

∨ ∨ ∨ ∨ ∨
高等学校实验课系列教材



国际贸易实务 模拟操作教程

GUOJI MAOYI SHIWU MONI CAOZUO JIAOCHENG

●主 编 金 镐 朱 芸
●副 编 刘 渝 琳 肖 云
●主 审 邵 兵 家 杨 泽 文

EXPERIMENTATION



重庆大学出版社

国际贸易实务模拟操作教程

主 编 金 镛 朱 芸
副主编 刘渝琳 肖 云 杨泽文
主 审 邵兵家

重庆大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务模拟操作教程/金镛主编. —重庆:重庆大学出版社, 2005. 10
(高等学校实验课系列教材)
ISBN 7-5624-3532-4

I. 国... II. 金... 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(2005)第 117567 号

国际贸易实务模拟操作教程

主 编 金 镛 朱 芸
副主编 刘渝琳 肖 云 杨泽文
主 审 邵兵家
责任编辑:谭 敏 版式设计:谭 敏
责任校对:任卓惠 责任印制:秦 梅

*

重庆大学出版社出版发行
出版人:张鸽盛
社址:重庆市沙坪坝正街 174 号重庆大学(A 区)内
邮编:400030
电话:(023) 65102378 65105781
传真:(023) 65103686 65105565
网址:<http://www.cqup.com.cn>
邮箱:fxk@cqup.com.cn (市场营销部)
全国新华书店经销
重庆华林天美彩色报刊印务有限公司印刷

*

开本:787×1092 1/16 印张:14.75 字数:368 千
2005 年 10 月第 1 版 2005 年 10 月第 1 次印刷
印数:1—3 000
ISBN 7-5624-3532-4 定价:19.50 元

本书如有印刷、装订等质量问题,本社负责调换
版权所有,请勿擅自翻印和用本书
制作各类出版物及配套用书,违者必究。

前言

随着外贸体制改革的不断深化,特别是加入 WTO 以来,我国的对外贸易得到了飞速的发展,对外贸人才的需求也与日俱增。由于国际贸易的双方隶属于两个不同的国家或地区,因而从事这种商业活动比从事国内贸易更为困难复杂,也更具挑战性。从事国际贸易工作,其最大的特点就是在掌握基本理论知识的同时,必须具备极强的实际操作能力。一个外贸专业毕业的大学生,可能对外贸在国民经济中的地位和作用有非常透彻的认识,可能对外贸中常见的一些国际惯例和常用的一些贸易术语有相当的了解,但也极有可能在面对一桩实际的国际贸易业务时束手无策。本人从事了多年的国际贸易及实务教学工作,深感学习国际贸易业务犹如临床医学,仅会纸上谈兵是绝不能学以致用。

目前,关于国际贸易实务的教材并不少见,但它们或专注于单证的制作,或专注于国际贸易实务环节的一般论述和基本知识介绍,都不能为学生提供一个模拟外贸环境下的实际操作教材。学生没有适当的模拟教材的指导和相关培训,很容易成为眼高手低的书呆子,这对我国外贸事业的发展也是不利的。

《国际贸易实务模拟操作教程》是为“进出口贸易模拟实务”课程编写的配套教材。本教材以国际贸易交易的基本过程为主线,以模拟设定的具体进出口商品交易作为背景,从进出口贸易业务中的合同磋商与签订(建立交易关系、报价核算、还盘核算、签约核算等)和合同的履行(运输、保险、支付、单据议付等)等方面入手,通过生动具体的案例分析,为学生提供一个在仿真模拟实践中了解和掌握进出口交易程序和基本技能的有效途径。

本教材的特点之一是新,所有单据均源于外贸部门、海关、银行、保险公司、国家相关部门和国际相关组织的最新规定;所有案例均取自外贸实践之真实案例;所有相关国际惯例、法律、规章制度均为最新版本。特点之二是全,与国际贸易相关的主要单据均已收录,并提供纸质和电子两种版本。特点之三是实用,它是外贸操作实践的指南。因此,本教材以配合大学开展国际贸易模拟实务课程为主,同时也可作为进行外贸相关培训和有志于从事进出口贸易的有关人员自我学习训练之良师益友。

