

# 俄乌冲突加速重构技术标准国际竞争与合作

■ 朱聪 安佰生

中美科技博弈已常态化,而俄乌冲突无疑对国际科技经贸体系造成进一步冲击。标准作为科技创新核心竞争力的战略手段,其国际竞争与合作机制也面临震荡。为在俄乌冲突中赢得筹码,美西方阵营与俄罗斯围绕贸易、供应链、专利使用等问题展开激烈斗争,在此过程中形成了史无前例的对俄国际制裁联盟。这无疑将强化美西方在中美科技竞争中现有的单边主义机制,阻碍正常的国际技术标准制定工作,加速重构国际技术标准竞争与合作模式。

首先,俄乌冲突直接阻碍数字技术的国际标准研发。俄乌冲突的信息化、数字化水平史无前例。俄乌军事对抗的背后,明显可见的有北约和俄罗斯以信息网络技术为基础的科技博弈。服务于俄乌冲突中

的“信息战”,以美国为首的北约国家加紧对俄数字技术出口禁运措施,从官方层面给乌克兰提供指挥、通信等方面的支持。北约国家的科技公司如谷歌、苹果、特斯拉等也深度参与了对俄的技术支持与对俄供应链制裁。5G通讯、大数据、商业卫星、人工智能等现代通信技术服务于军事的国家安全属性超越了其合作共享的经济属性,加速了全球数字供应链和数字生态系统的分裂,导致技术标准的研发工作更加封闭,阻碍数字经济全球兼容性标准的构建。

其次,俄乌冲突冲击了以世贸规则为基础的知识产权规则体系。在俄乌冲突中,俄与制俄阵营围绕专利使用的斗争愈演愈烈。在对俄的制裁措施中,美西方把国家安全、价值武器作为贸易壁垒的做法推到了新高度。美西方的制裁联盟取消对俄最惠国待遇,排除俄罗斯于世贸体系之外,严重践踏世贸规则。俄罗斯通过拒付“不友好国家”企业专利费的做法,则直接否定了世贸组织知识产权相关规则的国民待遇。目前俄与美西方阵营的专利之争尚为临时制裁措施,若演化为长效机制,将动摇以世贸规则为支柱的知识产权国际规则体系,阻碍标准化中的知识产权合作,特别是标准必要专利的跨国使用和国际共同研发。

再次,俄乌冲突加剧了国际技术标准合作政治化,破坏国际标准“协商一致”的属性。通过对俄集体制裁,美西方将借机加大力度继续巩固价值观类似标准合作伙伴关系,削弱多边主义的标准制定平台,阻碍全球性的标准组织如国际电信联盟(ITU)、国际标准化组织(ISO)、第三代合作伙伴计划(3GPP)的正常工作机制。而美欧之间以价值观为导向的标准化组织,比如美欧“跨大西洋贸易和技术理事会”(TTC)将谋求发挥更大作用。据悉,TTC确认将在今年5月份会晤,探讨美欧在技术领域应对俄乌冲突的战略转向。欧盟或在技术标准领域进一步向美国靠拢,联合向对手国家施压。中国、伊朗、印度等拒绝制裁俄罗斯的国家在参与国际规则标准制定的活动方面可能遭受美欧联手阻挠。

国际标准具有“协商一致”的属性,因而经济利益驱动、私营机构主导是国际技术标准制定的主要模式。但是迫于地缘政治压力,不仅主权国家、私人机构也被迫“选边站队”,未来俄罗斯的公司可能被拒绝和其他实体在国际标准制定领域合作,国际标准化活动政治化倾向将日益严重。

最后,俄乌冲突强化了政府和私营部门在国际标准制定中的深度绑定。向来推崇自由市场的美欧政

府将在国际标准化活动中发挥更大作用。美欧对俄制裁措施可以与美国《创新竞争法案》中监测竞争对手在国际标准化活动中的进展、加强对国际标准制定企业的补贴等措施,以及欧盟标准化战略中强化欧盟在全球标准方面领导力的措施联动,强化国家力量在国际标准化活动中对私人企业的引导作用,甚至借此建立西方特色的标准化“举国体制”。政府和私人机构深度绑定参与国际标准竞争,或成为未来国际标准化活动的主流。

