

# 多国热议经贸话题 期待合作

■ 本报记者 陈璐

“本届论坛涉及的主题广泛,未来科技、技术、商业、诚信、‘一带一路’、全球贸易的未来、媒体的运作、5G与中国东盟伙伴关系等热点话题都将大幅度地塑造亚洲地区商贸生活与未来,我们必须共同探讨,共同携手面对挑战。”马来西亚国际战略研究院(ISI)创办人兼主席、世界华人经济论坛主席谢泉勇在第11届世界华人经济论坛上表示。

## 加强交流 对话增进互信和理解

“多文化、多语言、多宗教的背景增加了马来西亚与国际社会接轨的方式与途径。马来西亚不仅是通往东盟国家的通道,也是华人世界与全球展开交流的窗口。”马来西亚卫生部副部长李文财指出,在互联网互通的新时代,我们应如何利用好现有的基础设施等打破贸易壁垒,比如关税、单边保护主义以及文化、教育壁垒,在论坛上,我们需要抓住机会,更多的交流,从而增进互信与理解。

李文财还指出,各国需要继续保持合作,移除障碍和挡在贸易之间的“墙”,在基础设施、技术、文化和教育等方面紧密合作以实现共享。

马来西亚银行有限公司全球业务主管、拿督慕扎法希山提出两点建议,一是对于金融机构而言,目前贸易形势不确定性下需要关注资产增长以及可持续发展能力;二是国家间需要进行更多的对话,尤其是政府部门与私营企业之间。

几内亚国家私营部门促进和国家竞争力主任班巴奥里亚诺称,中国与亚洲国家在合作过程中,会将部分外包业务设在非洲,这一过程中促进非洲港口与经济贸易特区的发展。当然,非洲也在着力促进发展,为促进各个非洲国家之间的贸易流通,从2003年开始推行电子签证等。此外,还着力促进旅游业,预计每年吸引逾12亿游客。

菲律宾经济特区管理局总干事卡里托·博·帕拉扎指出,菲律宾为外国投资者提供了便利的投资营商环境,这些经济特区正在向智能化、

绿色及环保转变。外国投资者会被邀请进入到各种不同的经济特区,比如垂直行业的经济特区是由多数IT中心相关的公司投资,横向经济特区则是多数工业企业的驻扎地,土地则由政府或私营企业所有。

## 成果颇丰 多国谈及优势投资领域

谈及印尼发展,数字化不可或缺。印尼工商会主任辛塔维杜达努瓦多指出,由阿里巴巴和软银的投资的tokopedia,是印尼最大的电商平台,其规模占到印尼经济的1.5%,并帮助17000多个群岛的中小型企业提供产品服务覆盖的问题。此外,大型独角兽企业Gojek的“两轮Uber服务”模式解决了印尼15%的失业情况,并带来当地从业人员收入44%的提升。

“印尼数字技术行业呈现爆炸性增长趋势,潜力巨大。”辛塔维杜达努瓦多表示,早期的初创公司都在零售和电商领域投资,但新印尼初创公司开始着眼金融科技领域。印尼有

2亿多人,仅有57%的人口有银行账户,数字钱包就瞄准了这个痛点。印尼电子钱包的使用增速较快。

“越南于2007年1月加入WTO,我也是见证了越南接轨世界经济体系过程中的成长。”越南VIM咨询顾问创办人兼主席张伟达指出,投资越南有几个优势:比如,政治、经济稳定,从加入WTO到现在,所有开放政策都接轨了WTO的条件跟承诺,GDP增长约为5.8%—6%,生产成本较低。此外,越南还有丰富的人力资源,外国投资者可享受三年或五年免税等优惠政策。

“哈萨克斯坦与中国开展了积极务实的合作,2014年底双方政府开启产能投资合作规划,在这一框架内,双方设立了多个投资项目,投资额达270多亿美元,现在,15个项目已经竣工。”哈萨克斯坦驻华代表阿曼泰表示,目前,哈萨克斯坦已设立了13个经济特区、22个工业园区,此外还有诸多优惠措施,我们在基础设施、工业、农业等多领域期待外国投资者的积极参与。

# 金融+文化 道阻且长

■ 本报记者 张海粟

当前,人们生活已经由物质幸福时代转向新幸福时代,比起物质,精神文化层面的充实感更能令人满足。“十三五”以来,我国更是高度重视发展文化产业,文化产业成为国民经济支柱性产业及重要的战略文化资源,文化产业成为国民

