

促外企参与补链强链 实现进口高质量发展

■ 本报记者 张凡

按一年计,第四届进博会累计意向成交707.2亿美元。6天取得这样的成绩,实属不易。这一方面显示了中国市场强劲的需求,也体现出外资企业加码布局中国市场的信心与决心。

“开放是当代中国的鲜明标识。中国巨大的市场潜力和开放诚意让外资企业看到更多机遇。礼来将在接下来5年间每年引进2至3款新药,在未来5年内有望将40种新药(含新适应症)引入中国。”礼来中国总裁兼总经理李礼文表示,礼来秉持“植根中国,造福中国”的理念,致力于成为中国医疗界的战略合作伙伴,为“健康中国2030”作出贡献。

嘉吉作为全球农业和食品领域的一家领军企业,在深耕中国市场的过程中也在持续发展和转型。嘉

吉亚太区总裁安博泰介绍说,嘉吉在中国市场上进出口业务都有,从某些方面来看进口业务更多,为中国这样一个巨大的消费市场提供更多的进口产品选择。

“因为中国人口数量巨大,所以通过进口可以满足整个市场的食品需求。未来,我们将加大针对中国本土需求的创新研发力度,把主要精力和能力投入到市场洞察方面,从而更好满足中国市场的需求。”安博泰说,中国消费者正在引领全球消费的新趋势。

在新冠肺炎疫情的冲击下,全球产业链和供应链面临更大风险,加之西方国家的贸易保护主义进一步抬头,都给外资企业的进口业务带来很大挑战。但中国经济增长稳定、新发展格局的提出,依然给外企

拓展中国市场带来新机遇。

海南大学“一带一路”研究院院长梁海明表示,外企可以充分利用国内外两个市场、两种资源,把握中国国内进一步深化对外开放的政策机遇,积极抢占自贸区、自贸港高地,通过进博会、广交会、服贸会等新型平台,来进一步提升进口,并以“一带一路”、RCEP等区域经贸合作为契机,优化国际业务布局,深化进口业务发展。

“在华外企在促进进口当中扮演重要角色。一方面是外企在满足自身生产经营过程中,需要进口原材料、零部件等中间品,另一方面,外企还可以起到桥梁和纽带的作用。”中国贸促会研究院副院长刘英奎说,一些全球性的跨国公司对中国市场动态比较了解,能够提供一些国际市场

供给信息和进口渠道。在他看来,外企不仅可以在零部件、原料进口方面获得支持,让进口更加便利,也可以专门拓展与进口相关的业务。

近年来全球数字化、信息化进程明显加快,尤其是疫情的到来,更加凸显了数字经济的优势,全球贸易正加速向数字化、智能化方向发展,跨境电商已成为拉动全球贸易增长的新动能。梁海明建议,未来外企可以增加科技投入,利用大数据、人工智能等科技手段,聚焦数字贸易、跨境电商、在线交易等重点领域,积极搭建跨境线上服务平台和场景,创新线上贸易产品,以数字化赋能跨境贸易,开创服务新模式,与中国的进出口企业共同开拓新的网上贸易平台和贸易新模式新业态,从而发挥出1+1>2的效应,实现合作共赢的目标。

刘英奎认为,做好促进进口工作需要外企的积极参与,除了要满足外企自身生产经营过程中的进口需要之外,还要充分调动外企积极融入双循环的积极性。这就要和外资企业建立一种经常性的沟通机制,充分发挥外企国际市场信息畅通、渠道广泛的优势,促进一些国内市场紧缺需求产品,尤其是消费品、机械设备、高技术产品的进口;还要用好外企国际联系广泛、国际产业布局熟悉的优势,有目标地让外企参与国内产业链、供应链的延伸和强链、补链工作,为我国打造一个更安全、更具韧性的产业链、供应链贡献力量,从而加快实现畅通双循环的目标。同时,也要善于利用外企的国际渠道,促进国内产品更好出口。

国际商情

中国产品占越南机械设备进口额逾5成

越南《海关在线》近日报道,截至11月15日,越南全国共进口机械设备、工具和零配件403.1亿美元,同比增长28.46%,净增89亿美元。上述产品的最大进口市场是中国、韩国和日本。而中国市场最大,占越南机械设备、工具和零配件进口总额的50%以上。自中国进口额也比第二大市场的韩国高出4倍,比第三大市场的日本高出近6倍。另一方面,越南机械设备、工具和零配件出口也强劲增长。截至11月15日,出口额达317.7亿美元,同比增长近41%,净增90亿美元。机械设备、工具及零配件集团以高增长率超越纺织品成为越南全国第三大出口商品(仅次于手机和电脑)。主要出口市场为美国、欧盟、中国、韩国等,其中,对美国、中国和欧盟市场的出口增长率较高。

