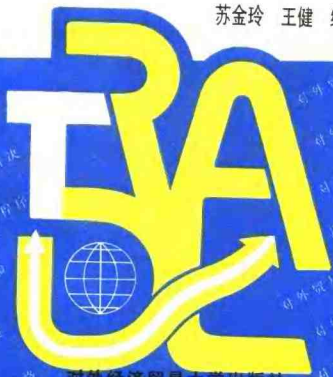


对外贸易交易磋商

苏金玲 王健 编著



对外经济贸易大学出版社

《对外贸易实务运作》系列教学录像片教材

对外贸易交易磋商

苏金玲 王 健 编著

JN24/50



对外经济贸易大学出版社

(京)新登字 182 号

图书在版编目(CIP)数据

对外贸易交易磋商/苏金玲,王健编著. —北京:对外经济贸易大学出版社,1995.3

ISBN 7-81000-726-2

I. 对… I. ①苏…②王… II. 对外贸易-贸易谈判-概论 IV. ①F752.6②F740.4

中国版本图书馆 CIP 数据核字(95)第 02734 号

©1995 年 3 月对外经济贸易大学出版社出版

对外经济贸易大学出版社出版

(原对外贸易教育出版社)

社址:北京惠新东街 12 号 邮政编码:100029

读者服务部电话:4228361

北京通州印刷厂印刷 新华书店北京发行所发行

787×1092 1/32 5.5 印张 116 千字

1995 年 3 月北京第 1 版 1995 年 3 月北京第 1 次印刷

ISBN 7-81000-726-2/F·266 责任编辑 彭秀军

印数 0001- 6000 册 定价:7.80 元

《对外贸易实务运作》编委会

顾问:	孙维炎	王新培	叶彩文	
编委:	王新培	葛亮	徐旭	马凤琴
	张金龙	李庄	崔吉财	刘宝成
	韩维春	余运高	薛书武	王健
	苏金玲	郑俊田	郭金栋	刘耀威
	陈欣	刘园	胡凤华	陶春明
	高菲			

《对外贸易实务运作》系列教学录像片教材

出版前言

改革开放以来,随着外贸体制改革的深入发展和我国经济实力增强,我国外贸事业获得飞跃发展。1994年,我国进出口贸易总额达到2367亿美元,连续三年保持世界第十一位贸易大国地位。目前,我国已有外贸企业8000余家,三资企业20余万家,一个外贸、生产、科技、金融等部门齐头并进的大经贸格局正在形成。面对这样的大好形势,外经贸企业要更上一层楼,迈出更大的步伐,面临最严重的困难之一是人才的缺乏。因此,以理论联系实际为指导思想,切实有效地抓好人才培训及外经贸专业教育,是各外经贸企业、外经贸教育单位面临的重要课题。

基于此,对外经济贸易大学北京奥威士咨询开发中心策划、组织、制作了一套《对外贸易实务运作》教学录像片。该系列教学片针对从事进出口贸易实际操作的业务需要,以进出口贸易全过程为主线,把贸易过程归纳为十个环节,每个环节为一专集,通过对实际业务的运作背景、运作过程、运作方法、运作内容的拍摄,直观、形象、生动地介绍进出口业务中应知应会的基本知识和技能。这套录像片突破了课堂教学的局限性,运用现代化音像教学手段,有利于新获外经贸经营权的企业自己组织本企业职工进行专业培训,尽快掌握外贸实务运作的知识和技能;有利于已有一定经验的外贸业务人员参考规范的国际贸易程序,及时解决外贸实务运作中碰到的新问

题和难题;有利于外经贸院校、专业的国际贸易实务课程的教学,为理论联系实际提供了有效的辅助手段。

由于教学录像片受时间所限,只能简明扼要、提纲挈领地讲述外贸业务基本知识和操作方法,为此,我们组织编写了《对外贸易实务运作》配套参考教材,比较详细地介绍了外贸实务的基本知识和操作过程。

这套录像片及配套教材的研制、编写得到了对外贸易经济合作部发展司及有关司局、进出口商会、海关总署、国家进出口商品检验局、中国国际贸易促进委员会、中国银行等单位的大力支持和协作。

