

CREDIT MANAGEMENT



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

信用管理

2012年第 **11** 期

总第107期

内部资料 免费交流

【信用大会】

信用保险工具在低增长背景下的作用

【市场前沿】

中国信保发布 2012 年三季度 ERI 指数

【国际瞭望】

巴西国别风险及承保概况



中国信保承保的由中远船务建造的
SUPER M2 自升式海洋工程船

编辑委员会

主 任：王 毅

副主任：戴春宁

委 员：杨明刚 陈东辉 胡正明 陈 阳
于淑妍 谭 健 李可东 徐新伟
陈 新 林九江 杨学进 牛惠莲
孔宪华 瞿 栋 王文全 马 仑
王 伟 王 华 王 宇 王 虹
潘 乐 白立兴 韦少敏 李秀萍
刘燕翔 朱守中 汪涤凡 钱水凤
陈小萍 马卫星 连逸群 夏晓冬
陈 钢 胡拥军 陈连从 杨伟民
常 川 林 斌 李 军 曹天瑜
周 明 叶小剑 刘正茂 邓成钊
李文炜

总 编：戴春宁

编辑部

主 任：杨明刚

执行编务：兰 斌

责任编辑：吴 铮 李辽远 展 蕾 谢 耕
臧海亮 刘清泉 柴严岩

编辑热线：010-66582284

邮 箱：wuz@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 010-59071345

信用大会 Special Report

- 01 信用保险工具在低增长背景下的作用
- 05 外经贸企业如何利用资信产品克服“走出去”困难
- 09 发挥政策性职能 助力企业“走出去”
- 13 迎难而上：中国信保助力企业接单出口

市场前沿 Market Feedback

- 15 中国信保发布 2012 年三季度 ERI 指数
- 17 全面合作携信保 平安护航助巨力
- 19 资信业务助力企业开拓拉美市场
- 20 定制行业报告打开合作新局面

国际瞭望 Global Observation

- 21 巴西国别风险及承保概况
- 25 鞋行业国际贸易模式及风险点浅析

资讯速览 News Scanning

- 31 信保动态
- 32 出口预警

【编者按】9月12日，中国出口信用保险公司（以下简称“中国信保”）代表团赴陕西西安参加第九届中国国际信用和风险管理大会（以下简称“信用大会”）。谢志斌总经理助理应邀在大会开幕式上发表了主题演讲，公司资信评估中心、项目险管理部、出口贸易险承保部和陕西分公司的有关负责同志，分别在中国信保“政策性信用保险稳定西部外贸增长专场研讨会”上，就信用保险工具在低增长背景下的作用、资信评估在企业信用管理中的作用、项目险业务支持我国企业“走出去”和短期出口信用保险助力企业接单等方面发表了演讲，紧密结合当前国内外形势和真实的企业案例，生动地阐述了出口信用保险在当前形势下的政策性作用。以下四篇文章均选自中国信保演讲嘉宾在本届信用大会上的发言。

信用保险工具在低增长背景下的作用

文 | 中国出口信用保险公司总经理助理 谢志斌

当前，席卷全球的金融危机依然余波未平，其影响远未消散，企业对外贸易与投资仍然面临较大风险。在全球经济增长低迷的当下，如何帮助中国企业加强风险管理、规避和防范“走出去”过程中的信用风险，同时进一步扩大对外贸易与投资规模，就更加具有现实意义。作为我国唯一承办出口信用保险业务的政策性金融机构，中国信保十分愿意和广大企业一道，共同应对

当前所面临的各种挑战，规避贸易和投资风险，充分发挥政策性金融工具在支持外贸发展、实施“走出去”战略中的功能和作用，促进国民经济持续快速健康发展。

世界经济增长低迷，国际信用风险加剧

回顾2008年爆发的金融危机，其影响之深远是我们始料未及的，随之而来的欧债危机也在

不断发酵演化，持续影响着全球经济的复苏。当前，世界经济增长低迷，复苏进程仍很脆弱，复苏基础不牢固。美国经济增长乏力，欧洲仍然深陷债务危机泥潭，日本经济颓势不改，发达国家就业市场未见持续好转；新兴经济体经济增速也有所回落。由于主要发达国家深受主权债务危机困扰，财政政策已经捉襟见肘，同时其利率处于历史低位水平，货币政



策刺激的空间也比较有限，短期内经济活力难以恢复，可能进一步拖累世界经济增长。全球制造业采购经理人指数（PMI）数据显示，全球制造业 PMI 已连续多月陷于萎缩，金融危机已经越来越波及至实体经济。此外，中东北非政局动荡仍未平息，原油、粮食等大宗商品价格高位震荡。这些问题相互交织、相互影响，使得全球经济复苏充满变数，世界经济增长低迷的态势短期内难以改观。

信用风险的发生与政治经济发展形势紧密相关，当前全球经济与政治形势的不确定性将进一步加剧国际信用风险。一方面，主权信用

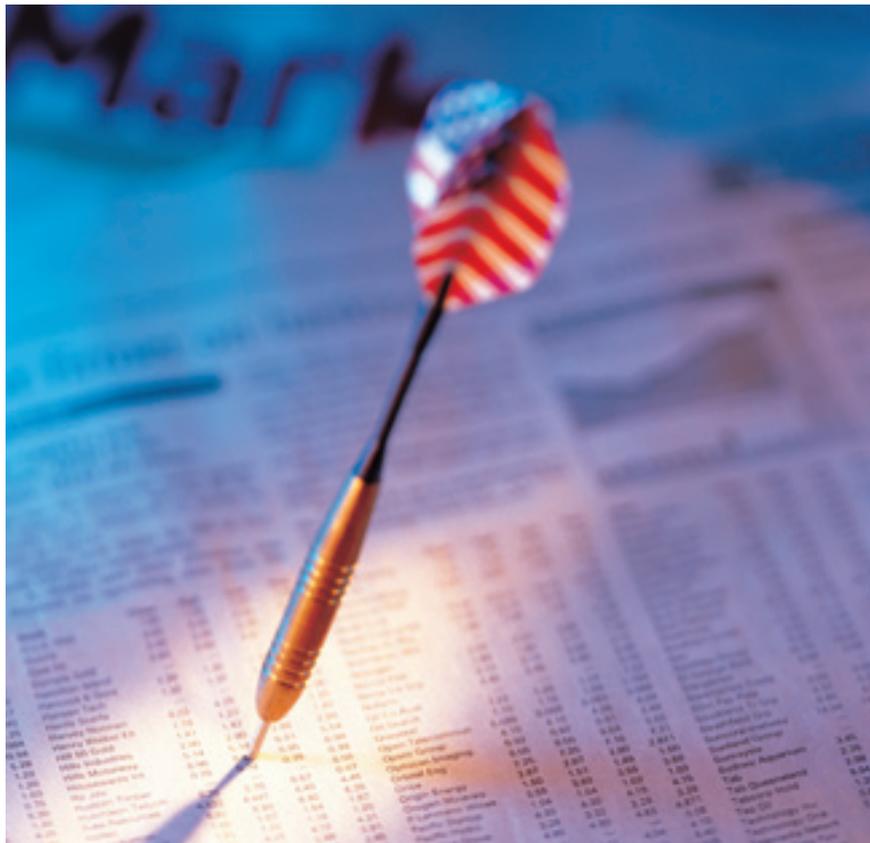
危机深化以及部分地区政局动荡导致政治风险不断加大。2012年，在 IMF 有统计数据的 182 个国家中，有 44 个国家债务率预估值高于 60% 警戒线，有 12 个国家负债率预估值高于 100% 的技术破产线。诸多发达国家的主权信用评级被调降。一些国家主权债务、通胀、失业等问题相互叠加，导致政局不稳、社会矛盾冲突加剧，各种政治风险触发点增多。同时，西亚北非地区政治动荡，不仅影响到全球政治、经济的发展，也给我国企业在当地开展外经贸活动带来巨大损失。此外，我国周边地缘政治风险相对突出，随着

美国的战略重心重回亚太地区，我国周边国家在南海诸岛、自然资源等问题上频频发难，亚太地区政治与外交博弈加剧。当前主权债务危机的扩散和部分地区的局势动荡使得部分发达国家和地区信用风险水平明显上升。另一方面，世界经济疲软导致出口企业收汇的商业信用风险增高。目前，欧债危机不断恶化，美日经济增长乏力，新兴经济体通胀压力依然较大，全球经济安全受到严重威胁。经济下行和贸易环境不佳可能引发全球信用风险以及合约业绩恶化，国外买方或开证行破产或者无力偿付债务、拖欠货款、拒收货物、拒绝承兑等商业信用风险不断上升。

出口信用保险是应对国际信用风险的有效工具

面对不断加大的国际信用政治风险和商业风险，外经贸企业需要加强风险意识，积极采取各种措施，有效应对信用风险。其中，出口信用保险就是可以帮助企业既防范风险，又开拓国际市场的有效工具。

出口信用保险是国际上公认的支持出口和对外投资、防范收汇和投资风险的重要手段，是许多国家的政府设立的一项由国家财政提供保险风险基金的政策性保险业务，它以保障本国出口商安全收汇或本国投资者海外投资权益不受违反侵害为目的，承保本国出口商或投资者因进口商方面的商业风险或进口国或投资东道



国方面的政治风险而遭受的应收账款或投资权益方面的损失。作为一种政策性保险，出口信用保险即具有保险的基本功能，同时又具有服务国家战略的政策功能。

出口信用保险的基本功能主要有以下几个方面：一是损失补偿功能。就是使出口和对外投资企业因国外商业风险和政治风险而遭受应收账款或投资权益损失时，能够及时得到补偿，从而保障企业稳健发展和持续经营。二是融资支持功能。在企业的应收账款和投资权益得到了保险保障后，企业可以更加便利地获得银行融资。三是风险管理功能。出口信用保险通过对国外进口商或合作伙伴进行资信评估、限额管理、费率机制和承保决策，促使投保企业控制向高风险地区的出口及与高风险国外企业的交易。四是提高企业竞争力。出口信用保险为企业提供了对外贸易和投资过程中的外部风险保障，使出口企业能够更加大胆地开拓国际新兴市场，以更加灵活的结算方式和交易手段抓住贸易和投资机会，扩大其出口和对外投资规模，从而提高其在国际市场上的竞争力。在中国信保成立十年来的实践中，已累计为数万家中国企业提供了近 9000 亿美元的保险保障支持，支付赔款 36 亿美元，与 158 家中外资银行合作，便利企业获得融资超过 1.18 万亿元人民币，有效地支持了我国企业开展国际、国内贸易与投资活动的发展。

从宏观层面看，出口信用保



出口信用保险具有促进出口、推动对外投资、推进市场多元化、有利于产业结升级和国家信用体系建设的功能，并且还是国家进行逆周期宏观调控的重要工具。



险的政策功能是其基本功能投射于国家经济外交政策层面所产生的。出口信用保险具有促进出口、推动对外投资、推进市场多元化、有利于产业结升级和国家信用体系建设的功能，并且还是国家进行逆周期宏观调控的重要工具。正因如此，金融危机爆发后，各国政府均将出口信用保险作为一项重要的宏观调控手段，加大对本国官方出口信用机构政策支持力度，以改变本国外贸持续下滑的局面，并进而希望通过稳定外贸达到稳定经济发展的目的。

低增长背景下出口信用保险的政策性作用更加凸显

出口信用保险作为各国促进外贸发展的金融工具，在经济周期下行阶段，其政策性作用的发挥愈显重要。

在金融危机影响最严重的 2009 年，金融危机对市场信心打击巨大，商业信用和银行信用双重萎缩，导致企业融资困难，融资成本上升。加之贸易需求严重衰退，交易风险明显加大，出口严重下滑，

使得企业在国际上的市场竞争力逐步丧失。2009 年 5 月 27 日，国务院常务会议研究通过了进一步稳定外需的六项政策措施，其中完善出口信用保险政策被列为第一条，并给中国信保布置了全年短期出口险实现承保金额 840 亿美元的艰巨任务。中国信保不畏艰难、勇担责任，积极响应出口企业的风险保障需求，积极发挥出口信用保险的政策性作用，全年短期出口信用保险实现 902 亿美元的保险规模，极大地提振了出口企业和银行的信心，帮助大量企业解决了“有单不敢接”和“有单无力接”的难题，提升了我国企业在国际大型成套设备市场的竞争力，为“稳外贸，促增长，保就业”做出了积极贡献，圆满地完成了国家任务。

