

Doi: 10.11835/j.issn.1008-5831.jg.2024.02.001

欢迎按以下格式引用:王如玉,柴忠东,林家兴.全球供应链空间重构下的中国外贸“三新”:新格局、新动能与新质生产力[J].重庆大学学报(社会科学版),2024(3):18-35. Doi: 10.11835/j.issn.1008-5831.jg.2024.02.001.



Citation Format: WANG Ruyu, CHAI Zhongdong, LIN Jiaxing. The three new characteristics of China's foreign trade under the spatial reconstruction of global supply chain: New pattern, new momentum and new quality productivity [J]. Journal of Chongqing University (Social Science Edition), 2024(3): 18-35. Doi: 10.11835/j.issn.1008-5831.jg.2024.02.001.

全球供应链空间重构下的中国外贸 “三新”:新格局、新动能与新质生产力

王如玉¹,柴忠东²,林家兴³(1. 广东工业大学 经济学院,广东 广州 510006;2. 南京大学 商学院,江苏 南京 210093;
3. 深圳市外代国际货运有限公司,广东 深圳 518000)

摘要:习近平总书记创造性地提出“新质生产力”这一全新概念。在当前国际经济环境复杂多变、全球经贸形势日趋严峻的现实中,“加快形成新质生产力,增强发展新动能”应成为中国外贸工作的根本原则和行动指南。文章描绘了当前中国外贸的空间新格局,分析了全球供应链空间重构下呈现出的中国外贸新动能,定义和阐释了促进外贸高质量发展的“外贸新质生产力”,最后提出了政策性思考及建议。文章认为,当前,受贸易保护主义、地缘政治冲突、制造业回流等多种因素的影响,全球产业链供应链加速重构,从以成本管控、生产效能、科学技术为导向转为以供应安全、产业稳健和地缘政治为目标,并呈现出区域化、多元化、本土化、数字化、集聚化等多种形式并存的发展特征,逐渐趋向于碎片化的发展格局。在新的空间格局下,中国外贸面临着前所未有的风险和挑战,对欧美发达经济体的出口贸易大幅下降,出口企业举步维艰。面对这一复杂严峻的外部环境,中国凭借全球第一制造大国的雄厚实力,利用数字技术赋能制造业,大力推进产业结构转型升级,产品结构推陈出新,积极应对“脱钩断链”、产业链外迁导致的订单转移、出口下降这一不利局势,以电动载人汽车、锂离子蓄电池和太阳能电池为代表的“新三样”产品出口取代传统劳动密集型“旧三样”产品出口,实现了稳规模优结构、提质增效的阶段性目标,为外贸高质量发展注入了新动能。文章针对新质生产力在中国外贸领域内的具体表现进行了深入细致的分析,认为数据、信息与流量是外贸新质生产力的关键要素;新一轮科技革命与产业变革的交融是外

基金项目:国家社会科学基金重大项目“虚拟集聚的理论及其应用研究”(18ZDA066);国家自然科学基金面上项目“金融虚拟集聚、融资效率与地区生产率”(71973147);广东省基础与应用基础研究基金面上项目“虚拟集聚影响平台竞争的机制研究”(2023A1515012593)

作者简介:王如玉,广东工业大学经济学院教授,广东工业大学数字经济与数据治理重点实验室研究员,Email:wangry@gdut.edu.cn;柴忠东,南京大学商学院国际经济与贸易系副教授,硕士研究生导师。

作者致谢:感谢梁琦教授对“外贸新质生产力”概念提出的建议和指导。

外贸新质生产力的动力源;数实融合、虚实融合是外贸新质生产力的坚实基础。外贸新质生产力具有双轮驱动的独特优势与韧性,灯塔工厂是外贸新质生产力的中流砥柱,独角兽是外贸新质生产力的生力军,建立在虚拟集聚平台上的跨境电商新模式、海外仓、全托管等新业态,形成了当前中国外贸新质生产力。要以先进制造业、新兴产业、未来产业支撑和提升外贸新质生产力,以规模巨大的国内消费市场扩大和提振外贸新质生产力。

关键词:外贸新质生产力;全球供应链;跨境电商;虚拟空间;虚拟集聚

中图分类号:F274;F752 **文献标志码:**A **文章编号:**1008-5831(2024)03-0018-18

当前,世界经济正经历着百年未有之大变局,贸易保护主义抬头、地缘政治冲突加剧、经济议题政治化趋势明显加强等多种因素相互交织,严重干扰了国际经济的正常运行,加大了全球经济复苏的不稳定性和不确定性。复杂多变的外部环境也对中国外贸产生了巨大冲击,尤其是美欧等发达国家经济下行,海外需求减弱,加之中美贸易战叠加国内要素成本不断上升,导致一部分产业链供应链外迁,订单转移,出口下降,中国对外经贸发展面临严峻挑战。在“外需走弱、订单下降”背景下,中国如何采取有效措施积极应对贸易保护主义挑战和地缘政治风险,稳规模优结构,提质增效,促进中国外贸行稳致远正在成为一个亟待解决的重大课题。

近年来,习近平总书记对“稳外贸”作了许多重要指示:要稳住外贸外资基本盘,要保障外贸产业链、供应链畅通运转,稳定国际市场份额;要坚持以开放求发展,深化交流合作,坚持“拉手”而不是“松手”,坚持“拆墙”而不是“筑墙”,坚决反对保护主义、单边主义,不断削减贸易壁垒,推动全球价值链、供应链更加完善,共同培育市场需求。2023年,习近平总书记创造性地提出“新质生产力”的概念,并作出了一系列重要论述,为中国经济指明“加快形成新质生产力,增强发展新动能”的方向和路径。那么,中国外贸的“新质生产力”在哪里?“新”在何处?本文将通过深入分析2023年中国外贸的空间格局,寻求促进中国外贸新动能的新质生产力,探讨外贸新质生产力的性质和内涵,并对新时期中国的对外贸易产业链高质量发展提出政策性建议。

一、2023年全球贸易的空间格局

(一) 国际供应链空间重构的特征

当今世界各国产业链供应链从以成本管控、生产效能、科学技术为导向转向以供应安全、产业稳健和地缘政治为侧重,呈现出区域化、本土化等多种形式并存的发展特征,并趋向于碎片化的发展格局。

1. 区域化

新型多边贸易协定进一步加剧全球产业与供应体系的重构,如《跨太平洋伙伴关系全面协定》《美墨加三国协议》《印太经济框架》等。疫情之后,西方国家认为应当减少对中国供应链的过度依赖,将大量加工组装业务转移至其他所谓“友好国家”以保证供应的安全,同时采取了“近岸化”“友岸化”贸易合作策略,即便成本增加也设法与中国供应链“脱钩断链”,促使贸易供应链发生转移并建立替代供应链,形成新的区域性生产与贸易中心的发展形态。

2. 多元化

正因为疫情期间中国制造业强劲表现和美国贸易保护主义甚嚣尘上,许多国家意识到产业链

与供应链安全稳定、自主自立、摆脱依赖的重要性,积极推动从以往生产链高度聚集、区域跨度较大、简单的全球网络布局向分散集中化、局部区块化、多元的区域布局转变。

3. 本土化

后疫情时代,全球供应链的脆弱性进一步突显,让全球各经济体明确认识到了全球化生产的风险性和供应安全性问题,各国经济贸易政策开始转向,着力构建本土供应链生态,增加供应链的自主性和可持续性,降低物流成本,同时也加剧了全球供应链与价值链的重构。以美国为例,“制造业回流”的各种优惠政策,吸引许多国际制造业巨头,纷纷返美建厂,如美光、台积电等。

