慧眼观企

全球最大外贸综合服务平台一达通：

让中小企业“简单做外贸”

经济日报·中国经济网记者 杨阳腾

近日，阿里巴巴旗下深圳市一达通企业服务公司公布了去年业绩：服务13万家以上中小企业，完成出口订单105万笔，交易额达226多亿美元。

业界评价认为，作为全球最大的外贸综合服务平台，一达通改变了传统外贸企业的交付方式和信用体系，帮助中国外贸实现了从“汗水驱动”向“数据驱动”的转型，堪称贸易价值链的标志性变化。

平台思路

回忆起一达通的发展历程，阿里巴巴外贸综合服务事业部副总裁、深圳一达通企业服务有限公司副总经理肖锋坦言，过程简直苦不堪言。

一达通2001年成立于深圳。那一年，《关于进出口经营资格管理的有关规定》印发，明确进出口经营资格实行登记制和核准制。“这意味着，具备进出口权的企业范围不断扩大，国有企业、集体企业和私有企业都有了外贸经营权，外贸行业迎来巨大变化。”肖锋说。

“在当时的深圳，进出口代理服务风生水起。不过，绝大多数中介服务机构都将目光瞄准大客户。毕竟，这个行业普遍按照交易额的比例收费，中小企业体量太小，必然乏人问津。”肖锋说，“那时候我们就想，既然要做服务平台，怎么能不管中小企业呢？我们不仅要主打‘中小企业牌’，还应该打破业内长期遵循的收费模式，改按比例收取为按单收取。”

可以说，一达通初期的三个选择在行业内都是具有开拓性的：一是开发平台系统，实行电子化操作、流水化作业；二是定位中小企业客户；三是固定收费1000元/单。

肖锋告诉经济日报·中国经济网记者，对中小企业来说，能不能接到国际订单只是困难的“起步阶段”，更难的还在后面。比如，跑银行、跑海关、跑物流等，不少小企业接单后还得专门成立小组来处理这些与核心业务无关的事宜。一达通的目标就是为企业解决这些问题，让小企业专心做主业。以外贸出口中经常碰到的退税周期过长问题为例，一达通会给企业先行垫付退税款，解决企业资金周转问题。

在提供各环节外贸服务的同时，一达通还通过集纳平台上13万家外贸中小微企业的服务需求，获得议价权，拿到国际快递、物流、通关等各外贸环节的“团购价”。肖锋说：“外贸成本通常分为事前的订单成本、事中的产品成本和事后的流通成本，一达通的服务模式可以为中小企业降低约30%的外贸综合成本。”

由于起步较早，模式又超前，一达通在创业初期遇到了很多困难。例如，由于中国进出口商品种类繁多，不同商品在报关、退税、物流等环节差别巨大，专业性要求非常高。尤其是最初的几年，企业每年新增客户仅有几十个，月收入一两万元，但各项开支却高达30多万元，连年“烧钱”。直到2008年，历经7年的积累和摸索，一达通的进出口管理系统才逐步完善成熟，加之当年的国际金融危机使外部需求降低，企业资金吃紧，一达通的性价比优势才凸显出来，客户数开始迅速增长。到2011年，一达通在全国一般贸易出口中已经位列第94位，2013年跃升至第5位，服务客户达到15000家。

“沉淀”信用

2010年，阿里巴巴控股一达通。2014年，一达通成为阿里巴巴全资子公司。依托阿里巴巴强大的后台功能，一达通获得了更强大的社会资源、客户资源和金融资源，逐步发展成可为全国中小微企业提供通关、退税、外汇、物流、融资等一站式服务的外贸综合服务平台，形成跨境电商O2O的交易闭环。

“互联网时代的到来，让我们的服务摆脱了地域局限，现在，我们在全国各地的分公司已经达到30多家。IT技术让外贸服务变成了标准化的流水线，整个过程如果不出现异常，甚至不需要人工干预。”肖锋说。

此外，互联网和大数据的深度介入，还帮助平台上的中小企业解决了流通和信用两大难题。一方面，企业可以享受外综服平台提供的通关、退税、物流、金融等一系列外贸服务；另一方面，通过交易积累数据，企业还可获得数据红利反哺、信用背书、融资，从而远程赢得客户。肖锋告诉记者，通过一达通，企业在海关、商检、物流等环节的真实数据会在平台沉淀，成为获取银行融资的有力依据。“通过全程服务，我们沉淀下来的贸易数据，甚至比银行自己调查的更加全面准确，转化为外贸金融服务产品之后，也将更适合中小企业需求。”

