



第二届全球数字贸易博览会

携手建数之路

当前,新一轮科技革命和产业变革突飞猛进,以数据为关键生产要素、数字服务为核心、数字贸易日益成为推动全球产业链供应链加速整合优化,大幅降低贸易成本。

“近年来,我国数字贸易蓬勃发展,规模持续扩大,结构不断优化。”在第二届全球数字贸易博览会上,商务部副部长郭婷婷介绍,2022年我国可数字化交付的服务进出口额达3727.1亿美元,同比增长3.4%;跨境电商进出口额达2.11万亿元,同比增长9.8%。

推动建立全球规则

在全球贸易增长动力不足的背景下,数字贸易快速发展无疑为世界恢复注入一针强心剂。世界贸易组织副总干事张向晨表示,过去20年数字贸易急剧增长,根据世界贸易组织统计,2005年至2022年,全球数字服务出口额年均增长8.1%,2022年实现数字服务出口额3.82万亿美元,占全球服务出口总额的54%。

李其达

经济合作与发展组织秘书长马蒂亚斯·科尔曼观察到,全球贸易仍呈现下降态势,尤其是商品贸易量倍显疲态,截至今年7月,全球商品贸易下降3.2%。但数字化手段不仅让企业更高效地接触到全球消费者,也加快了创新型产品和服务开发,并降低交易成本。

李景

“虽然数字贸易正步入快车道,但其发展也面临不小挑战,亟需建立全球规则确保跨境数字交易政策的一致性、公平性和可预测性。”张向晨认为,中国将进一步推进跨境服务贸易和投资高标准开放,扩大数字产品等市场准入,深化国有企业数字经济、知识产权、政府采购等领域改革,这都释放了中国积极推动国际高标准经贸规则制定的积极信号。

目前,全球超过120个区域和双边贸易协定包含数字贸易规则。相关规则已从贸易便利化议题向建设安全有序、风险可控的自由贸易体系升级。

数字贸易既是国际经贸规则竞争新前沿,也是我国推进高水平制度型开放新高地。从强化数字贸易顶层设计到大力发展数字贸易新业态、新模式,从营造国际一流数字营商环境到加快对接高标准数字贸易规则,我国积极将数字贸易打造成贸易强国建设的新引擎。

据了解,我国先后设立28个服务贸易创新发展试点地区、37个服务外包示范城市、12个国家数字服务出口基地,搭建了宽领域、多层次的创新平台。

跨境电商增势强劲

作为数字贸易最重要的组成部分,跨境电商已成为我国消费者和商家“买全球”“卖全球”的关键渠道。跨境电商占我国货物贸易进出口比重已从2015年的1%增长到2022年的5%。海关最新数据显示,今年1月至9月,跨境电商进出口额达到1.7万亿元,同比增长14.4%。我国跨境电商贸易伙伴已经覆盖全球,成为全球跨境电商生态链最为完善的国家之一。

对此,阿里巴巴集团公共事务总裁闻佳感受颇深,她告诉记者,国际数字商业已成为公司增速最快的业务板块。该板块主要由阿里巴巴国际站、全球速卖通等组成,服务近200个国家和地区的3400万个商家。今年前三季度,阿里国际数字商业板块订单同比增长率从15%提升至28%。

“今年前三季度,中国对共建‘一带一路’国家和地区的跨境电商零售出口同比增长超过1倍。这些国家已经成为中国跨境电商重要贸易伙伴。”商务部对外贸易司副司长肖露表示,创新是跨境电商发展的动力源泉,越来越多的跨境电商企业与所在地的产业带深度融合,利用数字化柔性供应链打通贸易与产业之间的链路,促进传统产业转型升级。

亚马逊全球副总裁、亚马逊全球开店亚太区执行总裁戴铮雯同样认为,“跨境电商+产业带”的结合能帮助更多传统制造企业实现数字化转型。今年9月,亚马逊全球开店中国发布了“产业带启航十条”扶持计划,旨在帮助和推动产业带企业向跨境电商转型。

深度融合驱动发展

无论是数字人民币、区块链金融等新场景纷纷涌现,还是数据流通规模快速增长,抑或是跨境电商繁荣向上,都离不开技术创新的有力支撑。“世界知识产权组织发布的全球创新指数排名显示,2022年中国创新能力综合排名全球第十一位,人工智能、云计算、大数据、区块链、量子信息等新兴技术跻身全球

