

有进有出 有审有育 有奖有惩

用足用好综保区 力促外贸稳增长

■ 本报记者 张凡

9月1日,美国对中国出口商品加征新一轮关税的举措已经落地,这标志着中美贸易战的进一步升级。不过从去年的外贸数据来看,贸易战对中国外贸发展影响有限,其中综合保税区发展对稳定外贸起到了重要作用。

日前,中海国际咨询有限公司发布了《2019 全国综保区发展报告》,其中引用的海关统计数据显示,2018年1至12月,我国外贸进出口总值约为4.62万亿美元,同比增长12.6%,其中出口额2.48万亿美元,增长9.9%;进口额2.14万亿美元,增长15.8%。而全国综合保税区对外贸易进出口总额为3453.8亿美元,同比增长16.9%。其中出口额2135.4亿美元,同比增长15.9%;进口额1318.4亿美元,同比增长18.4%。

“从中可以看出,全国综合保税区发展态势良好,各项进出口指标均高于全国平均水平,为我国进出口贸易总额首次突破30万亿元人民币大关、货物贸易规模创历史新高、保持世界第一奠定了坚实的基础。”报告执笔人、资深企业进出口关务专家、中海国际咨询有限公司副总裁谢承宁介绍说,截至2019年1月,我国共有海关特殊监管区域140个,其中经国务院批准设立的综合保税区共有96家,分布在除青海、西藏和中国台湾、香港、澳门以外的29个省、市、自治区。

报告显示,华东地区综合保税区的数量是全国最多的,全国96家综合保税区中有41家坐落于华东地区。

◆ 国际商情

捷克钢琴中国热销

捷克《经济报》报道,捷克钢琴制造商佩卓夫(Petrof)负责人Petrofová日前接受媒体采访时表示,2018年佩卓夫钢琴的销售量达到近十年来的最好水平,主要原因是公司商业营销策略得当,特别是加强了在线营销,并且把主要精力投入到最具潜力的国家,比如中国。2018年佩卓夫钢琴在中国的销量达到全球总销量的35%,在华有5个经销商负责销售。

佩卓夫钢琴是捷克知名品牌,2018年积极参加首届中国国际进口博览会。领导人巡馆期间,捷克总统泽曼曾在捷克国家展览台佩卓夫钢琴为习近平主席进行演奏。

在华市场推动澳企利润破纪录

因为在中国的销售额增长37%,加上澳大利亚本地品牌杂货店业绩的大幅增长,多样化食品制造商Freedom Foods(自由食品)在2019财年实现了创纪录的利润。

该公司公布的2019年全年业绩超出市场预期,股价飙升25.3%,一天内增加了近2.8亿澳元。

Freedom Foods生产各种食品,包括高温灭菌奶和谷类食品,旗下品牌包括Australia's Own和So Natural。后者在澳大利亚的前100名供应商中,是增长最快的零售杂货品牌。

该公司表示,公司正处于上升期,可以从国内外消费者对健康乳制品、谷类食品和零食的需求不断增长中获益。

阿联酋轮胎需求增长

据《宣言报》9月1日报道,专门从事轮胎供应和贸易行业的公司负责人表示,阿联酋轮胎市场规模在20亿迪拉姆(约合5.4亿美元)至30亿迪拉姆(约合8.2亿美元)之间,按照轮胎的种类、体积和型号区分超过900万种。

自今年年初以来,轮胎的需求量增长了2%至5%,其中日本轮胎在该国轮胎总量中占比55%。

Frost & Sullivan公司一项研究表明,到2020年,阿联酋轮胎市场销量将达40亿迪拉姆(10.9亿美元)。其中,乘用车和轻型卡车轮胎销量7.1亿美元,中型和重型商用车轮胎销量3.8亿美元。(本报编辑部综合整理)

区,占到了全国数量的43%,相当于排名之后的四个区域的总数之和,其中,江苏省就有20家,几乎占到了华东地区的一半。华中地区以14家的数量位居第二。排名第三的是西南地区,有10家综合保税区,占全国的11%。华北地区以9家的数量排名第四,西北、华南地区均为8家并列第五,东北地区6家排名第六。

“2018年批准设立的综合保税区数量达到历史上的高峰,有20家之多,其中3/4是由其他海关特殊监管区域整合优化而来。”中国贸促会专家委员、国际商会中国副主席、海关和贸易便利化委员会副主任、中海国际咨询有限公司执行董事秦阳说,报告对2018年海关总署公布的有进出口数据的65家综合保税区发展情况进行研究后发现,综合保税区发展存在发展不平衡、不均衡的问题,主要体现在以下四个方面:

