

模式单一 竞争加剧 缺乏信任度 遭遇倒闭潮

先机难保中国跨境电商长占鳌头

■ 本报记者 葛岩

近年来,跨境电商巨头们过得春风得意。仅2017年“双11”,天猫最终交易额就定格在1682亿元,京东累积下单规模达到1271亿元……这一系列千亿级的数据告诉人们,跨境电商正在深刻改变国际贸易的模式。但是,在这烈火烹油的背后,则是一张长长的电商“阵亡”名单。在2017年的最后一天,云猴全球购正式宣布关停,更是给阵亡名单增添了几分悲凉。

正所谓“强者愈强,弱者愈弱”,在这场饕餮盛宴中,大量中小微企业还面临着诸多困境。对此,对外经济贸易大学国际贸易学院教授、APEC跨境电商创新发展研究中心主任王健对《中国贸易报》记者表示,目前,跨境电商领域面临流量成本高企、平台审查严格、买卖双方信任度缺失、商品同质化趋势越来越明显等问题,“客观地说,大卖家难,小卖家也难。”

或靠资源渠道品牌 或练独门绝技

自2016年4月8日以来,陆续有部分跨境电商企业“阵亡”,同时也有更多的企业挣扎在生死线

上。这其中不乏跨境电商领域的佼佼者,如蜜淘全球购、明星衣橱、借卖网……总结起来,最主要原因,不外乎行业竞争加剧、运营模式单一。

作为在跨境电商领域耕耘多年的资深从业者,大连众易空间电子商务有限公司总经理连世超告诉记者,“客观地说,做跨境出口平台赚钱的不少,服务商赚钱的也不少,但最关键的是要形成自己的核心竞争力。平台建立在流量上,服务建立在基础设施上。”像已经倒闭的某电商平台企业,声称可以提供从平台采购到质检销售,再到库存物流、售后等跨境出口电商全服务,似乎只要给钱就可以完成一条龙龙的出口全流程。但事实是,强大如阿里巴巴、京东、亚马逊也花费了大量的时间和金钱在搭建平台和物流上。

“近几年跨境电商的发展有两个着力点——客流和资金。现在很多客流都被天猫、京东、网易考拉等大平台‘抢走’,以至于中小微企业只能想方设法获取客流”,在国家发展改革委对外经济研究所综合研究室副主任杨长湧看来,优

胜劣汰是商业发展的正常现象,在巨头们凭借资金、渠道、品牌影响力等优势占领市场的时候,中小微企业或许可以走“专而精”的道路。

聚专业人才 学专业操作 小电商才能全球竞争

杨长湧表示,目前有三大问题制约了行业进一步发展。首先是商品同质化问题。如今,跨境进口电商平台之间的竞争愈加激烈,但是大多数平台的商品同质现象相对严重,一些中小规模的平台由于自身品牌、资源、渠道等方面的不足,不得不实行低价策略,很容易陷入恶性循环。其次是物流配送问题,目前的三种配送方式,海外直邮、保税进口以及海外拼邮,配送周期长短不一,但都普遍较长。第三是人才问题。目前跨境电商人才缺口仍然很大,这也导致部分企业不专业,容易产生纠纷和违约行为。

对于跨境电商屡屡爆出的信任度缺失的问题,王健认为,这是市场发展的必然历程。传统贸易大多由大型跨国公司来完成,交易双方都比较了解,信任度的问题相对也比较少。到了跨境电商大发

展的时代,由于门槛降低,大量中小企业参与进来,水平参差不齐,必然会导致信任度缺失。

王健同时强调,有时候“操作失误”也会引发信用风险。比如参与者不熟悉国际贸易的规则,甚至是不熟悉收货方国家的海关实际情况,自然就会出现各种违约情况。

此外,我国的跨境电商企业也将更多地面临国外企业的竞争。对此,杨长湧表示,过去几年中国的企业抢占发展先机,在全球电商领域优势明显,但是这种优势正在逐渐弱化。根据麦肯锡发布的《2017黑色星期五购物报告》显示,英美等国的消费者在网上购物的占比有很大提高,像亚马逊、eBay这些平台的发展也十分迅速,这些都需要中国企业引起足够的重视。

虽然中国在跨境电商方面走在了世界前列,但是其他国家已经逐渐认识到跨境电商的重要性。王健告诉记者,今年将会是全球电商崛起的一年,我国的跨境电商企业,只有增强核心竞争力,尽快解决诸如资金、人才、运营模式、信用风险等方面的问题,才能从容面对全球电商竞争的局面。