第一梯队,人工智能、物联网、量子信息领域发明专利授权量均居世界首位。”郭婷婷说。

“贸易本质上是一种资源互换。”在网易集团首席执行官丁磊看来,传统贸易更多是在实体资源差、时空信息差的基础上发展起来的。数字贸易时代,技术迭代会持续带来新的贸易形式、贸易内容,也会衍生新的贸易风险。对企业来讲,最重要也最稳定的资源,就是能够做到“人无我有,人有我优”。实打实的创新,尤其是关键技术创新,是所有企业的立身之本。网易每年在3D引擎、人工智能等关键技术方面都做了大量投入,在海外也有超过10个工作室,目的就是希望在全球版权贸易、技术贸易等领域获得更多优势。

由于数字技术对各行各业赋能作用逐渐显现,其自身贸易也迎来快速发展。商务部数据显示,2022年,我国电信、计算机和信息服务贸易规模约为1241.8亿美元,同比增长3.8%。其中,出口规模达861.5亿美元,同比增长8.4%;软件业务出口524.1亿美元,同比增长3.0%;云计算市场规模为4550亿元,较2020年增长40.9%,国际市场份额和全球覆盖范围逐步扩大。

在数贸会上,有关专家表示,将持续鼓励数字技术与金融、保险、娱乐、教育、医疗等众多行业深度融合,推动传统贸易转型升级,培育金融科技、数字媒体、软件研发、智慧医疗、智慧教育、数字社交等新模式新业态,持续放大数字贸易的正外部倍增效应,为贯彻落实数字中国战略与贸易强国战略提供关键驱动力。

构筑新优势

本报记者 冯其予

从国际市场布局看,RCEP区域合作开始释放贸易红利。2022年,中国承接RCEP成员方离岸服务外包执行额2089亿元,同比增长4.2%。同时,与共建“一带一路”国家贸易往来日益紧密。2022年,中国承接共建“一带一路”国家离岸服务外包执行额1821亿元,同比增长12.7%。中国跨境电商贸易伙伴不断向非洲、中东、拉美等新兴市场拓展。

从基础设施看,信息基础设施布局持续优化。中国已建成全球规模最大的光纤和移动宽带网络,国际通信网络通达和服务能力持续增强。国际互联互通水平持续增强。算力规模跻身国际领跑行列。跨境电商基础设施连通合作紧密。

2022年,中国强化数字贸易顶层设计与整体统筹,不断完善数字领域政策法规体系,加快推进高水平制度型开放、地方加紧战略布局与开展先行先试。同时,高标准基础设施提供有力支撑等特点。

《报告》提出,2022年,我国数字贸易发展呈现出区域发展协同并进、国际市场布局不断优化、数字基础设施提供有力支撑等特点。

从区域发展看,东部地区数字贸易规模优势突出。2022年,东部地区可数字化交付服务进出口规模达3396.5亿美元,在全国占比高达91.1%,出口为1914.8亿美元,进口为1481.7亿美元,数字贸易发展优势地位显著。中部、西部、东北地区处于加速赶超阶段。

抢抓新机遇

本报记者 冯其予

数字贸易正成为国际贸易发展的新趋势和未来发展的新增长点。第二届全球数字贸易博览会期间举办了一系列论坛活动,共同探讨数字贸易未来趋势、政策变革、技术创新和市场机遇。

当前,新一轮科技革命加速演进,数字技术全面赋能文化产业,新业态、新模式不断涌现,为文化贸易发展提供了新机遇。据商务部统计,2022年中国文化和文化服务进出口总额达2217亿美元,同比增长11%。同时,数字化的文化服务表现出较强的增长韧性,占文化贸易比重稳步提升,影视剧、网络文学、短视频等数字产品成为数字文化贸易发展的新亮点。

在数字文化贸易论坛上,商务部服务贸易和商贸服务业司司长王东堂表示,将大力发展数字文化贸易,持续优化政策环境、推进开放平台建设、加强国际交流合作,更好服务构建新发展格局和贸易强国、文化强国建设。

据了解,本届数贸会期间,中国(浙江)影视产业国际合作

区与西安曲江新区、上海仓城影视基地签约合作,3个国家级文化出口基地“牵手”,未来将共同建设全球影视版权交易云平台。中国(浙江)影视产业国际合作区管委会副主任夏欣才表示,在影视出口方面,通过数字化手段,建立了中国影视剧出海的线上交易平台。

