



“十四五”，对外开放新看点①

加快数字技术与贸易发展深度融合——

壮大外贸发展新业态新空间

本报记者 王俊岭

今年1—6月，中国外贸进出口增长27.1%，规模创历史新高。其中，跨境电商进出口增长28.6%，市场采购出口增长49.1%，海外仓超1900个。中国外贸不仅保持了较好的恢复态势，而且外贸新业态加快培育、新模式层出不穷、新空间不断壮大。

AI实时翻译直播，机械设备远程诊断，牛奶生产、包装、运输、销售全程可追溯……记者在采访中发现，随着数字技术的发展，越来越多的外贸主体正在主动进行数字化转型，从全新的维度拓展贸易空间，服务海内外客户。业内人士普遍认为，《“十四五”商务发展规划》明确提出“加快数字技术与贸易发展深度融合，提升发展贸易新业态，拓展贸易发展新空间”，并给出一系列支持举措，将为企业外贸业务的发展提供更大机遇。

外贸场景不断拓宽

近年来，随着数字技术快速发展，外贸领域的新业态新模式层出不穷、不断涌现，数字化、网络化、智能化特征更加明显。《“十四五”商务发展规划》（简称《规划》）提出“提升贸易数字化水平”“加快贸易全链条数字化赋能”“促进跨境电商健康持续发展”等举措，就是着眼于外贸场景不断拓宽的现实。

“现在做外贸更方便了！”几个月前，广东东莞吉拓户外用品公司总经理刘诗蕴收到一封海外邮件。原来，一支国外知名登山队准备攀登喜马拉雅山，在社交媒体上看到吉拓帐篷产品的介绍，非常喜欢，便前来询问。刘诗蕴说，自家的帐篷目前每年销售金额过亿元，不少海外客户都是通过社交媒体、短视频上的智能引流进行交易。

事实上，这还只是外贸场景拓展的简单形式。数字技术对外贸的影响越来越深入。

“这款电动车的外形设计非常时尚，符合很多人的审美。”一位中国电动车卖家用中文对自己的产品进行解说，千里之外的手机屏幕上，就会实时显示英语、俄语、西班牙语等不同语种的实时翻译，全球各地消费者都可以在直播间看到自己熟悉的语言。

“去年天猫‘双11’期间，速卖通联合阿里巴巴达摩院推出全球首个AI（人工智能）实时翻译直播，可同时进行中多语种翻译，让中国商家用中文一键开播，可覆盖全

“十三五”时期，中国对外开放取得了举世瞩目的成就。市场规模优势更加明显、对外贸易创历史新高、利用外资实现重大突破、对外投资合作有序发展……这些，不仅为全面建成小康社会取得伟大历史性成就作出重要贡献，更为“十四五”时期经济社会发展奠定了坚实基础。

“十四五”时期，是中国开启全面建设社会主义现代化国家新征程的第一个五年。前不久，《“十四五”商务发展规划》正式印发，明确35项重点工作，为今后五年对外开放绘制了施工图。自今日起，本报陆续推出“‘十四五’，对外开放新看点”系列报道，为海内外读者解读政策重点、寻找规划亮点、讲述开放故事。

——编者



今年以来，山东省荣成市石岛新港积极发展现代贸易，开展跨境电商、大宗货物的承揽和疫情检测等业务，取得了明显成效。图为大型客滚轮正在进港卸货。 杨志礼摄（人民视觉）



7月29日，“CEEASIA2021第20届亚洲消费电子展（北京）”在北京亦创国际会展中心开幕。图为工作人员（左）正在介绍一款工业互联网平台。 陈晓根摄（人民视觉）



如今，中国外贸的技术含量正变得越来越高。图为5月17日，员工在江西省赣州市佳腾电业（赣州）有限公司操作现代化的设备，赶制出口订单。 胡江涛摄（人民视觉）

球逾10亿消费者。”全球速卖通总经理王明强对本报记者说，速卖通成立11年以来，持续不断地在供给体系、物流供应链和技术等方面搭建、升级、完善基础设施，不断强化平台各项能力。如今，作为一个货品丰富的全品类电商平台，速卖通背靠中国规模最大、门类最齐全、装备最完善的制造业体系，借助数字技术的应用，已经能够精准匹配海外需求和国内供应链，帮助商家打造有竞争力的外贸增长点。

商务部对外贸易司司长李兴乾表示，新的数字技术和数字工具正在推动外贸全流程各环节优化提升，同时利用数据集成，加强资源对接和信息共享。数字展会、社交电商、产品众筹、大数据营销等成为重要的数字化营销手段。有的地方搭建了线上综合服务平台，用“一单联通”整合海关、运输、转运等环节，物流成本能够降低30%；有的企业通过数据分析，把全球商品和订单进行系统化整合，能够实现智能化的处理和分

