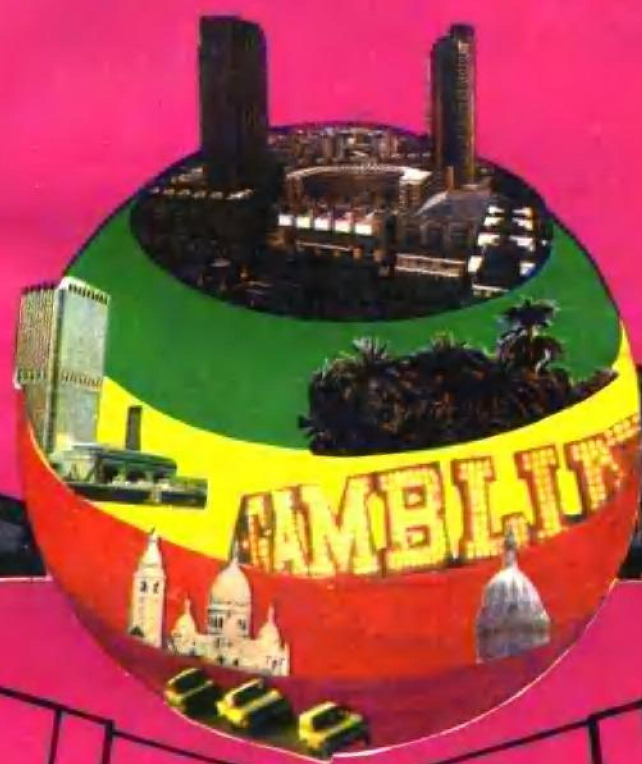


国际商务惯例与习俗

张
古
主
编



出版社

国际商务惯例与习俗

	张古		主编
张古	宋薇	子振	编著
海舰	邹兵	王婷	

河北大学出版社

457476

(冀)新登字 007 号

责任编辑:邹卫

封面设计:王阳

国际商务惯例与习俗

张古 主编

张古 宋薇 子振 编著
海舰 邹兵 王婷

※

河北大学出版社出版发行

(保定市合作路 4 号河北大学院内)

邮政编码:071002 电话:522929-586

全国新华书店经销

保定满城粮局印刷厂印刷

开本:787×1092 毫米 1/32 印张:11.625 字数:260 千字

1993 年 12 月 第 1 版 1993 年 12 月 第 1 次印刷

印数:1—5000 册

ISBN7-81028-232-8/F·22

定价:6.90 元

前 言

曾几何时,炒股、炒汇、期货、期权……已经不是投机倒把的同义语,或者天方夜谭的陌生东西,而成为日常时语,成为人们街头巷尾热衷议论的话题。

大潮涌动,商海滚滚。中国经济要全面走向世界和世界接轨,就要求我们在树立市场经济观念、加强风险意识的同时,了解世界商务活动的惯例与习俗。

然而,日益频繁的对内、对外商务活动,不仅包括已经走入人们日常生活领域的股票和债券,而且还包括贸易、金融、货币、礼仪、写作、法规等许多方面的内容。虽然我们不必成为其中某些方面的专家,但是,了解、熟悉、掌握世界商务活动中这诸多方面的许多惯例、习俗等,却是一个现代中国人所必需的。

例如,在国际贸易中,涉及商品的价格、包装、运输、保险、关税、交易磋商等方面的惯例、术语,以及世界主要经济特区、商品交易所情况等;在国际金融活动中,包括信用证的使用、银行保函、国际融资与借贷、外汇各类交易方式中的特点与惯例,如,外汇市场上如何报价、外汇交易结算日期如何确定等十分具体的问题;在世界证券交易方面,有国际股票发行的惯常方式、程序,国际股票流通惯例,美、英、日股市交易特点,国际债券市场情况等内容;而出口贸易、进口贸易当中涉及到的写作问题,以及国际商务广告、国际商务信函、对外贸易合同的写作等等,都属于国际商务活动中的写作部分;在国际商务活动中,有许多法规与

公约,包括国际贸易条约与协定、民法与商法、合同法、法律冲突、国际民事诉讼程序,国际商事如何仲裁等等内容;同时,商务礼仪也非常重要,如,国际商务活动中会面、交谈、仪式、宴会、舞会、乘坐飞机、住旅馆、日常交往中的礼仪,是现代世界商务活动的重要组成部分。而形形色色的外商习惯、节日、禁忌、爱好……则往往是商务成败的决定性因素。这方方面面的问题都是现代商务活动中的惯例与习俗。