图为一达通风控专家正在分析客户订单风险。 郑相珩摄

数据“赋能”

在成功踏出金融服务关键一步后，一达通又有了一个新想法。“银行看见我们的沉淀数据敢贷款，那能否让外企看见这些数据敢下单？”肖锋说，“如果我们能根据一达通平台的交易数据，形成卖家信用体系，让买家可以迅速在数据中甄别卖方，那么‘小买家不敢跨境买、大卖家不敢跨境卖’的问题就会得到彻底解决。”

事实证明，一达通的数据“赋能”思路确实非常有效。2016年，浙江省逾4万家外贸企业通过一达通平台出口订单33万笔，交易额达55.5亿美元，拉动浙江出口增长1.16个百分点。

目前，这一探索正在全国铺开。2016年，全国36个城市先后引入一达通子公司，逾8万家外贸中小企业受益，较去年增长48%。

“一达通的外贸综合服务模式是一种全新服务业态。我们希望通过模式创新，让全球中小企业都能像世界500强企业一样‘简单做外贸’，最终实现‘全球买全球卖’。”肖锋说。

生意经

高德借力大数据提升“云+端”综合出行服务体验——

地图“活”了

本报记者 徐 红

近年来，大数据在智能交通领域的发展前景被普遍看好，谷歌、百度、腾讯等互联网企业无不加快布局，专注位置出行服务15年的高德地图也潜心“修行”，力争提升“云+端”综合出行服务体验。

“在智能交通领域，高德地图凭借大数据能力，已经同时成为用户、应用、汽车、交通4大群体的标配。”阿里移动事业群总裁兼高德集团总裁俞永福评价说。

出行服务“千人千面”

事实上，互联网巨头纷纷跨界进入基于导航地图的位置出行服务，正在倒逼以高德为代表的传统地图商加速转型。

2014年，高德地图被阿里巴巴全资收购后，便全面融入移动互联网。用高德人自己的话说就是“革了自己的命，把自己逼上梁山”。

“高德地图的定位是，为百姓提供出行服务，为政府提供辅助决策和支持服务，利用大数据为企业构建‘赋能’平台。目前，高德地图已为超过7亿用户提供出行服务及实时交通信息服务，成为‘用户标配’；为全球30余家车厂提供包括地图数据、导航、交通信息在内的相关服务，成为‘汽车标配’；为多个行业30万款应用提供定位、位置服务，成为互联网‘应用标配’；与70多家地方交通管理部门达成了业务合作，成为‘交警标配’。”俞永福说。

资料显示，过去3年里，高德地图日活用户翻了10倍，创造了互联网的奇迹。高德地图副总裁董振宁表示，“之所以能取得这样的成绩是因为高德智能地图更懂用户需求，而‘懂你’的基础是大数据。比如，高德地图以大数据和机器学习能力开发了AI（人工智能）引擎，提供‘千人千面’的个性化位置出行服务，大大提升了用户体验”。

在北京工作的樊小凡告诉记者，高德地图智能化服务很贴心，不仅能为乘坐公交的人推荐出行路线和空调车，新推出的公交到站提醒功能，还可以让她在车上放心小睡。

不只消费者感受到了不同，管理部门也受益不少。基于大数据能力，高德地图已连续4年联合公安交管部门对外发布全国主要城市交通分析报告，准确预测节假日期间高速公路、热点景区的道路拥堵趋势，在一定程度上帮助缓解了交通压力。

用“活数据”生产“活地图”

在位于北京望京地区的高德地图总部，记者看到，数据中心的大屏幕上正是北京地区路况运行地图，图上密密麻麻闪烁着无数个移动的光点。阿里巴巴行业解决方案中心经理郭成坤介绍说，这里呈现的是正在路上行驶车辆的卫星定位回传数据，图上聚合了10多万辆车的样本数据。这些数据到了高德后台，经过云计算的加工，就能变成红黄绿3色呈现的路况线圈图，哪里拥堵一目了然。

