国际服务贸易。为使教材名称与内容相符、课程名称与讲授内容一致,本书的名称定为《国际货物贸易实务》,专门阐述并探讨国际货物贸易的基本做法及其发展变化。

国际贸易的内容虽然一分为三,但国际货物贸易仍然是其主要内容,同样,在三门贸易实务课程中,国际货物贸易实务也处于中心和基础地位。货物贸易做为历史最久、比重最大的国际贸易内容,对技术贸易和服务贸易的形成和发展有着巨大影响,技术贸易的许多作法是从货物贸易作法演变而来的,而服务贸易的许多方面是直接或间接依附于货物贸易的,如国际货物运输和保险、国际通讯和金融服务等。因此,很难设想不掌握国际货物贸易的基本知识就能很好地理解和掌握技术贸易和服务贸易的内容,学好国际货物贸易实务是理解全部国际贸易内容的基础。

二、国际货物贸易与国内商品交换的区别

国际货物贸易属于商品交换范畴,这一点与国内贸易没有实质区别,但由于国际贸易是在国与国之间进行,所以具有强烈的国际性,表现出其明显的特点:

第一,做为国际间的商品交换,必然涉及两个国家或地区在法

律体系方面可能存在的差异和冲突,要受不同国家相异甚至是相反的外贸政策法规的制约,从而使相互贸易远比国内贸易复杂和困难。

第二,国际货物贸易的成交数量和金额往往要比国内贸易成交数额为大,而且交易从订约到履行间隔时间长,货物运输距离比较远,加上汇率的频繁变化,所以,买卖双方承担的交易风险也比较大。

第三,交易容易受双方所在国家政治、经济关系及其他相互交往条件的影响,因而比国内贸易有更大的不稳定性,建立和发展长期的贸易伙伴关系也更为困难。

第四,交易双方除处理好买卖关系外,还要处理好与海关、商检、运输、保险、银行等各部门的关系,这些关系错综复杂,往往要受政府各项法规的制约,稍有不慎就可能给企业造成无可挽回的损失。

第五,国际贸易还受各国文化语言背景、度量衡制度、商业惯例等各个方面差异的影响,因而要比国内贸易更复杂、更困难。

三、买卖合同、法律规定、国际惯例三者之间的关系

国际货物贸易是以合同为中心,围绕合同的洽商、达成和履行这条主线而进行的。在国际贸易中,买方、卖方及有关各方之间订立的合同或协议很多,但国际货物买卖合同是其中最基本、最重要的合同,是其他文件的基础与核心。国际货物买卖合同规定和体现了买卖双方当事人的权利和义务,所以,买卖合同的订立及履行,不仅是一种经济行为,而且是一种法律行为,买卖双方均应承担相应的法律责任。

为促进国际贸易的发展,便利交易的达成和履行,有关国际经济组织制订了一些国际贸易惯例,对买卖双方有关当事人的权利和义务作了统一的解释,供交易双方参照选用,以减少贸易纠纷和

争议。联合国也主持达成了《国际货物销售合同公约》，以期弥合各国法律对合同形式、内容、程序的不同解释，使国际贸易当事人在达成并履行合同时有个统一的标准尺度可以参考和遵循。

应当指出，《联合国国际货物销售合同公约》和有关国际贸易惯例提供的统一标准和解释，并不削弱合同的重要性和约束力。在合同、《公约》及法律规定、国际惯例这三者的关系中，合同处于决定性的支配地位。只要是合法达成的合同，双方要以合同条款规定做为确定各自权力和义务的基本依据，即使这些规定与《公约》的内容相异或相反。《公约》第6条对此明确认可：“双方当事人可以不适用本公约，或在第12条的条件下，减损本公约的任何规定或改变其效力。”《公约》第9条同时规定：“（1）双方当事人业已同意的任何惯例和他们之间确立的任何习惯作法，对双方当事人均有约束力。（2）除非另有协议，双方当事人应视为已默示地同意对他们的合同或合同的订立适用双方当事人已知道或理应知道的惯例，而这种惯例，在国际贸易中，已为有关特定贸易所涉同类合同的当事人所广泛知道并为他们所经常遵守。”