由于这套录像片和配套教材是运用现代化音像教学手段和外贸业务课教学改革的一项初步尝试,难免会有一些不足之处,欢迎各位学者、外经贸实际工作者提出宝贵意见,我们将不断予以完善。

《对外贸易实务运作》编委会
一九九五年二月

编者的话

本书是根据《计算机组成原理》课程的教学大纲编写的。

效果，弥补文字教材的不足。因此，教材和录像带内容是相辅相成的，读者应配套使用。

本书在编写过程中曾参考了对外经济贸易大学和其他单位许多专家、教授的专著、教材。在此，特向有关同志表示感谢。

由于编者水平有限，加上时间仓促，本书缺点和不足之处难免，敬请读者批评指正。

编 者

1995年2月19日

目 录

第一章 交易磋商概述	(1)
一、交易磋商的含义.....	(1)
二、交易磋商的形式.....	(2)
三、交易磋商的内容.....	(6)
第二章 对外贸易谈判策略与技巧	(19)
一、对外贸易谈判	(19)
二、谈判前的准备	(21)
三、谈判方案的制订	(24)
四、谈判时应注意的问题	(26)
五、一般贸易谈判的技巧	(28)
第三章 交易磋商的法律程序	(40)
一、邀请发盘	(41)
二、发盘	(45)
三、还盘	(57)
四、接受	(58)
第四章 交易磋商案例分析	(71)
一、蓖麻籽出口交易磋商案例	(71)
二、蓖麻籽出口交易磋商案例分析	(76)
三、中国松香出口交易磋商案例及分析	(78)
第五章 书面合同的签订	(80)
一、书面合同签订的意义	(80)

二、书面合同签订应遵循的原则	(82)
三、书面合同的形式	(83)
四、书面合同的内容	(86)
五、有关法律和惯例对签订书面合同的影响	(89)
第六章 出国谈判经验谈	(95)
一、取胜是谈判的目标	(95)
二、谈判前准备的经验谈	(97)
三、不同文化背景的谈判战略决策	(100)
四、选择谈判人员经验谈	(105)
五、谈判开局经验谈	(109)
六、讨价还价经验谈	(111)
七、签订合同经验谈	(121)
附录一 《联合国国际货物销售合同公约》	(124)
附录二 《中华人民共和国涉外经济合同法》	(156)
主要参考书目	(163)

第一章 交易磋商概述

一、交易磋商的含义

买卖双方就买卖商品的有关条件进行协商以期达成交易的过程，称之为交易磋商（Business Negotiation），通常又称作贸易谈判。

进出口业务交易，由买卖双方经过一定时间的函电磋商或当面洽谈，取得一致意见，达成交易，签订合同。交易磋商或谈判阶段，称为约前时期。交易一词，从行为的性质来说，与合同具有同样的法律性质。交易磋商是达成合同的过程，买卖双方交换意见并对协议作出表示，其本身就足以构成合同成立的法律依据。签订合同，仅是完成书面的手续而已。

在交易组织过程中，双方为了取得对各自有利的成交条件，斗争往往非常激烈，进程复杂曲折，因此交易磋商是整个业务的重要关键。我们必须严格执行国家的各项方针政策，掌握广泛的外贸业务知识，熟悉市场、客户和商品情况，并以高度的斗争艺术争取有利条件，完成进出口业务的交易磋商。

在国际贸易中，交易磋商占有十分重要的地位，因为它

是贸易合同订立的基础,可以说没有交易磋商就没有合同。交易磋商工作的好坏,直接影响到合同的签订及以后的履行,关系到双方的经济利益,必须认真对待。

二、交易磋商的形式

交易磋商在形式上可分为口头磋商和书面磋商两种。

(一) 口头磋商

口头磋商主要是指在谈判桌上面对面的谈判,如参加各种交易会、洽谈会、以及贸易小组出访、邀请客户来华洽谈交易等。另外,还包括双方通过国际长途电话进行的交易磋商。口头磋商方式由于是面对面的直接交流,便于了解对方的诚意和态度,以便针锋相对地采取对策,并可根据进展情况及时调整策略,争取达到预期的目的。这对于谈判内容复杂、涉及问题多的交易尤为适合。

