

提升企业自贸协定利用率——

# 让优惠条款看得见、学得会、用得顺

■ 本报记者 刘禹松

海关总署于今年1月发布的统计数据显示,2021年我国对RCEP其他14个成员国进出口12.07万亿元,增长18.1%,占我国外贸总值的30.9%。业内普遍认为,RCEP如期生效将为我国外贸企业带来更多宝贵的市场机遇,“蕴含着巨大的贸易创造力”。

根据商务部发布的统计数据,截至2021年底,我国共与26个国家和地区签署了19个自由贸易协定,自贸伙伴遍及亚洲、欧洲、拉丁美洲、大洋洲和非洲。然而,《中国贸易报》记者近期在对北京、江苏、浙江、湖北、广东等多个省市外贸企业采访时了解到,国内部分企业在利用包括RCEP在内的自贸协定的积极性等方面,依旧存在较大提升空间。

## 无利谁愿起早

房蓉是北京一家高科技企业外贸一部的负责人。截至目前,该公司的产品已远销亚洲、欧洲、北美洲的20多个国家和地区。她告诉记者,“运用自贸协定在货物贸易领域享受不同程度的关税减免,进出口企业需要通过申领区域性优惠原产地证书。这个证书是关税减免的重要法定凭证。”

可是,房蓉所在的公司每年向有关部门申请的区域性优惠原产地证书却并不多。“通常情况下,产品的进口关税主要由进口方企业负责承担。因此,优惠原产地证书也基本上是由进口方企业提出,我们才会申请。”在房蓉看来,区域性优惠原产地证书对于进口企业固然重要,但其申领流程对于出口企业来说目前还显得费时费力,甚至有些“麻烦”。

房蓉还说:“区域性优惠原产地证书的办理对出口方企业有非常明确的时间节点要求,办理过程需要准确填报货物的进出口路线等详细信息。对于公司推出的一些新品,在申报原产地证书前需要优先申报产品,产品申报通过以后才能申请

原产地证书。而在企业按要求提交所有材料后,还要等待签证部门将办理好的原产地证书邮寄回来,再快递给客户。”

“申请原产地证书与否对企业的利润并无直接影响。”在苏州从事了10多年外贸生意的一家纺织科技企业负责人海洋进一步解释说,“为了能够接单,多数出口企业,只要进口方提出要求,就一定会去申请。相反,如果企业可以不断接到订单,那是否为产品申请原产地证明也就显得没有那么重要。”

相较于国内本土企业,常年对接不同国家的跨国公司和外贸企业对于自贸协定的关注度和利用度明显更高。房蓉告诉记者,“韩国客户对优惠原产地证书的重视程度较高。与之相比,其他国家的客户对于优惠原产地证书的需求就显得没有那么强烈。”

中国贸促会原产地工作组专家、自贸协定广东服务中心副主任郑崇文说:“我们在与日本和韩国的在华企业的交流中,可以明显感受到他们对于RCEP的相关进展十分关注,对于其中的重点抓得很准。他们迫切地希望了解RCEP的生效会对自身在华发展产生怎样的影响。在更好地利用国际规则调整自身产业布局、提升已有供应链、明确销售市场定位等方面,外资企业和跨国企业表现出的敏锐性是国内不少外贸企业所不及的。”

## 非不为也是不知也

作为国内一家上市企业的相关负责人,广东富信科技股份有限公司副总裁洪云在接受记者采访时表示:“目前来看,企业对RCEP不积极的原因是部分外贸企业对新规则不够了解,尤其是不能体会这些规则会给企业带来什么,自己需要做什么。各地学习这些规则的专业机构也不够多,企业的自发学习能力也不够强,学习渠道较为稀缺,这

些因素共同导致部分企业很难对新规则的理解完全到位。加之政策的执行到位都要有一个时间过程,部分企业在这个相对缓慢的过程中不能很快看到成果,也会导致他们对新的事物不够积极。”

