

覆盖数字服务、人力资源、语言服务等7个领域，总数达112家——

特色服务出口基地“特”在哪里

本报记者 康朴 程远州 姜晓丹

开年以来，中国服务贸易的表现备受关注。商务部公布数据显示，今年1—2月，中国服务贸易继续保持较好增长态势。其中服务出口4675.8亿元，增长39.4%，服务贸易逆差下降57.6%至183.1亿元，同比减少249.1亿元。

火车跑得快，全靠车头带。服务贸易日益成为稳定经济预期的新支撑，这离不开服务贸易产业龙头的带动。前不久，商务部等7部门评审认定了40家专业类特色服务出口基地。至此，中国特色服务出口基地已覆盖文化、中医药、数字服务、人力资源、地理信息、知识产权和语言服务等7个领域，总数达112家。其中既有各类行政区、功能区等平台载体，又包括企业、高校、科研院所等多种市场主体。这些特色服务出口基地“特”在哪里？如何带动服务贸易增长？

服务出口硕果累累

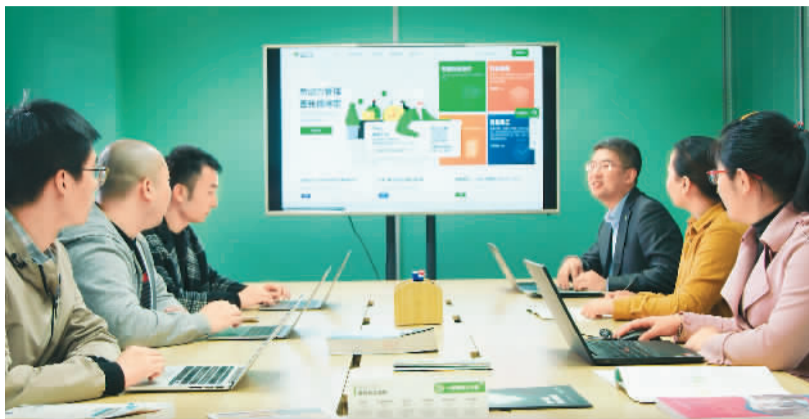
“多年努力终于被看到了！”江苏省舜禹信息技术有限公司总经理单杰十分感慨，“国际贸易中语言服务是一个相对小众的行业，领域内绝大多数企业规模都很小，知名度低，一些规模较大的企业也只是在行业内有些名气，这次入选特色服务出口基地企业，让我们来到聚光灯下，对叫响‘服务品牌’很有意义，我们倍感振奋。”

前不久，商务部等7部门聚焦人力资源、地理信息、知识产权和语言服务4个领域，评审认定了40家专业类特色服务出口基地，从事语言服务的舜禹作为企业类基地成功入选。“自1996年成立以来，舜禹在语言服务领域持续深耕，如今提供超过70个语种的语言服务，基本覆盖‘一带一路’国家，全球语言服务类市场覆盖率达95%，公司20多年的努力正结出累累硕果。”单杰说。

截至目前，国家特色服务出口基地总数已达112家，覆盖文化、中医药、数字服务、人力资源、地理信息、知识产权和语言服务等7个领域，其中既有各类行政区、功能区等平台载体，又包括企业、高校、科研院所等多种市场主体。

中国苏州人力资源服务产业园作为人力资源服务出口基地入选。该产业园集聚了中智、上海外服、万宝盛华、英格玛等50多家全球和国内知名的人力资源服务机构，形成了涵盖招聘、猎头、薪酬、测评、咨询、人力资源软件及综合解决方案在内的完整产业链，盖雅工场是该产业园的入驻企业。

“我们的劳动力管理云服务已覆盖全球24个国家和地区的近1600家客户、上百家世界500强和中国500强企业、500余万劳动者，涉及高端制造、现代服务、连锁零售以及汽车零部件等多个行业。”盖雅工场联合创始人、首席执行官章新波说，“从用非专业的笨办法搭建第一个网站，到优



▲盖雅工场研发团队在探讨解决方案。

受访企业供图



▲广东省广州市天河中央商务区于2020年被认定为国家数字服务出口基地，区域内汇集近2万家数字服务类企业。

资料照片

秀产品和解决方案赢得海外用户认可，在中国融入全球化的过程中，我们也在自己的细分领域取得成功。”

广东省广州市天河中央商务区于2020年被认定为国家数字服务出口基地，这里汇集了数字服务类企业近2万家，有不少数字服务贸易龙头企业总部，其中就有荔枝集团。常听手机在线音频的用户也许知道荔枝APP，不过，多数人都不知道的是，荔枝APP开发者荔枝集团还有一款“出海”产品TIYA APP。荔枝集团相关负责人介绍，这款通过语音为用户提供实时、便捷对话的音频社交APP，截至2021年底累计下载量已突破2000万次，成为推动公司业绩增长的重要动力。

