

支持新业态快速发展 降低汇率波动风险

跨境人民币结算“升级”

□ 本报记者 吴 力

新业态作为稳外贸的新动能,得到的金融支持正在增多。继3月商务部办公厅印发《关于用好服务贸易创新发展引导基金支持贸易新业态新模式发展的通知》之后,中国人民银行近日印发《关于支持外贸新业态跨境人民币结算的通知》,旨在采取务实举措支持银行和支付机构更好服务外贸新业态发展。

受访业内人士认为,支持外贸新业态跨境人民币结算有助于外贸新业态新模式加快发展,为稳外贸注入新动能,也将促使人民币通过新业态新模式新渠道加快国际化步伐。

破解外贸新业态发展痛点

据了解,《通知》所涉及的市场交易主体包括跨境电商、市场采购贸易、海外仓和外贸综合服务企业等外贸新业态经营者,以及购买商品或服务的消费者。1月7日-22日,《通知》公开征求意见。近日正式印发后,《通知》将从7月21日起施行。

《通知》的发布将给上述各类外贸新业态发展带来新机遇。以跨境电商为例,网经社电子商务研究中心跨境电商部主任张周平在接受国际商报记者采访时表示,跨

境电商行业收结汇一直是企业的痛点之一。因海外消费者支付的是美元等外币,企业在回款时需要兑换,这之间就有汇率变化等带来的相关风险和利润的压缩。而跨境人民币结算将有利于跨境电商企业降低因收结汇带来的相关风险及损失,也将有利于企业进行更加规范的操作。

从《通知》的主要内容来看,主要包括四个方面:一是加大对外贸新业态的支持力度,完善跨境电商等外贸新业态跨境人民币业务相关政策;二是将支付机构跨境业务办理范围由货物贸易、服务贸易拓展

至经常项下;三是明确银行、支付机构等相关业务主体展业和备案要求;四是明确业务真实性审核、反洗钱、反恐怖融资、反逃税以及数据报送等要求,压实银行与支付机构展业责任,防控业务风险。

对此,招商证券宏观分析师马瑞超表示,在当前稳经济背景下,加大力度支持外贸新业态发展有助于推动外贸保稳提质。《通知》中的相关举措,一是可以更好地支持外贸新业态新模式发展,更好应对各类支付结算风险;二是可以降低汇率波动给企业带来的不利影响,对稳外贸发挥重要作用。

目前,外贸新业态新模式发展迅速,已经成为稳外贸的重要力量。商务部数据显示,2021年中国跨境电商进出口规模达1.98万亿元,5年增长近10倍;市场采购贸易规模6年增长5倍,2021年出口额再创历史新高。此外,2021年外贸综合服务企业超过1500家,海外仓数量超过2000个,加工贸易保税维修项目已建成130多个。

中国贸促会研究院副院长赵萍在接受国际商报记者采访时表示,外贸新业态新模式蓬勃发展的背后,尤其在新冠肺炎疫情全球

蔓延的影响下成为稳外贸的重要新动能,发挥着越来越重要的作用。完善外贸新业态新模式的政策体系和产业配套有利于对外贸整体提质升级起到积极的促进作用。

惠企红利渐次落地

“目前,多数跨境电商小微企业的外贸收款仍以美元、欧元、日元为主。随着这些外币汇率波动加大,他们不得不承受更高的结汇损失风险。”一位跨境支付服务企业的相关负责人表示,近期多国货币汇率大幅波动,在结汇时跨境电商企业的利润会被吞噬。

对于《通知》的发布,业内人士认为,当前,不仅外贸新业态快速发展对跨境人民币结算的需求大幅增加,而且随着美联储货币政策超常规收缩,作为国际储备货币之一的人民币可以一定程度上填补美元回流造成的市场空缺。“因此,这对推动使用人民币结算是一个比较好的时机,也有利于推动人民币加快国际化步伐。”