4. 数字化

地缘政治因素与外部偶发事件冲击,加速了供应链重构,导致重构的核心因素仍然是科技创新和数智化发展。当今世界,大数据、云计算、物联网、区块链、人工智能等互联网技术和科技进步已与生产生活融为一体了。数字经济正是在这一背景下蓬勃兴起的,数字化发展必将对全球的产业链和供应链产生广泛深远的影响。

5. 集聚化

大国贸易竞争的背后是制造业的竞争,而生产要素集聚是产业发展的最佳道路^[1],促进先进制造业、新兴产业和未来产业在本国的集聚化发展已成为制造业大国的战略首选。自党的十八大以来,我国大力实施引导重点区域制造业集聚发展、加快先进制造业集群培育的国家战略。美国实施的一系列制造业回流举措,本质上也是意图形成本国制造业集聚的优势。

6. 碎片化

大国竞争升级,全球贸易风险失控,促使众多贸易国意识到对外依存度过高的产品和技术面临断供危险,产生安全困扰,因而加快本国供应链多元布局,推动跨国公司主动调整战略、多元投资、分散布局,并采取能源、工业资源来源多样化等措施,进一步加剧了贸易全球碎片化趋势。

(二) 世界经济复苏乏力,中国外贸进出口持续承受压力

世贸组织《2023年世界贸易监测报告》预计世界贸易未来增长持续缓慢,2024年全球货物贸易量同比增速预计仅有3.3%;据统计,2023年上半年世界贸易量同比下降了0.5%,高通胀和利率上升拖累了发达经济体的贸易和产出,这对整个世界经济的发展产生了负面影响。

海关总署数据显示,2023年全年,中国货物贸易进出口总值41.76万亿元人民币,同比微增0.2%。其中,出口23.77万亿元,增长0.6%;进口17.99万亿元,下降0.3%^[2]。按美元计价,中国进出口总值5.94万亿美元,下降5.0%。其中,出口3.382万亿美元,下降4.6%;进口2.56万亿美元,下降5.5%。贸易顺差8232.2亿美元,同比下降1.7%。比较2020—2023年4年同期数值,表明外部市场正在发生深刻变化,尤其是全球贸易同步走弱、海外需求明显放缓已经对中国外贸带来了巨大挑战,成为企业不得不面对的一个现实难题。

(三) 全球需求下降,世界主要经济体进出口全面下滑

1. 东盟国家及世界主要经济体2023年进出口现状

由于各国统计口径和公布时段不同,东盟各国进出口贸易现状如下(按美元计):2023年1—11月统计,越南进出口同比下降8.3%;新加坡2023年11月出口在经历13个月下滑的情况下迎来首次正增长1%;柬埔寨2023年1—11月出口额达204.9亿美元,同比增长1.2%;马来西亚2023年11月份仅出口就下降5.9%;2023年1—11月份,泰国进出口下降了1%;菲律宾2023年1—10月出口

同比下降 7.8%。2023 年 1—11 月,印度商工部公布进出口下降 8%;美国 2023 年 1—10 月份进出口下降 5.04%;韩国关税厅公布 2023 年 1—11 月进出口同比下降 10.5%;日本 2023 年 11 月份出口下降 0.2%;德国 2023 年 11 月出口环比增长 3.7%;澳大利亚统计局公布 2023 年 11 月出口环比增长 1.7%;巴西 2023 年 1—11 月出口同比下降了 5.85%^[3]。显然,在过去的 1 年中,世界各国经济仍然处于深度调整期,全球经济复苏乏力,前景堪忧。

2. 中国出口商品结构

根据海关总署统计,2023 年中国多数出口产品价格下跌,机电产品依然是主要出口产品品类,电动汽车、汽车零配件、锂离子蓄电池以及船舶、家电等出口增长较快,而且出口价格上涨(见表 1)。

表 1 2023 年中国出口金额超百亿美元商品出口情况

商品名称	计量单位	数量	金额(千美元)	数量增幅%	金额增幅%
机电产品	-	-	1 978 660 513	-	-2.4
高新技术产品	-	-	842 542 229	-	-10.8
服装及衣着附件	-	-	159 144 680	-	-7.8
文化产品	-	-	144 811 647	-	-8.5
纺织纱线、织物及其制品	-	-	134 497 535	-	-8.3
塑料制品	-	-	100 809 135	-	-3.9
农产品	-	-	98 929 244	-	0.9
钢材	万吨	9 026	84 555 606	36.2	-8.3
食品	-	-	76 517 785	-	0.6
家具及其零件	-	-	64 195 653	-	-5.2
基本有机化学品	-	-	57 510 356	-	-25.8
鞋靴	万双	891 424	49 336 443	-2.5	-12.6
成品油	万吨	6 269	48 325 894	16.7	0.4
电动载人汽车	辆	1 773 204	41 812 684	67.1	73.4
玩具	-	-	40 570 572	-	-12.2
箱包及类似容器	万吨	331	35 727 387	13.5	3.9
纸浆、纸及其制品	万吨	1 411	29 363 439	8.6	-5.6
陶瓷产品	万吨	1 904	26 077 266	5.3	-15.4
玻璃及其制品	-	-	25 923 820	-	-1.9
医药材及药品	吨	1 434 659	23 304 343	-11.4	-35.3
橡胶轮胎	万吨	886	22 164 547	16.0	12.5
未锻轧铝及铝材	吨	5 675 255	19 161 480	-13.9	-26.1
木及其制品	万吨	1 191	15 546 157	1.4	-12.8
体育用品及设备	-	-	15 280 941	-	-12.1
贵金属或包贵金属的首饰	吨	1 000	14 348 587	27.0	-7.3

数据来源:中华人民共和国海关总署。

(四) 中国对外主要贸易伙伴结构

据中国海关统计,我国在全球出口份额一直保持在较高水平,中国制造竞争优势依然稳固。根据 WTO 最新数据,2023 年我国出口的国际市场份额保持在 14%左右的较高水平。

1. 贸易区域比较

根据海关总署进出口统计数据,2023 年中国第一大贸易伙伴东盟 9 117.18 亿美元,同比下滑 4.9%;中国第二大贸易伙伴欧盟 7 829.86 亿美元,同比下滑 7.1%;中国对“一带一路”沿线国家 27 818.28 亿美元,同比增长 2.8%。从表 2 看到,我国与“一带一路”沿线国家的出口贸易出现了大

幅增长,新兴市场供求提供了外贸出口新动能。

表2 2023年全年中国对主要贸易伙伴出口情况按区域对比

	出口总额(亿美元)	变动幅度(%)
东盟	5 236.74	-5.0
欧盟	5 012.33	-10.2
“一带一路”沿线国家	11 896.58	33.4

数据来源:中华人民共和国海关总署。

中国国际贸易海外市场虽然依旧是以欧美等发达国家或地区为主,但东南亚、“一带一路”和俄罗斯等新兴地区外贸增速更高,前景广阔。2023年我国对152个“一带一路”共建国家进出口额达19.47万亿元人民币,同比增长2.8%,占我国外贸进出口规模的比重达到46.6%^[4]。对新兴市场的出口正成为拉动中国外贸持续增长的主要动力源,而新兴市场增势强劲,进一步拓展中国与东盟、“一带一路”沿线国家的合作将会为中国外贸高质量发展提供新的增长点。在保持进出口持续增长的同时,贸易结构持续优化。机电产品和外贸“新三样”出口增速较快,进口的非资源类产品占比也在逐年增长。在欧美推行供应链“友岸化”与“近岸化”的局势下,新兴市场尤其是“一带一路”沿线国家经贸合作扎实展开,贸易投资基础持续巩固,展示中国对外贸易的广度和韧性。

2. 贸易国别比较

从表3看到,2023年中国与十大贸易国的进出口有升有降。与“一带一路”沿线国家的贸易在增长,尤其是与俄罗斯的贸易出现了大幅增长。澳大利亚新政党执政者采取了与中国务实交好的政治行动,使得澳大利亚成为唯一一个与中国贸易有增长的西方国家。这些都说明国际政治深刻影响着全球贸易。