一是各综合保税区外贸发展极为不均衡。报告对这65家综合保税区的进出口额进行统计后发现,排名前十位的综合保税区以15%的数量占到全部综合保税区进出口额的84%,剩余85%(55家)的综合保税区仅占16%。反映出大部分综合保税区利用率较低,各综合保税区发展极为不均衡,每平方公里进出口

口额最低的只有0.02亿美元,仅为排名之后的四个区域的总数之和,其中,江苏省就有20家,几乎占到了华东地区的一半。华中地区以14家的数量位居第二。排名第三的是西南地区,有10家综合保税区,占全国的11%。华北地区以9家的数量排名第四,西北、华南地区均为8家并列第五,东北地区6家排名第六。

二是区域分布与贡献度不相匹配。报告对这65家综合保税区所在位置与进出口额进行分析后发现,华东地区以占41.5%的综合保税区的数量贡献了45.1%的进出口额,西南地区以占9.2%的综合保税区的数量贡献了25.2%的进出口额,华中地区以15.4%的综合保税区的数量贡献了17.1%的进出口额;而西北、华北、华南、东北地区以占33.8%的综合保税区的数量仅贡献了12.6%的进出口额。

三是整合优化进展不均衡,整合优化效应不显著。2018年批准设立的20家综合保税区中有3/4是整合优化升级的。截至2019年4月,全国尚有43个海关特殊监管区域未整合升级为综合保税区,占全部的31%。部分已整合的优化升级效应不明显,整合前后入区项目、进出口额未发生明显变化。

四是存在过度审批倾向,未设立退出机制。有些地方的入区项目审核不到位,个别区域引入了高耗能等不适合入区的企业。很多地方存在“重规划申报、轻建设发展”的

现象,项目引进与预期严重不符,申报时规划入区的项目并未实际入区,土地利用不理想;没有建立评估考核机制和退出机制,未对运行效益差的综合保税区进行通报整改。

为此,报告提出了四项建议:一是建议各地海关配合地方政府做好政策宣讲,各地政府尽快形成辖区海关特殊监管区域整合计划,按程序开展整合升级工作,推动43个其他类型的海关特殊监管区域加快转型整合为综合保税区,对发展差的、不具备条件的要逐步退出海关特殊监管区域序列。

二是建议海关总署和相关部门认真做好新设综合保税区的设立审核工作,各地海关要配合地方政府做好区域申报、入区项目审核等指导工作,确保新设立的综合保税区达到发展预期。

三是建议海关总署加强事前审核、事中考核、事后监督工作,研究制定综合保税区发展绩效考核评估办法,定期通报全国的海关特殊监管区域发展情况,激励先进、鞭策后进。

四是建议设立严格的整改和退出机制,尤其是对综合保税区数量多、运行效果差的地方,以提升土地利用效率,实现有进有出,确保综合保税区健康发展。



9月2日,工人正在加工即将出口的芝麻食品。近年来,山东省滨州市大力实施优质农产品和食品品牌“走出去”战略,积极引导行业深耕内功,加快企业结构调整和转型升级,推动相关产品标准体系与国际接轨,产品出口俄罗斯、英国、法国、澳大利亚等30多个国家和地区。

中新社发 初宝瑞 摄

◆ 连线自贸区

做优做特 营口片区启动一带一路贸易平台

8月30日,“一带一路”贸易平台在辽宁自贸区营口片区正式启动。平台覆盖全球语言、覆盖全球营销、覆盖全球电商,由资深外贸人士组成的出口专家委员会将全程为企业提供帮助。该平台致力于帮助出口企业提高销售额、节省出口成本。这是辽宁省营口市深入融入“一带一路”建设,持续扩大对外开放的又一有力举措。

据介绍,当前国际贸易订单90%来自国际互联网,但营口市接入国际互联网的出口企业占比不到7%。针对企业短板,该平台由

营口市自由贸易促进会牵头搭建,依托营口自贸区创新机制,通过技术创新,为企业接入国际互联网提供一站式服务,促进外贸出口企业提质增效,推动营口市外向型经济发展,助力营口市新一轮对外开放。

营口位于东北亚经济圈、环渤海经济圈结合部和辽宁沿海经济带、沈阳经济区的叠加位置,是“一带一路”的重要节点城市,中蒙俄经济走廊的海陆连接点,“辽满欧”亚欧大陆桥东线起点,具有承启东西、连贯南北的独特区位优势。同时,营口也是“一带一路”倡议和振

兴东北老工业基地、辽宁沿海经济带开发开放等国家战略叠加的区域,拥有自贸区、综保区、国家级经开区和高新区等重要载体。深入融入“一带一路”建设,打造东北亚开放新前沿,对于营口市发展开放型经济、引领东北振兴发展具有十分重要的意义。

