

迎难而上 逆风飞扬

上半年中国外贸形势观察

新冠肺炎疫情之下，全球贸易遭遇“寒流”。14日出炉的中国外贸“半年报”，却从多个方面释放难能可贵的暖意。

海关总署当天发布数据显示，上半年中国货物贸易进出口总值14.24万亿元，同比下降3.2%，降幅较前5个月收窄1.7个百分点；6月当月，进出口增速实现年内首次双双“转正”。中国外贸，呈现迎难而上、逆风飞扬之势。

政企联动着力稳住外贸基本盘

“菲律宾、缅甸的订单已经出了货，俄罗斯的单子这两天也在准备发。”四川嘉逸股份有限公司董事长袁志友最近忙得很，公司生产的摩托车在海外卖得不错，虽然前期因为疫情耽搁了大约两个月，但上半年产销量都实现了14.55%的增长。

记者近期调研发现，随着复工复产达产持续推进，中国外贸企业从“硬着头皮干”转向“铆足劲头干”。数据可以佐证。海关统计显示，二季度中国外贸进出口7.67万亿元，同比下降0.2%，较一季度6.4%的降幅显著收窄。而纵观上半年，作为外贸第一大经营主体，民营企业进出口6.42万亿元，增长4.9%，占我国外贸总值的45.1%，比去年同期提升3.5个百分点。

“即便是在停产的时候，我们也没有停工，而是在研究市场、研究产品，在搞创新，市场一旦好转，我们的产品立马可以抢占先机。”袁志友的一番话，说出了不少企业逆势上扬的“秘诀”。

企业“卖力”，政策“给力”。今年以来，中国在增加外贸信贷投放、加大出口信用保险支持、完善出口退税政策、支持出口转内销等方面接连推出务实举措，全力以赴支持外贸企业保市场、保订单。

“上半年我们出口同比下跌了30%，但目前销售已经复苏，订单排到了9月份。”长期从事家具贸易的福建好事达股份有限公司董事长吕仲琦告诉记者，政府出台一系列减税降费举措，切实切实帮助企业渡过难关。



■7月14日，一批外贸集装箱在江苏连云港港集装箱码头装船。

(新华社发)

不失时机挖掘跨境电商等新业态发展潜力

近年来，跨境电商成为中国外贸新业态中的“尖子生”。疫情之下，跨境电商凭借其线上交易、非接触式交货和交易链条短等优势，成为稳外贸的“轻骑兵”。

海关统计显示，今年上半年，海关跨境电商监管平台进出口增长26.2%，其中，出口增长28.7%，进口增长24.4%，远高于外贸整体增速。

海关总署新闻发言人、统

计司司长李魁文介绍，今年海关全面推广跨境电商出口商品退货监管措施，解决跨境电商出口商品“退货难”的问题，全力支持跨境电商出口企业“卖全球”。

就在7月1日，北京、天津、南京等10个海关正式开展跨境电商企业对企业(B2B)出口试点，增设“9710”“9810”两个出口监管代码，企业可以享受一次登记、一点对接、简化申报、优先查验、允许转关等便

利化措施。

仅试点第一个星期，10个试点海关就验放了跨境电商B2B出口报关单和申报清单26.6万票，货值2.5亿元。

另一种外贸新业态——市场采购贸易，同样表现不俗。上半年，我国市场采购贸易出口增长了33.4%。

对外经贸大学国际经济研究院副院长庄芮注意到，上半年我国防疫物资和“宅经

济”产品出口增长较快。包括口罩在内的纺织品出口增长32.4%，医药材及药品、医疗仪器及器械出口分别增长23.6%、46.4%，“宅经济”消费提升带动笔记本电脑、手机出口分别增长9.1%、0.2%。

“经济新业态与贸易新业态紧密关联。”她说，“可在常态化疫情防控背景下，继续挖掘外贸新业态的发展潜力，让新业态在稳外贸中发挥更大作用。”

稳外贸仍需加力

球贸易将缩水13%到32%。

6月份的中国制造业采购经理指数(PMI)显示，新出口订单指数为42.6%，进口指数为47.0%，虽然环比有所提升，但仍位于临界点以下。

应该看到，眼下一些国家逐步“解封”，但疫情仍处于全球蔓延扩散态势，叠加经贸摩擦

等，不稳定不确定因素依然高企，中国外贸形势依然复杂严峻。

“越是外部环境不稳定不确定，越要坚定不移办好自己事。”中国国际经济交流中心首席研究员张燕生认为，要着力打造国内循环为主、国内国际双循环相互促进的格局。

部分外贸企业向记者表

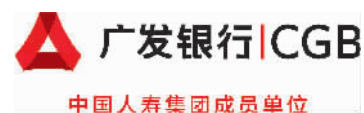
示，国家近期多次在出口退税、信贷、保险等方面作出惠企部署，希望好政策尽早落地，让企业更有获得感。