商务部研究院国际服务贸易研究所副主任、研究员崔艳新认为，实现服务贸易高质量发展，必须大力培育具有国际竞争力的服务品牌。国家级特色服务出口基地涉及领域广泛、类型多样，一方面，可以充分发挥产业园区等平台载体的集聚引领作用，带动服务贸易聚集化、特色化、品牌化发展。另一方面，选取外向度高、在某一领域具有独特竞争优势的市场主体作为特色服务出口基地，有助于打造服务领域自主知识产权与自主品牌，从而全方位提升“中国服务”品牌的国际影响力。



▲程 硕制图（新华社发）

出海成企业发展驱动力

在单杰看来，舜禹20多年的发展见证了中国拥抱世界的过程，也见证了中国企业出海的浪潮。“从1996年到2008年，我们主要服务进入中国市场的海外客户，把不同语言的专利文件、技术说明等翻译成中文；2008年以来服务了大量中国企业出海，有华为、腾讯、阿里巴巴、字节跳动等高科技和电商企业，还有哔哩哔哩和一些网文、动漫等文化类企业出海。随着时代发展变化，我们的服务领域在不断拓宽，业绩也在稳定增长。”

企业在开辟新市场时都会面临当地法律环境的问题，比如很多国家劳动法中对工时、加班、节假日上班等有不同规定，如何保证符合当地劳动法规定？“盖雅工场的软件系统把一天24小时拆分成细小时段，每个时间段严格对应当地法律，客户可以像搭积木一样自由组合劳动时间，系统自动计算薪酬。”章新波说，“除了劳动法，每个行业也都有自己的法律法规，我们的服务系统已经内嵌了24个国家和地区的法律、语言、币种、时区等内容，并根据变化动态调整。客户可以任意搭配，在为客

户免除后顾之忧的同时，也构筑了我们的护城河。”

要想在海外市场取得成功，离不开因地制宜，这既要求与当地法律并行不悖，也要求产品符合当地用户胃口。在这方面，另一家“扎根”广州市天河中央商务区的文娱企业三七互娱就吃过亏。2016年，三七互娱一款自研手游面向全球推广，进入港澳台及东南亚国家时业绩亮眼，在欧美市场却表现不佳。项目团队复盘认为，不是产品不好，而是忽视了不同市场的偏好。此后，公司积极开拓新品类，为不同市场打造多元化产品，在欧美市场深耕策略类游戏，在日韩市场主打角色扮演类产品，逐渐打破了市场壁垒。

4月25日，三七互娱发布财报显示，2021年公司营收达162.16亿元，海外游戏收入47.77亿元，同比增长122.94%。海外业务的亮眼表现，带动公司整体营收同比增长12.62%，出海业务成为公司稳健发展的驱动力。

崔彦新表示，特色服务出口基地主要聚焦知识密集型产业，一方面，可以发挥我国在文化、中医药、数字服务、地理信息等领域的优势，进一步拓展优势特色服务出口规模；另一方面，中国企业在知识产权等一些关键服务领域竞争力还相对不足，加强这类基地建设对于补齐服务出口短板，建设服务贸易强国与创新强国具有重要意义。

去海外赢得更大市场

无论从国家政策还是企业发展来看，评选特色服务出口基地都不是终点。商务部此前表示将会同相关部门，指导特色服务出口基地开展建设工作，研究出台支持基地发展的政策措施，鼓励基地大力培育具有国际竞争力的特色服务贸易市场主体和服务品牌，推动扩大服务出口，促进服务贸易创新发展。

“越来越多知识密集型企业尤其是一些高技术公司出海，他们不仅需要获得优质服务，更需要保证服务安全，比如自主知识产权等核心信息不被泄露。获得服务可持续性和稳定性良好预期，不是有钱就能解决的问题，而是一个全新课题。目前国内能提供优质出海服务的企业相对稀缺，特别需要有全球化视野和经验的企业站出来。”单杰说，“特色服务出口基地建设正当其时，希望可以有更多的政策支持，帮助本土服务机构和服务企业茁壮成长。接下来，舜禹也会加强国际化布局，在海外设置更多经营机构和分公司，为中国企业的科研创新和全球化发展保驾护航。”

三七互娱相关负责人表示，公司正在着眼于发掘中国传统文化魅力，通过精品游戏与传统文化深度融合的方式，不断激起国外玩家从游戏中体验与探索中国文化的兴趣。在游戏《叫我大掌柜》中，三七互娱以创新形式融合中国历史文化，在面向不同国家与地区的版本中加入海上丝绸之路、赛龙舟、皮影戏等元素，借此激发全球用户从产品中感受、探索中国传统文化的兴趣。

崔彦新建议，从事特色服务出口的企业可以这样抢抓机遇：一是坚持创新驱动，加大科技创新与模式创新，加快培育新业态新模式，通过自主知识产权与关键技术的研发与突破，形成特色服务出口核心竞争力。二是围绕特色优势领域，积极开拓国际市场，加强对目标市场运营规则和模式的了解，完善海外营销网络。三是加强人才培养，利用政府、高校、科研院所以及社会培训机构的资源优势，搭建专业化、高水平的人才培养平台。

章新波认为，虽然目前遭遇逆流，但长期来看全球化趋势不可阻挡。他说：“2015年我们还是只有几十个人的创业公司，现在已有1000多人，公司规模的高速扩张本身就得益于全球化。中国已经在一些细分领域有了话语权和竞争力，这也给了我们很大信心。盖雅工场不会停下探索脚步，要努力把先进的产品、服务和理念传播出去，和海外竞争对手同台竞技，赢得更大市场。”



