

涉外经贸指南

涉外经贸指南

邵兰大 编著

江苏科学技术出版社

涉外经贸指南

邵兰大 编著

Jm23/22

江苏科学技术出版社

(苏)新登字第 002 号

涉外经贸指南

邵兰大 编著

出 版：江苏科学技术出版社
经 销：江苏省新华书店
印 刷：南京雅典印刷部

开本 850×1168 毫米 1/32 印张 24 插页 2 字数 600,000
1994 年 11 月第 1 版 1994 年 11 月第 1 次印刷
印数 1—1,000 册

ISBN 7—5345—1843—1

F·167

定价：25.00 元

责任编辑 贾丽华

代 序

为适应扩大对外开放,按照国际通则组织经贸活动,提高我国涉外经济贸易工作水平,满足广大经贸人员学习需要,经作者多年努力,《涉外经贸指南》一书终于出版问世。

该书全面阐述涉外贸易实务,涉外经济贸易法律和惯例,涉外经贸效益核算,涉外经贸效益审计。该书的特色是把涉外贸易实务、涉外经贸法规、涉外经贸效益核算、涉外经贸效益审计有机地结合成整体。全书引导读者多角度、全方位地考虑和分析经贸问题。为帮助读者科学有效地进行贸易,善于运用经济贸易法规和国际惯例维护正当权益,该书列举大量的案例分析;为帮助读者有效地进行经贸效益核算,该书列举大量的例题计算;为帮助读者有效地进行经贸效益审计,该书坚持审计理论与审计实践相结合,并附相关的案例计算。

该书内容系统、科学、新颖,有一定深度,深入浅出,通俗易懂;该书从理论、实务到案例分析、例题计算,注重实用并具有可操作性;该书亦具有很强的学术价值。

该书的出版为涉外贸易,涉外会计、涉外审计、国际结算、国际金融、对外贸易运输、保险、国际商事仲裁和涉外经济律师,涉外企业经理和商务翻译提供一本最有实效的指导书或参考书。纵观全书,作者在这方面作了可喜的尝试,希望在这方面的研究不断继续下去,更希望有更多的涉外经贸实务专著问世。

吕文基

1993年6月

目 录

第一章 商品品质、数量、包装	1
第一节 有关商品品质、数量和包装的国际公约	1
第二节 商品品质	4
第三节 商品数量	15
第四节 商品包装	20
第二章 国际贸易术语和国际价格	37
第一节 国际贸易术语	37
第二节 合同中的价格条款	55
第三节 商品的国际价格	63
第三章 货物装运	68
第一节 运输方式	68
第二节 合同中的装运条款	72
第三节 运输单据	79
第四节 案例分析和问答	90
第四章 国际海洋运输法规及其运用	97
第一节 《海牙规则》	97
第二节 《维斯比规则》	108
第三节 《汉堡规则》	111
第四节 案例分析	122
第五章 国际航空、铁路、多式联运公约及其运费计算	125
第一节 国际航空运输法	125
第二节 《国际铁路货物联运协定》	131
第三节 《联合国国际货物多式联运公约》	141
第四节 国际海洋、铁路、航空的运费计算	145
第六章 货物运输保险法	163
第一节 《英国保险协会货物运输保险新条款》	164

第二节	《美国保险协会货物运输保险条款》	175
第三节	《中国人民保险公司海洋运输货物保险条款》	190
第四节	《中国人民保险公司国内水路、铁路货物运输保险条款》...	198
第七章	货物运输保险、索赔、理算实务	201
第一节	货物运输保险实务	201
第二节	货物运输保险索赔与赔款计算	210
第三节	共同海损理算规则、分摊与补偿	216
第四节	货物运输保险的案例分析	221
第八章	国际支付法律、惯例、实务	224
第一节	国际票据法	224
第二节	《托收统一规则》和《跟单信用证统一惯例》(国际商会 第 500 号出版物)	233
第三节	支付工具	236
第四节	支付方式	241
第五节	支付惯例案例分析	261
第九章	商品检验	266
第一节	商品检验法与商品检验机构	266
第二节	商品检验内容与商品检验证书	270
第三节	商品检验的时间和地点	276
第四节	合同中的商品检验条款	280
第五节	案例分析	288
第十章	违约与索赔、不可抗力	292
第一节	买卖双方的义务	292
第二节	违约和违约的补救	296
第三节	索赔	304
第四节	不可抗力	311
第五节	案例分析	315
第十一章	国际商事仲裁	323
第一节	仲裁协议	324
第二节	仲裁机构和仲裁规则	326