依照上述规定，把买卖合同、《公约》及法规、国际惯例三者之间的关系可以归纳为以下三点：第一，凡合法有效的合同中明确规定的事项，应按合同规定办理；第二，合同未明确规定的事项，应依照《公约》和有关法律的规定办理；第三，如果合同与《公约》、法律均未作出明确规定，有关事项可以依照相关的国际贸易惯例来办理。

四、国际货物买卖合同有效成立的条件

买卖合同做为国际货物贸易的核心，其合法有效是整个交易的基础。关于国际货物买卖合同怎样才算符合法律规范和有效成立，各国法律通常都有相应的规定，《中华人民共和国合同法》在《涉外经济合同法》也对此作了具体规定。《联合国国际货物销售合同公约》在

考虑并调和各国法律规定差异的情况下,对合同成立的条件也作了更具普遍性的解释。一般来讲,一项有效的合同应满足以下几项条件:

(一) 双方当事人均应具有签署合同的法律资格和行为能力

如果是自然人,必须是享有公民权的精神正常的成年人,由未成年人、精神病患者、被剥夺公民权的人签署的合同没有法律约束力,是无效合同。如果是法人,签约人应是企业的法人代表,非企业负责人在代表企业订立合同时,应出示授权证明书、委托书或类似文件,证实自己具备签约资格,所签合同方为有效。此外,按照我国政策法规,只有政府批准授予外贸经营权的企业,才能从事外贸经营活动,才有资格就其被批准经营的进出口商品对外签订买卖合同,其他企业无权对外签订买卖合同,其他一些国家政府也有类似的规定。在对外订约时应当注意。

(二) 合同是双方当事人在自愿基础上达成的意思一致

买卖合同的订立是双方的法律行为,不是单方面的行为,双方要就有关事项清楚地达成意思一致,合同方能成立,如果合同内容含糊不清,或者能够证实当事人是在误解对方意思的情况下与之订立合同,合同不具法律效力。买卖双方达成意思一致还必须是在完全自愿的基础上,任何一方不能把自己的意志和要求强加于对方,如果发现一方以胁迫或欺骗等行为与另一方达成交易合同,该合同是无效的,对当事人没有法律约束力,进行胁迫或欺诈的一方为此要承担相应的法律责任。

(三) 合同双方必须互为有偿

国际货物买卖合同是一种双务合同,是互为有偿的。在合同中应明确表示,一方享有权利,是以对另一方承担义务为基础,双方互有权利和义务,权利和义务互为依存。不履行自己的合同义务,就无法要求自己依据合同应有的权利;严格履行自己的合同义务,也就具备了享有合同权利的条件。同样,先享受合同权益的一

方,随即要履行自己的合同义务,否则即是违约,另一方不但有权追回已付出的权益,而且有权获得违约赔偿;如果理应先享受合同权益的一方,因对方拒不履行合同义务而被剥夺了这项权益,他可以视情节轻重相应不履行或少履行自己的合同义务,同时保留索取违约赔偿的权力。

(四) 合同的标的必须合法

国际货物买卖合同所涉及的货物和货款等必须符合有关国家的法律规定和国际公约。货物应是政府允许进口和出口的货物,属于政府限制进出口的商品,应事先取得有关进口、出口许可证或配额,并严格遵守限额规定。合同计价和支付货币选用要符合国家规定,外汇收付的渠道和方式也要符合国家有关外汇管理的规定。除合同标的,合同的内容也要符合法律规定,不得损害国家利益和社会公众利益,比如有限制竞争、垄断价格等内容的合同,就可能因违反有关国家的《反垄断法》、《反不正当竞争法》的规定而被宣布无效。