实践证明，出口信用保险机构采取的积极措施在预期趋于谨慎或悲观的市场上作用巨大，满足了贸易和投资活动中企业风险规避需求大幅增加的需要，从而对市场整体环境起到稳定和支持作用。

今年以来，全球经济复苏的

道路艰难而曲折，市场信心并未得到有效恢复，贸易和投资保护主义花样翻新、层出不穷，交易风险并未降低，我国外贸形势较前两年更加严峻。进入7月份，我国外贸增速大幅下滑，当月出口仅增长1%。8月上旬和中旬，我国外贸均出现负增长。在近期商务部开展的调研中，企业反映当前的外贸形势比2009年更为严峻，压力更大。国家更加需要出口信用保险在稳定和恢复企业信心方面发挥积极作用，需要出口信用保险为企业开拓国际市场、开展对外投资提供风险保障支持。针对当前严峻的外贸形势，国务院在8月中下旬连续召开多次会议，专题研究稳定外贸增长的政策措施。其中，扩大出口信用保险规模，提高出口信用保险覆盖面，再次成为国家遏制外贸下滑势头、促进外贸稳定增长的重要举措。面对这一光荣而又艰巨的政治任务，中国信保将义无反顾、迎难而上，打破常规，创新举措，积极扩大出口信用保险覆盖面；同时，加大信用风险监控力度，积极向政府部门提供信用风险信息，及时向投保企业发出预警；进一步简化管理程序，提高理赔效率；进一步加强与中外资银行的合作，便利中小企业贸易融资，充分发挥了信用保险保障风险、促进出口和便利融资的作用，争取圆满完成国家赋予的政治任务，为稳定外贸、稳定增长做出更大的贡献。

发挥信用保险作用，助力西部发展

西部地区位于我国内陆腹地，疆域辽阔，自然、文化和旅游资源十分丰富，发展潜力巨大。自2000年国家西部大开



实践证明，出口信用保险机构采取的积极措施在预期趋于谨慎或悲观的市场上作用巨大，满足了贸易和投资活动中企业风险规避需求大幅增加的需要，从而对市场整体环境起到稳定和支持作用。



发战略实施以来，西部地区经济快速发展，取得了较大的成绩。2012年上半年，西部各省市GDP增长速度均超过10%，高于全国平均水平2.2个百分点。

在各省政府的支持下，中国信保在西部地区的信用保险业务发展迅速，功能和作用进一步提高，有力促进了西部地区经贸发展。2011年，中国信保支持西部十二个省、自治区对外贸易与投资共计107.57亿美元，同比增长17.0%。特别值得一提的是，中国信保陕西分公司（涵盖陕西、甘肃、宁夏、青海四省、自治区）的客户覆盖率达到18.1%，位列全国首位。也就是说，近五分之一的企业在中国信保的支持下开展对外贸易和投资业务。

当前，我国产业结构梯度转移、经济发展方式加快转变以及西部大开发战略深入实施，都为西部地区经济发展带来新的机遇。下一步，中国信保将进一步采取各种措施，紧紧围绕西部大开发战略，切实体现国家政策导向，大力服务西部十二省、自治区的经济社会发展。

在当前世界经济增长低迷、国际信用风险加剧的宏观背景下，我国企业“走出去”道路不会一帆风顺。我国企业需要充分了解和重视出口信用保险这类政策性信用工具的重要作用，有效利用政策性信用资源，充分发挥出口信用保险的避险和贸易与投资促进作用，以抢抓市场机遇，更好地“走出去”。中国信保也将一如既往，继续加大对我国企业的保障支持，继续以专业化、系统化、个性化的产品和服务帮助我国企业规避收汇和投资风险，与我国企业一道，共同应对当前各种风险和挑战。



外经贸企业如何利用资信产品 克服“走出去”困难

文 | 中国信保资信评估中心总经理 王伟

金融危机爆发以来，全球信用环境持续恶劣，目前中国企业面临的外贸形势也更严峻而复杂，概括起来有四个方面，第一是传统市场趋于饱和，开发新兴市场成为出口企业新的增长点，与此同时新兴市场产业发展本土化倾向非常明显，现在很多发展中国家都不再满足过

去的一种初级产品出口，而是希望将产业转移到当地实现本土化发展，因此境外投资就成为战略性需求。第二是传统市场需求，以8月份外贸出口为例，海关公布8月份出口同比增长2.7%，出口下降2.6%，出口增长很小，主要是因为欧盟市场和日本市场造成的。第三是融资更

加困难。第四是境外风险加大。这四个方概括起来反映出来的问题就是市场开拓难，融资难和风险加大。如何利用资信产品帮助企业解决这些困难。

利用资信产品拓展海外市场

外经贸企业拓展海外市场的资



信服务途径，主要有四类产品。

1. 海外提单报告。海外提单报告是按照海关的代码来查询的海外目标国家制定产品进口采购的信息。比如，需了解某一类服务机组里边哪一类型号，中国出口的时候有哪些产品是采购的，这类报告就能提供在一定时间内，指定产品在目标国的采购商、联系方式、交易量、交易价格、原产地、供求情况、变化趋势以及交易信息，同时会对前十位的采购商从不同维度进行分析，以便帮助中国出口企业更加准确、及时地了解 and 掌握目标产品在指定国家一定时间内的交易变化。



外经贸企业拓展海外市场的资信服务途径，主要有四类产品：1. 海外提单报告；2. 海关采购商信息报告；3. 贸易需求采购商信息报告；4. 海外投资和承包工程信息。



目前海关提单报告能够提供的包括美国、墨西哥、加拿大等 22 个国家的数据库。

2. 海关采购商信息报告。此类报告可以通过产品来找采购商，目前信息已经覆盖 60 多个国家，可以按照产品、进出口商、类别等功

能查询企业名称、地址联系人和联系方式。

3. 贸易需求采购商信息报告。此类报告目前所涉及到的行业包括农业及农产品、汽车及汽车配件、水泥等 14 个行业，覆盖 100 多个国家和地区，可查询的采购信息包

括贸易产品名称、国别、需求量、产品规格等。

4. 海外投资和承包工程信息。这类信息有四个特点，一是渠道权威，信息主要来自于驻华使馆，一些律师事务所和特定信息渠道，都是一手信息。二是信息完备，项目信息包括名称、国别、投资规模，业主及联系方式，可以第一时间联系业主，真实有效，但是现在的投资规模一般在500万美元以上，中国信保正在寻找措施把一些小项目也整理出来提供给企业。三是时效性强，这些项目都是没有招标前的项目。四是覆盖比较全面，目前所涉及的行业包括：港口、电站、矿山开采、铁路、公路、光伏、房地产、机场、天然气等。五是提供全球指定资源类产品投资分析报告，比如说全球水利报告、水电生产报告，比如说煤矿、矿产资源投资分布等报告，有色金属等，现在这类报告对企业决定“走出去”寻找市场，包括在行业内做一些战略角色策略都有很高的参考价值。

资信产品在信用风险管理中的应用

从信用风险的管理的角度来看，资信产品对促进企业改善信用风险管理是有一定的帮助的。信用风险管理，实际上包括了三个内容，一个是作为企业首先要识别风险，识别完以后再考虑怎么管理，在管理不可控风险的时候，便是想要把风险转移出去。在风险识别方面，有以下资信产品可以利用，第一类是海外企业资信调查报告，通过提单报告或者是采购商信息报告，找到要开展合作的伙伴以



关于风险管理，中国信保给大家提供的服务主要有三类，第一类是企业信用管理咨询；第二类是海外投资咨询；第三类是风险管理培训。



后，就可以利用海外企业资信调查报告调查合作伙伴资信情况。中国信保提供的海外企业资信调查报告覆盖200多个国家和地区，主要包括企业基本信息、股份结构及管理者情况、经营情况、财务信息、信用记录、公共记录、行业及国家整体经济发展状况，总体评述、信用评级及推荐授信。第二类是全球行业报告，包括基本概况、行业政策、行业规模和利润、行业法规、政策、行业经济地位、行业市场需求行业布局、行业竞争分析、行业历史、现状趋势分析、行业核心企业介绍及相关贸易政策和数据分析等。第三类是中国产品进出口分析报告，这个报告也是按照海关HS编码汇总，分析中国产品进出口详细情况，分为阅读、季度、年度报告，包括单编码和多编码报告，内容非常详细，对某一类产品出口情况和出口商情况都很全面。第四类是国家风险报告，从2005年开始，中国信保正式发布国家风险分析报告，包括国家基本情况、政治状况、经济形势、投资状况，双边关系、总体风险评估。最后是国别投资经营障碍分析报告，内容主要包括国别概况、东道国投资环境障碍和风险分析、投资壁垒和服务贸易壁垒、中资企业投资经营情况，双边贸易大事记等。

关于风险管理，中国信保给大家提供的服务主要有三类，第一类是企业信用管理咨询，实际上就是利用中国信保的承保经验以及企业、银行评级技术，帮助企业建立客户信息管理、客户信用评级管理、客户授信管理、交易过程管理和应收账款管理等信用管理体系，实现企业规范管理，防范

信用风险，筛选优质客户，提高客户信用水平，保证稳健经营等管理目标。第二类是海外投资咨询，总结中国信保在海外项目和投资保险的承保经验，以服务“走出去”企业为宗旨，旨在帮助企业了解和规避海外投资过程中遇到的国别风险、行业风险，协助企业通过国内的审批流程，为企业的投资活动提供融资方案等服务。第三类是风险管理培训，包括企业信用管理课程、海外投资管理课程、企业资质解读课程、财务报表解读课程等。

信用评价的应用

这里将介绍信用危机和融资方面的问题。为什么相关管理部门一直建议企业去参加有关行业协会组织的信用评级？因为信用评级首先可以找到自身在信用管理方面的差距，为企业整改提供信息支持；同行业企业间的横向比较，洞悉行业风险；减少坏账比例。另外，信用评级是银行和担保行业等金融机构的重要参考，可以降低融资，担保成本；高等级信用评价结果对于投标等商务活动能起到积极的促进作用，投保信用保险可以获得保费的优惠。

从中国信保为 33 家国家一级商协会提供行业信用评价服务的结果来看，91.4% 的企业将评价结果用来对外宣传，48% 企业用来银行融资，34% 的企业将结果用于投保信用保险，有 54% 的企业将结果提供给上下游企业，要求上下游企业对它进行评估，说明这个行业评价的结果对企业有广泛的应用空间和非常重要的意义。

中国信保同时为政府机构提供信用



之所以中国信保有自己的资信优势，首先是因为有强大的数据库资源，这个数据库里包括企业信息、企业并购信息、银行信息、船舶信息、行业信息以及国家风险信息，此外，还有一个重要的优势是因为有超过十年的承保经验，多年积累的承保数据和资信数据在一起共同构成了真正信息平台。



评级服务，帮助政府加快构建“诚实守信，公平竞争”的市场环境与社会信用环境，打造当地企业的诚信品牌形象，目前已委托中国信保进行信用评价的有山东省潍坊市商务局、北京市朝阳区商委等。另外就是中小企业投融资平台服务，中国信保提供信用评级包括保险方面的服务，现在几乎北京市商会和各个区政府都在推动中小企业信用评级，一方面促进企业改善内部信用管理，另一方面为金融机构提供优质客户，并做好贷前企业资信审查。

中国信保资信评估中心的产品与服务分为三个板块：一是应用于信用保险承保、风险控制、资产管理和客户管理。二是作为商务部国资委行业信用评价工作的技术支持单位，提供行业商会信用评级。三是为国内外企业和银行提供资信服务。

之所以中国信保有自己的资信优势，首先是因为有强大的数据库资源，这个数据库里包括企业信息、企业并购信息、银行信息、船舶信息、行业信息以及国家风险信息，以企业信息为例，可以实时掌握全国所有企业基础信息，为信用保险承保及时提供企业资信保障。中国信保除了拥有强大的数据资源，还有一个重要的优势是因为有超过十年的承保经验，多年积累的承保数据和资信数据在一起共同构成了真正信息平台。这种信息优势通过专业的加工，已经通过各种渠道发挥了自己的优势。正因为有这样的优势，我们的资信产品覆盖了宏观和微观各个层面，可以满足企业在市场扩展、信用风险识别、信用评级、信用管理、海外投资等多个领域与信用相关的需求。



