

经贸会客厅

国际商情

美国洛厄尔麻省大学创业与创新副教授孙黎：

加拿大已成越南潜在的水产品出口市场

越南《新河内》近日报道，据越南工贸部统计，加拿大以超过9公斤/人/年的消费量、每年7%的进口需求增长，是越南潜在的水产品出口市场。据加拿大卫生部研究，加拿大人均水产品消费量为270加元/年，约9.14公斤/人/年。据加拿大海关统计，今年前9个月，加拿大水产品进口增速回升，因需求同比增长5.5%，较2019年同期增长近3%。越南驻加拿大经商处表示，越南对加拿大的水产品出口仍有很大空间。越南对这个市场的水产品出口总额仅为约2.5亿美元。已在加拿大市场获得一定位置的商品中，冷冻虾和加工虾每年出口额达34亿加元，约占加拿大市场的30%。

前十个月乌拉圭成为中国第二大奶粉供应国

据乌拉圭农业信息网站Bicho de Campo 近日报道，今年1至10月，乌拉圭超越澳大利亚成为中国第二大奶粉供应国。1至10月中国乳制品进口量同比增加22.9%，进口总额为125.25亿美元。中国是世界上最大的全脂奶粉进口国，其主要供应国是新西兰，约占中国全部进口的89%。今年1-10月，乌拉圭奶粉在中国市场的销量翻了一番，达28576吨，取代澳大利亚成为第二大供应国。由于阿根廷政府实施的出口限制，其奶粉出口未能充分利用中国奶制品进口大量增加的机会，从第六大供应国降至第七位。

哈萨克斯坦谷物、食糖、果汁产量保持增长

据哈通社报道，哈萨克斯坦农业部部长卡拉舒克耶夫近日出席政府会议时表示，2021年1-10月，哈食品工业产值增长3.6%，达到1.8万亿坚戈。食品行业固定资产投资增长5.9%，达到818亿坚戈。卡拉舒克耶夫表示，1-10月，以产量计，谷物增长5.3%，淀粉制品增长18.7%，果蔬汁增长2.8%，食糖增长160%，酸奶制品增长5%，黄油增长9%。面粉产量下降4.5%，植物油下降3%，香肠制品下降0.4%。卡拉舒克耶夫指出，2021年，哈计划建成投产29个农业加工项目，实施这些项目有利于提高产量和出口额，确保实现扩大加工产品出口的目标。（本报综合整理）

中国入世有利于中企国际化和全球繁荣

■ 本报记者 张凡



中国加入WTO，在促使我国市场进一步对外开放的同时，也让我国企业大踏步走出国门，加速了其国际化进程，同时也带动大量员工参与国际分工，消除贫困。在中国入世二十周年的节点，各方有必要对中企这20年的国际化进行一次复盘，为中企当下及未来的国际化提供新养料。中国入世的经济实验，也对全球许多发展中国家参与全球产业链、走向共同繁荣提供了巨大的政策启示。

“2001至2010年期间，中国企业的国际化体现在出口方面。这些年，我国外贸出口额不断增长，尤其是纺织行业等人力密集型的制造业得到大力发展。2010年后，中国企业的国际化体现在对外投资领域，一些有实力的中国企业在全球开展了大规模投资。”作为长期研究企业案例的学者，美国洛厄尔麻省大学创业与创新副教授孙黎观察到，中

国加入WTO这20年来，中国企业国际化可分为两个阶段，2010年是这两个阶段的分界点。

这20年来，中国企业的国际化水平得到明显提升。目前，我国已经成为全球第一货物贸易大国，在疫情蔓延全球背景下，中国还超越美国，成为对外投资的第一大国。

之所以能取得这样的成就，现在各方都清楚，是内因外因共同作用的结果。一方面是当时全球化正处于高潮期，国际政治经济环境对中国友好；另一方面，中国政府不断健全法律法规、改善营商环境，企业主动利用WTO规则，主动融入全球市场。中国的政策实验令全球瞩目，成为许多发展中国家的学习榜样，例如印度、越南就直接照搬了中国的经济开发区策略，开始革除自身繁琐的各种政策壁垒。

但在多年前，国际上许多学者还有重视中国国内法治环境发生的重大变化对中国企业国际化程度有什么影响。而孙黎在《世界商务学报》的一项研究发现，2010年前，中国企业国际化收益最好的地方，

大都集中在法治环境比较好的地区。这些地区构建了以规则为主导的市场机制，加速了中企国际化进程，为这些企业走出国门适应国际环境打下了基础。这篇论文不仅进入了SCI，而且引用量达到1%。目前国际商务学者也开始重视发展中国家企业母国的制度研究，形成的一个给发展中国家的基本政策共识就是，公平的市场规则可以积极促进本国企业参与国际分工。

