

外贸企业"转内销"离不 开金融支持。受疫情影响, 有些企业长期没有订单,仓 储成本增加,销路不畅。在 这种情形下,金融部门贷款 风险加大,所以外贸企业难 以获得信贷支持。建议应完 善支撑外贸企业"转内销"的 融资制度体系,比如发挥政 府财政资金兜底作用,设立 针对"转内销"贷款再保险制 度,让金融部门能够大胆放 贷,支持企业发展。

-黄根华,中国农业 银行四川省乐山市马边彝族 自治县支行

疫情虽然给出口带来 了不小冲击,但也是外贸 企业从"等订单"到"创订 单"转型升级的一个契 机。在这个过程中,政府 部门要做好政策扶持,打 出一套优化税收营商环境 的"组合拳",全力支持企 业突围,为中小微企业、民 营企业提供优质的法治 化、市场化营商环境,帮助 它们解决当前面临的一些 现实困难,使其轻装上阵, 更好地开拓国内市场。

-张俊杰,湖北省 老河口市市场监督管理局



左图 7月3日,南京海关 所属太仓海关关员在太仓港区某 企业现场调研。为了帮助辖区内 外贸企业顺利出口, 当地海关开 "一对一"上门辅导,积极落 实各项支持措施, 持续压缩口岸 通关时间,确保"货畅其流" 计海新摄(中经视觉)

下图 近日,河北省宁晋县 鸿达阀门有限公司员工在调试检 测待出口的阀门。近年来,宁晋 县着力推进工业转型升级, 打造 更多在国内外叫得响的优质产 品,目前当地企业的产品已经出 口到120多个国家和地区。

张懿莉摄(中经视觉)

近日, 国务院办公厅印发《关于支持出口 产品转内销的实施意见》, 在鼓励企业拓展国 际市场的同时, 支持适销对路的出口产品开拓 国内市场。商务部有关调查显示, 随着境外疫 情蔓延, 国际市场需求萎缩, 我国外贸企业订 单下滑, 出口转内销的积极性上升。

外贸企业出口转内销,到底该怎么转?要 如何打通相关堵点?需要什么样的政策支持? 对此,一些读者来信提出了相关思考和建议。

既是应急也为长远

突如其来的新冠肺炎疫情,不仅给国内经 济带来了影响,也对外贸出口造成了冲击。由 于国外疫情仍在蔓延, 外贸将会在一段时间内 持续受到影响, 很多外向型企业的订单出现下 滑。在这种情况下,国家及时推出"出口转内 销"政策,是对外贸企业实实在在的支持。

国务院办公厅近日印发的《关于支持出口 产品转内销的实施意见》, 提出了多条具体帮 扶措施: 加快转内销市场准入, 促进"同线同 标同质"发展,加强知识产权保障,搭建转内 销平台, 发挥有效投资带动作用, 精准对接消 费需求,等等。可以说,这些政策既是当前应 急的需要, 更有促进内外贸有效贯通、充分利 用国内国际双循环的长远考虑。

从国内市场供需来看,出口转内销并非此 消彼长的替代关系,而是会进一步丰富国内市 场供给, 为外贸企业进一步打通销售渠道, 增 加消费选择,从而带动消费升级。

从投资带动作用看,各地推进新型基础设 施、新型城镇化和重大工程建设,为机械设 备、电机电气设备、精密仪器等出口行业带来 了新机遇。

从消费升级看,部分外贸企业正从传统批 量生产转向个性化定制,可以更好满足国内消 费升级需求。网上销售、直播带货等消费新模 式快速发展, 也为外贸企业打通了直接面对消 费群体的销售渠道, 拉近了外贸企业与消费者 的距离,帮助外贸企业顺利转向国内市场。

同时,国际市场长期形成的通用国际规 则,也有助于改善和提升国内营商环境,有助 于国内市场规模优势和内需潜力充分释放。而 且,支持出口产品转内销,并不意味着放弃国 际市场, 如果能将国际、国内两个市场更好结 合起来,必将更好培育企业的竞争新优势。