(五) 合同形式要符合法律规定

如果法律对合同采用的形式有规定和要求,则合同必须按照规定的形式达成方为有效。许多国家法律对合同采取“不要式”原则,《联合国国际货物销售合同公约》确认的也是这一原则,即合同不要求某种特定的形式,以口头、书面或双方认为合适的任何方式达成的合同都是有效的、合法的;另一些国家法律对合同采取“要式”原则,即合同必须采取特定的形式方为有效,我国法律中也是这样规定的,《中华人民共和国合同法》第7条规定:“当事人就合同条款以书面形式达成协议并签字,即为合同成立。通过信件、电报、电传达成协议,一方当事人要求签订确认书的,签订确认书时,方为合同成立。中华人民共和国法律、行政法规规定应当由国家批准的合同,获得批准时,方为合同成立。”我国政府在批准加入《联合国国际货物销售合同公约》时,对《公约》第11条、第

29 条等提出保留,即我国坚持认为合同的订立、更改或终止都必须采取书面形式。据此,我国各外贸企业对外签订进口或出口合同时,都必须用书面形式方为合法有效。

凡符合上述条件达成的合同,是合法有效的。合同是整个交易的基础,合同条款是判定双方权利和义务的依据,双方均须严格履行合同,任何一方无权单方面改变或解除合同,否则属违约行为,另一方有权依法追究其违约责任。

五、进出口贸易的基本程序

(一) 出口业务的基本程序

1. 交易前的准备阶段。在这一阶段要采取各种方式及通过各种渠道,对国外市场和客户进行调查研究,选择合适的目标市场和客户;分析经营商品的供需情况和价格走势,制订商品经营方案;进行商标注册和广告宣传等。

2. 交易洽商与订立合同阶段。在这一阶段我方与外商通过函电往来或口头洽谈商定交易的各项条件并签订正式合同。交易洽商的一般程序有询盘、发盘、还盘、接受等四个环节。洽商的内容有货物的品质、数量、包装、价格、交付、保险、付款、商检及索赔、仲裁、不可抗力等交易条件,为节省洽商时间,简化洽商内容,我们可以在与外商最初建立贸易关系时,先就一般交易条件达成共识,签订协议,以后双方具体商谈每笔交易时,对这些条件就无需商洽,只要依例办理即可。双方经过洽商就交易条件达成一致意见之后,要签订正式的书面合同,一方面是满足我国法律对合同形式的要求,另一方面也便于双方对照合同条款履行各自的义务。

3. 履行合同阶段。出口合同的履行包括备货、报验、租船订舱、投保、报关、装运、制单结汇等业务环节,采用信用证支付方式时还有催证、审证、改证的工作。履行合同过程中,如双方发生争议,还要处理索赔或理赔问题,假如双方不能通过协商自行解决,

还可能要诉诸仲裁或诉讼解决。

(二) 进口业务的基本程序

1. 进口交易前的准备阶段。在这一阶段要做好进口项目报批,再由订货单位填报进口订货卡片,提出进口申请交外贸企业办理,外贸企业相应做好海外市场行情调研和指定商品调查,做到心中有数。外贸企业自营进口也要先做好国外市场和商品调研以及国内市场销售前景分析。

2. 交易洽商和签订合同阶段。通常从我方发出询盘开始,也有询盘、发盘、还盘、接受等四个环节,其中发盘和接受是两个必不可少的基本环节,洽商的内容与出口洽商的内容相同,只不过我方的地位由出口商变为进口商,对商谈内容的立场也就不同了。双方洽商达成一致的意见后,也要签订书面合同。

3. 履行合同阶段。进口合同的履行一般包括开立信用证、派船接货、催装、投保、审单付款、到货报关、提货与拨交、复验等环节。若发现进口货物的品质、数量、包装等与合同规定不符,还要向有关责任方提出索赔,注意合理确定索赔金额,并提供有力的索赔证据。

第一章 国际货物贸易方式

国际货物贸易方式是指国际间商品交换或商品流通的作法和形式。随着国际货物贸易的发展和国际分工的深化,贸易方式也不断发生新的变化。

国际货物贸易方式可分为两大类:一类是单纯的商品买卖方式,如单笔交易、包销、代理、寄售、拍卖、投标、易货、商品交易所的期货交易等;另一类则是与生产有关联的商品买卖方式,如补偿贸易、加工装配贸易等。