发，3个月内就在新市场开发中进入同业的前三名，体现了非常强的竞争力。

“一批中国企业和中国品牌获得了国际市场的认可，‘中国经验’‘中国方案’已经成为世界跨境电商发展的新样本，为各个国家发展电商提供了借鉴。”李兴乾说。

企业抢抓数字机遇

推动进出口向高端化、精细化发展，推动贸易主体数字化转型，深入开展市场采购贸易方式试点建设，积极发展研发、设计、维修、咨询、检验检测等领域服务外包……《规划》对于如何进一步促进货物贸易与服务贸易发展、培育贸易发展新动能作出了细致的部署。对此，不少企业纷纷响应，主动抢抓下一个五年数字技术发展带来的新机遇。

有的依靠数字技术，扎实提升产品质量。

作为中粮集团旗下专业化乳品公司，蒙牛集团的产品远销新加坡、马来西亚、缅甸、菲律宾、柬埔寨、澳大利亚、加拿大等多个国家和地区，出口产品涵盖常温奶、低温奶、冰淇淋三大品类30多个产品。今年4月，蒙牛的风味发酵乳在美国洛杉矶顺利通关，创造了中国国产酸奶首次出口美国的新纪录。

蒙牛集团总裁卢敏放告诉本报记者，数字技术对于企业严控产品质量起到了重要作用。“我们通过持续完善‘从牧草到奶杯’的全产业链质量管理体系，用数字化、智能化手段覆盖养殖、加工、物流等各个环节，全封闭监控生产、全流程动态检验，确保每一包牛奶质量过硬、品质上乘。”卢敏放说，2020年，蒙牛就开始推进数字化战略项目，开展智慧供应链试点，通过数字技术来为进出口贸易赋能，更好地助力中国乳业“走出去”“引进来”，提升中国乳业的国际化形象。有的借助数字技术，提供周到的后期

服务。

“小腿无动作可能情况包括……”

不久前，中联重科开发的基于语音交互的“AI专家诊断系统V2.0”正式发布上线。这套AI专家诊断系统是行业内首个结合了AI语义理解、语音识别和专家库的产品，它的上线，不仅使得工程机械智能化水平上了一个新台阶，也为远程服务海外用户提供了新途径。

中联重科海外公司常务副总经理李宾表示，中联重科通过工业互联网平台的数字化应用，助力海外客户降本、提效、创新商业模式，实现客户价值最大化。例如，在印尼，客户通过中联重科提供的工业互联网平台可以实时了解到自己购买设备的开工、定位、轨迹、工况等信息，设备如有定位、操作异常或出现故障时，平台会及时将操作意见反馈给客户，提升设备的工作状态及使用效率。

“不仅如此，借助数字技术，我们还能实现业务操作自动化、单据无纸化、审批自动化。销售回款业务也全面实现了视频面签、电子合同、电子签收、电子对账、自助还款、扫码支付等数字化场景的应用。”李宾对本报记者说。

政策助力外贸升级

“《规划》研判了未来五年商务发展面临的内外部形势，顺应数字化、绿色等新发展趋势，充分考虑前瞻性，同时精心筹划一批切实可行的工作抓手，确保规划可操作、能落地。”商务部综合司负责人在解读《规划》时说。

事实上，各地都在积极响应数字技术的发展，主动培育外贸发展新业态新空间。在青海，首届中国（青海）国际生态博览会瞄准新业态、新产品、新技术多渠道开展，促外贸取得了较好效果；在浙江，杭州积极打造新一代人工智能创新发展试验区、国家金融科技创新发展试验区和全球一流的跨境电商示范中心……

北京师范大学“一带一路”学院研究员万喆在接受本报记者采访时表示，大数据、云计算、5G通信等数字技术的快速发展，深刻影响着社会的运行模式，改变着供给端与消费端。无论是跨境电商还是移动支付，抑或是AI直播，数字技术在重塑贸易实现形式的同时，也创造了更多合作机遇。在此背景下，《规划》提出一系列拓展外贸新业态新空间的具体举措，展现了明确的目标、清晰的方向和实现的途径。

“目前，我国无论是货物贸易还是服务贸易，都有提升空间。《规划》强调做强中国商品与中国服务的品牌，就是为了提升未来五年外贸发展的质量和效益。广大企业要用好新技术，一方面促进绿色发展，实现更为低碳的贸易；另一方面要主动丰富贸易内涵，将单纯的产品与服务向质量、理念、设计等深层次领域拓展。”万喆说。