1. 当面洽谈

请国外商人到国内来,或我们派出贸易代表、贸易小组到国外去,以及参加各种形式的交易会、博览会、展览会与交易对手建立接触进行面对面洽谈,这在交易中是很多的。大批量货物的成交、重要项目的谈判,设备合同、换货契约、合资营的谈判以及争端纠纷、索赔案件等,主要通过当面洽谈解决。因函电往来,需时较久,而且磋商的表达有其局限性。大的交易和重要问题,需要亲自晤谈,以便很快能达成交易、签订合同或解决问题。

2. 电话洽谈

由于世界市场变化迅速,竞争剧烈,为了争取时间,达

成交易，以及大宗商品的买卖需争取时效，有时有必要使用国际电话，通过电话，两地进行磋商。国际长途电话，费用昂贵，按每分钟计算收费，因此事先要拟好通话提纲，掌握通话时间，并做好通话记录或录音。选择通话时间，要考虑世界各地时差因素，选择对方适当的时间，约定通话人后通话。如果达成交易，接着要去信予以确认。通话记录则归入客户或业务档案，以备查考。

（二）书面磋商

书面磋商是指通过信件、电报、电传等通讯方式来洽谈交易。

交易磋商，虽然有一部分是以当面洽谈或电话洽商解决的，但绝大部分（占成交数额的 80%）是通过函电方式成交的，即使是当面或经电话洽谈成交的，事后也往往再以信函确认，以取得书面根据。在对外贸易中，函电是具有法律效力的文件。

商业信函是用来洽商交易和联系业务的重要工具。写好商业信函，要具备充分的进出口业务知识和一定的中、外文基础，并要掌握外贸商业信函的技巧，这样才能达到促进交易、发展贸易的目的，并起到增进国际交往友谊，体现我对外经济贸易政策的作用。

随着现代通讯技术的发展，书面洽谈也越来越简便易行，而且费用与前者相比要低廉一些。它是日常业务中的通常做法。

现将各种书面磋商方式的特点概括如下：

1. 书信 (Letter)

书信是最古老的信息传递方式，也是目前许多通讯方式

无法替代的一种通讯方式。它的特点是发信者不受任何字数的限制，因此，在交易磋商中通过书信往来可以将交易条件和交易双方出现的问题叙述清楚。它特别适合用来对某些具体问题进行详细的解释和说明。另外，由于书信是通过邮寄原件寄送，所以，只要能通过邮寄传递的书面材料，原则上都可发送。因此，在实际业务中，业务人员经常用书信方式来传输正本的原始单证和重要的原始文件。到目前为止，还没有任何方式可以全部能替代书信的通讯方式。

但是，书信方式也有一定的缺点，也就是传输的速度慢。不过现在由于出现大量的快递公司，所以，重要的原始文件和单证通过快递来传送，较安全，速度慢的缺点也或多或少被其优点所克服。

2. 电报 (Telegraph)

电报也是一种比较古老的信息传递方式，它是通过电报局专人拍发和专人传递。它由于传输速度比书信要快许多，所以曾一度广泛在交易磋商中使用。由于电传的使用，目前国际上已经停止使用书信电报。

3. 电传 (Telex)

电传，有的也被称为用户电报。实际上，电传就等于将电报机（电传打字机）直接安装在用户自己的办公室里。

利用电传机，通过双方所在地电报局转接电路呼号及回呼电码，双方就可进行直接通讯。电传通讯，快速便利，用户可以与自己所需要的公司商号（对方也有电传装置的）随时进行联系，磋商业务。无须去电报局交发电报。会使用打字机的人，能很快学会使用，像打信一样，拍发电报。电传还可利用一种附加设备，预先将电文作成穿孔纸条，然后将

纸条压在自动发报机上,即可用电传机的最大速度发出电文。使用这种方法,可以降低通报时间,节约费用,并因预先准备好,可保证发出电文的准确性。目前,许多先进的电传机与计算机联接在一起,用户可以在计算机中将文字进行编辑、修改,然后再拨号派发,因此又可以大大提高电传发送的准确性,方便用户使用。