第一节 单笔交易

一、单笔交易的含义

单笔交易(single transaction),也叫单笔买卖或逐笔售定,是指进口商与出口商就买卖某项商品的交易条件(如品质、数量、价格、包装、交货期、支付方式等)经过磋商达成一致意见,订立并履行合同的一般性作法。对进口商来讲是单笔进口,对出口商来讲则是单笔出口。买卖双方之间除一项买卖合同之外,没有其他合同或协议的约束,既不承担回购义务,也没有专营权或其他制约,合同履行完毕,双方之间即不存在任何权力或义务关系。

二、单笔交易的优缺点

单笔交易是一种最简单的贸易方式,也是国际货物贸易中最常见的作法,其优点是灵活方便,双方承担的市场风险较小。由于

双方只需就某项商品一次性交易的条件达成共识,不涉及长期关系和其他问题,也不涉及与第三方的关系,所以洽商的内容比较少,往往能很快达成交易。另外,双方根据当时的市场行情合理议定交货数量、价格、计价和支付货币,因交货期比较短,只涉及一批货物,双方承担的价格风险和汇率风险都有限。因为双方之间没有长期协议的约束,如果一方在履约中发现对方不信守合同,可以及时中断与对方的贸易往来,避免遭受进一步的损失。

单笔交易的主要缺点是,由于属于逐笔分散交易,买卖双方缺少长远合作目标和共同利益,所以买方往往不愿为商品多作广告宣传,更缺乏提供售后服务的积极性,而卖方也不太愿意根据买方的意见改进商品的造型设计和包装装潢等以适应进口地市场需要,从而影响商品的销售量和市场发展潜力。此外,卖方若与同一地区多个买主分头成交,还可能造成同一产品自相竞争的局面,降低商品售价,甚至出现积压滞销。

第二节 包销和代理

包销与代理是我国对外贸易业务(特别是出口业务)中较为常见的两种贸易方式,合理运用包销与代理贸易方式,对扩大我国出口贸易和提高外贸经济效益有积极作用。

一、包销

(一) 包销的含义

所谓包销(exclusive sale)是指出口商与国外经销商签订书面协议,把某一种或某一类商品在指定地区一定期限内的独家经营权授予该经销商。这一取得独家经营权的经销商称为包销商(exclusive distributor)。

包销与单笔交易有相似之处,两者都属于售定,但在包销方式

下,买卖双方除受买卖合同约束外,还要受包销协议的制约,因此,双方关系更为复杂,持续的时间也 longer。

(二) 包销协议(exclusive sale agreement)

包销协议是出口商与包销商就包销事项的有关问题、双方的各种权利和义务达成的一致意见,对双方均有法律约束力,也是进一步签订具体买卖合同的基础。包销协议的主要内容有:

1. 包销商品范围。包销商品是包销商享有专营权的商品,其范围可以划定为某一类或某一种商品,应根据包销商的经营能力和市场销售量等因素来确定,一般来讲,包销商品范围不宜太广。

2. 包销地区和包销期限。包销地区是包销商享有指定商品专营权的地理范围,也要根据包销商的经营能力等因素来确定,常常是一个国家,或一个国家的部分地区,也有少数情况是几个国家划为一个包销地区。包销期限也就是包销协议的有效期,一般订为1年,期满后如双方愿意可以续签。

3. 包销数额。这是包销商在包销期限内必须向出口商购买指定商品的最低限额,可以是数量指标(如10000打衬衣),也可以是金额指标(如200万美元)。完成包销数额是包销商的义务,也是出口商给予其包销权的对流条件。若包销商完不成包销数额,一般作为违约处理,出口商有权终止包销协议并索赔。