本教材由重庆大学教材建设基金资助,金镛、朱芸担任主编,刘渝琳、肖云、杨泽文担任副主编,邵兵家担任主审。由于时间和资料所限,本书如有不当之处,敬请读者批评指正。

金 镛

2005 年 4 月

目 录

第1章 国际贸易业务	1
1.1 国际贸易业务流程	1
1.2 国际贸易单证操作流转过程	10
思考题	17
第2章 建立业务联系	19
2.1 英文函电的基本格式	19
2.2 英文函电书写原则	22
2.3 建交函的撰写	23
思考题	25
第3章 出口报价	26
3.1 出口报价核算	26
3.2 发盘函	35
思考题	37
第4章 出口还盘	38
4.1 出口还盘核算	38
4.2 还盘函	39
思考题	41
第5章 签 约	42
5.1 签约核算	42
5.2 签约函	44
5.3 签订合同	45
思考题	71
第6章 信用证的审核与修改	72
6.1 信用证概述	72
6.2 开证申请书	78
6.3 信用证的审核	83
6.4 信用证的修改	90
思考题	93

第7章 托运订舱	94
7.1 海洋运输概述	94
7.2 海洋运输托运订舱流程	95
7.3 托运订舱相关单据	96
思考题	111
第8章 报验与报关	112
8.1 报 验	112
8.2 报 关	122
思考题	131
第9章 国际贸易保险	132
9.1 货物运输保险概论	132
9.2 投 保	136
思考题	140
第10章 制单结汇	141
10.1 结汇的做法	141
10.2 结汇单据	142
思考题	171
第11章 出口核销和退税	172
11.1 出口核销	172
11.2 出口退税	176
思考题	181
附录1 2000年国际贸易术语解释通则	182
附录2 联合国国际货物销售合同公约	212
参考文献	228

第 1 章

国际贸易业务

学习目标

通过本章的学习,读者将能够:

1. 了解和掌握国际贸易业务总的流程;
2. 了解和掌握国际贸易单证操作流转的一般过程;
3. 了解国际贸易业务中使用的单据及其要求。

1.1 国际贸易业务流程

国际贸易是一个复杂的过程,较之国内贸易,其交易过程、交易条件、贸易做法及所涉及的问题都更为复杂。同时,由于交易方式和成交条件不同,其业务环节也不尽相同。但不论是出口贸易还是进口贸易,一般都包括交易前的准备、交易的磋商和合同的履行三个方面。下面以出口贸易为例介绍国际贸易的业务流程。

1.1.1 交易前的准备

在国际贸易中,交易对象都是国外商人,而国际市场情况又是错综复杂和变化多端的。因此,在正式交易前,外贸企业必须认真做好交易前的各项准备工作。这些工作主要包括:国际市场调研、国际客户调研、制定国际贸易商品经营方案、做好国际贸易谈判准备等。

1. 国际市场调研

国际市场调研是指外贸企业所进行的以有关国际客户的信息为中心的调查研究活动。国际市场调研主要应从以下几个方面进行:

(1) 国别(地区)调研

通过国别(地区)调研,贯彻国家对外贸易国别(地区)政策,同时选择适宜的市场,为国际贸易创造有利条件。具体内容包括:

- 1) 一般概况调研,包括人口、面积、气候、函电文字、通用语言、电器电压、度量衡制度等。
- 2) 政治情况调研,包括政治制度、对外政策、与我国的关系等。
- 3) 经济情况调研,包括主要物产资源、工农业生产状况、财政金融状况、就业状况、收入状

况等。

4) 对外贸易情况调研,包括主要进出口商品贸易额、进出口贸易的国别地区分布、国际支付能力、主要贸易港口、对外贸易和外汇管制政策、海关税率和商检措施、民法和商法以及与我进行贸易的情况等。

5) 运输条件调研,包括港口及其设备、港口惯例、对外航线、船运公司实力等。

(2) 商品市场调研

通过商品市场调研,可以摸清适销市场,使我国的商品销售在有利的条件下进行。具体包括:

1) 市场适销商品调研。包括品种、规格、用料、颜色、包装、商标使用等。

2) 市场竞争情况调研。包括市场容量、供货主要来源、主要生产者、主要竞争者、主要消费对象等。

3) 市场消费特点调研。包括消费水平、质量要求、消费习惯、销售季节、产品销售周期、商品供求价格变动规律等。

(3) 商品销售调研

通过商品销售调研,学会贸易技巧,运用有效的推销手段,扩大商品出口。具体包括:

1) 产品销售渠道的调研。包括各大类商品的主要销售渠道,各个销售渠道的特点和地位及它们之间的相互关系,哪些销售渠道最合适,推销网点如何合理分布,如何选择经销代理户,销售渠道是由谁控制等。