房蓉很同意这种评价,“以RCEP为例,截至去年12月,我们并没有参加过相关机构组织的有关培训。业务员对于政策相关的知识也是一知半解。”

RCEP相关政策在北京地区的宣讲进程,与企业反映的情况基本相符。《中国贸易报》记者于2021年底先后向全市多个部门发出询问,北京市商务局相关负责人在答复记者采访时表示,“我局基本不参与具体业务实施,这项工作主要是贸促会和海关负责。”北京市贸促会方面则表示,截至2021年12月24日,RCEP相关培训尚未开始。“下一步我们会开展这方面的人企调研,摸清需求后开展系列培训。”

与此相比,北京海关的宣传工作已经开展得有声有色。资料显示,2021年北京海关不断优化出口原产地证“海关集中审核,企业就近签证”的业务模式,通过智能审核、自助打印、预约办理、邮寄送达等一系列便利化措施,简化办事流程,提高通关效率。他们已经选取出口签证量大的企业作为“服务包”试点企业,设立原产地专项联络员,帮助企业解读原产地规则;有针对性地组织6轮线上线下RCEP政策宣讲会,参加企业达到1400余家。

只是,这样的力度依然难以满足外贸企业对于政策宣讲的迫切需求。“我们期待有关部门能够组织更多培训,让好的政策可以更加深入人心。”房蓉说。

## 以讲促用先用先得

事实上,2021年全国各地都已先后开始了RCEP相关政策的宣传活动。记者从中国贸促会系统了解

到,2021年广东省贸促会联合省内各地贸促会、商协会,先后在广州、珠海、汕头、江门等地开展自贸协定(含RCEP)专题培训10余场次,以线上线下相结合的方式培训企业代表数千人次,涵盖化妆品、塑胶、食品、水产、跨境电商等行业。此外,浙江省贸促会也将RCEP相关培训列入年度重点工作主题,全年累计举办各类相关培训达50余场。

可是,如此密集举办的政策宣讲,依旧难以实现对外贸企业的大面积覆盖。浙江省贸促会为记者提供的一份调研数据显示,截至2021年12月,在对全省1000余家外贸企业进行的问卷调查中,约有65%的企业没有参加过RCEP相关政策的培训。表示参与过相关政策培训的企业仅占回复问卷企业数量的约35%。

对此,浙江大华技术股份有限公司海外销售中心单证主管方剑霞在接受《中国贸易报》记者采访时表示,不论是区域优惠原产地证书还是自贸协定本身,都会受限于某些特定的领域或产品。而对出口企业来说,公司自身的业务规模、国际市场的政策环境、海外客户的具体要求、相关商品进口时的纳税额度等因素,都会影响到企业对自贸协定相关政策的使用热情。此外,相关证书获取的便捷性、出证机构的工作效率以及企业经营成本等条件,也是企业是否采用相关政策优惠的重要考量。“如果在这些方面不能满足自身需求,企业也可能会放弃有关证书的申请。”方剑霞说。

作为一名长期工作在培训一线的政策讲师,郑崇文告诉记者,目前的确有部分企业对于自贸协定及相关政策的应用缺乏重视,集中体现在对区域优惠原产地证书的申请较为被动。究其原因,一方面,这些企业对国际规则缺乏熟悉和了解,利用政策的难度相对较高或面临享受优惠需要付出较高经营成本等问

题。另一方面,在我国已经签定的自贸协定当中,部分优惠措施存在较长的过渡期,利好要看中长期。还有一些优惠举措存在软性条款,需要缔约各方继续商谈。因此,虽然我国自贸协定的应用情况整体向好,但让所有企业理解到位还需各方加强引导。面对疫情时代波诡云谲的国际形势,部分企业对自贸协定保持观望态度,也就不难理解。

“从我们与企业接触的情况来看,前来参加培训的外贸企业,对自贸协定已经有了一定的了解。那些原来就有关注和利用自贸协定的企业,对RCEP的优惠的政策——尤其是进出口方面的一些便利化、自由化举措——非常关注。”郑崇文说。

