

提高企业信用 降低货物查验率

借力AEO认证 企业可享通关便利

■ 本报记者 钱颜

“满地尽是AEO,中国已经进入‘AEO+’时代。”深圳市天地纵横企业管理顾问有限公司创始合伙人熊斌日前在国际商会中国国家委员会海关与贸易便利化委员会在京举办经认证的经营者(AEO)制度解析讲座上强调了AEO海关认证制度的重要性。

AEO制度对于涉足国际贸易领域的企业来说,并不陌生。AEO为英文“Authorized Economic Operator”的缩写,即“经认证的经营者”。AEO制度是世界海关组织为实现《全球贸易安全与便利标准框架》所倡导的一项制度,如今也成为我国海关就企业信用评定与国际接轨的一大举措。该制度通过海关为守法、守信、安全的企业提供通关便利,帮助构建海关与商界的伙伴关系,以达到互利双赢的目的。

获AEO认证可享诸多优惠

“AEO认证是企业高信用的标志,市场竞争力的保障,参与竞争的门槛,提升管理水平的的手段。”熊斌认为,想要更好地“走出去”,一定要积极参与AEO认证。虽然AEO认证要求严格,前期要做大量准备工作,但获得认证后丰富的优惠便利措施,有助于企业更好地进行国际商务合作,获得更多的客户订单。

有业内人士表示,AEO证书就是一张全球快速通关的“VIP卡”。不仅在国内,企业走出国门也可享受互认国家或地区的海关提供的降低查验率、简化手续等通关便利。

据了解,随着我国《全力构建进出口信用体系》工作的推进,中国海关已制定AEO信用管理制度。截至目前,中国海关已与欧盟28个成员国和新加坡、韩国、瑞士以及中国香港等32个国家和地区海关签署了AEO互认安排,获得认证企业的

货物在上述互认国家和地区通关可以享受便利化待遇,有效降低了港口、保险、物流等贸易成本。

企业实施AEO认证挑战不小

AEO制度虽好,但企业也要做好规范内部制度、应对各种困难和复杂局面的准备。

“AEO认证涉及范围广、层次多、细节要求高,是一项系统化的管理优化工程。对于很多涉外企业来说是一项重大的挑战。”熊斌表示,AEO认证涉及复杂的标准体系,需要企业高效协同,切实改善,仅靠形式主义是无法蒙混过关的。

熊斌强调,虽然获得AEO认证会给企业带来查验通关的便利,但一旦发现企业存在不合规或违法的情形,海关对企业的惩治也将十分严厉。如果企业被海关认定为失信企业,其所面临的将是较高进出口货物查验率、进出口货物单证重点审核等措施。因此,企业在AEO认证前后,都应时刻规范自己的业务

操作,定期对企业进行内外部的合规审查,以便及时发现问题,进行相应改正。

此外,认证制度并非一劳永逸。AEO制度建构中,因企业信用等级不同,存在高级认证企业和一般认证企业的差异。根据《海关企业信用管理暂行办法》的规定,AEO企业认证实施动态调整制度,海关对高级认证企业每3年重新认证一次,对一般认证企业不定期重新认证。熊斌表示,实践中重新认证的高级认证企业通过率只有不到40%,还有些企业自动放弃了再次认证,可见想一直成为高级认证企业并非易事。

提升自身实力过好认证关

尽管困难重重,但中国对外进出口企业丝毫没有停下争取AEO认证的脚步。自中国海关制定AEO信用管理制度以来,申请海关认证的企业数量和获得认证数量逐年增加。

“AEO认证涵盖进出口商、报关行、贸易中间商、机场码头、仓储经营商等多个环节,流程复杂,需要生产、财务、人力、行政等各个部门的配合。”熊斌表示,专家顾问在企业认证申请过程中只能起到辅助作用,要想真正完善制度,满足海关实地认证要求,还得靠涉外企业自身的努力。

讲座现场的企业负责人纷纷表示,希望借此契机,充分了解国际通关便利化规则,提升规范企业管理水平,增强国际市场竞争力。守法合规重信用是企业存续经营的基础,AEO认证过程不仅为了优惠便利,也是为了企业的国际化道路能行稳致远。

