

多项政策措施促进跨境电商发展

本报讯 近日,在国务院联防联控机制举行的稳外贸相关举措新闻发布会上,商务部部长助理任鸿斌在回答记者提问时介绍,为了促进跨境电商的发展,国务院出台了一系列政策措施支持企业发展,包括:

一是税收方面。对综试区内电子商务出口企业未取得有效进货凭证的货物,按规定试行增值税、消费税免税政策,同时落实企业所得税的核定征收办法,按照4%的最低应税所得税率征收所得税,解决了行业担忧因进项发票缺失而导致税负过重的问题。

二是监管方面。对具备条件的综试区所在的城市,纳入跨境电商零售进口的试点范围,即可开展保税备货业务,对进口的商品按照个人自用物品监管,在交易限额内适用优惠税率。

三是便利化方面。适用“简化归类 and 清单验放”,提高支付机构跨境外汇支付单笔交易限额,简化小微跨境电商货物贸易收支手续,优先增设国际邮件互换局等便利化措施。

据介绍,5年来,我国跨境电商取得积极成效,成为贸易高质量发展的新引擎、创新创业的新平台、对外开放的新通道。

(尚务)

让贸促精神在战“疫”中闪耀

■ 本报记者 谢雷鸣 胡心媛

贸促人在“疫”线

新冠肺炎疫情来势汹汹,疫情防控工作刻不容缓。面对突如其来的疫情,贸促人没有退缩,选择了担当和责任。在不同的岗位上,他们认真落实防控工作的要求,不顾个人安危,切实担负起工作职责,体现了“胸怀祖国,奉献贸促,笃行担当,追求卓越”的贸促精神。

全力守护精美印刷厂

作为贸促会的一家直属企业,北京精美印刷厂认真落实各级政府及上级主管部门对于防控工作的要求,有效应对新冠肺炎疫情影响,做好疫情防控工作,保障职工和租户的身体健康与生命安全。

秦刚是北京精美印刷厂的副总经理,疫情期间,他特别忙。春节期间,北京精美印刷厂成立新冠肺炎疫情防控工作领导小组。作为副组长,秦刚放弃假期休息时间,组织制定防控方案,第一时间赶到单位安排工作,布置防控人员到岗,设立登记本,指导体温监测,加强公共区域的消毒工作,张贴宣传资料,加强防控宣传。

面对防疫任务重、防控责任大的情况,秦刚担负起精美印刷厂的守护人。他第一时间了解职工状况,并统计上报上级和政府部门;第一时间奔赴大兴库房安排防疫工作,并送去防疫物资;第一时间给商务楼租户和出租的两家酒店传达疫情情况,做好安全防护,劝告租户选择延迟复工或在家办公。

疫情防控工作不允许有任何疏漏,为了职工和租户的身体健康,根据依法科学处置、联防联控、安全有效、规范有序原则,秦刚通过各种方式与所有租户签订了《疫情防控责任书》。为迎接租户的复工复产,秦刚组织编写了精美厂和租户职工疫情防控告知书,确保复工人员做好疫情防控 and 防护工作,防患于未然。

放弃休息时间的还有秦刚的工作团队。疫情期间,北京精美印刷厂疫情防控工作领导小组确保每天

有值班人员到岗,做好各项服务,为减少人员聚集,其余工作人员在家办公。

以细致入微的工作服务疫情防控大局

疫情期间,很多贸促人更加忙碌,崔绍辉也是其中一位。作为中展公司总裁办行政主管,他几乎每天都要忙到晚上八九点,每天工作时间常常超过12个小时。

春节放假期间,崔绍辉放弃个人休息和与家人团聚,主动承担起中国国际展览中心场所内的巡视检查工作。他全力展开疫情防控调度,协调安装防控设施,办公场所消毒,联系购买防疫用品,做好防控部署上传下达。为了细化各项管理,他起草并发布了中展公司办公场所抗疫情防控措施、中展公司关于加强疫情期间食堂和就餐管理的通知、中展公司防疫工作应急处理预案,督促文件交换室、隔离观察室及时配齐口罩、防护服、护目镜、体温计、消毒酒精等防护用品,并为部分密集居住的食堂员工协调解决了应急宿舍。

疫情防控,重在细节。依托中展公司干部职工每日体温检测机制,崔绍辉做好每日巡查工作。为保障轮岗职工的就餐安全,他每天都要到食堂检查防疫措施及消毒情况,确保疫情防控责任承诺书落到实处。

