

第五届国际基础设施投资与建设高峰论坛隆重开幕

本报讯 第五届国际基础设施投资与建设高峰论坛近日在澳门召开,本届论坛旨在加强、推动有关各方在国际基础设施建设领域的合作和发展。据了解,本次论坛共吸引来自23个国家和地区的政府官员,以及国际金融机构和业界代表1000多人出席。

澳门特区运输工务司司长刘仕尧在开幕式上致辞时说,澳门特区政府一向重视并乐于参与区域合作,积极借助澳门作为区域服务平台的优势,促进区域乃至国际间的互利合作。此次高峰论坛有助于探索未来发展国际基础设施互联互通的契机和挑战,为整合区域间的基础设施提供了战略方向。

一年一度的国际基础设施投资与建设高峰论坛是经国家商务部批准,由中国对外承包工程商会创办的以基础设施投资与建设为专题的国际合作论坛。 (林 文)

大象联盟开启全球经贸新模式

本报讯 近日,北京大象联盟国际经贸中心在北京召开《大象联盟全球经贸平台启动仪式暨世界各国经贸合作说明会》宣布,由该公司开创的实现产供销一体的“直通式”全球国际经贸平台正式启动。来自五大洲近五十个国家的大使馆大使、参赞代表、商务部等相关部门官员及世界各地的大象联盟合作厂商代表出席了本次发布会。

为打破现有国际贸易中存在的诸多瓶颈、壁垒和风险,改变传统国际贸易的模式与规则,让更多的国家、企业和消费者受益,大象联盟积极与诸多国家的商务部、贸易部、大使馆及各级政府进行合作,携同遍布全球的不同领域最优秀的大象联盟合作厂商、大象联盟特许经营商、大象联盟全球名优特产品直营卖场及其合作伙伴,共同创造了全球性、创新型、直通式大象联盟国际贸易新模式。

目前,大象联盟的全球合作厂商已遍布五大洲,提供的产品80%为进口产品。为了向消费者提供更多、更丰富的被公认的好产品,大象联盟正式公开向全球招募名优特产品的合作厂商和指定供货商。 (黄 真)

外贸企业的信用风险管理

本报讯 近年来,中国对外贸易实现快速增长,2013年更是成为世界第一货物贸易大国。与此同时,出口企业面临的贸易风险也日益增加,其中,信用风险已成为最主要的风险之一。

从内入手:建立完善组织体系及管理机制

风险无处不在。信用风险对外贸企业而言是无法避免的,加强外贸企业的信用风险管理也应从多方面着手,特别要从企业自身入手,建立健全风险管理组织体系及相关机制。

一般而言,企业信用风险管理的组织体系由信用风险管理决策机构、信用管理专业部门、相关业务部门组成。对外贸企业来说,首先要对风险管理部门赋予一定的职权,对

贸易流程进行严格把控。同时,要建立起客户信息沟通机制,加强部门间的有效沟通,建立统一的客户信息管理系统。

此外,完善信用风险管理的约束机制对外贸企业而言也是必不可少的。从目前情况来看,大多数外贸企业并没有建立起自己的信用风险管理机制,缺少对外客户风险的系统科学研究。因此,外贸企业应严格规范订单审核程序,要选择比较熟悉、有把握实施的订单去完成。在签订贸易合同时,还要特别仔细研究合同条款,避免产生不必要的风险。

借助外力:善用金融工具有效规避风险

如何有效地控制与化解出口信用风

险,摆脱传统的信用证支付方式的局限,早已成为摆在外贸出口企业面前的一道难题。为协助外贸企业加强信用风险防范与管理,国内各家金融机构不断完善贸易融资产品,以广发银行为例,该行出口信保融资和出口保理业务就是外贸企业防范出口风险的利器。

“出口信保融资业务一方面可以帮助企业通过借助第三方机构规避买方风险和进口国政治风险;另一方面,在企业将应收账款转让给广发银行后,可以获得高达发票金额90%的融资。该项业务能够帮助企业利用O/A、D/A等更具竞争力的销售条件拓展海外市场,帮助企业实现风险转移与资金融通的双赢,有利于企业稳步发展”,广发银行

