

跨境电商助中小企业投身外贸新业态

■ 本报记者 刘国民

近日,国务院总理李克强在稳外贸工作座谈会上指出,加快发展跨境电商、网上交易等外贸新业态新模式。《中国贸易报》记者了解到,一些跨境电商平台正在积极推动外贸新业态发展,为稳外贸出力。

“过去,老外贸们每年跑几个展会,拿几个订单,就能养活公司老小;再结识几个海外‘铁哥们’,或能多续上几年生意。如今逛展会这种来源单一的外贸生意已式微,十余年来媒体标题连年说展会“惨淡”,疫情一来基本都停办了,一下子断了很多中小企业的活路。”阿里国际站总经理张阔提到,“我去了四五趟义乌小商品城,和各种档口老板聊,还去了多家深圳工厂。总的感受是,企业都在努力活下去。”

为了帮助这些中小外贸企业,4月20日,阿里国际站宣布,将对20万家中小外贸企业开展持续5个月的扶持。阿里国际站还举行20场线上展会,助力中国企业拓展全球生意。这是阿里巴巴“春雷计划”的重要组成部分。

阿里国际站方面告诉记者,扶持计划主要由三件事构成。第一件事是“新客开源”,就是帮助外贸商家把商品放到线上,通过数字化开

源。第二件事叫“货通全球”,当企业有订单之后,帮助企业在疫情下把货准确无误地发到买家那里并把钱收回来,并且形成线上数据积累,然后提供更多的增值服务。第三件事叫“无忧启航”,比如有的商家就算有意愿转型线上,但没有人才,阿里国际站会把这些商家一个承诺,如果和阿里国际站签约,阿里国际站会帮助企业在30天内将所有的商品完成数字化,将商品里的头部爆品完成短视频化。

阿里国际站能够为外贸企业提供这些应急支持,源于其长期苦练内功。背后是他们用20多年时间构建起来的全球支付结算金融、数字化关务及财税、数字化物流三大跨境供应链体系,这套体系能为外贸企业提供全链路、一站式智能解决方案,帮助企业“一键安全全球”。

阿里国际站方面介绍说,通过与蚂蚁金服共建全球支付和结算网络,已实现支持22种国际主流货币的本币支付,并且在欧美加澳等56个外贸主流发达国家和地区实现本地收单,汇兑成本从原来的2%-3%降至1%,卖家结汇时效从T+3日变为实时。阿里国际站还与菜鸟网络一起搭建全球海陆空物流体系,帮

助企业降低成本,提高效率。阿里国际站路线覆盖全球200多个国家和地区。同时,他们还推出普货、3C、重货、化妆品等全球专线,为中小企业提供行业化解决方案,实现从货物出库到国外买家签收全程最快48小时内完成。

阿里国际站完善这些配套服务的努力,在企业那里得到很好的反馈。5月11日,深圳市硕腾科技有限公司通过阿里国际站拿到有史以来单笔最大346万美元海外订单。“几千万元的生意合作,双方没见过面,打几百万预付款连厂都没来实地审,这种神奇的事情只有在今天的电商时代才可能发生。”硕腾科技总经理罗畅激动地发了朋友圈,“相信数据可以改变一切生意模式。”

为进一步扩大帮扶企业的效果,6月6日,为期一个月的“66跨境电商贸易服务节”启动,为全国百万外贸企业提供免费或优惠的物流、

资金流等跨境供应链服务。这一服务节推出22款特惠供应链商品,千方百计为企业降成本。其中,信保+一达通履约服务等2款免费。紧接着在北京时间6月8日15时,由阿里国际站举办的首届阿里巴巴网交会拉开帷幕,并持续至6月28日。

张阔介绍说:“在阿里巴巴网交会上,由阿里云、达摩院研发的多种高科技产品集中投用,例如3D看厂,视频会议同传等,最大程度逼近真实情景,消除沟通障碍,增进彼此信任。达摩院联合研发的阿里翻译,日均调用量已达到10亿次。”

记者了解到,不少外贸企业“摩拳擦掌”参加阿里巴巴网交会。

在美和(福建)集团有限公司,90后的“少东家”包东升从剑桥大学留学回国后迷上跨境电商,在公司辟出属于自己的一块“领地”做跨境电商,并和父亲定了个“赌约”,今

年要拿下200万美元业绩。没想到今年5月底,才半年不到的时间,这个目标通过阿里国际站就快实现了。这次参加阿里巴巴网交会,他专门在工厂里搭建一座4层直播间,聘请专业团队入驻。