对此,中国贸促会专家委员会委员、对外经贸大学教授王健向记者表示,自贸协定的签定,目的在于促进国际贸易的发展,为企业提供更多的方便。但是,在具体落实的过程中,企业的行为很大程度上取决于相关政策对其生产经营产生多大影响。如果企业对相关政策带来的利好缺乏体会,很有可能会认为该政策与自身发展并无直接联系。”

## 用信息化利器打破使用瓶颈

在王健看来,当前的国际环境日新月异,全球新冠肺炎疫情尚未控制,贸易和投资结构正在发生改变。电子商务的渗透率逐步增加,使得全球市场深刻变化。处在各种不确定因素当中的外贸企业,基于原有业务的开展情况,对监管政策调整的敏感度也会受到影响。

对于已经生效的RCEP,王健表示:“RCEP的原产地证规则相对来说是比较复杂的。它涉及多个不同国家,每个国家都有相应的具体要求。单靠依靠人力的方式,很难完全掌握。为此,当前亟需通过信息化的方式打破这一瓶颈。目前,国外一些国家已经存在原产地证书

电子化传输的相关案例。这种方式在为企业提供便利化的同时,也将有助于提高RCEP政策的应用和推广。此外,在RCEP规则中新增的经核准出口商原产地声明模式,也极大改善企业对相关规则应用的便利化程度。只不过,这种模式如何更好运作,还需监管机构与企业更多磨合。”

记者从北京海关了解到,经核准出口商原产地声明模式,即由海关审核通过后,获得经核准出口商资格的企业可以自主签发原产地声明,与海关签发的原产地证书具有同等效力,可以享受相应的关税减让优惠待遇。

令人感到可喜的是,这样的尝试已经开始。1月12日,在SMC(中国)有限公司,一份由企业自主签发的原产地声明书被打印出来。这是RCEP协定生效以来,北京地区首份由经核准出口商自主签发的原产地声明。凭借这份原产地声明,该公司生产的一批价值20万美元的气压缸出口日本,可以享受零关税的优惠待遇。

“由于业务需要,我们每年都要办理出口原产地证书2000多份。在原有模式下,需要逐票向海关申请办理。”SMC(中国)有限公司总经理马清海拿着打印出来的原产地声明说。“现在,我们足不出户就能自主签发原产地声明,真的非常方便。”

“自贸协定可以为企业带来实实在在的优惠。尽管申请区域优惠原产地证书并不能直接提升单笔业务收益,但通过为进口方减免关税,可以极大提升出口企业在海外市场的竞争力。未来,我们会更多地了解相关政策,并在工作中主动向客户介绍和推荐。真正将这些好的政策用起来。”房蓉说。

“未来,我们也将陆续地为企业提供有针对性、个性化的培训和指导,帮助他们更好地享受到相关政策的红利。”郑崇文表示。

## 菜鸟为泰国快递企业打造自动化仓储

■ 本报记者 刘禹松

近日,菜鸟为泰国头部快递企业闪电达建成了东南亚地区规模最大的自动化仓储系统,帮助该公司在物流仓储领域快速建立起差异化的竞争能力。

泰国有近7000万消费人口,人均GDP达到7000多美元,是东南亚电商的重要市场。在当地,以Lazada和Shopee为代表的电商平台发展迅猛,Facebook的社交电商、Tiktok的直播电商也保持了高速增长。

但是,暴涨的电商交易量背后,却是低效率的物流系统,仓储环节成为其中的重要短板。

“泰国物流的整体水平,尤其是电商物流要比中国落后大概5到10年,只有部分大型的物流公司会用到一些半自动化的仓储系统,大多数中小型的库房都还是手工记账、无系统的一个管理模式。”泰国快递企业闪电达仓储经理韩磊表示。

