

信用管理

CREDIT MANAGEMENT

2014 年
第 **11** 期
总第 131 期

助力中小企业成长专辑



中国信保助力云南卡蒙特服装出口加工

履行政策性职能 服务开放型经济

党中央、国务院提出构建开放型经济新体制，实施新一轮对外开放。在这一国家战略实施中，政策性出口信用保险将扮演何种角色？能够发挥哪些作用？带着这些问题，记者采访了我国政策性出口信用保险机构——中国出口信用保险公司罗熹总经理。

中国信保积极落实国家政策 为小微出口企业护航

中国信保发挥专业优势，着力打造小微企业专属服务平台，推广便捷高效的在线服务，简化投保和理赔手续，帮助小微企业化解海外市场风险，增强国际竞争力。1-11 月，中国信保累计支持小微企业实现出口 412.9 亿美元，政策性出口信用保险服务小微企业取得积极成效。

广东：专业化服务助力中小企业快速 成长

中国信保中山办事处通过专业化的服务，协助广东乐心建立和完善风险控制体系，使企业可以放心大胆地在海外进军新市场，业务覆盖范围扩展到北美、南美、澳洲、中东等全球市场，出口规模从 2009 年的 1100 万美元迅速增长到 2013 年的 6000 万美元，年均增长超过 50%。



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

2014年11月 / 总第131期

Contents

本刊特稿 / Special Report

01 履行政策性职能 服务开放型经济

——访中国出口信用保险公司总经理罗熹

助力中小企业成长专辑 / Aissiting SMEs

08 中国信保积极落实国家政策 为小微出口企业护航

11 广东：专业化服务 助力中小企业快速成长

14 上海：信用保险助力开能环保 实现国际业务高歌猛进

16 深圳惠科：携手中国信保 共创企业辉煌

——惠科电子（深圳）有限公司的信用保险之路

19 江苏：高端电气的三个海外发展战略

21 四川：借力中国信保 福华通达实现跨越式发展

23 河北华通线缆：携手中国信保 开拓国际市场

25 重庆：出口信用保险助中小企业打开海外市场

26 天津：与天服三悦合作的十年

28 河南南阳二机：借力信保 扬帆海外

29 安徽：信保保驾护航 企业扬帆远航

资讯速览 / News Scanning

31 出口预警

32 信保动态

履行政策性职能

服务开放型经济

——访中国出口信用保险公司总经理罗熹

导语

十八届三中全会以来，党中央、国务院提出构建开放型经济新体制，实施新一轮对外开放。在这一国家战略实施中，政策性出口信用保险将扮演何种角色？能够发挥哪些作用？带着这些问题，记者专程采访了我国政策性出口信用保险机构——中国出口信用保险公司罗熹总经理。

记者：十八届三中全会提出构建开放型经济新体制。在这一国家战略实施中，中国信保作为国家政策性出口信用保险机构是如何自我定位的？采取了哪些落实措施？

罗熹：十八届三中全会提出构建开放型经济新体制，推动新一轮对外开放，加快培育国际竞争新优势。在这一国家战略实施中，出口作为传统的拉动经济增长的“三驾马车”之一，被赋予了新的重大历史使命。出口的稳定增长和转型升级对于优化我国开放结构，提高开放质量，形成内外联动、互利共赢、安全高效的开放型经济体系具有非常重要的意义。放眼全球，世界贸易自由化进程加快，国际贸易金融规则的深度调整，新的

地缘战略格局的形成，都为我国的外经贸发展提供了新的战略机遇。同时，随着参与国际经济合作的程度不断深入，我国外向型企业也面临诸多风险挑战：部分国家和地区局势持续动荡，导致地缘政治风险加剧；发达经济体复苏缓慢，新兴经济体发展面临新的困难；贸易保护主义依然盛行，国际竞争更加激烈等等。在挑战和机遇并存的大背景下，有效维护国家和企业的海外利益，促进我国外经贸转型升级，为我国构建开放型经济新体制提供必要支持和安全保障，是中国信保作为国家政策性出口信用保险机构义不容辞的责任和义务。

2013年以来，中国信保按照

国务院的要求，不断深化体制改革，按照新的公司章程，建立健全具有政策性金融机构特征的公司治理结构，调整优化公司组织架构和资源配置，进一步强化了政策性职能定位，为更好地服务国家开放型经济建设奠定了良好的体制基础。在加强顶层设计的同时，中国信保大胆创新，积极承保，抓住三个“着力点”，努力为开放型经济建设打造海外“安全网”。一是着力提升政策性保险服务水平，升级完善中长期出口信用保险、海外投资保险、短期出口信用保险等产品服务，全面满足企业商品、产能、资本、劳务输出，以及服务贸易等海外经营活动的风险控制需求。二是着

中国信保愿意与“走出去”企业携手共进，着力帮助企业在新一轮对外开放中抢抓发展机遇，实现从利用成本优势向形成品牌、技术和服务优势转变，从扩大规模向提升质量效益转变。

力扩大政策性出口信用保险覆盖面。在现有的业务基础上，进一步加大对中西部地区出口、小微企业出口以及服务贸易的承保力度，并通过在海外设立机构，加大对境外中资企业风险防范需求的响应力度。三是着力引导企业在信用保险的支持下实现转型发展，通过优化承保条件、提供融资便利、推行理赔绿色通道等举措，支持企业的产品结构和出口结构升级调整。

通过上述几方面努力，2014年1-8月，中国信保实现承保规模2915亿美元，同比增长18%，在国家经济下行压力增大的形势下，有效增强了保障国家经济安全、促进经济增长的能力。

记者：十八大以来，中国以“一带一路”、“互联互通”为主体的海外经济发展战略正在悄然形成。中资企业海外发展面临广阔前景。中国信保如何帮助企业更好地把握国家政策机遇，实现安全出海？

罗熹：国家出台的一系列“走出去”支持政策，为进一步提升我国对外开放水平、扩展国际经济技术合作提供了广阔空间。中国信保愿意与“走出去”企业携手共进，着力帮助企业在新一轮对外开放中

抢抓发展机遇，实现从利用成本优势向形成品牌、技术和服务优势转变，从扩大规模向提升质量效益转变。

2014年以来，中国信保积极参与构建“一带一路”、“互联互通”、自贸合作等海外经济新格局，制定了相应的倾向性承保措施，并有针对性地推出了中长期出口信用保险小额承保模式等全新风险保障方案，得到了外向型企业的肯定和欢迎。2014年1-8月，中国信保对“一带一路”区域国家的承保规模达到637亿美元，同比增长12.8%。为了强化国家出口信用保险政策的导向作用，中国信保进一步明确提出了以下支持方向：一是将“一带一路”沿线国家作为重点支持国别，支持企业向这些国家出口大型成套设备、开展对外承包工程，推动中国品牌、中国技术和中国标准“走出去”。二是以“孟中印缅、中巴经济走廊”为基线辐射周边，鼓励支持我国企业参与周边国家通讯、交通、电力等基础设施建设，积极承保中国企业出口的输变电、光纤信息传输网络、宽带网、电信设备等项目。三是加大政策性出口信用保险对民营企业、中小企业“走出去”的支持力度，通过为境外经贸合作区入园企业统

一提供保险服务等方式，鼓励民间投资主体积极参与区域经济合作。此外，中国信保还积极探索政策性出口信用保险在自贸区合作框架下的运作模式，开展业务创新，研究支持政策，为促进区域经济合作、寻找新的出口增长动力提供有力支持。

未来，中国信保将采取更为积极的海外市场开发策略，主动“走出去”，以外国政府、金融机构和主要企业为合作对象，通过将服务前移，推动建立重大国际合作



项目融资保险服务平台以及符合中国利益的资源类投资风险保障咨询服务平台。与此同时，我们还将和产品升级、保后管理、国别和行业风险研究、追偿技术等方面采取多项举措，有效提高政策性信用保险业务的承保能力和产品适用性。

记者：中国的装备、企业和货币“走出去”的步伐正不断加快，请具体介绍一下中国信保在这一过程中是如何提供服务的？

罗熹：近年来，中国企业在习近平总书记出访中亚、东南亚、欧洲和拉美国家期间，同有关国家签署了一系列经贸大单。从中可以看出，我国企业“走出去”项目的数量、质量、结构和效果都比以往有了显著提升。作为国家政策性出口信用保险的提供机构，中国信保始终坚持“以政策为依据，以市场为导向，以客户为中心”的经营理念，紧跟企业步伐，结合企业在海外遇到的新问题、新风险，不断改进产品，提升服务。

中长期出口信用保险、海外投资保险和短期特险，是中国信保支持我国企业“走出去”和资本输出的拳头产品，专门承保企业在设备出口、项目承建和资本输出过程中，遭遇的政治风险和商业风险。我国出口企业的项目执行和海外投资能力与欧美企业相比有一定差距，仍处于经验积累的关键时期，而这三个险种在支持中国出口企业抢占海外市场、推行中国标准、提升海外竞争力方面成效显著。



2014年7月全线通车的土耳其安—伊高速铁路，就是体现中长期出口信用保险政策性作用的一个典型案例。中国信保为该项目提供了约2.7亿美元的买方出口信贷保险服务以及令土方满意的融资方案，在业主资金困难的情况下，帮助中资企业签下了商务合同并顺利执行完工。该项目不仅是中国企业在欧洲的第一单高铁生意，也成为中土建交40年来最大的工程合作项目，对土耳其乃至整个区域的人员流动、物流和经济发展产生了重要影响。

再举一个海外投资保险的案例。中国信保近期为河南一家纺织企业在乌兹别克斯坦的收购项目提供了风险保障服务，解除了企业对东道国政治风险的后顾之忧。通过在乌设厂，该公司以目前国内最先进的纺纱技术为依托，生产高品质棉纱，出口至中国及俄罗斯，达到了充分利用境外资源优势、输出优势产能的目的，使产品结构得到优化，同时避免了国内行业竞争的不利因素。

近年来，中国信保以短期特险和中长期出口信用保险为主打产品，主动支持国家船舶工业调整振兴，为船厂在建设期内的成本投入提供风险保障和融资安排，帮助众多船舶企业顺利度过国际金融危机后的“寒冬”。中远船务就是受益企业之一。在中国信保的多年支持下，该船厂承接了多座自升式、半潜式钻井平台订单，并成功推出多款自主设计的钻井平台，实现了

从修船到建造高端海工装备的华丽转身。

近五年来，上述三项业务发展迅速，2014年1—8月，中国信保中长期出口信用保险的承保规模为73亿美元，接近2009年全年的承保规模；海外投资保险承保规模为208亿美元，是2009年全年承保规模的4.3倍；短期特险的承保规模达170亿美元，为2009年全年

承保规模的2.1倍。承保项目广泛分布在亚洲、非洲、拉丁美洲、欧洲，承保领域主要涉及电力、交通运输、电信、矿产能源、船舶等十余个行业。

记者：近年来，国家一直将“稳增长”作为促进外贸发展政策的重要着力点。上半年出台的《国务院办公厅关于外贸稳定增长的若干意



见》再次要求“扩大出口信用保险覆盖面”。中国信保是如何落实国家有关政策的？

罗熹：短期出口信用保险是中国信保支持一般贸易出口、落实国家稳定外贸增长政策的重要保险产品。中国信保根据国家的有关要求，以稳定外贸增长、促进出口结构调整、培育外贸竞争新优势为立足点，努力扩大短期出口信用保险覆盖面。

一是助推小微出口企业发展壮大。中国信保设计了提供基本保障的“小微企业信保易”、提供全面风险保障的“中小企业保单”和满足小微企业个性化风险管理需求的“综合保险保单”三个产品。根据我们对2万余家投保的小微企业的测算，2013年，这些小微企业平均出口增幅12.8%，高于同期全国平均出口增速4.9个百分点。2014年1-8月，中国信保累计支持2.7万家小微企业实现出口320亿美元，向小微企业支付赔款6492万美元。

