

破冰外贸困局 浙江温州鹿城助外贸企业“逆风翻盘”

■ 潘沁文 林婷婷 朱嘉若

浙江温州(鹿城)市场采购贸易近日传来捷报：半年度出口额突破 20 亿美元，较 2019 年突破 20 亿美元提前整整 2 个月，拉动温州市 1-5 月出口增长 15.1 个百分点，实现“V 型”负转正。

近期，受新冠肺炎疫情影响，外贸经营者如履薄冰。温州(鹿城)市场采购贸易屡屡破冰，为受到牵绊的外贸企业指明方向。

策红利扶持，企业创新转型，共同抵御外贸“寒冬”。今年以来，鹿城围绕国家级市场采购贸易方式试点，强化区域联动、加速业态融合、开辟全新物流、活用碎片订单，扫除外贸出口壁垒，为外贸企业“翻盘”保驾护航。

初闯关“前菜” 中断的外贸“新走廊”通了

今年 2 月初，温州鹿城贸易出口全盘停歇，“冬眠期”持续了一个多月。自复工以来，温州(鹿城)市场采购贸易一路“追风”，引领外贸企业“逆行”。

在温州海路部分班次恢复后的第一天，温州立帆供应链管理有限公司就运输出去 2 箱的集装箱，现在每天约有 15 个集装箱的运输量，出口业务和货代服务渐入正轨。作为鹿城重点外贸企业，该公司 2019 年销售额达 1.2 亿美元，并以 30% 的利润增长率保持良好的营业态势。新冠肺炎疫情发生后，公司总经理苏苗连“诉苦”说：“公司货物靠陆路托走的渠道就处于停滞了的状态。”

3 月初，温州(鹿城)市场采购贸易海陆空



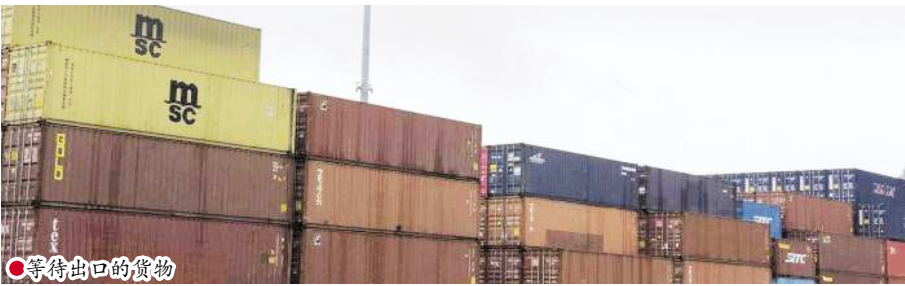
中铁八局海外公司： “流动红旗”进工点 持续激发拼搏劲

自“双保双争”、“大干 100 天”“五保一树”系列主题活动开展以来，中铁八局海外公司菲律宾宿务、南昌宋两个通讯铁塔土建项目部在做好疫情防控常态化工作的前提下，结合自身实际因地制宜，在菲律宾片区所有通讯铁塔站点范围内，开展了“建塔能手”劳动竞赛。经过综合评选，6 月份宿务项目部的巴罗德工点、南昌宋项目部的达斯马里工点，以优异的施工质量、工期进度和安全管理脱颖而出，联合党支部分别为两个工点授予“流动红旗”进行表彰。

菲律宾两个通讯铁塔土建项目实施以来，面临诸多挑战。首先是“点多分散”，两个项目部负责实施的铁塔站点零散分布在面积 4500 平方公里至 16000 平方公里之间多个大小岛屿之上。岛与岛之间只能依靠船运连通，各工点相对孤立，战线长，管理难度大。其次，自 3 月份菲律宾新冠疫情爆发以来，受疫情和政府隔离管控政策影响，相当一段时间内工厂停工，商店歇业，给项目部物资供应、劳动力招聘以及防疫工作带来巨大挑战。再次，项目部员工还要克服当地恶劣的自然环境和艰苦的生活条件。菲律宾属季风型热带雨林气候，高温多雨，湿度大，台风多，对于项目部员工来说，在野外日晒雨淋已是家常便饭。此外，受菲律宾入境政策限制，国内本部无法派人支援，项目部一个站点通常只有 1 至 3 名中方员工，一个工点就是一个微型项目部，通常都是一人顶多岗，既要统筹施工管理，又要负责物资设备组织，还要兼顾后勤管理等方方面面的工作，尤其还要克服语言交流障碍。每个人都是身兼数职，白天在工地管现场，晚上回驻地做内业资料，员工们几乎天天工作到凌晨。