在俄乌冲突背景下,国际标准化竞争中的零和博弈愈演愈烈,更加碎片化的技术标准国际合作模式加速形成。为此,我们应加强研发力度,提高关键数字基础设施标准的质量和自主性,把安全与发展的主动权牢牢把握在自己手中;中国标准化开放应该落在实处,可通过加快落实自贸区制度创新和国际性标准组织建设等措施,持续提升对世界先进标准开发者的吸引力,建设高水平的标准体系;要善于平衡合作伙伴的利益关切,针对美、欧、日、韩和发展中国家的政府和企业的关切,精准、务实施策,应对美西方阻挠正常国际标准化活动的做法,坚定维护多边主义的国际标准化机制。(作者单位为商务部国际贸易经济合作研究院)

## 园区观察



## 北美华富山工业园：中企开拓北美市场的重要平台

■ 本报记者 王曼

3月末,位于北美华富山工业园的圣奥墨西哥工厂迎来开工仪式。圣奥墨西哥工厂项目于去年8月18日与园区签约,入驻北美华富山工业园,占地面积13万平方米。这不仅是圣奥快速发展在全球制造业布局的一个重要起点,也是园区招商的一个重大闪光点。

北美华富山工业园是中国华立集团、富通集团联合墨西哥当地名门望族SANTOS家族共同投资开发的园区。该园区位于新莱昂州首府蒙特雷市,距美国德州边境口岸拉雷多市约200公里,区位优势明显、交通便捷。园区以产城融合一体化发展思路,高标准规划配套开发“七通一平”熟地、标准厂房、仓储物流和商业、生活等设施,打造“中西英三语一站式服务平台”,助力制造业企业参与全球国际产能合作。

据了解,园区定位重点吸引汽车配件、家电、机械设备、电子电器、家具、新能源新材料等产业入园集聚。总规划近10平方公里,分批滚动开发,全部建成后,预计将吸纳100家中国及全球各地企业,累计带动投资额将达20亿美元,将为墨西哥当地创造2万个就业岗位。

北美华富山工业园自2015年10月签约启动以来,各项工作有序推进,2018年8月开始全面招商,曾经的“荒芜之地”,如今已是海信、顾家、新坐标、一汽富奥等16家知名企业的产业制造基地,带动中国对墨投资超4亿美元,带动墨西哥当地4000人就业,是中资企业开拓美洲特别是北美市场的重要平台。2018年10月,北

美华富山工业园被认定为浙江省级境外经贸合作区(加工制造型园区),同时被列入浙江省外经贸综合服务体系试点并通过考核,2021年被评选为浙江省八大境外优秀园区之一。

北美华富山工业园目前正在逐步完善能源等基础设施,为区内企业生产经营提供动力。去年8月,园区新增40MW的电力供应,这将为入园企业提供稳定、可靠、高品质的电力服务。今年3月8日,园区内压缩天然气供应站经墨西哥天然气公司GNN严格测试及检查后,开始向企业供应压缩天然气,华富山工业园正式开启了天然气时代。目前园区压缩天然气日供应能力为4.8万立方米,可将天然气输送到一期厂房的所有地块,给入园企业的能源供应提供了更多更可靠的保障。园区可在前期调研、人员出入境、公司注册、人力资源、财务、税务、生产许可、VAT认证、厂房建造等方面提供各项综合服务,帮助企业走进墨西哥。

面对突如其来的疫情,虽然墨西哥全国停工,但园区服务没有停滞,园区在防控疫情的同时,还帮助企业在疫情中实现平稳过渡。同时,园区探索了线上线下推广活动,进行线上招商。

面对新形势新常态,北美华富山工业园将苦练内功,通过不断地成长与积累,探索境外工业园在新常态下发展的独特路径,在招商、融资、服务、基础设施等多个领域下功夫,通过不断完善园区配套设施,提升服务水平,将持续为投资北美的中国企业保驾护航。

## 乌里扬诺夫斯克经济特区：中俄经贸合作共济携手应对疫情困境

■ 本报记者 张凡 实习生 马晓娟

面对全球疫情起伏反复和经济复苏乏力的双重考验,中俄经贸合作实现跨越式发展,双边贸易额再创历史新高,2021年中俄货物贸易额达1468.7亿美元,同比增长35.9%,中国连续12年稳居俄罗斯第一大贸易伙伴国地位。在这样的背景下,作为俄罗斯全境唯一的自由贸易试验区,乌里扬诺夫斯克经济特区成为中俄共建“一带一路”的重要平台。