(作者余明辉,河南省内乡县退役军人事务局)

转内销要先转观念

笔者日前注意到这样一件事。由于外贸 订单取消,一家生产皮革制品的外贸企业老 板急得团团转, 于是企业决定由员工认领这 批出口产品,并折算成工资,再考虑处理剩 余产品。可是,这个决定并没能执行下去。 由于这批皮革制品的款式在国内消费者中认 可度很低,产品很难销售出去,加上外观设 计、商标等知识产权方面存在问题,企业不 得不改变决定。

这个例子说明, 对于大多数习惯于订单式

生产的外贸企业来说, 出口产 品转内销并非易事,它们面临 着市场准人、产品标准、渠道 建设及品牌重塑等一系列新

出口产品转内销,企业管 理人员要有市场化运作能力。 以往,一些外贸企业确认外贸 订单后,直接安排资金采购原 料,再由生产部门出样生产、 技术部门对标检测, 最后交包 装车间包装,基本就算完成了 整个生产流程。现在,外贸企 业承接生产外贸订单要有"三 看一准备"的打算,即看产品 能否在国内销售;看国内消费 者能否认同该产品;看外贸订

单成交的概率和利润空间有多大; 在生产过程 中,还要做好一旦无法外销,着手转为内销的

也就是说,外贸企业出口产品转内销,看 上去只是销售路径变化的小问题, 但实际上是 外贸企业求变谋生的大问题。出口产品转内销 并非易事,也并非一转就灵,出口产品转内销 的时间周期可能很长,对外贸企业的影响或许 很持久。外贸企业应积极转变思想观念,密切 关注国内外市场信息和行业标准, 在市场准 入、产品标准、渠道建设及品牌重塑等多个方 面积极作出探索。

(作者卞广春, 江苏扬州江都区浦江东路)

让产品更适销对路

受新冠肺炎疫情影响,全球经济遭受重 创,外需不振、订单减少、物流不畅等问题让 我国外贸企业面临不小冲击。笔者认为, 无论 是出口还是内销,企业必须练好"内功",有 了核心竞争力,"走遍天下都不怕"才不至于 沦为一句空话。

产品"转内销",首先需要充分了解国内 市场。要想将本该出口的产品"转内销", 并在国内打开销路,必须先知晓国内市场需 求,尤其是要充分了解今年国家出台的行业发 展规划,才能把工作做得更实、更细、更好, 让产品适合内销市场并"一炮打响"。

其次要让质量和品牌比拼成为市场竞争 "新常态"。要想产品不愁销,必须树立"人无 我有,人有我优,人优我廉,人廉我转"的自 主品牌。否则,就没有话语权。企业应注重提 升硬实力,提高产品质量,同时不断加强品牌 建设,才能让产品更加适销对路。

同时,各地政府部门要积极助力"拉一 把"。各地政府部门要一手抓疫情防控,一手 抓经济社会发展, 千方百计为企业纾困解 难。针对参与疫情防控的重点企业、受疫情 冲击较大的相关行业, 尤其是中小企业、延 迟复工的各类企业等应精准施策,坚决落实 好包括减免租金、税费,推迟缴纳或调整社 保缴费基数,不抽贷、不断贷、不压贷等在 内的一揽子支持政策。同时,还要积极构建 宽松的营商环境,主动出面牵线搭桥"当红

娘"。比如,组织外贸企业与国内综合性电商 平台合作,逐步建立自己的销售网络,以 "两条腿走路"方式稳定企业产能,努力实现 出口企业与电商平台"双赢"。

(作者朱波,安徽省颖上县政府督查室)

引导扶持不可或缺

当下,外贸企业出口产品转内销并不容 易,主要是一些外贸企业长期以来"两头在 外",产品国内国外标准不同,还涉及品牌商 标授权, 以及国内市场资源不足等困扰。对于 大多数订单式生产的外贸企业来说, 出口转内 销面临着市场准入、产品标准、渠道建设及品 牌重塑等一系列问题,它们期待获得更有力的