二是支持国家重点行业提升国际竞争力。例如，2014年以来，中国信保将阿尔及利亚、俄罗斯、巴西等34个国家作为整车行业重点市场，制定了有针对性的承保举措。截至目前，陕西重汽、奇瑞等多家自主品牌企业在中国信保支持下出口阿尔及利亚的整车金额已超过16亿美元。2014年1-8月，中国信保在短期出口信用保险项下，对机电产品、高新技术、纺织等国家重点支持行业出口的承保规

模达1824亿美元，占同期短期出口信用保险承保规模的77.8%。

三是支持出口企业开拓国际业务。2014年1-8月，中国信保在短期出口信用保险项下，对企业出口新兴市场、长账期赊销等高风险业务的承保规模达1877亿美元，占短期出口信用保险承保规模的80.1%。乌克兰局势发生动荡以来，目前有数十家投保企业向中国信保通报了可能损失，已有35家企业享受了中国信保的理赔绿色通道服务，共计获得赔款达到1008万美元。

从业绩数字看，2014年在我国经济增长形势严峻的背景下，出口企业信用保险受益面继续扩大。截至8月末，中国信保短期出口信用保险承保规模同比增长19.4%，服务支持客户4.3万家，同比增长11.7%，为防风险、稳增长、保就业做出了积极贡献。

记者：当前，“融资难、融资贵”已经成为我国外贸企业和海外投资企业普遍面临的难题，对我国外经贸发展造成了一定不利影响。政策性出口信用保险在支持企业融资方面都有哪些做法？

罗熹：中国信保通过开发信用保险保单的融资功能，为企业开辟了一条获得银行融资的新途径，受到企业和银行的广泛认可和欢迎。2014年1-8月，中国信保帮助企业获得银行融资1680亿元人民币。截至目前，中国信保累计帮助企业获得银行融资近2万亿元人民币，

合作银行累计达190家，全面合作银行51家。

概括来说，信用保险项下的融资主要有三种模式：一是出口企业在中国信保投保并将赔款权益转让给银行后，银行向其提供融资；二是出口企业在中国信保投保并将保险单项下形成的应收账款转让与银行，银行向其提供融资；三是由银行作为投保人和被保险人，将其持有的债权直接向中国信保进行投保。

对于从事一般贸易出口的企业，利用“融资+保险”的模式，可以有效缓解融资难题。例如，甘肃的一家苹果出口企业找到中国信保。他们想接一笔泰国订单，但如果同意买家延期90天付款，他们将没有资金囤积鲜果。这一难题在投保短期出口信用保险之后迎刃而解，企业凭借保单获得贷款，既拿下了订单，又收购了苹果。两年多来，这家企业已经通过中国信保获得融资超过1600万美元，新建了16个冷库，一跃成为当地农产品龙头企业。

对于“走出去”企业来说，出口信用保险已经成为带动出口买方信贷的重要工具。中国信保作为以国家财政、国家信用为后盾的政策性出口信用机构，介入项目投标过程，有利于企业获得外国政府、企业、业主和银行的信任，进而成功开拓海外市场。中国信保为斯里兰卡汉班托塔港口项目的一期和二期建设提供了中长期出口信用保险服务，并有力地推动了项目的融资进

未来，中国信保将坚持“以政策为依据、以市场为导向、以客户为中心”的经营理念，加强在信用保险专业领域的精耕细作，通过提高技术水平、强化客户服务，进一步提高政策履职能力和水平。

程。目前，项目二期建设正在进行中，合同金额 8.08 亿美元。汉班托塔港建成后将有力推动中斯“海上丝绸之路”的建设。

记者：自 2013 年中国人保获准试点开展短期出口信用保险业务以来，目前已有四家商业性保险公司进入这一领域。您如何看待短期出口信用保险的市场开放？这对中国信保有何影响？

罗熹：增加短期出口信用保险经营主体，是国家扩大出口信用保险规模和覆盖面、支持外贸稳定增长的措施安排。2008 年金融危机以来，国务院将国际通行的出口信用保险工具作为稳定外贸增长的重要措施之一。在此背景下，中国信保迎难而上，全力支持外贸出口，2009 年至 2013 年通过短期出口信用保险支持的出口规模连续超越 900、1500、2000、2700、3000 亿美元。正是金融危机背景下中国信保在稳定外贸增长方面的显著成效，使政府部门决定更好地发挥出口信用保险的积极作用，也包括稳步推进商业保险公司试点经营短期出口信用保险业务。

从 2014 年上半年的经营情况来看，中国信保的短期出口信用保险承保规模达到 1814 亿美元，占整个短期出口信用保险市场的份额为 96.7%。尽管商业机构已经开始

试点承保，但中国信保在未来相当长的时间内，仍将是短期出口信用保险业务的主体和主导，并发挥重要的政策引导作用。一方面，结合当前的国际环境和我国外贸发展形势来看，短期出口信用保险仍然具有较强的政策性属性，对于稳定我国外贸增长具有重要意义，商业保险公司尚无能力满足企业的全部投保需求。另一方面，国际经验已经多次证明，在国际政治经济风险居于高位时，商业机构往往会出于对利润的考虑，退出信用保险市场或抬高投保门槛；而政策性机构由于不以盈利为目的，仍将是企业保障海外经济利益的首要选择。

2009 年至今，中国信保累计实现承保金额超过 16000 亿美元，是公司正式成立后前七年（2002—2008 年）累计承保金额的 9 倍。截至 2014 年 8 月，中国信保出口信用保险的承保规模占我国出口总额的比重达到 16.3%，是 2008 年的 5.4 倍，占我国一般贸易出口的比重达到 31.3%，比 2008 年提高了 24.7 个百分点。未来，中国信保将坚持“以政策为依据、以市场为导向、以客户为中心”的经营理念，加强在信用保险专业领域的精耕细作，通过提高技术水平、强化客户服务，进一步提高政策履职能力和水平。

记者：中国信保是一家政策性金融机构，但也实行市场化运作、商业化管理。中国信保在提升内部管理水平方面，准备采取哪些措施？

罗熹：作为国家政策性出口信用保险机构，中国信保的业务有“政策性、专业性、国际化、信息化”四大特点。这些特点对中国信保管理的规范化、精细化程度提出了更高要求。在未来的发展中，中国信保将认真贯彻落实党的十八大、十八届三中全会和中央经济工作会议精神，继续全面深化公司体制机制改革，稳中求进，优化结构，完善机制，控制风险，全面提升基础管理水平。

8 月 13 日，国务院发布了《关于加快发展现代保险服务业的若干意见》（新“国十条”），这是国家着眼于经济社会发展全局做出的重要战略部署。当前，我国经济运行呈现“新常态”，迫切需要加快现代保险服务业发展，释放保险服务业在创新社会治理方式、保障社会稳定运行中的积极作用，为经济社会提供有效的风险管理和保障。新“国十条”中，将信用保险作为拓展保险服务功能、促进经济提质增效升级的重要政策措施，比如，提出“要着力发挥出口信用保险促进外贸稳定增长和转型升级的作用”、“加快发展境外投资保险”、“加快发展小微企业信用保险和贷款保证保险”等等。这些要求专门针对信用保险，明确直接，掷地有声。



未来，中国信保将增强工作的主动性，自觉把相关要求贯穿到实际工作中，确保国家的政策措施全面落实：

一是在公司治理方面，适应政策性金融机构发展的需要，进一步建立健全公司治理架构，理顺政策性金融机构的体制机制，落实公司章程，加强制度建设，完善授权管理，形成科学有效的运行机制。二是在风险管理方面，中国信保将贯彻“稳健、审慎、合规、全面”的风险管理理念，进一步完善风险管理及内部控制体系，加强业务风险管理、资金运用风险管理和操作风险管

理。三是在客户服务方面，中国信保将秉持“专业创造价值，服务成就客户”的理念，加强客服团队建设，增强客户服务的前延性、时效性和有效性，为客户提供优质增值服务。四是在产品管理方面，加快创新，推进各升级产品的投入使用，推进费率体系建设，开发多种产品组合，创新承保方式，提高政策性出口信用保险对市场需求的响应效率。五是在信息化运营方面，将加快科技信息系统改造工作，进一步推进业务流程优化项目，加大数据库和信息库的建设力度，有效提升服务和运营的质量和效率。六是在企业文化建设方

面，我们将以“履行政策性职能，服务开放型经济”为公司使命，以“做国家信任、客户信赖、国际一流的专业信用保险机构”为公司愿景，以“责任、诚信、专业、创新”为核心价值观，为实现信用保险事业的持续发展、充分履行政策性职能提供有效保证。

作为政策性出口信用保险机构，中国信保将充分发挥自身优势，坚持科学管理和稳健发展，为我国企业提供持续有力的信用保险支持，为稳定我国对外出口和投资、维护国家经济安全、提高企业国际竞争力、促进开放型经济发展做出应有的贡献。

编者按：

中小企业是我国国民经济和社会发展的力量，促进中小企业发展，是保持国民经济平稳较快发展的重要基础，是关系民生和社会稳定的重大战略任务。为促进中小企业发展，国家先后出台一系列相关政策措施，加大财税、信贷等扶持力度，改善中小企业经营环境，加速中小企业成长。中国信保作为政策性金融机构，充分发挥专业优势，通过一系列便捷高效的服务，帮助广大中小企业加强风险管理，转变经营思路，开拓海外市场，增强国际竞争力。本期《信用管理》推出“助力中小企业成长专辑”，介绍中国信保的相关服务及案例，让更多的中小企业能够了解并充分利用出口信用保险这一政策性金融工具，激发潜能，加快发展。

中国信保积极落实国家政策 为小微出口企业护航

● 文 | 本刊编辑部

2014年以来，中国信保进一步发挥专业优势，着力打造小微企业专属服务平台，推广便捷高效的在线服务，简化投保和理赔手续，帮助小微企业化解海外市场风险，增强国际竞争力，抢抓海外订单，扩大市场份额。1-11月，中国信保累计支持3.19万家小微企业实现出口412.9亿美元，帮助小微出口企业获得融资183.3亿元人民币，向小微企业支付赔款9979.5万美元，政策性出口信用保险服务小微企业取得积极成效。

小微企业专属产品受青睐

小微出口企业虽然规模小，但数量庞大，对促进我国经济社会发展、稳定就业至关重要。2014年国务院多次发布支持小微企业的政策措施，中国信保积极落实国家决策部署，针对小微企业海外经贸活动经验不足、资金短缺、风险管控能力弱等短板，鼓励企业利用信用保险，积极采用赊销、承兑交单、付款交单等信用结算方式，进一步加大对30天至180天信用销售支持力度，

有效提高小微企业国际竞争力。

“小微企业信保易”是中国信保专门为小微企业设计的提供基本风险保障的信用保险产品，可以为年出口额在300万美元以下的小微企业提供16种不同等级的风险保障。2013年，使用该产品的小微企业平均出口增幅12.8%，高于同期全国平均出口增速4.9个百分点，充分发挥了政策性出口信用保险在防范风险、稳定就业、支持实体经济发展方面的重要作用。

云南蒙自的一家商贸公司从2010年开始出口当地特产甜石榴，然而由于风险和资金的问题，始终无法做大，年出口额一直徘徊在150万美元左右，2013年初在商务部门的推荐下，该公司结识了中国信保并开始合作，当年出口额突破1400万美元，海外客户从2家增长到10余家，并开拓了马来西亚、菲律宾等6个国家的市场。

为使更多小微出口企业享受到国家出口信用保险政策，2014年以来，中国信保与各地政府和商协会联手，在全国26个省市建立了90个小微出口企业统一投保服务平台；并在上海、深圳等地积极采取“政府+外贸公司+信保公司”的方式，为小微企业搭

建综合性金融服务平台，已为上千家小微企业提供了风险保障。

开辟小微企业融资新渠道

利用信用保险的保单帮助企业获得银行融资，是中国信保一项成熟的金融服务。为了帮助小微出口企业有效应对融资难、融资贵问题，中国信保2014年进一步加大与银行的合作力度，在江苏、广东、辽宁、宁波、天津、厦门等6个省市与招商银行、民生银行、宁波银行等5家银行在“小微企业信保易”项下开展了业务合作，为小微企业获得银行融资开辟了新渠道。2014年1-11月，中国信保帮助小微出口企业获得融资183.3亿元人民币。