◆连线自贸区

上海自贸区非特化妆品进口再提速

■ 吴颖

近日,一批价值120万美元的香奈儿丝绒系列唇膏等化妆品未进行开箱检验检疫即在上海自贸区外高桥保税区通关,并取得检验检疫部门出具的《入境货物检验检疫证明》。这批早春系列新品化妆品用时7天就完成了进口通关并上市销售,除节约了可观的物流和仓储成本外,几乎与国外同步上市,也将提高产品在中国市场的销售量。

这仅是上海自贸区外高桥保税区非特化妆品进口通关的缩影之一。自浦东新区进口非特殊用途化妆品备案试点工作开展以来,近60%的非特新政化妆品选择从外高桥保税区完成通关通关,截至2017年11月,有519批、价值908.86万美元非特新政化妆品完成进口检验检疫。

2017年3月1日以来,境内责任人注册地在上海浦东新区的企业首次进口非特殊用途化妆品,由现行审批管理调整为备案管理。非特化妆品由之前的3到5个月审批时间,到如今5个工作日就可完成备案,相关产品进入中国市场的速度大大加快,并有望实现全球同步上市。

2017年11月1日,非特化妆品进口再次提速。上海检验检疫局有针对性地下调抽检比例、监管频次和检测项目,大幅压缩流程时限。同时,落实企业主体责任,明确企业应尽义务,强化商品风险管理和企业信用管理,实施抽检比例动态管理,强化事中事后监管,提升监管有

效性,加快验放速度。

审单放行新模式实施以来,上海检验检疫局对于抽批未抽中的货物,审单符合要求的,直接予以放行,不再进行现场查验和实验室检测,进一步简化检验检疫流程,一般在3个工作日即可完成所有检验检疫手续。进口化妆品的现场检验检疫的抽批比例最低为10%,近九成

的进口化妆品审单合格即可获得合格证明。

浦东新区进口非特殊用途化妆品备案试点,大幅缩短非特化妆品新品的上市时间,给企业提供了极大的便利。

检验检疫审单放行新模式则使非特化妆品经营企业享受的便利再加码,同时也进一步落实了企业的质量安全主体责任。企业在享受便利措施的同时,必须加强企业内部管理,履行“合格保证”的承诺。检验检疫机构将结合今后的检验检疫“双随机”抽检以及市场终端反馈,一旦发现企业有违规失信行为,除依法处理外,还将予以信用降级,重点加强监管,提高其违法以及失信成本。

据了解,目前,保税区内品牌聚集效应已初步显现,著名的化妆品公司香奈儿、乐金、伊丽莎白雅顿、强生、欧莱雅、汉高等纷纷选择在此完成货物清关。随着保税区贸易便利化的升级,以及驻区检验检疫机构创新监管措施的进一步落实,非特化妆品在自贸区进口之方兴未艾。

◆国际商情

中国成为世界第二大液化天然气进口国

据普氏能源资讯近日报道,根据标普全球普氏能源资讯贸易流动软件cFlow汇编的已完成的航运数据,中国在2017年超过了韩国成为世界第二大液化天然气(LNG)进口国。

数据显示,中国在2017年共进口了3789万吨LNG,同比猛增了48.4%,而韩国在2017年共进

口了3651万吨LNG,同比增加了10.81%。日本在2017年继续保持世界最大的LNG进口国地位,共进口了8161万吨LNG,同比增加了2.28%。

2017年12月份,中国进口了505万吨LNG,同比增加了38.25%,创下中国在2006年开始进口LNG以来的最高月度进口量。

缅甸允许外资公司增加建材进口种类

据缅甸《声音报》近日报道,缅甸商务部从2017年6月12日起,允许外资公司从事化肥、农药、种子、医疗设备和部分建材等商品的进口贸易。近期,据缅甸商务部消息,继此前允许外资公司经营部分建材贸易后,又放开了原对外资公司限制的

83种建材产品,包括石头、石板、家用漆、底漆、玻璃、钉子、钢材、各种钢管、铝合金箱等商品的进口。

对此,部分缅甸企业家表示,此举对国内消费者而言,可以用上优质的产品,也可以促进贸易发展。(本报编辑部编译、整理)

◆外贸小助手

报关单新增 必填项目这样填

2017年年末,海关总署《中华人民共和国海关进出口货物报关单填制规范》(海关总署2017年第13号公告附件)第三十五项“商品名称、规格型号”增加“品牌类型”“出口享惠情况”项目,并于2018年1月1日起执行。

品牌类型为必填项目。可选择“无品牌”“境内自主品牌”“境内收购品牌”“境外品牌(贴牌生产)”“境外品牌(其他)”如实填报。其中,“境内自主品牌”是指由境内企业自主开发、拥有自主知识产权的品牌;“境内收购品牌”是指境内企业收购的原境外品牌;“境外品牌(贴牌生产)”是指境内企业代工贴牌生产中使用的境外品牌;“境外品牌(其他)”是指除代工贴牌生产以外使用的境外品牌。

出口享惠情况为出口报关单必填项目。可选择“出口货物在最终目的国(地区)不享受优惠关税”“出口货物在最终目的国(地区)享受优惠关税”“出口货物不能确定在最终目的国(地区)享受优惠关税”如实填报。进口货物报关单不填制该申报项。

相关问答:

问:中外合资产品出口时“品牌类型”怎么填?