经济支柱性产业及重要的战略文化资源,文化产业成为国民“今年无疑是中国文化丰收年。”中国出版协会理事长、清华大学新闻与传播学院院长柳斌杰表示,新技术、新业态不断开发引导出来,通过新平台、新渠道得到传播,文化产业空前繁荣。同时在大众消费的带动下,文化产业增加值稳定增长,高于其他行业。未来消费将进入一个低利率时代或者负利率时代,金融面临出口的问题,文化产业无疑是一个好的合作领域。

但是,金融和文化始终走不到一起这个问题一直困扰着学界。尽管投入、支持和扶植的力度不小,但我国文化产业的发展仍处于相对初级阶段。同时,经营管理水平较低,发展方式粗放,总体效率和质量较低。因此,文化金融的发展也严重滞后。“金融是可以估值的,相对稳定,但文创的价值要到最后才能得到体现,双方缺乏共同的语言、逻辑和理念。”人保集团原副总裁王和表达了自己的看法。他建议,打造一个共同的朋友圈,比如打造金融文化产业联盟,制作公司、金融机构、科技企业共同推动影视金融发展,以影视金融为例,王和给出了自己设想的结构框架:建立专门的项目资金;分层管理,控制风险;分工合作,各为其位。

同时,以互联网、数字产业为主的新经济成分也开始赋能文化产业。“精神文化消费需求高速增长并且不存在天花板。”清华大学新闻与传播学院教授沈阳认为,文化产业呈现出年

轻量化、交互化、视频化的特征。比如知识付费,现在消费者愿意为好的产品付费,无论其内容大众还是小众。“以前都认为要弥补自身短板,但现在只要深挖自身的优势即可。”

但她也提到了文化产业在互联网、数字科技等引导下快速发展的问题,比如,不尊重文化规律,社会价值再高也会有风险,视觉中国事件就是一例。

她认为,文化金融应重视考虑文化安全,尊重意识形态,守住红线,跟上社会的发展,抵御资本的冲击,不断创新。此外,还必须遵循社会主义先进文化的规律,润物无声,贡献文化精品,同时体现社会主义市场经济规律,依靠商业模式激发文化创新创造活力。

“说到文化金融就离不开创业投资。”清科集团管理合伙人符星华提到,尽管对于“资本寒冬”众说纷纭,但2019年前三季度,行业新增规模翻了一番,股权投资市场募集总额8300亿元。她表示,文化产业投融资市场是文化金融深度融合的重要体现。资本赋能文创发展,新兴技术推动文创发展,产生了颠覆性变化。短短的一个小视频,活跃用户也可达千万。大文创领域持续投入重兵,如我国成立了数个文化科技消费基金,红杉、IDG、普华等投资额度不减。

当前金融改革为整个行业带来了新变化,创造了新机遇,但不可忽视金融对文化产业的支持依然有限,还面临诸多问题。文化金融属于产业金融的范畴,深入文化产业发展的各个环节,同时还具有鲜明的政策金融的特征,因此需要政府的积极引导,让文化项目、金融资本、金融机构等各方面的业务特征相适应。同时,金融资源进入文化产业的程度不深,应当结合文化产业的实际情况和发展需求,构建差异化的投融资政策支持体系,实现社会效益与经济效益双发展,文化产业发展生态与金融本身的业态实现有机融合,进一步提升文化产业在国民经济中的地位。

# 中印智库交流为两国发展出谋划策

■ 本报记者 陈璐

“国际架构呈现逐步弱化态势,其所带来不稳定性导致现有体系的脆弱。谁能够建立一个新的秩序?在旧秩序被破坏和新秩序建立之间,面临的不确定性,应如何解决与避免呢?”中国社科院亚太与全球战略研究院副院长叶海林在日前举行的第四届中印智库论坛上提出思考。

## 抓住机遇 积极参与国际治理

叶海林认为,国际体系建立的本质在于秩序,国际共识与多边协议作为秩序的支撑,解决各国所面临的挑战。但现在一些国家在挑战现有的国际秩序,维系世界秩序稳定性的体制面临瘫痪,国际治理能力与监管能力正在下降。中国与印度作为新兴经济体,应该有勇气将自身想法融入到世界秩序当中,抓住确定的因素发挥自身的力量。

“一些全球范围内的共识已经坍塌,我们要通过区域一体化去强化区域经济的发展。”《印度季刊》期刊编辑马杜·巴拉指出,但是区域一体化也面临着挑战,如各国都有优先发展项目、发展不平衡问题等。面对WTO失灵、新兴技术的快速发展,很多领域的监管处于真空状态。