如果赶上大促,中国消费者可以最快分钟级收件,而泰国消费者往往可能要等上一星期甚至更长的时间才能收到货。

作为当地单量最大的快递公司,闪电达在泰国拥有超过2000个网点,每天派送的单量超过200万,主要业务覆盖了东南亚大多数国家。

“许多客户希望我们除了提供快递服务之外,还能帮他们解决仓储问题。”在闪电达联合创始人兼COO狄玮杰看来,仓储自动化在提升物流效率的同时,也蕴含着巨大的市场。据Logistics IQ报告显示,2019年到2025年全球仓储自动化市场规模的复合年增长率将达到11.7%,2025年全球仓储自动化市场将达到270亿美元。在自动化程度极低的泰国物流行业,这将会一片看得见的蓝海。

2021年初,闪电达开始在中国寻找自动化改造的合作伙伴。该公司认为,中国每天需要处理几亿件的包裹,这样的经验、模式和技术水平,非常适合帮助东南亚的物流公司提升其能力。

闪电达希望借鉴中国比较先进的技术,比如AGV库内机器人的自动化拣选,构建快速的仓储和发货能力等。为此,闪电达对合作伙伴提出了要求:技术要先进且可靠,成本要够低。狄玮杰说:“物流这个生意的利润其实非常薄,如果方案的成本不够低的话,反而会造成非常大的负担。”

当年4月,菜鸟的自动化方案在竞标中胜出。“菜鸟的方案做不到每一个点都完美,但在整体的平衡性方面,我们认为最好的。”狄玮杰说。

据了解,菜鸟在仓库规划和设计中,应用了柔性自动化技术,让仓库的产能可以根据实际单量进行调整,以应对未来业务发展和扩张的需要。目前该仓库的日均能保持6000单的高额产出,大促时,日处理能力将可以快速提升到20000单。

以前每一次大促,闪电达都需要提前一个月临时部署上百名外包工人应对暴涨的单量。今年双11,闪电达第一次没有给仓库增加工人,只是多上了几台机器。

“仓库工人少了,管理成本也相应减少,效率则提高了,”仓库经理韩磊表示,“自动化让该仓库的产能翻了三倍。”

“让一个新的技术快速投入应用并产生回报,这是菜鸟为闪电达带来的核心价值。”菜鸟物流科技事业部总经理丁宏伟认为,自动化仓储系统的建立,可以帮助闪电达在东南亚的仓储物流领域快速建立起差异化的竞争实力,使其拥有先发优势。

而在过去的8年之中,菜鸟的物流科技已经伴随着自身的全球化进程,在世界各地的eHub、海外仓、分拨中心、末端配送网络等场景中落地并产生价值。丁宏伟说:“我们希望把自身对电商物流和科技应用的理解,逐渐输出给海外的合作伙伴。我们会始终坚定地推进科技出海,东南亚、欧洲都会是下一步的重点方向。”



## 记者观察

# 扩大新型实体企业群体畅通双循环

■ 本报记者 张凡

在我国数字经济如火如荼发展的当下,互联网等相关数字经济产业已经越来越像实体经济的模样。

去年,记者前往营口人力资源服务产业园调研时,看到这座原来是图书馆、档案馆、科技馆的老旧建筑正在焕发新活力。在3层和4层,分布着2200个BPO(商务流程外包)坐席,各区格子间坐满了为新浪、美团、小红书、VIPkid、Keep等互联网平台工作的年轻人。这使得该园区不仅成为见证当地数字经济发展的新地标,而且园区附近每天上下班交通堵塞也提醒着人们,互联网已成为人力资源密集型行业,似乎是具备了实体经济的一些因素。

财经作家吴晓波在2021年的年终秀中介绍的一组数据佐证了这个观点。他说,腾讯拥有员工9.4万人,阿里巴巴拥有员工25.5万人,京东拥有员工40万人,字节跳动拥有员工11万人,百度拥有员工4.1万人,滴滴拥有1.6万员工和在平台上工作的1300万网约车司机,美团拥有6万员工和平台上的950万外卖骑手。

