

汽车产业：自觉成为推动外贸质升量稳的主力军

■ 本报记者 张凡

“中国新能源汽车之所以能在全球市场占有一定地位,很重要的原因是‘产品力’。未来汽车行业的全球发展还要看行业成长性、全球各个区域市场的布局情况、各区域市场对中国品牌的接纳程度等等。”岚图汽车海外事业部总监高源说。

“我们福田汽车有八大战略,其中就包括了海外业务战略。我们‘走出去’‘走进来’的终极目的是要属地化,在当地投资并进行深度制造,带给客户更高品质的产品,同时提供完整的营销服务解决方案。”福田汽车海外事业部业务副总裁徐成新说。

2023年,中国汽车出口总量达522.1万辆,同比增长57.4%,正式成为全球第一大汽车出口国。2024年前两个月,中国出口汽车83.1万辆,同比增长22.1%,出口仍保持中高速增长,实现“开门红”。在3月25日至26日于天津举办的2024中国汽车进出口高峰论坛上,与会嘉宾就如何增强汽车产业国内、国际两个市场的资源联动效应,优化产能结构进行了讨论。

“作为我国汽车产业增量重要来源的汽车出口业务,更应积极开拓多元化市场,自觉成为推动外贸

质升量稳的主力军。”通用技术集团国际控股有限公司副总经理武艺表示,汽车产业已经成为产业融合升级、消费促进、出口稳定等社会经济领域的引领者,需要通过创新驱动产业实现高质量发展,以更多新优势、新活力为现代化产业体系建设添砖加瓦,为加快发展新质生产力注入充沛的“汽车动能”。

中国汽车流通协会会长沈进军表示,伴随着中国汽车产业的快速崛起,我国汽车出口取得了显著成果,已经发展成为中国外贸出口的新动能代表,“新三样”展现出新优势。我国汽车出口驶入快车道,不仅成为拉动汽车产销增长的重要力量,我国汽车出口增速还远超过国内货物贸易的整体平均增速,成为宏观经济发展的一大亮点。

目前,全球汽车市场正逐步复苏,中国汽车出口机遇广阔。据权威机构预测,预计到2025年和2030年,全球轻型汽车销量将分别达到8340万辆和8830万辆。国际能源署测算,假如所有已宣布净零成分国家按时履行承诺,2030年全球新能源汽车销量将达到4500万辆,这为全球新能源汽车企业的发展提供了更广阔的赛道。

论坛上发布的《中国汽车进

出口行业发展报告》显示,我国汽车出口在巩固现有成果的基础上,将进一步提升市场掌控能力,2024年全年整车出口有望达到600万辆规模,同比增长20%。预计新能源汽车仍将成为汽车出口的主要拉动力,渗透率有望提升至35%以上。

与此同时,随着全球政治经济形势变化,我国汽车出口外部挑战也不断增多,许多国家和地区出台政策支持本土企业产业发展,增加了中国车企进入当地市场的难度。例如欧盟不仅出台了《电池法》,实施碳边境调节机制(CBAM),构成新的贸易壁垒;此外,欧盟正在对中国电动汽车进行反补贴调查等。

德勤间接税业务全国副主管合伙人田舒认为,汽车出口企业突破这些壁垒需要处理好与各国政府关系、企业同行关系、消费者关系三大关系,与政府部门、行业协会、智库机构密切合作,精准、全面判断出口目的地市场变化。

