

国际商情

美国成为瑞士的第二大原油供应国

瑞士国家广播电视台近日报道,在过去数月,美国已上升为瑞士的第二大原油供应国,仅次于尼日利亚。2021年上半年,瑞士的原油进口有44%来自尼日利亚,37%来自美国,17%来自利比亚。报道指出,美国原油的质量良好,能与非洲原油的质量相提并论。

乌将对82种进口原料和半成品实施零关税

乌兹别克斯坦报纸网近日消息,乌总统米尔济约耶夫于10月20日签署《关于进一步扩大竞争性产品生产的若干举措》总统令,决定2024年1月1日前对82种进口原料和半成品实施零关税。免征进口关税的原料和半成品包括:蓖麻油、石棉、氢氧化钠(烧碱)、染料、人造毛皮、人造蜡、纸和纸板、棉织物、亚麻纤维织物、电池、扬声器等,共计82种,相关产品清单和海关编码已公布在乌法律数据库官网。该总统令旨在落实乌总统今年8月与企业家对话期间承诺,支持本国生产企业扩大高附加值产品出口。此前,乌政府于10月7日出台内阁令,决定在2022年5月1日前对进口香蕉、苹果、菠萝、番石榴等水果免征关税。

进入越南的中国蔬果大幅增加

越南《工商报》近日报道,由于社会隔离的影响,越南国内蔬果销售困难,越南从中国进口的蔬果急剧增加。据越南海关总局公布的数据,越南果蔬协会初步测算,今年10月份越南果蔬进口额近1.307亿美元,同比增长17%。今年前10个月,越南蔬果进口额估计为12.01亿美元,同比增长14.7%。据越南果蔬协会统计,今年前9个月中国是越南最大的蔬果来源国,占市场份额近30%,进口额3.174亿美元,同比增长近32%。美国以近2.235亿美元位居第二,同比增长近1%。泰国曾连续多年位列越南蔬菜供应第一名,但如今已跌至第七位,进口额仅近3100万美元,同比下降45%。(本报综合整理)

备战双11:菜鸟网络为国货出海助力

■ 本报记者 刘禹松

一年一度的“双11”还未到来,相关的物流企业却已早早做起了准备。10月25日,记者获悉,今年“双11”期间,菜鸟网络将推出多项举措,在助力国内剁手党“买全球”的同时,也为国货“卖全球”提速。

服务上新 提速卖全球

备妥超过300架次包机运力、启动海外七大分拨中心……菜鸟网络相关负责人日前在接受采访时表示,今年“双11”期间,菜鸟网络推出的一系列举措在让商家享受优惠的同时,也努力让海外消费者的体验得到进一步的提升。

菜鸟副总裁助理、出口物流事业部总经理熊伟介绍,今年“双11”期间,菜鸟网络将启用超过300架次包机,助力中国跨境商家实现“国货出海”,载货能力预计将超过3万吨。以南美地区为例,包机数量已从去年“双11”前的一周3班增加到近期的每周7班,预计“双11”期间还将有大幅增长。

为确保包裹妥投时效,进一步提升海外消费者的购物体验,菜鸟全球包裹网络还将为跨境商家提供“晚必赔”保障。海外消费者购买带

有官方仓发标签的X日达订单时,能够看到包裹预计的送达时间。菜鸟网络承诺,如果未能在显示时间内送达,海外消费者将能获得相应赔付。

同时,菜鸟优选仓上线的履约全托管服务,还将支持出口电商货物的备货入仓、质检、贴码、组装、换箱等操作,更能够实现订单自动流转、物流快速履约和客服自动承接等服务。

出海品牌企业安克创新速卖通负责人臧洋表示:“从最初的保税仓到现在的优选仓、官方海外仓,商家只需把货交给平台仓库,后续的发货、清关、履约全部由菜鸟联合速卖通来完成,这为我们提供了更低成本、更高效率的跨境物流解决方案。”

长沙赛康进出口贸易有限公司速卖通运营负责人则表示:“优选仓给我们带来了很大帮助,其中最大的帮助是,店铺的上网率在90%提高到了99%;物流时效的提升,减少了物流的纠纷,增加了商家和客户间互动,商品评价数量增长快速,优选仓的活动也提升了新品、潜爆品的曝光率。”