深圳市欧菲特电子有限公司是一家仅有20人团队的外贸公司,主营U盘、智能手环、移动电源等电子产品。2020年,欧菲特主营产品受疫情冲击严重。在阿里国际站后消费数据的指导下,欧菲特加入了防疫周边产品生产,开发出一款洗手液机,还申请了专利。短短3个月,该公司销售额达到1亿元。

“我们很重视网交会和直播,我认为直播是未来的趋势,我们公司在这一领域的投入比较大,每一位外贸员工都要参加直播。公司在前几个月几乎都在训练怎么直播,怎么做视频。”欧菲特创始人郭丽萍对记者说,在线上寻找新的业务已成为该公司常态。



日前财政部、海关总署、国家税务总局联合发布《关于海南离岛旅客免税购物政策的公告》,自2020年7月1日起,海南离岛旅客每年每人免税购物额度从3万元提高至10万元,不限次数;扩大免税商品种类,增加电子消费产品等7类商品。图为顾客在海口日月广场免税店购物。
新华社记者 郭程 摄

东盟可借鉴中国数字外贸成功经验

■ 陈淑姿

“广交会”向来是中国卖家与国际外贸买家不可错过的全球性贸易盛会之一。今年,刚圆满举办的广交会颠覆了普遍认知,在“云端”通“屏”交易,实现“全球买,全球卖”让外贸发展全面达标“外贸3.0”——“新外贸”。这项跨屏、跨边界的盛举,为全球外贸企业注入了“生命回春剂”。

事实上,中国此举正在为全球经济增长做出重要贡献,在“共商共建共享”的全球治理理念中展现了负责任贸易大国风范,担当世界经济复苏的主要引擎,为世界注入强大正能量。

部分可获知数据显示,现阶段中国国内拥有跨境电商平台企业超千家,在跨境电商平台上开展外贸交易企业已超二十万家。为此,对数字外贸前景与运营模式的现状进行探讨十分重要。

数字外贸时代的到来,对传统外贸观念提出了全新挑战。在传统外贸模式中,完成一笔外贸交易通常需要经过询盘、发盘、洽谈、订

立合同、制作单据、发货等一系列复杂烦琐的交易过程,成本费用很高。而跨境电商,充分匹配经济学发展理论中的“有限理性”替代“完全理性”,企业和消费者只需要通过各类电子商务平台就可以完成营销、交付、交易,大大简化贸易流程。其次,数字外贸不仅依靠线上供求信息平台,还加强数据运用、分析能力,数据深入到整个交易当中,也让市场发展走向自由透明化,减少了企业垄断优势;让市场“看不见的手”和“看得见的手”自由交换,相互补充、相互协调、相互促进。

东盟国家经济多为粗放的资源驱动型发展。对外贸易公司以中小企业为主,从而无法形成自己的竞争优势,也无法促进经济的长远发展。货币贬值、劳动力成本增加、能源原材料的价格上涨、人力资源匮乏都导致东盟国家的传统外贸企业生产成本增加,订单数量降低,企业生存困难。

而外贸市场在此次疫情之下发展变化迅速,很多产品从火爆到被淘汰,给企业带来巨大的经营变数。要想改变现状,中国数字外贸市场成功转型的经验可以让东盟国家借鉴。

效仿中国式“外贸3.0”,企业可以通过先进的人工智能等技术来提升核心竞争力以及节约贸易成本,通过大数据技术进行深入分析,发现用户的消费行为、了解用户的需求,进一步剖析数据,从而挖掘出消费者的潜在需求,然后为这部分需求缺口创造供给。

外贸企业还应另辟蹊径,大力摸索企业的创新点,商业模式从B2C变成C2B,转变经济结构,融入“互联网+”,让传统产业焕发生机,并且通过互联网思维的灵活运用,求变、自我革新,发挥创新的能量,真正以消费者为中心。这样,即便面临严峻的全球经济形势,互联网+外贸产业也能够绕开障碍,应对自如,探索出外贸发展新道路。(作者系马来西亚创业促进会常务理事)

