第一图书网, tushu007.com

<<涉外合同的签订与中英文范本>>

图书基本信息

书名：<<涉外合同的签订与中英文范本>>

13位ISBN编号：9787210023289

10位ISBN编号：7210023283

出版时间：2000-9

出版时间：江西人民出版社

作者：文化林

页数：626

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：http://www.tushu007.com

内容概要

本书全面系统地介绍了涉外经济合同的知识，对推进我国对外贸易事业的发展具有重要意义，可以供我国的经济工作者，特别是从事外贸工作的经济工作者，合资或合作企业的厂长、经理及业务人员参考使用，也可以作为各类大学、中专学校的经济、涉外经济专业的教科书。

第一图书网, tushu007.com

<<涉外合同的签订与中英文范本>>

书籍目录

前言
第一篇 涉外合同的基本知识
一 涉外合同的法律依据
二 涉外合同的签订原则和法律要件
三 涉外合同的概念和种类
……
第二篇 涉外合同谈判的技巧与策略
一 对外经贸谈判的知识
二 对外经贸谈判的技巧
三 对外经贸谈判的策略
……
第三篇 涉外合同的中英文范本和主要条款
一 中外合资经营企业合同的中英文范本和主要条款
二 中外合作经营企业合同的中英文范本和主要条款
三 国际货物买卖合同的中英文范本和主要条款
……
中文参考书目
英文参考书目
主要参考工具书目

章节摘录

3．让步策略。
某店主买进一批服装，进价是每件120元。
如果出售价定为180元，那么，卖一件就可以净赚60元。
但标价180元，其最低销售价低于180元，那么，这60元就是卖主讨价还价的幅度。
这时，就可以采用如下让步方法：①一次性让步。
在最初的讨价还价时，寸步不让，坚守阵地，等到对方还价无望时，再一次性让步60元，引诱买主成交。
这种方式可能吓跑正在犹豫的买主，也可能遇到脾气倔强的买主，逼你再作让步方肯成交。
②等距让步。
在讨价还价的过程中．每次都作出同样的让步，直到最后让步60元。
这种方法可能使买主感到总有还价的余地。
而卖主不可能再压价，于是不能成交。
③开端让步。
一开始就让步60元。
一开始就大幅度让步，会使买主感到奇怪；莫非其中有名堂?因此，很难成交。
④首尾让步。
一开始就较大幅度地让步，然后申明再降价就无利可图了，最后无可奈何似地作出小小的让步，这样的方式易于成交。
⑤尾首让步。
开始做出小的让步，中间不肯让步，最后作较大的让步。
很少有人作这种让步，因为这会使人感到莫名其妙。
⑥递增让步。
这种越来越大的让步会使买主还价的信心越来越大，不可取。
⑦递减让步。
这种越来越小的让步在营销活动中最为有效，也是最常见的方式。
开始的让步，使顾客觉得理所当然，而后来的让步会使顾客感到占了便宜，容易成交。
⑧跳跃式让步。
先大幅度让步，然后小幅度让步，重复进行。
这种让步形式的效果不能一概而论。
如果买主是有既定购买计划的人，这种让步方式可能成交，但如果买主抱着可买可不买的态度，则可能因此退却。
以上八种让价方式，各有利弊。
4．廉价策略。
卖主总是力求以最少的商品赚最多的钱；买主则相反，顾客总是力求以最少的钱买最多的商品。
因此，同样的商品，顾客总是选购价格最便宜的。
为争夺顾客，占有市场，厂商就可迎合顾客的这种心理．推行廉价策略。
世界钟表王国瑞士因为忽视了石英表的竞争能力，又受到瑞士法郎升值的影响，他们由占有世界钟表市场30%，到1970年下降到占有世界市场的9%。
其主要原因，就是受到日本、香港、台湾廉价表的威胁。
1983年，瑞士厂商从政府及银行中获得了9．5亿瑞士法郎的贷款，合并成IHSSA，推出廉价的电子石英震荡新潮表Swatch。
这种表是由自动线生产的，生产成本低．表面用硬化树脂做成，有防震、耐高温的功能。
厚为0．8厘米，重约20克，并配有各种颜色，显得新潮。
这种表通过珠宝店销售，一时名声大振，三年之内就风行世界．获得了巨额利润。
美国是汽车乇国，又有强手日本汽车商活动其间，因此美国的汽车市场坚如铁盾。