很明显,了解它们,将利于您未来的商业搏击,使您应付裕如,游刃有余;而不了解它们,在未来的市场经济社会,则会举步维艰、望洋兴叹,甚至闹出笑话。正是这种考虑构成了本书写作的理由和价值。

在本书编写过程中,我们参阅了大量的国内外有关著作,在此不一一列明,谨向作者们致以真诚的谢意。

时间仓促、水平所限,错讹、挂一漏万之处定所不免,恳望专家、读者无私地给予批评指正。

张 古

1993. 11.

目 录

前言	(1)
----------	-----

国际贸易实务

一、商品的品质和数量的表示法	(1)
二、商品包装的类型、要求和标志	(5)
三、世界市场商品价格术语、类型及标价方法	(10)
四、货物装运条件和运输方式	(14)
五、外贸保险的类型和做法	(19)
六、商品检验的内容和做法	(24)
七、关税的种类	(27)
八、关税的征收方法和程序	(31)
九、世界经济特区的主要类型	(34)
十、世界主要著名经济特区	(38)
十一、交易磋商的程序	(44)
十二、包销与代理	(48)
十三、国际贸易中的拍卖和寄售	(50)
十四、商品期货交易及主要交易所	(53)
十五、国际贸易术语要点简述	(57)

国际金融与货币

一、国际支付.....	(61)
二、信用证及其业务程序.....	(66)
三、银行保证书的种类.....	(71)
四、国际项目融资的筹资来源和风险防范.....	(74)
五、出口信贷业务的做法.....	(78)
六、外汇的种类.....	(86)
七、外汇交易特点和惯例.....	(87)
八、外汇期货市场和交易.....	(92)
九、外汇期权交易性质和特点.....	(95)
十、国际市场上外汇买卖方式的新技巧	(100)
十一、汇率的表示、分类、差价及风险防范	(103)
十二、各国货币汇价类型	(108)
十三、主要国家和地区的货币管理	(110)
十四、世界主要黄金市场特征	(115)
十五、世界银行集团的业务	(118)
十六、欧洲货币市场及其借贷方式	(121)

国际股票与债券

一、世界主要证券交易所经营方式	(124)
二、主要股票价格指数特点	(133)
三、国际股票发行的惯常方式、程序和管理.....	(146)
四、国际股票流通惯例	(150)
五、美、英、日股市交易特点	(159)
六、国际股票投资格言	(162)
七、国际债券种类及其特点	(172)

八、国际债券市场概要	(174)
九、国际债券的发行和流通	(180)

国际商务写作

一、出口贸易写作	(184)
二、进口贸易写作	(201)
三、对外贸易合同写作	(204)
四、国际商务广告写作	(212)
五、国际商务信函写作	(214)

主要国际商务法规与公约

一、国际贸易条约与协定	(225)
二、民法与商法	(235)
三、合同法	(246)
四、国际货物买卖、运输与保险	(252)
五、国际技术转让	(260)
六、法律冲突和冲突法	(267)
七、国际民事诉讼程序	(272)
八、国际商事仲裁	(278)

国际商务礼仪

一、国际商务活动中的会面礼仪	(284)
二、国际商务活动中的交谈礼仪	(290)
三、国际商务交往中宴会、舞会的礼仪	(302)
四、国际商务交往中常见仪式的礼仪	(315)
五、商务人员出国须知	(322)

六、商务人员乘坐飞机和住旅馆的礼仪	(327)
七、国际商务人员的仪表举止	(332)
八、国际商务人员的日常交往礼仪	(337)
九、形形色色的外商习俗	(342)
十、一些国家的经商禁忌	(356)
附录一世界主要城市时差.....	(359)
附录二世界主要货币名称.....	(360)
附录三世界部分国家节假日简介.....	(361)

国际贸易实务

产品要适应市场而不是市场去适应产品,这是市场经济勿庸置疑的普遍法则。

以商品交换为明显特征的现代国际贸易,对商品的品质、包装、价格、运输、保险、检验……有着统一的做法和要求;世界各国在商品销售、鼓励出口等方面都有自己的措施和方式;国际商会对国际贸易术语中买卖双方的权利和义务、责任、风险等都有极其详尽的规定。