发挥政策性职能 助力企业“走出去”

文 | 中国信保项目险管理部总经理助理 傅哲

项目险业务概述及政策性定位

项目险业务是与贸易险业务相对而言，主要承保合同期限在两年以上的大型成套设备出口、工程承包、海外投资、海外租赁等业务。项目险业务主要保障的信用风险是上述经营活动中出口商、投资人或融资银行等主体面临的相关国别、相关买家、相关承租

人出现的信用风险，包括政治风险和商业风险。按照具体产品的不同，承保的风险有所区别。

中国信保是政策性的国有企业，它的政策性作用主要体现在服务于国家外交、外经贸战略、促进出口和企业“走出去”、保障企业收汇安全、投资安全等。目前，中国信保正在进行体制改革，政策性定位将得到进一步加强，而

项目险业务作为中国信保的主营业务，将是公司政策性地位的集中体现。

2008年金融危机爆发后，国家推出了大型成套设备出口融资保险专项安排（以下简称“专项安排”），目的就是以保险促融资，以融资促出口，服务于实体经济，实现稳增长、调结构、促平衡的目标。从政策推出以来，专项安排支持了



100 余个项目，有利促进了国家保外贸、稳增长的政策目标的实现。

项目险业务发展情况

截至今年上半年，中国信保的项目险业务累计承保 905 亿美元，涉及 936 个项目。尤其自 2008 年以来，项目险业务发展迅速。今年上半年，项目险实现承保金额 223.9 亿美元，约是公司成立以来所有项目险业务总承保金额的四分之一。另外，在发展速度提升的同时，承保项目的合同金额也逐渐增大，超 10 亿、20 亿美元的项目也已经屡见不鲜了。从业务的分布情况来看，截至今年上半年，中长期出口信用保险累计承保 640 个项目，涉及 76 个国家和地区，承保金额

529.4 亿美元。海外投资保险累计承保 230 个投资项目，承保金额达到 339.9 亿美元，覆盖 51 个国家和地区。海外租赁业务起步较晚，目前也已经实现对 15 个国家和地区的承保，承保项目累计 66 个，承保金额 35.8 亿美元。截至 2012 年 6 月底，项目险海外赔款超过 16 亿美元。

从行业来看，项目险重点扶持优势产业和战略产业出口，包括自主知识产权、自主品牌和高附加值的大宗成套设备、电站、船舶、电信、轨道交通及高新技术产品。中长期出口信用保险承保项目，主要涉电力、煤气、水生产和供应、交通运输、仓储、邮电行业、制造业以及建筑行业等行业。海外投资保险承保的业

务，主要涉及的行业包括交通运输、仓储、邮电通信业、电力煤气及水的生产和供应等。海外租赁保险业务，主要涉及船舶、集装箱、飞机租赁和邮电通信业等行业。

中国信保成立十年多来，与多家金融机构建立了密切的合作伙伴关系。截至 2011 年，中长期出口信用保险和海外投资保险的合作银行都分别达到了 26 家以及 10 家以上，既包括国内的大型银行也包括外资银行。

项目险业务的主要产品

中长期出口信用保险主要适用于高科技、高附加值的机电产品和成套设备等资本性货物的出口，以及海外工程承包项目和项目融



资项目。承保的风险主要包括项目所在国的政治风险，还有出口企业收回延期付款，或者是融资机构收回贷款本金和利息的风险。政治风险主要包括战争、汇兑限制，恐怖主义活动等，商业风险包括破产和拖欠等。中长期出口信用保险主要包括出口买方信贷保险、出口卖方信贷保险和出口延付合同再融资保险。

出口买方信贷保险，针对为本土资本性货物出口所提供融资的融资银行提供的信用风险保险，融资期限一般在3~15年，被保险人为贷款银行（或其他金融机构）。出口卖方信贷保险，是对出口方提供的针对出口延付合同的保障出口商收汇风险的一种政策性保险产品，对因政治风险或商业风险引起的出

口商在商务合同项下应收的延付款损失承担赔偿责任。出口延付合同再融资保险主要针对融资银行买断商务合同项下中长期应收款后面临的进口商及其所在国政治或商业风险所提供的信用保险。

出口买方信贷保险案例：

这是拉美某国的一个电站项目。项目背景情况大致如下：项目所在国电力供给严重不足，水电设备老化，长期花费大量外汇国外购电。该项目投资金额巨大，预计发电量可观，是其总统竞选承诺的项目，对该国电力行业和国家都有重大意义，但项目单一风险较为集中。同时，这个项目是我国当时在拉美地区最大的电站项目，示范意义很强。

这个项目在承保过程中遇到一些具体问题，第一个是主权豁免的问题。主权豁免是指国家的一切行为和财产享有不受他国管辖的权利。在贷款协议中，一般会设定放弃主权豁免条款，则享有主权豁免的当事人（贷款协议中的借款人——该国财政部）应声明并保证其协议签署和履行属于商业行为，且不可撤销地放弃其依据国际法本可享有的司法管辖豁免、诉讼程序豁免（包括其财产不受扣押之豁免）及对其财产强制执行的豁免，同时应保证其放弃行为符合所在国法律要求，并履行了应有的法律程序。但实际操作过程当中，为避免国际融资行为政治化，不少发展中国家

放弃主权财产绝对豁免的主张，转而采取相对豁免主义，即把国家行为区分为可以豁免的主权行为、管理行为和不能豁免的私行为、商事行为。在此项目的合同谈判过程当中，中国信保遵循国际惯例采纳相对豁免主义，要求借款人在贷款协议中放弃主权豁免，同时允许其在文物、外交和军事等方面的财产仍可享受主权豁免权利。但借款方对此反应强烈，产生了一些误解，认为我们要求抵押央行资产。中国信保之所以坚持这样的要求，主要出于以下考虑，首先这是国际惯例，不应该轻易放弃；其次，在借款人违约的情况下，我方保留使用法律救济手段是保护我方合法利益的途径之一；再次，这个项目在拉美地区有示范效应，坚持该条款有利于防止将我方置于谈判的不利境地，有利于保证我方在该地区市场开发的可持续性。最后的解决方案是在协议中明确承认并同意该项目贷款构成该国公共外债，根据其金融控制管理法，其所有收入用于支持偿还该项目贷款。

这个项目承保遇到的第二个问题是，根据借款方国家的法律规定，主权信用项目不用投保出口信用保险。但是，从中国信保的承保经验来看，中长期出口信用保险累计的赔款中，绝大多数都是主权违约造成的赔款，所以主权风险不仅存在，而且一旦发生，影响面还是非常广的。最终，这个问题的解决方案是：借款方

截至今年上半年，中国信保的项目险业务累计承保 905 亿美元，涉及 936 个项目。尤其自 2008 年以来，项目险业务发展迅速。今年上半年，项目险实现承保金额 223.9 亿美元，约是公司成立以来所有项目险业务总承保金额的四分之一。

同意保险，在贷款协议中承认保险的客观存在并认可中国信保在保险项下的代位求偿权。

这个项目带来三点启示：第一，政策性出口信用保险机构与银行联手，是支持中国优势产业海外接单的有效做法。第二，放弃主权豁免，是国际通行做法，类似原则性的内容，不能轻易放弃，而且应该考虑中国在拉美地区的长远、可持续发展。第三，主权项目也存在风险，主权并不意味着无风险，主权项目一样也会发生风险，且一旦发生，就是大面积的，单一企业很难应对，投保信用保险是最好的选择，利用政府平台与债务国谈判，易获得较好的效果。

海外投资保险，包括海外投资（股权）保险和海外投资（债权）保险，承保中国企业在海外投资中遇到的、东道国政治局势动荡或政府法令变动所引起的、投资损失的风险；承保期限为 1 年以上，最长可至 30 年；主要承保的风险是汇兑限制、征收、战争及政治暴乱等基本政治风险；附加险包括违约、经营中断（适用于海外投资（股权）险）。海外投资（股权）保险，针对中国企业的海外

股权投资行为提供保障，企业投资可以是货币形式、实物形式，或技术知识产权等。海外投资（债权）保险，适用于中国企业在海外投资中形成的债权。

海外投资保险案例：

M 国长期以来是军政府执政，经济欠发达，电力资源严重不足，但其水利资源相对丰富，对水电站项目需求旺盛。中国企业 A 与 M 国政府在当地共同投资设立项目企业 B，负责水电站项目的建设和运营，项目总投资部分资金由企业 A 从银行融资取得后转贷至项目企业 B。中国信保针对这部分融资对企业 A 出具了《海外投资（债权）保险保险单》，A 为被保险人，赔偿比例 90%，承保风险为战争及政治暴乱、征收，这个项目已经在 2010 年下半年完工并上网发电。2011 年 6 月，M 国政府军与地方武装间冲突不断升级，为确保该项目中方工作人员的安全，经 A 集团公司决定，该项目所有中方工作人员于 6 月撤离现场。截至目前，该项目仍处于停运状态。据此，A 公司向中国信保提交了索赔申请。目前，中国

信保已经受理了该申请，并将在第三方评估后确定损失金额，对企业的相应损失进行赔付。

这个项目带来四点启示：第一，海外投资是一项长期的经营活动，项目企业的顺利实施和成功，需要一个稳定的政治经济环境作前提。目前很多海外投资的项目不成功，其中东道国政局不稳定、政策多变是主要原因之一。要想获得稳定的保障，投保信用保险是很好的选择。第二，政治风险是企业海外投资中必须要关注的方面，更是企业个体所不能控制的，投保海外投资保险就能够规避政治风险，当投资所在地属于经济欠发达地区、政局不稳定国家时更是如此。第三，信用保险是投资企业的一个很好的政策工具和金融手段。在受到政治风险的影响产生损失时，保险的保障将有效补偿企业损失；同时企业也能借助中国信保，依托政府谈判平台，与项目所在国政府进行平等谈判，有效维护中方企业利益。这也是在 WTO 原则下，国家通过信用保险手段，支持中国企业海外投资利益的有效办法。第四，企业在进行海外投资的过程中，应充分研究项目所在国法律环境，项目运作过程中严格依法办事、合规经营，要经得起时间检验；同时，电站等项目涉及项目所在国民生，应重视环境评估工作，关注企业与当地政府、百姓的关系。这些方面都可能成为未来风险发生的导火索。

迎难而上：中国信保助力企业接单出口

文 | 中国信保出口贸易险承保部处长 贺晓清



在海外市场拓展过程当中，企业不仅要在价格方面形成自己的竞争优势，在商务条件、融资条件方面也要形成自己的竞争。信用保险可以协助企业在确立商务条件时更具有灵活性，也可以帮助企业第一时间获得融资。为加速出口复苏，近年来中国信保不断加大对高风险出口贸易的支持力度。2010年，短期出口信

用保险承保“出口到新兴市场国家”、“长账期赊销出口”、“远期信用证”等高风险业务1117.3亿美元，直接拉动出口增长约9个百分点；2011年，合计支持上述高风险业务出口1524.5亿美元，同比增长36.4%。

下面与大家分享几个近两年出口企业利用信用保险规避风险、解决融资困难的案例。

典型案例：中国信保识别风险、高效减损

案例1：K集团的案例。K集团是世界上最大的影像产品及相关服务的生产和供应商。受金融危机和自身经营不善的影响，2009年，该集团经营开始恶化，当时中国信保对K集团最高授信达4000万美元。针对该集团的经营状况，中国信保采取的措施是从2009年四季度启动特别风险监控措施，将其列为重点跟踪对象，数次向相关出口企业发布风险通报；2010年开始，先后三次降低K集团授信，最低至2000万美元；2011年10月，K集团风险状况进一步恶化，但考虑到被保险人业务需求，为体现政策性支持，仍保留集团授信不超过1030万美元，并设置失效期至2011年11月30日；自2011年12月起，中国信保停止承保K集团所有业务。2012年2月，K集团申请破产担保。

这个案例说明中国信保风险监控得力，提前预判了风险，及时提示出口企业调整出口安排，在K集团破产保护后，中国出口企业实际损失有限，累计不足200万美元，且得到了中国信保的赔付，最大程度保障了中国利益。

