

信用管理

CREDIT MANAGEMENT

2015年
第2期
总第134期

支持农业发展专辑



中国信保助力安徽蜜之源食品集团有限公司

落实中央一号文件 政策性信用保险支持农业“走出去”

2014年，我国政策性信用保险对农产品出口的承保规模达到113亿美元；承保海外种植园、农业经济合作区等农业海外投资项目30余个，承保金额近10亿美元。同时，数据也显示，海外买方拖欠和海外买方拒收已成为我国农产品出口企业无法收汇的最主要原因。

山东：政策性出口信用保险为栖霞苹果出口提供坚实护盾

信用保险对苹果出口企业的支持力度持续扩大，市场覆盖率和渗透率显著提升。近两年，中国信保山东分公司签订了大量的中小企业保单和信保易保单，有效支持了山东优质苹果的出口，信用保险已经成为山东苹果走入国际市场的“助推器”。

湖南：兵粮同行“肉”战传捷

湖南肉食行业的出口业务呈现买家集中、交易个数少但交易金额大、账期比较长等特点，中国信保长沙营管部通过多方面具体分析和总结，制定了符合企业需求和发展特点的承保方案，并搭建起肉食行业承保平台，积极支持湖南肉食行业开展出口业务。



中国出口信用保险公司
CHINA EXPORT & CREDIT INSURANCE CORPORATION

信用管理

编辑委员会

主任：王毅

副主任：罗熹

执行副主任：刘永信

委员：胡正明 徐德光 瞿栋 宋全成
孔宪华 于淑妍 谭健 李可东
徐新伟 陈新 杨明刚 乔红
黄山 王雅洁 陈莉萍 杨学进
牛惠莲 周娅 白立兴 王文全
马仑 林九江 王伟 王稳
王虹 潘乐 王华 韦少敏
陈阳 李秀萍 刘燕翔 朱守中
汪涤凡 胡拥军 陈小萍 马卫星
连逸群 夏晓冬 陈钢 蒋殿明
陈连从 常川 潘水根 林斌
李军 曹天瑜 周明 叶小剑
刘正茂 邓成钊 李文炜

总编：刘永信

编辑部

主任：胡正明

副主任：王国栋

执行编务：兰斌

责任编辑：王伟 吴铮 李辽远 展蕾
谢耕 臧海亮 柴严岩

编辑热线：010-66581418

邮箱：wangw2013@sinosure.com.cn

主办：中国出口信用保险公司

地址：北京市西城区丰汇园11号
丰汇时代大厦

邮编：100033

网址：www.sinosure.com.cn

设计：永行传媒 010-65188158

内部资料 免费交流



“中国出口信用保险公司”
微信订阅号 (sinosure_china)

目录

2015年2月 / 总第134期

Contents

本刊特稿 / Special Report

- 01 落实中央一号文件 政策性信用保险支持农业“走出去”

市场前沿 / Market Cruise

- 04 山东：政策性出口信用保险为栖霞苹果出口提供坚实护盾
07 云南：运用出口信用保险政策 促进蒙自石榴出口
10 陕西：促进行业深加工 加快果业大发展
12 安徽：信保助力企业 蜂蜜出口四方
14 天津：发挥出口信用保险优势 助力番茄酱行业出口
16 湖南：兵粮同行“肉”战传捷
18 辽宁：信保助力农企实现华丽转身

学习与研究 / Study and Research

- 20 从韩国大蒜退运事件看农产品出口风险

资信服务 / SinoRating Services

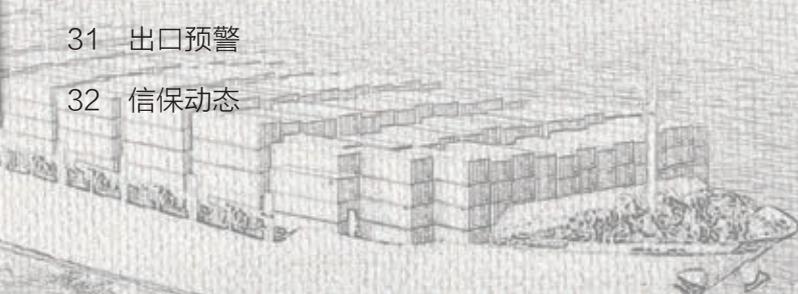
- 24 大宗农产品价格走低 我国农机出口环境依然严峻

信保文化 / Sinosure Culture

- 29 打造特色企业文化 聚焦政策功能发挥
——中国信保发布企业文化手册

资讯速览 / News Scanning

- 31 出口预警
32 信保动态



落实中央一号文件

政策性信用保险支持农业“走出去”

● 文 | 本刊编辑部

近年来，随着我国优势农产品出口渐成规模，境外农业合作开发步伐不断加快，农业企业遭遇海外买方拖欠、拒收、破产等商业风险和进口国突然提高检验标准等政治风险的事件逐渐增多。如何有效防范海外信用风险和提高农产品国际竞争力成为农业“走出去”必须解决的问题。来自中国出口信用保险公司（以下简称“中国信保”）的承保数据显示，2014年，我国政策性信用保险对农产品出口的承保规模达到113亿美元；承

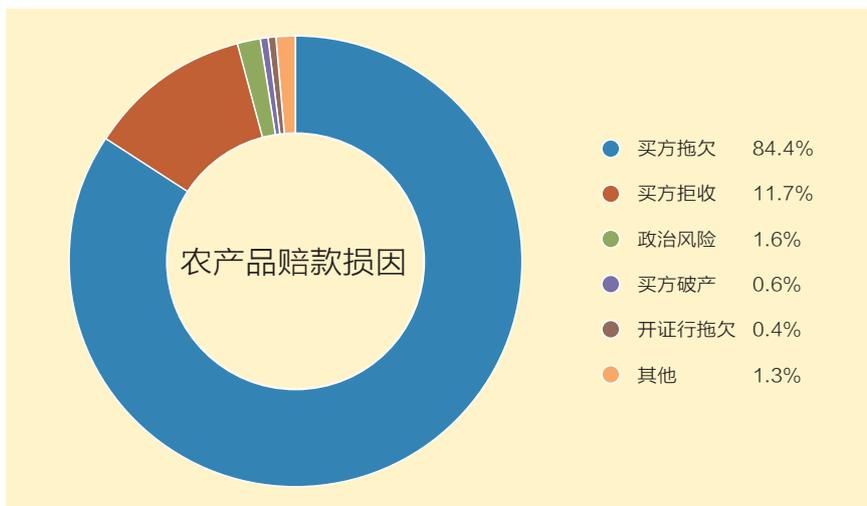
保海外种植园、农业经济合作区等农业海外投资项目30余个，承保金额近10亿美元。同时，数据也显示，海外买方拖欠和海外买方拒收已成为我国农产品出口企业无法收汇的最主要原因。2014年，中国信保共计向农产品出口企业支付赔款3700余万美元，其中，买方拖欠致损金额占全部企业损失的84.4%，买方拒收致损金额占企业损失的11.7%，其他致损原因还包括政治风险、买方破产和开证行拖欠等。

从山东大蒜遭退运看质量纠纷引发的出口风险

今年年初，山东蒜农出口韩国2200吨大蒜因为韩国方面质检不合格遭到退运一事引发了各界的高度关注。在此事件中，蒜农遭受了货物退运的巨大损失，并开启了贸易纠纷的申诉之路。在出口运输过程中，蔬菜水果等农产品易发生腐烂和变质，因此由买卖双方质量纠纷引发的拖欠、拒收案件高频多发。质量纠纷包括货物数量、品质、包装、农药残留等多方面的质量争议，正是引发拖欠、拒收，导致农产品出口企业无法正常收汇的重要原因。

对此，中国信保有关专家建议，农产品出口企业可以从三方面入手降低因质量纠纷引起的收汇风险：一是在合同中明确约定货物规格、包装、检验检疫标准、检验机构、质量异议期等利于界定责任的条款，还要关注合同中的争议解决方式、解决地点、争议处理期限等问题，保障自身权

图1 2014年短期出口信用保险对农产品赔款损因



益。二是严格执行合同，按照合同约定的质量标准、重量、包装方式等条款出运，避免因自身违约造成重大经济损失。三是投保出口信用保险，有效规避质量纠纷背后的深层次海外买方信用风险问题。据介绍，从企业实际受

损情况来看，很多时候海外买方会因为自身资金短缺或农产品市场价格大幅下跌等原因以质量问题为借口，拖欠货款或拒收货物。在这种情况下，若企业投保了出口信用保险，而买方又无法提供关于货物质量问题的有力证据，

中国信保最高可赔偿农产品出口企业 90% 的损失。

政策性信用保险有力保障“走出去”农企海外利益

从实践经验来看，随着海外信用风险不断暴露，政策性信用保险作为保障收汇安全、维护海外利益的有效金融工具，正逐渐受到农业企业的青睐。据了解，中国信保作为国家政策性保险机构，可以向“走出去”企业提供出口信用保险和海外投资保险两类保障产品，前者可以为农产品出口企业提供以信用证、非信用证方式从中国出口的信用期限在一年以内的出口收汇风险保障；后者可以为境外农业项目投资企业提供因投资所在国发生的征收、汇兑限制、战争及政治暴乱、违约等政治风险造成的经济损失提供风险保障。

从中国信保的承保经验来看，我国农产品的主要出口地区是亚洲（占全部出口的 62%）、欧洲（16%）、北美（12%），主要出口产品为果蔬、畜产品和水产品等。企业的海外农业投资项目多在东南亚、中亚、非洲和南美洲等农业资源丰富的国家，投资领域主要集中在大豆、棉花、糖料、棕榈油和天然橡胶等。

据中国信保有关专家介绍，从该公司近年承保的农产品出口和境外农业开发项目来看，当



当前，我国在食用油的国际贸易中几乎没有话语权，该项目的成功运作对于消除我国食用油原料供应安全隐患、保障我国粮食安全具有重要示范意义。

前我国农业企业“走出去”主要面临以下风险和难题：一是农产品出口的主力军仍是小微企业，龙头企业匮乏，抵御风险和参与国际竞争的能力较弱。2013年的海关统计数据 displays，我国出口规模在1亿美元以上的农业企业有38家，出口规模在300万美元以下的小微企业达到1.5万家。二是境外农业合作项目面临的政治风险高，让很多企业望而却步，不敢迈出国门。一方面，农业对土地的依赖性高，土地产权的争议易引发群体冲突甚至政治动荡；另一方面，农业投资所在国大多为发展中国家，政局不稳定、法律体系不完备、投资环境较差、政策多变。三是资金不足成为制约农业企业海外发展的重要因素。大部分农产品出口企业规模小，融资难，且农产品生产季节性和周期性强，对资金周转要求很高；境外农业项目投资金额高，资金回收周期长，企业融资需求普遍较大。而政策性信用保险的风险保障和融资功能可以有效地帮助企业应对上述问题。

云南一家果蔬生产企业在2011年成立之初就投保了出口信用保险，在中国信保的帮助下筛

选优质客户、扩大海外市场、获取银行融资，成立第一年即实现出口2490万美元，2014年出口规模超过1亿美元，四年累计获得的出口信用保险项下银行融资超过2亿元人民币。目前，该企业已成为带动当地出口创汇的省级优秀农产品龙头企业，拥有冷贮加工库房5个和水果加工厂1个，逐步形成了“公司+基地+农户+标准+管理体系”的产业化运行模式，有效带动了当地农民就业，改善了农户生活。

重庆一家粮食企业近年来积极寻找海外资源，希望在海外建立自己的农产品生产基地，中国信保自2013年以来，为该集团投资巴西的大豆种植项目提供了海外投资保险服务。该项目总投资近4亿美元，计划在巴西建设大豆种植、加工和仓储等一体的大豆产业食品工业园区，净种植面积约9万公顷，年产大豆近28万吨。项目实现的大豆回运，能为该集团提供稳定的大豆原料供应。这是截至目前中国企业“走出去”投资农业规模较大的项目之一。当前，我国在食用油的国际贸易中几乎没有话语权，该项目的成功运作对于消除我国食用油原料供应安全隐患、

保障我国粮食安全具有重要示范意义。

政策性信用保险再发力 深入贯彻落实中央一号文件

今年中央一号文件提出了更为积极主动的农业“走出去”战略，并首次对有效利用国际农产品市场和资源提出了明确要求，如“积极支持优势农产品出口”、“完善边民互市贸易政策”、“加快培育具有国际竞争力的农业企业集团”、“支持开展境外农业合作开发”等等，为提高我国农业国际竞争力、拓展境外农业市场规划了宏伟的蓝图。

中国信保有关领导表示，为更好地落实今年中央一号文件关于“提高统筹利用国际国内两个市场两种资源的能力”的重要部署，中国信保将采取三大举措为我国农业“走出去”提供全方位风险保障及配套金融服务：一是结合国家“一带一路”重大战略部署，对面向东南亚、中亚等“一带一路”沿线国家和地区的农产品出口和农业投资项目给予有针对性的承保优惠。二是结合各省市自治区农业特产情况，迅速制定具有地域针对性的农业细分行业专项出口支持措施。三是进一步优化海外投资保险产品，提高海外投资保险的承保能力，加强在海外投资保险项下与银行的合作，更好地满足企业风险控制和投融资需求。