4. 作价办法。包销商品的作价办法,一般有两种情况:一种是一次性作价,即在包销协议中即确定包销期限内交货的价格,不论这一期间市场行情如何波动,均按这一价格执行,这种作法对买卖双方均有一定风险,因而使用不多;另一种是分批作价,即在包销期限内双方在每次交货时或每个月、每个季度按照市场行情来议定价格。

5. 专营权利和义务。包销协议中要对专买权和专卖权作出有关规定,专卖权是包销商独家经销指定商品的权利,出口人在包销协议有效期间不能再向包销地区其他客户出售指定商品;专买

权利是出口商的权利,也是包销商的义务,即包销商在包销协议有效期内不能经营来自其他渠道的与包销商品类似的商品,也就是说,在同类商品中,包销商只能购买出口商的商品,不能购买他人的商品。有些国家的反垄断法规对专营权持否定态度,因此,在就专营权利作出规定时,要注意不与当地法律发生冲突,谨慎从事。

6. 广告宣传及商标保护等。包销协议中往往要规定包销商对包销商品的广告宣传义务,提供售后服务的义务,保护出口商的商标权和专利权的责任,以及定期提供市场报告,反馈市场信息;而出口商常常承担提供宣传材料和样本、负担部分广告费用和服务费用的责任。

7. 争议和违约处理。对于包销商经营其他来源竞争性产品、未完成包销定额;或者出口商向包销地区其他客户销售包销商品等各种违约行为,包销协议中可规定相应的处理办法。对于双方在执行包销协议中发生的争议,可以规定由双方同意的第三方进行仲裁,仲裁裁决对双方均有约束力。

(三) 包销的特点

包销的特点可以概括为“四定、两自、一专”。“四定”是指定包销商品、定包销地区、定包销时间、定包销数额;“两自”指包销商是自行销售、自负盈亏,出口商交货给包销商属于“卖断”,由包销商自己定价销售,自己承担市场风险,与出口商已无关系;“一专”是指专营权利和义务。

(四) 包销对出口商的作用和缺陷

1. 包销对出口商的作用。包销有利于调动包销商的经销积极性,可以充分利用其销售渠道和经营能力扩大出口。同时,包销可以避免分散经营可能产生的自我竞争,有利于稳定市场价格。此外,包销数额的确定也便于出口商有计划安排产品生产或收购出口货源,减少生产盲目性和库存积压浪费。

2. 包销的缺陷。其一是包销的约束性强,在作法上不如逐笔

交易灵活,如果包销商经营能力差或因其他原因销售不力,而出口商又不能与其他客户直接成交,出口将大受影响,为减小这种消极影响,可在包销协议里订立“中止与索赔条款”,即规定若包销商在包销期限过半时未完成购买一半的包销数额,出口商有权提前中止协议并索赔损失。其二是包销容易形成包销商的市场垄断地位,并可能利用其特殊地位向出口商压价。

包销能否取得扩大出口的功效主要取决于包销商的经营能力和信誉,因此出口商要慎重选择经营作风好、经营能力强的商人做包销商,并督促其严格履行包销协议。

二、代理

(一) 代理的含义

代理(agency)在此指商业销售代理,是委托人授权代理人代表他向第二方招揽生意、接受订单、签订合同或办理其他事项,委托人对由此产生的权利和义务直接负责。代理人代签的合同,由委托人负责履行,在履约中出现问题或争议,也由委托人与对方交涉解决,与代理人无关。委托人根据代理人联系成交的商品数量或金额付给其佣金做为报酬。

(二) 代理的种类

1. 总代理(general agency)。总代理是指代理人在指定地区内做为委托人的全权代表,不仅有权独家代销特定商品,还有代表委托人从事商务活动和处理其他事务的权利。总代理人的权限比较大,一般有权接受订单、代签合同、代收货款、处置货物,甚至有权指定分代理并分享其佣金。在我国出口业务中,只指定我驻外贸易机构做为我国外贸公司的总代理,如香港的华润集团和澳门的南光公司分别是我国各外贸专业总公司在香港地区和澳门地区的总代理。

2. 独家代理(sole agency)。独家代理是指代理商在指定地区