

综合辅导：单证号资格考试复习资料五十四 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__E7_BB_BC_E5_90_88_E8_BE_85_E5_c32_478818.htm MEAS.45 × 30

× 25CM MADE IN CHINA 三、销售包装 销售包装又称内包装(Inner packing)、小包装(Small packing)或直接包

装(Immediate packing)，是进入零售市场直接与消费者见面的一种包装。除了保护货物外，还拥有便于消费者识别、选购、携带和使用的功能，更具有美化宣传和无声推销的作用。

1、销售包装的种类 根据商品的特征和形状，销售包装可采用不同的包装材料和不同的造型结构与样式。目前国际上流行的商品销售包装，按其形式与作用，主要有：便于陈列类包装，如堆叠式包装、挂式包装；便于识别类，如透明或拉盖式包装、习惯式包装；和便于消费者使用类，如软包装、便携式包装、礼品包装等。

2、销售包装的装潢和文字说明 商品销售包装应有适宜的装潢图案和必要的文字说明。装潢图案和文字说明通常直接印刷在货物的销售包装上，或采用在货物上粘贴、加标签、挂吊牌等方式。销售包装的装潢应具有艺术上的吸引力，突出商品特点，其图案和色彩应适应进口国或销售地区的民族习惯和爱好。文字说明应包括商标、品牌、产地、数量、规格、成分用途和使用方法等内容。

它们要和装潢画面紧密结合、互相衬托，否则，不利于货物的出售。

3、物品条码标志 物品条码(Product Code或称Barcode)是一种产品代码，它是一组粗细间隔不等的平行线及其相应的数字组成的标记。(图1-2-3) 图1-2-3 这些线条和空间表示一定的信息，通过光电扫描阅读装置输入相应的计算

机网络系统，即可判断出该商品的生产国别或地区、生产厂家、品种规格和售价等一系列有关该产品的信息。它是货物进入超级市场和大型百货商店的先决条件。国际上通用的条码种类很多，主要有以下两种：一种是美国统一代码委员会编制的UPC条码(Universal Product Code)，另一种是由欧洲12国成立的欧洲物品编码协会（后改名为国际物品编码协会）编制的EAN条码(European Article Number)。目前使用EAN物品标识系统的国家(地区)众多，EAN系统已成为国际公认的物品编码标识系统。由12位数字的产品代码和1位核校验码组成。前3位为国别码，中间4位数字为厂商号，后5位数字为产品代码。为了适应我国对外经济技术交流不断扩大的要求，国务院于1988年批准成立了中国物品编码中心，该中心于1991年4月代表中国加入国际物品编码协会，并成为正式会员，统一组织、协调、管理我国的条码工作。目前国际物品编码协会分配给我国的国别号为“690”、“691”和“692”，凡有“690”、“691”和“692”开头的条形码的商品，即表示是中国的商品。商品的包装除运输包装和销售包装外，衬垫物(Filling And Lining Materials)也是包装的重要组成部分，不容忽视。它的作用是防震、防碎、防潮、防锈等。衬垫物一般用纸屑、纸条、防潮纸和各种塑料衬垫物。

四、定牌、无牌和中性包装

定牌、无牌和中性包装，是国际贸易中通常做法。我国出口企业有时也可应客户的要求，采用这些做法。定牌是指买方要求在我出口商品和 / 或包装上使用买方指定的商标或牌号的做法。我们同意采用定牌，是为了利用买主(包括生产厂商、大百货公司、超级市场和专业商店)的经营能力和他们的企业商誉或名牌声誉，以提高商品售价和

扩大销售数量。但应警惕的是，有的外商利用向我定购定牌商品来挤占我方商标的货物销售，从而影响我国产品在国际市场树立品牌。另外，还要注意买方商标或冒牌的合法性，防止侵犯他人工业产权。定牌只是权宜之计，发展我们自己的民族品牌才是长远之计。无牌是指买方要求在我出口商品和 / 或包装上免除任何商标或牌号的做法。它主要用于一些尚待进一步加工的半制成品，如供印染用的棉坯布，或供加工成批服装用的呢绒、布匹和绸缎等。其目的的主要是避免浪费，降低费用成本。国外有的大百货公司、超级市场向我订购低值易耗的日用消费品时，也有要求采用无牌包装方式的。其原因是无牌商品毋需广告宣传，可节省广告费用，降低销售成本，从而可达到薄利多销的目的。除非另有约定，采用定牌和无牌时，在我出口商品和 / 或包装上均须标明“中国制造”字样。中性包装(Neutral Packing)是指在商品和外包装上不注明生产国别的包装。中性包装有“定牌中性”和“无牌中性”之分。定牌中性是指在商品和 / 或包装上使用买方指定的商标 / 牌号，但不注明生产国别。无牌中性是指在商品包装上均不使用任何商标 / 牌号，也不注明生产国别。采用中性包装是为了适应国外市场的特殊需要，如转口销售等，有利于扩大贸易。但需注意，近年来中性包装的做法在国际上屡遭非议。因此，如国外商人要求对其所购货物采用中性包装时，我方必须谨慎从事。

