



# 中國：計劃使用貿易信用保險的企業比亞洲其他地方多

Atradius 付款習慣評量表





## Hong Lin

Atradius 中國區總經理  
對該報告發表了評論

多數受訪的中國企業都把貿易信用當成維繫既有客戶和吸引潛在客戶的銷售工具。

隨著中國國內市場未來幾個月繼續成長，受此影響，提供信用的企業的比例會怎樣變化，以及相應使用信用保險主動管理客戶信用風險的企業比例又會有何變化，將會是觀察重點。

2020 年，中國經濟成長 2.3%，與世界上多數面臨經濟衰退的其他經濟體大相逕庭。2021 年 3 月發布的《Atradius 中國國家報告》指出，中國實際 GDP 較去年同期成長 6.3%，並預測全球復甦有利於中國出口。除此之外，中國從商品消費轉向服務消費的趨勢也預計將會帶來經濟成長。此整體看好的經濟評估結果已經反映在付款習慣評量表中。尤其值得注意的是，低比例的核銷款項以及高比例的企業準備提供 90 天以上 B2B 付款期限作為其銷售策略，即可看出企業普遍存在信心。

去年所有 B2B 交易中，半數以上都是信用交易。雖然疫情爆發後這一趨勢趨緩，但大多數信用銷售的企業仍會繼續採用貿易信用。

貿易信用的普及預計也將成為中國信用保險購買率上升的重要影響因素。

確實，受訪企業中有 40% 表示，他們預計在未來 12 個月內將更常使用貿易信用保險，藉此降低提供貿易信用的風險。

Atradius 付款習慣評量表讓我們有機會能直接聽取企業的意見，深入瞭解企業如何因應疫情引起的貿易和經濟環境變化。

多數受訪的中國企業都把貿易信用當成維繫既有客戶和吸引潛在客戶的銷售工具。隨著中國國內市場未來幾個月繼續成長，受此影響，提供信用的企業的比例會怎樣變化，以及相應使用信用保險主動管理客戶信用風險的企業比例又會有何變化，將會是觀察重點。

# 要點

## 中國企業預計未來幾個月內更常使用信用保險

與亞洲的同業相比，中國有更多企業預計未來幾個月會使用貿易信用保險。由此可見，未來幾個月與 B2B 客戶進行信用交易的需求很可能會增加，以及想要將貿易信用風險降至最低、保護現金流和利潤、為業務成長創造潛力而加強信用管理實務的需求也會增加。

## 中國提供的發票付款期限高於亞洲地區平均

中國受訪企業提供的平均發票付款期限為 67 天，遠高於整個亞洲 54 天平均付款期限。這種付款期限較長的偏好，也反映到 90 天以上的發票付款期限。發票未付款的時間越長，完全無法回款的風險就越大。雖然寬鬆的發票付款期限能讓企業享有競爭優勢，但還是要謹慎保護應收帳款，免得付款風險增加造成損失。

## 企業提供貿易信用是為了贏得回頭客和新客戶

中國企業願意提供信用作為其發票付款期限，反映的是一種銷售策略，目的是積極維繫回頭客，同時吸引新客戶。只要企業擁有充足的流動性或保險，能保護企業免受客戶違約或破產風險的影響，那麼信用交易就會變成強大的銷售工具。

## 從 DSO 趨勢可看出，中國企業對此表示樂觀

付款習慣評量表半數以上的受訪企業表示，他們預計使用信用保險來穩定銷售流通天數 (DSO)。整體而言，比起亞洲其他地區的企業，中國受訪企業對接下來幾個月的 DSO 穩定水準更為樂觀。DSO 是一個反映企業健康狀況和在催收長期貿易高價值債務方面效率的有效指標。DSO 較高，可能代表企業存在現金流問題、信用收款狀況不良或營運問題。因此，加強信用管理程序也能幫助降低 DSO 值，這點相當重要。

# 中國調查結果

## 因國內經濟反彈，受訪企業預期經營業績將有所改善

相比亞洲其他地區的企業 (26%)，中國有更多受訪企業 (31%) 表示，他們認為保持足夠的現金流水準是未來幾個月面臨的最大挑戰。此外，同一時期的信用管理成本的控制也會給企業帶來挑戰。中國企業比亞洲其他地區的企業對此更為擔憂。

相比亞洲其他地區 (52%)，中國有更多企業 (55%) 預計其經營業績 (銷售額和利潤) 會有所改善。中國只有 2% (亞洲為 5%) 的企業預計其經營業績會惡化，其餘企業則預計業績會繼續保持不變。