此外,具体交易行为中的风险也要高度重视。中国出口信用保险公司贸易险资深承保人郑典介绍,从2002年至今,中国出口信用保险公司承保整车企业金额为

2785亿美元,接受到的报损接近40亿美元,处理赔案超过2000起,支付赔款近16亿美元,净赔付率是97%。

“在汽车行业这个细分领域里,我们承保是亏损的。这可以从两个维度解释,一方面是相较于其他行业而言,过去20年汽车出口市场主要是亚非拉市场,整体风险基本面高于其他行业;另一方面,也说明我们履行了应保尽保、应赔尽赔的使命,帮助企业在风险中不断成长。”郑典分析说,出口贸易需要特别关注运输服务商、工程项目承包商、汽车租赁业务三个类型买方带来的风险。这三个类型的买方都有一个共同特点,一般账期需求比较长,整体还款来源于今后运营收入。她建议,汽车出口企业在签订合同时需要逐步放开支付方式,定期关注买方购销存数据,把风控触角进一步延伸到下游。如果风险已经发生,需要及时报损。

汽车出口取得今天这样的成绩来之不易。与会者希望行业、企业珍惜当前的快速发展态势,继续提升自身技术水平和产品质量,在海外市场公平有序竞争,做好售后服务,打造良好品牌,实现可持续发展。

全国海关ATA单证册办理量增长近一倍

本报讯(记者 刘禹松)一台价值20万元的高端医疗器械——剪切波组织定量超声诊断仪近日凭借ATA单证册,在首都机场海关顺利验放出境。现场海关关员开启“绿色通道”,核对单证册填制内容并完成签注后,仪器便以商业样品的“身份”零等待通关,运往日本参加亚太肝病研究协会年会。

作为该票货物的持有人,无锡海斯凯尔医学技术有限公司商务部专员夏可表示,ATA单证册已成为企业赴国外参展的重要选择。“使用ATA单证册可以为企业经营带来极大的便利性。它能够有效降低运输时间和费用成本,使企业在国际市场更有竞争力。”

3月26日,《中国贸易报》记者从设立在北京海关的全国ATA核销中心获悉,今年前两个月,全国海关共办理ATA单证册3485份,同比增长97%,货值5.48亿美元,同比增长24%。其中,外国商会签发的ATA单证册来自40个国家和地区,主要包含中国香港地区、美国、法国、日本、斯里兰卡。展览会、交易会、交流会用途的ATA单证册最多,数量达到1072份,同比增长73%。

据了解,ATA单证册是国际通用的海关通关文件,由世界海关组织为暂时进出境货物而专门创设。作为一种国际统一的海关文件,ATA单证册具有免填制报关单、无报关资格限制、免办理进口税款担保、免于交验许可证件、语言统一等优势,为暂时进出境货物在全球范围内的流动搭建了一条“快速通道”。

“ATA单证册开年呈现大幅增长态势,表明中国‘智造’展现出越来越强的吸引力,新质生产力正在加快形成。”全国ATA核销中心负责人殷皓表示,目前,“展览品”“商业样品”“专业设备”“体育用品”等均可通过ATA单证册出入境。海关签注ATA单证册项下暂时进出境货物的有效期也由6个月延长至与单证册有效期一致,一般为一年。”

记者了解到,北京是全国首个试行全球ATA单证册电子系统的口岸。持证人从北京口岸出入境时,只需向海关出示ATA单证册APP中的二维码。海关现场工作人员使用平板电脑扫描后即可从系统中调阅该ATA单证册电子数据,审核无误后完成电子签注即可放行。

北京海关关员处处长张芳介绍,电子单证册实现了全球ATA单证册电子数据的实时交互,可以最大限度优化通关流程,提高通关效率,为北京市国际交往中心、科技创新中心建设提供支持。

“随着我国制造业不断向产业链与价值链的中高端攀升,我们将加强与中国贸促会、世界海关组织合作,推动更多贸易新业态企业享受ATA单证册的便利,助力提升中国外贸‘软实力’,培育壮大新质生产力。”张芳说。



近年来,作为中国北方知名的饰品产地,山东省青岛市城阳区逐步改变“接单+制作”的模式,鼓励原创设计,提升饰品档次,利用互联网直播平台等扩大知名度和市场份额,开启了创品牌、促销售的转型之路。图为在城阳一家摄影棚内,摄影师在拍摄饰品。

新华社记者 李紫恒 摄

同比增长1.5倍 江苏船舶出口“火热开局”