此外,菜鸟网络的智能单也

将在今年“双11”期间覆盖全球50个国家,通过规模效应升级跨境包裹的物流时效,助力更多海外消费者“买得多,到得快”。

海外基建助力降成本

熊伟介绍,今年“双11”前,菜鸟全球包裹网络位于比利时列日、西班牙马德里、法国巴黎、德国不莱梅、意大利罗马、匈牙利布达佩斯、俄罗斯莫斯科的7个分拨中心也将正式启用。

以法国巴黎分拨中心为例,该中心占地面积近2万平方米,采用全自动化分拣模式及专业分拣设备,同时也使用自研智能分拨系统。预计分拣降本达到50%以上,能够日均处理跨境小包超20万件,跨境大包约3万件。

“目前西班牙、法国、德国和意大利四个分拨中心合计分拣能力的峰值约为每天50万包裹。而针对大型跨境包裹进行配置,峰值处理能力达到了每小时3000件。”熊伟说。

而在俄罗斯,菜鸟网络除建设分拨中心外,还建设了首公里、干线运输及区域配送网络等。分拨中心

上线后,菜鸟网络在当地的整体基建网络也将初步形成。

“以各国分拨中心为核心,通过卡车航班、落地配及自提柜自提点,菜鸟网络能在当地构建一张跨境包裹高效运输的派送网络,进一步优化跨境包裹运输的全链路。”熊伟说。

全球物流提升购物体验

比利时列日机场新闻发言人克里斯蒂安·德里库表示:“2017年,列日机场处理的电商包裹是30万个,现在已经增长到5.48亿个。”而据列日机场提供的数据,今年3月15日至4月7日,该机场从中国进口的物资数量增长了约40%。

“数字化的全球物流网络是跨境电商可以实现快速履约的关键。”熊伟介绍,以销往东欧的跨境包裹为例,包裹将完成揽收并集中运往郑州等机场,再飞抵布达佩斯,进入分拨中心完成分拣,通过菜鸟的欧洲航班运至周边国家,完成最后一公里配送。而布达佩斯分拨中心上线后,配合此前菜鸟开通直航货机航线及数字化通关系统,将进一步缩短物流时效,提升运作效率。

更高水平开放合作助力中国东盟经贸发展迎新机遇

第24次中国—东盟领导人会议10月26日以视频形式举行。中方在会上提出,中国和东盟将推进更高水平的区域经济一体化,并聚焦数字经济、绿色经济等新兴合作领域。这将进一步激发中国与东盟经贸发展潜力,助力双方合作迎来新机遇。

今年是中国—东盟贸易对话关系30周年,30年来,双方贸易合作持续升级,中国与东盟贸易规模30年间扩大了85倍。今年前三季度,中国与东盟的贸易保持增长势头,中国与东盟进出口4.08万亿美元,同比增长21.1%。东盟继续保持中国第一大贸易伙伴地位,占中国外贸总值的14.4%。

对于中国与东盟贸易快速增长的原因,中国国际经济交流中心经济研究所副部长刘向东分析说,30年来,中国与东盟经贸合作不断深化,特别是中国与东盟签订自贸协定,彼此加快互相开放市场,推动了区域内贸易投资自由化便利化发展。

自贸协定的制度性红利显而易见。据中方统计,中国—东盟自由贸易区建成11年来,双方之间90%以上货物可享受零关税待遇,中国东盟普惠进口占全部普惠进口的一半左右。

在此次会议上,中方提出将与东盟正式启动自贸区升级后续谈判联合可行性研究。

中国社会科学院亚太与全球战略研究院研究员沈铭辉说,推动升级现有自贸协定,可以提升贸易投资自由化便利化安排,有效降低市场制度性交易成本,加快推动区域经济一体化,为区域经贸合作注入更多动力与活力。

在商务部贸易经济合作研究院亚洲研究所副所长、研究员袁波看来,中国与东盟经贸合作不断扩大,还源自双方具有较雄厚的经济和资源互补性,区域合作的推进让彼此产业链供应链深度融合、互相依存。

会议还指出,中国和东盟国家要用好地理相邻、产业互补等优势,推进更高水平的区域经济一体化。数字经济、绿色经济等新兴领域将成为双方未来合作重点。

袁波说,疫情期间各国更关注数字经济的发展,且中国与东盟国家已建立数字经济伙伴关系,并着力推进数字丝绸之路建设,未来双方在数字经济领域会有较大合作空间。此外,中国在数字经济发展方面积累了丰富经验,也将更好地为东盟国家作出示范。