据了解,为了更好地服务AEO企业,帮助企业“走出国门”,中国国际商会海关与贸易便利化委员会将继续开展2017年度AEO认证准备的相关培训,不定期发布海关最新政策,对影响企业信用等级的事项事先提醒,帮助企业过好认证关。



近年来,河北宣化一瓷陶窑有限公司朝着采用新技术、研发新产品目标努力,开发出了骨瓷、异形陶器和瓷画等新产品,产品全部出口欧、非、美等国家和地区。
中新社发 陈晓东 摄

陕汽重卡 全年销量力争突破15万辆

本报讯 近日,超越2017陕汽重卡年中营销峰会在中原大地郑州召开。据陕汽重卡副总经理周银朝介绍,他们已经超额完成今年上半年销量目标,达到历史最高水平。同时,陕汽还在重卡行业中创下诸多骄人成绩:国内民品6月单月销售突破1.3万辆,上半年销售超过7万辆,同比增长120%,市场份额增长2个百分点。

对于下半年的发展形势,陕汽控股集团党委书记、董事长袁宏明

表示,面对激烈的市场竞争,他们将统一思想、树立信心,必保全年销量13万辆,力争15万辆,实现全面超越的宏伟目标。

袁宏明介绍说,近年来陕汽聚焦客户需求,坚持正向研发,产品开发硕果累累,产品质量与服务高度升级,客户满意度持续提升。对于如何实现全年目标,他提出了四项要求:一要树立信心,鼓足士气;“气可鼓,不可泄”,保持高昂的斗志,用火一样的激情抢抓市场机会,实现

市场份额持续增长。二要专心致志,研究需求。关注客户需求的差异化,深耕细分市场,研究大客户,提供个性化的定制方案,提升核心竞争优势。三要巩固优势、突破弱势。在巩固现有市场的同时,加大对弱势市场的研究与开发力度,分析问题,找出相对应的措施,出台有可操作性的具体实施方案,解决问题,提升市场份额。四要推进价值营销,不忘初心。加强对价值营销的研究,实现产品升级,实现客户需

求和客户体验的不断升级。

陕汽销售公司总经理刘翔韬表示,下半年,陕汽将继续深耕细分市场,将有八大细分产品应对市场挑战。X3000 13L大马力产品、新M3000 2017款产品、天然气产品、L3000、渣土车、矿坑自卸、搅拌车、轿运车等八大细分产品,将助力陕汽在细分市场实现进一步突破。

在当日举行的营销论坛上,陕汽销售公司副总经理郑宇龙、陕汽销售公司副总经理王永锋、陕汽金

融服务部部长李振斗分别从产品、服务、金融三个方面详细介绍了陕汽下半年的市场筹划与安排。此外,陕重汽财务总监凌芸为《陕汽重卡终端普惠金融联盟》的各成员代表授牌。随着《陕汽重卡终端普惠金融联盟》的正式成立,标志着陕汽金融服务将进入更高的领域,联盟各成员将互惠互利,共同分析市场,共同提示风险的理念,共享市场价值。

(申杨)

◆ 企业动态

中国建筑承建赤几 欧亚拉项目奠基

本报讯 近日,中国建筑工程总公司承建赤道几内亚欧亚拉新城系列项目奠基仪式在欧亚拉市举行。赤道几内亚总统奥比昂偕第一夫人康斯坦西亚、总理奥巴马等官员出席奠基仪式。

奥比昂总统感谢中国政府在赤几经济危机时刻提供贷款帮助赤几建设家园,并相信中国建筑承担建设任务不辱使命。

据悉,欧亚拉项目包括10个部委楼、500套社会住宅和1200套总统府综合市政小区,建筑面积17万平方米,是赤几政府与中国政府一揽子合作协议的EPC项目,也是赤几政府自2014年石油价格下降导致经济危机以来启动的极少数项目之一,中国建筑工程总公司八局、一局为该项目建设主体。

(李莉)