■ 龚亚波 邹智珑 钱雨琦 吉婧

据南京海关统计,今年前2个月,江苏省出口各类船舶总值182.4亿元,同比增长150.1%。三大主力船型出口额均实现倍增,集装箱船、散货船、液货船分别出口88.9亿、61.5亿、14.1亿元,同比分别增长788%、106.1%、104.8%。

阳春三月,天气转暖,在全国最大的民营造船基地、国家级船舶出口基地泰州,各家船企正在加紧进行生产施工。

在江苏扬子鑫福造船有限公司的船坞内,14艘远洋运输船舶正在同时建造。起重机伸展着长臂,准确无误地将预制的船舶部件移动到指定位置,机器轰鸣声此起彼伏。无独有偶,近日,位于下游40公里处的江苏新时代造船有限公司内,三

艘船舶同日开工建造,公司在建的船舶已达到30艘。

“高效、快捷的生产节奏,对我们安排生产计划提出了较大的挑战,各个环节需要严丝合缝才能确保新船顺利交付,这里面,进口船用零部件能否及时到位成为关键一环。”江苏新时代造船有限公司关务吴雪琴表示。

南京海关落实关企协调员制度,主动掌握企业生产情况,及时了解造船企业设备及零部件的进口计划,建造过程出现的困难和需求,落实船用备件“随到随检”便利化措施,加快料件通关速度,为新船建造提速加码。

去年年底,商务部等10部门联合印发《商务部等10部门关于提升加工贸易发展水平的意见》,明确了

“暂停对加工贸易限制类商品采取担保管理措施至2025年”等12项措施。船企多为加工贸易企业,政策的出台为船企注入了更强的发展动能,弘业重工(如皋)有限公司便是受益企业之一。

作为全国船舶海工产业第一大类省,江苏已经集聚了新时代、扬子江船业等大型船企,油船、LNG双燃料动力船、超大型集装箱船等高端船型备受国际市场青睐,成为招揽国际订单的“王牌”产品,企业竞争力不断提升,产业集中度、全产业链现代化水平不断升级。下一步,南京海关将持续动态跟踪企业发展情况,优化监管流程,便利新船通关出口,助力江苏船舶制造业继续蓬勃发展。

(南京海关供稿)

www.chinatradenews.com.cn

2024年3月28日 星期四

有媒体日前报道称全球知名的会员制仓储超市开市客(Costco)开始布局医疗保险业务和健康管理服务。其实,这不是开市客首次涉足保险销售领域,从开市客的海外官网上可以发现,汽车保险、房屋保险、宠物保险其都有售卖。开市客在中国的首家会员店开业时,曾吸引了众多消费者排队“打卡”,足见其在零售领域的实力。一家超市运营商跨界卖起了保险,对我们的保险行业有哪些启示呢?

开市客的成功之处在于,把快消品零售积累的品牌效应复制到了保险销售领域。从销售模式上看,开市客实际从事的是保险经纪公司业务,渠道优势是开市客敢于开售保险的“底气”。保险经纪公司虽然不直接生产保险产品,但是既可以售卖多家保险公司的产品,又能与保险公司合作开发渠道专属产品,为客户提供人身险和财险的一站式解决方案。反观国内的保险经纪公司,销售渠道还是以互联网为主,线下的品牌知名度和影响力还不够大。在线下,保险经纪公司又与头部保险公司的代理人有着激烈竞争。虽然市场份额靠前的慧择、大童、明亚等保险经纪公司已经拥有了较高知名度,但每年的保费规模加起来还不足头部保险公司的十分之一。

开市客也把屡试不爽的低价策略运用在保险销售上。与开市客超市里的低价商品一样,其保险产品价格也同样很有吸引力。然而,销售保险产品与售卖快消品虽然都是卖货,但实际上还是有不小差别。公开报道显示,开市客几年前曾涉足健康险业务,售卖的产品价格比主流保险公司低5%至20%。但这些产品的销量并不理想,随后开市客不得不收缩面向个人会员的健康险业务,只面向企业客户提供团体健康保险。