表3 2023年中国十大对外主要贸易伙伴出口数据比较

	出口总额(单位:亿美元)	同比变动幅度(%)
美国	6 644.51	-11.6
日本	3 179.99	-10.7
韩国	3 107.37	-13.5
俄罗斯	2 401.10	26.3
越南	2 297.93	-0.5
澳大利亚	2 291.96	4.1
德国	2 067.82	-8.7
马来西亚	1 902.44	-5.2
巴西	1 815.29	6.1
印尼	1 394.16	-5.9

数据来源:中华人民共和国海关总署。

中国和美国是全球最大的两个经济体,中美贸易的增长与下滑关系到全球经济与贸易稳定,毕竟中国是全球最大的商品出口市场,贸易顺差稳居世界第一,而美国则是全球最大的商品进口国,美国的消费需求也关系到全球的出口市场。

一方面,正是由于美国近几年主动脱钩断供,试图重组全球产业链,刻意减少对我国商品的依赖,采取“友岸”和“近岸”采购策略,优先选择在东南亚、南亚及墨西哥等市场寻找替代生产商,这在一定程度上导致我国对美国出口急剧下降;另一方面,以欧美为主体的全球消费市场萎靡,需求下滑,尤其是美国,从2022年加息开始,美国不再直接对国民和企业发放现金,而是持续性加息收缩市场上流动性,推升了美元指数,国际消费需求被抑制,2023年全年亚洲各出口市场发往美国的外贸集装箱数量断崖式下滑。

根据美国商务部公布的数据,2023年美国从中国进口额为5 002.91亿美元,下降14%,欧盟和墨西哥超越了中国,欧盟成了美国最大进口贸易伙伴。

在西方打造“中国+备胎”经济战略的背景下,中国的中低端供应链产业链出现了不同程度的空间外移,中国与西方传统市场的外贸订单流失严重,贸易出现大幅下滑,而且呈现出了难以逆转的态势。

(五)从航运的角度观察全球贸易经济景气状态

第一,根据船队在线市场年报,2023年集装箱市场年度收益水平相对2022年总体下滑超过70%,远期因为过剩动力而呈弱势^[5]。近期因也门胡塞武装封锁曼德海峡,造成大量驶向欧洲和红海的船舶被迫绕航好望角,航运时效延长10~15天左右,航行成本成倍增加,同时也给外贸企业增加了倍级的运输成本,对全球贸易产生极为不利的影响。

第二,专业航运机构德鲁里2024年1月统计的最新数据显示:2024年1月15日至2月18日,在跨太平洋、跨大西洋和亚洲至北欧和地中海等主要航线650次预定航次中,有77次航次取消,取消率高达12%,远远高于航商往年计划取消比率^①。

第三,美国日益下滑的需求拖累了全球增长率。据统计,2023年美国最大集装箱港洛杉矶完成863.4497万TEU,同比下降13%;与此同时,2023年中国大陆出口到美国的集装箱货量为1 072.8477万TEU,同比下降12.6%^②,中国大陆对美连续14个月保持下滑趋势。而且,市场至今未出现往年形式的外贸旺季,国际物流业者仍普遍看淡未来的全球海运景气。

二、全球供应链空间重构下中国外贸的新动能

在全球供应链空间重构态势下,中国外贸呈现新的空间格局:西边不亮,东边已亮;远方不济,近岸紧密;中低转移,供应链补齐;脱钩断链,创新业态。

(一)外贸“新三样”呈现新亮点

外贸“老三样”是服装、家具和家电,外贸“新三样”是电动载人汽车、锂电池和太阳能电池。

根据中国商务部数据,2023年1—12月,我国新能源汽车、锂电池储能设备、光伏产品合计出口1.06万亿元人民币,增长29.9%^[2]。绿色低碳产业动能充沛,产业链及配套产业订单充足,充分匹配了市场的需求。

2023年,广东、上海和江苏的外贸“新三样”的带动效果明显。广东省商务厅公布2023年广东出口规模首次突破8.3万亿元人民币,再创历史新高,其中外贸“新三样”合计增长33.7%;上海海关公布口岸外贸“新三样”产品出口1 677.9亿元,同比增长42.2%,占上海同期出口总值的9.7%;

^①《集装箱运价透视》,Drewry 德路里国际航运研究和咨询机构公众号2024年1月12号。

^②《美国最大集装箱港2023年吞吐量双位数暴跌》,港口圈公众号2024年1月19号。

江苏出口“新三样”表现亮眼,据江苏省商务厅数据,江苏2023年外贸进出口总值达5.25万亿元,占同期我国进出口总值的12.6%,其中,外贸“新三样”累计1949亿元,增长12.3%。

中国外贸三大强省(直辖市)“新三样”的亮丽成绩单说明在全球产业链重构态势下,科技含量更高的“新三样”正取代“旧三样”的出口形态,可以预期未来几年内新能源汽车、储能设备、光伏产品、智能家居等产品将继续是出口亮点。与此同时,也需要重视欧盟刚出台的电池和废弃电池新法案与未来的碳排放法案,以及美国未来可能对中国新能源汽车提高关税的举动,对整个新能源产业链可能带来不确定因素。

(二) 船舶制造业国际份额的提升彰显中国制造能力

中国船舶工业行业协会数据显示,2023年,我国船舶行业保持良好运行态势,造船三大指标全面增长,国际市场份额继续领先全球,船舶制造企业效益持续增长。1—12月,全国造船完工量4232万载重吨,同比增长11.8%;新接订单量7120万载重吨,同比增长56.4%,手持订单量13939万载重吨,同比增长32%。出口船舶分别占全国造船完工量、新接订单量、手持订单量的50.2%、66.6%和55%^[6],各项指标国际市场份额均保持世界第一。

(三) 中欧班列作为共建“一带一路”赋能

中欧班列作为共建“一带一路”具有中国特色标志性的物流品牌,开行以来,沿线所有国家积极参与,已探索出一条合作共赢、充满活力的发展之路,成为广受欢迎的国际铁路物流运输公共产品。从中国国家铁路集团有限公司公布信息可知,2023年1至12月,中欧班列累计开行1.7万列,发送货物190万标箱,同比分别增长6%、18%;西部陆海新通道班列全年发送86万标箱,同比增长14%;班列通达欧洲25个国家217个城市。

中欧班列为世界经济复苏注入新动能,让中国与中亚、中欧的贸易与物流模式发展获得一个新维度,为沿线国家共同发展开辟了更为广阔的空间。一是共建中欧班列高效运输体系,进一步加强战略规划对接,加快建立和完善中欧班列多边、双边政府间合作机制,促进规则标准衔接,不断夯实中欧班列国际合作基础。二是共建中欧班列安全治理体系,加强中欧班列沿线安全风险管控,深化信息交流合作,加强执法合作,提高应急处置能力,为中欧班列创造安全稳定的发展环境,共同打造国际运输安全典范。三是共建中欧班列多元通道体系,在建设好、维护好现有运输线路的同时,开拓新的国际运输通道,加快形成中欧班列运输通道多元化格局。四是共建中欧班列创新发展体系,推进中欧班列信息化、数字化、智能化建设,积极探索发展“人文班列”“旅游班列”等新模式,加快绿色环保技术应用,让中欧班列更好造福沿线各国人民^[7]。

(四) 港口物流高质量发展为外贸保驾护航

航运业是综合交通运输体系的重要组成部分,是服务经济社会发展尤其是外贸进出口发展的重要支撑。中国海运服务网络遍及全球,已与100多个国家和地区建立了航线联系,中国船东拥有的船队规模达到2.492亿总吨^[8],从总吨上已超越希腊成为世界最大船东国。

