

2017

商會通訊

Chamber Of Commerce Communication

第9期

总第160期

1-8月江苏外贸稳中向好势头进一步延续

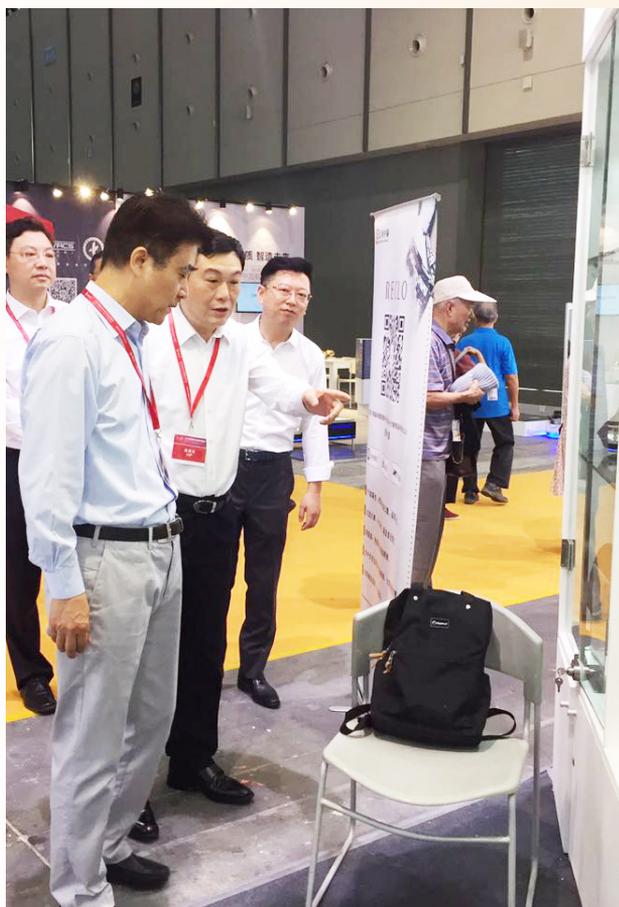
美国“301调查”成因及对外贸影响

江苏省纺织研究所积极推进技术创新

高德康荣获第四届“CCTV年度慈善人物”



商会执行会长马海宁赴 “南京国际时尚消费品博览会”巡馆



筑梦“一带一路”深化产能合作

实施“一带一路”战略、推进国际产能和装备制造合作，是党中央、国务院根据全球经济形势深刻调整变化，统筹国内国际两个大局、构建全方位开放新格局做出的重大战略决策。随着国家“一带一路”战略深入推进，国际产能合作成为企业实施走出去战略的主要内容。

近年来，省委、省政府高度重视推进国际产能合作，连续出台《江苏省推进国际产能和装备制造合作行动方案》和《江苏省推进国际产能和装备制造合作三年行动计划(2016-2018)》，将国际产能合作作为推动新一轮扩大对外开放和增强企业国际竞争力的重要途径。结合我省产业发展实际，重点围绕工程机械、轨道交通、新型电力、船舶海工4个重大装备制造领域，轻纺、石化、冶金、建材4个传统优势行业，务实推进国际产能合作，加快企业面向全球进行产业布局和资源配置，实现经济提质增效升级。

开展国际产能合作，有利于供给侧结构性改革，有利于促进产业转型升级，有利于推动经济稳定增长。国际产能合作的理念是位于全球价值链不同位置的国家，通过多方产业、资金及技术合作，共同分享工业文明与和平发展曙光，在多方深度合作中，提升各自位置，重构价值链，实现多赢格局。我国开展的国际产能合作，是以与合作国互利共赢为目的，以促进我国经济提质增效升级为核心，以企业为主体，以基础设施建设、生产线建立、设备工具提供为主要内容，通过直接投资、工程承包、技术合作、装备出口等多种形式，优化我国企业生产能力布局，提高合作国产业发展水平的对外经济活动。

当前，全球产业结构加速调整、基础设施建设方兴未艾，发展中国家大力推进工业化、城镇化进程，我国经济结构性改革深入推进，国际产能合作正处于起步加速发展的关键时期。中国资本、装备、技术日益受到世界各国特别是发展中国家的欢迎。我省企业要抢抓机遇、积极作为，主动融入“一带一路”建设大局，积极开展国际产能合作和装备制造合作，不断提升技术、质量和服务水平，增强企业核心竞争力和国际化水平，为全省经济持续健康发展做出应有贡献。

(南通外经协会秘书长 王加兵)



商会通讯

JCCIEF

2017年9月20日

江苏省进出口商会通讯编委会

主 任 马明龙

执行主任 马海宁

副 主 任 (以姓氏笔画为序)

尹国新 王 兵 王 强

王正喜 孙建忠 孙 磊

许 坚 张子燕 张乐夫

吴 钢 汪涤凡 林小立

周海江 徐建国 徐雨祥

黄裕辉 黄宏亮 康宜华

曹金其 梅 冬 彭向峰

蔡济波

主 编 朱一兵

执行编辑 张伯春

责任编辑 傅缓歆

地址 南京市中华路50号7楼

邮编 210001

电话 025-52308085

传真 025-52308595

网站 www.jccief.org.cn

E-mail wm @ jccief.org.cn

CONTENTS

目 录

U N I L N I U

2017第9期
总第160期

卷首语 Preface

筑梦“一带一路” 深化产能合作 /01

商会动态 Chamber Tendency

商会党支部组织理想信念教育活动 /04

王忠奇会长来我会交流指导工作 /04

马海宁赴“南京国际时尚消费品博览会”巡馆 /04

李新立辅导国际贸易合同法律与企业代表积极互动 /05

琥博集团唐涛亲临商会作国际投资与贸易合规业务培训 /06

汇鸿外经在国际市场中快速成长 /07

开鑫家源餐厨产品做出大文章 /07

华越国际以市场为导向建立多元经营与时代文化服务平台 /08

我会应邀参加“中国制造之美 2017 年度评委见面会”

及优秀产品观展活动 /09

热点聚焦 Hotspot focus

1-8月江苏外贸稳中向好势头进一步延续 /10

中企海外投资依然强劲 /11

会员天地 Member Area

江苏弘业股份上市 20 周年不断实现新跨越 /12

江苏省纺织研究所积极推进技术创新 /13

苏美达“品牌发展与保护”受到海关总署高度关注 /15



徐工集团参加金砖国家工商理事会年会暨金砖国家工商峰会 /17

高德康荣获第四届“CCTV 年度慈善人物” /17

波司登荣膺“全国两化融合贯标示范企业” /18

徐工高端、成套化道路机械批量发往肯尼亚 /19

江苏跨境用最优秀的“外综服”助力江苏企业走出去 /20

焦点科技蝉联商务部电子商务示范企业 /21

汇鸿会展公司力拓东南亚市场 /22

汇鸿医药公司董事长滕晓

当选中国医保商会第七届理事会副会长 /23

中纺进出口商会王宇副会长赴汇鸿中锦公司调研 /23

汇鸿浆纸借势一带一路，牵手 ILIM、恒丰开拓纸浆新路线 /24

汇鸿中天公司积极筹备参加第 122 届广交会 /25

汇鸿畜产公司举办首期读书会 /25

南通二建获以色列建筑总承包最高资质 /26



业务之窗 Business window

美国“301 调查”成因及对外贸影响 /27

让生意做得更好 /31

苏美达轻纺在“一带一路”上蹄疾步稳 /37

怡心苑 Essays

坚守平凡 不甘平庸 /38

祖国母亲 生辰快乐！ /39

数万斤软籽石榴寻求江苏出口合作平台 /40



刊头题字：张明惠

商会党支部组织理想信念教育活动

为继承和发扬党的光荣传统和优良作风，激励党员坚定理想信念，增强党的凝聚力，2017年8月25日-27日，商会党支部和工会联合组织党员和全体员工赴山西“刘胡兰纪念馆”参观瞻仰。

刘胡兰同志一九四六年六月参加中国共产党，当年她才十四岁。入党后，她对劳动人民的解放和共产主义事业无限忠诚，在敌人面前，坚贞不屈，面对敌人无情铡刀无所畏惧，表现出了共产党员高贵的品质，为党和人民的事业流尽了最后一滴血。毛泽东主席亲自为刘胡兰题词“生的伟大，死的光荣”。商会全体党员

和员工通过参观实物、图片、影像，回顾烈士短暂而光辉的一生，大家感慨万千！一致表示要坚定共产主义信念和伟大理想，学习刘胡兰对党忠贞，一切以党和人民的利益为重，不怕牺牲、勇于为革命事业英勇献身的精神。

今天，我们在物质生活和精神生活日益丰富的现在，不忘初心，传承并发扬优秀的革命精神。我们要坚定不移的走中国特色社会主义道路，坚持党的领导，牢牢把握新时期发展特征，在今后的工作中，以饱满的热情、积极的工作态度开展商会工作，为商会改革发展不断努力，实现共同理想，开创美好未来。（周洁）

王忠奇会长来我会交流指导工作

9月15日下午，中国轻工工艺品进出口商会王忠奇会长假出席2017南京国际时尚消费品博览会机会，抽出时间来江苏省进出口商会交流指导工作。

我会执行会长马海宁对王会长的来访表示热烈欢迎，向王会长汇报了我会在业务培训、经贸促进、信息服务等工作开展情况，以及江苏全省2016年及2017年1-8月主要轻工产品出口情况。希望中国轻工工艺品进出口商会与我会建立长期的合作，共同为江苏轻工工艺品

进出口企业服务。王会长对我会的工作表示充分的肯定，介绍了中国轻工工艺品进出口商会脱钩改革和国内外展会开展情况，以及对江苏省进出口商会工作的指导意见，分析并介绍了全国轻工产品出口情况和发展方向，并表示很乐于与我会加强联系和合作，发挥双方各自优势，更好服务于我省轻工企业。

我会秘书长朱一兵及经贸业务部范亚萍主任、赵静参加了工作交流。（赵静）

马海宁赴“南京国际时尚消费品博览会”巡馆

2017年9月15日-17日，第六届“南京国际时尚消费品博览会”在南京国际博览中心1、2号馆举行。开幕当天，商会执行会长马海宁赴

展会巡馆。

本届展会由南京市人民政府、中国纺织品进出口商会、中国食品土畜进出口商会、中国

轻工工艺品进出口商会、江苏省进出口商会、江苏汇鸿国际集团联合主办。在总结前五届展会经验的基础上，依据市场变化与展会特点，新划分了展馆，突出西部地区省份参展比重，吸引更多国家、地区企业参展。今年将1号馆规划为国内商品馆，2号馆规划为进口商品馆。1号馆，青海省商务厅组织超过120家企业组成的“青海商品大集”成为最大亮点，参展商品涵盖生鲜、牛羊肉制品、乳制品、蜂产品、饮料酒类、工艺品、轻纺类商品、土特产品等11大类2300余中产品。2号馆吸引了来自澳大利亚、斯洛伐克、意大利、印度、伊朗、泰国、

阿富汗、香港、中国台湾等15个国家和地区，以及国内从事跨境商品、进口商品代理、进口商品经销的近200家公司参展。

马会长在汇鸿中锦董事长吴毅民、汇鸿医保董事长腾晓等人陪同下，仔细参观了2号进口商品馆。对汇鸿中锦参展的国际品牌箱包及汇鸿医保参展的保健品等表示浓厚的兴趣，详细了解了参展商品的货源、质量、功能及价格等情况。马会长表示，经过五年的发展，南京国际时尚消费品博览会越办越好。

商会经贸业务部、行政事业部负责人陪同马会长参观消博会。
(范亚萍)

李新立辅导国际贸易合同法律与企业代表积极互动

9月13日下午，商会举办《贸易合同纠纷案例分析及贸易合规业务培训》，特邀大成（上海）律师事务所律师李新立律师辅导国际贸易合同法律，引起参加培训的70多位会员企业代表的广泛关注和热情互动。

李新立律师在国际货物买卖合同和涉外商事纠纷诉讼方面具有很深的研究和造诣，处理过多起国际贸易纠纷，出版过很多研究和指导书籍。讲课中，他对2015年和2016年中国裁判文书网公布的法院裁判文书进行了全面的梳理，归纳出了这类纠纷的特点。选取了部分典型案例进行分析，以帮助外贸企业了解此类纠纷在法院审理的整体状况。对国际贸易纠纷的处理和解决过程和方法、技巧传授了经验，同时对国际贸易合同法律和文书的起草和各条款的拟定给予了详细的辅导。对我们江苏外贸企业防止和处理国际贸易合同纠纷很有指导意义，企业代表在会场提出了一系列贸易合同和纠纷处理问题，李律师与大家分别进行讨论并一一



传授处理技巧，受到大家热烈欢迎。

通过培训大家深刻认识到，法律不仅是一门学问，更是一门技术。当我们切实使用法律大厦时，更需要运用精巧的舞动技术构思，精妙地安排和精确计算法律转化为技术的技能。伴随着社会实践中法律的进步与完善，对法律技术的运用与要求会越来越高。企业代表们深感实践是最好的老师，大家从李律师的案例分析中深切体会到只有从实践中不断总结，才能体会高超法律技术的价值。

商会秘书长朱一兵在培训班作了开班动员和培训班小结。
(杨海宁)

琥博集团唐涛亲临商会 作国际投资与贸易合规业务培训



9月13日下午，商会举办《贸易合同纠纷案例分析及贸易合规业务培训》，特邀 Amber Road 琥博信息科技有限公司中国副总经理唐涛作《中国企业“走出去”过程中如何有效管理和优化国际贸易》主题讲座。唐总与70多位江苏省国际投资与贸易企业业务人员分享全球贸易合规和优化供应链管理经验，介绍了 Amber Road 团队全球贸易合规数据库和先进的全球贸易管理理念，以及与中国独特的贸易管理方案相结合的项目成本优化的实施经验。

随着全球价值链和产业分工的升级，中国企业与世界各国的商贸投资往来更加频繁，无论涉及单个国家还是多个国家，都会面临错综复杂的事务，不仅要管理不断扩大的全球贸易伙伴，更要了解相关国家一系列复杂的贸易法规，以及面对竞争激烈的商业环境。唐总介绍了国内企业在“走出去”和贸易过程中，不仅要全方位规划和执行，同时要不断优化供应链，

