

# 软件业助力中企对标国际报关服务

■ 本报记者 刘国民

近年来我国非常重视推动贸易便利化和通关提速,除了推出空陆联程、属地申报、口岸验放、区港联动、无纸化通关、取消出入境货物通关单等一系列政策之外,中国海关也与其他国家海关通力合作,给进出口企业带来便利。同时,这些举措给为外贸企业提供报关服务的相关企业也带来了新的发展机遇。

以往报关行业在外贸环节获利较少,运营条件比较差,为该行提供相应服务的公司少。易航线CEO张奕飞告诉《中国贸易报》记者,美国一家报关公司可以服务多个区域,新加坡报关公司可以服务整个东南亚的企业,而我国的报

关公司以往服务的都是本区域企业。由于这几年AEO认证、贸易便利化这些政策推动力度加大,如今全国报关流程和监管逻辑实现一致化,中国报关公司服务全国企业的条件也就具备了。

这样一来,报关公司必须具备在全国做业务的能力,因为就算某一家报关公司不往外地发展,外地的报关公司也会来拓展本地市场,未来将有很多报关公司向全国发展。在张奕飞看来,美国海运报关公司有300多家,我国海运报关公司则有3000多家,对比贸易量和海运报关公司数量可以看到,中国这个行业将面临比较大的洗牌过程。

这里不得不提的是,海关总署把海关企业信用等级分类从AA-A-B-C-D改为高级认证企业、一般认证企业、一般信用企业和失信企业,实现了和全球AEO认证的统一。张奕飞说,国家希望做到全球互认,希望高级报关公司选择高级认证企业,而且对报关公司差错率的控制要求很高,报关公司也迫切需要得到技术支持来升级自己,但除了上海这样的大城市,其他城市基本没有为报关公司服务的公司,报关公司又因为经济实力有限难以靠自己研发相关软件。

易航线就是在这一背景和市场需求下诞生的公司。2012年,为外贸

企业提供软件服务的易航线成立。我们为企业提供内部管理、申报等服务,通过一个系统就可完成报关过程。张奕飞介绍说,公司和全国各地海关都有合作,可以打破地域限制。谈及易航线给企业带来的便利,张奕飞介绍说,以往为了报关,外贸企业要去港口网站、货运代理那里查询一些信息,易航线和很多地区的港务局、码头对接,可以将这几个领域的数据汇总,减少了企业的工作量,借助大数据技术帮助企业组织和处理报关数据,降低差错率。

在报关实践中我们也发现,有些企业虽然没有故意偷漏税,但因为单据和各种数据汇总计算时

存在纰漏,导致企业出现偷漏税情况,面临受罚风险。易航线用大数据帮助企业做进出口合规管理,系统可以提前帮助企业判断是否少交了关税。张奕飞说,确实有企业一不小心就会在海关留下不良的信用记录,所以易航线的这一服务对一些有志于提高自身信用等级,想获得海关高级认证的企业来说很有价值。

同时,张奕飞也观察到中国贸易商比美国贸易商更缺资金,金融需求更大,易航线也在和一些银行合作,设计了风控模型,根据报关数据为外贸企业打信用分,得分80分以上的贸易商可以直接从银行获得贷款。

## ◆ 连线自贸区

### 福建自贸区打造两岸经济合作示范区

记者日前从福建省自贸办获悉,围绕提升政府治理水平、深化两岸经济合作,福建自贸区推出了21个方面的具体举措,包括创新闽台产业合作机制、加强闽台金融合作等。

商务部和福建省政府研究制定的《进一步深化中国(福建)自由贸易试验区改革开放方案》近日出台。根据方案,福建自贸区将从多个方面推进两岸融合发展:在创新闽台产业合作机制方面,自贸区将促进双方在集成电路、精密机械等先进制造业,以及冷链物流、健康养老等现代服务业上的优势互补、深度融合;在创新通关合作模式方面,将通过口岸降本增效、扩大台湾商品源头管理、快速验放种类等措施,打造便捷的对台商品进出口通道。

同时,福建自贸区还将加强闽台金融合作,提升金融服务两岸经贸往来便利程度。自贸区还将继续落实台企台胞同等待遇,包括解决卡式台胞证购买火车票不能刷卡进站、台胞台企征信两岸不能互认等问题,打造创新创业新平台,拓展交流交往新渠道。此外,自贸区还将探索实施

