

新世纪高职高专规划教材

新编

国际贸易实务

XINBIAN GUOJI MAOYI SHIWU

XINBIAN GUOJI MAOYI SHIWU



主编 姜明军

 湖南科学技术出版社



新世纪高职高专规划教材

新编

国际贸易实务

XINBIAN GUOJI MAOYI SHIWU

主 编 姜明军

副 主 编 唐永芳 刘 迎 蔡晓华

参编人员 姜明军 卓佰泉 唐永芳 刘 迎

苏传盛 李 军 蔡晓华 张立荣

李 敏 杜虹景 张娟娟



图书在版编目 (CIP) 数据

新编国际贸易实务 / 姜明军主编. —长沙: 湖南科学技术出版社, 2009. 8

ISBN 978-7-5357-5870-5

I. 新… II. 姜… III. 国际贸易—贸易实务—教材
IV. F740. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2009) 第 155939 号

新世纪高职高专规划教材

新编国际贸易实务

主 编: 姜明军

责任编辑: 袁 军

出版发行: 湖南科学技术出版社

社 址: 长沙市湘雅路 276 号

<http://www.hnstp.com>

邮购联系: 本社直销科 0731-84375808

印 刷: 湖南文峰印刷有限公司

(印装质量问题请直接与本厂联系)

厂 址: 长沙黎托工业园

邮 编: 410002

出版日期: 2009 年 8 月第 1 版第 1 次

开 本: 787mm×1092mm 1/16

印 张: 14

字 数: 347000

书 号: ISBN 978-7-5357-5870-5

定 价: 28.80 元

(版权所有 · 翻印必究)

前 言

PREFACE

国际贸易实务是高职高专院校国际经济与贸易类专业的核心课程,也是获得报关员、单证员、外销员和国际商务员等外贸从业资格的必修课程,还是其他经贸类专业的基础课程之一。本教材以湖南省职业教育“十一五”重点建设项目国际经济与贸易专业带头人建设为依托,紧贴高职高专院校人才培养目标,以素质教育、创新教育为基础,以突出学生能力培养为本位,注重思维能力与方法的培养。在编写本教材时,我们立足于高职高专教学应用性特点,力求本教材的内容全面,原理简明扼要,知识新颖,实用性强。

本书共10章,包括商品的名称、品质、数量和包装,贸易术语,商品的价格,国际货物运输,国际货物运输保险,国际货款的收付,商品检验、索赔、不可抗力与仲裁,交易磋商与合同签订,进出口合同的履行,国际贸易方式等内容。本书主要有两个特点:一是充分体现应用性和实践性,力求以应用为目的、以必需和够用为标准,以通俗易懂、概念清晰、强化应用为重点,在理论知识与实际业务相结合的基础上,突出能力培养;二是有利于实行弹性化教学,教师可以根据学校的课时设置安排教学内容。另外,我们在编写过程中还注意对学生双语应用能力的培养,为各章节重要术语、主要合同条款等提供英文,避免学生出现对专业术语误解、误译的现象。

本书可以作为高职高专院校国际经济与贸易专业及国际商务专业学生的教材使用,也可作为各类工商企业生产经营管理人员的参考用书及广大对外经济贸易工作人员掌握国际贸易知识的指导用书,同时,也可以作为各类层次学历教育和短期培训的选用教材。

湖南省职业院校教育教学评估与咨询专家卓佰泉教授对本书进行了全面的审阅,并提出了许多建设性的建议;同时,我们在编写过程参考了同类教材和相关的论著,还得到了有关单位和部门的支持和帮助,特别是湖南科学技术出版社教材编辑管理工作中心袁军同志为本书付梓了艰辛的努力,谨在此一并表示诚挚的谢意!

由于编者水平有限,编写时间较紧,书中疏漏和不足之处在所难免,敬请广大读者和专家批评指正,不吝赐教,以期不断改进和充实完善。

姜明军

2009年5月

目 录

CONTENTS

导论	(1)
第一章 国际货物买卖合同与标的物	(5)
第一节 国际货物买卖合同	(5)
第二节 商品的名称	(10)
第三节 商品的品质	(11)
第四节 商品的数量	(16)
第五节 商品的包装	(20)
第二章 国际贸易术语	(29)
第一节 国际贸易术语与国际贸易惯例	(29)
第二节 6 种主要的贸易术语	(32)
第三节 其他 7 种贸易术语	(46)
第三章 进出口商品的价格	(63)
第一节 价格	(63)
第二节 作价办法	(66)
第三节 计价货币的选择	(69)
第四节 佣金和折扣的运用	(70)
第五节 合同中的价格条款	(72)
第四章 国际货物运输	(74)
第一节 运输方式	(74)
第二节 装运条款	(84)
第三节 运输单据	(90)
第五章 国际货物运输保险	(97)
第一节 国际货物运输保险概述	(97)
第二节 海洋货物运输保险承保的范围	(99)
第三节 我国海洋货物运输保险的险别	(101)
第四节 伦敦保险业协会的险别条款	(104)
第五节 我国陆、空、邮货物运输保险险别	(106)
第六节 合同中的保险条款与保险合同的形式	(107)

第六章 国际货款的收付	(110)
第一节 国际贸易的结算工具	(110)
第二节 汇付和托收	(116)
第三节 信用证	(123)
第四节 其他结算方式	(133)
第五节 不同结算方式的选用	(137)
第七章 商检、索赔、不可抗力与仲裁	(141)
第一节 商品检验	(141)
第二节 索赔与理赔	(149)
第三节 不可抗力	(152)
第四节 仲裁	(153)
第八章 交易磋商与合同签订	(159)
第一节 交易前的准备工作	(159)
第二节 交易磋商的一般程序	(162)
第九章 进出口合同的履行	(167)
第一节 出口合同的履行	(167)
第二节 进口合同的履行	(172)
第三节 主要进出口单据	(175)
第十章 国际贸易方式	(188)
第一节 经销与代理	(188)
第二节 寄售与展卖、拍卖	(192)
第三节 招标与投标	(196)
第四节 期货贸易	(199)
第五节 对销贸易	(203)
第六节 加工贸易	(206)
附录	(209)
附录一 国际贸易相关术语英汉对照	(209)
附录二 商业发票	(216)
附录三 汇票	(216)

导 论

INTRODUCTION

国际贸易实务是一门实践性很强的对外经济贸易综合性应用学科,它主要研究国际商品交换的具体过程。随着全球经济一体化的发展,要学习和掌握这门课程,我们首先必须对下列几个方面的问题有所了解。

一、研究对象及主要内容

1. 国际贸易实务课的研究对象

国际贸易实务是在总结我国对外贸易实践经验和国际上一些通行的贸易惯例与做法的基础上形成和发展起来的一门学科。它的研究对象及主要任务是:针对国际贸易的特点和要求,从实践和法律的角度,分析研究国际贸易适用的有关法律与惯例和国际商品交换过程的各种实际运作,总结国内外实践经验和吸收国际上一些行之有效的贸易习惯做法,以便掌握国际贸易的方法,使得我们的进出口业务既能正确贯彻我国对外贸易的方针政策 and 经营意图,确保最佳经济效益,又能按国际规范办事,使我国的对外贸易和国际接轨。

2. 国际贸易实务课的主要内容

(1) 合同条款。

合同是买卖双方经济交易的法律基础,也是交易双方履约的依据。按照各国的法律规定,买卖双方可以根据“契约自主”的原则,在不违反法律的前提下,规定符合双方意愿的条款,这就必然导致合同内容的多样性。

关于合同的内容,各国的法律规定大体一致。我国合同法的规定一般包括以下条款:商品的品名和品质;商品的数量;商品价格;履约期限、地点和方式;违约责任;解决争议的方法;当事人的名称和地址。

(2) 合同的商订。

买卖双方通过函电洽商或当面谈判就各项交易条件取得一致协议后,交易即告达成,双方之间就成立了合同关系。由于国际贸易的任何一笔交易都首先从磋商合同开始,可以说,谈判是商务合同成立的前提,合同是商务谈判的结果。因此,了解商务谈判的程序及其法律效力是非常必要的。本教材详细介绍合同订立的过程以及商务谈判的内容、步骤、对策等。

(3) 合同的履行。

合同订立后,买卖双方应信守合同,在享有合同规定权利的同时,也承担约定的义务。此外,对外贸易从业人员还应了解如何处理履约过程中产生的争议,掌握违约的救济方法,以保障合同当事人的合法权益。

二、进出口业务的基本程序

国际贸易是一个复杂的过程,涉及部门多、环节多、范围广、手续烦琐,它要求对外贸

易从业人员不仅要熟练掌握国家对外贸易政策和外贸专业知识,还应熟知进出口交易的环节。总的说来,进出口业务程序大体可分为交易前准备、磋商和签订合同以及履行合同3个阶段。

(一) 交易前的准备工作

交易前的准备工作主要有:申请进出口许可证;市场调查与选择目标市场;客户调查与选定客户;制定进出口经营方案等。

1. 申请进出口许可证

目前,我国对在出口业务中占有重要地位的大宗资源性商品以及有配额限制的商品实行出口许可证管理,同时,对部分商品的进口也实行进口许可证管理制度。因此,在经营国际贸易业务时,从业人员要首先弄清楚自己经营的商品是否属于许可证管辖的范围,并据此办理有关手续。

2. 市场调研与目标市场选择

(1) 市场调研的内容。

对国外销售市场调查研究,应以各个具体的出口商品(或同一类商品)为对象,了解各个市场的基本特点,研究市场变动规律,估计市场供求关系和价格的变动趋势。

对国外销售市场的调研,除了包括上述各项内容外,有关各个市场的商业习惯、销售渠道、市场竞争、消费者心理、当地的外贸管制法令、关税税率、航运港口等情况也属调查研究的范围。为了做到心中有数,把生意做活,还应对我商品销售的可能性、存在的问题以及应采取的措施等进行认真分析。

(2) 选择目标市场。

进行上述调查研究的重要目的之一,就是要选择适当的目标销售市场,以便确定我某项商品出口的地理方向和市场布局。在选择市场时,首先必须注意贯彻对外贸易方针政策,特别是国别(地区)政策。在符合政策原则的前提下,也应注意出口经营的经济效益,其中包括销售数量的大小、价格的高低、现汇还是记账贸易等因素。其次,要根据各个商品的具体情况和经营意图,对销售市场进行合理布局,既要考虑当前,又要考虑未来的发展趋势。在确定安排主销市场的同时,也要适当安排辅销市场,以便做到有主有辅,互相补充,避免在主销市场发生变化时,造成销售困难的被动局面。但应注意,主销市场和辅销市场并非是固定不变的,随着各种情况的变化,它们在一定条件下是可以互相转化的。再次,在安排销售市场时,应根据不同市场的特点,既要注意巩固传统市场,又要不断开辟新市场;既要注意抓当前销量较大的市场,也要注意转口量较大的市场。总之,对市场的选择安排,应做到全面考虑,合理布局。

3. 对客户进行资信调查

客户是我们的交易对象。广泛地同客户建立贸易关系,建点铺面,组织推销网,这也是我们做好推销工作,扩大出口的重要条件之一。对客户的调查研究,包括以下内容:

(1) 政治背景情况。

主要是指企业的政治背景、与政界的关系、企业负责人参加的党派及对外国的政治态度等。

(2) 资信情况。

客户的资信包括企业的资金和信用两个方面。资金是指企业的注册资本、实交资本、公积金、其他财产以及资产负债的情况等。信用是企业的经营作风。

(3) 经营范围。

主要是指企业经营的商品类别、企业的性质（实用户或中间商、专营商或兼营商等）。

(4) 经营能力。

主要是指企业的活动能力、销售的渠道、贸易关系、经营做法以及经营历史长短等。

全面地了解客户的上述情况，对于我们拓展国外市场扩大经营效果都是十分重要的。

4. 拟定进出口经营方案

为了做好交易前的准备工作，使对外洽商交易有所依据，一般都应事先制定经营方案，尤其是参加大型谈判，更需制定完整的经营方案。进出口商品经营方案，是根据对外贸易政策原则，在对市场已做调查研究的基础上，按照进出口计划的要求，对某种商品（或某一类商品）在一定时期内进出口业务的设计、做法和全面安排，它是经营进出口业务的依据。

(二) 交易磋商与订立合同阶段

交易磋商是进出口业务的一个重要环节，是合同成立的基础和依据。交易磋商可以采取口头或书面两种形式。交易磋商的全过程主要有4个环节，如“询盘”、“发盘”、“还盘”及“接受”。其中，发盘和接受是在达成交易中起着决定性作用的环节。

在交易磋商过程中，一方发实盘或还盘，经另一方接受以后，交易即告成立，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，即具有合同的书面证明效用。但根据国际贸易习惯，买卖双方通常还须照例签订书面的正式合同或成交确认书。我国《涉外经济合同法》要求，合同均须以书面形式订立。

随着我国对外开放的日益扩大，各国商人通过函电与我国建立业务关系，探询业务的函件越来越多。我们对国外商人发来的函电，必须及时认真地进行研究，迅速、妥善地处理，并给予恰当答复。函电措词要简练，要注意函电的时间因素，函电的内容不能泄密。

(三) 合同的履行

通过交易磋商达成交易，签订具体的交易合同，下一步就进入履行合同过程。

“重合同、守信用”是我国社会主义对外贸易的重要原则，是我们在进出口业务中具体贯彻“平等、互利”的对外贸易政策的要求。在我国出口业务中，要严格遵守这个原则，按时、按质、按量履行合同，维护国家信誉。

我国出口合同，多属 CIF 或 CFR 价格条件和即期信用证支付方式的合同。履行此类合同的程序，一般包括货（备货）、证（催证、审证、改证）、船（租船、订舱）、款（制单、结汇）4个主要环节。货、证、船、款4个环节的工作之间是有紧密的不可分割的内在联系的。因此，在进行每个环节的工作时，都必须同其他环节的工作相互配合，保持一致，防止“有货无证、有证无货”或“有货无船、有船无货”或“单证不符”等现象发生。

三、外贸从业人员的基本素质

随着国际市场竞争的日益加剧，仅靠以上这些知识是明显不够的，外贸从业人员还需要具备以下的素质才能在国际贸易竞争中游刃有余。

(一) 较强的分析预测能力

政治和经济往往是紧密相连的、相互影响的共同体，任何国际政治事件和政策法规的变革都会对国际贸易行为产生影响。国际贸易从业人员除了要熟悉国家有关政策外，还要善于

分析,大到能预测区域国际贸易的发展趋势,小到能预测所从事的商品在国际市场上的未来走向。

(二) 良好的心理素质

国际市场行情瞬息万变,心理素质差的人难以承受职业带来的压力,操作失误时,面对客户的损失和责难,自己往往不知所措。所以,国际贸易从业人员必须是有信心、有毅力、胆大心细、综合素质高的人。

(三) 有敬业精神和高度的责任心

国际贸易是一个时时刻刻都伴随着竞争和风险的行业。从业人员不仅要敬业,而且要有高度的责任心。另外,不要一味强调个人的发展,而忽略了这个行业最基本的要求:刻苦和勤奋。

(四) 扎实的专业知识和敏锐的判断能力

国际贸易从业人员不仅要精通自己所经营的的商品的知识,对自己销售的商品的产地、生产工艺流程、包装、成本核算、销售价格和利润空间等要了如指掌,还要能捕捉从世界各地反馈回来的信息,并对此进行判断、筛选,这些对从业人员来说也是至关重要的。

(五) 较强的综合能力

在中国经济快速发展的今天,尤其是随着我国国际贸易地位的迅速上升,国际市场对“中国制造”产生了莫大的恐慌,于是针对中国的贸易摩擦、各种反倾销诉讼此起彼伏。如何灵活运用世界贸易组织规则,利用多边机制来反对国际贸易保护主义,维护我国在国际市场上的权益,妥善处理国际经贸纠纷,开拓市场,保护企业的利益是非常重要的,也是外贸从业人员追求的更高目标。

第一章

国际货物买卖合同与标的物

学习目标

1. 认识货物的名称、品质、数量和包装是国际货物买卖合同的主要交易条件，是买卖双方进行交易的基础。
2. 掌握货物的名称、品质、数量和包装的表示方法。
3. 熟悉合同的品质、数量和包装条款的内容和注意事项。

重点难点

1. 表示商品品质的方法及应注意的问题。
2. 重量的表示方法及数量的机动幅度。
3. 包装标识及合同中的包装条款。

第一节 国际货物买卖合同

一、国际货物买卖合同的概念

在国际商业活动中，合同起着十分重要的作用，在业务活动的各个具体运转环节上，几乎都是通过合同这个形式将有关的当事人联系起来。他们各自按照规定的义务去履行合同，从而使整部国际商务活动的大机器有秩序、有节奏地运行。各国的商法一般都承认：一个依法成立的合同，在当事人之间具有法律效力。正是由于这个原因，合同对卖方和买方均具有一种无形的约束力，使双方当事人各自履行义务，否则就要承担相应的法律责任。

（一）合同

合同是指两个或两个以上的当事人，以发生、变更或消除某种民事法律关系为目的而达成的协议。民事法律关系，一般是指依法律规范在当事人之间形成的民事权利与义务的关系。这种民事法律关系主要是指财产所有权的关系、债权关系、继承权关系。由于合同涉及不同的民事法律关系内容，因此，合同也就有不同的种类。例如，在商业合同中，就有货物买卖合同、租赁合同、借贷合同、技术转让合同、保险合同以及运输合同等。本书所涉及的是国际货物买卖合同。

（二）国际货物买卖合同

国际货物买卖合同是指营业地点处在不同国家的当事人之间所订立的货物买卖合同。衡

量某个货物买卖合同是否具有国际性的标准,是买卖双方的营业地点是否处在不同的国家,而不是双方当事人的国籍。货物买卖合同的标的物包括一切有形资产,但不包括股票、债券及流通票据的买卖和权利财产的交易,也不包括不动产和提供劳务的交易。国际货物买卖合同所适用的法律,可以是有关国家的国内法,也可以适用有关国际货物买卖的国际公约。国际货物买卖合同与国内贸易合同的主要区别是前者含有涉外因素。涉外因素一般反映在以下几个方面:

1. 合同的主体

从当事人一方来看,另一方当事人是外国人(自然人或法人)或者是受外国法律所支配的人。

2. 合同的客体

即货物。从买方当事人来看,货物是存在国外的,货物的支付必须从卖方当事人的国境内运往另一方当事人国境内,或者第三国境内。

3. 合同的内容

即权利与义务。如双方当事人发生权利与义务的纠纷或争议,可能发生法律效力冲突,从而在解决纠纷时可能出现法律适用、法律选择以及国际惯例的引用等问题。由于国际货物买卖合同含有涉外因素,因此,解决国际贸易的纠纷要比解决国内贸易的纠纷复杂得多。

二、国际货物买卖合同的内涵

有关货物买卖合同的法律叫买卖法。大多数国家都制订买卖法,以确定买卖双方的权利与义务。各种买卖法的形式和内容不尽相同。

(一) 大陆法国家的买卖法

大陆法体系各国把有关货物买卖的法律编入民法典内,作为民法典的一个组成部分,对买卖双方的权利义务作了明确规定。至于合同有效成立的各项要件,如订约当事人的行为能力、要约与承诺的规则等,则适用民法总则、民法债篇或民法其他部分的有关规定。

(二) 英美法国家的买卖法

英美法国家没有像大陆法国家那样的民法典,它们的买卖法大都是单行法规。其中具有代表性的是英国 1893 年《货物买卖法》。英国现行的是 1979 年《货物买卖法》,其主要内容与 1893 年《货物买卖法》基本相同。美国参照英国 1893 年《货物买卖法》的模式,于 1906 年制订《统一买卖法》。其后为了适应美国资本主义经济迅速发展的需要,起草了一部《统一商法典》,买卖法成为该法典的第 2 篇,取代了 1906 年《统一买卖法》。该法典于 1952 年正式公布,现行的文本是 1977 年修订本。美国宪法规定,有关贸易方面的立法权原则上属于各州,联邦只对国际贸易和国际贸易事项享有立法权。《统一买卖法》和《统一商法典》是由一些私人法律团体编纂的,须经各州的立法机关以适当立法程序予以采纳,才能取得州法的效力。迄今为止,除保持大陆法传统的路易斯安那州外,美国各州均已采用了《统一商法典》。在英美等国,买卖法的内容主要是规定买卖双方的权利与义务,至于买卖合同的成立及合同的有效性等问题,除买卖法另有规定外,仍依传统的普通法处理。

(三) 前苏联和东欧各国的买卖法

前苏联和东欧各国有有关货物买卖的法律主要由民法典来调整,这些国家还先后签订了若

干共同条件。有些东欧国家还制订了一些专门法,其中包括 1964 年捷克斯洛伐克的《国际贸易法典》和 1976 年民主德国的《国际商业合同法典》。这两部法典都包含有关国际货物买卖合同的内容。它们有两个共同的特点:都采纳了国际贸易中普遍承认的惯例和原则;只适用于东西方国家之间的贸易。

(四) 国际货物买卖合同的法律适用问题

国际货物买卖合同是一种具有国际性的法律关系,它至少涉及买方和卖方国家的法律,有时还涉及第三国的法律。1985 年 10 月在海牙国际私法外交会议上通过了《国际货物买卖合同适用法律公约》。其主要规定如下:①买卖合同应受当事人所选择的法律的管辖,当事人选择法律的协议必须是明示的,或者必须根据全部情况,能够从合同的规定和当事人的行为推断出来。当事人所选择的法律可以仅适用于合同的某一部分。②在当事人未选择买卖合同所应适用的法律的情况下,合同应受卖方在订立合同时设有营业所的国家的法律的管辖。③在下列情况下,买卖合同应受订立合同时买方设有营业所的国家的法律管辖:合同是由当事人亲临该国进行谈判,并在该国签订的;合同明示规定,卖方必须在该国履行其交货义务;合同主要是依买方确定的条件,并且是由买方邀请其来投标的人签订的;凡属以拍卖方式或在商品交易所内进行的买卖,当事人所选择的法律只有在不被拍卖地国或交易所在地国法律所禁止的范围内,方可适用于其合同,如果当事人对应适用的法律没有作出选择,或当事人所选择的法律为上述国家所禁止,则应适用拍卖地或交易所所在地国的法律;关于当事人对选择应适用的法律的同意的存在及其实质有效性的问题,应由当事人所选择的法律来确定,如果根据该法律,当事人所作的选择是无效的,则应按上述第二项规定,确定管辖该合同的法律;关于买卖合同或其任何条款的存在及其实质有效性的问题,应在假定该合同有效的情况下,由按照本公约应予适用的法律来确定。

国际贸易惯例在国际贸易的长期实践中形成。它不是法律,不具有普遍约束力。但各国法律都允许当事人有选择使用国际贸易惯例的自由,一旦双方当事人合同中采用了某项惯例,它就成为合同的一部分,对双方当事人具有约束力。

在国际上影响较大的关于国际货物买卖的惯例有:国际商会 1980 年修订的《贸易术语解释国际通则》和国际法协会制订的《1932 年华沙-牛津规则》。前者对工厂交货、装运港船上交货(FOB)、装运港交货运费保险费在内(CIF)、目的港完税后交货等 14 种贸易术语的含义作了具体解释,规定了在不同交货条件下买卖双方的权利与义务;后者则着重规定了 CIF 条件下买卖双方的义务。此外,美国一些商业团体共同拟定的《1941 年美国对外贸易定义修订本》,对南北美洲一些国家也具有一定影响。

《联合国国际货物买卖合同公约》为当前在国际货物买卖方面最重要的国际公约。这项公约于 1978 年订立,1980 年 3 月在维也纳召开的有 62 个国家参加的外交会议上通过。该公约共分 4 个部分,全文共 101 条,包括以下主要内容。

公约适用于营业地处在不同国家的当事人之间订立的货物买卖合同,在确定公约的适用时,仅以当事人的营业地为标准,对当事人的国籍不予考虑。公约规定,除上述要求外,还必须满足下列两个条件之一,才适用该公约:①当事人营业地所在的国家是该公约的缔约国。②国际私法规则导致适用某一缔约国的法律,按照后一种规定,公约也可能适用于营业地处于非缔约国的当事人间订立的货物买卖合同。

公约对“货物”一词没有下定义,但公约第 2 条和第 3 条把某些交易排除在公约适用范围之外,其中包括:①供私人或家庭使用的货物买卖。②拍卖。③根据法律执行令状强制出

售的财产。④公债、股票、投资证券、流通票据或货币的交易。⑤船舶和飞机的买卖。⑥电力买卖。这是考虑到上述交易具有特殊性,需要适用特殊的法规来处理。

公约的内容主要是确定国际货物买卖合同成立的规则以及买卖双方的权利义务,没有涉及合同的有效性和货物所有权转移的问题。因为在这些问题上,各国法律存在重大分歧,不易实现统一。所以,除公约另有规定外,这些问题仍须按有关国家的国内法处理。

(五) 国际货物买卖合同的成立

国际货物买卖合同的成立是双方当事人意思表示一致的结果。当一方提出的要约被另一方承诺时,合同即告成立。要约是要约人向一个或一个以上的特定人提出的以订立买卖合同为目的的意思表示。承诺是受要约人同意订立该合同的意思表示。因英美法和大陆法在要约与承诺的问题上存在分歧,在起草过程中工作组作了很大的努力来调和两大法系在这两个问题上的分歧。公约作了以下几个方面的规定:

①要约生效时间。各国法律没有分歧,公约规定要约于其送达受要约人时生效。但对于要约对要约人是否具有约束力的问题,英美法与大陆法内的德国法之间存在着分歧。公约在这个问题上采取折中的办法,规定一切要约,即使是不可撤销的要约,原则上都可以撤回,只要撤回的通知能先于或与要约同时送达受要约人。一旦受要约人发出承诺通知,要约人就不能撤销其要约。公约还规定,在下述两种情况下,要约一旦生效就不能撤销:要约写明承诺的期限,或以其他方式表示它是不可撤销的;受要约人有理由信赖该项要约是不可撤销的,并已据以行事。

②承诺生效时间。英美法采取投邮生效原则,即只要载有承诺内容的函件一经投邮就立即生效,合同即告成立。即使函件在传递过程中发生延误或遗失,亦不影响合同的有效成立。大陆法则采取到达生效原则,即载有承诺内容的函件必须送达受要约人时才发生效力,如函件在传递中发生失误,合同就不能成立。公约基本上采用到达生效原则,但有一个例外,即如果根据要约的要求或依照当事人之间形成的习惯做法或惯例,受要约人可以用发货或支付货款的行为来表示承诺,毋需向要约人发出承诺通知者,承诺则于作出此种行为时生效。

③附加条件的承诺及逾期承诺的效力。公约规定,如果在对要约表示承诺时载有附加或更改条件,原则上应认为是对要约的拒绝,并视为反要约,即受要约人向要约人提出要约。但如承诺中所更改或附加的条件并没有在实质上改变原要约所提出的条件,则除非要约人在不过分延迟的期间内提出异议,仍可视为承诺,在这种情况下,双方的合同条件应以要约所提出的条件和承诺所更改的条件为准。逾期承诺指超过要约的有效期限到达的承诺。按照各国法律,逾期承诺应视为反要约。公约规定逾期承诺仍具有承诺的效力,但须由要约人毫不迟延地把这种意思通知受要约人。如果要约人按此办理,则该项逾期的承诺到达时即发挥效力,而不是在要约人表示上述意思的通知到达受要约人时才生效。

(六) 卖方与买方的义务

卖方的基本义务是按照合同和公约的规定交付货物,移交一切与货物有关的单据,并转移货物的所有权。公约规定,如果合同没有指定具体交货地点,则在合同涉及货物运输的情况下,卖方的交货义务是把货物交给第一个承运人;如果合同项下的货物是特定物,或从指定存货中提取的货物或尚待制造的未经特定化的货物,而双方当事人在订约时已经知道这些货物处于某一特定地点者,则卖方应于该地点把货物交给买方处置;在其他情况下,卖方应在其订约时的营业地点把货物交给买方。当国际货物买卖合同采用某种贸易术语来确定交货

地点时,应适用贸易术语的解释,而不适用公约的上述规定。公约还规定,卖方应按合同指定的日期交货;如果合同规定了一段交货的期限(如1个月),则卖方可在这段时间内的任何一天交货;在其他情况下,卖方应在订立合同后的一段合理时间内交货。至于何谓合理时间,公约未作具体解释,须按具体情况确定。

卖方的另一项主要义务是对货物的权利担保和品质担保,即卖方应保证他所交付的货物符合合同的要求,并保证他对出售的货物拥有合法权利,没有侵犯任何第三者的权益。公约规定,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。即:货物应具有同一规格货物通常使用的用途;货物应适合买方在订约时曾明示或默示地通知卖方的任何特定的用途;货物的质量应与卖方向买方提供的样品或模型相同;货物应按同类货物通用的方式装箱或包装。公约还规定,卖方所交付的货物必须是第三者不能提出任何权利或请求权的货物,即没有侵犯任何第三者的所有权、担保物权和工业产权。但如果买方在知悉货物权利有瑕疵的情况下,仍然同意买受货物,或者卖方由于按照买方提供的技术图样、设计规格来制造产品而侵犯了第三者的工业产权(如商标权或专利权),则卖方对此可不承担责任。

买方的主要义务是按照合同和公约的规定支付货款和收取货物。公约规定,付款地点如果合同中没有指定,买方应在卖方的营业地付款;如果是凭交货或交单付款,则应在移交货物或单据的地点付款。付款时间如果合同没有作出规定,买方应在卖方交货或交单时付款。但买方在未有检验货物以前,没有支付货款义务。这项规定同国际贸易的习惯做法有矛盾,因为在国际贸易中,特别是以 CIF 条件成交时,通常都是凭单付款在先,货到检验在后,买方必须在卖方提出装运单据时支付货款,不能以未检验货物为理由拒付货款。故公约规定,如果上述买方检验货物的机会与双方议定的交货或支付程序相抵触,则可不受上述规定的限制。此外,买方还应采取一切应采取的行动,以便卖方能交付货物。这在双方以 FOB 条件成交时尤为重要。因为在 FOB 条件下,如果买方不及时指派装货船只,卖方就无从履行其交货义务。

三、国际货物买卖合同的结构

在实际业务中,当事人总是依据具体情况来订立合同条款,因此,合同的具体内容不尽相同,但也有其基本相同的项目。这些基本项目是实现国际货物买卖的基本条件,是一项有效的国际货物买卖合同必须具备的内容。从法律角度,可以把国际货物买卖合同的基本内容分成以下三个部分:

(一) 效力部分

效力部分指国际货物买卖合同的开头和结尾部分,它规定了合同的效力范围和有效条件。合同的开头也称约首、首部或序言,通常载明合同的名称及编号;合同签订的日期、地点;订约双方的名称。有时还载明据以订立合同的有关函电的日期及编号。这些内容在发生争议时可能会产生重大的法律后果。合同的结尾也称约尾,通常载明合同使用的文字及其效力、正本的份数、附件及其效力,以及双方当事人的签字等。

(二) 权利与义务部分

这一部分通过许多条款来具体规定买卖双方在一项交易中的权利与义务,是合同的主要部分,所以亦成为主体部分或本文部分。具体包括以下四方面基本内容:一是合同的标的,

主要包括货物的名称、数量、包装等；二是货物买卖的价格，主要包括价格的计量单位、单价、计价货币、标明交货地点的贸易术语、确定价格的方法及总值等；三是卖方的义务，主要包括交货、移交与货物有关的单据和转移货物所有权等；四是买方义务，主要包括支付货款和收货方面的内容。

