

单证员执业资格考试复习资料精华版（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_ti2020/478/2021_2022__E5_8D_95_E8_AF_81_E5_91_98_E6_c32_478658.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。 > 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