

# 中小企业呼吁建设信用风险信息共享平台

■ 本报记者 苏旭辉

“我们受理的中外企业咨询和投诉中，以商业欺诈为多。商业欺诈已经成为国际贸易的害群之马。”中国贸促会商事法律服务中心副主任张顺在近日举办的第十一届中国国际信用和风险管理大会上说。

来自商务部的统计数据，中国每年新增海外坏账近300亿美元，出口业务坏账率为5%以上，世界平均水平为1%，发达国家如日本、美国等仅为0.25%至0.5%；海外坏账发生地正由过去经济欠发达地域向发达经济体扩展。

北京国富泰信用管理有限公司总经理陈登立日前在接受《中国贸易报》记者采访时指出，信用信息无法自由流通，信息不对称使企业无法提前规避信用风险，是外贸领域坏账多、追讨难的重要原因。外贸领域应收账款问题

已经成为外贸企业走出去缩手缩脚的原因之一。

中国贸促会商事法律服务中心主任蔡晨风表示，当前，交易伙伴的信用风险给外贸企业造成的损失触目惊心。在境外投资之前，企业需对投资目的国、投资项目、合作伙伴进行全面调查，提前了解和评估政治信用风险、企业信用风险以及项目信用风险，才能有效避免投资损失。

北京国富泰信用管理有限公司近日联合中国国际电子商务中心地方服务机构，对500家外贸企业进行调查发现，有受过骗经历的企业达到3成。有超过8成的企业认为通过平台进行信用信息共享有实用性。超96%的企业愿意共享风险信息，在选择愿意分享的企业中，超过4成的企业希望可以自主共享数据管理平台。另外，超半

数的企业更希望通过平台共享数据后，免费使用平台信息。

陈登立指出，认为信用信息共享平台有价值的企业中，民营企业占到了62.22%，而这其中的民营企业又有半数规模为百人以下的企业。可见中小企业对信用信息共享平台的需求更为强烈。

调查还发现，企业遇到诈骗后救济渠道分散，未形成一个有效的解决途径。企业偏重选择本地商务部门、我国驻当地大使馆等机构寻求帮助，更看重政府公信力。选择通过法律途径解决的比较少，这是因为所需成本高、周期较长。

陈登立讲道，在国际上建设信用信息共享平台已有先例，如美国的国际金融信用及商业协会(FICIB)曾倡导信用信息共享机制的非营利性，邓白氏等10

余家国外征信公司曾建立过类似的服务平台。建设这类平台的核心就是，企业可将交易过程中遇到的有不良商业行为的企业信息共享出来。

陈登立指出，信用信息共享平台的实用性在于，帮助国内企业甄选海外买家、防范交易风险，降低经济损失；为开拓国际市场的企业，提供海外国家的政治、经济风险对贸易影响的相关信息。同时为外贸企业提供收款保证，减少风险和损失，协助维权。

为确保平台的公信力，相关数据须由权威机构统一采集、使用、管理，最好做到从政府层面避免劣质买家不良信用行为，为海外企业提供有效监管。同时，为刚打开国际市场的企业或已经积累一定外贸经验的企业提供有价值的信息库。

## ◆ 市场前沿

### 《2019年中国经济展望》：财政政策或将成为稳增长主要抓手

本报讯 北京大学光华管理学院近日发布的《2019年中国经济展望》报告预计，今年财政政策将成为稳增长的主要抓手，货币政策有望适度宽松。

报告指出，今年是决胜全面建成小康社会、实施“十三五”规划的关键一年，也是新中国成立70周年，保持经济稳定增长至关重要。

作为报告撰写人之一，北京大学光华管理学院应用经济系副教授颜色指出，希望财政和货币政策能够更侧重于维持总需求的平衡，防止总需求过快波动，维持总需求平衡的主要抓手就是财政政策。去年，我们对财政政策做了比较多的调整，主要是配合“去杠杆”的政策，为今年财政政策的扩张留下了比较大的空间，积极的财政政策将进一步加力提效。

报告预计，今年专项债的增加将带动基建投资大幅回升。今年地方政府债发行规模可能达到4.7

万亿元，其中专项债限额可能突破2万亿元。在地方政府资金压力得到缓解的推动下，基建投资有望稳定增长。

颜色说，预计今年的货币政策会适度宽松。一个重要的迹象是中央经济工作会议明确提出了“稳健的货币政策”，去掉了“中性”两个字，事实上说明今年的货币政策总体而言要比2017年、2018年略微宽松。