2) 广告宣传的调研。包括商品在某个国家和地区最好的宣传媒介是什么,国外广告宣传中有哪些好的方式和方法等。应结合商品特点、消费习惯、顾客心理进行比较和分析。

3) 选择计价货币的调研。包括选择什么货币计价较为有利,怎样制定价格策略,怎样使用佣金和折扣及奖励办法,采用何种支付方式,即期支付还是远期支付等。

4) 售前售后服务的调研。包括如何设立国外服务中心,怎样进行设备安装、技术培训、维修服务、零配件供应,售前售后服务有哪些形式(委托、派驻、合营),利弊如何等。

5) 制定产品发展规划的调研。包括哪些市场要开拓,哪些市场要挤进,哪些市场要维持,哪些产品已为市场所淘汰,哪些产品趋向淘汰,哪些产品有发展前途,新产品如何试销等。

2. 国际客户调研

知己知彼,百战不殆。在国际贸易谈判之前,必须通过多方途径对客户进行全方位的了解和分析,以针对不同客户,实施不同方针,力争在贸易谈判中获得最大利益。

(1) 国际客户的类型

国际客户按其经营业务的特点来划分,可分为以下几种类型:

1) 综合性大企业。这种企业大多数是某个市场经营某些大宗商品进出口业务垄断商。其业务范围很大,在防止受其垄断销售的情况下,可与这种企业保持一定的买卖关系。

2) 专业国际贸易商。即专门从事进出口业务,自买自卖的商人。这些进出口商和当地批发商和实销户有一定的关系,和国外出口商或厂商也有一定的关系。其业务以某几项专业传统商品为主,也兼营其他商品。他们是我们出口业务中的主要往来对象之一。

3) 零售商。主要指自营进口的大百货公司、超级市场和连锁商店,购物中心。它们的销售额很大,占市场零售量的比重也很大。在发达国家中,它们是我们出口业务中需要沟通的重要渠道之一。

4) 经纪商。即从事进出口业务的代客买卖或从中撮合收取佣金的中间商。一般地说,他们经营能力薄弱,社会地位低,新商品初进入市场,可通过他们促成交易,商品量逐渐增大后,经纪商也就无能力包揽了。

5) 制造商。主要是指自己进口一些原料用于生产的厂商。他们是我们初级产品出口的实际用户。

6) 批发商。他们不是我们出口业务的主要对象。但在某些情况下,可利用他们打开销路。

(2) 对国际客户的调研内容

1) 政治态度。包括客户的政治背景和对我国的政治态度等。

2) 社会地位。包括客户在社会、政治、经济组织中的头衔和地位。

3) 经营能力。包括企业历史、企业规模(推销人员、办公设施、仓库、销售网点)、经营技能和经验、业务往来关系户等。

4) 资信情况。包括注册资金大小、经营额大小、资产负债情况、客户品德、经营作风、经营范围、企业性质等。

5) 客户与我方贸易往来、历史成交情况等。

(3) 国际客户的选择

对客户的选择,应在全面了解的基础上,尽量选择具有独立法人资格、资信好、经济实力强、对路的大客户。同时,也必须正确对待和妥善处理大、小客户和新、老客户的关系,以充分调动各方面的积极性。另外,为了正确地选择和利用客户,应建立和健全客户档案,积累资料,以便于经常考察了解。最后必须注意的是,应随时注意客户的新情况,以及时更新其资料。

3. 制定国际贸易商品经营方案

外贸企业在做好国际市场的调研工作后,应及时根据国家的外贸方针政策和本企业的经营意图对企业生产和经营的出口产品在一定的时期内的业务做出全面的安排。也就是说,企业应及时制定和实施国际贸易商品经营方案。

国际贸易商品经营方案一般应包括以下内容:

1) 货源情况

货源情况包括国内生产和供应的可能、出口商品的品种、规格、包装等情况,以及需要解决的其他问题。

2) 国内市场情况

国内市场情况包括对当前市场的分析和对今后一定时期内发展趋势的预测等。

3) 出口经营情况

出口经营情况包括对前一时期出口销售情况和存在问题的综合分析,提出具体经营意见。

4) 销售计划安排

销售计划安排应包括分国别(地区),按品种、数量或金额列明的销售计划进度。

5) 计划采取的措施

计划采取的措施包括对客户的利用、贸易方式、收汇方式的运用,对价格、佣金与折扣的掌握等。

一般情况下,对大宗商品或重点推销的商品应全面详细地制定商品出口经营方案;对普通商品可以按商品大类制定经营方案;对部分小额贸易商品,可以先制定内容较简单的价格方

案,仅对市场和价格提出分析意见,并规定对各个地区的出口价格及其掌握的原则和幅度。

4. 国际贸易谈判的准备

国际贸易谈判是指国际贸易各有关当事人对某项贸易活动有待解决的重大问题进行的会谈。国际贸易谈判的双方都希望能最大限度地满足自己的需求,所以谈判前一定要明确谈判的目的,从技术、商务、法律等各方面做好充分的准备,以力争在谈判中取得有利的地位。

(1) 选配参加谈判的人员

为保证谈判的顺利进行并在谈判中尽可能的获得主动,应事先选配精明能干的谈判人员。谈判人员之间要有明确的分工和紧密的协作,应具有较高整体素质。一般而言,他们应具备以下条件:

1) 必须熟悉我国和贸易对象国的外贸政策和相关国际惯例。

2) 必须全面掌握谈判过程中可能涉及到的有关知识,如商品知识、市场知识、贸易知识、金融知识和国际运输、保险等方面的知识。

3) 必须熟悉我国颁布的有关涉外法律和法规。

4) 必须熟练地掌握外语,并具备使用外语直接进行谈判的能力。

5) 应具有较高的政治组织和策略水平,同时应具有较强的应变能力。

(2) 谈判前要做好技术、商务、法律方面的准备

谈判前做好商务准备,主要是对交易成本进行核算和对利润进行估算,以确定可以接受的最低支付金额和争取的最高价格,并可根据技术目标,拟定上、中、下几套谈判方案,以便在谈判中可进可退。同时,对合同可能出现的一些不合理、限制性条款要事先准备好对策。

谈判前要做好法律准备。贸易合同的各项条款,均应按双方一致的观点明确规定下来,以免日后在解释上出现分歧而产生纠纷,或造成对已不利的局面。在谈判前应清楚双方国家的有关法律规定,这样才能按照双方的法律,合法签订合同。谈判时应有专业法律人员参加,合同最好由法律人员起草。

(3) 谈判前要拟定好谈判方案

为做到不打无把握之仗,谈判前必须拟订好谈判方案。国际贸易谈判方案,是指为了完成某种商品的进出口任务而确定的经营意图、需要达到的最高或最低目标,以及为实现该目标所应采取的策略、步骤和做法。它包括谈判的总体设想、谈判策略、从开始谈判到计划成交的大体时间安排和具体步骤等。谈判前对合同的主要条款要有一个原则性意见,也要有具体意见,内定好准备争取的最高要求和必要时可以让步接受的最低要求;并对一些重大问题预测对方的要求和自己的对策。有条件的可以搞模拟谈判,拟订几套可供选择、能进能退的谈判。

1.1.2 交易的磋商

交易的磋商是国际贸易业务活动中非常重要的环节。它是指进出口企业为出售或购买货物与国外客户就各项交易条件进行洽商,以期达成协议的过程。交易磋商是以成立合同为目的的,磋商的过程就是合同订立的过程。

交易磋商的形式可分为口头和书面两种。口头磋商包括邀请国外客户来访或组织业务人员出访、参加各种商品交易会等,也可以通过电话洽谈;书面磋商是通过来往函电,包括交换信件、电报或传真、电子邮件等。

交易磋商的内容,以货物的品质、数量、包装、价格、交货期和支付条件等为主要内容,还包

括检验、索赔、不可抗力 and 仲裁等其他内容。而后者,属于对每笔交易都适用的条件。因此,一些外贸企业往往将其印在本企业提供的销售合同或购货合同的背面或正面的下部,以简化手续。

在进出口业务中,交易磋商的一般程序可概括为“询盘”、“发盘”、“还盘”和“接受”四个环节。

1. 订立国际贸易合同的法律步骤

(1) 询盘

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,也可以邮寄样品(Sample)、报价单(Quotation sheet)、价目表(Price lists)及商品目录(Catalogues)等。

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,往往还表达与对方进行交易的愿望,希望对方接到询盘后及时做出发盘,以便考虑接受与否。在实际业务中,由买方主动发询盘的较多。