第三章 商品价格的确定以及价格条款与货币的运用

在进出口贸易中，价格是一个十分重要的因素。因为进出口商品的价格直接关系到买卖双方的经济利益，也是国际贸易中一项重要的交易条件。一次贸易谈判的成功与失败往往与价格因素有关。因此在报价前确定

一个合理的双方都可接受的价格是一件十分重要而复杂的工作。这涉及到我国进出口商品的作价原则，对国际市场行情的了解，对出口商品成本和利润的测算，国际货币的运用和换算以及考虑到影响价格的各种因素。

第一节 作价原则与作价方法

一、作价原则

在“公平合理”的基础上，我们必须遵循三项作价原则：按国际市场价格水平作价、结合国别/地区政策作价和结合购销意图作价。

二、作价方法

国际货物买卖的作价方法，一般采用固定作价，即在磋商交易中，把价格确定下来，事后不论发生什么情况均按确定的价格，结算应付货款。但在实际业务中，有时也采用暂不定固定价格、暂定价格和滑动价格等作价方法。

1、固定作价

货物的价格，通常是指货物的单价，简称单价(Unit Price)。在机电产品交易中，有时也有一笔交易含多种产品或多种不同规格的产品而只规定一个总价的。如买卖双方对此无其他特殊约定，应理解为固定价格，即订约后买卖双方按此价格结算货款；即使在订约后市价有重大变化，任何一方不得要求变更原定价格。在有的合同中，也有对此作出明确规定的。例如：合同成立后，不得提高价格(No price increase shall be allowed after conclusion of this contract)。

2、暂不固定价格

某些货物因其国际市场价格变动频繁，幅度较大，或交货期较远，买卖双方对市场趋势难以预测，但又确有订约的意旨，则可约定有关货物的品质、数量、包装、交货和支付等条件，对价格暂不固定，而约定将来如何确定价格的方法。例如在合同中规定，以某月某日某地的有关商品交易所该商品的收盘价为准或以此为基础再加（或减）若干美元。

3、暂定价格

为避免价格风险，买卖双方在洽谈某些市价变化较大的货物的远

期交易时，可先在合同中规定一个暂定价格，待日后交货期前的一定时间，再由双方按照当时市价商定最后价格。在我出口业务中，有时在与信用可靠、业务关系密切的客户洽商大宗货物的远期交易时，也有采用这种暂定价格的做法的。例如在合同中规定：每箱(400磅)5000港元CIF香港，备注：上列价格为暂定价格，于装运月份15天前由买卖双方另行协商确定价格。这种做法，如缺乏明确的定价依据，到时候双方在商定最后价格时可能因各持己见不能取得协议，而导致无法履行合同。所以，订有暂定价格的合同有较大的不稳定性。在实际业务中，采用这种做法，应以关系密切信誉可靠的客户为限。

4、滑动价格

在国际上，对于某些货物，如成套设备、大型机械，从合同成立到履行完毕需时较长，可能因原材料、工资等变动而影响生产成本，价格的升降幅度较大。为了避免承担过大的价格风险，保证合同的顺利履行，可采用滑动价格。所谓“滑动价格”，是指先在合同中规定一个基础价格(basic price)，交货时或交货前一定时间，按工资、原材料价格变动的指数作相应调整，以确定最后价格。在合同中对如何调整价格的办法，则一并具体订明。

第二节 计价货币与价格条款

一、计价货币

在国际货物买卖中，计价货币通常与支付货币为同一种货币，但也可以计价货币是一种货币，而支付货币为另一种甚至另几种货币。这些货币可以是出口国的货币或进口国的货币，也可以是第三国的货币，由买卖双方协商确定。在当前国际金融市场普遍实行浮动汇率制的情况下，买卖双方都将承担一定的汇率变化的风险。因此，作为交易的当事人，在选择使用何种货币时，就不能不考虑货币汇价升降的风险，即外汇风险，或称汇价风险。

另一方面，也要结合企业的经营意图、国际市场供需情况和价格水平等情况，作全面综合的分析，但需避免单纯考虑外汇风险而影响交易的正常进行。在进出口业务中，选择使用何种货币计价或支付时，首先要考虑货币是不是“可自由兑换”货币。使用“可自由兑换”货币，有利于调拨和运用，也有助于在必要时转移货币汇价风险。在出口业务中，一般应尽可能争取多使用从成交至收汇这段时期内汇价较稳定且趋势上浮的货币，即所谓“硬币”。相反，在进口业务中，则应争取多使用从成交至付汇这段时期内汇价比较疲软且趋势下浮的货币，即所谓“软币”。

二、买卖合同中的价格条款

在国际货物买卖中，进出口商往往采用固定作价的方法，因此价格条款一般包括两项内容：货物单价(unit price)和货物总值(total amount)。单价表述有四要素：计量单位，单价金额，计价货币和贸易术语。总值就是单价与成交数量的乘积，即一笔交易的总金额。例如在CIF SINGAPORE USD50.00/BAG中，CIF SINGAPORE是贸易术语，USD是计价币制，50.00是单价金额，BAG是计量单位。