山东：政策性出口信用保险 为栖霞苹果出口提供坚实护盾

● 文 | 邵景坤

我国是水果生产和消费大国，自1993年起，我国水果产量和栽培面积超过印度、美国和巴西等国，居于世界首位。2013年我国果园面积为1113.95万公顷，占世界水果栽种总面积的五分之一，人均果园面积为83.5平方米，水果总产量2亿吨，人均水果产量为15.28吨，略高于世界平均水平。

从国际贸易的情况看，2014年，我国水果出口61.8亿美元，

贸易顺差10.6亿美元。其中，苹果、柑桔和梨排名前3位，出口量占据了我国水果出口的半壁江山，而苹果连续多年位居第一大出口水果。2014年，我国苹果出口10.27亿美元，与2013年基本持平。从出口规模看，前5位的分别是印尼、泰国、越南、印度和俄罗斯，出口额为1.33、1.16、1.01、0.91和0.89亿美元。

从出口地区看，山东、陕西和云南分别位居出口前3位，年出口

额分别为5.03、1.29和0.81亿美元。其中，山东省是当之无愧的苹果出口大省，出口量和出口金额远高于其他地区。烟台苹果驰名中外，素有“烟台苹果、莱阳梨”的说法。烟台自1890年引进苹果以来，已经有120多年的栽培历史，品种越来越丰富，小国光、红香蕉、红富士、嘎啦和新红星等新优品种占比达95%以上，在国际市场上享有声誉。

讲到烟台苹果，就不能不提栖霞

为更好地服务出口企业，中国信保山东分公司专门成立果蔬行业团队，汇聚各条线人才，研究果蔬行业的结算惯例、风险特点、市场分布以及行业集中度等，通过“价值服务”让更多果蔬出口企业受益，保障更多果蔬企业的收汇安全。

霞。栖霞市因地理位置独特，气候、土壤适合苹果生长，被农业部确定为苹果生产优势区域，也被称为“中国苹果之都”。目前，栖霞全市苹果种植面积 80 万亩，果品年产量 180 万吨，苹果产业化、标准化和国际化水平位居全国前列，全市从事苹果出口的企业 60 余家。栖霞市生产的苹果 99% 用于鲜食消费，其中，15% 的鲜果出口海外，这一比例远大于全国 3.66% 的出口比例。从出口地区上看，栖霞市出口的苹果 50% 销往东盟各国，30% 销往欧盟国家，其余 20% 销往世界其他国家。

烟台苹果出口主要有以下几方面特点：一是季节性鲜明。由于栖霞苹果出口大都为初加工的鲜果，出口旺季集中在每年三季度末至次年一季度。每年 10 月份，苹果进入采摘季节，数万吨级冷库和气调库全部派上用场，收获场面蔚为壮观；二是买方实力差别较大。东盟国家买方杂乱且大都规模较小，散、乱、小是苹果买家的主要特征，其抗风险能力差。苹果市场价格波动明显，买方付款意愿受市场行情影响十分明显，一有风吹草动，拒收货物以及延迟付款等现象容易出现；三是价格一路走高。受人口红利消失和行业周期回暖的影响，我国水果

价格一路走高。2014 年苹果出口单价为 1.19 美元 / 千克，同比增长 14.9%。与美国、伊朗、波兰和印度等国家相比，我国苹果的优势不再明显，导致 2014 年出口量下滑 13%；四是绿色壁垒制约凸显。近几年，各国通过进口保护政策，高筑国际贸易壁垒。以印尼为例，自 2012 年以来，印尼政府就开始限制水果的进口配额，并征收更高的进口税，导致在雅加达一些水果市场和仓库的舶来水果销售价格上涨一倍，中国进口量也下滑了一半。欧洲市场则对农药残留的监测标准一直很高，而且执行严格，导致我国水果无法出口到高利润区域；五是企业贸易水平参差不齐。因苹果行业进入门槛较低，出口贸易人员从业经验少、专业水平较低的情况也普遍存在，因此贸易合同签订经常不规范，对于贸易过程中的常见问题无法有效规避；六是价格高度透明。很多买家在国内有代理人，或者称为跨国业务员。这些业务员很多本身是出口企业的员工，和国外客户关系熟络后，摇身一变，成为国外客户的代理人，向众多出口企业询价、压价。同时，行业透明度较高，同一买方在当地多家出口企业采购苹果现象明显，一旦某一买方信用出现问题，会有多家企业遭受损失。

为了帮助苹果出口企业规避出口收汇风险，加快苹果出口行业发展，栖霞当地商务部门与中国信保一起，多次召开宣讲会向企业介绍国家支持农产品出口的相关政策，免费对企业培训国际贸易的相关流程，讲解出口信用保险的基本知识、理赔过程中发生的典型案例等，引导企业通过投保出口信用保险来防范政治及商业风险，同时协助企业办理贸易融资，缓解资金压力。

为更好地服务出口企业，中国信保山东分公司专门成立果蔬行业团队，汇聚各条线人才，研究果蔬行业的结算惯例、风险特点、市场分布以及行业集中度等，通过“价值服务”让更多果蔬出口企业受益，保障更多果蔬企业的收汇安全。两年来，中国信保山东分公司果蔬行业小组通过编辑邮件、短信的形式，及时传递行业宏观信息、市场动态，解读风险信号。当国内外出现重大政策变动、行业信息、风险事件后，小组成员及时利用公司短信平台发布预警信息。2014 年，行业小组累计发布短信、邮件 60 余批次，省内近百家水果出口企业受益。经过中国信保几年的努力，信用保险服务深得果蔬出口企业青睐。从统计数据看，截至 2014 年 12 月末，栖霞市及周边县市区苹果出口企业中，有 50% 以上的出口企业都选择了投保出口信用保险来控制收汇风险，受益企业 32 家，出口规模 1.05 亿

美元，涉及 4000 多笔出运。

由于水果行业出口预付款比例较低，大部分为后 TT 或者 DP 支付，如果企业过于保守，就会接不到订单；而结算过于激进，则风险就会加大，在利润率不足 5% 的大环境下，收益难以涵盖风险。企业在投保信用保险后，可以更加放心地开拓新市场。同时，出口信用保险的风险保障可以让企业更为灵活地选择付款方式，进一步提升了栖霞企业的出口竞争力，增强了企业承接海外订单的信心。

烟台泉源食品有限公司和栖霞德丰食品有限公司是栖霞市最大的两家苹果出口企业，在中国信保的支持下，克服了苹果出口形势多变的不利影响，保持了出口的相对稳定，同时通过信用保险项下贸易融资方式，有效缓解了因出口回款周期长带来的资金压力，为企业壮大

发展解决了后顾之忧。同时，也为出口企业扩大海外品牌效益提供了坚实的后盾。烟台泉源食品有限公司的“泉源”品牌畅销国际市场，目前已成为山东省重点培育和发展的国际知名品牌。

同时，出口信保的风险补偿功能也能为出险企业提供最后的保障。一旦出现收汇风险，中国信保通过实施农产品理赔绿色通道，及时向受损企业进行赔付。2014 年，中国信保向栖霞市及周边苹果出口企业共支付赔款 139.8 万美元，帮助企业追回欠款 60 多万美元，在信用保险的支持下，栖霞市部分小的苹果出口企业实现快速成长，在国际市场上开始崭露头角。栖霞众益果蔬冷藏有限公司、栖霞市恒源商贸有限公司以及栖霞市盛峰果蔬有限公司等企业出口增长均超过 50%，增幅非常明显。

小苹果、大舞台。考虑到农产品行业利润低、风险高的特点，行业小组主动联系政府、商协会、专业货代等，协同一起做好苹果出口企业的服务。中国信保山东分公司已经和栖霞市政府建立良好的关系，正在研究适合栖霞地方特色的扶持政策。栖霞市水果商协会多次邀请我公司成为会员单位，一起为栖霞市苹果出口出谋划策。烟台 80% 的苹果出口企业是由明运国际货运代理有限公司(以下简称“明运货代”)代理的，明运货代在与中国信保合作的过程中，越来越认识到信用保险的重要性，更是积极推动其代理客户投保信用保险。

经过不懈耕耘，信用保险对苹果出口企业的支持力度持续扩大，市场覆盖率和渗透率显著提升。近两年，中国信保山东分公司签订了大量的中小企业保单和信保易保单，有效支持了山东优质苹果的出口，信用保险已经成为山东苹果走入国际市场的“助推器”。

栖霞市商务局相关负责人说，“中国信保作为我国唯一的政策性保险机构，为栖霞果农出口提供了坚实护盾，栖霞市及周边县市区苹果出口企业上亿美元出口货物受到了中国信保保障。此举使 10 余万农民的苹果得以顺利出口，为农民增加创收 5000 多万元，苹果加工带动的就业人数达到 1000 多人。”

(作者单位：中国信保山东分公司)





云南：运用出口信用保险政策 促进蒙自石榴出口

● 文 | 红河州蒙生商贸有限公司总经理 李世权

说到蒙自这座滇南重镇，我们为之自豪的除了他的人文环境、自然风光、历史文化、风土人情外，还有一个非常有特色的产品，那就是甜石榴。蒙自石榴具有籽大、皮薄、肉厚、核软、微甜的特点，已经有700多年的种植历史。1987年，蒙自石榴开始大面积种植，经过20多年的发

展，目前全县种植面积达到20多万亩。蒙自石榴成为了独一无二的特色产业，也让蒙自新安所镇成为了红河州唯一的中国历史文化名镇和著名石榴之乡。为了做大做强蒙自石榴产业，政府做了科学的发展规划，其中，最有特点的就是2006年在小红寨村成立的蒙自县石榴产销专业合作社，

无偿对农民进行技术指导、实行统一收购，并把生产出的“蒙生”品牌的石榴推广成为享誉海内外的名果。为了延长生产链，合作社还开办了果汁加工厂、生物有机肥料厂。今天的小红寨村景色宜人，每家每户都盖起了别墅式的房屋，石榴林密布，满目红火。中共中央政治局常委、国务院总

理李克强，中共中央政治局常委、全国政协主席俞正声，还有省州市各级领导先后到合作社视察。作为省市级政府部门重点扶持的龙头企业，红河州蒙生商贸有限公司（以下简称“蒙生商贸”）承担了要把蒙自石榴销往国内外的重担。

回想过去，2010年蒙生商贸成立之初，外贸经验欠缺，支付方式保守，市场开拓也缺乏力度，当年仅有100多万美元的出口额。2011年在对老客户开展信用销售后，出口额有所提升，达到了300万美元。可是信用销售的方式存在很大风险，作为中小型农产品出口企业，我们也只敢开展期限短、金额小的业务，还是无法大踏步出口。到了2012年，销售再次面临困难，一方面，老买方提出了长账期的大单需求，另一方面不断有新的买方找到我们，但同时要求长账期。由于种植和基础建设投入了大部分资金，所以长账期业务无法接受，使得我们白白流失了不少客户，2012年全年出口额又回到了150万美元。在总结企业面临的问题时我们发现，企业发展的瓶颈就是风险和资金，这也是所有中小型农产品出口企业面临的共性问题。

2012年底，在商务部门的推荐下，我们结识了中国信保，我们之前遇到的问题才迎刃而解。2013年初我们和中国信保签订了出口信用险保单，双方开始正式合作。两年来，我们坦诚相见，

携手共进，一起创新思路，一起探索融资模式，蒙生商贸的出口业务有了跨越式的发展，当年出口额就突破了1400万美元。

一、中国信保的风险保障和资信支持帮助蒙生商贸从不敢接单到大胆接单，开拓了新市场，对接了新买家，增加了贸易机会，实现了快速发展

2012年前，蒙生商贸的客户只有泰国的几个买家，除了其中一个老买家有信用销售，其他的买家都采用先款后货的贸易方式，保守的交易方式让我们不得不放弃了很多新客户。2013年，在中国信保的风险保障下，蒙生商贸采用更有竞争力的销售方式，大胆承接新的订单，有了新买家就交给中国信保授信，通过中国信保强大的信息库和海外渠道的调查，综合评估后，能做多少就做多少。很快买家就增加到了十余家，还开拓了马来西亚、菲律宾等六个国家的市场，2013年出口额超过了1400万美元，业务实现了快速发展。2014年，出口额突破2800万美元。

二、中国信保的融资支持帮助蒙生商贸从自有资金运营到多渠道融资发展，改善了融资结构，增加了资金流转速度，实现了跨越发展

农产品出口企业因农产品贸易前期投入较多，业务发展阶段

都面临资金紧张的问题，在中国信保的帮助下，蒙生商贸在中国银行、广发银行、民生银行办理保单融资，既不占用企业原有授信额度，又加快了资金流转速度，企业有了充足的资金去抢抓订单，加快了企业的发展。在蒙生商贸准备到国外建设自己的冷库时，中国信保又针对该项目的风险及融资与银行进行了多次沟通交流。

三、中国信保有强大客户群，可以在客户资源内部进行整合，在大、中、小微企业之间牵线搭桥，从而实现资源的最佳配置，帮助蒙生商贸实现从自我发展到与大企业合作发展，发展的思路和能力得到了快速的提升