“建塔能手”劳动竞赛开展之初，菲律宾宿务和南昌宋项目联合党支部组织召开了动员大会，再次强调这两个通讯铁塔土建项目是海外公司进入菲律宾市场的第一步，对后续站稳东南亚基建市场意义重大，进一步提高了全体员工的政治意识、大局意识和责任意识。为最大限度调动员工的积极性，联合党支部以主题活动为契机，在国内本部相关部门的配合下，量身定制了考核办法——项目部将员工绩效收入与当月业绩挂钩，绩效分配向安全、质量、工期完成好的工点和贡献度高的个人倾斜，并授予“流动红旗”，营造了良好的干事创业、比学赶超氛围。为确保完成“大干 100 天”的指标任务，结合业主要求，各工点的党员带头制定具体方案计划，将进度目标细化到天，并且每天对目标任务落实情况进行梳理和通报。同时，在施工过程中，联合党支部充分发挥党员的先锋模范带头作用，组织各工点相互交流经验，相互学习借鉴，通过不断优化调整，摸索出一套适合当地的管理模式，为持续完成各项生产经营指标奠定了坚实基础。

(王智)



三栖通道陆续被激活，重启“运营”。在温州状元岛码头，海关工作人员与市场采购贸易“党员先锋岗”严阵以待，主动协调温州港，精准梳理第一批在温可调配集卡车名单，结合在温州西卡口收集建立的集卡司机信息备用库，对接温州市交通运输局第一时间办理浙江省通用的通行证 101 张，全力克服疫情防控期间“船不敢来、车没人开、路不畅通、人进不来、货出不去”等诸多不利因素，迅速恢复市场采购贸易出口。

5 月，温州(鹿城)市场采购贸易已助力温州市外贸出口增速达 0.7%。与此同时，鹿城区商务局结合商务部新规，及时将在库口罩出口转为一般贸易，保住了口罩出口订单，在当前暂停市场采购贸易出口防疫物资新规下，为温州外贸企业出口防疫物资打上一剂有力的“强心针”。

温州宏拓国际货运代理有限公司为鹿城参与市场采购贸易的主要货代企业之一，公司“温州—罗安达”一般贸易洲际包机航班起飞，将温州本地生产的口罩等防疫物资“护送”往出口目的国。该公司董事长周峰旭感慨说：“鹿城启用空运包机直航出口模式，推动了企业之间的信息共享，为我们搭建起了供

建设“小而美”企业，打造地产酒品牌 郑州宴酒坊酒业公司 召开“五粮一号”产品座谈会

■ 本报记者 李代广 实习记者 李藏

7 月 4 日，郑州宴酒坊酒业有限公司召开“五粮一号”产品座谈会，来自河南日报、大河报、河南商报、东方今报、凤凰网、今日头条、企业家日报等新闻媒体的代表，郑州宴酒坊酒业有限公司董事长毛同生、销售公司总经理张新芳等企业负责人参加了座谈会。

大家首先参观了宴酒坊公司的窖藏、酿造、生产、存储、包装等车间，亲身感受了公司的生产规模、工艺流程、产品储藏，对于公司标准化的质量管理、企业文化建设有了一个较为清晰的认识。

在座谈会上，毛同生介绍了公司的发展情况，与会的媒体代表，从宴酒坊公司的非公党建、企业文化建设、酒体风格、产品销售、大单品打造、姓氏博物馆筹建、市场推广、对联征集等不同角度发言，先后发言，集思广益，为企业发展建言献策。

郑州宴酒坊酒业有限公司 2007 年开始立项，2010 年投资 1.08 亿元建成投产，公司成立后，坚持“不进商超、不进酒店、不走通路”的三不原则和“会员尊享、口碑传媒、几何增长”的十二字销售方针，定格了中国专卖酒的坐标。

为了生产出优质的地产酒，公司邀请河南省食品研究所原所长刘建利、河南省酒业协会秘书长蒋辉、国家级评酒委员张启振、国家轻工产品质量监督检测郑州站原站长张开建等 11 人，组成了宴酒坊专家团。