与此同时,消费互联网产业在国内也趋于饱和状态,截至2021

年,中国网民人数超过10亿人,平均每人每天上网约5小时,电商平台获客成本居高不下。由此,互联网产业发展只有两条路:一是走全球化道路,二是发展产业互联网,与实体经济相融合。

正如我们所看到的,在当下的财经领域,除了“元宇宙”之外,“新型实体企业”这个词也被越来越多的人所熟知。去年,中国企业评价协会发布了《2021中国新型实体企业百强榜》。该榜单显示,华为、京东、京东方、小米、科大讯飞、大疆、北汽、伊利、洋河等一批企业上榜,涵盖了智能制造、信息技术、智能城市、智慧能源、智慧医疗等众多新兴产业领域,同时也包含了大量从传统行业向新兴产业领域成功转型的企业。

到底何谓新型实体企业?目前还没有准确的定义,业内人士也是仁者见仁、智者见智,但总离不开数字经济与实体经济融合这条主线。天津新华同力管理咨询有限公司董事长孙卫军的理解是,新型实体企业应该是同时具备“专精特新”与“企业生态化、业务智能化、员工创客化、客户社群化”两大特点的企业,“前一个特点体现了新型实体企业必须具备‘实体经济’的属性,后

一个特点体现了‘新型’的内涵。”

更重要的是,业内人士都达成了一个共识,即在全球经济格局发生剧变的当下,发展新型实体企业对我国迎接全球产业东移,构建双循环新发展格局至关重要。“十四五”规划中提出,坚持把发展经济着力点放在实体经济上,加快推进制造强国、质量强国建设,促进先进制造业和现代服务业深度融合,强化基础设施支撑引领作用,构建实体经济、科技创新、现代金融、人力资源协同发展的现代产业体系。

在这个发展过程中,新型实体企业大有可为。

“目前来看,我国新型实体企业群体的发展已经走到世界的前列。这与我国数字经济快速发展有关。在这股浪潮之中,大量的传统企业实现了数字化、智能化转型升级。”孙卫军以拾起卖科技集团为例,讲述了一家传统企业如何转型为新型实体企业。

在大多数人看来,资源回收是既传统又务实的一个行业,但目前我国提出的“双碳”目标给这个行业带来了一个巨大的发展空间。目前资源回收行业现状比较低效,很多因素限制了行业的发展和规模。在这家企

业看来,垃圾是放错地方的资源,也是唯一在快速增长的资源,解决好垃圾处理问题,每一个城市都将成为一座取之不尽的矿山。于是,拾起卖科技集团将互联网、物联网等先进技术引入传统再生资源行业,以“一城市一矿山”为战略目标,倾力打造从废弃物产生源头到资源循环利用者之间的完整供应链,提供再生资源供应链“向前一公里”和“向后一公里”的闭环解决方案,从而影响了整个循环产业。

“值得一提的是,新型实体企业不见得必须是龙头企业,一些中小企业也有潜力成为新型实体企业。因此,扩大新型实体企业群体,有利于加快构建新发展格局。”孙卫军说,培育新型实体企业总可分为三步:首先是鼓励企业走专精特新之路,加大科技创新支持力度,营造良好的营商环境,坚定企业发展实体经济的信心;在此基础上,再推动企业的生态化、业务智能化、员工创客化、客户社群化转型,夯实企业运营内外环境;最后,还需要新型实体企业在发展理念和管理模式、企业文化等方面有新的探索,以适应新发展格局的要求。

1月21日,江苏启东海工船舶工业园南通中集太平洋海工液罐生产车间一片繁忙。据了解,中集太平洋海工是一家中小型液化气船细分市场领域的领军企业,在全球市场占有率名列前茅。2021年,该公司交付量创历史新高,实现销售收入20多亿元。目前,该公司在手订单近30亿元。

中新社发 许丛军 摄