在石榴种植期，蒙生商贸基地种植急需化肥，中国信保在自身客户资源内为蒙生商贸牵线搭桥，帮助蒙生商贸引入中国信保的化肥在保大企业云天化联合商务，为蒙生商贸提供肥料并给予一定的付款账期；在石榴收储期，借助有资金优势的大企业帮助蒙生公司向农户收储农产品，保证了国内外销售的货源，用时间空间换取了利润空间；在仓储建设上，建议由大企业提供一定账期的冷库设备，大大缓解项目建设资金投入的压力；在石榴出口期，中国信保在保的物流仓储企业为蒙生商贸提供有账期的货运存储

服务。而以上几种模式，又通过中国信保承保了蒙生商贸的出口收汇风险来保障这些大企业提供产品和服务的回款风险，不但减少了整个贸易链条中各家企业的风险，也把大企业的渠道、资金、资源等优势和小企业的项目优势结合在一起，提高了双方的贸易机会，实现了多方共赢。同时，在和大企业的合作谈判中，我们还学习到了很多宝贵的经验，对加强自身经营管理受益匪浅。

四、中国信保的全流程动态风险管控和损失补偿机制帮助蒙生商贸实现从独自面对风险到中国信保管理风险，事前控制风险、事中监测风险、事后弥补损失的转变，实现了稳健发展

虽然在与中国信保的合作中，

蒙生商贸还未出现过坏账损失，但我们知道，风险无处不在，但通过规范的手段，风险是可以得到有效管控的。通过中国信保事前的买方评估，业务开展前就把了第一道关；发货后，中国信保的动态监控能提示买方的风险异动和回款时间，中国信保俨然成了企业的风险管理部门。中国信保帮助我们从头把关，全流程动态的管理，让企业最害怕的风险可知、可管、可测、可控。

最后，如果信用风险还是无法避免地发生了，中国信保的理赔追偿工作能帮助企业从自担损失到损失转嫁，赔付后的代位追偿帮助企业从自行追讨到交给强有力的机构来执行，大大降低了企业自行追讨的经济成本和精力成本。通过中国信保全方位风险服务，蒙生商贸实现了稳健发展。

五、中国信保提供的风险管理培训和业务操作辅导，结合了实际案例，帮助蒙生商贸从门外汉到专业外向型企业发展，外贸业务能力提高，法律意识增强，实现了高效发展

与中国信保合作后，蒙生商贸进出口业务得到了快速发展，还得益于中国信保细致专业的服务，他们通过报关单提单详解、合同条款的探讨，提高了蒙生商贸部分新业务员的外贸专业能力；通过风险案例的分析，进一步增强了我们的法律和风险意识，让蒙生商贸懂得应该从贸易源头识别风险；通过中国信保通操作讲解，让蒙生商贸与中国信保的配合更加紧密，避免了操作上的失误。通过各类培训交流，蒙生商贸业务实现了高效发展。

在与中国信保合作短短的2年中，中国信保的全方位服务，大大提升了我们公司的软实力。蒙生商贸一边搞好公司基础建设，控制产品质量，管好生产，一边大胆走出去，开拓国际市场，成为云南省红河地区出口额排名第二的农业企业，带动了当地农民就业，创造了良好的经济效益和社会效益。今后，蒙生商贸的品牌将在中国信保的保驾护航下，更多地专注于产品的深加工、品牌的建设及国内外市场的开拓。我们还会在政府的支持下，建立专业的石榴园区，在海外建立子公司，加大综合性基地的建设，用心去推广蒙自石榴产业，让每一个农户的生活都过得和石榴的颜色一样，红红火火。



陕西：

促进行业深加工 加快果业大发展

● 文 | 陕西省果业管理局产业化处 杨建伟

陕西是中国农耕文明的重要发祥地，果业发展的历史也相当悠久，远古时代的陕西杨凌曾是农业始祖后稷教民稼穡之所。目前，依靠大规模的生产基地、丰富的苹果资源、良好的生态环境、较低的生产成本，陕西省已成为我国苹果种植面积以及产量第一大省。2014年，陕西省鲜果种植面积达到1838万亩，总产量1530万吨，其中苹果种植面积达1023万亩，产量988万吨，占全球苹果总产量的1/6。陕西果业的发达为陕西苹果的出口创造了优势，但鲜果出口行业由于其产品特点，具有一定的发展局限。在陕西果业管理局和中国信保陕西分公司的支持下，陕西果品出口企业充分利用出口信用保险，加大出口力度；同时，积极开展产品深加工，加快发展浓缩果汁行业，成功使陕西果业完成产业升级，使得陕西苹果及浓缩果汁在国

际市场上占据了十分重要的位置，成为陕西出口的一张特色名片。

加强企业培训 用活保险政策

陕西地处内陆，经营者的理念以及市场的开放程度与沿海城市都存在一定差距，尤其是鲜果出口方面，由于从业人员的整体素质不均衡、外贸经验缺乏，导致我省鲜果出口在前期发展十分缓慢。虽然苹果产量很大，品质也很好，但是直接出口却很少。鲜果主要进入国内市场，或者通过沿海城市的贸易商间接出口，不仅极大地削减了利润空间，而且不利于我省鲜果自主品牌的发展和国际市场的拓展。

中国信保陕西分公司成立之初，就充分挖掘陕西这一地域产品特色，积极与陕西省果业管理局建立联系，共同探讨助力陕西苹果及其他果品“走出去”的问题。同时，不定期召集行业内企业，举办信用管理专题

培训会，宣讲果品出口的相关知识以及介绍出口信用保险。积极走访企业，深入了解企业面对的实际难题，帮助企业用好用活出口信用保险政策，解决企业出口的后顾之忧。

通过出口信用保险的参与，一方面由于后期的收汇风险有了很好的缓释措施，解决了企业的后顾之忧；另一方面通过信用保险的资信调查服务甄别海外买方，为企业信用交易提供建议，使得企业在开拓国际市场的过程中，敢于接单，敢于放账，市场份额不断扩大。在陕西省果业局和中国信保的不断努力下，越来越多从事果品销售以及加工的企业走出了国门，全面进军国际市场，成长起一批如“海升果汁”、“通达果汁”、“华圣苹果”等国际知名品牌。

全面风险管控 完善风控体系

风险与收益，好像一个天平的

两端，怎样在中间寻找一个平衡点，是每一个企业在发展过程中都会面临的重要抉择。出口信用保险通过全流程的风险管理，帮助企业逐层化解风险，获得长足发展的动力。为帮助陕西果品出口企业做好风险管理工作，中国信保在合同谈判阶段，利用信用保险的资信调查以及限额审批功能，帮助企业甄选海外买方，确定合理的承保方案；在合同执行阶段，利用信用保险收汇跟踪机制，全面准确地监控买方回款情况，及时发现风险信号；发生损失后，利用信用保险在国际市场的威慑力督促买方还款，同时利用风险补偿和专业追偿服务帮助企业最大限度地挽回损失，保障业务平稳发展。通过以上事前、事中和事后的全流程风险管理，帮助企业建立风控系统，从而积极大胆地开拓国际市场。

保单融资功能 缓解季节性资金需求

苹果种植呈现显著的季节性特点，每年7-10月是苹果大量成熟的时节，在这段时间内，鲜果出口企业和浓缩果汁出口企业需要大量资金从农户手中收购鲜果以及原料果，加之近年来苹果价格逐年攀升，企业面临巨大的资金压力。在国际市场销售方面，不论是鲜果出口还是浓缩果汁出口都普遍采取OA60天至OA90天的账期，回款存在较长时间的滞后性，所以资金问题成为企业在发展过程中最关键的制约因素。

利用信用保险的保单融资功能，

货物出口后即实现出口收汇，很好地契合了企业盘活流动资金，提高资金利用率的需求，大大缓解了企业的资金压力。截至2014年底，中国信保累计帮助苹果出口企业以及浓缩果汁出口企业获得银行融资超过6亿美元，约占同期该行业承保额的33%，有效地解决了贸易公司以及中小企业抵押物不足的问题，丰富了生产型企业的融资途径。在“海升果汁”发展壮大的关键阶段，中国信保大胆创新，为企业提供2年期1.4亿元融资担保，帮助企业获得4亿元银行贷款，帮助企业快速发展，目前该企业已成为全球浓缩苹果汁行业的龙头企业。

绿色理赔通道 及时弥补企业损失

鲜果出口行业，就出口国别而言，主要集中在东南亚、俄罗斯等风险较高国家；就买方资质而言，主要是一些规模较小的贸易商，甚至是一些批发市场的水果摊点。不难看出，不论是从宏观的国家经济金融环境而言，还是从微观的买方个体的信用等级而言，风险都较为集中，所以鲜果出口行业历来是陕西出口行业出险率最高的行业之一。对于鲜果出口企业而言，一货柜苹果的价格是2-3万美元，而利润不足1万元人民币，一旦发生损失，如果没有信用保险的风险保障机制，对于出口企业而言损失将是十分惨重的，进而将影响上游来水果收购价格和果农收入，对行业发展造成不利影响。目前我公司已累计支付赔款超过2000万元人民币。

浓缩苹果汁出口企业，面对的主要是欧美等发达经济体，而买方也主要集中在一些大型的食品生产企业中，整体市场环境优于鲜果出口企业。但是，却同样面临市场的系统性风险。2008金融危机之后，欧美经济普遍下滑，国内消费能力锐减，银行信贷紧缩，下游市场的不景气，极大的影响了海外买方的付款能力，德国、南非、美国等地的客户逐渐显现出付款拖欠等问题，进而演变成买方破产，使得出口企业遭受巨大损失。2010年，省内某浓缩果汁出口龙头企业一个长期合作的德国买方由于银行信贷紧缩，财务方面出现巨大问题，无力偿付货款金额高达200万美元，陕西信保在核实相关案情之后，启动快速理赔程序，在40天内将全部赔款支付到位，最大限度地补偿了企业损失，为企业平稳发展做出了巨大的贡献。截至2014年底，陕西信保为浓缩果汁出口企业累计支付赔款超过3000万元人民币。

在中国信保和陕西果业管理局的共同支持下，陕西苹果和浓缩果汁的出口都取得显著成效。2014年陕西鲜果直接出口货值4256.5万美元，同比增长5%，与此同时，陕西浓缩苹果汁的生产量、出口量与创汇值都居全国首位，出口额占据全球市场份额的三分之一，在陕西流传这么一句话，“世界上每3杯果汁中就有1杯是陕西的”，陕西正在由苹果大省向苹果强省转化。



安徽：

信保助力企业 蜂蜜出口四方

● 文 | 奚成婷

安徽蜜之源食品集团有限公司（以下简称“安徽蜜之源”）是一家以经营蜂蜜产品为主，集蜜蜂养殖、蜂产品加工、科研、进出口为一体的大型农业产业化企业，生产技术先进，产品质量优良，被评为安徽省农业产业化龙头企业。

在安徽蜜之源成立初期，该企业出口业务主要依靠国有外贸公司买断形式实现，但对于致力于开拓国际市场的安徽蜜之源来说，积极开拓自营出口之路才是企业发展国际贸易的必由之路。但由于安徽蜜之源自身外贸经验欠缺，风险管控体系也不成熟，因此，要想扩大

出口，只能采取保守的结算方式。2008年金融危机来袭后，该企业的欧洲新老买家都提出了赊销放账的要求，在全球经济不景气的情况下，赊销对没有国际贸易经验的安徽蜜之源来说是不敢想象的。该公司艰难地徘徊在十字路口，如果坚持保守的结算模式必将导致客户逐渐流失，从此失去长期稳定的客源，自营出口的发展道路很可能从此衰落；如果采取赊销等灵活的结算方式，又该如何控制风险？

中国信保安徽分公司在了解到该企业面临的情况后，积极地与企业进行联络沟通，提出借助出口信

用保险帮助企业来抓订单保市场的思路。

一、借助资信调查和限额支持，调整结算方式

中国信保拥有稳定的覆盖全球的信息采集渠道、丰富的数据库和庞大的企业数据信息。借助中国信保的资信调查，安徽蜜之源详细了解每一国外买家的资信情况，包括国外客户的注册情况、成立时间、企业性质、历史沿革、财务信息、抵押及相关法律诉讼情况等，积极筛选优质客户。在中国信保的限额支持下，结合专业承保人的技术分析和研判，安徽

蜜之源大胆尝试赊销业务，最高账期达到3个月。凭借灵活的结算方式和自身过硬的产品质量，2010年，公司自营出口业务实现零突破，当年实现出口170万美元。

在尝到甜头之后，安徽蜜之源坚定了内、外贸两条腿走路的发展战略与信心，在中国信保的支持下，对所有新老客户的结算模式进行全面研究与调整，从即期付款交单到30天至90天账期的赊销，对不同资质的买家采取不同的结算方式。结算模式的改变让该企业产品的竞争力得到显著提升，成为国外买家无法拒绝的优质供应商。投保第二年，出口额跃至900万美元，同比增长4倍，2013年，企业出口额更是达到了1465万美元的历史最高峰。