相比亞洲其他地區的企業 (48%)，中國有更多受訪企業 (53%) 認為其經營業績改善主要是由於國內經濟的復甦。

## 中國：貴司預計未來數月經營業績會有何變化？



改善  
55%

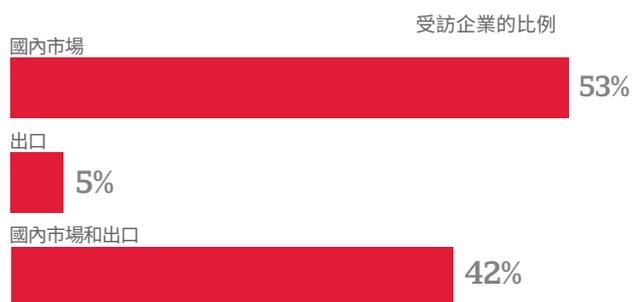


不變  
43%



惡化  
2%

## 哪些關鍵發展將會帶動貴公司的改善？



範例：所有受訪的公司

資料來源：Atradius 付款習慣評量表 - 2021 年 6 月

# 40%

中國地區的受訪企業在未來幾個月預計會更加頻繁地使用貿易信用保險。

(亞洲地區平均值：37%)

有趣的是，中國受訪企業中只有 5% 預期其經營業績提高完全來自出口，相比之下，亞洲其他地區受訪企業則有三分之一認為如此。向 B2B 客戶提供貿易信用仍將是中國受訪企業的既定商業慣例。尤其是，相比亞洲其他地區的企業 (36%)，中國有更多企業 (44%) 認為信用銷售日後會變得更加普遍，讓客戶有時間支付發票。

## 未來幾個月貿易信用保險的使用率將上升

相比亞洲 (37%)，中國 (40%) 有更多企業預計未來幾個月會更常使用貿易信用保險。53% 的企業告訴我們，這種方法應有助於保持 DSO 穩定水準 (亞洲地區平均值：48%)。

## 中國：2021 年企業獲利的前 5 大挑戰

受訪企業的比例

維持足夠的現金流



成本控制



新冠病毒疫情造成的經濟危機



銀行貸款限制



產品和服務的需求下降



其他



範例：所有受訪的公司

資料來源：Atradius 付款習慣評量表 - 2021 年 6 月

中國只有較少受訪企業 (32%) (相比亞洲其他地區企業 38%) 認為，未來幾個月 DSO 將會惡化，而中國 (14%) 比亞洲 (10%) 有更多企業預計，未來幾個月的現金流將有所改善。

為了減輕未來幾個月受貿易信用擴張牽連的客戶信用風險影響，中國 (45%) 比亞洲 (42%) 有更多受訪企業表示，他們準備向 B2B 客戶索要付款保證。此外，中國 (43%) 比亞洲 (38%) 有更多受訪企業預計會頻繁調整信用期限，以便因應客戶信用風險狀況的波動。

## 去年半數以上的銷售額採用了信用銷售

在疫情爆發後的一年中，所有 B2B 銷售中平均有 55% 都採用了信用銷售。這跟 ICT/電子和農業食品產業的地區企業非常相符，不過中國化學/製藥產業報告的貿易信用使用率則是高於地區水準。國內貿易促進企業大量採用貿易信用，國內客戶的信用銷售總值佔比平均為 60%，國外客戶的信用銷售總值佔比則平均為 40%。中國市場上使用貿易信用的趨勢擴大，由此可看出採用率提高的跡象，同時中國經濟也從投資導向的成長，重新平衡為家庭消費比重。

雖然 45% 的中國企業 (亞洲地區平均值：41%) 表示，他們使用貿易信用的情況與去年一致，同時，有 42% 的企業報告稱，疫情爆發後的幾個月，使用貿易信用的情況有所增加 (亞洲平均值：44%)。中國只有少數受訪企業拒絕信用申請，但通常是由於客戶信用品質下降所致。

47% 的受訪企業表示他們傾向現金銷售，這跟支持信用銷售的比例類似。不過這一比例仍是明顯低於整個亞洲平均值 58%。在信用銷售總值方面，中國企業 55% (亞洲地區平均值：45%) 表示沒有變化。以提供貿易信用的原因來看，多數企業報告稱使用信用是為了鼓勵既有客戶回頭消費，不過也有多數企業是為了贏得新客戶和市場競爭。

