

21世纪财经类规划教材

盛洪昌 主编

国际贸易 实务

<http://www.tup.com.cn>



清华大学出版社

21世纪财经类规划教材

国际贸易实务

盛洪昌 主编

清华大学出版社

北 京

内 容 简 介

本书依据《2000 年国际贸易术语解释通则》、《中华人民共和国合同法》等最新的国际贸易惯例和有关法规,介绍了国际贸易实务具体做法,以国际货物买卖合同为中心,阐述了国际货物交易的条件和过程、进出口合同履行、出口单证实务,还对国际贸易方式作了介绍。

本书在编写中体现了如下特点:(1)系统性与逻辑性。本书系统全面地介绍了国际贸易实务的基本知识。框架结构划分较细,脉络清晰,重点突出。(2)内容新颖具有前瞻性。在分析角度、引用资料、内容安排上都比较新颖,尽可能反映经济全球化的新成果。体现了面向 21 世纪的特点,删减了已经过时的理论观点和章节,增添了一些新内容。本教材具有创新精神和前瞻意识,力求反映国际贸易理论发展的最新成果。(3)语言简明通俗,内容深度适当。编写教材时力求做到语言简明扼要、通俗易懂。深浅适度、举例生动、便于自学。

本书可作为大学本科、高职高专相关专业教材。

版权所有,翻印必究。举报电话:010-62782989 13501256678 13801310933

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

本书防伪标签采用特殊防伪技术,用户可通过在图案表面涂抹清水,图案消失,水干后图案复现;或将表面膜揭下,放在白纸上用彩笔涂抹,图案在白纸上再现的方法识别真伪。

图书在版编目(CIP)数据

国际贸易实务/盛洪昌主编. —北京:清华大学出版社,2006.1

(21 世纪财经类规划教材)

ISBN 7-302-11904-X

I. 国… II. 盛… III. 国际贸易—贸易实务—高等学校:技术学校—教材 IV. F740.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2005) 第 112655 号

出 版 者: 清华大学出版社 地 址: 北京清华大学学研大厦

<http://www.tup.com.cn> 邮 编: 100084

社 总 机: 010-62770175 客户服务: 010-62776969

责任编辑: 龙海峰

印 装 者: 清华大学印刷厂

发 行 者: 新华书店总店北京发行所

开 本: 185×230 印张: 17.5 字数: 294 千字

版 次: 2006 年 1 月第 1 版 2006 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 7-302-11904-X/F·1361

印 数: 1~4000

定 价: 25.00 元

前 言

在世界经济全球化迅猛发展以及中国加入 WTO 的国际环境下,对外经济活动日益频繁。为了培养更多面向 21 世纪的国际经贸人才,满足国际经济与贸易专业开设国际贸易实务课程的需要,我们编写了这本《国际贸易实务》教材。

国际贸易实务课程是国际经济与贸易专业的一门专业课,也是经济类、管理类专业的——门主干课。本书依据《2000 年国际贸易术语解释通则》、《中华人民共和国合同法》等最新的国际贸易惯例和有关法规,介绍了国际贸易实务具体做法,以国际货物买卖合同为中心,阐述了国际货物交易的条件和过程、进出口合同履行、出口单证实务,还对国际贸易方式作了介绍。

本教材在编写中体现了如下特点:

1. 系统性与逻辑性。本书系统全面地介绍了国际贸易实务的基本知识。框架结构划分较细,脉络清晰,重点突出。
2. 内容新颖具有前瞻性。在分析角度、引用资料、内容安排上都比较新颖,尽可能反映经济全球化的新成果。体现了面向 21 世纪的特点,删减了已经过时的理论观点,增添了一些新内容。本教材具有创新精神和前瞻意识力求反映国际贸易理论发展的最新成果。
3. 语言简明通俗,内容深度适当。编写教材时力求做到语言简明扼要、通俗易懂。深浅适度、举例生动、便于自学。对于初次接触国际贸易实务的读者较为适宜。
4. 操作性强,注重理论联系实际。吸收国内外同类教材的精华,做到学以致用,培养学生分析问题、解决问题的能力。每章后附有案例和思考题,有助于学生通过案例分析与思考题加深对内容的理解和掌握。

本书由盛洪昌任主编。分工如下:盛洪昌(第二、三、四、五、六、十一章)、王新道(第一、七章)、王岩(第八章)、王萍(第九章)、刘丽艳(第十章)由盛洪昌教授负责全书提纲拟定、修改、编纂和定稿。