“印中之间虽有不同之处,但双方也有很多共同利益。”印度发展中国家研究与信息中心教授莫汉蒂认为,在WTO当中,很多发展中国家利益是由印中两国代表的,目前,WTO已无法正常发挥作用,导致很多问题悬而未决。如何设立一个全球体系,让各国都能够积极地参与规则制定与治理成为焦点?因而,印中两国需要通过动态化、灵活的制度进行区域治理,也应积极发挥作用。

## 多领域合作 找准利益契合点

据了解,2018年中印两国贸易额达到955亿美元,是2000年的33倍。此外,中国长期保持印度第一大贸易伙伴的地位,印度也是中国在南亚的最大贸易伙伴。

对于中印两国如何进一步加强构建更紧密发展伙伴关系,中国社会科学院亚太与全球战略研究院教授孙西辉提出四点建议,一是加快两国的战略发展对接,找准利益契合点,促进共同发展。二是在推动两国项目合作,中印可重点推动铁路、产业园区等领域的合作,并探讨在新型城镇化、人力资源培训等领域的合作。三是在加强世界贸易组织改革方面,中印两国都提出了各自政策立场,可以进一步协调,加强合作,推动WTO争端解决机制的改革,提高运行效率,维护自由贸易,保障发展中国家的利益。四是进一步完善全球经济治理机制,中印两国可加强合作,在全球治理方面发挥更大作用,进一步提升新兴大国和发展中国家的国际话语权和代表性。

印度世界事务委员会研究员冈扬·辛格期待在中小企业、知识经济、环境治理领域加强合作。他指出,中国在中小企业领域的发展经验与印度不同,中国的中小企业占到总体经济60%、就业的80%以及税收的50%,这从侧面也证明了中国市场化程度非常高。因而,中国经验对印度非常有价值,我们可在借鉴的基础上,制定一系列适应印度的政策。

“印中在很多领域合作是相辅相成的。”印度工商联合会秘书长迪利普·切诺伊认为,两国应在数字经济、5G等领域进一步展开合作,协同开启新的篇章。



位于科威特南部沙漠腹地的阿祖尔炼油厂是中国“一带一路”倡议与科威特“2035国家愿景”相对接的重点工程之一,建成后将成为中东地区规模最大炼油厂。该项目合同额的一半以上由中国企业完成。新华社记者 聂云鹏 摄

# 企业应设流程防范海关认证风险

■ 本报记者 刘禹松 实习记者 刘若然

对进出口企业来说,海关认证工作并不陌生。在此过程中,企业对关务工作重视程度不高,相关人员配备不齐、身兼多职或者关务人员频繁更迭等弊病,令企业推动海关认证难度加大,风险增高。

“通过AEO认证需企业各有关部门通力合作,其中高级管理人员应亲自参与海关认证工作。”金杜律师事务所合伙人景云峰强调,海关信用体系的搭建,不光涉及到制度的搭建,也涉及到基础设施的建设,这些都需要高级管理人员站在公司未来发展的角度与各部门管理人员甚至公司高层有效沟通,统一安排。企业需配

备强大的团队,才能实现信用体系搭建并通过认证。

金杜律师事务所关务筹划顾问蒋睿馨表示,企业应从事前、事中、事后三方面进行风险防范。

事前,企业应建立健全公司日常的管理机制,可定期自行或聘请专业法律团队协助进行内审和一般/高级认证年度审核。若内审发现问题,可在专业顾问的指导下尽快排查原因,充分运用主动披露等政策红利,一旦发现存在违反海关监管规定的行为,主动向海关书面报告,妥善处理历史问题,降低对企业信

用等级的影响。

事中,随时准备应对海关现场认证,为了确保企业认证顺利通过,建议企业通关前,在海关专业律师或顾问的指导下,开展认证前演练,并从法律角度分析管理制度存在的风险,查缺补漏。虽然演练的内容未必与海关的理解或现场问题完全一致,但是多次演练可提高企业各个部门对海关认证制度统一认同的熟练度,规避不必要的风险。

企业在通过认证后,需要定期进行内审,确保进出口业务合法、合规性。海关内部有布控预警职能,若发现企业不满

足其监管要求,将会提出不定期重新认证企业的要求,届时企业需要面对的不仅是海关的下场检查,还可能面临降级处理。此外,海关认证后,建议企业根据海关扣分制度进行整改,完善自身管理制度。