专家团从宴酒坊的酿造、储存、酒体设计等方面层层把关。从宜宾五粮液酒厂聘请的退休老酿造师则从窖池的设计、窖泥的制作到生产酒曲、五种粮食的投粮比例、发酵的方法、时间及蒸馏等工艺方面，严格按照五粮液



的标准生产。

经过 7 年努力，宴酒坊“郑州五粮一号”诞生，这也是宴酒坊用自主研发的技术工艺生产出来的第一款郑州地产酒，经过试生产、专家论证、经销商品鉴、消费者认可，最后经过国家级食品检验机构检测，2017 年 5 月正式问世。

公司确定了“出口、创汇，把酒卖到国外”的战略决定。2016 年在泰国办好了进口手续，找到了经销商，他们与泰国银河集团首次合作，就签订了 10000 件、价值 600 万元人民币的出口合同，这也是河南省白酒企业第一次实现批量出口。

目前，公司占地近亩的宴酒坊酒业有限公司分为发酵区、储酒区、灌装区、实验区和办公区。发酵区有近 200 条窖池，100 多个小至半吨大到 90 吨的储酒容器，一次储酒可达上万吨。

参加座谈会的媒体代表说，作为郑州市目前规模较大的酒业企业，宴酒坊不要和大企业比规模，要搞差异化、个性化产品，要充

直播等多措并举的“突围记”。

现在，温州(鹿城)市场采购贸易以每周固定一场的形式常态化开展云端直播，累计已有 1000 余家外贸企业(个体户)参与，行业互动人数超 3 万。

“温州(鹿城)市场采购贸易一直致力于打造‘跨境电商+市场采购’相融合的新型出口模式，实现线上线下市场共繁荣、实体交易虚拟贸易同发展的新兴业态。”鹿城区商务局局长王烨表示，借助电子商务等技术，发展新型的出口商品交易模式，这也是温州(鹿城)市场采购贸易接下来花大力气探索的方向。

“市场采购+跨境电商”融合发展也已进一步得以深入推进，在中国(温州)跨境电子商务综合试验区保税进口首单业务诞生后的第三天，鹿城结合市场采购贸易与跨境电商综试区试点政策，推动海外仓模式落地铿锵有力。

通过海外仓模式出口，温州市金耀供应链管理有限公司出口货物时节约了 30% 以上的物流成本，节省零售商品配送时间近 50%。该公司的焊接面罩和眼镜走海运出口至美国密苏里州堪萨斯的海外仓，为海外端跨境零售提供备货。现在，从美国本土的海外仓零售派送至海外消费者手中仅需 2-5 天。

“海外仓零售出口有效解决了疫情下邮路运费高涨的问题，像现在空运航班短缺，邮件运费都涨到了原先的 3 到 4 倍。”上述公司董事长杨礼捷介绍，依靠海外仓，还有助于打造自己的品牌，拓展当地市场。

据悉，截至 6 月 30 日，温州(鹿城)市场采购贸易累计出口 20.08 亿美元，推动鹿城区 1-5 月累计出口 132.2 亿元，同比逆势增长 28%。



7 年进化 京东数科“自我颠覆”中 破局向前

京东数科的发展步速正在加快。7 月 1 日晚间，证监会北京监管局官网显示，京东数科在 6 月 28 日分别与国泰君安、中信证券、五矿证券和华菁证券分别签署股票发行上市辅导协议。对此，京东数科方面表示“不予置评”。

提到京东，人们往往更关注的可能是京东零售与京东物流。而今，当人们把目光聚焦到京东数科的身上时，才猛然发现，7 年时间，京东数科已成为产业数字化的代表，正站在科技舞台上，期待拥抱更大的未来。

入局、转型，京东数科沉淀数字实力

时间倒回到 2013 年，还叫做“京东金融”的京东数科自京东内部孵化，作为独立板块开始运营。一起步，京东数科就创新性地推出了国内首个互联网消费金融产品——白条，以及以京保贝为代表的供应链金融服务，迎来不少跟随者，颇受行业关注。

此时的京东数科，尚处于自营式金融服务阶段，核心在于风控。在技术的充分加持下，京东数科把风控努力做到极致。以白条为例，京东数科以大数据技术做自动化、差异化的风险定价，基于电商消费痕迹，给每个白条用户最合适的限额和利率，做到了秒级放贷。数据显示，在大数据风控上的率先突破，让京东数科集团的业务效率远超行业，白条业务的坏账率和资损水平长期低于行业平均值 50% 以上。