刘向东认为,中国与东盟在城镇化合作方面有巨大空间,未来可以进一步在智慧城市、生态城市、海绵城市等方面开展深度合作,加快培育新动能。

在沈铭辉看来,区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)的生效实施,将为中国与东盟合作注入新力量。“RCEP将进一步推动中国与东盟间产业链一体化发展,降低区域内贸易壁垒,促进跨境贸易和投资,为区域经济复苏注入新动力。”他说。

(于佳欣)



自贸港助力海南外贸强劲增长

■ 本报记者 王曼

在海南自贸港建设下,海南外贸呈现强劲增长趋势。海口海关数据显示,前三季度海南货物贸易进出口总值1013.5亿元人民币,超过去年全年总额,也是海南外贸历史上在单个自然年内首次突破千亿元,同比增长60.4%。其中,出口增长27.5%,进口增长74.4%。

“前三季度同比增速达60.4%,确实是一个比较亮眼的成绩,这也是海南对外开放水平提高、贸易自由化便利化程度提高的直接体现。海南自贸港建设以来,一系列优惠政策成为拉动外贸增长的新引擎。”中国南海研究院海南自贸港研究中心副主任蔡振伟表示,自去年7月1

日离岛免税新政实施以来,离岛免税购物火爆促消费品进口增长迅猛。前三季度,海南进口消费品涨幅超五成,有效拉动了外贸进口的增长;随着洋浦港启运退税、加注保税航油、洋浦保税港区加工增值等政策的落地实施,洋浦港的吞吐量不断攀升,各类航运要素加速集聚,一般贸易和加工贸易进出口均实现快速增长。

海口海关介绍,海南自贸港外贸快速增长,对外开放平台拉动作用明显,海关特殊监管区域进出口成倍增长。如在海南自贸港建设“样板间”洋浦保税港区,前三季度进出口增长28.3倍。海南自贸港也

不断赋能海南外贸“朋友圈”进一步扩大。数据显示,前三季度,海南与全球179个国家或地区有贸易往来,较去年同期增加了18个。

商务部研究院国际市场研究所副所长白明说,“随着海南自贸港的建设,海南营商环境不断优化,贸易自由化便利化程度也不断提高,海南的开放环境为企业开展业务创造了更好的条件,吸引全国很多企业入驻海南,海南外贸主体不断增多。同时,得益于海南自贸港的政策红利,企业在海南做生意也更加便利、高效。”

数据显示,海南外贸氛围日趋浓郁,民营企业蓬勃发展。前三季

度,海南新增备案外贸企业5831家,增长128%,其中民营企业进出口增长158.5%。

白明表示,支持海南自贸港建设政策的密集出台和不断落地让外贸企业看到了海南贸易发展的潜力。

去年11月,国家税务总局、财政部、海关总署联合印发《关于海南自由贸易港原辅料“零关税”政策的通知》,明确岛内企业进口用于生产自用、以“两头在外”模式进行生产加工活动或以“两头在外”模式进行服务贸易过程中所消耗的正面清单内的原辅料,免征进口关税、进口环节增值税和消费税。今年4月商务部等20个部门联合发布了《关于推

进海南自由贸易港贸易自由化便利化若干措施的通知》。专家表示,这些政策是满足海南自由贸易港建设需要,回应市场主体实际诉求,将大大提高海南的贸易自由化便利化水平,有利于推动海南自贸港贸易高质量发展。

蔡振伟对海南四季度外贸形势表示乐观。他说,随着自贸港早期政策安排加快落地实施,洋浦港、海口综合保税区的自贸总值将继续保持较高增速。特别是进入第四季度,海南进入传统的旅游旺季,游客数量有望得到明显提升,将有效拉动免税购物销售的增长,从而带动进口消费品的增长。

屡战屡败、屡败屡退、屡退屡转、屡转屡升：

吸管单项冠军的转型升级十六字诀

■ 楼仲平

一根吸管,在世人眼中门槛低、技术低、起点低、利润低,是典型的边缘产品。在二十几年前,吸管只能按吨、箱、大包卖,利润以毫和厘计。那时候,我也曾算过一笔账:一根吸管平均售价8厘钱,扣除原料、劳动力、设备折旧、物流等费用,最后的纯利润大约只有10%。也就是说,生产一根吸管我们只能赚8毫钱,也就是0.0008元。