答:中外合资企业通常会有一方为品牌持有人,其将品牌作为投资的一部分,这里要注意是否存在品牌转让的情况。比如北京奔驰汽车,奔驰品牌持有人还是德国方面,那么就应当填报“境外品牌”。

问:中资企业收购了部分海外品牌旗下业务时“品牌类型”怎么填?

答:很多中国企业收购了国外品牌的部分业务,在没有完全收购其品牌时,还应填报“境外品牌”。比如:联想集团收购了IBM旗下的个人笔记本电脑业务,但是并没有收购IBM品牌,美国IBM依旧是品牌持有人。

问:服装或包装盒上有两个品牌存在时“品牌类型”怎么填?

答:在填报时应按照生产企业的品牌填报。

问:进口报关时有没有可能碰到“境内品牌”的情况?

答:完全有可能。据报道,有不少网红的婴幼儿奶粉虽然是新西兰生产并进口到中国的,但其都是中国企业拥有品牌然后拿到国外去进行贴牌生产的。这时要在明确品牌属性的情况下填写“境内自主品牌”和“境内收购品牌”。

问:“出口享惠情况”这个栏目填写时应当如何认定?

答:该项目需要由出口货物的发货人联系境外买方,由境外买方确认产品进口时是否将会适用优惠关税待遇,然后据此进行填报。

(本报编辑部整理)



四川省华蓥市深入实施创新驱动发展战略,以“工匠精神”助推实体经济转型升级,通过技能培训、基地建设、校企合作等,发挥师徒传艺、技能攻关、技艺传承作用,让“工匠精神”深入每件产品的每道工序,使自主研发的“工匠品牌”——“华蓥造”手机、平板电脑等系列电子产品,走向东南亚、欧洲、中东等地消费市场。

中新社发 邱海鹰 摄

创新发展引导基金助力服务贸易发展

■ 本报记者 张凡 孔帅

1月5日,服务贸易创新发展引导基金在北京宣布启动。这是中国第一个国家层面的服务贸易引导基金。该基金系国务院批准,由中国财政部、商务部、招商局资本管理有限责任公司共同发起,中央财政引导社会资金出资设立,基金总规模达300亿元人民币,目前已完成首期资金认缴工作。财政部副部长胡静林在会上表示,设立服务贸易创新发展引导基金对促进转变外贸发展方式,培育经济增长新动能具有积极意义。

近年来,中国服务贸易总量逐年上升,增速也比较快,2016年中国服务进出口贸易总额达6575亿美元,占同期中国对外贸易总额比重达15.1%。同年,中国服务贸易总额在世界所占比重达7%,位居全球第二。但是,中国服务贸易逆差依然很大,2016年逆差超过2400亿美元,占服务贸易总额比重超三分之一。

商务部国际贸易经济合作研究院国际市场研究所副所长白明在接受《中国贸易报》记者采访时表示,我国服务贸易发展势头依然滞后于货物贸易,这成为我国对外贸易的“短板”。“既然我国的目标是建设贸易强国,那就要货物贸易和服务贸易同步做大做强,体现出货物贸易与服务贸易的良性互动,体现出制造业与服务业之间的良性互动。要实现这个目标,只靠企业的努力是远远不够的,国家层面也应该予以支持。”

“设立并启动创新发展引导基金以后,中国服务贸易原来存在的挑战依然会有,并不是所有的问题都能解决。这只是提振中国服务贸易组合拳中的一拳。”据白明介绍,为促进我国服务贸易发展,国家从多个方面提供了支持,密集发布了相关政策。国务院就曾印发《关于加快发展服务贸易的若干意见》,提出到2020年,中国服务进出口总额将超过1万亿美元,服务贸易占对外贸易的比重进一步提升,服务贸易的全球占比逐年提高。随后,国务院批复同意在天津、上海等15个省市(区域)开展服务贸易创新发展为期2年的试点,成效初步显现。商务部也会同有关部门发布了《服务出口重点领域