“一带一路”贸易平台可以让企业直接与国外客户建立贸易关系,节省大量时间和成本。该平台为出口企业提供全方位服务,可以帮助企业畅通出口渠道。

“一带一路”贸易平台支持7

种语言,并配有全语种人工智能翻译和纯人工翻译及专业的客服团队,线上全天候为出口企业对接全球用户。平台可以为出口企业进行全方位的设计包装,并同步展示到Facebook(脸书)、谷歌等五大社交平台,提升对外宣传效果。由资深外贸人士组成的出口专家委员会也会全程为企业提供咨询和辅导。

营口市政府副秘书长、辽宁自贸区营口片区管委会常务副主任张东说,希望自由贸易促进会能够把握机遇,将“一带一路”贸易平台

做大做强,引进有实力、有特色的重点企业,不断优化区域贸易结构,打造具有示范和带头效应的外贸转型升级示范基地;将“一带一路”贸易平台做优做特,“优”是生命线,“特”是铁饭碗,用现代思维、市场观念、科学手段打造出既“优”又“特”的金字招牌;将“一带一路”贸易平台做出“铁身板”,通过加强信用收集与评级、建立健全档案信息管理机制、构建风险预警体系等手段,积极构建全流程、多方位的风险管理体系。(郑阳)

促进市场化定价 满足个性化需求

汽车平行进口将实现持续规范发展

■ 本报记者 王曼

近日,商务部等七部委印发《关于进一步促进汽车平行进口发展的意见》(以下简称《意见》),旨在促进汽车平行进口持续规范发展。平行进口车是指未经品牌厂商授权,绕过总代理商、从产品原产地直接进口到国内销售的汽车。

“平行进口汽车可以说是主流市场的一个补充,最主要的好处是,会降低进口汽车的价格。”中国机电产品进出口商会汽车分会秘书长孙晓红在接受《中国贸易报》记者采访时表示,因为平行进口车无需品牌商授权,贸易商从海外市场购买并引入中国市场,可以实现多渠道拿货,品牌商的渠道垄断被打破后会极大促进进口车的市场化定价,同时也由于进口汽车的多元化,使得顾客的个性化需求能够得到满足。

据了解,我国于2014年10月开始平行进口汽车试点,先后有上

海、深圳、广东、福建、天津、新疆、宁波、大连等多个地区列入试点。2018年2月商务部表示将汽车平行进口试点地区范围在此基础上进行扩大,增加内蒙古、江苏、河南、湖南、广西、海南、重庆和青岛。至此,我国开展平行进口汽车试点地区增加到17个。

“总的来说,在政策的推动下,平行进口汽车得到了很好的发展,试点工作取得了积极的成效。2017年,平行进口汽车数量已经超过17万辆。目前,平行进口汽车主要集中于中高端汽车,汽车均价一般在60万元以上。随着我国消费升级,平行进口汽车市场潜力也会持续释放。”中国汽车流通协会进口车委员会主任王存表示。

据商务部数据,截至2019年7月底,各地试点企业累计平行进口汽车41.8万辆,剔除降税因素,大部分中高端车型价格下降15%以

上,部分超过30%,平行进口车型超过200款,其中50多款是国内没有的车型。

为落实国务院推进“放管服”改革要求,全面扩大试点成效,本次《意见》提出推进汽车平行进口工作常态化制度化。《意见》表示,对经国务院批复的汽车整车进口口岸,汽车整车年进口数量达到1000辆的,可在报备相关工作方案后,执行汽车平行进口相关政策,汽车平行进口工作实现常态化制度化。“该条意见表明,我国平行进口汽车正逐步从试点转向常态化,是一个新的提法。在我国汽车排放标准将实行‘国六’的背景下,《意见》的出台有利于稳定平行进口汽车企业的发展信心。”王存表示。

据了解,从7月1日开始我国部分地区正式对机动车实施“国六”排放标准,不符合“国六”标准排放的汽车将被禁止生产和销售

登记上牌。国内某汽车进出口有限公司负责人告诉记者,企业之前采购的车辆,包括美规、中东版、加版、欧规和墨版都不能达到“国六”的标准,从事平行进口汽车的企业发展也遇到一定的困难。“对企业来说,此时政策的出台,让我们感受到相关部门正在努力解决平行进口汽车发展可能面临的困难,给了我们继续发展的信心。”

而此外,《意见》还提出,允许探索设立平行进口汽车标准符合性整改场所。在风险可控、依法合规前提下,允许已开展汽车平行进口工作的有关省市在海关特殊监管区域内设立标准符合性整改场所,明确了整改场所设立的基本程序、整改项目范围,便利企业开展整改业务,降低企业经营成本,并要求有关地区切实加强整改场所监管。“这一程度上降低了平行进口汽车的门槛。”孙晓红表示,平