张周平表示,使用人民币结算对跨境电商发展有着重要作用。如支付结算的相

关复杂流程和中间环节可以减少;资金的安全性可以得到更有效保障,可以更好地规避汇率波动风险,产生降本增效等多重效果。

目前,已有跨境电商企业受益于人民币结算。中国人民银行深圳市中心支行最新发布的数据显示,截至5月末,深圳辖内银行及支付机构累计办理跨境电商人民币结算业务5323.7亿元,惠及跨境电商企业8.1万家。

与此同时,张周平也认为,目前对提供跨境人民币结算的机构仍有一定的门槛要求,短期内可能无法满足所有跨境企业的需求。《通知》实施后,相信将这一局面有望得到有效改变。

一名银行业人士表示,以前银行的跨境贸易收付款系统主要面向大型外贸企业,对跨境电商等外贸小微企业的高频、小额、碎片化业务特点还不适应,而且银行与第三方支付机构在外贸新业态跨境人民币结算业务等领域的合作不够畅通。《通知》的实施或将扩大银行与支付机构技术合作的空间,可以更好地推出惠企服务,支持跨境电商等新业态发展。

各地出实招 消费市场暖意渐浓

(上接1版)

《广东省进一步促进消费若干措施》提出,将设立3000万元“有奖发票”资金,围绕零售、餐饮、文旅、住宿、体育等领域,科学制定奖励办法,在全省范围内根据发票金额开展“有奖发票”活动,提升市场消费活力。

“从5月份的消费数据与高频消费数据来看,当前消费市场的运行的确得到了显著的改善。其中除疫情防控形势持续向好、上海等地全面复工复产复商复市等因素的影响之外,促消费政策也起到了重要作用。”星图金融研究院高级研究员付一夫在接受国际商报记者采访时表示,各地系列促消费政策不仅通过发放消费券、减税补贴等方式提振了消费需求,也对供给端和流通端存在的问题提出了针对性的解决方案,从而促进了消费的回暖。

促消费需进一步挖潜

促消费政策效应持续释放,从长期看促消费还需从哪些方面着力?

付一夫表示,在促消费过程中,当务之急是要稳就业。“就业涉及千家万户的生计和发展,是百姓的财富之源。只有工作岗位稳定,百姓的收入来源才能稳定,对未来的预期才能得到改善,继而更有动力去开展各项经济

生产活动或者通过消费来享受生活。”

付一夫进一步说,从宏观数据上看,近几个月的城镇调查失业率的确有回升之势,这显然会影响消费的进一步回暖。为此,需要从稳定中小微企业着手,通过减税降费、发放补贴、减少裁员、加大金融支持力度等来稳定中小微企业的运行。

“此外,还应该高效统筹疫情防控与经济社会发展之间的关系,精准施策,抓难点疏堵点,确保物流运行畅通,从而确保消费市场的畅通循环。”付一夫说道。

国务院发展研究中心市场经济研究所研究员陈丽芬在接受国际商报记者采访时也提到,推动消费有序恢复发展,还需进一步打通生产、分配、流通和消费全链条。同时,巩固消费大盘,仍需进一步挖掘消费的新增长点。如在疫情防控常态化的背景下,短途游、周边游等“周末微度假”逆势增长。大力发展“周末消费”不仅能帮助人们顺利度过与疫情防控同步成长的心理康复期,且对延长消费链条、壮大消费市场、激发消费活力和提振消费信心都具有重要作用。

这有业内人士提出,发放消费券、数字人民币红包等短时间内虽能提振消费,但长期还需要财政、金融政策相配合。同时,还需要保护生产主体和市场主体,只有这样才能增强其信心,进而推动一系列重大基础设施项目建设等。

中国吸收外资稳定增长的势头没有改变

(上接1版)