了解它们,是走向国际经济舞台的必要步骤;也将有助于我们适应当代国际市场需要,在现代商战中独领风骚,大展风采。

一、商品的品质和数量的表示法

商品品质是商品的内在质量和外形的综合,包括商品的化学成分、物理性质、生物特征、机械性能、造型、结构、色、香、味等技术指标或要求。

在国际贸易中,表示商品品质的方法有三大类。

1. 用样品表示的方法

样品是足以代表商品品质的小量商品。通常从一批商品中抽取出来,或由生产部门设计生产出来。

凭样品买卖就是买卖双方以样品作为买卖和交货品质的依据。通常由卖方或买方提出样品后经对方确认。由卖方提出样品达成的交易合同内应规定“品质以卖方样品为准”,由买方提出样品而成交的合同内应规定“品质以买方样品为准”。但无论哪种情况,卖方交寄的货物品质必须与样品完全一致。

卖方对交付的货物不能与买方提出的样品达到完全一致

时,则可在商得买方同意后,在合同内订明“品质近似买方样品”,也可根据来样复制或提供品质近似的样品,交买方确认后作为交货标准。

为了将来交货和处理品质纠纷时核对的需要,对外寄出的样品一般都要编号,并留存与寄出样品完全一致的“复样”。如需经过商检机构检验的商品,应另备复样送商检机构。必要时,还可采取双方共同封样或第三者封样的方法。如果寄送样品不是凭以成交,而是作为品质的参考,则应标明“参考样品”。

2. 用文字或图样表示的方法

第一、凭规格、等级或标准买卖。商品的规格,是指用以反映商品品质的一些主要指标,如成分、含量、纯度、尺寸、不合格品率等。商品不同其规格内容也不一样,如我国东北大豆的出口规格为:水份最高 15%,含油量最低 17%,杂质最高 1%,不完善粒最高 9%。

商品等级是指同一类商品按其规格上的差异分为不同等级,用数码或文字表示。如三夹板的品质分为甲级、乙级、丙级;钨砂分为特级、一级、二级等。在凭等级买卖时,只需说明级别。

商品的标准,是指政府机关或商业团体统一制定和公布的标准化品质指标。

在我国,商品的品质标准是由国家或有关政府部门规定的。如粮油等 14 项食品卫生的国家标准和《中华人民共和国药典》等部颁标准。

在国外,商品品质标准可分为五类:

企业标准——一个企业范围内制定的标准。

团体标准——由团体或学会等所制定的标准。如美国材料试验协会标准、美国保险商试验室安全标准、英国劳氏船级社《船舶八级规范和条例》等。

国家标准——由国家制定的标准。

区域标准——由区域标准化组织,如欧洲标准化委员会等制定的标准。

国际标准——由国际性机构制定的标准。

因为各国制订的标准常常修改,所以,在援引有不同版本的国家标准时,必须标明版本年份。

第二、凭统货品质买卖。国际市场上对于农副产品,一般凭统货或大路货买卖,常用的品质标准是良好平均品质。良好平均品质,指在一定时期内某地出口商品的中等平均品质。

在采用这种笼统标准成交时,必须约定以哪一地、哪一年,甚至哪一季的良好平均品质为标准,并且还要提供样品,甚至增加一些主要规格指标,使品质标准具体化。

第三、凭牌号、商标买卖。国际市场上树立了一定信誉的商品,其牌号或商标即代表一定规格和品质,因此,可以在交易时采用市场上具有良好声誉商品的牌号、商标以表示品质的方法。但由于商品有不同的规格,在采用凭牌号或商标买卖时还需要规定其他规格指标。

第四、凭产地名称买卖。有些商品特别是农副土特产,其品质随产地而不同。有的产地历史悠久,品质有一定特色,就成为代表该产品品质的标志。

3. 以交货时间和地点来确定商品品质

第一、离岸品质。也称装运品质,是买卖双方约定商品以装运港装运前的品质为准,并以装运港商检机构出具的品质证明书作为依据。卖方必须负责使装运时的品质与合同相符。至于卸货时的品质有否发生变化,卖方不负责任。