## 疫情期間信用管理成本增加

信用在中國貿易中發揮核心作用，因此而產生的成本需要謹慎管理。貿易信用管理不善可能會超過銷售產生的收入，特別是在利潤微薄的情況下。調查數據顯示，49% 受訪企業報告稱，疫情爆發後的一年中，貿易信用管理成本有所增加。這項結果與該地區報告的情況基本一致，主要原因是取得信用資訊來評估客戶信用度的成本增加。中國（44%）比亞洲（42%）有更多企業報告稱發票收款成本有所增加。相反，在疫情爆發後一年中，報告稱融資或利息成本增加的企業在中國為 36%，在亞洲為 43%。報告稱受到呆帳牽連而成本增加的企業在中國為 23%，亞洲為 33%。

## 中國付款期限長於亞洲平均值，通常反映了的公司標準

中國受訪企業的付款期限平均值為自開立發票起 67 天（亞洲地區平均值：54 天）。這種模式也同樣適用於 90 天以上的付款期限（中國為 13%，整個亞洲為 9%）。付款期限越長，代表著客戶違約的風險越大。疫情爆發後的一年中，中國多數受訪企業（60%）均未改變其平均付款期限（亞洲地區平均值：55%），而有 32% 的企業則延長了付款期限（亞洲地區平均值：35%），通常最多延長一個月。受訪企業中只有少數在過去 12 個月內縮短了付款期限。



## 中國：平均而言，貴司的 B2B 客戶支付發票的時間範圍是多少？

受訪企業的比例



範例：所有受訪的公司

資料來源：Atradius 付款習慣評量表 - 2021 年 6 月

幾乎半數的中國調查受訪企業（49%，亞洲地區平均值：53%）表示根據公司標準確定付款期限。46% 的受訪企業選擇與自家供應商的付款期限一致的付款期限（高於亞洲地區平均的 42%）。此外，42% 的受訪企業表示會考慮客戶的信用能力，42% 的受訪企業會根據產業標準延長期限（這兩項數值的亞洲地區平均值：39%）。18% 的企業設定期限時受到客戶的議價能力影響，低於 23% 的亞洲地區平均值。

## 結算發票所需的時間保持穩定

58% 的受訪企業表示，過去 12 個月的付款時間沒有變化，特別是大型 ICT 經銷商。36% 的受訪企業（亞洲地區平均值：40%）表示，客戶在同一時間範圍內延遲付款。中國沒有受訪企業表示發票付款情況加快，但亞洲則有 6% 的企業表示如此。

中國貿易債務平均佔全國所有 B2B 信用銷售總值 46%（亞洲地區平均值：50%）。有 4% 的長期未付發票（超過 90 天）沖銷為無法收款（亞洲地區平均值：5%）。

# 64 天

中國供應商催收逾期 B2B 發票的平均時間。

# 中國付款習慣概要 (按產業)



## ICT/電子



### 概述

中國 ICT/電子產業與國內農業食品和化學/製藥產業相比，受到客戶信用風險的打擊似乎更為嚴重，報告顯示逾期付款情況也超過了亞洲產業平均值。該產業多數受訪企業表示，他們會採取內部措施承擔並管理客戶信用風險，而不是將其外包給信用保險，但是其亞洲同業反而似乎更傾向使用信用保險。

他們對客戶信用風險的管理主要涉及成本控制和流動性水準，目的是保護企業的財務靈活性。除了以上疑慮之外，調查受訪企業也表示，他們擔心國際供應鏈繼續中斷下去，還有地緣政治貿易緊張局勢重新爆發，就會影響全球貿易流量。不過，他們也比亞洲其他地區企業更樂觀認為經營業績會有所改善，認為這主要來自國內經濟的反彈。

### 比起亞洲其他地區的企業，ICT/電子業受到客戶信用風險的影響更深

在過去 12 個月中，比起化學和農業食品產業，中國 ICT/電子產業受到 B2B 逾期付款的打擊最大。在逾期發票平均為 49% (亞洲為 47%) 的情況下，該產業內的中國企業受到客戶信用風險的影響更深，現金流的壓力也更大。