一区两标,研究两岸在规划和工程建设方面的差异和等效标准,借鉴台湾地区的规划及工程管理体制,为两岸融合发展探索经验。

打造两岸经济合作示范区是福建自贸试验区的重要任务,福建省商务厅副厅长钟木达表示,未来将发挥福建沿海近台优势,继续探索两岸融合发展的新模式。

福建自贸区的福州片区、厦门片区和平潭片区也各自提出深化两岸经济合作的实施举措。福州片区推出47项改革措施,涉及扩大对台开放、深化榕台产业对接、深化榕台金融合作等多个领域。

厦门片区出台26条先行先试惠台举措,探索在文化、体育、教育等领域进一步对台开放,鼓励台湾青年来厦创业就业,加强厦金深度合作,建设厦金检验检疫特殊监管区,推动厦金游艇自由常态化。平潭片区则将探索建立招投标双轨机制,建立台湾籍专家库,选取一批台湾企业和平潭本地企业组成的联合体进行定向招投标,并且支持台资养老服务机构、医院等享受与内资社会福利机构、公立医院同等政策待遇。

(李慧颖)



6月11日,黑龙江哈尔滨,一位女孩在书店选购图书。近年来,中国图书贸易有了越来越多的版权输出,随着中国出版实力和文化影响力的增强,中国图书出口将会迎来更好的前景。  
新华社于琨摄

## 一带一路有望推动全球贸易增长12%

彭博社近日报道称,根据荷兰国际集团6月发布的报告,中国“一带一路”倡议有望推动全球贸易增长12%。

荷兰国际集团负责国际贸易研究的高级经济学家乔安娜·科宁斯表示,运输和贸易辅助成本一直影响和制约着国际贸易,但“一带一路”倡议有望将世界各国之间开展贸易的成本减少一半。

在科宁斯的分析中,“一带一路”倡议将推动贸易成本降低

50%。在最保守的情境中,只有欧亚经济走廊沿线的4个国家,也就是中国、俄罗斯、白俄罗斯和波兰直接受益,这时“一带一路”倡议能推动全球贸易增长4%。在最乐观的情境中,“一带一路”沿线国家和这些国家的贸易合作伙伴普遍受益,届时俄罗斯、哈萨克斯坦、波兰、尼泊尔和缅甸的贸易总量会增长45%,中国的贸易总量会增长20%。

科宁斯指出,贸易成本下降的

速度是最关键的变量,这取决于“一带一路”倡议下有关政策的持久性。今后5年一些建设中的项目会完成,后续也可能开发新的项目,贸易成本下降的过程需要5到10年的时间。科宁斯说:“如果贸易成本下降速度缓慢,‘一带一路’倡议每年对世界贸易额增长的影响就较小。如果贸易成本大幅下降,‘一带一路’倡议将会对国际贸易产生巨大影响。”(沈维多 甄翔)

## 服务外包在智能时代危中有机

随着互联网、大数据、云计算等新技术的迅速发展,人类社会未来将进入一个全新的智能时代。这既为服务外包企业创新业务提供了技术手段,也为行业发展带来新的挑战。机器人、算法承担更多任务后,市场对人工的需求将减少,一些服务外包业务将会慢慢退出舞台。

智能技术的发展可能会替代一些传统的服务外包业务,如成本导向型的服务外包业务,但服务外包不会随着技术的发展而消失。商

务部研究院国际服务贸易研究所所长李俊表示,人工智能可以提升企业服务能力,带来新的市场需求,服务外包企业可以依托技术优势实现转型升级,探索新的服务外包业务领域。

一些企业已利用人工智能创新了服务外包的业态和模式。比如,文思海辉公司利用AI技术帮助银行建立人脸识别的智能监控系统;IBM借助人工智能等技术,实现业务流程自动化和数字化。同时,人

工智能还将拓展服务领域,智能安防、智慧交通、智慧政务等领域蕴含着新的机会。

过去一年,公司的很多增长都来自于物联网、云计算等新技术的投入。博彦科技副总裁孙铁林说,人工智能正在重塑服务外包供应链,改变贸易格局。作为服务外包企业,需要抓住机会,创新服务供给模式,向价值链高端转型,进军高附加值市场。

(李华林)