案例 2：2011 年在光伏行业发生的一个案例。我国出口商 2011 年 3 月向德国买方 B 出运价值近 1600 万美元的太阳能电池组件，货物到港后买方拒收并要求讲价，被保险人与买方自行协商未果，遂根据保单规定向中国信保通报可能损失。致损原因是货物价格下跌，合同签订至货物到港后价格持续下跌，港杂费用持续飙升，截至 6 月已产生港杂费用近 40 万欧元。中国信保介入之后，迅速整合内部资源，承保和理赔部门共同研究应对方案，联手海外追偿渠道抗击买方主张，并在承保方面，向买方 B 的控股母公司 C 施压，要求 C 公司出面协调解决本案事宜，由于中国信保对 C 公司的承保规模大，信用限额施压效果明显，高效减损成果斐然。

典型案例：中国信保助力企业签单成交

案例 1：国内企业 Q 拟开拓 Y 国市场，该市场国别风险高，安全局势较差。此前近六年，中国几乎很少向该国出口，中国信保也几乎无承保记录。企业 Q 接到该国买方 S 的订单，累计需要上千万美元，且只有一家外资银行能给与其小额度融资支持，企业 Q 遂向中国信保申请信用限额。考虑到该国别市场需求旺盛，未来局势可控，中国信保逐步追加企业 Q 与买方 S 交易的信用限额，最高时近 7000 万美元。

从这个案例的效果来看，获得中国信保的限额支持后，企业 Q 开始大规模与买方 S 合作开拓市场。

截至目前，企业 Q 累计与该买方交易约 4 亿美元。企业 Q 表示，如果没有中国信保支持，也不敢跟买方大规模交易，并且在企业 Q 的出口业绩影响下，目前已有众多的中国企业在开拓 Y 国市场。

案例 2：2009 年，随着金融危机的蔓延，国内某家电制造龙头企业在意大利和西班牙的订单急剧减少。主要原因是该企业所属集团为控制风险要求所有业务的信用期限不超过 90 天，导致大量订单无法承接。中国信保了解到这个情况后，在一个月时间内，综合评估了该企业在意大利和西班牙的近百个买方的信息，最终满足了企业延长账期的需求，其中最长的账期达到 150 天。效果是在信用保险的支持下，该集团大胆延长了海外买方的信用期限，极大地提高了其在西班牙意大利的市场占有率。

案例 3：金融危机爆发初期，国内某西部企业 S 接到了 A 国买方 G 的大笔订单，但对方要求赊销 2000 万美元。企业 S 左右为难，金融危机背景下，这样的大额订单实属难得，但双方历史仅有小额交易，2000 万美元的放账额度相对较高。企业 S 于是向中国信保申请信用限额。中国信保综合分析了买方 G 历史年销售规模、利润规模以及下游销售、市场需求情况等信息后，给予该企业 2000 万美元的信用限额支持。

典型案例：保单融资解决企业资金短缺难题

国内一家汽配产品生产商 D，主要海外市场 E 国经济不景气，该

国买方要求采用赊销方式，企业 D 的资金压力与日俱增。企业 D 以厂房为抵押物获得的银行贷款已被投入生产之中，但企业快速发展需要更多的流动资金来支持。针对企业 D 面临的资金瓶颈，中国信保为其提供了一套信用保险承保、银行介入的配套融资方案，企业 D 以承保文件和出运文件为凭证，不需要抵押和担保，很快得到了当地农行的贸易融资，资金链被盘活。近两年来该企业 80% 的资金来自出口信用保险的支持，该企业出口贸易额以年均 35% 的速度高速增长。

今年以来，出口贸易信用风险急剧上升，给我国出口造成了非常不利的影响。面对复杂严峻的形势，企业对信用保险的需求超前强烈，期望中国信保继续为企业提供帮助。面对外需萎缩的严峻形势，面对居高不下的信用风险，中国信保决心迎难而上，从短期出口信用保险业务来说，我们已经制定相关政策，全力保障企业在手的订单。

接下来四个月即将发生的数据，是需要中国信保和广大出口企业共同的去努力，全力以赴地去实现的，年底的数据和更多的案例故事更值得我们来期待。希望中国信保能够帮助更多的出口企业和更多的出口业务，发挥出我们保驾护航的作用。

中国信保发布 2012 年三季度 ERI 指数

文 | 中国信保资信评估中心

10月23日，中国信保对外发布2012年第三季度中国短期出口贸易信用风险指数，即“ERI指数”。

2012年三季度，世界经济体整体上处于减速态势，下行风险再次上升。中国出口贸易在经过第二季度的“温和反弹”之后，三季度增速急剧回落，尤其是对欧盟的出口下滑幅度超出预期，但由于圣诞订单影响，欧美传统行业需求上升对我国出口的提振作用明显，9月出口数据出现季节性回升势头。在发达经济体的普遍量化宽松的拉动下，大规模流动性注入市场，全球股市纷纷上扬，付款表现出色，三季度ERI综合指数环比上升0.47点，同比下降0.30点，为103.69点，表明中国短期出口贸易信用风险没有出现明显变化。

主要国家（地区）2012年第三季度ERI指数见表1。

从三季度主要国家和地区的ERI指数结果来看，沙特阿拉伯、澳大利亚、日本、韩国和美国为A级；阿联酋、加拿大、马来西亚、印度、南非、印尼和英国为B级；墨西哥、荷兰、越南、埃及、法国、中国台湾、俄罗斯和德国为C级；乌克兰、西班牙、阿根廷、意大利和巴西为D级，违约风险相对

表 1 2012 年三季度主要国家（地区）ERI 及信用水平

序号	国别(地区)	ERI	环比变动幅度	环比走势	信用水平
1	沙特阿拉伯	111.23	1.47	稳定	A
2	澳大利亚	109.96	3.90	上升	A
3	日本	107.26	-2.62	稳定	A
4	韩国	107.05	3.62	上升	A
5	美国	106.79	1.90	稳定	A
6	阿联酋	104.95	1.00	稳定	B
7	加拿大	104.55	3.77	上升	B
8	马来西亚	102.91	-0.25	稳定	B
9	印度	101.55	-1.71	稳定	B
10	南非	100.92	-1.04	稳定	B
11	印度尼西亚	100.61	0.55	稳定	B
12	英国	100.33	-1.10	稳定	B
13	墨西哥	98.82	5.41	上升	C
14	荷兰	98.80	2.12	稳定	C
15	越南	98.65	2.27	稳定	C
16	埃及	98.47	1.35	稳定	C
17	法国	98.27	-1.73	稳定	C
18	中国台湾	98.10	-3.18	下降	C
19	俄罗斯联邦	96.42	3.52	上升	C
20	德国	96.05	-4.14	下降	C
21	乌克兰	94.55	1.22	稳定	D
22	西班牙	94.29	1.78	稳定	D
23	阿根廷	92.61	4.00	上升	D
24	意大利	91.42	1.34	稳定	D
25	巴西	90.07	0.84	稳定	D
26	委内瑞拉	85.11	-6.62	下降	E

注：指数环比变化幅度 3% 以内走势为稳定，环比增长超过 3% 为上升，环比下跌超过 3% 为下降。

表 2 2012 年三季度主要行业 ERI 及信用水平

序号	行业	ERI	环比变动幅度	环比走势	信用水平
1	机械产品	106.42	4.12	上升	A
2	能源产品	106.30	-6.61	下降	A
3	医药产品	105.26	2.88	稳定	A
4	金属制品	104.95	0.28	稳定	B
5	家电、视听产品	104.95	1.77	稳定	B
6	信息技术产品	104.87	2.33	稳定	B
7	化学制品	103.45	-1.71	稳定	B
8	食品饮料烟草制品	101.89	-0.96	稳定	B
9	家具、纺织服装制品	101.86	-0.01	稳定	B
10	电器与电子元器件产品	101.24	0.19	稳定	B

注：指数环比变化幅度 3% 以内走势为稳定，环比增长超过 3% 为上升，环比下跌超过 3% 为下降。

较高；委内瑞拉国家信用水平为 E 级，违约风险相对很高。

从主要国别和地区指数变动趋势来看，共有 17 个国家和地区 ERI 指数保持稳定，6 个国家 ERI 指数环比上升，3 个国家 ERI 指数环比下降。分区域看，英法德下降，北美国家全面回升。其中委内瑞拉、德国、中国台湾和日本降幅较大。

主要行业 2012 年三季度 ERI 指数见表 2。

从三季度主要行业 ERI 指数结果来看，机械行业、能源行业和医药行业为 A 级；金属制品行业、家电视听行业、信息技术行业、化学制品行业、食品饮料烟草行业、家具、纺织服装行业、电器与电子元器件为 B 级。



在发达经济体的普遍量化宽松的拉动下，大规模流动性注入市场，全球股市纷纷上扬，付款表现出色，三季度 ERI 综合指数环比上升 0.47 点，同比下降 0.30 点，表明中国短期出口贸易信用风险没有出现明显变化。



从主要行业 ERI 指数变动趋势来看，机械行业 ERI 指数环比大幅上升；能源行业指数下降。受美日欧市场需求萎缩、劳动力成本上升、产业链向东南亚国家转移的影响，家具、纺织服装行业表现低迷；电器与电子元器件行业也由于美、欧先后的双反调查导致贸易环境极度恶化，ERI 指数表现不佳。

结合当前的全球经济形势和国际贸易形势，预计四季度 ERI 指数会稳中有降，中国信保建议警惕全球经济下行风险、欧债危机最新的发展动向以及地缘政治局势的变化。行业方面，预计信息技术行业可能有所回落。中国信保将在 2013 年 1 月份对外发布 2012 年四季度 ERI 指数。

全面合作携信保 平安护航助巨力

文 | 巨力新能源股份有限公司 佟少坤

巨力新能源股份有限公司（以下简称“巨力新能源”）是中国巨力集团旗下的骨干企业，生产基地位于被誉为“中国电谷”的保定市。公司致力于晶体硅料、硅片、电池、组件和光伏系统的研发、制造与销售及光伏电站的投资、建设与运营。巨力新能源作为巨力集团的全资子公司，肩负着以自主品牌拓展国际市场的重任，伴随着巨力新能源国际化步伐的加快，巨力新能源已经在欧洲及东亚设立了分公司，并以德国、韩国为中心，建立全球物流网络及供应体系。

2012年，在美国经济增长乏力、欧债危机不断升级、欧美日市场持续萎缩、欧美等国纷纷发起对中国光伏企业的“双反”调查的背景下，巨力新能源依靠中国信保的强力支持，努力稳固老市场，积极开拓新兴市场，以弥补成熟市场萎缩所造成的损失，减少对欧美等传统市场的依赖。截至6月底，巨力新能源出口到16个国家，涵盖欧美亚等大陆，并正在加大力度开拓新兴市场。

从相识到全面合作

巨力新能源与中国信保的渊

源由来已久，早在2005年，巨力集团就开始与中国信保接触，2008年其“双主业”之一的索具产业尝试借助中国信保规避出口风险，2009年初，在光伏行业发展的黄金周期，巨力集团斥巨资成立了巨力新能源股份有限公司。同年，在金融风暴的大浪中，巨力新能源与中国信保开始正式的合作。光伏行业具有较明显的周期性，经济发展周期、政策补贴的调整等均会对光伏行业发展造成一定的不确定性。受金融危机的影响，2009年全球新增光伏装机容量增速下降显著；受补贴政

策调整等影响，2011年全球新增光伏装机容量增速出现很大程度的下滑，全球光伏行业艰难前行，光伏产品价格下降明显，光伏企业举步维艰。在这样的大环境下，巨力新能源与中国信保的合作经历了探索期、磨合期、适应期到现在全面合作，年投保额由2009年的1810万美元，到2011年的10730万美元，2012年上半年巨力投保额达到8704万美元。目前巨力新能源已经将信用保险纳入企业的内部控制体系，正是有了中国信保的帮助，巨力新能源正在顺利度过这个寒冷的冬天。



资信平台筛买方

巨力新能源每笔出口都金额巨大，所以对于买家的公司规模、在行业内的专业水平、财务状况、在国际市场上的信誉度，巨力新能源都希望能够详尽的了解。但巨力新能源本身信息资源极其有限，只能依靠一些网站的公共信息及客户人员的沟通得到表面信息，而中国信保有力的技术支持，就很好地解决了这个难题。中国信保全方位地掌握买家基础信息、买家付款实力及信用等级，确切了解客户的历史、资金、技术、服务等资信，做到知己知彼，使我们可以放心地采用灵活的交易方式提高竞争力，在国际贸易谈判中占据主动地位。与中国信保合作以来，巨力新能源可以将客户基本资料提交给中国信保，中国信保依托庞大的海外调查网络，把客户所有的情况调查得一清二楚，极大地提高了工作效率。