為了最大限度降低客戶付款違約對企業營運的影響，比起亞洲同業 (69%)，中國有更多企業 (71%) 透過自行保險在內部調控和管理客戶信用風險。

這種方法的缺點包括可能會阻礙呆帳準備金的流動性，進而墊高信用管理的行政成本。65% 的企業 (亞洲地區平均值：59%) 報告稱，他們會為提早支付發票提供折扣。40% 的企業選擇延遲付款給供應商 (亞洲地區平均值：38%)。儘管非常重視追討逾期貿易債務，但是該產業內平均 DSO 為 150 天，遠高於亞洲地區平均的 110 天。大概就是因為貿易債務催收效率低，尤其是長期逾期發票 (逾期 90 天以上) 更是如此，所以中國 (41%) 比亞洲 (31%) 有更多企業有此經歷。

### 預期國內經濟會反彈，助長企業信心

展望未來，與亞洲其他地區企業 (23%) 相比，中國更多企業 (28%) 表示，對於維持足夠的現金流感到擔憂。相比亞洲，中國有更多 ICT/電子企業也同樣擔心，國際供應鏈可能會再繼續中斷下去，還有地緣政治貿易緊張局勢可能會重新爆發。但是，從更積極的角度看，該產業內的中國企業 (63%) 要比亞洲同業 (42%) 更樂觀認為，未來幾個月經營業績 (銷售額和利潤) 將有所改善。中國及整個亞洲的企業都認為，出口增加和國內經濟狀況改善，兩者結合才會帶來改善。但是，中國 (55%) 比亞洲 (46%) 有更多企業認為，經營業績提升主要來自國內經濟反彈。有趣的是，比起亞洲 (14%)，中國 (4%) 只有較少該產業企業認為，預期經營業績提升源自於出口貿易流量。在這種背景下，中國 (46%) 比亞洲 (42%) 有更多該產業企業認為，為 B2B 客戶提供信用額度，是作為短期融資工具維繫 B2B 貿易關係的要角，而且接下來幾個月這一手段會變得越來越普遍，讓 B2B 客戶能支付發票。



## 化工/製藥



### 概述

就逾期付款對企業的影響而言，化學/製藥產業在中國排名第二。雖然調查受訪企業表示，他們更傾向於透過自行保險來承擔和管理客戶信用風險，而不是將其外包給信用保險，不過自行保險和信用保險這兩者，都是中國產業比亞洲整體使用得更頻繁。所以該產業內的中國企業之所以比亞洲同業更能夠把 DSO 維持在掌控範圍內，大概就是如此。

但是，在擔心維持足夠的現金流水準和控制信用成本來保護企業獲利的情況下，中國產業企業預測，成長將來自國內經濟和全球貿易更有利的條件。在這種情況下，B2B 信用銷售可望作為客戶的短期融資工具發揮更大的作用。

### 中國的化學/製藥業比亞洲同業更能有效控制 DSO

化學/製藥業的企業比亞洲同業在管理客戶信用風險方面似乎更為自在。該產業內平均 47% 的銷售為信用銷售，而其亞洲平均水平為 54%。在中國該產業內平均有 5% 的應收帳款沖銷，相比亞洲的沖銷率為 7%。

這些差異可能代表，中國化學/製藥業與亞洲同業之間，管理貿易債務的方式不同。特別需要注意的一點是，中國有高比例的化學/製藥企業 (48%) 報告稱，他們正在加強信用管制程序，相比亞洲同業企業只有 39% 這麼做。

多數企業會選擇兩個或更多信用管理工具以管理其信用風險。對 75% 的企業而言，這得要仰賴內部資源 (自行保險) 來管理客戶信用風險 (亞洲地區平均值：70%)。中國 62% 的企業 (亞洲地區平均值：57%) 在過去 12 個月中，將客戶信用風險的管理外包給信用保險公司，對於保護企業免於違約風險來說，這是比內部調控和管理更具成本效益的方法。無論是採用自行保險還是貿易信用保險等的策略工具，中國化學/製藥業的企業，在管理 DSO 方面似乎比亞洲同業更有效。



這反映的結果是，中國 DSO 記錄平均為 68 天，而亞洲為 95 天。中國 (67%) 比亞洲 (48%) 有更多該產業企業表示能成功把 DSO 維持在掌控範圍內，而中國 (25%) 相比亞洲 (39%) 只有更少企業遭遇 DSO 惡化的經歷。