二、利用出口信用保险的保单融资功能，缓解资金压力

随着外贸业务的迅猛发展，企业发展资金趋于紧张，急需资金支

持。但由于安徽蜜之源抵押担保不足，很难获得银行融资。正当企业为资金犯难的时候，中国信保安徽分公司通过努力，协调中国农业发展银行，为安徽蜜之源提供信用保险项下贸易融资，帮助企业破解资金难题。截至2014年10月，安徽蜜之源通过信用保险获得融资890万美元，极大地缓解了企业的资金压力。

三、借助出口信用保险减损功能，减少收汇损失

2011年，安徽蜜之源向捷克买家出口蜂蜜，但是货物到港后买家迟迟不提货，且一直联系不上买家。由于蜂蜜食品滞港时间过长将导致变质，同时还要承担高额的滞港费用，损失巨大，企业非常着急。中国信保安徽分公司在了解到情况后立刻行动，一方面指导企业对滞港货物考虑转卖等预案处理，以最大程度减少损失；另一方面通过中

国信保的海外渠道多方寻找买家，并最终在一个月后联系上买家。中国信保通过自身的影响力向买家施加压力，并对买卖双方进行协调，最终促成企业与买家达成和解方案，捷克买家同意提货并支付了和解货款。中国信保安徽分公司对企业的损失部分进行了赔付。此次拒收风险的化解，让安徽蜜之源认识到出口信用保险的减损功能不仅仅体现在理赔上，还在于损失发生后，通过追偿、协助制定处理方案等手段使损失最小化。

投保近5年来，安徽蜜之源与中国信保的合作程度日益紧密，并将出口信用保险作为其风险管理体系的重要组成部分。有了中国信保的保驾护航，安徽蜜之源的实力与信心得到极大增强，加大海外市场开发力度，开始在国际市场的布局上逐步发力，除挖潜原有欧洲市场，培养了比利时、德国、西班牙、英国、意大利及东欧一批稳定买家外，还积极在东南亚、澳洲及非洲市场布局，更率先在海外建立了生产基地。产品在英国、西班牙、德国、意大利等欧盟国家及日本、马来西亚、新加坡等东南亚国家占据了庞大的市场份额，覆盖了全球20多个国家，成为全球多家知名食品企业的长期合作伙伴。2014年，安徽蜜之源出口额突破1500万美元，蜂蜜出口量占据了安徽省蜂蜜出口总量的半壁江山，位列全国前茅。

（作者单位：中国信保安徽分公司）





天津：

发挥出口信用保险优势 助力番茄酱行业出口

● 文 | 万福来

天津三和果蔬有限公司（以下简称“三和果蔬”）是位于天津市宁河县的一家大型的小包装番茄酱生产企业，企业占地 200 亩，计划总投资 5 亿元。其全资子公司天津山合国际贸易有限公司（以下简称“天津山合”）是一家从事农产品出口业务的公司，注册在天津滨海新区，专门负责三和果蔬的出口业务。自天津山合成立以来，就与中国信保开展紧密合作，积极把三和果蔬的主打产品——小包装番茄酱推向国际市场。经过共同努力，公司出口业务连年攀升，出口量从 2012 年的 419 万美元迅速增长到 2014 年的 1.02 亿美元，产品远销欧美、非洲、日本等 40 多个国家和地区。

积极与企业对接，帮助其落户天津

天津市作为我国番茄酱产业的主要出口物流集散地，由于十几年以来聚集了大量的从事番茄酱生产加工企业和国际贸易公司，形成了较为集中的行业信息资源以及专业人员队伍，对于从事这一行业的企业有非常大的吸引力。中国信保天津分公司多年来在支持番茄酱企业出口方面积累了丰富的经验和专业技能，与天津市番茄酱行业保持着良好的合作关系。在 2012 年 3 月获悉福建省三和集团有来津投资意向后，中国信保天津分公司积极与该企业取得联系，帮助企业解决了在海关、税务、外汇管理等方面遇到的问

题和困难，在天津先后注册成立了三和果蔬、天津山合，从事小包装番茄酱的生产和出口。目前该企业番茄酱生产线已 100% 移至天津一期工厂，企业的二期项目也已完成建设。

协助企业梳理买家信息，做好风险控制

在与天津山合合作的日子，中国信保充分发挥政策性职能，积极支持企业开拓海外市场，首要的就是帮助客户识别买方风险。在企业提供给中国信保的买方信息中既有诸如 WATANMAL、OLAM 等世界番茄酱行业巨头，同时也有一些成立较晚规模较小的买方，分布于印度、突尼斯、西非等地。对于

此类客户小规模多批量的限额申请,中国信保进行严格的风险控制,对于个别资质一般的买方建议企业采用更为安全的结算方式,尽量提高预付款比例、缩短账期。同时,中国信保通过行业信息库积极了解买方信息,对于曾经上黑名单的、成立时间短的、销售量小的以及离岸公司等买方严格控制批限额,为企业提供更全方位一体化的买方信用风险控制方案。

解决单一买方多银行融资

番茄酱行业的贸易结算方式普遍是托收或放账,托收或放账的期限从60天至120天不等,一些规模较大的国外买家通常采用放账120天的结算方式,较长账期给出口商造成了极大的资金压力。中国信保的保单融资功能,可以为番茄酱出口企业提供信用保险项下的贸易融资支持,帮助企业缓解资金压力。在中国信保天津分公司的支持下,天津山合已与天津银行、中信银行等银行展开了合作。为了帮助天津山合解决因在天津注册成立时间较短以及天津地区的银行对企业的授信权限较低,而导致的对单一买方出口规模较大时银行的授信无法满足融资需求的情况,中国信保天津分公司创新性地结合企业需求,与多家银行进行沟通,制定了企业申报规则、融资单证台账规则以及报损后的理赔协调机制,实现了对两个较大的单一买家在中信银行和天津银行的融

资,解决了企业在出运高峰期的资金需求。

助力企业开拓欧洲、非洲市场

天津山合成立第一年的海关出口数据仅为419万美元,在中国信保的协助下,企业积极开拓海外市场,扩大市场占有率。天津山合一个意大利重要客户几年前曾出现在中国采购拖欠货款案件,案件解决后客户中断了与中国出口商的合



作。2014年,中国信保协助企业重新开拓欧洲市场,为重启与该意大利客户的合作,中国信保天津分公司直接与买方取得联系,获得其最新财务信息,作为中国信保总公司批复限额参考,帮助企业重启了与该买方的合作。同时,对于天津山合提交的众多位于非洲的新开发买方,中国信保建议企业与这些新买方尽量通过信用证或预付款的方式进行第一笔交易,待买方正常回款后再由信保批复托收或放账额度

进行交易,对第一笔业务推进困难的情况也建议通过提高预付款比例进行交易,以最大程度上保障企业的收汇安全。在中国信保的风险保障支持下,天津山合2014年海关出口数据达到1.02亿美元,实现了跨越式的发展,预计2015年出口量将达到1.1亿美元。

损失补偿, 平稳发展

随着天津山合业务规模的不断扩大,国外买方的分布也更加广泛,不同买家的资质水平也出现参差不齐的状况。2014年4月,天津山合出口科特迪瓦20柜番茄酱发生拒收风险,经与买方联系,买方以资金周转困难为由,要求天津山合先行放单。中国信保及时了解和研究该情况,要求买方提供《付款保函》后放单给买家,但买方最终因高昂的港杂费未能提货,并拒绝付款。中国信保积极介入,在2014年8月实现快速理赔,保障了企业的健康发展。

在合作的两年多时间里,中国信保积极发挥政策性职能,帮助天津山合逐步建立起了全球的销售网络,使企业在开拓国际市场时更加自信,成为企业发展壮大的重要支持力量。当前,天津山合与中国信保的合作正不断深化,已从单纯的出口贸易扩展到海外投资等多方面,中国信保将充分发挥职能,助力天津山合更加稳健经营、逐步开拓海外市场。

(作者单位:中国信保天津分公司)

湖南： 兵粮同行 “肉”战传捷

● 文 | 徐元直

随着我国经济实力的逐步增强和国民生活消费需求的提高，从1990年开始我国肉食产品的生产和消费都呈现一个向上的态势。2004-2013年，屠宰及肉类加工业收入由1620亿元增长到12013亿元，利润由48.7亿元增长到673.78亿元。出口方面，动物产品出口额由63.02亿美元增长到168.4亿美元，其中肉及食用杂碎出口额由7.07亿美元增长到9.89亿美元，肉食企业凭借广阔的市场空间实现着快速发展。

湖南省作为我国重要的农业大省，2014年肉类出口金额超过了5亿美元，特别是湘潭地区，伟鸿食品、港越集团、三旺实业、新真喜等肉食品加工企业出口快速攀升，四家企业2014年共出口3.1亿美元，占全市出口总额近三分之一强。所以，肉食行业的出口贸易发展将对湘潭乃至湖南的外贸经济产生重要影响。

为支持湖南肉食行业的发展，中国信保长沙营管部通过对肉食行业特性、买家结构、区域风险、资金使用特点等多方面具体分析和总

结，制定了符合企业需求和发展特点的承保方案，并搭建起肉食行业承保平台，积极支持湖南肉食行业开展出口业务。

湖南肉食行业的出口业务呈现买家集中、交易个数少但交易金额大、账期比较长等特点，其出口市

场主要集中在香港和吉尔吉斯斯坦为主的中亚地区，单个买家的限额需求通常在一两百万美元以上，账期都在90天、甚至是150天以上。这些买家在当地都具有一定实力，但区域政治复杂，经营风险较高，加上大金额长账期赊销本身的风



险,使得湖南肉食行业存在着较大的收汇风险,一旦出现问题对于这些企业来说可能就非常致命,这一点企业也有深刻的认识。而出口信用保险的风险保障功能可以很好地帮助企业规避风险,加快发展。有了信用保险支持,肉食企业在开拓市场方面更加有信心,采用灵活的支付方式让企业在市场竞争中有更多的博弈筹码。

屠宰及肉类加工业属于劳动密集型行业,兼具资金密集型行业的特点。屠宰加工模式从手工、半机械化、机械化发展到高度现代化,对技术和资金的要求越来越高。同时经过激烈竞争,湖南肉食行业产业集中度日趋提高,已形成了一批



规模化生产的龙头企业,如港越、三旺、伟鸿等。这些肉食企业为控制成本,实现规模化生产,需要对设备和工艺不断更新,机械化程度的提高也需要企业加大资本投入,这些都给企业带来巨大压力。同时作为劳动密集型产业,人力成本的提高也加剧了肉食企业的成本压力。而出口方面为了争抢市场,赊销账期又都比较长,占用了企业非常多的流动资金,畜禽资源的投入需要巨额资金作为支持,而流贷作为银行的高风险业务,对企业资质和抵押担保都有非常高的要求,肉食企业很难通过银行获取到足够的流动资金,资金最终掐住了湖南肉食企业进行再生产和继续发展的咽喉。短期出口信用保险资金融通的功能,让湖南的这些肉食企业再次看到了希望。在中国信保长沙营管部的支持下,湖南肉食企业纷纷与中国银行、农业银行和长沙银行等多家银行签订了短期出口信用保险项下的贸易融资协议,企业与银行的融资通道得以打通,解决了肉食企业在买家账期和资金回笼上的矛盾,肉食企业步入了生产、销售、融资、再生产的良性循环中,实现了以贸养贸,出口规模有了明显的增长。

湖南港越集团2011年年底在中国信保投保,当年的海关出口数据为6000万美元,到2014年底其海关出口数据已经达到1.38亿美元,3年在长沙营管部共获得信用保险项下贸易融资超过1.24亿美元,信用保险对于企业缓解资金压力的作用不言而喻。截

至2014年12月31日,湖南肉食企业累计申报金额为2.37亿美元,全部获得了银行融资,极大地缓解了这些企业所面临的资金困境。

除此之外,中国信保通过建立完善的网上操作平台,对客户的买家结构、出运发货、信用管理、应收账款管理、风险提示等多方面进行模块化管理,高效清晰地帮助肉食企业了解自身的业务和财务情况,健全和完善了企业的风险管理体系,为企业节约了大量的人力物力及时间成本。截至目前,湖南已投保的肉食企业尚未发生一笔赔案,我们也希望通过中国信保完善的风险管控体系继续帮助企业实现“零损失”的目标。

出口信用保险的积极作用得到了湖南肉食企业的认可。2014年,湖南肉食企业在长沙营管部的申报金额超过了1.2亿美元,较2013年申报数据7509万美元有了大幅增长,增幅将近60%。同时,出口信用保险对湖南肉食行业的发展起到了积极的促进作用。投保的肉食企业出口海关数据从2013年的2.42亿美元增长到2014年的3.73亿美元,增幅达到了54.13%。长沙营管部辖内12家肉食企业全部实现了出口业务增长,其中增长最快的两家企业伟鸿食品和天华实业,2014年出口规模较2013年增幅均超过了150%,而韶山港越集团的肉食出口也首次超过了1.38亿美元,成为湖南首个出口过亿美元的肉食企业。

(作者单位:中国信保长沙营管部)

辽宁：

信保助力农企实现华丽转身

● 文 | 李文放

大连广融贸易有限公司（以下简称“大连广融”）成立于2005年，是一家从事杂粮、杂豆类农产品的深加工及出口的企业。主要经营品种包括豇豆、绿豆、芸豆、红小豆、黑眼豆、大豆、葵花子、南瓜子、花生、大米、玉米、高粱等农副产品和番茄酱、