然而，韩国推出了一种“便宜可用”的小马汽车，这种汽车由意大利艺术家设计车型，比日本产品还便宜，对低收入消费者有着极大的吸引力。
小马汽车就靠着它的廉价策略，打入美国、加拿大市场，单1985年就在加拿大出售了79000辆。
986年进入美国市场后，有的报刊还评选小马汽车为“风云商品”，销路很广。
香港居民好吃蛇，每年耗蛇80万条。
蛇店遍及各地。
蛇羹每碗大约30港元。
九龙土瓜湾附近有一家蛇店，却打出了“正宗蛇羹每碗10元”的广告，廉价招客，生意十分好。
这家店奉行“薄利生财”的价格战略，采用了如下方法：一是自办进口业务，有着充裕的货源；二是批零兼营，节约费用；三是综合利用，每宰一条蛇，总是先取胆，再用内，连蛇皮也不放过。
这正说明，薄利多销，自有妙法可用；低价出售，能叫巨利入门。
5．削价策略。
有的推行“免费赠送”，如冲洗一卷胶卷。
可以得到一张免费的“放大照”，这种做法，很适合顾客占便宜的心理；有的将一顶假发标价59元，然后自行划掉，下面另标19．78元，使顾客觉得太合算了，非买不可，其实这顶假发底价却是11元。
6．又升又降策略。
有一个服装商店，老板先将店里所有的衣服按原价提高43%，过几天，又打出7折大酬宾。
经过这么一升一降，服装实际上是按原价出售，但生意却忽然变得红火起来。
有的商店在商品上注上一个高出底价的“原价”金额，再出一个广告，说一个降价原因，再标出低价，算是现在的降价，以此来利用顾客贪便宜的心理，扩大销售。
有的则在相邻的两个分店里。
陈列出同样的商品，在其中一个店里标高价，在另一个店里标出低价。
人们看了高价之后，再到另一个店里一看，觉得便宜了很多，赶忙购买，其实顾客买到的商品恰恰是销售价。
以上介绍了卖方的出价策略，下面再来介绍买方的还价策略：　　1．事先调查。
要摸清拟购商品的市场最高价和最低价、产品的供求情况、产品的质量性能、各项技术指标、产品的近期动态及价值的走向，以及该种产品买主的竞争情况等。
同时要了解对手的生产、财务状况，经营状况及产品销售状况。
还要多接触同类产品的销售商，在质量、价格、社会知名度、售后服务等方面多做比较，在货比三家的基础上再确定自己的谈判对手。
2．投石问路。
卖方叫价后，买方不必马上还价，而是指出在各种各样的条件下商品的售价问题。
在卖主的回答中寻找可能出现的机会，给还价做准备。
提出的假设条件可以是：假如我全数买下这批货，价格多少?假如我买一件价格多少?假如我预订一批货，价格如何?假如你送货上门，价格多少?假如我要批发价行不行?假如我给你签订一年要货合同，价格又是多少?等等。
3．吹毛求疵。
买方对产品再三挑剔，接着提出一大堆问题和各种各样的要求，其目的自然是要求卖方将价格降低。
让卖方知道自己是精明的，是内行，不会受骗上当。
如卖方觉得尚町接受，觉得仍然有利可图，也许会同意降价要求。
4．墨用恰当的付款方式。
国内可以采用现金支付的方式、支票转帐和托收承付的方式，而国际间则大都采用汇款和托收两种方式。
作为买方，应尽可能采用银行托收的方式付款。
托收属于商业信用。
如果买方因故不能按时提货，银行不负代管货物的责任，这样，卖方还须负责货物的安全问题。
同时，以银行托收的方式付款，买方也不必预付押金，减少费用开支，也化解了部分风险。