“统计每个部门的疫情防控情况,确实很细微、很繁琐。”崔绍辉说,为了掌握中展所有职工的健康与防疫情况,他利用电话、微信等方式反复核实、确认。由于涉及部门多、人员范围广,那段时间,他经常从早8点忙到晚9点,一干就是一整天,累到腿脚麻木,甚至站不起来。

尽管这个假期又忙又累,崔绍辉还是感到欣慰。他说:“家里人非常理解我、支持我的工作,这给了我很大的力量。”

正是有很多像崔绍辉这样不

辞辛劳、细致入微的工作者,才有整个防控工作的良好局面。“作为一名共产党员,我深感责任重大。”崔绍辉说。

舍小家为大家 做好保障工作不懈怠

做好疫情防控工作,是每一个贸促人义不容辞的责任。中国国际商会大厦物业外包经理兰荣同样感同身受。为了部署好商会大厦防疫工作,兰荣贯彻中央、北京市的政策和中国贸促会的工作要求,根据商会大厦的实际情况,与贸促会机关服务中心领导多次沟通,第一时间制定了商会大厦防疫方案,做到防控疫情与提升服务两手抓、两手硬。

兰荣与一线员工共同工作。他总是在工作中鼓励大家,生活中关心员工,给大家买口罩、改善伙食等。“顾大局”是别人对他的评价。他自己则说:“这是物业这个行业和我个人必须有的担当。”

疫情期间,有很多令他难忘和感动的事。“机关服务中心的领导千方百计给我们找口罩资源。”他说,“我们自己的员工,没有一个人退缩,没有一个人因为疫情不来上班,大家团结一心,展现了责任感和使命担当。”

兰荣常说,他不是一个人在战斗。“我们所有员工都冲在防疫一线,这两个多月的坚持,没有人退

缩,他们如同逆行的医护人员一样,同样值得致敬。”他说,自己只是战斗在疫情前线的一员,还有很多人和他一样坚守岗位,为提供更加优质的服务而努力。

特殊时期,有人冲在抗击疫情的第一线,也有人一直在为疫情时期的后勤工作默默付出。他们听从召唤,服从命令,迎难而上,不怕苦不怕累,舍小家,为大家。

贸促会机关食堂领班杨晶是一名湖北籍员工。今年春节,她放弃了回老家和家人团聚,一直在单位坚守岗位。在接受记者采访时,杨晶正忙着将午餐装进餐盒。“疫情期间,为了避免职工共同进餐带来感染风险,职工餐都是盒饭。我们每天统计三餐的用餐人数,提前把饭菜装入各部门餐箱,以此来减少人员的聚集和接触。”她介绍说,每天三餐要把饭菜分装饭盒,无形中增加了工作量,加之一些员工在老家没办法返回工作岗位,因此这期间的工作比较辛苦。据杨晶介绍,除了完成疫情时期职工的餐饮保障工作,她和团队还会每天做好食堂操作间和工作区的消毒工作,尤其是厨房下水道和垃圾残食桶的消毒工作,让职工吃上卫生饭、安全饭、放心饭。

“父亲有痛风病,我想春节期间回家看看他,可是因为疫情不能回去。我丈夫和孩子虽在北京,但疫情期间因为工作,我也照顾不了



4月12日,一列汽车专用运输车装载有250台商品汽车的国际货运列车驶入二连浩特铁路国际货车换轮库,更换列车转向架和车钩连接装置。据介绍,利用汽车专用运输车,通过更换列车转向架和车钩连接装置的方式,铁路货车可以直接出境,避免了汽车“一卸一装”的复杂程序,实现了汽车出口运输不换乘循环拉运,大大提高了汽车出口过境效率,汽车运输班列最快过境时间缩短至1天以内。

新华社记者 连振 摄

中贸时评

转变思路 促进外贸产品转内销

■ 本报特约评论员 秦夏

好发挥领先优势。

但也要看到,外贸产品转内销并非易事,无论是产品设计 with 制造的审美差异,生产线与产品规格的不同标准,再到产品营销、品牌的市场要求等,内外销市场都存在很大差异。因此,要想助推外贸企业加速实现产品的“出口转内销”,应对疫情背景下的困难和危机,就需要政策机制的完善、新型平台的搭建和企业的信心与努力。

首先,在政策机制层面,疫情冲击下的中国外贸,必须重新审视过往发展模式,下决心走高质量融合发展之路。中国外贸要朝着“新制造、重品牌、高附加、融内外”的全新思路,进行政策机制的完善和调整,要主动调整对传统的外部订单依赖式生产,改变对国内与国际市场采取不同生产、监管和产品标准,以及企业只重生产而轻视营销、品牌、研发等行为的粗放简单发展模式,尽快建立融合国内国外两个市场统一