因此,双童在创建最初的10年里,正是沿着这样以量取胜的思路,不断扩大规模,以规模换效益,很快成为了吸管行业的龙头。到了2000年前后,一个大客户几乎可以包下双童全年的销售,这让我不用满世界去找订单做。但没过多久我就发现,在以量取胜的道路上,竞争者的身影越来越多,外商拿着巨额订单,让中国厂商互相压价。这样一来,企业的利润空间不仅越来越小,而且丧失了主动权。

而在这个过程中,由于受到日本客户的影响,我坚持要将新厂房建造成高品质的标准化厂房。在相对高昂的成本压力下,双童在与同行的价格战中屡战屡败。久而久之,双童逐渐意识到这样做没有利润,也就顺其自然地把价格战的红海让给同行企业,退出了这场激烈残酷的竞争。这就是所谓的“屡战屡败,屡败屡退”。

退出价格战后,双童开始“屡退屡转、屡转屡升”的路途。在我看来,“转”就是差异化,形成错位竞争;“升”就是思维创新,以创新为主导,以知识为支撑,不断进行认知迭代,引导产业升级到产业链顶端。

2003年之后,双童开始转型,逐渐放弃了原先低价贴牌加工的大客户,同时提出了“两条腿走路”和“小客户原则”的理念,制定了国内外并重发展的战略,有选择地接受一些有合理利润的长期订单。于

是,双童逐步争取到了酒店、咖啡厅、KTV、快餐店、果汁连锁店等大量原来被忽视的小客户群体,这样一来,双童有效地降低了部分客户过于集中所带来的企业风险,从而牢牢掌握企业经营的主动权。

现在,不少人动不动就喊要创新,但创新到底是什么?我一直理解创新工作的本质在于思维创新,就是运用新的思维,将原有要素进行不断组合,打破“固有”创造“未有”。只有用创新思维去做产品、做事业,才能改变自己乃至整个企业的命运。

首先,我们把创新作为推动企业转型的变革方向。2005年双童发布了第一个五年发展规划,明确将“创新提升”作为首要工作,着力于产品研发和创新,以及产品品质精细化管理等工作。2011年9月,双童又提出了第二个五年发展规划,明确将“持续创新”作为主要工作,要提高新品产出、提高新品比

例,获取知识产权,进一步推动企业的创新工作。与此同时,双童成立了创新研发小组,建立了产品实验室,加大力度推动产品创新、技术改造和设备研发,形成了规范的创新研发工作流程,并以创新作为推动企业转型的变革方向。

其次,推动产品创新,积极参与标准制定。一根吸管在别人看来,薄薄的管壁,两头中空,简单得不能再简单,毫无技术含量可言。然而,在创新驱动下,双童却拥有了100多项专利,掌握了全球吸管行业近2/3的专利,并且主导着全球吸管行业的行业标准制定话语权。这就因为在大多数人没有意识到标准的重要性时,双童早在20多年前就意识到标准制定权和行业话语权的重要性。从1997年开始,双童先后主导起草了聚丙烯吹吸管的浙江标准、行业标准、国家标准、ISO国际标准等国家级标准的编制工作,从

而牢牢掌握住全球吸管行业发展的脉搏,获得了全球吸管产业的标准制定权和行业话语权。

最后,积极推动文化创新,将双童品牌传播至大江南北。一个好的品牌并不是完全靠广告砸出来的。我们培养文宣团队来运营自媒体项目,打造了创始人IP、团队IP、产品IP、文化IP等企业IP,通过多个自媒体平台对外传播企业文化,从而讲好企业的故事,将双童品牌传播至大江南北。

如今,双童通过“屡退屡转,屡转屡升”摆脱了原先薄利多销的粗放经营,以及大家对吸管行业“低、小、散、弱”的传统认知,促进吸管行业的产业链升级。也正是因为双童多年来不断的自我革命,不断提升企业国际竞争力,突破国际化发展瓶颈,从而让传统产业成功走向世界。(作者系义乌市双童日用品有限公司董事长)