郭成坤告诉记者，高德地图交通出行大数据来自多个方面：一是众包数据，高德地图提供免费交通信息服务给用户，用户在享受服务的同时，也成为交通信息的贡献者，帮助高德获取交通路况信息；二是行业数据，如出租车、物流等数据；三是交通事件数据，如与交管部门合作获得的数据，还有高德地图自有用户手机端的上报数据等。

没有数据，地图服务就无从谈起；没有实时交通数据，“活地图”也是纸上谈兵。在位于北京昌平的高德地图数据生产基地，高德地图技术副总裁于志杰告诉记者，“将数据视为重资产的高德地图，正在建立目前国内唯一的地图‘活数据’生产能力，并研发代表未来地图趋势的‘活地图’。有了活数据，地图就会实时更新，每一秒都不一样”。

未来出行或靠“大脑”指挥

移动互联网时代，共享经济模式正悄然改变着大众生活，并被视为下一个10年的最具成长性的商业模式。这一点被高德地图敏锐发现，并大力借用，其中最典型的代表就是运用互联网共享和众包思想集散交通信息。

“以前，高德地图的交通信息数据都是采购来的。”董振宁说，当时，企业得跑到各大出租车公司求购出租车轨迹数据，一天最多只能求购六七十万台车、五六千万公里的回传数据。但这些数据无论从质量还是覆盖里程上，都无法满足需求。

从2011年起，高德地图创新性地将互联网分享和众包思想“嫁接”起来，形成海量信息共享模式。现在，公司每天获取的用户数都在几千万以上，覆盖里程通达全国，数据如滚雪球一样越滚越大。这种模式一举多得，既解决了全国交通信息采集问题，又解决了交通信息数据共享问题。

更让董振宁自豪的是，高德地图来自于互联网众包数据的占比超过80%，行业数据虽然也在不断增长，但占比不断降低，目前已低于20%，更大的海量数据都来自于互联网。“现在，每一天用户贡献数据总和都超过10亿公里，上百亿笔数据回传。”

尽管“活地图”建设已经取得巨大进展，但高德仍不满足。“目前，我们正在谋划‘城市交通大脑’。”俞永福认为，“要形成城市交通大脑，关键是交通大数据生态建设，即每个人、每个企业、每个交通管理部门都成为同一个大数据系统的提供者和受益者。未来，所有的道路、车辆、乘客信息都将接入交通大数据系统，采集、调度、管理等行为都由‘交通大脑’指挥完成，城市出行效率和安全程度都将大幅提高”。

徽柴集团成为东南亚农用柴油机市场最大供应商——

用市场思维耕耘“一带一路”

本报记者 白海星 通讯员 吴黎明

随着“一带一路”建设的不断推进，徽柴集团已成为东南亚农用柴油机市场最大的供应商。

数据显示，从2014年的1300万美元，到2015年的1500万美元，再到2016年的2200万美元，徽柴集团外贸出口额一直保持高速增长。今年1季度，集团外贸出口额达823万美元，同比增长65%。徽柴集团已经成为安徽省马鞍山市出口创汇的领军企业。

“‘一带一路’建设为企业打开了‘走出去’的通道，企业要做的就是紧抓这一机遇，按照国际市场的需求展开有针对性的产品研发和管理创新，用市场思维铸就‘中国智造’的国际品牌。”徽柴集团董事长芮志英说。

徽柴集团总经理费跃武告诉记者，近年来，国内农机市场“群雄争霸”，且多缸柴油机的市场前景明显优于单缸柴油机。与之相反的是，大部分东南亚国家和地区却更偏爱以高性价比著称的单缸柴油机，这与集团的传统优势十分合拍。基于这一结论，徽柴集团紧紧围绕进一步提升单缸产品性价比做文章，产品热销东南亚国家和非洲市场。

要让“中国智造”更好地走出去，机制建设必须跟上。芮志英告诉记者，通过“引进来、送出去”的方式，徽柴集团已建立起一支包括大量专业技术人才、市场推广人才和售后服务人才在内的精英团队。在此基础上，瞄准国际市场需求，加快研究开发功率大、油耗低、可靠性高、操作维修简单的产品。如今，集团已经彻底改变了只能生产几种单缸机产品的单一产品结构，形成囊括单缸机、多缸机系列的产品谱系，可分类配套各类农业机械、装备稻麦收割机、玉米脱粒机等大中型农机。