浓缩果汁及各类罐头产品。历经十年发展，企业从一家出口额不足百万的企业成长为年出口额超过5000万美元，出口买家分布全球20多个国家和地区的知名民营农产品出口企业。

大连广融成立初期以国内贸易为主，主要业务是向国内各大粮食

生产以及出口企业供应原材料，随着企业的发展以及国际贸易机会的增加，企业开始逐步向内外贸相结合的模式进行转型。

在大连广融开拓海外业务的初期，同大多数农产品企业一样，由于担心风险，企业将预付款、即期信用证作为出口的主要结算方式。



与中国信保合作以来，大连广融的出口规模已经从 500 万美元迅速发展到了 5000 万美元，业务量增长 10 倍。

但是随着公司规模不断扩大，海外市场也不断开拓，越来越多的海外买方要求以赊销的方式进行交易，这给企业提出了不小的挑战：一方面，企业涉足国际贸易时间短，自身风险控制手段有限，对非预付款业务无法把握，担心货款的收汇风险；另一方面，企业作为粮食贸易企业，前期采购占用大量资金，在国内银根紧缩的背景下，赊销的交易方式加剧了企业的资金流动压力。出于对赊销交易方式的风险以及资金方面的顾虑，企业开始面对“有单不敢接，有单不能接”的尴尬境地，发展遇到了瓶颈。

中国信保辽宁分公司了解到大连广融的情况后，通过对企业的业务结构、特点以及操作流程的深入了解和仔细分析，结合行业特点，为企业量身定制承保方案，保障企业的应收账款风险，帮助企业解决发展的后顾之忧。2009 年大连广融开始与中国信保合作，在出口信用保险的风险保障下，开始通过灵活的结算方式（DP、DA、赊销等）抢抓海外订单，从而提高自身谈判力和竞争力，大胆开拓国际市场，促进销售，年出口额开始大幅提升。

随着业务量及支付方式的调整，流动资金又成为摆在企业面前的难题。由于大连广融属于“轻

资产”的贸易公司，不能满足银行贷款的条件，“融资难”成为企业发展难以逾越的一道障碍。中国信保及时向企业介绍出口信用保险所独具的保单融资功能，这给大连广融指出了道路。在中国信保的引导下，企业找到招商银行尝试开展保单融资合作。招商银行大连分行为大连广融提供了出口信用保险项下免担保、免抵押的贸易融资贷款模式，帮助企业盘活应收账款，降低融资成本，加快资金周转，并有效规避人民币升值所带来的汇率风险。信用保险的风险保障和融资功能为大连广融的后续发展铺平了道路。

为了让企业夯实发展基础，帮助企业建立全过程的风险管理体系，提供深度服务，中国信保辽宁分公司开始定期为大连广融举行风险管理知识培训，并经常就具体问题开展交流。通过充分的指导和沟通，大连广融从业务人员到管理人员对风险管理有了更深入的理解，一改以往“凭运气管理风险”的习惯，充分借助信用保险的“事前资信调查、事中风险跟踪、事后赔付追偿”等全套风险管理服务，重树企业内部风险管理体系，大大提升了企业的风险防范能力和风险控制能力。企业老板也不用再为风险管理犯

愁，可以投入更多的精力到业务发展方面。

“常在水边走，哪有不湿鞋”。2013 年 10 月，大连广融向中国信保报案，西班牙大客户因流动资金紧张提出分期付款，涉及总金额 27 万美元。在中国信保辽宁分公司与买方沟通督促买方还款过程中，买方向当地相关部门申请了破产。在了解到相关信息后，中国信保辽宁分公司第一时间与大连广融沟通，指导大连广融进行破产公证以及认证工作，并委托海外渠道完成债权登记，在完成上述工作后，中国信保辽宁分公司向大连广融及时支付了赔款 24 万美元。4 年来大连广融向中国信保报损金额近 500 万美元，累计获得中国信保的赔款 100 多万美元，中国信保帮助企业追讨欠款近 400 万美元，有力地保障了企业的稳定运营。

与中国信保合作以来，大连广融的出口规模已经从 500 万美元迅速发展到了 5000 万美元，业务量增长 10 倍，目前的海外买家数量近 100 余家，拥有了自己 40000 平方米的加工厂及 2000 平方米的仓库，预计 2017 年企业出口规模可以达到 1 亿美元，成为辽宁省杂粮行业出口规模最大的民营企业之一。

通过用好用足信用保险政策，大连广融实现了自身又好又快的发展，走上了从当年的行业“小弟”发展到目前的行业“龙头”的华丽转身之路。

（作者单位：中国信保辽宁分公司）



从韩国大蒜退运事件看农产品出口风险

◎ 文 | 张铭瑜 孙彦文 李晓甜

导语

近日，山东蒜农出口韩国 2200 万吨大蒜因为韩国方面质检不合格遭到退运一事引发了各界的高度关注。在此事件中，蒜农遭受了货物退运的巨大损失，并开启了贸易纠纷的申诉之路。在出口运输过程中，蔬菜水果等农产品易发生腐烂和变质，因此由买卖双方质量纠纷引发的拖欠、拒收案件高频多发。此次退运虽然是偶然事件，但在农产品出口过程中存在的风险确实值得引起企业关注。本文将以此事件为切入点，深入分析农产品出口过程中的风险管理问题。

事件回顾

兰陵县蒜农投标韩国政府向中国招标的 2200 吨大蒜，中标后，蒜农根据标书要求进行备货，随后在经过收货方韩国农水产食品流通公社质检合格后，将大蒜发往韩国釜山港口。但货到达港口

后，韩国农管所以质量检测不合格为由，要求将货物返送回中国。由货物返送带来的经济损失高达 1000 多万元。

案件分析

从案件分析来看，本次事件是典型的由于质量纠纷引发的拒

收。由于农产品的产品特性，在出口运输过程中，特别容易发生腐烂和变质，因此容易引发双方的质量纠纷，进而引发拖欠、拒收等。质量纠纷包括货物数量、品质、包装、农药残留等多方面的质量争议，正是引发拖欠、拒收，导致农产品出口企业无法正

常收汇的重要原因。

1. 农产品出口风险概况

根据中国信保山东分公司的统计,2013年至2014年的两年间,山东省农产品出口企业投保出口信用保险金额约41亿美元,其中提报可能损失金额达到9436万美元,出险率达到2.3%,远高于各行业平均出险率。两年间,农产品行业报损案件达589宗,占报损案件总量的39.6%,金额占报损总量的15.7%。

从报损案件的损失原因来看,买方拖欠货款的案件共计285宗,占农产品案件总量的60%,买方拒绝接收货物的案件共170宗,占农产品案件总量的36%。由此可见,拖欠和拒收是造成农产品出口风险的重要原因。而由于质量纠纷引发的拖欠和拒收在这一类案件中又占有很大比例。

同时,从中国信保山东分公司拒收案件的处理情况来看,货物处理难度逐年加大,被保险人处理货物后的可能损失亦大幅攀升。这一现象的主要原因除了货物本身受市场行情的影响外,还有以下几个方面:

一是以降价的方式与原买方协商付款提货条件成为被保险人最常用的一种处理方式,但部分被保险人谈判能力低,造成了较高的降价幅度。

二是拒收风险发生后,被保险人难以短时间内找到资信状况较佳的新买方,导致货物转卖后再次发生新的风险。

三是部分被保险人在货物出运

后疏于对买方提货进程的监管,在一定程度上贻误了货物处理的最佳时机,造成降价幅度加大、费用损失增加甚至货物的全损。

2. 农产品行业风险多发的主要原因

根据上述情况可知,农产品行业出口风险和损失控制难度均日渐增加。中国信保结合589宗受理的可能损失申报情况,分析认为农产品行业风险多发存在多种原因,主要包括:

一是农产品行业产品特性造成质量纠纷普遍存在。农产品通常为生鲜产品,极易在运输过程中发生腐烂和变质,因此由于质量纠纷引致的拖欠、拒收案件高频多发,包括对于货物数量、品质、包装、农药残留等多方面的质量争议。涉及质量纠纷的农产品案件占比达到农产品案件总数量的约80%。

二是农产品销售季节性较强,市场价格波动频繁且幅度较大。农产品销售普遍存在季节性较强的特点,同时又与宏观经济形势、大宗商品价格走势以及进口国外贸政策息息相关。一旦受到运输、交货或清关等因素影响,错过了最佳销售时机,买方在无利可图或利润空间受到挤压的情况下往往直接拒收货物。

三是农产品出口市场过于集中,一定程度上降低了买方的违约成本。山东农产品的出口市场主要集中在亚洲,尤其中东和东南亚地区。出口市场集中使得山东省农产品出口对上述地区过于依赖,一旦

这些地区的市场价格出现波动,很容易造成众出口企业恶性竞争、压价竞销的局面,降低了买方的违约成本,进而使出口业务面临更多的风险。

四是部分农产品出口企业风险防范意识和能力不足。在激烈的市场竞争环境下,部分出口企业经常性地运用商业信用等手段促进销售。但其风险防范意识和能力不足,一方面没有建立完善的风险监控体系,在出口贸易各操作环节上往往不够规范和严谨,另一方面也没有充分利用风险防范工具。在未对买方资信状况有所了解的情况下,采用激进的营销策略,盲目出运,而交易的买方时常为资信状况较差买方,致使拒收等风险案件频发。

五是农产品行业门槛较低,买方经营规模普遍较小,实力有限,整体风险水平偏高。由于农产品具有单笔交易金额相对较低的特点,对于资金实力有限的买方而言亦可操作,行业入门门槛较低。但近年来,国际农产品市场竞争愈显激烈,农产品本身又存在保质期短易发生腐烂和变质的特点。当货物市场销售出现问题,这些经营规模较小,自有资金有限的买方便会违约,进而导致出口商的损失。

关于农产品行业风险防范的建议

中国信保山东分公司结合以往农产品出险及案件处理情况,建议农产品出口企业综合采取以下风险

控制措施，最大限度保障自身合法权益：

一是充分利用出口信用保险，转移和分散出口风险。

出口信用保险是中国政府为了鼓励出口并保障中国出口商的收汇风险而设置的政策性金融工具。出口企业应充分利用国家支持政策，借助信用保险建立完善的风险管控机制。从出口前的买方资信调查，做到“知己知彼”，到出口过程中的风险保障和跟踪，做到“泰然处之”，再到风险发生后的损失补偿和债务追偿，做到“镇定自若”。中国信保是国家主权级处理出口信用保险实务的官方机构，作为中国信保的被保险人可以大幅提高对海外买方甚至海外买方所在国家政府的抗辩能力，提高话语权。

然而据我分公司统计，山东省约 3400 家农产品出口企业利用出口信用保险开展国际贸易的仅占 25%。因此，建议农产品出口企业充分利用信用保险，从而使企业在日趋复杂的国际贸易形势中立于不败之地。

二是高度重视贸易合同签署的严谨性和规范性，以最大限度防范可能发生的买方违约风险。

贸易合同不仅是买卖双方权利义务关系的明确界定，也是纠纷发生后责任归属判定的重要依据。如贸易合同约定不规范、不严谨甚至无相关约定，一旦被买方利用，被保险人的利益将难以保障。为使贸

在新市场开发中，对首次合作的买方务必重视调查和评估，出口企业不应为扩大业务规模，疏于了解买方的资信状况，造成自身严重损失。

易顺利开展，减少贸易纠纷，首先要完善合同文本。

就农产品行业而言，出口企业更应该在合同中明确约定货物规格、包装、检验检疫标准、检验机构、质量异议期等利于界定责任的条款，还要关注合同中的争议解决方式、解决地点、争议处理期限等问题，保障自身权益。

三是注重资信调查与风险评估，谨慎选择交易对象，尽量规避贸易风险。

通过资信调查可以减少投资的盲目性、企业的经营风险和决策的失误。在新市场开发中，对首次合作的买方务必重视调查和评估，出口企业不应为扩大业务规模，疏于了解买方的资信状况，造成自身严重损失。

四是在商品价格下行期间，提高预付款比例以增加买方的违约成本，同时及时调整出口策略，控制出运进程。

从拒收案件减损情况来看，对买方已收取一定比例预付款的被保险人在与原买方协商付款提货条件的谈判中较为主动，降价幅度一般不超过 15%。相反，如果没有收取预付款，被保险人往往被迫先放货同时给予买方较高的降价幅度和较长的信用期限，降

价幅度往往超过 50%，大大增加了买方的主动权。另外，出口企业应参照以往交易记录及中国出口信用保险公司所批复的买方信用限额金额来决定交易金额，评估出运风险，控制出运进程，必要时暂停出运。

五是加强对货物出运后的跟踪，了解进口国海关政策，并及时向中国信保通报可能损失或索赔，尽快处理拒收货物，避免损失继续扩大。

货物到港后应根据目的港海关政策进行通关并密切监控货物到港状况，保持与承运人的联系，了解免费堆存期、滞港费用、罚没期限等信息，必要情况下及时申请减免费用，为买方拒收风险发生时做好货物处理及减损的准备工作，并留存好有关费用凭证以便申请赔款。