风险保障促灵活

随着国际贸易的不断发展和变化，巨力新能源深刻地认识到不能采用单一保守的结算方式，支付方式的多元化是大势所趋。国际贸易中买方谈判的主动权越来越大，能否向客户提供更加有利的付款条件，也已经成为影响出口贸易能否达成的重要因素，巨力新能源充分利用出口信用保险的避险功能，在保障根本利益的前提下，通过较小的成本投入实现对较大风险的控制，支付方式逐步多元化，从一开

始仅使用 DP、LC 结算方式，到逐渐操作远期信用证、D/P，到目前基本使用 OA 结算方式，力求把握贸易谈判中的主动权，赢得市场先机，而中国信保在巨力新能源发生实际风险时，尽最大努力帮助我们挽回损失，使得我们能放心大胆地出口。

强化内控上台阶

要想扩大出口，提高自身的竞争力，就必须抓住机会、发挥自身优势，在稳步提高产品的技术含量、扩大品牌优势的同时，必须注重企业的内部管理。几年来，在与中国信保的逐步合作中，巨力新能源建立了自己独特的信用管理体系，全面管理对外出口的各环节。在组织结构上，我们的业务单证部门作为专门的信用管理部门，负责操作信用保险的各个环节。在管理流程上，出口之前我们将国外买家的情况申请限额，交由中国信保做全方位调查，根据批复的结果来安排出口事宜。通过信用保险的有力帮助，巨力新能源的管理层增强了对出口贸易的掌控力，建立了自己的出口风险管理体系，达到了控制外贸风险的目的。出口信用保险是一项政策，更是一种工具，谁利用好这个工具，谁就在竞争中多获得一个胜利的砝码。与中国信保合作几年来，信保的服务越来越被我公司所接受，已经镶嵌于公司出口各环节，使得我们的经营管理体系更加稳定、高效、规范，在做大做强的道路上更加信心十足。

创新融资靠信保

目前光伏行业放账的付款习惯，使巨力新能源遇到了新问题，大量的应收账款限制了巨力新能源的资金使用，从而制约了企业的发展，因此我们有非常急切的融资需求。让巨力新能源十分欣慰的是，中国信保协调多家银行到巨力新能源洽谈应收账款的融资业务，各家银行根据我们企业不同的业务模式设计出了几套非常好的融资方案，巨力新能源择优而取，最终与合作银行、中国信保签订《三方赔款转让协议》，解决资金占压问题的同时又帮我们企业争取到最低的费率，巨力新能源对此拍手称赞。

深化合作懂未来

时光荏苒，巨力新能源与中国信保河北分公司的合作已经进入第四年。从最初的简单相识，保险人与被保险人的单纯保单关系，已经发展到互相学习、共同发展的双赢伙伴关系。在友好的合作过程中，中国信保分担了巨力新能源的出口风险，保障了收汇安全，同时也帮助我们加快资金流转，提高了企业在国际市场上的竞争力，推进了巨力新能源的可持续发展，我们企业也切身感受到了中国信保对企业的意义和作用。在中国信保的全面支持下，巨力新能源凭借严格高效的质量控制系统、高素质的员工和国际先进的设备，依托集团公司坚实的背景，必将打造国际一流的光伏企业。

资信业务助力企业开拓拉美市场

文 | 张翔

A集团是以创新为灵魂的中国著名家电企业。在双方合作过程中，中国信保山东分公司努力适应A集团求新求变的发展追求，紧跟A集团时代发展步伐，逐步提升产品服务意识和质量，提供多层次风险保障增值服务，从一开始的保姆式服务渐渐升级为向A集团提供全面的管家式服务。在A集团开拓Z国海外市场初期，中国信保山东分公司积极参与，帮助企业分析、把控业务中存在的风险，在A集团开发Z国家电市场的过程中起到了关键助推作用。

2010年5月初，A集团收到Z国驻华大使紧急召见，被告知Z国总统希望能单独会见A集团高层领导，并就家电采购进行洽谈。中国信保山东分公司在得知此信息后，及时与A集团沟通，表示可以提供Z国的政治、经济和文化等整体国别信息，以便在会见中做到知己知彼，并在一周内向A集团递交了一份较为翔实的Z国家风险分析报告。

在随后的会见期间，A集团与Z国洽谈顺利，Z国方面希望立即与A集团签订采购意向书，合同主体是SUVINCA公司。但A集团会见前未准备签约工作，对SUVINCA公司并不了解，于是第一时间与山东分公司联系，希望尽快获知SUVINCA公司情况。山东分公司及时对SUVINCA公司发起调查买方资信的特急通知，最终在一周内将信息反馈给在Z国的A集团人员，经核实与Z国表述的信息一致。2010年5月下旬，A集团与SUVINCA公司正式签署了30万台家电采购合同，采购总金额为7285万美元，该合同已于2010年底顺利执行完毕。

2010年12月，在A集团获知Z国总统将再次召见，并希望与A集团进行长期战略合作后，A集团主动找到中国信保山东分公司，希望能够获得Z国全面信息动态。中国信保山东分公司针对A集团的实际需求，搜集整理

了近三年来的多项资料，较全面地分析了Z国近年的国家风险、家电行业发展概况、买家资信状况和当地主要家电销售商等综合资信信息，并为A集团调取了新合同主体VEXIMCA, C.A公司资信报告。

在这些第一手资料的支持下，2010年12月底，在Z国副总统见证下，A集团与VEXIMCA, C.A公司签署了300万台家电采购合同，采购总金额为7.57亿美元。该合同执行期二年，截至目前执行顺利。

有预见性地提供客户急需的服务，是从保姆式服务转向管家式服务的关键。中国信保山东分公司通过将资信服务融入整体信用风险管理服务之中，通过提供真实、准确的资信报告，为企业开拓新市场防范风险、梳理买家信用提供了有力依据，帮助企业牢牢抓住了转瞬即逝的市场机遇。

(作者单位：中国信保山东分公司)

定制行业报告打开合作新局面

文 | 钟文华

信息不对称是市场的常态，信息就是商机，很大程度决定了企业的风险与利润。随着出口企业走出去力度加大及对决策信息化要求加强，企业对资信服务的需求与日俱增，由单一化向多元化发展。下面我就中国信保为福建 Y 集团提供资信服务的案例进行简要介绍，供大家参考。

福建 Y 集团是一家集研产销于一体的外商独资（港资）企业，于 2003 年正式注册成立，以生产家庭装饰品为主，产品主要销往欧美国家，在欧盟国家的专业相画框及小家具进口商中享有一定的知名度。Y 集团成立初期，出口仅 30 多万美元，长期受海外应收账款风险的困扰。2003 年中国信保刚成立不久，企业老总主动寻至北京的信保总部希望投保，经总公司介绍转入福建分公司投保。

经过近十年的合作，Y 集团充分利用信用保险工具，业务取得飞跃式发展。出口额由初期的 30 多万美元发展到 2011 年超过 1 亿美元，旗下 W 公司成为龙岩市首家单家出口过亿企业，Y 集团集团发展为工贸一体的知名出口企业，可谓是“革命老区飞出的金凤凰”。截至目前，Y 集团集团与中

国信保福建分公司合作逐步深化，累计投保超过 2 亿美元，同时风险控制良好暂未发生实际赔付。

近十年来，中国信保的资信服务在双方的合作中扮演了重要角色，不仅协助企业控制出口风险、开辟新市场、稳定传统市场，同时也为实现扩大承保、实现双赢，发挥了重要作用。截至目前，中国信保龙岩办事处累计为福建 Y 集团提供资信报告近 300 份，其中 2011 年度双方资信业务合作进一步扩大，共为 Y 集团集团提供买家资信报告 92 份，专业定制行业报告 2 份。

2011 年，欧洲债务危机愈演愈烈，中国信保龙岩办事处结合 Y 集团的欧洲市场业务结构，加强风险意识灌输与引导，协助 Y 集团重新对欧美市场买家作风险评估，并持续跟踪报告主要买家所在国及地区风险。家具和家庭装饰品具有“类奢侈品”性质，受债务危机的影响家庭消费下降，欧美市场的需求到底还有多大的潜力可控？全球是否有可替代市场？国内家具和家庭装饰品行业发展如何？Y 集团的疑虑接踵而来，为此，中国信保龙岩办事处的客户经理在原有《家电行业报告》、《机械行业报告》

及《船舶行业报告》等的基础上向 Y 集团管理层积极提供了《家居装饰品行业发展现状及趋势》及《家具及家居用品行业发展现状及趋势》两份专业定制行业报告，为企业发展转型期提供了决策参考，解除了企业疑虑。

出口企业在起步、发展和成熟期对资信的需求各有侧重。以 Y 集团集团的资信需求为例，在起步初期，接单是主导，中国信保的资信服务主要以新买家筛选及买家信息促进贸易谈判为主。随着企业外贸业务的发展，企业管理层逐步关注业务结构稳定性和财务结构性风险，中国信保的资信服务更侧重于挖掘老买家市场潜力和风险控制。企业发展进入成熟期后，战略风险逐步进入管理层视野。企业的决策也逐步信息化和精细化，对此中国信保加大了海外市场区域风险和行业分析报告服务。

资信报告是中国信保专业性的一大体现。Y 集团曾委托其他机构做过行业报告调查，最后选择中国信保进行专业行业报告调查，很大程度取决于对中国信保专业性和责任感的认可。

（作者单位：中国信保福建分公司）



巴西国别风险及承保概况

文 | 中国信保出口贸易险承保部国别研究小组

巴西宏观经济形势概述

2011年巴西GDP总额约为23560亿美元，同比增幅2.7%，超过英国成为世界第六大经济体。近年来巴西经济受到国内需求、基础设施建设和信贷成本下降的拉动出现迅速增长，是南美洲经济实力和经济活力最强的国家。

巴西自然资源丰富，国内市场需求潜力巨大，但是信贷成本高，公共部门债务负担过重。巴西国内的信用环境较好，信用体系完备，对国内交易往来有完善的跟踪机制，大中型企业每个季度义务性地披露完整财务报表，企业经营信息比较透明。巴西汇率完全市场化，对外界冲击抵抗力较弱。为了维持相对稳定的汇价，巴西政府对外汇流动征收托宾税，同时采取一系列直接控制措施，如对特定的资本流入设立最低期限要求等。

巴西总统罗塞夫上任后继续推行卢拉政府的改革

巴西评级：

国家风险分类等级	C2
国家承保条件	无
国家承保政策建议	适度积极

巴西信用风险特点：

信用体系完备，买方“拖而不欠”
汇率波动明显
国内融资成本高
清关公司代理采购风险高
贸易壁垒种类繁多

中国信保针对巴西重点行业的承保政策及风险关注点：

行业	承保政策	风险关注点
家电	适度积极	行业发展及业务需求均潜力较大
纺织品	适度积极	承保质量明显改善，承保潜力大
通信	适度积极	需密切关注通信经销商的风险变动
化工品	适度积极	承保渗透率高，产品质量纠纷频发
仪器设备	适度积极	市场需求潜力较大，当前出口量较小
摩托车	常态承保	赔付率高，转卖性差，行业风险较高

路线和措施。2011年，为控制国内通胀局势，巴西央行累计加息175个基点，这使得通胀率在去年9月份达到最高点7.31%，随后逐步回落。目前9%的基准利率水平是巴西自2010年4月份以来的最低水平，比过去15年最低点8.75%仅高出25个基点，信贷成本大幅下降。2009年至今雷亚尔对美元汇率累计上涨超过20%，但巴西政府的干预措施有效地止住雷亚尔升值势头，2012年3月份雷亚尔对美元汇率已从高点累计下跌约8.6%。2011年巴西吸收外国直接投资达667亿美元，比2010年增长32.2%，占拉美和加勒比地区国家当年吸收外国直接投资总额1534亿美元的43.8%。

2012年4月巴西推出包括减税在内的一揽子经济刺激政策，总额达650亿雷亚尔(约合369亿美元)，其中包括在2013年之前累计减免受进口冲击较大的工业企业的工薪税121亿雷亚尔；为巴西开发银行注资450亿美元，用于扩大对上述企业的补贴贷款。此前，巴西政府下调消费品税率和扩大公共投资，并提高部分产品的进口税率以保护国内制造业。