近年来中国大力发展智慧港口、智慧航道、智能船舶,加快航运数字化转型,推动大数据、人工智能、区块链等新技术在航运领域落地应用,为航运传统业务赋能升级,整体提升航运服务全要素全流程全链条数字化水平,塑造了航运发展新动能。

1. 港航数据显示外贸未来可期

在全球航运业不景气的情形下,交通运输部公布2023年前11个月,全国港口完成货物吞吐量

155.1119亿吨,同比增长8.4%,其中,外贸吞吐量分别增长9.6%;前11个月,全国港口完成集装箱吞吐量28383万TEU,同比增长4.9%^[9](集装箱数量的统计包括了进出口重柜,进出口空柜),见表4。

表4 中国2023年1—11月份全国港口集装箱吞吐量TOP20

排名	港口	11月吞吐量(万Teu)	1—11月总吞吐量(万Teu)	同比增速(1—11月)(%)
1	上海港	421	4440	2.8
2	宁波舟山港	260	3280	4.9
3	深圳港	28340	2689	0.2
4	青岛港	249	2639	11.8
5	广州港	220	3323	2.4
6	天津港	162	2108	5.6
7	厦门港	109	1145	1.2
8	苏州港(内河)	82	859	3.9
9	广西北部湾港	71	722	15.8
10	日照港	55	566	3.7
11	连云港	58	553	10.6
12	营口港	49	486	10.3
13	大连港	51	455	13.3
14	烟台港	41	430	12.0
15	东莞港	40	351	7.3
16	福州港	38	342	9.9
17	南京港(内河)	29	319	9.5
18	佛山港(内河)	32	313	6.6
19	嘉兴港	30	312	19.7
20	武汉港	17	264	5.6

数据来源:中华人民共和国交通运输部网站。

2. 沿海港口集群探索高质量发展

为加速粤港澳深度融合,构建互惠共赢的港口航运、现代物流和产业链供应链服务体系,广东各港区联动创新不断,构建珠三角所有二类港口接驳广州南沙、深圳蛇口与深圳盐田大港的无缝链接组合港,使服务进一步优化。盐田港2023年10月3号网站公示,目前盐田港已开通了16条驳船支线、6个驳船组合港、12个内陆港和30条海铁联运线路,服务遍布大湾区、华中和西南地区,为粤港澳大湾区外贸进出口产生提质增效的示范效应。

3. 新能源汽车的出口为中国港口集群赋能

中远海运集团下属的东方海外的“OOCL FELIXSTOWE”号,是全球最大货轮,2023年8月完工下水,长399.9米,宽61.3米,可装24188TEU,刚下水后于8月25号首靠南沙港,在南沙装了2000TEU,新能源汽车占了20%,次挂盐田港装了2000台新能源车,显示了国际航商对中国外贸第一大省的信心。

深圳比亚迪已经在深汕合作区的小漠港建设符合新能源车出运的大型滚装船专业港口,2023年1月“小漠—波斯湾”滚装船外贸航线成功实现首航;同时打造比亚迪滚装船自营船队,已下单建造两艘7000车双燃料PCTC运输船;另外也在深汕合作区布局建设超级工厂,计划建成南中国最大汽车生产基地,这也是头部企业在探索新能源汽车出口与国际物流赋能的高质量发展中走出一条新路径。

4. 港口运输模式创新为外贸高质量发展保驾护航

以中国深圳盐田港为例。作为全球供应链的支点,盐田港承担着广东省超1/3的外贸进出口量以及全国对美国出口逾1/4的货量。盐田港拥有20个集装箱深泊位,粤港澳大湾区唯一近18米深,常年不冻不淤,可以“零时差”“零潮差”满足超大型船舶高效进出口。在新时期打造更高水平航运枢纽,建设具有全球重要影响力的物流中心方面,深圳盐田港区致力于发展绿色环保物流解决方案,积极发展与内陆城市货物多式联运链接创新不断,不断通过数字化提升海铁联运效能,提升电商和特种产品的出运时效,加速由“通道港”向“贸易港”转变,打造引领性的物流枢纽和国际物流中心^[10]。与此同时,上海洋山港、宁波—舟山港、青岛港、厦门港等大型主流港口也在积极利用自身的区位优势,顺应外贸客户诉求,打造符合市场需求且可以提质增效的数字化智能港口。

三、外贸新质生产力新概念

(一) 外贸新质生产力的性质与特征

外贸新质生产力是当前新一轮科技革命与产业变革交汇在国际贸易领域的映射,是实现中国对外贸易新旧动能转换、由要素驱动逐渐转向创新驱动的内生增长动力,是推动出口产品结构转型升级,促进中国制造业数字化、智能化,突破壁垒与封锁,打开世界贸易新格局的磅礴伟力。

外贸新质生产力具有以下几个特征:首先,数据、信息与流量是外贸新质生产力的关键要素。新一代信息技术创造了虚拟空间,虚拟空间无国界,虚拟空间的跨境贸易就变成了各种流——商品流、信息流、资金流、价值流。因而数据就是经济资源,流量就是生产力。譬如在商品流中,流量就代表从生产到消费全过程的供应链(生产端)、信息流(中间端)、客户流(消费端)以及资金流(全过程)。其次,新一轮科技革命与产业变革的交融是外贸新质生产力的动力源。大数据、人工智能、移动互联网等新一轮科技进步带来经济社会跃迁式发展,成为制造业和服务业颠覆式变革的决定性力量,并催生出国际贸易的新产业、新业态、新模式,重塑全球价值链分工格局和贸易格局,为经济发展注入了新活力。再次,数实融合、虚实融合是外贸新质生产力的坚实基础。传统产业中国造是中国外贸出口占据世界第一的根本,数实融合可以改造升级传统产业,促进传统产业“智改数转”,提高传统产业数字化、信息化水平,重塑传统产业国际竞争新优势。而虚实融合可以帮助新兴产业、先进制造业迅速成长获得国际竞争优势,科技金融能有效引导科技资源配置,通过精准匹配提供资金中介、交易渠道、价值发现等服务,最终实现金融支撑科技强国的目标。

(二) 外贸新质生产力具有双轮驱动的独特优势与韧性

外贸新质生产力的双轮驱动有多种形式,既表现在传统产业和新兴产业,也表现在零售日用消费品与资本品,更表现在商品出口与企业出海。其中跨境电商、灯塔工厂与独角兽各自承载了外贸新质生产力的特质,是外贸新质生产力双轮驱动的典型表现。跨境电商主要承载传统产业产品和电子消费品;灯塔工厂是制造业和新兴产业、资本品和企业出海的先进代表;而独角兽两者兼而有

之,代表未来国际市场的国家竞争力。

(三) 跨境电商助推产品贸易和服务贸易,体现了外贸新质生产力

数字化平台是虚拟空间高效协调配置资源的产业组织,是资源集聚和价值创造的中心,它整合了生产、流通、服务和消费等各个环节,实现“去中介化”交易模式,大幅降低国际贸易中市场信息的搜寻成本,减少贸易风险,增加贸易所得。当前,苹果、谷歌、微软等传统企业加速向平台转型,其创造的市值已经超越了美孚石油、强生等老牌跨国公司。值得一提的是,国际贸易模式正在由传统跨国公司主导的大宗贸易模式向分散化、平台交易模式转变。跨境电商等新商业模式在国际贸易中发挥着越来越重要的作用。在跨境电商平台上,即使是小微企业面对的也是全球市场,能够将独具竞争力的产品和服务方便快捷地推销至世界各地,从而使企业可以在成立不久即有机会成为“微型跨国公司”。正是跨境电商的出现,才使得许多“专精特新”中小微企业有可能打破跨国经营的高门槛,踏上通往全球市场的快速通道。