第三节	仲裁裁决的执行	334
第四节	合同中的仲裁条款及案例分析	341
第十二章	国际商标法	348
第一节	商标法	348
第二节	各国对商标的注册规定和我国涉外商标在国外的注册 ...	352
第三节	各国对注册商标的使用规定和对商标权的保护	362
第四节	关于保护商标权的国际公约	370
第五节	案例分析	377
第十三章	出口贸易的洽商和合同的签订	382
第一节	交易洽商程序	382
第二节	书面合同的签订	391
第三节	案例分析	402
第十四章	出口合同的履行	414
第一节	备货	415
第二节	审核信用证和修改信用证	416
第三节	租船、订舱、装运前后的工作	423
第四节	制单结汇、索赔和理赔	430
第五节	作业和案例分析	447
第十五章	进口合同的签订和合同的履行	451
第一节	进口贸易的洽商与合同的签订	451
第二节	进口合同的履行	465
第三节	案例分析	471
第十六章	贸易方式(一)	480
第一节	包销、代理、寄售	480
第二节	易货贸易、补偿贸易	494
第十七章	贸易方式(二)	511
第一节	加工贸易	511
第二节	招标与投标	516
第三节	商品期货交易	527
第十八章	《关税与贸易总协定》	542

第一节	《关贸总协定》的宗旨和基本原则	543
第二节	《关贸总协定》的条款内容和分析研究	547
第三节	中国重返《关贸总协定》应承担的义务和享受的权利	579
第十九章	涉外贸易经济效益核算	582
第一节	出口贸易经济效益核算	582
第二节	进口贸易经济效益核算	602
第二十章	涉外贸易经济效益审计	617
第一节	涉外贸易经济效益审计的目的、范围和程序	617
第二节	涉外贸易经济效益审计的方法及其运用	623
第三节	涉外贸易经济效益审计	640
第四节	涉外贸易财务报表和决算审计	651
第五节	涉外贸易财务收支审计	654
附录与附件		659
附录一	《跟单信用证统一惯例》(国际商会第 500 号出版物) 1992 年 9 月 18 日	659
附录二	《联合国国际货物销售合同公约》	680
附录三	《中华人民共和国涉外经济合同法》	702
附录四	《统一提单若干法律规则的国际公约》	707
附件五	关贸总协定基本条款	713
附件一	信用证和信用证通知书	752
附件二	保险单	755
附件三	产地证	756
附件四	发票、装箱单、中国远洋运输公司提单	757
附件五	中国与邻国的货物联运	760
附件六	年金现值系数表	762

第一章 商品品质、数量、包装

第一节 有关商品品质、数量和包装的国际公约

各国法律和《联合国国际货物销售合同公约》中,对卖方所负货物品质的责任,虽然其名称不同,但实质基本一致。

英美法系中的英国货物买卖法,把它(以下“它”指卖方所负货物品质的责任)称为对商品质量的默示责任。英国《1893年货物买卖法》1973年修订本第13~15条规定,卖方对商品应负以下默示责任:凡是已在合同中明示或默示说明货物凭样品或凭说明书买卖的,所交货物的质量应与样品或说明书相符。买方应有合理的机会对货物与样品(或说明书)比较,所交货物不应存在不适合商业销售的瑕疵,即使这种瑕疵(可理解为内在缺陷)在合理检验样品时是不易发现的。但是,如果货物的瑕疵已在缔约前提请买方注意或买方已经发现货物瑕疵的除外;如果买方明示或默示地使卖方了解购买该项货物是为了特定用途的,则除非有证据表明买方并不信赖或不可能信赖卖方的技能或判断之外,卖方应具有一项默示要件,即根据有关合同供应的货物,应合理地适合此种特定用途,不论此种货物通常是不是为此目的而供应的。

