

中国外运长航集团有限公司副董事长张建卫：

中国跨境物流企业应变中求胜

■ 本报记者 张凡 实习记者 董明智

一带一路 倡议对中国物流企业意味着新的发展时代到来,也意味着新的贸易形态、新的市场环境、新的机遇和挑战。招商局集团商务总监、中国外运长航集团有限公司副董事长张建卫在近日召开的第七届世界工商领袖(昆山)大会上如是说。

毫无疑问,跨境电商正成为新的贸易方式。在张建卫看来,新的贸易方式主要表现在以下三个方面:一是消费创造需求。随着一带一路 沿线国家人民生活水平的提高,将释放出巨大的需求,进一步拉动跨境电商的发展;二是继B2C之后,B2B跨境电商的模式已经成为新的增长点;三是消费者主导的模式将成为主流。产品主导市场正在向消费主导市场转变,消费者的需求和消费者的体验将拥有最高的话语权。

同时,一带一路 建设也创造了新的市场。张建卫认为,一带一路 将通过两轮驱动形成一个新兴的统一大市场,并为物流企业的发展带来新机遇。第一轮驱动是海外投资和产能合作,由此产生工程物流需求。第二轮驱动是随着一带一路 沿线国家经济发展和互联互通,一带一路 区域将实现生产要素的顺畅流动,新兴大

市场逐渐形成,并产生大量的综合物流需求。

当然,新的机遇也会带来新的挑战。张建卫认为,目前,中国物流企业面临的挑战主要来自于以下三个方面。

一是互联互通的挑战。在物流基础设施方面,存在互联互通的难题。各个国家轨距不一致,有宽轨和窄轨之分,换装的能力也参差不齐,成为中欧班列正常运行、提高效率的重大瓶颈。沿线国家口岸操作效率比较低,缺乏协同性也是难题之一。据统计,中欧班列货物在口岸的平均滞留时间占全程运输时间的30%;在口岸滞留时间中,由于单证、海关查验等原因导致的滞留时间占60%,运力衔接等

其他原因导致的滞留时间占40%。

二是贸易便利化的挑战。一方面双向贸易不平衡,一带一路 西向货量多,东向货量少,双向平衡缺少一种重要的机制,增加了运营商的空驶率和返程物流成本,从而影响贸易便利化。另一方面跨境电商还未形成统一的国际规则。各国海关对跨境B2C商品的属性界定、税收政策和监管方式差异性很大,尚未形成统一机制,增加了跨境电商发展的不确定性。

三是国际复杂环境的挑战。所谓国际复杂环境的挑战,是指中国物流企业走出去必须面对复杂国际环境带来的各种考验。比如说,一带一路 沿线国家金融压力和汇率波动风险很大,宗教信仰、

意识形态和文化差异很大,以及一些地区政局不是很稳定。这给一带一路 投资和建设带来较大的困难和风险。

这些挑战既是困难,也是我们物流业的重大发展空间。张建卫表示,中国物流企业需要变中求胜,将国际化作为新的发展方向,尤其需要从工程物流入手,再向综合物流拓展,深耕我们的海外市场。比如,中国外运长航近几年来专门在 一带一路 沿线33个国家和地区新设立了近80个海外网点。这些新构建的海外网点一方面促进了中国外运长航作为物流企业的国际化进程,同时也为中国投资企业提供了全程国际化、属地化的物流解决方案。



在吴忠仪表有限责任公司自动化产业园,工作人员在介绍大型智能控制阀。位于宁夏吴忠市的吴忠仪表有限责任公司是一家控制阀生产企业。公司所生产的超高温、超低温智能控制阀不仅填补了国内自主生产的空白,同时还进军海外市场。

新华社记者 王鹏 摄

贸易金融领域区块链技术今年或试水

■ 本报记者 孔帅

今年以来,区块链技术越发火热,各类大企业已经在区块链项目领域深耕细作,汇丰也于近日完成全球首笔基于区块链技术的贸易金融服务。对于被形容为一座类似“94年互联网金矿”的区块链产业,中小企业又该如何挖掘?

