

	<p style="text-align: center;"><b>第 25 章 国际贸易方式</b></p> <p>目的要求：通过教学使学生掌握经销方式和代理方式的种类和内容，了解经销与代理各种类之间的区别</p> <p>重点难点：经销与代理方式的种类和内容，经销与代理方式的各种类区别</p> <p>课    型：  新授</p> <p>教学方法：精讲、讨论、案例</p> <p>导入：</p> <p>    国内 A 公司与日本甲公司签订一份独家代理协议，指定由日本甲公司为独家代理。在订立协议时，国内 A 公司正在试验改进现有产品。不久，国内 A 公司的试验获得成功，并把这项改进后的同类产品指定日本另一家乙公司作独家代理。结果国内 A 公司与日本甲公司发生了纠纷，国内 A 公司能签订这第二份独立代理协议吗？</p> <p>讲授新课：</p> <p style="text-align: center;">第 25 章 经销和代理</p> <p>经销方式</p> <p>一、经销</p> <p>    （一）经销的含义及其种类</p> <p>        经销(Distribution)是指进口商(即经销商 Distributor)与国外出口商(即供货商 Supplier)订立经销协议(Distributorship agreement)，承担在规定的期限和地域内销售指定商品义务的一种方式。</p> <p>        经销方式有两种：一种是独家经销，也称包销(Exclusive</p>
--	--

sale), 指经销商在协议规定的期限和地域内, 对指定的商品享有独家专营权的经销方式。另一种是一般经销, 也称定销, 指经销商不享有独家专营权, 供货商可在同一时间、同一地区内, 确定几个商家经销同类商品。

### (二) 经销的特点

经销业务中的经销商是买方, 供货商是卖方, 二者是买卖关系, 在这种关系下, 供货人按照协议规定向经销人供应指定的商品, 经销人以自己的名义买进商品, 自行销售, 自负盈亏。即使经销人在协议规定的区域内转售此类商品时, 也是以自己的名义进行, 接受转售商品的客户与国外供货商不构成合同关系。

### (三) 经销协议

经销协议是经销商和供货商规定双方权利和义务、确立双方法律关系的契约。

经销协议一般包括如下内容: 经销商品的范围; 经销的区域; 经销数量和金额; 作价方法; 经销期限和终止; 经销商的其他义务, 如广告宣传、市场调研和维护供货人权益等。除此之外, 还应规定不可抗力及仲裁等一般交易条件, 其规定方法与一般买卖合同大致相同。另外, 经销协议也有定销和包销两种, 具体要求也要视具体情况而定。

独家经销的缺陷: (1)如市场情况发生变化, 或独家经销商资信不佳和经营能力有限, 就可能出现“包而不销”的情况, 从而给出口商带来不利的影响。(2)独家经销商有可能凭借其独家经营的地位, 操纵和垄断市场, 甚至对出口商供应的商品故意挑剔或进行压价。(3)出口商一般只能同独家经销商打交道, 而不能同其他客户普遍联系成交, 因而缺乏机动灵活性。

## 二、代理

### (一) 代理的含义和种类

代理(Agency)是指代理人(Agent)按照委托人(Principal)的授权,代表委托人与第三人订立合同或实施其他法律行为,由委托人直接负责由此而产生的权利与义务的贸易方式。

国际贸易中的代理按委托人授权的大小分为总代理、独家代理和一般代理。总代理(General agent)是委托人在指定地区的全权代表,他有权代表委托人从事一般商务活动和某些非商务性事务。独家代理(Sole agent or exclusive agent)是在指定地区和期限内单独代表委托人从事代理协议中规定的有关业务的代理人。一般代理(Agent),又称佣金代理(Commission agent),是指不享有独家经营权的代理,即在同一地区和期限内可以有几个代理人同时代表委托人从事有关业务。

代理按照行业性质的不同又可分为销售代理、购货代理、运输代理、广告代理、诉讼代理、仲裁代理、银行代理和保险代理等。这里只介绍进出口业务中最常见的销售代理。

#### (二) 代理的特点

在国际贸易中的代理方式中,双方当事人是委托人与代理人的关系,这与经销方式中经销商与供货商之间的买卖关系有着本质的区别。代理人是接受委托人的指定,并根据其指示行事的;代理人有积极推销指定商品的义务,但没有必须购买指定商品的责任;代理人只居间介绍,所获得的酬劳是佣金,并非赚取差价,他对经营上的盈亏不负任何责任。

#### (三) 销售代理协议

销售代理协议(Selling agent agreement)是明确规定委托人和代理人之间权利与义务的法律文件。销售代理协议主要包括如下内容:

1. 订约双方名称、地址及订约的时间、地点。
2. 定义条款,即对代理人经营的商品种类、地区范围以及商标等内容予以明确限定。
3. 代理的委任、受任及法律关系。

--	--

	<p>4. 委托人的权利与义务：主要有关于接受和拒绝订货的权利；关于维护代理人权益的义务；关于向代理人提供广告资料，包括样品、样本、目录等推销产品所需资料的义务；关于向委托人对当地客户的违约行为进行诉讼所付费用予以补偿的义务；关于保证向代理人支付佣金的义务等。</p> <p>5. 代理人的权利与义务：主要有关于代理人的权利范围；关于代理人积极促进产品销售的义务；关于代理人保护委托人财产、权利的义务；关于代理人的推销组织方式；关于代理人对客户资信情况进行调查的义务；关于代理人提供售后服务的义务；关于代理人向委托人汇报市场情况的义务；关于保密问题等。</p> <p>6. 佣金的支付：主要有佣金率、佣金的计算基础、佣金支付的时间和方法等。</p> <p>7. 协议的期限和终止。</p> <p>8. 不可抗力和仲裁。</p> <p>小结：</p> <p>今天我们学习了经销方式和代理方式的含义、种类，以及各自的区别，希望同学们掌握。</p> <p>作业：</p> <p>根据所学知识，分析经销和代理的内容和区别。</p>
--	---

	<p style="text-align: center;"><b>第 26 章 招标和投标</b></p> <p>目的要求：通过教学使学生掌握招标、投标的含义和特征，了解招标的主要方式</p> <p>重点难点：招标、投标业务的基本程序</p> <p>课    型：  新授</p> <p>教学方法：精讲、讨论、案例</p> <p>导入：</p> <p>    招标、投标常用在国家政府机构、国营企业或公用事业单位采购物资、器材或设备的交易中，也多用于国际承包工程。目前，国际间政府贷款项目和国际金融机构贷款项目，往往在贷款协议中规定，接受贷款方必须采用国际竞争性招标采购项目物资或发包工程。这里主要介绍货物买卖中的招标与投标。</p> <p>    世界银行贷款规定，每份超过 300 万美元的采购合同金额，必须采取国际竞争性招标。</p> <p>讲授新课：</p> <p style="text-align: center;"><b>第 26 章 招标和投标</b></p> <p>(一)招标、投标的含义和特征</p> <p>    1. 招标与投标的含义</p> <p>        招标(Invitation to Tender)是指招标人(买方)在规定时间内、地点发出招标公告或招标单，提出准备买进商品的品种、数量和有关买卖条件，邀请投标人(卖方)投标的行为。</p> <p>        投标(Submission of</p>
--	--

Tender)是指投标人(卖方)应招标人(买方)的邀请, 根据招标公告或招标单的规定条件, 在规定的时间内向招标人递盘的行为。

由此可见, 招标与投标是一种贸易方式的两个方面。

## 2. 招标与投标的特征

招标、投标与其他贸易方式相比有以下特征:

- (1)招标的组织性。即有固定的招标组织机构、招标场所。
- (2)招标、投标的公开性。招标机构要通过招标公告广泛通告有兴趣、有能力投标的供货商或承包商, 并向投标人说明交易规则和条件, 以及招标的最后结果。
- (3)投标的一次性。投标人只能应邀作一次性投标, 没有讨价还价的权利。标书在投递之后, 一般不得撤回或修改。
- (4)招标、投标的公平性。在招标公告发出后, 任何有能力履行合同的卖方都可以参加投标。招标机构在最后取舍投标人时, 要完全按照预定的招标规则进行。招标所具有的组织性和公开性本身, 也是招标投标公平和合理的有效保证。

## (二)招标的主要方式

目前, 国际上采用的招标方式归纳起来有以下几种

### 1. 国际竞争性招标

国际竞争性招标是指招标人邀请几个或几十个投标人参加投标, 通过多数投标人竞标选择其中对招标人员有利的投标人达成交易, 它属于竞卖的方式。

### 2. 谈判招标

谈判招标又叫议标, 它是非公开的, 是一种非竞争性的招标。由招标人物色几家客商直接进行合同谈判, 如果谈判成功则交易达成。它不属于严格意义上的招标方式。

### 3. 两阶段招标

两阶段招标是指无限竞争招标和有限竞争招标的综合方式, 采用这种方式时, 先用公开招标, 再用选择性招标, 分两阶段进

	行。
--	----

	<p>(三)招标、投标业务的基本程序</p> <p>招标、投标业务的基本程序包括：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 招标前的准备工作</li></ol> <p>招标前的准备工作很多,其中包括发布招标公告和资格预审等。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>2. 投标</li></ol> <p>投标人在慎重研究标书后,一旦决定参加投标,就要根据招标文件的规定编制和填报投标文件。为防止投标人在中标后不与招标人签约,招标人通常要求投标人提供投标保证金或银行投标保函。最后,投标人将投标文件在投标截止日前送达招标人,逾期失效。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>3. 开标、评标与决标</li></ol> <p>招标人在指定的时间和地点将全部寄来的投标书中所列的标价予以公开唱标,使全体投标人了解最高标价以及最低标价。开标后,有些可以当场决定由谁中标,有的还要由招标人组织人员进行评标。参加评标的人员原则上要坚持评标工作的准确性、公开性和保密性。评标后决标,最终选定中标人。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>4. 中标签约</li></ol> <p>中标是从若干投标人中选定交易对象。中标者必须与招标人签约,否则保证金予以没收。为了确保中标人签约后履约,招标人仍然要求中标人缴纳履约保证金或出具银行履约保函。</p> <p>小结:</p> <p>今天我们学习了招标和投标含义、种类,以及各自的区别,希望同学们掌握。</p> <p>作业:</p> <p>根据所学知识,分析招标和投标的内容和区别。</p>
--	--