# 警惕美元趋强加重冲击贸易全球化

■ 孔帅

与华尔街投行在今年1月普遍预计今年美元仍将表现疲弱的共识形成鲜明对比,4月15日至6月12日,美元升值幅度累计达到5.12%,与此同时,人民币对美元汇率从6.28贬值到6.41,贬值幅度为2.23%。

6月14日,美联储议息会议将公布最新利率决议,在美国经济指标强劲的情况下,预计美联储将以合理的速率提高利率,美元指数大概率强势向上。除货币政策外,当前的国际经济增长差异也有利于美国,预计未来美元升值进程将会加速。

在货币政策正常化方面,美联储遥遥领先于其他国家的央行。美联储已开展加息、取消大规模资产购买计划,以及启动缩减资产负债表进程。而其他国家的央行在使用货币政策方面却受到限制,尤其是在欧洲。面对来自意大利和西班牙等国的经济增长放缓和政治不确定

性,欧洲央行似乎被束缚住了手脚。

虽然我国采用独立的货币政策,不会跟随美国上调基准利率,但通常情况下利率与汇率会同向变动,且美国利率差异与弱势美元之间的失配开始逆转,美元人民币同样面临升值压力。

此外,推动美元升值的另一个催化剂——经济增长所发挥的效应正在扩大。在世界其他地区,经济增长与其预期增长之间的差距越来越大,也越来越不受资本市场的欢迎。

资本是逐利的。在2017年的大部分时间里,资本都在争相追赶欧洲和主要新兴经济体市场,这不仅有利于资本在经济增长中获益,还能使其享受货币升值带来的更高收益率。其结果是,基于美国商品相对于其他国家商品竞争力,能更精确反映美元相对于其他国家

货币价值的贸易加权美元指数下降了10%,美元持续贬值。

但是,近几个月来,全球贸易保护主义威胁与地缘政治风险有所上升,欧洲和主要新兴经济体的经济增长势头减弱,衡量其经济超预期增长的指标已变为负值。如今,在欧洲和新兴经济体中追逐回报的外部资本减少,而其中一些已经回流到美国,促使美元升值。

对比其他国家,美国当前的经济状况相当良好。美国劳工部公布的数据显示,5月美国非农就业人数增加22.3万人,失业率降至3.8%,处于1969年以来的最低点。4月,美国平均每小时薪资月率增长0.3%,预期增长0.2%,前值增长0.1%,平均每小时薪资年率增长2.7%,预期增长2.6%,前值增长2.6%。正面的周期性驱动因素会抵消或超出结构性和政治性负面因素对美国经济增长

## ◆ 国际商情

### 通过阿拉山口口岸的 中欧班列突破5000列

阿拉山口海关近日公布的数据显示,中国西北最大的陆路口岸新疆阿拉山口进出口出境中欧班列突破5000列。目前,阿拉山口海关共监管中欧班列10条线路、816列,可到达欧洲13个国家、36个城市。为提升通关效率,阿拉山口海关实行白加黑轮转作业,工作时间优先验放,非工作时间预约验放,夜间随到随放,确保24小时不间断,365天无断档。  
(阿拉山口海关)

### 肯尼亚2017年 鲜花出口扩大

肯尼亚《商业日报》近日报道,肯尼亚鲜花出口收入创下了822亿肯先令的记录,比2016年增加了20%。肯尼亚鲜花委员会表示,鲜花出口的良好表现主要得益于以下四点:一是政府对鲜花生产相关的进口投入实施了关税减免的激励政策;二是最近进行的研究和开发活动促进了优质鲜花的生产;三是增加向主要市场运送鲜花的空运业务使得肯尼亚鲜花在全球的市场占有率提升至35%;四是中国及亚洲其他国家鲜花的需求增加等。  
(驻肯尼亚经商参处)

### 中国连续五年保持 加蓬第一贸易伙伴地位

加蓬海关总署公布数据显示,中国连续五年保持加蓬第一大贸易伙伴地位。2017年加蓬与中国贸易额达到10247亿非郎(约合21.5亿美元),加蓬第二至第五大贸易伙伴依次是法国(4588亿非郎,约合9.6亿美元)、比利时(2246亿非郎,约合4.7亿美元)、特立尼达和多巴哥(2104亿非郎,约合4.4亿美元)以及澳大利亚(1928亿非郎,约合4亿美元)。  
(驻加蓬经商参处)