日前,德勤调查了全球1053名企业高管,他们均来自美国、中国、墨西哥、英国、法国、德国和加拿大7个国家的大企业,其营收至少达到5亿美元。74%的受访者说他们在某个引人注目的商业案例中看到了区块链技术的潜力,34%的受访者表示,他们的企业已经将某种形式的区块链系统投入生产,还有41%的人表示,他们的目标是在一年之内推出区块链应用。

近年来,区块链技术商业化进入繁荣期,但实际上能在区块链领域加大投资的都是全球主要的金融机构和科技公司。例如普华永道入股中国区区块链公司,亚马逊推出区块链模板服务,蚂蚁金服上月表示将尝试区块链生产及落地应用等。

北京讯业互联科技股份有限公司董事长邵剑晖在“智能互联时代中小企业的成长与创新论坛”上指出,从技术角度看,区块链技术是互联网技术中必不可少的部分。通过

引入区块链技术,建立动态的、永久跟踪的网络模型,互联网将实现非常重要的跨越式发展。

区块链技术成为热点,是技术问题在技术领域得到共鸣之后的放大。邵剑晖说,区块链技术具有去中心化、公开透明、不可篡改、不可伪造等特点。看起来,似乎所有的社会缺失都可以通过区块链技术进行填补。

中心化巨头们在深挖区块链金矿时,中小企业也能在其中获得属于自己的“一桶金”。

区块链技术对未来的产业布局是有帮助的。瑞瑶科技和链创CEO袁大卫说,目前BATJ(百度、阿里、腾讯、京东)们十分强大,其市场地位几乎无法撼动,且处于强者恒强的发展趋势中。对中小企业来说,可以利用区块链技术去中心化的特征避开大企业,同时利用虚拟货币进行交易避开政府监管,在全球市场通过全球区块链开发自己的产品。此外,中小企业还可以通过建立联盟链来抵御大企业的入侵。

邵剑晖则提示,想要追求的方向与实际发展的方向如果是相反的,区块链的去中心化反而会导致中心化更严重。例如,互联网的出

现是为了打破先天信息鸿沟,阻止中心化,消灭信息不对称现象,而结果却是信息不对称现象加剧,信息鸿沟加大,中心化更严重。此外,在所有社会热点领域,我国几乎没有一项核心技术,例如半导体产业,而在区块链技术方面的差距更大。

袁大卫建议,对绝大多数中小企业而言,使用区块链技术还为时过早。目前,区块链技术在供应链方面的应用都很少,更谈不上为中小企业所用。技术领先的中小企业可以布局区块链,但如果是传统企业或与互联网不搭界的企业,还需要等待机遇的到来。

瑞信近日发布的报告也指出,区块链技术正处于过渡时期,真正成熟要等到2025年,但2018年是区块链技术发展的关键一年,其中支付和贸易金融领域的区块链解决方案将投入应用。

邵剑晖建议,中小企业在贸易物流方面可以引进区块链技术,对金融领域的区块链技术也可以适当投入,而想把区块链作为公司的主营业务,目前还风险巨大。好高骛远根本做不出成绩,中小企业需要脚踏实地地发展,认识到自己能做什么,看清自己的出路,才能走出困境。

一带一路建设是透明共享的多双边合作

■ 本报记者 刘国民 实习记者 孟思洁

近日,有媒体记者提问表示,外界有一种声音认为中国主导的一带一路 项目建设前期信息和运作不够透明,偏袒中国企业。发改委新闻发言人孟玮回应说,共建一带一路 倡议是一个开放、包容的国际合作平台,中国始终秉持着共商、共建、共享的原则,坚持以企业为主体和市场化运作,我们欢迎世界各国参与一带一路 共建。根据我们掌握的情况,目前已有不少西方跨国公司参与其中。

对此,对外经济贸易大学国际关系学院副教授、经济外交研究中心主任王宏禹在接受《中国贸易报》记者采访时说,中国主导这种预设本就是错误的,中国的一带一路 这种提法也是错误的,一带一路 的合作是双边的、多边的,中国只是一个方面,一带一路 的合作成果都是双方或多方磋商出来的,因此不存在 中国的一带一路 这种说法。

除了强调 一带一路 本身是开放的之外,社科院亚太与全球战略研究院副研究员钟飞腾还详细地向记者分析了这种质疑存在的原因。一方面,美国等国家并没有很积极地参与 一带一路 建设,这就给一些企业一种印象,认为 一带一路 就是中国的;另一方面,目前很多基建项目确实只有中国企业最有竞争力,别的国家在相关领

域没有竞争力,毕竟目前我国国内还在进行大规模基础设施建设,具有劳动力、管理经验、机械等优势,而西方国家大规模建设时期已经过去了。

钟飞腾强调,我们在外建设的工业园区也是开放的,欢迎他国企业进驻,目前中埃工业园区等都有国际企业入驻,所以利用中国建立的基础设施的不仅是中国企业,更应有 偏袒中国企业。中国 印尼聚龙农业产业合作区工作人员也告诉记者,该产业园也有印尼本地企业入驻。国家贸促会专家委员会委员、国家发改委对外经济研究院国际合作室主任张建平告诉记者,中国企业在对外投资都是按照东道国法律要求进行的,以项目招投标为例,都是在东道国的法律框架下进行,一般也会有当地企业参与,不可能说只让中国企业承包。