询盘不是每笔交易必需的程序,如交易双方彼此都了解情况,不需要向对方探询,则可直接向对方做出发盘。

(2) 发盘

发盘又称报价,在法律上称为“要约”。是买方或卖方向对方提出各项交易条件,并愿意按照这些条件达成交易,订立合同的一种肯定的表示。

发盘人可以是卖方,也可以是买方。前者称为售货发盘(Selling offer);后者称为购货发盘(Buying offer),也称“递盘(Bid)”。通常是买方或卖方在收到对方的询盘之后提出的,但也可不经过对方的询盘,直接向对方发盘。

一方发盘必须提出主要交易条件,包括商品的品质、数量、包装、价格、交货期以及支付方式等,而且发盘都是有有效期的。发盘的有效期是指可供受盘人对发盘做出接受的时间或期限。发盘人对发盘有效期可作明确的规定,也可不作明确的规定。明确规定有效期的发盘,从发盘被传达到受盘人开始生效,到规定的有效期届满为止。不明确规定有效期的发盘,按法律在合理时间内有效。在发盘的有效期内,发盘人不得任意撤销或修改其内容。发盘一经对方在有效期内表示接受,就算达成交易,买卖合同即告成立,双方均受合同的约束。

根据《联合国国际货物销售合同公约》(以下简称“公约”)的规定,一项在法律上有效的发盘必须具备以下条件:

1) 发盘人必须要在发盘中表示出愿按发盘所列条件订立合同的意思。

这种意思的表示,可以是明示的,也可以是暗示的。明示的表示,发盘人可在发盘时明白说明或写明“发盘”、“发实盘”或明确规定发盘有效期等。暗示的表示,则应与其他有关情况结合起来考虑,包括双方磋商的情况,双方已确立的习惯做法、惯例和当事人随后的行为。如果一方已确定发盘意向,应尽量采用明示的方法表示,以便受盘人认真对待,及时作出反应。

2) 发盘必须要有特定的受盘人。

这是指在发盘中,应指明个人姓名或企业名称的受盘人。这一规定的目的,一般是为了将向特定对象做出的发盘与在报刊上刊登广告、向客户发商品目录、价目单和其他宣传品的行为区分开来。

3) 发盘的内容要明确、肯定。

这是指发盘应包括拟将签订的合同的主要条件,只要对方接受,就足以成立一项对双方当事人均有约束力的合同。在我国外贸实际工作中,我出口方在对外发盘时,应明示或暗示地至少规定六项主要交易条件,即:货物的品名及品质、数量、包装、价格、交货和支付条件,这样,一旦受盘人表示接受,双方即可明白无误地了解双方协商一致的主要合同条款,毋须借助于任何可能引起意见分歧的补救措施。然而,《公约》第十四条规定,只要列明货物的品名及品质、数量、价格三项条件,即可构成一项有效的发盘。那么,是否意味着我国外贸企业的实际做法中的六项主要交易条件有些多余,其实不然,上述《公约》第十四条的规定中所缺少的其他内容,可按《公约》第三部分第三十五条(2)款(d):“货物按照同类货物通用的方式装箱或包装,如果没有此种通用方式,则按照足以保全和保护货物的方式装箱或包装。”第三十三条(c):如合同中未明确规定交货期,则“应在订立合同后一段合理时间内交货。”和第五十八条(1)款:“如买方没有义务在任何其他特定时间内支付价款,他必须于卖方按照合同和本公约规定将货物或控制货物处置权的单据交给买方处置时支付价款。”等条款予以确定。因此,为了避免争议的发生,我外贸企业在发盘中应至少列明六项主要交易条件为好。

4) 发盘必须送达受盘人才能生效。

这是《公约》和其他各国法律普遍的要求。口头发盘,应让受盘人听清全部发盘内容,该发盘方为有效;函电方式发盘,必须传达到受盘人才能生效。

(3) 还盘

还盘是受盘人对发盘内容不完全同意而提出修改或变更的表示。事实上,还盘是对发盘的拒绝,它等于受盘人以发盘人的身份向原来的发盘人做的一项新发盘。一方的发盘经对方还盘以后即失去效力。除非得到原发盘人同意,受盘人不得在还盘后,重新接受原发盘。

一方发盘,另一方如对其内容不同意,可以进行还盘,同样,一方的还盘,另一方如对其内容不同意,也可以进行再还盘。一笔交易有时不经过还盘即可达成,有时要经过还盘,甚至往返多次的还盘才能达成。