在孙黎看来，2010年到2020年这个阶段，中国企业发生的变化更大。这个阶段主要的表现是中国企业在供应链、产业链上的角色发生了变化，不断向价值链上游攀升，“与之前‘三来一补’不同的是，中国企业依托逐步完善的工业体系，逐步提高了关键部件的国产化率，技术含量也不断提高，劳动密集型企业正在转型升级，尤其是‘特高精英’‘小巨人’企业的飞速发展，让中国企业的国际化质量得到提升。”

对比之下，当初的“亚洲四小虎”（指印度尼西亚、泰国、马来西亚、菲律宾四国）、墨西哥等国家的

企业也跟中国一样参与了第一阶段的国际代工等，但在第二阶段，没有扶持本土企业在全价值链上攀升与技术更新，在技术创新上就被发达国家的跨国公司像《三体》中的智子锁死科技发展，无法抢占价值链升值更高的产业位置。这是孙黎教授最近在国际顶级创新政策研究学报《研发政策》上发表的论文观点，也是中国加入WTO第二阶段发展给其他发展中国家的重大启示。

下一个阶段，中国应如何设计WTO政策？“在当前，中国已经成为全球第二大经济体，在WTO中的地位也有所提升。中国应该根据自身体量，更好地在WTO中进行定位。在此基础上，就要积极考虑如何更好参与WTO规则体系的改革。”在孙黎看来，在下一个阶段，WTO未来的主要争议焦点将可能是印度、越南等后进的发展中国家，这些国家希望能够对其国内的一些产业进行保护，增加产品出口等等。而在要求后进发展中国家进一步开放市场、保护知识产权、保护跨国企业权益等方面，中国企业与欧

美日韩企业的诉求是有重合的。

孙黎说，中国参与WTO的政策实验，促进了全球繁荣，也将为其他国家带来更大的价值启示。中国在未来第三阶段WTO中定位的变化，也将影响到中国企业国际化的下一步规划，比如政府应该从全球繁荣出发，承担更大的责任，更加维护中国企业的知识产权利益，推动高端产业中企参与全球标准的制定等等。展望未来十年，中国企业国际化所面临的最大挑战和机遇来自以下几个方面：一是高端制造，尤其是中国的小巨人企业将迎来新一轮发展机会，如何让这些小巨人企业在国际化方面取得成就，能够在产业链上占据更重要的位置，将是挑战之一。二是绿色产业链迎来大发展。在WTO框架下，会不会根据碳排放来征收碳税是各方关注的焦点。特别是美国、欧洲希望通过征收碳税将国际贸易投资活动纳入到防止全球变暖的行动中来。三是促进服务业发展，尤其是在数字经济时代下，如何做强做大服务贸易显得十分重要。

中医药贸易在政策引领下更需配套系统支撑

■ 本报记者 张伟伦

作为我国对外贸易的重要组成部分，中医药在抗击新冠肺炎疫情中发挥了重要作用。今年以来，中医药贸易也迎来多项政策利好，有力促进了中医药相关的服务产业走出去。记者在采访相关人士时了解到，中医药服务贸易是我国具有完全自主知识产权、原始创新潜力巨大的康养产业，得益于相关部门的组织、引导和规范，中医药服务贸易将成为推动我国服务贸易发展的新力量，对促进我国服务贸易结构调整、打造中国服务品牌，有效带动就业和经济增长具有积极作用。

在今年9月份召开的北京服贸会期间，商务部副部长王炳南指出，切实推进中医药服务贸易健康发展，是传播中华文化、打造“中国服务”品牌的重要载体。2020年以来，新冠肺炎疫情在全球持续蔓延，疫情带来的经济下行压力和较为严格的出入境管理，给境外中医药服务机构的发展带来了冲击和挑战；与此同时，中医药在抗击疫情中的出色表现得到了国际社会的广泛关注和积极评价。

“2020年，基于中医药在抗击疫情中的出色表现，数字化赋能的中医诊疗新业态为中医药服务贸易注入新活力，不得不说，中医药国际服务贸易发展迎来黄金期。”天资汇控股总裁牛楠在接受《中国贸易报》记者采访时说。

记者了解到，早在2012年，商务部、国家中医药管理局等14部门发布了服务贸易子行业第一个专门性、纲领性文件《关于促进中医药服务贸易发展的若干意见》。2014年6月，国家中医药管理局、商务部联合公布首批《中医药服务贸易先行先试重点区域和骨干企业(机构)建设名录》。此后，商务部等多个国家部委陆续出台了一系列支持中医药服务贸易发展的政策文件。