### 全球貿易和國內經濟反彈可望促進業務成長

中國 (32%) 比起亞洲 (25%) 有更多企業報告稱，在未來幾個月，保持充足的現金流對中國化學/製藥業至關重要。信用管理成本控制是引起中國和亞洲企業擔憂的共同原因，不過選擇自行保險的企業其實最常見到這種情況。該產業內的中國企業比亞洲同業似乎更擔心未來幾個月國際供應鏈繼續中斷下去，以及銀行的貸款限制。中國 52% 的化學/製藥企業 (亞洲地區平均值：57%) 預計其經營業績 (銷售額和利潤) 會有所改善。

中國和亞洲的企業都認為，這種改善主要歸因於國內經濟狀況變好。但是，中國 (52%) 比亞洲 (41%) 有更多企業認為，更加良性的國內經濟和國際貿易條件會在未來幾個月內促使經營業績改善。中國 45% 的產業受訪企業 (亞洲為 35%) 認為，提供 B2B 信用交易作為短期融資會在未來幾個月內變得更加普遍，讓 B2B 客戶能有更多時間支付發票。



## 農業/食品



### 概述

與中國的其他受訪產業相比，農業食品產業的逾期付款情況較不常見。該產業傾向於使用信用保險將未付發票風險降到最低，改善現金流並把 DSO 維持在掌控範圍內。企業表示，有了信用保險提供的保護，他們預期未來幾個月的信用銷售會增加，主要是讓 B2B 客戶有更多時間支付發票，而不是刺激客戶的需求。

### 多數農業食品產業青睞信用保險

與 ICT/電子業和化學/製藥業的調查結果相反（兩者支持透過自行保險來內部調控和管理客戶信用風險），中國農業食品產業的多數企業更傾向於使用信用保險。其中包括 65% 的受訪企業，亞洲同業則為 63%。中國 60% 的農業食品產業都是採用應收帳款承購，使用頻率幾乎與亞洲同業 (57%) 相同。中國有 62% 的企業指出，他們會調整付款期限來反映客戶信用風險狀況，相比亞洲同業則為 51%。60% 的企業對 B2B 貿易債務催收使用內部管理（亞洲為 53%）。

頻繁使用信用保險，也許能解釋為什麼農業食品產業顯示的客戶付款違約影響（逾期信用銷售總值 43%），比亞洲同業 (49%) 要來得低。經過沖銷而無法收款的 B2B 應收帳款總值也是如此。在中國，這個比例為 5%，低於亞洲同業沖銷的 6%。

調查結果顯示，農業食品產業的企業間頻繁使用信用保險，已經改善現金流，並且有助於控制 DSO。該產業內的更多中國企業 (68%)（相比亞洲同業的 52%）有更多報告稱，過去 12 個月 DSO 相當穩定（現在中國平均為 116 天，亞洲平均為 119 天），而且亞洲 (37%) 比中國 (28%) 更常報告稱 DSO 有所增加。採用信用保險的企業比採用自行保險的企業報告稱 DSO 更為穩定，這點不令人意外。

### 國內經濟預期能促進經營業績提高

雖然中國和亞洲受訪企業中均有三分之一同意，保持充足的現金流將是未來幾個月要面臨的最大挑戰之一，但中國 (23%) 比亞洲 (17%) 有更多企業似乎更加擔憂信用管理的成本控制。同樣，相比亞洲，中國有更多企業擔心未來幾個月銀行可能會實施貸款限制。中國有 48% 的產業受訪企業預期經營業績不會有重大變更。即相比亞洲，中國只有更少企業預計其經營業績會有所改善。

不過，比起亞洲 (57%)，中國有更多企業 (63%) 認為經營業績改善主要是由於國內經濟狀況變好。有趣的是，中國只有極少數企業（4% 的受訪企業，而亞洲為 14%）預計此改善的原因是國際貿易。

在這種情況下，未來幾個月與 B2B 客戶進行信用交易的前景相當樂觀。中國近 40% 的農業食品企業認為未來幾個月向 B2B 客戶提供信用的頻率會增加，讓 B2B 客戶有更多時間支付發票。這與亞洲產業情況形成鮮明對比，亞洲其他地區的企業認為，B2B 貿易信用將更加普遍被當作刺激客戶需求的銷售工具。



# 亞洲意見調查設計

## 調查主旨

Atradius 透過一項名為「Atradius 付款習慣評量表」的意見調查，針對國際型企業付款習慣進行年度檢討。在此份針對亞洲的報告（即為 2021 年「Atradius 付款習慣評量表」的一部分）中，受訪企業來自位於六個經濟體（中國、中國香港、印尼、新加坡、台灣和阿拉伯聯合大公國）的企業。