还盘只有受盘人才可以作出,其他人作出无效。还盘不仅可以对商品价格,也可以对交易的其他条件提出意见,在还盘时,对双方已经同意的条件一般毋须重复列出。

(4) 接受

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,以声明表示同意发盘提出的各项交易条件。可见,接受的实质是对发盘表示同意。一项有效的发盘一经接受即宣告合同成立。

根据《公约》的规定,一项有效的接受,必须具备以下条件:

1) 接受必须由受盘人做出

发盘是由特定的人提出的,因此,只有特定的人才能对发盘做出接受。

2) 接受必须是同意发盘所提出的全部交易条件

接受必须是绝对的、无保留的,必须与发盘的内容完全相符。如果只接受发盘中的部分内容,或对发盘条件提出实质性的修改等,均不能构成接受,而只能视作还盘。我国《合同法》第30条规定,承诺的内容应与要约的内容一致。受要约人对要约的内容作出实质性变更的,为新要约。有关合同的标的、数量、质量、价款或者报酬、履约期限、履行地点和方式,违约责任和解决争议方法等的变更,是对要约内容的实质性变更。如果,受盘人在表示接受时,对发盘内

容提出除上述实质性条件以外的添加、限制和变更。如要求增加重量单、装箱单、原产地证明或某些单据的份数等,这些添加和变更属于非实质性变更,除非发盘人在不过分迟延的时间内以口头或书面形式通知反对其间的差异外,此项接受仍为有效接受。我国《合同法》第31条规定,承诺对要约的内容做出非实质性变更的,除要约人及时表示或者要约表明承诺不得对要约的内容作出任何变更的以外,该承诺有效,合同的内容以承诺的内容为准。

3) 接受必须在发盘规定的时效内做出

当发盘规定了接受的时限的,受盘人必须在发盘规定的时限内作出接受,方为有效。如果发盘没有规定接受的时限,则受盘人应在合理时间内表示接受。

4) 接受的传递方式应符合发盘的要求

发盘人发盘时,有的具体规定接受的传递方式,也有未作规定的。如发盘人没有规定传递方式,则受盘人可按发盘所采用的,或采用比其更快的传递方式将接受通知送达发盘人。

2. 国际贸易合同的签订

出口合同的订立,是双方当事人意思表示一致的结果。在交易磋商过程中,一方发盘经另一方接受以后,交易即告达成,买卖双方就构成了合同关系。双方在磋商过程中的往返函电,即是合同的书面证明。但根据国际贸易习惯及我国《合同法》的有关规定,买卖双方还要签订书面合同或成交确认书,以进一步明确双方的权利和义务。

1.1.3 合同的履行

1. 备货

买卖合同成立后,按照合同交付货物、移交单据和转移货物所有权是卖方的三项基本义务,做好备货工作就是为履行交货义务准备物质基础。在备货工作中,卖方应做到:

1) 货物的品质必须与合同的规定一致。

如卖方所交货物的实际品质低于合同规定就构成违约,但也不宜高于合同规定,否则,在某些情况下(例如:该商品的国际市场价格下跌),买方也可能以货物品质与合同规定不符而拒收货物。同时,货物要适合通常的用途和特定的使用目的。

2) 货物的包装必须符合合同的规定。

倘若合同未对此作具体规定,卖方应按照同类货物通用的方式装箱或包装,如无此种通用方式,则应按照足以保全和保护货物的方式装箱或包装。

3) 货物的数量必须符合合同的规定。

4) 货物备妥时间应与合同、信用证规定的装运期限相适应。

5) 卖方对货物要有完全的所有权并不得侵犯他人的权利。

2. 落实与合同相关的信用证事宜

如果合同中规定按信用证方式结算,买方按合同规定正确、及时地开立信用证不仅是卖方能否安全收汇的保障,同时也是买方所应履行的基本义务。信用证对出口企业至关重要。因此,及时取得信用证并备妥信用证中规定的各种单证,是履行出口合同的重要内容,在这一环节中主要包括催证、审证和改证工作。

(1) 买方开证和卖方催证

催证,是指卖方通知或催促国外买方按合同规定迅速通过开证银行开出信用证,以便卖方能按时交货。在采用信用证支付方式时,买方应严格按合同规定按时开立信用证,如合同中对

买方开证时间未作规定,买方应在合理时间内开出。在开证银行开出信用证后,买方才能有要求卖方履行其交货义务的权利。因此,买方按时开立信用证是卖方履行合同的前提条件。如买方未按合同规定申请开立信用证,卖方有权解除合同,并提出损害赔偿。

