

全力打好外贸回稳向好攻坚战

冯其予

日前，国务院常务会议确定了促进进出口回稳向好、推进外贸转型升级的政策措施。新出台措施体现了更加注重问题导向、更加注重加工贸易向中西部地区转移差异化、更加注重外贸结构调整和更加注重鼓励创新等特点。

促进外贸回稳向好，需要理解回稳向好的复杂背景和深刻内涵。今年以来，外贸形势比2015年更加严峻复杂，下行压力不断加大。从国内情况看，全国进出口总额8021.36亿美元，同比下降11.3%。其中，出口4639.31亿美元，下降9.6%；进口3382.05亿美元，下降13.5%。出口行业的成本持续上涨，特别是沿海地区工人的工成本

本是周边国家的4至6倍。在这种情况下，产业和订单向境外转移加快。2013年以来，我国产业向境外转移导致出口能力减少950亿美元左右。同时，产业往境外转移也带动了贸易转移，加工贸易呈持续大幅度下滑。商务部近期对3000家外贸企业的问卷调查显示，57.7%的企业认为今年的出口形势比去年更加严峻。

从国际经济形势看，国际货币基金组织（IMF）和世贸组织在一季度发布了对全球经济和贸易增长的重新调整预期数据，并警告称世界贸易正处在30年来最糟糕的时期。截至今年4月中旬，在全球已经公布数据的64个经济体中，58个经济体今年前两月

的进口是下降的。全球贸易形势的恶化也使得国际竞争更加激烈，针对我国的一些重点行业、传统贸易大户的贸易摩擦也在加大。

尽管国内外经济形势复杂严峻，但外贸作为我国国民经济重要组成部分和推动力量的地位没有改变。因此，全力促进外贸回稳向好，事关我国经济发展全局，对保持经济平稳运行和升级发展具有非常重要的意义。

此次出台政策的特点突出表现在两个方面：一是兼顾稳增长和调结构。在巩固传统优势方面，聚焦企业普遍反映的问题，提出了进一步降低出口商品查验率，减免规范涉企收费，鼓励对有订单、有效益的外贸企业贷款。形象地

说，就是做好外贸的加减法——即对外贸企业的负担和成本做减法，在企业竞争力提升上做加法。在培育新优势方面，明确要进一步支持新型商业模式的发展，培育外贸自主品牌，加强知识产权保护，通过外贸供给侧结构性改革，为外贸企业创新发展创造良好环境；二是提高政策精准度和针对性。此次政策出台，强调了各地区各部门根据形势需要和本地区特点，出台有针对性的务实配套措施。



国务院印发
《关于促进外贸回稳向好的若干意见》

《意见》从5个方面提出了14条政策措施

- 1 加强财税金融支持
- 2 巩固外贸传统竞争优势
- 3 培育外贸竞争新优势
- 4 着力优化外贸结构
- 5 进一步改善外贸环境

从早期较为单一的流动资金贷款，到如今的信用证开立、押汇、海外代付、国际结算、结售汇中的远期汇率锁定、海外融资等，我国对外贸易发展过程中一直伴随着金融机构的不断探索。

值得注意的是，受世界经济周期波动等诸多因素影响，我国外贸近年来承受着一定的下行压力，相应地，金融机构也在如何促进进出口回稳向好方面面临新问题。

日前，商务部会同外交部、发展改革委等17个部门和单位提出了促进外贸回稳向好的5方面政策措施，并将“体现财税金融支持”放在首位。具体来看，政策鼓励金融机构对有订单、有效益的外贸企业贷款；同时扩大出口信保保单融资，增加短期出口信用保险规模，实现大型成套设备出口应保尽保。

信贷政策影响贸易业态——

银行要善于识别企业

对于金融机构来说，在当前复杂的行业形势下识别有前景企业并非易事，需要深入的行业观察、扎实的企业调研和灵活的授信机制。

“银行的信贷政策对整个贸易行业生态有很大影响。”总部位于宁波的远大物产集团有限公司财务总监杨泽峰告诉《经济日报》记者，以大宗商品为例，受去年几起全国范围的大型风险事件影响，加之国际市场价格剧烈波动以及外需不足，部分银行对该行业实行“一刀切”式快速退出，大幅压贷、抽贷。

