



攀“云”而上

外贸企业“比心”线上广交会

□ 本报记者 刘昕

服务:待之以诚,动之以精

为期10天的第128届广交会落下帷幕。从展前筹备、展中发力到展后冲刺,自始至终稳打稳扎的中国外贸人又一次交上了一份让世界侧目的答卷,用事实和行动证明了中国在世界市场中不可或缺的地位和角色。

这场突围之路与掘金之旅并行的旅程,让各地外贸企业收获满满也恋恋不舍。他们纷纷“比心”云上广交,更期待下一次的重逢。

这届广交会,富阳通力机械制造有限公司对展品的VR展示页面进行了优化。客户进入企业VR全景展厅点击展品即可360度全方位了解产品的特性,公司在广交会期间斩获了63万美元订单。

与今年6月首次“触网”相比,供需双方互动功能增强是包括通力在内的许多参展企业的感受。这份体验来自于第128届广交会为了更好地实现采购商“进得去、找得到、谈得起来”的目标,对云上平台进行全面完善升级的努力。

广东交易团收集到的企业反馈显示,广交会云平台实现参展商与采购商之间发送邀请函、展品配对推荐、互递名片、即时沟通、预约洽谈或查看意向订单,让供需双方更便捷地建立起贸易联系,促进了有效对接。

“2.0”升级版广交会以数字化形式向国际买家展示我们的产品,与上届广交会时“摸着石头过河”不同,展会便利性和企业参展水平都有了整体提升。”广东飞龙电器科技有限公司广交会参展负责人告诉记者,目前公司

已与南美、东南亚等地的10多家采购商进行了比较好的沟通,“感觉采购商询盘的数量和质量比前一届好很多”。

浙江飞恒进出口有限公司表示客户的需求和联系方式都很容易查询,企业能快速跟进;舟山凯芸圣诞玩具公司也表示本届广交会上浏览客户明显比前一届流量多很多,每天都有收到客户的询价邮件,电话以及线上沟通信息,客户询价的产品也更精准。

行动:突围之路,掘金之旅

在复杂严峻的世界经济形势和疫情防控常态化背景下,云端广交会的举办为广大外贸企业提供了新的“竞技场”舞台。

已有“ROSYTT”自有品牌在手的上海熙凡国际贸易有限公司拥有强大的研发能力,本届广交会上,企业自主研发的一款保暖功能非常强的羽绒服深受喜爱。该款产品公司也申请了今年的CF奖。广交会期间,每天从14时到22时的4-5场直播为企业吸引了不少新老客户。企业负责人告诉记者:“我们已经与20多个新老客户进行了洽谈,有的新客户甚至一谈就是两三个小时,其中一位老客

户看完直播后就下了2万多美元的订单,累计意向订单数达50多个。”

“比上届效果好”也是天津参展企业的感受。截至10月22日,天津交易团累计意向成交1.2亿美元。天津企业继续守住欧美市场,保证老客户不丢失,产品出口下滑可控,同时积极开发“一带一路”沿线目标市场,推出了多品类的适用产品。线上线下两手抓订单,力求将疫情影响降至最低。

通过加强产品研发设计、积极通过多种线上营销方式吸引客户,广州外贸企业整体反映订单回流,成交稳步上升,参展效果进一步提升。本届广交会上,轻工产品成交额首次超过机电商品成为广州代表团出口成交的主力军。美国和欧洲国家依然是广州最大的输出市场,“一带一路”沿线国家成交显著增加,占比26.38%。

辽宁参展企业迎合线上客户的口味和要求,在对产品的包装设计、生产等作出相应调整后,感觉本届广交会上比上届有很大进步。他们说:“线上举办广交会是企业重新审视新形势下自身问题进而改进的好机会。疫情过后,如果广交会为实体展形式,希望能够同时保留线上参展,双管齐下,锦上添花。”

两次“云游记”参展企业收获丰

□ 本报记者 晏澜菲

第128届广交会完美收官。再次上云的广交会经过多方面的完善,日渐走向成熟。无惧疫情,接连两次“踏云”而来,广交会“中国外贸晴雨表”的重要作用愈发凸显。升级各项平台功能,助力企业开拓新兴市场,不收取参展费用,降低企业参会成本,不少企业在本届广交会上收获颇丰,不仅实现了企业的转型发展,还重振了企业的发展信心。

作为国货品牌参展企业,广东省外贸开发有限公司在经历了上届广交会踏云出海后,逐步积累线上展会的管理经验,在上届实践经验的基础上总结、调整、改进,丰富产品线,拓宽营销渠道,线上线下顺利融合,在此届广交会