### 约旦三大进口国: 沙特阿拉伯、中国、德国

根据Trading Economics今年6月的最新统计,约旦主要进口产品为机械和运输设备、燃料、食品、制造化学品和电机。约旦的主要进口国是沙特阿拉伯、中国、德国、意大利。约旦的主要出口产品为纺织品、钾、磷酸盐、化肥、蔬菜和医药产品。约旦的主要出口国是伊拉克、美国、印度、沙特阿拉伯和叙利亚。  
(驻约旦经商参处)

## 中国跨境电商成韩企心头好

在韩国不夜城东大门,一群举着自拍杆细瞄每件衣服、对着镜头用中文畅聊的人成了店家的香饽饽。熟悉海淘的消费者可能已猜到,这是网红买手透过镜头带人扫货。

海淘扫货是中国电商在韩业务模式之一。自2015年起,阿里天猫、京东等中国跨境电商加速在韩布局。短短一年多时间,以B2C模式为代表的电商平台纷纷开启韩国馆,引入当地大品牌。C2C韩国电商则通过培育职业买手挖掘中小特色品牌,满足个性需求。

天猫国际亚太招商总监赵戈讲述了这样一个案例:在首尔各大商场,一款曾经可以说是冷门的面膜突然成为抢手货。

赵戈说,此前这一品牌在中国的市场规模在数千万元左右。自从2017年8月入驻天猫国际后,该品牌的知名度急速提升,不到一年时间,日均销售额增长13倍,在中国市场的体量也增长了近10倍。

据介绍,天猫国际在韩国举办了多场线下招商会,在众多拥有高品质产品的品牌中,优先选择在中国市场有长期规划和投入者。

此外,以买手模式为发展方向的C2C电商平台则重点发力中小品牌。

在业内人士看来,这一“电商买手”模式起于2016年,职业买手通过直播、短视频、图文等内容营销的方式和粉丝展开互动,带着海淘消费者逛海外,挖掘当地的地道好货。在东门某服装店内,透过直播镜头,一名网红买手轻轻松松在一小时将客单价超过1000元的大毛领羽绒服卖出二三十单。

中国电商的创新模式和背后庞大的消费群体,引起韩国企业的重视和垂涎。

一名中国电商经理向记者转述了韩国某美妆品牌合伙人的经历。这名合伙人说,相较于韩国市场,中国市场太大,往往令韩国企业既爱又怕。韩国市场的特点是集中,人群容易被覆盖。在

韩国,这家公司的销售主要通过线下店、官网和商场。中国的情况则完全不一样,市场太大,人群分布太散。

这一品牌曾尝试其他销售渠道,但情况险些失控。一方面渠道不同难以准确表达品牌理念,不同价格体系也混乱难以以为继。另一方面,营销节奏不受控制。电商平台则为企业提供了兼具可控性和扩散性的优势。

值得一提的是,对于韩国企业来说,通过电商平台取得海外市场成功后,品牌还能在韩国本土市场火起来。

中国跨境电商在韩国业务的扩展也获得了韩国政府的重视和韩国业界的大力支持。

据韩联社报道,大韩贸易投资振兴公社(KOTRA)2016年3月即提出,希望能借助中国著名网络电子商务平台,全力助推韩国中小型化妆品企业进军中国市场。

为了推动更多韩国企业利用电子商务平台进军中国市场,KOTRA为企业出口时所需的每个环节提供帮助,包括账户开设、促销活动和咨询服务等。此外,相关政府部门还举办了e-power300电子商务消费品企业评选活动,入选者可获得各种援助。

另外,韩国品牌在中国电商平台的业绩还成为韩国媒体的关注焦点,韩联社就曾专门报道韩国公司借助中国电商平台的销售情况。

如何谋求在中国电商平台的长期发展还成为了韩国业界关注的课题之一。据韩国媒体报道,韩国业界专门对中国知名电商平台销售数据进行了分析,发现韩国产品整体表现落后于竞争对手日本和欧美地区企业的产品,而且出现了下滑势头,引发业界担心。

业内人士认为,这其中的重要原因之一在于韩国品牌商品结构太过单一。韩国专家建议,韩国企业应致力于强化海淘板块的多元化,培养品牌力量,而不是一味追求销售范围的扩展。  
(何媛 孙一然)