



无纸化通关惠及企业

本报记者 王轶辰



伴随着全球化和信息技术的进步,通关作业无纸化已成为世界发达国家海关的通行做法。在我国外贸进出口形势不容乐观的大背景下,通关作业无纸化改革提升了企业通关效率,降低了企业运营、通关成本,无疑是促进外贸稳定增长的一项有效抓手。

上海浦江海关通过一年试点,取得了一定成绩,也发现了不少问题,特别是改革步入深水区,更需要拿出迎难而上的勇气,积极稳妥地推进通关无纸化向着预定的目标发展。

当然,无纸化通关毕竟还是一个新事物,还需要在扩大试点的基础上,不断加强对企业实际问题的关注与研究,进一步完善各项改革举措,切实提高通关无纸化整体效能,更好地服务于外向型经济发展

位倾斜,快的背后更是监管效能的优化。上海海关监管通关处通关规范科科长时刚表示:“报关厅并不是越大越好,原来我们是橄榄型,有限的人力全部挤压在中间通关环节,效率低下;如今是哑铃型,更多的人力得以释放到风险更高的前后端环节,监管更加有的放矢。”

“单证电子化后,通过电子数据共享,海关各岗位共同开展风险分析,监管重点更加突出,关员布控也更为精准。”上海海关监管通关处副处长沈洪祺说。

从去年8月1日试点通关作业无纸化以来,上海海关累计放行无纸化报关单已突破410万票,日均单量超过3万份,单日峰值3.82万份,通关无纸化报关单总量及日单量均列全国首位。

企业:从怀疑到获益

“从去年8月到今年8月,心情是不一样的。”在浦江海关通关作业无纸化改革试点一周年会议上,易奥报关公司老总一句话道出了很多企业的感受。

像多数改革一样,通关无纸化试点进程也并非一帆风顺。单证形式从纸质向电子的转变带来的是海关在作业流程、各环节配套措施、信息共享手段、处置反馈方式等一系列环节的调整,对企业的固有操作流程也是不小的冲击。一开始,不少企业心存顾虑。

“对于无纸化改革公司一度很忐忑,因为这些年来公司早已形成属于自己的、固有的报关流程和操作模式。”盛大报关公司总经理何牧告诉记者,一旦换成无纸化,稍有操作不当就可能降低公司的报关质量,从而影响公司在客户中的口碑。

在适应了通关无纸化的过程后,何牧表示“获益匪浅”。通关无纸化可以真正做到24小时全天候通关,低风险、高资信企

业的单证基本1分钟左右可以收到放行回执,从接单到实货放行,报关公司半小时以内就可以完成全部工作,不用花大量人力去装订纸质报关单证,也不用派人频繁往返公司和海关之间。

“一份报关材料平均12页,极端情况下最多的随附单证可达到1000页。但在通关作业无纸化改革流程中,所有报关单及随附的纸质单证都转变为电子数据,通过互联网就可以完成申报、通关的全过程。”上海美设国际货运有限公司报关单证中心副总经理陈红表示,这比原先节省了超过半天的时间,公司可以多增加出货的量,达交率会更高。

提高企业通关效率的同时,无纸化改革也大大降低了企业成本,增加了企业核心竞争力。“以洋山港提前报关模式下的出口货物为例,海关物流监控信息平台显示,由于改革有效提升了通关效率,带来因无报关信息而进入卡口待检区等候或落箱的货物下降近20%,节省了企业物流成本。”奚晓军说。

体验到了无纸化的便利,企业参与热情越来越高,从改革初期的6家AA类企业,发展至今已有近13万家B类及以上企业签订无纸化协议,其中关区95%的A类及AA类企业都已签约。



图为通关作业无纸化专窗

消费电子谋求新优势

黄鑫

在日前召开的2013年数字世界亚洲博览会上,各种新奇的消费电子产品让人目不暇接。因为更先进的技术出现或成熟,消费电子正在经历新一轮的产品更新期。

新品的不断涌现,离不开技术的推动,当然如何满足消费者需求也是厂商创新的动因。但在很多消费电子的更新换代中,技术驱动的分量要远远大于消费者需求驱动。这在智能手机从单核到双核、双核到四核的频繁升级过程中表现得尤为明显。由厂商主导、技术驱动的消费电子产品更新换代给很多消费者的感觉是太快了,以至于出现了消费的疲态,如果让消费者仅仅为了一点性能上的提升就多掏腰包,变得不那么容易了。因此,消费电子要回归其“消费”的本质,就要更加关注消费者真正的需求是什么。

只靠硬件比拼、过度渲染技术参数的消费电子产品模式正在变得过时,对用户体验的关注成为主流厂商的普遍诉求。为什么同样是四核加大屏的组合,国产智能手机价格虽低但还是卖不过价格高出很多的国外品牌,这绝非简单的性能和硬件比拼。可以说,外表的硬件容易复制,但内容和服务才是每个厂商能够屹立不倒的真正因素。