(四) “灯塔工厂”打造高质量发展平台,是外贸新质生产力的中流砥柱

“灯塔工厂”被誉为“世界最先进的工厂”,代表了当今全球制造业领域智能制造和数字化的最高水平。与非灯塔企业相比,“灯塔工厂”利用第四次工业革命技术发展生产网络的概率要高出三倍,而提前完成规模化扩张的概率要高出 50%。2023 年 12 月,最新一批全球灯塔工厂有 21 家,其中 12 家在中国(含台湾地区)。至此,全球有 153 座灯塔工厂,它们代表着数字化智能化制造的最高水平。其中 62 座在中国,占比超过 1/3,远超其他国家,它们在全球撑起了“中国智造”,为全世界贡献了中国新质生产力。例如全球工程机械巨头三一重工,是世界上最大的混凝土机械制造商之一;海尔集团深入全球 160 多个国家和地区,服务全球 10 亿以及用户家庭;美的集团不仅是中国巨头,更是一个标准的国际化企业,连续八年入选《财富》世界 500 强。它们的“灯塔工厂”中装备了自动化、工业物联网、数字化、大数据分析、5G 等先进技术,通过应用先进数字技术和智能化设备,借助于高度自动化的生产流程以及柔性制造体系,能够实现产能与客户需求的精准对接,提升生产效率和产品品质,降低运营成本与工业能耗,可以从事高度灵活性与个性化的生产。可以说,“灯塔工厂”的爆发式增长是中国从制造大国逐步向制造强国迈进的有力见证,也是外贸新质生产力转化为国际贸易竞争新优势的真实写照。

(五) 独角兽改写全球高科技市场格局,是外贸新质生产力的生力军

独角兽企业作为具备强大创新能力和巨大成长潜力的企业群体,是开辟外贸新领域新赛道的生力军,是科技领军企业的后备军,决定未来国际市场的竞争力。独角兽企业群也是中美科技新赛道,两国全球独角兽企业 500 强上榜企业数量和总估值在伯仲之间。有关资料显示,截至 2023 年 1 月,全球独角兽企业 1 100 家,其中美国有 650 家,中国有 347 家位居第二。我国独角兽企业科技属性强,前沿科技领域的独角兽企业数量占比高,在先进制造业领域就有 68 家,几近 20%。例如宁德时代,是全球领先的新能源创新科技公司,动力电池使用量连续多年排名全球第一;工业富联,是全球领先的智能制造及工业互联网解决方案服务商,连续多年入选《财富》杂志全球企业 500 强;传音控股不做国内市场,称雄非洲大陆,也向中东、东南亚、印度、拉美扩展,2023 年度实现营业收入超 621 亿元,在非洲商业杂志《African Business》发布的“2023 年度最受非洲消费者喜爱的品牌”百强中,传音旗下三大手机品牌全部上榜,其中一款位列第 9。

四、外贸新质生产力的载体和形式

中国领先的产业链完整性赋予出口全球市场的广度和创新能力,通过数字化赋能,培育了中国外贸的新质生产力,造就了中国外贸业态的韧性,使得中国企业一直主动走出去或迁移到海外寻求新商机,逐步嵌入全球供应链系统。

(一) 跨境电商新业态

一场世纪疫情改变了全球消费习惯,世界各地的个体消费和中小企业采购纷纷涌向线上交易,变成了生产者与消费者在平台虚拟集聚^[11],直接交易。

2023年全球电商零售增长最快的10个国家中,东南亚有4个(印尼、越南、菲律宾、马来西亚),拉美有2个(墨西哥、阿根廷)^③。预计2020—2025年,中国电商渗透率将从27.2%升至31.9%;美国将从20.8%升到27.4%;印度将从16.5%升到19.7%;日本将从13.9%升到17.7%;澳大利亚将从12.5%升到15.7%;巴西将从11.5%升到14.3%;加拿大将从9.5%升到12.3%;法国将从6.5%升到11.7%^④。因而跨境电商在全球不论是新兴市场还是大国市场,均具有广泛商机和无穷活力。

中国是全球电商渗透率最高的,这得益于中国数字经济的发展和完备的商品供应链优势及全球化引领与创新,并持续驱动跨境电商规模不断壮大。在2021年,跨境电商和新消费是中国两个最新最火的赛道。到2023年5月,商务部统计跨境电商主体已超10万家,建设的独立站超过20万个,深耕海外市场已呈规模效应。2023年1—6月份我国跨境电商进出口额达1.1万亿元,同比增长16%,跨境电商货物进出口规模占外贸比重由5年前的不足1%上升到5%左右^[12],跨境电商新业态成为外贸板块的增量源。

随着跨境电商成为主角,海外仓的全球布局日益完善,也宣示世界消费已迈向外贸线上数字时代。随着Temu、Ali Express、Shein、TikTok Shop等电商平台纷纷推出全托管模式,中国海量中小企业通过各式电商平台快速进入海外市场,无形中推动了中国外贸出口细分市场的精细拓展,同时也与传统欧美电商亚马逊、eBay、Walmart、Wayfair等展开了史无前例的平台竞争。

2023年以来,为了获取更多的订单,国内不少外贸企业选择进驻海外的跨境电商平台,但海外平台也存在倒闭跑路的风险。针对这一痛点问题,为了能让广大中小企业放心大胆地借助跨境电商平台拓展海外市场,中国唯一的政策性保险公司中国信保及时推出了跨境电商保险,主动为跨境电商产品出口提供安全保障,护航新业态发展。

跨境电商在国际贸易领域内的广泛普及,引发了全球价值链体系的巨大变革。跨境电商的发展实现了国际交易中的“去中介化”,大幅降低了企业之间的搜寻—匹配成本,减少了全球价值链各个环节之间的信息成本与交易成本,为国际贸易搭建了一条便捷的新通道,促进了中国外贸的大发展。尤其重要的是,跨境电商提高了服务的可贸易性,激发了中国服务贸易的后发优势,推动了中国服务贸易的飞速发展。跨境电商构造出的虚拟集聚空间,汇集了海量的供应商,有利于创造出规模经济和范围经济效应,可以充分发挥新一代信息技术与实体经济融合下企业差异化、定制化、小批量生产的“长尾效应”,进而形成外贸企业国际竞争的新优势。可以说,跨境电商是中国对外贸易

^③数据来源于:《东南亚跨境电商 | 潜力巨大,发展迅速的东南亚跨境电商》,广东进出口商会公众号2023年10月07号。

^④引自《报告 | 跨境电商物流行业发展趋势(2023年)》,现代供应链联盟公众号2023年10月12号,第02部分“趋势”。

的新质生产力。

也正是因为这一新质生产力,使当今的国际贸易模式新形态正呈现出货物贸易和服务贸易融合、贸易与产业融合、线上与线下融合的新趋势,跨境电商的蓬勃发展正在带动世界贸易全流程和各环节数字化发展。

(二) 海外仓新模式

随着跨境电商成为主角,海外仓的全球布局日益完善,也宣示世界消费已迈向外贸线上数字时代。2015年5月商务部推出《“互联网+流通”行动计划》,电商平台和出口企业通过各种方式和渠道开始构建海外仓,布局境外仓储物流体系。中国海外仓发展逐渐形成了以北美和欧洲为重点、辐射全球的海外仓服务网络。