韩国威士忌进口额激增70%多

韩国海关厅和酒类行业数据显示,今年前10个月,韩国威士忌进口额增长超过70%。是2014年以来首次同比增长。韩联社近日报道,今年1月至10月,威士忌进口额为9321万美元(约合5.9亿元人民币),同比增长73.1%。业内人士认为,威士忌进口增加缘于韩国新冠疫情期间在家饮酒人数增多。得益于韩国威士忌进口增加,国外威士忌制造商在韩子公司今年的业绩表现远好于以往。法国保乐力加集团韩国子公司2020财年营业额同比增长31.6%,营业利润猛增66.9%。英国帝亚吉欧酒业集团韩国子公司2020财年营业利润增长85%。(本报综合整理)

企业痛点就是政策重点

■ 曾金华

为企业纾困解难,除了减税降费,还应该从运用金融政策工具、缓解成本上涨压力、保障能源安全稳定供应、保障款项支付、扩大市场需求等方面打出“组合拳”。并且,要注重把各项政策措施落实到位,严防抵消政策红利的各种行为。

当前,经济出现新的下行压力,宏观政策如何应对?近期,一系列重要会议和政策文件聚焦这一问题。经过分析,笔者判断,以市场主体痛点作为宏观政策重点,精准有效扶助企业纾困解难,将是促进经济持续健康发展的关键。

自新冠肺炎疫情发生以来,财政、货币等宏观政策紧紧围绕“六稳”“六保”特别是保就业保民生保市场主体展开,推出一系列有力举措并取得显著成效。但近一段时间原材料价格上涨、需求不足、疫情多地散发等新情况,对市场主体健康发展产生不利影响,一些中小企业出现经营困难。宏观调控如何回应市场主体需求,及时推出助企纾困解难的政策工具,备受社会关注。

以往大量事实表明,企业只有减轻负担,才能积蓄应对市场种种考验的能量,更好地生存发展。财政政策方面,在减税降费已保持较大力度的基础上,国家近期又推出缓税政策,有利于增加企业现金流,体现了及时、精准调控。下一步,在落实好已有政策的同时,有必要加快研究出台新的组合式、阶段性减税降费措施,更好助力企业轻装上阵。

由于企业面临多方面困难,承担多方面成本,为其纾困解难还应注重综合施策。除了减税降费,还应该从运用金融政策工具、缓解成本上涨压力、保障能源安全稳定供应、保障款项支付、扩大市场需求等方面打出“组合拳”。国务院近日发出通知,从多方面部署加大对中小企业纾困帮扶力度,一系列政策针对企业的痛点、难点问题。比如,要求加强大宗商品监测预警,强化市场供需调节,严厉打击囤积居奇、哄抬价格等违法行为,有利于缓解中小企业成本压力。

帮助市场主体渡过难关,还要注重把各项政策措施落实到位,严防抵消政策红利的各种行为。国家出台了一系列纾困措施,需要各地各部门切实细化、落实,真正把政策落到每一个市场主体。近日发布的国务院第八次督查典型问题通报显示,部分地方和单位在减税降费助企纾困、深化“放管服”改革、优化营商环境等方面还存在薄弱环节或梗阻障碍。政策落实到位,市场主体发展不好,当地经济也就成为无源之水。为此,各地需要充分发挥政策红利,切实提高市场主体获得感。

临近岁末,宏观政策走向如何、跨周期调节有哪些举措,备受市场关注。财政、货币、产业、就业等宏观政策要聚焦保市场主体,特别是把中小微企业、个体工商户作为政策重点,在保持政策连续性的同时加大支持力度,稳定市场预期。市场主体具有活力,经济才会生机勃勃、行稳致远。



搭建服务平台 畅通进出口贸易

■ 本报记者 王曼 通讯员 朱婉芬

2021年4月,武汉阳逻港口服务有限公司首次通过江海联运直达运输方式在阳逻港完成了进口牛肉产品的通关手续。据了解,该批货物2月初从巴西桑托斯港起运,历经40余天的海运运输到达上海洋山港,而后经长江内河联运直达阳逻港进口肉类指定口岸,直接在阳逻港口岸完成清关查验入库,顺利打通大宗商品业务从国外产地直采、经江海联运直通“家门口”的贸易壁垒。