此外，颜色表示，预计今年央行将更加重视解决货币政策的结构性问题。货币政策的主要目标是使财政政策有流动性的支持，银行间的流动性其实是比较充裕的。所以，货币政策的重点还是疏通货币传导机制，即如何把银行间的钱传递到实体经济上去。在保持总体流动性充裕的情况下，更多运用结构性的货币政策工具定向地进行一些流动性的支持，而不是大水漫灌，可能是2019年货币政策的主要方向。(李玲)

### 《2019年中国宏观经济金融展望》：中国经济不会出现滞胀风险

本报讯 “不应因2019年经济运行过度悲观。”1月4日，交通银行首席经济学家连平在2019年中国宏观经济金融展望发布会上表示，从长期来看，我国基本面是好的，高质量发展的条件在不断改善。

交行金融研究中心发布的《2019年中国宏观经济金融展望》报告显示，2019年可能出现六方面积极因素：一是外部压力可能减小，中美贸易摩擦可能得到缓解，发达经济体政策溢出效应也将随着美联储加息进入尾声后减弱；二是政策宽松有助于经济增长，2019年经济工作将从优化提升供给端、扩大增强需求端、扎实推进区域协调、深入推进改革开放等方面展开，确保经济运行在合理区间；三是产业出清带来高质量发展动力，过去几年来产能、去库存、去杠杆、降成本、补短板五大任务实施逐渐取得成效，部分行业已经出现恢复性增长；四是技术创新带来新兴产业

崛起，我国科技研发能力逐渐增强，越来越多领域逐渐接近或进入全球前列；五是区域协调发展带来产业联动效应，经济带发展、城市群发展和乡村振兴战略落地，将提供新的经济增长空间，促进投资和消费等内需发展；六是推动改革不断深化带来新机遇，对外开放由商品和要素流动型开放向规则等制度型开放转变，将形成新的经济增长动能。

交行金融研究中心认为，2019年中国经济不会出现滞胀风险。当前，中国经济正在发生一系列结构性变化，并不具备形成“高通胀”的条件。

对于2019年我国的货币金融环境，交行金融研究中心认为，今年信贷增速将稳中有升，M2将逐渐企稳反弹。预计2019年末，信贷增速同比将升至13.5%至14.0%区间。在社会融资规模中，表外融资负增长将逐渐收窄并出现反弹。(陈果静)

## ◆ 企业动态

### 中集车辆将赴香港上市 筹资拓展欧美业务

香港媒体报道，中集车辆(集团)股份有限公司拟分拆中集车辆主板上市，媒体引述消息称，中集车辆计划集资3亿至5亿美元。

据悉，根据中国国际海运集装箱(集团)股份有限公司发布的公告，该公司已申请批准建议分拆本公司控股子公司中集车辆及在香港联交所主板独立上市。

2018年12月27日，中集车辆透过其独家保荐人海通国际资本有限公司向香港联交所提交上市申请，以申请批准中集车辆的H股股份在香港联交所主板上市及买卖。

中集车辆主要从事半挂车及专用车制造和销售。集资所得净额用于在美国及欧洲开设新的半挂车产品或装配工厂、研发新产品、寻求收购等。



1月6日，工人在江苏一家萝卜加工企业忙碌。江苏如皋白萝卜素有“如皋萝卜赛雪梨”的美誉，如皋萝卜干作为江苏特产畅销国内外市场。

新华社发 许丛军 摄

### 中国车企力推新车 扩大在俄罗斯业务

俄媒称，根据俄罗斯汽车产业分析机构AUTOSTAT的评估，2018年1月至11月俄罗斯共售出3.16万辆中国汽车，同比增长12%。中国汽车公司驻俄罗斯代表表示，中国车企计划扩大俄罗斯境内的业务，2019年预计推出10多款新车。

AUTOSTAT的统计数据，2018年前11个月力帆汽车在俄罗斯共售出1.37万辆，同比下降7%。但力帆在所有中国车企中汽车销量连续8年居首位。

力帆集团海外事业部副总经理、力帆汽车俄罗斯责任有限公司总经理孙泽军表示，俄罗斯市场对于力帆来说是一个非常重要的海外市场，公司一直致力于在俄罗斯保持稳定发展。孙泽军说：“产品方面，我们每年都会稳定地推出一两款新车，专注在俄罗斯发挥我们的长项——SUV。在中国也是如此，SUV市场份额越来越大。”