六是提高质量意识，明确买方质量要求，把好产品质量关。在订立合同时须充分了解买方质量要求，并尽力把要求落实在书面文件中。生产、加工和运输过程中，严格按照合同质量要求进行处理，把好产品质量关，避免买方以产品质量为由引起的贸易纠纷。

政府工作建议

此次大蒜退运事件仅仅是农



产品行业出口风险的一个缩影，农产品整个行业出口风险的管控更需要关注。从信用保险的角度来看，中国信保山东分公司提供如下建议：

一是建议举政府之力，做好农产品出口企业的风险教育。建议政府组织农产品出口企业或者欲进行农产品出口的企业进行出口风险管理的培训，中国信保可以配合提供风险管理建议、案件分析讲解、宣传资料等服务，配合政府做好农产品出口企业的风险管理水平提高的有关工作。

二是建议以政府区域为基础建立农产品出口信用保险统保平台，

为农产品出口企业风险保障提供切实帮助。在农产品出口集中的地市，建议地市级政府探讨建立农产品出口信用保险统保平台，投入一定的农业发展支持资金，为辖区内农产品出口企业提供保障，避免农产品企业因为利润空间有限而放弃风险保障的现象出现，为出口企业做实事，也为山东农业特色经济发展提供助力。

三是建议政府加大力度吸引高素质人才进入农产品企业，进一步提高农产品企业贸易基本素质和法律意识。

四是建议加大农产品出口企业对于产品质量的意识，严把质量关，

对于农产品出口企业资质和能力进行监管。

五是加大力度扶持农产品企业转型升级，培育农产品行业成熟度，鼓励农产品深加工，提高产品附加值。以深加工农产品出口代替一般农产品出口，一是经过深加工的农产品质量更趋于稳定，在一定程度上可以降低鲜活农产品的质量问题的可能性，二是可以调解农产品行业周期，一定程度上熨平由于农产品产量波动造成的价格波动，减少由于市场价格下跌造成的拒收案件出现，防止“谷贱伤农”现象的发生。

（作者单位：中国信保山东分公司）



大宗农产品价格走低

我国农机出口环境依然严峻

文 | 刘佳

2014年，随着国际大宗商品价格持续下行，大宗农产品价格整体也呈下降趋势，趋势短期内难以扭转。此背景下，国际知名厂商业绩纷纷下滑，农机产业或将遭遇低潮。虽然2014年我国农机出口额同比出现反弹，但更多是2013年该行业出口大幅下滑导致的低基数效应所致。因为2014年以来国际宏观环境依然严峻，以美国为代表的我国农机出口主要市场并未出现实质性改善；来自农产品价格的压力持续存在，极易引发农民推迟农业设备更新计划；而来自日本、德国、加拿大等国的竞争也会随之加剧；种种迹象表明，目前我国农机出口环境依然严峻，短期前景难言乐观。

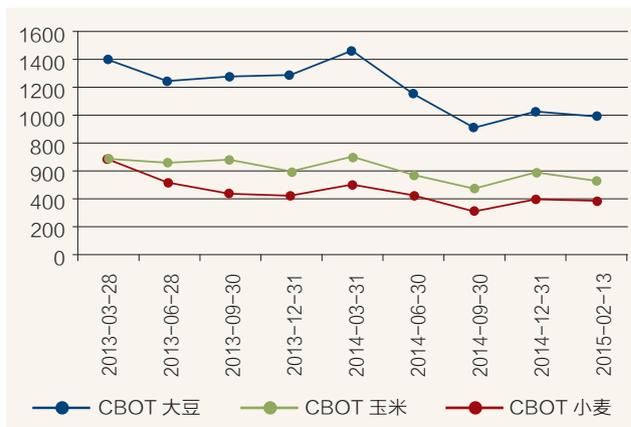
一、短期内国际大宗农产品价格走低趋势难以扭转

受经济复苏步伐缓慢、需求不足、丰产预期增强等因素影响，2013年国际大宗农产品价格增长乏力，2014年在美元走强等不利因素叠加影响下，整体价格大幅下滑。2014年CBOT大豆、CBOT玉米、CBOT小麦的价格分别同比下降20.8%、5.9%和2.6%；其中三季度降幅最为明显，分别为28.8%、27.3%、29.6%，

虽然四季度价格有所回升，但从截至到2015年2月13日来看，价格走势依然低迷。

国际大宗农产品整体表现低迷背景下，虽然局部有亮点可循，但规模有限，难以拉动全局。2014年对冲基金及基金经理人因看好新兴市场对巧克力及汉堡需求持续增加，纷纷涌入可可、咖啡及活牛期货等规

图1 近期部分主要大宗农产品价格趋势图
(单位：美分/蒲式耳)



数据来源：根据 Wind 资讯数据整理

模较小的大宗商品市场。同时，由于可可及咖啡主产地分别传出埃博拉疫情以及严重旱灾，供给减少更加推升涨势。因中国对可可、咖啡及活牛等农产品需求依然强劲，不易受经济增速放缓影响；而其他新兴国家由于中产阶层扩大，对巧克力及汉堡需求不断上升，也为相关商品需求的强力支撑。农民们虽想努力扩大生产规模，但由于咖啡、可可及畜产品生产成成本不断上升且耗时甚久，分析人士认为未来几年内供应仍将吃紧，价格也将维持在高位。

虽然在连续下跌后，农产品价格会出现局部或暂时性反弹，但短期内上涨空间有限。一方面，就国际宏观形势来看，美元的强势仍将持续，对大宗商品价格整体形成压制；另一方面，大豆、小麦、玉米等农产品主产地丰产预期良好，且考虑到增产的因素，整体供需形势比较宽松，价格上涨空间有限，震荡下行压力犹存。同时，国际棉价的走低也对大宗农产品行情形成一定打压。而美国农民因早期谷物及棉花在相当长时间内维持高价而大举抢种，更因气候良好促使产量大增，也是棉花价格大跌因素之一。

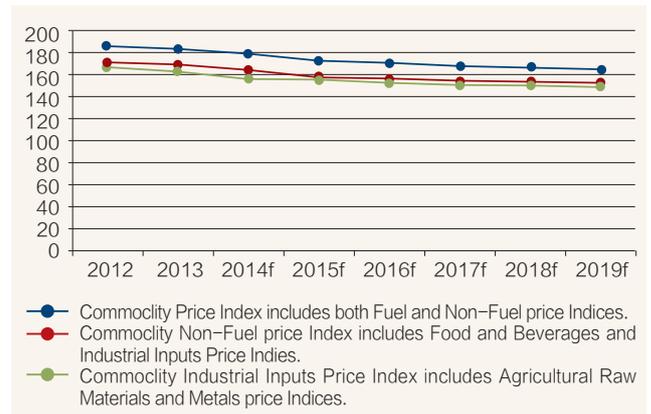
据 IMF 预测，未来 5 年内国际大宗商品价格指数上升乏力；此背景下，国际大宗农产品的未来前景也将有所黯淡。

二、大宗商品价格下跌，国际农耕设备产业或将遭遇低潮

据金融时报 (FT) 报道，受国际大宗商品价格下挫影响，从北美到全球，农民对淘汰更新设备的态度更趋保守，可能会使全球年产值高达 650 亿美元的农耕设备产业发展面临急遽放缓的挑战。

2014 年 10 月底，据菲亚特克莱斯勒汽车 (Fiat Chrysler Automobiles) 的姊妹企业商 CNH Industrial 发布第三季财报显示，农耕设备销售较 2013 年同期锐减将近 12% 至 37 亿美元，营业利润更缩水将近 26%。该公司高层表示，业界正在裁员和减产，到 2015 年市场依然充满挑战。与此同时，美国农耕机械制造商

图 2 国际大宗商品价格指数及未来预测趋势图 (2005 年 = 100)



数据来源：IMF

Agco 也连续两季下调营收预测，并宣布生产计划及支出将大幅缩减。全球最大农耕设备制造商 Deere & Co 也传出 2014 年第三季度获利减少 15% 的消息，并在 8 月宣布大裁员至少千人，工厂季节性停工，裁减临时性职位。

这主要是因为近年来种子和肥料价格一直相对稳定，农耕设备支出成为唯一可控的主要成本因素，故在农产品价格下行时，缩减设备支出就成了意料之中的决定。除北美地区之外，欧洲的大宗商品价格及经济信心指数也普遍走跌，分析师指出，只有少数西欧农民准备更换拖拉机，而东欧地区恐怕也不再是二手农耕设备大型畅销中心。

三、2014 年我国农机行业^①出口强劲反弹，但前景难言乐观

受排灌机械、零部件和收获机械三大类产品出口增速全面显著放缓的影响，2013 年我国农机行业出口同比增幅跌至 5.2%。2014 年我国农机行业出口强劲反弹，出口总额同比增长 11.9% 至 97.9 亿美元；其中，排灌机械、零部件、收获机械三大类产品出口额分别同比增长 13.5%、9.8% 和 17.5%。

① 行业划分依据为中信保贸易承保行业承保商品代码组，商品组合：排灌机械、零部件、收获机械、植物保护机械、拖拉机、配套农具、畜禽饲养机械、粮食加工机械、其他、乳品加工机械。

图3 2011-2014年我国农机行业出口总额及增长趋势（单位：亿美元）

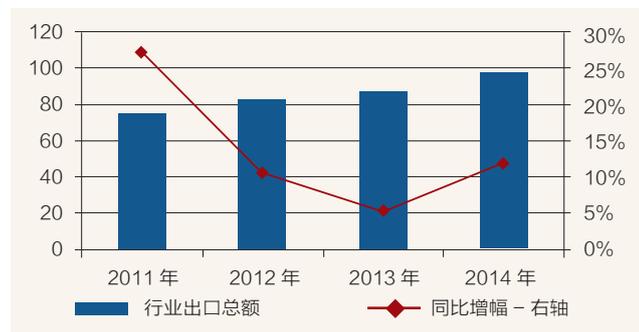


表1 2014年我国农机行业出口额TOP20国别情况（单位：亿美元）

排序	国别	出口额	占比
1	美国	18.8	19.2%
2	日本	4.4	4.5%
3	俄罗斯	4.3	4.4%
4	德国	4.3	4.3%
5	印尼	3.0	3.1%
6	越南	2.8	2.8%
7	印度	2.7	2.8%
8	伊朗	2.6	2.7%
9	泰国	2.3	2.3%
10	意大利	2.2	2.2%
11	英国	2.1	2.2%
12	澳大利亚	1.9	1.9%
13	韩国	1.8	1.8%
14	加拿大	1.7	1.8%
15	香港	1.6	1.7%
16	孟加拉	1.6	1.6%
17	阿联酋	1.6	1.6%
18	马来西亚	1.4	1.4%
19	法国	1.4	1.4%
20	荷兰	1.4	1.4%
TOP20合计		64.0	65.4%
总计		97.9	100.0%

数据来源：BIP

由于我国农机海外市场集中度不高，虽可分散国别市场风险，但更多会导致销售渠道搭建、售后等方面的成本上升，侵蚀我国农机出口商的利润；目前过度倚重零部件产品的低附加值型的出口结构，也会削弱我国农机行业应对海外市场风险的能力。我国农机海外市场主要集中在北美、亚洲和欧洲，美国是第一大国别市场，

2014年出口额占比高达19.2%，远高于其他国别市场。

TOP5国别市场中，除美国经济持续走强外，其他国家经济均面临不同程度的挑战。其中，日本市场情况并不乐观，国内经济萎靡不振，近期IMF已下调其2015年GDP增幅至0.6%；而老龄化引起的劳动力不足也将导致生产率下降，抑制农机内需；日元贬值刺激出口效果并不理想，反而还会影响进口。虽然2014年四季度德国经济超预期增长增强欧元区乐观情绪，但国内就业及外需放缓仍然制约其经济复苏，欧元的走弱也将削弱进口购买力。受油价跳水、卢布剧烈贬值、西方制裁加码及地缘局势持续紧张等因素叠加影响，2015年俄罗斯经济将继续深陷衰退阴影，进口需求也将受到明显抑制，潜在信用风险大幅攀升，须引起高度注意。

四、预计未来3—5年美国农机进口及内需将步入平缓增长期

随着国际农产品价格震荡走低，美国农机市场也在承受来自下游的冲击和考验。2014年美国农机市场的出货情况持续恶化，库存问题逐渐凸显，市场需求回落迹象明显。

两年前，在美国旱灾导致农作物减产、大宗商品价格飙涨的背景下，美国政府慷慨的谷物补助加上税负优惠更进一步刺激农民在设备方面的投入，也将美国农耕设备生产商从金融危机谷底拉起。其中，Deere的销售额从2004年的200亿美元快速增长至2013年的近380亿美元，同期Agco的销售规模也从53亿美元猛增至108亿美元。

但是这样高速增长延续如今已经不太可能。一方面，美国农业生产规模的扩张速度在很大程度上也要受制于农产品价格走势；另一方面，一旦2015年美联储加息也会导致部分以贷款购买农机的农民推迟设备更新计划，届时美国的农机生产商在挖掘本土需求的同时也会将眼光更多瞄准南美、亚洲等新兴市场。