造成信贷资金“随大流”的原因之一，是部分银行对客户及其所在行业缺乏深入了解，这又与传统授信机制层级多、决策效率不高有关。“相比之下，工行宁波分行采用的首席客户经理模式比较接地气，客户不用先去找支行对接，而是直接与上一级的分行沟通，缩短了信息传递和决策链条。”杨泽峰说。

中国工商银行宁波分行相关负责人表示，“首席客户经理”是该分行机构改革的内容之一，旨在为有效益、有前景、专注主业的企业开通绿色通道，快速响应客户需求，有针对性地调整产品与服务，争取做到应融尽融。

“宁波分行2014年初成立了大客户服务中心，目前有首席客户经理3人，

发掘金融力量 促进对外贸易

本报记者 郭子源



从业年限均在10年以上，同时还配备了30余位客户经理作为团队服务人员。”该分行首席客户经理丁玻表示，当前复杂分化的外贸形势对银行和企业均提出了挑战，企业应找准自身定位，加强风险管控，银行应加深与客户的双向沟通进而做出科学研判，并根据客户的有效需求及时创新产品服务。

日前，中国人民银行将全口径跨境融资宏观审慎管理推广至全国，进一步放宽企业及金融机构向非居民融入本外币资金的限制。“宁波分行今后将利用工行的境外网络和融资渠道，为境内企业向非居民融资提供支持。此外，还将继续发挥联动优势为外贸企业减负。”该分行相关负责人表示，具体而言就是，一要利用海外代付、风险参贷等方式引入低成本资金，降低外贸企业整体融资成本；二要加强与外部机构联动，利用出口信保增信、出口退税质押等方式降低企业风险溢价。

破解外贸企业融资难——

银保合作是有效方式

出口信保增信的必要性在于风险分担。对于外贸企业来说，近年来由国际贸易摩擦、海外市场变动、大宗商品价格变动等因素导致的商业风险和国别风险上升，商业银行在放款时存在顾虑，引入保险机构有助于商业银行信贷业务的可持续性。作为我国唯一的政策性保险机构，中国出口信用保险公司是提供出口信用保险的主渠道，目前已与多家商业银行达成合作关系。具体来看，中信保为企业的内贸、外贸、海外订单、海外投资项目承保，给银行开出保证合同或保函，银行在此基础上为企业提供贸易融资。

“相当于企业将保险的赔款权益转让给银行，一旦企业无法偿还贷款，由保险机构履行偿债义务。”中信保相关负责人表示，比如在信用保险贸易融资业务模式

中，实际上的融资基础是企业的应收账款权益，银行针对企业的真实销售举动和确定的应收账款金额提供信用贷款。

“通过工行和出口信保合作项下的出口买方信贷，我们与山东山推公司3000万美元的合同已获得了工行2550万美元贷款，贷款比例高达85%。”山东中济建设有限公司财务部经理夹金诗表示，中济建设的马来西亚子公司作为借款主体向中信投保，如果其遭遇经营风险无法归还银行贷款，则中信保代其偿还，最高可代偿贷款本息总额的95%，即2850万美元。

银保合作的可能性不止于融资安排。工行去年已与中信保签署了“一带一路”专项合作协议，推出了大宗商品结构化融资、次主权担保项目融资、当地币出口信贷等10项银保创新金融服务。

“开发国别市场，前瞻性地为国内企业推荐项目，提供投融资、风险管理等一揽子金融服务将成为银保合作下一步的重点。”工行专项融资部相关负责人表示。

网上国际市场大有可为

本报记者 沈则瑾

上海等势钱计算机科技有限公司（简称ETW国际）坐落于上海浦东张江高科技园区。这家规模不大的公司在过去11年间不仅在美国芝加哥、日本福冈、智利圣地亚哥和我国香港投资建立了4家子公司，还架起了一座通向国际市场的信息桥梁，4000多家外贸企业从这里走向了更广阔的世界。