商务部研究院对外投资合作研究所副研究员王是业在接受国际商报记者采访时表示,目前来看,要继续统筹疫情防控和经济社会发展,实施更加精准有效的防控措施,为各类企业营造良好的生产运行条件,保障国内和跨境物流畅通高效,营造稳定便利的经营环境。完善与在华外国商协会、外资企业的常态化交流机制,及时解决外资企业在华营商便利等问题。落实扎实稳住经济一揽子政策措施,稳妥有序加大对包括外资企业在内的各类企业税收、金融支持力度,通过扩大政府财政支出、实施宽松信贷政策等方式稳定和扩大市场需求,持续保持和提升中国市场对外资的吸引力。加快修订《鼓励外商投资产业目录》,引导外资更多投向先进制造、科技创新等领域以及中西部和东北地区,支持外商投资设立高新技术研发中心等。

高技术制造业引力不断增强

引资稳定增长的同时,中国实际使用外资的质量也在显著提高。值得一提的是,前5个月高技术制造业实际使用外资增长32.9%。

近日,商务部国际贸易经济合作研究院在第三届跨国公司领导人青岛峰会上发布《跨国公司在中国:全球供应链重塑中的再选择》研究报告。报告指出,近年来,随着中国推动制造业转型升级,跨国公司在中国制造

业领域投资呈现出从中低加工制造业向高技术制造业拓展,从低技术、低附加值生产环节向高技术、高附加值生产环节转变的趋势。

报告统计显示,2017年至2021年,中国高技术制造业实际使用外资金额从98.9亿美元增长至120.6亿美元,占制造业实际使用外资金额的比重从29.5%提升到35.8%,提高了6.3个百分点。其中,2021年,电子工业专用设备制造、通用仪器仪表制造等高技术制造业利用外资呈现快速增长势头,实际使用外资金额分别比2020年增长了2倍和64.9%。

中国是制造大国,正在迈向制造强国,下一步该如何加大对制造业,尤其是高技术制造业吸引外资的支持力度?

王是业表示,长期来看,制造业特别是高技术制造业吸引外商投资的关键在于中国对高端制造产品的市场需求、高质量的科技人才队伍和雄厚的科技实力以及上下游产业的技术升级。因此,要持续扩大就业,完善分配机制,确保广大民众收入水平稳步提升,保持旺盛的市场需求,增强对外资的吸引力。同时,要完善各层次科技人才培养,建立更加规范有效的科研激励措施,全面提升中国科学研究能力和各行业的科技创新水平,让科技成为中国集聚全球资本的重要竞争力。此外,要通过出台优惠税收和采购政策等方式鼓励各类企业开展技术研发投入和科技改造升级,全面提升中国各类产业整体技术水平,为外资高端制造企业进入中国创造良好的产业生态。

扬帆出海

中国智能制造需技术品牌两“翼”齐飞

《领英智能制造数据洞察报告》显示,随着AI技术的普及,全球智能制造市场将在未来10年保持快速增长。预计2021-2028年年均复合增长率为12.4%,全球智能制造市场规模也将在2028年达到5900万亿美元。

工信部数字化赋能专家辛玉军表示,在此背景下,中国智能制造产业呈现出七大发展趋势:一是企业高层对智能制造和数字化转型的战略非常清晰;二是企业内部的数字化、网络化的能力大幅提升;三是强化数据资产知识库模型建设;四是着重整个生产过程智能化建设,推进企业精准化、精细化、精益化和精细化管理;五是数据和机理模型在质量管理中深度应用;六是数据集成化加强;七是中国智能制造的快速发展带来人才的海量需求。

“构建出海新格局,中国智能制造产业也拥有四大优势:一是成本优势,且有完备的产业体系;二是集成应用创新优势,同时具备快速迭代能力;三是定制化

能力强;四是效率优势。”辛玉军说。

领英中国营销解决方案事业部总经理蔡晓丹也表示,近几年,中国智能制造产业,在包括3D打印机、工业机器人在内的垂直细分领域,表现非常亮眼。“这些企业从之前的劳动密集型或是资本密集型的产品出口,已向技术驱动和品牌先导转变。”