商务部、国家中医药管理局等7部门于今年5月联合印发《关于支持国家中医药服务出口基地高质量发展若干措施的通知》，从完善体制机制、创新支持政策、提升便利化水平等5个方面提出18条具体政策措施，支持国家中医药服务出口基地大力发展中医药服务贸易，推动中医药服务走向世界。其中特别提到，鼓励具备条件的公立机构基地先行先试设立国际医疗部，向境外人士提供中医医疗服务按特需医疗服务管理。鼓励公立机构基地通过特许经营等方式，以品牌、技术、人才、管理等优势资源与社会资本等开展合作，新建、托管、协作举办医养结合机构，为境外消费者提供多层次多元化的中医药康养服务。

牛楠长期扎根于中医药领域，并致力于中医药相关服务贸易的推广业务。在西藏林芝长大的她对天麻、灵芝等中华传统医药有着特殊情感，也一直坚信中医药大健康产业将迎来新的发展机遇。

牛楠的职业生涯中，有相当长一段时间是在广州海关检验检疫局工作。这段经历让她敏锐地观察到，中药材在国际贸易领域并不能像一般商品贸易那样简单。必须要有与中医药相关的服务贸易的支持，才能让优质中药材更好为世人接受。

国际贸易是中医药走向国际化发展路线的主要推动力。2016年，时任广东粤圣中医药投资管理有限公司董事长牛楠参与并协调举办了首届中国中医药大健康博览会暨高峰论坛，为期三天的展会，采购订单和对接交易额超过20亿人民币。

“来自‘一带一路’沿线27个国家医疗代表团来到中国广州，其中包括中东国家的皇室成员等高端采购商。他们观摩了这场中医药的盛大集会，切身感受到了中国传统医学的博大精深。但一次性交易的后续问题慢慢浮现，展会交易量是巨大的，但几乎无复购率。后续跟进问题的过程中我们发现，就是与中医药相关的服务贸易没有跟上，更没有像其他领域的贸易一样实现系统化、一体化，这就造成了持续性交易不强。”牛楠在接受采访时特别强调，推动中医药相关的服务贸易的发展，一方面政策的引导，但更要注重中医药服务贸易配套系统的建设，只有后者做到位，中华医药的国际服务贸易才能真正走实、落地。

因此，为积极稳妥有序地发展中医药服务贸易，发挥服务出口对我国中医药事业发展的拉动作用，创造良好的经济效益和社会效益，亟须加大相关系统建设。牛楠认为，在国际贸易领域，要尽快建立良好的中医药交易交付生态系统。对此可以从三方面着手：一是产品标准化，中医药国际服务贸易的产品，应该具备文化产品、服务产品、实用产品这三个业态，只有这样才能更好地推广并让更多国外消费者更容易认知；二是服务模块化，要从知识产权的保护、中医药行业从业人员服务培训体系的完善和数字化服务系统的赋能等方面模块化推广服务配套，最终使服务有利于带动贸易发展；三是场景单元化，与一般领域的贸易不同，要扩大中医药国际服务贸易的交付载体，不应该仅局限在医院和医疗行业。尤其是在后疫情时代，要培育全生命周期的前置性健康管理解决方案，这可以通过单元化的中医馆来实现。



今年以来，连云港市东海县光伏新能源企业在“碳达峰、碳中和”目标的催化下，抢抓机遇，坚持以科技创新为引擎，以高端产品为标志，不断做大、做强光伏板块，以绿色发展助力“双碳”目标早日实现。图为连云港市东海县一家光伏新能源企业开足马力生产单晶硅片。

线下蓄力 杭州跨境电商瞄准实现三年倍增

■ 本报记者 刘禹松

12月2日，阿里巴巴全球速卖通在杭州设立的商家运营服务中心正式落地。据了解，这是全球速卖通今年启动的属地扶持计划的最新举措，该计划从0-1建立商家运营服务中心，重点培育全国上百个产业带的优质跨境商家，手把手地为商家提供一站式全链路解决方案。除此之外，全球速卖通还将针对杭州的跨境电商商家开展人才培养。据计划，全球速卖通将在明年培养4.5万名跨境电商运营人才和1.5万名运营管理人员。

杭州跨境电商持续发力

近日，国务院批复同意商务部等部门组织实施《“十四五”对外贸易高质量发展规划》。该规划要求，扎实推进跨境电商综试区建设。优化跨境电商零售进口监管，引导行业规范发展。探索跨境电商交易全流程创新。支持跨境电商企业打造要素集聚、反应快速的柔性供应链。建立线上线下融合、境内境外联动的营销体系，推进跨境电商线上综合服务平台等基础设施建设。巩固壮大一批跨境电商龙头企业和优势产业园区。加强行业组织建设，深化国际合作，与其他发展中国家共同加强跨境电商能力建设。

资料显示，作为全国首个跨境电商电子商务综合试验区，杭州跨境电商综试区在2019年8月与阿里巴巴全球速卖通签订合作备忘录。此后，在全球速卖通平台上，杭州跨境电商卖家的数量至今已增长了1倍。