做到合法合规，不断提升客户服务水平，努力降低企业的全球供应链成本。唐总认为中国企业在开展全球贸易的过程中，必须掌握贸易国的各项法律法规，如是否需要进出口许可证、如何获得准确的税则信息、如何预估税费和运费、是否可使用自由贸易协定、是否涉及出口管制等。有些国家的政府信息公开透明度不高，企业无法及时获取此类信息，因此也无法确保产品符合国内出口、海外进口及当地经营的要求。一旦被海关稽查，可能会面临罚款或处罚，影响供应链运作。唐总与大家分享了中国企业走出去的实际案例，以及他们如何利用 Amber Road 解决方案优化国际供应链运作、降低成本和税费支出。唐总的主题讲座得到企业的一致称赞。

培训班由商会秘书长朱一兵主持。商会会员培训部和信息综合部联合策划与实施了本次培训。
(杨海宁)

汇鸿外经在国际市场中快速成长



8月24日上午，商会组织走访江苏汇鸿国际集团外经有限公司，顾新总经理等7位班子成员热情接待和介绍公司及经营活动情况。

顾新总经理介绍汇鸿外经是先有项目，后有公司，于2009年正式运营。10年前，他们敢于吃“螃蟹”，自主赴尼日利亚投资设厂。10年中“风雨兼程”出口额已超4000万美元。10年前经营单一产品空调，10年后已成功成立了冰柜、冰箱的生产线，并有自己的检测线，检测线超过尼日利亚国家水平。已集多品种空调、电表、电扇、冷风机、空气净化器、机顶盒等各类家电于一体的多门类企业，为尼日利亚电表项目中唯一拿到指导证书的外资企业。10年前主要组织销售家

电类产品，10年后已成为出口和进口并举的企业，成为国内尼日利亚第一可可豆进口商。市场融合，社会责任，用工培训，政企交流，媒体宣传以及知识产品维护等各项工作都取得显著成绩。公司已成为独具特色的非传统外贸企业，成为尼日利亚十分欢迎的中国投资企业。

取得这样的成就，只因为他们有年富力强，坚韧不拔，团结一致干事业的领导班子；他们有共建共赢的投资理念和社会责任，他们有善于学习，勤于思考，灵敏反映市场和善于经营行为；他们有与投资国政府、企业、百姓、媒体沟通、协调和合作的能力；他们有自主创新，创立品牌和维护知识产权的功夫。听了他们的介绍，使我们商会的同志“刮目相看”，了解到了企业经营的理念和进取之心，学习到了企业家们敢于拼搏，不断争取事业进步的毅力和决心。

在情况介绍中，企业也期盼商会给予更多关注和有关服务的意见。商会同志表示将为汇鸿外经提供积极的服务，当好会员企业的“娘家”。

商会秘书长朱一兵，培训部主任江妍、陈硕、杨海宁参加了走访。
(陈硕)

开鑫家源餐厨产品做出大文章

8月31日下午，商会组织走访南京开鑫家源贸易有限公司，金伟进总经理热情接待和介绍公司及经营活动情况。

金伟进总经理介绍开鑫家源于2006年正式成立。主要产品为餐厨类轻工产品，10年多时间，他们走出自己的一条路线，与大外贸公司不同

的是，开鑫家源立足中小进口商，立足于成为广大中小进口商的“总代理”。10多年中出口额已超800万美元。公司产品质量达到欧洲同类产品，得到广大进口商的一致好评，业务量年年都在增长。公司已成为独具特色的外贸企业，同时公司在经营中也在积极迎合国家政策，在产品升级过程中，改善工艺，真正做到转型升级。

金伟进总经理在交流中也提出了目前遇到的一些问题。一是原材料价格成倍增长；二是汇率波动，三是生产环节环保要求越来越高，给外贸企业经营和生产企业生产带来压力。目前，面临有订单但按时交货遇到困难。



商会秘书长朱一兵，行政事务部主任周洁、培训部主任江妍、陈硕、杨海宁参加了走访。
(陈硕)

华越国际以市场为导向建立多元经营与时代文化服务平台



为加强与会会员单位的联系与沟通，促进交流与合作，9月5日，商会一行走访华越集团及其下属的江苏华越国际建设有限公司、江苏中亚非国际劳务合作有限公司、江苏嘉亿国际文化发展有限公司，华越国际董事长郭华东及徐总、黄总等高管热情接待并参加交流。

郭董事长介绍了华越国际的前身以及公司的发展历程，该公司是从海外建设工程起步，经过多年艰苦打拼，已经成为中国在安哥拉的第二大建设工程公司，在当地拥有20多家工厂，厂房占地64万公顷，中国员工1500多人，当地员工2000多人，同时建立了贸易平台，发展成为集工程与贸易为一体的海外公司。

随着“一带一路”利好政策的推进，公司在做大做强主营业务的同时，不断拓展业务领域，开创了适度多元的经营格局。“工程项下，带动劳务”，2016年成立了江苏中亚非国际劳务合作有限公司，获得外派劳务资质，目前专业从事各类人才储备、人才就职培训业以及非洲建筑工人及管理人员派遣服务。“一带一路，

文化先行”，公司还将业务扩展到文化传媒产业，成立了江苏嘉亿国际文化发展有限公司，希望在走出去的过程中，把中国文化带到世界，促进中外文化的相互交流。黄定霞、徐卓伟就公司在劳务服务、文化服务方面的工作和拓展情况分别作了介绍，公司已取得外贸、劳务、文化平台综合运营格局和比较好的业绩。座谈交流中，各位负责同志就商会在“一带一路”倡议下为企业提供

相关服务与工作指导、建议等提出了要求和想法。

商会同志表示听取企业介绍和建议很受启发，希望走进企业，走进业务，走进市场，走进“一带一路”建设时代，并将认真做好商会服务工作，及时向相关部门反映企业声音，切实帮助企业解决问题，更精准的为企业服务。

商会秘书长朱一兵、会员培训部主任江妍、陈硕、杨海宁参加了走访。（杨海宁）

我会应邀参加“中国制造之美 2017 年度评委见面会” 及优秀产品观展活动

“中国制造之美”是我会常务理事单位—焦点科技股份有限公司专为中小企业的各类产品而设的工业设计类评选活动。9月13日，2017中国制造之美年度评选终评典礼落下帷幕，最终有52件产品脱颖而出，分别获得“中国制造之美”大奖、优秀奖及单项奖。

为了帮助制造企业更好地提升工业设计理念、不断提高设计水平和制造能力，本年度中国制造之美特别开放了终评现场，并于14日举办评委见面会活动，让工业设计大咖们与企业面对面交流。本次评委见面会特邀有着“中国工业设计之父”之称的清华大学美术学院责任教授柳冠中，中国工业设计协会副会长汤重熹，南京艺术学院党委常委何晓佑，原联想产品设计总监李凤朗，北京机械工程学会常务副秘书长李海涛五位评委，来分享他们对中国制造的理解和领悟。我会经贸业务部主任范亚萍也应邀参加。

见面会上，柳冠中教授谈到：“跟国外的产品相比，中国制造的产品在外观、创意上都不差，

但欠缺的是制造业的‘质’。品牌品牌，要先有‘品质’而后有‘牌子’，中国制造企业不要盲目地追时髦、赶潮流，只做表面功夫，而要把品质的基础做牢固，扎扎实实地提高产品的质量和行业标准，才能拥有自己的核心竞争力。”

汤重熹老师认为中国制造的产品要“以人为本”，即在设计环节首先要考虑的是好不好用，而不是产品本身有多美观或者技术有多高明。此外，汤老师还强调了基础研究在工业设计领域的重要性。

中国制造之美的评委们还从高校工业设计人才培养、消费电子行业的黑科技以及产品开发模式等维度做了深度的剖析和分享，并与场内外企业进行了有效的互动，为企业的产品设计和优化提出了中肯和有价值的建议。

见面会结束，参会代表参加了优秀产品展览活动。至此，2017中国制造之美终评典礼完美收官，颁奖典礼暨优品全球发布会首站活动将于今年10月18日在广州盛大举行。（梁爽）

1-8月江苏外贸稳中向好势头 进一步延续

南京海关最新统计显示，1-8月，我省实现外贸进出口25725亿元人民币，比去年同期增长20%。其中出口15822.2亿元，增长17.2%；进口9902.8亿元，增长24.6%。三项指标增幅分别高出全国2.9、4.2、2.1个百分点。8月当月的增幅，分别高出全国5.8、5和8.7个百分点。稳中向好势头进一步延续，继续呈现4个方面特点：

一是一般贸易强势增长，占比有新的提升。1-8月，全省一般贸易进出口12598.3亿元，增长22.7%，占全省同期进出口总值的49%，占比比去年同期提升2.1个百分点。五大贸易伙伴进出口累计占同期我省进出口的64.8%。

二是与“一带一路”沿线国家的贸易往来更为频繁。1-8月，我省对印度、俄罗斯、阿联酋分别进出口614.3亿元、239.8亿元和233.3亿元，分别增长32.2%、23.5%和33.3%。美国、欧盟、东盟、韩国和日本居我省前八个月贸易规模前五位，贸易额分别为4282.1亿元、

4198.1亿元、2971.5亿元、2767.7亿元和2460亿元，同比增长22.6%、19.1%、23.5%、20.7%和16.8%。

三是医药品以同比53.4%的增幅名列各类产品增幅之首，实现出口116亿元。机电产品仍占全省大头，1-8月出口10196.9亿元，增长16.6%，占全省出口总值的64.5%。服装、纺织纱线织物及制品、鞋类、塑料制品、箱包、玩具、家具等7类传统劳动密集型产品出口2788.8亿元，增长16.3%，占全省出口总值的17.6%。

四是铁矿砂、煤等进口量增价扬，集成电路、二极管等部分机电产品进口较快增长。1-8月，全省进口铁矿砂385.9亿元，增长44.8%，进口均价同比上涨41.9%。进口煤52.5亿元，增长2.1倍，均价上涨1倍。进口液化石油气135.2亿元，增长1.2倍，均价上涨15.3%。进口大豆281亿元，增长14.5%，均价上涨12.5%。同期，我省进口机电产品5813.9亿元，增长21.7%。

（本刊编辑部摘编）



金额下降无碍数量提升

中企海外投资依然强劲

近日，普华永道发布了《2017年上半年中国企业并购年中回顾与前瞻》报告。报告显示，2017年前6个月，中国并购活动交易总额为2830亿美元，低于2016年下半年3550亿美元的交易总额，环比降低约20%。三大主要子版块（战略、财务和海外并购）的交易总额均出现下降。其中，虽然中国企业海外并购交易总金额下降了13%（不包含中国主权基金交易的实际降幅将达到约30%左右），但交易数量却增长了8%。普华永道方面认为，判断中国海外并购趋势，数量比金额更具代表性，在中国政府对海外投资进行政策调整的背景下，上半年中国海外并购数量不降反增，说明中国企业对外投资的愿望依然强劲。后期随着下半年“十九大”的召开以及相关政策继续明朗化，中国企业并购交易金额和数量将在2018年迎来恢复及进一步增长。

报告指出，上半年由于政府加大了对对外投资的管理，使得中企海外并购活动的巨型交易减少，2017年上半年仅有15宗巨型交易，而2016年下半年则有23宗，进而导致中国大陆企业海外并购的总金额环比下跌了13%，海外投资的三大主要子版块（国有企业、私有企业和财务投资者）的交易总额均出现下降。

不过，虽然上半年中国海外并购交易额出现了明显下降，但海外并购交易的数量却创下历史新高。报告统计显示，上半年中国大陆企业海外并购交易数量环比增加了8%，并创造出482宗的半年交易量新记录。

普华永道中国企业并购服务部合伙人路谷春表示，判断中国企业海外并购趋势，交易数量远比交易金额更具参考性。如果统计当年没有出现大手笔的中企海外并购案例，海外并购交易总额就会受影

响出现下滑，由于大手笔的并购案多是可遇不可求的，所以以此就断定中国企业海外投资积极性在下降并不科学。相比之下，并购交易数量反映出的趋势就客观许多，具体到今年上半年中国海外投资金额下降数量上升的现象，就表明拥有强大战略理由的交易仍然受到市场欢迎。

报告进一步指出，上半年中国海外并购交易中，高科技行业并购交易数量处于领先地位，从目前公布的政府政策中也可以发现，后期中国企业投资境外高科技企业并“引进来”的项目将持续获得支持；另外，尽管有消息称中国投资者会避免在美国投资，但事实上上半年统计数据显示，中国企业涉美并购交易数量仍呈现上升趋势，且受“一带一路”倡议引发的热度影响，中国企业在亚洲的投资也发生了大幅增长。统计数据显示，上半年中国企业在亚洲并购交易数量为133宗，高于2016年下半年的95宗。

展望未来，报告预计2017年下半年中国企业海外并购交易活动将出现轻微放缓，多数投资者认为今年下半年召开的“十九大”将会对某些行业对外投资限制的政策做出进一步解释，因而希望待政策明朗化后再做具体决定。然而需要注意的是，总体来说，中国企业海外并购的愿望依然强劲，所以只要国家监管和执行措施明朗化，在中长期内，中国企业将在一些因素的持续推动下维持海外扩张的态势。或许从数据上看，2017年全年中国企业海外投资交易金额会明显低于2016年，交易量可能大致相当，但进入2018年后，中国企业海外投资交易金额将逐步恢复，交易数量也将进一步增长。而美元基金、海外上市公司及拥有海外融资渠道的公司，将比仅有人民币融资渠道的投资者在海外并购市场占有更大优势。（杨舒）

江苏弘业股份

上市 20 周年不断实现新跨越



1979年，江苏弘业股份有限公司（以下简称弘业股份）的前身“中国工艺品进出口公司江苏省分公司”挂牌成立。1997年，公司股票（江苏工艺）在上海证券交易所挂牌上市，成为全国工艺品行业和江苏省外经贸系统首家上市企业。2010年，成为苏豪控股集团重要成员企业。上市20年来，弘业股份从以进出口贸易为主，逐渐发展为包括贸易、文化、投资三大主业在内的企业集团，累计实现净利润10亿元，累计分红3.5亿元，控股企业33家、海外企业9家、参股企业25家，员工总数超过1000人。