巴西出口贸易险承保现状

近三年来中国信保对巴西总体承保金额呈现稳定增长态势。2011年出口贸易险项下对巴西出口的承保金额达42.7亿美元，年均增长率达到50%，是中国信保在拉丁美洲承保金额最大的国别。

中巴两国2011年贸易总额为771亿美元，其中中国从巴西进口443亿美元，同比涨幅高达43%，中国对巴西出口328亿美元，中国贸易逆差115亿美元。其中机电和交通设备是出口最多的行业，占巴西进口额的39.9%，其次是化工品，占巴西进口额的19.8%。

2011年，机电产品、纺织品、贱金属、化工、仪器设备、车辆船舶这6大类商品，合计出口额占巴西自中国进口总额的83.4%，合计承保金额占同期短期险承保总额的84.4%。

2011年中国信保短期险对于巴西的贸易渗透率为13.4%，同期重点新兴市场贸易渗透率仅为9.8%。在上述出口量较大的6类商品中，纺织品、仪器设备和贱金属的贸易渗透率都明显低于平均水平，承保仍有较大的上升空间。

2011年中国对巴西一般贸易

出口额超过2亿美元的企业有10家，合计出口金额37.2亿美元，占一般贸易出口额的18.1%。中国信保出口贸易险已基本覆盖中国对巴西出口的主要企业。

巴西行业承保概况

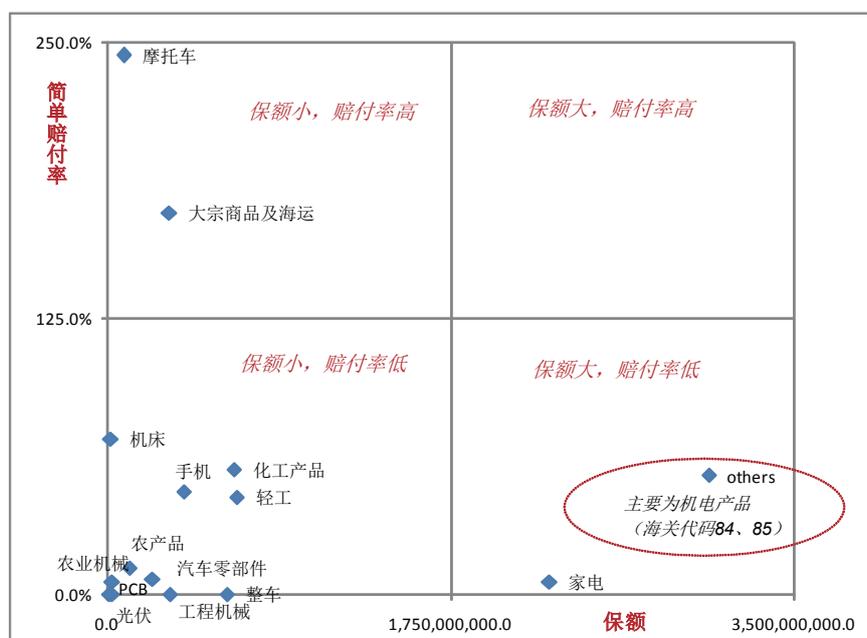
以承保金额和赔付情况为主要评价维度，中国信保近三年对巴西行业承保的情况如下：

化工、轻工、整车、工程机械、汽车零部件、手机、农产品、机床、农业机械、光伏和PCB(I和III象限)。

摩托车和大宗商品(II象限)。

家电和其他(主要承保的商品为机电产品，海关代码为84和85，IV象限)。

1. 家电：风险水平低，整体行业发展潜力较大。家电是中国信保对巴西业务的承保中承保金额最高的行业，占巴西业务比重的19.8%。2011年，中国信保受理的巴西家电



业务报损同比增长较高，但可损赔付转化率低，赔款同比下降 53.6%。近年巴西零售市场繁荣、产品升级换代及政府政策等因素促生了家电市场的总体持续增长，家电行业风险水平相对较低，且预计随着未来几年体育赛事的密集举行，整体行业发展及业务需求潜力较大。

2. 整车和工程机械：行业系统性风险偏高，承保渗透率较高。巴西是中国信保整车及工程机械行业的最大承保国别，占中国信保整车和工程机械承保整体业务的 10.7% 和 11.84%，且承保渗透率均分别高达 50% 和 30% 以上。2011 年巴西先后出台了相关行业贸易保护政策，极大削弱了中国产品的竞争力。中国信保统计数据显示，2011 年整车、工程机械行业报损率较高，报损金额同比大幅增长，但是仍未形成实际赔付损失。总体而言，巴西是全球前五大汽车市场，中国汽车和工程机械产品在巴西拥有较强竞争力，目前中国整车企业正逐渐调整各自的政策应对策略，且未来几年的世界杯和奥运会场馆建设在一定程度上仍会拉动工程机械需求。预计未来巴西市场对中国整车、工程机械产品需求仍会逐渐恢复旺盛。

3. 轻工：行业风险相对较低，承保渗透率不高。轻工行业承保主要集中在纺织品，整体行业风险相对较小。巴西是世界主要的纺织服装生产国之一，中国亦是巴西最大纺织品供应国，其中巴西从中国进口的纺织品及原料占巴西进口市场



的 44.3%。中国信保对出口巴西纺织品的承保渗透率为 7.8%，仍有较大承保空间。

4. 化工：整体行业风险偏高，承保金额增长快。化工品行业是我国对巴西出口的主要行业，由于产品品种多样，检验及认证程序复杂，部分产品价格受经济因素影响波动明显，出现付款拖欠、拒收的风险较大，整体行业风险偏高。

我国是巴西初级化工品进口的主要来源国，其中有机化学品占到接近 80%，但是由于工艺比较落后，技术附加值低，利润空间薄，国内市场竞争激烈，大量出口企业对于收汇安全和风险保障有强烈需求，中国信保对出口巴西的化工行业承保金额连续增长，增长率高达 60% 以上。

5. 通信：需关注电信经销商的风险变动，承保金额增速最快。2009 年出口贸易险仅承保对巴西通信产品的出口额 1535 万美元，2011 年承保金额增长超过 27 倍，

达到 4.21 亿美元。通信行业整体来看风险较低，出口企业报损率低，出险买方主要是电信经销商。

近年来，巴西电信行业终端市场“渠道化”逐渐成为电信市场的主流商业模式，终端渠道、分销投资占电信市场终端设备投资的比重超过一半以上，但是由于经销商的财力较弱，与运营商以及主要供应商的合作关系不甚稳定，在贸易环节的诸多问题仍有待磨合。

6. 仪器设备：市场前景广阔，承保潜力较大。巴西的医疗设备生产商数量较少，经销商规模普遍较小，而市场的快速发展和本土大型生产商的缺乏导致该行业仍严重依赖进口，市场需求持续增加，目前我国对巴西的医疗设备出口量小，市场潜力大。

7. 摩托车：行业风险高，承保金额小。摩托车行业总体风险偏高。摩托车产品性质存在特殊性，多数出口商经营规模较小，缺乏与买方的议价能力，信用期限一般

相对较长，且多数摩托车是指定市场设计，同时因为贴牌生产的商标处理等问题导致了该产品转卖性较差，残值率较低。2011年，中国信保对出口巴西摩托车的承保金额占我国出口该国摩托车总金额的比重约1%，受理的企业报损金额与2009年相比大幅下降。

巴西国家承保风险特点

（一）信用体系完备，买方“拖而不欠”

巴西信用体系完备，进口商重视良好的信用记录，而且巴西是世界上商业法则最多的国家之一，公司办理破产程序平均需要10年时间，而发达国家平均仅需18个月，因此买方“拖而不欠”的情况普遍，破产案件极少。

（二）汇率波动明显

由于巴西汇率完全市场化，外资出入频繁，巴西雷亚尔兑美元汇率容易产生大幅波动，雷亚尔贬值成为巴西买方拖欠的主要原因之一，因此在关注买方风险异动的同时应跟踪雷亚尔兑美元的汇率走势。

（三）国内融资成本高

巴西国内信贷成本高，进口商倾向于由供应商提供较长的赊销期限来实现贸易融资，降低自身信贷成本，因此中国出口巴西的赊销账期普遍在120~150天，工程机械类产品赊销账期则长达一年，出口企业应避免长账期交易，并密切跟踪买方付款情况。

（四）清关公司代理采购风险高

巴西税种繁多，税赋较重，巴西企业经常通过合法手段规避税款，比如部分企业采用通过专门的进口清单公司代理进口业务，以避免额外缴纳贸易流转

税。因此，需要谨慎对待清关公司代理采购的业务，需核实订单买方与贸易合同买方是否一致，对于代理采购需明确说明付款责任的归属。

（五）贸易壁垒种类繁多

巴西政府近期出台多项非关税贸易壁垒政策，包括提高进口关税、新增多种商品的进口许可证等，贸易保护主义抬头。由于进口成本增加，贸易保护措施会导致买方出现大额拖欠，因此，出口企业应详细了解巴西海关进口规定，降低贸易壁垒引起的可能损失。

巴西国家及行业承保建议

巴西是中国信保在拉丁美洲承保金额最大的国家，在2011年承保金额排名第十二位，主要承保买方和主要被保险人的行业比较集中。巴西报损金额逐年增加，但是赔付率仍处于较低水平。

中国信保承保的出口行业和产品主要集中在机电产品、化工品、通信产品等，买方和被保险人的集中度均较高。在承保行业中，家电产品出险率较低，化工、轻工、通信产品、农产品等行业风险程度一般，摩托车和大宗商品的出险率则高于平均水平。结合巴西市场潜力，行业政策和近年承保质量情况等因素，建议中国信保积极支持对家电、纺织品、通信、化工品和仪器设备行业的出口，密切关注摩托车行业的风险变动。

巴西政治局势稳定，宏观经济环境比较宽松，经济发展潜力大。在国际贸易过程中，建议密切跟踪买方风险变动，并关注汇率波动、进口商融资成本、销售链条清晰等因素，谨慎对待贸易壁垒引起的行业系统性风险。



近三年来中国信保对巴西总体承保金额呈现稳定增长态势。2011年出口贸易险项下对巴西出口的承保金额达42.7亿美元，年均增长率达到50%，是中国信保在拉丁美洲承保金额最大的国别。





鞋行业国际贸易模式及风险点浅析

文 | 丛大海

鞋是我国轻工行业主要出口产品，在出口创汇、繁荣市场、满足消费、解决就业等方面发挥着重要的作用。2011年，我国鞋产量超过100亿双，占全球总产量的一半以上，出口金额达430亿美元。鞋行业是一个全球范围内充分竞争的成熟行业，产能分布及国际贸易走向具有明显的“候鸟”特征，即订单和设计从发达国家发出，在发展中国家进行生产，然后返回发达

国家销售。在这种独特的生产和贸易格局下，出口商可能面临贸易地位不对等、贸易环节复杂、买方偿债能力较弱等诸多问题。因此，出口商必须妥善进行信用风险把控和应收账款管理。

鞋类行业的生产特点

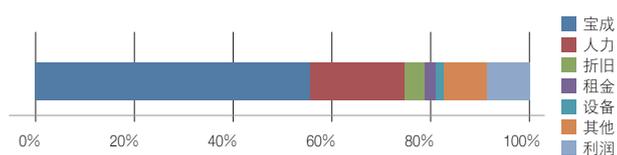
现代制鞋业出现于20世纪，尽管已经过了上百年的历史，但作为人类生活的必需品，当前制鞋业

仍然处于生命周期的成熟期。根据IBIS WORLD预测，2012~2017年间，全球制鞋业仍将保持2.7%的年增长率。同时，鞋类产品的附加值也将以每年1.5%的速度增长。

制鞋业的成本构成中，最主要的部分是原料采购成本，包括皮革、天然及合成橡胶、塑料、泡沫、尼龙等，这部分成本占比约为50%。第二大种类成本为人工成本，占比约为两成。尽管经过多年的发展变

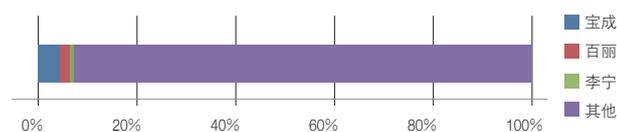
化，现代制鞋业仍无法大幅降低人力成本的比例。相比其他行业，制鞋业的手工制作的比重明显偏高，难以实现完全自动生产，因此也不适用于规模经济。制鞋业对资本的要求适中，折旧成本占比不足 5%。对于多数中低端产品来说，投资额适中，技术含量不高，准入门槛相对较低，因此行业的竞争程度十分激烈。

