

·市场扫描·

“皖字号”农产品“出海”咋护航

■ 本报记者 何珂

前不久,安徽德青源食品有限公司生产的一批14吨、货值19.6万元人民币的鲜鸡蛋经滁州海关快速检验后,签发单后顺利出口。今年以来,海外订单不断增加,让更多“皖字号”农产品陆续跨出国门。数据显示,今年一季度,全省出口农产品总值27.1亿元,同比增长29.5%。农产品出口要经历哪些关卡?是否有“成长的烦恼”?带着这些问题,近日,记者进行了走访。

通关“加速度” 农产品抢“鲜”出口

四月,砀山县,千树万树的梨花竞相开放。水果罐头是我省特色出口加工食品的代表之一,在宿州市砀山县,以酥梨和黄桃为主要原料的水果罐头加工产业已经成为促进当地经济发展的支柱产业。自新冠肺炎疫情发生以来,国际市场需求萎缩,叠加海运运费上涨、订舱困难等情况,出口水果罐头企业压力不小。“公司产品60%以上用于出口,去年以来海运拥堵而且价格上涨幅度较大,订到舱位很不容易。因此,我们对出口查检速度要求很高,万一有所延误,就会损失一笔订舱费,甚至还会引起客户的索赔。”安徽宿州科技食品有限公司外贸经理岳磊坦言。

了解企业实际情况之后,合肥海关针对重点水果罐头出口企业,开通专人咨询、专窗服务、专岗审核的“绿色通道”,常态化落实查验“零延时”、申报“零见面”、领证“零接触”等惠企举措,在检验合格的基础上,实现检验检疫证单出证“不过夜”、原产地签证审批“秒通过”,为水果罐头顺利上船出海铺平道路。“海关不仅进行‘预约查检’,而且安排专人对接服务。公司出口检验时长得到了最大程度的压缩,给我们订舱出运提供了很大便利。”岳磊说。

与水罐头相比,生鲜产品对通关速度要求更高。4月底,在嘉吉动物蛋白(安徽)有限公司的生产线上,一只只屠宰好的白羽鸡经过冲洗、预冷进入流水线,工人熟练地进行分割、包装、速冻、装箱。“公司主要出口冷冻分割白羽鸡产品,今年以来,加工车间内生产线一直全线运转。4月14日,一批12吨、货值15.3万元的冷冻禽肉经滁州海关检验检疫合格后顺利出口。”嘉吉动物蛋白(安徽)有限公司政府事务部经理李成璐说,海关在办理设备进口减免税、“单一窗口”申报、注册备案登记、提供便捷出证、产品检验检疫等方面帮扶力度大,公司出口的冷冻禽肉通关时效有保证,质量有保障。

滁州海关查验科负责人吴庆松介绍:“实施预约申报、优先处置、快速出证等一系列便利措施,接到企业申报后,放行、出证等环节以分秒计,确保冷冻禽肉高效通关,第一时间保障禽肉安全快捷送上餐桌。”数据显示,今年一季度,滁州地区共出口冷冻禽肉产品78吨、货值73.1万元,分别增长290%、183.7%。

监管“全链条” 优质瓜果香飘海外

农产品出口,“快出”也要“优出”。4月15日,安徽泓顺源生物科技有限公司生产的一批41.8吨、货值42.6万元的蜂蜜产品经滁州海关无纸化审单快速检验后,走出国门。蜂蜜虽香甜,但出口门槛颇高,如何保证产品质量安全符合出口标准?检验标准严格,会不会拖延出口,延迟交货期?