一、多元发展增效益

上市后，借助资本平台，弘业股份进入发展快车道。1997年，成立江苏艺丰堂精品有限公司，向文化产业进军。1998年，成立江苏爱涛置业有限公司，积极参与城镇化建设。1999年，重组设立江苏弘业期货有限公司，布局金融行业。2005年、2011年、2014年，弘业股份分别实现营业收入20亿元、32亿元、40亿元，净利润由上市前的不到3000万元提高到近亿元。即使在全球经济深度调整期，依然保持着较高的资产质量，资产总额达30亿元，资产负债率常年保持在50%左右。2000年、2008年，弘业股份通过配股和增发，进一步增厚资本实力，上市以来投资管理的江苏爱涛置业、弘瑞创投、弘业期货、南京爱涛置地、省文交所、省信用再担保等项目都取得了理想的回报。目前，弘业股份是省化肥工业公司控股股东，弘业期货、苏豪融资租赁和省文化产权交易所第二大股东，同时持有省信用再担保公司部分股权。旗下最大子公司爱涛文化产业有限公司，注册资本2.8亿元，年营业收入5亿元，正向文化产业综合运营商加快转型。

二、步伐坚定“走出去”

2011年，启动法国RIVE公司项目，2016年收购荷兰RAVEN公司，在供应链体系上累计投入8000万元，形成了设计、生产、销售、服务一体化的布局，在省属企业集团中独树一帜。2012年，成立弘业国际技术工程有限公司，加快发展先进技术设备进口和招标业务，累计实现技术装备进口

1.8 亿美元。2015 年，成立江苏弘业环保产业有限公司，进军健康环保产业，先后获得芬兰歌兰诺中国区总代理，美国医用照明公司江苏总代理。近年来，弘业股份支持子公司先后打造了“江苏省服务业创新示范企业”和“南京市外贸综合服务试点企业”两大平台，为中小微企业提供通关、退税、外汇、金融、品牌等“一站式”外贸解决方案。2016 年，弘业股份又投资 300 万美元成立弘业缅甸实业公司，投产 30 条服装生产线，实现东南亚生产布局。同时，启动跨境电商项目，搭建 B2B、B2C 两大团队和 6 个运营小组。同年，出资 4000 万港元在香港设立江苏弘业永昌（香港）有限公司，成为弘业股份海外投融资平台和资本国际化的重要载体。

三、富民强司树新风

弘业股份作为国有上市企业，不断健全党建工作常态化机制，将党的领导和党建工作要求纳入公司章程，基层党组织建设和党员队伍建设不断取得新进展。第二党支部连续两届获得省国资系统先进党支部，并以“云支部”、“一站式组织生活”等党建创新项目，被苏豪控股集团党委推荐为基层党支部组织生活情况专题调研范例。两名同志先后荣获“江苏好青年”和“省属企业系统优秀共产党员”，一名同志进入“333 高层次人才培养对象”。荣获苏豪控股集团“先进党组织”和“优秀党务工作者”的组织和个人达十多次。启动实施“富民强司”战略，建成了职工食堂、员工活动中心，改善了办公环境，荣获省部属企事业工会颁发的“模范职工之家”称号，3 个业务团队荣获省部属企业系统“工人先锋号”，形成了团结活泼的工作氛围。

回顾过往，弘业股份上下一心，以高度的紧迫感和使命感一次次出发、一次次起航，取得了令市场瞩目的成绩。展望未来，弘业股份还将精准高效地发挥国有上市平台的作用，更加自觉地在苏豪控股集团总体发展战略中谋划上市公司的弘阔未来，行稳致远，实现新的跨越。（弘业股份 李园园）

江苏省纺织研究所积极推进技术创新

2017 年，江苏省纺织研究所股份公司按照苏豪控股集团决策部署，大力推进创新驱动发展战略，建设创新型企业再上新台阶。

一、抓住“导电纤维”这一创新点，凸显专业优势

尽管我国是纺织大国、江苏是纺织大省，但是，一些技术含量高的新型纤维和纺织品仍需进口，特别是差别化功能性纤维及其产品的开发创新能力还强，纺织产品检测功能方面尚不能与国际接轨。

“导电纤维”属于功能性纤维范畴。近年来，江苏省纺织研究所股份公司着力做好功能性纤维的科研攻关和新品研发工作，抓住“导电纤维”这一创新点，凸显专业优势。成功研发出“可降温导电纤维”、“复合导电纤维有色单丝”、“白色导电丝”等，并成功转化为实际生产，取得良好的经济效益。同时，将新型防静电产品向多功能方向开发，其中“抗油拒水、阻燃、防静电、去硅多功

能面料”、“阻燃、防静电多功能面料”属于高性能、高附加值功能性服装面料，填补了国内空白，分别获得国家发明专利和实用新型专利。“透气透湿防静电高密织物的研发”满足了高新技术产业需求，得到广大客户的认可。成功研制“超高密织物”、“高强低缩新型骨架材料”、“高强高导电性特种导线”等产品，并对防辐射功能性纤维及其制品向更深领域进行探索。目前，江苏省纺织研究所股份公司导电纤维、防静电面料及制品在省内乃至国内均处于领先地位，形成一批核心自主知识产权，在防静电相关行业中起到示范带头作用。

二、以差别化纤维工程技术研究中心为平台，提升市场地位

江苏省纺织研究所股份公司长期以来坚持以科技为先导，以技术创新、管理创新为动力，注重产品推陈出新，提高市场竞争力。以差别化纤维工程技术研究中心平台为依托，不断提升企业市场地位，与多家企业及高校建立了产学研合作关系，开展了多种形式的联合开发、技术服务、学术交流等活动。先后与浙江蓝天海纺织服饰科技有限公司、江南大学等企业、

高校共同合作，拓宽并提高了公司研发渠道和研发水平，获得了良好效果。

纺研所与浙江蓝天海纺织服饰科技有限公司以“优势互补、互惠互利、真诚合作、共同发展”为宗旨，共同组建了新型导电纤维研发实验室，合作研发新型高性能导电纤维。双方合作至今，通过联合攻关及研发累计销售导电纤维并捻纱 300 多吨，取得较好的经济社会效益。与江南大学合作由来已久，今年与江南大学就纳米磁性纤维的共同研发达成战略合作协议，合作共建研究生工作站，加快了公司科技研发的步伐。目前，纺研所形成 7 项具有核心自主知识产权的发明专利和实用新型专利。同时建立了企业技术标准体系，实行有标生产。2014 年通过 ISO9001-2000 质量管理体系换证，2017 年通过 ISO9001-2000 质量管理体系复审。

纺研所还注重品牌建设，拥有“开劳工”商标权、“纺研所·1958”商标权和产品进出口权，努力扩大产品知名度、拓展研发、生产与销售的业务渠道，赢得了广大客户和市场的认同。

三、立足重点工作：稳步推进企业创新

下一步的工作重点：一是着力开展差别化功能性新材料核心技术的攻关和后加工关键工艺的研制，加快自主知识产权形成，促进技术成果的转化衔接和产品升级换代等实质性工作，拓宽差别化功能性纤维的应用领域，开发功能性纤维纺织品，为纺织企业应用功能性纤维及时提供功能性纤维纺织品加工的关键技术。二是重点投向核心关键技术攻关项目，技术含量高、带动作用强、抢占制高点的重大技术成果产业化项目、企业高层次研发平台建设和能力提升项目，培育发展新产业、新业态。三是进一步创造条件，力争实现科技型中小企业新三板挂牌。

为此我们的实施计划为：

一是进一步完善创新体制，建立健全各项管理制度。实行董事会领导下的总经理负责制，不断完善“科研开发中心管理制度”，突出创新导向，健全科技创新考核评价体系。

二是注重人才培养与引进，加强对外合作与开放。充分发挥科技人员的潜能，申报有可行性、有影响力的项目，研发有实效的新产品。以差别化复合导电纤维、多功能特种面料为研发方向，争取做大做强产品市场。按照公司科技发展规划，加强科技人员业务培训与学习，不断吸收国内外先进技术和创新理念，采取“产学研”合作和专家带教等形式，促进企业创新人才加快成长。积极引进先进科研人才，增强科研、生产、检测等方面的实力，使科技进步贡献率有较大提高，核心竞争力和可持续发展能力进一步增强。

三是依托江苏省差别化纤维工程技术研究中心平台，充分发挥产学研联合的重要作用，与省内外大专院校、科研单位以及大中型企业建立的良好协作关系，争取在不久的将来取得丰硕的成果。

四是优化资源配置，提升企业检测业务竞争力。国外纺织技术的迅速发展及对纺织品技术要求不断提高，运用理化检测中心现有的测试仪器、人力资源及现有的资质优势，添置相应的测试仪器，完善检测项目，建成一个与国际接轨的检测中心，为省内外科研、院校、企事业单位进行开放式服务。

五是稳固合作关系，进一步深化合作。化纤实验部从美国 Hills 公司引进的双组份纤维试验装置，达到国际先进水平，尤其适合科研实验和新品开发。在完成公司科技研发任务的同时，可对外提供服务，实现资源共享。同时为加强国际交流与合作，纺研所长期与美国 Hills 公司、孟山都等国外化纤企业保持良好合作关系，将继续通过技术服务、技术培训、技术交流等方式，深化合作与交流，不断引进国际先进技术，提高复合导电纤维方面的研发能力。（省纺织研究所有限公司）

苏美达“品牌发展与保护” 受到海关总署高度关注

近年来，海关总署按照中央精神，采取简政放权、精简通关流程、提升通关效率、减少收费环节等措施助力业务发展，通关便利性和效率大幅提升。与此同时，持续强化知识产权保护力度，为打造中国自主品牌保驾护航。

9月5日，海关总署王令浚副署长一行至江苏苏美达集团有限公司（以下简称苏美达集团）就品牌发展与保护作专题调研。苏美达集团总裁蔡济波携相关部门负责人接待王令浚副署长一行并展开深入交流。

苏美达集团总裁蔡济波首先汇报了苏美达当期经营情况、品牌建设与知识产权保护情况。



- 2017-2019 江苏省重点培育和发展的国际知名品牌领军企业;
- 产品荣获美国工业设计优秀奖 (IDEA);
- 自主研发割草机器人、120V 超高压锂电池产品获得全球首张 GS、UL 认证证书。
- 小型汽油发电机组出口量连续 8 年位列全国同类产品第一;
- 中国出口非洲同类产品市场占有率第一;
- 西非市场占有率多年稳居第一。
- 被彭博新能源财经评为 Tier-1 组件制造商;
- 在全球极具影响力的独立光伏组件测试实验室 DNV-GL 的测试中与日本京瓷公司并列 TOP 等级;
- 实现 100% 自主品牌产品出口。
- 以“引领中国校园服饰变革、推动共同教育价值重建”为使命，为全国近 3000 所知名学府提供校服解决方案;
 - 品牌销售额及产量在中国校服行业排名第一;
 - 全面落实国家中小学生校服质量标准，维护学生健康。

王令浚副署长在听取汇报后充分肯定了苏美达集团在品牌建设及知识产权保护方面取得的成绩。他在讲话中指出：作为拥有自主知识产权、注重自主品牌打造、为国家地方做出重大贡献的企业，苏美达集团是海关重点保护和服务的对象。中国知识产权保护正在从以进口为主在向进出口并重转变，海关总署发起的“龙腾行动”正是与企业联动打击侵犯自主知识产权行为的重要举措，希望苏美达集团要与各海关口岸就保护范围内自主的品牌出口情况形成良性互动与沟通，发现侵权苗头及时预警，与海关展开联合行动，保护自身权益。同时其他范围外的自主出口品牌，积极进行知识产权网上备案、未雨绸缪，提前布局实施品牌保护。

苏美达集团总裁蔡济波再次感谢各级海关长期以来对苏美达进出口业务以及自主知识产权保护的大力支持和帮助，并表示将积极配合总署行动，为促进知识产权保护作出自己的贡献。

(苏美达 陈子尧)

徐工集团参加金砖国家工商理事会年会暨 金砖国家工商峰会

2017年8月31日至9月1日，金砖国家工商理事会2017年度会议在上海举行，来自中国、巴西、俄罗斯、印度、南非工商界以及金砖国家新开发银行、联合国工业发展组织等合作机构共300余位代表参加会议。

9月2日至9月5日，徐工集团作为金砖国家工商理事会制造业小组成员单位，徐工集团进出口公司副总经理张岩梅女士代表徐工出席了金砖国家工商理事会上海会议以及厦门工商峰会。



2017 金砖国家工商论坛在福建厦门举行



徐工进出口公司副总经理张岩梅女士参会
并发言

金砖国家市场潜力巨大，徐工一直非常重视对金砖国家市场的开拓与发展，目前徐工在“金砖五国”中除中国以外的其他四国均有分公司，进行独立的销售与售后服务。徐工的产品在金砖国家市场的占有率逐年上升，徐工设备在当地被用户广泛接纳，应用于交通、能源等各种基础设施建设项目。
(徐工集团 凌晨)

高德康荣获 第四届“CCTV 年度慈善人物”

9月5日中华慈善日，由中央电视台举办的大型公益宣传活动——第四届“CCTV 慈善之夜”晚会落下帷幕，波司登集团董事局主席高德康先生荣获2017“CCTV 年度慈善人物”。



晚会公布了包括高德康在内的十位“CCTV 年度慈善人物”，他们中有跨界公益人，还有常年在滇西北地区支教的老师，以及致力于慈善事业第一线的公益明星。高德康成为当晚唯一获此殊荣的企业家慈善人物。

“业始于青萍之末，你懂得黑夜离不开星光的闪烁，用一根根温暖的丝线，编织成美

好世界的辽阔，这是你对家乡的承诺，那把爱的天梭，始终在手里紧握。”晚会现场，央视以声情并茂的颁奖词评价高德康的慈善之举。高德康在晚会现场表示：“一个人做好事并不难，难的是一辈子做好事。我们从 80 年代初就开始做慈善，已经坚持了 30 多年，累计捐赠达 8 亿多元。我们希望用做羽绒服创造的财富，来温暖更多的人。”

