

精耕细作赢得跨境电商新机遇

经过10多年发展,跨境电商已从过去的野蛮生长进入如今精耕细作的新阶段。它们以高成长的确切性有效应对外部市场的不确定性,为全球经贸发展注入了新动能。

同样一项运动帽,“厂二代”们通过跨境电商平台,每卖出一顶可以赚近5元钱,而他们的父辈习惯使用的传统外贸订单,却只能赚5分钱,两者相差近百倍之多。这是发生在青岛胶州运动帽产业集聚区的真实案例,而帮助“厂二代”们实现上述目标的,是一家成立时间尚不到1年的电商企业。虽说跨境电商早已不是什么新概念了,但后来者凭什么能够脱颖而出?秘诀就在于其创新推出的“全托管”“柔性供应”等新模式。

区别于传统跨境电商平台,“全托管”模式就是由平台提供网站引流、跨境物流、知识产权等一站式服务,卖家只需接单生产和发货至平台国内仓库即可,无需考虑后续风险就能实现便捷出海;“柔性供应”模式则是通过少量、多次的快速响应,识别、归集不同国家市场的消费需求,为外贸企业提供长期、稳定的订单。此外,零佣金、国内集货、时销时结等平台新机制,也为企业出海降低了成本,增加了保障。之所以对这些新模式多说几句,不只

ToB与ToC、线上与线下业务融合,以更完善的海外仓布局为厂商与消费者提供端到端的高效服务等。

国家层面对于跨境电商未来发展也寄予了厚望。今年4月份发布的《关于推动外贸稳规模优结构的意见》明确提出,“推动跨境电商健康持续创新发展”“积极发展‘跨境电商+产业带’模式,带动跨境电商企业对企业出口”。这既是外贸新格局下对跨境电商打造新型供应链关系的更高要求,也是跨境电商谋求更高质量发展新机遇。市场呼唤有更多充满创新活力的平台企业,以服务器心态为外贸供应链赋能,助力制造业工厂发挥工贸优势,把强大的制造能力和市场拓展能力结合起来,在精耕细作中赢得更大发展空间。



冯煦明

今年上半年,我国超越日本成为世界最大汽车出口国。根据中汽协发布的数据,上半年我国汽车整车出口数量达到234.1万辆,比去年同期增长76.9%。其中,新能源汽车出口数量为53.4万辆,同比增长1.6倍,对带动汽车出口整体高速增长发挥了重要作用。同期,日本汽车出口数量为202万辆,退居世界第二位。

成为世界第一大汽车出口国,是中国汽车工业的里程碑。汽车工业是一个非常特殊的产业。一方面,汽车制造工艺集成度高,需要雄厚的科技基础和较为完善的产业配套基础,否则不可能形成强大的汽车工业。另一方面,汽车是关系国计民生的重要工业品。各个国家实现现代化,都会伴随人均汽车保有量上升的过程。如何应对快速增长的汽车消费需求,是任何一个具备后发优势的国家在现代化进程中绕不过去的现实问题。

今年是新中国汽车工业70周年。1953年7月,作为“一五”计划重大工程之一的第一汽车制造厂在长春市西南郊区举行奠基典礼。在当时的人们看来,造汽车已属不易,更遑论向其他国家大量出口汽车。而70年后的今天,中国不仅成为世界最大的汽车生产国和消费国,也是世界最大的汽车出口国,在诸强林立、高度竞争的全球汽车市场上赢得越来越多消费者认可。这是对中国汽车工业70年光荣与梦想最好的致敬。

新能源汽车出口的快速增长对当前我国的产业转型升级具有重要的示范意义。随着我国人均工资水平的提高,越南、印度等劳动力成本更低的国家在劳动密集型产业方面的比较优势逐渐凸显,成为国际上新一轮制造业聚集的目的地。这些国家正在对我国传统制造业形成“分流效应”,加剧了我国传统制造业转型升级、提高劳动生产率的迫切性。与发达国家相比,我国在城乡建设、产业基础、人民生活水平、人均收入和消费等方面仍有不小差距,仍需爬坡过坎。而美国等一些国家正在通过贸易保护、科技封锁、脱钩断链等手段遏制我国产业发展,妄图将我国经济社会发展限制在一定水平。新能源汽车的换道超车,带动中国汽车工业从跟跑到并跑,再到一定程度的领跑。这表明,面对复杂多变的国际环境和高度竞争的市场环境,中国人有能力推动自身产业转型升级,不断打开发展新局面。这对其他领域的发展也有积极的示范意义。

在全球贸易整体低迷的背景下,中国汽车出口实现高速增长,成为国际贸易领域一道亮丽的风景线。今年以来,在经历了疫情后的恢复性增长之后,全球贸易增速陷入低迷。世界贸易组织(WTO)预测2023年全球货物贸易量增速仅为1.7%。正是在这样的环境下,中国汽车出口逆势增长颇为引人注目。这是运用科技和产业力量维护全球化、改善各国人民福祉的实践案例,也是对美国等一些国家倡导贸易保护主义、掀起逆全球化浪潮的有力回应。