根据杭州跨境电商综试区发布的统计数据，目前，杭州市的跨境电商卖家数量已达到48000多家。136家跨境电商高新技术企业云集这里，

布局跨境电商的上市公司数量达到49家。

杭州跨境电商综试区相关负责人表示，今年以来，杭州市跨境电商呈现出从数字平台营销到平台与独立站营销并进、从尝试跨境电商到“腰部”大卖家崛起、从贴牌生产到自主品牌出海和从提供专业服务到发展生态体系的新趋势。今年1月至10月，杭州市实现跨境电商进出口额132.51亿美元。其中出口101.47亿美元，同比增长18.63%。

“我们积极抢抓跨境电商贸易加速向线上转移、海外电商渗透率大幅提升和新兴市场电商快速增长机遇，部署开展跨境电商产业三年倍增行动。力争到2023年，新增跨境电商出口网店，培育跨境电商品牌数、大卖家、培训人数实现翻番，全球一流的跨境电商示范中心初步形成。”上述负责人称。

该负责人介绍，为了实现上述目标，杭州跨境电商综试区按照规模和发展前景精准扶持跨境电商卖家，并提供上市辅导、高新技术认定培训、高层次人才认定及品牌赋能等一揽子政策举措，全面提升跨境电商发展实力。“深化走进跨境电商产业带等系列对接活动，为卖家成长提供供应链、人才孵化、服务资源等全方位支持，创新跨境电商便利化监管、物流和境外最后一公里服务，通过跨境电商全链条服务的升级来推动跨境电商产业倍增，推动跨境电商实力倍增、数量倍增和服务倍增。”

在今年9月举办的第130届中国进出口商品交易会首届珠江国际贸易论坛现场，杭州跨境电商综试区发

布了杭州跨境电商品牌出海“雏鹰”行动。记者获悉，杭州跨境电商综试区未来将通过开展品牌出海主体培育、运营模式创新和服务生态优化，积极营造有利市场环境和政策环境，不断完善品牌认知、建设、传播和支撑体系，以跨境电商品牌出海带动贸易转型，产业链升级和价值链重塑。

“阿里巴巴全球速卖通服务中心的开业，将加强杭州商家与平台的联动，更好推动传统外贸和制造企业数字化转型、品牌化发展和供应链协同。我们联合阿里巴巴全球速卖通启动跨境电商品牌出海‘巨鲸’计划，开展‘鲸英商家’和‘鲸锐商家’评选，共同发起‘扬帆起航’全球跨境电商创新创业大赛，走进杭州跨境电商产业带，举办丝路天使直播季培训活动，进一步帮助杭州实力商家和制造企业通过全球速卖通线上、拓市场、促增长。”上述负责人说。

电商平台首次打造地面团队

阿里巴巴全球速卖通全国渠道总经理王德民表示，杭州作为国内首批跨境电商综合试验区先试先行，以其完备的电子商务产业及信息经济在全国城市格局占得一席之地。如今，跨境电商的迅猛发展，杭州依旧勇立潮头，走在发展的前列。“后疫情时代对杭州是新的风口，跨境电商发展趋势已经从流量电商转向供给为王。平台只有从商家关注以及最需解决的问题出发，才能帮助商家进行产业升级和供应链升级。”王德民说。

记者了解到，截至目前，全球速

卖通已开通18个语种的站点，覆盖全球200多个国家和地区。此次开业的杭州商家运营服务中心是全球速卖通在浙江义乌和广东深圳设立商家运营服务中心后的全国第三家。全球速卖通希望借此深入产业带，第一时间解决商家在转型、开店以及运营中遇到的问题。而这也是全球速卖通成立11年来首次组建超过100人规模的属地渠道地面团队。

此外，属地商家运营服务中心也是今年5月全球速卖通发布“G100出海计划”后的本地化部署。该计划旨在帮助中国企业和中国品牌充分发挥供应链优势，抓住全球贸易格局变化和跨境电商发展的重大机遇，在海外市场建立品牌心智，拓展新市场新用户，让中国制造在世界市场上“从幕后走到台前”。

王德民表示：“全球疫情的背景之下，中国供应链优势进一步凸显。全球速卖通平台主力国家，如西班牙、法国、俄罗斯、巴西的订单量和用户数达到了三位数以上的增长。同时，全球速卖通也是一个根植于中国的品牌。它根植于中国的电商体系。我们所有成长来自中国商家、中国品牌的成长息息相关。”

在王德民看来，后疫情时代，每一位跨境电商从业者都面临着外界和内部巨大的挑战，但这也是中国商家将产品溢价权握在自己手中的时刻。“全球速卖通属地服务中心可以提高商家和平台之间的沟通效率。无论是前期的平台选择和语言难关，还是后期的物流和结汇，或是基础开店、爆品孵化、全店营销、品牌打造等，属地服务中心都将为不同层级的商家提供助力。”