从消费者的偏好来看,也在发生着改变。过去人们可能更关注产品单体功能,但随着物联网、云计算、大数据等新兴技术崛起以及信息应用深度融入人们生活和工作的方方面面,越来越多的消费者更关注通过实物消费能给他们带来哪些服务,逐渐转向整合的信息消费。比如对智能电视的关注焦点,不在于它到底多智能,而是其背后有多少内容资源支持。只有那些能更好地融合多种技术,满足人们信息化生活需求、丰富信息化内容的产品,才能在市场上立足更稳、更久。

在这种需求推动下,消费电子厂商必须学会“软硬兼施”,即软件和硬件协同。目前,越来越多的软件企业投入大量资源来做硬件支持,比如谷歌收购摩托罗拉,微软收购诺基亚,或者和硬件厂商结成“同盟”,或者自己直接推出硬件,这无疑将给消费者带来更多更有趣的消费电子产品。

重新点燃用户消费热情,既要在内容资源上下功夫,还要立足于运用新技术、新模式变革传统消费电子产品,创新产品形态,创造新的消费热点。比如可穿戴设备作为一种新的产品形态,国内外厂商都对此跃跃欲试,可穿戴设备只有依靠更快捷的使用、更贴近用户体验的功能和更丰富的后台资源支持,才能获得消费者青睐,从概念热转变为消费热。

从产品消费的市场细分着眼,消费电子厂商既在高端产品市场互相角逐,又强化了在中低端产品的研发和营销,丰富产品线,力求抓住各个购买力层次的消费者。高端用户固然能带来相对更高的收益率,但中低端市场、大众市场却能以其规模取胜。但也要看到,虽然国内消费电子厂商在一些领域拥有可观的市场份额和良好的用户口碑,但在产品线设计上则不尽合理,高端产品缺失或竞争力弱,中低端产品又定位不清、多而重复。

当前,宽带中国、促进信息消费扩大内需等政策的实施,将进一步启动信息消费的大众市场,给消费电子带来更好的发展机遇。消费电子厂商应当从消费者需求和市场特点出发,提高设计能力,在新一轮信息消费商机中再谋求新的优势。



原点手机定位文艺消费

本报讯 记者黄鑫、实习生孟燕报道:由诺克萨斯(北京)科技有限公司生产的原点手机日前发布,定位为“史上最文艺的手机”,在官网和京东联合首发。

据原点手机CEO张伟华介绍,原点手机主打“文艺”概念,是国内首款设计师风格品牌的手机。其外观和结构设计讲究平衡美,并有5英寸炫彩大屏、新型铝合金材质边框、防弹玻璃机身,握感和操控性极佳。同时,这款手机还首创了呼吸灯交互触控体验,集成13种互动灯效,支持自定义滑动呼吸灯,可快速唤起任意功能应用,在锁屏状态下也可以快速拨打电话,并且来电时只需翻转手机就可以达到立刻静音的状态。

“学而思”更名“好未来”

本报讯 记者刘瑾、实习生孟燕报道:国内首家在美国上市的中小学教育培训机构学而思集团近日更名为“好未来”。

学而思集团创始人张邦鑫透露,此次更名的原因有三个。一是由于目前“学而思”的名字用于理科、培优事业部、集团三个层面,三者定位不同,稀释了学而思的竞争优势,因此决定把“学而思”这个名字留给培优事业部;二是满足客户多元化学习需求,为其创造英语、幼教、网校等细分领域的多元价值;三是为了更好地营造适合的集团文化,推动教育创新。

张邦鑫表示,集团更名为“好未来”,脱离学而思的品牌背书,这对子品牌来说是个双刃剑。一方面,他们会暂时面临一定的市场压力;另一方面,他们的自由度也提升了,可以放开手脚,倒逼自己加快发展创新。最终希望各个品牌都发展出自身竞争力,这才是一个健康的、有长久发展的品牌。

本版编辑 徐涵 童娜

“素颜”月饼受欢迎

本报记者 刘瑾



市场发现

随着中秋的日益临近,月饼的销售大战也已经全面打响。近日,记者走访北京几家大超市、商场后发现,与往年月饼礼盒被装扮得“光彩夺目”不同,今年市场上月饼礼盒纷纷改成朴素简约的形象。

“今年都是这种简单的纸盒包装,轻巧还便宜。”昨日记者来到东四环的一家乐购超市,月饼礼盒已经被“成山”摆放在了超市的入口处。销售人员告诉记者,与往年不同,今年的月饼礼盒以简易纸盒包装为主,往年热卖的竹篮、实木礼盒、奇形怪状的绸缎等装饰完全不见踪影。