图1显示了海外仓的三类模式:(1)商家自建海外仓(如京东印尼仓等);(2)电商平台海外仓(如亚马逊FBA仓);(3)第三方海外仓(货代或物流企业自营仓库)。

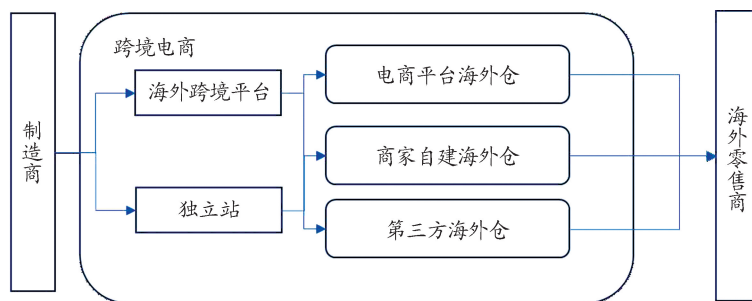


图1 跨境电商的供应链模式

据海关统计,到2023年6月止,在中国海关有正式备案的跨境电商海外仓企业已经达到1713家。深耕海外市场已呈规模效应,说明新业态的发展是外贸增长的重要力量。另据跨境行业的专业机构统计,截至2022年年末,中国海外仓数量前十的国家或地区分别为美国、德国、英国、加拿大、日本、澳洲(含新西兰)、俄罗斯、西班牙、法国、意大利,合计共建有2356个仓库,较2021年增长30.17%,总面积合计约2600万平方米,较上年末增长了大约58%。其中,美国市场方面2022年新增253个海外仓,新增面积约653.5万平方米,平均单仓面积达到1.41万平方米,已呈现出一定的规模化趋势^[13](见图2)。

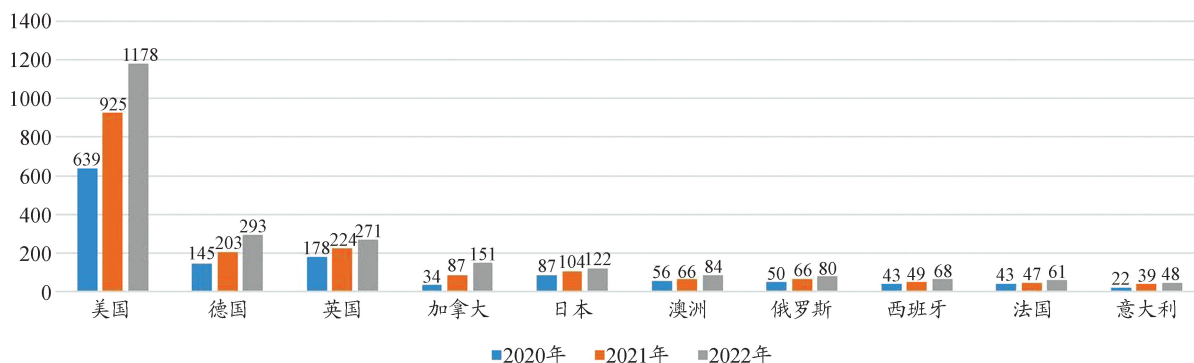


图2 2020—2022年中国海外仓在主要国家或地区的数量

数据来源:《2023年海外仓蓝皮书》。

相较于上述欧美的成熟海外仓市场,东南亚等新兴市场海外仓的扩张势头更加迅猛:2022年,新兴市场(东南亚、中东、拉美、印度、非洲)的海外仓数量合计约有268个,较上年增长了56.72%。

除印度外(印度市场因当地政策问题基本被抛弃),增速均超过了30%,东南亚的增速更是高达惊人的91.55%。面积方面,东南亚、拉美、非洲的海外仓总面积增长都超过100%,其中东南亚海外仓总面积已超过100万平方米,单仓面积约7000平方米,与欧洲相当(见图3)。

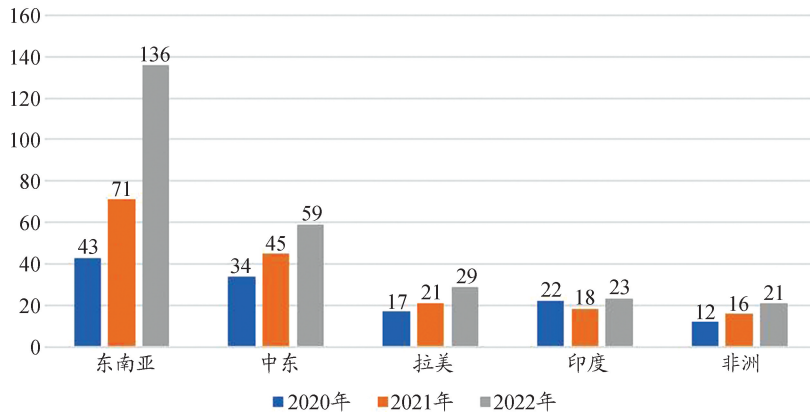


图3 我国在新兴市场海外仓数量

数据来源:《2023年海外仓蓝皮书》。

海外仓深耕海外市场已呈规模效应,助力服务贸易新业态新模式快速发展,促进全球产业链供应链稳定畅通的作用日益增强。由于国家政策支持 and 商业蓬勃发展,2021—2023年是海外仓高速发展的三年。随着跨境电商趋向精细化和品牌化,海外仓也从红利期逐渐转入红海期。与过往的风口行业别无二致,经历了三年高速发展后,跨境电商产业出现了市场泡沫、价格内卷、无序竞争、海外国家政策突变的情况,这些都在深刻影响着海外仓的高质量发展走向,未来海外仓的合理布局和风险管控是这个产业发展必须要面临的课题。

五、对中国外贸“三新”的思考和建议

着眼新质生产力,培育新模式、新动能,构建发展新格局,是中国外贸面对风云变幻多端、不确定性增大的国际市场,在危机中育先机、于变局中开新局的基本对策。

(一) 对独立站和全托管模式的思考

全托管模式是介于独立站和平台之间的一个新模式,它与独立站服务的对象不同,就如同国际结算中国际保理和福费廷两种结算模式的区别。独立站是有实力的商家为自己产品从源头到销售、售后的一条龙自营模式,全托管是商家把商品交给平台一条龙服务,利用平台的影响力和流量进行销售。我国拼多多旗下有Temu,阿里巴巴旗下有AliExpress,抖音旗下有TikTok Shop,而2022年全年下载量最大的电商APP则是Shein(希音)。但是2023年10月中旬印尼贸易部颁布了《2023年第31号贸易部长令》,禁止在社交媒体平台上进行电商交易。印尼认为TikTok只是一个社交媒体,而不应是一个商业的媒介,除非TikTok Shop必须从TikTok平台拆分出来,成为一款独立的应用程序。印尼中小微企业超过6400万家,占全国经济近2/3。而社交电商平台则可以利用其强大的流量和影响力,直接吸引消费者购买其自有或合作的商品或服务,这对主要依靠线下实体店或线上第三方平台进行销售的中小微企业是个严重冲击。所以,为了给当地的中小微企业和传统市场以公平竞争的机会,同时也保护用户的个人数据免受商业目的算法的影响,印尼禁止社交平台进行电商交易。

印尼禁令的影响有可能进一步蔓延。一方面,TikTok是在进军英国直播带货市场受阻后,放弃

了在欧洲和美国扩展其直播电商的计划,而进军东南亚的。这次印尼的做法,直接影响了东南亚市场,越南、马来西亚也正在对 TikTok 进行调查,可能也会步印尼后尘。另一方面,我国国内很多传统市场上的中小微企业本来就因电商对传统市场的巨大竞争压力而颇有微词,会出现希望国内学习印尼政府做法的呼声。

对于跨境电商,全托管的目标客户正是中小微企业,近半年来发展非常快。一方面,跨境电商受制于东道国的政策法规,合规经营必定是每家涉外企业的必修课。另一方面,规制平台在全托管过程中的垄断可能性是我国政策着力方向之一。

(二) 对海外仓物流体系发展的思考

1. 海外仓可以引领和推动我国制造业产业供应链重塑

海外仓是中国制造商品“走出去”和国外优质产品“引进来”的重要平台,也能服务于半成品贸易和本地化生产,这就使海外仓不仅是重要的国际贸易平台,更可成为我国深度参与、融入和重塑全球产业链的重要枢纽,可成为链接国内国际两个市场、畅通内外两个循环的战略支点,支持构建“双循环”新发展格局。