在投保出口信用保险后，企

业只需抵押中国信保承保的应收账款或将保单赔款权益转让给银行，就可便捷地获得银行低息贷款。中国信保的政策性地位可以有效提升小微出口企业在银行的信用等级，扩大授信额度，一方面帮助企业获得必要的流动资金，实现大规模集中出运，另一方面也可以解决由于大规模采购、设备更新等原因造成的资金短缺难题。

云南一家出口果蔬的小微企业在2011年还是一家出口额仅100万美元的小公司，经过三年与中国信保的合作，实现了“销售—投保—融资”滚动式运作，并逐步发展壮大，目前已成为带动当地出口创汇、改善农户工作生活的省级优秀农产品龙头企业。2011年至今，该公司利用





出口信用保险累计获得的融资金额已超过 7000 万元人民币。

快速理赔保障企业经营安全

小微出口企业家小底薄，一笔出口未收汇即可能影响企业的经营安全，因此，中国信保 2014 年将提高理赔追偿响应速度和效率作为改进小微出口企业服务的重要工作，并取得了良好成效。

松云商贸是重庆市一家以工业配套机械设备及工业原料为主营产品的小微企业。2013 年 1 月，该公司与圭亚那买家签署了水泥生产线出口合同。2014 年 3 月，项目买家在付款期届满前，突然提出无理要求，并随后抛出各种毫无根据的理由，企图拖欠尾款。

毫无准备的松云商贸顿时措手不及，在巨大的资金压力下，其他几个项目不仅停滞下来，还面临彻底流产的危险；同时，欠款带来的巨大融资成本，也让企业喘不过气来。中国信保在接到企业报案后，迅速勘察案情，高效处理企业的索赔材料，及时向企业支付赔款约 152 万美元，使该公司避免了破产的厄运。

为了进一步缓解企业资金压力，中国信保 2014 年还推出了小额案件在线索赔系统上线，并全面推行 10 万美元以下小额案件“简易勘查、快速理赔”服务措施，有效提高了小额案件理赔追偿处理效率。2014 年 1-11 月，中国信保累计向小微企业支付赔款 9979.5 万美元。

为小微企业提供全面风险保障

据中国信保有关负责人介绍，中国信保为小微出口企业的服务体现在“事前一事中一事事后”三个方面：在出口前，通过海外买方资信调查，帮助企业筛选优质买家；在出口过程中，通过发布风险预警、提供行业分析，帮助企业及时发现风险线索，控制出运节奏，避免发生损失。在出险之后，中国信保在理赔的同时，还会积极帮助企业与海外买家斡旋谈判，积极追回货款。

北京通州一家年出口额 20 万美元的小微企业在 2014 年年初遭遇了美国客户的恶意拖欠，货款金额约 6400 美元。2014 年 5 月，在接到该企业的索赔申请后，中国信保第一时间开展案件的追讨工作。起先，买方谎称已经向企业支付货款，但中国信保核查后发现并无此事，因此向买方发出严正警告：如拒不还款，日后从中国进口将无法获得中国信保的信用额度支持。在中国信保专业和高压的追讨下，买方最终于 6 月份全额支付所欠的货款，小微出口企业因此没有受到任何损失。

据了解，未来中国信保还将继续加强针对小微企业的在线服务，便利小微企业足不出户实现投保和业务操作，并通过线上线下相结合的方式，向投保的小微企业发布风险提示等措施，进一步提高对小微出口企业的服务水平。



广东：专业化服务

助力中小企业快速成长

● 文 | 范莉洁

广东乐心医疗电子股份有限公司（以下简称“广东乐心”）成立于2002年，创立初期主要经营电子秤贴牌出口业务，经过12年的高速发展，目前已成长为一家长家用医疗健康电子产品研发、生产和销售，智能健康云平台研发与运营于一身的高科技企业，产品涵盖电子健康秤（包括电子体重秤、电子厨房秤）、脂肪测量仪、电子血压计、可穿戴运动手环等各类家用医疗健康电子产品。

2009年，中国信保广东分公司中山办事处与广东乐心初步接触，彼时的广东乐心正经历着创业以来最大的危机：受2008年金融危机影响，其之前最大的客户某香港中间商携款潜逃，广东乐心损失了几百万人民币，而且更深远的影响是广东乐心再也不敢接赊销订单。虽然之前通过该中间商采购的德国最终买家又直接给广东乐心下单，但由于要赊销60天，广东乐心不敢答应买家

要求，订单严重不足。中山办获悉此事后，迅速为广东乐心评估并批复了此德国买家200万美元的限额，解除广东乐心的后顾之忧，并借此与广东乐心开展全面合作。正式合作之后，中山办通过专业化的服务，协助广东乐心建立和完善风险控制体系，从而使企业可以放心大胆地在海外进军新市场、拓展新客户，业务覆盖范围由原来的欧洲市场扩展到北美、南美、澳洲、中东等全球

市场，出口规模也从 2009 年的 1100 万美元迅速增长到 2013 年的 6000 万美元，年均增长超过 50%，成为中山市近几年来高速增长的一颗耀眼明星。

总结中国信保与广东乐心的合作，是我们帮助企业抢抓订单、开拓新市场、金融危机下转型升级、提升风控能力的典型例证。

一、通过数据库平台评估买家，抢抓新订单

在中国信保与广东乐心合作的过程中，中国信保积极利用庞大的买家数据库资源评估买家风险，可以在第一时间为广东乐心提供销售业务决策支持。中国信

保能够在广东乐心与新买家接触阶段就提供买家资信情况、买家在中国采购情况以及能够支持的额度等信息。广东乐心根据这些信息，能够迅速做出决策，在谈判中争取主动，在竞争中占据先机。最近的一个例子发生在 2013 年秋季广交会，广交会期间，广东乐心的业务经理接触到一个新客户，预计年采购量超过 500 万美元，但是要求 90 天账期，并且有多个下单主体，乐心希望能够了解买家各个主体的“实力”如何、是否有这么大的采购能力、各个主体之间的关联关系、资信状况等问题。我们收到广东乐心在广交会上发过来的短信后，迅速进行信息查询，从现有的数据

库中了解到该买家成立的时间较久，有多个自有品牌，有一定的实力，建议在签订年度采购计划的前提下同意买家的账期要求，同时挑出了其中实力最强的主体，建议广东乐心与其签订合同。收到建议之后，广东乐心主动与买家沟通，迅速答应了买家的合作条件，抢下此订单。经过一年的发展，该买家已成为乐心第 5 大客户。

二、帮助广东乐心分类管理客户，开发重点买家

广东乐心的产品特性决定了其订单多而散，合作的几年间，其买家由原来的 30 多个增长到 200 多个。中国信保根据



通过保单体检对整个贸易流程各个节点进行梳理，建立风险管理系统，并制定相应的机制进行风险控制，改变过去由业务同事各自管理买家的状态。

买家资信报告反映的注册信息、财务信息甚至诉讼记录、抵押记录以及历史合作情况等信息，对买家进行分类评估，将买家分成稳定型大买家、培育型买家、一般型买家和放弃型买家等4类，针对不同类型的买家采用不同的策略。与此同时，在结算方式上中国信保也给出第三方建议，例如，对于国际大买家给予额度支持，建议其可以通过延长账期的方式稳定与买家之间的关系；对于增长较快、潜力较大的买家定期提供买家的动态信息，建议其提供比竞争对手优越的交易条件赢得订单；对于交易量不大且成长空间有限的买家给予自行掌握额度，提升决策效率；对于一年只有一两个订单的买家直接采用预付款交易或者直接放弃。现在，广东乐心接近70%的业务都来自于前几大客户。通过买家分级管理的方法，在业务开发上做到有的放矢，有利于整个企业的发展。

三、提供模拟理赔服务，规范贸易单证

在合作初期，广东乐心与众多投保企业一样最关心的是出了险能否获得赔付，贸易单证

是否符合中国信保的要求。为了消除客户的疑虑，在没有赔付的情况下，中国信保安排专业的理赔专员到企业进行模拟理赔，分别审查了美洲、亚洲和欧洲三个重点区域重点买家贸易单证的完整性和贸易合同的规范性。后续还安排了《贸易合同风险及防范》和《理赔流程要点分析》等培训，帮助客户完善贸易合同和理清理赔流程的各个节点，增强业务同事和单证同事的风险意识。通过专业的模拟理赔服务，广东乐心逐渐改进原来不规范的操作，如买家名称采用简写、交易方式不列明在合同中、PI不回答等，逐步形成标准、规范的合同订单，并由专人进行单证管理。规范化的贸易单证管理，有效避免了潜在的业务风险，促进海外业务安全稳健持续地发展。

四、提供保单体检服务，协助完善风控体系

在企业高速发展的过程中，若内部管理和风控体系不能同步跟上，可能会出现严重的风控管理漏洞。因此，合作以来，中国信保安排了多次关于信保操作流程和风险管理等方面的培训。通过保单体检对整个贸易流程各个节点进行梳理，建立风险管理系统，

并制定相应的机制进行风险控制，改变过去由业务同事各自管理买家的状态。同时，在我们的建议下，广东乐心构建了买家CRM数据库，自动保存客户的资信信息和额度信息，改变过去由人工监控应收账款回款情况，由系统自动提醒并设定停止发货的指令；改变过去根据买家需求决定发货的机制，统一采用额度及应收账款回款情况控制机制。另外，中国信保中山办事处还协助广东乐心编写了《风险管理规定》，明确出口业务各个节点及相关的责任人。多年合作以来，广东乐心越来越认可中国信保提供的各项服务，在出口业务中从最开始的接触买家、到建立合作关系、再到商讨结算方式，以及最后的货款回收等全部环节都有中国信保的参与，广东乐心的经营管理和风险控制体系也变得更加稳定、高效和规范。

在合作过程中，中国信保为广东乐心分担出口风险，保障收汇安全，协助构建信用管理体系，完善风险管理水平，充分利用数据库平台评估业务风险水平，支持业务发展，提升了广东乐心在国际市场的竞争力。从2013年开始，广东乐心将逐步由原来的ODM模式，转变为以自主品牌开拓国际市场，中国信保也将会以更加专业的态度提供个性化的服务，支持广东乐心再上新台阶！

（作者单位：中国信保广东分公司中山办事处）

上海：信用保险助力开能环保 实现国际业务高歌猛进

● 文 | 崔洁

上海开能环保设备股份有限公司（以下简称“开能环保”）是一家专门从事居家水环境改善技术研发和产品制造的高新技术企业，成立于2001年，于2011年11月2日在深圳创业板上市，是国内人居水处理行业第一家上市公司。公司专业开发并制造全屋净水设备、软水设备、商用净化饮水设备等一系列产品及其核心部件，并提供相配套的增值服务。开能环保独创的家庭全屋净水机及其核心部件多路控制阀均被国家科技部、环保部、商务部、质检总局联合评为国家重点新产品，并通过ISO9001:2000和ISO14001:2004认证。

从公司成立以来，开能环保就一直高度重视海外市场的开发，在中国信保的大力支持下，开能环保积极与多家行业经验丰富的经销商展开合作，大力拓展海外市场，海外业务规模逐步扩大。2010年5月开能环保与中国信保开始合作时，当时的年出口额为850万美元，之后的几年，其出口额逐步上升，2011年达到1200万美元，2012年上升至1600万美元，2013年超过2000万美元，2014年1-8月已经实现出口1700万美元，预计2014年有更大的增长。其中，北美市场就是开能环保海外市场开拓的典型代表。

在开能环保的国际业务中，北美洲的业务占到了相当大的比重，而核心的买家就是美国C买家和加拿大N买家。2009年，开能环保与加拿大N公司签订了长期战略合作合同，加拿大N公司成为开能环保在北美地区的独家经销商。同时，作为加拿大N公司的关联公司，美国C公司也可代理开能环保的产品，并负责其在美国地区的市场开拓。