相关负责人向记者介绍。此外,广发银行目前还可以采用银行投保的运作模式,无须企业再向出口信保公司投保,通过银行即可享受融资、避险一站式服务,操作简便、流程短、耗时省。

与信保融资相比,出口保理业务还可以为企业提供应收账款催收及买家销售分户账管理的服务,而且进口保理商的坏账担保比例一般高达100%,使企业的风险保障更加全面。

据了解,出口企业通过广发银行办理出口信保融资和出口保理业务,不但可以提前收妥海外远期应收账款,还可以通过无追索权业务达到美化财务报表的效果。

(杨 洁)

进交会打造国家级专业品牌进口交易平台

本报讯 作为我国首个国家级专业进口交易会,2014中国(昆山)品牌产品进口交易会已于近日开幕。近年来,我国实施扩大进口战略,推动贸易平衡和产业转型升级,先后出台了一系列进口促进政策。据了解,中国国际进口产品博览会于2012年落子昆山,力求借助长三角经济圈的辐射效应,搭建一个集展示交易、信息交流、开放合作于一体的国家级进口交易平台。

举办进口交易会,是贯彻落实党中央、国务院关于进一步扩大对外开放、推动转变经济发展方式、打造中国经济“升级版”战略部署的重要举措,也是推进江苏“三个国际化”、提升开放型经济发展水平、加快“两个率先”进程的重要机遇。2012年、2013年,我们连续在江苏昆山举办了两届进口交易会,累计有来自全球五大洲的1279家企业参展,展览总面积达到11万平方米,吸引了全国各地11.5万人次专业观众到会参观、洽谈、采购。据不完全统计,前两届交易会有54.8%的参展企业达成了进口、产品(品牌)代理和投资合作意向。可以说,成效十分显著。

本届进口交易会继续以“开放合作、转型升级”为主旨,围绕国家和我省“十二五”时期重点引进的新技术、新设备和重点发展的战略性新兴产业,紧扣促进和扩大进口这一核心,着重展示国外装备工业、环保产业、信息技术等重点领域的品牌产品和品牌消费品。交易会继续由商务部、中国贸促会和江苏省政府共同主办,商务部外贸发展局、中国国际商会秘书局和江苏省商务厅、江苏省外办、江苏省环保厅、江苏省贸促会、苏州市政府、昆山市政府共同承办,商务部六大进出口商会和部分重点海外贸易促进机构作为交易会的支持单位。

与前两届不同,2014进交会不再以一处场馆进行展示、交易:金属加工与自动化、环保与新材料展区位于花桥国际博览中心,品牌消费品展区位于昆山国际会展中心。两处展馆展览洽谈面积共达8万平方米,规模比上届增长30%。除了布局更加突出专业性,今年的展会也更贴合市场需求,更重视交易的实效性,参展企业阵容也更加强大。截至目前,已落实展位2247个,其中进口展区2013个、出口展区234个,来自42个国家和地区的667家知名企业确认参展。截至5月6日,本届进交会累计报名专业观众人数已超2万人。据悉,进交会期间还将举办第三届世界工商领袖(昆山)大会暨第二届国际商会亚太CEO峰会、国际商会G20政策咨询组会议等,会议研讨成果将在2014年G20峰会上提交给峰会首脑。

(焦 玲)

香河家居产业一体化升级

本报讯 由中国家具协会、河北省家具协会和香河国际家具城共同主办的第三届“中国香河国际家居文化节”日前开幕,香河家居产业一体化经济战略发展论坛同期举行。上千位商界精英汇聚一堂,共同探讨当下家居产业一体化背景下,如何发挥各自的产业优势,撬动新一轮的产业经济发展。据了解,本次论坛主要有三个议

题:香河家居产业城市群规划的产业经济形势及区域产业投资链讨论;破题北京产业外迁,着眼香河家居产业承接的未来投资前景讨论;香河家居产业承接的同时面临的产业升级问题,特别是如何融入O2O等新型商业模式,撬动新一轮家居产业的发展。商务部商贸服务管理司司长吴国华、中国建筑材料流通协会副会长秦占

