



做“减法”为外贸稳增长加码

本报记者 顾 阳

在当前外部需求仍未有实质改善的情况下，要想实现外贸“加法”，首先应在通关环节上做好“减法”。

南京海关隶属张家港保税港区海关在实践中大胆创新，推出了分类查验、查验分流等一系列“组合拳”，打通了长期困扰企业“双报关”症结的“最后一公里”，让货物进出口既“管得住”又“通得畅”。张家港保税港区海关在查验环节的探索，给了我们一个积极的启示：只要善于转变思路，老问题也会寻解出新空间。

“海关的新举措让我们的查验批次大幅下降，给我们带来了实惠，真是实实在在的好政策！”张家港保税港区南港轮胎公司关务经理蒋承瀚的一席话，道出了众多外贸企业的心声。

蒋经理所说的查验新举措，指的是海关总署等部门为进一步提升通关效率，简化监管程序，充分利用风险管理理念而推出的分类查验、查验分流等一系列“组合拳”。

记者在张家港保税港区了解到，这些查验“减法”的实施，有效减少了通关的人工干预，在提高企业物流速度、降低企业成本等方面，发挥了重要作用。

查验分流有效提升效能

长期以来，大多数进出口保税港区和保税区的货物都是通过口岸海关进行转关，这一模式就带来了两个问题：一是货物在口岸海关和保税港区海关都有可能被抽检中查验，二是由于口岸海关业务量大，监管任务繁重，一旦在口岸海关被布控查验，必然导致排队等待的现象频频出现，通关速度会受到很大影响。

为有效解决这两大问题，海关提出了

分流查验的概念，即对于进出海关特殊监管区域的货物，除法律法规另有规定外，不在口岸实施查验，对需查验的货物，均由海关特殊监管区域主管海关在区内实施查验。

“这样一来，所有进出保税港区和保税区的货物都将在区内只进行一次查验，既分流了口岸海关的监管压力，又避免了货物被多次抽检中查验，有效提升了查验效能。”张家港保税港区海关关长华毅洪说。

台资企业顺德工业（江苏）有限公司就曾遇到过这样的情况。“一次，我们进口的原料在上海口岸被布控查验了一次，没想到转关到张家港保税港区后，又被布控查验了一次，一来二去，既耽误了时间又增加了成本……”不过，让公司总经理卓世雕感到欣慰的是，新措施实施以来，这种情况将再也不会出现了，而且通关速度较以往还更快了。

分类查验让企业享受诚信红利

“分类查验新政，让我们AA类企业在进出口过程中又享受到了一项诚信红利！”国泰国华公司关务部经理黄华感受深刻。



据介绍，根据企业分类，对抽检比例进行调整是此次监管查验机制优化的一项重要内容。此前，海关信用等级最高的AA类企业，在通关方面享受了诸如担保放行、便捷通道等多项便利措施，此次便利查验措施的叠加，让AA类企业进一步享受到诚信红利。

需要关注的是，对经营单位为AA类且申报单位为B类及以上企业的进出口货物，除特殊情况外，都将实施较低比例的随机抽查，但对抽查中查获AA类企业存在涉嫌违法违规行为，被海关立案调查的，海关将对该企业的进出口货物实施连续查验。

对于绝大多数诚信经营的企业来说，分类查验确实带来看得见、摸得着的实惠。“这一政策实施后，我们公司进出口货物的查验比例还不到原来的十分之一。”黄华表示，便利通关，既让外贸企业享受到了方便，又得到了实实在在的利益。

打通双报关“最后一公里”

将进出区货物形式申报的备案清单剔除出可能被布控查验的报关单，是本次改革的另一大亮点。

据介绍，保税港区、综合保税区等海关特殊监管区域实施H账册管理，货物进入或离开特殊监管区域时，在履行申报手续的同时，还要申报一份形式的备案清单，也就是俗称的“双报关”模式，这种模式虽然强化了海关对特殊监管区域的管理，但同时也对通关效率产生了一定的影响。

去年以来，海关“两单一审”改革初步解决了海关审单对此类货物通关实效的影响，但查验的问题一直未得到解决。由于一票货物要申报两次，也等于将货物被

捕中查验的几率提升了一倍，有时甚至两票报关单被同时布控中，等于一票货物要查验两次。

此次通关改革直接将形式申报的备案清单剔除出去，客观上降低了进出口货物的查验比例，进一步减轻了企业负担。作为这一新政的直接受益者，华芳集团进出口部汤伟经理感慨良多：“这一政策，打通了‘双报关’通关症结的最后一公里！”

