

行业管窥

# 跨界与深耕促外贸综服平台提升

■ 刘国民

外贸综合服务平台的基本功能包括通关、融资、信保、货运、结汇、退税等内容。近年来国际贸易形势发生变化,尤其是为应对疫情和跌宕的国际局势带来的种种新情况、新挑战,外贸综合服务平台若不调整、创新,真有被弱化或蚕食领地之虞。10月28日在浙江省金华市举行的联合国及国际公共采购非洲事务对接会,进一步提高了金华市建立的“联合国及国际公共采购服务平台”的知名度。该平台及其运营机构浙江德瑞供应链管理服务有限公司虽名气不及知名外贸综合服务平台,但在深耕供求服务和国际高端采购方面取得的明显进展,足可启发其他外贸综合服务平台。

类似金华市“联合国及国际公共采购服务平台”这样,想在供求对接服务领域多做点事情的外贸综合服务平台还有一些,比如随着外贸企业对供应链管理的需求更加迫

切,一些外贸综合服务平台不再局限于只从货运角度为企业提供服务,而是将货运、采购支持等服务升级为供应链管理;一些外贸综合服务平台还竞相与银行合作推出为外贸企业提供融资服务的金融产品。这样一来,谁还能严格区分出谁是跨境电商平台,谁又是外贸综合服务平台呢?面对越来越多的“跨界”挑战,外贸综合服务平台除了继续将其他外贸综合服务平台当作竞争对手,是否还应将跨境电商平台抑或“跨界”平台作为竞争对手,及时将人家“跨界”的新功能给自身可能造成的冲击,并做好应对?

在这种同行竞争和跨界竞争并存的较大压力下,外贸综合服务平台应当进一步强化自身的特色功能和拳头服务产品,建好“护城河”。毕竟“术业有专攻”,外贸综合服务平台各有自身优秀的基因,比如货代企业出身的外贸综合服务平台应

巩固和扩大自身在通关、货运服务领域的优势,有国际采购渠道资源的外贸综合服务平台则可像金华市“联合国及国际公共采购服务平台”那样持续深耕在该领域的服务内容,背靠跨境电商母公司建立起来的外贸综合服务平台则可进一步强化电子商务服务功能。总之,要让更多外贸企业在比较了跨界者的相关服务后,还是觉得外贸综合服务企业提供的服务更适宜、更贴心、更便捷,唯其如此,外贸综合服务平台才能市场上立于不败之地。

在应对上述种种竞争过程中,外贸综合服务平台也不能太“本分”,完全可以积极尝试跨界和嫁接新功能,积极回应因国际经贸形势的发展变化、疫情带来的各种阻碍对产业链的影响,及时掌握外贸企业的新痛点新需求,不断改进并更新迭代产品、服务。这样一来,外贸综合服务平台深耕供求对接服务就可以做得更多更深更广。

## 服务四海 诚信天下



中国专利代理(香港)有限公司  
CHINA PATENT AGENT (H.K.) LTD.  
www.cpahktd.com



广告

### CPA再度蝉联 Asia IP2022 专利申请一级事务所

知识产权杂志《亚洲知识产权》(Asia IP)近日发布2022年专利调查评选结果,中国专利代理(香港)有限公司(CPA)凭借在知识产权领域全面、高效、优质、精准的服务和在客户中的良好口碑,在专利申请业务、专利诉讼业务方面继续荣登推荐榜,其中,专利申请业务在排名中蝉联最高评级——“一级事务所”称号。个人奖项——亚洲知识产权专家(Asia IP Experts)也同时揭晓,CPA总经

理吴玉和荣登亚洲知识产权领先专家榜单。

Asia IP专注亚太地区知识产权领域的动态与发展,每年通过问卷调查、同行评议等方式评选出亚太地区在专利等领域表现杰出的优秀知识产权事务所及律师。该项评选已有超过10年的历史,在亚太区具有较高的权威性。今年有数千位公司内部顾问及法务人员参与了本年度奖项评选的投票。(毛雯)

走进浙江省慈溪市富运电器有限公司的车间,一台刚走下生产流水线的暖风机正在技术工人手中完成最后的质检程序,即将出口到波兰等欧洲国家。

“到目前为止,我们的出口订单量已超过358万台,高于去年全年的销售台数。”该公司副总经理胡雪冲告诉记者,今年有望实现2.2亿元人民币左右的出口销售目标,同比增长近三成。

最近一段时间,国内包括暖风机在内的一系列取暖设备迎来出口旺季,在欧洲等地较为抢手。浙江、广东等小家电制造集聚地订单上涨明显。记者在浙江慈溪、义乌走访时发现,不少生产商、经销商每天都在为卖好取暖设备而忙碌。

来自阿里巴巴国际站等大型电商平台的数据显示,截至9月底,中国产取暖设备需求量同比增长超40%,其中电热毯需求量同比增长超70%,电暖气需求量同比增长超50%。义乌市唐跃进出口有限公司相关负责人说,近期出口阿尔巴尼亚的取暖设备订单总额同比增长3.3倍。