吉利与沃尔沃汽车 成立合资公司

本报讯 近日,浙江吉利控股集团宣布与沃尔沃汽车签订备忘录,双方将成立合资公司,各占50%股比,通过相互授权,实现整车架构技术、高效清洁动力总成等领域的前沿技术共享与零部件联合采购。由此产生的协同及规模效应将推动吉利控股集团旗下吉利、沃尔沃、领克品牌的发展进入全新阶段。

双方将在此基础上展开深入而广泛的合作,开发下一代纯电动汽车平台技术,未来双方共同研发的成果将由合资公司进行管理。

同时,吉利汽车控股有限公司、沃尔沃汽车集团、浙江吉利控股集团已签订备忘录,沃尔沃将入股全球化高端汽车品牌领克。吉利汽车将拥有领克汽车50%的股份,沃尔沃汽车和吉利控股集团将拥有另外50%的股份。

据悉,有关吉利、沃尔沃成立合资公司,以及沃尔沃入股领克汽车的最终协议将在近期正式签署。

这两项协议的签署标志着在吉利控股集团的领导下,沃尔沃汽车和吉利汽车之间的合作愈发紧密。
(高迪)

综服平台为接住外贸订单效劳

■ 崔吕萍

作为宏观经济的“三驾马车”之一,出口数据的高低变化,与大量外贸企业生存发展的冷暖交替休戚相关。

近日,海关总署对外通报了2017年上半年我国货物贸易进出口情况。数据显示,2017年上半年,全球经济温和复苏,国内经济稳中向好。据海关统计,上半年,我国货物贸易进出口总值13.14万亿元,比2016年同期增长19.6%。

“外部需求回暖带动出口数量增加,对出口总值的增长贡献显著。”对于出口数据的改善,海关总署新闻发言人黄婧平这样说。

但这样的回暖是否牢固、中国众多外贸企业特别是中小微企业如何在错综复杂的国际贸易环境下形成更为顽强的生命力?记者日前对部分国内企业进行了走访。

外贸企业转型可从
缩短产业链条做起

多位外贸企业主认为,进出口产业链过长,成为企业无法实现“船小好调头”的短板之一。

“传统的外贸模式是国内的生产企业直接与国外强势的贸易商接洽。产品从贸易商手里给到分销商、再从分销商手里给到零售商,最后由零售商卖给客户,过长的销售链不仅稀释国内生产企业利润,还

会让生产者难以感知到终端消费者的行为变化。”海航云商董事长喻龔冰表示。

“进出口贸易是一个长链条产业,本身很难标准化,但随着数字化的逐渐渗透,行业已经迎来转型契机。”喻龔冰认为,“通过数字化驱动,去打通、建立经脉,把数字鸿沟给弥合掉,缩短产业链,解决中小外贸企业的痛点。”

海航云商旗下专门提供进出口供应链服务的云商通常务副总裁柴华对此深有感触。“当前,我国作为全球制造业基地的地位逐渐发生变化,中小微外贸企业的发展也将不可持续,最为关键的问题是定价权的旁落。”柴华表示。

如何才能让外贸企业走上良性发展的路径?柴华认为,应当探索“金融+物流+营销”的综合性服务平台模式,通过立体扶持,让中国外贸中小微企业在“出海”时变得更有底气,并通过产品创新拿下定价权。

善用供应链金融
接住偶发大额订单

当前,很多外贸企业都在产品研发上做了功课,但当它们接到一笔大额偶发性订单时,往往会因为生产资金不足而无法吃到“天上掉下来的馅饼”。

一位从事外贸生产的企业主提

供了案例:一次,该企业突然接到一张1000万元的大额订单,但对于这种“天上掉馅饼”的事,企业主却高兴不起来,原因是为了完成这一订单,可能需要企业先行花费六七百万元去备货和组织生产。

偶发订单与企业资金周转能力之间存在错配,怎么办?我们可以利用订单融资功能,如果国外的订单结算方式是信用证等,把它转化为现金,让企业进行采购和生产,随后出口。”