2. 将海外仓物流作为当前我国国际物流体系现代化建设的重要抓手

新业态的发展是外贸增长的重要力量,也是国家构建现代化基础设施体系的一块拼图。海外仓作为重要的物流枢纽节点,将我国国际干线物流和海外终端配送体系链接起来,构建起以海外仓为主节点、以海陆空铁跨境运输为干线、以境外终端配送为支线、以国际主要地区为市场辐射面的“点线面”结合的国际物流体系。

3. 海外仓新业态与贸易创新模式可成为全球经贸规则深化改革的“中国方案”

中国在国际经贸领域有着丰富的实践场景和经验,所创新的商业模式、规则可以提炼升华为国际规则,为 WTO 等改革提供新鲜内容。例如,WTO 规则对于跨境电商目前只是比较初步的,尚缺少大量实践类规则探索,而我国在跨境电商模式方面多年来已有大量创新。我国已创新性地探索出跨境电商保税备货进口模式,目前已复制到美国、加拿大、俄罗斯等国家的一些城市中,通过海外仓平台,可以将该模式进一步向全球范围推广和实践,逐步归纳为“跨境电商+数字海外仓+海关电商监管区域”的国际贸易新形式,丰富 WTO 电商业态的内涵和新规则。

(三) 政策建议

1. 增强进出口企业韧性以寻求外贸新订单

通过打造优势产业集群的头部外贸企业带动上下游企业联动发展,做大规模,尤其在培育新兴产业上着力,打造优势行业“灯塔工厂”。帮助外贸厂商深度参与境外机构举办的专业性展会寻找新商机,寻求新订单,而商务部门跟进后续接单成功率统计,再进一步优化政策指引。优化贸易方式做强一般贸易,支持加工贸易国内梯度转移,升级产业链制造。优化外贸供应链布局,积极面对产业链外移带来的冲击,对有利于国内的中低端产业要助其留原址升级,巩固根基产业。在既有产业链基础之上加强新赛道建设,以获取新动能。

大力支持和鼓励中小微外贸企业。在供应链重构的格局下,外贸行业发展使得中国出口贸易不再限于大宗和传统的 FOB 或 CIF 贸易方式,现在更加“碎片化”,传统外贸“大单”逐渐被小且分散的“碎片化”订单所取代。跨境电商成为中小微企业参与国际贸易的重要途径,2011 年至今,在跨境电商平台新注册的企业中,中小微企业占比超过了 90%。数百万中小微外贸企业贡献了中国出

口交易额的60%以上,且正在逐年递增。中小微外贸企业已成为中国外贸新质生产力的一支重要力量,为中国外贸赋予了更加顽强的活力与韧性。

2. 开拓外贸新市场以构建空间新格局

在欧盟和美国贸易断链的国际形势下,中低端产业链外移严重,订单外流是市场变化的必然。但新兴市场蕴含海量商机,持续为全球经济复苏提供动力。企业应面对全球产业链重构的机遇,变危为机,积极拓展外贸增量源的地区与产业,积极融入RCEP和拓展“一带一路”沿线新兴市场,利用好中国完善的物流设施与物流产业链优势,为外贸拓展商机赋能。

由于各国的历史人文、经济环境、制度法律、宗教文化、语言风俗各不相同,对拓展和融入本土化经营提出了更高要求。要激励外贸商家在产品建设、品牌拓展、营销推广、物流配送、产业链条、经营理念、科学管理等全套运作体系方面强化本土化运营的能力,构建本土团队,减小对目标市场的认知偏差,通过持续的价值输出与诚信经营不断构建信任,布局和深耕海外新兴市场,践行外贸与外包版块联动探索,构建新型格局。

3. 全业态数字化以培育外贸新业态新模式

推进跨境电商海外仓逐步向品牌化和精细化发展。培育壮大海外仓,完善物流设施,高质量推进综合保税试验区,打造数字化跨境电商物流园区,进一步提振跨境电商等贸易新业态新模式的稳步发展,进一步扶持新兴电商国际平台和独立站建设,关注与支持以Shein(希音),Temu(拼多多)为代表的新兴电商平台拓展海外细分市场。

伴随跨境电商的高速增长,要进一步重视全业态数字化赋能。推动数字跨境支付、服务贸易、数字物流、海外仓、软件服务、系统智能化等外贸数字服务全业态发展,产业链更加完善,新兴行业生态进一步丰富,同时也给社会更多的就业机会。

4. 商贸物流港口交融发展以获取新动能

大力支持国际物流新兴模式探索。国际物流多元化与客户端的需求定制发展,如中欧班列、冷链物流、锂电产品出口、无人机物流、一站式全程物流、海铁联运等,均可提升中国的内外贸产业链降本增效能力,并增加全球供应链粘性,使中国物流在全球供应链中发挥更大作用。在关税和通关环境上提供更大优惠与便利。

推动跨境电商进口全业态发展。支持探索跨境电商企业发展“购—展—售—退”全途径电商新模式,鼓励有成熟经验的省份的保税区等有条件的特殊监管区域和机场保税物流中心(B型)尝试引入大型跨境电商平台,做大做强跨境电商在网购保税方面的进口业务,配套实施跨境电商网购保税进口商品集中退货,降低进口物流仓储成本。优化完善跨境电商监管场站布局,支持条件成熟的跨境电商海关监管场站开通9610直购进口^⑤业务。

鼓励有条件港区开通更多跨境电商快线,推动“电商+海运”模式创新。推动进口带货直播销售等模式的创新发展和应用。进一步简化跨境电商进口流程,提高通关效率。

5. 以先进制造业、新兴产业、未来产业支撑和提升外贸新质生产力

本国强大的生产力是一国对外贸易的源泉。服务业依托于实体经济,数字化依附于实体经济,

^⑤“9610”跨境电商“直购进口”是一种“先下单后发货”的模式,国内消费者在跨境电商网站订购境外商品,企业即将电子订单、支付凭证、电子运单等实时传输给海关,随后在海外将商品打包,以海运、空运、邮运等方式直接运输进境,通过电商服务平台和海关通关管理系统对订单、支付、运单等信息申报,并按税率缴纳关税,实现快速通关。

跨境电商的所有新模式都建立在强大的制造业基础之上。

以广东省为例,近年来一方面稳定发展十大战略性支柱产业,一方面积极培育战略性新兴产业和未来产业,包括半导体及集成电路、高端装备制造、智能机器人、区块链与量子信息、前沿新材料、新能源、精密仪器设备、卫星互联网、光通信与太赫兹、干细胞等,以产业集群为抓手,“国家先进制造业产业集群”就有7个在广东。所以,即便遭受供应链成本上升、疫情影响、国内外形势复杂等多重挑战,2023年广东进出口总值在上年高基数的基础上仍然实现正增长,再创历史新高,占全国进出口总值的19.88%,连续38年为全国外贸第一大省。与此同时,广东跨境电商持续快速发展,2022年广东省跨境电商进出口值达6454亿元,规模在8年内扩大近43倍,年均增速高达72%;广东占全国跨境电商进出口总值的43.4%,在全国名列前茅^[14]。2023年面临国际产业链、供应链重构所引发的压力,依托广东“制造业当家”,广东跨境电商进出口金额拉动了全省外贸进出口增长。

要培育壮大战略性新兴产业及未来产业,以高能科创平台体系为牵引,着力产业科技融合,构建现代化产业体系,推动外贸型制造业产业集群高质量发展。要更加重视外贸出口新三样产业拓展国际市场,这些产业在国际上正处于增量市场,国内许多省份在新能源汽车和锂电等储能产品的产业集群已有成熟的产业链和完善的上下游企业群,要利用数智化进一步精耕海外市场。

所以,积极培育新能源、新材料、先进制造、电子信息等战略性新兴产业,积极培育未来产业,加快形成新质生产力,才是中国外贸长久拥有新质生产力、充分发挥外贸新质生产力的根本。