然而，找到合作伙伴只是海外市场开拓的第一步，由于要开展品牌宣传、拓展渠道等，而且是刚刚开始合作，出于风险考虑，开能环保也不敢轻易给予对方长账期的销售。



因此，在开始合作的头两年，开能环保的北美市场一直没有真正打开。

2010年，开能环保与中国信保开始合作。在充分了解出口信用保险的功能后，对公司特别重视的北美市场，开能环保提出了特别需求。一是对于账期，由于上述两家公司是开能环保在北美地区的独家代理，他们与开能环保之间不只是简单的买卖关系，更有对开能品牌的培育推广等共同的目标，因此在结算账期等交易条件上，开能环保希望给予买家更大的支持，提出了240天账期的要求。另外一个就是限额，为了扩大交易，加快海外市场开拓，开能环保希望能够得到最大限度的限额。但由于本身账期较长，且信用额度相对于两个买家本身的资产规模来说也非常大，再加上两家公司的财务状况均不透明，资信渠道能够反馈的信息相当有限，因此，对于限额的审批非常困难。

但本着支持开能环保开拓北美市场的目的，中国信保还是对开能环保给予了重点支持。为了满足开能环保提出的账期，中国信保的客户经理对加拿大N公司和美国C公司进行了持续的跟踪，通过详细的数据证实了240天账期的合理性。对于限额的需求，中国信保也是尽量给予满足。2011年4月，开能环保第一次提出美国C买家的限额需求60万美元，中国信保经过评估之后给予40万的批复结果，使其业务得以开始运转。同年9月，开能环保第一次提出加拿大N买



家的限额需求100万美元，中国信保批复50万，加拿大业务开始起步。在中国信保的支持下，开能环保的北美市场开始逐步拓展。

随着开能环保在北美市场逐渐扩大，对限额的需求也更加强烈。中国信保结合企业实际，先后对美国C买家的限额进行了6次追加，目前已达到120万美元，对加拿大N买家的限额也进行了7次追加，目前已达到200万美元。而上述两个限额所支撑的销售额也分别达到了550万美元和700万美元。有了中国信保的支持，开能环保放开了手脚积极大胆地开拓北美市场，开能环保这个品牌在北美市场的知名度和美誉度逐渐提升。

海外市场的开拓只是中国信保支持开能环保的一个方面。2011年，在开能环保上市的过程中，内部治理和风险管控也是监管部门考察的重要内容之一。中国信保所提

供的应收账款风险保障帮助开能环保建立起科学的信用风险管理制度，这一措施也得到了监管机构和市场的认可。

在与开能环保的合作过程中，我们见证了一家有理想、有技术、有核心竞争力的小公司在信用保险的支持下实现了对海外市场的持续开拓。在实现成功上市之后，开能环保与中国信保的合作进一步加强。不管是在应收账款的风险管控还是在国际市场开发的过程中，我们双方都进行了紧密的合作，双方的信任也不断加深。

我们相信，在千千万万的中小企业中，一定有不少是怀揣理想，有魄力有实力的。如果能够借助中国信保的力量去加强企业信用风险的管理，勇敢却又理性地去开发新兴市场，他们就一定会取得辉煌的成就！

(作者单位：中国信保上海分公司)



深圳惠科： 携手中国信保 共创企业辉煌 ——惠科电子（深圳）有限公司的信用保险之路

● 文 | 喻栋良

惠科电子（深圳）有限公司（以下简称“深圳惠科”）是深圳市宝安区一家生产液晶电视和平板电脑的高新技术企业，年销售量约 50 亿元人民币，外销规模占全年销售四成左右。深圳惠科从事出口贸易已有很长的时间了，但一直以来由于担心出口收汇风险，所以与海外买家的结算方式极为保守，对于 OA 订单从来都是避而远之，这也使得其近年

来在行业内的市场竞争力逐年下滑，企业发展遇到瓶颈。2012 年在中国信保业务人员不断引导下，深圳惠科高层决定转变经营策略，选择利用出口信用保险转嫁风险，在风险可控范围内扩大海外销售。经过两年多的投保合作，深圳惠科在信用保险的支持下，出口业务持续增长，打破了禁锢业务发展的瓶颈，新增产能得以有效释放，企业获得了巨大的发展。

初做赊销遇风险，信保出手解危难

早在 2003 年，深圳惠科就已经与信保相识。但由于管理层经营作风偏向保守，一概不接赊销订单，加之过去几年中国的土地、劳动力成本低，人民币兑美元汇率处在低位，企业的价格优势明显，深圳惠科即便不做赊销订单，业务规模依然可以维持一个不错的发展速度。因此，虽然深圳惠

合作两年来，在信用保险的支持下，深圳惠科的海外销售节节攀升，与中国信保的合作规模也不断提高。2014 年深圳惠科的投保规模从最初的 1500 万美元，上升到 1.5 亿美元。

科与中国信保一直保持着密切的沟通，但都未能正式投保。

然而，2008 年金融危机爆发之后，外贸出口形势如过山车般急剧下滑，全球市场陷入低迷，只要做出口就能挣钱的黄金期一去不返，人民币持续升值，土地、劳动力成本持续上升，中国制造的价格优势不再明显，出口企业面临的市场竞争愈加激烈，出口市场从卖方市场转为买方市场，海外买家在合同谈判中的地位也越来越强势。面对这种风云突变的外贸形势，深圳惠科管理层越来越意识到，如果仍然坚持过去保守做法，不仅会在新市场开拓方面疲于奔命、难有起色，就连现有买家的合作也将面临着买家逐渐流失和订单萎缩的不利形势。为了维护好与现有买家的合作关系，满足买家在结算方式上提出的赊销要求，深圳惠科最终在 2012 年决定投保出口信用保险，在信保的支持下尝试去做一些赊销订单。

2012 年投保之后，深圳惠科与合作已久的西班牙买家签署了赊销合同。深圳惠科与西班牙买家有着多年的贸易往来，该买家过去一直要求深圳惠科能够给予一定的账期，深圳惠科都没有

同意直接给该买家放账。但为了维护好与该买家的合作关系，同时又为了规避自身的风险，深圳惠科一般都是通过供应链公司垫资的方式与该买家实现合作。这样的合作方式使得深圳惠科的报价要高于其他同行的价格，价格优势荡然无存。买家几番要求惠科直接签署赊销合同，并多次表示如果做不到就终止与之间的合作，之前确定好的订单也将转移给另外的工厂。为了继续维持与买家的合作关系，深圳惠科向中国信保申请了该买家的信用限额，并在信用限额范围之内给买家出货。然而，天有不测风云，买家由于自身经营不善无力偿付深圳惠科 200 万美元的到期货款，深圳惠科对该买家的第一笔赊销订单就发生了风险。由于资不抵债，买家随后向法院申请了破产保护。

200 多万美元应收账款难以收回，这给深圳惠科造成非常大的损失，资金周转也出现了一定困难。深圳惠科在第一时间向中国信保报损，并提出了索赔申请。中国信保接到申请后，迅速介入，了解到该买家除拖欠惠科货款外，还拖欠其他多家供应商货款 1000 多万美元。调查清楚

案情后，中国信保及时、合理地处置了该案件，在最短的时间内对深圳惠科的索赔申请进行了赔付，在最大程度上减轻了企业的损失，将深圳惠科从买家拖欠的危难中解救出来。而中国信保在处理案件过程中表现出来专业、负责的态度赢得了深圳惠科高层一致的认可。

投保理念有转变，外销规模节节高

在深圳惠科西班牙买家拖欠案合理解决之后，我们及时对深圳惠科的现有海外买家进行了分析，详细了解了惠科对赊销买家的筛选规则。通过分析深圳惠科的买家结构，我们发现深圳惠科买家库里有一批相当优质的知名品牌商和大卖场，但是深圳惠科一直都未曾与这些买家做赊销，而仅仅是通过前 TT 或远期信用证的方式来进行交易。这样的结算方式既会占用买家一定的资金，操作起来又比较繁琐。但深圳惠科由于这些买家的订单金额较大，一直都不敢给这些买家放账，因为担心一旦发生风险，将会使整个公司的经营陷入非常危险的境地；另外一方面，通过与深圳惠科高层的不断沟通，我们了解到深圳惠科在投保之初，主要是将信保当做一种避险的工具，因此对于目前合作规模比较小，买家资质相对差的买家，当它们提出放账需求时，深圳惠科会选择通过信保转嫁风险从而接下这些订

单，但由于这些买家的资质一般，发生风险概率往往非常高，最后不仅销售没能做上去，即便在信保足额赔付的情况下，企业还不得不承担一笔不小的损失。

在了解到惠科的上述情况之后，我们及时对深圳惠科的投保理念进行了引导，让深圳惠科高层了解到出口信用保险不仅仅只是为了帮助其规避风险，更重要的是能够帮助其扩大海外销售。一些资质较差的买家，虽然很多时候信保作为政策性保险公司，为了响应政府号召，支持企业保订单，能够批复出一定的额度，但是这种买家一般订单量都很小，即便做了赊销、接了订单，对深圳惠科全年的销售额也不会有太大帮助。且这些买家往往出风险概率非常高，一旦发生风险即便信保足额赔付，最后企业自身还是会承担一定的损失。因此，从成本和收益的角度考虑，做这些资质较差买家的业务是非常不划算的；相反，深圳惠科的买家库里有一些资质比较好的品牌商和卖场，如果信保能够给予额度支持，深圳惠科将结算方式从信用证或前 TT 转为 OA，一方面既可以维护好与这些买家的合作关系，另一方面又能扩大与这些买家的交易规模，即使与这些买家的交易量仅提高 10%，那么对深圳惠科全年销售额的提高也将会有很大的帮助。另外，通过出口信用保险来转嫁与这些买家的交易风险，深圳惠科经营过程中的

核心风险也能够得到最大保障，最后真正实现在风险可控的前提下扩大海外销售。

在我们的不断引导下，深圳惠科高层的投保理念发生了重大变化，对于之前计划投保的一些小买家暂停投保，决定转做前 TT 或信用证来交易，或者宁愿不做这些小买家的业务，也不与这些买家做赊销。另外，改被动接受 OA 转为主动做 OA，对于当前一些优质买家，主要提出放账以提高与这些买家的合作规模。在中国信保的支持下，深圳惠科先后改变与多个大买家的结算方式，既加深了与买家的合作关系，又扩大了合作规模。

合作两年来，在信用保险的支持下，深圳惠科的海外销售节节攀升，与中国信保的合作规模也不断提高。2014 年深圳惠科的投保规模从最初的 1500 万美元，上升到 1.5 亿美元。

资金周转有困难，信保融资来帮忙

深圳惠科在信用保险的支持下与海外买家的赊销规模越来越大，这样的业务形势让公司喜忧参半，喜的是深圳惠科与海外买家的关系越来越紧密、海外销售规模持续上升；忧的是赊销规模扩大意味着深圳惠科的应收账款规模扩大，而在巨大的应收账款面前，深圳惠科面临的不仅仅是收款风险所带来的压力，还面临巨大的资金周转压力。应收账款

的风险固然可以通过出口信用保险来进行转嫁，但是资金周转问题要怎样来解决呢？

在了解到深圳惠科面临的资金难题之后，我们及时向深圳惠科财务部门就信保所具有的融资功能进行了介绍，利用银行渠道给惠科提供了一整套信保融资方案。鉴于深圳惠科在海外有多家子公司，贸易模式相对复杂，部分海外订单由海外子公司签署，部分订单由深圳母公司签署；且个别大买家相对强势，在订单签署上有一些特殊要求。为了满足深圳惠科的融资需求，我们先后向深圳惠科引荐了多家内资及外资银行，深圳惠科也顺利通过了银行的审批，解决了资金周转难题，在扩大海外销售的征途上再添一份动力。

经过两年多的合作，深圳惠科与中国信保建立起了紧密的合作关系，投保规模也有着突飞猛进的发展。但是从投保年限上看，深圳惠科投保时间并不长，目前正处在第三个保单年度，仍然算的上是中国信保的新客户。因此，未来不断加强中国信保与深圳惠科的合作关系，向深圳惠科提供更加优质的信用保险服务依然是我们工作的重中之重。随着深圳惠科与中国信保合作的不断深入，我们有充分的理由相信深圳惠科的海外发展之路将走得愈加坚定和顺畅。