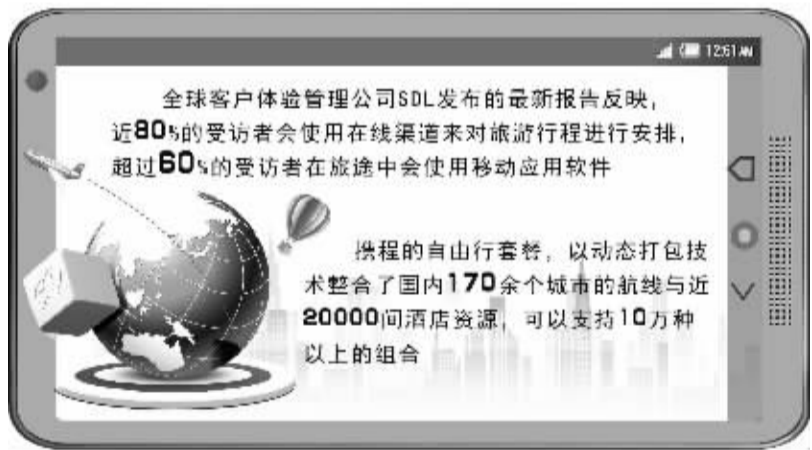
据悉，此次监管查验机制的优化，同时还对从特殊监管区域进出境的货物查验比例进行了下调。南京海关关长李多宽表示，在全力贯彻落实好此次政策调整的同时，将结合通关作业无纸化和“两单一审”改革，激发政策叠加效应，尽快实现“一次申报、一次查验、一次放行”的目标，不断提升贸易便利化水平。



图为忙碌的报关厅。

“指尖上”的旅行社

本报记者 黄 鑫



中秋佳节，想去郊区来个短途旅游，预订宾馆十秒便能搞定：在手机上打开携程旅行客户端，选择语音查询，直接说出“密云水库附近的宾馆”，一秒种后便显示出24个宾馆选项，小小屏幕页面上的宾馆信息十分详尽，包括名字、照片、位置、与水库的距离和价格等，剩下的就是选定宾馆点击预订了。

时至今日，随着移动互联网的迅猛发展，一系列令人称赞的手机应用软件不断涌现，携程、去哪儿、艺龙等在线旅游服务商也纷纷向移动旅游服务商转型，一个个“指尖上”的旅行社蔚然成型。

9月12日，携程发布中秋版携程旅行5.0客户端。新客户在丰富机票、酒店资源的基础上，还首推动态打包式自由行套餐，并增加了攻略社区的微游记功能，将行前、行中和行后打通。

许多旅行社的自由行产品，对时间、人数、机票和酒店有诸多限定。而携程旅行新增的自由行套餐基于丰富的机票酒店产品资源与成熟的预订系统，以动态打包技术整合了国内170余个城市的航线与近20000间酒店资源，可以支持10万种以上的组合。根据用户需求，系统将自动推荐机票酒店组合，下单过程方便快捷。

记者测试发现，除了资源丰富、操作便捷，还能够享受到较大幅度的套餐折扣。比如选择上海至丽江往返，9月20日出发，9月26日返回，住6晚，系统在自动挑选最低价航班后，会出现98家酒店组合；在选择丽江铂尔曼度假酒店后，还有7种房型房价可以选择，套餐打包价最

便宜为每人7601元，比单独订机票和酒店的价格要便宜2778元。

此外，通过应用也能直接订购当地的地面服务产品，比如订购丽江木府、印象丽江、丽江纳西古乐等门票，也可以安排丽江机场的接送机。据携程旅行网CEO梁建章介绍，携程的门票产品已经覆盖了30多个国家和地区的5000余个景点，用车也涵盖国内外51个主要城市。

事实上，在预订旅游产品时，好的在线体验很重要。旅行者的在线体验与他们分享好的体验的可能性之间呈现较高的相关性，这是因为口碑相传式的推荐是现在最可信的信息形式之一。