1976 年，高德康在内的 11 位农民，以 8 台家用缝纫机踏出艰辛的创业历程。40 年间，波司登人发扬工匠精神，把时尚和温暖传播到中国的每一个角落。40 年间，波司登人常怀良知、正义和感恩，用产品暖人，以慈善暖心，热心慈善公益事业，希望小学、希望医院、革命老区、春蕾女童、孤寡老人、环卫工人……哪里有困难、需要，哪里就有波司登人奉献的身影。2011 年，波司登集团董事局主席高德康先生慷慨出资 5000 万元，发起成立由国家民政部直属管理的“波司登公益基金会”。基金会成立 6 年来，致力公益慈善事业，发扬人道主义精神，弘扬中华扶贫济困之传统美德，情系妇女、儿童、老人等社会弱势群体，扶困助困，解忧排难，开展了情暖中国、爱心敬老、关怀助学、天使助医等一系列公益慈善活动，足迹遍布西藏、新疆、陕西等 10 多个省市，受到了各地贫困农牧民、贫困学生、孤寡老人、环卫工人等弱势群体的广泛欢迎和好评。据不完全统计，多年来波司登及德康博爱基金会向各级慈善机构及社会各界捐款捐物累计超 8 亿元，获得“中华慈善奖”等荣誉。

创造价值、责任奉献是企业家精神的升华，是优秀企业文化的体现。高德康在获奖后表示，要把每一次的荣誉化为动力，用服装实业创造更多社会财富，用爱心责任温暖更多弱势人群。

（波司登 姚佳琪）

波司登荣膺“全国两化融合贯标示范企业”

8 月 26 日，工信部两化工作推进大会在北京国家会议中心召开，会议公布了“2017 年两化融合管理体系贯标示范单位”评选结果及 50 家“2017 年两化融合管理体系贯标试点企业”名单。波司登股份有限公司从全国数万家企业中脱颖而出，荣膺“全国两化融合贯标示范企业”，标志

着波司登在推进两化融合进程中走在全国前列，成为两化融合供应链管制与服务的标杆。

“两化融合”是指信息化和工业化的高层次的深度结合，以信息化带动工业化、以工业化促进信息化，以数据为核心驱动要素，管理体系为重要手段，提高资源配置效率，实现“中国制造”向“中国智造”转型。

波司登高度重视两化融合建设，2002 年以前就开始采用财务软件、库存管理系统等提高工作效率，初步实现手功能向信息系统管理的转变。其后开发出 B/S 架构的分销管理系统及 ERP 系统，通过分销系统进行货品、结算、应收款管理，解决从订单到销售的业务集成管理，实现了业务系统集成化，支持全流程优化，实现了财务与业务的整合，有效提升了整体效率和风险控制能力。近年来，公司一方面对已有的信息系统进行整合，建成 CAD、CAM、库存、财务、外贸等独立模块，并建成多系统信息交互整合的企业信息门户，使各业务子系统形成有机整体；另一方面，打造快速反应的供应链体系和企业综合信息平台，使人、财、物和信息等资源在统一平台上运转，提升管控能力及效率，降低运营成本，产生了显著的经济效益和社会效益。

通过扎实推进两化融合建设，波司登实现了从订单管理、原料检测、生产制造，到外发加工、仓储物流、营销服务等经营全过程的信息化管理，提升了企业的快速反应能力，先后获得江苏省两化融合电子商务示范企业、江苏省两化融合示范企业、江苏省两化深度融合创新示范试点工程企业、国家级互联网与工业整合创新试点企业、纺织行业两化融合标杆企业、全国服装行业两化融合示范企业、国家级两化深度融合示范企业等荣誉。未来，公司将坚定不移推进企业两化融合的深度发展，助力中国制造业升级。

此次大会由中国两化融合服务联盟、中国制造业与互联网融合发展联盟主办，工业和信息化部、国务院国资委有关司局、中央企业集团、行业协会、重点企业代表等 3000 余人参加大会。

（波司登 姚佳琪）



徐工高端、成套化道路机械批量发往肯尼亚

近日，徐工集团凭借先进可靠的技术实力、完善的售后服务、及产品本身超高性价比，一标全中 19 台成套化设备，此次中标产品涵盖平地机、两米铣刨机、摊铺机、双钢轮压路机等高端机型。目前这 19 台高端、成套化道路机械正批量发往肯尼亚，助力肯尼亚道路建设事业。

徐工集团在国际市场耕耘已 30 余年，持续保持工程机械行业出口第一，已建立 40 余个分子公司和办事处、300 多家经销商、500 余家签约服务商，产品远销 177 个国家和地区。今年出口成绩亦

是斐然，徐工平地机出口同比增长 55%，压路机同比增长 33%，摊铺机同比增长 31%。

20 世纪 90 年代，徐工 100 台压路机出口美国，刷新国内最早批量出口纪录；2006 年，徐工平地机一举拿下尼日利亚大订单，出口超亿元，刷新国内平地机出口纪录；2011 年，徐工集团获委内瑞拉 48 亿订单，创历史纪录，其中徐工成套道路机械批量出口 500 台，再次刷新道路机械出口纪录，让中国制造扬名世界！

2011 年，徐工 - 玻利维亚项目，出口平地机、压路机、挖掘机，等产品共计 197 台；2013 年，徐工向吉尔吉斯斯坦出口 43 台平地机；2017 年，徐工出口全球 177 个国家，“一带一路”地区出口量位居中外资品牌出口第一；2017 年，徐工百台压路机出口北美，再次刷新抢占国际高端市场。

徐工作为中国工程机械行业排头兵，积极响应国家“一带一路”战略，努力为国家贡献一个“高端国际化世界级”的中国企业。每一个大单，每一步脚印都深深铭刻着民族工业的复兴、崛起！

（徐工集团 凌晨）

江苏跨境用最优秀的“外综服”助力江苏企业走出去

2015 年 9 月 28 日，历时约两年，江苏跨境电子商务服务有限公司将自己的外贸综合服务平台贸互达推出上线。至此，江苏跨境充分利用母公司三宝集团的物联网基础，实现了“互联网 + 物联网”双引擎驱动发展。时隔两年，江苏跨境又迈进了新的阶段，实现为 2241 家外贸中小企业提供通关、外汇、退税、物流、金融等一站式便捷服务，累计出口额超 130 亿元人民币。2017 年 1-8 月，江苏跨境出口额近 80 亿元人民币，同比增长近 300%，约占全市外贸出口额的 5%，成为南京市外贸出口支撑企业。这家仅仅成立 4 年的外贸新业态企业，显然已经成为江苏乃至全国中小外贸企业值得信赖的外贸服务专家。

8 月初，江苏跨境相关负责人带领着一线销售人员来到了扬州高邮市。在扬州市高邮灯具协会的协助下，当地的 20 余家企业与江苏跨境一起参加了产业带沙龙对接会。“为产业带提供更专业、更深入的服务，这是 2017 年江苏跨境的一项重要布局，组织沙龙就是为更全面地了解产业带上企业的需求。”江苏跨境电子商务服务有限公司总经理马凤奎介绍，会上，江苏跨境针对外贸出口的风险防范、信保、融资等流程与会员企业进行了沟通宣讲，并对外贸企业碰到的实际问题进行一对一答疑解惑。江苏开元太阳能照明有限公司、扬州鼎鸿照明器材有限公司、扬州龙腾照明有限公司等当地知名的灯具企业纷纷参会，并表示出了对江苏跨境外综服服务的浓厚兴趣。

“目前我们的业务遍及全球 171 个国家和地区，出口商品覆盖纺织、电子、五金等 16 个行业，264 个品类，1369 种商品，跨境出口 30 多万单。”马凤奎告诉记者，江苏跨境为外贸中小企业提供通关、外汇、退税、物流、金融等一站式便捷服务，用“互联网 + 外贸”新业态改变传统外贸的业务模式，仅仅一年半就突破 120 亿规模，而这一切都源于跨境人对专业的执着追求。

“这一年来，我们外贸业务员最大的变化是更愿意‘走出去’了，走到客户身边了。”刘飞燕是江苏跨境的一线销售人员，年轻的她，俨然是一副外贸专家的模样。从帮客户处理外贸业务的各

种手续，到处理订单，再到帮助“走出去”的江苏企业处理国内事宜，“不会做”是她从来不会跟客户说出口的。为了帮助刚刚建立联系的一个机床产业带服务，她每天花费大量时间研究机床产业的相关情况。“每一个产业都有其自身特点，而产业带又与它所处的地区社会经济情况相关，只有全面了解，才能知道企业的需求在哪里。”刘飞燕说。

资金常常是中小外贸企业最头疼的难题。江苏跨境利用产业与金融的融合之道，以一站式服务应对多环节外贸流程，以自动化技术应对碎片化外贸业务，最大化地提高了外贸中小企业的进出口效率，让中小外贸企业降低了30%的综合成本，并通过为中小外贸企业解决资金流、信息流、物流上的问题，促进产业结构优化升级。

此外，江苏跨境同南京市商务局、浙商银行三方搭建了“南京外贸出口退税资金池”，自设立以来，已为江苏省200余家中小外贸企业提供普惠退税融资服务，整体拉动出口额累计超100亿元人民币。资金池提升了企业的资金利用率与周转率，原本90天的资金占用，按现行方式下降为3天，资金周转速度提升了30倍。

如今，江苏跨境还将目光放在了服务江苏“走出去”的企业，今年7月，江苏跨境人出现在了“一带一路”的中巴合作项目上，并为之建立紧密联系，未来，他们已经做好准备，助力江苏企业“走出去”。

（江苏跨境 庄海宾）

焦点科技蝉联商务部电子商务示范企业



商务部2017-2018年度电子商务示范企业名单于9月3日公布，共有来自全国238家企业入选。该名单是根据《商务部关于开展电子商务示范工作的通知》的有关要求和工作程序，按照公平、公正、公开的原则，经过申报、评审、公示等流程后确定的。自商务部公布首批名单以来，焦点科技股份有限公司始终蝉联电子商务示范企业。

今年6月份，商务部对外发布《中国电子商务报告2016》，报告显示2016年我国电子商务继续保持平稳发展态势，电子商务交易额达26.1万亿元，同比增长19.8%。伴随着电商交易规模的持续增长，新模式、新业态发展迅猛，但在融合发展过程中，我国电子商务也出现了线上与线下、城市与农村、国内与跨境发展不平衡，政策挑战日趋明显等问题。为促进我国电子商务健康快速发展，商务部从2010年开始启动电子商务示范工作，从2013年开始每两年对示范企业工作进行总结评估，确定年度示范企业名单，以充分发挥电子商务示范企业的引领作用，加快我国电子商务发展。

焦点科技是国内最早从事互联网及电子商务平台开发及运营的高新技术企业之一，旗下中国制造网目前已跻身国内 B2B 电子商务领域前三甲，2016 年度促成贸易额超过 456 亿美元，成为中国中小企业走向国际市场的重要桥梁。致力于让外贸更简单，中国制造网不断挖掘平台价值，创新电子商务新的业务模式，提升产品和服务：布局跨境贸易服务领域，设立美国公司 inQbrands, Inc.，帮助中国企业打造国际品牌，实现从制造商到品牌所有者的角色转变，实现创牌、创量、创利；上线美国本土化运营的在线交易平台——开锣网（Crov.com），帮助出口美国的企业实现在线交易、仓储物流、售后等服务的一体化，以扩宽中国企业对美销售渠道；设立焦点进出口服务有限公司，为国内进出口企业提供通关、物流、外汇等一站式外贸综合服务；推出 B2B 电商行业首创的 SAMRT EXPO 虚拟展会，革新参加展会的模式，让供应商足不出户也可完成与展会买家的互动与沟通，帮助中国中小企业深入便捷地开发国际市场。

除此之外，焦点科技还将互联网引入内贸领域，上线百卓采购网，帮助企业降低采购成本，让采购成为企业的利润中心。旗下新一站保险网，更是“互联网+保险”模式的成果结晶，大数据、区块链、人工智能等前沿科技运用其中，践行保险科技之路。

此次焦点科技蝉联商务部电子商务示范企业，是对其带动电子商务规范健康发展的肯定与认可。焦点科技将继续坚持“纵深横扩，跨越发展”的发展规划，竭尽全力创造客户认可的有价值的产品和服务，努力成为全球领先的电子商务服务提供商。（焦点科技 熊娟）

汇鸿会展公司力拓东南亚市场



2017 年泰国国际物流展于 8 月下旬在泰国曼谷国际会展中心举办，该展由励展国际博览集团主办，成功举办了 13 届，是东南亚地区规模和影响最大的物流行业展会之一。展会致力于促进东南亚国家物流交流与合作及建设东盟地区物流网络，为东南亚地区，尤其是大湄公河次区域，包括泰国、中国、缅甸、老挝、柬埔寨和越南的物流服务供应商和客户提供业务交流的平台。

今年展会面积约 7000 平方米，150 余家世界各地的企业参展，物流设备企业居多，包括货架，叉车，分拣系统，仓储笼，塑料周转箱等；物流服务企业数量在

本次展会中明显增加，提供货运代理，海外购物，产品推荐等。办方启用了曼谷国际会展中心新展馆，展馆硬件和软件服务再次升级，在主办方的精心组织下，3天展会现场井然有序。

本届展会汇鸿会展公司共组织3家江苏企业1家大连企业参展，申请展位48平方米。根据企业的反馈基本达到预期的参展效果，除了联系老客户和当地代理以外还开拓了一些潜在的新客户。展会现场，我司领队积极为参展企业提供全面的服务和协调工作，帮助参展企业一起布展和撤展，得到企业的好评。
(汇鸿会展 许亚薇)

汇鸿医药公司董事长滕晓 当选中国医保商会第七届理事会副会长



中国医保商会第七次会员代表大会于8月29日—9月1日在四川成都召开。汇鸿医药公司董事长滕晓当选中国医保商会副会长。

会议由中国医保商会谈圣采秘书长主持，商务部党组成员、部长助理李成钢出席大会并致辞。会上，周惠会长作了第六届理事会工作报告，孟冬平副会长以“近年来商会推动行业发展重点问题反馈”为主题发表演讲，并向大会作了章程修改说明及宣读了系列提案，蔡天智副秘书长作了关于第七届理事会的选举说明。经过投票选举，汇鸿医药公司再次当选为“中国医药保健品进出口商会第七届理事会兼职副会长”单位，汇鸿医药公司董事长兼总经理滕晓当选为兼职副会长。