立合同、制作单据、发货等一系列复杂烦琐的交易过程,成本费用很高。而跨境电商,充分匹配经济学发展理论中的“有限理性”替代“完全理性”,企业和消费者只需要通过各类电子商务平台就可以完成营销、交付、交易,大大简化贸易流程。其次,数字外贸不仅依靠线上供求信息平台,还加强数据运用、分析能力,数据深入到整个交易当中,也让市场发展走向自由透明化,减少了企业垄断优势;让市场“看不见的手”和“看得见的手”自由交换,相互补充、相互协调、相互促进。

东盟国家经济多为粗放的资源驱动型发展。对外贸易公司以中小企业为主,从而无法形成自己的竞争优势,也无法促进经济的长远发展。货币贬值、劳动力成本增加、能源原材料的价格上涨、人力资源匮乏都导致东盟国家的传统外贸企业生产成本增加,订单数量降低,企业生存困难。

而外贸市场在此次疫情之下发展变化迅速,很多产品从火爆到被淘汰,给企业带来巨大的经营变数。要想改变现状,中国数字外贸市场成功转型的经验可以让东盟国家借鉴。

效仿中国式“外贸3.0”,企业可以通过先进的人工智能等技术来提升核心竞争力以及节约贸易成本,通过大数据技术进行深入分析,发现用户的消费行为、了解用户的需求,进一步剖析数据,从而挖掘出消费者的潜在需求,然后为这部分需求缺口创造供给。

外贸企业还应另辟蹊径,大力摸索企业的创新点,商业模式从B2C变成C2B,转变经济结构,融入“互联网+”,让传统产业焕发生机,并且通过互联网思维的灵活运用,求变、自我革新,发挥创新的能量,真正以消费者为中心。这样,即便面临严峻的全球经济形势,互联网+外贸产业也能够绕开障碍,应对自如,探索出外贸发展新道路。(作者系马来西亚创业促进会常务理事)

中国信保携手政府 全力稳外贸基本盘

■ 本报记者 王曼

“最近我们遇到菲律宾买方订单突增且发货在即的紧急情况,资金上遇到难题,幸亏中国出口信用保险公司(以下简称“中国信保”)云南分公司第一时间支持,为我们追加了150万美元的信用额度。”谈及企业疫情期间业务逆市上涨的原因,云南中化云龙有限公司有关负责人指着仓库里正准备出口的货物欣慰地说道。

外需减少、信用收缩、货运受阻……随着新冠肺炎疫情在全球蔓延,订单取消或推迟、收汇延迟的问题逐渐增多。对于许多外贸企业而言,如何在疫情当下稳住订单、保住市场成了当务之急。为此,作为我国唯一的政策性保险机构,中国信保与全国多地地方政府部门合作,充分发挥出口信用保险支持保障作用,全力以赴保市场、保订单、保履约。

长期以来,宁波多家企业与某香港采购商合作情况良好。但因为深陷疫情漩涡导致经营困难,该采购商已无力支付所欠货款。为此,中国信保宁波分公司向宁波利宇在内的四家企业累计支付了高达1950万元的赔款,帮助企业解除了燃眉之急。近日,宁波利宇进出口有限公司接到了中国信保支付的“巨额”赔款,该企业负责人终于松了一口气。

受疫情冲击,杭州一家化工企业原本翘首以盼的“金三月”旺季不仅没来,在手外贸订单也不断出现暂停、延期甚至取消。4月10日,杭州市启动“杭信贷”融资业务,推出“政策性出口信用保险+银行授信+政策风险担保”的全国首创融资闭环模式。该企业随即成为首批“杭信贷”业务签约企业,获得了115万元融资,资金压力得到极大缓解。

在福建,中国信保福建分公司与莆田市政府签署战略合作协议,支持企业应对疫情带来的挑战;在江苏,中国信保江苏分公司联合无锡市政府为7500家企业提供政策性信用保险支持;在山东,中国信保山东分公司与济南市政府签署稳外贸稳外资工作合作协议,为稳住外贸基本盘贡献力量。

今年1至5月,中国信保已与各省级政府商务、发改委等相关部门联合发布30余份“稳外贸”政策,与近20个地市(区)级政府签署合作协议,共同打好政策“组合拳”,稳住外贸基本盘。