（作者单位：中国信保深圳分公司）

江苏：高瑞电气的三个海外发展战略

● 文 | 王倩

常州高瑞电气有限公司（以下简称“高瑞电气”）成立于1990年，是一家主要从事照明灯具生产和销售的民营企业。公司国内国际市场一起抓，但国际市场发展一直不尽如人意，经过10多年的发展，年出口额仍徘徊在100万美元左右。当时，企业负责人踌躇满志，非常想把出口业务的规模继续做大，但是面对的却是一个个难题：首先，外贸业务的发展实际上面临着重重困难，原材料价格上升、人力成本大幅增加，而且人民币还在不断升值，直接导致企业以往依仗的价格优势不再，使企业的出口业务逐渐陷入困境。与此同时，困境也让企业负责人隐约感觉到原有的外贸发展套路似乎已经走不通了，必须寻求突破，才能继续扩大出口规模。

困则思变，通过慎重的市场调研，高瑞电气做出了第一个海外发

展战略：创新商务模式——在海外设立直销仓库。2003年，常州高瑞电气有限公司驻迪拜办事处成立，负责推动终端销售以及提供物流配送及售后服务。采用这种“生产+贸易+服务”的复合经营模式之后，国外客户可以就近到迪拜仓库付款提货，降低了客户的采购成本，促进企业的出口量再次攀升。为防范收汇风险，这一模式采用“贷款提货”的销售方式。但这一改变未能带来效益的大幅提升，2005年全年，常州高瑞电气出口量仅88万美元。风险成为阻碍第一个战略的重要原因。

第一个海外战略结果不尽如人意，重新研究后，高瑞电气又提出了第二个海外发展战略：成立专业外贸公司，强化“生产+贸易+服务”模式。2005年10月，高瑞电气在原有工厂的基础上，专门

成立一家外贸公司——常州华尔瑞国际贸易有限公司，扩大外贸业务员队伍，主动出击参加各类展会，寻求更多与客户直接见面沟通的机会。2005年常州华尔瑞国际贸易有限公司成立。贸易公司成立的次年，企业出口额从88万美元增长到370万美元，这一改变带来了一定的经济效益。

随着2003年海外仓库直销和2005年华尔瑞国际贸易有限公司的成立，企业发展速度加快的同时也暴露了一些问题。首先，境外直销仓库采用付款提货的销售方式，只能给客户提供一些采购上的“小方便”，对于有销路没资金的潜在大客户则没有吸引力，如果要进一步吸引客户就必须放开支付方式，这其中的风险如何化解？其次，贸易公司成立后客户数量不断增加，如何区分客户的优劣，制定相应的销售策略？此时，

高瑞电气提出了海外发展的第三个战略，那就是：引入出口信用保险，实现对外贸易全面合作。也正是这一战略，才将高瑞电气的海外市场正式激活，从此进入跨越式发展。

第一阶段：初识信用保险，解决基本的风险保障需求

接触中国信保是通过商务部门的介绍。彼时，高瑞电气对出口信用保险并不了解，但通过多次接触和沟通，高瑞电气逐渐认识到风险防范不一定局限于保守的支付方式，开始认识到信用销售的重要性，并逐渐接纳了我公司提出的全面风险管理的理念。

2006年正式投保之后，高瑞电气的支付方式逐渐放开，开始用更灵活的支付方式去抢占市场。投保前5年（2006-2010）保单项下每年都有1起小额案件。对于以往以预付款和CAD结算方式为主且几乎没有过坏账的高瑞电气来说，这5年的投保让企业开始认识到市场风险，认识到信用保险的作用。在信用保险的保障下，企业年出口额也从370万美元增长到2000万美元。但是，这一阶段保户的国际化战略依然谨慎，每年的投保深度也仅有不足10%。

第二阶段：借力信用保险，实现企业的转型升级

从2011年开始，由于企业自身经营比较规范，风险意识较强，为了继续帮助企业提升销售能力，中国信保在新一年度的保单续转方案

中提供了存仓销售业务的承保条件，并从2012年开始进一步增加存仓销售模式5万美元自行掌握限额。这一措施立竿见影，2011年全年，常州高瑞电气实现出口2919万美元；2012年实现3400万美元。通过这一措施不仅让企业的出口迈上了新的台阶，也帮助企业实现了从生产商向“生产+贸易+服务”商的转型升级。目前除迪拜之外，高瑞电气又在俄罗斯、墨西哥设立了直销仓库。

第三阶段：再识信用保险，信企合作进入良性互动

自2012年我公司给予常州高瑞电气“海外存仓销售+自行掌握限额”承保条件以来，企业年出口额增长明显，2012年“海外存仓销售+自行掌握限额”业务占据全年申报业务总额的三分之一。但是与此同时，企业自身的风险管理缺位与业务增长过快之间的矛盾开始凸显出来，2012、2013年常州高瑞电气保单项下案件出现爆发式增长：2012年报案8起，赔付5起，当年赔付率超过350%；2013年报案6起，赔付5起，赔付率318%。

眼看高瑞电气面临着风险失控的局面，如何支持客户快速平稳地发展成为摆在中国信保客户经理面前的棘手问题。经过分析发现，随着双方合作不断深入，企业对信用保险的认识仍局限于风险防范功能，企业负责人逐渐萌生了“出了事信保可以赔”这样的片面认识，在其内部风控上疏于管理。以海外

存仓销售业务为例，存仓销售业务的风险控制完全由海外直销仓库的业务人员负责，只要不超过5万美元，海外业务员可以自主决定，由此导致案件大规模爆发。于是我公司立即将案件所暴露出来的企业管理上存在的问题与企业决策人进行了沟通，并提出具体建议：一是建立海外仓库直销的风险评审机制，按照国别、金额等维度设立3级审核，最高级审核人为企业核心管理人员；二是与企业签订年度资信服务协议，凡是首次赊销的仓库直销买家或其他高风险赊销必须购买资信报告，参考资信报告做出决策；三是完善海外直销仓库的人员配备，将管理前移。企业对我们的建议非常重视，企业老总亲自赴海外仓库督促整改。2014年以来，常州高瑞电气在保持高速增长的同时较好地控制了风险，企业与我公司实现了良性互动。2014年1-9月高瑞电气实现出口3635万美元，预计2014全年将实现出口4800万美元；截至2014年10月29日，保单年度内报案4起，赔付2起，撤销2起，赔付率32.6%。

经过9年的磨合，目前常州高瑞电气继续书写着发展的传奇，信用保险对高瑞电气来说早已不再是单纯的风险保障工具，而是市场调查、风险保障、内部管理等多方面的合作伙伴，并已经成为其国际战略布局中的重要砝码。相信，未来在中国信保的陪伴下，企业将走向更加辉煌灿烂的明天。

（作者：中国信保江苏分公司常州办事处）

四川：

借力中国信保 福华通达实现跨越式发展

● 文 | 四川省乐山市福华通达农药科技有限公司

四川省乐山市福华通达农药科技有限公司（以下简称“福华通达”）是在2007年12月成立的中外合资企业，是西南三省唯一一家规模生产草甘膦原药的生产厂家，也是国家发改委批准的草甘膦原药定点生产企业，公司产品以外销为主。

福华通达虽然是一家成立于2007年的“年轻”企业，但依托与中国信保的合作，靠着强有力的市场拓展方式和良好的风险控制管理手段，公司近年来保持了高速发展，出口额从2008年的近2000万美元增长到2013年的3.8亿美元，年均增长率超过300%。回顾公司的发展，出口信用保险的作用功不可没。自从2009年开始与中国信保合作以来，福华通达在市场开拓、内控完善、风险补偿以及融资安排等方面都获得了中国信保的大力支持，帮助企业在稳健经营的

基础上实现快速发展。

一、借助信用保险，迅速拓展市场

2008年福华通达开始发展出口贸易，同年开始接触信用保险，但当时对于信用保险在企业发展中的作用并不了解，因此并没有开展深入合作。2009年，福华通达出于风险保障的考虑，与中国信保签署了第一份保单，开始了双方的第一次合作。

合作之路一旦打开，便会越走越广。随着福华通达海外市场的逐步开拓，我们开始接触到行业中一些实力较强的买方订单。由于这些买方订单以赊销为主，因此，中国信保的承保限额便成为我们与买方交易的基础。但让我们感到困惑的是，一些大的买方的限额反而不能得到足额批复，原来在农药（草甘膦）行业中，江浙的出口企业早就

先行一步，利用中国信保的限额支持与行业中的大买方进行贸易。福华通达作为西部地区刚刚加入农药行业的新企业，由于对行业出口概况以及对中国信保在其中发挥的作用都缺乏了解和认识，因此在利用出口信用保险方面，我们已经慢了一步。我们也从中真切体会到，中国信保批复的信用限额作为一种国家资源，对于广大出口企业来说，确实是开展对外贸易的利器，获得了限额，也就增加了贸易机会。

随着与中国信保合作的不断深入，我们也越来越感受到信保在帮助企业了解买家资信、拓展市场方面发挥的重要作用。在中国信保的大力支持下，福华通达打开市场拓展思路，将企业发展的视角从传统的北美、澳洲市场拓展到东南亚、南美等潜力较大同时风险较高的地区，为福华通达持续的高速增长奠定了基础。福华通达从2008年出

口9个国家、出口额1887万美元，到2013年36个国家、出口额3.82亿美元。与此同时，福华通达与中国信保的合作规模也从2009年的400万美元扩大为现在的全额统保。

二、利用信用保险，完善风控体系

当前，随着全球买方市场的形成，越来越多的供应商开始采用赊销等支付方式给予买家商业信用以增强竞争力，但这也对企业的风险管理水平提出了更高的要求，而大多数企业包括福华通达内部都还没有建立起非常完善的信用风险管理体系，在甄别买家、判断买家资信以及买家风险跟踪等方面较为薄弱。通过与中国信保合作，将中国信保提供的专业化服务嵌入到企业自身的风险控制流程中，从而在事前得以提前了解买家的资信状况、事中得以控制发货节奏、事后得以实现风险补偿，福华通达借助外部专业风险管理专家缓解了自身业务发展和风险控制的矛盾。

由于福华通达在决策机制中引入了中国信保的专业风险建议，针对中国信保警示的高风险买家坚决不予赊销，并对潜在风险买家实施动态监控，灵活变更结算方式，从而实现了风险早判断、早化解，使得近几年福华通达整体出口出险率大大低于行业平均水平。

三、借力信保平台，实现高效减损

在与中国信保的合作中，中

国信保的风险保障对于福华减少损失，争取海外订单起到了至关重要的作用。2012年，福华第一次遇到阿根廷买家拖欠，金额高达54.9万美元，第一次遇险的我们对此充满了忐忑，不清楚能否得到中国信保的支持。在中国信保的协助下我们快速提交了可损和索赔申请，让我们感到意外的是，仅仅过了一个月，信保就查明了案情，并定损核赔，足额赔付了49.4万美元。中国信保及时、足额的赔付使我们彻底放下了包袱，充满信心地开拓海外新兴市场，并在当年实现了200%的增长。