奇瑞公司表示，俄罗斯境内制造本土化情况下，俄市场对于公司长期发展来说具有前景。

奇瑞公司工作人员说：“我们与俄罗斯Derways公司有合同，但明年生产计划还没有签。公司总部正在与其他俄罗斯组装厂进行谈判，近日内我们计划宣布新的合作伙伴。”

广汽集团驻俄代表表示：“目前在调研阶段，前期我们将以整车进口的方式进入，待达到一定销量规模后，会考虑在俄罗斯或独联体国家建厂，KD将会是未来的发展方向之一。”(本报综合报道)

## 中国跨境电商“走红”国外市场

■ 袁勇

在国外传统购物季，电商已成为许多消费者购物的重要方式。随着中国跨境电商的发展，以阿里巴巴全球速卖通为代表的中国跨境电商平台在全球消费市场扮演起越来越重要的角色。

“2018年，速卖通不仅在俄罗斯、西班牙等几个传统市场增长迅速，在沙特、波兰等过去大家较陌生的市场也呈现高速增长。这些国家和地区的市场空间很大。”阿里巴巴全球速卖通国家拓展负责人张琪说。

阿里巴巴全球速卖通总经理王明强说：“近年来，速卖通在‘一带一路’沿线国家市场上一直保持高速

增长势头。德国、波兰、土耳其、沙特、白俄罗斯、葡萄牙、黎巴嫩等国家网购成交额增长迅猛。”

事实上，中国跨境电商平台已经成为越来越多国外消费者的日常消费选择。2018年9月，速卖通宣布，其累计成交用户已突破1.5亿人次，全球范围内每月访问速卖通的消费者超过2亿人次。这一可观数字的背后，除了全球速卖通在技术、服务等方面拥有优势之外，也因中国制造的产品正越发受到全球市场欢迎。

“我们统计销售数据后发现，过去在欧美市场受到欢迎的中国产品

主要是在中国生产的长尾商品。近年来，中国制造的高品质主流消费品在国外市场销量不断攀升。例如，国产扫地机器人就广受欧美主流市场热捧。”王明强说。

良好的增长态势也让速卖通对加大开拓国际市场的前景充满了信心。“面对来自世界各国的、说着不同语言、有着不同文化习惯的消费者，我们需要结合自身技术优势和本土化运营策略开拓市场。”王明强说，“速卖通主要通过这些举措实现用户和商品之间的高效匹配。一是通过大数据分析和个性化算法技术，帮助商家制定商品推荐、服务、价格

等相关策略。二是精准优化语言和翻译工具，帮助使用不同语言的用户完成交易。三是针对不同国家、地区采用差异化物流、定价、营销策略。四是撬动各国社交力量，加强本地化营销合作。”

然而，对于中国跨境电商平台来说，要在情况纷繁复杂的国外市场站稳脚跟，面临的困难同样不少。其中，支付问题和物流体系不发达的问题很突出。2013年3月份，速卖通在俄罗斯促销，产生了17万个订单，但当时俄罗斯邮政系统日处理能力只有3万个包裹。同年，速卖通与俄罗斯邮政、中国邮政

合力解决物流问题。中国邮政开始增加航班，俄罗斯海关提升清关人力，速卖通与俄罗斯邮政系统同步互通订单信息，大大提升清关、分拣效率，使包裹配送时效从原来的50天缩短至7天。2018年以来，速卖通在法国、波兰、西班牙等国家也与当地邮政系统展开了合作。

尽管如此，王明强表示，解决物流最后一公里问题依然是一个不小的挑战，“其他国家的物流能力与中国相比普遍差距比较大，海外物流公司能力不强，我们还是主要依靠当地邮政系统，所以我们在搭建更多商业快递专线线路”。

# 一带一路为中外企业互利合作带来新机遇

■ 杨晓静

以“水泥工业的未来”为主题的第二届世界水泥大会近期在伦敦召开。“一带一路”建设给水泥工业带来新的机遇，我们和其他国家企业联合开发沿线国家市场，协同分工，互利共赢。”世界水泥协会主席、中国建材集团有限公司董事长宋志平表示。

### 绿色、智能、艺术 传统工业换新颜

水泥因其原材料储备丰富、易于开采，是全球广泛应用于土木建筑、水利、国防等工程的基础性材料。然而，提到这种最为常见的建筑材料，很多人的最初印象是“高耗能、高污染、冷色调”。很难想象，绿色、智能、艺术正成为水泥工厂的新关键词。

“水泥工业正向着绿色节能方向发展。”宋志平介绍说，“为了改变高耗能、环境负荷压力大的产业旧貌，水泥生产正在向实现绿色化、智能化转型。”