若未通过认证,企业亦不必气馁,建议及时从海关认证过程中探求自身的管理弊端,制定针对性整改计划。同时,逐步着手搭建有效的进出口合规管理体系,建立合规模型,早日实现提高企业信用等级的目标,充分享受诚信守法便利等海关改革政策红利。

(穆青风)

# 消费者信任变现 传统银行面临“生死考”

■ 本报记者 刘禹松 实习记者 刘若然

贝恩公司近日发布的《2019年全球零售银行调查报告——传统银行如何走出业务流失困境》指出,在客户资源争夺战中,传统银行不仅面临原有竞争对手的压力,还面临来自金融科技和专业金融公司的威胁。随着成熟的大型科技公司纷纷加入战局,贝恩公司认为,传统银行亟待采取快速、有效的应对措施,从源头上阻止业务流失。

本次调查由贝恩公司与全球领先的第一方数据提供商Dynata共同开展,这也是贝恩公司第十次针对全球零售银行开展的年度调查。本次调查覆盖22个国家和地区,共计超过13.1万名零售银行客户。研究发现,数字渠道已经成为客户购买金融服务产品的首选方式。在不同国家,通过数字渠道购买的产品份额较2017年上升了2~16个百分点;数字渠道占总渠道的比例为18%~60%不等,其中英国排名第一,中国内地位列第三,数字渠道占50%以上。

调查还显示,如今的消费者,尤其是年轻一代消费者,在申请信用卡等特定商品时会频繁使用数字渠道,并且更愿意尝试如亚马逊、谷歌等科技公司提供的金融服务。在18~34岁的受访者中,75%的受访者表示愿意使用成熟科技公司的金融服务产品。在所有国家中,中国内地消费者对

科技公司金融产品的接受度最高,为89%。

贝恩公司发现,科技正在令消费者信任变现。近期,谷歌宣布计划最早于2020年开始向消费者提供支票账户,这将成为进军银行业的又一科技巨头公司。同时,一些专业金融公司也在积极迎合消费者转变的趋势,大力发展数字渠道和流程。在多数情况下,他们的客户忠诚度都高于传统银行。随着年轻消费者越来越青睐数字优先,甚至是全方位数字化的体验,传统银行必须改进数字渠道的界面和功能性,才能与竞争对手抗衡。

贝恩的研究认为,数字化体验和数字渠道的渗透为消费者提供了便利,但大多数传统银行在数字化体验建设上远远落后于领先的金融科技或科技巨头。在新兴市场,一些金融科技公司正在成为主流,例如中国的支付宝、微信支付、花呗、京东金融、蚂蚁财富,印度的Paytm,哥伦比亚的DaviPlata等。数据显示,70%的中国内地受访者在过去一年中使用过支付宝,而有75%的印度受访者使用过Paytm。

贝恩公司全球合伙人、大中华区金融服务业务资深领导欧文瀚(John Ott)表示,“传统银行如果不能及时通过技术手段提升客户体验和支撑性后台的运营流程来降低成本,业务流失只会越来越严

重。要留住客户,传统银行要致力于为客户打造无缝式的数字体验,在第一时间解决客户需求。”

本次报告中,贝恩公司首次使用净推荐值对标工具NPS Prism,用以追踪在数字平台特定交易中影响客户满意度的体验和环节,旨在为企业改善客户体验提供可行的分析意见。NPS Prism分析发现,通常客户与银行的第一数字化触点门槛较低,却能培养忠诚度更高的客户,例如客户申请新的信用卡。比如,一家美国大型银行的净推荐值调查显示,在数字渠道开始申请信用卡并成功完成申请的客户净推荐值为50分。然而不必要的人工干预可能会导致申请时间延长或产生错误,令客户满意度下降。当在数字渠道申请信用卡的客户被迫转到人工渠道后,净

推荐值从50分下跌至8分。

银行在制定数字化战略优先级时,至关重要是从令客户不满意的触点环节入手。贝恩研究认为,尽管客户在简单的交易业务中希望实现全面数字化,例如申请信用卡和开户,但在大型交易中他们仍倾向于人工服务,例如申请抵押贷款。因此,对银行来说,在努力推动客户使用数字渠道办理业务的同时,应在关键环节保留一些人服务,以提高客户交易信心和完成度。

欧文瀚表示,“传统银行想要避免客户流失,需要引导更多客户使用数字渠道。这能够帮助银行降低成本,从而可以利用更多资金开发出在价格上更有竞争力的产品;同时也需要通过简单便捷的数字化服务和运营在第一时间满足客户需求,全面提升客户体验。”