乌里扬诺夫斯克经济特区自2017年12月起开始建设,占地面积6390公顷,总投资额7.5亿美元,近5年累计投产58个新工厂,基础设施完备,在业务评级中占据领先地位。截至2021年12月底,园区累计入驻企业123家,主要涉及贸易、批发零售、物流运输、服装、鞋帽、日用百货、汽车配件、儿童玩具等行业。目前,我国已经入驻的代表性企业有创优优品、丝绸之光、东方物流、四川医疗等。

综合来看,乌里扬诺夫斯克经济特区的优势主要来自以下三个方面:

其一,具有经济地理位置的优越性,配备了完善的物流条件。该经济特区位于伏尔加河中心区域,邻近喀山、莫斯科等中心经济地区,辐射范围覆盖航空、铁路、港口等交通枢纽,与欧洲、中东、东亚地区交流便利。便捷的物流促进商品直接从经济特区运出,创造了商品进出口的机会。

其二,经济特区的发展历史和新出政策为入驻企业提供了良好的条件。一方面,该经济特区具备与多领域国际企业的合作基础,当地大型汽车制造商的集中

度高,已经集聚了福特、大众和尼桑等著名汽车公司,集群供应链完备。另一方面,俄罗斯政府通过颁布法令,进一步为企业赴该经济特区投资、兴业创造更加良好的环境,提供更加优惠的商业条件。比如,设置自由关税区制度,实施自由免税政策;境外进口货物无需报关,运输分拨中心的进口设备和其他货物也无需缴纳关税和增值税;在商品进入自由流通领域前,对货物堆存没有时间限制,可以处理货物瑕疵品;对企业建筑用料、生产设备、交通工具等,该经济特区将为入驻企业单独设立海关工作站。

其三,经济特区的人员潜力巨大,能够为入驻企业提供高水平且价格低廉的人才。在该经济特区辐射范围内,每年有17所高等院校可提供3.9万名应届毕业生,以及33所中等职业学校可提供1.4万名应届毕业生。在薪酬方面,俄罗斯人均工资约为3600元人民币,而伏尔加联邦管区人均工资为2500元人民币,乌里扬诺夫斯克人均工资仅为2400元人民币。

目前,该经济特区遇到的困难不仅来自疫情方面,而且俄乌冲突也给企业带来不利影响,企业结汇成为一大难题,金融方面受到前所未有的挑战,这还需政府和金融机构提供更多支持,以促进海外投资恢复。在未来,该经济特区将扮演领头羊的角色,实现“一带一路”框架下的“线上+物流+线下”的境外经贸双边贸易共赢体,带动当地经济及企业共融“一带一路”新发展。



近年来,重庆市璧山区加快转变经济发展方式,不断优化产业发展结构,采取“总部基地+研究院+产业集群”和“研究院+产业园+基金”的模式,构建成果转化应用场景,积极推动科技创新与制造业实体深度融合,推进高新技术产业发展建设。目前,璧山区已形成以新能源汽车、新一代信息技术为主导,智能装备产业和大健康产业协同发展的四大产业集群,为促进当地经济高质量发展培育新动能。

新华社记者 黄伟 摄

## 投资环境

### 美国恢复石油和天然气钻探的租赁

据央视新闻客户端报道,美国政府日前宣布结束长达15个月的租赁禁令,恢复在联邦土地上进行油气钻探开采的租赁销售。同时,美国政府表示将大幅减少可供租赁的面积,并对石油和天然气开采商收取更高的特许权使用费。美国内政部表示,将提供约582平方公里的土地用于石油和天然气钻探租赁,与禁令前的审批规模相比,土地面积减少了80%。此外,开采公司还将被要求支付开采价值18.75%的特许权使用费,高于此前的12.5%。

### 国产汽车已占其国内销量的六成以上

据哈通社报道,哈萨克斯坦汽车制造业在2021年成为制造业的驱动力,其增速达到了20.4%。数据显示,在过去的2021年中,哈萨克斯坦汽车、拖车和半挂车组装生产量增长了24.3%,达到了7391亿坚戈。即便当前面临着疫情全球大流行对物流运输行业带来的困难和零部件供应方面的短缺,哈萨克斯坦汽车销售市场在去年依然完成了11.76万辆汽车的销售,增幅达25.9%。在去年销售的汽车当中,国产汽车的份额占到了62.2%。哈萨克斯坦汽车出口量也在2021年实现了1.5%的增幅,共出口汽车1.21万辆。