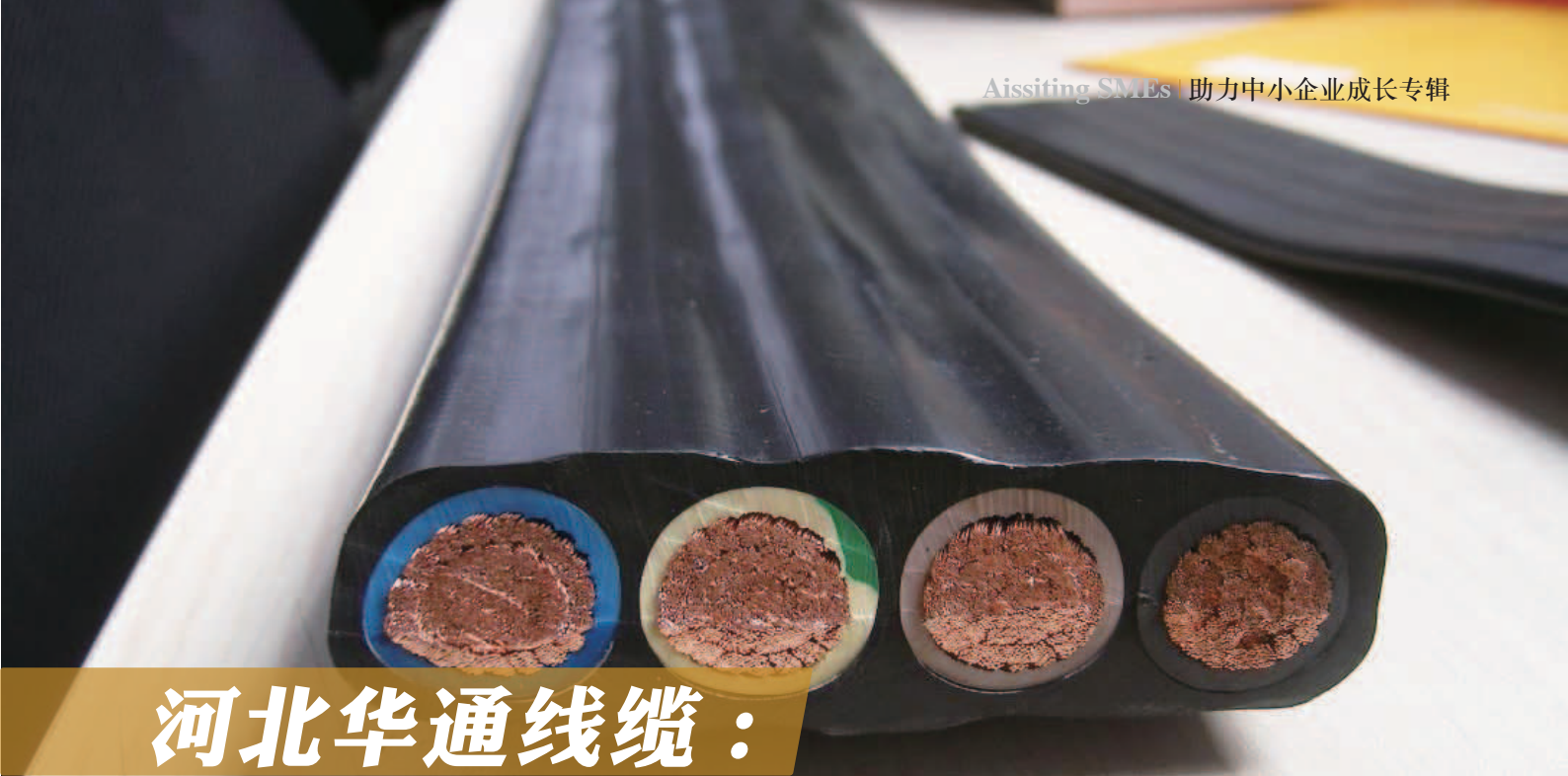
近年来，国际农药市场变动较大，福华通达在高速发展期间难免会遇到各种风险遭遇损失，我们深深感受到，加入中国信保这个大家庭后，借助中国信保的平台优势，在买家发生信用风险后，由中国信保代表中国供应商与买家进行交涉，这对于买家的触动和压力是单个供应商无法比拟的。

2013年，福华通达的乌克兰买方出现了拖欠风险，累计拖欠福华通达158万美元货款。在向中国信保报损后，我们了解到买方因资金困难，同时拖欠中国多个供货商货款，报损的企业不止福华通达一家。中国信保凭借行业承保优势，向买方施压谈判，最终买方给出还款计划，并按计划全额偿还了我公司欠款，成功化解了可能的货款损失。

四、创新融资模式，优化财务结构

随着与中国信保合作的不断深入，福华通达在利用出口信用保险积极开拓市场的同时，也开始尝试运用信保产品衍生的融资功能。由于农化行业赊销是主流的结算方式，福华面临较大的资金占压，企业财务结构中应收账款占比过高，流动性较差。福华通达从2011年开始尝试信保项下贸易融资，感受到信保对海外应收账款增信后降低了融资成本，降低了融资抵押条件，改善了流动性等一系列便利。同时，中国信保提供的例如通过境外子公司出口业务进行境外贸易融资模式、在内保外贷模式为企业境外子公司提供中长期融资，或是通过为买方提供中长期融资等延伸性融资模式打开了企业拓展业务、运用金融工具的新思路。

5年的风雨相随，如今的福华通达已经成长为年产12万吨，全球第二、亚洲第一的草甘膦生产企业。福华通达的成长中有中国信保的辛勤奉献，5年的快速增长，离不开中国信保的保驾护航。目前福华通达已经成为中国信保AAA级客户，在承保政策、理赔服务等方面获得了信保更大的支持，尤其是在新兴市场的开拓上，福华通达将得到中国信保更多的支持，这为福华通达的进一步发展奠定了基础。目前，外贸出口的环境仍然存在诸多不确定性，但我们坚信，福华通达与中国信保携手前行，一定能够开创更加绚丽的篇章。



河北华通线缆： 携手中国信保 开拓国际市场

● 文 | 代伟

河北华通线缆集团有限公司（下称“华通线缆”）创建于1993年。厂区占地面积22万多平方米，进口生产设备420多台套，检验、检测设备250多台套，年出口规模1亿美元左右。经过公司的不断努力，华通线缆现已发展成为国内线缆行业综合性大型企业之一，荣获河北省高新技术企业、河北省质量信得过企业、河北省名牌产品等荣誉称号。

2014年是华通线缆和中国信保合作的第八个年头，经过八年的合作，双方从逐步了解到相互信任，保额从合作之初的700万美元到2014年的1亿美元，实现了海关出口数据全面统保，中国信保已经嵌入到华通线缆的贸易流程的各个环节，对华通线缆的业务发展起到了巨大的推动作用。

信保护航 开拓国际市场

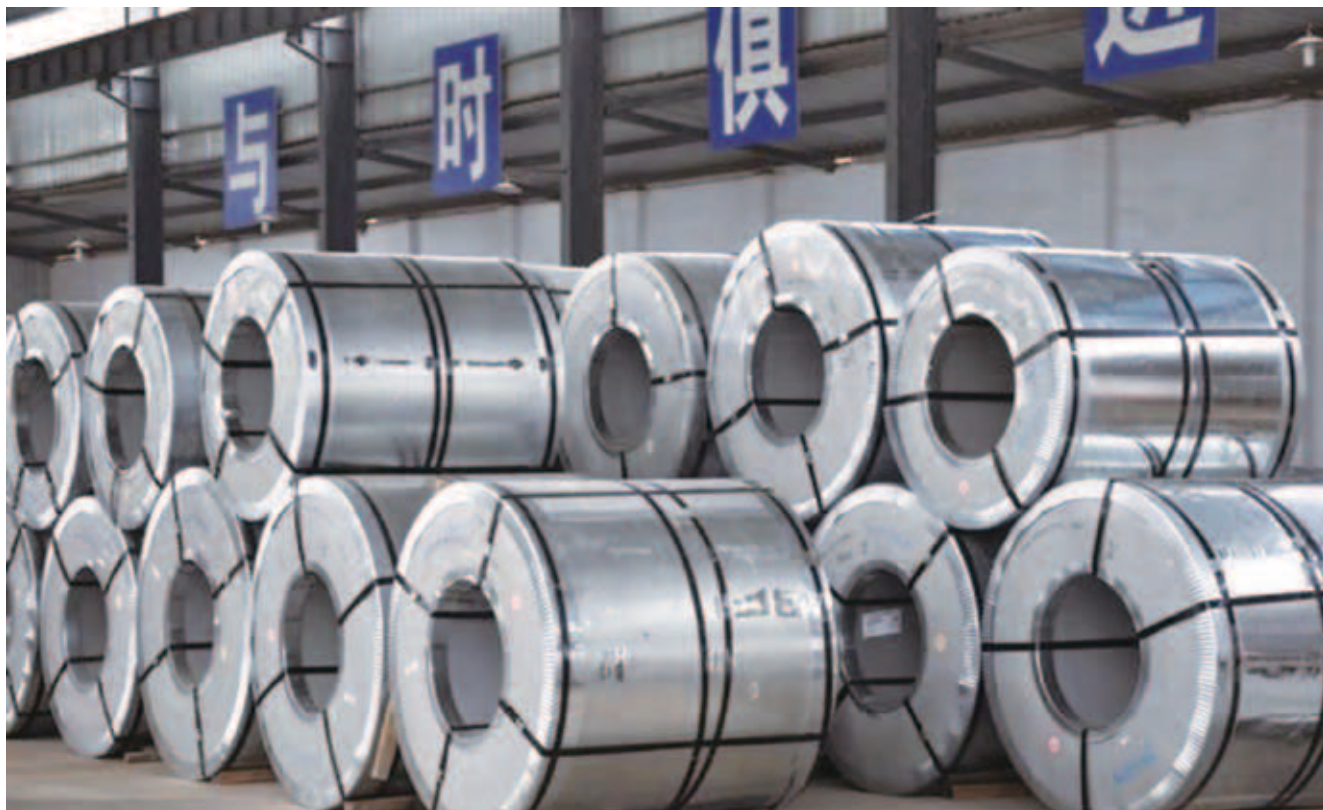
在和中国信保合作之初，华通线缆年出口额只有约700万美元。当时由于华通线缆对国际市场缺乏了解，对客户大多采用保守结算方式，客户数量少，出口额度也不大。为帮助华通线缆打开国际市场，中国信保首先对华通线缆进行了多轮的培训及指导，帮助其理清开拓国际市场的思路。

同时中国信保对华通线缆的国外买家进行了详细的资信调查和评估，并相应出具了买家承保建议。根据中国信保对买家的评估，华通线缆分门别类制定了海外营销策略。例如：华通线缆的合作伙伴美国GE集团一直采用比较苛刻的付款方式：赊销90天，合作之初华通线缆很担心货款安全，迟迟没有和美国GE集团展开全面合作。中

国信保了解后给美国GE集团做了全方位资信调查和评估，并批复了200万美元的信用限额。华通线缆利用此信用限额和美国GE集团逐步开展合作，目前美国GE集团的限额已增加到1000万美元，华通线缆和美国GE集团的年交易额已达到4000万美元。华通线缆总经理张书军感慨道：“有了中国信保的风险保障，我们逐渐放开胆量，采用灵活结算方式，在项目投标中占据了较大优势，抢占了出口订单，维系了国外大型客户。”在中国信保的支持下，华通线缆年出口额逐年递增，预计2014年出口额1亿美元，实现了跨越式的发展。

风险补偿 追讨海外债务

合作八年来，华通线缆累计报损250万美元，实际赔付10万美



元，绝大部分案件经过华通线缆和中国信保的共同追讨得以追回。2014年8月，印尼古河集团拖欠华通线缆8万多美元货款，华通线缆催促多日，印尼古河集团还是迟迟未付货款，于是华通线缆向中国信保提交可损。中国信保接到案件向买家发函催要货款，并告知印尼古河集团若拒绝付款，中国信保将撤销古河集团在中国的所有额度。不久，印尼古河集团全额付款。中国信保的专业追偿能力为企业及时挽回了损失，成为企业开展对外贸易的强大后盾。

支持融资 助力企业发展

随着华通线缆业务的不断壮大，

企业发展也面临资金困难。华通线缆与国外买家签订的合同一般付款时间为三个月左右，账期相对较长。在公司自有资金有限的情况下，大规模采购及大量账期销售容易出现资金短缺，这样非常不利于华通线缆开拓海外新业务。通过中国信保提供的信用保险融资服务，并经过中国信保联系的多家银行和华通线缆协商，最终华通线缆成功在兴业银行唐山分行办理了信用保险项下贸易融资。通过中国信保与银行的合作平台，华通线缆首先解决了融资难的问题，并且提升了其在银行的信用等级、扩大了授信额度，有效降低了企业的资金成本。华通线缆利用信用保险保单下的贸易融资