模式转变是前提。此前,一些外贸产品在 设计、技术等方面的知识产权属于国外客户, 出口转内销后,有关部门要加强对外贸企业的 知识产权指导和服务,做好知识产权授权、专 利申请、商标注册等工作。根据行业和企业的 不同特点,尽量做到"一地一策、一行一 策", 甚至"一企一策", 有针对性地解决外贸 企业面临的具体困难。

产业衔接是保障。产业链供应链衔接, 虽 然属于市场化运作范畴, 但仍然需要政府协 调,帮助对接,以便外贸企业能够尽快构建、 修复产业链供应链,特别是中小微外贸企业, 更需要一分厚爱。应充分用好大数据技术,做 好更大范围的沟通对接,为产业链循环活血化 瘀。在策略上,应以大带小、上下联动、内外 互动,推动产业链协同,打通内循环。

市场厚爱是基础。由于内销市场规则与外 贸差别很大,需要政府帮助解决企业在转内销 过程中的"水土不服"问题, 主动为外贸企业 牵线搭桥、引导企业利用电商平台、直播带货 等方式构建销售新业态,以帮助外贸企业开拓

企业信心是关键。无论外销内销,没有 核心竞争力,就没有市场话语权。练好"内 功",提高核心竞争力,企业产品才能畅销天 下。从这个意义上讲, 出口转内销也是外贸企 业化危为机、提升水平的机遇。

(作者张全林,河南省淮滨县委组织部)

有感而发

大学排名不应成招聘限制条件

李英锋

据报道,为优化全省创新生态,山西省进一步扩大事业单 位用人自主权,事业单位招聘急需紧缺的专业人才可通过直 接考核方式解决,不将大学排名作为限制性条件。

现实中,一些企业在招聘活动中赫然将"985、211院校毕 业""双一流建设高校毕业"等作为报名限制条件,将很多大学 毕业生拒之门外,压缩了大学毕业生的求职机会,也向社会释 放了选人用人"唯学历论""唯排名论""唯院校层次论"的负面 信号。今年,受新冠肺炎疫情影响,经济下行压力加大,社会 新增就业岗位减少,同时大学毕业生人数又创新高,就业形势 严峻复杂,如果招聘岗位人为设置或拔高高校的"等级属性" 门槛,势必会打击一些大学毕业生的求职热情。

其实,针对相关就业岗位招聘,无论应聘者毕业于哪家高 校,拥有何种学历,只要能够在笔试、面试或考核中胜出,他们 就是佼佼者,就应该得到就业机会。即便有些应聘者毕业院 校"显赫",但如果在考试或考核环节缺乏竞争力,就应被淘 汰,这才是公平的求职竞争。所以,不仅招聘急需紧缺专业人 才应摒弃"大学排名"等不合理限制条件,招聘其他非急需紧 缺专业人才也应摒弃这种做法,事业单位和企业招聘或者其 他岗位招聘也该如此。各地各行业都应该努力消除就业歧 视、促进就业公平,建立统一标准。同时,人社、劳动、教育等 部门应加强对各地各单位招聘活动的指导监督,为应聘者公 平就业权益保驾护航。

(作者单位:河北省滦南县市场监督管理局)

"快递进村"提速值得点赞

张连洲

国家邮政局办公室近日印发《关于开展"快递进村"试点 工作的通知》,决定在6个省(区)和15个市(州)组织开展"快 递进村"试点工作。

农村居民一直都是网购消费的重要力量,为电商经济发 展作出了不小贡献。与之相对应的是,农村物流"最后一公 里"还面临诸多障碍。对此,今年的《政府工作报告》提出,要 "支持快递、电商进农村",助力精准脱贫和乡村振兴。为此, 国家邮政局启动"快递进村"工程,并制定《"快递进村"三年行 动方案(2020-2022年)》,明确到2022年年底,符合条件的 建制村基本实现"村村通快递"。