## 第 27 章 拍卖和寄售

目的要求：通过教学使学生掌握拍卖和寄售的种类和内容，了解拍卖和寄售各种类之间的区别

重点难点：拍卖和寄售的种类和内容，拍卖和寄售的各种类区别

课 型： 新授

教学方法：精讲、讨论、案例

导入：

国际贸易当中，有些商品具有一些区别于一般商品的特点，那么他们是如何开展贸易，比如说：一些品质规格不易标准化的商品，如皮毛、烟草、茶叶、香料、木材等；某些易腐坏不能长期保存的商品，如水果、蔬菜、花卉、观赏鱼类等；某些贵重商品或习惯上采用拍卖的商品，如贵金属、首饰、地毯、古董及其它艺术品。某些商品，如水貂皮、澳洲羊毛，大部分交易是通过拍卖方式进行交易的，那么什么是拍卖，我们通过今天的学习来了解它。

讲授新课：

### 第 27 章 拍卖和寄售

#### 一、寄售

##### （一）寄售的含义与性质

寄售(Consignment)是一种委托代售的贸易方式，指寄售人(Consignor)先将准备销售的货物运往国外寄售地，委托当地代销人(Consignee)按照寄售协议规定的条件代为销售后，再由代销人向货主结算货款。

在寄售方式中，寄售人和代销人之间是委托与受托关系，而非买卖关系。

## (二)寄售的特点及利弊

1. 寄售的特点：它是凭实物进行的现货交易；商品售出前所有权属寄售人；代销人不承担任何风险和费用，只收取佣金作为报酬。

2. 寄售的优点：现货交易，有利于把握市场机会，节约交易成本，有利于调动代销人的积极性。

3. 寄售的缺点：主要是寄售人承担的贸易风险大，资金周转期长，收汇很不安全。

## (三)寄售协议

寄售协议是寄售人和代销人之间就双方的权利、义务及有关寄售条件和具体做法而签订的书面协议。协议的重点是商品价格的确定、各种费用的负担和安全收汇三个问题。协议一般包括下列内容：

1. 协议名称及双方权利与义务。

2. 寄售区域及寄售商品。

3. 定价方法：一般有三种方法，即：由寄售人规定最低售价、随行就市、在销售前逐笔征得寄售人同意。

4. 佣金：一般应规定佣金的计算基础、佣金率以及佣金的支付时间和方法等。

5. 付款：商品售出后的货款，一般由代销商扣除佣金及代垫费用后汇付给寄售人。为保证收汇安全，以利资金周转，协议中应明确规定汇付货款的时间和方式。

此外，还应规定货物保险、各种费用的负担等预防性条款。为减少风险，也有必要规定由代销人提供银行保函或备用信用证等。

## 二、拍卖

	<p>拍卖(Auction)是一种具有悠久历史的交易方式，通过拍卖成交的商品通常是品质难以标准化或按传统习惯以拍卖出售的商品。</p> <p>(一)拍卖的含义和特征</p> <p>拍卖是经营拍卖业务的拍卖行接受货主的委托，在规定的的时间和场所，按照章程和规则，以公开叫价的方法，把货物卖给出价最高的买主的一种贸易方式。</p> <p>拍卖具有以下特征：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 拍卖是在一定的机构内有组织地进行的。</li><li>2. 拍卖具有自己独特的法律和规章。</li><li>3. 拍卖是一种公开竞买的现货交易。</li><li>4. 参与拍卖的买主，通常须向拍卖机构缴存一定数额的履约保证金。</li><li>5. 拍卖机构为交易的达成提供服务，它要收取一定的报酬，通常称作佣金或经纪费。</li></ol> <p>(二)拍卖的出价方法</p> <p>拍卖的出价方法有以下三种：</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. 增价拍卖</li></ol> <p>也称淘汰式拍卖。拍卖时，由拍卖人宣布预定的最低价格，然后由竞买者相继叫价，直到拍卖人认为没有人再出更高的价格时，则用击槌动作表示竞买结束，将这批商品买给最后出价最高的人。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>2. 减价拍卖</li></ol> <p>又称荷兰式拍卖。这种方法先由拍卖人喊出最高价格，然后逐渐减低叫价，直到竞买者认为已经低到可以接受的价格，表示买进为止。</p> <ol style="list-style-type: none"><li>3. 密封递价拍卖</li></ol> <p>又称招标式拍卖。采用这种方法时，先由拍卖人公布每批商品的具体情况和拍卖条件等，然后由各买方在规定时间内</p>
--	---

	内将自己的出价密封递交拍卖人，以供拍卖人进行审查比较， 决定将该货物卖给哪一个竞买者。
--	--

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。

如要下载或阅读全文，请访问：

<https://d.book118.com/197055055100006123>