扩大资金来源，加速资金流转，进一步增强了企业抢订单接订单的能力。合作几年来，华通线缆享受到中国信保项下银行提供的无担保、无抵押融资款累计约5000万元人民币，为企业发展开辟了道路。

自2007年华通线缆和中国信保开展业务合作以来，风险控制得以加强，呆账、坏账也得到有效控制，开拓海外市场的能力明显增强，公司经营状况大大得到改善，公司成功实现跨越式发展。目前华通线缆积极筹划上市工作，届时华通线缆将成为中国信保扶持起来的又一家上市公司。

（作者单位：中国信保河北分公司）

重庆：出口信用保险

助中小企业打开海外市场

● 文 | 李元鸿

中小企业是外向型经济的“生力军”，事关国计民生和就业稳定。面对出口风险不断加大的不利形势，越来越多的中小企业通过投保中国信保的短期险产品保障出口收汇风险。与此同时，有许多中小型出口企业运用出口信用保险综合成效显著，出口规模实现了快速稳定增长，综合竞争力显著提高。

中国信保重庆营管部服务的重庆蔚杰进出口贸易有限公司（以下简称“重庆蔚杰”）就是其中之一。重庆蔚杰坐落于美丽的山城重庆，公司经营各种摩托车、越野车、踏板车、卡丁车、儿童越野车，此外在沙滩车和发动机领域也有较强大的生产能力。2000年公司开始进军国外市场，如今，摩托车在东南亚、中东、欧洲及非洲都有一定的市场。重庆蔚杰出口量的持续稳定增长依赖于短期出口信用保险产品发挥的作用，帮助其扩大出口，抵御风险，提高其竞争力。

重庆蔚杰为生产性企业，这类企业由于近年来原材料涨价，生产成本上升，能源资源价格猛涨，国家货币政策继续紧缩以及人民币升值等因素而导致企业流动资金紧张，企业经营出现困难。另外，融资难也是一个由来已久的“老大难”问题。

自2008年开始，由于央行执行从紧的货币政策，各家银行纷纷收紧信贷规模，银行信贷紧缩，致使本来就存在贷款难的中小企业融资更加雪上加霜。

在未向中国信保投保之前，重庆蔚杰流动资金十分紧张，一直采用现款现货方式销售，销售方式的单一使海外市场一直受到局限，出口量一直停止徘徊于650万美元左右。同时，其在向银行申请流动资金贷款时也遇到了抵押物不足、授信额度较低、融资成本巨大等困难。

针对重庆蔚杰的不利情况，中国信保充分发挥出口信用保险的职能，全力支持重庆蔚杰开拓国际市场。首先，帮助企业解决有单不敢接的难题。在投保出口信用短期险以后，重庆蔚杰与境外买家交易采用了更灵活的OA支付方式，加强了双方合作，买家也把重庆蔚杰作为重点客户，双方合作更加密切。投保出口信用保险以后，重庆蔚杰的销量当年就几乎翻番，出口量有了质的飞跃。

其次，利用信用保险的融资支持功能，帮助重庆蔚杰解决资金难题。在投保出口信用保险后，重庆蔚杰把保单赔款权益转让给银行，就能

凭保单向银行申请出口信用保险项下贸易融资。当发生保险范围内的损失时，中国信保将赔款全部支付给银行。一方面使重庆蔚杰进出口贸易有限公司及时获得资金，另一方面银行也给予了蔚杰无需抵押质押、完全不占用授信额度的优惠融资条件。对于重庆蔚杰来说，这不仅意味着获得银行放款更加方便，而且成本也较以往有所降低。重庆蔚杰总经理吴跃树表示，以前拿到订单后，通过订单融资的方式申请贷款，银行要求公司的交易对手必须是其核心客户。如果向担保公司贷款，除了贷款利率明显提高外，还要支付约为贷款额3%的担保费。而通过投保短期出口险，则可以节省手续费，申请流程上也比较便捷。企业不必抵押土地等资产，只需抵押保险公司承保的应收账款就可按正常利率获得银行贷款，融资成本大大下降。

在出口信用保险的支持下，重庆蔚杰的海外市场逐渐打开，出口量从2011年度680万美元逐年递增至2013年度的978万美元，截至2014年前三季度出口量已超过945万美元，预计2014年度将突破1300万美元大关。

（作者单位：中国信保重庆营业管理部）



天津： 与天服三悦合作的十年

● 文 | 王紫

天津天服三悦服装有限责任公司（以下简称“天服三悦”）与中国信保天津分公司之间的亲密合作已进入第十个年头，中国信保见证了一个年出口额只有几千万美元，营业额 95% 以上依赖于日本订单的民营企业，利用信用保险的风险保障和融资助力功能，大力开拓欧美市场，不仅在短短的几年内成为 ZARA、H&M、MANGO 等国际知名品牌的合作伙伴，还创立了自己的服装品牌 FORMA，营业额在 2014 年将超过 1 亿美元。

初遇中国信保，拓展市场

天服三悦在 1995 年刚刚成立时，主要依靠来样加工生存，客户

基本集中在日本及台湾地区，结算方式是清一色的即期信用证。然而好景不长，随着国内服装企业的增多以及东南亚服装业的异军突起，天服三悦的订单渐渐流失到成本更为低廉的地区和服装加工厂去，但企业却由于结算方式的限制和对外部风险的担忧，在扩展新市场方面迟迟未见起色。

2004 年，中国信保与天服三悦开展合作。在承保的第一年，天服三悦只愿意投保日本以外的新业务部分，保额仅仅 200 万美元。没想到当年天服三悦即遭遇了欧美对中国纺织品重重设限，从而大大影响了其对欧美市场的开发力度，再次陷入困境。在这种情况下，

中国信保鼓励天服三悦迈开步子，勇于接单，对中国信保资信调查结果良好的买家可尝试赊销方式交易，不要因非信用证方式而放弃拓展新客户的机会。天服三悦在中信保的建议下很快就与美国的两个买家达成了合作意向，当年新订单金额就翻了一番。

见证专业服务价值，全面投保

在随后的五年里，天服三悦利用信保的风险保障机制、买家信用调查评估以及行业和市场的大数据，一步步深入研究和开发欧洲市场，渐渐与 ZARA、H&M 等大品牌展开了合作。面对因信用保险带来的良好发展形势，天服三悦对

中国信保的专业性和服务价值赞不绝口，并在 2009 年与中国信保达成统保协议，将老买家及日本等地区的信用证业务一并投保进来，同时将上海天服三悦公司纳为保单的境内共同被保险人，保额达到了 5000 万美元。中国信保也继续深化与天服三悦的合作，引入汇丰银行对长账期业务进行信保押汇融资，降低财务成本，盘活资金，为企业设计出从市场开发、买家评估、风险保障，配套融资到安全收汇的闭环结构。

再接再厉，全面开花

自从与中国信保达成统保协议之后，天服三悦对欧美市场开发的信心和勇气大大增加，除日本订单还保留信用证方式外，其他买家均采用赊销 90 天方式，对 ZARA 的账期甚至达到了 105 天，限额金额达到 1250 万美元。企业在国际上积累的良好口碑和灵活的结算方

式吸引了更多的大品牌纷至沓来，Andre 和 Mango 也成为了天服三悦的合作伙伴，合作第二年订单金额就超过 2000 万美元。良好的销售形势在促进企业发展的同时，也使天服三悦对资金的需求更加迫切，中国信保又配合企业引入浦发银行、上海银行和中信银行三家银行进行押汇融资。同时为了满足企业的实际需求，将香港天服三悦的出口业务及天津天服三悦在越南工厂加工的出口业务一并纳入保单。

突现危机，及时化解

正值企业顺风顺水之际，一宗拖欠案发生了。2013 年 9 月，国际著名品牌 FOREVER 21 以天服三悦供货有质量问题引起滞销为由拒绝支付货款。该买家是中国信保关注名单上的常客，仗着自己国际品牌的势力数次为难中国供应商，克扣货款，甚至全额拒付。中国信保在报损后第一时间与买家取得联

系，没想到买家此次不仅拒付货款，还要求天服三悦同意将货物“捐”给买家（即无偿供货），甚至反咬一口说天服三悦是一个不诚信的供货商，要求中国信保不要再承保天服三悦的出口业务。

面对如此蛮横无理的要求，天服三悦气愤至极，但苦于对方是拥有律师团队的国际大公司，再加上美国仲裁程序冗长费用高昂，中国企业几乎无力与之抗辩申诉。此时，中国信保凭着与该买家多年打交道的经验立即组织理赔及追偿队伍与买家的律师团队展开周旋，并协助天服三悦收集证据确立债权，经过 3 个月的激烈交锋买家无理拖欠证据确凿，天服三悦获得赔款 18.6 万美元。中国信保将该买家登记入特殊关注名单，撤销限额，警示所有中国供应商。

十年与共，风雨之后见真情

经历过这个小插曲后天服三悦对中国信保的承保及理赔追偿能力更加信服，当年就其国内贸易向中国信保投保国内信用保险，进一步扩大了与中国信保的合作深度。

随着短期出口信用保险市场的逐步开放，多家保险公司进入这一市场，他们也积极对天服三悦开展营销攻势。天服三悦表示中国信保在信用保险领域的专业性无人能及，无论财险和货运险在哪家公司投保，信用保险只在中国信保投保，并在续转时与中国信保签订了三年期的保险合同。

（作者单位：中国信保天津分公司）



河南南阳二机： 借力信保 扬帆海外

● 文 | 南阳二机石油装备（集团）有限公司 王瑞霞

南阳二机石油装备（集团）有限公司（以下简称“南阳二机”）是我国研制石油钻采装备的龙头企业，主要出口产品：车装钻机、橇装钻机、拖挂钻机、陆上修井机、海洋钻修机、水井钻机、油井测试设备、重载挂车、顶部驱动装置、石油专用车辆、井口工具、泥浆泵等 11 大系列、200 多个品种的主导系列产品。目前，公司产品畅销全国陆地、海洋、沙漠等各个油田，并出口到全球 40 个国家和地区。

保障风险，支持订单获取

受世界经济危机的影响，2009 年-2011 年欧美国家石油装备的采购量骤降，由于其他很多产油国经济条件欠发达、合同付款条件苛刻、客户资信情况不明，可能很好的项目机会由于风险控制的原因我公司不敢操作，导致这三年国际市场新增订货总额还达不到 2007 年一年的水平。在此情况下，我公司积极尝试与中国信保合作，借助出口信用保险的支持，积极开拓国际市场。

我公司与中国信保第一次合作是在 2012 年，当时公司面对一个巴基斯坦的重要项目，项目金额近 2800 万美元，但资金回收风险很大。

面对这样的项目，公司犹豫不决。在与中国信保接触后，中国信保为此项目设计了详尽实际的承保方案，解除了我们的后顾之忧。由此直接帮助公司当年出口新增订货是上一年的 2 倍多，有效扩大我们出口销售。

在南阳二机销售领域已经涉及或即将涉及的国家，很多是经济欠发达、或政局不稳定的国家，客户缺乏资金，融资租赁、远期收汇等合作方式是他们的首选，这些合作方式的风险很高，一旦碰到不诚信客户、或客户抗风险能力低，无法继续履行合同，企业就面临重大损失。通过中国信保的帮助，我们先对不明资信客户进行资信调查，判断客户合作的风险程度，再对有一定风险的项目进行投保，一方面不会错失了好机会，另一方面也能在客户违约时减少损失。

支持融资，加快业务发展

通过双方合作的不断密切，给公司带来了大量的订单。但在公司业务快速发展的同时，资金短缺成为摆在我们面前的重要问题。中国信保充分发挥政策性职能，多方联系多家银行，三方有机配合，帮助公司缓解资金压力。从 2013 年底至 2014 年我公司俄罗斯项目累计