贸易壁垒的打通得益于武汉阳逻港口服务有限公司与中远海运、中外运长航等国际班轮公司开展紧密合作,连通从国外厂家直达阳逻港的定期水运航线。

“传统模式下,进口货物需要在码头内先落箱堆存等待办理通关与码头手续。此次进口冷冻肉类产品当天进关,当天就办理所有手续,大大降低了企业物流与时间成本,武汉新港海关高效便捷的服务赢得了海外客户的高度赞誉。”武汉阳逻港口服务有限公司相关负责人说。

作为华中贸易服务区运营单位,武汉阳逻港口服务有限公司近年来积极响应市委市政府“发挥行业龙头带动作用,吸引更多产业链

上下游企业集聚发展”的倡议,按照“边建设、边招商、边运营”的工作思路,在持续加大招商引力度度的同时,深耕进出口市场,积极拓展冷链、奶制品等大宗贸易。截至目前,该企业累计接洽客户1235家,已成功引进2家上市企业,达成初步意向253家,意向签约61家,2021年营收已突破20亿元,纳税额已突破2亿元。

据介绍,华中贸易服务区是全国第三批多式联运示范工程重要的

组成部分,建设内容主要是搭建供应链金融平台、跨境电商平台、大宗货物交易所平台、口岸服务平台、保税物流平台、企业孵化平台、会议会展平台及商业配套平台等八大平台,总建筑面积约30万平方米,项目建设的初衷就是以多式联运现代供应链基地为实体基础,通过仓储、物流、要素交易等服务引领实体产业集群,将以总部经济、港航服务、金融供应链、直播电商等新兴产业的导入开创新贸易模式。

经贸会客厅

UPS与中国企业分享世界

■ 本报记者 刘禹松

在前不久结束的中国国际进口博览会上,UPS以“智胜全球,绿绘未来”为主题,展示了智慧物流网络、数字化解决方案和可持续发展成果。这也是UPS连续参加的第四届进博会。近日,UPS中国区总裁蒋莺在接受《中国贸易报》记者专访时表示,作为一家全球领先的国际物流企业,该公司始终致力于深入了解中国用户的痛点和他们不断变化的需求,努力帮助更多中国企业在日益复杂的贸易环境中取得长远成功。

锚定需求 深耕中国市场

蒋莺表示,自加入WTO以来,中国对外贸易规模迅速攀升,已成为全球120多个国家最大的贸易合作伙伴。而近两年的新冠肺炎疫情加速了海外用户消费线上化的转变,跨境贸易在疫情之下迎来了新一波的市场红利。

“UPS深耕中国市场30余年。我们始终与中国本土企业,尤其是中小企业保持密切合作,及时了解他们的需求。我认为,在跨境贸易的蓬勃发展以及数字化转型的趋势下,中国本土企业如何在复杂多变的贸易环境中加强韧性、抓住政策红利的同时确保贸易合规是取得长期成功的关键。”

蒋莺告诉记者,凭借广泛的全球网络和领先的供应链管理,UPS善于应对不断变化的全球商业环境和市场。因此,能够为企业提供不同市场和细分行业有价值的洞察与见解,从而高效地支持他们“出海”。

研,以更好地了解中小企业发展电子商务的目标和面临的挑战。调研结果显示,中小企业迫切希望通过电子商务的形式向海外出口,而疫情也给中小企业带来了意想不到的挑战。

“我们在包括中国在内的整个亚太地区,举办了多场网络直播活动,为企业提供市场洞察和指导,帮助他们抓住政策更新带来的新机会。同时,还以专业的清关能力,帮助企业在抓住机遇的同时确保贸易合规。”蒋莺告诉记者,UPS智能报关管理系统EasyClear,是专为为客户处理“预申报”的在线工具,可为客户简化海关手续。UPS TradeAbility可为企业提供贸易合规指导,确保有效管理货物运输,防范风险,优化供应链。UPS World Easy Clear关务服务等多个智能管理工具有助于提高多个出口货物的海关申报灵活性,帮助企业保持竞争力,同时降低运营成本,增强供应链韧性。UPS物流专家根据企业实际情况,从网络、库存、运输及碳排放量四个维度分析其供应链优势,提供可配置的解决方案,帮助企业降低成本、提高效率和简化跨境运营流程。

蒋莺举例,为帮助客户抓住跨境电商电子商务的增长机会,UPS通过运营机会评估分析(OOR-Operational Opportunity Review)帮助中国领先的丝绸供应商太湖雪进行库存方面的分析与优化,提升仓库管理效率。这一服务从资金周转周期、仓库运营效率、库存管理、仓储面积利用和客户满意度五个角度对太湖雪进行详细分析。UPS与太湖雪历时4个多月完成此评估分析,为太湖雪量身定制了一系列的