本次会议数百名医药行业代表通过经验分享、专题讨论、专家讲座等形式，共议医药健康产业的国际化之路，是一场中国医药行业的知识盛宴，汇鸿医药公司将在中国医药健康发展过程中，不断寻找合作与资源共享，解放思想、开拓创新，一路前行。
(汇鸿医药)

中纺进出口商会王宇副会长赴汇鸿中锦公司调研

9月14日下午，中国纺织品进出口商会副会长王宇一行赴汇鸿中锦公司江宁办公区，先后对盛博龙业务二部、服装展示中心、设计研发中心和鸿祺厂各生产车间进行实地考察调研。中锦公司领导班子成员、锦创分公司、盛博龙公司、办公室及鸿祺厂负责人陪同调研。

在考察调研过程中，中锦公司董事长吴毅民向王副会长详细介绍了中锦公司近年来各项业务发



展，特别是针织服装和家用纺织品出口业务，在拳头产品培育方向的创新举措和经营成果进行了专题汇报。王副会长对中锦公司确立的工作重心由国内向海外转变、OEM 向 ODM 转变、“以客户为中心”向“以产品为中心”转变的思路表示高度赞赏和充分肯定。

在近 3 小时的调研过程中，王副会长就服装行业发展趋势、服装智能制造以及“走

出去”等话题，与中锦公司进行了广泛而深入的交流。

(汇鸿中锦 李明敏)

汇鸿浆纸借势一带一路，牵手 ILIM、恒丰开拓纸浆新路线

一边是俄罗斯最大的纸浆供应商 ILIM，一边是中国最大的卷烟纸客户恒丰，在一带一路的国家战略背景下，中国浆纸行业的供应链服务商汇鸿浆纸与这对强强关系的上下游 CP 进一步优化了供应链效率：提升 50%+ 的高效率！

2017 年 6 月，第一批俄罗斯 ILIM 纸浆搭乘着中欧班列从伊尔库茨克州布拉茨克市满载 1200 吨纸浆发出。由满洲里入关后，不同以往需要两次转关或清关换装，列车直达湖北省武汉市吴家山铁路中心站，交由终端用户恒丰武汉，成为经铁路运输至武汉清关的第一票纸浆。

这一纸浆新路线全程 5844 公里，全程运行时间仅约 12 天。

恒丰和 ILIM 都是汇鸿浆纸的合作伙伴。在恒丰武汉 -ILIM 的业务操作过程中，ILIM 浆因为运抵武汉的物流成本高而优势弱化，而长达 45 天的物流时间也降低了终端用户的体验。

致力于浆纸供应链服务的汇鸿浆纸，始终思考优化供应链效率的解决方案。新年伊始，汇鸿浆纸萌生了基于一带一路背景的物流策略并发起相关方之间的对话沟通：对比过去先海运至上海、再内河转运至武汉的“旧路线”，新路线用时与费用实现大幅双降：在一带一路的国家战略下，选择中欧班列能够享受低于传统市场服务价格 50% 的物流红利，运输时间从约 45 天缩减至 12 天；行政流程也去繁化简，实现了陆运俄罗斯直达武汉、一次清关、门到门的服务。

解决市场需求痛点，对打通上下游的中间服务商汇鸿浆纸来说，已经成功了一半；而自始至终离不开的则是合作伙伴间的充分信任与开放心态，汇鸿浆纸的营销总监何锋如是说。包括上下游以及华盛物流在内的相关企业的合力协作，才有了纸浆新路线。

超出客户的期待，才能获得客户的满意度。通过这次新路线的开发，汇鸿浆纸在浆纸供应链集成服务上迈出了崭新的一步，履行着围绕价值的共享共赢的使命。我们坚信汇鸿浆纸与合作伙伴们在未来会走的更远。

(汇鸿中天 罗君)



汇鸿中天公司积极筹备参加第 122 届广交会

第 122 届广交会开展在即，中天公司领导高度重视，业务部门群策群力，积极筹备参展事宜。

8 月下旬，随着交易会报名工作的开展，公司领导、总经办和业务部门相互配合，报名参展人员很快落实到位。李宁董事长在办公会上就本次交易会作出重要指示，希望大家能鼓足干劲，主动创新，充分利用广交会平台，争取业务上取得新的突破。

近日，周春山副总经理专门召集了参展动员会，一方面传达了公司办公会议精神，为参展的业务人员鼓劲，希望大家能在参展品种和展示方式上多动脑筋、多想办法，从而带动成交；另一方面又继续强调了广交会的参展注意事项，尤其是第一次参展人员必须要利用这个难得的机会，多看、多听、多练，尽快进入业务角色。总经办高茵副主任再次强调了证件管理和人员安全的重要性，同时对随团人员的出行和会务方面作出了具体的安排。

参会的业务人员在会上积极发言，对参加本次交易会提出了一些自己的创新想法。如：宝得公司提出在面料摊位上的各部门能相互帮助、相互分享面料信息、供应商境况等，合作中实现共赢；同时对一些主打面料品种，配上新颖的挂钩和对应的成衣展示，提供给客户更直观的视觉体验。环美分公司和嘉纺分公司总结了春交会参展情况，指出能明显感觉到今年的观展的人流多于去年，有质量的潜在客户数量也在增加；针对这一现象，参展人员可以一方面继续跟进老客户，对客户需要的产品品质、市场的畅销品种以及特点进行长时间的交流，以耐心的沟通促进成交；另一方面要加大新客户的开发力度，在交易会结束后要抓准目标主动出击，对客户留下来的名片，有的放矢地积极报价和备（放）样，争取更多的贸易机会。其他参展部门和人员也分享了自己的宝贵经验和想法。

有志者事竟成，苦心人天不负。相信中天公司在 122 届广交会上定会有所斩获，达到预期的参展效果。

（汇鸿中天 朱震）

汇鸿畜产公司举办首期读书会

9 月 8 日下午四时，汇鸿畜产公司在装修一新的 12 楼大会议室举办了首期读书交流会，愉快的阅读氛围在公司氤氲。

爱阅读的丁海董事长欣慰地光临现场并致开幕词，他谈了自己的阅读体会，借用长江商学院的校训六字：取势、明道、优术，深入浅出地诠释了阅读的重要性与方法，亲切地与到场的每位爱阅读的同事交流，耐心地听完各位书友的发言并做了总结陈词。大家都谈了自己的体会，并推荐一本近期读过的好书，会后选择交换部分带来的书，并将积极参加下期读书会。

在手机占据太多时间的信息纷扰的时代，选择一本好书静静地阅读，既能静心又能提升自己。通过这样的面对面读书会交流，营造了良好的阅读氛围，提升了企业文化。

（汇鸿畜产 张涛）

南通二建获以色列建筑总承包最高资质

7月21日，以色列住建部部长嘎朗特（Mr.Galant）亲自向受邀前往的江苏南通二建集团有限公司名誉董事长陈建年，颁发了以色列建筑总承包G5资质。该资质为以色列建筑总承包最高资质，而南通二建是获此资质的首家外国公司。这意味着，南通二建已有资格作为总承包商在以色列建造工程，也可以和当地公司合作进行房地产开发。同时，一旦项目落定，二建可根据签订的合同向以色列派遣多达1000名从事房屋建造的非以色列建筑工人。

这是集团跨入以色列建筑行业的第一步。江苏南通二建集团有限公司总经理王忠介绍说，他与集团名誉董事长陈建年带领考察团于周一抵达以色列，目前正与以方洽谈新城的住宅项目。

虽然后续还将面临签约、招工、现场及劳务管理等方面的问题，但我相信通过集团上下的共同努力，一定能开拓好以色列市场！

作为对外工程承包史上的一个里程碑，南通二建此次成功打入中东市场绝非偶然。集团海外事业部经理汤荣礼介绍，去年5月底，以色列住建部发布招标，希望让拥有国际经验的外国建筑公司进入，获得以色列本土民用住宅项目的5年参与权。

近几年，以色列人口增多，住房供应缺口拉大，房价高升，首都特拉维夫的住宅平均价格达12000美元以上。供需矛盾突出，加上国内建筑技术工缺乏，以色列政府才决定在全球招募承包商。

瞄准这一契机，南通二建开始着手准备投标，对照以色列住建部的招标要求，将集团资质证明、财务状况、工程案例等基础性材料梳理、整合，交由公证部门公证、第三方翻译。为确保无误，翻译后的材料，再仔细校对。由于工作过于琐碎，二建海外事业部在经营部、财务部、区域公司等部门的全力配合下，前后忙碌了3个多月。去年底，以色列住建部公布招标结果。全球有12个国家和地区的50多家企业参与了投标，经过激烈的角逐，凭借着雄厚的实力和严谨的态度，南通二建以优异评分名列前茅，脱颖而出。同时入选的企业还有北京建工、江苏顺通、光大国际、龙信集团以及葡萄牙的一家公司。但中标仅代表南通二建被允许在当地注册，接洽工程还需通过以色列住建部承包资质认证。此次，经过半年多良好的沟通，南通二建终于成为了6家中标企业中首获以色列住建部建筑总承包G5（最高）资质的建筑公司。汤荣礼透露，以色列住宅项目将由中润第一事业部负责，预计年施工产值可达15~20亿，施工面积在20万平方米左右。我们将有一支技术精湛的施工队伍进入以色列，包括钢筋工、木工、贴砖工等，确保延续二建优良的品质保证。

近年来，南通二建一直顺应国家“走出去”和“一带一路”战略，海外布局迅速推开。第八事业部在阿尔及利亚造价1.5亿、3万平方米的住宅项目已进入结构阶段。6月份，二建组织考察团前往泰国、柬埔寨、老挝等地，力图打开东南亚市场。顺利出征以色列对我们拓展海外业务是莫大鼓舞。以色列是世界上唯一以犹太人为主体的民族的国家，工业化程度较高，总体经济实力较强。希望借由这合作，集团能打入世界犹太人的商圈。

对于未来，王忠雄心勃勃。

（南通外经协会 王加兵）

美国“301调查”成因及对外贸影响

美国当地时间8月18日，美国贸易代表莱特希泽宣布将对中国正式启动“301调查”。此次为“特别301调查”，调查内容是中国政府在技术转让、知识产权、创新方面的行为、政策、实践是否不正当或具有歧视性，从而限制了美国商业或对其造成负担。此前，美国总统特朗普14日在白宫签署行政备忘录，指示美国贸易代表莱特希泽针对所谓“中国不公平贸易行为”发起调查，以确保美国知识产权和技术得到保护。

一、“301条款”的由来及内容

“301条款”是美国《1974年贸易法》第301条的俗称，一般而言，“301条款”是美国贸易法中有关对外国立法或行政上违反协定、损害美国利益的行为采取单边行动的立法授权条款。

该条款主要包含“一般301条款”“特别301条款”“超级301条款”和具体配套措施，以及“306条款监督制度”。“一般301条款”是美国贸易制裁措施的概括性表述，“特别301条款”、“超级301条款”、配套条款等是针对贸易具体领域做出的具体规定，构成了美国“301条款”法律制度的主要内容和适用体系。“特别301条款”是针对知识产权保护 and 知识产权市场准入等方面的规定；“超级301条款”是针对外国贸易障碍和扩大美国对外贸易的规定；配套措施主要是针对电信贸易中市场障碍的“电信301条款”及针对外国政府机构对外采购中的歧视性和不公正做法的“外国政府采购办法”，而且其范围有逐渐扩大的趋势。从当前披露的情况看，此次美国对中国实施的是“特别301条款”调查。

二、美国运用“301条款”的案例

美国曾多次运用“301条款”发起“301调查”打压竞争对手，上世纪60年代，通过该条款打击了崛起中的欧共体，巩固其经济霸主地位。从1974年至今，美国先后发起了120多次“301调查”，其中在1971年、1989年和1994年，分别利用“一般301条款”和“超级301条款”三次重创日本经济，间接导致日本地产、股市泡沫破裂，经济陷入几十年的滞涨。

历史上，美国曾对中国进行过五次“301调查”，其中三次为“特别301调查”。从1990年起，美国将中国列入“优先观察国名单”，并分别在1991年4月、1994年6月以及1996年4月三次使用“特别301条款”对中国知识产权实施“特别301调查”，最终通过谈判分别达成了三个知识产权协议。期间美国也对中国实施了报复性惩罚措施，即中国向美国出口的纺织品、服装及电子产品，美国征收100%的惩罚性关税。除了知识产权调查外，1991年10月美国还对中国发起了市场准入的“301调查”，为期12个月，主要针对中国对美国商品进入中国市场设置不公平壁垒问题，在1992年谈判达成协议。2010年10月，美国针对中国清洁能源政策措施启动“301调查”，最终通过谈判达成一致，美国未采取措施。不过，美国执着于“301条款”调查的单边报复作用，从1989年美国首次发布《特别301报告》至今，中国已经28次被列入其中，美国贸易代表办公室最新发布的《2017年特别301报告》，11个国家被列入“优先观察国名单”，中国列于名单之首。

三、美国发起“301调查”的依据和目的

本次“301调查”主要依据8月14日美国总统特朗普签署的行政备忘录，调查将重点围绕中国企业是否“涉嫌侵犯美国知识产权和强制美国企业作技术转让，以及美国企业是否被迫与中方合作伙伴分享先进技术”等议题展开，以此判断中国有关技术转让、知识产品和创新的法律或政策是否对美国企业造成歧视。

实际上，美国国内政治因素是推动特朗普此次行动的主要原因。在竞选总统期间，特朗普就认为美中贸易逆差是不公平的贸易行为造成的，当选总统后特朗普欲借此兑现“美国优先”的竞选承诺，安抚国内情绪。特朗普政府贸易政策重点之一就是动用尽可能多的资源鼓励其他国家对美国产品和服务出口开放市场，并对美国的知识产权提供充分、有效的保护和执法。此前，美国直接退出了被认为损害美国利益的TPP，此次他给出的对华发起“301调查”的借口也是基于所谓“公平和对等的贸易规则”，

实则为扭转对华贸易逆差，促进制造业回流，提高本国居民就业率。

除此之外，美国把“301调查”作为中美博弈的工具，一方面特朗普政府认为中美经济合作“百日计划”未达到预期效果，希望借助“301调查”倒逼中国进一步扩大市场准入，如在服务业、高附加值制造业等领域。另一方面基于国际政治因素，美朝局势日趋紧张，在和平解决朝鲜半岛问题上，美国急需中国发挥调和斡旋作用，为增加与中国谈判的筹码，美借“301调查”对华发难。