> 第三节 佣金与折扣

一、佣金和折扣的概念

佣金和折扣是国际贸易价格的构成因素之一。价格中包含佣金或折扣，直接影响实际价格的高低，也关系到买卖双方以及相关第三者的经济收益。佣金(Commission)是卖方或买方付给中间商为成交而提供服务的酬金。佣金一般由卖方付给，但有时也可由买方付给。佣金有明佣和暗佣之分。明佣是买卖合同或发票等有关单证上公开表明的佣金，通常表示在贸易术语后，如CIF C5% HONGKONG。暗佣对实际买方保密，由卖方暗中支付给中间人，不在发票等相关单证上显示。折扣(Discount)是卖方给

买方的价格减让。一般是以原价为基础，扣除一定百分比来算出实际应付价款。在实际业务中，佣金和折扣的名目很多，如销售佣金(Selling Commission)、购货佣金(Purchasing Commission)、累计佣金(Accumulative Commission)、数量折扣(Quantity Discount)、特别折扣(Special Discount)、贸易折扣(Trade Discount)、回扣(Rebate)等。

二、佣金和折扣的计算
1、含佣价的计算 佣金在价格中的表示可以用百分率也可以用文字说明。如某商品出口价格为CIF纽约每件15美元，含佣金5%，可以写成：CIFC5 NEW YORK USD15.00 PER PC，也可写成：CIF NEW YORK USD15.00 PERPC，5%COMM.

INCL.。佣金的计算如下：净价 含佣金价 = 1 - 佣金率 例：某公司按CIF汉堡每个USD5.16的价格出口某产品成交合同，后客户要求改报CIFC3%价。如果数量是25,000个，在不影响收汇的情况下，试计算CIFC3汉堡是多少？客户可拿佣金多少？解：含佣价 = 净价 ÷ (1 - 佣金率) = 5.16 ÷ (1 - 3%) = 5.32(美元) 中间商佣金 = (5.32 - 5.16) × 25,000 = 4,000(美元) 答

：CIFC3汉堡是5.32美元，客户可拿佣金4,000美元。
2、含折扣价的计算 折扣在价格中的表示可以用百分率也可以用文字说明。如某商品出口价格为CIF香港每公吨2,500美元，含折扣2%，可以写成：CIFD2 HONGKONG USD2,500 PER M/T，也可写成：CIF HONGKONG USD2,500 PER M/T，2S. INCL.

。折扣的计算如下：净价 含折扣价 = 1 - 折扣率 例：某公司出售某产品500公吨，先按每公吨200美元CIF新加坡的价格成交。因为是老客户，数量又大，因此就给予了1.5%的折扣，改成每公吨200美元CIF D1.5新加坡成交。试计算该公司实际收汇的货款。解：含折扣价 = 净价 ÷ (1 - 折扣率) = 500 × 200

$\times (1 - 1.5\%) = 98,500$ (美元) 答：该公司实际收汇的货款为98,500美元。

三、佣金和折扣的支付 如果是卖方支付的佣金，一般由卖方收到全部货款后再支付给中间商。因为中间商的服务，不仅在于促成交易，还应负责联系、督促并协助解决实际买方履约过程中可能发生的问题，以使合同得以圆满履行。但是为了防止误解，对佣金于货款全部收妥后才给予支付的做法，应由卖方与中间商在双方建立业务关系之初就予以明确，并达成书面协议，否则，有的中间商可能于交易达成后，即向卖方要求佣金，而有关合同日后能否履行，货款能否顺利收妥，却并无绝对保证。折扣一般在买方在支付货款时扣除。佣金和折扣是国际贸易中普遍采用的习惯做法，正确掌握和灵活运用佣金和折扣，可调动中间商和买方推销和经营我国货物的积极性，增强有关货物在国际市场的竞争力，从而扩大销售。

第四节 关注国际市场价格趋势 加强出口商品成本核算

一、影响价格的因素 国际市场价格受供求关系的影响，市场价格经常波动，不断地变化。因此，我们在定价时必须要了解市场供求关系的变化，对价格趋势做出正确的预测和判断。不能采用用一种价格卖到底的方式，要避免价格掌握上的盲目性。影响价格的因素主要有：

1. 商品的质量和档次（品质的优劣，档次的高低，包装的好坏，商标晶牌的知名度等）；
2. 成交数量（买卖数量的多少）；
3. 运输距离的远近（远洋还是近洋）；
4. 交货地点和交货条件的要求（产地的远近，运输的要求和成交的贸易术语，交货的目的地港等）；
5. 商品供应季节性的差价（比如，农副/土畜产品是否在生产季节等）；
6. 支付条件和汇率变化的风险（支付条件用的是汇付，托收还是信用证，汇

率变化的风险如何)。二、加强出口成本的核算 出口成本的核算和分析要从以下几项指标上加以控制：出口总成本、出口销售外汇净收入、出口销售人民币净收入、出口商品换汇成本、出口商品盈亏率、出口创汇率。要防止不计成本、不计盈亏、盲目追求成交数量和规模的出口销售。

1、出口商品换汇成本计算 换汇成本是指出口某商品换回一单位外汇需多少人民币成本，即用多少元人民币的出口成本可换回一单位外币的净收入。计算公式为：

> 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