中国建材集团作为全球最大水泥生产商，不仅水泥产量世界第一，还占据了全球大型水泥装备市场65%的份额。因而，中国建材的水泥

生产工艺在全球也具有引领作用。

“以前都是我们向欧洲企业引进装备、学习经验，现在国外企业都希望学习中国企业低碳节能的水泥生产技术。”宋志平说。

世界水泥协会是全球唯一代表水泥行业和其他利益相关者的行业协会，中国快速发展的水泥产业为宋志平当选该协会创始主席提供了坚强后盾。

宋志平介绍说，目前水泥生产从原料选择、生产工艺到制品应用全流程都以环保为首要标准。一方面，通过不断提高技术水平，减少粉尘、二氧化碳、二氧化硫、氮氧化物等污染物的排放，通过协同处置，解决生活垃圾处理过程中有毒有害气体排放的问题；另一方面，广泛应用光伏、风电等清洁能源，减少化石燃料的使用。

智能化设备的应用也让水泥生产在节省人力、提升产品质量的同时，大大降低了能耗。“通过计算机操作的中心控制室，使生产线上的员工从两三百人减少到50人，精准度更高了，温度控制也更有效了。”宋志平说，利用智能化生产线，煅烧1吨熟

料可减少20公斤煤炭，而去年中国建材熟料的产量高达2.89亿吨。

技术创新为水泥产业注入新的生命力，也使其发展更具可持续性，技术研发也因此成为水泥企业的核心竞争力。“我们拥有26个甲级研究院所，3.5万名科学家，上万个专利。”宋志平说，“30年前，我们都是从欧洲、日本购买大型设备，现在他们都从中国引进设备，法国南部在建的一座水泥厂就由中国建材旗下公司建造。”

与此同时，如今的水泥厂外观也在颠覆人们的印象。“今天的水泥厂不同往昔，我们有花园式的工厂，有森林中的工厂，还有草原上的工厂，下一步我们要建设艺术化的水泥工厂，让每一座厂房设施都成为艺术品。”宋志平说。

### 共建“一带一路” 不仅仅提供水泥

要想富，先修路。共建“一带一路”，少不了水泥。然而，宋志平介绍说，在“一带一路”的建设中，中国建材输出的不仅是建材，而是从生产线、技术标准到实验室、大卖场，

再到物流、管理的全链条。

“摆在‘一带一路’沿线很多国家面前的首要问题是城市化和工业化，前提是基础设施建设，自然要用到水泥。”宋志平说，“但这些国家缺的不仅是水泥，还需要加强能力建设。”

中国企业希望发挥在技术研发、装备制造、贸易物流等方面的综合优势，帮助沿线国家建设基础设施的同时，加快能力建设。在2020年之前，中国建材计划在“一带一路”沿线建成10个建材产业园、10个国际实验室、10个海外建材仓，开办100家建材连锁店，同时还要帮助当地管理100家工厂。

“我们不光输出水泥，也不光建生产线，还要提供技术支持，帮助当地提高标准，帮他们建实验室进行测试。”宋志平介绍说，这种综合输出的模式已初显成效，比如蒙古国和泰国在建的产业园、迪拜的海外仓、埃塞俄比亚的生产线管理以及很多国家开设的建材连锁店都非常受当地欢迎。

### 互利共赢 共同开发市场

追溯水泥生产的历史，欧洲人

发明技术，英国人最早获得专利，全球水泥市场也一度被法国、瑞士、德国、日本等国水泥巨头所占据。中国后来居上，如今已成为世界水泥技术、装备、产量第一大国。在“一带一路”建设中，中国企业倡导协同分工，互利共赢。

“我们在整体上有优势，但在部分关键装备方面，欧洲等其他地区企业仍有优势。”宋志平说，“我们在‘一带一路’建设以及全球化过程中，都会和其他国家企业分工合作，联合开发第三方市场。”

他举例说，中国建材和日本三菱共同开发南亚、东南亚市场；与法国施耐德开展技术装备合作，共同开发非洲市场；与英国企业共同在其他国家建设、应用光伏发电的“智慧房屋”；与德国、丹麦、西班牙等国公司共同开发第三方市场等。

“过去总说‘竞争是零和游戏’，现在我们全球化协同分工，是互利共赢。”宋志平认为，随着我国进一步扩大开放，中国企业要有拥抱竞争的胸怀，以竞争促发展，相互学习、共同成长。