解决方案,如仓库重新设计、库存优化、以及针对性的运输解决方案等。

“未来我们会持续优化智慧物流网络,不断创新,为国内外客户带来更多优质的物流解决方案,帮助他们降低成本、提高效率。”蒋莺说。

智慧物流 实现与全球互联

近年来,UPS始终不断提升智慧物流网络,提供数字化解决方案,帮助企业以更高效、更灵活、更低成本的方式参与竞争。

对此,蒋莺表示,从行业发展趋势来看,在物联网、AI、5G、大数据的驱动下,物流行业向着数字化、智能化转型发展。创新的智能物流解决方案,可以更好地帮助客户在复杂多变的贸易环境和数字化趋势中赢得成功。因此,UPS不断将技术创新应用到企业运营中,持续加大对智慧物流网络的投资,并推出更多智能解决方案,帮助企业促进数字化转型,从而以更方便、更灵活和低成本的优势参与市场竞争。

在蒋莺看来,随着中国经济的快速复苏,在多项强有力的国内外贸易政策支持下,进出口贸易和货运市场同步迎来集中爆发,在疫情冲击和全球经济增长放缓的艰难情况下,中国外贸进出口市场能够快速回稳、持续向好,这展现出了中国货运市场强大的韧性和综合竞争力。在未来,中国物流行业将迎来更大的增长空间。

他表示,根据“十四五”规划,“双循环政策”将在中国经济发展中发挥核心作用,这是一个双管齐下的发展战略,需要国内市场与国际市场相互促进,产生长期、可持续的消费模式,并有效对冲全球环境中

可能出现的外部冲击。据研究预测,“十四五”期间,中国对外贸易年均增长将达5%以上。

2021年2月,中国正式出台的《国家综合立体交通网规划纲要》,到2035年基本建成便捷顺畅、经济高效、绿色集约、智能先进、安全可靠的现代化高质量国家综合立体交通网,实现国际国内互联互通,全国主要城市立体通达、县级节点有效覆盖,支撑“全国123出行交通圈”(都市区1小时通勤、城市群2小时通达、全国主要城市3小时覆盖)和“全球123快货物流圈”(国内1天送达、周边国家2天送达、全球主要城市3天送达)。纲要与目标的达成很大程度上将促进中国与亚洲及欧洲之间的跨境贸易进一步增长。

此外,RCEP也将于明年1月1日正式生效。作为当前全球规模最大的自由贸易协定,RCEP涵盖了货物、服务和投资的各个行业,将成为推动航运业、物流公司和主要港口发展的强劲增长动力。

“中国快速发展的交通和物流基础设施已成为本土企业开拓国际互联互通和贸易新机遇的重要途径。因此,鼓励企业参与不断升级的物流系统和全球供应链将进一步支持国内消费的增长和电子商务的繁荣。”蒋莺说。

绿色责任 促进发展可持续

蒋莺向记者介绍,纵观全球,世界各国都在尽力把绿色物流的推广作为物流业发展的重点,积极开展绿色环保物流的专项技术研究,促进环保包装材料的广泛运用和开发,进行回收物流的理论研究和实践研讨,以及积极出台相应的绿色物流

政策和法规,努力为物流的绿色化和可持续发展奠定基础。

“2020年,中国宣布将在2030年达到碳达峰,到2060年实现碳中和。为了响应这一目标,国家邮政局制定了新的指导方针,为快递包装制定统一标准,以减少碳排放。10月14日,中国国家领导人在第二届联合国全球可持续交通大会上强调中国将坚持生态优先,实现绿色低碳。绿色发展、低碳转型已成为当今社会的重要议题。为此,UPS始终将可持续发展和企业社会责任作为首要任务。”他表示。

据了解,在UPS的企业文化中,让客户、合作伙伴和员工共同实现可持续发展目标非常重要。因此,UPS在中国实行“在中国、为中国”的环境、社会及公司治理(ESG)战略,与不同的合作伙伴进行合作,以实现一系列目标。2020年,UPS在广州新设了更节能的广州东操作中心。该中心组建了新能源车队,使用智慧能源,为客户如何更可持续地运营提供指导与建议。在UPS北京和西安操作网点,目前城市主城区内的运输车辆已实现全电动车覆盖。

除了在环保包装、新能源汽车和智慧能源领域以外,UPS也在其他地方取得了不错的进展,如用电子运单取代纸质运单,加大对节能项目的投资,探索全新的城市配送选择,为客户提供更大的灵活性,减少交通拥堵等。

“未来,我们会继续在环保包装、新能源汽车和智慧能源等多个领域取得进展,朝着物流行业的可持续发展迈进,朝着中国‘3060’碳排放目标迈进。”蒋莺说。