

版本号: 20190218

南非贸易指南



行业版 洗涤类

中非桥跨境贸易服务平台

2019

目录

1.中国和南非双边贸易概况.....	3
2.世界及中国洗涤类产品进出口概况.....	6
3.非洲及南非洗涤类产品进口概况.....	8
4.洗涤剂类产品海关编码及南非关税信息.....	11
5.南非洗涤类销售渠道及部分产品的参考零售价格.....	12
6.常见风险防范.....	15

1. 中国和南非双边贸易概况

据中国海关统计，2018年，中国与非洲国家进出口总额约为2039.81亿美元，较2017年的1697.5亿美元增长了342.31亿美元。其中，中国对非洲出口约1047亿美元，较之2017年增长了102亿美元；自非洲进口约992.81亿美元，较之2017年增长了240.31亿美元。

从中国与非洲各国进出口贸易额来看，进出口额排名前十位的非洲国家分别是南非（435.50亿美元）、安哥拉（280.53美元）、尼日利亚（152.71亿美元）、埃及（138.26亿美元）、阿尔及利亚（91.05亿美元）、刚果金（74.36亿美元）、加纳（72.54亿美元）、刚果布（72.44亿美元）、利比亚（62.06亿美元）和肯尼亚（53.72亿美元）。

按照南非方面的统计，2018年南非的对外进出口贸易总额达到了1875.5亿美元，比上年增长8.8%。其中，南非出口941.8亿美元，进口933.7亿美元，南非贸易顺差约8亿美元。其中，南非对中国大陆的出口总额达到了86.64亿美元，约为同期南非出口总额的9.2%。进口方面，2018年全年，南非从中国进口的商品总额约为171.2亿美元，约为同期南非进口商品总额的18.3%。

下图为 2018 年南非向中国出口的主要商品类型。其中，矿产品达到了 60.13 亿美元，占到了同期南非对中国出口商品总金额的 69.4%。其次，是“贱金属及制品”，金额约为 11.86 亿美元，占比也达到了 13.7%。另外，“贵金属及制品”占比也达到了 2.2%。

表15 南非对中国出口主要商品构成（类）

(2018年1-12月)			金额单位：百万美元			
海关分类	HS编码	商品类别	2018年1-12月	上年同期	同比%	占比%
类	章	总值	8,664	8,677	-0.2	100.0
第5类	25-27	矿产品	6,013	6,258	-3.9	69.4
第15类	72-83	贱金属及制品	1,186	1,237	-4.2	13.7
第11类	50-63	纺织品及原料	299	284	5.6	3.5
第10类	47-49	纤维素浆；纸张	279	261	7.0	3.2
第2类	06-14	植物产品	229	116	97.0	2.7
第14类	71	贵金属及制品	193	93	108.3	2.2
第4类	16-24	食品、饮料、烟草	116	96	20.8	1.3
第6类	28-38	化工产品	115	131	-12.5	1.3
第1类	01-05	活动物；动物产品	57	25	128.9	0.7
第16类	84-85	机电产品	51	50	1.8	0.6
第8类	41-43	皮革制品；箱包	40	50	-18.6	0.5
第7类	39-40	塑料、橡胶	32	31	3.6	0.4
第9类	44-46	木及制品	22	9	153.0	0.3
第13类	68-70	陶瓷；玻璃	11	14	-24.2	0.1
第17类	86-89	运输设备	9	14	-37.5	0.1
		其他	11	8	33.1	0.1

下图为南非从中国进口商品（即中国对南非出口）类型图。其中，机电产品份额最大，约为 80.25 亿美元，占比 49.6%，其次是纺织品及原料，占比约 9.2%；另外，“化工产品”占比 7.2%、“运输设备”占比 3.3%、“光学、钟表、医疗设备”占比 2.1%。

表16 南非自中国进口主要商品构成（类）

(2018年1-12月)