外贸企业经常会遇到买家延长付款期的情况。柴华表示,这种情况下,外贸综合服务平台可以做到帮企业“扛下”这三个月的账期:“企业只需要将货物一运出,这个钱就由我们外综平台跟企业进行结算,此后平台再去和海外买家结算。这样一来,中小微企业解决了回款风险的问题,企业的资金流也得到了改善。”

健全出口信用体系
企业多一张身份证

外贸企业长期形成单打独斗闯市场的习惯,也到了必须要改的时候。

“前些年,大家将主要精力放在了生产制造环节上,对于国际市场规则并不了解。除了对不准客户的‘脉’,目的国产品认证标准、专利申

◆ 市场前沿

联合国 对最不发达国家援助下降3.9%

本报讯 联合国经济和社会事务部日前发布的《2017年可持续发展目标报告》指出,虽然在过去10年里各个发展领域都取得了进展,但进展速度不足且不均衡,不足以达到全面执行可持续发展目标的要求。报告用最新数据概述了迄今为止全球在落实17个可持续发展目标方面的情况,突出强调了取得进展的领域和需要采取更多行动的领域,以确保不让任何一个人掉队。

联合国主管经济和社会事务的副秘书长吴红波在发布会上表示,报告明确了全球在落实可持续发展目标方面取得的进展,以及为了弥补差距仍然需要付出的努力。当前在很多领域进展速度远远无法达到在2030年前实现可持续发展的目标。虽然极端贫困比率已下降至11%,但全球仍有7.67亿人每日生活开支不足1.9美元。数百万儿童无法获得优质教育及

学习机会。超过20亿人面临水资源短缺,90%的城市居民呼吸着被污染的空气。在可持续能源领域,2014年使用清洁烹饪燃料和技术的人数占全球人口57%,高于2000年的50%。但仍有超过30亿人口无法获得清洁的烹饪燃料和技术。

报告指出,可持续发展带来的好处并非人人共享。根据2010年至2016年数据,每年因自然灾害导致的经济损失平均达到2500亿美元至3000亿美元;全球年轻人失业概率是成年人的近3倍。2015年,15%的城市人口无法得到安全管理的饮用水,农村人口比例高达45%。

报告指出,资金问题仍然是实现可持续发展的一个中心问题。2015年至2016年,官方发展援助实际增长了8.9%,达到1426亿美元的历史新高,但对最不发达国家的双边援助实际下降了3.9%。
(朱旌)

中成药企业研发投入大幅增长

本报讯 《中国中医药上市公司发展报告(2017版)》近日发布。该《报告》研究范围覆盖了在境内外上市的150余家中医药上市公司。《报告》显示,2016年大型中成药企业研发投入大幅增长,质量标准不断提升,中小型企业利润增长较快。

《报告》显示,在中成药上市公司市值排名前十强中,既有老字号企业,也有新兴的中药饮片及中成药企业。其中,康美药业股份有限公司与云南白药集团的市值分列第一、二位,处于第一梯队,两者总市值达到1771亿元;步长制药股份有限公司、白云山制药集团、天士力制药股份有限公司、同仁堂国药有限公司以及东阿阿胶股份有限公司位列第三到第七位,形成第二梯队,5家上市公司的总市值为2300亿元。

研发投入方面,大型中成药公司是研发投入的主力,老字号企业研发投入相对较低。销售费用方面,中成药以及大健康产品规模较

大的公司销售费用较高,白云山在中药上市公司中销售人员最多。

《报告》指出,中药材质量标准的提升,关乎中医药发展的未来,中药材质量标准提升迫在眉睫。《报告》预计,未来中药标准提升后,有望鼓励优质优价,具备优质中药材资源的企业将获益。

《报告》对中医药行业发展提出建议。首先,企业要明确中医药的定位,引导大众和社会舆论对于中医药多一些理解和自信。中医药作为一门历经数千年的实践医学,具有自身独特的理论体系,在国家鼓励发展中医药的大背景下,市场潜力无限。其次,中医药上市公司要推进生产技术改造、产品创新,实现产业升级,全面提升中医药发展水平。再次,坚持标准化、品牌化发展战略,提升行业集中度。中医药企业要提高合规经营水平,在国家强化监管的形势下,不踩红线,保障中药产品质量。

(申杨)