在实际业务中,由于种种原因,买方不按合同规定开证的情况时有发生,这就需要卖方及时予以催促。

(2) 通知行和卖方审证

信用证是根据买卖合同开立的,信用证内容应与合同条款一致。但在实际业务中,由于种种原因,如工作疏忽、电文传递错误、贸易习惯的不同、市场行情的变化,甚至买方有意利用开证的主动权加列对其有利的条款等,往往会出现开立的信用证内容与合同规定不符等情况,为保证安全收汇,卖方在收到信用证后,应与通知行一起根据买卖合同并参照跟单信用证统一惯例(以下简称 UCP500, UNIFORM CUSTOMS AND PRACTICE FOR DOCUMENTARY CREDITS) 的规定进行认真审核。

(3) 卖方要求改证

当卖方审核信用证后,如发现信用证的某些内容与合同规定不符且不易做到时,卖方有权要求修改信用证。但修改信用证内容直接关系到有关当事人的权利和义务的改变,因此,对不可撤销信用证的修改,必须得到各有关当事人的同意,此项修改方为有效。

3. 订舱托运

国际货物运输方式的种类很多,包括海洋运输、铁路运输、航空运输、内河运输、邮政运输和国际多式联运等,各种运输方式都有其自身的特点和独特的经营方式,出口企业应合理选择和正确利用各种运输方式。在诸多的运输方式中,海洋运输方式具有运量大、运费低等优点,占了我国全部出口货物运输的 90% 以上。因此,本书以下各项内容均以海洋运输为例进行分析和介绍。

在我国,出口货物的托运工作一般委托中国外贸运输公司或其他运输代理(Forwarding agent, 简称货代公司)代为代理出口。企业或货代公司根据货量,如为大宗出口货物,向轮船公司或其代理洽商租船;如为小批量货物,则办理订舱托运业务。租船订舱时应填写“托运单”(Booking note)或“订舱委托书”(Shipping note),交付轮船公司或其代理或货代以作为办理货物托运的凭证。

4. 投保

投保人在确定保险险别与保险金额,并已办妥运输事宜后,即可根据合同或信用证的规定向保险公司办理投保手续。投保常见的有两种做法:一是填制保险公司制定的投保单;二是以出口公司填制的出口货物明细单或发票副本来代替,但在这些单证上须加填必要项目。

投保的具体程序如下:

- 1) 申请投保;
- 2) 支付保险费;
- 3) 取得保险单据;
- 4) 保险单的转让。

在 CIF 合同中,一般均规定卖方有义务向买方提交保险单和提单等单据,在这种情况下,卖方取得保险单和提单后,通常是以背书方式把这些单据转让给买方以履行其合同义务。

保险单据的转让毋须取得保险人的同意,也毋须通知保险人,甚至在保险标的发生损失之

后,保险单据仍可有效转让。保险单的受让人有权以自己的名义在货物遭受承保范围内的损失时向保险人要求赔偿。

5. 报关

根据我国海关法,任何进出口货物在进出关境时,都必须凭有关单据及证明文件办理报关手续。进口货物自进境起到办妥海关手续为止,出口货物自向海关申报起到出境止,都要接受海关监管。

由于海关业务繁杂,涉及面广,政策性强,往往使一些进出口企业无所适从,这在报关方面尤为突出。因此,出口企业往往委托专业的报关单位或经营对外贸易仓储运输兼营报关服务业务的企业代理报关。

出口企业在备齐出口货物,确定运输工具和航线后应及时办理出口报关手续,如果是委托货运代理公司办理报关手续的,可在委托货运业务的同时,向货运代理公司提交报关委托书和其他报关所需要的单证,委托其代理报关。

海关对出口货物的监管过程分为申报、查验和放行三个环节。

6. 发出装船通知

货物装船后,卖方应及时向国外买方发出“装船通知”(shipping advice),以便对方准备付款赎单、办理进口报关和接货手续。如为 CFR(或 CPT)合同,由买方自办保险,则及时发出装运通知尤为重要。因买方办理投保业务需提供有关运输的详细情况,而如果卖方未及时发出装运通知将影响买方办理保险业务。