此外，虽然美国政府的谷物保险补助之丰厚，让农民即使在零产量的情况下仍能获得补贴，特别是2012年旱季期间谷物保险给付金额就高达160亿美元，可对

冲部分来自价格下行导致的收入减少效应。但相比较而言，2014年美国的谷物产量太高，谷物保险补贴的平均改善效果恐怕也会大幅缩水。

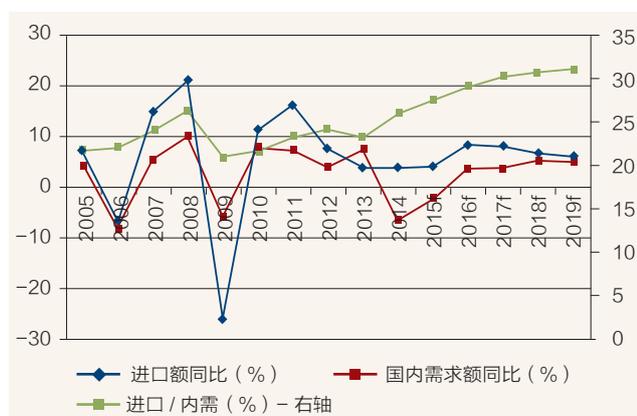
尽管增速趋于平缓，但美国在农机进口方面依然颇具潜力。根据 IBIS World 预测结果显示，虽然2014年美国农机类产品内需同比下降6.4%，但进口仍有3.9%增幅，进口/内需也升至26.1%。预计2015年美国农机类产品的进口额同比增速将小幅升至4.2%，进口/内需也继续升至27.7%；预计2016年美国农机内需有望回暖，

图4 2013-2014年美国农业机械出货及库存情况（单位：百万美元）



数据来源：美国商务部普查局

图5 美国拖拉机及农机业进口、内需增长情况及趋势预测



数据来源：美国商务部普查局

内需实现正增长且增幅为3.5%。其中，农机零部件是美国农机产业进口的主要组成部分，海外尤其是亚洲制造业的比较成本优势依然可观；除中国外，日本、德国和加拿大在产业方面的综合优势也吸引了美国农机厂商在海外设厂，从而支撑进口对内需的占比逐年持续上升。

五、我国农机行业出口信用风险总评及建议

近年来，随着我国农机化水平的提高，农业生产的许多环节尤其是粮食作物生产已基本实现机械化，国内市场饱和及刚需下降问题日渐突出，导致竞争日趋激烈，农机出口日益成为众多厂商实施经营战略转移进行市场突围的重要取向。2012-2014年，我国农机行业出口额同比增幅均值达9.2%，出口规模迅速扩大的同时，海外市场风险及信用风险也在持续累积；基于承保数据分析，主要呈现以下特点：

高风险市场主要集中在经济欠发达、安全局势动荡国家。2014年，我国农机行业出口高风险国别市场主要有乌干达、贝宁、斯里兰卡、巴基斯坦、摩洛哥、塞尔维亚、埃塞俄比亚等，经济欠发达、地区局势紧张等成为市场及信用风险高企的主因。

重点新兴市场信用风险渐有抬头之势。虽然巴西、俄罗斯、泰国和印度等主要出口国的信用风险水平要远低于以上高风险区域，但2014年巴西、泰国和印度的信用风险水平较2013年相比显著上升，其中，巴西和泰国情况恶化更为严重；而经济下滑、地缘政治问题等也将导致俄罗斯、乌克兰市场的脆弱性增大，信用环境也将持续恶化。

重点国别市场大买家违约风险及潜在风险较高。2014年行业重点出口国别中，美国、日本、德国信用风险水平较低，但潜在风险犹存。2013年美国和俄罗斯风险明显高于全球水平，大买家违约风险很高。目前来看，美国市场萧条气氛浓厚，产品出货下滑将拖累零部件进口；俄罗斯经济持续恶化，信用风险水平也将显著上升。

整体来看，现阶段我国农机行业出口主要面临以下风险：

首先，我国农机技术与国际领先水平相比仍有很大差距，抵御海外市场风险能力不足。目前我国农机

整机出口主要以中小型农机为主，产品技术含量较低，产品种类单一，单价较低；出口企业间同质化竞争激烈，缺乏核心竞争力，出口仅是将国内价格战延续到海外，过剩产能难以得到有效消化。以价取胜的销售模式在海外市场环境恶化时，遭遇市场风险和信用风险的几率也会大幅上升。

其次，重点市场出口产品的结构性问题蕴藏长期风险。美国是第一大国别市场，我国出口的农机产品主要是零部件和排灌机械，2014年出口额占比分别高达51%和35.2%，且近三年平均增速均超过10%；而当期拖拉机、粮食加工机械、收获机械的出口额却在大幅萎缩。这将极易导致出口结构性失衡，不利于市场风险的分散；另外，零部件出口不仅受美国农机制造业影响较大，且产品附加值较低、易陷入价格战，也

更易遭受贸易保护措施的侵害。

再次，海外销售渠道及售后体系薄弱，出口可持续性面临考验。农机贸易的“走出去”不是单纯的销售，还包括产品整个生命周期内的售后服务，在农机产品贸易配套服务先行方面，我们与国际农机巨头尚存很大差距。另外，以中小机型为主的出口特点导致我国农机整机出口更多地被限制在经济欠发达地区，尤其是手扶拖拉机、联合收割机市场主要集中在亚洲和非洲，也限制了营销售后体系搭建和完善。

最后，汇率风险依然突出。虽然2014年以来人民币对美元汇率升值趋缓，但汇率双向波动幅度增大，汇率波动风险显著上升；且人民币对非美元货币的升值趋势仍在延续，不利于出口商锁定收益，进而挫伤其接单积极性。特别是部分重点新兴市场国家金融环境急剧恶

化，本币贬值持续承压，也会导致汇率风险、外汇管制风险及违约风险的大幅攀升。

基于以上风险分析，在此提出以下几点建议：

第一，从产业技术及出口结构等方面来看，我国农机行业出口竞争力提升的核心在于产业转型升级。我国农机厂商应及时了解国际市场及产业动态，把握前沿趋势，加大技术投入及研发力度，力争培育具有自主品牌和知识产权的产品体系，尽可能降低在外资厂商订单转移流失或发生贸易摩擦时可能遭受的侵害和损失。

第二，加强海外渠道建设力度，多元化经营，完善营销体系建设。在新常态环境下，我国农机行业“走出去”不但要贸易先行，更要依托海外产业投资来做大做强。有条件和实力的制造型企业更应以“一带一路”等国家重点发展战略为契机，加快推进海外投资布局，转移国内过剩产能，促进海外销售的长期、良性循环发展。此外，行业出口应以深耕传统市场为主，开拓新兴市场时对高风险市场应审慎评估。

第三，运用多种措施规避汇率风险。建议可以在合同中对汇兑损失问题进行明确约定，运用相关法律条款保障我方出口商利益；同时应加强汇率管理水平，将汇率管理纳入成本控制体系，并通过套期保值、使用人民币或强势货币结算等措施来尽可能降低汇率风险。

（作者单位：中国信保资信评估中心）



打造特色企业文化

聚焦政策功能发挥

——中国信保发布企业文化手册

● 文 | 《中国经济时报》李希琼

在近日召开的“中国信保企业文化建设年启动暨动员部署大会”上，中国出口信用保险公司发布实施《企业文化手册》，并将2015年确定为企业文化建设年。中国信保王毅董事长表示，中国信保未来将通过企业文化建设，建立起适应现代公司治理要求，符合公司发展战略，遵循企业文化发展规律，反映中国信保特色的企业文化体系。

凝练企业文化精髓

在历经艰苦创业、应对国际金融危机、实现跨越式发展过程中，中国信保逐步形成了独特的企业文化，并不断得到凝练提升。

此次中国信保发布的《企业文化手册》主要内容包括：企业使命、企业愿景、核心价值观、企业精神、宣传口号，以及经营理念、服务理念等9个核心理念，其中企业使命为“履行政策性职能、服务开放型经济”；企业愿景为“做国家信任、客户信赖、国际一流的专业信用保险机构”；核心价值观为“责任、诚信、专业、创新”；企业精神为“放眼世界，追求卓越”；经营理念为“以政策为依据，以市场为导向，以客户为中心”；服务理念为“专业创造价值，服务成就客户”。上述企业文化理念是按照中国信保的

政策性定位、经营管理实践、历史文化积淀和国际化业务特点提炼升华的成果。

王毅董事长指出，中国信保在实践中不断孕育出的特色企业文化，在统一思想、统一认识、凝聚力量、鼓舞士气等方面发挥了重要作用。中国信保全体员工将积极践行公司核心价值理念，为实施“走出去”战略、支持“一带一路”建设和外贸转型升级做出更大贡献。

突出政策性保障功能

在推进特色企业文化建设过程中，中国信保将“履行政策性职能，服务开放型经济”作为公司使命，提出将始终围绕服务国家战略，通过发挥信用保险的政策性职能作用，支持我国加快转变外贸发展方式，提升对外贸易质量和效益，促进国家开放型经济发展。中国信保将企业愿景定位为“做国家信任、客户信赖、国际一流的专业信用保险机构”，提出努力成为国家信任的政策性金融工具、客户信赖的政策性金融机构、市场不可或缺的政策性保险公司，展现了中国信保专业化、国际化发展的雄心壮志。

中国信保是适应经济全球化和我国对外贸易与投资合作发展需要而

成立的信用保险机构，成立以来不断开拓创新，有效发挥信用保险的金融杠杆作用，出口信用保险总承保规模自2010年以来连续位居全球官方信用保险机构第一位，已经成为国际同业中影响最大的出口信用保险机构之一，显著提升了我国在国际信用保险市场上的地位。

据介绍，中国信保成立以来，各项业务共实现承保金额超过1.9万亿美元，累计向企业支付赔款67.6亿美元，累计支持企业获得融资2.2万亿元。具有鲜明特色的企业文化，将为中国信保改革发展注入新的动力和活力，有力提升公司发展的软实力。

中国信保有关负责人表示，今后中国信保将秉承“以政策为依据，以市场为导向，以客户为中心”的经营理念，一如既往地服务国家战略，配合国家外经贸政策，认真履行政策性职能，不断推动管理创新、产品创新、服务创新、技术创新，满足市场的多样化需求，持续提高客户服务水平与市场响应速度，有效满足客户对综合信用管理服务的需求，为企业提供一站式、全方位和个性化的信用管理服务，不断提高客户满意度，为我国构建开放型经济体制，保障国家经济安全以及促进经济增长、就业和国际收支平衡，发挥更为重要的政策性作用。

企业使命 履行政策性职能 服务开放型经济

阐释：“履行政策性职能”：中国信保是国家出资设立、支持中国对外经济贸易发展与合作、具有独立法人地位的国有政策性保险公司。中国信保谨记政策性使命，牢固树立“国家利益高于一切，国家任务重于泰山”的大局意识和责任意识，积极落实国家外交、外经贸、产业、财政、金融等各项政策。中国信保围绕服务国家战略，通过发挥信用保险的政策性职能作用，积极引导企业响应并利用国家相关政策，在支持我国外经贸发展，实施“走出去”战略，保障国家经济安全以及促进经济增长、就业和国际收支平衡等方面，发挥重要的政策性作用。

“服务开放型经济”：中国信保的经营宗旨是，“通过为对外贸易和对外投资合作提供保险等服务，促进对外经济贸易发展，重点支持货物、技术和服务等出口，特别是高科技、附加值大的机电产品等资本性货物出口，促进经济增长、就业与国际收支平衡”。通过提供完善的信用保险服务，中国信保积极支持我国加快转变外贸发展方式，提升对外贸易质量和效益；支持区域经济协调发展，优化对外开放空间布局；推动“引进来”与“走出去”协调发展，促进国际收支平衡；促进国家开放型经济发展，为实现中华民族伟大复兴做贡献。

企业愿景 做国家信任 客户信赖 国际一流的专业信用保险机构

阐释：中国信保是适应经济全球化和我国对外经贸与投资合作发展需要而成立的信用保险机构。中国信保“十二五”规划明确提出，要紧紧围绕服务国家战略目标，努力把公司建设成为功能突出、技术领先、服务优良，管理科学、内控严密、运营安全，政策性作用充分发挥，可持续发展能力明显增强，业务规模和综合实力全球领先的信用保险公司。围绕上述定位，中国信保未来将做国家信任的政策性金融工具、客户信赖的政策性金融机构、市场不可或缺的政策性保险公司。

中国信保成立以来，不断开拓创新，超越自我，有

效发挥信用保险的金融杠杆作用，出口信用保险总承保规模自2010年以来连续位居全球官方信用保险机构第一位，已经成为国际同业中影响最大、最受尊重的出口信用保险机构之一。做“国际一流的专业信用保险机构”，既是中国信保的愿景目标，也是全体信保人的努力和追求方向。在此愿景的激励下、引导下，信保人定会保持创业的热忱和超越自我的激情，焕发无穷的动力，不断提升承保技术和风险控制水平，顽强拼搏，积极作为，不断提高国际影响力，与中国作为世界大国的地位更加匹配。