在广东江门,宝士制冷电器有限公司负责人在为企业不断增长的订单奔忙,该负责人说,“今年一季度我们公司出口不仅未受影响,还同比增长了30%。我们真的特别感谢政府和‘中国信保!’”据了解,中国信保广东分公司借助与江门市政府签订战略合作协议的契机,在承保、融资等方面加大对当地重点行业龙头企业的支持,企业也因此获得实实在在的政策红利。

国务院有关稳外贸稳外资工作会议多次强调发挥好出口信用保险作用。作为政策性金融工具,出口信用保险成为做好“六稳”工作,落实“六保”任务的重要手段。数据显示,今年1至5月,中国信保支持出口和投资近2260亿美元,出口覆盖率超过25%。中国信保有关负责人表示,下一步,中国信保将继续加强与地方政府、企业、银行对接,实现多方联动,在坚持不懈抓好常态化疫情防控的同时,更好发挥出口信用保险的重要作用,加大对实体经济的支持力度,扎实做好“六稳”工作,全面落实“六保”任务。

商务部:力促外贸企业出口转内销

■ 本报记者 谢雷鸣

“我们将整合内外贸资源,精准对接国内消费需求。依托各类网上购物节设置外贸产品专区,开展线上转内销活动。我们也将充分利用广交会、中国加工贸易产品博览会等平台,帮助外贸企业拓展内销渠道。”日前,商务部外贸司副司长杨国良在商务部网上专题新闻发布会上透露,为支持出口产品转内销,帮助外贸企业纾困,商务部将抓紧推进《国务院办公厅关于支持出口产品转内销的实施意见》(以下简称《实施意见》)贯彻落实工作。

商务部调查显示,今年以来外贸企业国际订单下滑,出口转内销积极性上升。杨国良说,出口产品转内销存在较大增长潜力。从国内消费看,随着新冠肺炎疫情好转,国内市场需求正加快释放,为电子家电、轻工、纺织服装、农产品等出口

行业提供了内销市场。从投资带动看,各地推进新型基础设施、新型城镇化和重大工程建设,为机械设备、电机电气设备、精密仪器等出口行业带来新机遇。从消费升级看,部分外贸企业正从传统批量生产转向个性化定制,可以更好满足国内消费升级需求。网上销售、直播带货等消费新模式快速发展,也为外贸企业打通直接面对消费群体的销售渠道。

杨国良也表示,外贸企业转内销的确面临一些困难,主要是部分产品国内外标准不同。比如出口欧美的服装尺码与国内标准不同,款式和国内市场需求有差异,转内销时需要有针对性地调整或改造。部分出口产品转内销往涉及品牌商标问题,需要得到外方授权。一些外贸企业长期按订单生产,缺乏国内市场营销经验和专门的团队,有

些外销品牌国内认知度不高。转内销还面临市场结算模式的差异问题,内销通常采取赊销模式,先拿货、后付款,占用资金多,风险相对较高。

据杨国良介绍,《实施意见》聚焦企业反映的突出困难,从三个方面——支持出口产品进入国内市场、多渠道支持转内销、加强信贷保险和资金支持等提出了10条政策措施。

首先,为支持出口产品进入国内市场,《实施意见》拿出了3项措施。一是加快转内销市场准入,简化内销产品认证程序,简化企业办证程序。二是促进“同线同标同质”发展。支持企业同一生产线上按照相同标准、相同质量生产既能出口又可内销的产品,扩大“三同”适用范围至一般消费品、工业品领域。三是加强知识产权保障。

其次,在多渠道支持转内销方面的3条措施为:一是搭建转内销平台,鼓励外贸企业对接电商平台,引导主要步行街组织开展专题活动,组织大型商业企业开展订单直采;二是发挥有效投资带动作用,重点结合新型基础设施、新型城镇化和重大工程建设需要,组织对接一批符合条件的出口产品转内销,引导外贸企业参与工业和通信业重大项目建设;三是精准对接消费需求,引导外贸企业研发适销对路产品,创建自有品牌,充分利用新业态新模式,促进线上线下融合发展。