上完成了自身的“华丽转型”。

“在展品的选择上,我们根据疫情带来的市场变化,重点推荐了符合当下环境和需求的热销产品,如增强体质的体育用品类、宅家经济条件下的家电和餐厨类产品等。这些产品上线后都获得较多关注,占据询盘榜单前列。”公司相关负责人告诉记者,公司从视觉营销的角度,侧重详情页设计的专业性,在直播内容的策划上下功夫,提升了展示质量和效果。展前预热按照开展前3天、1天、1小时的节奏进行,引导客户来直播间和产品页面。

谈及感受,该负责人难掩兴奋:“广交会开展后,我们每天创建线上直播间100个左右,6天时间就实现累计直播时长超8万分钟,累计观看量近5000人次。6天的询盘数量相比前一届广交会

10天询盘数量实现了翻倍,令公司上下备受鼓舞。”

参加线上广交会,实现自我提升的还有浙江吉铭实业有限公司。“我们主营摩托车,产品90%左右出口到东南亚国家,上一届广交会,我们有不到100万美元的交易额。别看交易额不大,但咨询的人很多,为我们带来了不少潜在客户。”公司总经理助理潘小浩说。

正是因为这样的经验,让公司看到了网络平台带来的机遇。潘小浩直言:“线上广交会为公司带来了新的营销模式和增长点。经过前一届广交会的洗礼,直播带货已成为公司的常态。在练好内功的同时,我们也在考虑平台的拓展,增大网上销售的比例。”

为落实党中央、国务院关于助企纾困、减费降负有关要求,第128届广交会

延续了网上举办期间不向企业收取参展费用,也不向参与同步活动的跨境电商平台收取任何费用的政策。这一政策的延续让不少期待开拓国际市场、提振信心的企业轻松了不少,来自四川凉山地区的马边金玉春茶叶有限公司就是其中之一。

“一直以来,广交会都对来自贫困地区的参展企业免收展位费。但今年不收取任何费用,让我们感触更深。”公司副总经理冯敬告诉记者,零成本参会让企业轻松不少,前一届广交会积累的经验更是让企业对销售新渠道有了更多的想法。今年2月,马边实现“脱贫摘帽”。作为当地扶贫企业,金玉春茶叶有限公司更是抢抓广交会提供的拓市场新机遇,让茶叶成为当地人致富的“金叶子”。

背靠大循环 发力双循环

出口加工区新动力激发新活力

□ 本报记者 汤莉

背靠国内大循环,发力国内国际双循环,出口加工区等原本以出口为导向的园区正焕发新的活力。

近年来,受国际市场持续低迷和“逆全球化”思潮影响,部分出口加工区区内企业的出口订单下滑,产能闲置,园区发展面临挑战。与此同时,国内居民消费能力和消费水平不断提升,中高端产品受众日益壮大。探索加深区内经济与国内市场的联系,充分挖掘国内市场机遇,成为不少出口加工区的转型发展选择。

今年前三季度,大连海尔电冰箱有限公司实现委内加工产值3.66亿元,出口产值5.45亿元,总货值同比增长25%。

这家位于大连出口加工区的企业,在园区主管海关大连海关所属金普海关联合区内企业以国内国际市场“双轮驱动”推动出口加工区优化升级的探索中颇为受益。

“公司自2001年入驻园区,此前,出口业务稳步向好。但最近几年,原有出口市场发展开始放缓。就在企业发展遭遇瓶颈的关键时刻,海关总署出台了‘委内加工’

政策。2017年8月,金普海关、区管委会邀请企业赴上海、厦门学习考察,并在最短的时间内打通了委内加工业务通道。经过2018年的产品结构调整及线体改造准备,公司于2019年实现了产品迭代和企业发展升级,全年生产各类冰箱约60万台,产值突破10亿元。”大连海尔电冰箱有限公司总经理董志勋介绍道。

董志勋所说的“委内加工”是海关在特殊监管区域内的业务创新,它突破了以往区内企业只能承接境外加工业务的限制,使区内企业能够利用剩余产能承接境内区外的委托加工业务,有助于企业提高生产效率,有效分摊固定设备成本与人工成本,在开拓国内市场的同时,进一步提升产品的国际市场竞争力。

“今年二季度,海尔立式冷柜在日本的市场占有率首次超过三菱,成为日本市场的季度销量冠军。”董志勋感慨,公司国际市场份额的逆势提升,正是得益于国内国际“两条腿走路”的战略布局。

据了解,目前,大连出口加工区已有12家企业开展委内加工业务。今年,金普海关进一步推出了“合格保证+验证+质量

低成本助推 原油进口价减量增

□ 本报记者 刘叶琳

今年前三季度,中国原油进口数量与去年同期相比有所增长,进口金额与去年同期相比有所下降。海关统计显示,今年1-9月,中国原油进口数量为41600.2万吨,比去年同期增长12.7%;原油进口金额为9579.9亿元,比去年同期减少21.1%。