金额单位：百万美元

海关分类	HS编码	商品类别	2018年1-12月	上年同期	同比%	占比%
类	章	总值	17,120	15,237	12.4	100.0
第16类	84-85	机电产品	8,025	7,050	13.8	46.9
第11类	50-63	纺织品及原料	1,567	1,426	9.8	9.2
第15类	72-83	贱金属及制品	1,356	1,262	7.5	7.9
第6类	28-38	化工产品	1,223	994	23.1	7.2
第7类	39-40	塑料、橡胶	914	762	19.9	5.3
第20类	94-96	家具、玩具、杂项制品	786	723	8.6	4.6
第12类	64-67	鞋靴、伞等轻工产品	659	592	11.2	3.9
第17类	86-89	运输设备	561	495	13.5	3.3
第18类	90-92	光学、钟表、医疗设备	351	340	3.2	2.1
第13类	68-70	陶瓷；玻璃	347	315	10.3	2.0
第5类	25-27	矿产品	271	283	-4.1	1.6
第8类	41-43	皮革制品；箱包	188	171	10.1	1.1
第10类	47-49	纤维素浆；纸张	155	155	0.1	0.9
第4类	16-24	食品、饮料、烟草	143	142	0.6	0.8
第1类	01-05	活动物；动物产品	102	87	18.4	0.6
		其他	471	440	7.0	2.8

2. 世界及中国洗涤类产品进出口概况

本指南所指洗涤类产品为海关编码以 34 开头的产品，主要包含肥皂、洗涤剂。2018 年，全球该类产品进口贸易总额为 639.56 亿美元，较 2017 年同比增长 8%，14-18 年五年年均增长率达到 2%。中国为该类产品的最大进口国，进口总额达到 49.13 亿美元，占全球进口份额的 7.7%。其次为德国，其进口额为 46.16 亿美元，占世界出口比例的 7.2%，其余较大进口国（地区）为：美国、法国、英国、加拿大、比利时、荷兰、意大利和俄罗斯。其中中国、美国、法国和荷兰的进口额增长速度均超过了 10%。中国的洗涤类产品进口居世界之首，贸易逆差达到了 7.85 亿美元；全球洗涤类产品进口国家除中国以外集中在了欧洲和北美。前 20 位国家中，中国进口的关税税率最高，达到了 12.2%，欧洲国家的进口关税基本低于 1%。

而世界出口洗涤类产品主要出口国家和数量可参见下表：

（数据来源：ITC）

国家	18 出口金额 (亿美元)	14-18 五年年 均出口额增速 (%)	17-18 年出口 额增速 (%)	占世界出口 总额比例 (%)	出口目的国 平均距离 (km)
世界	631.3	2	7	100	3306
德国	88.8	2	5	14.1	2899
美国	72.7	0	12	11.5	6311
中国	41.3	4	17	6.5	6844
比利时	37.7	2	9	6	1515
法国	34.5	3	11	5.5	2367
荷兰	31.6	1	6	5	1413
日本	29.2	8	10	4.6	3596
意大利	25.6	4	15	4.1	2244
波兰	23.9	5	18	3.8	1533
英国	23.5	-2	3	3.7	2969

从上表可见，波兰 18 年出口增速最快，达到 18%，其次是中国，达到 17%。像德国、美国、中国等国既是洗涤类产品的主要出口国家，也是该类产品的的主要进口国家，该类产品的国际流通较多。且进出口集中度比较高，主要消费者的地区分布不均。

截止 2018 年年末中国已累计出口该产品至 228 个国家/地区。其中美国是最大出口目的国(地区)，总金额 4.50 亿美元，占中国该产品出口总额的 10.9%，

中国洗涤类产品对美赤字达到 4.4 亿美元；日本其次，从中国进口的该类产品金额为 2.8 美元，但是中国从日本进口的洗涤类产品远超进口，该产品对日贸易赤字达到 8.6 亿美元。另外中国对越南、香港、台湾和英国等国家地区的出口量也较大。