美国《统一商法典》把它称为对商品质量的明示与暗示担保的责任,卖方对货物的明示担保(express warranties)是指卖方直接地对货物品质所作出的保证。其保证包括卖方用商品目录、标签等方法,在合同中对买方就有关货物品质作了事实上的确认与许诺,

或以文字、图表、图画或以样品、模型就有关货物品质作了事实上的确认与许诺。这些都是卖方对货物品质直接作出的保证。

卖方对货物的默示担保(implied warranties)是指依法律规定卖方对货物的品质必须保证具有商业销售性和适合特定用途。《统一商法典》第 2~314 条对货物的商业销售性作了严格规定:必须是在该行业内(in the trade)通得过;货物适合于通常的用途;如果货物是替代物,必须是该规格范围内的良好平均品质。

大陆法系国家把它称为买卖标的物的瑕疵担保。具有代表性的法国《民法典》第 1641 条和 1642 条规定,出卖人(卖方)对货物品质的瑕疵担保,是指对货物隐蔽瑕疵的担保。如果由于存在隐蔽的瑕疵,致使货物丧失或减少其通常效用,货物送达买受人(买方)后,买受人知其情形而不愿购买或只有减少价金才愿购买的程度时,出卖人才应负担担保责任。如果是明显的买受人可以辨认的瑕疵,出卖人不负担担保责任。其他大陆法系国家(如德国民法典)也有类似的规定。德国《民法典》第 461 条还规定:如果买卖的货物是公开拍卖的,卖方对货物明显的瑕疵也不负担担保责任。

由此可见,卖方所交货物品质必须与合同的明示或默示说明相符,并不存在影响商业销售的缺陷。

《联合国国际货物销售合同公约》把它称为“货物相符”责任。公约第 35 条规定:

(1) 卖方交付的货物必须与合同所规定的数量、质量和规格相符,并须按照合同所规定的方式装箱或包装。

(2) 除非双方当事人已另有协议外,货物除非符合以下规定,否则即为与合同不符:(a) 货物适用于同一规格货物通常使用的目的;(b) 货物适用于订立合同时曾明示或默示地通知卖方的任何特定目的,除非情况表明买方并不依赖卖方的技能和判断力,或者这种依赖对他是不合理的;(c) 货物的质量与卖方向买方提供的货物样品或样式相同;(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 36 条规定:“卖方应按照合同和本公约的规定,对风险转移到买方时所存在的任何不合同情形负有责任,即使这种不合同情形在该时间后方始明显。”

由此可见,卖方交付货物的品质、数量、包装必须与合同规定相符,承担其不合同的责任。

《联合国国际货物销售合同公约》第 25 条规定:“一方当事人违反合同的结果,如使另一方当事人蒙受损失,以致于实际上剥夺了他根据合同规定有权期待得到的东西,即为根本违反合同。”

在商品的销售合同中,与商品有关的品质、数量、包装、交货期等涉及到买方根本性的利益,如果卖方所交货物的品质、数量等违反合同规定,即为根本违反合同。

《联合国国际货物销售合同公约》第 51 条、第 45 条规定:卖方根本违反合同时,买方可以宣告合同无效,并要求损害赔偿。

《中华人民共和国合同法》第 18 条规定:“当事人一方不履行合同或者履行合同义务不符合约定条件,即违反合同的,另一方有权要求赔偿损失或者采取其他合理的补救措施。采取其他补救措施后,尚不能完全弥补另一方受到的损失的,另一方仍然有权要求赔偿损失。”

综上所述,合同中对货物的品质、数量等规定是卖方交货的依据,是卖方对货物的明示担保,是事实上的承诺,是达成交易的基础。卖方根本违反合同时,买方有权宣告合同无效,并有权要求损害赔偿。