在回应了外界质疑后,专家也对怎样更好地开展 一带一路 建设给出了建议。在 一带一路 项目建设上,应当坚持 共商共享 共建 的理念,特别要注意招投标程序合法性。钟飞腾建议,走好流程一开始可能会增加负担,但善后的工作如果做不好,以后可能有隐忧。我们要重视做好细节和流程,营造良好的国际舆论环境。

汇率汇兑风险防范

多国货币汇率暴跌 中企应做好自己

■ 本报记者 刘国民

近期,美联储加息效应和美元升值对新兴市场国家的考验接踵而至。阿根廷比索、土耳其里拉、俄罗斯卢布都遭遇较大幅度贬值,而印度、印尼、南非、巴西等国货币也面临考验。

社科院金融研究所研究员尹中立告诉《中国贸易报》记者,此次多国货币贬值的直接原因是美元升值和美国加息,改变了资本国际流动方向,使一些资本从这些国家流出。当然,苍蝇不叮无缝蛋,这些货币贬值的国家自身的金融体系和经济结构也存在一定程度的脆弱性。尹中立说。

现在美元汇率和美股都在往上走。上海社科院世界经济研究所副所长徐明棋告诉记者,这短期内对市场有些冲击,有些国家会受到影响,如果这些国家的货币长期进一步下跌,会对我国和这些国家之间的贸易投资产生影响。不过有的国家货币汇率下跌也有其自身的特殊原因。比如阿根廷,到期外债无法偿还也是比索下跌的重要原因之一。徐明棋认为,这一波下跌潮估计是短期的。

面对多国货币汇率大幅下跌的情况,中国金融监管部门和中企该如何应对?在社科院金融所博士谢辉看来,中国和这些国家情况

很不同,人民币汇率不会出现这种暴跌的情况,当前形势下我们做好自己的事即可。平安证券首席经济学家、社科院世经政所研究员张明撰文表示,面对美国加息,中国不需亦步亦趋跟着加息。

北京布宜诺贸易进出口有限公司从阿根廷进口红酒,该公司张先生告诉记者,目前阿根廷比索贬值对公司进口贸易影响不大,因为交易一般用美元结算,价格几个月前就确定了。

有消息称,俄罗斯卢布对美元汇率较2017年末贬值9.4%,向俄罗斯供货的一些欧洲电子产品和家用电器制造商表示,由于卢布汇率暴跌,他们可能考虑要把向俄罗斯零售提供的产品价格提高5%至10%。联想集团也表示,若卢布对美元和欧元的汇率持续下跌,可能会考虑提高产品售价。记者就此了解了与俄罗斯有经贸往来的中企动向。中俄和兴物流建材产业工业园区由黑河市和兴经贸有限公司兴建,该公司主营仓储物流、境外投资建设生产加工项目、对外贸易业务。该公司有关人士告诉记者,卢布贬值对公司向俄罗斯的出口确有影响,但我们不准备上调出口商品价格。一方面很多订单合同几个月前就确定好了,另一方面我们公司多数订单是用美元或人民币结算的。



多措并举 新西兰引来 回头客

■ 本报记者 周东洋

新西兰统计局最新发布的统计数据 displays 2017年至今年3月份,新西兰共迎来访客382万人次。过去5年来,新西兰外国游客人数持续增长,从2013年的261万人次增长到如今的382万人次,其中除了澳大利亚游客,中国游客数量占比最多,达11%。

每周新西兰与中国之间超过80个直航班次。新西兰驻华大使馆相关发言人接受《中国贸易报》记者采访时表示,相较从前,中国游客单次旅行停留时间更长,更频繁地重返新西兰旅行。

上述发言人介绍,为吸引中国游客,新西兰不断提高旅行体验,

并采取了一系列举措,比如:2017年5月,新西兰开始向前往新西兰旅游和从事商务活动的中国公民发放5年多次往返签证,签证申请流程得到优化,特别是允许大多数签证可通过网络办理等。

新西兰自然条件好,与瑞士相比地广人稀,南北半球的季节差异使得避暑避暑游成为热点。中国人民大学重阳金融研究院国际研究中心主任陈晓晨接受《中国贸易报》记者采访时表示,网络新媒体带来了口碑效应,同时航班不断增多是对旅游增长的响应,反过来又促进了旅游的增长,即交通基础设施与旅游发展之间存在正反馈效应。