在编写的过程中,参考了大量的国内外著作、教材和文献,这里无法一一列出,在此表示衷心感谢。

由于编者水平和条件有限,在编写过程中难免出现错、漏之处,敬请读者批评指正。

编者

2005 年 8 月

目 录

前言	I
第一章 国际货物贸易程序	1
第一节 国际货物贸易的一般程序	1
第二节 国际货物贸易准备工作	3
第三节 国际货物贸易洽商	7
第四节 国际货物贸易合同签订	14
本章小结	19
思考题	20
第二章 国际贸易术语	21
第一节 国际贸易术语概述	21
第二节 主要国际贸易术语的解释	24
第三节 其他贸易术语	33
本章小结	39
思考题	39
第三章 国际货物的价格	41
第一节 进出口商品的作价原则与方法	41
第二节 成本核算	43
第三节 佣金与折扣	46
第四节 合同中的价格条款	50
本章小结	54
思考题	54
第四章 国际货物的名称、品质、数量和包装	56
第一节 国际货物名称	56
第二节 国际货物品质	57
第三节 国际货物的数量	63
第四节 国际货物的包装	67

本章小结	75
思考题	76
第五章 国际货物运输	78
第一节 国际货物运输代理	78
第二节 国际货物运输方式	81
第三节 国际货物运输条款	92
第四节 国际货物运输单据	96
本章小结	100
思考题	100
第六章 国际货物运输保险	102
第一节 海上货物运输保险的范围	102
第二节 海运货物运输保险	107
第三节 其他运输方式的货运保险	112
第四节 国际货物运输保险实务	115
本章小结	120
思考题	120
第七章 国际货物货款收付	121
第一节 支付工具	121
第二节 支付方式	128
第三节 信用证	132
第四节 银行保函和备用信用证	143
第五节 支付方式的选用	147
本章小结	150
思考题	151
第八章 国际货物贸易的检验、索赔、不可抗力和仲裁	152
第一节 商品检验	152
第二节 索赔	160
第三节 不可抗力	166
第四节 仲裁	171
本章小结	180
思考题	180

第九章 进出口合同的履行	182
第一节 出口合同的履行	182
第二节 进口合同的履行	198
本章小结	204
思考题	205
第十章 出口单证的制作	207
第一节 托运单	207
第二节 出口货物报关单	211
第三节 装货单与收货单	217
第四节 商检证书	220
第五节 海运提单	222
第六节 装箱单、重量单和尺码单	225
第七节 保险单	226
第八节 发票	231
第九节 汇票	234
第十节 产地证	236
本章小结	239
思考题	239
第十一章 国际贸易方式	241
第一节 经销与代理	241
第二节 寄售与展卖	245
第三节 招标与拍卖	249
第四节 对销贸易	253
第五节 加工贸易	257
第六节 期货贸易	262
第七节 国际电子商务	266
本章小结	271
思考题	271

第一章 国际货物贸易程序

本章要点

- 了解国际货物贸易一般程序及各个环节；
- 了解国际货物贸易的准备工作和每一个具体内容，以及根据具体交易条件不同所采取的不同的方法；
- 掌握国际货物贸易洽商的形势、内容和整个程序；
- 了解和掌握国际货物贸易合同的内容、签订及履行。

第一节 国际货物贸易的一般程序

国际货物贸易程序是以合同为中心进行的，主要包括交易前的准备工作、贸易洽商到签订合同等环节。在实际工作中，各环节之间都有着密切联系，经常出现交叉进行的情况。其中，交易前的准备工作是贸易洽商能否顺利进行的保证，而贸易洽商则是能否达成协议和决定双方权利与义务的关键。进出口业务的具体流程如图 1-1、1-2 所示。

1. 国际货物贸易准备工作

主要包括组织经贸洽谈人员；进行市场调研，选择目标市场或采购市场；选择交易对象或供货商；制定进出口商品经营方案；进行成本核算等。

2. 国际货物贸易洽商

主要是根据方针政策、国际规则和企业的经营意图，按照经营方案，运用国际市场通用做法，与国外客户就所经营的货物及交易条件进行洽商。

3. 合同的签订与履行

合同签订后，买卖双方当事人根据合同规定履行自己的义务。任何一方违反合同的规定，并使对方遭受损失，均应依法承担赔偿责任。

就进出口企业而言，履行出口合同的工作主要包括按照合同备妥货物；如果是采用信用证方式收汇的交易，则要向客户催开信用证并且收到后根据合同进行审核，发现不符又不能接受的，应立即通知客户修改；然后向运输机构办理委托运输和装运等手续，其中包括租船（订舱）、报检、报关、保险及装船