信息空间就是市场

很多渴望“走出去”的企业常常不知道国际市场在哪里，该如何打开国际市场。ETW国际董事长助理柏贤君说，市场是买家遇到卖家的地方，如何让俄罗斯、巴西等国家的买家能和中国卖家相遇，这是问题的关键。既然企业不可能带上巨大的成套设备和重工机械产品到世界各地展示，为什么不能以信息在网上传播代替企业“满世界跑”，找到那个在网上找你产品的采购商——发现可能买你产品的那个人。基于这样的观点，ETW国际网站上有一句醒目的话：“信息覆盖下的空间就是市场。”

但问题随之而来，采购商是在不同国家的网络中，使用不同的语言、不确定

的产品名称，以不确定的方式来寻找和搜索他想要的产品。也就是说，每个国家的网络硬件和电信网络由于网络构造、设备及程序执行等的区别，不同国家网络并不完全相同，企业辛苦所建的网站、B2B平台，不是所有甚至许多国家都能轻易看到的。要想有效使用不同国家的网络，就应该从物理网络着手，解决跨不同国家网络、跨语言的问题，克服网络入口、数据流量的限制，以及可能涉及的政治和宗教影响。这些困难克服了，互联网将是建立国际市场最有效的方法。

利用大数据做广告

于是，ETW国际建立了一个“云”系统，就是建立多国数据中心，协调使用各中心的数据，实现网络一体化的数据使用。目前，ETW国际“云”系统运行的营销大数据来自其在世界各地的6大数据中心，已经覆盖到全球180多个国家，为企业获得了近3700万海外潜在采购商，且采购商数字还在以每天数以万计的速度增长。或许称ETW国际为外贸服务企业更确切，其服务外贸企业的方式就是“用大数据做广告”。柏贤君说，建立市场的

唯一方法就是做广告，建立多国市场的方法就是在多国做广告。大数据广告可以被不同的群体使用，带来大概率的采购商，但是大数据只有在云系统中运行才能流动起来，变成有效的大数据广告，才有吸引潜在海外采购商的效果。

ETW国际整合多国网络以及人才资源，使用“ETW混合云系统”运行大数据为企业做全球广告，使用多媒体大数据为企业做全球营销，将中国4000多家外贸企业的产品信息覆盖到全球各地，帮助企业开拓海外市场。

力挺中国企业“走出去”

在ETW国际网站的国际采购商直播页面，柏贤君随手点开厦门金龙联合汽车有限公司的网址，ETW国际用世界上6种主要语言制作的企业视频、图片和文字立即呈现在眼前。可以看到金龙汽车的大数据广告受众已达16万多人，根据IP地址，还能点击查看采购商具体来源的国家和地区。金龙汽车与ETW国际合作已有5年。

ETW国际在美国芝加哥和日本九州还建有2个海外常年展示馆，提供给

采购商就近看货的平台，以降低采购商的采购风险，同时帮助企业解决用量小、用量分散、订单频率高产品的本土分销。目前已有100多家企业参与展示。柏贤君说，来展示馆“眼见为实”的采购商无一不是被企业在ETW国际网络上播出的大数据广告吸引来的。经芝加哥政府同意，ETW国际的美国子公司还以展示馆为中心建起了“芝加哥中国产业园”，为中国到美国生产加工以及直接销售的企业打下了前期市场基础。

ETW国际的郭猛说，国际市场其实很繁荣，世界贸易总量每年都在增长，我们中国企业出口没有以前那么旺盛，在于我们的企业家没有在国际市场做营销的习惯。我国的国际贸易总额只占全球的12%，出口总额不到世界的5%，还有很大的空间可以开发。海外采购商并不知道我们大部分企业，我们所能做的是要想尽办法让他们知道我们的企业，了解我们的产品，而这单纯依靠展会和B2B平台是很难奏效的，这些方式覆盖的海外采购商极其有限。要想获得更大的国际市场，就必须做更广泛范围的海外广告。我们希望能够通过我们的努力，力挺中国企业“走出去”。