四、“特别301调查”对盐城市外贸的影响

（一）盐城市对美国进出口贸易情况

美国是盐城市第1大出口国和第7大进口国，今年1-7月份，全市对美进出口8.02亿美元，占全市进出口额的16.7%，同比增长16%，其中出口7.44亿美元，占全市出口额的23%，增长30.7%。

从进出口产品看，全市对美主要出口产品为



机电产品、纺织原料及制品、化工产品、塑料制品和贱金属及其制品，分别出口 2.15 亿美元、1.33 亿美元、1.11 亿美元、0.58 亿美元和 0.34 亿美元，分别占对美出口比重的 28.9%、17.9%、15%、7.9% 和 4.6%。全市自美进口产品为大豆、棉花、化工产品、牛皮和塑料制品。其中大豆进口 1862 万美元，棉花进口 935 万美元。

从进出口企业看，全市对美出口超千万美元企业 18 家，合计出口 3.66 亿美元，占对美出口比重的 49.2%，其中机电行业企业 5 家，化工行业企业 3 家。进口超百万美元企业 14 家，合计进口 4975 万美元，占自美进口比重的 85.4%。

从贸易方式看，全市对美贸易以一般贸易为主，一般贸易进出口占对美贸易额的 80.7%。对美一般贸易出口 6.08 亿美元，占对美出口额的 81.7%，同比增长 27.8%，主要为机电、纺织服装、化工、塑料制品等出口行业。加工贸易出口 1.35 亿美元，增长 45.3%，其中进料加工出口 0.99 亿美元，占比 73.3%，主要为机电、户外用品、塑料制品、化工等行业。

（二）“301 调查”可能涉及的行业

目前美国“301 调查”涉及的具体行业、产品和手段还不确定，后续可能还有更多的系列政策措施跟进，预计调查时间将持续半年到一年，实际影响范围仍待评估。从当前情况看，与知识产权相关、同美国相同产业竞争激烈的行业存在较大涉案可能性。

1、高新技术产业行业首当其冲。美国以知识产权为核心的科技型、创新型企业遭受中国同类型企业崛起影响，市场竞争日趋激烈，市场份额不断被蚕食，美国利益受到威胁。此前美国宣布针对中国知识产权保护发起“301 调查”，包括通讯设备、集成电路以及新能源等创新前沿相关产业都属于可能遭受影响的行业。今年 1-7 月

份，全市对美高新技术产品出口 5467 万美元，同比增长 37%，其中生命科学技术（主要为有机化学品）、计算机与通信技术分别出口 2664 万美元、2445 万美元，江苏联化科技和盐城联化科技是对美出口有机化学品的主要企业，经了解，两家公司对美出口均属于来料加工，且已获得完备的技术协议和授权，“特别 301 调查”不影响其对美出口走势。智美达（江苏）数字技术有限公司今年对美出口家用监控设备已达 1800 多万美元，该公司已在美成立公司，注册了美国商标并拥有相关专利，公司负责人对美国出口市场前景持乐观态度。

2、中美贸易中出口量大、存在叠加的行业易遭受冲击。美国启动制造业回归政策后，高端和低端产业都要向美国本土回归，目前我国在高、低端产业都有长足进步，出口美国产品中高技术、高附加值产品增多，与美国本土相关企业叠加，形成了更加激烈的竞争态势。从当前来看我国对美主要出口产品中，机电、纺织服装、玩具等行业容易受到冲击。1-7 月份，全市对美机电、纺织服装等行业出口较大，两个行业合计出口 3.48 亿美元，占对美出口额的 46.7%，占全市出口额的 10.8%。美国为保护本土企业，增加居民就业，缩小贸易逆差，可能会对上述行业启动贸易制裁，一旦执行惩罚性措施，将直接导致全市出口增幅明显下降。

3、个别行业极有可能面临“双反”调查。在甜味剂行业，盐城捷康三氯蔗糖制造有限公司是国内三氯蔗糖龙头企业，在国际市场唯一竞争厂家为“英国泰莱 Tate&Lyle”公司。2015 年 4 月泰莱公司在新加坡的工厂撤离至美国阿拉巴马州，泰莱的三氯蔗糖生产加工基地全部集中在美国阿拉巴马工厂，这对泰莱在美国发起对中国三氯蔗糖的反倾销诉讼极其有利，因

此三氯蔗糖制造行业在未来 1-2 年内极有可能面临反倾销问题。

五、相关对策和建议

从国家层面上看，互利共赢是中美经贸关系发展的总体基调，中国是美国增长最快的重点出口市场，过去 10 年，美对华出口年均增长 11%，高出我国对美出口增速 4.4 个百分点。中美间的双边贸易和双向投资体现了“合作共赢”的价值理念。双方“你中有我，我中有你，互利共赢”，中国在开放市场方面一直积极努力并成效明显。目前中美实施了百日计划，并明确了未来一年经济合作的方向。同时中方积极改善外商投资营商环境，《外商投资产业指导目录》(2017 版) 中外商投资限制性措施仅剩 63 条，降幅高达 65%。中国在加强知识产权行政和司法保护力度方面的努力和成绩有目共睹，故而从两国长远利益看双方最终很有可能重返谈判桌，通过协商解决双边贸易中的分歧，共同寻求双方互惠发展的最优路径。

从行业和企业角度分析，当前我们应积极应对可能发生的贸易冲突，未雨绸缪、有的放矢。如果美国相关调查持续进行，相关行业和企业也应积极主动应对。

一是合理使用 WTO 规则。对于双边贸易争端，中国应对的途径之一是拿起法律武器上诉 WTO，对“特别 301 调查”的合法性提出质疑。地方外贸主管部门更要加强对相关条款和体制的研究，积极配合好国家有关部门，争取在 WTO 机制框架下与美国进行有理有据的斗争。同时做好各方面的预案和调查，对于不合理的单边制裁，通过国家有关部门进行 WTO 诉讼，以法律为武器，坚决反对单边贸易保护主义，采取反制措施捍卫合法权益，合理合法解决中美贸易争端。

二是行业协会、预警工作站发挥行业领头作用。利用此次调查契机，进出口商会、相关行业协会需发挥带头作用，从自身着眼，规范、梳理产业政策，牢固树立公平竞争意识，尊重和保护知识产权，既避免行业内恶性竞争，端正市场化方向，也正当规避触犯 WTO 等相关协定中的红线，切实维护公平的市场环境。对可能会涉及调查的相关行业和企业，盐城捷康作为省公平贸易预警工作站应配合相关行业协会，在充分评估行业风险的基础上及时做好产业安全预警信息发布和共享，提醒存在调查风险的企业提前做好应对准备，尽快完成在手贸易订单，对正在进行或后续安排的订单，采取多种方式规避风险。

三是外贸企业要苦练内功、夯实基础。打铁还需自身硬，广大外贸企业必须加强知识产权的运用和保护，加大境外商标注册、出口专利申请、产品认证、产品境外市场准入登记等自主品牌建设力度；加快研发创新，实现产业从低附加值和低质量向高附加值和高质量转变，促进创新成果市场化、产业化；积极开拓新兴海外市场，促进出口市场多元化；坚持“引进来”和“走出去”相结合，积极参与国际市场合作和竞争，在研发、生产、销售等环节进行全球化布局，尽可能降低“301 调查”等类似手段带来的消极影响。

四是坚持走创新引领、转型升级的新路径。知识产权是创新的原动力，在经济新常态下要以知识产权为核心，强化对创新发展的支持和保障，增强核心竞争力。同时要坚定不移继续推进供给侧结构性改革和市场化改革，并配合以适度的宏观调控和产业政策，实现经济资源合理布局，促进产业结构转型升级，带动外贸结构优化，培育外贸竞争新优势，提升国际市场竞争能力。

(盐城市商务局 陆继明 杨汉江 徐天成)

让生意做得更好

——简论跨境电商对外贸的变革

一、电商意味着生产力的发展

漫长的碎片化的游牧社会如何进入集约化的农耕社会？答案是生产力的发展。但即使生产力发展到了农耕社会的程度，因为信息的不对称和区域发展的不均衡，仍然有相当部分的区域未能享受生产力发展带来的变化，他们仍然需要漫长的时间，之后要么消失在历史的长河中，要么被外来先进的文化所同化。那我们是否可以有意识地借助已经发展的生产力，改革落后的生产关系，进行跨越式的发展？显然是可行的。步入工业革命后短短两百多年的巨大的技术飞跃已经大大跨越了人类七千年的文明，很多国家和地区借助技术爆炸所带来的效应，直接跨越了他们依靠自身发展所应该经历的阶段，加入到人类璀璨的现代文明当中来。

所以，从本质上讲，互联网发展到现在，意味着生产力已经到了一个新的高度。如何借助先进的生产力来改革我们滞后的生产关系，确保我们适应生产力的发展，这是摆在我们面前的一大课题。可以说，这不是我们愿意不愿意的问题，是 be or not to be 的问题。对于国资而言，对于外贸而言，未尝不是一次机会。生产力的三要素：劳动力、劳动工具、劳动对象，在互联网的情况下，借助国资的平台和资本的力量，都可以得到效率极大化的提高。错过了第一代电商瓜分市场的机会，我们是否还有可能介入呢？绝对是可能的。第一代电商胜在技术和灵活性，他们嗅觉灵敏并且野蛮生长。但是他们的瓶颈非常明显，发展到现在，没有出现大量亿级美元以上体量的。

他们如同成吉思汗的铁蹄踏过，到处都是他们曾经的足迹，但是一片狼藉，浪费巨大。他们对产品迭代和供应链的把握无法做到和先进的技术相匹配。所以，可以预见到第二代电商必定胜在产品的差异化。差异化意味着对市场需求精确的把握，无市场，不电商。

利用跨境电商先进的技术，借助国资强大的平台，对第一代电商进行梳理，把外贸巨大的资源导引到跨境电商的渠道中去，盘活碎片化的产能和外贸巨量的剩余资源，这就是我相信跨境电商可以做到的。未来3-5年，电商必将无处不在，跨境电商必将颠覆传统的贸易方式。我经常做的比喻是，外贸资源如同长江大河的水一样，因为我们通常习惯于做OEM，很多资源白白浪费掉了。也许在非互联网的情况下，因为组织成本的关系，我们也没有办法把这些资源聚集到我们想要的平台上面。诺贝尔经济学奖获得者科斯提出了组织成本的概念，对中国的改革开放影响很大。互联网+可以极大地降低很多组织成本，从而促成了很多以前不可想象的模式。我们所要做的，就是极大地利用好这个生产力，确保我们的经营能够降低成本，提高效率。可预见的五年之内必将出现很多电商巨无霸，我们是否可以是其中之一呢？

二、论当前的思维和我们的应对之策

1. 论当前跨境电商的思维

通过和北京、江苏、上海、浙江、福建、深圳等省份、地区的多家行业里面领军的跨境电商企业讨论和调研，结合广交会、英国、荷兰、法国、美国、马来西亚、俄罗斯、巴西等积极和我们联

系的电商企业提供的信息，我们有理由相信，国内跨境出口电商在经历从 2010-2015 年的野蛮增长之后，预计 2017 年会出现大面积并购和重组现象，并在之后的 3-5 年，催生新的一批大的平台。跨境出口电商的第一阶段可以说是技术为基础，但从 2016 年之后，技术手段逐步成熟，要在跨境出口领域更进一步发展，必须要有产品和内容，产品无疑是内容的主要内容。否则，大部分跨境出口电商企业在营业额达到 3-5 亿人民币之后，出现边际收益急剧递减的现象，无法突破现有瓶颈。基于这样的情况和分析，我们可以判断，如果外贸企业能够在这个恰当时机和合适的跨境出口电商企业合作，无缝介入到电商渠道，无疑这是一个绝佳的机会和绝佳的时机。同样的，如果跨境出口电商企业能够找到合适的突破口解决供应链问题，其发展不可限量。时代的发展为跨境电商提供了绝佳的时候，没有太早，也不会太迟。电商部坚定不移地相信，我们踏在时代发展的节拍上面。

我们要看到，一个新的事物的出现，一个变革、一个创新等的出现，其背后都必须要有有一个坚实的哲学支撑。如果我们对事物的发展的本质没有掌握，我们根本无法构思一个革命性的发展。人云亦云，靠微信大学的只言片语来苟活着，我们的跨境电商事业根本就是一个笑话。我们要看到，目前是中国跨境出口电商发展至关重要的时间点。一个企业、一个团队、一个人能够站得稳，能够走得远，能够走到其他人走不到的远方，其赖以生存的哲学基础必须非常的厚实，非常的深远。否则，在发展的曲折过程中，艰难困苦是难免的，走弯路是难免的，争论是难免的。关键在于，大方向我们能否把握的住。任何否定之否定是否都否定不了我们发展的雄心壮志？

所以，看清楚目前市面上流行的概念，对现有现象进行深入的分析，是我们必须要做的。综

合分析之后，我们才能站在巨人的肩膀上，得以在繁杂的跨境电商日常中注入不息的诗意，得以眺望远方。

1) 外贸不行论

大部分跨境电商言论都是针对外贸的现状而发的。但实话而言，大部分电商企业技术起家，基本对外贸了解不是很多，所谓外贸不行的理论基本无法立足。外贸的体量 2016 年进出口总值是 24.33 万亿元人民币，即使牛气冲天如阿里巴巴，也无法撼动外贸在中国经济中的支柱地位，何况那些刚刚起步的跨境电商企业？

外贸的潜力之大，绝对是马云们所不可想象的。外贸的潜力，需要通过互联网和高科技的刺激才能发挥出来。为什么这么说呢？外贸海量的产品必须凭借大数据进行二次分析才能变成我们自己具备知识产权的产品，外贸每一个有经验的业务员都是用百万以上的费用培养出来的，其背后链接着巨大的市场和供应链。跨境电商 + 大型外贸的模式，就是希望利用先进的生产力，充分挖掘国资外贸的潜力，把目前国内国外电商所忽略的外贸资源发挥出来。我相信，这至少是一个万亿美元以上的概念，可以孕育一批特大型创新企业。