梦响集团跨境业务负责人表示，《规划》关于培育外贸新动能的内容，给企业跨境电商业务发展带来了新契机。目前，企业正在积极部署“云仓储”，与仓库企业签订合同，办理账册转移锁定库存，从而让外贸商品得到更高效的物流管理。“下一步，我们将持续发力美妆、个护、保健、食品、母婴、电器等品类，覆盖全国保税仓，在帮助品牌进入中国市场的同时，帮助成熟品牌进一步扩大销售，更好地服务供需两端。”该负责人说。

王明强表示，《规划》提出“鼓励引导多元主体建设海外仓，培育一批在信息化建设、智能化发展、多元化服务、本地化经营方面特色鲜明的代表性海外仓”，显然有助于企业相关业务的持续发展。

“目前，我们在11个国家有超过30个海外仓，面积100万平方米，海外仓商品数达到20万。通过海外仓，速卖通已经可以实现重点市场西班牙和法国本地3日达、欧洲其他地区7日达，极大地缩短了物流时间。接下来，速卖通将以《规划》为指引，继续深耕海外仓的规模化升级，进行更深入的布局。”王明强说。

今年以来，中国对外贸易持续快速恢复，取得了不俗的成绩。上半年，货物进出口18.1万亿元，同比增长27.1%，两年平均增长10.8%。这一过程中，市场主体活力明显增强，知识密集型产品、服务贸易、民营企业出口和一般贸易等占比全面提升，国内国际市场分布更加均衡，高水平开放平台的带动作用更加明显。

这些成绩，主要得益于中国齐全的产业门类 and 强大的供应链体系优势，以及坚定推进供给侧改革和扩大对外开放的不懈努力。但同时也要看到，中国外贸发展仍然面临一系列短板制约，比如：高端装备制造和生产性服务业发展滞后、信息化与工业化融合深度不够、企业创新体系不完善、核心技术自给率和部分产品档次偏低等。特别是在初级要素成本优势减弱、发达国家普遍寻求“再工业化”和全球需求增长放缓的大背景下，中国在传统产业和高端产业两端同时面临着更加激烈的竞争环境。

《“十四五”商务发展规划》明确提出“强化贸易领域科技创新、制度创新、模式和业态创新，推动

打造更高质量的外贸增长点

彭支伟

进口与出口、货物贸易与服务贸易、贸易与双向投资、贸易与产业协调发展，增强对外贸易综合竞争力，并给出了“推动进出口向高端化、精细化发展”“提升贸易数字化水平”“推进跨境电商综合试验区建设”“鼓励引导多元主体建设海外仓”等一系列具体措施，其目的就在于加快培育更多高质量的外贸增长点。

当前，大数据、人工智能等技术及其应用迅猛发展，全球经济进入了数字化转型进程。国际经贸的数字化转型将带来要素资源、企业主体、产业体系、商业模式的全面重塑，“信息技术产业化、传统产业信息化和消费方式信息化”趋势已形成。这意味着，影响国际贸易和投资的要素正在发生巨大变化。

数字技术能够压缩贸易的中间环节、降低贸易成本和贸易进入门槛、拓展贸易对象、提升贸易效率。在很大程度上，对数字技术的把握和应用将决定参与外贸的企业能否及时对生产、流通和销售过程进行升级改造，进而搭建数字化新业态、升级产品结构、改善商品和服务质量，最终增强企业的国际竞争力和对数字经贸规则的适应能力。中国的数字贸易规模已处于全球前列，数字技术正成为推动我国外贸转型升级甚至创造新贸易增长点的重要工具。

“十四五”时期，培育更多高质量的外贸增长点，需要 we 进一步加快数字技术研发、服务等数字贸易配套

设施建设，积极推广新技术新平台，持续深化对各部门传统产业的数字化提升，扩大企业全球价值链参与的广度和深度。

不仅如此，还要改善数字产业和贸易发展的营商环境，发挥好企业主体作用，加快数字贸易人才培养，建立和完善适应不同地区和产业特点、同国际接轨的数字贸易规则和监管体系，适时总结推广创新经验。此外，在数字技术引发全球价值链

重构的背景下，我们也要注意各经济体在基础设施接入和质量、数字技术普及程度等方面存在的鸿沟及其对国际经贸合作可能造成的影响。

万物长宜放眼量。“十三五”时期，面对复杂严峻的发展环境，中国外贸取得了巨大的发展成就。相信在“十四五”时期，随着新一轮科技革命和产业变革深入发展，中国外贸将迸发出更惊人的动力与活力。

（作者为南开大学国际经济贸易系主任）