7. 制单结汇

出口货物装运之后,出口企业即应按照信用证的规定,正确缮制各种单据,并在信用证规定的交单有效期内,递交银行办理议付手续。国际贸易结汇单据主要包括:以发票为中心的货物单据,以提单为中心的运输单据和以保险单为中心的保险单据。各套单据之间的内容应符合,即“单单相符”,且都要与信用证内容相同,即“单证相符”。银行在结汇时,只要审查为“单单相符,单证相符”即行付款。

8. 出口核销和退税

(1) 出口核销

出口企业在办理出口货物报关时,必须向海关出示填妥内容的核销单,凭填有核销单编号的报关单办理手续。经逐票核对并查验货物无误后,海关在核销单和有核销单编号的报关单上加盖“验讫章”并签注日期,然后将它们交还出口企业。由出口单位将核销单存根随附发票等单据送当地外汇管理部门备案。

出口企业在货物报关后,到银行办理货款的结算,将注有核销单编号的发票随同单据交受托行。若为信用证或托收项下的出口,出口企业在向受托行交单、要求议付或托收时,必须提供一联注明核销单编号的发票交银行查存,盖有海关“验讫章”的核销单由出口企业保存。若为汇付方式出口,出口企业应事先向国外进口商告知该批出口货物的核销单编号。当货款汇至银行后,银行将款项解付给出口企业。对一票出口多笔收汇者或多票出口一笔收汇者,应将对应的核销单编号全部填上。

如为自行寄单索汇的,由出口企业在结汇后将核销单编号填入结汇单或收账通知。然后,向外汇管理部门办理核销。外汇管理部门按规定办理核销后,在核销单上加盖“已核销”章,并将其中的出口退税专用联交出口企业办理出口退税之用。

(2) 出口退税

我国从1985年4月1日开始全面实行出口退税办法。出口退税是指已报关离境的商品,由税务机关将其出口前在生产和流通各环节中已缴纳的国内流转税退还给出口企业,使出口产品以无税成本进入国际市场,加强其市场竞争力,扩大产品出口。

根据国务院对出口产品实行“征多少,退多少”、“未征不退”和“彻底退税”的基本原则,我国制定了一系列出口产品退税的具体政策规定。根据《中华人民共和国增值税暂行条例》和《中华人民共和国消费税暂行条例》的有关规定,国家税务总局专门制定了《出口货物退(免)管理办法》、《出口货物退(免)税若干问题规定》等。根据该管理法,有出口经营权的企业出口或代理出口的货物,除另有规定者外,可在货物报关出口并在财务上做销售后,凭有关凭证按月报送税务机关批准退还或免征增值税和消费税。

出口退税的范围通常是指外贸企业自营出口的已税产品、生产企业直接出口的自产产品、企业之间联营出口的已税产品、委托代理出口的已税产品以及有关特定出口的退税产品。出口产品的应退税种包括产品税、增值税、营业税和特别消费税4种,均为间接税。凡在这4项税种征收范围内的出口产品,除国家明确规定不予退税者外,在产品报关离境后,均予以退还已征税款或免征应税税款。根据有关法律,国家明确不予退税的出口产品有:原油、成品油、援外产品和国家禁止出口的产品。对高税率产品的退税实行严格的审核和管理制度。

1.2 国际贸易单证操作流转过程

1.2.1 国际贸易单据

国际贸易是一个综合性的操作过程,一方面货物由卖方通过运输方转移到买方手中,另一方面单据由卖方通过银行转移到买方手中。按现在国际贸易中最常用的信用证结算方式的要求,卖方交货仅仅是履行了其一部分的责任,它还必须按信用证的要求提交全套合格的单据,否则将无法得到货款。因此,在国际贸易中,对单据的处理是一个非常重要的问题。国际贸易中常用的单据主要包括以下几类:

1. 资金单据(Financial Documents)

资金单据主要用于货款的收付,具有货币的性质,主要包括以下三种:

(1) 汇票(Bill of Exchange / Draft)

汇票是一个人向另一个人签发的,要求见票时或在将来的固定时间,或可以确定的时间,对某人或其指定人或持票人支付一定金额的无条件书面支付命令。其基本含义主要包括:

- 1) 汇票是一种委托他人付款的证券
- 2) 汇票是一种无条件的书面支付命令
- 3) 汇票金额必须确定
- 4) 汇票要求必须在规定时间付款

(2) 本票(Promissory Note)

本票是一个人向另一个人签发的,保证于见票时或定期或在可以确定的将来的时间,对某人或其指定人或持票人支付一定金额的无条件书面承诺。其基本含义主要包括: