

综合辅导：单证号资格考试复习资料四十 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/38/2021_2022__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c32_38400.htm (六)伦敦保险业协会海运货物保险条款除我国使用的“中国保险条款

”(CHINA INSURANCE CLAUSE，即C.I.C)外，伦敦保险协会制订的“协会货物保险条款”(INSTITUTE CARGO CLAUSE，简称I.C.C.)在国际保险行业中被广泛地使用。从1912年开始经过多次修改，目前适用的是1982年1月1日的修订本。“协会货物条款”(I.C.C.)的险别有：I.C.C.(A)险，此险承保的风险类似我国的“一切险”(ALL RISKS，简称A.R.)。I.C.C.(B)险，此险承保的风险类似我国的“水渍险”(WITH PARTICULAR AVERAGE，简称W.P.A)。I.C.C.(C)险，此险承保的风险类似我国的“平安险”(FREE FROM PARTICULAR AVERAGE，简称F.P.A)，但比平安险的责任范围要小。除上述三种险以外，还有战争险，罢工险和恶意损害险三种，值得注意的是战争险和罢工险可以作为独立险别单独投保。第三节、陆、空、邮运输货物保险的险别陆运、空运和邮包运输保险，是在海运货物保险的基础上发展起来的。由于陆运、空运和邮包运输同海运可能遭致货物损失的风险种类不同，所以陆运、空运和邮包运输保险与海上货运保险的险别极其承保的责任范围也有所不同。一，陆运货物保险来源：www.examda.com陆运货物保险的基本险有“陆运险”、“陆运一切险”两种，还有“陆上运输冷藏货物险”，具有基本险性质。陆运货物保险的责任起讫，同样采用“仓至仓”条款。保险人负责从被保险

货物运离保险单载明的起运地发货人仓库或储存处，所开始运输时生效，包括正常运输过程中的陆上和与其有关的水上驳运在内，直到该项货物运交保险单所载明的目的地收货人最后仓库，或储存处所，或被保险人用做分配、分派或非正常运输的其他储存处所为止。如运抵上述仓库或储存处所，则以被保险货物运抵最后卸载的车站满60天为止。

2，空运货物保险空运货物保险的基本险有“空运险”、“空运一切险”两种。空运货物保险的责任起讫，也采用“仓至仓”条款，但与海洋运输的“仓至仓”条款不同，如果货物运抵保险单所载明的目的地，而未运抵保险单所载明的收货人仓库或储存处所，则以被保险货物在最后卸离飞机后满30天保险责任即告终止。

3，邮包运输保险邮包运输保险的基本险有“邮包险”、“邮包一切险”两种，保险的责任起讫，采用“门至门”条款。自被保险邮包离开保险单所载起运地寄件人的住所，运往邮局时开始生效，直至被保险邮包运抵保险单所载明的目的地的邮局，自邮局签发到货通知书当天午夜起满15天为止。在此期间，邮包一经递交收件人的住所时，保险责任即告终止。另外，上述三类险别都可以酌情加保一种或若干附加险。

第六章、进出口贸易的准备、磋商和合同的签订

进出口贸易的磋商(也称交易磋商)，是买、卖双方通过口头或书面的形式，对所买卖货物的有关交易条件进行商讨，并达成共识的过程。进出口贸易的磋商一般可分为四个环节：询盘，发盘，还盘和接受。其中“发盘和接受”是成交的基本环节，是合同成立的“要件”。进出口贸易的磋商内容包括拟签订合同的各项条款：品名，品质，数量，价格，包装，运输，保险，付款以及商检，索赔，仲裁和不可抗力

等。其中，品名，品质，数量，价格，包装，运输，保险，付款等条款一般被认为是交易的“主要条件”。商检，索赔，仲裁和不可抗力等其他条件被认为是交易的“一般交易条件”。一般交易条件往往是买卖双方洽谈贸易的前提和基础，通常印在合同(约)的背面共同遵守。交易的“主要条件”根据每笔生意不同要逐条谈妥，难以通用。

第一节、交易磋商前的准备

在进出口交易的磋商前，外贸企业必须认真做好交易前的各项准备工作。准备工作做得越充分和细致，在商订合同过程也会越主动和顺利。

一、出口交易磋商前的准备工作

(一) 加强市场调研，选择合适目标市场

在出口交易磋商前，要加强对国外市场的调查研究，应通过各种途径广泛了解供求情况、价格动态、各国有关的贸易政策法规、措施和习惯做法，以便从中选择适当的目标市场，并合理确定市场布局。对国外市场调研主要有三个方面，即，国别调研、市场调研和客户调研。其中，以后两项为重点。市场调研，是以具体出口商品为对象，了解哪些市场有销售这种商品的可能性，及有关市场对该商品花色、品种、规格、质量、包装、装潢等的需要和习惯爱好等等。在对市场调研的基础上，根据国家的外贸方针政策和扩大出口市场的需要和可能，适当选择和安排市场。原则上应全盘考虑，合理布局，市场既不宜过分集中，也不宜过分分散，必须注意开拓新市场。

(二) 建立和发展客户关系

客户是我们交易的对象，在出口业务中，国外客户主要包括各国的进口商、大百货公司、超市、连锁店、厂商和经纪商等各种类型的商人。在交易前，应对客户的资信情况进行全面调查，分类排队，选择出成交可能性最大的合适客户。对客户的资信调查主要包括其政治经

济背景、支付能力、经营范围、经营能力、经营作风等内容。调研途径可以通过国内外银行、商会、咨询公司、我驻外商务机构等渠道进行。还可以通过实际业务的接触和交往活动，诸如，通过举办交易会、展览会、技术交流会、学术讨论会等场所进行了解。此外，在选拔客户时，既要注意巩固老客户，也要物色新客户，以便在广阔的国际市场上，形成一个广泛的有基础和活力的客户网。

（三）制定出口商品经营方案为了更有效地做好交易前的准备工作，使对外洽谈交易有所依据，一般在预先制定进出口商品经营方案。出口商品经营方案内容因商品不同而不一，大致包括以下几个方面：

- 1、货源情况，主要包括：实际生产能力、可供出口的数量，以及出口商品的品质、规格和包装等情况；
- 2、国外市场情况主要包括国外市场需求和价格变动趋势；来源：www.examda.com
- 3、出口经营情况其中包括出口成本、创汇率、盈亏率的等情况，并提出经营的具体意见和安排；
- 4、推销计划和措施按照国别或地区，按品种、数量或金额列明推销的计划进度，以及按推销计划采取的措施，诸如，对客户了解、贸易方式、收汇方式的运用，对佣金和折扣的掌握等。

（四）办理商标注册国际贸易中的大多数商品都是有牌子和商标的，按照许多国家的有关法律规定，商标和牌子必须在该国合法注册，才能得到国家法律的承认和保护。目前，各国对商标所有权或专用权的管理，大致有四种制度：

- 一是“使用在先原则”，即，谁先使用某商标，就拥有该商标的所有权（因这种方法弊端较多，现采用已经不多）；
- 二是“注册在先原则”，即，谁先依法注册，就取得该商标在注册国家的所有权；
- 三是“混合原则”，即，原则上以注册

在将来确定商标所有权，但申请注册时须经公告一段时间，如无人提出异议，才给予承认和保护；四是“双重原则”，即，如有先注册者和首先使用者分属两人时，商标所有权属于首先注册者，首先使用者自己仍可继续使用，但不得转让。根据我国《商标法》规定，我国采用上述三种做法，公告期为三个月。过去，我国企业对商标法在国外注册的工作不够重视，有的商标在国外市场被他人抢先注册或假冒，从而使我方蒙受巨大经济损失。我出口商品商标如何在国外市场办理注册呢？一般是先在国内注册，以取得国内法律的保护。然后，再委托中国国际贸易促进委员会或进出口商会商标处或国外友好团体、客户代向国外办理注册。外国人在我国申请商标注册，按规定应委托法定代理人中国贸促会代办。

二、进口交易磋商前的准备工作（一）落实进口许可证和外汇目前，我国仍实行进出口许可证管理制度和外汇管制，故在外贸磋商之前，应先办理一系列申报审核手续，有些商品需要先向主管部门领取准许进口的批文之后，才能向对外经贸部门申领进口许可证。（二）审核进口订货卡片按照现行办法，在办妥许可证件和落实了用汇来源后，用货部门应填进口订货卡，作为企业对外订立合同和办理有关工作的依据。进口订货卡片包括商品名称、要求到货时间、目的港和目的地等内容。企业办理进口业务部门惧怕到订货卡片后，应根据平时积累的资料和当时的市场情况，对订货卡的各项内容进行必要的审核。（三）研究制订进口商品经营方案对于大宗进口交易应认真制定书面进口商品经营方案，作为采购商品和安排进口业务的依据。其主要内容大致包括以下几个方面：一）数量的掌握，根据国内需要的轻重缓急和国外市

场的具体情况，适当安排订货数量和进度，在保证满足国内需要的情况下，争取在有利的时机成交，既要防止前松后紧，又要避免过分集中；二）采购市场的安排，根据国别（地区）政策和国外市场条件，合理安排进口国别（地区），在选择对我方有利的市场的同时，又要避免市场过分集中；三）交易对象的选择，应选择资信好、经营能力强，并对我们友好的客户作为成交对象。为了减少中间环节和节约外汇，一般应向厂家直接订购。在直接采购有困难的情况下，可通过中间商代购；四）价格的掌握，根据国际市场的价格，并结合采购意图，拟订出价格掌握的幅度，以作为洽谈的依据。在价格的掌握上，既要防止价格偏高造成经济损失，又要避免价格偏低，而完不成采购任务；五）贸易方式的运用，在经营方案中，应根据采购的数量、品种、贸易习惯做法等因素，对贸易方式的采用提出原则性的意见；六）交易条件的掌握，交易条件应根据商品的品种、特点、进口地区、成交对象和经营意图，在平等互利的基础上酌情确定和灵活掌握。

第二节、交易磋商的形式、内容和程序

一、交易磋商的形式

可分为“口头”和“书面”两种。（一）、“口头”交易磋商，主要是指在谈判桌上面对面的商谈，如，参加各种交易会、洽谈会以及贸易小组出访，邀请客户来华洽谈等。此外，还包括双方通过国际长途电话等形式进行的交易磋商。口头洽谈交易有利于及时了解交易对方的态度和诚意，尤其是适合于谈判内容复杂、涉及问题较多的交易。（二）、“书面”交易磋商，主要是指通过信件、电报、传真、E-MAIL、网上交易等通讯来洽谈交易。随着现代通讯技术的发展，书面洽谈也越来越简便易行，且其费用比较低廉，

故在日常业务中通常采用的做法。实务中，上述两种做法往往结合使用。交易磋商的内容，涉及拟签订的买卖合同的各项要款，包括品名、品质、数量、包装、价格、装运、保险、支付以及商检、索赔、仲裁和不可抗力等因素。其中，品名品质、数量、包装、价格、装运和支付等六项交易条件，一般被认为是交易的主要条件，是每笔交易中必须逐条谈妥的。而其他条件，如商检、索赔、仲裁和不可抗力等，往往印成一张书面文件或者印在本企业合同的背面，作为“一般交易条件”，事先送对方，经过双方协商同意后，即成为今后双方进行交易的基础，而不需要每次都重复商洽。“一般交易条件”协议对缩短交易洽谈时间，减少费用开支等均有益处，因此，在国际贸易中广泛采用。

二、交易磋商的一般程序

交易磋商的程序一般包括四个环节，即，询盘、发盘、还盘和接受。其中，“发盘”和“接受”是达成一笔交易所不可缺少的两个基本环节。

1、询盘

询盘(INQUIRY)又称询价，指交易的一方为了购买或销售货物，向对方提出有关交易条件的询问。询问可以由买方发出，也可以由卖方发出。询盘的内容可以只询问价格，也可以询问多项的交易条件，要求对方发盘。询盘只是询盘人与被询盘人之间的一般性的商务联系，只起到邀请对方发盘的作用，对双方都没有法律上的约束力。询盘通常是交易的起点，因此，被询盘人必须十分重视并及时地作出回应。

2、发盘

发盘(OFFER, QUOTATION)又称发价、报价和报盘。它在法律上称“要约”，是指买卖双方的一方向对方提出各项交易条件，并愿意按照这些条件与对方达成交易，订立合同的一种肯定的表示。来源：www.examda.com发盘是一种商业行为，又是一种

法律行为，一项发盘一经发出，对发盘人就立即产生法律上的约束力。发盘在有效期内，发盘人不得任意撤消或修改内容。假如对方完全同意发盘内容，并按时答复。那么，双方合同关系即成立，交易达成。发盘人可以是卖方，也可以是买方。卖方的发盘叫销售发盘(SELLING OFFER)；买方发盘叫购买发盘(BUYING OFFER)，也称“递盘”(BID)。 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com