中国取暖设备在海外持续热度不减。慈溪市玉龙电器有限公司总经理胡旭圆说,除了受能源危机影响,今年欧洲一些地方气温下降得更快,取暖用品的消费高峰也提前到来。“与往年相比,中国产品的节能优势今年更被海外客户看重。”

取暖设备出口走俏的背后,是我国供应链完备、安全,传统制造业品质化发展,和众多一线企业韧性的体现。

在义乌工作的外商马里奥认为,中国制造业商人和企业家“鼻子”灵、“手脚”快。“他们行动很有效率,什么产品有市场前景,他们就能很快转做这个产品,灵活性强。”

在慈溪有100多家取暖器生产企业,出口量占全国的近三分之一。一些企业家介绍,当地具有产业集群发展的协同优势——在慈溪生产一台取暖器可以“就地取材”,无论是开关还是暖气片,都可在本地找到货源。并且,取暖器虽小,但在创新领域可以大做文章。

“企业现在为取暖器创新研发了智能语音、远程操控等模块,产品很受市场欢迎。”胡旭圆说,自涉足取暖设备生产以来,玉龙电器每年拿出上年利润的20%投入新产品研发,目前企业已拥有100多项专利。

慈溪许多企业与取暖设备“打交道”的时间在10年以上,不少企业近年来引入了数字化制造技术,有效提高了生产效率与产品品质。

面对取暖设备的热销,企业努力抓住机遇积极布局。记者了解到,在小家电等传统产业之外,义乌在对外贸易中着眼布局更多新兴产业。义乌国际商贸城二区东市场日前正式启动招商,计划打造成新能源产品市场。

“建成后,义乌将拥有较为完整的新能源产品产业链条,吸引更多的采购商来到义乌,经营户也将拥有更多元的销售渠道。”浙江中国小商品城集团股份有限公司市场招商办副主任陈棠说。

完善的配套体系与供应链生态中孕育着产业升级新机。在新形势下,以取暖设备制造业为代表的小家电行业推陈出新,不断体现先进制造水平。

数据显示,前三季度民营企业进出口增长14.5%,占我国外贸总值的50.2%,比去年同期提升2个百分点。

“传统产业不等于‘夕阳产业’,在创新升级方面我们还有努力空间。我们下一步的目标,就是通过不懈努力在世界市场上争做行业品牌的领军者。”谈到未来,胡雪冲信心满满。

## 从取暖器出口「热」看中国制造活力

■ 顾小立 屈凌燕 张璇



冬季将至,不少中国制造的圣诞相关商品出口至荷兰,开始在超市上架。图为在荷兰哈勒姆的一家超市,顾客选购中国制造的圣诞商品。新华社发 西尔维娅·莱德雷尔 摄

## 助企业纾困解难 促外贸保稳提质

■ 雷晓娟 李纯华

潍坊润润食品有限公司工人们日前正热火朝天备货装箱,25.6吨的保鲜洋葱经济南海关所属潍坊海关查验合格后,快速通关。

“洋葱等保鲜菜出口,新鲜度是衡量品质的重要指标,通关速度越快,我们在国际市场就越有竞争力,否则将面临货物腐烂导致退运甚至赔偿的风险。”该公司总经理张明兴说,“受海运物流等因素影响,货物装运时间、订单变更等不确定因素大大增加,我们甚至无法确定第二天的货物供给情况,只能当天申报当天领取证书再安排运输,时间非

常紧张,有时候还要临时改单。”

在了解到企业的困难后,潍坊海关及时给予帮助,为出口企业实施“预约查验”“7×24小时业务办理”等措施,确保保鲜菜等鲜活易腐产品安全、稳定、快速通关,提振企业出口信心,稳定辖区外贸企业的生产经营。

为助企业纾困解难,今年5月全国海关统一部署设立进出口鲜活易腐农产品属地查验绿色通道。济南海关积极响应,充分了解企业需求,对符合条件的农产品优先开展指令接收、人员选派、现

场作业和证单拟制等查验工作。

“我们在微信、网页等多个平台主动公开了各隶属海关进出口鲜活易腐农产品属地查验预约电话,第一时间落实海关总署相关政策,支持鲜活农产品7×24小时通关,合理安排查验保障,确保高效监管。”潍坊海关副关长马国良说。

据济南海关统计,自绿色通道开通以来,该关辖区已有264家企业受益,通过属地查验绿色通道快速通关保鲜蔬菜及水果近500批次,货值9400余万元。

## 外资车企加码投资中国市场

近年来,外资车企对中国市场的投资动作频频,将新技术、研发资源等带到中国市场,并加强与本土企业合作。中国加快推动能源清洁低碳高效利用,推进交通等领域绿色转型,也给外资车企带来了新机遇。