“2023数字医疗健康产业大会”聚焦数字医疗领域的新科技、新业态、新模式,推动创新医疗生态圈建设,打造数字医疗产业对接平台,共享数字贸易发展机遇。阿斯利康中国总经理赖明隆表示,借助电商平台,阿斯利康一直在探索用好数字化渠道,在线上实现更好的医疗服务。

在CCG(全球化智库)数字贸易圆桌会上,商务部原副部长蒋耀平表示,技术创新是数字贸易发展的核心引擎。要抓住新一代数字技术变革的趋势和机遇,努力营造支持创新、鼓励创新的发展环境和氛围,加快推动数字化、智能化、绿色化发展,积极培育数字贸易新业态、新模式,提升发展质量和水平。



图① 第二届全球数字贸易博览会智慧东盟数字贸易成果展。

图② 参观者在数贸会前沿趋势馆参观。



图③ 数贸会综合馆展出的飞行器和无人机自动驾驶汽车。

图④ 第二届全球数字贸易博览会于11月23日至27日在杭州国际博览中心举办。

数字贸易生态圈活力澎湃

吉亚娇

数字人开启不间断直播,数字化应用解决方打造全产业链流量体系,各国电商平台提供支付、物流、金融等服务……在第二届全球数字贸易博览会的“丝路电商”馆,数字贸易成果尽显。

曾经,驼铃声响于万里之遥,古丝绸之路见证中外商贸往来繁荣。如今,在数字技术赋能之下,贸易突破时空界限,便利达成供需对接。目前,中国已与30个国家和地区签署了双边电子商务合作备忘录,“丝路电商”成为国际经贸合作的新渠道和新亮点。在“朋友圈”越来越广的同时,“生态圈”更是充满活力。

产业升级为全球经贸合作增添新动力。“丝路电商”既服务好中国企业“走出去”,也服务好国外企业“请进来”。不仅促进了贸易交流,同时提升了产业链韧性。通过完善“丝路电商”全链条全流程,集聚各类贸易主体、服务商及跨境电商平台,构建起“线上综合服务平台+线下产业园区”的双平台生态体系,培育壮大一批具有标杆示范作用的龙头企业。

我国已批准建设了165个跨境电商综

试区,跨境电商主体超过10万家。随着跨境电商领域成熟发展,未来将有更多制造商变成品牌商、渠道商,高水平实现“买全球、卖全球”。

数字贸易离不开数字基础设施的支持,中国企业积极参与共建“一带一路”国家数字基础设施建设项目。部分龙头企业建成先进的信息管理系统,便于国际经贸伙伴实时对接客户、对接商品、对接仓储配送等信息,共享电商市场新机遇。

丰富业态助力释放消费新需求。数字贸易是一片蓝海,包罗多样业态,提供创新舞台。数字技术、数字服务、数字内容、跨境电商、数据和信息交易等各种数字贸易业态不断蓬勃发展。

在“丝路电商”合作机制推动下,近年来,各地通过形式多样的电子商务活动,以专区销售、基地直播、上线国家馆和多平台联动等方式,将“丝路电商”伙伴国家的特色和优势商品推介给国内消费者,消费潜力持续释放。

随着大数据、人工智能等数字技术的进步,“丝路电商”应用场景也更丰富。互

联网医疗、在线教育、远程办公等为服务业数字化按下快进键。数字音乐、数字影视、数字游戏等领域,大批创新应用乘风出海。

深化合作为构建数字经济治理体系提供了有益尝试。“丝路电商”合作展示了中国在数字领域技术应用和模式创新等先进成果经验,匹配伙伴国数字化、智能化发展诉求,促成互利共赢。

目前,全球范围内尚未具备统一规范的数字经济治理框架。“丝路电商”合作创造了丰富的贸易应用场景,为推动数字领域规则、制度、管理、标准的国际化提供了有益尝试。以电子商务规则为核心,对标高标准国际经贸规则与数字经济发展前沿,积极参与数字经济全球治理,为国际数字贸易体系建设贡献更多智慧。

数字贸易,四通八通。通过优化升级跨境电商生态链、扩大服务类产品规模、加大区域市场开放力度,新时代国际贸易的“驼铃”更加动听。