2) 电商万能论

电商目前处于风口位置，确实只要沾上了电商的边，仿佛所有的东西都变得有点不同。但是我们要清醒地看到，电商只是一个渠道，说大一点，是一个资源配置的现代化的方式。是否能够切实保证降低成本，提高效率，关键还要看配合电商的系统化工程是否到位。我们无需因为不想凑热闹而远离电商，也不需要因为做了电商就忘乎所以。只是一个渠道而已，只是一个资源的更佳配置方式而已，面对市场，面对竞争对手，面对库存的压力和产品迭代的压力，我们要充分利用好外贸的优势，我相信我们才可以做到双赢。

系统化的工程，意味着木桶理论的扎实落地。

开发链、供应链、库存管理、营销、海外仓、物流、金融、财务、人力资源等，任何一个环节有短板，就意味着我们的电商是不可能持续的。我们考察的诸多跨境电商企业，大部分是在短期内爆发出来的，表面看反木桶理论有效，就是发挥了最长的一面就好像可以在市场上呼风唤雨。但从去年和今年的情况来看，因为前面的迅猛发展而导致的众多遗留问题已经产生，典型问题如库存过多、对市场不了解等。企业的经营问题时刻值得我们总结、反省。甚嚣尘上的理论和热点，必须能经受得了脑袋的过滤和时间的考验。它们，很可能是不适合的，是有问题的。

3) 品牌速成论

因为 Amazon 催熟了一些品牌如 Anker，淘宝和天猫也诞生了一批网络品牌如韩都衣舍等，人们似乎就天真地认为网络是品牌的速成地。如《乌合之众》里面讲的，实话而言，大部分人实际没有真正经历过，只是舆论的盲从者。真正的能经得起时间考验的品牌，绝对不是催化出来的。品牌后面，意味着设计、供应链、品控、营销等等的综合运用。只有沉下心来，花 3-5 年来做规划，我们才能谈得上品牌。在目前的经济环境下，恰恰国企平台才能有这个心境和实力。所谓通过几个月的代运营是指望创牌去卖货的，表达了部分人群的心态。稻盛和夫说，经营的背后，是“做人何为正确”。我看到很多人做了一点成绩，往往就不知道自己是谁，认为自己无所不能，导致众多的盲从和好大喜功。经营的哲学和方法结合在一起，才有可能诞生一个伟大的团队，一个伟大的组织。跨境电商也一样，我们不能做昙花一现的事情。尤其是国资平台，更能做到稳打稳扎，深耕细化，为未来打造一个宏大的基础。

4) 定价权论

认为通过电商就可以重新夺回所谓的定价权，而自己卖的货却明显是以低价来保持一点小

小的市场尊严，这简直就是一个天大的笑话。外贸一个八人的团队，其市场占有率达到千万美元以上，但是在市场面前，渺小的像尘埃一样，何谈什么定价权？倒不是说定价权在老外手里或在谁手里，而是在充分竞争的市场上，根本就没有什么定价权。WALMART 这么大，它的任何产品偏离了市场，都是死路一条。这不是说我们不能取得更高的利润，而是我们不能认为我们有定价权来取得更高的利润。一切要听从市场的声音。理解市场，尊重市场。我们都是为市场服务的孩子，无需高举民族主义的旗帜来做一点可怜的业务。踏踏实实，看到市场，看到产品，切实做好，做实，如此而已。

当然，因为新的事物刚刚出来，论调很多，我们也无需因为人家说了就不高兴，不让人家说。说是好事，说明有想法，我列举如上论调，只是为了讨论一下，我想说的是，我们要做的事情，跟所有人的不同，我们必须有自己的想法，必须有自己的做法。我们不能跟着别人走，那如同盲人摸象，如同问道于盲一样，会很危险的。我们要时刻明白，我们自己才是真正的实践者，才是真正的有资格发表言论的理论家，因为我们是听到炮声的人，甚至是开炮的人，为什么反而不相信自己呢？

企业家的精神是被熊比特列入生产力范畴之中的。我们如果不能在实践之中创造独立的商业思想，我们如果永远只是跟在姐姐后面的小屁孩一样的追逐着所谓的经典和榜样，我们永远长不大。如果依靠国资这么大的平台我们都不能成为领导者、改革者，而只是一个非常平庸的跟随者，我们是有愧于这样的资源的。

我要强调的是，我们走的路，是要极大激发外贸的潜力，让外贸和跨境电商密切结合在一起，为外贸的未来找到一条路子。新路都是很难走的，王石说，走大道，傍大款，做大事。大方向一定一

定不能错，所以思想的东西一定要解决，一定不能听信于旁人，而看不到自己。从目前的发展形势来看，国有外贸具备了一切和跨境电商密切结合的条件，具备了可能性和必要性，甚至是唯一性。

我坚信我们的模式是可行的。一个国家的兴起，十年时间；一个公司的兴起，三年时间；一个团队的兴起，一年时间。我想我们实现了跨境电商概念的兴起，我希望后面能够确保整个模式的兴起。

2, 针对问题的解决办法

迈克尔波特提出了“竞争战略”。如上分析，我将我们的差异化战略定义为跨境电商+大型国资外贸。这实际上意味着我们在优化国有资产的进程中，围绕一带一路和互联网+的政策上，我们有很多大有可为之处。

战略的拓展实际不仅是计划的改变，也往往意味着组织的变革，从而真正引发商业模式的改变。在跨境电商战略的拓展当中，不可避免如下三个命题：谁来做；如何调整组织；如何考核目标。

1) 谁来做

既然我们看到了未来，并且我们把它上升到了战略的高度，那么我们显然不能像小摊小贩一样一天下来在灯下数钱那么简单。电商部虽然刚刚开始，但我给它预想了一个使命：让生意做得更好。我本来想说“让外贸做得更好”，但我们仍然保留了一份更大的雄心壮志，就是我们的电商不仅在国外，而且还要回到国内，确保资金流、物流、信息流的双向流动。在这个使命的驱动下，利润就不能是我们唯一的目标，团结一切可以团结的力量，用互联网的力量，确保资源的最优化配置，就变成了我们的初心。

所以，电商部的参与者，希望是弘业股份内部所有能够一起参与的同事，是控股集团内部所有能够一起参与的同事，是我们能够连接起来的所有力量。这不是空谈，这是事实。互联网经济

本身就是一个共享经济。互联网的伟大之处，就是它真的可以连接一切。我们如果连想都不敢想，我何以指望我们能够做到？可喜的是，目前电商部已经在弘业股份内部各子公司都取得了联系，在控股内部也对接了很多资源。这是一颗星星之火，而我希望，通过共享共建，把跨境电商事业推向整个江苏。

我们也希望通过电商这个概念，极大利用好中国的人才红利。改革开放30多年之后，中国可能已经没有劳动力红利，但30多年沉淀了大量的人才，这些人才的价值有待二次开发。二次开发，必须借助互联网+的概念。互联网+可以有效地聚集一切碎片化的信息和资源，跨境电商可以有效地把外贸的剩余资源和碎片化的产能和信息聚拢在一个新的平台上面。我们唯一要做的，就是看准这个大方向，大踏步前进。

2) 如何调整组织

不调整组织，无从谈战略。而组织结构是一个组织里面看不见的骨架。切实解决组织问题，才能切实解决“抓手”问题。习大大面对世界变化的格局，适时推出世投行、一带一路，我认为就是调整组织的一个典型示范。面对金融市场的变动、面对传统劳动力市场的悄然变化、面对跨境电商的风起云涌、面对林林总总的变化，我们能否断然说，就这么着？时代已经递出命题，真正考验我们的时刻到了。

桃花影落飞神剑，碧海潮生弄玉箫。这是黄药师潇洒的背影。这种境界和他的认识和能力是直接相关的。你能想象黄药师去练蛤蟆功吗？一个公司、一个组织的文化也是一样。我们注意到它一段时间内是难以改变的，它是潜移默化、根深蒂固的。但它也绝对不是静止不动的。它时刻在变化，我们的责任就是引导它朝正确的方向前进，希望在它的荫蔽之下能够产生一大批优秀的人才和事物。正如所谓的龙脉一样，上有森林、

沼泽、水塘、山丘、甘泉等，有野兽、山禽、游鱼、飞鸟，具八卦之形，聚五行之气，郁郁葱葱，可载厚德，可生万物。我们培育了一个强大的平台，在此基础上敏锐分析外界和内在的变化，并把我们的思想贯彻到实践当中去，做严做实，我认为这个公司、这个组织是没有不成功的。

实际而言，只有和先进的生产力结合在一起，才能切实推进生产关系的变革。在和跨境电商结合的过程当中我相信会对人力资源和组织结构、组织行为等产生更多的实践经验。如何运用好中国的人才红利，如何运用好中国 90 后的力量，如何贯彻多数互联网企业“有组织，无结构”的思维等等，都将颠覆我们的常识，并相信会在中国的经济发展史上留下浓重的一笔。实践是检验真理的唯一标准。在实践面前，很多现行的观点或你我所持的成见都将被证明是错误或有所偏差的。

3) 如何考核目标

在互联网+的状态下，实际上我们可以切实地做到每个环节的独立和量化，因为效率的提高足以保证组织成本的巨大降低，从而让很多组织变革成为可能。但如果我们只注重 KPI 的考核，不把独立的小组纳入到整体的目标和愿景当中，我们只是“把事情做对了”。这还不够，我们一定要确保可量化、可执行之后，我们的整体是以用户价值为基准的，我们是“做对的事情”。

传统的跨境电商实际忽略了外贸的潜力，认为外贸是一种中间环节。但实际上外贸的存在是供应链的一种增值，是一种必要且有益的环节。如果我们认识到外贸业务每道环节的潜力，通过跨境电商渠道把这些环节的潜力放大，这将是一个巨大的创新，我们可以创造出一种和传统电商截然不同的模式，我们可以树立外贸企业转型的标杆。

三、下一步：让每一步充满价值

科技的力量，会让生活更美好。如何会更美

好呢？对人进行深度解放，让每一步充满价值。电商部所要做的，就是希望以人为本，以电商为手段，优化每一个环节，让我们做得更好！

1) 开发链：激发需求，让产能和需求相匹配

经过 2008 年到目前为止的经济疲软之后，市场经历了一系列的恶性碾压，如低价、该款、品质差、同质化等，亟需差异化的产品和需求相匹配。不是没有用户买东西，而是用户看不到东西的价值。所以，这也是电商部的信心所在。外贸尤其是国资大型外贸在开发链上具备先天优势，如果我们能够发挥设计研发平台的作用，不断扩大设计研发的科技内涵，同时外包生产，我们就能够真正塑造跨境电商哑铃型的商业模式，做到科技化、轻资产运营。我相信我们的模式是和一达通、淘宝等有本质区别的。我们不是左手转右手，我们是在开发链上开始做增量，能够做到真正地去产能、去库存。未来终将证明，真正的创新不是以存量为基础，做位移；而是和市场挂钩的，必须以需求为基础，做增量。时间过去，将荡平一切虚伪者，留下的，必然是未来想要的。我们要把事情做给未来！

目前，结合开发，我们已经在海外注册了五个品牌，并且开始专利注册，在知识产权上做足文章。

2) 供应链：以科技，倾听市场

跨境电商的供应链管理绝对是纯科技的，不是下单、出货那么简单。电商的本质是零售，零售最大的核心黑科技是对库存的管理。如何正品选品，如何匹配市场需求，如何预测市场容量，如何预测周转率以确保不会断货等等，是所有零售必须时刻关注的问题，也是电商部花大量精力的地方。

3) 运营端：对大数据的敬畏

目前电商部组建的四个运营团队里面都是以

运营端作为推动力的。这是电商部坚持以业务为中心的体现。运营是以大数据对市场的还原和预测，是确保销售的极大化和费用的最小化。

4) 营销：精准匹配

互联网大潮之中，很多新兴的营销模式显示了强大的力量。Facebook, Twitter, LinkedIn, Google 等，这些已经颠覆了很多传统营销的概念。

精准营销的概念必将倒过来改组我们很多传统的线下营销如广交会、海外展等。我希望这样升级改造广交会及诸多海外展：每一个进入摊位范围的客人或者过客，都将通过刷脸技术准确判定他的基本信息；客人只要用手机就能轻松登录我们的官网，浏览我们的视频；客人在摊位上能够用手机轻松扫描每一个样品上的信息码；我们通过刷脸技术和扫描，能够让客人愉快进入我们的 F2B 网站，通过 VR 技术，更多的感受我们网上样品间和工厂情况；而他后续所有的操作，都将被程序化在这个网站上；这个网站，将和 Facebook, Google 等渠道一起，直接让我们视通万里，连接欧洲、美国、东南亚我们的分支机构。

5) 渠道：四维空间

互联网 + 实际上是把贸易真正立体化了，把渠道真正拓宽到了虚拟空间。通过 Amazon, Lazada, Ebay 等渠道，我们能够把各个环节更高效地和各个区域取得有效对接。

6) O2O：传统的价值

我一直强调我们的核心竞争力是电商 + 外贸，尤其是国资外贸。这里面实际就包含了我们 O2O 的天然优势。我们众多海外的客户，我们拥有的海外仓和海外合作伙伴，国外政府对我们的信任等等，这些都只是一般的跨境电商所不具备和不可能碰到的资源。我们犹如站在金矿旁边的小孩一样，对自己充满了无知。妄自

菲薄、引喻失义，这是诸葛亮对我们讲的，讲的就是我们。我希望电商这个概念，能够不断释放外贸的潜力，弥补电商天然的线下缺陷，则未来不可限量。

7) 技术：云服务

电商部目前逐步拥有了自己开发的 ERP，但这还不够。底层运用云计算技术，上层把服务变成云服务，彻底促进电商部的科技化是我们进一步的目标。

8) 解放每个环节

在电商部 B2C、B2B 的业务之外，我们构想了 F2B 的目标。我们希望在条件成熟的时候构建 F2B 网站，促成国内产能和国外碎片化的小 B 需求，让每个环节都在科技之下得到更好的服务。在这个 F2B 网站之上，我们甚至可以把单证、QC 等传统外贸下面不能独立的环节独立出来，发挥外贸的剩余资源，完成个人的深度解放，让国有平台发挥最大化的效益。

在互联网 + 的情况下，实际上以上所提到的每个环节都可能独立为一个独立财务核算的事业部或小公司。这也正是互联网 + 会改变整个世界的地方。电商部正是刚刚开始，可能改变的不会很多。但一旦开始，就不会停止。