显然，移动旅游将成为在线旅游行业的新起点，而这已经得到了市场的实践证明。在刚刚过去的第二季度，自4月发布“大拇指+水泥”无线战略后，携程酒店预订超过20%，单日交易额峰值更超过5000万，成为交易额最高的旅行类移动客户端。同时，艺龙来自移动端客户端应用的酒店预订也已占到总预订规模的20%以上。

广东将试行物流寄递实名制

本报讯 记者庞彩霞报道：记者近日从有关方面了解到，继浙江、云南、新疆三省区之后，广东将于年内珠海、惠州两市试点物流寄递实名制。

近年来，以包裹邮件为媒介，利用物流寄递渠道进行境内外走私、贩运毒品等犯罪活动日益突出。仅去年一年，公安机关在广州白云机场一处截获物流渠道寄往全国的毒品230余件，同期白云机场海关还查获国际快递涉毒邮包55件。物流及寄递渠道“不实名”、“不验视”的制度性漏洞，成为各类违法犯罪、恐怖和个人极端活动的快车道。为此，广东拟在年内试点物流寄递实名制，强化收寄环节的信息监控和管理，规范和促进物流寄递行业发展、保障国家安全和公共安全。

据透露，广东将选取惠州、珠海作为首批试点城市，在年内先行推进这项工作。目前，作为物流快递信息后方监管的信息安全监管中心已经成立。实名制后，快递员将人手一个终端。收件时，寄递人

要出示有效身份证件，业务员只要将身份证在终端机上轻轻一瞄，该身份信息便会马上传送到后方的信息安全监管中心，在对身份证件的真伪作出辨识后，会将合格与否情况快速反馈回终端机，整个过程仅需要3秒钟左右。

实行物流寄递实名制后，如何更好保护个人的信息安全？广东省公安厅禁毒局相关人士表示：“终端机只负责‘验证’采集，然后即时传送到后台的监管中心，相关信息并没有在终端机上显示，也不会留存任何采集信息，快递员和客户都不能查询。”

广东是物流快递产业大省，每年物流寄递物品超过12.5亿件。对于试行物流寄递实名制，行业有何反应？一些大型物流企业表示对实名制很支持，虽然寄递的手续会稍稍增加，但这样精细化管理环节相当于帮业务员多把了一道关。但也有企业认为，虽然推行物流寄递实名制已是大势所趋，但真正试行起来还需一个适应过程。



爱马仕中国品牌“上下”零售店亮相巴黎

9月12日，在法国巴黎，一群年轻人经过“上下”巴黎零售店。当日，法国奢侈品制造商爱马仕旗下中国品牌“上下”巴黎零售店正式开业，这是“上下”继上海和北京后开设的第三家零售店，也是该品牌在中国以外地区开设的首家零售店。

“上下”是创立于2008年的中国时尚生活品牌，致力于体现中国和亚洲其他国家精湛的手工艺，并将它们引入当代生活。爱马仕首席执行官帕特里克·托马斯曾在采访中表示，“上下”是独立于爱马仕的品牌，用中国的材料、中国的设计、中国的手工和中国的管理团队，是百分之百中国制造。

新华社记者 陈晓伟摄

品牌升级靠什么

祝君壁

“与整个大市场相比，羽绒服行业内的竞争并不构成实质性的威胁。相反，越来越多的国内和国外知名服装品牌选择在其产品系列中增加羽绒服，并以较大的投入在市场进行推广。他们将带走一部分消费群，这种潜在威胁不容回避。”坦博尔公司董事长王勇萍日前在接受采访时说的一段讲话引发了记者的思考。

羽绒服购买者的消费主力群体比较广泛，年龄跨度从儿童到老年人，主要销售区域则局限于长江以北地区。中低收入者比高收入人群对羽绒服的需求度更强，因此在一定程度上制约了高档羽绒服产品的市场。如何拉动消费者需求，把产品的价格锁定目标消费群体，把有限的市场空间通过产品质量和价格杠杆调整至有实力的品牌市场，一直是羽绒服企业努力的方向。

现今服装行业发展机遇与挑战并存，特别在2013年，国内外经济形势依然较为复杂，服装企业发展虽具备一定积极因素，也面临着诸多风险和考验。为了创造更多的发展空间，企业需要在方方面面下足功夫，品牌升级是首要任务。