“我国外贸发展韧性足、回旋余地大。”李魁文说，随着一系列稳外贸政策措施效应持续释放，我们有信心稳住外贸基本盘。

(新华社)

推广

海量商家最高享5折优惠 广发卡“美好生活节”精彩上线



近期，广发信用卡携手海量餐饮商家，积极响应国家号召，迅速开启“美好生活节”消费提

振计划，借此将优惠给到广大消费者。

“美好生活节”消费提振计划已经在全国百余座城市火热开展，集结众多星级商户，活动持续长达7个月，优惠补贴力度空前。

据了解，“美好生活节”活动包含“大牌周五5折”“超市购物节”“超级广发日”等。在餐饮上，“大牌周五5折”活动覆盖了汉堡王、绿茶、百果园线下门店、苏宁小店、全家等全国性品牌商户。活动期间，持卡人登录“发现精

彩”APP-首页“饭票”或“本地生活”专区，每逢周五11:00可抢5折饭票。

逢周五刷广发卡消费满10元笔笔中奖、美团随机立减、星巴克全天候买一赠一，尊旅系列卡买一赠二。同时，广发卡×银联

超市购物节活动正紧张筹备中，届时广发信用卡客户通过“发现精彩”APP或云闪付APP银联二维码支付，即可享受指定商超购物满减优惠。

广发信用卡一直以来致力于打造移动化、场景化消费生态闭

环，聚焦线下核心商圈，发放半价吃喝玩乐福利，为消费者提供优质的金融服务和消费体验。未来，广发信用卡继续通过差异化战略扩展线下多场景渠道，构建线下场景化消费新生态。

(招卓臻)

“7·8”全国保险公众宣传日系列之三：

凝心聚力风雨同行，太平人寿用担当和奉献抗击疫情

新冠肺炎疫情的发生已有半年多，在这场看不见硝烟的战争中，全国人民共担风雨，同心同行，凝聚起战胜疫情的强大力量。作为金融央企中国太平保险集团的成员，太平人寿充分发挥保险保障功能，以客户为中心，确保品质服务始终在线；同时积极践行企业社会责任，多措并举，全力以赴，支持疫情防控和复工复产。

担使命，不间断服务客户所需

突如其来的疫情打乱了正

常的生产、生活秩序，太平人寿各地服务人员坚守岗位，以科技赋能前、后台业务运维，24小时受理95589客服热线、“中国太平95589”微信服务号、太平通App、网上营业厅的自助报案，确保服务不间断、品质不打折。针对新冠肺炎确诊病例，第一时间推出取消等待期、取消医院用药自费限制、先行赔付、医疗费垫付等七项便民惠民理赔服务举措。

1月23日，太平人寿接到第一例新型冠状病毒感染肺炎理赔报案，当时客户正在武汉市金银

潭医院住院治疗。公司立即启动理赔绿色通道，服务人员克服各种困难，通过远程办公与高效协同，两个半小时便完成了理赔审核。截至6月30日，太平人寿累计赔付了227位新冠肺炎客户，累计赔付金额337万元；疫情发生以来，为客户提供投保、理赔、保全等线上各类服务超过1000万人次。

献爱心，多途径支持疫情防控

在抗击疫情最关键的时期，

太平人寿精准对接一线需求，从赠险、捐款、捐物到开展各类公益活动，切实履行社会责任。比如给江西、浙江等地的医护人员赠送保险，其中包括赴武汉支援的“最美逆行者”；为大连、眉山等地一线抗疫人员提供专项保险保障；向重庆、陕西等地捐赠防疫物资……相关捐赠费用超过750万元，并在天津、江苏、山东等地自觉参与基层的疫情防控，组织员工参加无偿献血等。

接到《守望相助 共抗疫情 太平人在行动》的倡议书后，太平

人寿紧跟集团步伐，在公司党员的带头下，113823名内外勤员工自发捐款逾821万元，用于支援疫情一线的医护人员，以及因疫情遭受损失的同事和亲属。

作表率，跨领域助力复工复产

抗“疫”的全面胜利不仅是病例数据的减少和归零，还取决于有序高效地推进复工复产，以实现经济社会的健康发展。太平人寿在做好常态化疫情防控的前提下，以“共享太平”发展理

念为指引，主动对接各地生产经营受到疫情影响的企业，和他们一起探索后疫情时期的销售新模式。

为保持线上新型消费热度不减，从5月16日开始，太平人寿在全国开启了“全力以‘复’”直播接力活动，搭建线上平台，整合渠道资源，挖掘市场需求，跨领域推动复工复产的提速扩面。截至7月1日，太平人寿已举办45场公益直播，帮助约190家企业带货，累计观看人次突破810万。

(黄春宇)