2021年9月4日拍摄的国家会议中心中国服务贸易发展成就展现场。

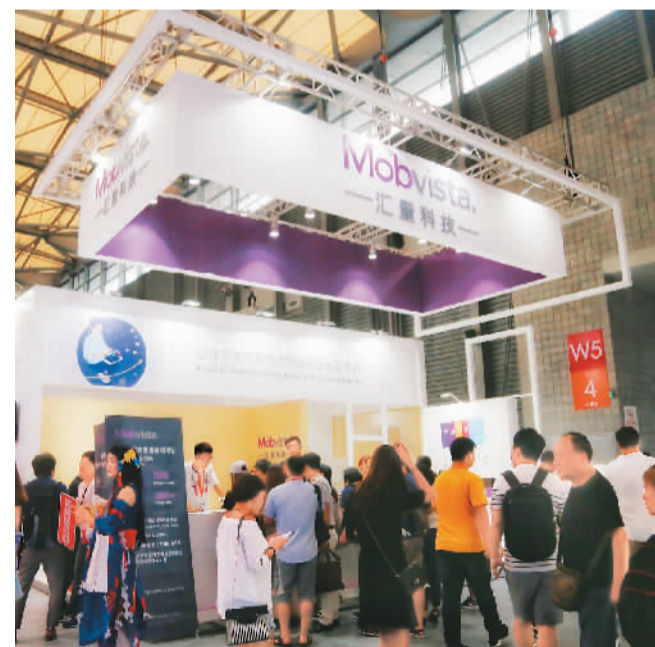
新华社记者 陈钟昊摄



江苏省舜禹公司参加了2019年在英国伦敦举行的AIPPI世界知识产权大会。

图为大会现场。

受访企业供图



广东省广州市天河中央商务区企业汇量科技在第16届中国国际数码互动娱乐展览会上。

资料照片

近年来，越来越多的中国企业加速“出海”，但在“走出去”过程中面临语言、知识产权、人力资源等方面的障碍，一些中国企业、机构探索提供专业特色服务，助力企业更好地“走出去”。

近日，商务部等7部门评审认定了新一批共计40家专业类特色服务出口基地。至此，我国特色服务出口基地已覆盖文化、中医药、数字服务、人力资源、地理信息、知识产权和语言服务7个领域，总数达112家。

对很多特色服务出口基地来说，能得到国家级认可，一个重要原因是立足国际，不断扩大服务规模。江苏省舜禹信息技术有限公司成立20多年来一直深耕语言服务领域，从服务海外客户在中国申请专利技术保护，到服务华为、阿里巴巴等高科技、电商企业“出海”，该公司不断拓宽服务领域，见证了中国企业“出海”浪潮；浙

江中医药大学以学校本部为平台，在海外建立中医药中心和教育培训中心，开展从文化传播到教育输出，从对外诊疗服务到产品研发出口的长链条、多维度的中医药服务出口……扩大特色服务出口，有助于提升品牌影响力，也能让各国在分享中国市场的同时共享中国服务。

产业集聚形成规模效应。国家专业类特色服务出口基地中，多数为产业园、开发区等区域。这些区域有一定的产业资源优势，形成了显著的公共服务集聚效应。

南京市江宁区此次被认定为国家知识产权服务出口基地。近年来，江宁区做大做强智能电网、新一代信息技术、新能源汽车、高端智能装备、新型节能环保等优势产业集群，在创建知识产权服务出口基地方面形成了雄厚的产业资源优势，依托国家级知识产权试点示范园区，集聚了一批竞争力强和影响力大的知识产权服务机构。

加快服务贸易“数字化出海”。数字经济时代，不少基地创新服务业态，用网络化、数字化、智能化为贸易深度赋能，如

传神语联网网络科技股份有限公司利用大数据、区块链和人工智能技术，实现对译前处理、产能资源对接、翻译处理、译后处理全链条AI赋能，带领整个行业实现数字化、智能化转型。数字经济为服务贸易创新发展注入新动能，也为企业带来品牌优势，让其在服务出口中迅速“出圈”。

特色服务出口基地的高质量发展也离不开政策支持。商务部等部门自2018年启动国家级特色服务出口基地工作以来，持续加强系统谋划，推进机制建设，加大政

策支持。各地相关部门密切配合，统筹协调，通过搭建优质平台、构建政策体系、创新人才引育等措施培育更多的本土服务机构和服务企业，助力它们茁壮成长。

特色服务出口基地建设是促进中国服务贸易高质量发展的重要举措，有利于培育服务出口竞争新优势，推动专业服务业扩大对外开放，提升贸易和投资自由化便利化水平。助力更多企业顺利“出海”，加强特色服务出口基地建设，还需要相关部门加强指导，完善基地管理制度和促进体系，推进特色服务出口基地提质升级扩围，确保支持基地发展的各项政策措施落到实处。

为世界贡献更好的“中国服务”

乔 彩