海关数据显示,今年9月份,中国原油进口数量为4848.2万吨,环比增长2%,同比增长17.55%。今年前三季度,中国原油进口量较去年大幅增长,突破了有记录以来原油进口的纪录。

“国内经济的持续稳定复苏促使石油需求快速增长,导致原油进口量增加。受国际原油价格影响,进口利润扩大提振市场积极性,带动原油进口量明显增加。另外,随着低价原油的不断输入,中国炼厂利润不断扩大。在利益的驱使下,各加工炼厂不断扩大产能,这也成为原油进口量增加的核心推动因素。”隆众资讯分析师刘红香表示。

“今年,由于OPEC减产一度中止、疫情蔓延等原因,国际原油价格大幅下跌。中国是世界上最大的原油进口国,较低的油价有利于降低原油进口成本,因此原油进口量有所增加。”金联创原油分析师韩正己表示,随着中国扩大经济开放以及经济发展的需求,原油进口的增加也势在必行。

“今年以来,中国从54个国家或地区进口原油,中东、西非、俄罗斯和南美洲依然是中国原油进口的四大来源区域,这一结构没有发生变化。与2019年排名不同的是,俄罗斯以1%的优势再次位居第一,沙特阿拉伯位居第二,安哥拉是中国在非洲第一大进口来源国,在中国进口占比中地位相对稳定。”刘红香表示,随着伊朗、委内瑞拉出口受制,中国炼厂对于挪威、马来西亚原油的青睐度不断提升,进口占比已跃居前十位。前十大进口来源国中,增幅较为明显的是挪威和马来西亚原油。

展望四季度,中国原油进口将呈现怎样的走势?对此,韩正己预计四季度中国原油进口将保持稳中有增的形势。

“这是由于当前中国国内疫情影响较轻,原油需求不会出现明显下降。但考虑到当前原油价格已经自低点反弹,原油进口成本会出现一定的增加。”韩正己表示。

刘红香同样认为,四季度的中国原油进口量或许还会保持增长趋势,主要基于中国炼厂原油库存呈下降趋势,港口原油船滞港现象得到缓解。同时,中国炼厂将增加明年1月份到货的原油采购,这将促使中国在11月初之前开始进口更多原油。

“中国—印度尼西亚原产地电子信息交换系统”已于10月15日起正式运行。中国与印度尼西亚之间可实时传输(中国—东盟全面经济合作框架协议)以下简称《中国东盟框架协议》)项下原产地证书和流动证明电子数据。藉此,双方在自由贸易协定项下的货物合规通关将进一步便利。

印度尼西亚作为中国—东盟自贸区的重要成员,与中国的进出口贸易呈逐年增长趋

柯玛进出口有限公司业务员姚林坤介绍:“实现原产地电子信息实时交换后就不会再因为证书真伪进行退证查询,这让我们外贸人的心里更踏实了。”

在进口方面,企业也能享受便利。中艺编织品进出口有限公司港务部经理刘晓峰告诉记者,公司长期从印度尼西亚进口椰壳纤维。“电子信息交换系统运行前,我们需要国外客户将纸质原产地证书寄给我们,并在公司、货

中国—印度尼西亚原产地电子信息实现联网

数据实时传输为通关惠企再提速

□ 本报记者 刘昕

势。原产地电子信息交换系统运行后,双方可实时传输优惠原产地数据等信息,进一步促进企业通关便利,确保货物监管有效。

10月15日当日,青岛海关下属黄岛海关为青岛澳柯玛进出口有限公司对印度尼西亚出口的一批冰柜签发了中国—东盟自贸协定原产地证书。这是上述系统正式运行后,青岛海关签发的该项下首份原产地证书。

“以往,印度尼西亚海关对企业提交的自贸协定原产地证书退证查询比较多。被退证查询后,需要企业通过国内海关向印度尼西亚海关证明证书的真伪等情况后才能适用优惠的协定税率,不仅增加了国外客户的清关费用,而且容易出现拒惠问题。国外客户往往要把这部分成本和损失转嫁给我们。”据青岛澳

代、报关行之间往来传递,原产地证书的单据准备时间约在一周左右,而且还需要支付相应的国际间快递费用。而电子信息联网后,企业就不再需要国外客户邮寄原产地证书,只要录入原产地证书号即能够享受关税优惠,真是省时、省力又省钱。”

不仅如此,电子联网在让企业享受到原产地证书准备零待时、节省快递费用的同时,还避免了因证书邮寄丢失、延迟以及国外签发证书不规范导致的货物滞港等一系列问题。

据统计,今年前三季度,青岛海关共为1.52万批出口印度尼西亚货物签发自贸协定原产地证书,惠惠中国—东盟自贸协定的进出口货物价值100.75亿元,在中国和印度尼西亚进口通关环节享受税款减免达7.43亿元。