以下为 2018 中国出口洗涤类产品十大目的国及金额：

（数据来源：ITC）

国家	18 进口金额（亿美元）	占中国该产品出口比例（%）	14-18 五年年均进口额增速（%）	17-18 年进口额增速（%）	出口目的国平均距离(km)	平均进口关税（%）
世界	4128155	100	4	17		
美国	450269	10.9	11	29	7121	2.4
日本	283075	6.9	8	13	6313	0.6
越南	174210	4.2	26	39	3631	0
香港	173650	4.2	-7	4	4481	0
台湾	170657	4.1	15	36	5796	1.5
英国	169111	4.1	6	4	2092	2.9
澳大利亚	156013	3.8	4	15	11305	0
印度	118749	2.9	8	47	6427	10.3
菲律宾	114092	2.8	18	33	4048	0
泰国	114040	2.8	-1	26	5545	0

其中进口增速最快的是印度，达到 47%，越南、台湾和菲律宾等国家地区的年增速也超过 30%。由于中国积极推进一带一路和中国-东盟自由贸易区，中国的洗涤类产品在东南亚国家可以以 0 关税进入，因此出口额增长速度较快，也比较适合企业推进对该地区的市场开发。而香港、台湾等地区作为中国洗涤类产品的重要转口基地，其进口的该类产品主要也都是发往其他对中国没有关税优惠的地区。由此可见，中国的洗涤产品对新兴国家还是有一定的竞争优势。中国企业除了提升品质和品牌，增强在传统市场的竞争力，另一方面更应当大力开发新兴市场例如东南亚、非洲等国家和地区，开发新兴市场，同时打出自己的品牌，扩大品牌影响力，抢占新兴国家的市场份额的同时增加产品的附加值。

3. 非洲及南非洗涤类产品进口概况

2018年，非洲洗涤类产品（海关编码34类）进口贸易总量为27.5亿美元，较2017年同比增长3.6%。埃及为非洲最大进口国，进口增速达到了33.8%；南非次之。其中南非洗涤类产品进口额为2.99亿美元，占非洲进口总额的10.8%，17-18年度增长速度为6.8%。非洲国家进口的主要品类参看下表：

（数据来源：ITC）

海关编码 前四位	产品描述	17年进口额 (万美元)	18年进口 额(万美元)	年进口 增速
3402	有机表面活性剂（肥皂除外）；表面活性剂制品、洗涤剂（包括助洗剂）及清洁剂，不论是否含有肥皂，但税号34.01的产品除外	1279316	1359838	6.29%
3401	肥皂；作肥皂用的有机表面活性产品及制品，条状、块状或模制形状的，不论是否含有肥皂；洁肤用的有机表面活性产品及制品，液状或膏状并制成零售包装的，不论是否含有肥皂；用肥皂或洗涤剂浸渍、涂面或包覆的纸、絮胎、毡呢及无纺织物	872565	857235	-1.76%
3403	润滑剂（包括以润滑剂为基本成分的切削油制剂、螺栓或螺母松开剂、防锈或防腐蚀制剂及脱模剂）及用于纺织材料、皮革、毛皮或其他材料油脂处理的制剂，但不包括以石油或从沥青矿物提取的油类为基本成分（按重量计不低于70%）的制剂	304995	310272	1.73%
3405	鞋靴、家具、地板、车身、玻璃或金属用的光洁剂、擦洗膏、去污粉及类似制品（包括用达类制剂浸渍、涂面或包覆的纸、絮胎、毡呢、无纺织物、泡沫塑料或海绵橡胶），但不包括税目34.04的蜡	73876	85060	15.14%
3404	人造蜡及调制蜡	56536	64748	14.53%
3406	各种蜡烛及类似品	56310	58068	3.12%
3407	塑型用膏，包括供儿童娱乐用的在内；通称为“牙科用蜡”或“牙科造形膏”的制品，成套、零售包装或制成片状、马蹄形、条状及类似形状的；以熟石膏（煅烧石膏或硫酸钙）为基本成分的牙科用其他制品	11991	14730	22.84%