“结合蜂蜜产品出口监管实际,我们启动‘一对一’菜单式帮扶,一边多渠道搜集关注欧洲及中东地区蜂蜜产品进口准入标准及临时贸易措施,一边线上线下对接企业,把源头质量、控生产过程、抓出厂检测、铸口碑品牌,做好‘一带一路’、RCEP原产地证和知识产权海关保护等政策法规宣传,确保出口蜂蜜符合进口国法律法规要求,主动帮助企业清除通往国际市场的‘拦路虎’,帮助企业快速顺利出口。”滁州海关有关负责人说,一季度,滁州地区出口蜂蜜产品达1328.2万元,同比增长95.3%,主要出口至欧洲及中东地区。

有业内人士指出,我国农产品出口仍有短板,比如,产品附加值低、缺少自主品牌、不懂国际营销等。从“田间”到“口岸”,推动特色农产品高水平、高质量发展,要对目标市场的认证要求,建立相应的产品检测和认证体系;在生产、加工、包装、仓储、物流等方面实现标准化,提升全产业链的质量水平。与此同时,有关部门要强化

出口公共服务,当好政策的解读、信息的传递、平台的搭建方。

据悉,针对水果罐头出口的主要特点,合肥海关持续发挥技术优势,不断优化监管模式,将监管重心向前转移,注重对企业的生产过程管理,强化出口食品安全风险防控和监督管理;从有毒有害物质监测、企业原材料收购到生产过程的质量管理体系落实,全面加强监督和引导,保证产品质量符合目的国的要求;充分发挥检测数据的预警作用,以风险控制为抓手,促进地方政府、协会、企业与海关的四方联动,采取有力有效措施,帮助企业规避贸易风险。今年一季度,全省水果罐头出口货值1.12亿元,同比增长28.28%。

开拓“朋友圈” RCEP释放政策红利

“RCEP正式生效之后,中日首次达成农产品关税减让安排,RCEP签订前,日本仅对从中国进口的税目数20%的农产品给予零关税待遇。RCEP生效后,日方承诺对近60%的农产品给予中国零关税待遇。”合肥海关关税处处长汪海青介绍,“通过‘智能审核+自助打印下载正本’便利模式签发原产地证书,可以让企业不出门,让数据多跑路,减少企业人员及物流成本,助力皖籍农产品扬帆海外。”

“眼下,南瓜、青豆、花菜、莲藕等冷冻蔬菜产品在日本供不应求。2021年,我们的冷冻蔬菜出口值近4500万元。”该公司经理韩雷介绍,“RCEP原产地政策实施之后,我们不仅能享受关税减免,自助打印办理起来也很方便,直接下载发给日本客户,连国际物流费用都省了。现在客户更稳固了,出口量不断递增。今年以来,我们已经申请了36份RCEP原产地证书,大概节约客户5万多美元的关税。下季度我们预计要再发展500亩种植基地来保障出口。”

《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)自今年1月1日生效实施以来,“朋友圈”持续释放贸易红利,给区域内企业和消费者带来“真金白银”的实惠。

在符合条件的口岸,对抵达海关监管作业场所且完整提交相关信息的RCEP成员国原产的易腐货物实行6小时内放行措施。同时,要帮助企业用好RCEP原产地规则,引导企业合理规划生产资源配置,优化供应链布局,降低企业运营成本。

据统计,今年1月至4月,合肥海关共签发RCEP原产地证书1740份,货值7.46亿元,为企业减免进口国关税3729万元。



扫码阅读更多内容

淮北市相山经济开发区一家食品加工企业的工人在桔子罐头生产车间忙碌。(资料图片) 万善朝 摄

·市场调查·

线上线下发力 促进假日消费

■ 本报记者 彭园园

“五一”假期是提振消费、释放内需的好时机。今年“五一”假期,在严格落实疫情防控措施的前提下,全省各地积极出台促消费、稳市场的举措,利用线上“云消费”等模式促进消费市场扩容升级。

“五一”期间,合肥市淮河路步行街客流不断,累计客流量达67.2万人次,实现销售额4.03亿元。相较“清明”假期客流、销售额明显回升。合肥市庐阳区商务局有关人士表示,依托庐阳欢乐购平台,“五一”期间以“惠享五一 云购庐阳”为主题开展了系列促销活动,线上发放“庐阳欢乐购·合肥百大惠民消费券”,百货类商品优惠叠加折上折等,活动带动参与企业整体销售增长超1000万元,广大市民消费需求进一步释放。同时发力线上,庐阳欢乐购联合百货大楼、百大鼓楼金座、百大CBD、百大鼓楼银座,整合博洋、欧莱雅、周大福、格力等品牌商家,带领广大市民开启线上直播“买买买”模式。据统计,活动期间,线上直播销售额超172万元。