电传等于面对面通讯,可以询问对答;即使在对方已经下班或无人值守电传机的情况下,也可以接收发去的电传,储存起来。这对于有时差的地区或办公时间相差若干小时的情况是很适用的。

电传系由用户向电报局申请租用电传打字机,由电报局列入电传交换用户,并给予编号,此编号即呼号(Call Number)。

目前,在实际业务中,由于传真的出现,电传使用越来越少。只是在传递一些要求准确性较高的文字信息时才使用。

4. 传真(FAX)

传真是目前较先进,使用范围最广的文字、图像的信息传输手段。用户只要在办公室安装一部传真机,将传真机接在电话线上,就可以通过电话线路传输拟就好的文字、书信以及图像信息。传真是目前较先进的商业信息传递手段。它的优点是,只要有电话线能联接和拨通的地方,只需传输双方都有传真机,双方就可方便地进行书信往来。由于传真机可以识别任何图像资料,所以业务人员手写的书信也可立即通过传真机发出,对方也可立即收到传真过去的书信。目前在交易磋商中,传真被广泛地使用。

传真虽然很方便,它在某种程度上已经大大优越于书信、

电报、电传，但是，由于传真传送的只是电信号，所以原件仍不能以此电信号传输。因此，传真与书信传递的结合基本上就可以解决一切业务当中的实际信息传递问题。

三、交易磋商的内容

交易磋商的内容，涉及拟签订的买卖合同的各项条款，其中包括品名、品质、数量、包装、价格、装运、保险、支付以及商检、索赔、仲裁和不可抗力等。从理论上讲只有就以上条款逐一达成一致意见，才能充分体现“契约自由”的原则。

下面我们就一般货物买卖的商务条款在磋商时应注意的问题分述如下，有关合同条款的具体内容及订立方法，我们将在下一篇，对外贸易合同及履行中再给大家做详细的介绍：

（一）品名条款

买卖双方交易的商品，都有其具体的名称，即使是同一种商品，因其花色、品种、产地、外型设计和型号等不同，也会产生差异。加之，买卖双方相距遥远，他们洽谈交易时，往往看不到商品。因此，买卖双方有必要在合同中规定品名条款。品名条款一般比较简单，它没有统一的固定不变的格式，通常是在“商品名称”或“品名”的标题下，列明合同双方同意买卖的商品名称。在实际业务中，也有把品名条款与品质条款并在一起的做法，即将商品的品质、产地或型号等的概括性描述也包括在内。究竟如何规定，由买卖双方洽商确定。鉴于品名条款是买卖合同中的一项主要条款，所以商订此条款时，必须注意下列事项：

1. 力求明确具体

在条文表达上，要切实反映成交商品的实际情况，不要使用笼统含糊的字眼，也不要做不必要的描述；以免给履约造成困难。

2. 尽可能使用国际上通用的名称

有些品名条款，各地叫法不一。在品名条款中，应按国际贸易习惯称呼来表述，以免引起误解。对于某些新商品的定名及其译名，应力求准确、易懂。

3. 正确选择合适的品名

有些商品有各种不同的叫法，在确定品名时，应结合有关国家的海关税则和进出口限制的有关规定，在不违反政策原则的前提下，从中选择有利于减低关税和方便进出口的名称，作为合同的品名。此外，班轮收取运费是按不同商品确定不同的收费标准，因此，存在着同一商品，因名称不同而收费有别的情况。为了提高经济效益，我们必须选用有利于节省运费的品名。

（二）品质条款

商品品质不仅关系到商品的使用价值，也关系到商品的价格，所以买卖双方都很重视品质条款的规定。在品质条款中，一般要列明品质、规格等。由于商品种类繁多，品质千差万别，而表示品质的方法又多种多样，故品质条款应视商品特性而定。在商订品质条款时，一般应注意下列事项：

1. 正确运用表示品质的方法

表示品质的方法应视商品特性而定。例如：凡能用科学的指标说明其质量的商品，则适合凭规格、等级或标准买卖；有些难以规格化或标准化的商品，象工艺品等，适合凭样品