“卖得最好的不是包装精致的,而是性价比最高的。”这家店的一位销售人员指着货架上两款同一厂家出的月饼礼盒介绍,上面有红绸子和烫金边的,是129块钱9块月饼,而仅用一个简单纸盒包装的,是99块钱8块月饼。“厂家一样,口味一样,每个月饼的净含量一样,消费者稍稍比较一下,都会选择更实惠的。”

与往年动辄几百上千元的价位相比,今年月饼的价格也亲民很多。记者看到,超市里多数月饼礼盒的价位集中在一二百元之间,最贵的一款由于分量重,标价498元。

“今年的26款月饼中,200元以下的有18款,中低端月饼的比例从去年的60%提高到了70%。”北京稻香村的负责人告

诉记者,今年的月饼礼盒全部采用可回收的纸盒,因为成本低,所以月饼礼盒的价格都不高。

普通纸盒包装的成本很低,不算人工费,纸盒的成本不过几块钱,而如果在包装上加上绸缎、镀上金,或在礼盒内放上精致的刀叉、盘子和杯子,那包装成本就会翻上几番,涨到十几元甚至几十元,而到头来这些成本也都嫁嫁到了消费者身上。

“那些奢华包装的礼盒今年几乎就没什么销路,所以我们还是坚持亲近大众的朴素风格。”稻香村的负责人介绍,与其他月饼生产厂家不同,来稻香村的大都是上了年纪的老北京和家里有老人的中年消费者,对于这些消费者而言,更看重月饼的口味和价格上的实惠。

主动“节俭”的不只稻香村一家,记者联系到官顺府、大三元等月饼厂家,他们均表示今年的生产重点是包装简易的中低端月饼礼盒。“400元以上的精装礼盒只有订货才生产,而目前还没有人订。”官顺府的销售人员说道。

此外,酒店里的月饼礼盒也纷纷“瘦身”。“去年这款月饼礼盒的价格是539元,竹篮装,送刀叉和盘子,而今年的价格是329元,口味和重量都没变,不过把竹篮换成了纸盒,取消了附赠的刀叉和盘子。”永安里附近一家酒店的销售人员告诉记者,由于今年市场上对“朴素”礼盒有更大的需求,酒店精简了礼盒的包装,价格也降了近一半。

打造城市综合体新模板

本报记者 沈则瑾

上海近年城市综合体项目层出不穷,去年5月的数字是已有约100个,在建或规划中的还有40个至50个。今年7月开幕的“环球港”总面积达48万平方米,创下世界中心城区购物中心规模之最。

与此同时,美国著名房地产公司铁狮门在上海也在打造一个城市综合体项目。业界也很关注,这个世界一流的城市综合体与我们的城市综合体有什么不同。

来到尚浦领世还没有完工的工地,发现这个城市综合体其实更像一个综合功能型社区,90万平方米总建筑面积中,有74万是商业面积,甲级写字楼、服务式公寓、酒店、沿街商铺、大型商场以及文娱设施场所一应俱全,还有约900套住宅。

铁狮门公司董事总经理徐靖世用三个关键词概括了这个项目:

首先是绿色。按美国绿色建筑协会颁发的LEED全球绿色建筑认证金奖要求设计建造,紧邻上海中心城区唯一一块湿地,规划建筑密度仅约0.6,绿化率却高达约50%,办公楼耗能比同类建筑标准低40%,用水低30%。

第二是生活。重新定义新一代都市生活,是一个沿着公共交通路线发展起来的都市综合体,年轻人工作、学习、生活都能在同一环境中完成,精心营造的宜人环境将吸引他们走到户外,有一种更健康的生活方式。

第三是服务。提供各种生活服务方案,人们在这里办公、社交、娱乐,作为现代房地产开发商,就要提供高效、便捷、一站式服务,也就是说,人们开始在这里生活办公了,城市综合体的工作才算真正开始了。

显然,这与国内大部分简单拼凑的“住宅+写字楼+商场”的城市综合体有很大不同,是一个综合功能型社区,一如世界知名的城市综合体项目,希望在为当地居民提供生活便利的同时,促进整个城市经济、文化方式的转变。

建设这样的城市综合体,其实是在倡导一种全新的生活方式,人们可以既在这里工作,也在这里生活,而不必花费大量时间和交通成本,穿梭往返于城市各处,这样的“城中之城”也不至于在夜深人静时成为一座人潮退去的空城。

多家航企上调800公里以上国内航线燃油附加费



9月4日,工作人员在南京禄口国际机场停机坪上为一架飞机加油。据携程旅行网透露,国内部分航空公司将于9月5日起上调800公里以上国内航线燃油附加费,从110元调整到120元,800公里以下航段维持不变。

据了解,目前已经发出调价通知的有厦门航空、西藏航空、中国国际航空等多家航空公司。

周海军摄(新华社发)