(或其他运输工具)等工作;在货物装运后,缮制单据;最后进行交单和向银行办理结汇等手续。履行进口合同,则与出口内容相对应,在以后章节中有详细介绍。

在履行合同的过程中,若发生违约并造成一方受损时,就要进行索赔和理赔,如果发生争议,则应以合同条款为依据,按照法律和管理进行处理。

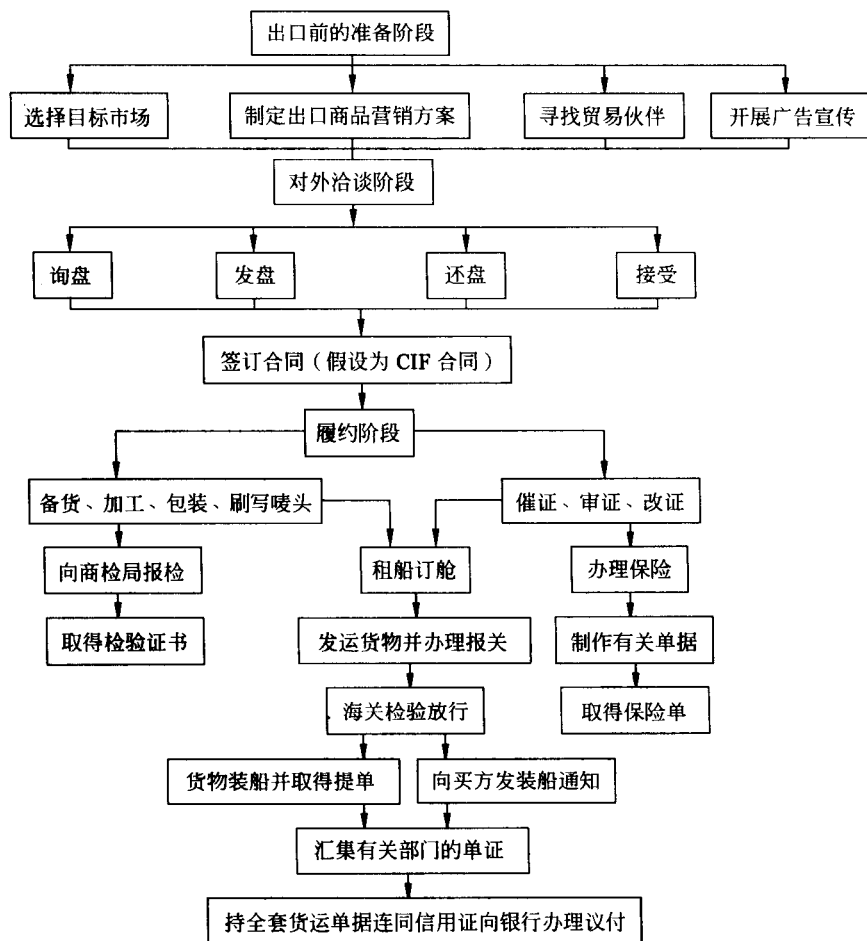


图 1-1 出口业务流程图

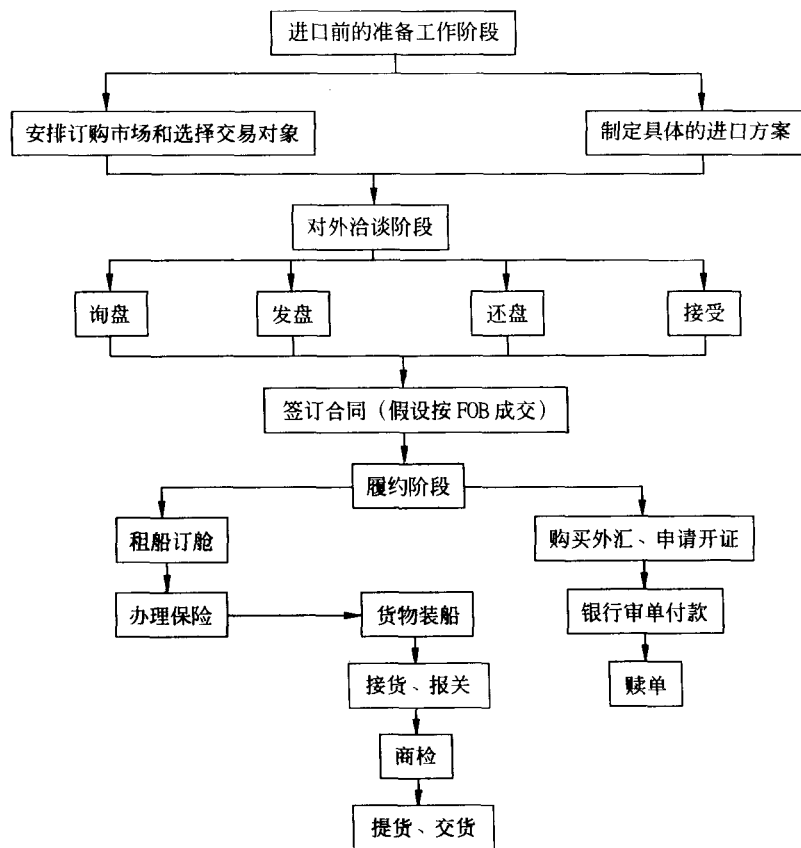


图 1-2 进口业务流程图

第二节 国际货物贸易准备工作

在国际货物贸易中,交易双方为了达成一项交易,对交易的各种条件进行协商,这个过程称为贸易洽商,通常称为贸易谈判。为了顺利达成交易,贸易洽商前,交易双方都要做好交易前的各项准备工作。

一、出口交易前的准备工作

出口交易前的准备工作主要包括以下 4 个方面:

(一) 组织经贸洽谈人员

交易磋商是一项政策性、策略性和技术性都很强的工作。它要求从事此项工作的人员具有良好的政治素质、较高的政策水平、丰富的外贸专业知识和娴熟的谈判技巧,善于应战和应变,并具有高度的责任心和认真踏实的工作作风。

(二) 进行市场调研,选择目标市场

出口交易前,必须加强对国外市场的调查研究,广泛了解市场供销状况、价格动态、各国有关进出口政策、法规、措施和贸易习惯做法,从中选择适当的目标市场,并合理地确定市场布局。

对国外市场调研的内容,主要包括以下几个方面:

1. 国别(地区)调研。对有关国家的国情民情进行调研,从而制定对这个国家地区的贸易对策。调研内容包括该国的经济环境,如国家的经济状况、国民收入、通货膨胀率、税收、物价、国际收支和经济结构等;政治环境,如对外政策、政局以及和我国的外交关系;外汇、价格等方面的政策和限制;文化环境,如公民的文化结构、职业结构、宗教信仰和风俗习惯等。

2. 商品的市场调研。其中包括某一市场或某一时间,居民的消费水平、消费习惯、需要的商品类别、需求量、购买力水平、市场状况、销售时间和商品竞争情况等。

3. 商品调研。了解自己所经营的商品是否符合消费者需要,有哪些优缺点,还需作哪些改进,价格是否与当地的消费水平相当,数量是否需要进行调整。另外,进口方对包装、运输和售后服务等有什么要求,从而决定自己的出口商品经营方案。

4. 价格调研。专门对某种或某些商品的价格进行调研。内容包括该种商品不同时期的价格水平,不同品种、不同客户之间的价格水平,预测未来价格的变化趋势。

(三) 选择交易对象

确定了销售市场后,应在市场内选择具体的交易对象。选择交易对象时,要对客户的资信情况展开全面的调查。调查的内容主要包括客户的政治经济背景及其对出口商的态度,客户的经营范围、经营能力、经营作风和支付能力等。出口商可以委托业务往来银行、商会、本国驻国外商务机构或咨询公司代为调查客户的情况,然后分类排队,从中挑选最合适的交易对象,并与之建立稳定的业务关系。

(四) 制定出口商品经营方案

出口商在市场调研的基础上确定了国外市场和客户关系之后,应该根据本企业的经营意图和自身的特点、市场的需求制定出口商经营方案,以使对外洽商、交易有所依据。经营方案的内容主要包括以下几方面:

1. 货源情况。其中包括国内生产能力、可供出口的数量以及商品的品质规格和包装等情况。
2. 目标市场分析。目标市场分析包括机会和问题两个方面,分析企业即将进入的海外目标市场给其带来的具体利益和面临的困难及障碍。企业应从目标市场的有利条件和不利条件两个方面入手,确定本企业存在的机会和面临的主要问题,从而有的放矢地制定营销计划和控制措施。
3. 经济效益分析。进行经济效益分析是为了帮助出口商谈判出口是否有利,从而决定是否出口、出口多少以及如何掌握出口商品价格。其中包括对出口商品盈亏率、出口商品换汇和外汇增值率等项的核算。在保证经济效益的前提下,制定价格方案。
4. 销售计划和措施。其中包括分国别和地区,按品种、数量或金额列明推销的计划进度以及按推销计划采取的措施,如对客户的利益、贸易方式和收汇方式的运用,对价格佣金和折扣的掌握。

除此之外,出口商品经营方案的内容还涉及特定国家和地区的进口管制和关税情况、对其他国家和地区出口计划的初步安排,另外还要对出口过程中可能遇到的问题作出估计,并提出解决关键问题的方法。

出口业务中,对于大宗商品及重点推销的商品通常是逐个制定出口商品经营方案;对于中小商品,则仅制定内容较为简单价格方案即可。

另外,出口商在出口交易前,还应在国内外进行商标注册,委托国外的代理人、广告商或自己通过各种途径作好出口商品的广告宣传。

二、进口交易前的准备工作

进口交易前的准备工作涉及市场调研、进口成本核算和进口方案制定等工作。

(一) 进行市场调研,选择采购市场与供货商

进口商品在进行市场调研时,应注重产品技术的先进程度、工艺程度和使用效能,货比三家,并结合进口商的实际需要,确定合适的采购市场和供货商。进口调研一般包括:

1. 商品价格趋势

不同商品的价格走势不同。工业品价格大多比较稳定,但受原材料价格影响较大。国内外报刊对这方面的报道不是很多,一般可以通过驻外机构和向供货商询价进行了解。机械设备价格波动较小,但不同生产厂商、不同技术规格和牌号,价格往往相差很大。有关这方面的信息,可以查阅国内外商务报刊,分析比较后,再通过驻外商务机构、咨询公司、行业协会进行了解,也可以邀请多家外商直接洽谈和技术交流,进行技术和价格比较。农产品的价格一般可以从报纸杂志中了解市场情况。原材料国际市场价格经常变化,这类商品的价格在国内外报刊上都有报道,在订货前要对价格进行预测。

2. 供应商的资信调查

对供应商资信的调查有利于降低交易风险,同时也可以更好地选择优良客户,促进交易,扩大贸易往来。对供应商的资信调查主要包括资金状况、经营能力与经营作风以及售前售后服务水平。对供应商资信调查的渠道有银行、驻外商务机构、商会、行业协会及咨询机构。

(二) 进口成本核算

1. 进口成本的构成

进口成本主要由供应商报价(进口可接受价格)和各项进口费用构成。进口合同的价格在正式签约前是一种估价,是在供货商报价的基础上经过谈判可争取的价格。进口费用包括内容较多,以 FOB 为例,主要包括从装运港(地)到卸货港(地)的运输费用;运输途中货物的保险费用;卸货费、驳船费、码头建设费和码头仓租费等费用;进口税款;进口商品的检验费和其他公证费用;银行费用,如开证费和其他手续费;报关提货费;国内运输费;支付给中间商的佣金;其他费用。

2. 进口经济效益分析

进口经济效益分析方法是比较进口商品销售收入和进口成本。如果进口商品销售收入大于进口成本,意味着进口商品有利可图;反之,意味着进口交易会亏损。

(三) 制定进口商品经营方案

进口商品经营方案是为了完成进口任务而确定的各项具体安排,是进口商对外采购商品的主要依据。凡涉及大宗或重要商品的进口,一般都要在交易前制定进口商品经营方案,对中小商品的进口,一般只需制定一个比较简单的价格方案。进口商品的经营方案要根据商品的特点、国内需求情况、国际市

场价格走势及进口企业的资金情况来制定,同时对经济效益进行核算。进口商品经营方案的内容大致包括以下几个方面:

1. 数量的掌握。根据国内需要的轻重缓急和国外市场的具体情况,适当安排订货数量和进度,在保证满足国内需要的情况下,争取在有利的时机成交,既要防止前松后紧,又要避免过分集中。