多措并举为外贸企业减负

本报记者 顾阳

进一步提升贸易便利化水平，是促进外贸增长的重要举措之一。各地海关结合自身实际，积极改革创新，探索形成了一批可复制、可推广的新举措。

“自主核销”是天津海关在全国首创的加工贸易监管模式，采用“申报制”方式明确了企业如实申报的责任，让管理规范、信用良好的高资信企业自主核算生产耗用料件数量，完成加工贸易核销。位于天津保税区的亚实动力系统有限公司是天津海关首批“自主核销”试点企业之一。公司供应链经理吴涛告诉《经济日报》记者，实施“自主核销”以后，足不出户即可完成加工贸易的核销。新举措实施仅半年，不仅时间减少了近六成，通关成本也节省了22多万元，公司享受到了实实在在的海关改革红利。

“这一改革有利于企业快速应对市场变化，提高竞争力，为企业及时调整生产战略、节约运营成本提供了保障。”天津海关关长孙志杰表示，新模式也让海关的监管重心后移，监管重点更加突出、更为精准，海关监管效能进一步提高，真正做到了既管住又管好。

在苏州跨境电子商务综合试验区新设立的国际贸易“单一窗口”，随着南京海关隶属苏州工业园区海关关员轻点鼠标，苏州聚美优品信息技术有限公司以保税进口方式申报的纸尿裤成功通关。工作人员告诉记者，电商企业只需要“一次申报”，即可满足海关、检验检疫、外管等口岸部门的监管需求，做到“一次查验、一次放行”，企业至少可以节约一半时间。

据悉，国际贸易“单一窗口”是将过去口岸单位“串联式”的监管模式改为了“并联式”，实现申请一口受理、数据一次递交、审批并联进行、结果一口发布，通关效率大幅提升。目前，这一改革共有包括海关、发展改革委等13家单位参与建设，有望在今年年底前从沿海地区推广到有条件的中西部地区。

“今年海关总署将推动建立全国海关税管中心、风险控制中心，目标是实现全国是一关、关通天下。”海关总署新闻发言人黄颂平表示，除加快推进国际贸易“单一窗口”等举措外，海关还将进一步深化“双随机”改革，通过计算机确定“查谁”和“谁查”，力争在今年7月前将随机布控查验占比提高到90%。

黄颂平表示，下一步将全面推进通关作业无纸化改革，落实收费目录清单制度和《刚开收费计费办法》，继续加大清理规范进出口环节收费的力度，切实减轻企业负担，让贸易更便利，通关更顺畅，百姓得到更多的实惠。

新兴市场成山东外贸发展新平台

本报讯 记者王金虎报道：今年以来，在欧美日等传统外贸进出口市场表现较为低迷的情况下，山东加快推进“一带一路”战略，积极鼓励企业加速“走出去”步伐，一些新兴市场正在被不断激活。据来自济南海关的消息，今年前4个月，山东对“一带一路”沿线国家进出口额达1216亿元，同比增长6.2%，占全省进出口的比重超过了四分之一。从单个市场看，前4个月对拉丁美洲进出口额为423.7亿元，增长7.7%；对非洲进出口额为260亿元，增长15.2%，拉美和非洲已分别成为山东省第5和第7大贸易伙伴。

新疆兵团67家企业参加哈展会

本报讯 记者马忠忠从新疆兵团召开的新闻发布会获悉：5月21日至24日新疆兵团将组织67家企业参加在哈萨克斯坦阿拉木图市举办的第14届哈萨克斯坦—中国商品展览会（以下简称“哈展会”）。据悉，本届展会兵团参展企业67家，申请展位80个。将集中展示符合中亚市场需求的机械设备、车辆、农机、五金建材、家居用品、纺织服装、消费品、电子产品等品牌产品。兵团商务局局长助理邵安军说，哈展会是兵团参与“一带一路”建设的重要措施，为兵团企业及产品走向国门，走向中亚及俄罗斯市场搭建了平台，拓宽了渠道。据了解，兵团贸促会自2004年成立以来，共参与组织承办了12届哈展会，兵团参展企业900多家次，兵团代表团总成交额近10亿美元。