《中华人民共和国合同法》第 5 条规定:“国际货物买卖合同的当事人,可以选择处理合同争议所适用的法律。当事人没有选择的,适用与合同有最密切联系的国家的法律。由此可见,在处理国际货物销售合同的争议时,我国的法院或仲裁机构可以按

我国规定的适用法律依据外,有时也可以与合同有最密切联系的国家的法律(外商所在国的法律)为依据。所以,我国涉外工作者不仅要了解我国的涉外经济合同法,也要对国外类似贸易法有所了解。

《中华人民共和国涉外经济合同法》第6条规定:“中华人民共和国缔结或者参加的与合同有关的国际条约同中华人民共和国法律有不同规定的,适用该国际条约的规定。但是,中华人民共和国声明保留的条款除外。”由此可见,在法律适用上,国家缔结或参加的有关的国际条约除保留条款外,优先于我国的国内法。国际公约或国际惯例,法院或仲裁机构在处理涉外经济合同纠纷时,即使在有关合同未明确承认和适用有关国际公约或惯例的情况下,也往往作为参考或予以援引。

而我国参加的《联合国国际货物销售合同公约》是我国进行对外货物买卖业务关系最大的一项国际公约。所以,涉外工作者必须十分熟悉其内容。

第二节 商品品质

商品是国际贸易的物质基础,商品具有价值和使用价值。商品品质决定商品的价值和使用价值。如食品具有营养价值,不同的食品,不同的品质具有不同的营养价值,其使用价值也不同。那么,什么是商品的品质呢?

商品品质(quality of goods)是指商品的内在质量和外观形态的综合。商品的内在质量主要包括:商品的化学成分、物理和机械性能、生物学指标等。例如,桐油中的有效化学成分桐油酸甘油酯含量决定桐油的内在质量;茶叶中的微量矿物质、茶多酚、氨基酸、醇、芳香油等化学成分决定茶叶的内在质量;化学纤维“涤纶”、“腈纶”、“丙纶”、“锦纶”等都是从石油、天然气中提炼、合成加工出

来的,它们的化学成分中不含或很少含有亲水性基团或羟基。所以,它们共同的缺陷是吸湿性差,易吸尘。又如日本的日用陶瓷,由于在加工过程中掺进氧化铝等化学物质,使日用陶瓷的机械性能提高,能承受机械化的洗涤。

商品的外观形态 是指工业品的造型结构是否科学,以及外观的光洁度,服装的色彩、款式及加工精度,食品的新鲜度、成熟度、色泽等。商品的外观形态与内在质量密切相关。例如桃子等水果没有成熟前,果体生硬,果肉具有不可口的涩味或酸味。随着水果中果胶酶活力增大,而将果肉组织细胞间的不溶性果胶物质分解,水果外表就由生硬变软,其颜色也发生着相应的变化,同时芳香物质形成。芳香物质是醛、酮、醇、酯类物质,用气相层析法研究,自然成熟的桃子中含有香气成分达 90 种,采摘后熟的桃子由于切断了养料供应来源,其香气的成分要少得多,食之口味也不同。又如鱼刚死后不久,鱼体僵硬,这时新鲜度较好;但是,继续存放,鱼体逐步发软,同时体内的赖氨酸被酶逐步分解生成异臭味。又如服装选用的全毛面料,内在质量毛感强、熨后挺括、不吸灰尘;但是如果加工粗糙,针脚稀疏,穿不了十天半月,衣领、衣袖脱线,这种服装即使款式最新颖,内在质量最好,在市场中也无立脚之地。

在出口贸易中,出口商品品质的优劣,不仅关系到商品的使用效能和售价高低,而且关系到商品的销路和声誉,因为各国消费者对商品品质的要求已越来越高,光靠低廉的价格已不能达到扩大销售的目的。如我国出口的日用陶瓷由于铅的溶出量很高(最高超过国际标准的 700 倍);又经不起机械化的洗涤,在国际市场中不仅售价低(是日本日用陶瓷单价的 $1/5$,其他国家的 $1/6$ 甚至只有 $1/8$),而且销售点缩小。只有根据消费者的需求,不断提高商品品质档次和增加商品的花色品种规格,不断更新商品款式,才能开拓和巩固国外市场。

商品品质决定商品的价值和使用价值。它涉及买方的销售利

润,也涉及卖方交货时的质量依据。所以,买卖双方进行洽谈时首先应明确的是商品品质。

商品品质种类繁多又各具特性,如何在买卖合同中表示商品品质呢?