核心价值观 责任 诚信 专业 创新

阐释：“责任”：中国信保承担着“履行政策性职能，服务开放型经济”的历史使命，履行好这项使命是公司的责任。“责任”，要求公司制定任何决策时必须围绕崇高的使命，开展工作时要随时随地考虑肩负的重要责任，做到尽职尽责。

“诚信”：保险本身就是一种信用行为，保险业必须以最高的诚信标准要求自己。“守信用”，是保险行业的核心价值理念之一，作为保险行业中的重要一员，中国信保也必须把诚信作为核心价值观。“诚信”要求中国信保把诚信守约作为公司的立业之本、员工的道德之基，人人重诚信，事事讲诚信。

“专业”：对客户来讲，专业意味着信任；对同行业来说，

专业意味着领先。强调“专业”，就是要努力打造公司核心能力，巩固和保持公司在信用保险市场的优势和主导地位，就要不断增强专业技术优势，总结完善业务经验，优化业务流程，提高各个业务环节的专业水平，从而更好地履行国家赋予的神圣使命。

“创新”：信用保险在我国的发展历史比较短，其发展本身需要持续不断地创新，不断推动行业发展。中国信保作为行业里的排头兵，在信用保险行业内起到引领作用，必须具有开创性思维和革新式的发展思路。只有坚持不断创新，公司才能持续发展，形成自身的核心能力，才能满足客户多样化的需求。

NEWS SCANNING

NO.1 美国对华蜂蜜做出反倾销行政复审初裁

1月7日,美国商务部对华蜂蜜做出反倾销行政复审初裁,中国涉案企业的普遍税率为2.63美元/千克。

NO.2 欧亚经济委员会将对进口收割机保障措施的征税范围延至亚美尼亚

1月16日,WTO保障措施委员会发布公告称,亚美尼亚通告WTO保障措施委员会,根据亚美尼亚加入欧亚经济联盟条约,欧亚经济联盟实施的保障措施需扩至亚美尼亚,因此决定对亚美尼亚进口的收割机采取进口配额形式,具体配额如下表所示。

时间	亚美尼亚入盟— 2015年12月31日	2016年1月1日— 8月21日
总配额(台)	809	537
亚美尼亚配额(台)	11	11

NO.3 哥斯达黎加对进口碾碎大米做出保障措施终裁

1月20日,WTO保障措施委员会发布公告称,哥斯达黎加对进口碾碎大米做出保障措施产业损害裁决,涉案产品进口激增,且对国内产业造成严重损害威胁,因此建议加征27.06%的保障措施税,为期4年。涉案产品海关编码为1006.30.90.91、1006.30.91.99。

NO.4 美国对华蘑菇罐头做出反倾销新出口商复审初裁

1月22日,美国商务部对华蘑菇罐头做出反倾销新出口商复审初裁:山东Fengyu食用菌股份有限公司、德州凯航农业科技有限公司倾销幅度为168.90%。

NO.5 巴西对华炉用碳棒做出反倾销日落复审终裁

1月30日,巴西对原产于中国的炉用碳棒做出反倾销日落复审终裁:决定继续对原产于中国的炉用碳棒征收为期5年的反倾销税,税率为2259.46美元/吨,正式到期日为2020年1月30日。涉案产品海关编码为85451100、38011000。

NO.6 阿根廷对华螺旋钻头做出第二次反倾销复审终裁

1月31日,阿根廷经济与公共财政部外贸国务秘书处照会中国驻阿根廷大使馆经商参赞处,通告根据该部2015年1月27日第21/2015号决议,决定结束对原产于中国的螺旋钻头的第二次反倾销复审调查(南共市税号8207.50.11和8207.50.19),并按涉案产品的不同规格和型号重新规定41.84—563.63美元/千克不等的最低离岸价,措施有效期为自2015年1月28日起5年。

NO.7 土耳其对中国等7国热卷反倾销调查

2月2日,土耳其决定对从中国、法国、日本、罗马尼亚、俄罗斯、斯洛伐克和乌克兰7个国家进口的热卷展开反倾销调查。

NO.8 加拿大国际贸易法庭对华晶硅光伏组件和层压件产品进行双反立案

2月3日,加拿大国际贸易法庭发布公告,对原产于或出口自中国的晶硅光伏组件和层压件产品进行反倾销和反补贴立案调查,以确定涉案产品是否对加拿大国内产业造成了实质性损害或实质性损害威胁。根据相关法律程序,加拿大国际贸易法庭将于2015年3月5日对该案做出初裁,若为肯定性裁决,加拿大边境服务署将继续对涉案产品进行反倾销和反补贴调查。

NEWS SCANNING

NO.1 中国信保王毅董事长出席中国人民政治协商会议第十二届全国委员会第三次会议

3月3日至13日，中国人民政治协商会议第十二届全国委员会第三次会议在京召开。3月3日下午的开幕会上，俞正声主席代表全国政协委员会常务委员会作工作报告，杜青林副主席担任主持人。党和国家领导人习近平、李克强、张德江、刘云山、王岐山、张高丽出席大会。全国政协委员，中国信保董事长、党委书记王毅同志全程参加会议。

NO.2 中国信保罗熹总经理出席阿根廷总统与中方企业及金融机构 CEO 座谈会

2月3日，中国信保罗熹总经理应邀出席了正式来华访问的阿根廷共和国克里斯蒂娜·费尔南德斯·基什内尔总统举行的中方企业及金融机构 CEO 座谈会。

罗熹总经理介绍了中国信保在阿根廷的业务承保情况，并表示中国信保高度重视中方企业在阿的贸易与投资合作，努力为企业提供全方位的风险保障与服务。中国信保愿为加强全面交流合作、共同促进双边经贸关系做出应有贡献。

克里斯蒂娜总统在致辞中感谢中方企业及金融机构在中阿两国合作项目中给予的支持，并多次提及中国信保，表示中国信保在若干重点承保项目上给予阿方的宝贵支持对项目的顺利推动发挥了至关重要的作用。

NO.3 中国信保查卫民副总经理会见柬埔寨政府代表团一行

1月27日上午，中国信保查卫民副总经理会见了柬埔寨特使兼柬国家救灾委员会第一副主席任万达一行，双方就有关项目及未来合作交换了意见。

任万达特使介绍了近年来柬经济社会发展的有关情况，并希望在中柬未来发展过程中继续得到包括中国信保在内的中国金融机构的支持。查总对任万达特使一行的到访表示欢迎，重点介绍了中国信保的主要职能和在柬业务情况。查总表示，中柬两国长期友好、关系紧密，合作潜力巨大，双方在电力、能源、电信、轨道交通和农业开发等方面面临许多新的机遇，中国信保作为政策性金融机构，已经在柬埔寨开展了相关工作，并将积极帮助中国企业参与柬经济建设，希望双方加强沟通，共同推动有关项目落实。

NO.4 中国信保山东分公司与山推股份签署战略合作协议

1月28日，中国信保山东分公司与山推股份签署战略合作协议。山推股份董事长程兆鸿对中国信保山东分公司11年来的大力支持表示感谢，并表示双方合作的11年也是山推股份外

经贸发展最快的时期，山推股份已经将出口信用保险作为企业控制风险的主要手段，出口业务信保覆盖率达到95%，履约率100%，可以说山推股份从政策性信用保险受益匪浅。下一步，

山推股份将实现从产品出口转向产业输出，从贸易为主转向投资为主的转变。山推股份希望在下一步发展路径中，进一步密切与中国信保合作，促进公司海外战略的实现。

○ 本刊编辑部



服务网络

第一营业部

地址：北京市西城区丰盛胡同 22 号丰铭国际大厦九层
邮编：100032
电话：(010) 66582692
邮箱：yy@sinosure.com.cn

第二营业部

地址：北京市西城区丰盛胡同 22 号丰铭国际大厦九层
邮编：100032
电话：(010) 66582387
邮箱：li-dept@sinosure.com.cn

第三营业部

地址：北京市西城区丰盛胡同 22 号丰铭国际大厦八层
邮编：100032
电话：(010) 66582583
邮箱：dsyyb@sinosure.com.cn

天津分公司

地址：天津市河西区围堤道 125 号天信大厦 22 层
邮编：300074
电话：(022) 28408304
邮箱：tianjin@sinosure.com.cn

河北分公司

地址：河北省石家庄市中山路 39 号勒泰中心誉峰 (B 座) 写字楼 19 层
邮编：050021
电话：(0311) 89929927
传真：(0311) 89929988
邮箱：hebei@sinosure.com.cn

山西分公司

地址：太原市长风西街 1 号丽华大厦 B 座 13 层
邮编：030021
电话：(0351) 5228878
邮箱：shanxi@sinosure.com.cn

辽宁分公司

地址：大连市中山区中山广场 2 号万恒商务大厦 401-419 室
邮编：116001
电话：(0411) 82829971
邮箱：dalian@sinosure.com.cn

上海分公司

地址：上海市浦东新区杨高南路 428 号由由世纪广场 4 号楼
邮编：200127
电话：(021) 63306030
邮箱：shanghai@sinosure.com.cn

江苏分公司

地址：南京市湖南路 1 号凤凰广场 B 楼 21-22 层
邮编：210009
电话：(025) 84467829
邮箱：jiangsu@sinosure.com.cn

浙江分公司

地址：杭州市江干区新业路 8 号 UDC 时代大厦 A 座 29-30 层
邮编：310016
电话：(0571) 28036700
邮箱：hangzhou@sinosure.com.cn

宁波分公司

地址：宁波市江东区民安东路 342 号招商银行大厦 19-20 楼
邮编：315042
电话：(0574) 87341066
邮箱：ningbo@sinosure.com.cn

安徽分公司

地址：安徽省合肥市濉溪路 118 号置地汇丰广场 12 楼
邮编：230001
电话：(0551) 62681855
邮箱：anhui@sinosure.com.cn

福建分公司

地址：福建省福州市五四路 158 号环球广场 A 区 25 层、B 区 12 层
邮编：350003
电话：(0591) 28486788
邮箱：fuzhou@sinosure.com.cn

厦门分公司

地址：厦门市思明区展鸿路 82 号厦门金融中心大厦 14 层
邮编：361008
电话：(0592) 2261808
邮箱：xiamen@sinosure.com.cn

山东分公司

地址：青岛市香港东路 99 号 (天泰馥香谷)
邮编：266061
电话：(0532) 82916999
邮箱：qingdao@sinosure.com.cn

河南分公司

地址：河南省郑州市郑东新区商务外环路 8 号世博大厦 13 层
邮编：450000
电话：(0371) 65585768
邮箱：henan@sinosure.com.cn

广东分公司

地址：广州市天河区珠江新城珠江江西路 5 号广州国际金融中心 28 楼
邮编：510623
电话：020-37198000
020-38792898
邮箱：guangzhou@sinosure.com.cn

深圳分公司

地址：深圳市福田区金田路 2028 号皇岗商务中心 16 楼
邮编：518048
电话：(0755) 88325600
邮箱：sz@sinosure.com.cn

四川分公司

地址：成都市盐市口顺城大街 8 号中环广场 2 座 21 楼
邮编：610016
电话：(028) 86652181
邮箱：chengdu@sinosure.com.cn

云南分公司

地址：昆明市北京路 155 号附 1 号红塔大厦 23 层、25 层
邮编：650011
电话：(0871) 63512856
邮箱：kunming@sinosure.com.cn

陕西分公司

地址：西安市高新路 50 号南洋国际大厦 10 层
邮编：710075
电话：(029) 68687806
邮箱：xian@sinosure.com.cn

哈尔滨营业管理部

地址：哈尔滨市香坊区华山路 10 号万达广场 3 号楼 4 层
邮编：150090
电话：(0451) 82313307
邮箱：harbin@sinosure.com.cn

南昌营业管理部

地址：江西省南昌市沿江中大道 100 号海关大楼 8 层
邮编：330009
电话：(0791) 86651296
邮箱：nanchang@sinosure.com.cn

武汉营业管理部

地址：武汉市江汉北路 8 号金茂大楼 20 层
邮编：430015
电话：(027) 85566066
邮箱：wuhan@sinosure.com.cn

长沙营业管理部

地址：长沙市芙蓉中路二段 359 号佳天国际新城北座 11 层
邮编：410007
电话：(0731) 82771999
邮箱：changsha@sinosure.com.cn

南宁营业管理部

地址：南宁市金湖路 59 号地王国际商会中心 15 层
邮编：530028
电话：(0771) 5535939
邮箱：nanning@sinosure.com.cn

重庆营业管理部

地址：重庆市渝中区瑞天路 56 号企业天地 4 号办公楼 15 楼 2-5 单元
邮编：400010
电话：(023) 63107196
邮箱：chongqing@sinosure.com.cn

伦敦代表处

London Representative Office
88 Kingsway, London, WC2B 6AA,
United Kingdom
TEL: 0044 20 76816107
E-mail: beiyj@sinosure.com.cn



中国出口信用保险公司
CHINA EXPORT & CREDIT INSURANCE CORPORATION

分担出口风险

保障收汇安全



总部地址：北京市西城区丰汇园11号丰汇时代大厦 (100033)
电 话：010-66582288 网 址：www.sinosure.com.cn