2. 采购市场的安排。根据国别(或地区)政策和国外市场条件,合理安排进口国别(或地区),选择对进口方有利的市场,同时又要避免市场过分集中。

3. 交易对象的选择。根据国际市场的价格,并结合采购意图,拟定出价格变动的幅度,以作为洽商交易的依据。在价格的掌握上,既要防止价格偏高造成经济损失,又要防止价格偏低,而完不成采购任务。

4. 价格的掌握。根据国际市场近期价格,并结合采购意图,拟定出价格变动的幅度,以作为洽商交易的依据。

5. 贸易方式的运用。在经营方案中,应根据采购的数量、品种、贸易习惯等因素,对贸易方式的采用提出原则性意见。进口商可以通过招标方式采购,也可以按补偿贸易或易货方式进口,最常见的是按单边进口方式订购。

6. 交易条件的掌握。交易条件应根据商品品种、特点、采购地区、成交对象和经营意图,在平等互利的基础上酌情确定和灵活掌握。

此外,根据需要还要做好向国家有关部门报批进口货单,申请进口许可证,报批使用外汇计划等准备工作。

第三节 国际货物贸易洽商

贸易洽商是国际贸易业务中最重要的环节,在实际工作中,有关业务人员必须认真对待。凡有关交易的各项条件,都要通过洽商来确定。经洽商达成的有关货物买卖合同,对买卖双方均具有法律约束力,任何一方不得擅自变更或取消。

一、国际货物贸易洽商的形式

贸易洽商(Business Negotiation)是指买卖双方为达成买卖合同而对各项交易条件进行协商,以期达成交易的过程。

贸易洽商的形式分为口头的和书面的两种。口头洽商主要是指在谈判桌上面对面的谈判,如参加各种交易会、洽谈、贸易小组出访及邀请客户来华洽

商交易等。另外,还包括双方通过电话进行的交易洽商,口头洽商双方可以根据进展情况及时调整策略,对谈判内容复杂、涉及问题多的交易较为合适。

书面洽商是指通过信函、电报、传真和 EDI 等通信方式进行业务洽商。上述两种洽商的形式虽然有所不同,但在国际贸易中,其法律效力是相同的。在通常的交易中以书面洽商形式居多。

二、国际货物贸易洽商的内容

贸易洽商的内容即买卖合同的各项主要交易条款,包括品名、品质、数量、包装、价格、运输、保险、支付以及商检、索赔、仲裁和不可抗力等。其中品名、品质、数量、包装、运输和支付等交易条件被认为是交易的主要条件,在每一笔交易中必须逐项谈妥。而其他交易条件,如商检、索赔、仲裁和不可抗力等,由于在每笔交易中相对比较固定,为了简化贸易洽商的内容,往往将这部分内容印成书面文件或印在公司合同的背面,作为一般交易条件,提供给可能与之交易的客户,只要双方没有异议,就不必逐条协商,这些条件也就是说成为今后双方进行交易的基础。

在许多老客户之间,通常都已就一般交易条件达成协议,或者双方在长期的交易过程中已形成了一些习惯做法,或者双方已经订有长期的贸易协定,这样一来也避免了每次都要对各项条款重复洽商。这些做法对于缩短洽商时间和节省交易费均有益处,在国际贸易中被广泛采用。

三、国际货物贸易洽商程序

目前,贸易洽商一般包括询盘、发盘、还盘和接受 4 个环节,其中发盘与接受是达成交易所必需的两个环节。

(一) 询盘

询盘(inquiry)是交易的一方为购买或销售货物而向对方提出的有关交易条件的询问。询盘通常由买方发出,发出询盘的目的既是探询价格和有关交易条件,也是表示一种交易愿望。询盘也可以由卖方发出。

询盘的内容可涉及价格、规格、品质、数量、包装、装运以及索取样品等,而多数是询问价格。所以,业务上常把询盘称作询价。还有的是要求对方收到询盘后及时作出发盘,以便考虑是否接受。这种询盘,实际上属于邀请发盘,习惯上称为“索盘”。

例如,买方询盘:“请报东北大豆最优惠价格最快交货期,请速电告。”

“Please cable offer northeast soyabean most favorable price earliest delivery promptly.”

例如,卖方询盘:“可供中国松香 WW 级。3 月份装船,如有兴趣请电告。”

“Can supply CHINESE ROSIN WW grade March shipment cable if interested.”

