

进出口 现代经营管理

王 禾 编 著

IMPORT
EXPORT

中国对外经济贸易出版社

编者的话

我国自实行对外经济贸易体制改革、发展社会主义商品经济以来，进出口贸易已经取得了令人瞩目的发展。原有的外贸公司将市场经济和竞争机制引入企业，在大力发展传统的进出口贸易基础上，正在积极向国际化、多元化企业大步迈进。一大批生产企业获得了外贸进出口经营权，正在由内向型企业变为外向型企业。无数的集体所有制企业和乡镇企业迅速发展，有的在或已经经济身于国际市场。它们在我国进出口贸易中将起着越来越大的作用。我国的进出口贸易正处于一个迅速发展的历史时期。“进出口现代经营管理”一书，正是为了满足这一需要而编写的。

“进出口现代经营管理”一书的使用对象重点是有外贸进出口经营权的大、中型企业的负责进出口经营的管理人员以及外向型企业的厂长、经理。本书同时可以做为经贸行业在职干部培训教材和大、中专院校的学生教材参考用书。

“进出口现代经营管理”一书共分 22 章和附录。1~12 章介绍进口采购过程的经营管理，如进口采购计划、进口采购方法、供货商选择与评审、进口货物的运输、保险、支付、进口采购商品的品质担保和进口商品检验、进口采购合同管理。13~22 章介绍出口过程的主要业务环节。包括企业出口潜力分析，制定出口决策，出口市场调研、拟订出口销售计划、确定进出海外市场的方式和选择贸易伙伴、向海外客户报价、安排出口货物的运输和保险、出口安全结汇，以及出口过程中的主要风险和风险管理。附录主要介绍与进出口业务密切相关的国际贸易惯例及公约。由于进出口过程是国际间商品买卖的两个方面，因此，为了避免雷同和重复，本书在编写时侧重介绍进口过程和出口过程的主要业务环节。本书 1~22 章的内容可以相互补充。例如，出口过程中的保险实务同样适用于进口采购。而进口采购的信息管理在出口交易中也同样对交易的成败起着重要的作用。

编者大学毕业后，一直从事进出口业务的教学工作，1992 年，有幸去联合国国际贸易中心深造，对进出口管理实务进行了潜心研究，收集了大量有关的最新资料，实地考察了一些欧洲国家进出口公司的运作实践，受益匪浅。为了教学之用和能够为广大对外经贸职工提供一本有参考价值的业务书，便萌发了编写此书的念头。

拙作面世后，如能对读者有所裨益，即是莫大的欣慰。由于水平有限，书中会有纰漏，敬请读者不吝指教，不胜感谢。

编者
1996 年春

进出口现代经营管理

第一章 进口采购过程

进口商品的采购是一种商业行为。无论企业的采购目标是什么，任何商品的采购过程大体上都是相同的。它们是识别和分析企业的进口需求；计划和安排进口方案；选择潜在的供货商；评估和选择投标文件；按照进口目标拟就和商谈采购条件；筹集需要的进口货款；履行进口合同。成功的进口采购业务取决于采购前期准备工作的质量，而高质量的准备阶段要求企业遵循井井有条的工作方法。进口企业自身要明确的问题是：需要什么商品？进口目的是什么？是否有必要进口，为什么？供货对象是谁？进口价格是多少？采购地点、采购时间和采购条件是什么？采购的资金来源渠道是什么？

一、决定企业采购成功的条件

企业对进口采购的预测、计划和安排是保证采购圆满结束的决定性条件。进口预测是指企业应当了解未来的需求是什么。进口计划是指企业必须确定进口采购的目标并按照实施的采购方案落实达到采购目标所需要的具体步骤。而进口安排是指制定落实具体步骤的时间表以便执行和控制采购方案。

一项成功的进口采购应当实现四个目的。首先，它体现了企业负责进口的人员具有良好的专业能力和素质。其次，它满足了企业的需求，在进口时间、进口价格和进口商品的质量方面均达到最佳的条件。第三，保证了现有资金的合理使用。第四，刺激了良性竞争，同时增进了与进口业务有关的当事人加强合作的信心。

许多企业在进口经营中也面临着一系列的问题，这些问题成为制约进口采购成功的障碍。主要表现为进口没有计划；缺少商业信息；商业谈判技巧和经验不足；很少或不使用国际质量标准；缺乏资金；进口融资困难等。

二、采购过程

进口采购过程具有一定的逻辑性。企业在安排某一项进口采购的时候，一般的采购过程是这样的：明确、分析、计划和安排进口需求；如果企业是进口代理商，明确用户需要的进口商品的技术规格和标准；按照规定，申领进口配额和进口许可证；确立能够满足进口需要的产品标准，确定最佳的价格条件、品质条件、付款条件、运输条件、保险条件、交货条件、担保条件、售后服务的条件及操作人员技术培训的条件；搜集和分析进口采购需要的国内外商业经济资料；确定供货来源；准备和散发招标文件以便进一步确定潜在的供货商；确定最合适的资金来源渠道；评估投标文件；商谈和最终确定进口采购条件；选择供货商鉴定进口采购合同；计划和安排进口商品的付款事宜；监督合同的履行，包括装运前的货物检验；货到后的质量、数量检验；货物进入仓库；货物使用；剩余库存；预测新的需求。

进口商品的采购、使用和库存这个周期按照逻辑次序在企业的进口采购业务中反复循环。

三、进口采购业务中进口商面临的风险

正因为进口采购是一种商业行为，所以具有很大的不稳定性，进口商往往面临许多经营上的风险，而这些风险在不同程度上都会导致进口采购的失败。为了保证进口采购的顺利和圆满，进口商要能够在每一笔进口采购开始以前识别采购期间面临的风险并采取相应的防范措施。进口采购中导致进口商失败的主要原因有：进口需求的预测不准确；代理进口的时候没有和商品

用户签定协议；采购决策的制定过于主观、仓促；主观、仓促地拒受货物或撤销采购合同；当连续采购商品的时候，安排续定单失误；没有及时向有关机构申领进口许可证；进口机械或市政工程设备的时候，没有考虑到使用这些机械或设备需要的标准操作条件；分析设备的短、中、长期使用寿命失误；尚无充分确定各项采购条件的时候即开始和供货商谈判；对潜在供货商的国内外信誉、技术能力、财务状况、他们对海外市场的熟悉程度以及其货源来源渠道等必备的商业信息缺乏了解；仲裁地点和法律诉讼地点选择不当；出访采购团组在安排出访国家、筹划与供货商的会晤及拟定预期的谈判结果等方面的准备工作不充分。通过招标方式采购的时候，招标文件准备不足；如合同使用的货币是可自由兑换的币种，对换汇率、换汇日期、汇率变化趋势缺乏了解；选择的价格调整公式不适用进口国的社会、经济和政治情况；鉴于双边财政协议，限制了选择潜在供货商的范围；签定进口合同时没有考虑自己能够承受的货物存放容量、装卸设备、运输能力等因素。如进口数量超出国内需求量，这些困难将十分突出。

四、进口商防范风险的措施

针对进口商在进口经营中面临的各种风险，进口商在今后的进口采购业务中可以考虑采取以下相应的防范措施：进口商和用户详细商谈和确定有关进口的商品应当具备的技术指标和商业用途；进口商为自己预留充分的时间以制定进口计划并根据规定向有关机构申请进口配额及其它进口所需的文件；安排履行进口采购计划的时间表。由于一些影响进口的政治因素、社会因素、经济因素及企业政策、经营等方面的变化是无法预见的，所以进口采购每个环节的预期落实日期和实际执行日期可能出现不一致。故此时间表应当根据以上具体情况随时调整。进口采购计划的时间表是进口商落实进口采购每个环节的行动指南；如果进口的产品有统一的质量标准，那么进口商品的技术规格和性能应当尽量采用进口国家颁布的质量标准。如果进口国不具备这类标准则应当采用国际标准组织公布的产品质量标准；按照采购合同规定的商业条件和产品的性能标准，安排进口商品的质量验证；核实进口合同中使用的商品名称或编码是否准确统一；搜集和补充潜在供货商的全面资料，对供货商随时进行比较和鉴别并注意供货商间的可替换性；如果各个投标提交的日期和使用的货币不一致，要运用统一的汇率评估投标；了解国外市场某些商品如鞋、服装、建筑材料等周期性销售的情况。这些质量上乘、未经使用过的商品在阶段性销售的时候有比例很大的价格优惠。这类销售通常由大的经销商或制造商举办。进口商可以充分利用这类机会，采购自己需要的商品；作为计划进口采购的一个部分，组织和控制采购过程的各个环节；以 CIF 贸易条件进口的商品，进口商应当确认保险公司的责任范围；研究和利用国际期货交易技巧；认真分析每一笔执行完毕的采购交易。采购是否达到了预定的目的？谈判准备是否充分？是否取得了令人满意的、预期的交易条件？供货商及其服务如何？是否需要重复采购，如需要是否按照原来的交易条件？分析、评估每一次的交易结果有助于进口商为下一轮进口采购提供借鉴的经验。

第二章 进口采购计划

进口采购是一项历时持久，内容繁杂的交易。制定进口采购计划对进口企业而言，意味着落实和实施一系列的进口采购决策和环节，而这些决策和环节是进口企业通过最有效的方法实现采购目标的手段。进口采购过程是由许多环节组成的。为了保证实现进口采购目标，进口企业需要对组成进口采购的各个环节进行周密的计划。进口采购从广义而言，是一种职能管理，旨在保证进口商经最理想的供货渠道；按最优惠的商业条件；从最有利的进口市场；在最适宜的时期内购进所需数量的，最需要的商品。划分、明确采购过程的各个环节，实施落实各个环节的计划是实现进口采购目标的前提条件。

如上一章所述，采购过程的各个环节相互联系、相互制约。它涉及到商品的采购质量、采购数量，采购时间，采购地点，采购价格，采购条件，采购渠道，进口合同和对进口合同的追踪及管理环节。为了达到进口采购的目的，进口商应当对各环节充分给与周密的计划。

一、进口商品质量

进口采购过程中，商品的质量也可以通过商品对其特定用途的适用程度来加以定义。进口商对进口商品的质量要求通常是通过对商品的规格或者标准的要求体现出来的。但是许多发展中国家还不具备完整的有关产品质量的国家标准。因此，进口商需要建立一套采购商品的具体规格和标准。在制定进口商品品质标准的时候，进口商可以借鉴其他国家同类产品的品质规定，然后结合自己或用户的具体需要进行调整和修订。进口商也可以通过国际标准机构获取这方面的资料。计划进口采购各个环节的时候，进口商要本着既经济又有效益的原则认真审核进口商品的规格标准。进口商品的规格标准不能规定的过于笼统，也不能同时过于复杂。过于笼统有可能不能充分体现进口商对采购商品的需要，而对进口商品的规格标准要求过细也会导致进口成本增加而收益下降。

二、进口商品数量

决定商品进口的准确数量涉及到几个因素。准确的数量是针对一段明确的时间而言。受供求关系的影响，对进口商品数量的需求也是随时变化的。理想的方法是进口商计算出在每一段具体时间内对某些商品所需要的进口数量并相应安排货物的进口。但是变化莫测的国际市场往往给进口商计算准确的进口数量带来一定的难度。除了国际市场的因素以外，还有许多其它因素也在影响着进口商品的数量。它们主要是：

（一）商品库存

进口数量的计算应当包括适量的库存，特别是在对进口商品的潜在需求看涨的情况下。但是过量的库存又会导致成本、费用的增加和收益的下降。

（二）订货和加工成本

订货和加工成本直接影响着进口货物的准确数量。许多企业运用经济订货数量模式计算进口数量和降低订货成本。然而，这种模式受到政府的进口许可限制和企业外汇短缺的限制。

（三）运输成本

进口货物的单位运输成本的高低部分程度的依赖于进口货物的数量。当进口的商品呈现低成本、大批量的特点时，进口商应当仔细核算它的运输费

用。

（四）价格

当企业决定充分利用国际市场商品的价格优惠超量采购时，要考虑超量进口部分的库存成本、储存能力、进口商品在储存过程中损坏和灭失的风险以及货物因过时而被淘汰的风险。

企业在计划商品的进口数量时，要充分考虑影响数量的各种因素，结合对进口商品的数量需要，合理的制定进口商品的数量。

三、采购渠道

进口采购最关键的环节是选择供货商。供货商不合作或拒绝履行交货义务，企业的进口采购就成了空谈。进口企业在对供货商的商业信誉、资金、经营能力、市场份额、管理能力、经验等进行全面调查的同时，要熟悉供货商所处国别的历史、文化、进出口结构、现行外贸政策、贸易前景以及基础设施等情况，这些都有助于进口企业充分鉴别和选择供货商。

企业计划进口采购时，应当同时选择几个供货商，继而形成他们之间竞争的局面以此加强进口企业在整个交易中的地位。采购渠道的多样化，也同样会使进口企业在交易中事半功倍，易见功效。

四、采购条件

进口商品的价格是进口采购中买卖双方最关注的并且需要反复磋商的一个交易条件。进口交易中最好的价格并不是最低的价格，因为最低的价格并不能保证进口商采购商品的质量。因此，价格既直接关系到买卖双方的经济利益，也同时牵涉到进口商品的质量。价格无疑也是进口采购的主要交易条件。进口商在进口融资困难的时候，信贷条件往往体现出优势。然而凭信贷条件的采购，势必又会提高企业的进口采购成本，增加费用。进口企业在制定价格计划的时候，要充分考虑使用信贷的优势和弊端。

进口交易中，交货条件是至关重要的。进口商采用 FOB 条件进口比较有利。大宗货物按照装运港船上交货价成交，进口商可以从承运公司获得优惠的运费费率，并且有利于进口商对进口货物的总体监管。因此，签定 FOB 合同以前，进口商要了解租船市场和承运公司的运费制度。其进口商选用各种采购条件时，也要充分考虑各种运输方式的特点，以做出最佳和最准确的选择。

五、进口采购合同

与海外供货商签定具有法律约束力的进口采购合同是十分必要的。经双方签字的合同是一份法律文件。它能在双方冲突的时候，给予进口采购商充分的保护。在大多数情况下，拟就和使用标准进口采购合同是比较有利的。然而有时也会出现背离标准合同条款的情况。例如，工程的对外承包或按照客户的要求定做进口设备。在拟订这类合同条款的时候进口商必须十分仔细，以避免出现漏洞。

六、加强对进口合同的监督与管理

进口采购商应当随时对进口合同的品质规定、交货安排、进口需要的文件及单据等内容进行监督。供货商只有在买方做出相应准备的前提下才能开始履行他的义务。对进口采购合同的监督也包括与承运人、海关、商检机关、银行金融机构及其他有关部门的协调和合作。加强进口合同的监督与管理还包括购后评估。对进口采购的结果进行评估，要求进口商分析进口商品的质量、交货的执行情况、拒收和争议事件以及分析成本预算和实际支出的差额。

购后评估的目的是企业找出引起进口延迟和损失的原因，并确定正确的解决方案以便为今后的交易提供借鉴。企业在计划这个环节时，要考虑落实相应的监督措施和管理方法。

企业在预测、分析进口需求的基础上制定的进口采购计划应当具体、详细和周密。进口采购计划是进口商落实进口采购的行动指南。企业制订进口采购计划可以参考下面的“进口采购计划目录”。这个目录为企业提供了比较详细的在制定进口采购计划时应当考虑的要素，供企业在计划进口采购过程的各个环节时参考。当然，如下面表中的项目和内容会因为每次采购商品的不同而发生变化，故参照目录时企业应当结合自己具体的采购情况对目录内容及时给与调整。

进口采购计划目录

- (一) 进口国家有关的进口政策
 - 许可证，种类、有效期及限制
 - 外汇批汇及管制
 - 进口关税、进口押金制
 - 多边汇率
 - 退税
- (二) 决定进口商品的品质标准
 - 买方规格标准
 - 卖方规格标准
 - 国际规格标准
- (三) 进口文件使用的语言
 - 选用什么语言，是否需要翻译
- (四) 供货商情况分析
 - 供货商分布状况分析报告
 - 注册、经营情况、
 - 信誉分类
- (五) 采购数量
 - 需要采购的总数量
 - 交货安排
 - 进口数量的分布
- (六) 进口合同条款
 - 保护性条款
 - 解决争议条款
 - 价格调整条款
 - 是否符合进口国政府的规定
 - 是否采用国际贸易术语解释通则
 - 合同适用的法律规范与司法管辖权
- (七) 进口贷款的支付
 - 货币 使用几种货币支付
 - 付款方法 付款交单、承兑交单、信用证或其他
 - 付款时间、预付货款、分期付款

(八) 进口货物的装运条件

- FOB、CFR、CIF 或其他方式
- 保险 金额与险别

(九) 进口采购商品的检验安排

- 检验机构
- 检验地点
- 检验时间
- 无需检验，凭担保采购

(十) 对进口商品零配件的要求

- 进口产品、设备使用过程中是否需要零配件
- 供货商在进口国是否备有零配件供应地
- 进口零配件能否与国产零配件互换
- 随同设备订购的零配件数量

(十一) 对进口商品的运输要求

- 运输方式 海运、空运、路运或其他方式
- 装载容量
- 班轮运送、租船
- 运价谈判及计算
- 包装情况
- 货物标志与标签
- 对货物的搬运要求

(十二) 购后评估

- 价格 计划价格与成交价格
- 运费 计划运费与实际支出运费
- 交货条件 计划交货条件与合同交货条件
- 数量 订购数量与实际收货数量
- 进口货物的丢失和损坏
- 单据 单据不符与单据延迟

进口采购计划制定的成功与否取决于两个关键因素。首先，制订进口采购计划需要大量的资料和信息。没有一个有效的可供采购部门随时借鉴和使用的进口资料信息系统，进口采购将事倍功半。其次，当企业代理进口的时候，企业一定要保持与用户的密切协作，随时掌握用户的需要，根据需要调整进口采购计划。否则不仅会造成进口商品的滞销、库存的积压，而且势必会导致外汇浪费并影响企业和用户间业已存在的业务关系。

第三章 进口采购方法

进口业务中进口商可以分成几个类型。这些进口商可能是政府机构；国营企业或贸易公司；公用事业部门；私营企业间或中间商。进口采购的方法在很大程度上受进口商特征的影响。例如，政府机构负责的进口采购通常是通过招标的方式进行。尽管进口部门在性质上有所区别，但不论是政府采购还是企业采购，他们进口的基本目的是一致的。即通过可靠的渠道，在适当的时间，购进适量的，符合需要的对路商品、设备或原料。进口业务中采购的方法主要有：直接采购；招标；谈判采购成交。

一、直接采购

利用直接采购法，进口商通常可不需要经过询价或发盘而直接向供货商递交采购某一商品或设备的订单。这种采购方法常用在进口商对某些已经进口的商品或设备有重复需求的时候，所以供货商是确定的，产品或设备的定单也通常是续定单。直接采购法具有其它进口方法所没有的优势。它主要表现在：第一，采购行为实现速度快、效率高、环节少的目的。第二，进口定单加工成本低。第三，降低了产品或设备的库存量，节省了存储费用并同时减少了进口资金的占压。但是直接采购法对进口商而言也有明显的不利因素。首先，进口商可能会因为对进口价格判断失误而造成损失。进口商下续订单的时候，主观认为采购商品的现行价格与前批订单相同。而事实是价格可能出现变化，也可能没有调整，那么进口商会面临着因市场价格已经实际下调而产生的货价风险和损失。其次，因缺少供货商间的竞争，对方可能趁机抬高价格。第三，供货商因歧视进口商强迫后者接受非互利的交易条件。鉴于这些不利因素进口商只有在用货急切、采购批量小、进口金额低的情况下考虑使用这种方法。

二、招标

招标是进口业务中最重要的进口采购方式。这种方法多用于政府采购和公用事业部门的采购。交钥匙工程和采购大批量的标准化商品大都通过招标签约。

（一）招标方式

招标分五种形式：全球招标或公开招标、限制性或选择性招标、单一招标、谈判招标和混合招标。

1. 全球招标或公开招标

全球招标又称公开招标。它是招标人经正式程序通过对外公开招标选择投标人达成交易的一种进口采购方式。政府机构或公用事业部门经常运用全球招标进行大规模的采购。公开招标的主要优点是：为所有的潜在供货商提供了均等的投标机会；全球招标最大限度的刺激了供货商的参与和竞争意识从而使得大量有利招标商的交易条件出台；公开招标杜绝了招标商的操纵，使得招标更加透明和公正。公开招标的不利因素在于：首先，招标的时间长；其次，对全部投标文件进行开标、评审增加了招标商在人力、物力、财力方面的支出，因而费用大；第三，因为竞争激烈，因而不能排除个别投标商的欺诈性投标。由于这些不利条件，公开招标的方式最适用的条件是商品本身的供货渠道广泛，并且同时享有一套完整的、现行的、统一的市场标准。

2. 限制性或选择性招标

进口采购商为了避免公开招标的弊端可以采用限制性或选择性招标。即

招标人仅向几个被挑选的供货商，发出投标邀请。限制性或选择性招标又分成对供货商进行预先资格审查和不进行预先资格审查两种方式。

资格预审是通过资格预审程序拟定一个投标人名单。进口采购商通过广告向所有潜在的供货商公布，经过资格预审程序拟将编辑一份经营某个或某类产品的供货商清单。读到这则广告后，有意在进口采购部门登记注册的供货商填写一份表格并提交证明其能力的文件，以便招标机构据此评定供货商提供规定产品的能力和其它业务标准。只有通过了资格预审评定的供货商才有资格被列入清单，角逐投标。日后当进口商有意采购某种商品而开始招标时，仅向清单上记载的供货商递交招标书。

进口采购商也可以不经过资格预审的程序挑选有资格的供货商，拟定供货商的名单。日后向名单所列的供货商招标。这种方式常用于一次性采购或非续定单的采购。关于供货商的资格能力可以通过多种渠道调查。例如通过市场调查了解供货商已往的业绩；咨询和供货商有往来的客户；参阅专业杂志的报导；请求咨询机构协助调查等等。

限制性或选择性招标的目的是只选择那些具有资格能力的供货商，一旦中标他们即能按照投标条件履行合同。进口采购商对供货商资格认定的方法是评定供货商已往的业绩、技术人才的配备、生产能力和设施、管理能力及财务、资金状况等等。

3. 单一招标

单一招标是作为进口采购商的招标人只向一个供货商发出投标邀请。单一招标大多用于下列情况：进口商采购的商品属专利产品只有一个供货商；进口商采购刻不容缓地急需商品；采购商品的批量小、金额低，如通过公开招标或选择性招标，费用开支过大；公开招标或选择性招标无助于采购商选定有竞争性的和可靠的投标人；进口采购的保密性强；或采购的零配件只能由供应设备的供货商提供。招标人收到供货商的投标文件后，双方需要就商业条件进行复议。

4. 谈判招标

谈判招标是一种非竞争性的招标，具有两种方式。一种是招标人进行公开或选择招标，随后与投标人就有关条件谈判。另一种是招标人物色一个供货商直接谈判。第二种方式与单一招标做法相似。谈判招标一般用在两种情况：供货商是政府部门或政府所属的贸易公司以及招标人和供货商有双边信贷协议。进口交易中，有时采用谈判招标的方法对进口商更为合适和有利。特别是在进口高科技产品、机器、设备的时候。例如通讯交换设备和防御武器，它们的设计、规格、性能瞬息万变。进口企业可能由于缺乏专业技术人才或对拟采购商品、设备的各类可选择的技术性能缺乏了解，仅能够描述对拟将采购的产品或设备的要求而不能具体陈述它们的技术规格和技术参数。这种情况下，采购商为了获取具体的技术参数和准确的商品规格，往往通过选择招标方式邀请客商投标。进口商经过比较、评估，选择最佳投标商举行谈判。

5. 混合招标

政府采购的时候通常将限制性招标和谈判结合起来使用。这种混合招标的方法又叫做两段招标。两段招标分两部一次招标和两段二次招标二种方式。

两部一次招标是招标人通过选择招标邀请客商投标。投标人制作二份投

标文件。一份文件列明供货商能够提供的商品技术规格特征，另一份文件列明供货商能够提供的商品价格和其商业条件。二份文件分别签封，同时寄交招标商。招标商首先对全部投标的技术部分开标评审，和各个投标商磋商后确定拟购商品的技术规格并通知所有投标商。按照修改的产品规格和技术性能，招标商允许投标商调整他们的报价。记载价格和其它商业条件的投标文件开标以后，招标商对它们进行评审、比较，确定商业优势最佳的报价。两部一次招标通常用在采购商熟知拟购产品的技术性能及其它产品特点，但不十分了解产品的最新设计和其它变化。通过两部一次招标进口采购商和投标商商谈以获取有关信息，对拟采购的商品进行必要的性能调整。

两部二次招标是指投标商的投标文件分两次寄交招标商。通过限制性招标，招标商邀请投标商就招标产品或设备的技术规格部分投标。招标商就技术规格部分分别与投标商商谈，目的在于了解拟购商品或设备应当具备的技术特性，调查这些产品或设备如何能够满足进口需要。之后，招标商修改、确定采购商品的制造过程、设计、技术性能和其它规格指标。邀请递交了技术投标的投标商就此再做价格投标。

（二）招标文件

进口商发出招标通知以前要准备有关的招标文件。招标文件旨在向投标商提供充分的招标信息以便他们在规定的期限内准备和提交投标文件。招标文件可多可少，文件内容可繁可简，这些取决于招标产品的特征和技术指标。一般而言，招标文件的内容有招标通知、产品或项目说明、产品品质性能说明、包装要求以及质量检验方法、标书、合同的特殊条款和条件、合同的一般条款和条件、投标保证金表格、投标指示，如对投标方法、时间、地点和格式的要求、评估投标的标准。招标商起草和拟定招标文件的时候需要特别注意产品说明、规格标准、标书、合同的条款和条件及投标指示几项内容。

1. 产品说明

产品说明是指产品通常使用的或商业上使用的名称。商品名称应当反应出商品的特定用途。所以招标文件中对产品的说明要准确，要能够说明产品的特定用途或功能。这有助于帮助供货商了解采购商的具体需要，有的放矢的制作投标文件。

2. 规格标准

产品名称有些时候不足以充分体现招标商对采购商品具体的、特定的质量要求，这样就需要在招标文件中明确产品的规格性能。招标文件中对产品规格的说明除了产品的物理、化学和商业性能外，还包括采购商用来分析进口产品质量的检验方法、检验仪器和设备。产品规格的表现方式可以采用以下一种或几种方法：牌号或商标、市场等级、制造商标准、进口商国家的标准，其它国家的标准或国际通行的标准。技术规格，包括产品的物理、化学和机械特征，原材料规格，制造方法和过程，设计特征，性能要求，操作特点，质量检验的方法和工具，设计图纸，样品。为了表达完整的产品定义，采购商在招标文件中可以同时选用几种方法说明对产品的规格要求。选择哪些方法取决于采购商品的特征。准确、详细的产品规格的说明也有助于进口商在收货的时候，按照文件规定的检验方法、设备、过程对商品进行验证。

3. 标书

标书是进口商的招标文件之一。投标商根据标书的资料递价投标。统一格式的标书方便了招标商在开标的时候对各个投标进行比较和评审。招标采

购方式下标书的格式并非一成不变，据采购商品的特征而有所区别。采购标准化商品标书的格式最简单。见下例。

标书格式

姓名：

招标号：

投标商地址：

货号	产品及规格	数量	CFR 价			金额	交货期	产地	备注
			FOB	CFR	运价				

密封：

机械设备一类性能复杂的产品，标书格式也比较繁琐。还要包括成套采购的其它成份。如产品备件的价格成本、寿命期限、价格调整因素和基础、预计的完工计划等等。

4. 合同条款和条件

明确买卖双方权利和义务的合同条款和条件包括：商品的包装和标记；场内、工序间、装运前及 / 或装运后检验，交货和付款条件，银行担保，对不履行合同的赔偿，解决纠纷和争议的方法。

如果进口商采购的通常是一些标准化产品，进口企业可以拟就一系列适用这类产品进口的标准条款和条件。而对一些复杂的涉及厂房和设备的工程项目，这些标准的进口采购条款和条件就不适用了。这是因为这些工程项目的采购过程复杂，交易时间长，买卖双方的责任、义务与采购标准化产品合同项下的责任、义务相比也不尽相同。工程项目引进合同条款和条件的制定要结合这类交易的特点。例如项目引进的付款方式通常是和项目的执行进度相联系的，合同中的支付条件一般为按进度付款、分期付款或预付款。卖方也可能向买方提供一些信贷条件，那么合同条款应当准确无误的反应出这些信贷协议。出于这些类似的原因、进口商每一次在国际市场上通过招标进行项目引进的时候，都要据项目情况起草合同条款。起草项目引进合同是一项复杂的工作。一些国际机构和行业协会撰写和发行了这类合同的样本。进口商可以参照这些样本以比较自己拟订的合同条款的准确性和完整性。

5. 投标指示

投标指示是通知投标商投标和开标的程序。投标指示也包括招标商评估投标采用的标准、方法和技术。投标指示的内容主要有：标书送达到招标商的时间，标书送达人的姓名和地址，标书使用的语言及传递方式，如邮寄、电报或传真；投标的有效期限，开标的时间、日期、地点及程序；审核、评估投标使用的标准和方法；招标商可以接受的质量标准、交货及其它条件的差异范围，以及由此产生的价格调整的基础。招标商的投标指示应当完整并用易懂的方式书写。只有这样投标商才能按照各项规定递交投标文件，也只有这样能够激发投标商最大的反响，产生具有竞争力的报价。

(三) 投标文件的比较与评估

招标商按照一定的标准对各个标书给予比较和评估，目的是为了选择能够满足采购商需要的具有最佳优势的投标商作为这一笔交易的供货商。在比

较和评估投标的阶段，招标商需要特别注意以下几个问题：

第一，制作投标文件分析表是比较，评估投标的必要步骤。进口交易中并没有内容完全相同的标书。比较、分析各个标书的便利方法是使用投标文件分析表。分析表也没有统一的格式，具体的格式取决于采购商品的特征，采购商品的市场商业惯例，合同条件等因素。为了便利比较和评估过程，选择最佳的投标文件，投标文件分析表的内容应当包含全部重要的商业条件。除此之外招标商设计的投标文件分析表也应当考虑和各个投标商国家当前的贸易、商业关系。进口商比较、评估投标时可以参照下列标书分析表并结合具体需要对表格加以改动。

标书比较、评估表

投标 商 名称	计量 单位	单 价			折 扣	总 金 额	付 款 条 件	产 地	装 运 地	卸 货 地	投 标 有 效 期	保 函	交 货 时 间	备 注
		CFR	FOB	运价										

第二，明确对投标商的评审结果的标准，招标商在比较和分析投标文件的时候尽可能的消除主观判断。评审结果可以采用优秀、良好、一般、否决四个等级。备注中的结论必须准确并伴有标书中的事实和数字佐证。

第三，招标商比较、评估投标文件的时候应当重点分析以下标书项目：

价格、成本分析。产品价格是决定进口采购成功与否的重要条件之一。对价格的分析往往是进口商确认最佳报价的决定性因素。特别是当采购的商品享有统一的国际市场标准的时候，价格的决定性作用更为突出。价格分析也是投标评审的重要的不可分割的内容。在价格分析中影响价格的因素有国际通行的贸易条件；进口商内陆运输费用；产品的包装费用，以及报价使用的货币。招标商进行价格分析的时候要及时了解这些影响价格的可变因素。在对投标价格产生疑质或掌握的市场价格信息不充分的情况下，成本分析是招标商可以使用的方法。有些产品，例如专利产品进口商没有一个尺度用以判断供货商的价格是否合理。又如进口商需要替换的设备零配件只能从提供设备的原供货商处获得，进口商也难以判断这些零配件的价格是否合理。在这种情况下判断价格是否合理就要通过成本分析的方法。成本分析是招标商分析招标产品或设备的生产成本。这要求招标商了解产品的各项生产投入及成本，如原材料投入、劳动力投入、管理费用、利润等相关要素。

技术分析。技术分析是指从技术角度评估投标文件。招标商应当从两个方面对投标进行技术分析。

第一，比较招标文件规定的质量要求和每个投标商所报的规格标准。

第二，就每个投标商提供的招标产品的质量规格进行横向比较。投标商所报的产品质量规格可能全部也可能部分的符合招标商的要求。这些不符之处可能是微小的，也可能是显著的；可能低于招标商的要求，也可能高于招标商的要求。技术分析的基本目的是评定这些品质差异在技术上是否可以接受？如果可以接受，如何相应的调整价格以便进一步评审？

商业分析。商业分析重点是指分析投标文件中的付款条件、融资协议和

信贷条件。有些时候招标文件中列明的融资方法和信贷条件可能是选择投标商的决定性因素。一些外汇短缺的国家在项目引进的时候要求供货商提供优惠贷款或中长期信贷，以此作为签定合同的条件。在这种情况下，只有载有这类条款的投标文件才能得到招标商的首肯。而最终选择哪一个投标商取决于谁的信贷条件更优惠。标书中提供的付款条件及融资、信贷条件都会影响进口商最终的采购成本。

除以上几个项目外，交货期的分析也是十分重要的内容。

（四）招标采购的要点

为了保证招标采购圆满完成，招标商应当了解和掌握在招标文件的准备阶段，开标阶段和投标文件评审阶段的一些工作要点。这些要点主要有：

1. 招标文件准备阶段

详细说明招标的目的和需要；明确招标的产品或设备；说明招标产品或设备的运行参数；列明产品的有关规格，如具体的标准、牌号、样品或工程设计图纸等；规定产品检验方法和检验程序；调查供货市场，了解该产品的市场特征；决定具体的招标方式和策略；识别潜在供货商；通过资格预审或其它形式压缩、精选供货商；准备投标文件和招标邀请，审查合同的完整性和准确性；建立投标文件的评审标准。

2. 开标阶段

查核投标文件在以下三个方面是否符合招标规定：递标时间，投标文件是否完整，投标文件有无授权签字。

3. 投标文件评审阶段

设计评审表格；合并各个投标的全部变量，使得它们之间可以相互比较。如统一为 FOB 或 CIF 价格条件；使用正确的汇率将价格换算成统一的货币计价；比较每个投标商的有关成本和费用。因为对招标商而言，产品的最终成本比价格本身更重要；如设备进口，了解投标商能否提供零配件或替换件以及供应价格；设备的操作费用象购置费用一样是评审的一项重要内容，评审投标文件的时候要比较设备的总成本和生命周期成本。

对投标进行技术评审的时候需要掌握两个原则。其一，计算产品质量标准差异。如果此差异在可以接受的范围以内，规定价格调整的方法并对全部投标进行比较。其二，鉴定投标文件中造成生产率差别的工艺、制造技术差异。

对投标进行商业评审的时候，要协调各个投标文件的支付条款使得它们之间具有可比性。在延期付款情况下使用净现值分析方法。

三、谈判采购

谈判采购也是进口企业常用的一种采购方法。但如前所述，公用事业部门或政府采购大都使用招标方式，谈判不是他们达成交易的常规手段。尽管如此，有时谈判是唯一的既灵活又合适的进口采购方法。谈判成交特别适用于下列情况：交易金额小不足以招标；进口商用货急切；采购的商品是专利商品；出口商是非政府出口部门或国营公司；由于某些原因进口采购需要保密；技术转让或技术开发合同；投标商对招标反应冷淡。

总之，每一种采购方式都具备不同的优势和不足。进口采购商在考虑使用哪一种采购方式的时候，要结合影响进口采购的种种因素，做出最有利的选择。

四、选择采购方式时应当考虑的因素

由于进口企业的性质不同、采购商品的特征不同，进口商在选择采购方式的时候要考虑影响采购方式的各种因素。这些因素主要有：

（一）采购的产品和产品质量

进口商需要采购的是一次性消费品，还是按照企业计划需要在较长的一段时间内连续重复采购的产品商品，每一次采购的数量是多少？

（二）采购的总成本

其中包括产品价格，运费、保险费、关税、增值税及其它费用。

（三）拟将从某一市场采购的产品与其它海外市场同类产品的竞争性

这种竞争性表现在产品的总成本、质量标准、产品设计、品质担保、产品生命周期、零配件的供给程度和费用、对产品使用人员的培训要求和费用、供货商的市场形象和地位等项目。

（四）海外市场的政治条件和销售条件

例如出口商国家是否实行产品的出口配额制、进出口国家的贸易关系如何、在产品的进出口许可方面有无限制？

（五）进出口双方的配合程度

这是指进口商对供货商在产品、交货、服务等方面的满意程度如何。

（六）有关产品在标准、卫生、安全、使用、防卫等方面的法律规定

（七）采购渠道的范围

（八）供货商的财务状况

第四章 供货渠道的调查

一、建立供货商资料

进口商挑选供货商的过程是由几个阶段组成的。第一阶段是对潜在的供货商给予定位，即挖掘那些能够提供进口商需要商品的全部供货渠道。应当注意的是进口商对这一阶段的运用要结合这一笔业务的采购方法。这个阶段不适宜用在通过全球招标的方式从事的进口采购。除此之外，对所有其它采购方式而言，识别、挖掘潜在的供货商是进口商挑选未来供货商的首要步骤。

(一) 调查潜在的供货商

潜在供货商的调查是指进口商为每一个潜在的供货商建立初步资料或编写目录。进口商采编目录的方法根据信息来源的渠道可分成通过内部记录调查和通过外部渠道调查两种。

1. 内部记录调查

内部记录调查是指进口商根据已往进口某个或某类商品的采购记录建立潜在供货商资料。使用这种方法编辑潜在供货商的目录要求进口商保存已往完整的进口记录。然而，完全依赖过去的采购记录建立潜在供货商目录有一个很大的弊端，这就是对供货商选择的局限性。即进口商仅能挑选那些曾经与其有过业务往来的供货商。如果进口商记载的成交记录很少，供货商凤毛麟角，那么进口商掌握的供货商数量将是非常有限的。这种情况不能够引起供货商之间的竞争，进口商也因此不能制定最佳的采购决策。补救的方法是利用内部记录的同时援引外部渠道的信息作为补充。

2. 广泛调查

进口商可以充分使用大量外部渠道的信息建立一套完整的、详尽的潜在供货商目录。在这些外部渠道中(具体的外部渠道在本章第二部分重点介绍)供货商自身是一个很重要的信息来源。进口商应当尽一切努力来诱发潜在供货商对他的兴趣，以至使后者自愿在进口商处注册登记。通过这种方法进口商把这些登记注册的供货商编成目录，做为日后的供货来源。进口商通常可以采用两种方法吸引供货商登记注册。

第一，不经过资格预审。进口商通过广告邀请潜在供货商填写预先设计的为编目用的调查表。表格内容包括供货商公司和联系人的姓名、地址、传真、电话号码，供应商品范围等。进口商根据供货商对表格的反馈，结合其它外部渠道信息，编制一套按产品划分的精确的未来供货商目录。进口商今后采购商品的时候直接向编入目录的供货商询价。不经过资格预审将供货商编入目录的方法对进口商也有不利的一面。首先它不能充分保证供货商真实的交货能力、生产条件、技术水平、财务状况和管理素质。所以进口商通过这种方法选择贸易伙伴只适用于标准化商品的进口采购。其次，除非进口商在每次采购周期开始以前随时更新供货商资料，否则这种方法限制了新供货商的入伙，从而抑制了竞争。

第二，经过资格预审。不同于前一个方式，资格预审的目的是保证只有那些有文件证明或其它证据证明能够满足进口商要求的供货商，才有资格作为未来供货商登记注册。供货商注册申请表较第一种方式下的申请表详细、具体。随着产品类别不同而内容有异，但绝大部分表格包括供货商的生产能力和设施、管理等级、银行资信资料、所属工业协会或商会等项内容。除此之外，有些进口商在调查表中也要求供货商提供他的客户名单以及他已经履

行的项目清单。进口商在选拔供货商编辑目录时还可以参考供货商出版的年度报告、发行的目录或样品。

（二）合同前期精选供货商名单

不论用什么方法制订潜在供货商的初级目录，进口商在向目录中的供货商询盘以前，要对供货商再次深入调查。通过工业协会、商会、银行及有信誉的咨询服务机构查询供货商的情况，对该目录进一步推敲。有些时候，进口商也可以在发出询盘后进行该项调查。但是作为惯例在询盘前深入调查供货商的做法对进口商是比较有利的，这通常出自两个主要原因。其一，如果某一个供货商的商业报价非常具有竞争性，进口商对此也十分中意，如果询价后再调查供货商，那么这个竞争性报价势必会影响进口商对其它供货商的客观判断。而询盘前调查可以避免进口商对供货商的主观臆断。其二，某供货商的价格即是十分优惠，但由于进口商怀疑他的其它商业能力而拒绝深入洽谈。那么，该供货商可能由此抱怨他受到不公正待遇。有些国家公用事业部门的采购和政府采购对供货商的这类抱怨和暗示特别敏感。所以，为了避免随后产生的麻烦，比较妥善的方法是进口商在采购询盘以前精选供货商目录，然后仅对那些他认为有资格的供货商进行深入接触。

（三）更新供货商资料

如前所述，标准化商品的采购常常是频繁而又重复性进行的。进口商拥有一套固定的潜在供货商目录则越发显得实用。无论什么时间采购，进口商可以直接向目录记载的供货商询价。然而特别重要的是，进口商要注意供货商目录的时效性，随时根据市场变化更新它的内容。进口商调整目录时，也要参照进口采购记录中记载的供货商的表现。在取消业绩不佳的供货商资格的同时，及时补进通过考核标准的新的供货商。

对供货商的调查审核内容读者可以参考附在本章后面的供货商调查表。该表只是一种提示，进口企业在参考和借鉴的时候可以结合本企业的具体情况和要求予以调整。

二、供货商信息渠道

选择供货商是进口采购成功与否的关键。进口采购商应当随时利用多条信息渠道积累潜在供货商的资料。同样进口商也应当利用多条渠道核查每一个供货商的商业信誉。如本章前面所述，渠道总体而言可以主要分成两大类：进口商的采购记录和外部渠道。

（一）进口商以往的采购记录

前面已经介绍了使用进口商以往的采购记录以及这种作法的限制。在此需要着重强调的是进口采购部门只有在保存了完整的采购记录的情况下，才可以使用这种方法。这就要求进口商建立一套系统的履约后审计制度以及对每个供货商业绩的评审制度。以产品分类的并具有良好履约记录的供货商目录是一条十分有用的信息渠道。

（二）调查供货商的外部信息渠道

关于供货商的外部信息渠道可以分为下列类型：出版物、工业协会及商会、专业的商业性服务机构、商业银行、政府部门的商业代理、贸易促进机构以及一些其它渠道。有些渠道根据自身的特点还可以进一步细分。

1. 出版物

国际上有大量的出版物随时随地的为进口商提供着潜在供货商的信息。比较典型的有：综合工商目录、国别工商目录或产品工商目录以及商业刊物。

区域性或全球性的综合工商目录是一个非常实用的采编潜在供货商初级目录的信息渠道。国别工商目录提供的供货商名录比较详尽，但仅限于提及的国别。产品工商目录的内容更为具体。工商目录种类很多，在此不一一列举，比较有代表性的包含供货商姓名、地址和其它详细资料的综合国别目录有：介绍欧洲和南亚国家的 KOMPASDIRECTORIES，法国的 BOTTINENTER-PRISES 和德国的 WER LIEFERT WAS。

贸易和商业期刊出版的周期和涉及的内容不同。某些期刊，特别是某个行业的期刊可能从世界范围或某一国别范围偶尔的对本行业作一些回顾。这些回顾通常涉及到本行业诸如供给与需求、技术改造等综合问题。有关供货商的信息一般以广告的形式出现。涉及具体商品的贸易杂志是比较有价值的介绍供货商的信息渠道。除广告以外，这些杂志通常刊登一些与评估供货商生产能力有关的最新资讯。例如：产业关系、管理人员的更迭、财务状况等。

进口商仅仅通过出版物中的信息搜集和建立未来供货商目录是远远不够的。尤其是旨在了解供货商生产能力和商业信誉的时候。进口商应当同时利用其它渠道的信息。

2. 工商协会

工商协会是编辑潜在供货商目录的重要信息渠道。一个国家的大多数工商企业往往是工商协会的会员。进口商可以通过某个国家的这些组织取得大量的、实用的、有关供货商的信息。

一个国家的大多数工商企业也经常是某个具体协会的会员。例如：有色金属制造商协会、电子设备制造商协会等。进口商可与这类协会按照约定索取供货商的信息。作为惯例，这类协会也发行工商目录，这些目录也是供货商的资料来源。

3. 专业化的商业服务机构

有些非常著名的商业信息服务机构专门整理和保存各国已经功成名就的制造商的信息。他们专门从事商业调查。进口商可以从这些机构有偿取得关于供货商技术、管理、财务和其它方面的年度报告。需要注意的是，向这类机构咨询通常用在进口商选定最终供货商和签定合约以前。如果是为了拟订供货商的初级目录或精选供货商名单，应当考虑其它收费较低的渠道。这条信息渠道多用在合同金额大或所购产品技术性能复杂的场合。

4. 商业银行

商业银行也是供货商信息来源的渠道。但是，通过银行取得供货商财务状况和资信等级等资料也时有困难。供货商可能授意他的银行向进口采购商出具某类无争议证书。所以利用这种方法是指进口采购商应当通过本国银行在供货商所在国的分行，或其业务往来银行搜集供货商的信息。

5. 商务代表

另一条信息渠道来自进口商国家驻在供货商国家的商务代表。商务代表的部分职责是推销本国产品向其它国家的出口。为此，供货商的商务代表希望向未来的买方提供商业信誉良好的供货商的信息。进口商的商务代表也有义务帮助本国的贸易团体与其所在国做生意。这样他们会尽可能的搜集潜在供货商的信息，以便需要时提供给进口商。

6. 贸易促进机构

实力强大的官方或半官方贸易促进机构在出口国扮演着重要的角色。绝大部分国家设有贸易促进委员会或贸易部。他们协助出口商寻求市场，通过

各种方式协助出口商开展出口贸易。有时，各行业也建立这类机构并且通常提供各自会员的资料。一个商号如果是这些机构的成员，这个事实已经很好的证明他是值得被编入未来供货商初级目录的。贸易促进机构可以提供丰富的出口商号的资料，特别是经营各类标准化产品商号的资料。涉及非标准化产品，在精选目录的时候，应当参考其它渠道的信息。

7. 其它渠道

一个进口部门也可以利用其它渠道和方法搜集信息，准备、精练、更新潜在供货商初级目录和资料，有些渠道收费昂贵因而仅适用于一些特殊场合，如采购金额大，产品技术规格复杂或者对供货商的能力有严格的要求。这些其它信息渠道包括：现场调查、质量调查、推销代表、其它客户和目录。

现场调查：现场调查指进口部门通过挑选供货商、考察他们的制造设备，搜集有关供货商综合能力的的第一手资料的方法。由进口企业各部门专家组成的采购小组走访供货商总部，参观制造工厂，对他们的技术制造、财务状况、管理能力做出最客观的判断。这种调查方法费用高，一般常用在已经确定了供货商范围，同时采购金额大的情况。

质量调查，一个可靠的供货商应当能够全部满足进口商对产品的要求。这意味着供货商产品的技术指标、设计、使用的原材料和履约条件要符合买方的规定。针对供货商满足进口商对质量标准要求的能力，通过分析供货商运用的质量控制方法和系统选择供货商，具有重要意义。

推销代表：潜在供货商的推销代表是一条有效的，花费不多的渠道。进口商可以通过这条渠道准备供货商初级目录，再使用其它方法对初级目录进行精选。

其它客户：另一条可靠的渠道是供货商过去和现在的客户。客户谈论的和这些供货商交往的经验，值得进口商参考和借鉴。有些时候，从事交钥匙工程和主要设备出口的供货商在他们的小册子或出版物中公布客户的名称及地址。进口商可以尝试利用这些渠道判断供货商的优势、劣势。

目录：做为一种推销手段，大多数的制造商出版产品目录展示他们制造的产品及规格。进口采购商也可以利用这些资料准备供货商的初级目录。而对目录进行精选，则要根据采购金额，结合现场调查、质量调查等方式进行。

供货商调查表

寄至：

此表及附件请用中文_____、英文_____填写。银行财务报告直接寄送：

1. 姓名：

2. 通讯地址：

 传真：

 电话：

3. 企业性质：私营企业：

 政府或国营企业：

 子公司：

如是子公司，请列明母公司名称：

4. 供货商类别：制造商：

 独家推销代理：

地区代理：

贸易商：

其它：

如是独家或地区代理商，请列明委托人名称：

如系制造商、贸易商或其它类别，请注明是否有代理商：有_____代理商

姓名：

地址：

传真：

电话：

无_____

5. 如供货商属代理商，请填写下列内容：

代理协议有效期限截至：

代理费用：	产品	费用
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

代理费是否可以用本国货币支付：是_____否_____

提供技术装备的服务中心名称、地址：

6. 注册产品：	产品	规格	生产能力	供货数量
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

7. 出口经验：	出口年份	产品	数量	出口国别
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____	_____

8. 银行：

9. 商会会员：10. 附件：

- 生产报告
- 技术报告
- 目录、价格单—品质担保
- 代理协议
- 资产负债表
- 第三方推荐
- 银行给买方开立的供货商资信报告书正本

第五章 选择和评审供货商

一、选择供货商

选择供货商是由四个相互关联的阶段组成的。第一阶段是编辑全部潜在供货商的初级目录；第二阶段是搜集用来评估供货商能力与资信的信息资料；第三阶段是通过分析第二阶段资料精选供货商初级目录；第四阶段是分析、评审供货商的履约行为，为在下一轮采购周期中，选择供货商提供参考。前三个阶段发生在进口商与供货商签定采购合约以前，第四阶段发生在进口合约签定之后。进口企业应当不断识别新的供货渠道，随时更新和补充潜在供货商的资料。特别是长期经某些固定的、传统的供货渠道重复采购某些商品的时候，这一点对进口商更为重要。然而这并不意味着现有的供货商不重要。实际上，进口商评审现有的供货商更容易。他们已往的履约记录为进口商提供了极有价值的评审资料。总而言之，进口采购部门有必要建立一套行之有效的供货商履约跟踪制度并保存他们的履约记录以便日后评审。

二、评审新的供货商

进口采购部门应当利用国际市场竞争不断加剧的优势，把开拓新的供货渠道作为一向长期的工作。评审新的供货商与评审现有的供货商不同，这是因为进口商没有自己积累的能够证明新的供货商已往业绩的资料。故而评审新的供货商所使用的技巧和方法也与评审现有的供货商不同。评审潜在的供货商主要是指评定他们的技术能力、生产能力、管理能力和财务实力。每个条件在评审过程中所占的重要性依采购商品的特征和复杂程度而定。一般而言，采购的金额越大、采购商品的技术性能越复杂，也就越需要进口商对潜在的供货商进行细致的、深入的评定。

（一）技术水平

评审供货商的技术水平是指他提供的产品能否在质量上达到进口商的要求。产品质量很大程度上取决于制造过程中技术投入、原材料投入和设备投入的质量。技术复杂化的产品，生产技术的质量和设备的质量在保证产品质量的不可分割的一部分。技术的投入是无形的。它的质量特征反映在终极产品的耐用期、使用率、生命周期等方面。所以产品只有经过使用才能确定它的质量。进口商在签定进口合同以前要充分调查供货商的技术能力，以确保采购商品的质量。

进口采购部门可以组建有采购部门、设计部门、生产制造部门、财务等部门人员构成的专家小组，就潜在供货商技术水平进行案头调研或实地查访。通过案头调研搜集供货商的技术资料可以利用“评审供货商调查表”。

请附贵公司最新的年度报告、产品目录、宣传手册

进口商可以根据自己的实际需要，对调查表内容给予调整。例如，该样本没有要求供货商提供关于质量控制过程的资料，进口商可以加列条款，要求供货商提供出口国有关机构出具的“在制品或制成品质量控制标准检验证书”。进口商因采购的商品不同，对调查表内容的侧重也有所变化。如进口某些商品时需要详细的制造、采购资料，这就要增加这部分表格的篇幅。当进口商希望通过供货商的客户了解供货商能力的时候，可以在调查表内要求供货商提供主要客户的资料。进口商或者信函接触或者直接走访这些客户，从他们这里调查供货商的信誉和能力。直接走访客户可以获得比信函接触更为准确的、可靠的第一手资料，但费用高。当进口商决策通过哪一种方法和

供货商的客户接触的时候，要权衡这两种方法的利弊。通过信函方式调查，进口商也要制作调查表。调查表的内容既要能够反应供货商在交货品质、交货安排和服务方面的表现，又要保证客户在回答调查表的问题时省时、简练。同时还要保证进口商在评定供货商的时候不用对调查表的调查结果进行深加

调查供货商客户的信函样本

发信人名称：

地址：

日期：

供货商客户的名称：

地址：

收信人抬头：

我们拟将把×××(被调查供货商的名称)列为我方采购××(商品名称)商品的潜在供货商。据悉,贵方不久前从上述渠道购进相同商品。如贵方能够提供一些关于该供货商的信誉情况,我方将不胜感谢。随函附上问卷表一份,烦请填写并寄给我们。

对贵方合作,预致谢意。

发信人签字

附件：

1. 问卷表

2. 空白信封

工。

问卷表

采购商品品质：	非常好——	
	很好——	
	一般——	
	差——	
交货：	非常好——	保证提前或按时交货
	很好——	基本保证按时交货
	一般——	时而延期交货
	差——	延期交货严重
售后服务	非常好——	
	很好——	
	一般——	
	差——	

您认为该供货商具备的优势和劣势是什么？

优势：

劣势：

(二) 制造条件与售后服务

供货商要具备充分的与进口商采购规模相配套的生产、制造设施,以适应进口商对采购商品数量和交货的要求。当然,生产、制造设施本身并不是保证供货商履约的全部条件。但是生产设备的运行条件是否先进,是至关重要

要的。设备陈旧经常出现故障，会中断生产而拖延交货计划。更严重的是，也会因此而影响产品质量的连续性。评审新供货商的生产、制造能力的方法和技巧与评审他们技术水平使用的方法和技巧相同。不论采用什么方法都要保证进口商对供货商的能力给予全面的评价。

有些商品或设备的进口需要供货商提供完善的售后服务。而售后服务质量的好坏直接涉及到进口商的实际利益。是否拥有完善的售后服务系统也构成了进口商评审新的供货商的条件。从售后服务的角度讲，供货商的地理位置对进口商非常重要。相处邻近的、拥有完善售后服务系统的供货商具有很大的成为进口商未来贸易伙伴的优势。

（三）财务状况

供货商财务状况是衡量他能否成为未来供货商的关键要素。财务力量薄弱意味着供货商在安排生产和交货方面可能有一定的难度。许多公司每年出版年度报告，说明企业资产负债、利润、亏损等情况。进口商通过分析这些年度报告可以了解供货商的清偿能力、资金周转率和利润收益。但是有些时候当进口商在分析资产负债表评审供货商的财务状况时，可能会遇到一些困难，这是因为有些供货商人为的修改资产负债表的数字，使得它在一定程度上不能反映企业真实的财务状况。

（四）管理能力

管理能力的高低是判断企业经营成功与否的实质条件。当采购商品的金额大、性能复杂的时候，对供货商管理能力的评审就更重要了。

进口采购商可以运用两种方法评审供货商的管理能力。一种方法是分析他们的长期营业额和利润记录，另一种方法是分析潜在供货商的管理系统和管理方式。例如，先进的管理应当有一套公司管理计划，有一套与公司的经营规模和经营范围相配套的组织结构；有一套管理控制方法；有一套产业关系管理方法等。同样，一个公司现有的人力水平和技术程度也是区别一个企业和另一个企业的标志。

一般而言，潜在供货商们延用的管理原则、管理方式和管理结构不会完全相同。所以，在两个供货商之间直接比较他们的管理能力是不可能的。但是进口商可以对各项管理要素采用评分的方法判断和评审供货商的管理能力。例如： EMBED Word.Document.6 \s

该表格只是说明进口商可以使用的一种评审方法。表内的管理要素可以根据进口商的具体需要增减和组合。例如劳资关系也是一个重要的管理要素，需要时进口商将它列入表格。这种评分方式也能够用来在供货商之间比较他们各方面的能力。例如：

潜在供货商综合能力评定

(四要素总分 100)

潜在供货商	产品质量	技术能力	财务实力	管理能力	总分
1	30	30	20	15	95
2	20	20	30	15	85
3	25	20	15	30	90

三、评审现有的供货商

评审现有的供货商主要是评定他们已往的履约记录。评审方法和技巧侧

重在他们履行合同的品质、交货、价格、服务四方面的记录。进口商也要运用前面提及的方法随时评定现有供货商的技术、生产、财务、管理能力，确定他们是否具备继续作为未来供货商的资格。评审现有供货商的方法有三种。

（一）根据履约表现，排列供货商座次

这种方法非常实用。当评审某个或某些供货商的时候，进口企业的有关部门，例如质量检测部门、生产部门、财务部门、采购部门从各自的角度，共同评定每个供货商的履约表现。然后对经过评定的供货商进行排列。排列方法可以根据供货商的履约表现，分为很好，好，一般，不好四个等级。

这种评审方法运用起来很简单。特别是在进口商的采购数量和交易金额都有限的时候。

这种方法也比其它方法有效。同时，它不需要大量的评审数据。有关部门的共同参与也保证了对供货商评审的公正性和客观性。

（二）运用加权分数评审供货商

这种方法是用来评审每个供货商在同一履约环节上的共同表现，例如，比较在交货安排上每个供货商的表现。进口商将供货商在交货品质、交货期、服务方面的履约表现综合加权，然后根据加权结果对供货商进行分类。这种评审方法在使用时分三步进行。首先是进口企业决定评审的要素。三个主要评审的变量是：品质、交货和服务。价格要素一般在签定合同时考虑。其次是进口部门结合各要素的重要性进行加权分配。例如：第三步是进口商结合具体商品分析每个供货商已往在这些履约要素方面的表现。现分别举例说明。

1. 质量等级评定

供货商	质量指标	质量指标	比例	记录
	交货	残次	残次	%
AA	150	30	20	80
BB	200	50	25	75
CC	175	25	13	87

质量残次并非仅指进口商拒收残次货物。有时进口商不拒收残次货物，而只是根据合同规定收取罚金。

2. 交货等级评定

进口交易中，在某些情况下进口商可以接受供货商延迟交货的行为。但是随着延迟期限的延长，进口商面临的风险也就越来越大。所以在对供货商交货等级的评定中要重点考虑交货的延迟期限这个要素。

交货等级评定首先要规定一段时间内延期交货期间的加权比例。例如：（见第 47 页表）。

如果一个供货商能保证按时交货，他的记录是 100。以上述情况为例：

$$AA = 100 - 12.8 = 87.2 \text{ 或 } 87$$

$$BB = 100 - 16.0 = 84.0 \text{ 或 } 84$$

$$CC = 100 - 16.0 = 84.0 \text{ 或 } 84$$

3. 服务等级评定

这个评定要素随着采购商品的性能、合同期限和供货商责任、义务的不

同而变化。服务等级评定是评定供货商对执行合同的响应速度、履行合同条款的配合程度、及售后服务、人员培训等方面的表现。

评定项目	加权	得分 (10分满分)			加权得分		
		AA	BB	CC	AA	BB	CC
合作程度	2	8	9	7	16	18	14
文件的精确性	2	7	8	8	14	16	16
响应速度	2	7	8	7	14	16	14
售后服务	4	8	9	8	32	36	32
综合	10				76	86	76

进口采购商可以根据上述供货商质量等级评定、交货等级评定和服务等级评定三个评审要素的评定结果，运用前面已经分配的加权，对供货商进行综合等级评定：

	加权	AA	BB	CC
质量	50	$50 \times 80=40.00$	$50 \times 75=37.50$	$50 \times 87=43.50$
交货	40	$40 \times 87=34.80$	$40 \times 84=33.60$	$40 \times 84=33.60$
服务	10	$10 \times 76=7.60$	$10 \times 86=8.60$	$10 \times 76=7.60$
综合		82.40	79.70	84.70

综合等级评定结果显示，供货商 CC 得分最高。从单项要素看，如进口商对商品的质量要求严格，供货商 CC 是最佳人选。如进口的是机械设备，需要供货商提供各种配套服务，BB 将是供货商的首选。供货商 AA 则在交货方面有比较突出的表现。（三）成本比例分析

成本比例分析的实质内容是指供货商因履约失误而给买方造成的某些成本支出。供货商交货质量差意味着进口商可能拒收货物、便卖货物、要求替换货物或提出索赔。交货质量差也包括货物存在着潜在的瑕疵或产品性能低劣。货物的品质质量低于合同规定最终会给买方带来一些费用开支。而供货商延迟交货和短量交货会造成进口方生产、库存中断。进口方要花费额外的费用从其它渠道紧急补进替带货物。同样，供货商服务差，如履行合同期间进口方询问交货期、装运安排等事项时反馈速度慢，会给买方增加额外的通讯联络费用。机械设备进口的售后服务差，同样给买方带来许多额外费用。这些费用绝大部分都是可计算的。成本比例分析方法是汇总每个供货商的每一票合同出现的上述费用。该费用与合同金额的比例是评审供货商的指数。

使用成本比例方法比较供货商的履约行为，要求进口商必须系统记录和保存每个供货商每一票合同发生的全部额外费用。只有这样进口商才能计算出货物的额外单位成本，即一段时间内全部额外费用与合同总额之比。进口商通过比较每个供货商的这些额外单位成本来衡量供货商的履约效率。

四、项目引进与供货商评审

当进口商采购标准化产品的时候，如进口耐用与非耐用消费品、工农业原料、办公设备、通常用途的机器以及运输设备等，可以采用前面讲述的方

法评审新的或现存的供货商。但是还存在着另外一种完全不同的进口采购，即项目引进。项目引进包括进口厂房、设备、进口技术和进口劳务。

项目引进的特点比较复杂。进口商要选择项目方案；挑选和组织提供不同产品和服务的供货商；安排、协调和监督机械设备的制造、出运和装配。进口商通常选择一个项目总承包人和他签定承包合同，由总承包人执行这些工作。进口商在签定承包协议以前要对总承包人的能力进行评审。由于项目引进特点的复杂性很难就承包商评审表的评审项目做出统一规定。下面的评审表仅为项目引进项下的进口方提供参考：

项目引进承包商评审表

承包商名称：

承包商地址：

合同参考号：

项目名称：

项目名称： 总价合同 调值总价合同 概算结合实际价合同

合同规定总额 实际支付总额 支付金额超过合同规定总额的原因

请在此注明原因：

合同规定开工日期	实际开工日期	合同规定完工日期	实际完工日期
----------	--------	----------	--------

工程延工原因：

进口方延迟 是： 不是：

承包方延迟 是： 不是：

履约评定 很好 一般 不好

与进口方的合作

与其它分包商的关系

分包商的能力

各项工作的安排与协调

监督质量

劳资关系

原料采购

1 质量

2 交货

测试运行结果

其它（请注明）

对今后合作的建议

调查表填写人签字：

职务：

日期：

五、影响选择供货商的因素

进口商在合同的前期调查供货商各个方面的能力，在合同的后期评定供货商的履约表现，这个过程是进口商编辑供货商目录和选择供货商的重要步骤。但是，也存在着一些制约因素，有些时候它们会影响进口商对供货商的选择和评定。

（一）政府干预

有些时候一个国家的政策可能是鼓励，也可能是干预本国企业与别国的

贸易往来。许多国家之间签定了双边贸易和双边支付协定。为了执行这些协定，政府通过外汇分配手段鼓励进口商从协定国家采购商品。这样，诸如此种形式的政府干预不仅限制了供货商的选择范围，也影响了进口商对供货商的决策。

（二）对销贸易

当一个国家出现财政收支赤字的时候，进口商不得不采用其它非现汇交易的方式进口所需要的商品。以易货、互购、转手贸易、产品回购等形态出现的对销贸易就是非现汇交易的一种形式。然而这意味着进口商选择供货商会受到对销贸易协议缔约方意愿的影响。

（三）长期贸易关系

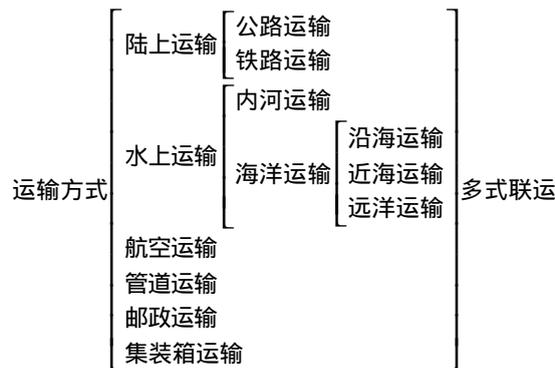
国际商业活动中，进出口双方都有意寻求和建立稳定的、长期的贸易关系。对进口商而言，这种稳定的、长期的关系是一种保险。特别是在发生全球性商品短缺的时候，供货商会优先考虑满足其贸易伙伴的要求。所以，如果一个供货商和进口商之间已经经历了时间考验，建立了长期贸易关系，那么，尽管他的交货等级评定并非令人十分满意，但只要在可接受的范围内进口商还是乐于从这一渠道采购商品。

第六章 进口货物的运输管理

一、各种运输方式的比较

进口货物的国际运输是进口采购的重要环节。进口采购业务中买方和供货商身处不同的国家或地区，进口货物的运输路线长，进口商通常要安排两种或两种以上的运输方式运送货物。

国际货物运输的方式种类很多，根据使用的运输工具可以分成以下几种：



(一) 各种运输方式的特点

1. 陆运

陆运为进口货物的集散提供了很大的灵活性。它的特点是提供门到门服务；在运输途中由于出现紧急情况可以及时改变路线，故而比较灵活；在一定的运输距离内与空运和铁路运输+较，陆运的速度快、费用低；与海运比较，陆运货物的包装费用低廉，但由于运输工具的装载量有限，因而对货物的重量和体积有一定的限制。这种运输方式在陆陆接壤国家使用的越来越普遍。

2. 铁路运输

铁路运输只有在有铁路的情况下才能使用。它的风险和损失比较小，因而保险费用也相对低廉。它的主要不利之处表现在与陆运比较货物的集散比较麻烦，缺少必要的灵活性。

3. 空运

空运方式的速度快、风险小、安全系数大；货物需要的包装费用和运输保险费用低廉；由于速度快，在途货物的资金占压少；迅速、安全的运输减少了进口商大批量存储商品的必要性因而也降低了货物库存的风险和费用；当进口商对进口货物的需求量急剧增长的时候，又可以通过这种方式及时补进库存。如果进口商采购的商品金额大、重量轻，适宜使用空运运送进口货物。

4. 海运

海上运输的运量大、通过能力强、运费低廉。但同时海运的速度慢、风险也大。尽管存在这些不足之处，但由于它的优越性海运在进口采购运输中的重要性和使用频率大大超过其它运输方式。

5. 集装箱运输

集装箱运输是目前国际上非常受欢迎的一种运输方式。它使货物在门到门运输中不必打开也不必分理。简化了货运手续，加快了货运速度，缩短了货运时间。集装箱运输安全程度大、损失小，同时也节省了货物包装用料，减少了运杂费和营运费用。

6. 邮包运输

邮包运输也具有明显的特征。它具有广泛的国际性，具有门到门运输的性质，具有国际多式联运性质。邮包运输是一种手续简单、费用不高的运输方式。当进口商运送样品或采购的商品体积小小时可以考虑使用邮包运输。

7. 管道运输

管道运输和其它运输方式不同。它的特点是运输通道与运输工具合二为一；高度专业化，适用于气体和液体货物的运输；管道运输是单方向运输。

8. 国际多式联运

国际多式联运是指按照多式联运合同，以至少两种不同的运输方式，由多式联运经营人把货物从一国境内接运货物的地点运至另一国境内指定交付货物的地点。国际多式联运是以集装箱为媒介，把海、陆、空各种传统的单一运输方式结合起来，组成一种国际间的连贯运输。国际多式联运要求有一个多式联运合同；使用一份包括全程的多式联运单据；必须是国际间两种或两种以上不同的运输方式的连贯运输；同时国际多式联运的运费必须是全程单一运费费率。

（二）影响进口商选择运输方式的因素

每一种国际货物的运输方式都有着各自的特点，进口商要根据进口货物的特征、对货物需要的缓急、运费的高低、运输路程的远近等因素，选择合理的运输方式。以下几个方面是进口商选择运输方式的时候应当重点考虑的因素。

1. 货物特征

货物特征是影响进口商选择运输方式的重要因素。粮食、煤炭等大宗货物适宜海上运输；鲜花、水果、蔬菜、宝石适宜航空运输；集装箱货物适宜多式联运。进口商考虑运输方式的时候，要结合货物特征选择最合适的运输方式。

2. 运输费用

进口货物运送的费用主要包括：货物承运人收取的从出口地至进口地的全程运费；出口商工厂或仓库至出口地点的内陆运费以及货物自进口地点至进口商工厂或仓库的内陆运费；货物的吊装费用；港口费用；货物的包装费用；货物在运输途中的保险费用。不同的运输方式承运人收取的运费标准不一样。海运方式运输量大、运费低廉，但速度慢、风险大。航空运输速度快、运输质量高，但运费也高。门到门的铁路运输，货物中途不需要装卸换车，节省了装卸费用。在陆陆接壤国家这种运输方式越来越受到欢迎。选择运输方式的时候，进口商在比较运费的同时还要结合合同条件考虑其它费用，例如保险费等。

3. 运输时间

运输路程的远近决定了货物运送时间的长短。在途运输货物恰如进口商仓库的商品库存。采购货物在运输途中的资金占压这个要素往往没有受到进口商的普遍重视。实际上货物运输时间越长，进口商占压的资金也就越大。从这个角度说，运输时间应当是买方比较、选择各种运输方式的一个重要因素。对于大批量的、低价值的散装货，运输时间并不非常重要。但采购某些商品的零配件或季节性强的商品，运输时间就成为进口商选择运输方式的时候，应当考虑的一个重要因素了。

4. 进口商对货物需要的缓急程度

在某些情况下，对货物需要的缓急程度也决定着进口商应当选择那种运输方式。例如，因为机器故障而导致生产中断。进口商有两种解决办法：即或者用国产零配件替换损坏的机器零件，或者是暂时停止生产经海运或空运从国外进口零配件。决定采用后一种方法的时候，进口商除了比较海运、空运的运费差异外，还要考虑自己对零配件需要的缓急程度和停产等待期间生产损失的大小。

5. 保险费用

通常进口方要承担货物在运输途中的风险，为此，进口商需要办理保险手续，交纳保险费用。海上运输虽然运费便宜，但运输风险大，因此，保险费用也高。所以，海运与其它运输方式相比较，运费低的特点并非总是优势。进口商还要考虑保险费的因素。

除此之外，进口商选择运输方式也还受到一些其它因素的限制。如：进口货物的数量；货物的包装规定；有关法律规定，如大多数国家对公路运输工具的重量和长度有限制；进出口国家现有的运输条件；进口商的市场形象，如许多大的跨国公司倾向使用可靠的现代化运输服务方式运送进口货物，而不选择运费低廉但商业信誉不佳的承运人；以及进口合同的采购条件等等。

二、进口采购合同条款

进口采购合同是买方和卖方达成的买卖某项商品的协议。进口采购合同明确、具体的规定了商品的交货条件。为了简明扼要，合同的交货条件在签约时常常使用国际通行的表现方式，如 EXW、FOB、DDP 等。国际流行的 13 种交货条件分别体现了进出口双方合同项下交货的责任和义务。这种体现合约双方权力和义务的字母缩写在国际贸易间被称为价格术语、贸易术语、贸易条件或交货条件。但是，由于各国商业习惯不同，许多国家对价格术语涵义的解释不一样，进而在履约过程中经常引起一些贸易摩擦。为了使这种情况减少到最低程度，一些国际组织已经将商业中的贸易条件做出统一的规定和解释。在进口合同中使用这些术语并同时注明术语的出处，可以防止和避免有关的贸易纠纷。

(一) 《国际贸易术语解释通则 1990》

尽管存在着《华沙—牛津规则》和《1941 年美国对外贸易定义修正本》，国际商会制定的《1990 年国际贸易术语解释通则》仍然是在国际上使用最普遍的、对进口商影响最深的解释价格术语的国际贸易惯例。为了适应国际贸易发展的需要，该惯例于 1953、1967、1976、1980 和 1990 年先后五次进行了修订和补充。《通则》对 13 种价格术语中如何划分进出口双方的义务、费用和风险作了解释。《通则》把 13 种贸易术语按买方义务、责任的大与小依次递进排列。13 种贸易术语分成四组。见下表：

编 组	术 语 代 号				
E	EXW				
F	FCA	FAS	FOB		
C	CFR	CIF	CPT	CIP	
D	DAF	DES	DEO	DDU	DDP

在四组贸易术语中，E、F、C 三组属于装运合同，D 组术语属于到达合同。四组术语的特点是：

E 组：卖方在自己的地点将货物交付买方；
F 组：卖方将货物交至买方指定的货物运输承运人或运输工具边 / 上；
C 组：卖方订立运输合同，但不承担货物在运输途中灭失和损坏的风险；
D 组：卖方承担货物交到合同指定目的地的全部费用和 risk。
各种贸易术语的概念请参阅“出口产品报价”一章。

（二）《通则》与运输合同

进口采购合同中使用《通则》，明确了进出口方各自的责任。《通则》中的贸易术语解释了由谁负责办理货物的运送；由谁承担货物的运输费用；货物灭失的风险在哪一点由出口方转移至进口方。引用《通则》术语作为进口采购合同的交易条件有两个作用：首先，合同中不需要用文字详细列明进出口双方应当承担的合同义务和各自应当支付的费用，进而简化了交易程序，缩短了交易时间；其次，避免了交易双方对合同条款的不同解释。

尽管贸易术语明确了合同双方办理货物运输的责任，但贸易术语不是运输合同。进口采购合同一旦签定，按照合同中使用的贸易术语的要求，负责安排货物运输的进口方或出口方必须和承运人签定一个运输合同。该承运人是和进口合同没有关系的第三方。

（三）海运与《通则》

在《通则》的 13 种术语当中，其中有 6 种价格条件只能用于海上运输。它们是：FAS、FOB、CFR、CIF、DES 和 DEQ。其余几种贸易术语适用于任何运输方式。大多数国家的进口合同经常使用的术语是 FOB、CFR 和 CIF。随着集装箱运输业的发展，FCA 价格条件越来越受到进口商的欢迎。以下图表说明这四种贸易术语进口方承运货物的具体责任、承担的费用及 risk。

三、运输合同和进口采购合同

运输合同和进口采购合同是两个完全不同的并且各自独立存在的合同。运输合同的当事人是货物运输的托运人和承运人，进口采购合同的当事人是进口商品的买方和卖方。合同当事人不同，法律关系也不同。合同条款只对合同的当事人具有法律约束力。尽管运输合同与进口采购合同有实质性的区别，但在内容上二者又有着密切的联系。货物运输是进口采购的一个不可缺少的环节。运输合同是在进口采购合同的基础上产生的，是为了履行进口采购合同而签定的。运输合同的许多条款也是进口采购合同中的运输条款。因此，进口商在签定运输合同时，要作到运输合同条款符合进口合同条款，以保证后者的顺利履行，我们以 FOB 价格，程租船运输为例，运输合同和进口采购合同中常见的运输条款有：

（一）装运期限

进口采购合同常见的装运期限的规定方法有：第一，明确规定装运期限，如 1994 年 6 至 7 月装运。第二，规定卖方收到信用证后一段时间内装运，如收到信用证后 45 天内装运；第三，笼统规定装运期，如立即装运、迅速装运；第四，规定出口商收到货款后一段时间内装运，如收到票汇款项后 30 天内装运。进口商签定运输合同的运输时间条款时，要注意与进口合同装运期限的衔接。如果运输合同的运输期限早于进口合同的装运期限，承运人依照运输合同的约定按时到达装运港但没能装货，承运人有权凭运输合同的规定要求租船人赔偿损失或解除租约。如果运输合同规定的装运期限迟于合同规定的装运期限，进口商要依进口采购合同的约定向卖方承担延期交货的责任。

（二）装运港

进口合同中确定装运港和目的港，买卖双方都是从自己的利益出发的。因此，装运港一般经卖方提出由买方确认，目的港由买方提出经卖方确认。进口合同中可以规定一个装卸港，也可以规定两个或两个以上的装卸港。进口商签定运输合同时，要保证装运港和进口采购合同的装运港一致。世界各国同名港口很多，例如维多利亚港、波士顿港、黎波里港等，进口商要排除承运人对装运港方位的误解以保证进口合同的顺利履行。

（三）分批装运和转船

分批装运和转船直接关系到进口商的利益。尤其是在信用证付款方式下，规定允许分批和转运对卖方比较有利。买方要结合自己的采购意图，在签定进口合同时严格把握这个条款。如买方接受转运条款，要注意运输合同和进口合同的衔接一致。

（四）装卸时间、装卸率和滞期、速遣条款

装卸时间是指允许完成装卸任务所约定的时间。它有三种规定方法。第一，按日或连续日计算。第二，按累计 24 小时好天气工作日计算。第三，按连续 24 小时好天气工作日计算。装卸率是指每日装卸货物的数量。装卸时间的长短和装卸率的高低，直接关系到船方的得失。因为如果作为租船人的进口商未能按约定的装卸时间或装卸率完成装卸任务，意味着增加了承运人港口费用的开支，同时因船舶延迟等待而降低了船舶周转率，减少了承运人的运营收入。如果租船人提前于约定的装卸时间或装卸率完成装卸任务，意味着承运人也可以提前将船舶投入下一个航次的运行，增加了运费收入。鉴于这一原因，船方出租船舶时，在程租船合同中规定装卸时间、装卸率并规定相应的惩罚和奖励方法。对前一种情况的惩罚办法是承运人向租船人收取罚金，即滞期费。对后一种情况的奖励办法是承运人向租船人支付奖金，即速遣费。在进口采购业务中，租船人不一定实际负责货物的装卸。例如 FOB 合同买方租船，而卖方负责货物的装运。因此，买方为了促使卖方及时完成装运任务，在进口采购合同中有时也规定装卸时间、装卸率和滞期、速遣条款。由于进口采购合同成立在先，运输合同成立在后，进口商签定运输合同时要注意协调两个合同的这些条款，以免造成不必要的损失。如在一进口采购合同中规定卖方每天必须装 3000 公吨，按晴天工作日计算。买方在程租船运输合同中也规定每天装 3000 公吨，装卸时间按连续日计算。全部货物用 10 天装完。由于两个合同装卸率条款的规定方法不当，使得买方要支付给卖方至少一天的速遣费。

四、选择运输代理人

大多数进口商都是通过专门从事国际货物运输代理的代理人安排进口货物的运送。运输代理人按照其业务性质和范围可以分成不同的类型。主要有：货运代理；港口代理；船务代理；清关代理。运输代理人的业务范围主要包括：代进口商向承运人办理订舱；帮助进口商选择最合适的运输方式和路线；负责洽谈运费；代进口商办理进口货物报关；安排货物包装，刷写货物标志；安排货物的仓储、存放；协助进口商办理货物保险；制作运输单据；安排货物的进口检验；负责货物交拨。各运输代理人的业务范围实际上经常相互交叉，如许多船务代理兼营货运代理，也有许多货运代理兼营船务代理。代理人业务质量的高低直接涉及到进口方的利益。选择运输代理人的标准很多，主要有：

（一）代理人的工作质量和业务能力

代理人的工作质量和业务能力直接关系到进口合同的履约质量。有些运输公司的各级管理人员的流动量很大，这就更需要对代理人的工作质量和业务能力进行考核。

（二）代理人的市场形象

具有良好市场形象的进口商往往希望运输代理人也具有良好的市场声誉，这有助于维护进口商的市场地位。

（三）代理人的运输专长及经验

有些代理人专门从事某一类商品，如危险品或易燃品的运送。如果进口采购的商品有这方面的特性，买方选择的运输代理要具备这类商品的运输专长与经验。

（四）代理人收取运费的标准和整体竞争能力

价格是评定运输代理人的主要标准。但这个条件必须结合代理人的服务质量、可靠程度和工作效率综合考虑。

（五）代理人运输技术和运输设备的先进程度

（六）代理人的财务经营状况

（七）代理人的运输合同条件

友好、信任是进口商和运输代理顺利合作的前提。正因为代理人的质量直接关系到进口商的实际利益，故进口商对运输代理的评定和选择要全面和慎重。

第七章 进口采购的付款方式

进口采购合同是一个双务合同。供货商发货是为了收取货款，采购方付款是为了取得货物。选择什么样的付款方式支付进口商品的货款直接涉及到进口商的切身利益。进口采购的付款方式主要有货到后付款、预付货款、跟单托收和信用证。

一、货到后付款

货到后付款是卖方先行发货，买方在收到货物甚至处置货物以后才履行付款义务的一种支付方式。采用这种支付方式，进口商需要根据交易形式在采购合同中相应明确付款的具体时间。货到后付款分寄售和售定两种形式。寄售形式下，进口商在货物售出后才将货款汇给出口商。进口商的付款时间不确定，完全取决于货物的售出时间。售定形式下，进口商通常在货到后即向出口商付款或在规定的一段时间后付款，因此，付款的时间是确定的。货到后付款是对进口商最为有利的进口采购的支付方式。进口商在货到后付款的条件下，不仅掌握了交易中的主动权，而且垫付的资金最少，同时进口商履行的付款手续比较简便，承担的银行费用也小。

二、预付货款

预付货款是进口商在实际收到货物以前先行付款的一种支付方式。预付货款对进口商而言是最为不利的付款条件。这种方式非但占用资金的时间长，而且进口商还要承担收不到货物的风险。买方采用这种支付条件往往是出于极个别的原因。例如供货商能够提供紧俏商品；进口货物是按照买方的特定要求制造的，供货商在没有收到采购商预付的货款情况下拒绝生产产品；或者供货商资金短缺，急需该项资金用于生产，否则履行合同有困难。采用预付货款的支付条件，进口商一旦支付了款项也同时就失去了制约出口商的手段。如果出口商的商业信誉不佳，进口商支付货款以后很有可能会货款两空。

三、跟单托收

跟单托收是出口商装运货物以后备妥合同规定的全套装运单据，委托出口地银行向进口商收取货款的行为。跟单托收分为付款交单和承兑交单两种形式。

在付款交单项下，进口商只有付清全部货款以后方能领取装运单据。这些装运单据通常包括：商业发票、包装单或重量单、保险单、提单或其它运输单据及产地证书和商品检验证书，付款交单的方式又分为即期付款交单和远期付款交单。即期付款交单是指进口商在代收行提示即期汇票时立即付款，而后取得装运单据。远期付款交单是指进口商按远期汇票规定的付款日付清货款以后才能取得全部装运单据。远期付款交单实际上是进口商获取资金融通的一种有利方式。

在远期付款交单项下进口商可以出具一张货物信托收据，凭此向代收银行借单提货。信托收据是一份书面信用担保文件。

它的主要内容有：进口人保证单据借出后，货物所有权仍归代收银行所有；进口人以货主的名义将货物存仓；进口人保证货物出售后货款归代收行所有；代收行因借单而产生的损失由借单人负责偿还；代收行有权随时撤销信托收据，收回货物。因此，进口采购中进口商可以利用信托收据在进口合同规定的付款日到期以前从银行借出单据、提取货物、销售货物。如果货物

在实际付款日以前全部售出，进口商可以利用该笔货款清偿汇票从而在这一合同中不占用自己的任何资金。在远期付款交单的条件下，进口商也可以通过提前付款的方式取得货运单据领取进口货物。

承兑交单项下，进口商的承兑行为是代收银行提交单据前提。承兑是付款人对远期汇票表示承担到期付款责任的行为。进口商承兑远期汇票以后即可立即取得单据。承兑交单的付款条件使得进口商承兑汇票后即可取得进口货物的装运单据，提取货物。在远期付款日到期以前货物售出，货款收回。所以承兑交单是进口商取得卖方资金融通的最佳方式。

跟单托收是对进口商比较有利的付款条件。它有利于进口商资金融通和周转，甚至进口商可以在取得代表货物所有权的单据以后再行付款。在跟单托收的支付条件下，进口商也不必事先预付银行押金，支付的银行费用也相对低廉。

四、信用证

信用证是进口合同中使用最普遍的一种支付方式。它主要为进口合同的卖方提供了很大程度的安全收汇的保证。信用证是银行承诺付款的保证文件。

（一）信用证的概念和特点

信用证是开证银行应开证申请人（进口商）的要求和指示，凭规定的单据，在符合信用证条款的条件下，向第三者（受益人）或其指定的人进行付款，或支付或承兑受益人所开立的汇票，或受权另一银行进行该项付款，或支付、承兑或议附该项汇票。信用证这种支付方式有其显著的特点。首先，信用证不同于以商业信用为特征的其它付款方式，它是一种银行信用。信用证业务项下，开证银行是第一付款人，开证行对受益人的责任是一种独立的责任。其次，信用证是一项自足的文件。信用证是进口合同中的付款方式，它是在进口合同的基础上产生的。但是，信用证一经开立就脱离了进口合同而独立存在。银行与产生信用证的进口合同无关，银行只按信用证的规定履行义务，不过问进口商和出口商之间的买卖合同。第三，信用证是一种单据买卖。信用证方式下银行处理的是单据业务，实行的是凭单付款的原则。只要出口商提供的单据在内容上和份数上符合信用证的规定，银行保证付款。

开证银行应进口商的申请向指定的受益人开立信用证。进口商要给予开证银行充分的开证通知。开证通知应当包括的内容有：受益人名称、信用证金额、信用证类型、信用证兑现方式、汇票的抬头人和汇票的付款期限；包括数量和单价在内的货物描述、运费支付的方式、需要的单据、装运地与目的地、可否分批装运及装运、最迟装运期限、交单期限、信用证到期日及到期地点、信用证可否转让、信用证的传递方式等。

（二）信用证的种类

以信开本、电开本或证实书形式开立的信用证从不同的角度可以分成若干种类。进口交易中比较常见的信用证有：

1. 根据是否需要受益人提供单据分

（1）跟单信用证。指凭汇票和规定的单据付款的信用证。这些单据通常包括：证明货物以提交给承运人的收据，如提单、空运单或铁路运单、邮包收据或多式联运单据等，以及货物的保险单、商业发票、装箱单、产地证书、商检证书等（各种单据请见下面有关章节）。进口商使用这种信用证可以确保在银行向受益人付款的时候，采购的货物已经发运。（2）光票信用证。这

是一种不附带任何商业单据的信用证。付款银行或议付银行在确认汇票上的签字和签字卡上的签字相同后，即向受益人付款。光票信用证与跟单信用证的区别在于光票信用证是贸易商使用的汇款工具，而跟单信用证是贸易上使用的支付工具。进口商开立的光票信用证通常用于预付货款的情况。

2. 根据开证银行的责任分

(1) 可撤销信用证。指开证银行应进口商的请求可以在信用证有效期内的任何时候修改或撤销信用证而无需事先通知受益人。可撤销信用证对受益人没有安全保障，但为进口商提供了很大的灵活性。由于这种信用证对受益人没有安全收汇的保证，所以这种信用证在国际间极少使用。(2) 不可撤销信用证。这种信用证在有效期内未经受益人及有关当事人的同意，开证银行不能修改信用证内容或撤销信用证。进口商也因此失去了必要的灵活性，因为不可撤销信用证一经开出，只要受益人提供的单据符合信用证规定，作为开证人的进口商不能阻止开证银行向受益人付款。

3. 根据第三者对信用证是否提供担保分

(1) 保兑信用证。指开证银行开出的信用证由另一银行对受益人承担保证兑付的责任。这种信用证因银行费用高而对进口商不利，除非保兑费用由受益人承担。(2) 不保兑信用证。指开证银行开出的信用证未经另一家银行保兑。

4. 根据信用证的特殊性质分

(1) 红条款信用证。这是具有特殊条款的信用证。开证银行指示通知银行向受益人预付信用证金额的全部或部分款项，开证银行保证偿还并支付利息。这种信用证实际上是进口商向受益人提供的资金融通。在使用红条款信用证时，有可能发生受益人预支了货款却不发货和交单的情况。银行为此可以向进口商行使追索权，要求开证申请人偿还预付的货款及利息。因此，只有当供货商是很可靠的贸易伙伴的时候，进口商才可以考虑开立红条款信用证。(2) 循环信用证。循环信用证指信用证金额可以被多次循环使用。循环方法有两种：一是按时间循环，例如，每半个月循环一次。另一种方法是按金额循环，即信用证金额被支付后自动的或在收到开证银行的通知以后恢复到原金额。使用循环信用证进口商可以不必多次开立信用证，进而简化了开证手续、节省了开证费用。(3) 可转让信用证。如果信用证上注明可转让，信用证的受益人可以把该证项下出运货物、交单付款的权利转让给一个或两个以上的人使用。可转让信用证只能转让一次。进口商按规定开立可转让信用证意味着进口商的交易对象是代理商或第二受益人是第一受益人的供货商。(4) 背对背信用证。中间人根据进口商开立的信用证，以此证为基础，通过银行另开立一张以实际供货人为受益人的信用证。背对背信用证一般用在进口商的交易伙伴是中间商的场合。中间商为了断绝进口商和实际供货商间的接触，往往采用背对背信用证。(5) 对开信用证。对开信用证是一种出口和进口相互联系的支付方式。一般用于补偿贸易。补偿贸易的双方即互为交易的进出口方，又互为信用证的受益人和开证人。进口商开立对开信用证时要注意信用证条款符合贸易方式的要求，以保证自己作为受益人的利益。

5. 根据信用证的付款期限分

(1) 即期信用证。即期信用证是指信用证的兑现方式是即期付款方式。进口商即期付款后即可取得全套商业单据。(2) 远期信用证。远期信用证指开证行收到信用证的单据后，等约定的付款期限届满履行付款义务的信用

证。进口商在远期信用证项下，要想在规定的付款日期以前取得商业单据可以向开证行提前付款。

6. 根据使用方法分

(1) 议付信用证。指信用证条款规定某一个银行或者任何银行都可以议付的信用证。如果议付信用证项下的货款是在受益人所在国家议付，进口商不承担议付费用。(2) 承兑信用证。信用证指定的付款人对远期汇票承兑的一种信用证。使用承兑信用证一般是远期付款的合同，进口商不承担受益人的贴现费用。承兑信用证的目的是给进口商提供融通资金的时间。如果进口商能在到期付款前出售货物，他就可以利用货款支付汇票而不占用自己的资金。(3) 付款信用证。指开证行向受益人保证当受益人提交的单据符合信用证规定时银行保证付款。付款信用证又分即期付款信用证和远期付款信用证两种。远期付款信用证受益人是在将来的一个时期取得货款。“付款”和“议付”的区别在于议付银行如因单证不符等原因而没有能够收回货款时，可以向受益人追索；而付款银行一经付款以后，就失去了对受益人的追索权。

7. 根据使用目的分

备用信用证。备用信用证是用来担保付款的一种形式。它是指应开证申请人的请求，开证行对受益人开立的承诺某些义务的凭证。当进口人违反付款约定的时候，开证银行负责向受益人支付货款。因为在一般情况下，这种特殊形式的光票信用证并不被利用。因此，称为备用信用证。

(三) 进口商在信用证付款方式下面临的风险

尽管信用证这一支付方式具有显著的特点，而且在进出交易中使用的最为普遍，但信用证作为进口采购的支付方式，对进口商而言存在着明显的不利因素。

首先，信用证付款容易出现出口商自谋或出口商和承运人共谋的国际欺诈。例如出口商伙同船东制造根本不存在货物的但完全符合信用证规定的假提单。由于信用证是一项自足的法律文件，银行不过问实际货物，也不过问派生信用证的买卖合同。只要受益人提交的单据符合信用证的规定银行保证付款。因此，出口商利用信用证的这一特点可以很轻易地制造假单据对进口商进行文件欺诈。欺诈成功后，出口商往往就此消声巨迹。进口商防止受到欺诈的有效手段是使用自己负责办理货物运输的 FOB 或 FCA 交货条件和选择资信良好的贸易伙伴，并一旦发现单据和信用证的规定不符时，立即停止对外付款。单据不符的主要特征是：出口商提供的是不清洁提单；没有货物已经实际装船的证明；装运港不是信用证上规定的港口；货物装在甲板上；保险单证不符合信用证规定；保险险别不符合信用证规定；保险的市种与信用证币种不符；保险金额不足；保险日期与装运单据日期不符；单据之间的内容不一致；商业发票对货物的描述与信用证的描述不符；单据间货物重量不符；发票金额与汇票金额不符；单据间货物标记和数量不符；商业发票的金额超出信用证规定的金额；信用证已经过期；延迟装运；交货数量不足；提交的单据不全；汇票的受票人填写错误；汇票的付款期限不确定；提单、保险单证或汇票出现背书错误；单据没有按要求签字；提单没有表明运费支付的情况等。

其次，正是基于信用证业务的特点，银行不向进口商保证出口商实际运出的货物符合合同规定。因此，进口商只有在支付了货款后才可能发现货物有瑕疵或短量。这不仅延误了货物的使用，而且需要支出相当的精力、时间

和费用用于对外索赔。

第三，信用证的使用手续繁杂，费用高。这表现在进口商不但要仔细审核出口商提交的单据，而且要承担高额的开证费用和有关支付环节的银行费用。

五、选择支付方式

综合四种支付方式，可以看出进口采购中预付货款的方式对进口商的风险最大，他可能货款两空。货到后付款进口商的风险最小，他甚至可以在变卖货物后付款。托收方式对进口商也比较有利，在远期付款交单项下进口商可以凭信托收据先行借单。在承兑交单项下实际上是出口商为进口商提供了资金融通。信用证的结算方式对进口商也存在着相当大的风险，支付货款后进口商可能发现货物与合同规定不符，而且更严重的是进口商有可能因被欺诈而货款两空。在进口交易中进口商应当选择什么样的付款方式呢？进口商在选择支付方式的时候要重点考虑以下几个因素。

（一）要了解贸易对象的信誉情况

如果出口商的商业信誉好，交易风险小，可以使用付款交单这种手续简便而且费用少的支付方式。

（二）要参考合同中的贸易条件

国际上通行的贸易条件有 13 种。它们是：EXW、FCA、FAS、FOB、CFR、CIF、CPT、CIP、DAF、DES、DEQ、DDU 和 DDP。13 种条件分成 E、F、C、D 四组。E 组 D 组的贸易条件出口商以将货物在指定地点实际交给买方的方式履行其交货义务。因此，进口商可以采用货到后付款的方式。对其它的贸易条件而言，为了防止出口商利用文件欺诈进口商应当在进口采购合同中力争托收的方法。

（三）考虑商品的市场需求

对于十分畅销的商品进口商可以适当放宽对支付方式的限制。如部分货款采用预付的方式可以调动出口商的积极性。

（四）考虑进口货物的运输方式

进口货物如果采用空运或陆运运送，这些运输方式下的运输单据都不是物权凭证，进口商提货不需要这些单据。所以，针对这些运输方式进口商可以选择托收支付货款。

（五）考虑进出口国家的政府规定或法律要求

有些出口国家政府规定出口结算必须使用信用证。

（六）考虑出口商的要求

尽管货到后付款和跟单托收对进口商十分有利，但它们并不是出口商喜欢的结算方式。对出口商来说，信用证是最安全的收汇保障。所以进口交易中选择哪一种付款方式最终还需要出口商的同意和配合。

第八章 进口采购商品的品质相符原则和品质检验

进口商在海外市场采购的目的是为了进口需要的商品。进出口商签定的采购合同中的品质条款意味着出口商承担着保证实际交付货物的品质和合同的品质规定相符。尽管当卖方违反这个原则的时候，买方可以按照法律规定要求对方赔偿，但进口商的实际损失还是不可避免的。这是因为首先法律追索并不能帮助买方实现最初的采购目的，即得到进口合同订购的商品。其次，即使进口合同规定了索赔条款，出口商的赔偿也并不能保证弥补进口商的全部损失。例如，某制造商要进口一个关键部件用于生产，结果，卖方提交的部件不符合买方的要求。制造商由此而产生的损失是无法估量的。而合同的赔偿条款未必包括制造商的这部分损失。虽然进口合同条款一般都规定，如果卖方提交的货物不符合合同规定的规格标准，买方有权拒收货物。然而，拒收货物也不能解决进口商对订购货物的需求。鉴于此，进口采购过程中，进口商对订购商品的说明、供货商的选择、产品检验方法和过程成为落实品质相符原则的三个关键要素。

一、进口商对订购商品的说明

进口商在进口合同中对采购商品描述的清晰与否是影响履约是否顺利的关键。完整的商品说明包括两个内容，即品名和品质说明。

（一）品名

品名体现着商品的品种、用途或功能。例如，合同规定“小麦”，表示买方要采购特定种类的谷物。而“小麦”按照美国标准又分成 HRW、WW 等七个等级，每一级代表一个品种适于不同的用途。进口合同中采购商品的品名是合同履行的基础。尽管品名很重要，但它有些时候还不足以充分体现买方对于采购商品的要求。因此，进口合同中商品说明的另一个内容——“品质”，则表达了进口商对采购商品的具体要求。同时，它又是检验和证实卖方交付的货物是否符合要求的依据，然而就其通常含义而言，商品品质和出口商的品质担保原则是有着明显区别的。

（二）品质

品质一词，经常被人们用来描述不同的事物或总结某些事物的要点。有些人解释品质是指特定事物的“优秀程度、相对的种类、特征或本性”。也有些人解释品质为“对某些用途或特定用途的适应性”。比较完整的品质概念则是“一个商品或一项劳务能够满足人们明示或默示需求的全部特征”。

1. 品质特征

进口采购过程中，商品的品质特征取决于采购商品的用途和进口商的需求。商品的品质特征可以从不同的角度进行分类。

结构特征：长度、重量、粘滞度、弹性、抗张强度等

感觉特征：嗅觉、味觉、视觉、风格等

功能特征：冷却、空气调节、致冷、除湿、乘客运输等

设计特征：材料构成和材质标准、公差、表面装饰等

性能特征：产品的性质及能量等

操作特征：操作技巧和条件、安全和环境要求等

工序特征：生产工艺、设备、生产流程等

商品的定义除了指它的商品名称外，还包括它的品质特征。除此之外，商品的概念还应当包括买卖双方可以用来评定和衡量商品特征的检验标准和

确认这些特征的方法。这些形成了商品的说明，它也同时是商品定义的组成部分。

2. 商品说明

进口采购业务中的商品说明是指进口商在进口合同里对采购商品的品名和品质特征的描述和规定。它还同时包括进口商采用的商品检验方法和程序。如果进口产品的性能比较简单，那么在进口合同中对进口商品的说明通常是以合同条款的形式出现的。如果进口产品的性能复杂，对商品来说大多是以合同附件的形式出现的。

3. 商品品质的规定方法

进口商必须完整、准确的规定进口商品的品质特征。在进口采购业务中，买方通常可以采用以下的方法表达他对进口商品的品质要求。

(1) 牌号或商标。牌号或商标是商品品质的象征，也是生产厂商区别同类其它商品的标志。从商业利益出发，商品制造商对其生产的名牌商品通常实行各种质量监督和管理的手段，以保证产品品质达到一定的标准维护商品的牌号和商标信誉。市场上同一生产商推销的同类商品往往具有不同的牌号。各种牌号表示不同的质量等级，可以满足各类消费者的需要、爱好和收入水平。

可以凭牌号或商标买卖的商品大多属于品质稳定的商品。商标和牌号本身就是一种品质象征。进出口商在交易中只凭商标或牌号买卖而毋需对品质提出详细要求。尽管在进

口交易中凭牌号或商标采购对进口商来说非常简单和方便，但是也有明显的不利因素：首先，进口商凭这种方式采购商品限制了货物来源渠道，进而缩小了供货商的竞争范围。由于缺乏竞争，商品的成本会大幅度上升；其次，由于货物来源单一，除价格高以外，进口商也面临交货期长的风险，由此可能会增加买方的库存，占压资金；第三，凭牌号或商标采购的商品，例如药材和药剂品在品质方面可能含有事实上不存在的虚构成份，由于这些成份是不可衡量的，进口商不能由此而要求降低支付的价格。尽管有诸多的不利因素，在某些情况下凭牌号或商标采购进口商品又是买方唯一的选择。这些特走的情况大体有下列几种：商品的生产工艺受专利的保护；商品的生产过程保密；采购商品数量小，买方不必要为此花费精力和费用设计商品说明；进口商作为贸易商对采购的商品不经加工直接分销，并且最终消费者或用户对某一特定牌号的商有强烈的偏好。(2) 市场等级。许多初级产品的买卖是在有组织的商品市场进行的。商品市场的一个重要特征是为交易的商品制定统一的品质等级，商品按等级买卖。不同的等级代表不同的品质档次。某些商品交易所规定只有严格符合交易所规定的品质标准的商品才能进入交易市场买卖。进口商在这些交易所采购商品的时候，不用在询价单或采购合同中罗列具体的商品规格，只要明确采购商品的品质属于哪一个等级。(3) 制造标准。有些国家的工业协会对某些或某类产品规定了制造商生产标准。这些标准即代表了产品的品质水平。如美国汽车制造协会规定的钢的生产标准。进口商采购这些产品的时候，只需要参考制造商生产标准而不必另行提出产品的品质规格。(4) 国家标准或国际标准。许多国家的标准组织或政府认可的机构为本国生产的产品建立了统一的质量标准。它们要求本国生产的各类产品均要符合既定的质量标准。随着这种作法的普及，1947年世界标准组织应运而生，为许多产品制定了统一的国际标准。

每一项产品的质量标准都是一个自足的文件，包含着对产品质量的完整说明。这些说明规定了产品应当达到的质量标准。主要内容有：产品规格、产品性能、材料、生产工艺、检验、产品测试程序和设备、维修程序、技术词典等。结合自己的需要买方对进口商品的质量要求即可以参照本国标准，也可以参照其它国家的产品质量标准或国际标准。进口商在进口交易中使用国际认可的产品质量标准有显著的优势。这主要表现在：首先，鉴于供货渠道广泛，生产量大，供货商有可能降低产品售价。其次，有更多的供货渠道供进口商选择。这有助于买方挑选供货成本最低的渠道，避免对独家供货商的过份依赖，同时也可以减少库存量。第三，国际标准为进口商提供了包括测试程序在内的质量保证。第四，简化了进口商在招标文件和采购合同中拟定产品质量规格的手续。（5）进口商自定的规格标准。进口商采购非标准化产品或技术性能复杂的产品，也常常自己规定产品的规格标准。要求供货商产品的质量标准符合买方明示或默示的需要。产品质量符合买方需要是指进口商收到货物时，产品具有适用性。所以进口商的规格标准应当包括保证产品适用的使用方法、使用技术和使用材料，以及检测产品是否达到质量标准的方法。买方自定的规格标准还应当包括对产品的包装要求。产品的包装方式和包装物料取决于产品特点、运输方式、转运次数等要素。（6）设计图。有些铸件、锻件、机器部件产品，仅凭说明产品的物理或化学性能还不能充分表达产品的质量标准。产品的形状、结构、光洁度和公差范围等特征需要靠设计图纸补充说明。所以某些进口合同项下产品的设计图纸，也是产品质量说明的一个组成部分。（7）样品。样品是说明产品质量标准的最简单的方法。有些产品的质量标准可以用样品直接表现。如工艺品、服装、机器的替换零件等。进口商向供货商寄送样品表达对进口采购商品的质量要求。

二、品质担保和品质相符的原则

（一）供货商的品质相符原则

进口商在签定合同以前，必须评估供货商是否有能力履行品质相符原则这项合同义务，即实际交付货物的品质和进口合同规定的交货品质相符。评估的方法有三种。进口商采用哪种方法取决于进口商品的性质。数量和合同金额。

1. 进口商依靠经验评估

进口商评定供货商能否履行品质相符原则的一个简单方法是参照以往积累的经验。这需要进口商和供货商有履约记录。根据供货商以往的履约表现来评判供货商在这方面的能力。

2. 进口商依靠推理评估

这种作法实质上是通过间接渠道，例如供货商所在国的法律、法规规定、供货商质量手册或其它介绍供货商质量管理方法和技巧的出版物评估他的“品质相符”能力。凭推理对供货商的能力进行评定有三种方法。它们是：产品责任和默示担保、质量证书制度、供货商质量手册。

（1）产品责任和默示担保。有些国家的商业合同法或货物销售法明确规定卖方提供的货物，不仅要符合明示的品质担保，而且还要具有符合商销品质的默示担保。商销品质是指商品合理地适用于该商品通常目的用途；或适用于买方要求的特定用途；或商品可以安全使用。如果货物没有符合规定的质量要求或没有达到默示担保，供货商就是没有履行“品质相符”的合同义务。但是进口商应当注意的是：首先并非世界上所有国家的法律都规定了

卖方提供的货物必须具有“商销品质”这个默示担保。其次即使供货商所在国有这样的法律规定，他提供的货物可能在其国内市场具有商销品质，但在进口商所在国可能就不具备商销品质。这主要起因于进口国和出口国条件上的差异。例如，进出口国家的自然气候或电压不同。由于这些差异商品在进口国出现使用故障，除非进口商已经通知供货商这种差异，否则供货商对此不负责任。总而言之，有些国家对商销品质和默示担保做出的法律规定确实对卖方提交的货物提供了一定程度的品质担保。（2）质量证书制度。质量证书旨在证明产品符合规定的或现行的质量标准。质量证书有三类。它们是生产商证书、第三方证书和出口检验证书。

生产商证书：生产商证书是生产商自己出具的表示产品符合规定的质量标准或技术规格的证明。尽管国际贸易中生产商证书应用得很普遍，但是对进口商来说意味着他不得不接受生产商的单方担保。如果有一个独立的检验机构能够对产品满足特定用途的适用性进行验证，进口商使用产品的信心将会大大加强。

第三方证书：第三方证书是指由一个独立的机构出具的检验证书。证明产品符合规定的标准或技术规格。这个机构即不代表生产商也不代表最终用户，同时它可能是政府部门也可能是民间机构。检验机构允许经验证产品质量合格的生产商在其产品上使用该检验机构的标记，意义在于向买方证实他采购的商品已经由认可的机构检验并且质量符合规定的标准。这样在国际贸易中进口商承担的品质不符的风险也会由此而减少。但是应当引起进口商注意的是各个国家规定的产品的品质标准有所不同，进口采购业务中买方对供货商产品的“品质相符”的信任程度要取决于两国的产品标准是否一致。

出口检验证书：有些国家专门颁布法令规定对某些货物的出口必须实行装运前商品质量检验，以此做为出口促销的有效手段。如果进口商要求的商品规格与供货商出口质量检验标准正好相符，那么进口商可以在一定程度上相信卖方提供的货物将会满足他的需要。（3）质量手册。进口商评估供货商交货质量的另一条间接渠道是参阅供货商质量手册。供货商质量手册通常包括一套完整的、详细的和具体的资料。专门介绍供货商产品质量管理的过程、方法、检验、设备和仪器。该手册可以给进口商提供一定的参考。但是进口商仍需注意的是供货商实际上能够多大程度的按照质量手册控制和评定他的产品质量仍是一个未知数。

3. 进口商实地调查

比较直接的评估供货商“品质相符”能力的方式是进口商走访供货商，实地调查供货商现行的品质担保方案和质量管理办法。产品制造设计和生产过程越复杂，实地调查的必要性也就越大。调查组成员应当包括设计、制造、质量管理、检验部门、财务部门和采购部门的专家。

（二）供货商的品质担保

进口采购业务中进口商应当分析和确认供货商是否具有品质担保的能力，即能够提供买方需要的商品。供货商的品质担保主要取决于进口产品的复杂性，即产品的设计特征、介入的生产过程、需要的制造技术等等。在调查供货商品质担保能力的时候，进口商至少应当掌握供货商品质担保的几个关键要素，即产品质量管理、产品质量控制和产品质量监督。

1. 产品质量管理

“管理”具有许多作用和职责。商业管理的一个重要作用是保证企业经

营的顺利、发展和稳定。产品质量管理的核心职责是保证企业达到预定的质量目标。衡量一个企业质量管理的水平主要参照两个标准。其一，是看企业的质量管理部门在企业的组织结构中所处的地位。其二，是看质量管理部门资源分配的程度，例如：负责质量管理的人员数量和人员水平；检验设备和仪器的装备以及实验室的条件等。进口商通过调查供货商的“产品质量管理”了解供货商品质担保的能力。

2. 产品质量控制

产品质量控制是指为满足产品质量要求而采用的全部操作技术和方法。进口商检测供货商产品质量控制的目的，是为了分析供货商使用的操作技术和方法，进而找出在生产过程中各阶段造成质量误差的全部因素。终极产品的质量可能会受到产品设计、原材料投入、生产过程、生产设备和人员操作等各项因素的影响。所以重要的是供货商的质量控制要规走一套恰当的方法和技术，以保证能够及时发现和分析品质瑕疵并采取相应的修正措施。进口商应当着重调查供货商在产品生产过程的各个阶段具体运用的质量控制措施。

3. 产品质量监督

产品质量监督的目的，实质上是检验产品在生产的时候是否采用了规定的程序、技术和方法以及结果如何。质量监督包括三个部分：对生产过程的监督；对执行情况的监督；分析生产过程和各生产过程使用的管理方法的适用性。

对过程实施监督实质上是检验企业的质量手册，监督质量手册明确的生产的各个环节。对执行情况的监督是检验和分析质量手册中明确的生产过程是否得到落实。同样重要的是进口商也要分析供货商的生产过程和使用的的方法是否适用和有效。

三、进口商品的检验

进口商对采购货物“品质相符”的关心并不会随着进口采购合同的签定而消失。这是因为：第一，供货商已往良好的履约业绩并不能保证他以后不会提供残次商品。第二，进口商对供货商承担品质相符和品质担保能力的调查也可能会出现失误。例如，没有发现制造过程、生产设备、工艺、人员水平以及质量控制方法和技术方面存在的隐患。第三，尽管在调查阶段一切正常，但日后在制造过程、生产设备等方面也可能出现故障。因此，除非进行了商品检验或商品试用，进口商不能贸然接受供货商提交的商品。在接受进口采购的商品以前，进口商面对商品检验需要解决的问题是：确定进口商品检验的时间、检验的方法、检验机构和检验的地点。

(一) 检验时间

1. 标准化产品

进口商品的品质特征决定了进口采购合同签订以后的履行期限。如果市场需求不是十分紧张，制造商通常对按标准、等级或规格生产的标准化产品备有库存。对于这类商品实行工序间检验是不可能的。取而代之的是采用装运前检验或装运后检验两种方法。装运前检验是在进口采购的货物装运以前进行质量检验、测定。装运后检验是在进口采购货物的卸货地点对货物质量实施检验和测定。两种检验方法对进口商而言各有利弊。也有些进口采购合同规定供货商负责装运前检验，进口商负责装运后检验。如二者的检验结果有很大差异，由双方共同指定的独立的检验机构进行复验，其检验结果是终

局性的。

2. 非标准化产品

对于非标准化产品检验时间的安排，除了考虑定单数量和金额以外，还要考虑产品的设计和制造过程。产品设计和制造过程越复杂，买方指派检验机构对产品实施工序间检验的必要性也就越大。

(二) 检验方法

进口商对进口采购商品的检验方法与供货商在品质担保方案中使用的方法大体相同。实际上供货商的品质担保方案在某些情况下，会出现在进口商的采购合同里。这样进口商使用的检验方法和供货商的质量控制和检测方法雷同。供货商品质担保中使用的方法可以分成以下四类：产品测试；统计质量管理；质量管理证明和无缺陷方案。

1. 产品测试

产品测试包括两个步骤。首先，确立被测试的产品应当具备的品质特征。其次，确认这些品质特征是否在可接受的品质公差范围以内。产品测试不仅要确立品质特征，而且还要确立具体的衡量这些品质特征的标准。对产品质量特征进行测试需要一些设备与仪器，而采用何种设备与仪器取决于产品的测试方法。采购合同中完整的商品说明除产品特征外，还应当包括确认品质相符的检验方法、仪器和设备。

2. 统计质量管理

(1) 统计方法和技术。统计的概念、技术和方法不仅适用于制造商的质量控制方案，也同样适用于进口商对采购货物的检验。使用统计方法控制商品的质量起因于制成品的产品质量经常出现误差。这些规格上的误差可能是由于生产过程、使用的原料、操作工艺以及温度、湿度、光等环境因素造成的。有些产品在设计阶段和进口合同中都规定了产品的品质公差界线。统计分析可以帮助制造商和生产商分析产品的品质误差，并帮助确认这些品质误差是否在可以接受的品质公差范围以内。(2) 抽样检验。某些商品进口采购的数量很大，对商品逐一进行检验需要的时间长、费用大、人力、物力投入多。除此之外，还有可能出现人为的检验失误。所以尽管对进口货物全部实施了检验，也不能排除个别货物误检的可能性。况且，如盘条、卷纸、坯布等商品的进口，也不适宜抽样检验。抽样检验的关键在于选择的样品要具有代表性。

3. 质量管理证明

质量管理证明的基本原则是进口商凭借供货商品质担保的质量控制系统来判断进口商品的质量。这种方法要求供货商出具产品质量证书证明产品质量符合采购方的要求。进口商使用这种方法的主要目的是降低逐批检验进口商品的成本。取而代之的是进口商在产品生产期间定期检验商品以核实供货商是否保证了产品质量。通过质量管理证明检验进口商品，这种检验方法一般适用的场合是进口检验的成本高或者供货商以往的履约记录证明他能够一贯提供满足进口商质量要求的产品。

4. “无缺陷方案”

“无缺陷方案”是指产品的质量管理，旨在保证生产企业制造的产品全部符合规定的标准，在最终的产品检验阶段不出现一件残次品。这也意味着供货商的包括质量控制方法和技术在内的品质担保项下的产品全部符合规定，进口商的拒收率为零。

“无缺陷方案”起始于通过试生产对产品的制造过程、设备和人员进行评定和考核，对造成产品残次的全部因素进行排列和分析。如果分析结果证明需要改变产品设计或规格标准，供货商与进口商接洽，征得后者同意对产品给予调整。一项成功的“无缺陷方案”关键在于供求双方的相互理解和密切合作。当开始大规模的商业生产的时候，成功的贯彻产品的“无缺陷方案”要求具备三个要素：设计良好的质量控制系统；高效负责的管理方式以及有动力和经验的劳动力。设计良好的质量控制系统，是指在产品制造过程的各个阶段核实产品质量并确认影响质量的因素，例如工艺因素、原材料因素，劳动力因素。高效负责的管理方式要求制造商发现产品质量问题以后立即采取补救措施，如改变工艺或更换原材料。然而有些情况下大量的残次产品是由操作人员造成的。虽然通过各种手段调动操作人员的积极性可以减免残次品的出现，但是有些情况则不同了。例如当操作人员不具备工作要求的专业技术时，补救的方法是人员替换或人员培训。从长远观点看，实施人才专业培训是比较成功的补救方法。

对进口商而言，供货商的“无缺陷方案”意味着后者提交的产品肯定符合规定的产品质量要求，进口商可以免除对进口货物的检验。

（三）检验机构

在指定进口商品检验机构方面，进口商有两种选择。这就是或者使用自己的检验人员，或者邀请其它检验机构对进口商品实施检验。选择哪一种方法，进口商既要比较它们之间的费用区别，又要考虑将要实施的检验性质。例如进口合同规定，产品按照进口商要求的规格制作并实施工序间检验。这种情况下，如果产品性能复杂、制作周期长，进口商完全有必要选用自己的质量检验人员。

（四）检验地点

进口商品的检验地点既可以设在出口商所在国也可以设在进口商所在国，进口商既可以实施装运前检验也可以实施货到后检验。如果供货地相距遥远而且交通费用高，进口商退回拒收的货物不现实或在目的地的检验不尽人意，进口商可以考虑在装运地检验。在国际采购中，进口采购商通常的做法是在货到后进行商品检验。

四、合同中的品质担保条件

进口采购合同规定了进出口双方的权利、义务和责任。就品质担保而言，进口商必须在合同中明确两个条件：检验货物的权利和货物与规定不符时的补救方法。

（一）检验条款

在起草检验条款以前，进口商要明确产品的检验方法、检验时间和检验地点。检验条款应当包括检验形式和范围。例如进口商品的品质依据供货商质量担保的方法和技术；依据供货商提供的装运前检验证书中规定的测试和检验的明示责任；依据供货商建立和使用的在制造过程、各生产阶段及产品终极阶段双方接受的质量控制系统、测试和检验方法；进口商通过自己的检验人员或借助专业检验机构自行检验货物的权利。

对比较复杂的机器及设备的进口，检验条款应当明确具体的检验方式：即在制品检验和验收检验。在制品检验条款允许进口商在产品的生产阶段对有缺陷的设计、工艺及原材料给予调整。验收检验条款则允许进口商在收到货物后对商品实施检验和测试。验收条款是一项保护性措施，进口商通过验

收检验可以发现在制品检验阶段遗漏的产品缺陷和瑕疵。

进口合同中的检验条款举例：

“采购商或其代理人有权对货物实施检验或测试以确认品质符合合同规定。合同的特别条款及技术规格部分应当明确采购商要求的检验及测试内容和地点。

商品的检验及测试可以在供货商或其分包商所在地进行，也可以在交货地点或货物最终目的地进行。如果在供货商或其分包商所在地进行，供货商应当无偿提供全部检验所需的设备和资料。

如检验或测试的货物发现与规格不符，采购商可以拒收货物。供货商应当无偿替换拒收的货物或想尽一切办法达到规定的要求。

采购商在货物到达其国家后对商品的检验、测试和拒收的权利不应因货物已在产地实施和通过了检验而受到限制或丧失。供货商不应因检验条款而放松品质担保或合同项下其它的义务。

（二）品质担保条款

有些产品缺陷，如设计或工艺方面的不足只有在产品使用了一段时间后才能被发现。采购合同应当规定供货商的品质担保条款以保护进口商不受这些潜在的质量瑕疵的影响。

品质担保条款包含两部分重要内容。一是品质担保的有效期限，一是供货商补救缺陷的方法。就期限而言，供货商希望担保期限越短越好，进口商希望担保期限越长越好。许多产品的贸易和行业惯例趋于建立担保标准，而一些非标准化的商品进口商应当规定合理的担保期限。同样，品质担保条款也应当明确供货商出现品质不符时的补救方法。进口商可以在采购合同中选择以下方法保护自己的利益：拒收货物并要求退还拒收部分的货款；根据受损失的程度要求降低价格；替换残次货物；供货商承担费用负责修理残次商品。

采购合同中品质担保条款举例：

“除非合同另有约定，供货商担保合同项下提供的货物是新生产的、尚未使用过的、最流行的式样并采用了全部最新设计和原料。供货商担保本合同项下提供的货物不会出现在最终目的地正常使用情况下由供货商的行为、疏忽或产品设计、原料及工艺导致的产品缺陷，但采购方规定的产品设计和原料除外。

除非合同的特殊条款另有规定，此担保在货物全部或部分交到合同指定的最终目的地 12 个月内有效，或在装运地装运后 18 个月内有效。哪一个期限有效以合同先签为准。采购方应以书面方式立即通知供货商因本担保而产生的异义。”

（三）跟单信用证和检验证书

检验证书是进口商履行付款义务的一个重要文件。国际商业中经常使用的支付方式是信用证。买方银行凭供货商提交的证明履行合同义务的装运文件支付货款。检验证书就是重要的装运文件之一，它证明供货商发运的货物符合采购合同中规定的品质要求。鉴于检验证书的重要性，进口商或供货商。

（如供货商负责检验）应当保证两个问题。其一，检验证书不仅列明按照购销合同中双方接受的检验方法和检验技术实施了检验，而且该项证书是一个法律文件。其二，进口商应当在提交给银行的开证申请书中明确规定证明供货商履行合同义务的检验证书的性质和内容。

第九章 进口采购合同的跟踪与管理

进口采购过程是由三个不同的阶段组成的。它们是合同准备阶段、合同签约阶段和合同履行阶段。

合同准备阶段包括进口商确定需要在海外市场采购的商品；分析海外市场的结构和条件；选择和评定潜在供货商；邀请发盘和评审、选择最佳报价。

合同签约阶段是指买方同意按照约定的价格购买，卖方同意按照约定的价格出售某项具体商品或劳务，双方建立正式的，有法律约束力的合同关系。进口采购的这个阶段是合同前期和合同后期的分界线。对合同后期而言，它的重要性不仅在于明确了双方的合同权利，同时也规定了双方各自应当承担的责任和义务。

合同履行阶段是指买卖双方各自履行合同规定的责任和义务。进口采购中，合同的跟踪和管理是合同履行阶段的重要内容。

进口合同规定了买卖双方的责任和义务。交易双方要用一系列的履约行为来落实这些义务。而履约成败的关键在于买卖双方是否能在规定的期间内顺利履行各自的合同义务。所以，进口采购合同的跟踪是一个早期警告系统。它提示买方在约定或必要的时候履行自己的合同义务；提示买方随时跟踪和了解卖方的履约动态；提示买方履约期间面临的问题。但是这个警告系统不提供任何解决问题的方法。

买卖双方忠实的履行合同义务，是顺利履约的条件。然而，在履约过程中，时常会出现一些签约的时候没有遇到的问题。这样，就必须对合同条款和条件做微小的或重大的修改。买卖双方要重新审议合同，例如供货商依约提供的原材料报告，他不能按照合同规定的产品规格交货。供货商因而请求买方调整产品规格。这对买方意味着要做出重大决策。

同样，进出口双方解释合同条款和条件的时候，也会产生争议。买方必须决定或者重新议定有争议的条款、条件；或者撤消合同；或者诉诸法律。所以，合同管理是指在履约期间，出现履约障碍或买卖双方产生纠纷的时候，买方决策如何采用最佳的方式克服障碍，解决争端。

一、进口采购合同的跟踪

（一）合同跟踪的必要性

履行合同期间，进出口双方要落实一系列的责任，履行一系列的义务。进口采购合同的性质决定了双方责任，义务的大小。而进口合同的条款及条件又决定了合同的性质。例如一个工厂交货的进口合同，卖方的义务是在自己所在地将货物备妥交由买方处置。进口商自行安排自接货时起的货物运送、装运、出、进口通关等事宜。而一个完税后交货价的合同，卖方必须在进口人指定的地点交货。他要自行落实交货前的货物运送、装运、出、进口通关等手续。两个合同的性质不同，买方对合同进行跟踪的范围和角度也不一样。

商品特征也会影响进口商合同跟踪的范围。对于多次重复采购的商品，进口商大多使用标准合同。履约期间，买方对这类标准合同跟踪的内容和过程基本上是一样的。但是，如果采购的商品是根据买方的要求特殊制作的，合同跟踪的内容就不一样了。例如买方订购的商品需要很长的生产、装配时间，采购商希望随时掌握生产、装配进度，那么在这个合同中生产、装配进度就是进口商需要跟踪的一项重要内容。又如进口商采购性能复杂的商品。

交易双方在买卖合同里约定，买方在制造过程中对订购产品进行阶段性检验。这种情况下，在合同的履行期间进口商就要随时跟踪与核查供货商的制造进度，以便及时安排产品的检验。

尽管不同的合同条款及条件导致了买卖双方在每个合同项下承担着不同的责任和义务，但是在进口履约过程中有一些环节对任何进口合同而言都是至关重要的。进口商在进行合同跟踪的时候应当密切注视这些事件，并且围绕着它们落实一系列的跟踪方案。这些环节主要包括：供货商的货物备妥待运通知；进口商接受供货商的装运通知；进口商接受装运单据及其官单据；货物到达通知；在交货地点接货。进口商跟踪这些合同环节有两方面的重要性。首先，每一个环节都表示在落实下一个环节以前进口商必须采取的行动。其次，它警告买方如果在某一个具体事件发生的时候，买方还没有相应落实他必须付诸的某些行动，那么买方则不能全部实现他的采购目标。例如合同规定进口商在交货期前一个月决定交货的数量幅度，如果买方没有依约如期向卖方发出通知，那么卖方在交货时有权拒绝买方要求多交货的请求。又如一个 FOB 合同，买方没有在预定的时间收到卖方的装运通知，这是因为进口商没有和运输承运人签定货物运输合同。其结果必然是延期交货或者撤销合同，卖方因而最初的采购愿望有可能落空。

（二）进口采购合同的跟踪方法

进口采购合同的跟踪方法分为人工跟踪和计算机跟踪两种。选择哪一种跟踪方法要依据合同情况。例如如果进口商采购的商品属于标准化产品，而且采购商品范围单一，合同数量小，那么对每个合同的执行情况采用人工跟踪的方法即简单又有效。如果采购的商品性能复杂、种类繁多、合同数量庞大，进口商应当考虑采用计算机方法跟踪履约进程。

1. 人工跟踪

人工跟踪合约履行进度的方法有三种形式。它们是合同跟踪档案、合同跟踪卡片和合同跟踪编目卡片。

（1）合同跟踪档案：这种形式的作法是进口商为每个合同建立业务档案，设计每个合同的履约进度表。每一张进度表列明该合同项下的全部环节和进口商需要采取的行动。进口商随时查阅这些合同档案，及时了解在什么时间需要落实什么跟踪行动。具体负责合同跟踪的部门要和其它业务部门保持密切联系，保证随时掌握并在合同档案里随时登记供货商的履约进程。跟踪部门根据供货商的履约进度核查进口商将要落实的下一个履约行动。

（2）合同跟踪卡片：合同跟踪卡片的内容包括合同条款明示或默示规定的各项约定事件、这些事件发生时间以及落实跟踪方案的时间。除此之外，还包括合同号、商品名称、供货商姓名、地址、电话、传真号，联系人名称等。这种跟踪卡片不仅能用于跟踪进口合同的进度，也能同时用于跟踪与履行进口合同有关的其它事件的进程。例如货物的装运、保险、通关等环节。

合同跟踪卡片集中的信息资料有助于买方今后改进进口计划，完善进口管理。它既可以用来评定卖方的履约表现，如交货安排、与买方的配合等，也可以用来估计合同项下解决相关事件需要的合理时间，如结关、通关时间以及内陆运输时间。

（3）合同跟踪编目卡片：这种人工跟踪的方法是进口商

为每一个合同建立一套编目卡片。为便利跟踪部门的工作，每张卡片注明一个合同事件发生的预定日期，并记录相应的跟踪方案。跟踪卡片按照各

合同事件发生的先后日期顺序排列。每一份合同项下的全套编目卡片都要有一个参考号码。这个号码通常是合同号。全套编目卡片应当附属于一个主卡。作为编目卡片第一页的主卡需要列明详细的合同内容。前面介绍的合同跟踪卡片样本二可以作为索引卡片的主卡。

合同跟踪编目卡片	
预定日期	跟踪活动

合同号_____

每日或每周负责合同跟踪的人员按照填写的时间顺序检查编目卡片，抽出属于当日或本周的卡片对照反映跟踪全貌的主卡片落实规定的跟踪方案。已经落实了跟踪行动的编目卡片附在主卡后面保存，为日后积累履约记录。

2. 计算机跟踪

用计算机进行合同跟踪的基本作法实质上与人工跟踪的作法相同。只是计算机在提取和整理资料、落实跟踪方案以及和其它部门的联系方面更加容易和方便。电子数据交换(EDI)在许多国家的贸易领域起着重要作用。这一系统的运用极大的缩短了交易时间，削减了管理费用。国际贸易是贸易伙伴之间以及和承运人、保险人、银行、海关部门之间在不断交流信息的基础上进行的。通过电子方法进行交流，它们之间的业务会处理得更快并且几乎不会出现差错，同时计算机保留的履约记录也很完整。西方国家许多进出口公司和企业已经把这个系统用在订货、促销、商业制票、装船提示、到货通知、港口通关等业务方面。

二、进口采购合同的管理

合同履行并非总是一帆风顺的。履约过程中会出现各种各样的履约障碍。进口合同管理的作用就是在客观分析形势和现有的备选方案基础上清除这些障碍，最大限度的实现买方的利益。进口商对合同管理的程度和强度取决于进口合同的性质和形式，而合同的性质和形式又部分的取决于产品特征。然而不论合同的内容是简单还是复杂，合同管理的任务是必须确定清除履约障碍的方法。通常而言，合同管理涉及的问题是：合同条款的解释；产品质量；交货数量；交货安排；价格调整；合同终止；索赔、争议；付款条件；供货商履约评价。

(一) 合同条款的解释

合同条款清楚他说明买方与国外供货商的权利、义务。但是，在合同签订以后，买方或卖方有可能对条款包含的真实范围缺乏了解。很大程度上这是由于语言差异、贸易习惯和行业惯例以及各国法律规定上的差异造成的。在这种情况下，就有必要对进口商或国外供货商的合同权利与义务，特别是他们承担的默示责任作出具体的、明确的解释。例如：FOB 合同卖方的责任是将货物交到船上，他可能设想已经履行了合同义务。从某种意义上说，这是正确的。但这并不代表卖方事实上已经完成了提交符合合同规定的货物这

项主要义务。供货商只有在买方有合理的机会对货物进行质量检验后才算完成交货。又如，许多国家对标准化产品的进口有严格的法律规定，要求卖方提供“无缺陷”产品以适应进口国的国家标准或行业标准的需要。通常进口商可以相信卖方的品质质量符合这项默式担保。但如果供货商提交的货物确实不符合这项担保，进口合同管理的作用就是要依照默式担保这一法律依据处理供货商的违约行为。

（二）产品规格和品质相符的原则

进口商品的规格与品质相符是合同管理经常起作用的又一个领域。特别是在履约期间，进口商或供货商出于需要提出变动产品规格的时候。改变产品规格意味着修改合同条款，合同条件的修订必须要经过双方的同意。合同管理涉及的产品规格和质量相符包含两项内容：一个是规格变化，即产品在设计、性能和生产原料的变化；另一个是质量相符，即商品检验的方法、程序以及品质差异。

1. 产品规格

采购合同是合约双方愿意购买和出售某项商品的合同。合同的规格条款即说明了产品的商业用途，也说明了它的物理、机械、技术性能及其它规格。

在有些情况下，由于某些原因合同规定的规格需要调整变化。例如，供货商针对买方的技术规格设计一台机器，发现按照买方对产品的性能要求，机器不能运行，于是供货商向买方提出修改设计规格的建议。合同管理的作用就是进口商征询最终用户的意见。如果用户同意修改，进口商通知供货商接受修改建议。合同规格的修订有可能导致其它合同条款的变化。履约期间，经常会出现进口商要求改变进口产品性能的情况。这类产品主要是能够生产其它产品的机械。例如，签约后不久买方即发现，市场需要的产品虽然尚未生产，但需求已经急剧上升。由此他希望供货商能够改变进口机器的性能以便提高其生产产品的出产率。进口商的这个要求属于对合同条款的重大改变。这一改变也会导致买卖双方重新议定合同的价格条件和交货条件。生产原料的变化也会影响履约进程。例如，供货商生产产品的时候发现买方指定的原料短缺。于是他建议或者延期交货，或者使用替代原料。这时买方的合同管理人员必须考虑这两种方案。首先，判断替代品在技术上的适用性；其次，计算替代品的成本和价格；最后通过调查市场需求和库存状况，分析延期接货方案可行，还是使用替代原料的方案可行。

2. 质量相符

质量相符的原则是进口履约的实质问题。这个原则的关键是由买卖双方共同接受的机构对货物实施检验，验证供货商提交的货物是否符合合同的规定。检验实施的难易程度根据商品的特性而定。通常情况下，进出口双方在采购合同中规定商品的检验条款。但是买卖双方很容易就商品检验的方法和程序产生争议。特别是产品的卫生质量检验，买卖双方往往使用的检验方法不同而有些产品的卫生质量又不能通过仪器测量。即使某些商品的质量可以通过仪器检测，但由于供货方和买方各自接受的品质公差范围不同，双方也会就检验结果出现争议，除非合同明确规定了品质公差的范围。有些时候买卖双方各自的商检机构出具的检验报告结果不同也可能是由于卖方或买方检测仪器故障所致，或者是在观察、记录和分析试验结果时人为失误所致。

当供货商提供的产品不符合采购合同规定的规格和质量标准时，进口合同管理的作用在于决定选择以下哪一种解决方案：第一，如果品质差异属于

买方可以接受的品质公差范围，接受不符合进口合同规定的货物并确定接受的条件。例如，买方充分地考虑了一个合理的比例后，公平地要求卖方给予价格折扣。第二，如果品质差异超出了买方可以接受的范围，拒收货物并确定处理的方法。例如，进口商退货或者由供货商承担费用对货物进行修理或再加工。如果采购合同没有明确对交货不符的处理原则，合同管理的职能还在于和供货商商议一个公正的解决办法。

（三）交货数量

在进口合同履行期间，进口商出于各种原因可能希望增加或减少合同的交货数量。一个精明的进口商针对自己的数量需求，应当在合同中规定一个数量选择条款。即明确买方可以在交货期前的一段具体期限要求卖方增加或减少交货数量，多交或少交的部分按约定的方式计算价格。如果合同条款含有买方对数量的选择条件，合同管理的作用在于结合对货物数量的具体需要，进口商及时地运用这个权力。但如果合同没有明确这个条件而进口商又希望调整订单数量，合同管理的作用体现在进口商和供货商共同商谈具体的交货数量。当产品的市场行情看涨的时候，卖方不愿意按照合同价格多交货物。市场行情下跌的时候，买方也不愿意按照合同价格多收货物。如果合同中没有规定多交或少交货物的作价方法，买卖双方需要对这一部分货物重新议定价格。这时合同管理的作用表现在制定正确的价格谈判策略。

（四）交货安排

合同签订以后进口商可能由于各种原因希望调整交货安排。例如，市场对合同货物需求的涨落使得买方希望提前或推迟接收货物；港口周期性拥挤使得买方将支付高额的滞期费，因而进口商希望供货商能延期交货；目的港卸货设备因陈旧、老化出现意外故障，进口商不希望货物在目的港积压等。当进口商由于这些原因考虑修改合同交货条件的时候，负责合同管理的部门要评定各种可以选择的解决方案并且决定是否与卖方联系要求对方延迟交货。有些解决方案的可行性主要取决于两个因素。一是买方进口产品的库存情况；另一个因素是预计的港口拥挤期限。如果进口商的产品库存量少而港口拥挤持续的时间又长，那么进口商可行的解决方案是和船公司联系询问船方是否能在附近的港口卸货。但这意味着买方要向船公司交纳额外的运费。当然买方也可以和供货商协商改用空运方式运送货物。但这又意味着需要重新修订合同条款。进口商的另一种解决方法是向政府或港务局申请特殊船舶停泊、卸货优先权。选择哪一种解决方案是合同管理需要做出的决策。

（五）价格调整

审核合同的价格条款主要是因为供货商的合同义务发生了变化，或者是合同含有明确的价格调整条款。履约过程中，卖方的责任义务会因为买方的因素而发生变化。卖方有权因此要求调整合同价格。例如，买方要求增加交货数量；要求改变产品规格；要求变工厂交货条件为装运港船上交货条件等等。这些合同条件的改变都会影响到合同的价格。合同管理的职责就是要负责具体的价格谈判。

有些进口合同规定了价格调整条款，即交货的时候价格按照事先约定的方法调整。进口合同中价格调整条款的形式有：开放价格；按比例调整的固定价格；成本加固定费用价格。

开放价格是签定合同的时候不确定合同价格，价格条款注明“合同价格按照交货日的现行市场价格支付”，或者“价格按照交货日前××几日的平

均价格计算”，“买卖双方在某年某月某日议定价格”。在商品交易所买卖的商品大多使用这种定价方法。进出口双方签约的时候均不知道交货日的市场价格，也不可能影响市场价格。在这种情况下，合同管理的任务十分简单，即搜集有关日期的市场价格资料，确定价格。

规定价格按比例调整的方式关键在于确立价格变动的基础。这个基础是在签约阶段决定的。价格变动基础一旦确立，在履约过程中买方要对价格实施管理，必须按照合同条款的规定指导价格调整。

成本加固定费用的作价方法是交货的时候，供货商提供成品的成本和费用清单，交易双方据此结算产品的实际价格。这种作价方式给进口商管理价格带来一定的难度。这主要表现在供货商在产品生产期间疏于控制和管理产品成本，这可能会导致产品进口价格的大幅度提高。同时供货商提供的成本和费用资料也可能会有虚构的成份。这种情况下，进口商合同管理的任务是需要对供货商的生产成本进行持续的跟踪，并使得供货商对记载的生产成本认同和接受。为了有效的管理合同，进口商应当和供货商建立管理和技术联动制度来共同管理生产成本和控制产品质量。

（六）合同终止

造成合同终止的原因有许多。但主要有以下几种：合同因履行完毕而终止；合同因双方协议而终止；合同因撤消而终止；合同因当事人违约而终止；合同因某些不可抗力事件的发生而终止。

有些合同规定了合同撤消或终止条款。即允许进口商或供货商在合同有效期内因出现某些变化终止合同。进口交易中促使买方中途终止合同的普遍原因主要是出自商业上的考虑。例如，在履行合同期间，一种新产品上市或买方注意到有一种更有效和更节省费用的产品可以替代合同货物，买方可能会因此而终止合同。又如，市场对合同货物的需求量急剧下降，在市场需求有望回升以前进口商没有必要囤积库存。因此，为了保证商业利润进口商也会终止合同。无论出于什么原因需要终止合同，进口商合同管理的任务都是要权衡终止合同带来的利益和因终止合同而支出的费用。如果终止合同的赔偿费用超过撤消合同带来的利益，进口商要考虑终止合同的作法是否可行。进口合同是一份具有法律效力的契约。合同当事人没有按照契约的规定履行义务就是违约。一方违约，另一方有权要求对方承担赔偿责任。为了便于进口合同的管理，进口商应当在进口采购合同中具体规定终止合同的赔偿基础和赔偿限度。

（七）处理索赔和争议

履约过程中会出现各种各样的索赔及争议事件。进口商从海外市场采购产品会涉及许多当事人，其中包括：供货商、货物承运代理人、运输公司、进出口国家的港务局、清关代理人、保险公司、检验代理人、进出口国家银行等。买方根据进口需要和有关当事人签定合同或协议。当进口商发现收到的货物有损坏的时候，首先要确定索赔对象。合同管理在处理索赔和争议方面的职能是根据和索赔对象签定的合同或协议，确定应当获得的赔偿金额。

（八）支付条件

当进口合同规定货物的支付条件是货到后付款或凭单据付款，合同管理的任务相对而言就比较简单了，但是对分期付款的合同而言合同管理的任务就比较复杂了。因为分期付款的合同，付款时间往往是和履约进度联系在一起。因此，这种情况下合同管理有两重责任。首先是要核实供货商的交货

和进口商的付款是按照合同规定的期限进行的。其次是确认卖方每一次交付的货物是否符合合同规定。如果进口商的采购合同属于成本偿还契约，合同管理的一个重要任务就是进口商在供货商要求偿付以前正确计算需要返还的成本。

（九）运输合同

进口商是否负责安排进口货物的运输受合同中交货条件的影响。一个 DDP 合同，买方既不用负责货物的国际运输，同时也不需要安排货物在进口国的内陆运输。而 CFR 合同，买方自己要负责货物在进口国内地的运送。FCA、FOB、FAS 和 EW - WORKS 合同要求进口商安排采购货物的全程运输。为此，进口商要和承运人签定运输合同，并对该合同实施管理。在发生属于承运人责任的货损、货差的时候，合同管理的责任是确定货损、货差的程度并据此向承运人提出索赔。

（十）保险合同

对保险合同的管理也取决于采购合同的规定。CIF、CIP 合同由卖方办理保险，而 FOB、CFR 合同由买方自行投保。保险合同的管理职能是在进口商发现货物损坏，并确定该项损坏属于保险公司承保范围的时候，提交有关证明向保险公司索赔。

三、合同审核、管理一览表

进口商只有有效的对进口合同实施跟踪与管理，才能保证合同的顺利履行。进口业务中进口商延用着各自习惯的、不同的管理手段。不管使用什么方法，其目的都是为了顺利履约。为了便于进口合同管理，进口商可以参照下面的“合同审核、管理一览表”。该表罗列了合同管理的主要范围，其中的项目，进口商可以结合需要随时补充修改。

合同审核、管理一览表

审核范围	确定事项	落实方案
1. 环境	(1) 政府规定：是否要进口许可证 (2) 港口条件：是否拥挤	如需要，及时申请 如拥挤，请估价下列 解决方案： (1) 推迟装运 (2) 指定另一港口 (3) 与船公司协商
2. 数量	重新评估对进口商品的需求	如合同规定了数量选择条款，决定最终的交货数量
3. 交货	港口条件：是否拥挤	修改并与承运人确认交货日期
4. 质量	参照合同条款	指定检验机构、通知供货商验货
5. 付款	参照合同条款	预付货款或开立 LC
6. 索赔	确定货损、货差	调查货物损坏程度，填写调查报告，向有关当事人索赔
7. 履约担保	评定交货质量及履约表现	退货或援引担保条件，要求赔偿
8. 银行担保	确定银行担保与合同规定相符	根据具体情况退回担保书或援引担保书

第十章 项目引进合同的跟踪与管理

一、项目引进合同的跟踪

工业项目或基础设施项目的引进和进口普通商品、工业制成品及一般机器有很大的区别。项目引进不仅只限于进口有形的商品，还涉及到劳务进口和技术引进。许多项目引进的合同，如交钥匙工程，规定供货商负责提供设备的安装，维修和人员培训等多方面的服务。项目引进合同的跟踪是一项复杂的工作。项目引进往往包括一个主合同或大包合同和几个分包合同。分包合同项下的分包商要同步履行各自的合同义务。协调项目引进项下各个分包商的义务是非常重要的。如果进口商协调不利，影响了主供货商的履约进度，一般情况下前者要对后者负赔偿责任。

项目引进合同的跟踪方法和一般进口采购合同的跟踪方法不同。引进的项目越复杂，合同跟踪的方法也就越复杂。项目引进方式下进口商采购商品或安装设备的进度必须和整个项目的进度同步。这样做的目的，一方面是为了排除整个工程延期的风险，另一方面是为了避免过多的积压库存。项目引进合同通常采用两种跟踪方法，即条线图和网络分析。进口商运用这些不同的跟踪方法的目的都是为了用最有效的方式安排所需要的资源，如设备、机器及其它物品的进口，把采购成本降到最低限度。并同时保证一种进口资源的短缺不会影响或中断其它项目部件的履约进度。

（一）条线图

许多企业多年来一直将条线图用于安排生产进度。目前它的用途已经延伸到用于安排维修进度和项目履行进度。一些有严格的时间要求的生产或经营活动也使用条线图作为对生产或经营进度的跟踪方法。

设计条线图需要四个步骤。第一是明确引进的主要项目设备和产品。第二是明确履约进度表的关键阶段；例如，当采购固定设备的时候，履约进度表的关键阶段是供货商的设备生产、在制品检验、成品检验和交货。第三步是确认这些关键阶段的落实日期。第四个步骤是把前三步的内容制成图表。

下边是一张简化的条线图。引进的项目有两个主要设备局部装配。我们假设为局部装配 A 和局部装配 B。尽管两个设备装配的跟踪日期出现在同一张条线图上，但这并不代表进口商和某个供货商仅有一份合同。在这个例子中，进口商在同一天分别和两个供货商签定了设备局部装配合同。两份合同相互依存，一个合同履行延迟（假设局部装配 A 合同）意味着整个项目的延期（即使 B 合同按期完成）。所以把两个合同放在一个条线图中有利于进口商对整体项目的跟踪。

合同跟踪条线图

工 程 项 目	三月（星期）					四月（星期）					七月（星期）					八月（星期）				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
供货商开工期限	A					B C										D				
局部装配合同 A	A															B C D				
局部装配合同 B	A															B C D				

注：A：合同日期
 B：跟踪日期
 C：双方同意的检验日期
 D：双方同意的完工或装运日期

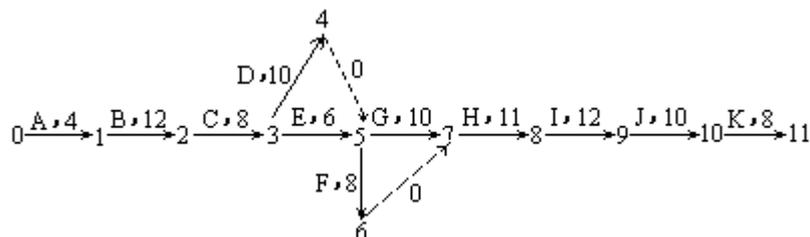
进口商使用条线图能够跟踪项目引进的全过程。在供货合同中，供货商一般都利用条线图安排和跟踪生产过程的各个阶段，以保证在合同规定的交货日期交货。进口商的项目引进合同通常要求进出口商共同跟踪合同履行的进度。特别是当合同规定了买卖双方在项目设计、工程制图、装配过程方面的合作条款，对合同的共同跟踪就更重要了。我们以生产中央空调为例，说明买卖双方在共同跟踪项目引进合同的时候，生产进度安排和跟踪条线图的制作方法。中央空调有两个主要部件，冷凝部分和蒸发部分。制造每一个部件都需要生产商在合同规定的时间内完成一系列的工作。开工三周后，生产冷凝器的各项工作进度表、预计完成期限和完成的实际状况如下：(见第 109 页图)

从条线图中我们看到从合同规定的开工日期算起三个星期后，压缩机只生产了 50%，落后于 75% 的生产进度安排。冷凝扇提前完成生产，冷凝管按期完成制作。根据此条线图表明生产进度，进口商应当向供货商施加压力要求加快生产压缩机的速度。同样，对项目的蒸汽设备也可以制作相同的条线图。在跟踪这些项目部件的生产进度安排的时候，进口商要把各个条线图有机的联系起来作为一个整体跟踪整个项目的进展情况。这是因为任何一种部件的生产延迟都会明显影响项目的整体进度。

(二) 网络分析

网络分析多用于跟踪分包合同、建筑合同和工程引进。网络分析实际上是一种要径法。它说明只有按照事物的内在联系有逻辑的处理各项工作才能达到令人满意的结果。设计一个网络的步骤是：首先把项目划分成一系列的工作、活动或事件。其次估算完成各项工作或活动需要的期限。第三是按照先后顺序落实各项工作和活动计划。第四，把落实的计划结果用几何符号编入逻辑网络，表示每一项计划和计划之间的内在联系。

建立一个网络首先要依照先后次序安排各项工作计划。进口商安排和落实一项工作计划的时候，要考虑以下几个问题：第一，在这一项工作前面还有哪一项或哪几项工作需要落实？第二，哪些工作可能会与该计划同时进行？第三，哪些工作计划是需要随后落实的？第四，各项工作的计划完成期限？我们用厂房建设的例子简要说明这个问题。建成一个厂房需要场区清理、打地基、矗立结构框架、盖屋顶、做隔断、埋铅管、装电线、抹灰、地平、压光和粉刷几个过程。建立网络的数据资料如下：依据这些资料厂房建设的网络图是：



从网络图中可以看到，F、G 两项施工是在 D、E 结束以后开始的。D、E 施工的结束期限分别是十周和六周。这表示项目负责人应当重点落实 D 的施工，保证按期完成。E 延迟四周施工不会影响厂房的竣工，而 D 项计划延误一个星期将会推迟整个工程的完工期限。同样，H 的开工是在 F、G 完成后开

始的。F、G 的完工期限分别是八个星期和十个星期。F 推迟二周不会影响工程，而计划 G 延迟竣工则会拖延整个工程的结束。

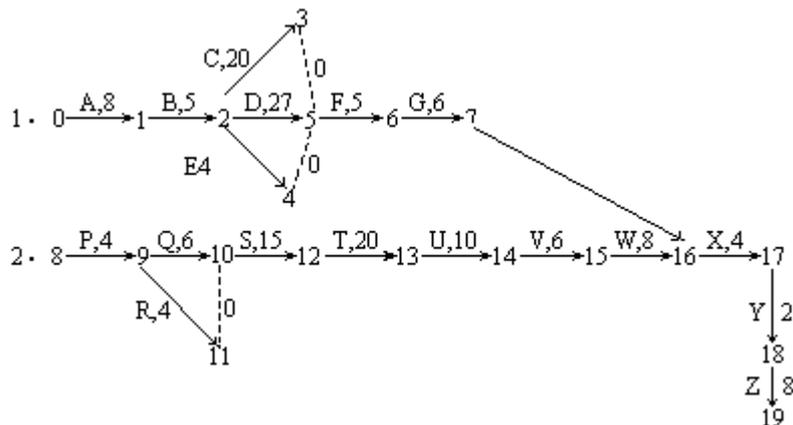
出于这个原因，对工程的管理应当重点放在工程施工的关键路线。即网络图中全部工程竣工需要的总体时间最长的路线。上图中，最长路线是 A—B—C—D—G—H—I—J—K，共 85 周。项目主管部门要保证这条路线的各项工作计划不会出现任何拖延。在完工时间需要 79 周的 A—B—C—E—F—H—I—J—K 路线上，工作 E 和 F 分别推迟四周和二周完成，不会影响整个工程进度。网络图中 D、E 两项工作位于计划 C 之后，而 G、F 计划只有在 D、E 完成之后开工。这样，D、E 被一个虚拟活动连接（见虚线），完工时间为零。出于同样的原因，F、G 也由一个虚拟活动连接，因为工作 H 只有在 F、G 结束后才能开始。

工业项目或基础设施项目通常分成几个子项。作为总项目的一个组成部分，它们可以分包给不同的承包商独立运作。例如，建立一个工厂包括三个子项：设备和机器的安装；场区建设；行政办公区的建设。每个承包商都有各自的工程网络图。然而，子项之间在一定程度上是相互依存的，例如，在某一阶段子项 A 的一个事件和子项 B 的一个事件相交。这就需要进口商建立项目联合网络来跟踪项目进度。我们举例说明如何建立联合项目网络。建立一个工厂要进行设备安装和土建，假设厂房的一面墙只能在机器安装后落成。

机器安装和土建的具体计划如下：

机器安装

施工安排	施工代号	前项施工	施工时限（星期）
准备说明与图样	A	—	8
制作冲模和铸模	B	A	5
生产部件 X	C	B	20
生产部件 Y	D	B	27
采购组装 X 和 Y 的配件	E	A	4
组装部件 X 和 Y	F	C, D&E	5
运至工地	G	F	6



两个网络图在机器安装阶段开始相交。机器安装的关键路线是 A—B—D—F—G 共 51 周。土建至机器安装阶段（数字 16）的关键路线是 P—Q—S—T

—U—V—W 共 69 周。这样，场区建设应当在机器安装前 18 个星期动工。

二、项目引进合同的管理

项目引进合同管理中出现的问题与买方进口其它商品遇到的问题是一样的。这在前面一章已经论述。同时，项目引进合同的管理还有一些其它问题。如合同执行时出现预料不到的情况、项目条件发生变化、项目设计错误、合同履行时出现类似不可抗力的事故、合同供应的物资出现短缺、项目引进的成本发生变化等。

项目引进合同在执行的时候，还可能会出现一些合同谈判期间没有预料到的问题。例如，国内承建商挖地基的时候遇到岩石层而不是泥上层，这就需要重新安排随后各项施工的进度，包括推迟机器的安装时间。在这种情况下，项目引进的进口商就要通知供应机器的国外供货商延期交货。如合同有约定，进口商还要承担延期交货期间机器的存放费用以及存放期间产生的损失。

进口商在项目执行期间也会要求交易对方改变某些项目条件。如要求改变投入的原料比例或增加机器的性能等。这样进口商需要和供货商重新商谈、修改合同条款。而某些设计上的错误也只有在项目履行的时候才能反应出来。进口商也需要因此和提供机器、设备及其它原料与服务的分包商商议修改合同。

有效的合同管理是项目引进成功的关键。它要求进口方深入理解合同条款及条件；要求进口方拥有一个高效率的合同跟踪制度，能够及时发现问题；要求进口方明确提出解决问题的各种方法；也要求进口方认真评估各种解决方法的利弊。

第十一章 进口采购部门管理

一、进口采购部门的结构

决定进口采购成功的关键性因素在于进口部门实施的各项控制与管理手段。

进口采购部门的结构说明了该部门承担的责任，明确了部门间成员的分工。各个企业的进口采购部门在形式上可能有所不同。有些进口部门是按职能进行分工，如许多国家的进口部在本部总经理负责制的前提下分别设有采购部、运输部、信息咨询部和库存仓储管理部。有些进口部门的分工是按照进口的产品或进口的地区划分的。不论进口采购部门的结构如何变化，其宗旨都是旨在保证本部门的进口采购顺利、高效的进行。在现行作法中大多数西方国家的进口采购部门，都是按照进口采购的主要业务环节设立不同的职能部门。各职能部门履行各自的分工，在进口采购部总经理的领导下共同落实企业制定的各项进口采购计划。统而言之，它们的分工大体如下：

（一）进口部总经理

进口部总经理的责任是有效的管理进口采购部门，贯彻企业进口采购策略。具体表现为参与制定企业的进口战略；拟订、执行和控制进口采购计划；指导和协调本部门的工作；签定进口采购合同；协调和企业其它部门的工作关系。

（二）采购部经理

采购部经理的主要职责是协助总经理有效管理进口部；参与制定本部门的采购计划；准备、执行和控制进口计划下的各项采购业务；负责掌握和解释有关的进口规定；监督进口合同的履行的全过程；负责采购项目的谈判；在解释和执行进口合同时协调与其它部门的配合。

（三）信息咨询部经理

信息咨询部经理的主要职责是搜集和更新与制定进口决策有关的一切信息；为进口部制定进口采购计划提供有价值的信息资料；随时向总经理或有关主管人员提出有益的建议；密切和其它有关部门协调、配合。

（四）运输部经理

负责安排和进口货物运输有关的一切事宜。

（五）库存仓储管理部经理

负责进口货物库存和仓储的跟踪、监督和管理。

二、进口采购部门的经营管理

不同的进口企业可能延用不同的经营管理方法。科学的经营管理方法是保证企业顺利落实各项进口采购业务的重要手段。在众多的经营管理方法当中，用表格统计和记录已经履行的各项进口采购业务是进口企业普遍采用的一种实用型管理方法。进口部门经过统计、分析和评审这些表格，可以根据从中发现的问题及时调整进口计划。这些表格也是企业在今后制定进口策略的时候有价值的参考资料。这些表格主要包括：供货商清单；产品清单；投标评估单；采购定单；履约进度跟踪表等。下面提供的单据图例只是各种单据包括的基本内容，在此为进口商提供参考。进口企业应当根据自己的需要对表格给予补充或修改。

（一）供货商清单

进口采购部门可以利用供货商清单，记录有关供货商的业绩并随时补充

他们的最新资料，随时根据清单记载对供货商进行评审。

供货商清单

供货商名称：
 地址： 供货商代码：
 通讯：
 供货商在进口国代理商：
 供货商主要的海外客户：
 供应的主要产品：
 品质等级：
 交货安排：
 售后服务：
 使用的销售条件：
 供货商信用：
 通常采用的调整价格的方法：

供货商评定

优势

劣势

(二) 产品清单

每一张产品清单记载了进口商从不同的供货商处采购的同一种产品。进口商记录、跟踪产品清单从中发现问题为选

采购记录

供货商	编 码		1991	1992	1993	1994
	供货商	产品				

总计：

择和调整供货渠道提供参考。

(三) 投标文件评审单

投标文件评审单供进口商用来记录各个供货商投标文件的主要条款。它也是进口商评定供货商的一个重要参考文件。

第十二章 进口采购的信息管理

一、市场信息的重要性

进口采购包含着一系列的决策过程和活动。这个过程从进口商对一种商品的需求开始，一直到把这个商品从海外市场采购回来交到用户手中为止。在进口采购的每一个阶段，市场信息都起着决定性的作用。

进口商在制订进口采购计划的时候，要解决的问题是采购什么商品、采购的准确数量、采购的价格、采购的具体时间、采购方法、采购地点以及向谁采购。一项理想的采购决策至少要达到五个相互联系而有时又相互冲突的目标。这些目标被称作制定一项好的采购决策的“五好原则”。其内容是：好的商品；好的数量；好的价格；好的时间和好的渠道。“五好原则”相互联系但有的时候又互相冲突，例如，最低的价格不一定是最好的报价，因为价格还涉及到商品的质量、交货条件和交货安排等，而这些又都反过来影响着商品的价格。又如进口商品的采购数量和采购时间受着以下因素的影响：产品是否能最大限度的满足消费者的需求；市场对产品的需求量；产品的阶段性需求；产品的市场结构和商业销售惯例；目前的和将来的总体经济环境；采购产品全球范围的供需状况；现行价格和趋势；预计的和可行的交货条件；运输形式和运费；外汇汇率和趋势；续定单的费用；资金状况；国内外利率；存储费用。进口商如何按照这个既矛盾又联系的“五好原则”制定最佳的采购方案呢？不难看出进出口商在分析和组合采购方案的时候，需要大量的信息作为参考。应当注意的是，信息本身并不能导致决策的出现。信息只有经过深入加工和分析才有助于决策者排除障碍，运用它制定正确的方案。正确的分析和使用信息是进口商制定最佳采购方案的基础。

二、市场信息在进口采购中的作用

信息在每一个进口采购的决策环节都起着十分重要的作用。除此之外，信息在采购商品的运输、保险、存放、市场惯例等方面也起着非常显著的作用。

（一）采购的商品

确定采购什么商品是制定进口采购计划的基本原则。当购买消费品的时候，进口商从国际市场购进的商品必须能够最大限度的满足消费者的需要。当进口商采购非消费品的时候，购进的商品应当能够满足用户特定的用途。为了达到这个目的，进口商首先必须十分明确消费者或用户对进口商品的基本需求是什么。这包括了解他们的偏好和口味、在不同的价格水平可以接受的商品质量、产品的用途、使用产品需要条件和环境等。这就要求进口商通过可能的方式如市场调查或产品调查，从消费者或用户那里搜集这方面的信息。这也意味着进口商要随时充分了解市场上的新产品、新技术的开发、原材料的变化、工艺和设备的更新等。进口商只有在了解了国际市场上的新产品，了解了具体的产品系列以后，才有可能选择最佳的产品方案，即采购什么商品。同样，同一个商品在不同的价格水平体现了不同的品质质量。进口商也只有了解了这些价格差异和品质差异后，才能制定一个带给消费者或用户最大满足的产品方案。当进口商作为采购代理的时候，采购什么商品完全听任用户的安排。这种情况下进口商的职能非常简单，他要做的只是签定进口合同及相应安排进口货物的运送事宜。但是，尽管如此信息在这种场合仍然起着很重要的作用。例如，搜集国际市场的价格信息，有助于进口商了

解拟采购商品的现行市场价格及有关价格条件，以便有针对性的和供货商进行价格谈判。

（二）采购的数量

在确定采购数量上信息同样起着关键作用。可以说在很大程度上信息决定了采购商品的数量。如果在采购周期内进口国根本不生产拟进口的产品，那么该商品的来源将完全依靠进口。如果进口国本身生产这种产品，那么进口数量则取决于国内的产量。这两种情况都要求进口商预测、分析国内需求并在第二种情况下调查，计算国内的产量，而这些结论是建立在大量的信息搜集、整理和分析的基础上。预测采购数量还要考虑进口货物在运输、存放、装卸以及产品加工等各阶段的损耗。除了确定采购周期（如以一年为一个采购周期）内需要进口的商品数量以外，进口商也应当确定在采购周期的各阶段需要的商品数量。结合库存成本、国际市场的供货和价格趋势、订货间隔的长短以及订货间隔期间可能存在的不稳定因素估算最经济的订货数量。季节性需求变化也是影响采购数量的重要条件。没有信息进口商不可能对制约采购数量的这些因素进行分析并制定正确的数量决策。

（三）采购的时间

确定进口商品采购的最佳时间是进口采购的重要决策之一。国际市场上的产品尤其是初级产品的价格变化很大，而影响价格变化的因素和事件有很多，例如，供求关系、气候、汇率、战争、政府禁令等。同一产品在不同的时间采购其价格可能因为这些因素或事件的影响而处在不同的水平。进口商只有及时了解、密切跟踪和深入分析左右价格的因素和事件，对它们给予正确分析和定论才能恰当的安排进口商品的采购时间，避免价格上的损失。

（四）采购的地点

在决定从哪个国家采购以前，进口商必须首先了解世界上哪些国家生产这些货物并可向其它国家出口。这是因为虽然有些国家生产这类产品，但由于各种原因这些产品并不对外出口。其次进口国政府有时对某些国家的出口产品实行进口限制。因此，进口商在决定从哪个国家采购以前，也要了解本国政府对有关出口国家实行的贸易壁垒。出口国家的运输条件和运输费用，也是影响进口商选择采购地点的因素。进口商只有通过搜集和分析影响选择采购地点的诸多因素才能正确的判断和确定采购地点。

（五）采购对象

进口商在确认了拟将采购的商品、采购的数量、采购的时间、采购的地点以后要开始挑选和评审供货商。进口商利用各种渠道获取的信息编辑潜在供货商的初级目录，然后对他们进行资格评定。在评定结果的基础精选供货商。进口商必须依靠大量的信息资料来完成挑选、评估和最终确定供货商的过程。

（六）采购价格

进口采购的一个原则是进口商支付最合适的价格。但在采购的时候，进口商如何决定这个合适的价格并不是一件十分容易的事情。国际市场上的商品价格因受到许多因素的影响而瞬息万变。进口商必须依靠分析大量的价格资料 and 价格信息来确定合适的价格。进口商应当注意的是合适的价格并不是最低的价格。价格与商品的品质、交货条件、成本、替代商品等诸多因素有关。进口商支付较高的价格可以换取供货商在各方面较好的服务。所以进口商必须分析影响商品价格的各种信息以便正确的评估价格。

（七）采购的方法

国际市场上不同的商品有着各自不同的贸易惯例。交易习惯、市场结构、产品特征、生产过程等都直接影响着采购商品的贸易惯例。有些商品适宜通过招标方式采购，有些商品则适宜通过谈判进口采购。有关市场和产品特征的信息对进口商选择正确的采购方法具有十分重要的意义。

三、信息的搜集、处理、储存和清除

（一）搜集信息的原则

搜集信息是一项看似简单而实际复杂的工作，这主要是由于几个原因造成的。首先，贸易信息的渠道非常广泛并且呈多样化，进口商很难搜集到载有各种信息资料的、门类齐全的刊物。其次，资料搜集过程中要支付大量的费用，而问题的关键在于进口商要用最小的代价换取最大的信息量。第三，许多出版物刊登的消息在内容上相互交叉。这些都给进口商搜集信息带来一定的难度。因此，进口商在挑选信息的时候必须谨慎，以便尽可能正确的搜集与采购目标有关的信息资料。进口商搜集信息的时候，应当遵照一定的原则：第一，渠道来源提供的信息应当和进口商的需要密切相关；第二，信息渠道必须可靠；第三，渠道来源提供的信息必须清晰、明确、有价值并且易于摘录使用；第四，信息渠道应当能够有规律的定期提供信息。搜集信息的方法主要分为两步。首先挑选那些与进口商需要有关的资料，然后在这个基础上针对不同的信息使用对象，如采购经理、财务经理等对这些资料进行分类和精选。

（二）信息处理和储存的方法

信息经搜集以后有可能被进口商立即采用，也有可能被进口商在将来的某个时间采用。大部分信息需要经过有效加工后储存起来以备使用。处理和储存信息的方法也是多种多样的，采用什么方法取决于信息渠道的特征。

对于出版的专题著作而言，常用的信息处理和储存的方法主要有：

1. 资料分类

这种方法适用于出版的书籍、名册等资料。具体做法是给这类资料分别加注功能代码、产品代码和国家代码。例如，给一本介绍日本市场蔗糖运输的书籍分类。蔗糖的产品代码是 SITC061，国际运输的功能代码是 10.01，日本的国家代码是 45392。具体的分类方法是：

SITC061

45392

10.01

国际上一些大的组织机构，如联合国国际贸易中心制定了一套专门的分类方法。

2. 制作资料索引

这种方法适用于同时介绍几个专题的出版物。制作索引的方法是首先查阅出版物刊登的内容，然后列出包含的主要专题。对各主题的描述要言简意赅，并且可以用文字描述下面加划线的方法作重点强调。

3. 目录卡片

目录卡片的内容包括资料名称、内容简介、作者、出版商、出版时间和地点等项内容。

期刊、杂志也是进口商信息来源的重要渠道。进口商收到期刊杂志以后，认真审核刊登的内容，对于有价值的信息资料给予摘录、分类和留存。比较

有效的期刊杂志的处理和储存方法是对期刊杂志广泛分类，例如，从作用角度分类、从国家角度分类或者从产品角度分类。

除了专题刊物和期刊杂志以外，产品目录、小册子、信件、传真件、报纸等发行物也为进口商提供了大量的信息资料。常用的处理、储存方法也是从作用、产品、国家等角度进行归类。

（三）清除失去时效的信息

有些信息资料经过一段时间以后会逐渐失去商业价值，如果继续保存会给进口商带来很大的不便。因此，进口商应当制定一套过期信息的清除方法。清除过期信息的一般原则是：第一，期刊、杂志的保留期限通常是一年；第二，名录、年鉴及类似的刊物当新版发行后立即报废保存的旧版；第三，超过五年的统计数据 and 供货市场调查报告大多没有保留价值；第四，对于储存的全部信息资料至少每年检查一次，及时清除那些没有价值的文件。进口商应当高度重视手中信息的时效性和相关性。信息的质量重于数量。

四、信息分析的方法

（一）信息定性分析

进口商可以从报纸、杂志、期刊等渠道获取大量的有价值的信息，有些时候这些渠道刊登的信息与进口商拟采购的商品直接有关，有些则是间接有关。例如，某一杂志报道石油价格提高，并同时说明了价格增长幅度和提价的原因。这就是直接信息，进口商对这些直接信息的分析方法只是把公布的资料进行搜集、整理和归纳，然后作出结论。然而许多情况下这些刊登的信息并不是很完整的，甚至有时看起来和进口商采购的商品没有直接联系。例如，资料中没有说明价格上涨是全球范围的还是个别厂家的，是暂时的还是永久的，是因需求增加引起的，还是由产量减少造成的。又如据报道由于世界范围的对不锈钢的需求下降，其产量将大幅度减少。这个信息对采购镍的进口商来说具有重要价值，因为镍是制造不锈钢的主要原料。这些信息属于间接信息，进口商要想作出正确的判断就要寻找其它信息进行补充，对搜集的资料进行认真分析。

为了制定采购决策，进口商必须广泛搜集、深入分析影响进口商品的直接和间接信息资料。定性分析不是抽象的新闻报导形式，也不是用自己的语言对一条信息做出总结。而是把直接的和间接的信息资料进行汇总，通过因果关系演绎逻辑推理。

（二）信息统计分析

进口采购中存在着许多信息统计分析的方法。进口商使用哪一种分析方法取决于几个要素，它们是分析进口采购的哪一个或哪几个决策环节、产品的特征、产品的国际市场结构、采购数量和采购周期等。进口商选择的统计分析方法必须适合调查和分析的具体范围。例如，当进口商采购消费品或中间产品用于投放国内市场的时候，要相应安排商品的采购数量、采购地点、采购批量、采购价格等。出于许多原因，人们对进口商品的需求并不是一成不变的。这表现在随着人口的增长和人均收入的提高，人们对进口消费品的需求量会增加，或者随着国内产量的提高，对进口商品的需求量减少。那么在预测进口需求这个决策环节的时候，进口商可以用时间序列和趋势分析、回归模式、物料平衡方程和投入产出模式这几种不同的定量方法分析进口需求。

就信息统计分析而言，数据本身并不能经常说明问题。为了使它们变得

有意义需要对它们进行人为的加工。有时候这种加工非常简单，只需要把数据重新排列就可以了。但是大多数情况下，进口商只有对必要的数据进行系统的整理和加工以后才能分析、选择各种采购方案。下面我们用季节性变动指数这一统计方法对数据进行整理加工，来说明金属锌的价格变化趋势并观察进口商如何利用得出的结论相应选择采购方案。这种数据统计方法是利用一段期限内商品价格的平均值建立价格的季节性变动指数。

从上列表中，可以看出金属锌的价格呈季节性格局并且在一月份价格最低。这一数据统计为进口商提供了一条采购原则，即如果库存费用不会过高以至抵消了这一优势，进口商应当考虑在一月份购进至少前六个月需要的锌。

五、信息传播的方法

信息被搜集和分析后，只有经进口商采纳才变得有价值。信息传播就是把经过加工整理的信息用各种方法按时传递给制定进口决策的人。信息传播的方法主要有直接传播；要闻摘要；市场回顾和产品及行业调研四种。使用哪一种方法传递信息取决于信息的性质，即信息在变得有意义以前是否需要经过加工整理。例如，有些消息具体、详细的报导了某个商品和它的市场情况，这则信息不需要经过深加工可以直接传递给决策人。

（一）直接传播

有些消息直接、具体、详细的报导了进口商感兴趣的物品，例如，某杂志上发表的关于某一产品近期在国际市场上交易状况的报告，这则报告应当直接推荐给有关的采购人员而不需要再经过任何加工。

（二）要闻摘要

要闻摘要是从商业杂志、期刊等来源摘要有关的新闻、观点、评论和数据。摘要的原则是保证内容和语言的准确性。在要闻摘要的结尾要注明信息的来源渠道，以便有兴趣的读者能够查找详细资料。

（三）市场回顾

这种信息传播的方法是指综合一段时间内。例如，一个月的全部信息资料，对每一项进口产品进行该阶段内的市场回顾。这种综合报告不宜太长，并且在结束部分要简明的对市场形势做短期预测。

（四）产品及行业调研

对与进口有关的产品和行业进行调研，撰写调研报告也是一种非常行之有效的信息传播方法。

对初级产品和制成品的调研应当包括过去一段时间以来产品的生产、消费和进出口的全球动向、产业结构的特点、主要的生产商和消费对象、贸易额和贸易流向。应当包括交易特征，即现货交易还是期货交易、价格趋势、定价方法和惯例、支付方式及其它条款。调研报告也应当强调影响进口产品供给的新近动态并提供世界主要供应厂商的名单。名单中列明厂商的名称、地址、通讯方法、生产能力和水平等内容。

构成机械和厂房设备引进的产品范围非常广泛。由于受到各种资源条件的限制，许多发展中国家的进口企业在对这类项目进行调研的时候，大多依赖发达国家出版的专营这类项目的商业期刊和杂志。这些期刊、杂志除了报导短期市场趋势以外，通常载有对某一产品的详细调研报告。调研报告有时也以期刊、杂志和附件形式出版。这类专业心调研报告即可以按原样传递给相关的采购人员，也可以在保证不遗漏实质性调研结果的前提下适当加以改

动，删除那些与进口采购部门不相关的内容。

第十三章 企业出口潜力分析

国际上大多数的生产企业十分熟悉国内市场的情况，他们了解竞争对手、知晓自己产品的特点、把握客户的需求。然而，在它们当中，有些企业对国外市场的情况以及在国外市场经营成功的条件却极为鲜知。在单纯的盈利的目的下它们贸然闯入国际市场。这种做法对企业的威胁是显而易见的：不了解自己出口经营所具备的优势和劣势；不了解国际市场的规律；不了解出口经营之道；不了解出口竞争对象的经营情况；不了解国外消费者的喜好；不了解出口活动对本企业整体经营产生的作用和影响。这些都会使企业的出口经营冒很大的风险。那么，生产企业应当如何进入国际市场从事它们的出口经营和销售呢？这要从企业分析自己的出口潜力开始。具备了一定的出口潜力证明企业具备了进入国际市场的条件和能力，否则只能说企业在海外经营和销售的机会尚不成熟。

一、什么是企业的出口潜力

出口潜力是指企业利用海外推销机会的能力。是否有海外推销经营的能力要受许多因素的限制。例如，最简单也是最重要的一个限制因素是国际市场对企业或厂家拟将出口的产品或服务是否有需求。打算进入国际市场的企业、厂家或公司在决策是否从事出口经营以前，必须认真分析和评估自己所拥有的出口潜力，这是企业通往国际市场的先决条件。

二、影响企业出口潜力的因素

分析出口潜力就是分析和评价影响企业在海外市场经营销售的诸多因素。这些因素包括：

第一，产品。企业的产品在国内市场是否畅销、价格是否具有竞争性、设计和制造是否先进？产品能否进入海外市场受到这些因素的影响。

第二，生产能力。厂房和设备是否能在继续供应国内市场生产需求的同时，也能满足国外市场的需要？

第三，企业管理和经营、管理部门。出口经营，特别是在初期阶段，需要大量的管理时间。如果企业现有的管理结构已经完全频于应付国内业务的需要，那么额外承担出口经营管理的难度可能很大。同样，现有的职能部门或管理部门也可能不适于出口经营。这些都会制约企业步入国际市场。

第四，财务状况。出口经营销售要占压大量的资金。例如，产品库存、待收的应收账款。特别是在出口经营的前期阶段需要大量的资金投入用于市场调研、广告和产品促销宣传。企业是否能够投入足够的资金用于出口经营？

第五，企业的技术水平。拥有高水平和高效率的产品研究与开发条件的企业有着比较大的出口优势。

第六，营销和推销水平。国内市场获得的销售经验往往不能直接用于海外市场。但拥有一支经验丰富的推销人员队伍，将他们的经验和知识有选择地用于海外市场是企业可以进入国际市场的有利条件。

第七，企业的出口经验。企业直接或间接得到的出口经验和教训对它们今后在海外市场发展有积极的影响。

第八，企业目标和重点。企业国内的经营计划对评估它的出口潜力也有直接的影响。因为企业的人力、物力、资金、管理在国内业务的分布会影响这些资源在海外市场的投入，进而有可能制约企业在海外市场的发展。分析影响企业出口潜力的这些因素应当具体考核这些因素包含的指标或项目。

（一）产品

企业在分析出口潜力的时候，要认真审核自己的产品。审核的目的是将生产的产品进行分类，挑选适合出口的产品。当然在国内畅销的产品并不意味着在海外也有现成的市场。事实上只有针对国外消费者的偏好对产品在设计、制造、包装方面进行不同程度的改进，产品才会有海外销路。挑选适合出口的产品要考虑产品的几个主要特征：

第一，产品的功能。产品的用途是什么？产品的特点是什么，有什么优势或劣势？

第二，产品的制造、设计和包装。产品性能属于简单型还是性能复杂型的？产品的产量、质量标准、设计和包装情况，有无现成的改进措施？目前的包装方式是否适应国际运输？

第三，产品使用。产品的使用对象？产品在使用的时候是否需要特殊的技巧或依靠说明？使用产品需要花费的成本。例如，电力、物力、人力？产品在使用的时候是否需要安全装置或配件？

第四，产品成本和价格。产品的成本和国内销售价格？产品属于利润大的产品还是利润小的产品？大批量生产能否大幅度降低产品的成本？使用替代原材料是否可以降低产品成本？

第五，售后服务。产品是否需要安装和维修？产品是否需要零配件？企业是否需要安装和维修人员？

第六，法律保护。产品或产品的生产过程是否受本国或海外专利的保护？产品是否含有不受专利保护的商业秘密？企业使用的产品商标是否已经在海外注册？

（二）生产能力和营销、推销能力

许多成功的出口商认为企业的生产制造能力和营销、推销水平是出口潜力的决定性因素。评定企业的生产能力包括：购置原材料和设备能力的强弱；采购和生产环节的协调程度；生产进度安排和生产管理的水平；设备、厂房的使用率；生产成本的控制和成本核算；满足客户特殊要求的生产能力；应付定单不足和定单过量的能力等。衡量企业营销、推销的水平是看以下指标的强弱：产品的总体营销计划；按产品、市场和客户分类的营销、推销计划和预算；结合成本预算和市场情况制定的价格策略；挑选利润最大的产品、市场和客户的能力；推销人员的业绩和企业对他们的培训；产品售后服务的水平；广告宣传 and 各项推销活动的深度和广度。

（三）企业的技术水平

企业的技术水平是指企业现有的商品研究和开发程度。例如，企业对产品的改进、新产品的开发、工艺设备的研制；研究、开发人员的经验和素质；研究开发部门与其它部门的配合等。它标志着企业适应国际市场的能力。

（四）财务状况

出口经营需要的资金远远大于国内经营需要的资金。因此，出口经营需要出色的财务管理。依照目前企业的财力，是否能投入部分资金用于出口经营呢？这需要企业核查以下几个项目：

第一，出口资金来源。目前企业经营需要的资金是否充分？企业是否具有出口销售需要的资金？企业能否从其它渠道得到周转资金？

第二，盈利和亏损。企业的税前利润？如果出口盈利少，是否还进入国际市场？

第三，投资和开发计划。最近两年厂房，设备等投资计划；新产品开发和研制计划等。

第四，企业的出口开发预算，企业准备投入多少资金用于出口开发？企业能接受的最低出口销售和投资回报率是多少？

第五，财务和成本管理。企业销售支出的预算是按产品划分，还是按市场或客户划分？企业是否拥有一个可靠的和高效的管理信息系统？这个系统能否用在出口经营？

（五）企业的经营管理部门

企业的经营管理部门是否要调整取决于企业的出口规模。企业分析出口潜力的时候，评定经营管理部门的目的是为了发现制约企业向海外发展的障碍；了解出口经营如何和现存的部门接轨以及发掘尚未发现的人才。

（六）企业的出口经验

企业已往的或现有的直接或间接的出口经验有助于企业今后在海外市场的发展。这些经验包括：

首先，市场经验。企业的出口市场是哪些？在各市场推销的什么产品？产品的销量、利润和市场份额如何？产品的销量和收入是否在增长？影响销量进一步增长的因素是什么？市场上谁是主要的竞争对手？

其次，产品经验。出口的产品是什么？产品在款式、包装等方面有无变化？产品目前处在生命周期的哪个阶段？产品有无专利或商标的保护？

第三，生产经验。生产能力如何？对外交货需要多长的时间？出口产品的平均和最大单位成本是多少？规定的最低生产量是多少？出口产品是否需要特殊设计？

第四，财务经验。出口经营给企业带来的利润有多大？出口部门的全部经营成本是多少？出口占压的资金有多少，

第五，出口经营管理部门的经验。出口部门的结构和人员安排？各部门和人员之间是如何分工的？出口部门落实了什么措施，以保证出口推销的力量用在利润最大的市场和产品？

第六，企业积累的经验或教训。出口经营中在产品、价格、定单加工、信贷等环节出现过什么失误？是什么原因引起的？采取了什么纠正措施？哪些是重点市场和产品？出口部门是否需要重新组阁？

通过分析影响出口潜力的各种因素，企业可以发现自己的出口优势和劣势。

三、分析出口潜力的目的

企业分析和评估自身出口潜力的目的有三个。它们是：其一，挖掘目前尚未充分利用和开发的，通过出口经营能够给企业带来额外收益的财力、人力、经验、生产能力和技术诀窍。其二，发现影响企业出口经营的障碍和因素。其三，分析出口经营是否能给企业带来大量的经济效益。

出口潜力调查分析可以使企业有针对性和目的性的审视自己。调查分析的结果应得出“我们具备出口条件吗？”这个结论。只有在答案是肯定的前提下，企业方可作更多的准备工作，例如，制订出口销售计划或寻找海外市场才变得有意义。

第十四章 制定企业的出口决策

出口潜力分析是企业从事出口经营的第一步。企业通过出口潜力分析，确实了自己的出口优势和劣势并得出明确的结论。当具备出口的时候，企业可以开始着手制订“出口决策”。“出口决策”是企业出口经营的行动指南。从许多出口企业获得的经验看，缺乏明确的、具体的出口策略是企业不能充分挖掘自身出口潜力的优势和丢失海外市场的主要原因。

企业制订出口决策的目的在于：首先，明确企业的出口潜力并为今后的行动做出确定的结论；其次，明确企业出口的原因和达到的目标；第三，确定企业将要开始的出口经营规模，落实具体经营方案；第四，帮助企业人员执行和落实自己的义务和责任，加强各个部门的协调和配合。

企业制定出口决策要首先明确自己的出口动机，也即“为什么出口？”。出口原因也是企业制定出口经营各项方案的重要基础和依据。

一、企业出口的原因

为什么要出口？每一个企业都有自己非常明确的出口动机。进入海外市场的原因很多，“赚取国内市场得不到的利润”是许多出口企业，尤其是中、小型企业决定从事出口经营的主要原因。企业的出口原因在一般情况下会出于以下几种动机。

- 海外有着更广阔的消费市场和消费对象。进入国际市场可以提高产品销售量、增加利润收入。

- 为了启用闲置的生产设备。

- 面对广阔的出口市场、通过启用闲置的生产设备可以提高产量，进而降低产品的单位成本。

- 通过出口市场来补偿产品销售和生产的季节性波动。

- 海外消费者的购买力大于国内消费者的购买力。

- 为了延长产品的生命周期。

- 通过市场多元化降低经营风险。

- 进入国际市场了解消费者的偏好、产品生产的新方法和新工艺、国外竞争对手的情况，为企业寻找新的发展机会。

- 为了扩大企业的经营规模。

- 为了增加外汇收入。

- 为了提高资产回收率。

- 为了充分发挥现有的出口经验和人员的优势。

- 为日后建立海外机构或在海外投资作准备。

- 企业的出口原因是企业制定出口决策的重要依据。

二、出口决策的内容

企业制订的出口决策通常包括以下十项基本内容：出口潜力的分析；出口的主要原因；企业面临的问题；出口拟达到的规模；出口目标（销售量、利润、资产回收）；出口营销策略；产品策略；价格策略、交货条件和信贷条件。出口决策的十项内容分成两大部分。一部分是战略决策，另一部分是经营决策。经营决策是在战略决策的基础上制定的。

（一）战略决策

战略决策是为了帮助企业明确以下几个问题：

第一，进入海外市场推销产品给企业带来的具体利益是什么？

第二，企业进入海外市场面临的困难和障碍是什么？

企业进入海外市场面临的困难和障碍主要来源于两个方面。一是内部，即企业自身因素形成的。例如，经营管理部门的结构不合理、产品质量不过关或资金短缺，二是外部。这些困难和障碍则来源于海外经营的风险和不稳定因素，是出口企业无法控制的。例如，海外市场的政治、商业环境不稳定、海外贸易伙伴不稳定的经营作风和商业信誉等。它们都直接影响到企业是否可以顺利进入国际市场。除此之外，阻碍企业主动或被动地进入国际市场的障碍还有：

- 来自国内市场的大量订货使得企业无暇顾及出口经营。
- 海外市场设置了许多出口企业无法逾越的贸易壁垒或其它障碍。
- 企业不能适应海外市场和国内市场在销售条件方面的巨大差异。
- 无力承担进入海外市场需要的大量的先期投资和开办费用。
- 政府对海外经营的一些限制性规定，以及需要办理的各项复杂的进出口手续制约着企业。
- 按照国外需求改进产品和产品包装存在着技术上的问题。
- 海外市场的信息不足使得企业不敢贸然闯入国际市场。
- 企业缺乏出口经营管理经验和管理人员。
- 企业的出口潜力分析证明出口优势不足。
- 出口信贷风险过高。

第三，出口的利润目标、销售目标、投资回收目标是什么？

（二）企业的出口经营决策

在战略决策的指导下企业制定出口经营的各项决策。

出口经营决策说明的主要问题是：

第一，鉴于目前的人力、财力和物力资源，企业出口经营的起始规模是什么？

第二，如何分配出口经营需要的人力、财力和时间？

第三，企业出口经营需要的最佳部门形式是什么？

三、确定企业出口经营行动方案

出口决策的一项重要内容是企业选择正确的出口经营的行动方案。许多现今成功的出口企业都是按照循序渐进的原则开始从事和扩大出口经营的。企业应当针对自己的条件选择不同的出口经营行动方案，并且随着出口经营的条件和环境的改善调整这些方案。

（一）国内出口销售

这种方法与国内贸易没有区别。企业把自己的出口产品卖给国内的客户，由他们把货物销往国外。这些国内客户可能是本国的商人，也可能是外国企业或政府在本国的采购代理。他们在买进商品后可能把货物转销到国外，也可能在本国将产品就地出售。许多西方国家的中小企业都是通过这种方式把产品转销到国外。

（二）小规模简单出口

这也是非常简单的一种出口经营方式。收到国外客户采购产品的定单以后，只要订购的产品有现货，企业即可安排货物的出运。企业对产品的设计或包装不需要做任何改动。在这个阶段出口企业不必要寻照海外贸易伙伴、不必要进行海外市场调研，也不用做各种广告、促销宣传。

（三）间接出口

企业通过专门的进出口贸易公司向海外推销产品。出口企业开始有意安排出口产品的生产、开始关注国外市场、关注贸易伙伴、关注推销手段。

（四）直接出口

企业开始投入时间和财力开发海外市场、指定代理商或经销商、协助他们的促销活动。企业直接签定出口合同、安排货物的出口装运、办理出口货款结算。这一阶段企业的出口经营成本增加，但出口收益也应当上升。

（五）在海外市场建立推销机构

当出口经营发展到一定程度，企业应当考虑是否有必要在主要的国际市场建立海外销售机构以进一步扩大出口经营。这种方式能够深化企业对海外销售的控制。但是也要注意随之而来的、可能出现的管理和财务问题。

（六）许可证贸易或承包生产

向国外企业授予许可生产协议或承包生产的权力是出口企业海外经营的更高层次。某些情况下由于进口国家的高关税政策以及严格的进口限制，这是进入海外市场的唯一办法。用这种方式从事出口经营的时候，必须能够事先解决以下几个问题：一是寻找合适的合作伙伴；二是对生产技术或工艺必须有专利保护；三是特许权、版税和其它资金款项的转移必须受到保护；四是买方在第三国推销许可生产产品的限制性规定。这是为了避免他和出口企业在第三国市场竞争。

（七）海外生产经营

出口企业在海外投资，在出口市场建立独资或合资企业。这种方式出口企业要保证海外投资、利润转移和再投资会受到当地国的法律保护。

出口企业从事出口经营的时候，并不是都要从国内出口销售起步，也并不都是要达到海外生产或经营的最高程度。了解这种阶梯状出口模式的目的在于帮助企业做出正确的选择。寻找进入海外市场的正确途径是非常重要的。它直接关系到企业今后的海外发展。

第十五章 出口市场调研

对出口商而言，大多数的海外市场不仅地域遥远而且信息量小。但是获取市场信息、客户信息、销售渠道信息、竞争对手的信息是出口商进入海外市场、开发有利可图的出口经营销售的先决条件。出口市场调研的主要任务和作用就是：第一，为选择目标市场提供信息和资料；第二，由于每个海外市场的销售渠道、客户行为和偏好、商业习惯、竞争方式、价格和销售条件不同，因此出口市场调研要为制订具体的市场决策提供依据；第三，系统营销意味着计划和管理，而市场调研是一个重要的管理工具，它提供了用来比较计划营销目标和实际营销业绩所必须的资料。出口企业如何对海外市场进行调研呢？结合许多的西方出口企业市场调研的经验看，运用得当的调研方法和调研规则有助于出口企业提高出口调研质量、缩短调研时间和节省调研费用，同时也有助于企业全面完善出口经营计划。

一、了解信息来源

出口企业调查海外市场首先要选择信息来源渠道。市场的信息来源主要有两大渠道。一是通过案头调查搜集资料，另一种是通过实地访问搜集需要的信息。出口商最终采取哪一条渠道搜集信息取决于出口产品的特征和调研费用的核算。

（一）通过案头调查搜集信息

使用案头调查搜集信息，出口商需要研究和分析大量的经各种渠道公布的贸易数据和统计数据以及发表的各种报告。通过什么渠道得到这些文件呢？许多国家的政府机构、行业协会或民间组织部设有专门的信息咨询部门，通常能够提供大量的出口商需要的这类市场和产品信息。出口商通过这些渠道搜集需要的信息可以节省大量的费用和时间。国际上比较常见的这类信息渠道主要有：

银行：国际上一些著名的银行，例如，英国的米兰银行、巴格莱银行，通常发行期刊或季刊，报导有关世界贸易概况、经济趋势、财政政策等方面的情况。这些期刊或季刊大多可以免费得到。

经济及金融杂志：一些国际上发行量很大的经济及金融杂志，专门报导各个国家、各种产业或主要进出口商的贸易情况。

贸易促进协会或商会：各国贸易协会或商会经常为本国出口商提供一些有价值的报告或刊物，报导一些商品情况和商业机会。

商务咨询公司：大多数国家没有专门的咨询公司，专门为出口商提供商业咨询服务。

出口国或出口商设在海外的一些机构也是出口商市场调研的重要信息渠道。

（二）实地访问

对海外市场进行实地访问对出口商有两重好处。首先出口商可以取得有关市场和产品的第一手资料，了解进入市场的各种机会和限制因素。其次出口商可以抓住失之交臂的商业机会。西方许多中、小型出口企业都是通过这种方式了解和进入国际市场的。

出口商通过这些渠道和方法搜集各海外市场的基本信息，了解它们的基本情况，为今后选择目标市场做准备。在这一阶段出口商搜集的基本资料主要包括：

1. 海外市场的国家和人口情况

国家面积、人口、密度，总人口中城市和乡村人口的分布比例，主要的人口高密度地区，使用的商业语言，与有关出口国家签定的商业协议或条约，该国所属的国际经济组织，政府及管理部門的结构。

2. 海外市场主要的经济形势

国民生产总值，各产业的就业率，购买力、生活水平，国际贸易状况、国际收支和外汇储备状况，主要的商业伙伴，投资与储蓄状况及经济和发展计划目标。

3. 海外市场的消费对象和用户

家庭规模，家庭收入，年龄组结构、收入分类和职业状况资料。消费支出结构，工业和公共消费结构。

4. 海外市场的运输和通讯设施

主要的港口、码头、仓库、自由港的运输和装卸条件；各种运输方式的运费。

二、对目标市场进行深入调查

通过案头调查、实地访问和与出口商接触，了解了大量的海外市场。在这个基础上出口商选择具体的目标市场，然后对这些具有推销潜力的目标市场作重点调查。

（一）目标市场的选择标准和访问准备

出口商在众多的海外市场中选择哪些市场作为目标市场呢？确定选择目标市场的标准需要考虑以下几项市场要素：市场规模，过去几年来市场的平均增长率，市场准入的条件，总消费中进口商品所占的比例，营销及推销的条件，地理位置，经济形势及政治现状以及前景。

目标市场重点调查的形式通常采用实地调查的方法。与案头调查的方法相比较，实地调查海外市场的方法花费的时间长、费用高、准备工作复杂。所以到海外进行调查之前，出口商要对即将开始的目标市场的访问调查给予充分的准备。准备工作主要包括以下几个方面：

第一，制定实地访问的工作计划。工作计划要明确市场调研的目的；参加调研的部门；制定会谈大纲和确定市场决策的标准。

第二，核实已经掌握的信息资料。有关海外访问市场的信息是否已经全部搜集？遗漏了哪些主要信息？哪些信息资料需要被核实或更新？从什么地方得到这些需要的资料？

第三，确定海外市场联系人名单并通知对方出访计划，同时确认访问时间不是安排在对方的公共节假日或假期期间。

第四，准备必要的文件。要准备充分的商品目录、价格单、样品、产品的技术规格参数及商业卡片以便对外发放；要能够对外提供企业介绍和银行证明；要能够回答对方提出的生产条件、成本、交货安排和销售条件等问题；准备和银行、进口商、商业代表等对象会谈用的问卷和大纲；准备样本合同。

第五，行程安排。落实护照、签证、机票、住宿；落实具体的访问路线和访问时间。

（二）调查目标市场

出口商对选择的目标市场进行深入调查的时候，要充分调查用于分析目标市场的下列要素：

1. 目标市场的货物供应和竞争情况

(1) 目标市场销售的产品：产品的质量、产品系列、产品使用的原材料、品质公差范围、销售量、颜色等商业特征；竞争产品的牌号、市场份额、成功的原因、样品及说明；进口产品与国产产品在设计、质量、销售量和价格方面的区别；产品分类。(2) 目标市场的产品包装：通常的包装方式；包装材料及指示性、警告性的包装要求；包装设计；目标市场关于包装重量、产地等方面的规定；商标保护及商标注册。(3) 目标市场的进口产品情况：过去几年来进口产品的数量、金额、产地和主要的供货商；进口产品类别的变化情况和原因；进口产品的进口价格变化和原因。(4) 目标市场产品的国内生产：过去几年的年产量和产值；主要的制造商、制造中心、市场份额、它们的海外合伙人、海外公司及产业结构趋势等工业资料；原材料产地、半成品、劳动力、运输等生产要素，以及这些生产要素和向这一市场供应产品的出口公司生产要素的成本比较；产量增长率预测、短期和长期的计划以及重要项目的生产计划安排。(5) 目标市场的产品出口：过去几年来目标市场出口的总数量、金额、主要国别和竞争对手。

2. 目标市场的产品需求、消费和使用情况

(1) 产品消费：全国消费水平、过去几年来，以数量和金额计算的库存变化情况；过去几年来的平均年消费增长；在产品的总消费中，国产产品和进口产品的比例分配；今后的消费趋势及决定消费的因素。(2) 消费对象和用户的特征：消费品的消费对象和用户分类，他们在收入、年龄、性别、文化程度、职业、购买习惯方面的差异；工业品的用户分类；市场类型，属于饭店、医院、学校、政府部门或其它机构；如果公共部门是重要的消费群体，了解它们的货物供应渠道和采购程序；确定哪些市场为今后的重点推销市场。(3) 用户、消费对象的贸易习惯：分析可能影响产品或供货渠道的消费对象、用户、零售商和进口商的贸易习惯；他们对产品质量和数量的要求；工业设计和个人偏好；产品系列和他们青睐的供货商；对进口产品的态度；对交货条件、售后服务、维修和零配件供应的习惯作法和要求。(4) 竞争情况：出口商比较自己的产品同目标市场的国内产品和目标市场其它国家的产品在价格、质量、产量方面的区别；在哪些方面，如运输成本、消费者偏好、进口关税等存在优势或劣势。(5) 产品规定：适用产品的标准、说明及安全规定；产品在目标市场出售是否需要得到该国的事先批准；对由于制造商的产品责任而引起的用户损失，目标市场的法律是如何规定解决办法的，法院裁决惯例是什么？

3. 目标市场的价格和推销条件

(1) 价格与利润：目标市场国产的产品和进口产品的价格结构：现金支付的价格折扣及每一笔交易的数量折扣；每笔交易的利润额，价格趋势；进口代理佣金；对进口产品征收的消费税、营业额税等费用。(2) 推销条件，对产品的运输包装和销售包装要求；是否需要为进口商提供信贷；是否需要担保；通常的交货条件是什么？

4. 目标市场的推销渠道

目标市场主要的推销渠道是什么？各种推销媒介能够提供的服务，例如，仓储、广告、售后服务等；国产产品和进口产品在经销渠道上存在的差异；对经销协议或代理协议的法律规定等。

5. 目标市场的各种促销手段

(1) 竞争情况：哪些竞争对手在目标市场作广告和推销宣传，他们使用

的具体推销手段是什么？推销目标是什么？他们的宣传费用和宣传结果如何？哪些竞争对手获得了成功，成功的原因是什么，（2）广告媒介：目标市场现有的广告媒介；接触各类广告媒介的对象和他们对广告的反应；在目标市场是否可以找到合适的广告代理商？哪些广告媒介对产品的推销更有效果？（3）推销宣传：产品适用的推销手段；竞争对手使用的推销工具是什么，例如，产品目录、价格表或样品？谁负责产品的推销，例如，代理商、经销商或广告代理人？目标市场举办的产品展销会、交易会或其它形式的产品展览等。

6. 目标市场的法律规定

（1）有关进口的规定要求：进口许可证；进口配额；进口关税；进口使用的货币和付款方式；进口单据；其它规定和要求。（2）有关进口产品和包装的要求：产品质量标准；品质担保和责任；包装设计：对商标、专利和样品的保护规定。（3）有关价格和推销条件的规定：价格控制；利润幅度控制；反倾销法。（4）有关产品经销的规定：限制性商业惯例；对不正当竞争的处理。（5）有关广告和促销宣传的规定：广告法；对广告说明的真实性，生产商应当承担的责任。（6）诉讼：仲裁规定；国际仲裁协议。

三、对搜集的信息作严格的评估

许多的生产或经营企业在利用国内市场信息制定国内市场经营决策的时候，认为他们已经获得的市场信息是可靠和准确的。鉴于他们在国内市场积累的经验，大多数情况下他们的这种判断是正确的。然而当他们开始进入海外市场的时候，有关海外市场的信息不论来自哪一条渠道，必须在分析和证实以后才能使用。出口商在选择市场、制定销售计划和确定价格、产品决策以前要分析全部现有的数据、报告和统计资料。出口商可以从以下几个方面对搜集的全部信息给予评定。

第一，信息的实用性：搜集的信息是否有助于解决问题？

第二，信息的重要性：信息得出的结论是什么？这些结论是否清晰、明确？结论之间是否相互矛盾？

第三，信息的完整性：信息是否完整以至能够用来制定各项决策？是否需要额外资料？

第四，信息的可靠性：信息的准确性是否被核实？信息渠道是否真实可靠？

第五，信息的准确性：信息是出自事实，还是出自假设或推论？信息的不准确性有多大？

第六，信息的时效性：信息是否是最新的？信息自搜集以后，形式是否发生很大变化？变化是什么？

四、识别搜集海外市场信息的局限性和问题

获取海外市场的信息量会远远小于对国内市场信息量的摄入。由于海外市场的调研过程复杂、费用大、时间长，许多出口决策正是因为受到这些因素的制约经常是在需要的信息不完整的情况下做出的。同样，由于调研设备及条件的条件落后或有些资料属于官方机密，出口商想要搜集一些重要的、关键的信息也不是一件轻而易举的事情。因此，出口企业在调查海外市场的时候，会面临许多国内市场调研所没有的问题和限制。这些问题和限制主要有：

（一）国际市场调研的范围更加广泛

除了搜集海外市场规模、销售渠道、价格、竞争、促销手段等信息以外，出口商还要了解每个海外市场的准入条件、经济形式以及前景。但是有一些重要的数据或资料出口国政府由于各种原因是不予公开的。这就给企业的出口市场调研带来一定的困难。企业决策可能是在需要的资料不完整的基础上制定的。这会不同程度的影响决策的正确性和准确性。

（二）信息质量和调研设施不同

有些国家，特别是一些发展中国家可用于市场分析的基本统计数据 and 资料不充分或内容不准确，调研需要的设施也落后，这是和这些国家的经济发展水平有关系的。这就需要在对这些市场制定具体的销售计划以前，认真、系统和客观地分析搜集的信息，抓住信息的真实性。

（三）调研经费限制

海外市场的庞大和多样化使得调研需要大量的经费。因此，为了减少经费不足的风险和保证最有效的调研效果，出口商要对市场调研的费用进行合理分配。

识别问题是解决问题的前提。出口企业在进行出口调研以前要具体分析本企业面临的调研困难，然后寻找可行的解决方法。

五、谨慎计划调研工作

一项好的调研计划的开端是清楚的了解需要的信息。例如，需要调查什么类型的信息？什么样的信息有用？什么样的信息尽管有价值，但如果搜集它们需要的费用大、时间长是可以舍弃的？当明确了信息需求以后，出口商起草调研方案就十分简单了，需要搜集的信息重点也非常明确了。

谨慎计划调研工作可以使得出口企业节省大量的时间和费用。出口市场调研在计划的时候应当基于两个原则。首先，在投入调研资金以前充分利用出口国内可得到的全部信息识别有价值的出口市场。其次，仅对证明有出口潜力的市场进行深入的案头分析和实地访问，并在出访前制订详细的工作计划。一个有效的出口市场调研计划应当制定的非常明确和具体。调研计划中应当提出需要调查的具体问题、明确信息来源和调查结果。出口市场调研的方案可以分步骤制定。总结西方的一些出口商制定出口市场调研计划采用的模式，它们一般是按照以下几个步骤计划出口市场调研方案的。

第一步：需要调查的问题：哪些海外市场可以成为企业的出口市场？

信息来源：（列出企业认为的信息来源）

调查结果：拟订值得深入调查的出口市场清单。

第二步：需要调查的问题：清单中每个出口市场的推销潜力是什么？

信息来源：（列出企业认为的信息来源）

调查结果：拟订有出口潜力的市场清单。

第三步：需要调查的问题：选择什么样的推销媒介？

信息来源：（列出企业认为的信息来源）

调查结果：拟订进口商、代理商或经销商名单。

第四步：需要调查的问题：挑选海外代表。

信息来源：（列出企业认为的信息来源）

调查结果：签定代理或经销协议。

第五步：需要调查的问题：产品、产品设计和包装。

信息来源：（列出企业认为的信息来源）

调查结果：拟定产品和包装的改进计划。

- 第六步：需要调查的问题：价格和推销条件
信息来源：（列出企业认为的信息来源）
调查结果：确定价格策略和价格构成。
- 第七步：需要调查的问题：产品促销的方法。
信息来源：（列出企业认为的信息来源）
调查结果：确定有效的促销手段。
- 第八步：需要调查的问题：广告宣传，即如何使产品家喻户晓。
信息来源：（列出企业认为的信息来源）
调查结果：拟订广告计划。
- 第九步：需要调查的问题：对上述各步骤的控制、管理。
信息来源：（列出企业认为的信息来源）
调查结果：对现有计划的修订。

第十六章 制定出口销售计划

出口企业在确定了出口决策和目标市场的基础上制定企业的出口销售计划。挖掘海外市场、出口推销产品企业需要一套行动方案，这就是出口销售计划。

一、出口销售计划的任务

销售计划并不需要，也不必做成一份十分精确和非常具体的文件。但是一项销售计划的任务至少应当答复以下几个问题：

（一）市场选择

企业将在哪些市场积极推销出口产品？通常情况下，这些市场是具备着近期推销良机的市场。但是对于那些拥有比较乐观的商业前景但有待花费较长的时间去开发的市场，也可以列为目标市场。

（二）销售战略

如何挖掘现有的推销机会？解决这个问题要求企业制定几个决策：确定将要推销的产品；确定将使用的推销渠道；确定将延用的作价原则和销售价格；确定将采用的广告方式和推销手段。

（三）经营计划

采用什么样的具体方案落实企业的出口决策，使之运作起来？经营计划是落实企业的推销预测和推销预算；落实具体的出口产品；落实代理或经销协议及合同的具体条款和条件；落实出口产品的价格构成；落实广告和促销宣传的具体计划。经营计划也应当明确实施各个方案的时间安排，明确负责计划执行的人员。

（四）销售预算

如何在不同的目标市场分配现有的出口资金？落实各项出口经营计划需要多少资金？

二、企业为什么要制定出口销售计划

出口企业针对每一个目标市场制定一份出口销售计划。在任何时候销售计划都是出口部门的重要经营和管理工具。销售计划明确规定了必须落实的方案、负责执行方案的人员、落实方案的时间和方法、需要的经费、销售的预期结果。许多事实证明花费时间和精力准备和制订出口销售计划是出口企业的明智之举，它克服了企业出口的盲目性。出口销售计划带给企业的好处在于：

首先，促使企业搜集和分析了信息。负责制定出口销售计划的人员在决定各个具体方案以前，要搜集、分析、证实和出示企业资料、出口市场信息、产品信息、成本和价格信息、经销渠道信息和竞争对手的信息。

其次，帮助企业识别存在的问题和机遇。负责制定出口销售计划的人员必须确定哪些问题是不可回避的，确定存在什么样的机会。

第三，比较各种可选择的方案。企业必须考虑和比较能够达到出口目标的各种可行方案。结合企业现有的资源和经验，在考虑目前环境下适用的最佳方案以前，权衡它们各自的优势、劣势和需要的成本费用。企业在这种基础上做出的选择往往是最佳的。

第四，明确了销售目标和利润目标。结合市场资料、成本信息和对拟将落实的各个销售方案有效性分析，出口企业可以非常客观地决定合理的销售量和利润指标。

第五，加强了企业内部信息联络。一项综合的销售计划说明了企业内部哪些部门，如生产部门、财务部门、采购部门、管理部门、将参与企业的出口销售，保证出口计划的顺利执行。

第六，加强了对计划执行的控制。一项带有具体目标、详细的行动安排、最后期限、预算和明确责任分工的出口销售计划是一个控制工具。例如，销售、开支等实际履行情况可以随时和计划中的数字进行比较；困难和问题可以及早发现以便采取正确的行动或及时修改计划。

三、出口销售计划的执行期限

对出口企业而言，制定长期的销售计划，特别是长期的销售经营计划是没有必要的。这是因为影响企业出口的一些环境和因素总是在变化的。结合许多出口企业的经验看，一至三年是比较理想的执行销售计划的期限。对一年以上的销售计划来说，第一年的计划应当详细、具体。后几年的计划可以只列明大纲，然后根据第一年的经验再进行调整和修改。出口企业确定销售计划的执行期限主要是考虑以下几个因素。

第一，销售计划达到有效的成绩需要的期限。如果销售的成果不能够在一年内体现出来，销售计划的执行期限则需要一段较长的时间。

第二，信息的质量和广度。如果企业现有的用于制定各个决策的，特别是市场决策的信息量有限或信息并非十分可靠，那么预测将来的市场发展将是比较困难的。为安全起见，企业应当选择短期销售计划。

第三，市场的稳定性。如果企业的重要出口市场相对稳定并且不会出现突发的、不可预测的变化，对这些市场的长期销售计划是可行的。反之，制订短期销售计划是比较安全和稳妥的。

四、出口销售计划的内容及格式

许多出口企业运用固定的形式和表格制订销售计划。这种方法带给出口企业的好处在于，它能够保证计划中包含全部需要的有关数据；节省企业的管理时间；企业可以随时比较各个销售计划；计划制定人员也可以节省计划格式的设计时间。出口销售计划在设计的时候，企业可以按照内容将其分成几个主要章节。现结合英、美一些大的出口企业的实际作法，将出口销售计划的内容和格式汇总如下，供读者参考。

出口销售计划

	页数
介绍	
第一章 背景和形势分析	
第一节 企业出口策略	
第二节 出口历史：出口市场、出口产品	
第三节 企业优势、劣势分析	
第二章 市场和产品选择	
第一节 目标市场介绍	
第二节 产品介绍	
第三节 产品改造计划	
第三章 出口销售目标	
第一节 出口市场预测	

第二节 市场推销目标和产品推销目标

第四章 销售方案

第一节 产品：设计、包装

第二节 价格、销售条件

第三节 销售渠道和推销活动

第四节 广告、促销宣传

第五节 各项销售方案的时间和行动安排

第五章 出口销售预算

第一节 总预算

第二节 各项销售方案和目标市场的开支

第三节 开支计划

第六章 销售计划的控制

第一节 预算和开支控制

第二节 时间安排控制

第三节 销售控制

在这个基础上如果需要提供额外资料，可以以附录的形式附在计划的后面。

五、制定出口销售计划的十项原则

企业制定的出口销售计划在正式出台以前可能会经过反复修改。为了保证制定的销售计划经得起审核，计划的编写人员在起草和审核销售计划时，可以参考十项基本原则。第一，客观性。制定销售计划使用的资料和信息是否经过核实？是否可靠？是否过时？是否明确提出了现存的全部劣势和问题？

第二，现实性。使用现有的方法是否能够达到计划的目的和目标？

第三，逻辑性。计划是否按照从形势分析至确定目的、目标，进而落实各项销售方案的逻辑展开？

第四，一致性。拟订的各项销售方案是否为了同一个目标？它们是否相互补充？它们与企业的战略目的是否一致？

第五，明确性。与计划有关的全部人员是否了解计划的目的？他们是否了解计划中各自的分工？

第六，完整性。计划需要的资料，特别是实施各个销售方案部分的资料是否完整，以至于每个相关人员清楚自己需要落实的工作，落实工作的时间和方法？

第七，简明性。销售计划中的各项销售方案能否凭现有的知识和经验落实完成？

第八，灵活性。如果市场条件发生变化，能否在不浪费时间和资金的前提下修改计划？

第九，替换性。如果必须改变销售计划，原订计划中是否有替换方案？

第十，可控性。销售计划是否指出控制计划执行和预期结果的方法？

六、如何评估销售计划

通过一项销售计划并不是一件简单的事情，尤其是当计划的成功与否，直接影响着企业的销售和利润的时候，销售计划只有在被执行以后才能判断它是成功的，还是失败的。在批准执行计划以前，出口企业应先就计划提出一些有针对性的问题，这样有助于提高计划的成功系数。下面一些问题是评估销售计划的关键。

第一，一般问题：计划是否符合正式要求？计划的期限？执行计划的负责人员？计划和企业的长期出口战略是否一致？是否存在和计划有关的风险或不稳定因素？实现计划目的和目标的时间安排是否合理？

第二，背景和形式分析：已往的出口经营取得的经验或教训是什么？是否考虑到企业的一些特殊优势和劣势？企业在各个出口市场的实际地位？曾经使用过什么样的作价方法？企业出口销售在国内外总销售中所占的比例？

第三，市场和产品选择：市场信息是否可靠、完整和有时效？选择的市场在规模、趋势和未来潜力方面是否存在很大的差别？选择市场的标准？选择的市場数量过小还是过大？选择的出口产品与国内市场销售的产品是否有很大的区别？现有的设备、技术和质量管理方法是否适应出口？

第四，营销目标：各个市场是否制定了营销目标？就市场规模、竞争、企业产品的特点和优势而言，制定的目标是否合理？对产品消费者、消费者的使用习惯、购买动机和购买行为了解的程度？

第五，各项销售方案：是否确立了各项方案的目的？在时间安排和目的上各项方案是否协调？落实各项方案的时间安排是否合理？各个市场的营销方案是否有很大区别，原因是什么？是否有完整的产品介绍？产品及包装是否需要改动？决定价格的成本资料是否可靠和准确？对某些客户是否提供特殊价格？选择经销商和代理商的方法，与他们是否有标准协议？经销商、代理商为企业提供服务，企业对他们提供什么帮助，对他们的管理方法是什么？选择哪些广告代理或促销媒介，对他们的协调、监督、控制方法是什么？

第六，销售预算：确定预算的方法？就企业的总开支、销售收入和利润，上一年度的预算及竞争对象的预算而言，销售预算是多少？预算支出的哪种方法？什么情况下可以提高或减少预算？谁负责批准预算开支以及控制支出的方法？如何就各项销售方案分配预算？

第七，控制：销售计划是否包括落实销售方案、预算开支和控制条款由谁负责实施计划控制？如何安排计划执行情况的汇报时间？

第十七章 进入海外市场的形式和选择贸易伙伴

出口企业在分析了自己的出口潜力并且认定有条件进入国际市场以后，制订出口决策，为了贯彻和实现这一决策，出口企业开始对海外市场进行调研。在调研结果的基础上选择出口目标市场，而后针对各个目标市场制订不同的出口销售计划。企业执行出口销售计划在目标市场的销售是否能够达到预定的目的和目标，在一定程度上取决于两个因素，第一个因素是企业通过什么方式将产品投向海外市场。即是通过直接出口或间接出口的方式呢？还是在海外设立产品生产基地。第二个因素是企业的产品通过什么销售渠道进入海外市场。许多出口企业认为指定了国外代理或经销商已经万事大吉了，进而忽视了出口推销成功的重要条件，即对海外贸易伙伴的支持和监督。

一、选择进入海外市场的形式

当企业选定了目标市场并制订了相应的销售计划以后，它所面对的问题就是选择什么方式进入这些目标市场。进入目标市场的方法有很多，如上所述，企业可以通过间接出口或直接出口的方式步入国际市场；也可以在海外市场建立独资或合资公司在当地生产并销售产品。选择哪一种方法进入国际市场取决于几个要素。它们是：企业的营销目标、企业的推销和资产规模、企业的产品范围和产品特征以及海外市场的竞争情况。

（一）间接出口

对大多数中、小型企业而言，间接出口是比较有利地进入国际市场的方式。间接出口是指企业委托本地的专业出口公司、出口代理、经销商或其它形式的代表将产品销往海外市场。这种方式比较经济，企业仅支付佣金或差价。间接出口的优势在于它可以帮助企业降低费用、节省时间、减少风险。间接出口的不利因素则表现在企业的出口销售取决于销售媒介的信誉和工作质量，这不利于企业在出口活动的起始阶段充分挖掘自己的出口潜力，也不利于企业在海外市场树立自己的信誉。

（二）直接出口

直接出口是指企业直接向国外中间商或最终用户推销产品。采用直接出口进入海外市场的方式避免了间接出口给企业带来的不利。把产品直接销往海外目标市场，出口企业可以全面控制产品的销售价格、广告、促销、售后服务等一系列销售活动。但是直接出口的费用开支大，例如，企业要在海外设立推销部门或至少直接派员到海外市场推销产品，当产品在某些海外市场上的用户相对有限的时候，或产品在海外市场的销售量达到一定规模的时候，直接出口对企业是比较可行的进入海外市场的选择方式。

（三）海外生产

不论是间接出口还是直接出口，企业出口的产品大多是在本国生产的。有些情况下，出口企业选择在海外市场生产产品。在海外目标市场生产、加工产品并就地销售或转售是暨间接出口和直接出口以外的企业进入国际市场的另一种形式，一旦选定通过这种方法进入海外市场，企业可以挑选不同的海外生产的形式。例如，海外加工装配、承包、租赁、合资经营和独资经营。企业选择在海外目标市场生产产品的主要原因是：

首先，国外市场对某一种或某一类产品的需求量很大。在当地生产节省了产品的运输时间，生产商可以随时将产品投放市场满足消费者需求。

其次，海外市场的生产成本低于出口商国内的生产成本，特别是可以节

省产品的运输费用和进口关税。

第三，避开进口国对出口国实施的配额限制。

第四，避开进口国政府对进口产品的某些限制性规定。

第五，企业自身具备了在海外市场以任何形式生产和销售产品的种种条件。当企业意欲在海外寻求生产商或合作伙伴时，可以考虑海外生产的各种方式，结合自己的需要做出正确的选择。

在上述进入海外市场的三种形式中，企业选择哪一种走向国际市场取决于企业的规模、企业的能力和企业的需要，也取决于目标市场的机会和条件。企业必须考虑自身所处的形势和环境，认真分析和评估各种可选择的方式以取得满意的海外销售的效果。

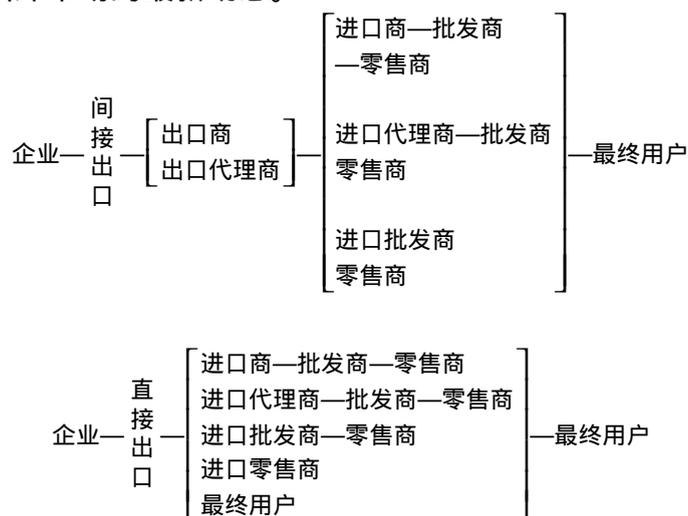
二、销售渠道和销售中间人的重要性

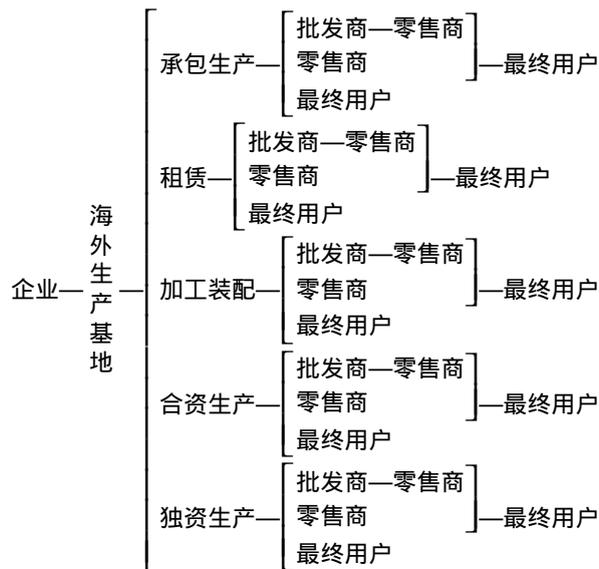
除非出口企业将产品直接销往用户，否则不论采用什么方法将产品投放国际市场，企业都会涉及到选择销售渠道和销售中间人的问题。常见的销售渠道和销售中间人分布如下（见第 169 页至第 170 页）。

许多企业虽然能够在国内市场成功的推销其产品，但是在国外市场销售的时候却遇到种种困难。例如，因为作为贸易伙伴的代理商或进口商推销能力不足；或者因为销售渠道选择不当导致产品价格过高使得产品在海外市场滞销。造成这些海外销售困难的主要原因：

第一，出口销售渠道因市场不同而有所变化。尽管不同的市场对同一产品来说，在消费者需求、产品的适用性及价格方面没有太大的差别，但各个市场的销售渠道可能是截然不同的。有些市场批发商占垄断地位，有些市场零售商连锁店起主导作用。因此，出口企业在签定具体的销售协议以前，必须研究每一个市场的情况。

第二，海外市场距离遥远。海外市场由于相距遥远容易产生通讯失误、信息不足、信息传递延误等问题。同时也由于海外市场遥远出口商有时难于了解和掌握国外市场的最新动态。





第三，企业资源的限制。许多出口企业严重缺乏资金和合格的人才，这迫使出口企业只能使用现有的条件而不能对目标市场实施销售计划。

因此，选择销售渠道对出口企业来说是至关重要的环节。这是因为首先销售渠道影响和决定了其它销售决策。例如，企业的价格决策、销售条件和促销手段往往随着分销渠道和销售中间人的不同而变化。其次，当出口企业已经指定了一个代理商或进口商的时候，事后要想改变这种销售渠道会是一件十分困难的事情。因为要花费大量的精力和费用去建立新的渠道。所以出口企业选择的销售渠道会产生企业对其它当事人应负的长期责任。

第三，销售渠道的决策使得出口企业产生了对其它企业的依赖性。这是因为除非出口商将产品直接出售给最终用户，否则出口企业的海外销售业绩必须直接依赖于其商业伙伴的能力和信誉。

第四，销售渠道是成本的主要因素。选择销售渠道、确定销售职能直接影响着产品的成本、销售价格和产品的推销潜力。

三、海外销售中间商的种类

海外销售中间商是指在协议或合同的基础上负责为签定协议或合同对方在海外市场推销产品并同时向对方提供其它服务（如市场调研、信用查询、安排货物运送等）的独立的商业机构。西方国家比较流行的海外销售中间商组织主要有以下几种：

第一，出口商。出口商以自己的名义、从本地采购商品，通过直接或间接的方式将购进的产品销往海外市场，自负商品盈亏。

第二，出口代办行。出口代办行是座落在出口商所在国的充当海外买方采购代理的机构。它负责接排买卖双方签定的合同项下的货物出运事宜。出口代办行从买方处赚取佣金。

第三，出口代理商。出口商国家的商业公司或企业接受本国产品出售方的委托、按照双方拟定的协议，前者代表后者在海外市场推销产品，赚取销售佣金。

第四，出口推销代表。企业在海外市场设立推销代表，由他们代表企业在其所在的市场推销产品。企业向推销代表支付工资和推销佣金。

第五，进口代理商。进口代理商是接受产品用户的委托，为其

在海外市场采购需要的产品，赚取用户佣金的商业公司或机构。

第六，进口商。进口商是自行从海外市场进口国内需要产品，在国内市场销售赚取商业利润的企业、公司。

四、对销售中间商的选择，使用和管理

对出口企业而言，拥有一个好的销售中间商比拥有一个好的市场更为重要。正确的选择、使用和管理销售中间商是出口企业在海外市场成功的另一个关键因素。

出口企业可以通过商会、银行、信息咨询公司、驻外官方或商业机构、工商目录等出版物多种渠道物色销售中间商。对掌握的中间商进行商业信用、经营水平、业务能力等方面的比较和评定，具体内容包括：中间商企业注册的时间；管理年限及经验；资产额；往来银行；推销人员的力量与经验；中间商是否已经作了其它企业的代理；中间商已代理的产品和代理时间；过去连续几年的产品推销数量；过去连续几年有无代理新的厂家或失去代理的厂家，原因是什么？中间商往来客户的数量；中间商所占的市场份额；中间商的广告和促销手段；中间商的仓储条件和能力；中间商的销售和付款条件；中间商的运输能力和售后服务水平等。

从长远观点讲，出口企业在海外市场的成功很大程度上要得力于企业和中间商的密切配合，所以出口商应当对已选定的中间商的业务状况进行持续的监督和管理。除了考察评估中间商的信用程度、综合业务效果等因素以外，出口企业还需要对中间商进行必要的管理，给予他们一定的支持和鼓励。例如，对中间商进行定期培训，以不断提高他们的业务素质和管理水平；根据具体情况适当给予中间商优惠的信用条件；给予中间商一定的推销鼓励。例如，对于大额定单中间商享有有货价特别折扣；协助中间商安排、落实广告宣传等促销计划；向中间商提供有关的市场报告或市场调研结果；与中间商协商新的产品策略、价格策略和销售条件以及出口企业定期拜访中间商或邀请中间商访问。

出口企业对海外市场销售中间商的慎重挑选和妥善管理会使其出口产品在目标市场占据更加有利和稳固的地位。善于挖掘不同类型中间商的能力、发挥不同类型中间商的优势是出口企业扩大海外推销的重要要素。

第十八章 出口产品的对外报价

出口企业进入了目标市场以后，按照什么价格将产品投放到市场呢？综观国际市场，许多出口商的产品出口价格是按照以下两种方法计算出来的。其一，是产品的国内销售价格、产品的国际运输费用和保险费用、产品的出口包装费用和出口单据制作费用的总和。其二，是参照同类产品竞争厂商的国际市场价格。尽管这两种作价方法在使用起来非常简洁、方便，但在某种程度上它们不利于出口商计算真实的出口销售利润。这是因为产品的国内销售价格与国外销售价格不同，它们所含的成本要素也不同。有些内销产品的成本要素不应当计算在它的外销价格中。其次，竞争厂商的产品价格对其它出口商而言可能过高，也可能过低。如果参照竞争厂商的价格水平，价格过高会限制出口商的产品销售量，价格过低有可能导致出口商亏损。因此，出口企业在计算自己某一产品的出口价格时应当结合产品的成本状况、市场条件和企业出口目的，按照一定的确定价格的步骤制定出口价格。忽视了制定价格需要考虑的有关因素会给出口企业带来重大的经济损失。企业实现产品的出口价格要经过四个步骤。它们是：确定产品的出口成本；调查海外市场的产品价格；制定价格策略和设定出口价格；拟定出口产品报价单。

一、产品的出口成本

企业出口产品的成本是由出口销售成本、出口直接成本和出口间接成本三个部分组成的。

（一）出口销售成本

产品的出口销售成本主要包括七项内容，它们是：代理费用和佣金；直接推销成本；举办交易会或展览会的费用；各项促销费用；广告费用；礼品、样品费；市场调研费用和差旅费用。出口销售成本依照具体情形可能由出口商自己承担，也可能由出口商和进口商共同分摊。

（二）出口直接成本

产品的出口直接成本经常被企业用来作为计算出口价格的直接的，甚至唯一的依据。出口直接成本的高低取决于产品的出口销售数量。出口直接成本包含的项目主要有：制作出口产品的包装、吊牌、标记费用；出口产品的装卸和运输费用；制作出口单据的费用；办理出口产品的融资、保险、进出口关税费用；其它杂项费用。认真核算出口产品的各项直接成本有助于出口企业正确的对外报价。

产品因有内销产品和外销产品之分，故而对产品的包装要求也不同。外销产品由于销售地点远离出口商所在国，货物要经过长距离的运送，运输期间货物损坏和灭失的风险加大了。因此，对出口产品的包装要求较内销产品而言更为严格。出口企业应当区分产品的惯常包装和出口包装，单独记录和核算出口包装费用，建立有效的出口包装成本跟踪管理制度。出口产品的吊牌、标记和捆扎费用也是不容企业忽视的出口成本开支，也是企业计算出口价格时必须考虑的要素。

出口产品的内陆运输、装货和国际运输费用是制定出口价格的重要参照依据。运输工具不同、航线不同、承运人不同，总体运输费用也不同。出口企业应当落实出口产品运送的每一个环节，核算各个运输环节支出的费用，相应调整出口价格。

出口单据的制作在出口交易中具有特别重要的意义。单据在某种程度上

代表着货物的所有权。国际上对于出口单据的制作有着十分严格的要求。出口企业可以请求承运人代作单据，也可以由出口企业自己制作单据。不论采用哪一种方法，单据在制作乃至修改的过程中都会产生不同数额的开支。而在出口交易中这部分费用支出通常是由出口商承担的。

出口产品的融资、保险和进出口关税费用主要包括下面的几个范围。其一，按照国际通行的或买卖双方谈妥的交易条件，出口商通常要支付的产品的出口税，甚至进口税。进出口国家的政府依据政策和规定会在一段时期内调节关税税率。其二，银行费用。银行在货款结算过程中收取一定的费用。其三，融资费用。如果出口合同是一个长期合同，买方因而要求提供长期信贷条件。那么在信贷期内出口商垫付的融资费用和利息损失。其四，保险费。按照买卖双方协议的交易条件，出口商要办理出口产品的运输保险，支付仓至仓的保险费用。其五，货币兑换费用。这些费用都应当成为出口产品价格构成的有效成份。

在计算某个出口产品的成本要素的时候，某些成本开支和费用支出是个固定的，是依据特定的条件存在的。我们把这类成本归结为其它杂项费用。例如，码头费用或额外的存放费用。出口企业在计算每一个出口定单价格的时候，要仔细核算这些费用。

企业出口产品对外成交的交易条件不一样，价格构成的要素也不一样。哪些成本项目应当包括在产品的出口售价中，主要取决于进出口双方谈妥的交货条件和付款条件。

（三）出口间接成本

出口间接成本主要是指出口部门为从事出口经营而支付的全部费用。明确这些成本费用有助于企业核实出口经营的真实成本；有助于企业实施出口预算管理；也有助于企业正确的计算产品的出口价格。产品出口间接成本的项目主要有：劳动力成本，如工资、培训、保险等费用；办公费用，如租赁办公地点、采购办公设备、办公文具等开支，以及办公设备的维修费用、折旧费用、传真、电话费用等。

二、海外市场的价格调研

进行海外市场调研是出口企业正式对外出口报价前的重要步骤。出口企业在确定产品的出口价格以前要了解出口市场的总体规模，了解限制企业进入市场的各种因素。市场调研的作用就是为出口企业准确提供这方面的信息资料。市场调研的目的不仅是为了分析市场的目前状况，也是为了预测市场今后的变化和发展趋势。

（一）限制企业进入海外市场的因素

测定海外市场规模的时候，出口企业必须要考虑进入这些市场的限制性因素。考虑这些因素有助于出口企业正确的预测市场潜力，正确的制定和计算产品的出口价格。影响企业进入海外市场的因素主要有：第一，出口国家的贸易规定。例如，出口商所在国的政府对出口和出口作价有无规定或限制？对货币和征税有无规定或限制？对出口的产品有无配额或出口许可证的要求？第二，海外市场的准入条件。例如，进口国家对进口的产品有无配额要求？进口国家对交易使用的货币有无限制，同时对进口的产品是否有安全和卫生方面的要求？是否存在影响市场进入的政治因素？第三，市场规模和结构。例如，海外市场上同类进口产品在进口数量、进口金额、进口渠道和进口时间方面的分布情况以及今后的趋势？产品的消费情况？影响消费者需求

的因素？第四，国内外市场竞争。例如，国内的生产情况如何？海外市场竞争的布局情况？出口企业竞争的优势是什么？产品类别有何差异？对于产品的商标和专利有无特殊安排？第五，产品的价格结构。例如，产品至最终用户的价格范围？产品的出厂价格、运输费用、其它费用和最终价格的关系？

（二）市场竞争分析

通常情况下产品在任何市场出售都会遇到竞争。竞争优势和竞争行为是出口企业制定出口价格时应当考虑的关键因素。竞争可以分成直接竞争和间接竞争两类。但是它们之间的区别是很难划分的。直接竞争对象是指市场上销售同类产品的厂商。间接竞争是指销售可替代产品的厂商。例如，针对某个销售咖啡的出口商而言，其它供应咖啡的供货商是他的直接竞争对象，而茶叶供货商则是他间接的竞争对象。直接竞争和间接竞争都是出口企业在决策价格的时候应当考虑的因素。

出口企业制定产品价格策略的时候必须了解竞争结构、竞争优势和竞争趋势。重要的是出口企业要对照、比较自己的产品和竞争对象的产品，客观地权衡自己产品具备的优势和呈现的劣势。竞争特征决定了出口企业作价的方式。例如，如果市场为数不多的但实力雄厚的竞争者垄断，出口企业则很难自主决定产品的市场价格，他只能被动地遵从竞争对象的价格策略。这种情况下产品的设计、款式、质量、经销渠道、促销服务这些非价格因素对该出口企业而言则变得非常重要了。同样，如果市场特征呈现的是产品的高度可替代性，市场竞争将是十分激烈的。其结果是没有一个出口商能够大幅度的影响价格。因为如果出口企业高标产品价格，消费者将会立即转向其它产品。这种情况下竞争力量决定了市场价格水平，作价策略往往是随行就势。

出口企业在决策价格的时候，可以主要从以下几个方面考虑竞争因素。第一，市场是否存在直接竞争，谁是主要的国内外竞争对象？第二，市场是否存在间接竞争？第三，竞争者的基本价格行为是什么？第四，主要竞争对象的市场份额是如何分布和如何变化的？第五，市场是由一个供货商或几个供货商共同把持，还是由许多供货商分摊？第六，如果国外供货商占有很大的市场份额，他们是否享有关税优惠、运费优惠或其它类似优惠条件？第七，竞争者对你的价格如何反馈？企业有无这方面以往的经验？第八，竞争者提高产量的前景如何？他们目前的生产能力如何？有什么扩展计划？

（三）作价数据

为了在目标出口价格的基础上形成准确的推销预测，出口企业除了了解出口市场的潜力和市场竞争特征以外，还必须了解出口市场上产品的现行价格。产品价格不是孤立存在的事物，它受某些销售因素的影响、支付条件的影响、折扣政策的影响、推销利润的影响。出口企业应当尽可能多的搜集这些价格数据、调查竞争对象的价格结构、了解影响作价策略的环境因素。出口企业需要掌握的作价数据主要有：第一，同类产品在海外的消费市场价格、进口价格、利润幅度。第二，通常的支付条件。第三，与产品定单数量、定单交货日期和交货条件相关的折扣幅度。第四，进口关税和配额。第五，出口市场对价格管理的有关法律规定。第六，现行的明示和默示的价格协议。第七，给予进口商或代理商惯用的销售条件。第八，同类产品与生活水准相关的价格变化。第九，主要竞争对象的作价策略和价格结构。第十，出口市场哪些买方能够对价格和销售条件产生重大影响。第十一，外汇管制规定。第十二，价格变化对需求的影响。第十四，出口市场的总需求。第十五，不

同价格水平在总需求中所占的比例。

三、制定价格策略和设定产品的出口价格

(一) 定价策略

确定产品的出口成本和海外市场的价格调研为出口企业制定价格策略和设定出口价格提供了重要依据。出口企业对于各个出口市场分别采用什么样的定价策略基于企业对于各市场产品成本、需求和竞争的分析结果。国际上常见的出口产品的定价策略有两种。它们是成本导向的出口定价策略和市场导向的出口定价策略。前者是指在出口产品成本的基础上加上一定比例的预期利润。它又进一步分成总成本加成定价和边际成本定价。后者是指以海外市场零售价为基础，减除中间商费用、运费、保险费、关税等费用的产品出口净售价。这种定价策略是以出口市场终端价格为中心计价的策略。

出口企业选择定价策略以前，要结合调查到的各个出口目标市场的市场环境、供求关系和竞争状况等具体情况认真考虑以下几个问题：

首先，出口企业在出口市场可以接受的最高价格和最低价格是多少？

其次，价格策略是否要和竞争对象的价格策略匹配？

第三，如果不遵从竞争对象的作价策略，定价的优势是什么？例如，产品优势、良好的交货条件、额外服务、广泛的分销渠道或优胜的市场地位。

第四，定价的决定性因素是什么？如大幅度提高销售量或利润最大化。

第五，什么情况下产品只能按边际成本定价？

第六，定价策略是受企业需求（例如，利润、投资回报率、就业率）的影响，还是受市场需求（例如，加强市场地位、吸引新客户加剧竞争）的影响，或是二者皆有？

第七，是否需要某类客户给予一定的价格优惠？

第八，如给予价格优惠是否能够达到增加销售量、吸引新的客户、拓宽经销渠道或提高定单平均规模的目的？

第九，对竞争对象的价格减让政策或其它价格措施如何反响？

第十，按照交易水平或消费者水平采取固定价格是否可行？出口企业只有认真思索和明确答复了这类问题后才能在实事求是的基础上制定价格策略。

(二) 设定出口价格

如前所述，设订一项产品的出口价格要考虑和包含市场潜力、竞争者水平、消费者需求程度、产品成本、利润幅度、经销渠道、运输方式、进出口国家的规定等诸多因素。除此之外，出口价格的另一个重要特征是价格构成中包含着各种交货条件，买卖双方按照这些交货条件签约成交。交货条件在出口交易中的主要作用是说明买卖双方各自承担的费用；卖方应当提交的单据；交货时间和交货地点以及出口货物风险从卖方转至买方的时间。

“工厂交货价”、“装运港船上交货价”、“运费、保险费在内价”；“完税后交货价”等这些当今普遍使用的交货条件经历了很长的发展和演绎。但是对它们所代表的含义各国有着不同的解释，买卖双方之间为此经常发生争议。为了便于国际间买卖双方交易的顺利开展，一些国际组织先后建立了统一的解释交货条件的若干规则。它们有国际商会在1953年制定的，1990年重新修订的《1990年国际贸易术语解释通则》。1941年美国商会、美国进口商全国协会、美国对外贸易委员会联合修订的《1941年美国对外贸易定义修正本》。国际法协会倡议修订的《1932年华沙-牛津规则》。这些

规则都是为国际贸易界人士所熟知和采用的解释价格的国际贸易惯例。但它们本身不具有法律约束力，只有交易双方同意采用时才受它的约束。在上述三个国际惯例中《1990年国际贸易术语解释通则》（以下称通则）在国际上影响最大、流行最广、使用最普遍。

不同的市场、产品、销售渠道和贸易习惯都影响着进出口商对交货条件的选择，影响着产品的出口价格构成。在《通则》解释的13种交货条件中，每一种术语既为买卖双方各自提供了有利条件，又分别为他们带来了不利因素。我们将《通则》对各种交货条件解释的主要原则汇总如下：

工厂交货价（EX WORKS）：卖方在工厂所在地将货物连同所有权移交给买方。出口商仅负责对货物实施通常包装。

所有的运输费用和 risk 由进口商自己承担。工厂交货价对卖方最有利，因为卖方承担的责任、义务最小。如果买方自己既不能通过直接方式也不能通过间接方式办理出口手续，则尽量避免采用这个交货条件。

货交承运人（FCA）：卖方在指定的时间和地点将货物交给买方指定的承运人，并办理出口手续。买方承担自指定收货地点起的全部运输费用和运输 risk。按照商业惯例进口商可以要求卖方代订运输合同，但是费用和 risk 由前者承担。此术语适用任何运输方式。

装运港船边交货（FAS）：卖方在装运港买方指派船只的船边交货。如果买方的船只不能靠岸，卖方要用驳船将货物运到船边，在船边交货。买方负责在船边接货后的货物全部 risk 和费用。与工厂交货价的原则相同，出口商不负责办理货物的出口手续，如果买方自己没有能力办理出口手续，建议不要使用船边交货价。该术语只用于水上运输。

装运港船上交货价（FOB）：卖方在装运港将货物交到买方安排的船上，同时承担货物越过船舷前的一切费用和 risk。卖方负责办理出口手续。装运港船上交货价的关键在于装运船只的船舷。买卖双方承担的 risk 和费用均以船舷划分。当承运船只的船舷没有实际意义的时候（例如，滚装滚卸船），使用 FCA 是最佳选择。此术语仅适用于水上运输。

运费在内价（CFR）：卖方自己承担费用负责安排货物的全程运输，在指定的装运港将货物装上船，负担货物越过船舷前的全部 risk，同时负责办理一切出口手续。买方承担货物越过船舷后起算的全部 risk，办理自在装运港接货时起的全部事宜。船舷是 CFR 术语的关键。当承运船只的船舷没有实际意义的时候，可以用 CPT 价格取代。该术语仅用于水上运输方式。

运费、保险费在内价（CIF）：卖方除了要履行 CFR 项下的全部义务外，还要安排出口货物的运输保险。但是货物的运输 risk 仍由买方自己承担。风险划分的界线仍然以装运港船舷为界。涉及承运船只船舷的问题，CIP 是比较合适的替代条件。CIF 也仅用于水上运输。

运费付至（CPT）：卖方支付到指定目的地的全程运费，货物灭失、损坏的 risk 自货物交给承运人时起由卖方转移至承运人。卖方负责办理出口手续。CPT 可以用于任何运输方式。

运费、保险费付至（CIP）：卖方除了要履行 CPT 项下的全部义务外，还要自付费用办理出口货物的全程运输保险。货物 risk 转移的界限和 CPT 的原则相同。CIP 也同样可以用在任何运输方式上。

边境交货价（DAF）：出口商办理出口手续，在指定的边境地点将货物交给买方。指定地点交货前的 risk 和费用由卖方自己承担。DAF 适用任何运输

方式。

目的地船上交货价 (DES)：多方在指定的目的地船上将货物交给买方。卖方自行承担交货以前的全部风险和费用。货物的进口手续由买方办理。目的地船上交货只用于水上运输的方式。

目的地码头交货价 (DEQ)：卖方自负风险和费用将货物运到指定的目的地，在指定目的地的码头向买方交货。卖方要负责办理进口手续，支付进口关税和费用。如果卖方无法直接或间接取得进口许可证，则不宜采用这个条件。在使用 DEQ 的时候，如果买卖双方协商由买方办理进口手续、支付费用，要在该术语后加上“关税未付”字样。DEQ 也只用于水上运输。

未完税交货价 (DDU)：卖方承担风险和费用将货物在指定时间内运到指定目的地的约定地点交给买方。未完税交货价由买方自己办理进口手续、交纳进口费用。DDU 可用在任何运输方式。

完税后交货价 (DDP)：DDP 与 DDU 的原则区别在于卖方除了承担 DDU 项下的全部责任和义务外，还要办理进口手续，支付进口费用。它也适用任何运输方式。DDP 是卖方责任、义务最大的交货条件。

出口商确定了出口产品的价格后要拟定出口产品报价单与进口商进行商业谈判。当以某种特定的交货条件（例如 FOB 大连、CIF 大板）拟定的出口报价单被进口商有效接受的时候，出口商就不能再擅自改变出口价格了。

四、出口商对外报价

出口商确定产品的出口成本；进行海外市场价格调研；制定价格策略和设定出口价格的目的是为了将其产品推向海外市场。出口报价是出口商实现其产品最终在海外市场上市的一个重要环节。出口报价单也是卖方的一份推销文件。

作为一份使买方能够接受的商业文件，出口报价单的内容应当包括以下几项内容：第一，出口产品的规格、技术指标、性能等品质描述。第二，出口产品的数量范围。要明确产品的出口数量和计量单位。第三，出口产品使用的包装方式和包装物料。第四，出口产品的销售价格。要列明产品的单价、使用的货币、计量单位和价格条件。第五，出口产品的交货时间和地点。第六，出口产品的付款条件，包括货款支付的方式和支付的时间。第七，报价单的有效期限。

例：

发自：×××出口公司

至：×××公司××部

出口发盘，50%涤、50%纯棉白色长袖男衬衫，大、中、小号各 1000 件。每件塑料袋包装，每打装一纸盒，每 12 纸盒装一纸箱。每件 10 美元 FOB 上海价。卖方在收到信用证后 45 天内安排装运。买方须于 3 月 12 日前将保兑的、不可撤消的、即期信用证开到卖方。2 月 18 日前复到有效。

做为商业文件的出口报价——又称发盘在法律上被称为“要约”。一项有法律约束力的出口报价应当具备几个条件。首先，出口报价必须是出口商向一个或几个特定的人（受盘人）提出。其次，报价必须有明确的签定合约的意图。第三，出口报价的内容必须十分确定。这种确定表现在报价的内容应当是明确的、完整的和无保留的。第四，出口报价在送达特定的受盘人时开始生效。具备了这几项条件的出口报价被受盘人有效接受以后，进出口双方的交易即告达成，合同关系确立。按通常的商业惯例，买卖双方签定进出

口合同。

五、出口成本核算单

国际上许多出口企业利用“出口成本核算单”来核算和管理产品的出口价格。这种方法是首先核算出产品的生产成本，在此基础上加上各项出口费用归纳出常用的、主要的国际通行的价格条件。利用“出口成本核算单”核算产品的出口价格也有不合理的地方。例如，它忽视了价格构成中应当包含的需求和竞争成份。而需求和竞争对于大多数出口企业而言往往是影响价格制定的两个主要因素，尽管如此，许多出口商仍然认为这种相对简便的方法只要使用得当，对计算出口报价有着不可低估的积极作用。

出口成本核算单

编号：	日期：
客户名称：	地址：
传真：	电话：
产品名称：	件数：
净重：	毛重：
体积：	容积：

续表

编号：	日期：		
第一项		单项金额	出口价格
每一计量单位的产品成本——— × 总数			
量———			
目标利润			
海外代理费用			
其它费用（如有其它费用，在此列明）			
		第一项—— EXW	_____
第二项			
承运人费用			
融资费用			
出口包装费			
制作产品吊牌、标记费用			
在卖方所在地的装货费用			
至指定地点的内陆运费			
指定地点的卸货费用			
制作出口单据的费用			
出口清关费用			
其它费用（请列明）			
		第一项+第二项—— FCA	_____
第三项			
货物在装运港越过船舷前的费用			
		第一项 至 第三项—— FOB	_____

续表

编号：	日期：
第四项	
至目的地的海运费	
____ 第一项 至 第四项—— CFR _____	
第五项	
海上运输保险费	
____ 第一项 至 第五项—— CIF _____	
第六项	
目的港卸货费用和进口通关费用	
进口关税 捐税	
申领进口许可证费用	
其它费用（请列明）	
____ 第一项 至 第六项—— DEQ _____	
第七项	
目的港仓储费用	
自目的港运至买方仓库的费用	
____ 第一项 至 第七项—— DDP _____	
备注	

第十九章 出口产品的运输和运输保险

运输和运输保险是出口交易的重要组成部分。出口产品的运输是出口商将出售的货物按照买卖双方协定的方式交给进口商的必须环节，而出口货物的运输保险是一种对货物损失的补救措施。它是由于出口产品运输的时间性强、路线长、环节多、风险大，运输过程中的货物难免因受到自然灾害和意外事故的侵袭而造成损失，一旦遇到这些风险出现货物损失的时候，保险公司对货物被保险人的赔偿手段。运输和运输保险虽然是出口交易的两个环节，但它们有着密切的联系。国际货物运输保险的种类取决于国际货物的运输方式。

一、出口产品的运输

我们在本章的前面已经介绍了各种国际货物运输方式的特点、选择运输方式和承运人的标准、运输合同与进口合同等有关内容。这些特点、标准和内容也都同样适用于出口交易，在此不做重复。在上述内容的基础上，本章我们重点介绍出口装运成本单和出口运输单据。

（一）出口装运成本单

如前所述，运输成本是影响选择运输方式的重要因素。在 CFR 和 CIF 等合同中出口商要办理出口货物的全程运输，运输费用的高低直接关系着卖方的经济利益。许多西方出口企业使用“出口装运成本单”核实出口货物的运输成本，以此作为对运输环节的管理工具之一。这种西方国家企业经常使用的“出口装运成本单”的作用有三个：首先，它可以用来比较各种运输方式的总费用；其次，它可以用来作为计算产品出口价格的参考；第三，它可以用来比较预算成本和实际成本之间的差距，为今后的成本计算提供可借鉴的数据。这种方法对出口商而言是一种比较实用的管理工具。以下是西方企业使用的“出口装运成本单”的格式之一，供读者参考。

（二）出口货物的装运单据

单据体现了出口交易的重要特征。在某些交易条件下，例如 CIF 合同交易双方与其说是买卖货物，不如说是买卖单据。这是因为卖方提交的运输单据是货物所有权的象征。进口商即便实际占有的货物，但只要他没有取得货运单据就没有取得对货物的所有权。介入出口交易的单据分成运输单据和议付单据两大类。许多运输单据也都是出口商议付货款的单据。出口交易常用的运输单据有以下几种：

1. 海运提单

海运提单是承运人或其代理人在收到货物后签发给托运人的货物收据；是承运人和托运人间运输合同的证明；海运提单也是货物所有权的证明。在所有的运输单据中，提单的作用最大。任何其它运输方式下出具的单据均不具备物权凭证的作用。因此，提单是主要的出口单据之一。它既是运输单据，也是信用证支付方式下卖方议付货款需要的单据。

海运提单

× × × 运输公司

(正本)

电报：		电传(传真)：		
托运人：		提单号：		
收货人：				
通知人：				
船名	装运港	卸货港	目的港	提单正本份数
标记和件数	货物名称	数量和包装	毛重尺码	
运费和费用：	<p>已装上船的外表情况良好的货物，应在卸货港或该船所能安全到达并保持浮动的附近地点卸货。</p> <p>托运人、收货人和本提单的持有人明白表示接受并同意提单和它背面所载的一切印刷、书写或打印的规定，免责事件和条件。</p> <p>正本提单其中一份完成提货手续后其余各份均失效。</p> <p>提单签发日期和地点</p> <p>签署：</p>			

海运提单从不同的角度可以分成若干种类：

(1) 清洁提单和不清洁提单。清洁提单是指承运人或其代理人签发的提单没有关于货物的外表状况或包装情况有不良的批注。否则就是不清洁提单。应当注意的是清洁与不清洁仅指货物的表面状况或商品的外包装。(2) 已装船提单。提单明确表明货物已经装在船上，并同时列明船名和装船日期。(3) 备运提单。提单上说明货物已经收到，准备装船。但提单签发时货物尚未装船。(4) 直运提单和转船提单。当货物从装运地直接运往目的地而不经过中途转船签发的提单。是直运提单。直运提单上没有转船字样。如货物需要在中途转船运往目的地，这种情况下签发的提单是转船提单。(5) 集装箱提单。以集装箱装运货物的提单。(6) 记名提单和不记名提单。前者是指在提单的收货人栏内写明收货人的名称。这种提单不能转让，只能由提单指定的收货人提取货物。后者是指在收货人栏内留空或写“交持票人”。任何持有这种提单的人都可以向船公司提货。(7) 指示提单。在收货人栏内写明“凭指定”或“凭某人指定”字样。这种提单经背书后可以转让。(8) 舱面提单。货物装在船舶舱面的提单，提单上注明“货装甲板”或“在舱面”字样。(9) 全式提单和略式提单。提单的背面印有船方承运条款的是全式提单，没有列明船方承运条款的是略式提单。(10) 过期提单。过期提单有二重含义。一种是从银行角度而言。即提单从签发之日起超过 21 天后才向议付银行交单。这时银行称其为过期提单。另一种解释是指由于运输航线短或银行转递提单的速度慢，以至船舶到达目的港时收货人尚未收到的提单。(11) 运输代理行提单。运输代理行将不同出口人的小批量商品集中在一个提单上装运，由承运人签发一张提单给运输代理行，这种提单叫“成组提单”。运输代理行以自己名义再分别签发几份提单给各个托运人。这种分别签发的提单就是运输代理行提单。应当注意的是这种提单不是货权的凭证，如果使用它办理结汇则要在信用证上列明“运输代理行提单可以接受”。

就提单的缮制而言，每个船公司都有自己的提单格式和内容。格式虽然

有异，但内容基本相同。提单包括的项目主要有：托运人；收货人；被通知人；收货地或装货港；目的地或卸货港；运输标记和件号；货名和件数；重量和体积；船名和航次；运费预付或运费到付；正本提单的张数；船公司或其代理人签字。

2. 航空运单

航空运单是空运方式下承运人签发的单据，是由航空公司或其代理人接管航空运输货物后签发的货运单据。它是货物的收据，也是托运人和承运人间运输合同的证明，但不是货物所有权的凭证。所以航空运单不能背书转让，也不能作为有价证券流通。收货人在目的地提货的依据并不是航空运单，航空公司向收货人发出提货通知，收货人即可提货。正因为航空运单是不可转让的，在航空运单的收货人栏内必须详细填写收货人的全称和地址，而不能作成指示性抬头。

航空运单正本共一式三份。第一份：“Original-For The Issuing Carrier”，由航空公司保留；第二份“Original-For The Consignee”随机转给收货人；第三份“Original-For The Ship-per”交给托运人，供办理仪付或托收用。

3. 国际货协运单和承运货物收据

国际货协运单是参加国际货协各国之间办理铁路联运时使用的运输单据。

我国各出口公司委托中国外贸运输公司承办的经铁路运输通过深圳至香港的货物，货物装车后中国外运公司签发给托运人一份“承运货物收据”，供托运人办理结汇。承运货物收据和海运提单一样，既可以作为承运人货物收据，也是货、运双方运输合同的证明。

× × × 运输公司		编号：	
承运货物收据		合同号：	
日期：		发票号：	
托运人		收货人	
通知人			
装运地		目的地	
装车日期		车号	
标记	件数和包装	货物名称	毛重尺码 附记
运费及费用		请向下列地点接洽提货	
		× × × 公司	
签署：			

4. 邮局收据

邮局收据是邮包运输方式下邮局对邮寄商品接管后签发的一种收据。它的作用只表现在货物收据和运输契约证明两方面。邮局收据并不能作为提货的依据，所以和空运单一样它也不是物权凭证。邮局收据的内容比较简单，包括的项目主要有：收、寄件人名称、地址；收据编号；邮局日戳；货物重量和邮寄费用等。

二、出口产品的运输保险

在出口交易中，根据交易双方的约定出口商有时要负责办理出口产品的运输保险。运输保险是以运输过程中的各种货物作为保险标的，被保险人向保险人交纳保险费按一定的金额投保一项或几项险别。出口的货物如果在运输途中发生被保险人投保险别范围内的损失，保险人应当按照双方签定的保险合同对被保险人给予经济上的补偿。国际货物运输保险的种类是按货物装运的不同运输工具而定。针对海上运输、陆上运输、航空运输和邮包运输，运输保险则分成海上货物运输保险、陆上货物运输保险、航空货物运输保险和邮包货物运输保险。追溯保险业的发展史，可以看出海上货物运输保险起源最早，历时最久。其它运输方式下的货物运输保险都是在海上货物运输保险的基础上发展起来的。所以各种类型的货物运输保险在保险人的承保范围、赔偿原则等方面享有许多共性。

（一）保险人对货物运输保险承保的范围

保险人对货物运输保险承保的范围包括承保的风险、承保的损失和承保的费用三个方面。

什么样的风险属于保险人的保险承保的范围？不同的运输方式危险表现的形态也不一样。总起来说，我们可以把货物在运输途中有可能遇到的风险归结为三类。第一类是自然灾害。它包括：暴风雨、雷电、洪水、地震、海啸、流冰、恶劣气候。第二类是意外事。它包括：搁浅、触礁、沉没、破船、失踪、碰撞、隧道坍塌、崖崩、爆炸、运输工具的倾覆、坠落。第三类是外来风险。它包括：失火、偷窃、提货不着、雨淋、短量、沾污、渗漏、破碎、受潮受热、串味、战争、罢工等等。

这些风险不论人们在主观意志上承认与否，它们都是客观存在的。风险的存在有其必然性，但是它的发生确是有着很大的偶然性。一旦这些必然存在的风险偶然的发生在某一个被保险人身上，势必会给他的运输货物造成不同程度的损失。

风险造成的损失按照损失的程度划分可以分成两类，即全部损失和部分损失。全部损失是指运输中整批货物的全部损失，例如，运输船只沉没或修理受损货物的费用超过了货物修复后的价值。而凡是未达到全部损失程度的损失属于部分损失，例如，部分玻璃器皿运输途中破碎。在海上运输情况下，货物在运输途中的损失按照性质又可以分为共同海损和单独海损两类。二者的区别之一在于损失形成的原因不同。自然灾害或海上意外事故是形成单独海损的直接原因，但在共同海损情况下它们是共同海损形成的诱因，而人为因素是共同海损形成的直接原因。例如，海上运输途中遇到暴风雨，海水进入船舱将部分棉花打湿，被打湿的棉花就是单独海损。又如海上运输途中遇到暴风雨，船身严重倾斜，如不立即采取措施船舶将会沉没。为保证船体的平衡船长下令将船上的部分货物抛弃。被抛弃的货物就是共同海损。单独海损和共同海损的另一个区别在于承担损失的责任不同。发生单独海损的时候，货物损失是由受损失方自己承担。而发生共同海损的时候。共同海损的牺牲和费用是由获救方共同分摊。

运输途中的风险除了会造成货物的损失以外，同样会给被保险人带来费用上的支出。保险人对于两种费用的支出也给予赔偿。它们是施救费用和救助费用。二者的区别在于施救费用是由被保险人或其代理人在保险标的遇到灾害事故时，为防止损失扩大采取抢救措施所支出的费用。救助费用是保险标的遇到灾害事故时，向与保险人和被保险人没有关系的采取救助行为的第

三方支付的费用。

(二) 保险公司的承保险别

保险的险别是指被保险人要得到怎样的保障，换言之，保险人承担什么责任。我国现行的国际贸易货物运输保险的主要险别有：海运货物保险平安险、水渍险和一切险；陆运货物保险陆运险和陆运一切险；空运货物保险空运险和空运一切险；邮包运输保险邮包险和邮包一切险。

1. 海运货物保险的主要险别

我们用图表的形式将海运货物保险的主要险别加以划分，说明中国人民保险公司对各险别划分的责任范围。每个险别项下的符号“+”代表保险公司在这一险别项下负责对所提及的范围承担赔偿责任。符号“-”代表不承担赔偿责任。

从下表中可以看出，在海洋运输货物保险的三个险别中保险公司承保的平安险的责任范围最小，一切险的责任范围最大。这三个险别间的区别在于水渍险是在平安险的基础上加上自然灾害造成的货物的部分损失。应当注意的是，平安险的承保范围不包括由于自然灾害造成的货物的部分损失。但是如果船舶在运输途中发生了意外事故，而在此之前或之

中国人民保险公司海运货物保险险别的责任范围

保险公司承保的范围	险别		
	平安险	水渍险	一切险
1. 自然灾害造成的货物的全部损失	+	+	+
2. 意外事故造成的货物的全部损失	+	+	
3. 意外事故造成的货物的部分损失	+	+	+
4. 运输工具发生意外事故，在此前后又遇到自然灾害造成的货物的部分损失	+	+	+
5. 装卸或转运时一件或数件整体货物落海造成的全部或部分损失	+	+	+
6. 共同海损的牺牲、分摊和救助费用	+	+	+
7. 被保险人支付的以不超过被救货物保险金额为限的合理的施救费用	+	+	+
8. 运输工具遭遇海难后，在避难港卸货引起的货物损失以及在中途港、避难港由于卸货、存仓及运送货物产生的特别费用	+	+	+
9. 运输合同订有“船舶互撞责任”条款，据该条款规定由货方偿还船方的损失	+	+	+
10. 自然灾害造成的货物的部分损失	-	+	+
11. 一般外来原因造成的货物的部分损失	-	-	+
12. 一般外来原因造成的货物的全部损失	-	-	+

后又遇到了自然灾害，那么对于这种情况下的自然灾害造成的部分损失保险公司还是负责赔偿的。所以如果船舶在运输途中仅遇到自然灾害，进而给货物带来部分损失，这部分损失只有在投保了水渍险或一切险的时候才能得到赔偿。一切险的承保范围是在水渍险的基础上加上一般外来原因造成的货物的部分和全部损失。一般外来原因是指在前面提到的一般外来风险。除了这些一般外来原因外，保险业务中还有特殊外来原因引起的特殊外来风

险。例如，战争险和罢工险。这些特殊外来风险并不属于一切险的承保责任范围。被保险人要投保这类风险必须在投保了某一上述险别的基础上办理加保手续。按照我国保险惯例的做法特殊外来风险不能单独办理。

纵观国际保险业的发展，英国的保险条款对世界各国起着非常大的影响作用。大约 70% 的国家在海上保险业务中采用英国伦敦保险协会制定的“协会货物条款”。在以 CIF 条件缔结的出口交易中，经常出现进口商要求出口商按伦敦保险协会货物条款办理投保的情况。伦敦保险协会的海运货物保险条款有六种，它们是：协会货物条款（A）；协会货物条款（B）；协会货物条款（C）；协会战争险条款（货物）；协会罢工险条款（货物）；恶意损害险条款。其中协会货物条款（A）、（B）、（C）险分别等同于我国海运货物保险条款的一切险、水渍险和平安险。但二者在承保范围上也有显著的区别。我们用下表重点介绍协会货物条款（A）、（B）、（C）种险别。每个险别项下的符号“+”代表保险公司在这一险别项下负责对所提及的范围承担赔偿责任，符号“-”代表不承担赔偿责任。

从表中可以看出 A 险的责任范围最大，C 险的承保范围

伦敦协会货物条款主要险别的责任范围

承保范围	险别		
	A	B	C
1. 火灾、爆炸	+	+	+
2. 船舶或泊船触礁、搁浅、沉没或倾覆	+	+	+
3. 陆上运输工具倾覆或出轨	+	+	+
4. 在避难港卸货	+	+	+
5. 共同海损牺牲	+	+	+
6. 抛货	+	+	+
7. 船舶、驳船或运输工具同水以外的外界物体碰撞	+	+	-
8. 地震、火山爆发、雷电	+	+	-
9. 浪击落海	+	+	-
10. 海水、湖水或河水进入船舶、驳船、运输工具、集装箱、大型海运箱或储存处所	+	+	-
11. 货物在装卸时落海或摔落造成整件的全损	+	+	-
12. 对于被保险人意外的任何人的故意损害行为	+	-	-
13. 海盗行为	+	-	-

（A）险的除外责任：

1. 一般除外责任
2. 不适航、不适货除外责任
3. 战争除外责任
4. 罢工除外责任

最小。C 险只负责赔偿重大意外事故造成的货物损失，即表中的 1—6 项。B 险的 C 险的基础上还负责自然灾害和非重大意外事故造成的货物损失，表中 1—11 项。A 险是在 B 险的基础上加上 B 险的除外责任，即被保险人以外的人的故意损害行为和海盗行为。也可以说 A 险承保自身除外责任以外的所有风险。同样通过该表我们也可以推出 B 险和 C 险的除外责任。

2. 陆运货物保险条款

陆运货物保险条款分为陆运险和陆运一切险两种。保险公司的承保范围如下：

中国人民保险公司陆运货物保险条款承保范围		
承保范围	险别	
	陆运险	陆运一切险
1. 自然灾害造成的全部损失	+	+
2. 自然灾害造成的部分损失	+	+
3. 意外事故造成的全部损失	+	+
4. 意外事故造成的部分损失	+	+
5. 被保险人支付的以不超过被救货物保险金额为限的合理的费用	+	+
6. 一般外来原因导致的全部损失	-	+
7. 一般外来原因导致的部分损失	-	+

在陆上运输货物保险的两个条款中，陆运一切险是在陆运险的基础上加上一般外来原因造成的货物的全部和部分损失。

3. 空运货物保险条款

该保险条款是以飞机作为主体加以规定的。空运货物保险条款分为航空运输险和航空运输一切险两种。保险公司的承保范围如下：

中国人民保险公司空运货物保险条款承保范围		
承保范围	险别	
	航空运输险	航空运输险一切险
1. 自然灾害造成的全部损失	+	+
2. 自然灾害造成的部分损失	+	+
3. 意外事故造成的全部损失	+	+
4. 意外事故造成的部分损失	+	+
5. 被保险人支付的以不超过被救货物保险金额为限的合理的费用	+	+
6. 一般外来原因导致的全部损失	-	+
7. 一般外来原因导致的部分损失	-	+

在航空运输货物保险的两个条款中，空运一切险是在空运险的基础上加上一般外来原因造成的货物的全部和部分损失。

4. 邮包险条款

本保险分为邮包险和邮包一切险两种。

中国人民保险公司邮包运输货物保险条款承保范围

承保范围	险别	
	邮包险	邮包一切险
1. 自然灾害造成的全部损失	+	+
2. 自然灾害造成的部分损失	+	+
3. 意外事故造成的全部损失	+	+
4. 意外事故造成的部分损失	+	+
5. 被保险人支付的以不超过被救货物保险金额为限的合理的费用	+	+
6. 一般外来原因导致的全部损失	-	+
7. 一般外来原因导致的部分损失	-	+

在邮包运输货物保险的两个条款中，邮包一切险是在邮包险的基础上加上一一般外来原因造成的货物的全部和部分损失。

比较前面介绍的各种货物运输保险条款，除海运货物保险条款的内容较为复杂以外，其它运输方式项下的保险条款的承保范围基本相同。

（三）货物运输保险的责任期限

货物运输保险的责任期限也就是保险公司承保责任的起讫期限，即保险责任从什么时候开始到什么时候结束。按照目前国际通行的惯例，货物运输保险的责任起讫采用“仓至仓”条款。即保险公司对保险货物所承担的保险责任，从保险单载明的起运港（地）发货人仓库开始，一直到货物到达保险单载明的目的港（地）收货人的仓库时为止。当货物进入收货人仓库，保险责任终止。我国的海运、陆运、空运和邮包运输货物保险的责任期限也都延用着国际惯例的做法，采用“仓至仓”条款。但它们在規定上也有一些细微的差别。具体表现在：

海运：保险公司对保险货物所承担的保险责任，从保险单载明的起运港（地）发货人仓库开始，一直到货物到达保险单载明的目的港（地）收货人的仓库时为止。如果货物没有抵达保险单规定的收货人的仓库，保险期限以被保险货物在最后目的港全部卸离海轮后 60 天为止。如在上述 60 天内被保险货物需转运到非保险单载明的目的地时，保险期限以该项货物开始转运时终止。

空运：保险公司对保险货物所承担的保险责任，从保险单载明的起运地发货人仓库或储存处所开始，一直到货物到达保险单载明的目的地收货人的最后仓库或储存处所时为止。如果货物没有抵达保险单规定的收货人的仓库，保险期限以被保险货物在最后卸载地卸离飞机后 30 天为止。如在上述 30 天内被保险货物需转运到非保险单载明的目的地时，保险期限以该项货物开始转运时终止。

陆运：保险公司对保险货物所承担的保险责任，从保险单载明的起运地发货人仓库或储存处所开始，一直到货物到达保险单载明的目的地收货人的最后仓库或储存处所或被保险人用作分配、分派的其它储存处所为止。如果没有抵达上述仓库或储存处所，以被保险货物运抵最后卸载的车站满 60 天为止。

邮包运输：保险公司对保险货物所承担的保险责任，自被保险邮包离开保险单载明的起运地点寄件人的处所运往邮局时开始，一直到货物到达保险单载明的目的地邮局，自邮局签发到货通知书当日午夜起算满 15 天终止。但在此期限内邮包一经递交收件人的处所时，保险责任即行终止。

从保险公司对各种运输工具货物保险期限的规定中可以看到，它们之间的主要区别在于如果货物卸离运输工具但没有送达到保险单规定的收货人仓库或处所，保险公司承担的货物保险的有效时间不同。海运和陆运是 60 天，空运是 30 天，邮包运输是 15 天。

“仓至仓”条款是国际货物运输保险的责任期限。但是在国际货物运输保险中还存在着另外一种特殊的风险，即战争险。各种货物的运输险都有战争险别。战争险别的责任起讫不适用“仓至仓”条款。它承担的是货物在运输工具上的风险。保险公司也明确了各种运输工具的货物战争险的责任起讫。具体规定如下：

海运战争险责任起讫：保险责任自被保险货物装上保险单载明的起运港的海轮或驳船时开始，到卸离保险单载明的目的港的海轮或驳船时为止。如果货物不卸离海轮或驳船，保险责任最长期限以海轮到达目的港的当日午夜起算满 15 天为限。如中途转船，不论货物在当地是否卸载，保险责任以海轮到达该港或卸货地点的当日午夜起算满 15 天止。再装上续运海轮时继续有效。

陆运战争险责任起讫：保险责任自被保险货物装上保险单载明的起运地的火车时开始，到卸离保险单载明的目的地的火车时为止。如果货物不卸离火车，保险责任最长期限以火车到达目的地的当日午夜起算满 48 小时为限。如中途转车，不论货物在当地是否卸载，保险责任以火车到达该中途站的当日午夜起算满 10 天止。在上述期限内装上续运火车时继续有效。

空运战争险责任起讫：保险责任自被保险货物装上保险单载明的起运地的飞机时开始，到卸离保险单载明的目的地的飞机时为止。如果货物不卸离飞机，保险责任最长期限以飞机到达目的地的当日午夜起算满 15 天为限。如中途转机，不论货物在当地是否卸载，保险责任以飞机到达该中途站的当日午夜起算满 15 天止。装上续运飞机时继续有效。

邮包战争险责任起讫：保险公司对保险货物所承担的保险责任，自被保险邮包经邮局收讫后自储存处所开始运送时生效，到该项邮包运达保险单载明的目的地邮局送交收件人时为止。

（四）出口商的保险责任

在以 CIF、CIP 条件缔结的出口交易中，出口商有义务负责办理出口货物的运输保险，而在以目的地作为交货地点的出口合同中出口商则十分必要为自己办理货物的运输保险。出口商应当按照什么金额投保什么险别呢？按照保险市场国际惯例的通行作法，保险金额按 CIF 或 CIP 总值加 10% 计算，险别以平安险为基础。对于战争险这类特殊附加险，在 CIF 和 CIP 合同中出口商没有义务主动投保。一般是在进口商的请求并承担费用的前提下办理。应当注意的是在对战争、罢工险的投保原则上英国伦敦保险协会和中国人民保险公司的规定是不同的。前者允许战争、罢工险可以独立投保。而后者规定只有在投保了一种主要险别的基础上，如在平安险、水渍险或一切险，才能加保战争、罢工险。

出口商如果确认在交易中承担办理货物运输保险的责任，就要及时的向

保险公司办理投保手续。出口商办理保险手续的时候要给予保险公司充分的、必要的和正确的指示，以便保险公司出据具有法律效力的、日后缔约双方处理索赔和理赔的依据——保险合同。出口商向保险公司提供的信息应当包括：

交货条件：这意味着保险险别的范围。

客户指示：通常客户会要求投保一些附加险别。

险别类型：投保平安险、水渍险或一切险。这主要取决于商品种类和运输方式。

运输方式：运输方式不同保险公司的保险费率也不同。例如，空运费率低于海运费率。

目的地和航线：保险公司针对不同的目的地和航线采用不同的费率标准。

货物种类：保险公司对于危险品或在装卸、存放过程中需要特别操作的商品有特殊的费率标准。

货物价值：保险公司用以计算 10% 加成的保险金额。

包装方式：保险公司要结合商品的包装方式计算保险费。如对于甲板货可能会收取额外的保险费。

文件要求：这是指出口商要求保险公司出具的保险合同的份数。

第二十章 出口交易的结算

本书的有关章节介绍了国际常用的各种进口采购的付款方式对进口商的利弊。在出口交易中每年也有大量的出口企业由于不能按期或根本收不到货款而遭受重大损失。远期结汇的时候出口商还要面临因款项占压而造成的资金短缺的困境。造成损失和困境的主要原因有两个。一是出口商没有能够充分估计到影响安全收汇的各种风险。进口商拒绝付款的原因是多方面的。可能是由于实力不足；可能是由于信用不佳；可能是由于汇率变化；可能是由于出口商提交的议付文件不符合规定；也可能是由于各种政治因素。另一个原因是出口商没有落实能够保证安全收汇的手段。采用什么方法解决这两个基本问题涉及到出口商如何选择对他最有利的结算方法、如何进行买方商业信用和出口信贷风险的防范以及如何进行出口资金的融通，加速出口资金周转。

一、出口交易的结算方式

出口商在出口谈判过程中坚持选用什么样的结算方式对交易能否达成有着重要的影响，特别是当交易金额巨大的时候。本书的有关章节从进口业务的角度探讨了各种可供进口商选用的付款方式。在此我们从出口交易的角度介绍国际上出口商常用的结算手段。

出口谈判过程中进出口双方均会从对各自有利的角度提出希望对方能够接受的货款结算方式。这些可能被双方共同接受、也可能造成双方分歧的支付方式主要有：预付货款、交单付现或交货付现、记帐交易、寄售、托收、信用证。

（一）预付货款

预付货款是出口业务中对买方最有利的结算方式。他甚至可以在收进货款后置备和发运货物。预付货款对出口商的优势和风险表现在出口商没有任何收不回货款的风险并且没有应收款项的利息损失，但同时只有在极个别的情况下进口商才会考虑接受这种对他而言风险极大的付款方法。

（二）交单付现或交货付现

交单付现或交货付现是卖方先交货后收款的结算方式。对卖方来说它的特点在于银行收取的费用低并且实际货物或者货物所有权的交付与货款的支付是对流条件。但是应当引起出口商警惕的是这种结算方式对于货物承运人的要求很高。所以出口合同应当尽量以 CFR 或 CIF 这类出口商负责安排货物运输的条件成交，以避免有可能出现的承运人和进口商勾结提取货物而不付货款的现象。另一个出口商可能会面临的风险是交货后进口商所在国发生政治、经济危机或进口国政府颁布外汇管制条例限制资金转移，这些都会影响到出口商能否安全、及时的结汇。

（三）记帐交易

记帐交易是卖方先行发货，买方收货后立即或者在将来约定的一个时间内付款。采用这种方式收受货款要求进口国经济稳定，买方必须有良好的商业信用。记帐交易的风险还体现在出口商承担着应收帐款的利息损失和进口国限制资金转移命令的威胁。

（四）寄售

寄售是买方收到货物并将货物出售后才向卖方支付货款。寄售对卖方而言是一种资金占压，并且很有可能是一种长期的资金占压，这不利于出口商

的资金周转。同时进口商的商业信誉和进口国资金转移限制的风险也会随时威胁着出口商。

(五) 托收

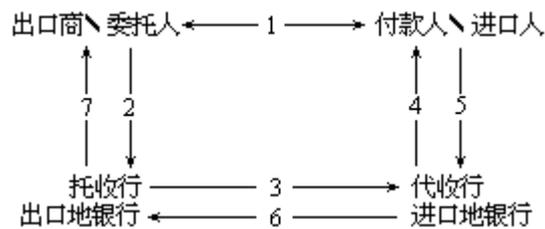
如前所言，托收这种结算方式是由卖方按照商业发票的金额开立汇票，委托出口地银行通过它在进口地的分行或代理银行向进口人收取货款。根据使用的汇票，托收分为跟单托收和光票托收。国际上普遍采用的跟单托收是指托收项下的汇票是跟单汇票，即附带有货运单据的汇票。

如前所述，跟单托收有两种结算方法，即付款交单和承兑交单。

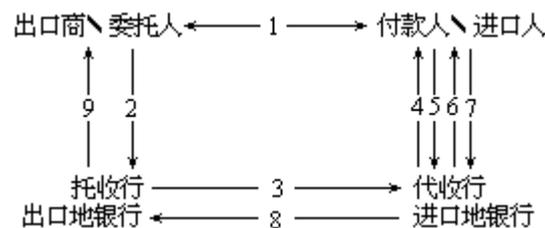
1. 付款交单

付款交单又分成即期付款交单和远期付款交单两种作法。它们各自的托收业务程序示范如下：

· 即期付款交单：即期付款交单是指代收行向进口商做付款提示后，进口商立即付款赎单的结算方式。



1. 进出口商在买卖合同中规定付款方式采用即期付款交单。
 2. 出口商装运货物后将汇票及合同规定的装运单据连同托收委托书一起交到托收行委托收款。
 3. 托收行将全套托收文件寄交代收行指示代收行向进口商收款。
 4. 代收行收到汇票和装运单据后向付款人做出付款提示。
 5. 进口人支付货款，赎取装运单据。
 6. 代收行通知托收行货款收讫并转帐。
 7. 托收行收到通知后将款项交付出口商，即委托人。
- 远期付款交单：远期付款交单是指出口商开立一张远期汇票，进口商在将来的一个时期付款。进口商见票后对远期汇票进行承兑，待汇票规定的付款期限到来的时候再行付款赎单。



1. 进出口商在买卖合同中规定付款方式采用远期付款交单。
2. 出口商装运货物后将汇票及合同规定的装运单据连同托收委托书一起交到托收行委托收款。
3. 托收行将全套托收文件寄交代收行。
4. 代收行收到汇票和装运单据后向付款人做出承兑提示。5. 进口人在远期汇票上

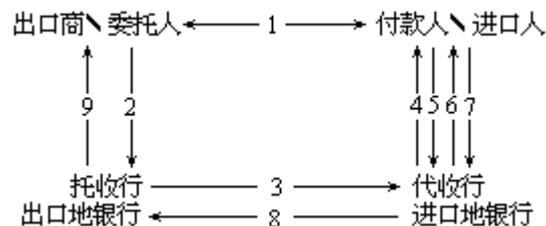
承兑，全套单据代收行保管。

6. 在远期汇票的到期日代收行向付款人做付款提示。
7. 进口商付清全部货款赎取装运单据。
8. 代收行通知托收行货款收讫并转帐。
9. 托收行收到通知后将款项交付出口商，即委托人。

2. 承兑交单

承兑交单是代收行在付款人承兑汇票后即将货运单据交给付款人，在远期汇票到期的时候，付款人履行付款义务。

1. 进出口商在买卖合同中规定付款方式采用承兑交单。
2. 出口商装运货物后将汇票及合同规定的装运单据连同托收委托书一起交到托收行委托收款。
3. 托收行将全套托收文件寄交代收行。
4. 代收行收到汇票和装运单据后向付款人做出承兑提示。
5. 进口人在远期汇票上承兑，取得除汇票以外的全套装运单据。
6. 在远期汇票的到期日代收行向付款人做付款提示。
7. 进口商付清全部货款。
8. 代收行通知托收行货款收讫并转帐。



9. 托收行收到通知后将款项交付出口商，即委托人。

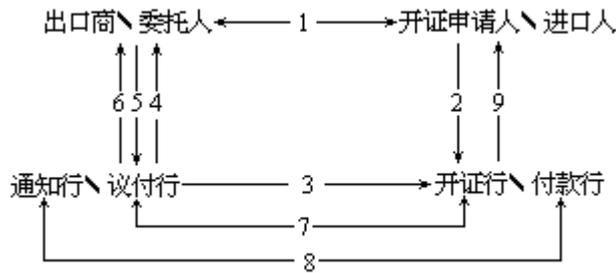
与货到后付款的结算方式相比，跟单托收对出口商安全收汇的保障更大。但是出口交易中使用跟单托收对出口商来说仍然存在着一定的风险。首先，托收方式下的收款依靠的是进口商的商业信用，托收行和代收行在托收业务中对付款不负任何责任。出口商是否能够安全、及时的收汇主要决定于进口商的信誉。其次，远期付款交单的条件对出口商的资金占压比较严重，出口商不但要承受利息上的损失还要承受有可能出现的汇率变化的风险。第三，承兑交单方式下，进口商对汇票承兑以后即可以取得装运单据。出口商得到的唯一的付款保证是进口商对汇票的承兑。用这种方式进口商在实际支付货款以前已经得到了货物的所有权。因此，在等待汇票付款时间到期的时候，出口商还要承担可能被拒付的风险。第四，当远期付款交单和承兑交单的时候，由于进口商承兑汇票的时间在前，实际付款时间在后，在此期间出口商也要承担有可能出现的进口国政府规定的限制资金转移的风险。

(六) 信用证

在所有的支付方式当中，对出口商而言，信用证是最安全的结算方式。这是由于信用证业务的特点决定的。信用证是一种银行信用，银行对出口商起着保证付款的承诺，前提条件是只要出口商履行了信用证规定的各项义务。本书的上面有关章节已经介绍了信用证的特点、种类等内容，在此我们从出口商的角度介绍信用证业务在具体使用中的几个问题。

1. 信用证处理程序信用证结算货款要经过多种环节、办理各种手续。以

下是信用证的一般程序图。



1. 进出口商在买卖合同中规定采用信用证作为该笔交易的结算方式。
2. 进口人即开证申请人向开证行提出开证申请，同时交纳开证押金或提供其它形式的担保。
3. 依据开证申请书的内容，开证行向受益人即出口人开出信用证，此证寄交出口地银行，即通知行。
4. 通知行审核信用证密押无误后，将信用证转交受益人。
5. 出口商审核信用证后，安排货物装运，备妥信用证规定的全套议付单据后，在信用证有效期内交付议付行议付。
6. 议付行按照信用证条款审核受益人提交的单据无误后，扣除有关费用将货款垫付给受益人。
7. 议付行将单据寄交开证行或其指定的付款行索偿货款。
8. 开证行或付款行审核单据无误后，向议付行付款。
9. 开证行或付款行通知开证人付款赎单。

2. 信用证的格式和内容不论信用证的格式如何，开证银行应进口人的申请开立给受益人的信用证主要包括以下几项内容：信用证种类；信用证当事人名称；货物描述；信用证有效期限；信用证金额和使用的货币；受益人提交的单据；汇票的付款日期；保险险别；分批装运及转运；特别条款；保证条款。见下例：

信用证样本

不可撤销跟单信用证

开证日期： 开证行名称： 通知行名称： 货名及规格 数量 包装及标记 装运港： 是否允许分批：	信用证号码： 信用证有效期和地： 受益人名称： 开证人名称： 单价 信用证金额 目的港： 装运期限： 是否允许转运：
--	--

保险：由卖方办理。按照(保险公司名称)的保险条款投保一切险和战争险。保险金额为发票金额的 110%

兹开立以(受益人名称)公司为受益人的不可撤销信用证，金额不超过(大写)。

你公司可凭本证按发票金额 100% 开立以我行为付款人的即期(或见票后付款)(付款期限)

(.....天付款的远期) 汇票, 并交下列各项单证:

() 商业发票一式三份
() 全套清洁的、凭指定的、经过空白背书的、已装船提单, 注明“运费已付”。

() 保险单

() 产地证书

() 商检证书

() 装箱单

本信用证项下的单据应在运输单据签发后.....(交单期) 天内.....(交单地点) 提示议付, 但是无论如何不能超过信用证的有效期。

我行开立以你方为受益人的不可撤销跟单信用证。此信用证条款受国际商会出版的《跟单信用证统一惯例 500 号》约束。受益人提交的汇票必须注明信用证号码、开证日期和开证行名称。

我行保证凡按信用证各项条件开出的汇票, 本行将到期付款。

开证行签字盖章

3. 出口交易中常见的信用证种类

在“进口采购的付款方式”这一章中我们介绍了各类信用证的概念以及它们在进口业务中呈现的特点。现在我们从出口业务的角度分析一些常见信用证的特点。

(1) 不可撤销信用证。不可撤销信用证为受益人提供了比较可靠的安全收汇的保障。只要出口商提交了符合信用证要求的全部单据, 付款行或开证行必须履行付款责任。(2) 可撤销信用证。因为可撤销信用证是开证行可以随时撤销或修改的信用证, 所以可撤销信用证并不构成开证银行对受益人的保证付款的承诺。出口业务中使用该信用证对出口商而言没有安全收汇的保障。(3) 跟单信用证。跟单信用证是进出口交易中常用的信用证形式。出口商提交的单据在内容上、份数上要完全符合信用证的规定, 否则开证银行可以拒绝付款。(4) 保兑信用证。在进口国家的政治、经济形式不稳定; 国际收支有困难或者出口商对开证银行的资信了解不足的情况下, 出口商应当要求进口商开立保兑信用证。保兑信用证是银行保证付款的双重承诺, 也是出口商安全收汇的双重保障。(5) 即期信用证。即期信用证有利于出口商加速资金周转。即期信用证项下开证银行的付款方式有两种。一是信用证中带有电报索偿条款。即议付行收到受益人提交的单据后用电报、电传的方式通知开证行或付款行立即付款。后者收到通知后立即向议付行电汇偿付。另一种方式是开证行或付款行收到符合信用证规定的单据后立即付款。带有“电汇条款”的即期信用证更有利于出口商加速资金周转。在后一种方式下出口商结汇时间的早晚取决于单据寄送邮程的长短。(6) 假远期信用证。假远期信用证是指受益人可以即期收汇, 但开证人远期付款的信用证。出口交易中使用假远期信用证的主要原因是进口国政府实行了严格的外汇管制的措施。例如, 外汇管制条例规定“进口交易必须远期付款”, 因而银行只能开立远期信用证。假远期信用证套用的是开证银行的资金。假远期信用证都有明确的假远期条款, 例如, “远期汇票可即期议付”; “远期利息或贴现利息有开

证人负担”。对出口商来说使用远期信用证和假远期信用证的主要区别在于：其一，假远期信用证受益人能即期收汇，而远期信用证不能即期收汇；其二，假远期信用证规定远期汇票的贴现息和发生的承兑手续费用由开证人负担，而远期汇票的利息或贴现息由受益人负担。所以出口交易中使用假远期信用证的时候出口商一定要审核信用证中是否带有假远期条款，没有假远期条款达不到即期收汇的目的。（7）付款信用证。“议付”和“付款”的主要区别在于付款行付款以后失去了对受益人的追索权。而议付行议付了受益人的单据后向开证行或付款行索偿，如果议付行因单证不符等原因遭到后者的拒付，议付行可以向受益人追索。使用付款信用证的时候，出口商应当指定出口地银行为付款行。这样该行付款后由于没有追索权受益人在交单取款后可以放心使用资金。如指定开证银行为付款行，出口地银行为议付行，那么出口商在议付了货款后仍然有被追索的可能。（8）承兑信用证。承兑信用证分为银行承兑信用证和商业承兑信用证。银行承兑信用证的远期汇票的付款人是开证银行或它指定的其它银行；商业承兑信用证的远期汇票的付款人是开证人。出口交易中出口商使用银行承兑汇票比较有利。这是因为银行承兑的汇票很容易在贴现市场贴现，这有利于出口商的资金周转。而商业承兑汇票的贴现条件比银行承兑汇票的贴现条件差，一般只有开证行愿意贴现。（9）议付信用证。议付信用证允许受益人向某一银行或任何银行交付单据，议付货款。从规定的议付行角度讲，议付信用证分为公开议付和限制性议付两种形式。前者是指信用证可以由任何银行议付，后者是指在信用证上注明由指定的银行议付。公开议付的信用证实际上是开证行向受益人和任何愿意议付的银行发出的议付邀请和付款承诺。由于可以在任何银行议付，这种方式对出口商的资金融通非常有利，他能够在最快的时间内取得货款。（10）预支信用证。预支信用证是出口人在装运货物以前先行收款的信用证。如果说远期信用证是出口商发货在先，进口商付款在后，那么预支信用证则是进口商付款在先，出口商发货在后的形式。出口商在银根吃紧、贷款困难的情况下，使用预支信用证是比较好的融通资金的方式。出口交易中如果需要进口商预付货款，预支信用证也往往是交易双方均乐于接受的支付手段。

上述信用证是出口交易中常见的几种信用证形式。除此之外，如果出口商欲将信用证转给其它人使用，他可以要求开证人开立可转让的信用证。如果出口商在交易中是中间人，为了保守商业秘密、避免进口商和实际供货商接触，则应当使用对背信用证。

4. 出口商对国外来证的处理

信用证是在交易双方签定的买卖合同的基础上成立的。信用证是合同中支付条件的体现。信用证的内容是应当和合同条款一致的。出口商在收到国外开来的信用证后，应当对照合同条款对信用证内容进行审理，以验证信用证条件是否符合合同条件。审核的主要目的是保证出口商能够安全、及时的收汇。信用证审核的内容主要包括以下几个部分：政治审核；开证行资信审核；信用证金额和使用货币的审核；信用证有关期限的审核；有关商品的质量、数量、包装条件的审核；对提交单据的审核；对特别条款的审核。在审核信用证的时候，当出口商发现信用证条件和合同规定的条件不相符合的时候，可以采取两种解决方法。第一，如果这种不符的，并对出口商没有威胁，且可以轻易做到的，出口商可以接受该信用证条件。这样出口商可以节省改证费用，并免除有可能出现的延迟装运的麻烦。但是出口商必须按照信用证

的规定履行义务。第二，如果信用证条件已经改变了合同的交易条件，而且这些改变给出口商造成了极大的不便，甚至会带来经济损失，出口商应当要求进口商按照合同修改信用证条件。当收到开证人的信用证修改本后，出口商对修改本内容进行再审核。对信用证进行审核和修改是出口商安全、及时收汇的保障条件。出口商只有严格履行信用证规定的条件，银行才给予付款。银行只对信用证负责，不过问派生信用证的买卖合同。这是信用证业务的另一个特点。

5. 信用证项下的单据

在信用证付款方式下，银行处理的是单据业务。银行向受益人付款的原则是“单证相符、单单相符”，即只要出口商提交的单据在内容和份数上符合信用证的规定，同时，单据之间的内容互相符合银行保证付款。这是信用证业务的第三个特点。信用证付款要求出口商提交的单据主要包括：商业发票、保险单、运输单据、汇票、装箱单、商检证书和产地证书。运输单据在前面已经作了介绍，在此我们重点介绍信用证项下常见的其它单据。

(1) 商业发票。商业发票是出口商开立给进口商的货价清单，是对装运货物的总说明。在所有的信用证要求的单据中商业发票是核心单据。它的作用主要表现在：是进出口海关核查货物、征收关税的依据；是进口商验收货物的依据；是进口商付款的依据；是出口商记账的依据。

商业发票的内容主要包括：发票名称；进出口商姓名、地址全称；发票号码、日期；货物名称、规格；货物件数、数量；货物包装方式、运输标志；货物重量；货物起运地和目的地；货物单价和总金额；货物的价格条件；货物的运输工具及航线；出口商签字。根据具体情况有时要求出口商在商业发票上加注运费、保险费、信用证号码或货物产地等其它内容。见发票样本：

出口发票缮制不当，不符合信用证的要求，银行会拒绝付款。缮制发票的时候，出口应当注意避免出现以下错误：发票总金额超出信用证金额；发票金额和汇票金额不符；货物价格和信用证不符；缺少价格条件；发票没有出口商的签字；进口商名称和信用证规定不符；发票的出票人不是出口商；发票对货物的描述和信用证的描述不符；发票没有列明信用证要求列明的项目。这些发票的错误都会影响出口商的顺利结汇。(2) 保险单。以 CIF 条件缔结的出口合同，出口商负责办理出口货物的运输保险。保险单证是出口商向银行交单时必须提交的单据之一。保险单证的作用表现在：它是保险人的承保证明，是保险人和被保险人间的保险合同；是保险人和被保险人间处理理赔和索赔的依据；在 CIF 的交货条件下，它是出口商议付货款的不可缺少的单据。保险公司签发的保险单证主要分成保险单、保险凭证、联合保险凭证和预保单四种类型。它们之间的主要区别在于保险单是正规的保险合同。除了正面条款以外，保险单还载有说明保险人责任范围和保险人、被保险人权利、义务的背面条款。保险凭证是保险单的简化形式，它不带背面条款。联合保险凭证是在商业发票上注明保险编号、险别和保险金额，其它项目以发票所列项目为准。除非信用证有另规定，联合保险凭证在出口交易中不常使用。预保单是指保险人和被保险人之间签定一个长期合同，合同中规定承保货物的范围、险别、金额等。凡是合同中约定的运输货物，在合同的有效期限内自动承保。