第二、到岸品质。也称卸货品质,是买卖双方约定商品以目的港卸货后的品质为准。卖方必须负责使商品在到达目的港后

的品质与合同相符,并以目的港商检机构出具的品质证明书为依据。为此,卖方须承担商品在运输中的风险。

有些商品按照进口国的法令必须进行检验,否则不准进口,这种商品即以到岸品质为准。例如美国食品药品监督管理局对于进入美国的食物和药物均需按照该国有关食物、药物的规定强制进行检验,如检验不合格即禁止进口。

商品数量是指以一定度量衡表示商品的重量、个数、长度、面积、体积、容积的量。在国际市场上,商品数量的计量单位和计量方法通常有以下一些。

1. 商品的计量单位

第一、重量。有吨(公吨、长吨、短吨)、公斤、磅、盎司等。重量单位一般用于天然产品及其制品,如矿砂、钢铁、羊毛、油类等。有些工业制品,如化工和西药原料等也以重量计算。

第二、个数。有只或件、双、打、箩、令、台、套等。个数单位用于一般工业制品、杂货、机器、仪器、零件等商品。

第三、长度。有米、英尺、码等。长度单位主要用于纺织品等。

第四、面积。如平方米、平方英尺、平方码等。多用于玻璃、塑料板等商品。

第五、体积。如立方米、立方英尺、立方码等。一般用于木材及化学气体等商品。

第六、容积。有升、加仑、蒲式耳等。多用于谷类及某些液体商品。

2. 计算重量的方法

在具体业务中,按重量计算的方法有:

第一、毛重。指商品本身的重量加皮重。

第二、净重。指商品本身的重量,不包括包装的重量。在国际贸易中,有时以货物的毛重当作净重计价,习惯上叫做“以毛

作净”。

货物如按净重计算时,应将皮重扣除。计算皮重的方法有:实际皮重,即包装材料经过秤后的实际重量;平均皮重,是任意抽出若干件规格、材料比较划一的包装材料求得其平均重量;习惯皮重,即有些比较规格化的包装,其重量已为市场公认,无需逐件重复过秤而以习惯上的皮重计算;约定皮重,指买卖双方事先商定的皮重,而不需经实际过秤。

第三、装运重量。也称装船重量,指以货物发运时的重量作为交货重量。就是说,卖方对于货物在运输途中因损耗、干缩等原因所短少的重量不负责任。采用装运重量的交易应同时说明以装运时的净重还是毛重为准。

第四、卸货重量。也叫到货重量,指以货物在目的港卸货时的重量作为交货重量。在这种交易中,货物在运输途中因损耗、干缩等原因所短少的重量由卖方负责。这种做法也应说明以卸货时的净重还是毛重为准。

第五、理论重量。适用于有固定规格和固定尺寸的商品,只要尺寸符合,规格一致,其重量大致相等。根据张数、件数即可推出其重量,如马口铁、钢板等。

第六、公量。用科学方法抽去商品中的水分,另加标准水分所得的重量称为公量。这种方法通常适用于经济价值较高而含水成分又不稳定的商品,如生丝、羊毛等。

二、商品包装的类型、要求和标志

商品的包装是指为了保护商品品质完好和数量完整所使用的盛器或包装材料。在国际贸易中,商品包装按照它在流通中的要求,有不同的包装类型和标志。

1. 包装的类型

国际贸易中的商品,按有无包装来划分,可分为三类,即包装货、裸装货和散装货。从运输和销售的角度,又可分为以下几类。

第一、单件运输包装。这是指货物在运输过程中作为一个计件单位的包装。常见的有桶,如铁桶、木桶、琵琶桶、塑料桶等;有箱,如木箱、纸箱、金属箱、夹板箱、条板箱或花格箱;有袋,如麻袋、棉布袋、玻璃纤维袋等;另外还有包、篓、罐、捆等等。

第二、集合运输包装。这是指将若干单件运输包装组合成一件大包装,包括以下类型:

托盘。是用木材、金属或塑料制成的托板,托板上堆放货物后,用塑料薄膜、金属绳索等加以固定组合成的包装。托盘下面有插口,供铲车起卸堆放之用。每一托盘约可装载一公吨或一立方米货物。

集装箱。是由钢板、铝板、纤维板等坚固材料制成的长方形大箱。其大小规格,从装载5吨到40吨重的商品有许多种。国际上常用的集装箱是20英尺(8'×8'×20')和40英尺(8'×8'×40')两种。集装箱内可根据要求安装空调设备等,它可加速装卸和有效地保护商品。