标准的综合性政策举措,全面实施内外销产品“同线同标同质”工程,为外贸企业从过往仅有生产环节的单一状态,向真正意义上的“制造+贸易”型企业转型,提供更具力度的扶持政策。

其次,外贸产品加速内销还离不开平台建设。要鼓励国内大型电商平台主动与外贸企业开展合作。目前,阿里巴巴集团推出“春雷计划”,京东在针对中小企业的“春雨行动”中推出专项“外贸型商家扶持政策”,还要鼓励更多电商平台从金融保障、入驻服务、流量扶持等方面助力外贸企业开展出口转内销。要充分调动国内需求,还要借助各种形式的展会展销等线下模式,推介外贸企业的优质产品和管理能力,让国内消费者更多地了解外贸企业及其产品,促进外贸企业转换经营模式,探索内销之路,线上线下齐发力,销路一旦打开,内销产品不仅会让外贸企业活下去,也能为国内消

费升级提供更多活力。

最后,外贸产品加速内销更需要外贸企业行动起来。一要“外转内,换产品”,在过往生产品质不改变的前提下,更换产品形态,生产满足国内需求的适销对路的新产品。二要“重毛利,做长线”,改变过往外贸订单背景下赚差价、“一笔订单吃一年”的心态,降低短期获得高额利润的预期,在产品研发投入和客户培养上要有长期思维。三要“重客户数量,轻客户大小”,改变过往只求外贸订单越大越好的思路,重点内销的客户布局比客户大小更加重要,开拓客户的过程比立刻获得订单更加重要,保持与守法信用良好客户的交易通畅更加重要。四要做到“差异化经营”,内销市场竞争激烈,同样产品比品质、同样品质比特色、同样特色比品牌,这样才能稳定客户,把外贸订单中的消费端决定生产的模式,转到内销市场中,从而更好地拉动内需、满足内需。

中国贸促会在行动

助力企业有序开展防疫物资出口

■ 本报记者 王曼

当前,新冠肺炎疫情在全球多点暴发,做好医疗物资出口工作,是积极支持有关国家抗击疫情、深化疫情防控国际合作的重要举措。为此,中国政府对医疗物资的出口高度重视,呼吁出口企业组织口罩等医疗物资对外供应,以实际行动为全球防疫作出应有贡献。同时,中国政府一贯高度重视医疗物资质量安全,对相关产品实行严格管理。近日,中国贸促会贸易投资促进部和中国服务贸易协会共同主办了以医疗防护物资如何有效出口为主题的“全球化,在线起航”2020外贸企业出海论坛,邀请医疗物资领域专家、企业负责人共同开讲,与会嘉宾解读了如何有序开展医疗物资出口,共同应对全球公共卫生危机。来自各级商务主管部门、贸促系统、外贸企业代表等1500多人参加了此次论坛。

据商务部数据,截至4月8日,已经有58个国家(地区)以及4个国际组织与中国企业签署了医疗物资商业采购合同,有71个国家和10个国际组织正在与中国企业开展商业采购洽谈。此外,还有其他的国外采购商与中国企业通过各种渠道开展合作。根据中国海关统计,从3月1日到4月4日,中国出口主要防疫物资102亿元,主

要包括口罩约38.6亿只,防护服3752万件,红外测温仪241万件,呼吸机1.6万台,新冠病毒检测试剂284万盒,护目镜841万副。在疫情防控工作特殊时期,为进一步强化质量监管、规范出口秩序,3月31日,商务部会同海关总署、药监局发布了《关于有序开展医疗物资出口的公告》。

中国贸促会原副会长、中国服务贸易协会首席专家张伟表示,防疫物资出口企业要高度重视商务部会同海关总署、药监局发布的《关于有序开展医疗物资出口的公告》,该公告要求出口检测试剂、医用口罩、医用防护服、呼吸机、红外体温计等五类产品,必须取得我国药品监管部门相关资质,同时要符合进口国(地区)的质量标准要求;防疫物资出口企业要以诚信合规经营为根本,要知晓当前我国及各国在防疫物资进出口监管方面的严厉措施;海关要凭药品监督管理部门批准的医疗器械产品注册证书验放出口物资。张伟认为,新冠肺炎疫情将加速“互联网+医疗健康”发展,终端购药购药场景变化正在催生医药产业格局重构,并逐步进入数据时代。监管部门应加快推动“医”“药”“险”各领域信息化基建,全面提升管控水平。

(下转第2版)