3.1 按照海关编码划分，2018 年，南非进口的洗涤类产品（海关编码 34）及数据参见下表。其中进口增速最快的且进口金额最多的是 3401 类产品（肥皂及洗涤剂、皮肤表面用清洁剂等），该产品 17 到 18 当年增速达到了 24%，而鞋、家具清洁剂等 3405 类的产品的进口增速也超过 20%。但是中国产品在南非的市场占有率较低，日化清洁类产品中最高的 3401 类也只占到了南非进口额的 15%。

（数据来源：ITC）

海关编码 (前四位)	产品描述	进口金额 (万美元)	从中国进口 额(万美 元)	从中国进口 占比
3402	有机表面活性剂（肥皂除外）；表面活性剂制品、洗涤剂（包括助洗剂）及清洁剂，不论是否含有肥皂，但税号 34.01 的产品除外	12160.6	685.7	5.64%
3401	肥皂；作肥皂用的有机表面活性产品及制品，条状、块状或模制形状的，不论是否含有肥皂；洁肤用的有机表面活性产品及制品，液状或膏状并制成零售包装的，不论是否含有肥皂；用肥皂或洗涤剂浸渍、涂面或包覆的纸、絮胎、毡呢及无纺织物	7972.2	1210.0	15.18%
3403	润滑剂（包括以润滑剂为基本成分的切削油制剂、螺栓或螺母松开剂、防锈或防腐蚀制剂及脱模剂）及用于纺织材料、皮革、毛皮或其他材料油脂处理的制剂，但不包括以石油或从沥青矿物提取的油类为基本成分（按重量计不低于 70%）的制剂	6794.1	95.1	1.4%
3404	人造蜡及调制蜡	1256.3	15.9	1.27%
3405	鞋靴、家具、地板、车身、玻璃或金属用的光洁剂、擦洗膏、去污粉及类似制品（包括用达类制剂浸渍、涂面或包覆的纸、絮胎、毡呢、无纺织物、泡沫塑料或海绵橡胶），但不包括税目 34.04 的蜡	780.4	53.7	6.88%
3406	各种蜡烛及类似品	674.0	464.6	68.93%
3407	塑型用膏，包括供儿童娱乐用的在内；通称为“牙科用蜡”或“牙科造形膏”的制品，成套、零售包装或制成片状、马蹄形、条状及类似形状的；以熟石膏（煅烧石膏或硫酸钙）为基本成分的牙科用其他制品	241.0	74.4	30.87%

3.2 按照进口来源国国别来划分，截止 2018 年年末，德国是南非洗涤类产品的最大供应国，销售金额为 5633 万美元，占了其进口额的 18.9%，而美国为第二，占了其进口额的 14.4%。

以下为 2018 南非洗涤类产品十大来源国及金额：

（数据来源：ITC）

国家/地区	贸易额（万美金）	占比	17-18 增长率
德国	5633.3	18.9%	5%
美国	4291.5	14.4%	5%
中国	2599.4	8.7%	21%
英国	2531.1	8.5%	6%
意大利	1885.1	6.3%	39%
法国	1865.3	6.2%	13%
比利时	1528.3	5.1%	17%
西班牙	1407.7	4.7%	-11%
印度	986.9	3.3%	22%
荷兰	956.0	3.2%	-13%

从以上表格看出，南非进口的洗涤类产品，除美国、中国和印度以外，其余产品多来自于欧盟国家，这是有原因的：一方面，欧盟国家的产品有着较长的历史和一定的品牌价值，另一方面欧盟和南非有相互间的关税优惠，因此欧盟的洗涤类产品出口到南非是可以享受零关税的。美国、中国和印度，尽管关税同样为 15.8%，但是美国作为洗涤类产品生产大国，拥有众多的世界知名品牌，因此也能得到一部分追求品质的消费者的青睐。中国和印度则相对没有在南非被广泛接受的洗涤类品牌，因此主要是靠价格来获得竞争力。作为大众消费品，使用者对该类产品的价格是比较敏感的。因此中国企业除了在价格上保持一定的竞争力，以扩大对南出口外，还可以通过在南部非洲同盟国家办厂等方式，降低关税，提高自身产品的竞争力。同时进行品牌出海战略，提高中国品牌在南非及其他非洲国家的知名度，以扩大产品单位附加值，得到更高的利润。