此外，徽柴集团已成功研发并实现批量生产的非道路用“国三”柴油机系列产品，先后取得发明型及实用新型专利40多项；即将出炉的非道路用“国四”柴油机也有多项重大突破。业界认为，“国四”柴油机一旦实现商用，将成为中国内燃机行业的又一里程碑。

为抓住“一带一路”建设机遇，集团还投资11亿元扩大生产，建立了中国现代农业智能化机械设备系统集成中心，目前一期项目已经投产。

“徽柴集团已成为中国非道路用柴油机行业的领跑者。”中国柴油机行业技术权威马志豪如是评价。

从去年开始，盘江集团主要经济指标快速上升——

好一套改革“组合拳”

本报记者 王新伟 吴秉泽

在一系列改革“组合拳”的强力推动下，盘江集团做优煤炭主业，实现恢复性增长。统计显示，去年，盘江集团完成营业收入243.6亿元，同比增长38%；利润3亿元，同比大涨488%。今年一季度，集团主要产品原煤、精煤、混煤、水泥和发电继续保持产销两旺势头，完成营业收入89.19亿元，同比增长159.5%；上缴税费5.82亿元，同比增长185.29%；实现利润3.38亿元，同比增盈5.27亿元，实现开门红。

有加有减优化发展结构

“在推进供给侧结构性改革，优化企业内部产品结构、治理结构的过程中，盘江集团着重做好‘加减法’，目前效果已经显现。”盘江集团母公司、盘江国有资本运营有限公司党委书记、董事长张仕和告诉记者。

在“减法”方面，过去一年里，盘江集团关闭矿井5个，退出相对过剩产能280万吨；马依西一井产能置换方案得到国家发展改革委批准，即将启动实施；集团旗下盘江股份、林东矿业开展“三供一业”移交试点工作，瘦身健体。“这些‘减法’为集团腾出大量资源和空间，为做优主业打下了良好基础。”张仕和说。

在“加法”方面，集团积极推进互联网金融交易中心、产业基金等项目，打造金融业务板块；以盘江煤层气为代表的绿色产业逐步做强做优，成为集团新的经济增长点。

确保安全夯实发展底线

近年来，盘江集团一方面力求多元化发展，另一方面紧抓煤炭主业不放松。盘江国有资本运营有限公司总经理周炳军告诉记者，目前，煤炭价格恢复性上涨，带动公司装备制造、技术服务、物流等关联产业复苏，公司生产经营状况明显好转。“这也坚定了集团做强做优煤炭主业的决心和信心。盘江集团要抓住这一时机，继续开展好提质增效工作，切实降低煤炭开采成本，多出煤，出好煤，力争在煤价回调时，保住竞争优势和利润。”周炳军说。

盘江集团深知，对于煤炭企业来说，安全才是底线。为此，2016年，盘江集团坚持“安全第一、预防为主、综合治理”的方针，认真落实企业安全生产主体责任，初步建立起“五级联动”安全管控模式，构建安全生产常态化机制；持续改进督察方式，实行日常安全督察、专项安全督察、重点安全督察“三结合”；通过开展安全宣讲、安全生产月等活动，强化安全教育培训，增强职工安全意识；同时，狠抓责任落实，严厉问责。经过一年的努力，目前各单位安全生产落实情况良好，为集团保持持续健康发展奠定了坚实的基础。

反哺社会汇聚发展正能量

3月20日，贵州省国有企业精准扶贫现场观摩暨春季攻势现场会在贵州赫章县召开。与会代表实地参观盘江集团在赫章的结对帮扶项目点后纷纷表示，以“小、特、精、和、久”为特征的盘江经验值得复制推广。

事实上，精准扶贫只是盘江集团反哺社会的一个缩影。在过去一年里，集团千方百计增加职工收入，人均年收入同比增长5%；落实贵州省委、省政府、省国资委力保电煤供应的相关精神，少洗精煤，少供建材用煤，让利保电煤，仅2016年9月份至12月份就供应电煤约220万吨；参与社会公益活动，并获得“贵州省履行社会责任五星级企业”荣誉称号。这些不断累积的良心资产正在汇聚成一股巨大的正能量，推动盘江集团不断前行。

本版编辑 韩 叙
美 编 夏 一
本版邮箱 jjrbqyb@163.com