行进口车进入中国市场之前,若它不符合GB7258等国家安全技术标准,进行整改符合标准后,汽车便可申请3CC认证书,销往国内。

同时,《意见》还要求进一步提高汽车平行进口贸易便利化水平,加强平行进口汽车产品质量把控,规范平行进口汽车登记管理,强化试点企业监督管理,切实加强组织实施。

有业内人士强调,近年来,随着越来越多地区加入到平行进口汽车的行列中来,促使汽车的国外订购价格在上升,在国内的销售价格却在下降,因此,相比之前企业有较大的利润空间,目前平行进口汽车利润空间已经趋于比较合理的范围。为更好提升自身竞争力,企业可考虑到海外开设公司,公司直接在海外采购,同时在国内开设销售展厅,以此来最大化扩展利润空间。

阿里巴巴以数字化推动传统贸易变革

■ 本报记者 刘禹松

9月2日下午,阿里巴巴国际站员工工作区里,键盘的敲击声不绝于耳。来自阿里巴巴国际站市场部的员工们紧张地盯着眼前的大屏幕一刻也不敢松懈。屏幕上每一次数字跳动,都意味着交易额的再一次增长。当天,阿里巴巴国际站9月采购节正式开幕,汇聚了来自全球69个重点产业带、21个一级行业、数以万计的商家和产品。阿里巴巴提供的数据显示,活动开场仅2小时35分,成交金额便已突破去年首日全天。

据介绍,本次采购节期间,阿里巴巴国际站将为商家提供精准流量匹配、“新兴市场推广计划”以及金融支付、物流等方面的能力服务,而这也恰是阿里巴巴在“数字化重构跨境贸易”战略上的又一次实践。

阿里巴巴国际站相关负责人在接受《中国贸易报》记者采访时表示,所谓“数字化重构跨境贸易”战略,是指为线下的传统贸易提供线上化贸易增量,利用大数据为卖家提供确定性的商机和能力。包括从最初的信息撮合到最后物流线路上化,关、汇、税线上化以及支付能力线上化等,以实现跨境贸易双方更精准的匹配。“简单来说,就是要打造数字化的人、货、场+数字化履约+数字化金融支付体系为一体的一站式跨境贸易解决方案。”该负责人说。

据了解,为了解决企业在国际贸易中存在的难点和痛点,针对以往跨境贸易流程中存在的相关障碍,阿里巴巴国际站一直在努力打造数字化外贸商业操作系统,具体包括“数字化人、货、场”“数字化交易履约”以及“数字化信用体系”三个部分。

上述相关负责人向记者介绍,从2018年12月开始,阿里巴巴国际站就推出了“数字化出海”项目,从开源、提效、节流三大方面为国际站商家的跨境贸易进行数字化赋能,覆盖商家数量超过4.7万个。

据悉,阿里巴巴国际站数字化外贸操作系统是数字化新外贸的核心思路,也是阿里集团商业操作系统在跨境贸易领域的延伸和整合解决方案。在此之下,阿里巴巴国际站目前已经形成以“数字化人、货、场”为内环、“数字化履约服务”为外环、“数字化信用体系”为链接纽带的三大全新矩阵布局;并基于数字技术,通过搭建跨境贸易的各种基础设施和商家赋能体系,重构贸易链路,努力帮助买家与商家拥抱数字化时代,促进转型升级。

根据市场环境和商家需求的变化,阿里巴巴国际站在今年6月又推出了“数字化出海”二期项目,从帮助入驻商家开拓市场、寻找精准流量角度进行变革,完善履约和信用体系,针对中国的产业带跨境提供有针对性的数字化履约解决方案,并将数字化信用体系升级为数字化金融支付体系,以便让国际站商家更好地受益于数字化外贸操作系统带来的开源、节流和提效。

“我们正在努力为商家提供新的能力,通过对市场需求和对买家的观测,最近我们又增加了快速交易场景。”该负责人说。

阿里巴巴集团副总裁、阿里巴巴国际站联席总经理余涌介绍,“数字化人、货、场”可以为客户带来更多的商机,获取更多订单;“数字化履约服务”在支付、通关、物流等步骤层层加大数字化渗透,为客户带来低成本、高效率、确定性的服务体验;“数字化信用体系”则是保障外贸稳定性和确定性,解决中小企业因信息不对称造成的抗风险能力弱问题。

对此,有业内人士认为,数字化将成为未来跨境贸易的新趋势。“国家一直在倡导贸易的阳光化,而国际站也希望通过数字化的方式,将跨境电商外综服务这块的链条缩至最短,满足卖家的需求。”阿里巴巴相关负责人表示。