图 1 制鞋业的成本构成¹



根据统计，当前全球三大制鞋企业宝成集团、百丽鞋业、李宁公司合计占全球份额不足 7%，前八家企业占比也仅为 9% 左右。在我国鞋类产品出口企业中，单一最大企业占行业出口总额比不足 2%，前二十强合计占比仅为 11.65%。可见，制鞋业的行业集中度极低。

图 2 全球主要制鞋企业份额图

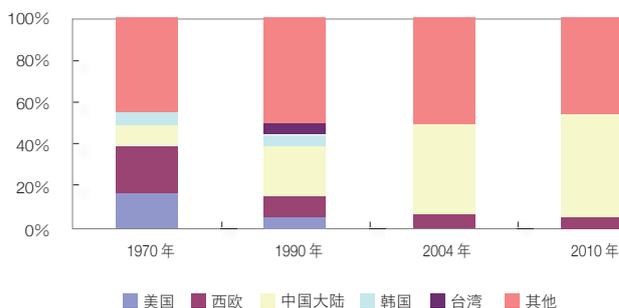


鞋类行业产能分布

为了降低生产成本，从全球化的视野来看，这个完全成熟、充分竞争的行业总是向着劳动力成本低廉的国家和地区迁移。从 20 世纪中期开始，世界制鞋业的重心从老牌工业国家美国、西欧向亚洲四小龙等经济体转移。到了 20 世纪后半叶，中国大陆成为了新的中心。新世纪以来，随着中国制造业成本的提升，全球制鞋业的重心又开始向东南亚等地转移。

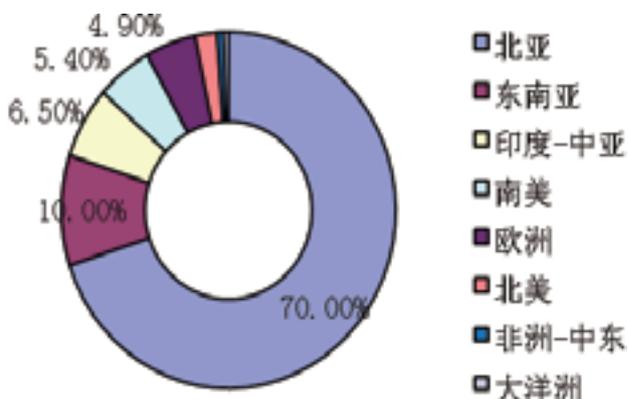
1. 数据来自 IBIS WORLD。
2. 数据来自 IBIS WORLD。

图 3 行业产能转移趋势图



目前我国仍是全球最大的鞋类生产国，总产量占全球产量的 65%。东南亚地区鞋类产量占全球份额的 10%，约 21 亿双，为第二大产鞋区。其中越南 11 亿双，份额过半，且相比 2007 年的 7 亿双增势迅猛。另外，泰国和印尼也是区域里重要的鞋类生产国。印度—中亚地区和南美为全球第三大产鞋区，前者占比 6.5%，印度和土耳其为区域内最大两个产能国，后者占比 5.4%，区域内主要产能国为巴西。欧洲制鞋业占全球份额的 4.9%，其中意大利占比达 1.9%，其产品主要为中高端鞋类。受成本驱动，这部分产能目前仍在不断向东欧、中国、印度等地转移。相比欧洲，北美制鞋业离岸生产趋势更加明显，2012 年北美鞋类产能占比仅为 2.1%。此部分产能主要位于墨西哥，占比 1.3%。

图 4 全球制鞋业产能地理分布图²

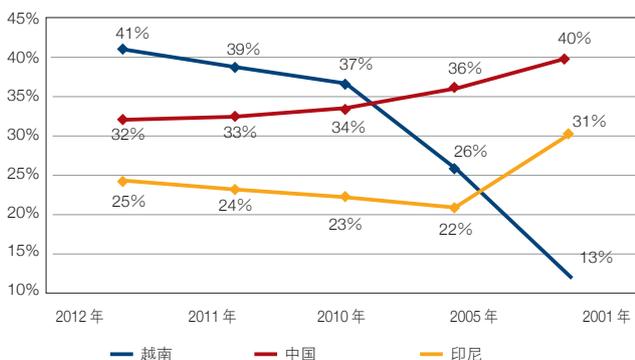


全球鞋类贸易模式

当前，在中国大陆、东南亚等低成本生产国的竞争下，欧美日等老牌工业国家本国的鞋类制造行业已经极度萎缩，但其领先的技术、强大的创新能力、先发优势等形成的本国品牌和销售渠道仍然强势存在，在全球鞋类制造和贸易中仍然占据着重要的低位。

美国的耐克公司是全球最大的运动鞋销售商，自身并不从事制造工作，而是专注于设计、研发以及营销等环节，所有的制造、贸易等非核心业务都分包给独立的第三方。³在成立初期，借助日本的成熟生产经验，在日本建立了第一条生产线。美国设计、日本生产让耐克很快打开了美国市场。随后的几年，日元持续升值，人力成本高涨，使得在日本生产鞋子的代价愈来愈高。为了降低生产成本，耐克在1975年将日本生产线转移至人力成本相对较低的韩国与中国台湾地区。1980年，耐克又因为同样的原因将主要生产线搬到中国的福建和广东。⁴2000年越美签署自由贸易协议，2006年越南入世，让越南在耐克的国际采购中的份额突飞猛进，2001-2010十年间份额从13%直线增长至37%。2009年，耐克公司关闭了设在太仓的在华唯一鞋厂。从2010年开始，中国已经不再是耐克公司最大的生产来源国。

图 5 NIKE 公司国际采购构成图⁵



耐克公司的经营规模的在持续扩大，而产能则追随着成本洼地散布于多个国家地区，因此，除了直接采购以外，耐克公司更多的是通过代理商来进行采购安排，充分发挥各自的比较优势，寻求最优制造组合。目前，耐克公司的供应商大体可以分为两类。一类是以宝成集团（旗下裕元集团，0551.HK）和丰泰企业（9910.TW）为代表的大型 OEM 厂商，另一类则是数量众多的中小规模鞋厂。

宝成集团和丰泰企业都是台资企业，前者自 20 世纪 80 年代开始为耐克代工，当前代工的国际品牌超过 60 个，占全球休闲鞋及运动鞋产能总数的 20%。后者从 1977 年开始为耐克生产帆布和皮面运动鞋，在耐克全球产能中占据六分之一强。两家公司均与耐克公司同期成立（耐克成立于 1972 年，宝成成立于 1969 年，丰泰成立于 1971 年），自身成长与耐克品牌的发展息息相关，合作关系相对密切。

除上述两大厂商为代表的直接供应商，耐克公司更大份额的采购则来自于数量众多的中小规模鞋厂，这些供应商主要分布于中国福建、广东、浙江等地以及东南亚各国。受规模和能力的制约，这些工厂或缺乏国际贸易经验，或缺少与最终用户接触的机会，需要通过掌握订单的中间商，批发商来进入最终市场的批发零售渠道。从耐克公司的角度来说，要将如此大量的采购（2011 年产品成本 114 亿美元）根据工厂的地理分布、产能安排、工艺水平等逐一安排订单、监控生产、验货运输需要耗费大量的人力物力，非其所长，也不符合其“轻资产战略”宗旨。这就为连接中小规模供应商和最终用户之间的中间商、批发商的发展带来了巨大空间。

港台韩等曾经的主要制鞋国 / 地区的生产也已经外移，部分当地的从业者凭借良好的供应链管理能力和与下游渠道的多年合作关系以及对消费市场的熟知，从制造商转型为中间商和批发商。而随着

3. 根据耐克公司年报披露信息，从 20 世纪 70 年代开始，耐克公司一直通过日本大型综合商社双日（“Sojitz America”）来进行进出口贸易操作，负责耐克产品在亚洲、南美等多个国家的销售，2010 年这部分销售占耐克公司销售总额的 17%。

4. 《耐克关闭在华唯一自有鞋厂》，中金在线。

5. 数据来源：NIKE INC 年报。



从耐克公司的采购体系可以看出，全球制鞋业的大致分工为：作为产业前端的品牌、设计和后端的销售渠道掌握在发达国家手中，而具体的生产环节则外包到发展中国家进行。由于前述的规模不对等等原因，前后端和中端环节的联系通常是由专业的贸易商来完成的。



产业转移，目前全球主要产能都集中在中国大陆以及东南亚、南亚等地。与欧美相比，港台韩在地理、语言、历史等方面都具有明显便利的优势。因此，目前鞋类产品的国际贸易分工中，中间商和批发商主要分布在港台韩等地。例如，中国香港是位列美国之后的全球第二大鞋类进口国/地区，占全球鞋类进口总额的8%~9%，如此大量的进口基本上全部为转口贸易，即通过香港本地的贸易商完成的。

从耐克公司的采购体系可以看出，全球制鞋业的大致分工为：作为产业前端的品牌、设计和后端的销售渠道掌握在发达国家手中，而具体的生产环节则外包到发

展中国家进行。由于前述的规模不对等等原因，前后端和中端环节的联系通常是由专业的贸易商来完成的。

风险点解析

1. 主要出口市场的风险升高

在我国鞋类产品最大的出口市场美国，其零售市场二元结构明显。四大龙头企业⁶占据45%的零售市场份额，在行业据统治地位。但更大数量的企业的规模很小，根据统计，有高达95%的企业雇员人数不足20人⁷。

对于龙头买方来说，出口企业难以直接获得其订

单，前述耐克公司即为实例。规模、地位的不同导致了上下游交易地位的不对等，处于弱势的供货商方面基本处于被动接单地位。对于中小规模买方来说，其自身经营则不断升高。近年来，受到中国、越南两大进口来源国的产品成本不断上涨影响以及网购业务的冲击，美国国内鞋类零售市场竞争越发激烈。根据统计，美国鞋类零售市场从业企业数量从2007年的12015家减少到2012年的10865万家，5年间接近10%的企业被收购或者被逐出市场⁸。

在另一个半球，随着欧债危机影响的持续，欧洲鞋企面临着严苛的零售环境和融资环境。2011年初，欧盟终止了对华鞋类16.5%的反倾销税。大量低价鞋类涌入，使得当地中低端制造企业面临更加严苛的竞争环境。因此，对于来自欧美中小规模的最终用户的订单，出口商更需留意交易对手违约的风险。例如，在拓展新买方时，应提前做好调查，确定该买方真实存在，且经营正常。若某一目标市场处于衰退期，交易对手违约风险升高，可通过投保信用保险来转嫁交易风险。

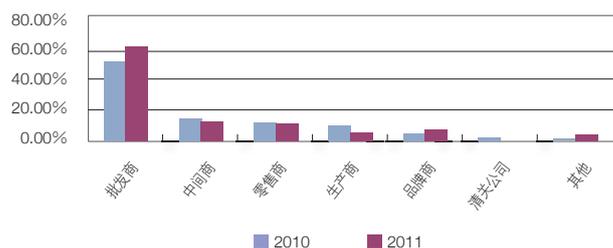
2. 交易对手以贸易商为主，自身偿债能力较弱

根据商务部资料，“中国鞋类出口量虽居世界首位，但其中的70%左右是由代理商转口到目标市场的。”我公司的统计数据对此有进一步证明：在2010年和2011年的鞋类买方中，批发商类买方均占据了半数以上份额。其次是中间商和零售商，分别占据10%~20%的份额。品牌商等类型则占比均不足10%。

由于中间环节的存在，出口企业难以直接获得最终买方的经营状况，对销售回款的把握较小。另外交易环节的拉长也增加了交易的风险。例如尽管最终买方经营、付款正常，但批发商、中间商的拖欠、破产等行为也会导致出口商货款无法顺利回收。此类买方一般雇员及资产规模极小，偿债能力极弱，甚至部分买方以离岸性质存在，一旦破产，几无可追偿性。

在与此类对手进行交易时，尽管对方可能为诸多著名品牌产品的代理或者供应商，且订单量巨大，但出口企业一定要不要忽视贸易合同的签署，明确应承担付款责任的债务人。多数情况下，实际付款人是中间商，这时出口商除了关注品牌商以外，更应关注中间商的经营状况。