指导目录》,并积极推动财政、税收、金融、基金、便利化等5个方面保障政策的出台。此外,我国各自贸试验区的政策中也有对大力发展服务贸易的体现。

据介绍,服务贸易创新发展引导基金将重点投资于《服务出口重点领域指导目录》和《服务外包产业重点发展领域指导目录》列明的重点领域,以及服务贸易发展的其他重点领域。舆论普遍认为,服务贸易创新发展引导基金可以起到两方面作用:一是以少量财政资金投入,撬动金融机构资金和其他社会资本加入,从而扩大支持服务贸易发展的资金规模。二是在财政资金的基础上,社会资本、金融机构的加入,基金

运作的市场化属性就会更强,资金使用效率会显著提高。

商务部国际贸易经济合作研究院学术研会副主任、西亚非洲所所长张建平表示,服务贸易创新发展引导基金类似创业投资引导基金,对评估后具有可行性的项目进行投资,不干预具体经营事务,只发挥引导和推进作用。

“作为政府设置的基金,在实施的过程中必须有激励机制,例如如何激励企业更好地运作基金,更高效率地使用基金。同时也要有约束机制,例如基金的合作对象如何选择,项目可行性如何评估,项目风险如何控制。这都是下一步需要具体解决的问题。”张建平说。

普华永道报告:中国企业以贸易谋增长

■ 本报记者 毛雯

全球商业与贸易环境深处变化之中。美国和英国的政策变化扰乱了长久以来的自由贸易协定,经济民族主义情绪日益浓厚,已经影响到全球的商业战略和机遇。在这一背景下,中国已然成为全球贸易新的领军者,并代表着包容的全球化呼声。对此,普华永道就相关问题询问了202位中国大陆和香港高管,并在其官网上发布了报告《2017年亚太经合组织CEO调研中国报告:中国企业以贸易谋增长》。

报告指出,46%的受访亚太经合组织高管认为,中国大陆是增加跨境投资的第二受欢迎选择。十九大报告中指出,中国计划放宽市场准

入、扩大对外贸易、降低外资企业的准入壁垒、保护外国投资者的合法权利和权益,以及一视同仁对待在中国注册的企业,这使得在中国投资的计划更加切实可行。中国对全球贸易的热情有目共睹。中国与欧盟于2013年11月启动了投资协议谈判,中国还正在通过区域全面经济伙伴关系(RCEP)努力构建统一市场的新自由贸易协定。这很好地契合了中国在“十三五”规划中所作的声明,促进海外合作和中国对外投资,推动更多中国设备、技术、标准与服务应用于国际市场,以及帮助中国制造业品牌获得更广泛的国际认可。随着“一带一路”倡议实施

涌现出更多出口及固定资产投资机遇,中国在亚太经合组织的作用将会愈发凸显。“一带一路”沿线将经过11个亚太经合组织国家,该愿景实现后,更宽松的市场准入和更紧密的联系将改变区域内商业规则。

报告发现,就整个亚太经合组织而言,2017年受访的高管中有37%表示他们对其企业未来12个月的收入增长前景“非常有信心”。为了推动企业的增长战略,81%的中国高管对于推出新产品与服务或进入新行业“有信心或更有信心”;74%的中国高管对于扩大亚太地区经营规模有信心,67%的中国高管对确保获得能在全球层面发挥作用的人才和技能有

信心。为了利用新的机遇,57%的中国高管考虑在国内现有市场开发新产品和服务,并作为其组织未来3年采取的首要战略;42%的受访高管把在中国建立品牌作为其首要战略;41%的中国高管考虑在中国的行政区域内扩张,为不同终端市场开发新产品和服务,并将投资转向能够创造新的收入流和新的商业模式的技术领域。此外,50%的受访中国高管考虑将加强与合作伙伴的合作作为增长战略。在考虑建立战略合作/合资企业时,中国高管最看重的是产品/服务质量和价格,其次是管理人才和透明的治理和运作。

报告还指出,面对全球贸易环

境中出现的障碍,33%的中国高管预期未来一年内雇用外籍员工的壁垒会增加,而过去12个月中,有24%的高管察觉到了这种障碍的存在。中国高管提到的其他挑战还包括,移动数据壁垒的增加,跨国提供或接受服务的障碍的增加和跨国投资壁垒的增加。跨太平洋伙伴关系协定(TPP)的11个成员国在越南岘港举行的亚太经合组织峰会上正式达成框架协议,细节已经敲定,预计不久这11个经济体有可能降低其贸易壁垒。同样地,由中国牵头领导的区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)的16个成员国有可能在未来宣布扩大市场准入。