汽车出口的高速增长值得自豪,同时也带来更多挑战。汽车是一种文化内涵丰富、使用周期长、售后服务密度高的复杂耐用品,因而与服装、鞋帽、玩具等简单商品不同,出口的市场拓展和维护要复杂得多。随着海外销量增长,如何在复杂多变的国际政治经济环境下增强产业链供应链韧性,如何主动适应各个国家差异化的法律和营商环境,如何做好国际品牌传播,如何构建可靠高效的售后服务网络,如何组建跨国跨族群跨文化的人员团队,如何平衡好国际化与本土化之间的关系等,都是摆在我国汽车出口企业面前的重大课题。从这个意义上讲,成为世界第一大汽车出口国,既是回望过去对中国汽车工业70年最好的致敬,更是展望未来中国汽车工业踏上新征程的开始。

(作者系中国社会科学院数量经济与技术经济研究所宏观经济智库研究室主任)

网约车聚合平台亟待规范

年巍

一段时间以来,一种被称为“聚合平台”的网约车经营模式应运而生。数据显示,截至今年7月31日,我国共有322家网约车平台公司取得网约车平台经营许可,环比增加4家;各地共发放网约车驾驶员证597.6万本、车辆运输证250.4万本,环比分别增长3.2%、2.9%。

聚合平台不直接设置运力,而是面向乘客、网约车平台公司提供“撮合”服务,集众人之力更好地抢占市场;乘客打车时可以“货比三家”,叫车快且车费比较便宜;中小网约车企业抱住“大腿”,获得更好的“钱途”。如此三方共赢,岂不美哉?

不过,聚合模式也滋生了诸多乱象。比如,有用户打的是“经济车型”,却按“优享车型”计费;有用户约的是甲平台,来接单的却是乙平台,发生纠纷后又从丙平台退款;甚至还有一些网约车平台通过“特惠价”“一口价”等方式吸引流量,同时放松准入把关,使不合规的网约车数量进一步上涨,严重损害合规驾驶员的利益;等等。规范发展网约车聚合平台已刻不容缓。

今年4月份,交通运输部等五部门联合发布《关于切实做好网约车聚合平台规范管理的通告》,对网约车聚合平台的企业责任和监管要求进一步明确。近日,中国消费者协会表示将从几个方面对规范管理

网约车聚合平台开展社会监督:网约车平台公司对驾驶员和车辆有直接的管理和核验责任,应是第一责任人;用好首问负责制避免推诿扯皮,降低消费者维权成本;等等。这些规定的指向正是在“压实网约车聚合平台责任”。很多用户信任的是聚合平台,并不会注意看具体是哪家公司网约车企业接单。平台上的每个订单,承载的都是涉及用户生命安全的一次“旅途”。数据显示,7月份聚合平台共完成2.32亿单。这么大的订单量,聚合平台能当“甩手掌柜”吗?无论是如向乘客提供车辆牌照和驾驶员基本信息,还是不得接入未在本地取得网约车经营许可的网约车平台公司,这些要求聚合平台都须落实到位,如此才能对得起用户信任。

责任归属之外,定价问题也是关注的焦点。作为连接乘客端与司机端的关键一环,聚合平台直接参与了派单和时段、价格的把控,并向两端都收取服务费。为此,中国消费者协会表示,网约车聚合平台及合作网约车平台公司应落实明码标价等要求,不得以不正当价格行为扰乱市场秩序。应当看到,网约车市场变得日益规范,正从流量竞争向服务竞争转变。为乘客和网约车司机提供更好的服务和保障,将是聚合平台在未来的竞争中保持优势的关键。

(中国经济网供稿)

山西



勾建山作(新华社发)

真金白银扶持个体户

8月29日,“惠商保”山西省个体工商户保险保障项目正式启动。为增强个体工商户抵御风险能力、提振信心,今年7月中旬山西省印发《个体工商户保险保障项目实施方案》,省市区三级财政按5:3:2的分担比例,共同出资2亿元,为全省登记在册且正常经营的个体工商户提供4项保险保障扶持。个体工商户是重要的经营主体,在繁荣经济、增加就业等方面发挥着不可替代的作用。山西省创新推行个体工商户保险保障措施,积极探索通过市场化手段降低和分散个体工商户经营风险,为全国其他地方促进个体工商户发展提供了值得借鉴的方法和路径。

(时锋)

抓住县域商业

县域是联结城乡的纽带,加强县域商业体系建设,促进农村消费,是推进乡村振兴、提高人民生活品质的重要举措。日前,商务部等9部门办公厅(室)联合印发的《县域商业三年行动计划(2023—2025年)》,对如何提升县域商业体系建设成效提出了总体思路,明确了工作目标,部署了7个方面的重点任务,为未来三年县域商业体系建设提供了行动指南。

县域商业体系建设是一项系统工程,落实三年行动计划,必须抓住重点,以提高优质农产品供给为基础,以建立一流的物流配送体系为关键,以打造全国商业“领跑县”为抓手,以健全有效的机制为保障,以点带面,推进县域商业体系建设。