此外，买方还要尽量避免预付货款，一旦付了预付款，就难以拒绝不合规格、不合质量要求的商品，甚至会给搞买空卖空的人提供机会。

5．应付“ 最后通谍 ”。

当卖方发出最后通谍后，作为买方要冷静估计对方是否还有弹性?也许可以向卖方的主管部门和领导提出抗议，看看能否最后压价。

也许可以告诉对方，自己还有另外的卖主，并告知另外的卖主的报价。

也许应该减少订货，对方如急于出手，一定会同意压价。

也许应该申明增加订货，加大批量，对方感到薄利多销，则实际销售业绩有所上升，自然也会做出妥协。

也许应该退出谈判，使对方担心一无所获而冷静下来，考虑自身的实际利益。

媒体关注与评论

1985年3月21日，全国第五届人大常委会第十次会议通过了《中华人民共和国涉外经济合同法》，并于同年7月1日起施行。
它的施行标志着我国涉外经济合同的法律制度已经建立。
在这以后，全国人大及国务院颁布的经济法规就有136个，并同26个国家订立了投资保护协定，同25个国家订立了避免双重征税协定，从而为我国进行国际贸易和签订涉外经济合同提供了法律依据。
1999年3月．九届全国人大二次会议通过了《中华人民共和国合同法》。
这是根据发展社会主义市场经济的要求，在原有经济合同法、技术合同法和涉外经济合同法的基础上，总结实践经验所形成的统一的、较为完备的合同法。
这对于保护合同当事人的合法权益，维护社会经济秩序，发展社会主义市场经济和中国经济与世界市场接轨，都具有十分重要的意义。
自从实行对外开放的政策以来，我国的对外经济交往有了前所未有的发展。
我国的对外贸易总额，已由1980年的381．4亿美元上升到1996年的2899亿美元，增长了3．5倍。
我国在世界贸易大国中的排名顺序也已由1978年的第47位上升到了1994年的第10位。
与我国保持经济往来的国家和地区约200多个，遍及世界各地。
在一般贸易迅速增长的同时，我国还积极吸引外商来国内投资，积极利用外国政府贷款和优惠贴息贷款对外承包工程，开展劳务合作，并都取得巨大成效。
截止1996年底，我国累计批准外商投资项目283793个，实际利用外资约1772．17亿美元，已开业的外商投资企业超过14万个，就业人数达1700多万人，成为世界上仅次于美国的第二大利用外资的国家。
在对外贸易过程中，我国还特别重视国际技术转让。
到1995年止，我国已引进技术6600多项，合同金额达650亿美元。
这些项目大大地提高了我国的通讯技术、石油化工技术、能源技术、电子技术、汽车制造技术和其他领域的技术现代化水平。
此外，我国的对外技术输出工作也有了越来越大的发展。
在对外贸易领域，除香港外，日本是我国最大的贸易伙伴。
1994年，中日贸易额已达到478．9亿美元。
其次是美国，1994年，我国与美国的贸易额达354亿美元。
占第三位的是欧盟，1994年，我国与欧盟的贸易额达315亿美元。
在大力发展对外贸易的同时，我国又开办了深圳、珠海、汕头、厦门、海南经济特区和浦东经济开发区，开放了上海、天津、广州等14个沿海城市。
1994年，外商投资的合同金额达到937．56亿美元。
同时，我国又开放了中越、中蒙、中缅和中俄边境的边境贸易。
我国边境的六个主要省区，即：云南、广西、新疆、内蒙古、吉林、黑龙江的边境贸易总额1994年已达104．2亿人民币。
如此大规模、全方位的对外贸易事业，如此涉及五大洲及亿万人的国际贸易活动，意味着我们时时刻刻都要面临对外谈判的问题。
时时刻刻都会遇到如何签订涉外经济合同的问题，同时，随着形势的发展，涉外经济合同的涉及面、签订量和合同金额还会越来越大。
因而，涉外经济合同的作用和地位也将会越来越重要。
然而，与形势不相适应的是：在我国，涉外经济合同的法律常识普及率还相当低，有不少从事涉外经济活动的人员还不懂得如何根据法律的要求去与外商打交道，也不懂得如何用法律手段保护中方的合法权益；或者虽然也懂得一些涉外经济合同法规，却又不知道如何运用这些法规去订立规范化的、合格的涉外经济合同。
正是这种情况，导致了不少本来可以避免的经济纠纷和经济损失。
国际上有少数的骗子，也正是利用了这一点，混水摸鱼，大搞诈骗活动，给我们留下了许多惨痛的教训。

为了更好地维护中方的权益，同时也为了维护外商的权益，为了全面系统地普及涉外经济合同的知识，介绍有关国际贸易的情况、方法和技巧，大力推进对外贸易事业的发展，江西人民出版社决定出版一本关于如何签订涉外经济合同的书，总编辑林学勤同志对书的内容和形式进行了总体设计。

本书由三部分组成：第一篇：涉外经济合同的基本知识；第二篇：涉外经济合同谈判的策略和技巧；第三篇：涉外经济合同的中英文范本和主要条款。

本书的重点是介绍涉外经济合同知识，包括基本概念、法律依据、谈判知识、合同范本及其主要条款。

而重点中的重点是涉外经济合同的文本及其主要条款。

本书的特点是：融知识性、专业性、针对性、实用性与可操作性为一体，力求方便读者查阅和参考。

本书的读者对象是我国的经济工作者，特别是从事外贸工作的经济工作者；合资或合作企业的厂长、经理及业务人员；各类大、中专学校的经济、涉外经济专业的师生。

熊焰同志是本书的副主编。

参加本书编写的人员有：江建强、郭嗣会、文群和、文一峰、万剑平、黄凯、文成、曹晓英、黄学军、张志学、习秉忠、涂鹤圣、曹建新等，以上同志对本书的写成，付出了艰苦的劳动。

本书在编写过程中参考了许多著作和文献。

这些著作和文献对本书的编撰起了十分重要的作用。

其主要的著作和文献，已于书后列出。

借此机会，我们谨向这些著作和文献的作者致以衷心的感谢和崇高的敬意。

编辑推荐

本书全面系统地介绍了涉外经济合同的知识，对推进我国对外贸易事业的发展具有重要意义，可以供我国的经济工作者，特别是从事外贸工作的经济工作者，合资或合作企业的厂长、经理及业务人员参考使用，也可以作为各类大学、中专学校的经济、涉外经济专业的教科书。

第一图书网, tushu007.com

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:http://www.tushu007.com