相关专家表示,中国旅客赴新西兰旅游带动了当地的消费。新西兰商业、创新和就业部在新旅游业发展展望报告中称,预计到2023年国际旅客在新西兰年消费额将达到153亿新西兰元(1新西兰元约合0.68美元)。按照消费金额计算,中国将成为新西兰旅游业最大市场。

由新西兰旅游局资助的一项调查也显示,有96%的新西兰受访者非常赞同或者赞同国际游客给新西兰带来利好。

中国赴新西兰旅游也带动了相关产业的发展。其对新西兰旅游全产业链,包括地产、农牧业、通用航空(小飞机)业等都有拉动作用。陈

晓晨说,中国人赴新西兰旅游相当于中国从新西兰进口服务贸易。中新经贸关系尤其是服务贸易关系不断加强整体受益于中新旅游合作的

增长。而且随着中国游客在新西兰旅游的增加,中企赴新西兰贸易投资也逐渐增多,一些人以旅游的名义去进行贸易投资。新西兰也致力于促进旅游行业的生产性投资。上述发言人说,例如,位于北京的富华国际集团正在奥克兰海滨兴建一家柏悦酒店。

数据显示,中国对新西兰的投资增长显著,从2011年的约11亿新西兰元增长到了2017年的超过100

亿新西兰元。中国是新西兰外商直接投资(FDI)新增流量的最大来源国,来自中国的FDI存量水平与来自英国和日本的相当。上述发言人介绍,中国在新西兰的投资涉及多个领域,从食品饮料、信息技术到高科技制造业等。

与此同时,在投资过程中也存在一些困难。目前面临的很大问题是,中企涉及旅游领域投资,尤其是涉及土地的项目投资,需要面对新西兰越来越严格的外资土地和不动产利用与交易的法律监管限制。陈晓晨说,新西兰法律完备但法系不同,政府对旅游地产的监管严于其他西方国家,且政策不断趋紧。

国际商情

中国从厄瓜多尔 购买更多原油

据厄瓜多尔《电讯报》报道,厄石油能源部长称厄与中国和泰国签署了石油预售合同,每月销售140万桶原油。原油将分4批次,每批36万桶,为现货销售。

此协议是厄与中国石油、中国国际联合石化公司和泰国石油公司重新谈判达成的成果之一。厄政府期望利用国际原油价格上涨(每桶超70美元)的机遇,提高原油产量,增加财政收入。厄政府将采取两种方式:一是厄亚马逊石油公司预计至4月19日从43-ITTT区块扩增日产量1万桶,5月13日该公司日产量达39.17万桶。二是通过Intracampo招标,预计可获得7亿美元投资。

此外,马纳比炼油厂厄国家石油公司与厄亚马逊石油公司合并,厄石油、电力、矿业部合并事宜的相关法令正在审批中。(驻厄瓜多尔经商参处)

中国IT产品在韩国人气飙升

据韩国中央日报报道,中国IT产品以其高性价比满足和刺激了消费者购买心理,在韩国的影响力迅速扩大。据韩国购物网站GMarket透露,本月1-13日,中国产吸尘器销量环比增长136%,同比激增2792%,吹风机销量环比增加两倍。这些中国IT产品的采购主要通过韩国国内购物网站、海外直购及代购等方式进行。据韩国关税厅统计,去年中国直购产品408.8万件,购买金额2.72亿美元,同比2015年增加226%和160%。其中,电子产品所占比重为22%,位居首位,购买件数为88万件,为2015年(5.2万件)的17倍。韩国国内IT企业正密切关注这些中国产品的销售趋势,担心中国产品以优质低价优势蚕食韩国IT市场。(商务部)

缅甸有机蜂蜜 主要出口中国

据《缅甸新光报》报道,缅甸蜂蜜生产销售人士表示,缅甸有机蜂蜜由于市场价格较好,出口增加,目前分别出口中国、日本、泰国、新加坡和韩国。其中中国和泰国是出口最多的国家,有近80%的蜂蜜出口中国。曼德勒省养蜂者协会会员吴貌貌表示,缅甸有机蜂蜜主要来自枣花、芝麻花、向日葵花、木棉花、橡胶花、芒果花和荔枝花。曼德勒省蜂蜜生产处副处长吴温昂表示,如果对蜂蜜加强培训,产值会更高,效益会更好。(驻曼德勒总领馆经商室)