一是以提高优质农产品供给为基础。提高优质农产品供给,不断满足消费和市场需求,首先要通过农业结构调整,推动品种培优、品质提升、品牌打造和标准化生产,提高农产品的竞争力。其次要加大培育优质农产品生产基地建设力度,加快建设优势特色产业群,扩大名特优新农产品规模,千方百计提升优质农产品供给的保障能力。推动电商高质量发展,鼓励电商带头人创新直播方式,提高优质农产品品牌传播力和知晓度。

二是以建立一流的物流配送体系为关键。有为政府和有效市场相结合至关重要。政府层面,要加强产地集配中心等流通基础设施建设,加强加工、仓储、包装等商品化处理设施建设,推进县级寄递公共配送中心场地建设和改造,鼓励有条

刘景兰

姚凤梅

牛鼻子

县域商业体系建设目标和群众需求,结合自身发展现状,找准差距和不足,细化年度建设目标和任务,一步一个脚印地推进县域商业体系建设。四是以健全有效的机制为保障。首先要建立健全商务、发展改革等多部门参与的县域商业体系建设工作协调推进机制,明确任务分工,定期研究重大事项,确保政策形成合力。其次要探索建立“一对一”帮扶机制,鼓励县域内商业基础较好、工作具有典型性的县镇村,与商业基础欠发达的县镇村结对子开展精准帮扶。再次要建立科学考核机制,将县域商业体系建设纳入省、市、县乡村振兴考核体系,保障政策落地见效。最后要建立培训交流机制,开展县域商业体系建设专题教育培训,提高培训的针对性、实效性。

持续提升金融监管有效性

陈创练

不久前召开的中央政治局会议要求坚持稳中求进工作总基调,守住不发生系统性风险的底线,加强金融监管协调。实时监测系统性风险、全面加强金融监管力度,是当下防范化解经济金融领域风险的重要着眼点,对此需要重点关注并采取相应的应对策略。从全局看,根据全国金融风险实时监测预警防控智能系统的测算结果,与去年相比,当下全国的系统性风险规模处于相对较低位置,总风险规模为12.8万亿元,比去年同期下降10个百分点,系统性风险规模相对可控。从风险集中度看,前10家商业银行的系统性风险占比高达75.5%,构成我国系统性风险的主要部分。从市场风险看,金融市场风险主要集中在建筑装饰、证券、房地产开发、保险、零售、银行等行业,这些行业股价波动相对剧烈、风险相对较大。对此,有关部门先后采取了一系列举措。比如,2022年,我国银行业监管工作紧紧围绕化险、改革、发展三大任务,引导银行业加大对重点领域和薄弱环节的支持力度,稳妥有序化解房地产、中小金融机构风险,持续完善监管制度体系建设,不断深化银行业改

革开放,银行业运行整体保持稳健态势。未来,在新形势下防范化解金融风险,各方须提高认识,未雨绸缪,不断提升金融监管的有效性。

从信用风险的角度来讲,在重点关注金融机构的信贷业务,确保借款人具备良好的信用状况和还款能力的同时,还要加强对金融机构的信贷审查和风险评估监管,防范不良贷款和违约风险。从市场风险的视角来说,则应重点关注金融机构的投资业务,也可以加强对金融机构的市场风险管理监管,确保金融机构具备足够的风险承受能力和风险控制措施。从流动性风险的层面而言,要重点关注金融机构的资金流动性状况,特别是对面临资金压力的金融机构,也可以加强对金融机构的流动性风险管理监管,确保金融机构具备足够的流动性储备和应急措施。

还应增强金融机构间协同防御体系,推进跨区域合作与协调。要建立跨省金融风险监管合作机制,加强各个省份金融监管部门间的合作与协调,建立跨区域的金融监管合作机制。

通过共同制定监管政策、加强信息共享和协同监测,可更好应对系统性风险传染溢出。还要加强区域间金融机构之间的协同与联动,如今金融机构间关系愈加紧密,必须加强区域协调和联合应对,特别是跨区域金融机构。同时,也应建立跨机构信息共享与风险监测机制。我国金融机构应加强信息共享与风险监测,建立跨机构的信息共享平台,实现金融机构间的实时数据共享和风险信息交流。

在实际操作过程中,还需要完善金融监管机制,建立重大突发事件应急预案。要完善行业金融监测和数据报告机制。建立与重大突发事件相关的信息网络,实现金融机构间的数据共享,积极开展信息监测和预警,定期发布外部威胁和内部资源再配置报告,提前发现潜在风险并及时防范应对。加强金融机构间的互信合作,以减少重大突发事件引起的金融风险传染,同时金融机构应积极采取有利于自身稳健运营的措施,并加强合作抵御风险。更应强化金融监管和风险管理。我国地方金融监管局应加强对金融机构的监管力度,确保其具备足够的资本充足率和流动性储备,以应对可能的风险冲击。