4. 洗涤剂类产品海关编码及南非关税信息

海关编码 (前四位)	产品描述	能否 进口	监管条件	关税 税率
3401	肥皂；作肥皂用的有机表面活性产品及制品，条状、块状或模制形状的，不论是否含有肥皂；洁肤用的有机表面活性产品及制品，液状或膏状并制成零售包装的，不论是否含有肥皂；用肥皂或洗涤剂浸渍、涂面或包覆的纸、絮胎、毡呢及无纺织物	能	由港口卫生办公室人员检查必须按照规定的净质量数量，并以批准的方式标记容器。	20%
3402	有机表面活性剂（肥皂除外）；表面活性剂制品、洗涤剂（包括助洗剂）及清洁剂，不论是否含有肥皂，但税号 34.01 的产品除外	能		0-20%
3403	润滑剂（包括以润滑剂为基本成分的切削油制剂、螺栓或螺母松开剂、防锈或防腐蚀制剂及脱模剂）及用于纺织材料、皮革、毛皮或其他材料油脂处理的制剂，但不包括以石油或从沥青矿物提取的油类为基本成分（按重量计不低于 70%）的制剂	能		0%
3404	人造蜡及调制蜡	能		0-15%
3405	鞋靴、家具、地板、车身、玻璃或金属用的光洁剂、擦洗膏、去污粉及类似制品（包括用达类制剂浸渍、涂面或包覆的纸、絮胎、毡呢、无纺织物、泡沫塑料或海绵橡胶），但不包括税目 34.04 的蜡	能		0-15%
3406	各种蜡烛及类似品	能		20%
3407	塑型用膏，包括供儿童娱乐用的在内；通称为“牙科用蜡”或“牙科造形膏”的制品，成套、零售包装或制成片状、马蹄形、条状及类似形状的；以熟石膏（煅烧石膏或硫酸钙）为基本成分的牙科用其他制品	能		10%

南非政府对该类产品不限制进口，因此该类产品的通用关税水平基本为 0-20%，常规肥皂类产品需要符合该国法律的包装规定，并且通过当地港口卫生官员的检测并背书。其余产品没有要求。该类所有产品对欧盟及南部非洲同盟国家的关税为 0。

5. 南非洗涤类销售渠道及部分产品的参考零售价格

在南非，由于其消费市场的多样性，洗涤类产品的销售渠道既有大型连锁商超，也有小型批发市场和商店等，在一些社区的摊位上也能买到。近年来随着南非电商的兴起，也有部分产品通过当地的电商平台如 takealot 等，也有销售洗涤类产品。南非消费者一方面比较青睐国际知名品牌的产品，另一方面对物美价廉的低档产品也很欢迎。市场上的主流品种以欧洲及美国的大牌为主。近年来有部分国际品牌如奥妙、强生等在非洲当地设厂，对当地的销售量也很大。





以下是部分洗涤类产品南非参考零售价：（南非价格信息来自南非本土）：

参考汇率：兰特美元汇率为：14.5ZAR/USD； 人民币美元汇率：7.0RMB/USD

（以实际为准）；

产品及图片	规格及南非零售价（ZAR）
	Raw African Black Soap 200G R150
	DETTOL Soap Original - 150G R150
	Johnson's Baby Soap 100G R11