通过出口信用保险融资 7000 多万元，保证了生产原材料的投入及项目的顺利进行。支持乍得项目便利融资近 1 亿人民币。

创新模式，提升发展层次

以往公司的海外贸易模式仅仅通过设备的输出来获取海外的订单，这种简单的产品出口模式在企业海外拓展初期还有一定的优势。但随着中国企业“走出去”步伐的加快，这一模式也逐渐显现出局限性。在中国信保的支持下，公司加快了业务转型步伐，从单纯的设备买卖到走出去的服务贸易升级。目前我公司已在俄罗斯莫斯科、俄罗斯伊尔库茨克、阿联酋、印度等地设立销售服务站点或合资、独资公司，形成了辐射世界各大主要产油区域的国际销售网络。下一步委内瑞拉、美国、哈萨克斯坦、缅甸、阿尔及利亚、新加坡的网点建设调研工作正在进行，陆续会在 2014 年底至 2016 年之间建成。

在中国信保的支持下，南阳二机迅速发展壮大，我们的目标是：实现 2015 年 2 亿美元，2016 年国际市场 2.65 亿美元的销售额。我们坚信，在中国信保保驾护航下，这个目标一定能实现。

安徽：

信保保驾护航 企业扬帆远航

● 文 | 六安市海洋羽毛有限公司

六安市海洋羽毛有限公司（以下简称“海洋羽毛”）成立于2000年12月，主要从事水洗羽毛、羽绒及服装、床上用品的生产加工出口，产品远销韩国、加拿大、美国、日本、台湾等20多个国家和地区。近年来，海洋羽毛毛

绒出口规模已经跃居安徽省出口第一，在全国也位居前列。

作为以出口为主的公司，从成立之初的年出口额只有几十万美元发展到年出口额近2000万美元，公司的发展可以说是一步一个脚印。虽然发展速度很快，但走

得并不轻松，经历过市场的欣欣向荣，也经历过金融危机后的低迷萧条，积累了丰富的外贸经验，同时也吸取了不少教训。回顾一路走过的历程，深刻地感受到公司的快速发展离不开中国信保的大力支持。



在中国信保安徽分公司的建议下，公司已经在考虑筹建专门的风险管理部门，并逐步完善与公司业务相适应的风险管理机制，以实现更好、更快的发展。

2001年，公司开始从事出口贸易，当时市场需求旺盛，产品比较畅销。但正当公司准备大力开拓国际市场之时，突然遭遇国外客户拖欠货款，而且金额较大，影响了公司的生产经营。出于安全考虑，公司开始收紧海外贸易，并采取更加谨慎的交易方式，海外贸易拓展进入瓶颈，出口规模维持在200万美元左右。

2005年对海洋羽毛的发展来说是特殊的一年，我公司开始与中国信保安徽分公司开展合作，公司经营销售模式开始出现巨大变化。由于出过风险，以及不了解国外买家的信用状况、担心收汇风险、外贸经验不足等诸多原因，我公司与国外买家从事交易时大多采用如全额预付、L/C等相对保守的结算方式。采用这些结算方式虽然在一定程度上降低了收汇风险，但也制约了我公司与买家的合作规模。一些买家在合作较长时间后提出希望能够给予其一定信用销售的额度。出于维护与买家长期合作关系及提高出口竞争力的考虑，我公司尝试与中国信保安徽分公司开展合作。

合作过程中，中国信保的专业信息及风险管理服务给予我们很大信心，在中国信保的全程风险管理及收汇保障下，业务开拓有了强大

后盾，我公司逐渐放开手脚，将精力用于拓展海外新市场和新客户，业务逐渐从传统的欧美、日本市场拓展到东南亚等新兴市场，市场空间快速打开，出口规模取得了大幅度增长，从2005年出口额200万美元左右发展到2013年1500万美元左右，年均增长近50%。

俗话说，天有不测风云。就在出口业务蓬勃发展的时候，2011年欧美债务危机及日本福岛核电站泄漏事件爆发，我公司接连遭遇日本客户破产、英国客户拖欠货款等突发情况，两个客户总共拖欠货款金额近140万美元。由于都是老客户，情况发生始料未及，我公司万分焦急之际却没有好的对策。中国信保安徽分公司的工作人员得知后，立即介入，与买家沟通，分析案情，以最快的时间定损核赔，向我公司赔付110余万美元，使得我公司免受重创，逃过一劫。2013年，另一家日本客户以质量不合格为由拖欠我公司货款，中国信保在接到报损后，积极联系买家，核实案情，并赔付50万美元。这些赔款既有力地支持了我公司正常的经营，同时也让我公司深刻感受到中国信保作为国家政策性保险公司对企业的支持力度和决心，坚定了我公司与中国信保长期合作的想法。

在投保出口信用保险之后，我公司还凭借出口信用保险保单和承保情况通知书在银行办理了信保项下贸易融资，由于货物一出口即能从银行提前拿到大部分货款，解决了我公司流动资金紧张的问题，对我公司业务规模的增长也起到了很大的推动作用。

随着合作时间越来越长，我公司愈发感觉到出口信用保险不仅仅是简单的保险，他的功能和服务是全方位的。资信调查有效地帮助开发和识别新客户，各类风险预警信息极大地帮助我们防范和规避风险，贸易融资功能为向我公司这样的中小企业的发展提供有力支持，限额审批过程中的专业建议使得我们与买方合作谈判更加主动，风险防范讲座帮助公司完善风险管理体系。现在，公司的业务发展越来越离不开出口信保这个有力的政策工具。从2012年开始，我公司将所有出口业务全部投保信保，实现风险全覆盖。目前，我公司正在积极向中国信保安徽分公司申请投保国内销售信用保险及全方位的资信评估服务。

随着公司规模快速发展，海外客户数量不断增多，在中国信保安徽分公司的建议下，公司已经在考虑筹建专门的风险管理部门，并逐步完善与公司业务相适应的风险管理机制，以实现更好、更快的发展。我们坚信，在中国信保的大力支持下，公司实现下一个2000万美元的增长将指日可待。

NEWS SCANNING

NO.1 美国对华冷冻和罐装暖水虾做出反倾销行政复审终裁

9月25日,美国商务部对华冷冻和罐装暖水虾做出反倾销行政复审终裁,中国普遍倾销幅度为112.81%。

NO.2 美国对华炉用小口径石墨电极做出反倾销行政复审终裁

9月25日,美国商务部对华炉用小口径石墨电极做出反倾销行政复审终裁,倾销幅度为21.16%-159.64%。

NO.3 欧盟对华无缝钢铁管进行反倾销日落复审调查

10月3日,欧盟对原产于中国的无缝钢铁管进行反倾销日落复审立案调查。涉案产品在欧盟合并关税编码 ex73041910、ex73041930、ex73042300、ex73042910、ex73042930、ex73043120、ex73043180、ex73043910、ex73043952、ex73043958、ex73043992、ex73043993、ex73045181、ex73045189、ex73045910、ex73045992、ex73045993 下。

NO.4 欧盟对华铝箔进行反倾销日落复审调查

10月4日,欧盟对原产于中国和巴西的铝箔进行反倾销日落复审立案调查,涉案产品在欧盟合并关税编码 ex76071119 下。

NO.5 越南对华不锈钢冷轧产品征收反倾销税

越南工商部决定自10月5日起,对从中国大陆、印度尼西亚、马来西亚、中国台湾进口的冷轧不锈钢产品(卷材或板材)正式采取反倾销措施,最低税率为3.07%,最高税率为37%。这是越南开放市场并融入世界经济以来首次采取征收反倾销税。

NO.6 美对华无取向电工钢做出反倾销和反补贴终裁

10月7日,美国商务部对华无取向电工钢做出反倾销终裁,中国普遍倾销幅度为407.52%。同时,美国商务部做出反补贴终裁,中国普遍为158.88%。

NO.7 埃及对华合成纤维毯发起反倾销调查

近日,埃及工贸和中小企业部反倾销局发布公告,对自中国进口的合成纤维毯发起反倾销调查,涉案产品海关编码为63014000。

NO.8 印度对华尼龙扎带做出反倾销日落复审终裁

10月16日,印度对原产于中国和中国台湾的尼龙扎带做出反倾销日落复审终裁:建议继续对自中国和中国台湾进口的涉案产品征收反倾销税。

NO.9 欧盟发布对华货物扫描系统反倾销措施即将到期公告

10月18日,欧盟委员会发布公告称,对原产于中国的货物扫描系统的反倾销措施即将于2015年6月17日到期,成员国内企业需在自本公告发布之日起至正式到期日前3个月的时间内向欧盟委员会提交提起反倾销日落复审的书面申请,涉案产品在欧盟合并关税编码 ex90221900、ex90222900、ex90278017、ex90301000 下。

NO.10 美国终裁决定对中国和印尼输美味精征收反倾销税

10月23日,美国国际贸易委员会宣布终裁结果,认定中国和印尼输美味精对美国相关产业构成实质损害,美方将对此产品征收反倾销税。

○ 本刊编辑部

NEWS SCANNING

NO.1

中国信保与俄罗斯联邦储蓄银行签署框架合作协议

11月9日,在习近平主席和俄罗斯总统普京的共同见证下,中国信保王毅董事长代表公司与俄罗斯联邦储蓄银行董事长格尔曼·格列夫在钓鱼台签署了《中国出口信用保险公司与俄罗斯联邦储蓄银行的框架合作协议》。

该框架协议是中国信保首次与俄罗斯当地银行签署整体合作协议,旨在双方携手搭建保险融资平台,通过中国信保的保险产品和俄罗斯储蓄银行的转贷或担保安排,为中俄两国之间的大型项目和贸易提供融资便利。双方一致同意在基础设施、冶金矿产、农业、电力、交通、油气、化工等领域开展长期全面合作,并初步明确信息交流及工作联系机制。

NO.2

中国信保与墨西哥对外贸易银行签署框架合作协议

11月13日,在习近平主席和墨西哥总统培尼亚·涅托的共同见证下,中国信保罗熹总经理代表公司与墨西哥对外贸易银行行长德拉马德里在人民大会堂签署了《中国出口信用保险公司与墨西哥对外贸易银行合作框架协议》。

该框架协议内容主要涉及双方在中资企业对墨西哥出口或在墨西哥承建的承包工程项目等领域建立融资保险合作关系,并明确项目信息交流及日常工作联系机制。该协议旨在鼓励中国企业积极利用出口信用保险产品扩大在墨业务规模,同时充分发挥墨外贸行在融资合作及信息交流方面的桥梁作用。

NO.3

中国信保参加第116届广交会

日前,第116届中国进出口商品交易会(以下简称“广交会”)在广州落下帷幕,作为政策性出口信用保险机构,中国信保连续十一年参加了广交会,成为广交会重要的专业金融服务机构之一。

广交会期间,中国信保设置了专门展位,积极推广公司品牌

和服务。中国信保广东分公司承担了展位咨询服务工作,共派出30多名客户经理为参展商和采购商提供信用保险咨询服务,帮助参展商和客户解答进出口相关问题。在广交会三期共十五天的时间,中国信保展位共接待国内外展商和客户咨询三百多次,并与数十家企业建立联系。

NO.4

中国信保广东分公司与中国能建广东省电力设计研究院签订战略合作协议

11月18日,中国信保广东分公司和中国能源建设集团广东省电力设计研究院在广州签署了战略合作协议。战略合作协议的签署,标志着双方的合作关系进一步深化。今后,双方将本着资源共享、优势互补、相互尊重、合作共赢,共同发展的原则开展全面合作。

同时双方高层将定期互访、加强沟通,建立长久、互信、稳固的战略合作框架关系,通过双方的强强联合共同开拓海外市场。

NO.5

中国信保云南分公司与临沧市政府签署《全面战略合作协议》

近日,中国信保云南分公司代表赴临沧市镇康县参加第四届临沧边境经济贸易交易会,并与临沧市政府签署了《全面战略合作协议》。根据协议内容,云南分公司将积极为临沧市企业搭建风险保障、融资促进和市场开拓三大平台,并着力提

供便捷、高效的特色金融服务。临沧市政府将搭建出口信用保险政策运用平台,并完善相关扶持政策。协议双方将不断完善促进开放型经济发展的专项合作机制,建立临沧市人民政府与分公司高层互访和日常联系沟通协调机制。

○ 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: beijiy@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