保险单证的主要条款包括：保险人和被保险人名称；保险单证名称和编号；保险货物的名称、数量、包装和标记；保险金额；运输工具；开航日期；装运地和目的地；承保险别；保险费和保险费率；保险公司在目的地的代理人；保险单签发日期和地点；保险公司签章。

× × × 保险公司
海洋货物运输保险单

发票号码：

保险单号码：

× × × 保险公司（以下简称保险人）根据（以下简称被保险人）的要求，由被保险人向保险人缴付约定的保险费，按本保险单承保险别和背后条款及下列条款承保下述货物运输保险，特立本保险单。

货物标记	包装和数量	保险货物名称	保险金额
总保险金额_____			
保险费_____	保险费率_____	装载工具_____	
开航日期_____	自_____	至_____	
承保险别_____			

如果承保的货物遇到风险，保险人凭本保险单和有关证件给付赔款。

保险查勘代理人_____

赔款偿付地点_____

保险人签字盖章_____

出具本保险单公司地址_____

日期_____

（3）汇票。出口交易采用信用证付款的时候，出口商通常要出具一张汇票。这张汇票是出口商签发给进口商的要求后者立即或者在将来的一个时间支付给出口商或出口商指定人一定金额的无条件的付款命令。

汇票的基本内容包括：“汇票”字样；汇票的当事人，即汇票的出票人、受票人和收款人；出票地点和日期；汇票金额；付款时间；出票依据；见下例：

汇 票

（开证行）	（信用证号码）	（开证日期）
凭_____	不可撤销信用证_____	日期_____支取
	（小写）	
号码_____	汇票金额_____	出票地点_____ 出票日期_____
（付款时间）		（收款人）
见票_____（日）后（本汇票副本未付）交付_____		
（大写）		
金额_____		
（受票人名称）		
此致_____		出票人签字盖章_____

汇票从不同的角度可以分成四类。按汇票在出票时是否附有装运单据看，可以分为光票和跟单汇票。按汇票的付款时间不同，可以分为即期汇票和远期汇票。按汇票的出票人不同，可以分为商业汇票和银行汇票。按远期汇票的承兑人不同，可以分为商业承兑汇票和银行承兑汇票。

出口商在信用证支付方式下缮制汇票的时候特别要注意以下几项内容的

正确性，如果处理不当会遭到银行的拒付。第一，汇票的大、小写金额应当一致。如果不一致就是单证不符，银行拒付。第二，如果汇票的金额与发票金额不符银行拒付。第三，汇票必须有出票人的签字盖章，否则汇票无效，银行拒付。

(4) 产地证书。在出口交易中由于某种需要，进口商有时要求出口商提供证明进口商品原产地或制造地的文件。这就是产地证书。产地证书通常是由出口商自己或第三方公证机构出据的。进口国需要产地证书的目的一是据此按照不同的国别政策对不同的国家实施税别待遇，另一目的是据此限制来自某些国家的进口商品数量。见下例：

× × × (出具证书的机构名称)
产地证明书

编号：

日期：

兹证明下列商品由中华人民共和国生产或制造

标记及号码	品名	数量	重量
(出证机构签字、盖章)			

(5) 出口商品商检证书。商检证书也是信用证业务中常见的一种单据。它是商检机构对出口商品的品质、重量、数量进行检验以后出具的。出口交易中商检证书的一个重要作用表现在它证明了出口商是按照合同规定的品质、数量或重量交货的，同时它是出口商日后处理索赔、办理理赔的主要依据。除此之外，出口商也需要用它来结算贷款、办理通关。按照检验的方式和证明内容，商检证书可以主要分成以下几种：证明货物品质规格的品质检验证书；证明货物数量或件数的数量检验证书；证明货物重量、包装的重量检验证书；卫生检验证书；兽医检验证书；消毒检验证书；残检检验证书；产地检验证书等。商检证书的格式见下例：

× × × 商品检验局
数量 (重量) 检验证书

地址：

编号：

电报 (电传)：

日期：

电话：

发货人：

收货人：

商品名称：

货物标记及号码：

报验数量 (重量)：

检验结果：

检验员：

(6) 装箱单。它也是信用证业务中经常用到的单据。它通常作为商业发票的附属单据。它说明的是包装的商品、包装的方式、单件包装的净重和毛重、货物的总净重和总毛重等方面的细节。承运人依靠装箱单的说明决定如

何堆放货物；进口地海关根据装箱单的说明检验货物；进口人也凭装箱单验收货物。出口商缮制装箱单的时候，其内容要具体、准确，以避免不必要的单据议付延迟或增加额外费用。

× × × 进出口公司
装箱单

号码_____

日期_____

运输	品名和	货物	计量	单件	合计	单件	合计	单件	合计
标记	规格	数量	单位	毛重		净重		尺码	

出口商签字盖章

（七）银行保函

银行保函，又称银行保证书，也是出口交易中经常使用的一种付款方式。出口交易中，出口商可以要求进口人提供一份银行保函。进口商的银行保证如果出口商按照合同规定交货以后，进口商没有按期付款，银行保证偿付。银行保函的特点在于银行付款的责任往往是第二性的。银行是否要像信用证支付方式一样承担第一性的付款责任取决于保函规定的所偿条款。其次，银行保函只有在进口商违约的时候才会支付。第三，银行保函中使用的单据不能议付，也就是说出口人不得将保函的单据通过议付融通资金。

二、信用与信贷风险

出口交易中的各种结算方式对出口商而言都存在着不同程度的风险。出口商发货以后能否安全收汇是他最为关心的问题，而这又在很大程度上取决于进口商的信用。进口商的信用好，出口商可以考虑选择手续简单、费用少的结算方式。进口商的信用不佳，出口商就应当在出口交易中使用信用证这类对出口商来说风险较小的支付方式。所以在交易前出口商对进口商的信用情况进行调查是完全必要的。在调查的时候出口商不但要了解进口商本身的信用情况，也要了解进口国家的情况。因为即使使用信用证付款方式，出口商也有可能由于进口国的政治、经济形式恶化而收不到货款。另外，针对出口业务中的收汇风险，许多出口国家的政府机构或商业机构，例如，保险公司开展了短、中长期出口信用保险业务。这些机构负责保障商业信用的风险和政治风险。例如，买方因破产而无力偿付货款；买方不按期付款；买方拒收货物；买方国家实行外汇管制、进口管制；进口国家发生战争、骚乱；进口国或有关联的第三国发生非常事件。这一风险的保障范围适用于以“付款交单”、“承兑交单”、“赊帐”、“信用证”结算方式缔结的出口合同。保险费收取的标准取决于收汇风险的大小及信用期限的长短。出口商也可以运用出口信用保险这个手段来降低和转嫁因商业信用风险和政治风险造成的收汇损失。出口商在发生了保险范围责任内的损失时，要立即通知保险机构并同时提交需要的单证，保险机构核实确认后按保险单规定的赔偿百分比在信用限额内办理赔付。

在许多出口交易中卖方需要向买方提供各种形式的信贷条件。信贷是资金融通的一种形式。几乎所有的进口商都不愿意在收到货物前先行支付货款。他们往往希望在收到货物后的一个时间或者随着合同履行的进程付款。出口工业设备、机械安装这类合同大多如此，出口商向进口商提供了迟期付

款的中、长期信贷方式。出口商在提供信贷的同时也面临着是否能够按时，安全收汇的风险。鉴于此，出口商在和进口商洽谈付款方式、信贷条件的时候要充分考虑到影响按时收汇的各种风险、这些风险可能导致的后果以及采取什么措施来防范这些风险的发生。这样做的目的是为了保证出口商不受损失或将可能会出现损失尽可能的降低到最小的程度。以下列出出口商在考虑提供信条件的时候应当同时考虑到的风险和可以采取的防范措施供读者参考。

- 商业风险。进口商由于破产、缺少资金而无力付款，或者由于出口商的货物与合同规定不符、延迟交货进口商拒绝付款。出口商应当在交易前调查买方的商业信用和经营能力，同时尽量采用不可撤销信用证结算。

- 资金转移风险。由于进口国政府实施外汇限制条例或外汇短缺，进口商无法对外付款。针对这种情况，出口商应当采用不可撤销的、由出口地银行加以保兑的保兑信用证结算。出口商也可以向有关机构办理信用保险业务来转嫁风险。

- 政治风险。由于战争、暴力、政府规定等原因进口商无法对外偿付。出口商投保出口信用险或凭不可撤销的、由出口地银行保兑的保兑信用证结算。

- 汇率变化的风险。付款时间到期以前汇率出现涨跌变化。结合汇率变化趋势出口商可以做外汇期货买卖。

- 出口商履约风险。合同签订以后出现非出口商能控制的履约障碍，或者进口商擅自撤销合同。如果存在这种风险出口商既可以采用不可撤销的、保兑信用证或进口商预付货款的结算方式，又可以向有关机构投保出口信用险。

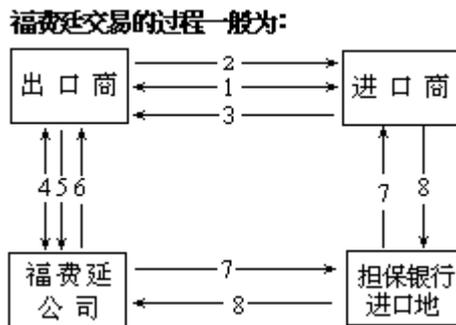
三、出口资金融通

出口商在实际收到货款以前不仅承担着收汇风险，也可能同时会面临着资金短缺的局面。尤其是中、小型规模的出口商，处理如何加速资金周转、减少资金占压的问题显得十分紧迫。出口交易中的预付货款是进口商向出口商提供的资金融通的方式，但是这种结算方法只能在极个别的情况下使用。出口商如何解决自己的资金困难呢？在国际上除了通过商业银行提供的专门的贷款、贴现汇票等常见的方法以外，还流行着两种非常受出口商欢迎的资金融通方式。它们是福费廷和出口保理业务。

（一）福费廷

国际上越来越多的出口商使用起源于 50 年代欧洲市场的福费廷融资业务。福费廷是一种权利转让。出口商将结算使用的期票或汇票无追索权的卖给福费廷公司，立即取得现金。从而把收取货款的责任和风险转嫁给福费廷公司。福费廷是出口商在合同实际付款日期到来以前提前取得现款的一种资金融通方式。福费廷公司购买票据时扣除全部没有到期的利息及全部费用，将余下的款项交给出口商。这样出口商实际上是将远期交易变成即期现金交易。福费廷的一个重要特点是福费廷公司在债务人不付款时，对票据的原持有人没有追索权。所以福费廷公司要求出口商卖出票据的时候必须有银行做不可撤销的、无条件的付款担保，以便福费廷公司在债务人不付款时从担保银行取得付款保障。银行担保的形式可以是“背书”担保，即担保人把担保字句直接写在期票或汇票上。担保人也可以出据保函作为担保形式。尽管形式不同，但二者的作用是一样的。即保证当原始债务人拒付的时候，由担保

人在一定的时间内支付一定数量金额。福费廷公司通常要求担保的银行必须是在进口国家，并且是国际上著名的银行。福费廷公司办理福费廷业务的期限根据市场条件及交易风险从几个月至几年不等。



1. 出口商和进口商之间签定远期付款的买卖合同。
2. 出口商安排货物的发运。
3. 担保银行将经过承兑、背书担保的远期汇票寄交出口商。
4. 出口商和福费廷公司签定福费廷合同。
5. 出口商提交规定的全部单据文件。
6. 福费廷公司扣除贴现息和全部费用将净额支付给出口商。
7. 福费廷公司向担保银行或通过担保银行向进口商提示到期付款的票据。
8. 进口商或担保银行向福费廷公司支付到期的货款。

福费廷是国际上比较活跃的资金融通方式。它给出口商带来了很大的好处。首先，福费廷业务中出口商不受追索，从而在资金的使用上没有风险。其次，出口商将远期收不到货款的风险完全转嫁给了银行。第三，福费廷业务使得出口商也避免了汇率波动带来的风险。

（二）出口保理

出口保理也是一种权利转让。它是指保理公司扣除利息和手续费后向出口公司无追索权地预先提供一定金额，然后取得向进口人收取货款的权利。保理业务提供的服务分为两类，即完全保理和不完全保理。完全保理，保理公司向客户提供四项服务：（1）为客户融通资金，（2）为客户管理应收账款的账目，（3）向债务人追款，（4）承担信用风险。不完全保理是指保理人仅提供上述服务中的两项或三项。出口保理主要有三种形式：直接出口保理，直接进口保理和双重保理。其中双重保理在国际保理业务中使用的较为普遍，因为比较其他的保理形式而言，双重保理具有更大的优越性，它将国际贸易的风险减少到最低的程度。

出口保理和福费廷的区别在于：首先，它们适用的场合不同。出口保理适用在为消费品出口提供的资金融通；福费廷适用于对资本货物提供的资金融通。其次，承担期限不同。出口保理往往用于提供期限为90—180天的资金融通；福费廷经常用在长达几年的资金融通。第三，承担范围不同。出口保理不承担政治和资金转移的风险；福费廷则全部承担这类风险。它们的相同点在于福费廷公司和保理拒付时，二者都没有追索权。

第二十一章 出口部门的经营管理

企业出口经营成败的关键因素在于出口部门的组织、分工和人员素质。前面已经介绍了进口采购中进口部门对交易的管理方法和技巧。其原理同样适用于出口部门对出口交易的管理。在此不再重复介绍。但读者在参照或借鉴的时候，一定要注意内容的变化。

一、确定企业内部出口部门的地位

（一）确定出口部门在企业内部地位的依据

企业在确定出口部门在企业内部的地位以前必须要明确三个问题。这三个问题也是企业确定出口部门地位的依据。首先，出口部门和企业内部其它部门的关系是什么，它们之间协调和配合的原则是什么？其次，按照出口经营在企业经营中的重要性以及企业目前具备的出口规模而言，出口部门应当选择什么形式？第三，如何分配出口部门的决策权和经营责任？虽然这三个问题涉及的是企业内部的部门结构，但是解决这些问题的方法在很大程度上却取决于企业的外部因素，即企业在海外的销售计划和企业选择进入海外市场的方式。

（二）出口部门的主要形式

出口部门的组建形式大体上有 5 种。每一种形式都有着各自鲜明的特点。企业选择哪一种形式组建出口部门需要考虑目前的出口规模。随着出口销售和收入的增加，企业也应当及时地相应调整出口部门以便满足不断提高的经营、管理需要。出口部门存在的 5 种形式是：

1. 出口项目组

出口项目组一般用在出口经营的初级阶段，由企业最高管理层直接领导。项目组的任务是分析企业的出口潜力、为企业的领导层制定出口决策提供建议、做一些必要的海外市场调研和小范围的海外销售试验。

2. 内设型出口部门

内设型出口部门是企业将出口任务分散在现有的销售部、生产部、财务部等有关部门而不另行设立专门的出口部门。由企业负责出口的管理层直接领导。内设型出口部门带给企业的好处是成本费用低。但有的时候如果企业安排的国内生产和经营的时间紧、任务重，出口经营往往会被置于次要地位。

3. 独立出口部门

企业出口经营的职能全部在一个独立的部门内兑现。独立出口部门能够保证了出口经营的专业化和集中管理，但企业也要承担相对较高的成本开支。当企业的出口收入达到均衡水平的时候，独立的出口部门就有必要应运而生了。

4. 在国内设立出口分公司

当企业的出口开发达到相当规模的时候，设立出口公司专营海外市场可以避免国内外市场经营上的冲突，也简化了企业的管理过程和手续。独立的出口公司还可以享受诸如出口退税等许多出口优惠。

5. 在海外设立公司

在海外市场设立独资或合资公司，在该市场直接推销或组装生产产品是出口部门的最高形式。这种形式的出口部门其优势在于企业直接进入主要海外市场不需要寻找推销媒介，自己可以全面控制海外市场的销售。同时可以掌握第一手的市场资料，有利于企业根据情况有的放矢的调整出口经营和销

售。但是出口市场的投资风险、出口国资金转移的限制性规定以及出口国政府对外国企业在本土设立公司或企业的规定限制也对企业的出口经营构成一定的威胁。

（三）企业如何选择合适的出口部门形式

选择出口部门的形式分两个步骤进行。首先是需要企业确定对建立出口部门有意义的全部因素和标准。其次是将这些因素和标准与可行的出口部门的形式进行比较，确定最能够满足企业需要的出口部门形式。

在选择出口部门形式的时候，企业应当考虑的有关因素和标准主要包括：

- 企业规模和出口经营目前在企业的重要性；
- 计划达到的或已经达到的出口规模；
- 企业内部将要承担的或已经承担的出口管理和出口销售职能情况；
- 企业签定的海外销售协议和对海外销售代表的支持程度；
- 企业需要的促销活动；
- 中、长期出口销售量和销售收入预测；
- 现有的出口专业人员的情况；
- 各种形式的出口部门的经营费用预测；
- 企业的税则考虑（主要是指海外销售和国内销售）；
- 企业现有的可用于国内外投资的资金状况；
- 对出口产品进行特殊研究开发的必要；
- 企业的策略和制订的计划；
- 企业高级管理层对出口经营的管理程度。

二、出口部门内部的分工和决策权

不论企业的出口规模如何，也不论企业出口什么产品，企业必须全部实现出口销售的各项功能和落实各项销售活动。当然这些销售功能和销售活动对每个公司的重要性不同，甚至企业可以寻求其它机构借助执行，例如，请求专业的调研咨询机构进行海外市场调研。出口部门从职能角度分成功能型、产品和顾客型以及地区或市场型三种类型。出口部门内部的决策权和分工的方法必须保证出口部门能够有效率的经营和管理。我们用下面的图表说明出口部门的管理功能和管理过程的各个环节。表中每一个矩阵的内容必须从两个角度审视。首先必须明确这一项任务是否需要由出口部门执行或这一项决策是否都需要交由企业高级管理层裁决。其次明确

销售过程	销售活动			
	产品	价格	推售和经销	促销活动
销售信息、市场调研和分析	调查市场需求和客户对产品设计和包装的要求	调查价格水平、价格构成、出口成本、关税等	分析经销体制和渠道、经销要求、运输要求	调查需要的促销手段、促销惯例、成本和竞争对象的促销活动
制订销售计划	明确产品的设计、改动和包装	确定利润目标和收入	挑选经销渠道和销售媒介、制定推销目标和推销计划	确定促销手段、目标促销媒介和预算
出口销售履行	按照产品的技术规格安排出口产品的生产	制作价格单、销售条件和付款条件	定单加工、制作商业发票、安排出口货物装运和托运	广告宣传、推销方案客户服务
控制和评估	产品质量控制、分析用户对产品的接受情况	销售利润、产品成本和出口成本、销售预算	推销和运输代理、定单加工的效率、推销目标	广告和促销的效果、客户服务的效果

各项分工应当怎样组合以及由谁来承担各项分工。企业根据分析的结论，结合具体的出口部门形式落实出口部门的决策权和分工。

三、对出口部门的人员要求和培训

试销对路的产品，充沛的资金来源，准确的市场信息固然是出口经营成功的必备条件，而出口部门各级管理人员的水平和素质是充分挖掘企业出口潜力的决定性因素。具有丰富的国内销售经验的人员未必能够胜任出口销售的工作，这是因为出口市场是一个和国内市场截然不同的领域，表现在销售对象不同，地理环境不同，风俗习惯不同，文化背景不同，宗教信仰不同。同时出口销售的规则、环节和国内销售相比也存在着很大的区别。这都要求从事人员具备坚实的出口销售的经验 and 知识。

西方绝大部分出口企业已经把各级在职人员的专业培训放在企业管理头等重要的位置。他们将人才培养分成两个步骤进行。首先是确定出口培训需求。其次是比较和评估各类培训会。

(一) 确定出口培训需求

确定出口培训需求包括八项工作：

第一，明确培训对象，亦即企业的哪一级人员和哪些人员需要培训？

第二，核实他们目前的知识水平和经验。例如，他们是属于知识和经验俱佳、知识丰富而经验欠缺、知识欠缺而经验丰富还是知识和经验均欠缺？

第三，确定培训目的。明确人员培训要达到的目的是提高管理能力，扩大专业知识面、学习新的知识和技巧、培养管理和专业人员或单纯的语言训练？

第四，确定培训人数。即是有针对性的个别人员培训、部门培训还是企业全体人员的普及性培训？

第五，确定培训专题。出口销售的哪个方面、哪个环节需要培训？例如，市场调研、出口价格或出口结算？规定具体的培训课题。

第六，确定培训的重点，亦即需要优先培训的领域。

第七，确定培训预算。

第八，确定培训时间。例如，确定各级管理人员可以脱产培训的最长期限，比较短期培训和长期培训的结果。

（二）比较和评估各类培训会

在明确了培训需求以后，企业比较和分析各种现有的、可选择的培训条件。选择最能满足企业培训要求的机会。企业大多从以下三个方面比较和分析现有的培训机会。

第一，总体考虑。外界是否能够提供培训？他们提供的培训日期是否合适？收取的培训费用是否合理？对课程计划是否有限制？

第二，培训项目。培训目标和项目内容是否明确？对参加培训的人员要求是否明确？是否说明了培训的方法？是否明确了衡量培训结果的方法？授课人员的素质？培训是否有后续项目？以参加培训的人员对参加过的培训项目的评价。

第三，培训条件和培训教材。培训需要的条件和设施是否完备？培训教材是否实用和具有时效性？

第二十二章 出口交易的风险管理

在出口交易中有许多因素都会导致出口商的出口经营效果不佳。造成出口商失败的原因是什么呢？除去因出口企业不能控制的因素导致的失败以外，例如，经济因素、政治因素、环境因素；还有自身不易解决的主观因素。我们仅从出口企业自身经营的角度看，总结国际上一些出口企业，特别是中小型出口企业的经验不难看出，他们的出口销售曾先后步入了以下几个误区：

· 没有出口计划

有些出口商忽视了制定出口计划的重要性，出口销售的随机性很强。有些人甚至把出口市场看作是推销国内滞销商品的渠道。这样出口销售就不是在有计划的基础上进行。对出口经营进行周密的计划是出口企业成功的关键。周密计划是指系统调查、认真挑选海外市场；寻找合适的贸易伙伴；针对各个市场制定不同的价格策略；制定推销和营销计划。出口企业要按照自己的出口计划逐步落实各项出口活动。

· 没有结合市场条件对出口产品进行改进

出口产品在款式、包装上也需与在国内销售的商品一样，满足消费者的口味。国内外消费者在历史、文化、观念、消费水平等方面的差异必然反应在他们对商品的要求不同。鉴于此，国内畅销的产品在海外市场可能滞销。显而易见，出口产品在颜色、款式、包装、设计等方面进行改进需要耗费大量的时间和费用。但是与改进后产品的销售收入预测相比，这些支出的时间和费用对出口商还是有益的。

· 错误的估计了自己的推销潜力

出口企业高估或低估出口潜力都会造成不良后果。企业的出口潜力越大，制定的销售目标也就越高。销售目标过高又会增加企业的经营、广告和营销费用，进而导致单位成本的上涨。相反，企业过低的预测出口潜力又会影响预计利润。特别是在履行合同期间如果发生延迟交货、交货数量或质量不符等纠纷事件的时候，出口商往往对于能否及时收汇或全部收汇没有十分的把握。这些都直接威胁着出口商原本不高的出口销售利润。

· 交易对象选择不当

出口商在海外市场的发展规模在很大程度上取决于出口商选择的贸易对象的能力。例如，海外独家代理商或包销商，他们对出口商在所在市场的发展起着直接的、决定性的作用。对他们事先不进行充分的调查和评估意味着出口商在出口销售中将要冒很大的风险。

· 缺少市场信息或信息处理不当

系统的市场调研是制定出口计划的基础，而市场调研的结果又是在使用和分析大量市场信息的基础上出现的。有些出口企业因忽略了市场信息的重要性而忽视了对市场信息的搜集和整理，出口决策的制定往往建立在假定的基础上。也有些企业由于筛选和分析信息不当而导致决策的失误。

· 作价决策错误

许多中、小型的出口企业在制定产品出口价格的时候把国内成本看作是唯一重要的因素，进而忽略了各个市场的现行价格条件。出口商应当针对不同的海外市场制定灵活的价格策略。

· 出口部门结构和企业的出口规模不相适应

人员和管理是出口经营成功的关键性因素。然而分工不明确、缺乏协调和控制、有经验的人员短缺和人员素质低下是许多出口企业的通病。除此之外，有些企业随着出口经营规模的扩大出口部门没有及时地、相应地调整以适应出口发展的需要。

- 对外履约屡屡失误

加工和履行出口定单远比加工和履行国内定单复杂。例如，出口单据的短缺会导致交货延迟、费用增加、收汇风险加大，甚至进口商的索赔。特别是中、小型的出口企业对人员的专业培训重视不足，进而影响了对外履约的质量。

- 低估了出口经营的风险

来源于海外市场的利润可能远远高于国内市场的利润。但是海外销售的风险也同时远远大于国内销售的风险，而这一点又是一些出口商没有充分意识到的。因为没有意识到风险也就没有采取相应的风险防范措施，一旦当风险降临的时候，只有坐以待毙。

这些都是导致出口商出口销售失败的原因，在这些原因中出口销售的种种风险是出口商共同面临的问题。

有经验的出口商都知道出口经营的风险和不稳定因素近年来越来越大。造成这种现象的主要原因是由于：

第一，经济萧条、通货膨胀和高利率加重了消费者的资金负担。他们购买数量明显减少了。进口商要求出口商提供更多的信贷，同时也要求延长付款期限。

第二，许多进口国家制定了各种各样的贸易和非贸易壁垒措施来保护本国工业，从而限制了大量进口商品的涌入。

第三，许多国家政局不稳定，阻碍了与其它国的贸易交往。

第四，外汇汇率变化多端，预测汇率发展趋势越发困难。出口风险日渐上升的原因远远不止这些。出口经营中存在的风险有着它的必然性，不论人们是意识到还是没有意识到这些风险都是客观存在的。但是风险变成现实的可能性确是很偶然的。出口企业只有对这些偶然发生的风险事先采取必要的防范措施，才能将风险带来的损失降低到最低的程度。所以出口商在当今的国际竞争中必须具备风险意识，具备风险防范的能力。风险意识是落实风险防范措施的前奏。了解出口经营风险的类型；掌握风险管理的手段；明确风险防范的措施是出口商进行有效的风险管理的保证。许多西方的出口企业已经充分意识到了对出口经营实施风险管理的重要性和必要性，并相应采取了一些有效的管理手段。

一、出口经营中出口商面临的主要风险

出口风险的种类形形色色，风险形成的原因也千差万别。出口经营中主要存在哪几类风险，它们形成的主要原因又是什么呢？以下几个方面是出口销售中存在的主要风险区域。认清这些主要的风险区域是出口商落实风险管理规划的第一步。

（一）产品营销和推销

在出口产品的营销和推销过程中，由于某些突发事件，出口商对海外出口市场的货物供应受到干扰或不得不中断。造成这种现象的主要原因有：进口国政府实施了新的进口规定、进口税率、进口配额或实施了新的贸易壁垒措施；进口国对某些进口产品的质量标准的颁布了新的规定，或者对进口产品

的检验方法规定了新的要求；出口商和贸易伙伴就代理协议或经销协议产生纠纷；产品责任法范围延伸；出口国或进口国出现政治或社会动乱。所有这些因素都会不同程度地影响出口商对海外市场的货物供应。

（二）出口融资和结算

在出口融资和出口货款结算方面由于各种原因出口商的应收帐款不能收回、不能全部收回或不能如期收回。形成这一风险的主要原因有：交易对象失去偿付能力或不愿意支付货款；进口国政府对进口外汇支出颁布了限制性规定，这给进口商的对外支付造成困难；进口国货币贬值，进口商资金不足；出口商的运输单据和结算单据出现错误，进口商借故拒绝付款；信用证使用不当或信用证条款规定不合理，造成出口商的结汇困难；进口国的政治风险；中、长期合同的信贷协议中断等。

（三）定单加工和履行

出口商在加工和执行出口定单期间可能会由于各种因素导致生产中断、装运及交货延迟。造成出口商陷于这种局面的主要原因可能是：出口产品的真正供货商交货延迟，出口商不能如期履约；出口产品在运往装运地或目的地的途中灭失或损坏；由于各种原因造成的出口产品的运输延迟；产品在生产、加工、组装过程中发生事故或出现故障；客户提供的加工产品的原材料出现短缺或质量问题；出口产品的性能达不到规定的标准；进口商拒绝收货；发生的不可抗力事故对出口货物直接造成损坏；出口国家发生罢工和政治动乱，使得出口商不能对外交货等。

（四）法律与合同

对合同条款的解释和合同适用的法律依据也会引起交易双方的纠纷。例如，进出口商对各自的合同责任和义务有不同的理解，进而引起争执；进口商也可能擅自撤销合同：对仲裁国家的法律不熟悉。

（五）企业的人员风险

企业人员是落实企业出口经营管理的主体。企业出口经营管理的成功与否直接反映了企业人员水平的高低、素质的好坏。企业人员的语言障碍、消极的工作态度、专业经验的缺乏以及分工不明确和工作不协调，乃至人员流失都直接威胁着企业的出口经营的管理。人员自身的突发性事件也会不同程度的影响着企业的出口经营。

面对这些不可否认的、客观存在的风险，出口企业应当如何落实控制和管理手段呢？

二、风险管理的技巧

风险管理的目的是为了提高和加强出口企业各项出口经营活动的安全系数。出口企业的风险管理是一项非常重要的工作。许多出口企业之所以遭受损失，其原因就是因为轻视了对出口风险的管理，对风险可能发生的重点区域没有采取必要的防范措施。许多出口商认为保险就是风险防范的安全保障。在某种程度上这个概念是正确的。但是出口经营中也有许多风险仅凭单纯的保险手段是防范不了的，还需要出口商及时地采取一些其它的必要措施。出口企业运用的风险管理技巧包括风险管理的步骤、风险管理的手段和风险管理的部门三项内容。

（一）风险管理的步骤

风险管理的过程分四个阶段。第一个阶段是风险定位。出口企业要调查和研究可能出现风险的区域。例如，危害企业的风险或可能发生的事件是什

么？资金风险、原材料风险。还是设备风险？是否存在着外来事件影响企业的出口经营？第二个阶段是风险评估阶段，即出口企业对已经定位的风险进行评估。评估风险发生的概率、风险发生的频率、风险对企业的危及程度以及风险对企业的危害程度等等。第三个阶段是风险决策的制定阶段，亦即出口企业决策：企业准备面对和迎接哪些认定的风险？对其它的风险采取什么样的防范措施？落实风险防范措施的预算是多少？第四个阶段是风险控制阶段。企业采取什么措施加强安全保障以预防突发事件？由哪些人员或部门具体负责落实和监督这项工作？

（二）风险管理的手段

许多出口企业由于对风险管理不重视而导致出口经营失败。这些出口商常常持这样的观点：我们已经向保险公司办理了保险，所以我们会受到保护。在某一点上这种说法是正确的。但是还有许多风险仅依靠保险的方法是根本预防不了的，只有及时采取其它的手段这些风险的发生才能被避免或至少被限制。还有一种观点认为，预测将要发生的风险、风险发生的时间和造成的损失程度是不必要的，这是因为虽然我们随时会出现问题，但是不可能在同一时刻所有的风险同时爆发。这样，可以做到随机应变，这种观点也是可取的。但是防范风险的最佳办法是落实某些风险管理的手段，运用这些手段将风险发生的可能性控制在最低的程度。

出口企业可以采取什么手段来防备他们面临的风险呢？许多西方出口企业选择了以下的作法：

1．风险回避

如果某个区域存在的风险过大，出口企业可以决策不介入某项活动。例如，不在风险大的海外市场推销商品；与信誉不佳的客户断绝来往；不向对制造商产品责任有严格法律规定的国家推销商品。风险回避的方法也意味着出口商要放弃某些可能得到的利益。

2．风险压缩

风险压缩是指出口企业采取有效的措施以加强企业经营的安全保障，或者说企业落实一些行之有效的防范措施把出口经营的风险控制在企业可接受的程度。例如，出口销售的货款结算采用保兑的、不可撤销的信用证支付，以防备因开证行无力付款给受益人带来的损失；在中、长期的交货合同中规定价格调整条款，以防备日后因价格大幅度上涨造成的损失；加强对出口产品的质量管理和控制以防止可能出现的进口商的产品责任诉讼。

3．风险转移

风险转移是指企业把在出口经营中可预见的和不可预见的风险全部或部分地转移给其它当事人。例如，出口商品的交货条件不使用运费、保险费在内价，而用工厂交货或装运港船上交货取代；向福费廷公司或保理公司作融资业务；缩短出口产品的质量担保期限。

4．风险分散

风险分散是企业把过于集中的风险分散在几个处所。风险分散的目的是降低它发生的概率或减轻它对企业的威胁程度，使得企业免遭致命地打击。分散风险的作法有许多，例如，企业的出口销售不过分地集中在一个市场、一条渠道、一种产品和为数不多的客户；随时寻求新的市场和开发新的出口产品；在每个市场同时选用几个代理商；和贸易伙伴签定许可协议或合资协议，把部分风险转移给对方。出口经营中出口商通常把进口商做为风险分散

的首选对象。

5. 风险保险

风险保险是出口商向保险公司办理保险，由保险公司对承保风险造成的损失给予赔偿。出口货物的运输保险是绝大部分出口企业最熟悉的保险类别。除此之外，还有许多出口商可以办理的其它保险类别。例如，出口信用险；产品责任险；人身险；工程险等等。在风险管理的五种方法中，保险是最常见的一种形式。许多出口商存在着一种错误的观念，即认为保险是一种万能的方法，只要向保险公司投保企业的安全是万无一失了。保险并不是万能的。这是因为首先保险本身并不能预防或降低风险的发生，它只是在风险发生以后对损失的一种金钱上的补偿办法，其次保险公司有许多除外责任，风险发生后保险公司可以根据这些除外责任免除自己对被保险人的赔偿。再者许多出口风险并不属于保险公司的承保范围。对这些风险而言，出口企业必须寻求其它的预防措施来提高企业经营的安全系数。所以在对风险实施控制和管理的时候，出口企业应当考虑在可能的情况下同时选用几种方法对风险进行防范，全方位的加大出口经营的安全系数。

（三）风险管理的机构

集合西方出口企业的风险管理经验，他们的风险管理形式有三种。

第一种：集中管理。企业建立专门的风险管理部，专职负责管理企业在经营过程中的全部风险和安全。

第二种：兼职管理。由企业的某个部门，如财务部或行政管理部负责代管企业的风险管理。

第三种：下放管理。由企业的各个部门对各自经营范围的风险给予控制和管理。

三、防范出口风险的措施

具备了风险意识的出口企业，应当学会运用风险管理的技巧，准确地处理出口经营中可能出现的主要风险。前面已经介绍了出口商面临的主要风险，面对这些风险，出口商有什么针对性的措施呢？许多出口企业常用的方法是：

（一）产品营销和推销

针对产品营销和推销环节的种种风险，出口企业可以考虑采取几种措施。例如，随时掌握和监督出口市场销售条件的变化；随时搜集出口市场的法律、法规、进口限制、经销渠道等方面变化的信息；搜集竞争对手经营活动的信息；根据出口市场的政治形式的恶化程度，限制或暂停产品出口。

（二）融资和出口结算

出口交易中出口商面临的出口融资和结算的风险比较大，因而针对这类风险采取必要的行动，防患于未然是非常重要的。对主要客户定期进行信用审查；审核出口交易的交货和支付条件；随时关注主要出口市场的经济形式；办理出口信用保险以及必要的时候限制或终止产品出口等，都是出口企业可以参照的做法。

（三）法律与合同

出口商应当了解和跟踪主要国家的法律、法规变化；对出口合同给予严格的审核；在出口合同中规定仲裁条款；规定出口国为解决争议、纠纷的仲裁地点。

（四）定单加工和履行

针对这个过程的风险出口商可以采取以下措施：对出口定单的加工和履行进度实行定期跟踪；严格控制出口产品的质量和包装；随时和运输承运人确认货物的运送时间；办理货物运输保险；聘请有经验的人员对产品进行安装；办理产品责任保险。

（五）企业人员的风险

针对企业人员，出口企业应当做到：对企业人员进行定期培训；严格挑选企业驻海外机构的人员；明确企业员工的责任分工；办理相应险别的人身保险。附录：国际贸易惯例和国际公约

在进出口交易中有许多国际商业惯例和国际公约影响着进出口过程的诸多环节。这些众所周知的、内容明确和肯定的贸易惯例及公约常年以来被商人们反复采纳和沿用。它们对贸易实践起着一定的指导和制约的作用。这些惯例和公约往往被仲裁机构和法院用来裁决和判决交易当事人之间的贸易纠纷。对进出口交易影响比较大的国际商业惯例和公约主要有：

一、在价格方面

1. 《1990 年国际贸易术语解释通则》

这是由国际商会制定的关于价格条件的商业惯例。该惯例对国际上十三种价格条件下买卖双方各自应当承担的责任和义务做出了统一的规定。这十三种价格条件是：工厂交货价；装运港船边交货价；装运港船上交货价；货交承运人价；运费在内价；运费、保险费在内价；运费付至；运费、保险费付至；边境交货价；目的地船上交货价；目的地码头交货价；未完税交货价和完税后交货价。这个惯例在三个价格惯例中影响最大，使用范围最广。

2. 《1941 年美国对外贸易定义修正本》

该惯例解释了六种价格条件。它们是：产地交货；在运输工具上交货；在运输工具旁边交货；成本加运费；成本加保险费、运费和目的港码头交货。美国的这个《1941 年对外贸易定义修正本》在美州国家使用的比较普遍。该惯例在解释在运输工具上交货和在运输工具旁边交货的时候和《通则》的解释有比较大的差异。

3. 《1932 年华沙—牛津规则》

《1932 年华沙—牛津规则》是由国际法协会制定的。它是专门解释运费、保险费在内价术语的国际惯例。该惯例一共有 21 条。第一条是规则总纲；第二条规定了卖方的装船义务；第三条是装船时间和日期的证明；第四条为不可抗力；第五条规定了货物风险转移的界限；第六条是明确货物所有权转移的时间；第七条规定的是卖方提交提单的义务；第八条是关于装运船舶的规定；第九条是对运费的规定；第十条明确进口税和其它费用的支付；第十一条是卖方对货物状况的义务；第十二条是卖方办理货物保险的义务；第十三条是关于装船通知；第十四条规定进出口许可证和产地证明书的办理；第十五条规定了货物的品质证明书；第十六条规定卖方提交单据的义务和种类；第十七条明确了货物装船后灭失和损坏的责任方；第十八条规定了买方付款的义务；第十九条明确了买方检验货物的权利；第二十条说明的是买卖合同中的权利和补救；第二十一条规定了交易双方相互“通知”的义务。

二、在进出口交易结算方面

1. 《跟单信用证统一惯例》

国际结算中信用证是使用最普遍的结算方式。为了避免信用证当事人之

间由于对信用证条款解释的不一而引起的贸易纠纷,国际商会于1930年拟订了《商业跟单信用证统一惯例》,并先后几次修改成为现今使用的《国际商会500号出版物》。国际商会的《跟单信用证统一惯例》已经成为结算方面的一个国际惯例被各国银行普遍接受。在信用证业务中作为信用证的一个条款,信用证上均注明“按《统一惯例》办理”。

《跟单信用证统一惯例》共分七部分四十九条。第一部分是总则和定义;第二部分是信用证的形式与通知;第三部分是责任与义务;第四部分是单据;第五部分是杂项规定;第六部分是可转让信用证;第七部分是款项让度。

2. 《托收统一规则》

进出口交易中银行在办理托收业务的时候,由于包括银行在内的各方当事人对权利、义务责任的解释的分歧以及各方当事人业务作法上的差异,经常会导致争议和贸易纠纷。国际商会为了解决当事人间的矛盾、便于托收业务的开展,在1958年初拟了《商业单据托收统一规则》。1978年对该项规则进行了修订,成为《托收统一规则》,于1979年起实施。《托收统一规则》分成总则和定义、银行的义务和责任、提示、付款、承兑和支付凭证的真实性、拒绝证书、货物的保护、托收结果的通知和手续费、费用和利息几大部分,共计23条。

在价格和结算方面的国际贸易惯例对进出口交易双方的影响最大。本章随后附上《1990年伙计贸易术语解释通则》、《跟单信用证统一规则》和《托收统一规则》供读者参考。

三、在进出口货物的运输方面

《海牙规则》、《维斯比规则》、《汉堡规则》。这三个规则确定了承运人的责任和义务。《维斯比规则》和《汉堡规则》是对《海牙规则》的修改。除了这三项重要的规则以外,有关进出口货物的国际运输方面的惯例和公约还有:《国际铁路货物联运协定》、《统一国际航空运输某些规则的公约》、《修改1929年10月12日在华沙签定的统一国际航空运输某些规则的公约的议定书》、《统一非缔约承运人所办国际航空运输某些规则的补充华沙公约的公约》、《联合运输单证统一规则》、《联合国国际货物多式联运公约》。

四、在进出口货物的保险方面

《约克—安特卫普规则》。这是理算共同海损的一项规则。

五、在采用仲裁解决国际争端方面

联合国《承认和执行外国仲裁裁决的公约》

六、在国际货物销售合同方面

《联合国国际货物销售合同公约》。

了解这些影响和制约进出口过程主要环节的国际贸易惯例和国际公约对进出口交易的双方都是非常必要和重要的。