近日,丰田燃料电池研发与生产项目(一期)奠基仪式在北京举行,这是丰田在中国导入和推广氢燃料电池技术的重要战略举措。

同时,丰田汽车还发布纯电轿车bZ3,这是丰田联手比亚迪打造的首款电动汽车。按计划,丰田将在2025年前把10款纯电车型引入中国市场。

除丰田外,多家外资车企正在加速布局中国市场,并逐渐向电动化领域转移。今年6月份,奥迪一汽新能源汽车有限公司在长春为在华首个新能源汽车生产基地奠基。华晨宝马生产基地大规模

升级项目(里达工厂)也于今年6月正式开业,这是宝马在中国市场有史以来最大的单项投资,中国沈阳自此成为宝马集团全球最大生产基地。10月,大众和国内自动驾驶公司地平线达成合作,投资金额约24亿欧元,这是大众进入中国40年来最大的一笔单项投资,这次合作将增强大众的本土研发能力和竞争力,驱动中国业务转型。

完备的产业链条以及庞大的市场容量,让中国成为全球车企最为倚重的战略市场和重心。业内普遍认为,外资车企选择在中国投资,并实施新能源汽车战略落地,主要考虑中国具有完备的“三电”(电池、电机、电控)产业生态、优质的本土化供应商和长期稳定的产业政策支持。中国汽车产业链优势正在形成。如今中国不仅是全球最大的产销市场,出口量也

在不断增长。中国汽车工业协会近日发布的数据显示,今年1月份至9月份,我国汽车整车出口211.7万辆,同比增长55.5%,已经超过德国,跃居世界第二位。

随着汽车业合资股比限制全面取消,中国汽车市场进一步开放,势必吸引更多外资加大对中国市场的投资,外资的持续加码也将给中国汽车产业带来更多的活力。(周明阳)

# 跨境电商向品牌化、多元化、精细化发展

■ 本报记者 穆青凤

从人民币债券市场发展情况来看,人民币国际化发展得到持续深化。根据中国人民银行统计数据,截至2021年末,境外机构和人民币持有境内债券4.09万亿元,全年增加7553.76亿元,同比增长22.65%,为非居民持有的第一大种类资产。这是自2014年以来,境外投资者连续第八年增持境内债券。据Wind联合资信数据显示,2021年,中国境内债券市场共有24家主体累计发行熊猫债券72期,发行规模合计1064.50亿元,同比增长67.44%、81.5%,发行期数创历史新高。(何博)

我国跨境电商增势迅猛,近5年交易规模复合年均增长率达16.2%,已成为外贸的重要力量。与此同时,由于市场竞争加剧,跨境电商逐步向品牌化、多元化、精细化方向发展。日前发布的《2022中国跨境电商发展研究报告》(以下简称《报告》)显示,未来,在全球贸易政策不确定性增加、海外平台监管趋严等冲击下,品牌力、渠道力和运营力将成为衡量跨境电商厂商竞争力的核心指标。根据运营模式不同,中国跨境

电商供应商可分为品牌商、经销商、外贸工厂三大类。其中,品牌商核心竞争力在于产品设计,经销商主要掌握店铺运营能力,外贸工厂对于生产流程的把控更为精准。《报告》显示,品牌化成为跨境电商实现增长的重要突破点。一方面,欧美跨境电商平台监管趋严,2021年3月,亚马逊对于不实评论店家行为处以封号、下架惩罚,对违规卖家影响巨大,倒逼供应商提升产品水平,提升品牌影响力。另一方面,品牌力薄弱的供应商易陷入同质化

竞争,通过降低价格、挤压利润的方式扩大市场份额,而品牌化运营方式更为精细,能够为商家积累起具有粘性的私域流量,推动商家建立自有供应链体系,保障产品质量,形成正向循环的持久竞争优势。围绕提升我国跨境电商的综合实力,各级部门出台了多项政策文件,引导跨境电商合规健康发展。具体来看,国务院、财政部、海关总署、国家外汇管理局等部门围绕税收、通关、支付结算、配套服务等关键问题,从完善制度体系、鼓励新业态新模式

等层面,为跨境电商发展构筑良好政策环境。例如,设立跨境电商综合试验区、试行增值税和消费税免税政策,为跨境电商B2B出口申报和通关提供便利,完善海外仓网络、提高外贸企业数字化水平等。当前,不少B2C卖家通过建立独立站方式提升品牌力,灵活应对电商平台环境变化,值得企业借鉴和学习。在36氪研究院负责人看来,外部环境不确定性的背景下,采用第三方平台与独立站协同布局的方式能够降低风险,拓宽收

入渠道。独立站与第三方平台互为补充,共同构成多元化电商渠道。相对于第三方平台,独立站大多提供垂直类商品,网站风格更为统一,更能突出品牌形象。商家主要依托搜索流量获客,引流成本较低。商家自主全链路负责产品设计、生产、物流、店铺运营等,前期对资金与团队规模要求较高。独立站与第三方平台相辅相成、互相引流,对于B2C出口商家而言,依据自身实力与定位,敏捷地进行多渠道差异化运营,或能扩大与深化客户价值。