为了加强信贷保险和资金支持,《实施意见》提出了4条举措,包括提升转内销便利化水平,做好融资服务和支持,加大保险支持力度,加强资金支持。

该新闻发布会透露,商务部将在今年下半年举办全国性促消费活

动,利用步行街、重点商圈等在品牌集聚、渠道融合、市场人气等方面优势,拓宽适销对路的出口产品内销渠道。指导和支持地方搭建消费促进平台,帮助外贸企业进一步对接国内大型商贸流通企业、电商平台企业,促进供需对接。同时,支持各地在举办各类促消费活动时,将出口转内销产品纳入活动范围,鼓励企业研发适销对路的内销产品,创建自有品牌,培育和发展新的消费热点,进一步促进国内消费市场提质扩容。

“从短期看,支持出口产品转内销是帮扶外贸企业破解内销难题、促进外贸基本稳定的应急之举。从长期看,支持出口产品转内销是促进内外贸有效贯通,充分利用国内国际双循环,培育参与国际合作和竞争新优势的长久之道。”杨国良说。

本报讯(记者张凡)6月29日,满载着玻璃制品、机械设备、轮胎等产品的首趟“齐鲁号”(淄博—乌里扬)点对点班列驶往俄罗斯乌里扬诺夫斯克州。这是中俄两国第一条保税区间点对点班列专线,标志着一条全新、高效、便捷的中俄国际物流通道从此建立,中俄地方合作有了新平台。

乌里扬州州长莫洛佐夫说,新冠肺炎疫情暴发以来,跨境电商成为中俄贸易合作的主要力量,而此次点对点班列开行,将为跨境电商打开一条全新的物流线路,让中国产品沿着“一带一路”运往俄罗斯乃至整个欧洲境内。

中购(山东)国际供应链管理有限公司总经理、乌里扬州商务代表处代表关鑫表示,俄罗斯乃至欧洲对淄博、山东的商品需求量很大,通过班列开行,可以让淄博、山东当地优质产品走出去,同时也引进俄罗斯的大豆、白糖等商品,达到双赢目的。另外,依托淄博保税物流园区和乌里扬诺夫斯克口岸经济特区平台,可解决双方贸易之前存在的语言、结算方式等多方面的障碍,助力山东制造、中国制造拓展国际市场。

关鑫介绍说,双方将持续畅通点对点班列国际物流通道,充分利用乌里扬州的地缘优势,在乌里扬州建设海外仓。同时,淄博也将积极帮助俄罗斯企业深耕中国市场,在当地形成俄罗斯商品集散中心,强化双方贸易往来,切实推进中俄地方深层次、多领域合作。

据了解,乌里扬州是俄罗斯重要的港口城市,该州的经济特区是俄罗斯唯一的综合性自由贸易口岸经济特区,位于伏尔加河沿岸,距首都莫斯科东南约890公里,是全俄罗斯重要的物流集散基地,可辐射俄罗斯远东及中东欧地区,该州的优势产业是机械制造、汽车制造、金属加工、电力、零售贸易等。

国际商情

波兰铁路货运公司将与华建立固定连接

据英语波兰网站消息,波兰生产商对中国出口食品的兴趣日益浓厚,波兰铁路货运公司PKP Cargo管理层表示,有兴趣与中国建立固定的多式联运联系,以支持波兰食品出口。6月初,PKP Cargo开通了运营列车,不久后网络将逐步扩大。该公司表示,已与意大利的皮亚琴察建立固定连接,PKP Cargo列车从波兰北部城市格但斯克、东部边境城镇马拉舍维奇经格利维采开往皮亚琴察。

伊朗边境贸易口岸80%已开放

据伊朗德黑兰时报报道,伊朗工矿贸易部长称,伊朗因疫情而关闭的贸易边境口岸80%已重新开放。口岸重新开放后,伊朗出口已恢复正常。伊朗海关表示,伊朗与伊拉克的水上边境口岸包括Mehran和Khoramshahr也已开放。南部与阿联酋、科威特、卡塔尔和阿曼的水运口岸,商船都没有问题,但对木船实施限制,贸易要根据卫生协议进行。

坦桑尼亚每年小麦供应缺口90万吨

据坦桑尼亚主流媒体《卫报》报道,坦每年面临90万吨的小麦供应缺口,对此坦政府依靠进口满足国内需求。报道称,坦国内每年的小麦需求量约为100万吨,但是坦本国的年产量仅为10万吨。这一缺口导致坦小麦价格上涨。对此,坦政府相关部门表示正在进行调整,以扩大坦小麦种植面积,提高坦本国小麦产量。(本报编辑部收集整理)

淄博—乌里扬 点对点班列开通