虽然受疫情影响,不少新人的婚宴喜宴缓办、简办,“五一”期间婚宴消费同比降幅明显,但大众休闲餐饮消费在假期中有所回暖。假期中,宣城市主城区各大商场、超市结合节日和季节特点,推出各种打折、满减促销活动,万达广场“万彩集结 趣生活”、八百伴“耀五一”、大润发“五一折”、合客隆“万品五折起,线上线下大放价”等活动,累计实现销售额近4000万元。同时,周边旅游消费和餐饮消费相互促进,推动了消费需求恢复性增加。

公园草坪扎帐篷、小溪河岸钓龙虾……今年“五一”旅游消费市场呈现出近程化、休闲化的特征,“露营”成为了时下热门的度假方式和社交热词。另外,一些旅游景点线上线下结合,刺激旅游消费。4月30日至5月4日,亳州市以“千年药都·醉美花海”为主题,举办亳州芍药养生文化旅游系列活动,并同步打造3D沉浸式云展厅,让人们足不出户开启“云”赏花海、“云”游古迹模式,弥补了许多朋友无法到达现场的遗憾。

“五一”期间,多个电商平台的促消费活动让节日市场热度不减。我省各大电商销售额稳步增长,三只松鼠礼包淘宝、京东等平台,推出多种“55划算节”五折爆款礼包及大额优惠券,共实现销售额2284万元,较去年同期增长12%。

省商务厅有关负责人表示,今后,将鼓励各地组织开展各类美食节、餐饮展、技能赛等促消费活动,引导餐饮企业通过打折、发放优惠券和代金券等拉动消费,持续营造浓厚餐饮促消费氛围。对地市商务部门牵头组织承办的促消费活动,在活动策划、宣传费用方面给予不超过40万元的补助,努力降低疫情影响,促进消费回暖复苏。

·消费提醒·

技能考证须谨慎

■ 本报记者 朱卓

“交钱包过保证”“迅速拿证”“网购直接发证”“挂靠月收上万”……当下正值高校毕业生求职旺季,证书市场鱼龙混杂,“山寨证书”“骗子机构”横行,虚假宣传、诱导欺诈现象不时出现。一些想要获得更高层次、更多技能,又欲走捷径的年轻人容易上当受骗。正规的技能证书有哪些?评价机构怎么选?是报考技能证书时需要警惕的两大问题。

近日,省人力资源和社会保障厅为求职者作出以下提醒:首先,避免报考“山寨证书”,要认准正规的技能证书。根据人社部印发的《关于改革完善技能人才评价制度的意见》,目前人社部推行的技能证书主要有“职业资格证书”“职业技能等级证书”和“专项职业能力证书”三类。

关于“职业资格证书”,劳动者要仔细核对所申报的职业(工种)是否在《国家职业资格目录(2021年版)》内,如遇到宣称可以考取目录以外职业(工种)职业资格证书的,务必谨慎辨别。

报考“职业技能等级证书”,需要注意经人社部门备案的用人单位、技工院校和社会培训评价组织,按照国家职业技能标准或行业企业评价规范,才能对劳动者进行职业技能等级评价,对合格人员颁发职业技能等级证书。目前我省共备案281家企业、53家技工院校和280家社会培训评价组织,实行动态更新。其中,用人单位主要对本单位职工、劳务派遣人员以及根据上下游企业、小微企业委托开展评价;技工院校主要对本校学生(学员)及合作企业的职工开展评价;社会培训评价组织按照服务区域范围对社会劳动者开展评价。

经专项职业能力考核合格者,可取得考核实施机构(评价机构)颁发的相应项目专项职业能力证书。专项职业能力考核,是依据经人社部门备案公布的专项职业能力考核项目及考核规范,由相应考核机构实施的、对劳动者某一专项职业技能进行的客观评价考核活动。