一、表示商品品质的方法

在长期的贸易实践中,贸易双方对商品的品质表示方法有以下五种:

1. 凭规格(specification)、凭等级(grade)、凭标准(standard)

(1) 商品的规格 商品的规格是指用以能反映商品品质的若干主要指标和特性来确定商品的品质。

例如,桐油是我国土产品中大宗的出口商品。桐油的主要有效成分是桐油酸甘油酯。将桐油涂于器物的表面,遇氧能形成一层网状高分子油膜,油膜耐酸又耐碱,化学性质稳定,并具有一定的硬性、弹性,而且防水防湿。因此,买卖桐油用以下反映品质的若干主要指标来确定其品质。

比重:桐油中含有效成分桐油酸甘油酯越多,比重越大。温度低,桐油呈稠,比重大;温度高呈稀,比重小。所以测定比重必须在一定的温度下。如我国一级桐油比重在 15.5°C 时为 $0.940\sim 0.943$,在同等温度下,比重大则桐油质量好。

折光指数:用以确定油脂种类和纯度的指标(也是检验蜂蜜、麻油等纯度的指标)。凡掺杂其他油酯的桐油(麻油里掺菜油,蜂蜜里掺糖开水等),其折光指数必然降低。这里应用化学原理,当光线从一种光疏物质进入另一种光密物质时,则光线发生折射。如放在水杯里的筷子,看起来好像被折断一样。纯的桐油、纯的蜂蜜、纯的麻油等都有固定折光指数,通过爱培折光计能反映出来。因为折光指数与温度有关,所以必须在一定的温度下才能精确测出该油脂的折光指数。如 20°C 时,折光指数 $1.5185\sim 1.5220$ 。

酸值：桐油中有效成分桐油酸甘油酯，在加工和保管过程中，受空气中氧气和水及霉菌的作用，都能使其酸败分解，产生游离脂肪酸，使桐油酸值增高。测定桐油的酸值常用中和办法（中和1克桐油中的游离酯肪酸所需要的氢氧化钾毫克数），我国出口的桐油酸植较高，规定不超过8为合格）。

色泽：桐油是透明澄清的夜体，颜色浅淡的品质好；颜色越深，意味着所含的杂质越多。杂质来自于加工中色素及悬浮性杂质、酸败分解产物等。

评定桐油的品质还有其他指标。如有碘值、皂化值等。

根据商品特性不同，商品规格所含的内容也不同。常用百分含量、纯度、大小、长短表示某些商品品质。如化肥的品质常用其有效成分（含氮、钾等）的百分含量来表示，蜂蜜常用纯度表示。

凭商品的规格确定商品品质，在国际贸易中，应用较广泛。

（2）商品的等级 商品的等级是指某些农副产品、矿产品根据长期生产和贸易实践，按其品质的差异划分的。用数码和文字表示。

例如，茶叶中含有许多对人体有益的营养成分及清火提神的功效。它们的化学成分主要有微量矿物质、茶多酚、氨基酸、蛋白质、碳水化合物、类脂、醇、维生素、咖啡碱、芳香油等。由于茶叶生长的自然环境不同、采摘季节不同、加工技术不同、储存的技术和时间长短也不同，茶叶中的营养成分及其含量也不同。根据生产和贸易实践，把茶叶分为特级、一级、二级等。贵州高山云雾茶、安徽黄山毛峰茶、浙江龙井茶在春分左右摘的芽茶为特级茶。芽茶所含的营养成分不仅全而且含量高。清明前后几天的一芽一叶为一级茶。清明后，气温日益升高，雨水也渐渐增多，茶叶生长日益加快，使茶叶生长期缩短，其营养成分的合成和积累相对减少，品质依次下降为二、三级、四级……。