蔡晓丹进一步指出,从目标市场来看,中国智能制造企业的出海先发地已从亚非拉转向欧美等传统市场和印度、巴西等新兴市场。这也从侧面体现出中国智能制造企业已经不再以“低价格+高产能”的优势组合主打市场,而是通过技术和实力的突破和创新,形成了“一流的制造水平+具有竞争力的科技水平”的特点。过去几年,中国智能制造企业在国际上树立起良好口碑,整体国际竞争力得到了很好的提升。

在珞石机器人海外销售总监王毓看来,品牌国际化是企业开拓海外市场的一个重点。“一方面,品牌作为一种无

形资产,其特有的价值能够帮助企业在国际化进程中减弱进入新市场的阻力,实现品牌先行的发展策略;另一方面,目前完成从中国制造向中国创造的转变,还需要依靠更多品牌的力量来推动。”

同时,艾利特机器人全球市场及海外销售负责人任怡认为,企业在出海过程中通常会面临三大挑战:一是在海外布局上,即企业在当地的布局以及招聘相关人才会遇到很多困难,如法律知识储备不全面、风险评估的难点以及合规上的要求;二是在软实力的提升上,即需要在内部进行一个系统的升级,包括供应链、品质质检、售后等;三是是否具备敏锐的洞察力,即从销售和市场的角度去看,要知道如何进行市场定位、如何寻找客户以及寻找怎样的合作伙伴。

“基于此,企业开设海外分部除了要具备硬实力(技术、产能、服务)外,还需要人才等软实力作为支撑,并根据市场情况调整销售思路、渠道管理思路。”任怡说道。

人才为基

中国智能制造企业出海征途更顺畅

“中国智能制造企业征战海外市场时人才战略至关重要。”领英中国人才解决方案事业部总经理王茜直言。由于对人才发展战略的忽视,中国智能制造出海企业面临很多挑战,走了很多弯路。

首先,在人才整体发展战略中,尤其在供需关系不平衡的情况下,单纯地追求速度,短期内可能有效果,但会损伤企业中长期海外人才战略;其次,中国企业出海习惯于优先外派中国团队走出去,欠缺“本地化”企业软实力和品牌的打造;最后,企业要考虑文化和价值观的差异性。在出海的过程中,中国企业既要看到整个智能制造产业的迅猛发展,也要看到全球人才的供需关系,更重要的是调整好自己,以融入的心态进入充满更多机会的国际市场。

零一创投投资副总裁陶洋峰亦表示,不管是对早期初创公司还是规模较

大的公司,出海业务的本地化很重要。但当前,国内企业“走出去”的第一步往往是让中国团队做“先行军”。“但在推进全球化人才战略的过程中,如何发展本地化的员工、如何搭配团队、如何真正将公司的文化价值观进行传递这三点对企业征战海外市场非常重要。”

“很多企业出海时会将目光只放在海外,其实国内团队(比如海外交付和售前解决方案方面)对海外的支持也非常重要。”快仓合伙人兼人力资源副总裁徐凤娇举例称,快仓会定期从国内派出一部分人到海外带教,以达成海外当地团队和国内派驻团队之间的相互赋能、互补。然后,通过持续地培养迭代升级,在未来形成一套属于自己的完整的人才发展体系。

徐凤娇还提到,从长远发展来看,随着越来越多的中国智能制造企业加入出

海大军,“全球化思考,本地化运营”的行为方式越来越受到推崇。“找到适合自身的品牌运营逻辑和人才发展战略,日益成为智能制造出海企业的关键决胜要素。”

“中国企业要有拿下海外市场的决心,同时也要有深耕海外市场的耐心。”王茜表示,从人才角度看,要关注“数据驱动、整体规划、文化融入”。“以前中国企业出海更多的是看市场的匹配程度,以及当地优惠的财政税务制度。现在,企业需要借助数据和智能化的手段去看清当地的人才状况。与此同时,对企业来说,竞争的本质不全是产品和技术的竞争,最终是人才的竞争,所以企业需要制定完备的人才发展战略。此外,企业要想留住人才,文化融入至关重要,这包含方方面面,比如当地的法律法规、薪酬制度,以及新的领导方式等。”

(本专题撰稿 本报记者 魏 桥)