集装包和集装袋。集装包是用塑料重叠丝编织成的抽口式大包,每包一般可装载一吨至一吨半的货物。它适合于装载已包装好的桶、袋等商品。集装袋也是用塑料重叠丝编织成圆形的大口袋,适合装载散装货物。每袋一般可容一吨重的商品。

第三、销售包装。销售包装是内包装,它分为中包装和小包装。中包装是便于储存、保管和销售的批发包装,其单位可以是打、磅、若干小包等;小包装是零售包装,它的特点是直接和消费者见面。国际市场上流行的形式有许多类:

堆叠式包装:包装的顶部和底部都设有吻合部分,使商品在

上下堆叠过程中可以互相咬合,在货架上陈列时既堆叠稳固又节省货位。

挂式包装:可以悬挂在货架上展销的包装,其设计有吊钩、吊带、挂孔、网兜等悬挂结构,可以起到很好的售点广告作用,并充分利用货架的空间。

透明包装:用全部或部分材料制成的包装,可使购买者直接看到商品的外形。

便携式包装:其造型便于消费者携带,如在包装上增加提手装置等。

配套包装:把经常同时使用的几种同类或不同类商品拼配成套、合成一体。如餐具、玩具、茶具等。

喷雾包装:使用时按动按钮,液体或粉末即可自动喷出,如按钮式香水喷雾器等。

复用包装:这种包装除了用于商品包装外,还可供消费者作为工艺品等其他用途。

2. 对包装的要求

第一、对运输包装的要求。对运输包装要求可包括两个方面。一是不同特性的商品采用不同的包装。如对机器、工具等易锈商品应采用防锈包装;对玻璃器皿等易碎商品应用防震、防碰撞包装;空运商品要求包装轻巧牢固等。二是了解国际市场上对包装的有关规定。如有的国家禁用虫蛀的或带有树皮的木材做包装木箱;有的国家规定必须用托盘或集装箱运装;有的国家禁止麻袋包装或用玻璃、陶瓷等材料制作的包装容器;有的国家对每件货物最大重量有限制性规定;内外包装之间的填塞物,很多国家都限制用稻草、米糠、废棉等作为填塞物进口。

第二、对销售包装的要求。销售包装除了要具备适合于销售的各项条件外,在包装用料、结构造型、文字说明和画面设计上

都要符合一定要求。其中最重要的有两点：

一是进口国对销售包装的规定。如，工业发达国家通常对食品、药品都订有标签管理的规定。如日本对进口菠萝罐头规定要注明年月。美国对进口药品规定必须说明功能、成份、服用方法等。食品进入美国市场的限制比药品少，一种食品只要能在销售包装上注明净重多少，即可在美国销售。但如注明该食品对恢复疲劳、增强体力有作用，就要按药品进口的一套规定办理，否则就不能在美国市场销售。有些国家对商品包装上使用的语种也有规定。还有规定容量和净重必须使用英制等。

二是在设计包装装潢时应注意各民族对颜色、图案的不同爱好和习惯。如，信奉伊斯兰教的国家忌用猪作图案，阿拉伯国家忌用六角星作标记，北非的国家忌用狗，法国忌用黑桃，意大利忌用菊花，英国忌用象和山羊。但东南亚国家喜爱象。日本忌用荷花，但喜爱鸭子等。在颜色方面，不同国家也有不同的禁忌和爱好。如新加坡、巴基斯坦、马来西亚、叙利亚忌用黄色；埃及忌用蓝色；比利时、叙利亚、伊拉克忌用橄榄绿；而爱尔兰、意大利、埃及、奥地利、土耳其、巴基斯坦等喜爱绿色。

3. 包装的标志

为在保管、装卸、运输过程中便于识别货物，防止错发错运，并便于收货，就要在运输包装上用文字、图形和数字制作特定的记号和说明事项。

第一、唛头。唛头就是运输标志，包括三部分。

一是图形和文字字母。运输标志中的图形一般用简单的几何图形来表示，如长方形、菱形、三角形等。图形内外往往刷以字母作为发货人或收货人的代号。有的则有合同号码、订单号码或信用证号码。二是目的港名称。即合同规定的交货口岸。如属中转货，必要时可列明中转港。三是件号和总件数。每件按顺序