管理学之父彼得德鲁克对“企业的社会责任”一再强调。他认为一个企业不应当片面追求利润，应当强调“社会、企业和人”三者的紧密结合。当企业完成了时代赋予的使命，解决了当下的问题或尽到社会责任之后，公司的利润水平和市值自然就会提升。我们希望电商部的所作所为能够初步接近这样的高度。国资外贸承担了巨大的社会责任，我们的任何经营都应当以此为基础，不断优化我们的模式和理念。我们坚定不移地相信，跨境电商在众多领导和参与者的关注下，正逐步改变外贸，会让我们做得更好！

(苏豪控股 温金伟)

苏美达轻纺在“一带一路”上蹄疾步稳

——苏美达轻纺“一带一路”在路上系列追踪之三

在国机集团“再造海外新国机”和苏美达“走出去”战略的指引和鼓舞下，2013年柬埔寨办事处成立运营，2014年缅甸实业以轻资产方式建成投产，苏美达轻纺人并没有在“一带一路”的进发之路上停下来歇歇脚，而是乘势而上、蹄疾步稳地在东南亚这片热土上继续挥洒汗水，以奋斗者的精神书写着新的篇章。

2015年仲夏，苏美达轻纺范雯烨总经理带队对孟加拉进行了深度考察。孟加拉国，南亚国家，是全世界人口密度最高的人口大国及世界最贫穷国家之一，目前人口1.8亿。拥有2千多家纺织厂，6千多家成衣加工厂，是仅次于中国的全球第二大纺织品出口国，享有欧盟关税优惠，纺织服装产业发展迅猛。为了充分整合孟加拉的优势资源，持续提升苏美达轻纺的核心竞争力，孟加拉办事处应运而生，仅2016年，孟加拉办事处消化订单已达600万美元，打开了又一扇供应链向外转移的窗口。

2016年初春，在经过考察和筹划后，苏美达轻纺林学虎副总经理带队将供应链的触角延伸到了越南，成立了越南办事处。越南，位于东南亚，属东盟成员国，于2007年1月1日正式成为WTO成员国后，越南致力于成为世界纺织与服装主要出口国，大力发展纺织制衣及相关行业，近年来越南的纺织服装业发展迅速。从越南办事处的成立到第一张3万多件服装订单的顺利出运，历经短短100天，既磨练了团队，同时又增强了在越南拓展供应链的信心。

此外，苏美达轻纺还在一直关注南亚的另一个国度——斯里兰卡。斯里兰卡拥有2000多万人口，其中300万人口从事纺织服装行业。斯里



兰卡工商部常务副部长一行曾来访我司，受到了杨永清董事长的热情接待。此后，苏美达轻纺范雯烨总经理、朱玉副总经理、吴伟锋副总经理也曾赴斯里兰卡考察当地服装产业，并在苏美达的兄弟企业—中工国际的大力支持下，与斯里兰卡经济发展部部长和服装行业协会会长进行洽谈。目前，相关业务部门正在与斯里兰卡制造商进行紧密接触，斯里兰卡有望成为苏美达轻纺“一带一路”上的又一亮点。

“一带一路”倡议为中国改革开放和经济建设提供了新舞台。作为一家愈发国际化的企业，苏美达轻纺积极适应外部环境变化，正在努力利用内外两个市场、两种资源，推动公司向行业领跑、富足有爱的美好愿景阔步前行。

（苏美达 周运宝 陈子尧）

都有困难的时候，或者有事或者生病，但无论人多人少，这项没有成文的值班制度几年来始终没有间断过。值班这件事说起来可大可小，但这是一个责任心的问题，也是一种互帮互助、不斤斤计较、人人为我、我为人人的部门文化，出发点还是急业务之所急、想业务之所想。

七年之痒，本来是指人的细胞，七年会完成一次整体新陈代谢，后来用来形容婚姻，其实工作也一样，甚至工作“痒”的更早一点，做同一份工作时间久了，最初的激情与浪漫被日复一日的日常工作所磨砺，新鲜感的丧失，平淡甚至无聊乏味成为常态，于是所谓的“瓶颈”也就出现

了。喜新厌旧是人之常情，不能苛责。从自身来说，主动去感知、发掘工作中的兴趣点，适合自己的工作，即使在别人眼中再怎么普通，也值得付出汗水。不要嫉妒他人的表面风光，或是获利多少，多想想别人背后付出的艰辛和努力，找到差距，促使自己努力。不要总看到别人在秋冬收获了多少，更要想到别人在春天如何播种，夏日如何耕耘。白岩松说：人们声称的最美好的岁月，其实都是最痛苦的，只是事后回忆起来的时候，才那么幸福。

十年如一日的坚守，回忆起来，果然是幸福的。
(汇鸿中锦 周星)

祖国母亲 生辰快乐！



1949年10月1日，伴随着“起来，不愿做奴隶的人们……”的嘹亮歌声，闪耀着千年文明历史的国家宣告成立了，那时，她是尚在襁褓的婴儿，取名为“中华人民共和国”。

50年代时期，正值幼年的她对于新的世界充满了好奇，也尝试着探索如何才能让着泱泱大国恢复往昔的繁荣与昌盛。为了社会的安定

与团结，她学习了邻国的社会主义制度。从1953年开始，进行社会主义三大改造，过程虽艰辛，所幸小有成就。到1956年，中国基本建成了社会主义制度，进入社会主义初级阶段。

1979年，开始实行家庭联产承包责任制；1985年，中国城市改革全面展开，设立经济开放区；1992年，确立改革开放路线，建立市场经济体制。此时，她已至中年，经历过大风大浪，却依然屹立天安门城楼，展望未来！

此后的二十多年里，她走出国门，走向世界。积极加入世贸组织等国际性组织，只为向世界宣告中国依然是世界不可或缺的一部分。时光荏苒，年过半百的她依然活跃在世界舞台之上，继续为中华民族的伟大复兴奋斗！2017年10月1日，让我们一起遥祝祖国母亲生日快乐！

(江苏省进出口商会 蔡红)

坚守平凡 不甘平庸

——国际结算部单证团队掠影

时光如梭，眨眼间已加入公司十年。有幸见证了公司从汇鸿针棉到汇鸿中锦的迈进，也亲历了从单证部到国际结算部的转身。点点滴滴犹在心，花开花落已十年。

初入公司被分配到现在国际结算部的前身——单证部，回想起来，我觉得是幸运的，因为这里有个让我受益匪浅的传统：传、帮、带，也就是师傅带徒弟。从最开始坐在师傅旁边看、听、记，到不久之后师傅分配做一些简单的单子，由浅入深，从报关单据，到结汇单据，到各种产地证、信用证，一步步熟悉各种工作流程、操作规程，人与人、人与系统、人与单据的磨合，学习专业知识、实践技能，特别是养成良好的习惯、工作态度和学习能力，这种实战的经验在学校里是无法学到的，当正式上岗之后，便能在尽可能短的时间里，适应这个岗位的要求，毕竟从一个学校里的学生，变成公司里的一名员工，这种身份的转变，可不仅仅是从花钱到挣钱这么简单。

单证工作有时是单调枯燥的，尤其是一直从事这项工作，甚至在某些人心目中是非常“基础性”的。已经退休的刘瑞芳经理曾在部门培训里说：“单证工作并不是机械地敲敲打打，更不是简单地复制粘贴，而是需要相当的专业知识，也是一项非常重要的工作，千万不要将自己定位成一个打字员；公司的发展不仅需要当红花的业务员，也需要我们这样的绿叶。”

刘瑞芳经理一直热爱着这份工作，在我们觉得事情多、心情烦躁的时候用自己亲身经历教育我们：在她还是单证员的时候也常常加班加点，把打好的单据带回家，在出生不久的孩子摇篮边

拆单、分单，把空白单据带回家去夹复写纸，这样上班的时间就能打更多的单据，即使家庭和工作的担子压得够呛，看着一批批货物按时装船出运，一套套单据及时送银行收汇，这其中也凝聚了自己的一份汗水和心血，心中充满了欣慰和自豪，而我们现在无论是办公条件，还是办公环境都要好很多，更应该珍惜。

在新员工培训时，刘瑞芳经理口中的部门榜样高原，如今已接过了她手中的接力棒，成为了部门负责人。高原经理毕业于南京工业大学计算机专业，可以说和外贸行业“八竿子打不着”，隔行如隔山，可她能够在进入公司短短两年的时间，就在江苏省“中行杯”国际商务知识竞赛中，与集团其他队友一道，获得团体一等奖，从一个外贸“小白”到精通进出口实务、信用险、信用证、UCP600、国际标准银行实务等各种专业知识的中坚力量，这背后凝聚了多少奋斗的汗水，只有她自己才能体会。如今高原已是部门一把手，带领着新的团队，继续为公司的发展奉献和服务着。

部门的发展离不开公司领导的鼎力支持，离不开部门领导的辛勤工作，当然也离不开所有团队成员的共同努力。电视剧《未生》，以细腻写实的手法，描绘了韩国一个综合商社里的种种故事，其中那些以大欺小、勾心斗角、歧视等现象在我们这个团队里完全看不到。国际结算部始终洋溢着“家”的感觉，一种和谐、团结、互助的工作氛围，即使现在部门成员已发生了很大的变化，好的传统依旧在延续。比如部门里自定的每天下班后的值班制度，其实家家有本难念的经，随着年龄的增长，父母年纪大，孩子年纪小，谁

数万斤软籽石榴寻求江苏出口合作平台

河南省汝州市“拾榴花果山”公司总经理戴凯华，近日专程来江苏省进出口商会汇报，经过3年多的精心培植，自我栽种软籽石榴目前已全园挂果，进入初步丰产阶段，已年产达30万斤。个头个个达一公斤左右、质量超过国家质检标准。全过程生态种植绝不使用任何化学肥料和农药粉剂。目前在国内包括江苏销售已初步打开市场。就企业长远发展考虑，江苏是出口大省，专程来商会联系请求江苏商会会员关注并联系建立合作平台，开展出口业务。

“拾榴花果山”公司位于河南汝州嵩山南麓，是全国首家获得国家质监总局“生态原产地保护产品”和“有机产品”双认证的软籽石榴产业基地。现已种植面积为1200亩，三年后进入完全丰产期，产量将达300万斤。计划三年内种植面积达一万亩，产量会达800万斤。

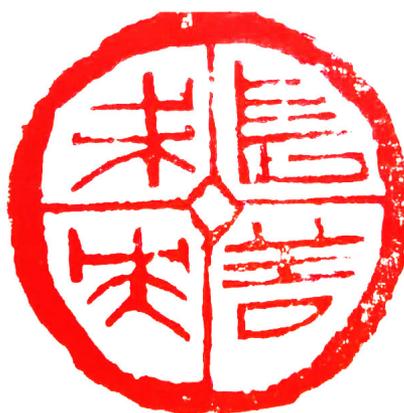
公司总经理戴凯华汇报，培植软籽石榴已实践好几年，正式成立公司是2014年。一直秉承“道法自然，和谐共生”的理念，坚持生态种植，采用全园种草、大雁控草、乌鸡吃虫一体种养，加上人工掏花丝、摘除接触叶片等物理方法，从整体上确保产业生态。

在今年国家质监总局对产果进行“生态原产地保护产品”和“有机产品”双认证检测中，各项指标完全达到和超过国家标准。总经理戴凯华请求商会通报公司在河南汝州市焦村镇榆树口的地址和他15093865288手机号码。

商会总编室研究，为企业办实事，壁出版面刊此，以供会员企业联系用。



得大自在 戴爱生

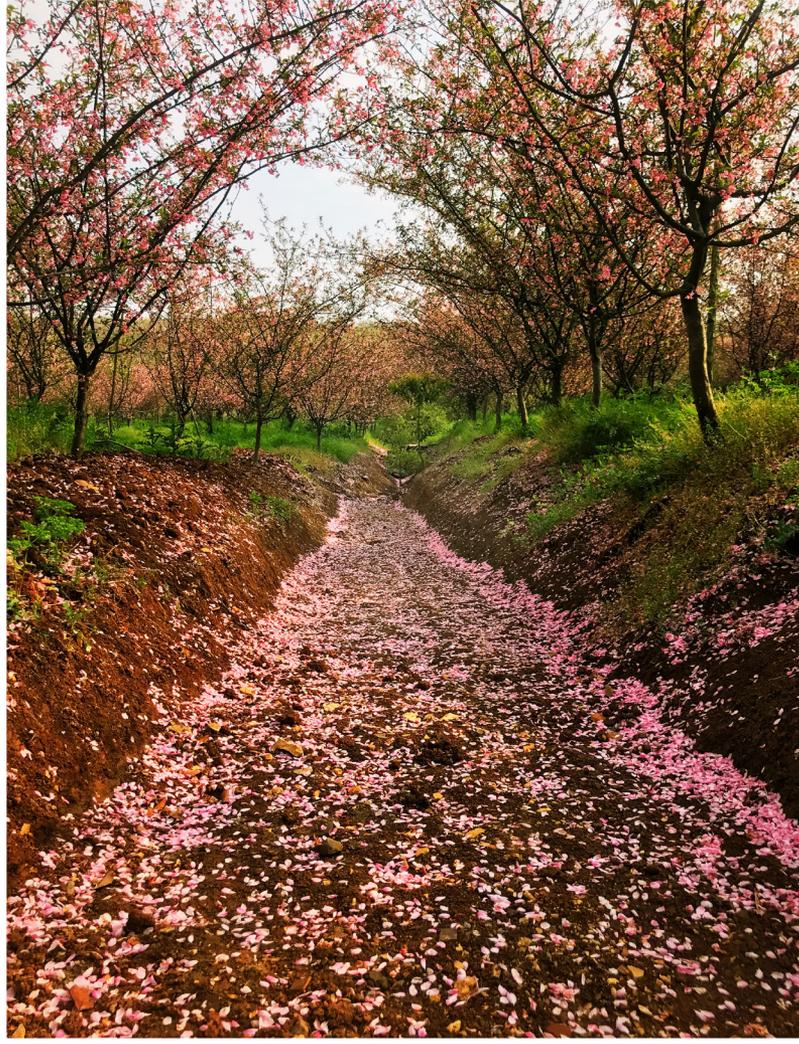


长善未央 戴爱生

波司登新品发布会隆重召开



2017 



《落英缤纷》沈欢 / 摄