（三）索赔与争议解决部分

这部分也可以称其为合同的安全保障部分，主要包括商品的检验、索赔、不可抗力、仲裁等条款以及其他有关的规定。

下面主要介绍合同的标的，包括货物的名称、品质、数量与包装。

第二节 商品的名称

一、品名的意义

商品名称是指用以区别其他商品使用的商品的称呼。商品名称又可分为通用名称和特定名称。商品的通用名称，指为公众所熟知的商品的一般名称，如：电视机、计算机、桌子、衣服，等等。通用名称只是指同一类商品的名称，不能用来区别同一种类的不同商品。例如：计算机这一通用名称无法用来区别“联想”公司生产的计算机与“长城”公司生产的计算机。商品的特定名称，是指对特定商品的称呼，如：加饭酒、茅台酒、21 金维他、两面针牙膏，等等。商品的特定名称只要不违反我国《商标法》第十一条的规定，大多可以注册成为商标。

国际贸易同国内贸易有着很大差异。在国际贸易中，看货成交的情况较少，交易双方商订合同时，往往很少见到具体商品，一般只是凭借对买卖的商品作必要的描述来确定交易的标的。因此，在合同中列明商品的名称就成为不可缺少的一项主要贸易条件。按照有关的法律和惯例，对交易标的物的描述，是构成商品说明（description）的一个主要组成部分，也是买卖双方交接货物的一项基本依据，它关系到买卖双方的权利和义务。若卖方交付的货物不符合约定的品名或说明，买方有权提出损害赔偿要求，甚至可以拒收货物或撤销合同。由此可见，列明合同中的商品具体名称，具有重要的法律意义和实践意义。

二、品名条款内容

品名条款是买卖双方对具有一定外观形态并占有一定空间的有形商品达成共识的一种文字描述，又称标的物条款。如：Rice 180 EUR per M/T FAS Qindao 其中，Rice 即为品名条款。买卖合同中的品名条款，一般比较简单。通常都是在“商品名称”或“品名”的标题下，列明缔约双方同意交易的商品的名称，故又称“标的物条款”。有的商品只列明双方意欲买卖的商品名称，例如大豆、苹果、小麦等。但为明确起见，亦可把有关品种或品质产地或型号的概括性描述包括进去做进一步的限定。

确定商品的具体名称时，要考虑商品在商检、报关、申领许可证时的适用性，即商品品名要符合《商品名称及编码协调制度》中的分类原则，以便日后能在商检、报关、申领许可

证时迅速、准确地归类。当所列商品较多时,用编号与每个商品名称相对应。

品名条款的规定,还取决于成交商品的品种和特点。就一般商品来说,有时只要列明商品的名称即可。但有的商品,往往具有不同的品种、等级和型号。因此,为了明确起见,也可把有关具体品种、等级或型号的概括性描述包括进去,做进一步限定。此外,有的甚至把商品的品质规格也包括进去,在此情况下,它就不单是品名条款,而是品名条款与品质条款的合并。

三、品名条款注意事项

国际货物买卖合同中的品名条款,是合同中的主要条件。因此,在规定此项条款时,应注意下列事项:

(1) 内容必须明确、具体,文字表达清楚。

(2) 尽可能使用国际上通行的名称。

(3) 如果一种商品可以有不同的名称,选择有利于减低关税或方便进出口的名称作为合同的品名。

(4) 必须考虑品名与运费的关系。目前通行的班轮运费是按商品规定收费标准,但由于商品名称并不统一,存在着同一商品因名称不同而收取的费率不同的现象。从这个角度看,选择合适的品名可以节省运费开支、降低成本,理应引起注意。

第三节 商品的品质

一、品质的重要性

商品的品质(quality of goods)是指商品的内在素质和外在形态的综合。前者包括商品的物理性能、机械性能、化学成分和生物的物质性等自然属性,后者包括商品的外形,色泽、款式或者透明度等。

提高商品的品质具有十分重要的意义,因为品质的优劣直接影响商品的使用价值和价值,它是决定商品使用效能和影响商品价格的重要因素。在当前国际竞争空前激烈的条件下许多国家都把提高商品的品质,力争以质取胜,作为非价格竞争的一个主要组成部分,它是加强对外竞销的重要手段之一。因此,在出口贸易中,不断改进和提高出口商品的品质,不仅可以增强出口竞争能力,扩大销路,提高销价,为企业和国家创造更多的外汇收入,而且还可以提高出口商品在国际市场的声誉,并反映出口国的科学技术和经济发展水平。在进口贸易中,严格把好进口商品质量关,使进口商品适应国内生产建设、科学研究和消费上的需要,是维护国家和人民利益,并确保提高企业经济效益的重要问题。

为了使进出口商品的品质适应国内外市场的需要,在出口商品的生产、运输、存储、销售过程中,必须加强对品质的全面管理,在进口商品的订货、运输、接受等环节中,应当切实把好质量关。

由于国际贸易的商品种类繁多,即使是同一种商品,在品质方面也可能因自然条件、技