由於本次調查的研究方法有所改變，因此無法對某些結果進行年度同期比較。CSA Research 使用問卷調查共進行了 1,200 次訪談。所有訪談均僅為 Atradius 獨家進行。

## 調查範圍

- **基本族群：**受訪企業來自六個經濟體（中國、中國香港、印尼、新加坡、台灣和阿拉伯聯合大公國）。由應收帳款管理部門的適當人選接受訪問。
- **樣本設計：**策略抽樣計畫可以按產業和公司規模所劃分的國家/地區資料來進行分析。還能比較各個受訪經濟體涉及的特定產業資料。
- **甄選程序：**使用國際性線上意見調查方式來選取並聯絡企業。訪問前期即先進行適當訪問人選及配額控制的篩選。
- **樣本部分：**樣本總數為 1,200 位受訪企業（每個國家/地區約 200 位）。每一個國家都會根據企業規模大小分為三個等級保留名額數。
- **訪問部分：**採取電腦輔助網路訪問 (CAWI)，訪問時間約 15 分鐘。訪問期間：2021 年第 2 季度

## 版權所有 [Atradius N.V.](#) 2021

如您於閱讀此份報告後，想瞭解更多有關如何保護您的應收帳款不受顧客拖欠付款的資訊，請造訪 Atradius 網站或如您有其他特別問題，請寄送訊息，我們的產品專員將會回覆您。「公開發行資訊」區有其他更多 Atradius 著重在全球經濟（包括國家報告、產業分析、信用管理建議和當前商業議題專文）所公開發行的資訊。

訂閱我們的「公開發行資訊」通知，可於每星期接收到有關新公開發行報告的電子郵件通知。

如需有關中國及全球 B2B 應收帳款收款習慣的更多見解，請造訪 [www.atradiuscollections.com](http://www.atradiuscollections.com)

中國官網：[www.atradius.cn/](http://www.atradius.cn/)

電子郵件：[info.cn@atradius.com](mailto:info.cn@atradius.com)

LinkedIn 關注「亞洲安卓」(Atradius Asia)

## 樣本概述 - 訪問總人數 = 1,200

經濟體	訪問人數	%
中國	200	16.7
中國香港	200	16.7
印尼	200	16.7
新加坡	200	16.7
台灣	200	16.7
阿拉伯聯合大公國	200	16.7
商界 (全亞洲)	訪問人數	%
製造業	521	43.4
批發貿易 / 零售貿易 / 經銷配銷業	464	38.7
服務	215	17.9
企業規模 (全亞洲)	訪問人數	%
小型企業	99	8.2
中型企業	896	74.7
大型企業	205	17.1

由於四捨五入的原因，相加結果可能會在 100% 正負 1 之間。為呈現最準確的代表性，我們選擇保留個別結果，而非為使相加結果等於 100%，而調整個別結果。

## 統計附錄

詳細圖表及數據可參考「亞洲統計附錄」。

此為 2021 年 6 月「Atradius 付款習慣評量表」之一部分，可見於 [www.atradius.com/publications](http://www.atradius.com/publications)

[下載 PDF 格式檔案](#)（僅提供英語版）。

## 免責聲明

本報告僅供參考，無意向任何讀者提供投資建議、法律建議或向讀者推薦任何特定交易、投資或策略。對於所提供的資訊，請讀者務必自行獨立進行決定，不論是在商業或其他方面。Atradius 已盡全力確保此份報告所含資訊來自可靠來源，但並不對任何錯誤或遺漏，或因使用此份報告之資訊而獲得的結果承擔責任。本報告內所有的資訊均按「原樣」提供，不保證其完整性、準確性、時效性，或因使用此份報告而獲得的結果，亦無提供任何形式的明示性或暗示性保證。Atradius 及其相關合夥人或合作企業，或合作夥伴、代理商或員工，不對您或其他任何人因為依賴此份報告之資訊，而所進行的任何決定或行動，或任何結果、特別或類似之損害負擔責任，即使已曾忠告過有這種損害之可能性。

運用社交媒體與 Atradius 交流



Atradius N.V.  
David Ricardostraat 1 · 1066 JS Amsterdam  
Postbus 8982 · 1006 JD Amsterdam  
The Netherlands  
電話：+31 20 553 9111

[atradius.asia@atradius.com](mailto:atradius.asia@atradius.com)  
[www.atradius.com](http://www.atradius.com)