服务质量是保险销售与快消品销售的根本区别,也是保险产品能否赢得市场的关键。虽然开市客通过会员制和低价完成了不错的销售业绩,但长期来看还是要比拼理赔服务。否则,虽然首年业绩尚可,但第二年续保时难免会有客户流失。以主流健康险产品为例,保障期限通常为1年,需要每年续保。这就需要保险经纪公司在客户报案后能够迅速介入并协助理赔,这个过程短则三五天,长则几个月。

在提高理赔效率方面,国内险企和保险经纪公司倒是有不少经验值得开市客学习。目前,国内健康险行业已经广泛应用智能核保理赔系统,通过智能识别、风控模型等智能工具辅助人工审核,理赔质效显著提升,极大地提高了消费者的理赔体验。从保险公司发布的2023年度理赔报告可以看出,绝大多数健康险万元以下全额理赔已经进入“一日赔”甚至“半日赔”的新阶段。

在国内保险业总资产已接近30万亿元的背景下,如果能有更多新渠道出现,将进一步活跃现有的保险市场。目前,从保费收入比例上看,国内保险公司的自有渠道依然占据绝对优势。随着大数据、人工智能等领域新技术的广泛应用,保险业的投保和理赔效率也有了极大提升。一面创新产品,一面提升服务,这对保险业发挥经济“减震器”和社会“稳定器”功能将起到重要的推动作用。

我国煤炭进口有望继续增长

本报讯(记者 林畅)中国煤炭运销协会近日发布《2024年2、3月份煤炭市场分析及后期走势预》(以下简称《分析》)。

《分析》认为,2月份以来,我国宏观经济呈现企稳回升态势,工业生产恢复势头良好,季节性煤炭需求比较旺盛,煤炭消费同比稳定增长。煤炭企业扎实做好煤炭生产、销售、运输工作,确保下游行业用煤需求,全国煤炭产量同比有所下降,煤炭进口快速增长,煤炭供应比较充足,市场供需关系转弱,煤炭市场价格明显下跌。后期,预计我国宏观经济回升向好将对煤炭需求形成支撑,而季节性煤炭需求将继续回落,今后一段时间我国煤炭需求同比有望平稳增长,煤炭供应将维持较高水平,煤炭供需关系总体可能偏弱,煤炭市场价格或将弱势调整。

其中2月份,全国进口煤炭3375万吨,同比增长15.7%,环比下降17.2%;出口煤炭23万吨,同比下降8.0%、环比下降70.9%;当月煤炭净进口量3352万吨,同比增长15.9%、环比下降16.2%。1至2月份,我国累计进口煤炭7452万吨,同比增长22.9%;累计出口煤炭101万吨,同比增长64.5%。

2024年,随着宏观组合政策效应持续释放,经济内生动能继续修复,生产需求稳中有升,发

展质量不断改善,经济运行起步平稳,延续了回升向好态势。从拉动煤炭需求的主力引擎看,基础设施投资较快增长,制造业投资增速回升,出口增长超过预期,均有利于支撑煤炭需求增长。预计今后一段时间,宏观经济回升向好有望继续支撑煤炭需求。

预计煤炭进口将维持高位。今年以来,国际航运市场呈现紧张形势,进口煤运价快速上行,我国煤炭进口量同比快速增长但环比明显下降。后期,国际能源和运输市场可能高位波动运行,进口煤炭在我国沿海地区的价格优势可能有所减小。随着国内煤炭市场进入消费淡季,沿海用户对进口煤炭的需求将有所下降。随着各地节能减碳行动深入推进,进口煤炭煤种结构可能会有所变化,国内用户对优质煤炭进口需求将保持旺盛态势,而对褐煤等低热值煤炭进口需求将会下降。今年煤炭进口关税政策调整以来,除俄罗斯煤炭进口明显下降以外,印尼、澳大利亚、蒙古、加拿大、美国等国对我国的煤炭出口依然延续增长态势,总体上预计进口关税对今年我国煤炭进口不会产生明显影响。后期我国煤炭进口量可能延续增长态势,其中澳大利亚、蒙古煤炭进口有望快速增长。