不同的等级表明商品不同的品质。凭等级买卖，只需说明其级

别,则可了解商品的品质。

(3) 商品标准 商品标准是商品品质的各方面所规定的典范和准则,是经政府、国家标准局、部标准局、工业商业企业团体统一制定并公布实施的品质指标。

我国商品标准分为四大类:

国际标准 由国际标准化组织(ISO)制定并公布实施的标准。我国于1978年9月参加国际标准化组织。国际标准化组织对许多商品制定统一的品质标准。我国电机产品采用国际电工委员会统一制定的IEC标准(International Electrotechnical Commission)生产,从而打入欧美市场。

国家标准 由国家标准总局根据科学发展和生产实践审批和发布的。它反映我国的科学技术、生产水平。其编号采用顺序号加年代号,均用阿拉伯数字表示,并用横线分开。如“GB149—59”表示国家标准,“GB”为国家标准的代号,“149—59”表示国家标准第149号于1959年发布的。

部标准 由国务院所属部局组织制定,审批并公布实施的,在全国性专业范围内统一的标准。其代号书写,某部用汉语拼音字母表示。如纺织工业部标准第149号于1959年公布的,写成“FJ149—59”。

企业标准 由某个专业局或若干企业单位制定的,在所属专业局或地区,若干企业内统一实施的标准。由企业上级主管部门审批和公布实施。企业标准的代号用分数形式表示。以区别于国家标准和部标准。“企”字拼音的第一个字母“Q”为分子,“Q”前加省、市、自治区的简称汉字。如安徽用“皖”表示,即皖Q/分母,分母按下列规定:中央直属企业,用国务院所属各部局规定;地方企业由地方标准化的主管部门规定。

在国外,商品标准分为五类:国际标准;区域标准,如欧洲标准化协会(CEN)制定的标准;国家标准,如美国的国家标准(ANSI);

团体标准,如美国试验材料协会标准(ASTM);企业标准。

在国际贸易中如应用“标准”买卖,双方对商品的品质一目了然。应当注意的是,由于各国的标准随科学技术和生产的发展而进行不断的修改,同一国家颁布的商品标准有不同年份的版本,版本不同品质标准也不同。为防止商品品质纠纷,在合同中必须订明版本年份。如某公司进口一批钠卡古地(Sodium Cacodylate),在英国药典方(British Pharmacopoeia Congress, B. P. C.)1949年版本内有该商品的标准。但进口合同误订为B. P. 1949年版标准,到货后无法检验其品质,从而对外索赔也缺乏根据。

在国际贸易中,进口商品一般按生产国的标准进行交易,出口商品一般按我国规定的国家标准或部标准进行交易。但为了把生意做活,依据我国产品的品质水平,也可以接受国外买主的要求,沿用对方或国际标准成交。

在国际市场上买卖农副产品时,还有一种常见的“良好平均品质”(fair average quality,简称F. A. Q.)。良好平均品质是指在一定时期内某地出口商品的平均品质水平。按国际惯例的这种解释,这种标准含意非常笼统,没有固定的确切的品质规格。我国习惯上称这为“统货或大路货”。使用这种方法时,除在合同内订明F. A. Q. 外,还须订明该商品的主要规格指标。例如,中国花生仁,良好平均品质,不完善粒不超过5%,含油量最低44%。

2. 凭样品(sample)

样品 通常是从一批商品中抽取出来,或由生产和使用部门设计加工出来,能代表商品品质的少量实物。在国际贸易中,某些商品由于本身的特点,难于用文字或图样来说明其品质,如工艺美术品、服装、鞋等采用凭样品买卖。凭样品买卖有两种:

(1) 凭卖方样品(quality as per seller's sample) 卖方所提供的样品必须是足以反映将来交货品质。样品是具有代表性的少量实物。卖方寄出的样品应留存“复样”(duplicate sample),以备将