6. 以规模巨大的国内消费市场扩大和提振外贸新质生产力

“本地市场需求”理论告诉我们:对于收益递增的产品,一地对某产品的强大需求,会导致产业集聚和地方专业化,在国际贸易和区际贸易中将出口该商品。换言之,一国对某种商品有强大需求,该国是出口这种商品而不是进口这种商品;反之,某国在该产品出口中有优势,一定有强大的国内市场需求^[15]。

拥有庞大的消费市场和强大的制造业供应链,是中国应对国际经济形势和国际贸易变化的压舱石。从产业链看,中国是世界唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家;从市场规模看,中国从2015年就是世界第一大消费市场。国家统计局数据显示,2023年中国社会消费品零售总额为41.7万亿元,亦有证据显示中国成为越来越多的商品的世界第一大消费市场。2023年全国跨境电商进出口2.38万亿元,同比增长15.6%,其中出口跨境电商总额达1.83万亿元,同比增长19.6%。所以,提振国内消费市场,有助于外贸企业稳定运行,从容应对外部冲击,使国外商品更加依赖中国市场,从而稳定和发展中国外贸新质生产力。

参考文献:

- [1] 梁琦. 分工、集聚与增长[M]. 北京:商务印书馆,2009.
- [2] 杜海涛. 2023年我国货物贸易进出口好于预期,实现促稳提质目标“新三样”产品出口突破万亿元[N]. 人民日报, 2024-01-13(02).
- [3] 最新数据! 全球各主要经济体相继公布外贸成绩单[EB/OL]. [2024-02-25]. 中国国际贸易促进委员会浙江省委员会, http://www.ccpitzj.gov.cn/art/2023/12/20/art_1229557691_42459.html.
- [4] 王震. 2023年我国进出口总值41.76万亿元“新三样”出口首破万亿元大关[EB/OL]. (204-01-12) [2024-02-25]. 人民网, <http://finance.people.com.cn/n1/2024/0112/c1004-40157759.html>.
- [5] HIFLEET 2023年航运市场年报[EB/OL]. [2024-02-25]. <https://www.hifleet.com/wp/communities/chartering/>

hifleethangyunshichangnianbao.

- [6] 2023年我国造船三大指标同步增长 国际市场份额保持全球领先[EB/OL]. [2024-02-25]. 中华人民共和国工业和信息化部, https://www.miit.gov.cn/gxsj/tjfx/zbgy/mycb/art/2024/art_fa7806370d844d0785c9960cdb90fc53.html.
- [7] 中欧班列国际合作论坛开幕 丁薛祥宣读习近平主席贺信并致辞[EB/OL]. (2023-09-15) [2024-02-25]. 新华网, http://www.news.cn/politics/leaders/2023-09/15/c_1129866022.htm.
- [8] 韩鑫. 我国成为世界最大船东国 拥有船队规模达2.492亿总吨[N]. 人民日报, 2023-09-19(01).
- [9] 2023年11月全国港口货物、集装箱吞吐量[EB/OL]. [2024-02-25]. 中华人民共和国交通运输部, https://xxgk.mot.gov.cn/2020/jigou/zhghs/202401/t20240102_3979930.html.
- [10] 盐田国际:世界级大港三十而“励” 做新时代的冲浪者[EB/OL]. [2024-02-25]. 中国航务周刊, https://mp.weixin.qq.com/s?src=11×tamp=1709083486&ver=5107&signature=*vIbCXD44d35RypaOHJYofNbGmWkaXSNggOymGx06WP2LDRI1qrUmTjI*xQnonuLkOfXcwsltQGVdCnPecVwJPlvpwgLqWx8k8w3b**9ouWgCiYnkphTxu7h9kYErB&new=1.
- [11] 王如玉, 梁琦, 李广乾. 虚拟集聚: 新一代信息技术与实体经济深度融合的空间组织新形态[J]. 管理世界, 2018(2): 13-21.
- [12] 邵志媛. 抓紧出台新政策 加快培育新动能 助力开拓新市场 释放进口新潜力: 政策“组合拳”助外贸稳中提质[N]. 国际商报, 2024-01-29(01).
- [13] 2023 海外仓蓝皮书[EB/OL]. [2024-02-25]. 跨境眼观察智库, <https://hd.kuajingyan.com/report/detail/39>.
- [14] 曾丽, 钟皓桦. 跨境电商: 外贸发展新引擎 物流仓储发展新风口[N]. 21世纪经济报道, 2023-09-09.
- [15] 梁琦. 产业集聚论[M]. 北京: 商务印书馆, 2004.

The three new characteristics of China's foreign trade under the spatial reconstruction of global supply chain: New pattern, new momentum and new quality productivity

WANG Ruyu¹, CHAI Zhongdong², LIN Jiaying³

(1. School of Economics, Guangdong University of Technology, Guangzhou 510006, P. R. China;

2. School of Business, Nanjing University, Nanjing 210093, P. R. China;

3. Shenzhen Foreign Agent International Freight Co., LTD, Shenzhen 518000, P. R. China)

Abstract: General Secretary Xi Jinping creatively puts forward the brand-new concept of “new quality productivity”. In the current complicated international economic environment and grim global economic and trade situation, “accelerating the formation of new quality productivity and enhancing new development momentum” should be taken as the fundamental principle and action guide for China's foreign trade. This article describes the new spatial pattern of China's foreign trade, analyzes the new momentum of China's foreign trade under the spatial reconstruction of global supply chain, defines and explains the “new quality productivity of foreign trade” that promotes the high-quality growth of foreign trade before proposing policy suggestions. This article holds that currently influenced by various factors such as trade protectionism, geopolitical conflicts, and manufacturing backflow, the global industrial and supply chains are accelerating its reconstruction, shifting their orientation from cost control, production efficiency, science and technology to supply security, industrial stability and geopolitical governance, demonstrating such features as regionalization, diversification, localization, digitalization, agglomeration and other forms that steadily point to a fragmented growth pattern. In this new spatial distribution pattern, China's foreign trade is facing unprecedented risks and

challenges. The export trade to developed economies in Europe and America has dropped sharply, and export enterprises are struggling for survival. Against this complicated and severe external environment, China, being the world's largest manufacturing country, empowers the manufacturing industry with digital technology, vigorously promotes the transformation and upgrading of industrial structure, innovates product structure, and actively responds to the unfavorable situation of order transfer and export decline caused by “decoupling and chain breaking” and industrial chain relocation. The export of “new three products” represented by electric autos, lithium-ion batteries and solar cells has replaced that of labor-intensive “old three products”, achieving the phased goal of stabilizing scale and optimizing structure, improving quality and efficiency, and injecting new momentum into the high-quality development of foreign trade. This article provides a detailed and in-depth analysis of the specific manifestations of new quality productivity in China's foreign trade. It is maintained that data, information, and flow are key elements of new quality productivity in foreign trade. The integration of a new round of technological revolution and industrial transformation is the driving force behind new quality productivity in foreign trade. The integration of digital and physical economies, and that of virtual and real economies, provides a solid foundation for new quality productivity in foreign trade. New quality productivity in foreign trade has unique advantages and resilience driven by two wheels. Lighthouse factories are the backbone of new quality productivity in foreign trade, while unicorns are the driving force of new quality productivity in foreign trade. The new cross-border E-commerce models, overseas warehouses, full custody, and other new formats established on virtual aggregation platforms have formed new quality productivity in China's foreign trade. It is necessary to support and enhance the new quality productivity of foreign trade with advanced manufacturing, emerging industries and future industries, and expand and boost the new quality productivity of foreign trade with a huge domestic consumer market.

Key words: new quality productivity of foreign trade; global supply chain; cross border E-commerce; virtual space; virtual agglomeration

(责任编辑 傅旭东)