从法律上讲,询盘对于询盘人和被询盘人均无约束力。买方不承担一定要购买的义务,卖方也不一定要承担出售的责任,询盘不是贸易洽商的必要程序,但是它往往是交易的起点,所以作为被询盘的一方,应对接到的询盘给予重视,并作出及时和适当的答复。

(二) 发盘

发盘(offer)又叫发价、报盘和报价,是交易的一方向另一方提出各项交易条件,并愿意按这些条件达成交易、签订合同买卖某种商品的表示。发出发盘的一方成为发盘人或发价人,收到发盘的一方则被称为受盘人或被发价人。

发盘可以在收到询盘后发出,也可以未经询盘直接发出。发盘可以是卖方的行为,习惯上称为售货发盘;也可以是买方的行为,称为购货发盘或递盘。在实际业务中,一般以卖方的发盘居多。

发盘既是商业行为,又是法律行为,在《合同法》中被称为要约。发盘对发盘人具有法律上的约束力,在其有效期内,若受盘人表示完全同意发盘内容,发盘人必须按发盘条件与受盘人订立合同。

1. 构成发盘条件

《联合国国际货物销售合同公约》(以下简称《公约》)第十四条规定“向一个或一个以上特定的人提出的订立合同的建议,如果十分确定并且表明发价人在得到接受约束的意旨,即构成发价。”据此,一项有效的发盘应具备以下条件:

(1) 发盘必须向一个或一个以上特定的人提出。受盘人可以是一个,也可以是数个,可以是自然人,也可以是法人,但必须特定化,不能是泛指的大众,即发盘要注明受盘人的公司、合伙人或个人的名称。作这样的规定的目的是把发盘与广告、商品目录和价目单等区别开来,后者是向广大公众发出的,没有特定的对象,不能构成有效的发盘,而只能视作邀请发盘。

(2) 发盘中必须明确表示发盘人受其约束。发盘必须表明在受盘人接受时,发盘人将按发盘中所列条件,承担与受盘人订立合同的责任。表明承受约束的意旨可以是明示的。明示的表明,如使用“发盘”、“发实盘”之类的词句或明确规定有效期等;暗示的表明,是根据其他有关情况,如双方已确定的习惯

做法、惯例和当事人随后的行为等来加以判定的。若发盘人在发盘中承受约束的意旨不明确,受盘人应尽快予以确认,不宜自己猜测决定。

如果发盘带有任何保留条件和限制性条件,如规定“以货物未售出为准”(SUBJECT TO PRIOR SALE)、“以我方最后确认为准”(SUBJECT TO OUR FINAL CONFIRMATION)、“不受约束”(WITHOUT ENGAGEMENT)等,这样一来的发盘都不是真正的发盘,而只是邀请发盘。

(3) 发盘的内容必须十分确定。从《公约》的规定来看,一项发盘只要写明货物名称、规定的数量和价格,即可被认为内容十分确定。具体业务中涉及的主要交易条件还有许多,如包装、交货和支付条件等。对于这些内容,可以在合同成立后,按双方之间的习惯做法、国际贸易管理或《公约》的有关规定来处理。例如,如果发盘中对货物的包装没有提及,并不影响发盘的有效性。合同成立后,货物包装可以按《公约》第三十五条(d)规定:“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。”

但是,在我国的对外业务中,一般都要求在发盘中列明商品的名称、品质、数量、包装、价格、交货和支付等主要交易条件。这是为了防止误解和可能发生的争议,一旦对方接受,便可以制作详细的书面合同,而无须借助任何容易引起意见分歧的补救措施。

此外,发盘中的所有内容都不应含糊不清、模棱两可。例如,发盘中注明的“参考价……”或“数量大约……”均属意思不确定。

(4) 发盘必须送达受盘人。发盘于送达受盘人时才有效,在此之前,即使受盘人已通过其他途径知道了发盘的内容,也不能在收到发盘前主动对该发盘表示接受。

以上是构成有效发盘的4个条件,也是考察发盘是否具有法律效力的标准。

2. 对发盘有效期的规定

在国际货物买卖中,凡是发盘都有有效期。发盘的有效期的指可供受盘人对发盘作出接受的时间或期限。这一含义有两层意思:一层含义是发盘人在发盘有效期内受约束,即如果受盘人在有效期内将接受通知送达发盘人,发盘人承担按发盘条件与之订立合同的责任;另一层意思是指超过有效期,发盘人将不再受约束。因此,发盘的有效期的既是对发盘人的一种限制,也是对发盘人的一种保障。

明确规定的有效期,并不是构成发盘不可缺少的条件。明确规定有效期