快递进农村,有助于补齐农村流通短板,推动农村消费升 级,激发农民创新创业,带动农民收入增长,也吸引了一大批 农民工、大学生、退伍军人返乡创业。然而,必须正视的是,农 村快递和电商发展,还存在着专业人才缺乏、产业基础薄弱、 物流成本比较高等问题。比如,农村快递服务水平相对滞后, 也给农村公共管理带来了不小困难。快递的安全、卫生、服务 方式及态度等方面的问题日益突出。

对此,各地不仅要从政策上对电商及快递企业给予扶持, 还要大力宣传电子商务,鼓励农村居民把自家产品放到网上 销售,以吸引更多电商及快递企业前来设点。此外,电商及快 递企业要着眼长远,在一些有发展潜力的乡镇甚至村子提早 设点布局。电商及快递还应创新经营模式,建立适应农村现 状的物流模式。比如,在确保收到货款的前提下,与农村通村 班车等合作,降低经营成本。

(作者单位:湖北省嘉鱼县文化和旅游局)

身边事

爱心助考



7月7日,山东省淄博市考生家长在齐商银行网点登记、 测量体温。高考期间,该行淄博支行辖内76家营业网点作为 "助考爱心驿站"对考生及家长开放,提供免费饮水、打印、复 刘峻峰摄(中经视觉)



7月7日,民警和家长将一名右腿受伤的高考考生送进贵 州省黔东南苗族侗族自治州天柱县民族中学高考考点。今 年,该县有2323名学生参加高考,人们以多种形式为考生送 龙胜洲摄(中经视觉)

本版编辑 马洪超 徐 达 祝 伟 jjrbduzhe@163.com mzjjgc@163.com

要适应国内市场实际需求 1 观点

新冠肺炎疫情对我国外贸造成了一定影 响,不少出口企业订单减少。此时,支持适销 对路的出口产品开拓国内市场,帮扶外贸企业 渡过难关,有利于促进外贸基本稳定。同时, 应认识到,外贸企业将出口产品转作内销,需 要适应国内市场实际需求, 避免出现水土不服

首先,产品品种、生产标准、要求等是 否符合国内消费者需求,是最为重要的问 题。不同的国家和地区对出口产品品种、质 量、规格、档次等的要求也不同。在这种情 况下,质量标准要求高、规格要求严的产 品,回到国内市场应没有什么问题。反之, 那些面向产品质量和规格等要求不高的国家 和地区生产的企业,产品转销国内市场后则 有可能难以满足国内消费者需求,需要提高 标准和规格。从这个方面来看,出口企业需

其次,如何与国内同类产品生产企业竞 争。虽然出口转内销也是很多企业常有的事, 但消费者对出口转内销产品也有一定的接受度 和认知度问题。而且,一下子增加那么多出口 转内销产品,国内市场能否承受,也是需要认 真思考的问题。对此,除了企业需要理性之 外,有关方面也要加强市场监管,避免出现恶 性竞争现象。

第三,销售理念是否能够适应国内市场需 要。长期做外贸的企业,经营理念、思路、观 念等大多已国际化,有一些方面可能与国内市 场不大一样。比如,货款支付方式、产品需求 商谈方式、信用状况等,都有可能存在一定 差异。所以,对出口企业来说,转作国内销售 后,在相关经营理念、观念和思路方面也要积 极转变。

第四, 仍要密切关注国际市场变化。当 前,海外疫情还在蔓延与扩散,但有些国家已 经在疫情得到一定控制的情况下加快复工复 产、复商复市。因此, 出口空间也在扩大、大 门正在慢慢打开。所以, 出口转内销企业仍要 密切关注国际市场变化,保持与海外客户的密 切联系,努力增加新客户。总之,应当重视内 销,不忘外销,仍要鼓励企业拓展国际市场, 切实把这二者关系处理好, 绝不可轻视和放弃

当然,应从政策上给出口企业转内销一些 支持和帮助。但是,最关键的还是企业自身, 企业需要适应国内市场, 根据实际情况作出策 略调整,并密切关注国际市场变化,随时重新 转向国际市场。

(作者谭浩俊, 江苏省镇江市市场监督 管理局)