以坦博尔为例，从创业初期简陋的厂房和七台缝纫机开始，作为历经14年艰苦创业和品牌经营的企业，虽然已经形成一定的消费群体和市场领域，但仍需要不断创新业态，注重品牌建设。近年来，通过将市场重心从北方方向南方转移，更换代言人、向高端产品转型，不断尝试在产品的种类、定位以及包装等方面给顾客带来新的体验等做法，坦博尔以不断创新的技术，丰富的产品和先进的设计，奠定了在相关领域的地位。但是面对国内外市场需求下降，品牌企业需要转变过去外延拓展的粗放型发展方式，转为注重消费者研究，产品开发和渠道质量，着力提升品牌内涵价值。在这一点上，这些传统服装企业仍需不断探索发展。

中国服装行业经历了30多年的快速发展，原先所依托的比较优势，目前已发生变化。我们面对的国内外市场环境、条件以及需求，都有了很大改变，消费也在不断升级。服装企业目前要做的，就是为消费者生产出性价比最好，最符合消费者需求和生活方式的产品。

据商务部日前发布的《中国零售业发展报告2013》显示，目前我国80后、90后的消费者已经成为主力消费人群，消费群体的变化必然带来零售业态的相应变化。消费者将更加注重服务消费，追求购买及使用过程中的服务质量和体验，更加讲求品牌和文化内涵。

因此，为了提升消费者需求，国内服装企业需要更加注重品牌建设。在提升品牌内涵道路上，坦博尔需要做的还很多。目前他们将战略目光投向满足各阶层更多消费者的细分需求，不断提升产品的时尚品位，方向是正确的。下一步则需通过树立企业自有、定制品牌、销售知名品牌产品，提升经营商品的档次，有效打造企业服务品牌，进一步提升企业盈利水平和经营服务附加值。



烹饪协会推出卫生安全评估体系

本报讯 记者李于阳报道：中国日前在京宣布“全国清洁卫生安全评估保障体系”在中国正式落地，经过一年的实践，国内已有五大餐饮品牌旗下多家餐厅通过了该项评估。这些餐饮品牌分别是北京董烤鸭、吉野家、和合谷、阿五美食、鲁班张。今后所有通过评估的餐厅都将悬挂上白百合旗帜，供消费者识别。

中国烹饪协会会长苏秋成介绍，全国清洁卫生安全评估体系是由中国烹饪协会积极倡导，希悦尔公司提供全面解决方案并由业内餐饮企业自主发起的工程。旨在提升餐饮业清洁卫生安全意识、减少食品物品浪费的同时，尽最大努力达到国家清洁卫生安全的基础要求。

据介绍，2012年9月美国希悦尔公司和中国烹饪协会首度合作，通过甄选出优秀的清洁卫生安全示范餐厅，引导餐饮业整体实现清洁卫生安全常态化。白百合餐饮清洁卫生安全评估体系主要分为四步骤：评估、培训、执行解决方案和审核。为了保持餐厅的清洁卫生和安全标准，“白百合”评估团队会每六个月进行复审。只有达到标准的餐厅才可以继续持有“白百合”证书。目前，“白百合”在土耳其、波兰、匈牙利等国广泛应用。

跨境电子商务交易规模持续扩大

本报讯 记者文舒报道：中国国际电子商务中心副主任张大明在近日召开的“2013前海跨境贸易便利化创新发展论坛”上透露，2012年中国跨境电子商务交易额达到150亿美元，2013年的交易规模继续扩大，并保持年均至少30%左右的增速。张大明介绍，一项最新研究结果显示，美国、英国、德国、澳大利亚和巴西五大跨境电子商务目标市场对中国商品的网购需求在2013年将达679亿元人民币；至2018年，这一数字预计将增至1440亿元人民币。

张大明建议，提升贸易便利化水平，促进跨境电子商务发展过程中，应该强化政府部门之间合作机制，保持电子商务有关的政策、法规和标准一致性、连续性。同时，还应完善相关法律法规，修订和完善传统贸易的管理体制、政策、法规，并建立跨境电子商务可信交易生态环境，维护交易各方的合法权益。此外，还应大力发展跨境电商综合服务业，在信息服务的基础上向涵盖贸易信息流、物流、资金流的交易全流程跨境电子商务综合服务方向发展。

本版编辑 徐涵 童娜