学、中山灯饰照明行业协会秘书长区德成等业内专家在论坛中都发表了各自的看法。他们提出,在发展经济同时,对于一些高能耗、高污染的低端制造企业要坚决治理。同时要抓住机遇升级现有产业,河北民营企业有足够的能动性与创新活力,充分利用政策优势,完善区域产业链。以香河为例,香河家居产业基础雄厚,承接北京大家居产业,既能促进现有产业发展,又能进一步完善产业升级。 (黄 真)

爱奇艺宣告中国互联网电视屏商业化

本报讯 近日,爱奇艺“大视频 大未来”网络视频营销分享会在三亚举行。爱奇艺创始人、CEO龚宇博士,首席营销官王湘君,首席内容官马东,爱奇艺高级副总裁段有桥等现场论道,更有高晓松、刘春同台分享。

爱奇艺正式启动互联网电视屏商业化,成为首家开启电视屏商业化的视频服务商,此举宣告中国互联网电视商业化大幕正式拉开。爱奇艺创始人、CEO龚宇博士表示,“爱奇艺即将迎来4岁生日。过去4年,我们专注于打造一个上规模、独立的平台;接下来,我们将在不断延伸、做大平台的基础上完善内容。蓬勃发展的互联网电视和原创工作室将成为实现这一目标的两大支点。未来,平台与内容彼此促进,将会实现更快的发展,大‘视’界造就大未来。”

互联网电视屏商业化元年到来

从PC端到移动端再到电视端,视频行业的跨屏终端矩阵全面形成,特别是互联网电视兴起后,客厅成为跨屏应用主阵地。爱奇艺推出“iQIYI inside”战略,建立了国内最大的互联网电视生态园——与6大国内

电视机厂商、两大国外电视机厂商、20多家机顶盒厂商以及中国移动、联通、电信等五大宽带运营商建立了深度合作关系,并推出了多款机顶盒和互联网电视产品。在市场覆盖、激活用户数、活跃用户、播放次数、播放时长等5大核心指标上,爱奇艺均排名第一,在互联网电视市场中遥遥领先。对于互联网电视广告投放服务的出现,行业期待值一路直线攀升。爱奇艺率先推出互联网电视屏广告业务,正是对视频新黄金时代的再一次预见,过去两年移动视频广告的疯狂爆发将在电视端再次上演。

海纳百川 工作室高手鼎力加盟

2014年被公认为自制爆发年。作为内容战略的重要支撑,原创工作室一直是爱奇艺发力自制内容模式探索的重点。营销会现场,刘春、高晓松一起亮相,正式宣告爱奇艺刘春工作室和高晓松工作室成立。这是继爱奇艺成立马东工作室、原创内容模式探索成功之后的全面升级。爱奇艺三大工作室内容发展计划引起与会嘉宾的高度关注,一系列新作品正在筹备中,

不仅会延续已经脍炙人口的力作,如《汉字英雄》第三季、《灵魂摆渡》第二季等,同时,将全面汇聚内容行业的顶尖资源,持续推出优质重磅新品,掀起2014年自制内容的网络收视狂潮。

多屏升级 掀起视频营销新浪潮

针对品牌的不同阶段需求,爱奇艺基于平台、内容、创意三大核心,构建营销解决方案矩阵。覆盖65%的视频用户,持续领跑视频行业,爱奇艺多屏平台投放是品牌快速提升知名度的首选;提升品牌喜好度,则可借助优质版权资源。目前,爱奇艺包揽90%热门剧集及70%热门综艺节目,全网独播策略成效显著。处于夯实忠诚度阶段的品牌而言,商业自制内容的全面崛起是爱奇艺的绝佳选择。携手行业领先品牌,爱奇艺陆续推出《生而闪亮》、《舌尖上的凉茶》等标杆作品,刷新商业自制节目新标准,打开内容营销新视野。

(宗 瓚)





新思维·心服务



科技巨人成长型企业金融服务

打造中国硅谷银行。成就中国科技巨人。

【Union聚】四大跨界

业态跨界、市场跨界、平台跨界、O2O跨界。高效聚合各方优势资源。

【Power力】四大联盟

天使联盟、成长联盟、上市联盟、战略联盟。强势助力成长的每一步。

创造·分享 共同成长

客服热线 95528 www.spdb.com.cn