可以说，白条的推出引领了整个互联网消费金融行业的兴起。但在 2015 年后半年，当各大互联网巨头纷纷进军消费金融业务时，京东数科却毅然开启了 B 端之旅，开始向一家金融科技公司转型，旨在将数字金融板块积淀的能力对外输出给更多的金融机构，帮助更多的金融机构去优化成本结构、提高效率与提升用户体验。

从 2015 年 8 月联手中信银行发布白条联名信用卡，到陆续与国有大行、股份制银行和城商行进行深度合作，截至目前，京东数科已与 700 多家金融机构展开合作。服务金融机构的业务也是全面开花，京东数科为银行、证券、保险、基金、信托等金融机构提供“技术+服务”的一站式数字化、可持续发展的解决方案，服务于金融机构在支付结算、财富管理、消费金融、企业金融、资产管理等专业领域的数字化升级。

颠覆、蜕变，京东数科加速边界延展

然而，自我颠覆是深植于京东数科的“基因”。如今，京东数科的业务触角早已伸向智慧城市、数字农牧与数字营销等多个产业领域。

2018 年 11 月，京东金融品牌升级为京东数字科技，完成了自己的第三次升级蜕变。自此，京东数科突破金融边界，向实业延伸，帮扶中小企业的，通过数字科技去做金融与实体产业的连接。

而今，作为一家致力于以 AI 驱动产业数字化的新型科技公司，京东数科以 AI、数据技术、物联网、区块链等前沿数字科技为基础，建立并发展起核心的风险管理能力、用户运营能力、产业理解能力和 B2B2C 的企业服务模式。公开资料显示，截至目前，京东数科完成了在 AI 技术、机器人、数字营销、智能城市、金融科技等领域布局，服务客户纵贯个人端、企业端、政府端，累计服务涵盖 4 亿个人用户、700 多家各类金融机构、17000 家创业创新公司、30 余座城市的政府及其他公共服务机构。

6 月 26 日，京东发布公告称，京东已与京东数科达成协议，将利润分成权转换为京东数科 35.9% 的股权，同时向京东数科增资人民币 17.8 亿元现金收购股权。交易完成后，京东集团将持有京东数科共计 36.8% 的股权。京东数科目前估值已超过 1300 亿元。

(中新网)

茅台之窗

茅台携手贵州现代物流 打造贵州生态养殖全国知名品牌

■ 王柱 李卫 李萧

继 6 月 16 日贵州省委常委、省委秘书长刘捷调研茅台提出“推动白酒产业链与生态养殖业联动发展，更好服务全省经济发展大局”要求后，7 月 1 日，茅台集团与贵州现代物流产业集团在茅台会议中心举行座谈，双方就携手打造贵州生态养殖全产业链，深度融合关联产业，推动贵州农村产业革命向纵深发展交换意见。

茅台集团党委书记、董事长高卫东，贵州现代物流产业集团党委书记、董事长任仁出席并讲话，茅台集团党委副书记、总经理李静仁主持座谈，贵州现代物流产业集团党委副书记、总经理廖慧，茅台集团党委副书记王焱出席座谈会。

座谈中，高卫东表示，茅台集团与贵州现



代物流产业集团虽然主业不同，但却有共同



全省实现脱贫后持续推进乡村振兴的主要

发力点，使命光荣、责任重大、前景可期。希望双方通过开展全方位合作，共同助力“黔货出山”，为贵州国企互学互鉴、合作共赢开启新征程、树立新标杆。

任仁就贵州现代物流产业集团战略定位、产业布局等作了介绍，他表示，打造生态养殖全产业链是贯彻落实省委省政府关于农村产业革命的部署要求，也是双方践行国企担当、服务全省经济发展的应有之举。贵州发展养殖业具有很好的基础条件，关键要整合好资源、推进好产业关联联合，实现“酒糟变饲料”。希望双方加强沟通，重点推进饲料生产工艺配方研究、原料收集调度、厂房建设等工作，力争项目早日上马，为把贵州生态养殖有关品牌打造成全国知名品牌而作出贡献。

贵州现代物流产业集团领导钱永军、张德芹、叶炜、徐来、刘卫东，茅台集团副总经理万波，茅台集团党委办公室、公司办公室、茅台酒股份公司生产管理部及相关子公司主要负责人参加座谈。