 <p>The image shows the packaging for Dove Beauty Cream Bar soap. It features the Dove logo at the top, a dove icon, and the text 'beauty cream bar for soft, smooth skin'. There is also Arabic text: 'لبنونة ناعمة الملمس' and 'moisturizing cream'. The background is light with a subtle image of a woman's face.</p>	<p>DOVE Beauty Soap Original 50G R3. 99</p>
 <p>The image shows the packaging for Protex Aloe AntiGerm Soap Bar. It features the Protex logo in large blue letters, with 'ALOE' in green below it. Text includes 'Protects against 99.9% of Germs' and 'For the Good Health of your Skin'. There is also Arabic text at the top: 'مضاد للجراثيم 99.9%'. The background shows green aloe leaves.</p>	<p>Protex Antigerm Soap Bar Aloe 150G R11. 5</p>
 <p>The image shows a clear glass bottle of Essentially Natural Pure Castile Liquid Soap Base. The bottle is filled with an amber-colored liquid and has a white label with the text 'Essentially Natural' and 'Pure Castile'. The bottle has a white cap.</p>	<p>Essentially Natural Pure Castile Liquid Soap Base 200ML R79</p>
 <p>The image shows a green bottle of Clinique Liquid Facial Soap Mild. The bottle has a white pump dispenser and a white label with the Clinique logo and the text 'CLINIQUE liquid facial soap mild'. Below that, it says 'savon visage liquide doux'.</p>	<p>Clinique Liquid Facial Soap Mild 200ML R252</p>
 <p>The image shows a clear plastic bottle of L'Occitane Shea Butter Verbena Liquid Soap. The bottle is filled with an orange liquid and has a black pump dispenser. The label features the L'Occitane logo and the text 'SAVON LIQUIDE' and 'SHEA BUTTER VERBENA LIQUID SOAP'.</p>	<p>L'Occitane Shea Butter Verbena Liquid Soap 16.9 Fl. Oz. R1710</p>

	<p>Pigeon Baby Laundry Detergent Refill 500ML R71</p>
	<p>Procter & Gamble Green Dishwashing Liquid Soap – Dawn Ultra Hand Renewal Cucumber Melon Scented Dish Detergent R1485</p>
	<p>20 Mule Team Borax Detergent Booster & Multi-purpose Household Cleaner 65 Oz. Box – 4 Pack R2300</p>
	<p>Tyler Candle Glamorous Wash Laundry Detergent 907G 32 Oz. – Tyler R1370</p>
	<p>Procter & Gamble – Household Laundry Food Tide Plus A Touch Of Downy April Fresh Scent High Efficiency Liquid Laundry Detergent R3055</p>
	<p>Fruits & Passion Coriander And Olive Cucina Dish Detergent 500ML R795</p>

6. 常见风险防范

6.1 客户风险:

客户方面的风险主要体现在南非客户良莠不齐,需要避开骗子及无实力客户。

防范措施:与客户洽谈时建议索要对方的公司注册证书及注册号,可以使用信用保险进行调查,中非桥针对南非客户也可提供相应的调查服务;

签订合同时必须由对方公司签字,盖章,扫描件通过公司邮箱方式发送,社交软件的交流不可作为有效证据;

中非桥将推荐一部分南非客户及非洲创客,但是企业同样需要进行相应甄别。有条件的企业建议使用增值的信用保险服务,购买出口信用保险,防范因客户方发生变化导致的损失;

如因企业提供的文件不准确、获取渠道出现问题或者企业自身同意先放货后收款的,相应损失将由企业自行承担。

6.2 产品风险:

产品方面的风险主要体现在货物安全风险及货物质量风险。

6.2.1 货物安全风险:

主要体现为货物在海上运输及南非物流和仓储过程中因客观原因可能产生的货物损失。海运过程中有可能有水浸、火灾等,而南非国内治安环境较差,也存在一定的货物损失风险。

防范措施:针对海上运输买一份船运保险,可由客户购买或者企业自身购买。如果货物是进海外仓的,中非桥南非将为企业统一购买相应基础保险,增值保险由企业自行考虑。如因没有购买保险导致的损失,由企业自行承担。

6.2.2 货物质量风险:

包括国内知识产权风险、南非知识产权风险、南非印刷品风险及中国出口风险及南非进口销售风险。

6.2.2.1 国内知识产权风险、南非知识产权风险:

中国和南非都有较为完善的知识产权保护法。南非法律系统发达，知识产权保护非常完善，法律包括《版权法》《商标法》《专利法》《外观设计法》等。如果涉及到卡通图案等，必须由客户出具版权所有者提供的图案使用许可；因此企业在进出口产品过程中不得使用未经授权的商标、图案、产品外观等。为了避免此类风险，企业应该做到出口的产品以及样品：

使用企业自身已有或已获得授权的注册商标、图案、产品外观，并且在南非当地注册；如果客户定制 logo 及设计图，则必须要求客户提供：客户商标注册书、客户授权书，授权企业生产该图案（外观）产品，并打印客户 logo，如果进中非桥南非仓还需授权中非桥南非进口（销售）该商品；中性包装（无品牌包装）不得含有任何客户 LOGO，样品也必须去掉客户品牌和标志；企业可自行或者通过中非桥在中国海关网站上查询出口商标备案，避免国内知识产权风险；企业可将产品图片及商标通过中非桥南非进行查询，在南非是否侵权，避免南非知识产权风险；作为展示品出口至南非的样品，需要由样品标识，或按中非桥指导操作。

6.2.2.2 南非印刷品风险：

根据南非出版物控制委员会的要求，企业应该避免印刷如下内容：（a）不能印不雅、或不遵守公德的图片（b）不能印刷亵渎神明或冒犯南非居民的宗教信仰的图片（c）嘲笑或轻视南非居民的图片（d）影响当地居民种族间关系的图片（e）有损国家安全和社会秩序的图片；（f）任何不雅或淫秽、令人反感或有害於公众道德的图片（g）任何不雅或淫秽的裸露的图片或是可能引起人们不适的图片。

6.2.3 中国出口风险：

主要是实际产品与海关报关产品的报关信息（主要是海关编码、数量、种类、重量、价格）不符，企业应避免这种风险。这些不符点可能导致出口退税额的不同，轻则写明情况重新报关，重则有可能会算成骗税，因此企业报关数据必须准确。

6.2.4 南非进口风险：

主要指产品达不到南非进口及销售标准、实际产品与南非进口报关产品的报关信息（主要是海关编码、数量、种类、重量、价格）不符，以及提供单据及费用不及时的风险：因关税问题，客人有可能要求另行签一份低值合同，并提供低值发票，逃避关税。南非海关和中国海关已签订数据共享协议，虽短期内尚未执行，但应注意防范风险，尽量避免此类操作。如果需要这样操作，建议全款收进以后再进行；企业应及时提供清关相应的单据以及关税、清关费等费用，以避免清关不及时造成的滞港费、货物损失等；因企业操作不规范造成的各项风险，由此导致的损失由企业自行承担。

6.3 资金风险：

主要是指企业收款过程中因各种原因导致无法全额收到货款的风险以及由于汇率问题导致的货款收入减少的风险：客户可能以质量原因要求减免货款，此类情况应由企业和客户协商解决，中非桥可因企业需要帮助沟通；中非桥在发货给客户前都会按照企业书面通知进行操作。如果企业决定先放货后收款后，出现客户延期付款或者不付，中非桥可协助企业催讨，但不对结果负责；因为货物出运时企业和客户谈好的售价和货物到达后市场的售价可能存在差额，该差额由企业和客户自行协商；因为销售存在时间问题，有可能因为汇率市场变化，客户支付的当地货币（兰特）可兑换的美金金额不同，中非桥将按照实际收到的当地货币金额和企业指定回款当日的汇率为准进行换汇和汇款，当中存在的汇率风险由企业自行承担。南非当地银行及中间行一般都要收取一定手续费，汇款手续费由企业承担；客户如果通过第三方账户汇至企业国内账户，中非桥不保证其汇款的合法性，不承担相应风险，因此建议由客户公司直接支付美金。