环球纺织市场订单状况不及预期

■ 罗宁

2023至2024年度国际棉花供需充裕状况有所收紧,终端服装市场去库存仍较缓慢。

3月,据国际棉花咨询委员会(ICAC)预测,2023至2024年度全球棉花产量2431万吨,环比调减17万吨;棉花消费量2375万吨,环比调减1万吨;期末库存2181万吨,环比调减20万吨;棉花库存消费比91.83%,环比调减0.8个百分点。其中调增中国消费量30万吨、进口量25万吨,调增巴西、美国出口量21万吨、4万吨。

据美国商务部数据,1月美国批发商服装服饰零售额122.5亿美元,同比下降4.7%;批发商服装及服装面料库存为315.21亿美元,

库存消费比回落至2.57,距离1.96的往年平均水平(2010—2019年)仍有不小差距。2月零售销售额环比增长0.6%,低于市场普遍预期,表明在通胀上升和借贷成本高企的情况下,美国消费市场可能已进入降温通道,未来居民消费支出情况仍值得担忧。

棉花、棉纱进口大幅增加,国产棉花销售依然缓慢。目前棉纺产业已进入重要观察期,但企业新订单不及预期,部分企业担忧进入5月淡季后订单状况更加难以保证。

据国家棉花市场监测系统预测,2023至2024年度中国棉花产量590万吨,环比调增7万吨;消费量800万吨,环比调增40万吨;产需缺

口210万吨,同比扩大112万吨。进口量235万吨,环比调增65万吨;期末库存595万吨,环比调增33万吨。

1至2月我国棉花、棉纱进口延续大幅增长态势。据海关数据统计,1至2月我国棉花进口65万吨,同比增长1.8倍;棉纱进口24万吨,同比增长60%。2023至2024年度截至2月,我国棉花累计进口量175万吨,同比增加95万吨,增幅119%;已超过上年度进口总量;棉纱累计进口量89万吨,同比增加43万,增幅93%。

全国棉花加工即将结束,据国家棉花市场监测系统测算,截至3月21日,全国累计加工皮棉580.7万吨,同比减少70.3万吨,较过去4

年均值减少18.1万吨。3月以来受下游市场清淡影响,棉花交易活跃度不高,轧花厂皮棉销售进度放缓。全国累计销售皮棉285.2万吨,同比减少105万吨,较过去4年均值减少76.8万吨。

春节后纺织市场对于传统“金三银四”行情的期待逐渐弱化,进入3月,多地棉纺织厂反馈棉纱、坯布、面料、服装等新增订单明显不足,沿海地区针织厂开机率短暂回升后回落,产销状况有所转弱,近期国内32支棉纱价格下调至23205元/吨,回落至春节前水平。据国家棉花市场监测系统调查,3月被抽样调查企业开机率为79.7%,环比下降8.8个百分点。纱、布产销率分

别为99.7%和98.3%,环比分别下降3个和2.2个百分点;纱、布库存分别为26.2天和35.3天销售量,环比分别增加1.9天和1天。

预计美联储在未来将继续将联邦基金利率维持在5.25至5.5%范围的可能性较大,大宗商品价格走向将更多地取决于基本面情况;美棉意向种植面积同比增加的预期较强,对国际棉价的负面影响较大;我国棉花意向种植面积同比下降的预期较强,对国内棉价具有一定支撑作用。此外,红海危机的升级在加剧欧洲通胀问题并抑制消费的同时,还可能导致东南亚地区的订单和货物向中国转移,从而在一定程度上刺激国内棉花消费增长。