其次,要选择正规的评价机构。在报考职业技能等级证书时,一定要看清楚评价机构是否经人社部门备案,可通过安徽省人力资源和社会保障厅网站(网址http://hrss.ah.gov.cn)的“技能人才评价”专栏进入“安徽省技能人才评价信息服务平台”,查询“职业技能等级认定机构”,机构信息实行动态更新;对于专项职业能力证书,我省可开展的专项职业能力考核项目、考核规范、考核实施机构将通过“安徽省技能人才评价信息服务平台”动态公布,劳动者可持续关注有关信息。

关于报名方式,劳动者可进入“安徽省技能人才评价信息服务平台”,输入职业(工种)名称、选择属地和评价机构类型,查询我省已备案的评价机构信息(包括机构名称、备案号、联系人、联系电话、年度工作计划、报名公告、职业工种等),也可通过“地图展示模块”点击查看所在辖区评价机构信息。劳动者可按评价机构发布的报名公告中的报名方式自行报名。省人力资源和社会保障厅相关负责人表示,今年将在全省范围内开展技术技能类“山寨证书”专项治理工作,对在技术技能类培训评价发证活动中违规使用有关字样和标识、虚假或夸大宣传、违规培训收费、故意混淆概念诱导欺诈等问题进行专项治理。

·市场漫话·

付费会员制应“物有所值”

■ 韩小乔

近日,电商会员纷纷涨价。有媒体调查发现,目前各大电商平台会员已成常规操作,会员费一年几十元至几百元不等,还不时上调会员价格,至于这些五花八门的会员到底能省多少钱,谁也不说清楚。从本质上看,电商付费会员制是由消费升级带来的服务分级。单一的服务模式不能满足消费者差异化需求,部分消费者愿意支付一定的溢价成本成为会员,享受商品折扣、提升购物体验。电商平台可以借此创造新的

盈利增长点,精准营销,增加用户黏性。随着电商竞争日益激烈、流量红利逐渐减弱,平台为追求利润而涨价无可厚非,但问题在于,用户能否明白白消费?有的电商对外宣称:“会员平均可省1847元”,但会员能不能省钱、省多少钱是个“糊涂账”,平台没有进一步解释说明相关算法。关于会员的具体优惠权益,平台也没有列出明细、提前告知用户,涉嫌利用广告宣传夸大省钱效果,损害消费者知情权和自主选择权。另一方面,会员是否享受到“足额”权益?有的平台对用户所购权益重重设限,优惠券

被拆分为小金额且不能叠加使用。赠送会员的各项服务虽然看起来总价很高,实际上都是使用率很低的手机应用服务。有的平台玩起“套路式”自动续费,让人防不胜防。价格涨了,服务却没跟上,相当于变相削减会员权益,难怪被用户诟病“花钱买罪受”。“赚快钱”远没有“得人心”重要。信任是电商发展的基石。付费会员制的前提是商家和用户建立持续互动的信任关系。当下,一些付费会员制变味,说白了就是商家未按约定履行对会员的承诺。平台为了一时利益,或虚假宣传,或耍手段玩套路,损害信任关

系,导致会员严重流失,影响企业长远发展,得不偿失。没有名副其实的产品和服务,消费者不会为“会员”这个身份掏钱。电商平台既要在续费、升级、取消等功能设置上,提升公开透明度,充分保障消费者权益,又要继续深挖用户需求,根据不同用户偏好,提高差异化服务能力,打造覆盖面更广的会员体系。只有树立以消费者为导向的商业运营模式,提供更好、更安全、更高效的服务,才能提高用户忠诚度,建立良好品牌形象,形成良性发展生态。让付费会员制名副其实,不仅靠平台自律,也离不开行业监管。完善法律法规,明确权责边界,畅通维权投诉渠道,加大对虚假宣传、损害会员权益的治理力度,让消费者放心消费。全社会共同努力,促进付费会员制在规范的轨道上运行,为网络经济发展注入新动力。