(本报编辑部综合整理)

# 中国市场需要被企业反复学习

■ 本报记者 刘禹松

贝恩公司在4月14日发布了题为《中国增长方程式》的研究报告。贝恩公司资深全球合伙人、本报告联合作者布鲁诺在线接受《中国贸易报》记者采访时表示,与全球其他市场相比,中国市场非常独特,这使得不少跨国品牌不得不将原有的业务模式进行大幅度的修改,以应对中国市场的需要。

布鲁诺说:“与西方国家市场相比,中国市场规模十分巨大,数字化程度也很高。作为全球重要的新兴市场之一,在过去二十几年中,中国市场迎来了爆发式的增长。这与西方国家相对平稳的市场发展过程十分不同。很多跨国企业来到中国市场以后,发现以往直接复制其他成功市场经营模式的做法在这里难以奏效。”

为此,贝恩公司于三年前首次研究并提出了4D法则。即:为中国消费者设计(Design for Chinese consumers)、中国团队自主决策(Decide in China)、以中国速度执行(Deliver at China speed)、中国业务数字化(A Digital way)。

贝恩公司认为,中国已经成为全球的创新中心,吸引了越来越多的跨国公司建立研发中心。这些研发中心主要基于中国消费者洞见开展产品创新、包装创新,以中国营销日历和大型节庆为主线的营销创新。

在中国市场上,本土公司的一

大优势就是能够免去全球或区域总部的层层审批。因此最成功的跨国公司往往建立以中国为中心的运营模式,其中包含适合本地的治理架构、授权框架、特定指标,以及通过敏捷的“微型战”试点方法,快速把握市场新动向。

与此同时,速度在中国市场的重要性毋庸置疑。中国消费者能快速采用新产品、拥抱新渠道或新平台,中国竞争对手也能同样迅速地复制明星竞品。借助中国的庞大市场和丰富平台,品牌可以快速有效地触达数百万消费者,但关键是创新速度和对新趋势的快速反应。

此外,无论以何种维度衡量,中国都是全球数字化程度最高的消费市场,成功品牌往往都是运营新兴数字化生态系统的高手。

根据贝恩公司本次发布的报告,面对中国本土新生势力品牌的激烈竞争,一些先行的消费品和零售跨国公司已经借助4D法则实现华丽转身,成为速度与规模兼备的新生势力航母,引发市场对于4D思维模式的浓厚兴趣。

在本次报告中,贝恩公司基于大量的企业实战案例,进一步分析了跨国公司借鉴本土品牌有效运用4D法则的实施细节,期待为更多跨国企业与本土企业带来战略和落地启示。

布鲁诺介绍:“在过去的11年里,我们对大量的中国本土品牌展

开深入研究。借助4D法则的路径框架,我们发现无论是中国本土品牌还是国际品牌,都已经认识到要向规模化新生势力品牌学习,尤其是聚焦本地速度的重要性。只有这样,方能做大做强。”

然而,并非所有跨国品牌都能在中国市场做出这样的改变。布鲁诺表示,一些跨国公司并未充分理解4D法则的重要性,这大大限制了他们对这一法则的应用。“对于跨国品牌而言,要在中国市场取得成功,其决心十分重要。一些跨国品牌,要么只是将其他市场的成功商品销往中国。这样的做法,难以获得中国消费者的认可,企业不能融入中国市场的主流,业务发展也会因此受到限制。即便是全球知名的奢侈品企业,如果不能基于中国市场进行定制或者调整,其业务的发展也很难获得成功。”

本报告联合作者、贝恩公司全球专家合伙人鲁秀琼则向记者表示:“对于所有企业而言,中国市场是一个持续颠覆,需要被反复学习的市场。在这个市场当中,所有的规则都在不断刷新,所有的商业模式都在持续颠覆。这对全球的很多大公司来说,需要一套全新的方法,来解决不断涌现的新问题。因此,跨国品牌除了要坚持必要的市场雄心,还要对中国本土的运营团队给予充分的信任,真正理解中国