图6 鞋类买方经营划分



3. 平衡规避风险与市场开拓的关系

在向风险较高的国家/地区的出口时，为了规避交易风险，出口商往往会采用保守的交易方式，例如收取一定比例预付款。但根据我公司统计数据，2009年发生的赔案中，有4.5%的交易有预付款，2010和2011年该比例上升至11.5%和24%。其中2011年度部分交易中的预付款比例高达30%甚至60%。

另外，控制货权对于出口企业来说亦非良策。由于鞋类产品价值较低，且多为贴牌产品，转卖性差，一旦发生拒收、退货等问题时，只能接受大幅降价甚至弃货的做法。例如在我公司承保业务中，很多被拒收货物在解决纠纷期间的滞港费用往往超过货值。

一方面，已有数据显示保守的交易方式并没有减少买方违约的风险。另一方面，在国际贸易中，放账交易已经是通行做法，特别在全球金融危机期间，海外买方更加倾向于采用赊销以缓解自身资金压力。因此，出口企业采用保守的交易方式开拓市场，既未能有效规避交易风险，又降低了自身产品的竞争力，未免得不偿失。反之，在信用险的风险保障下，大胆采

6. Foot Locker Inc., Collective Brands Inc., Designer Shoe Warehouse Inc., Brown Shoe Company Inc.

7. 数据来源：IBIS WORLD。

8. 数据来源：IBIS WORLD。

用放账交易甚至适度拉长放账期限，则可兼收控制风险和赢取客户之便。

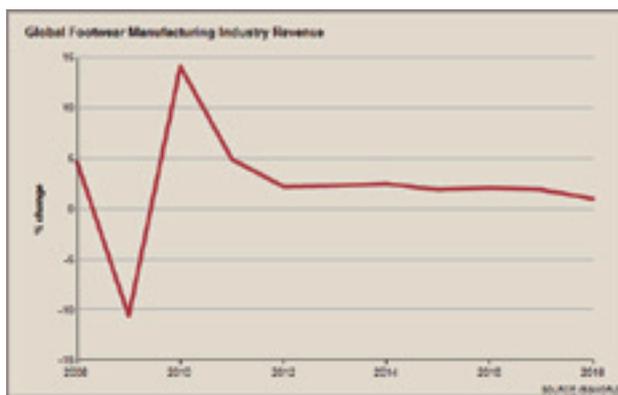
小结

鞋为人类生活的必需品，随着全球人口和 GDP 规模的增长，市场容量将稳步持续增长。根据研究机构 IBIS WORLD 预测，2007-2012 年行业收入年化增长率 2.7%，2012 年预计全球鞋类制造业总产能达 213 亿双，总收入 1229 亿美元。展望未来 5 年，预计行业将持续增长，但增长率将放缓至 2.2%，到 2017 年，行业收入将达 1367 亿美元。从目标市场看来，欧美地区人均可支配收入较高，消费量大，且本国产能所剩无几，因此进口需求量巨大。但由于其市场成熟度高，且人口增长率较低甚至为负增长，格局固化，发展潜力不大。而南美和亚洲等发展中国家，人口众多且发展速度快，目前人均消费量不高，随着这些地区经济的发展带来的可支配收入提高，后续的增长潜力不可忽视。

然而，虽然新兴市场巨大，但与传统市场相比，

潜在的风险比较高。出口商可能面临政局、经济及金融不稳定等方面的挑战，以及信用环境较差，信息获取困难等问题。根据我公司理赔统计数据，2010-2011 年间，南美地区的赔付率高居各洲之首，且远高于行业均值。因此建议出口企业在积极开拓新市场的同时，应保持充分警惕，并可叙做相应的保险安排。

图 7 2012-2017 年行业收入增长情况预测



(作者单位：中国信保出口贸易险承保部)

附表 2011 年我国鞋类产品出口企业前二十强

排名	出口企业名称	出口额 (美元)	占比
1	樟木头隆轩五金制品厂	828,332,489	1.92%
2	深圳盐田港普洛斯物流园有限公司	556,130,563	1.29%
3	中山市三乡对外加工装配服务有限	292,534,154	0.68%
4	深圳市鸿基出口监管仓库有限公司	277,226,373	0.64%
5	深圳市盐田港出口货物监管仓有限	275,126,526	0.64%
6	深圳市勤辉投资开发有限公司	254,860,534	0.59%
7	厦门思达特贸易有限公司	253,251,610	0.59%
8	东宁吉信工贸(集团)有限责任公司	229,725,380	0.53%
9	连江清禄鞋业有限公司	221,425,581	0.51%
10	厦门中信隆进出口有限公司	189,759,880	0.44%
11	厦门建发轻工有限公司	189,313,259	0.44%
12	青岛昌新鞋业有限公司	184,733,753	0.43%
13	上高裕盛工业有限公司	174,855,369	0.41%
14	海南省新立新进出口有限责任公司	170,688,961	0.40%
15	深圳和记内陆集装箱仓储有限公司	164,623,435	0.38%
16	福建顺大运动用品有限公司	157,909,029	0.37%
17	阿拉山口恒祥国际贸易有限公司	155,367,418	0.36%
18	青岛泰光制鞋有限公司	151,241,466	0.35%
19	金帝鞋业有限公司	146,740,403	0.34%
20	中山通佳鞋业有限公司	146,325,120	0.34%
合计		5,020,171,303	11.65%

【信保动态】

《中国保险报》：出口信用保险实现历史跨越

10月15日,《中国保险报》在头版头条“科学发展,辉煌成就,喜迎十八大系列报道——保险业十年”专栏中,报道了出口信用保险实现历史跨越的新闻。报道指出:全球经济一体化使中国企业在国际贸易和海外投资中的政治风险和商业风险加大。中国企业利用出口信用保险,不但有效化解了风险,而且提高了在国际市场的竞争力,出口信用保险为稳定外需和服务国家外经贸战略做出了积极的贡献。报道从超常规发展、补偿出口损失和应对国际金融危机三个方面,阐述了中国企业利用出口信用保险,不但有效化解了风险,而且提高了在国际市场的竞争力的情况。

《新闻联播》：今年出口信保承保额突破2000亿美元

10月18日,中央电视台新闻频道、综合频道《新闻联播》栏目播出了中国信保出口信用保险承保金额突破2000亿美元的重要新闻,报道指出,今年我国出口信用保险承保金额达到2047.5亿美元,同比增长27.3%,是同期外贸出口增幅的3.7倍,累计服务支持小微企业同比增长141.3%。

前三季度,出口信用保险增速大大高于同期出口增速的消息,这充分说明中国信保认真落实国务院促进外贸稳定增长的政策措施,有效发挥政策性职能,全力扩大短期出口信用保险承保规

模、加大对小微出口企业的支持力度、促进大型成套设备出口,并取得显著成效。

广东信保荣获“三农”和中小微企业金融服务劳动竞赛奖

10月19日,在中国金融工会广东工作委员会召开的“三农”和中小微企业金融服务劳动竞赛表彰大会上,中国信保广东分公司荣获广东金融工会颁发的三项奖项,其中小微企业信保易产品获“最佳金融产品”奖,珠海办事处获“优秀服务团队”奖,江门业务处王韵获“卓越服务标兵”奖。分公司总经理助理古雯出席表彰大会并代表分公司接受了颁奖。

河北省政府将信用保险列入加强进口促进对外贸易平衡发展实施意见

为贯彻落实国务院《关于加强进口促进对外贸易平衡发展的指导意见》精神,日前,河北省人民政府印发了《河北省人民政府关于加强进口促进对外贸易平衡发展的实施意见》(以下简称《意见》)。《意见》中专门以“完善进口信用保险服务”为题,要求“创新进口信用保险业务,利用进口(保理)保险产品,帮助进口开证额度和有效担保不足的企业解决融资难的问题。探索以进口信用保险为进口企业增加信用,扩大银行授信额度,支持其以赊购方式与国外供应商进行交易”。

《意见》的出台,对河北分公司在当地探索开展进口信用保险业务、进一步发挥政策性职能、促进河北外贸平衡发展创造了有利的政策环境。

【出口预警】

加拿大将终止对华碳钢管配件征收反倾销税

11月1日,加拿大国际贸易法庭发布公告,由于无利害关系方提出申请,决定不对原产于中国的碳钢管配件进行反倾销日落复审,因此,现行对涉案产品的反倾销措施将于2013年7月14日终止。

2003年1月2日,加拿大边境服务署对原产于中国的碳钢管配件进行反倾销立案调查。涉案产品海关编码为73079999.1和73079999.19。2003年6月12日,加拿大对本案作出终裁,对中国涉案产品征收50%~153%的反倾销税。2008年7月15日,加拿大国际贸易法庭经过调查决定,继续对原产于中国的碳钢管配件征收反倾销税。

2012年9月11日,加拿大国际贸易法庭发布公告,2008年7月15日作出的对原产于中国的碳钢管配件继续征税令即将于2013年7月14日到期,到期前若无国内利害关系方提出日落复审申请,将取消对涉案产品的反倾销措施。

墨西哥对中国产无缝钢管作出反倾销期中复审初裁

近日,墨西哥经济部国际贸易惯例总局函告中国驻墨西哥使馆经商参赞处,称其已对中国产无缝钢管反倾销案作出复审初裁,决定继续对原产自中国的无缝钢管进行复审行政程序,并按照以下方式征收临时反倾销税:对于价格低于每公吨2317美元的,征收海关进口单价与此参考价之间的差价;征收差价价值不得超过1252美元/公吨。涉案产品海关编码为73041902、73041999、73043906、73043999。

各利害关系方提交评论意见和证据的截止日期为2012年11月29日14:00。

美国对华晶体硅光伏电池作出反倾销和反补贴产业损害终裁

11月7日,美国国际贸易委员会发布公告,对原产于中国的晶体硅光伏电池作出反倾销和反补贴产业损害终裁,裁定涉案产品的倾销行为和补贴行为对美国国内产业造成了实质性损害。根据该肯定性裁决,美国商务部将对涉案产品发布反倾销和反补贴征税令。

2011年11月8日,美国商务部对原产于中国的晶体硅光伏电池(无论是否组装入模块)进行反倾销立案调查。涉案产品海关编码为85016100.00、85072080、85414060.20、85414060.30。2012年10月10日,美国商务部作出终裁,裁定对中国涉案企业征收18.32%~249.96%的反倾销税,14.78%~15.97%的反补贴税。

欧盟对华晶体硅光伏组件及关键零部件进行反补贴调查

11月8日,应欧洲光伏产业联盟EUProSun的申请,欧盟对原产于中国的晶体硅光伏组件及关键零部件进行反补贴立案调查。涉案产品在欧盟合并关税编码ex38180010、ex85013100、ex85013200、ex85013300、ex85013400、ex85016120、ex85016180、ex85016200、ex85016300、ex85016400、ex85414090下。这是欧盟2012年以来的第三起对华反补贴调查。

欧盟已在2012年9月6日对原产于中国的晶体硅光伏组件及关键零部件进行反倾销立案调查。



服务网络

第一营业部

地址：北京市西城区丰汇园 11 号
丰汇时代大厦
邮编：100033
电话：(010) 66582692
邮箱：yy@sinosure.com.cn

第二营业部

地址：北京市西城区阜成门外大街 22 号
外经贸大厦 16 层
邮编：100037
电话：(010) 66582387
邮箱：ii-dept@sinosure.com.cn

第三营业部

地址：北京市西城区阜成门外大街 22 号
外经贸大厦 16 层
邮编：100037
电话：(010) 66582583
邮箱：dsyyb@sinosure.com.cn

第四营业部

地址：北京市西城区阜成门外大街 22 号
外经贸大厦 16 层
邮编：100037
电话：(010) 66582605
邮箱：beijing@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：河北省石家庄市联盟路 707 号
中化大厦 11 层
邮编：050061
电话：(0311) 85518269
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

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：杭州市延安路 528 号
标力大厦 B 楼 25 层
邮编：310006
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) 2681855
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：厦门市鹭江道 8 号
国际银行大厦 32 层
邮编：361001
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：zhengzhou@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) 3512856
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) 59508888
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：重庆市渝中区青年路 38 号
重庆国际贸易中心 A 栋 2706 室
邮编：400010
电话：(023) 63107196
邮箱：chongqing@sinosure.com.cn

分担出口风险 保障收汇安全



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

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