

2022年07月11日

2022年第025期（总第123期）

—— 要闻快讯 ——

- 陕西日报：前5个月西安软件和服务外包合同额同比增长30.4%
- 中国贸易报：我国服务业发展态势向好
- 中国证券报：智能合约发力 数字人民币“定制化”支付渐行渐近
- 经济日报：纺织服装业数字化提速
- 证券日报：我国数字经济带动作用大发展后劲足
- 商务部服贸司负责人介绍2022年1-5月服务贸易发展情况
- 商务部：内地对香港已全面实现货物贸易自由化，基本实现服务贸易自由化
- 光明日报：助力文化强国建设，推进文化贸易高质量发展
- 苏州工业园区科创委：苏州：制度创新释放“一号产业”发展新动能
- 中新网：DMCC《贸易的未来2022》报告指出：多边主义、可持续贸易和服务贸易推动全球贸易进入新时代
- 中国商务新闻网：跨境电商创新模式迭出
- 中国商务新闻网：减少不确定性 推动跨境电商全流程数字化
- 中国商务新闻网：扬帆跨电蓝海 东南亚市场春风劲
- 亿邦动力：京东新百货全国首家旗舰店在成都正式开启运营
- 中国新闻网：6月末中国外汇储备规模达30713亿美元
- 国际商报：二季度外贸企业出口利润好转 稳外贸政策纾困解难效果明显，企业认可度高
- 中国贸易报：海南与RCEP成员国贸易迎来快速增长
- 参考消息网：经济增长跟踪模型显示：美国经济或已陷衰退
- 经济参考报：出口导向型经济遭遇冲击 德国三十多年首现贸易逆差
- 联合国贸发会议：一季度全球贸易额达到创纪录的7.7万亿美元

—— 报告摘编 ——

- IDC：中国制造业数字孪生-CAD市场厂商份额，2021：最好的时代
- IDC：价值凸显，快速发展：《2021年中国智能决策解决方案市场份额》研究发布
- IDC：实战利器，IDC 2021年中国网络威胁检测与响应市场份额报告发布
- 毕马威：2022年中国证券业调查报告
- 中国人民银行：北京市金融运行报告（2022）
- 商务部：2022年春季中国对外贸易形势报告

—— 要闻快讯 ——

服务外包

陕西日报：前5个月西安软件和服务外包合同额同比增长30.4%

记者近日从西安市商务局获悉：商务部服务外包及软件出口信息管理应用的数据显示，1月至5月，西安市服务外包和软件产品合同金额为135250.8万美元，同比增长30.4%；执行金额为90140.7万美元，同比增长40.2%。

从业务结构来看，1月至5月，西安市承接服务外包合同总额中离岸信息技术外包(ITO)占比为54.9%，业务流程外包(BPO)占比为19.7%，知识流程外包(KPO)占比为25.4%；执行总额中ITO占比为68.7%，BPO占比为12.6%，KPO占比为18.7%。

从国别地区情况来看，1月至5月，西安市承接服务外包合同前三大市场为中国、新加坡、美国，合同额分别为78634万美元、25890万美元和8802.4万美元；服务外包执行前三大市场为中国、新加坡、美国，执行额分别为62291.4万美元、12046.5万美元和4423.2万美元。

从企业情况来看，1月至5月，西安市承接服务外包合同额超过500万美元的企业有27家、超过1000万美元的有16家；执行额超过500万美元的企业有19家、超过1000万美元的有10家。

(来源：陕西日报 2022年07月08日)

中国贸易报：我国服务业发展态势向好

随着国内疫情形势整体平稳，各项助企纾困政策措施逐步落地，我国服务业延续恢复态势。国家统计局最新数据显示，6月份，我国非制造业商务活动指数为54.7%，比上月上升6.9个百分点，重返扩张区间，非制造业景气水平连续两个月明显回升。其中，服务业商务活动指数为54.3%，比上月上升7.2个百分

点，连续两个月明显回升。

服务业景气面扩大

企业恢复信心增强

“6月份，我国服务业企业经营状况较5月份有所改善。”国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河表示，调查的21个行业中，商务活动指数位于扩张区间的由上月6个增加至19个，服务业景气面明显扩大。其中，前期受疫情冲击严重的行业商务活动指数均有所回升，零售、铁路运输、道路运输、航空运输、邮政、货币金融服务、资本市场服务等行业商务活动指数位于55.0%以上。

相关专家表示，在物流畅通及复工复产提速带动下，我国6月生产性服务业明显改善。同时，随着市场销售有所好转，生活性服务业活跃度有所提升，批发零售等行业运营条件明显改善，餐饮服务业降幅也趋于收窄。

中国人民大学重阳金融研究院院务委员兼合作研究部主任、研究员刘英在接受《中国贸易报》记者采访时表示，我国服务业恢复良好，一方面是因为6月疫情控制相对较好，在动态清零基础上，疫情防控措施也更加精准有效，为服务业带来很好的增长空间；另一方面，中央和地方的稳经济政策相继落地生效，涉及财政、货币金融、投资、消费等多方面，尤其是6月各地通过发放消费券等举措促进居民消费加速释放，有效提振服务消费，更大力度促进服务业发展。

从市场需求和预期看，6月份，服务业新订单指数为53.7%，比上月上升10.0个百分点，服务业市场需求回暖。服务业从业人员指数为46.6%，比上月上升1.3个百分点，服务业企业用工景气水平有所提高。服务业业务活动预期指数为61.0%，比上月上升5.8个百分点，服务业企业对近期行业恢复发展信心明显增强。

加速政策落地落实

下半年有望整体快速复苏

数据显示，6月份，我国服务业投入品价格指数为53.3%，比上月上升0.8个百分点。刘英解释说，价格上升由多因素导致，一是我国输入型通货膨胀压

力较大，大宗商品价格上涨带来油价等走升，多国当前都出现不同程度的通货膨胀，美国5月和欧元区6月消费者物价指数（CPI）增速高达8.6%；二是地缘政治冲突持续，制裁与反制裁措施升级，使得能源、粮食等价格上升；三是疫情仍对全球供应链造成冲击，有效供给不足，进而影响价格走势；四是大宗商品的价格对服务业的投入品价格指数上升有一定支撑作用。

“服务业投入品价格的微幅走升实际上在一定程度上有利于经济复苏。”刘英表示，服务业更多是需求拉动型，价格小幅上升将促进供给增加，激发产品质量提升、模式创新，进而更好地满足市场需求。“但我国现在经济正快速复苏，需要严格控制价格的快速上涨，特别是一些公共品的价格，以及涉及核心CPI组成部分的商品价格，具体可通过加大对企业的补贴和税费减免力度等方式。”

对于下半年我国服务业发展形势，专家普遍表示，服务业将持续向好，有望实现整体快速复苏。

刘英表示，我国今年服务业前期低增长、后期高增长的态势是必然的。我国疫情防控形势向好，短期受到疫情抑制的经济正加快恢复，上半年被压制的需求正在加速释放，这些将有力拉动我国服务业快速增长，相关数据和指标将出现较大幅度的反弹。

为了更好促进服务业发展，刘英建议，首先，要重视服务业发展，服务业作为经济拉升的“火车头”，对经济稳健复苏非常重要。其次，要加速前期这些政策的落地和落实，尤其是打通政策落实“最后一公里”，并加强基础设施的“硬联通”和制度规范的“软联通”，减轻市场主体额外负担，改善和提升地方营商环境。再次，要加快数字化智能化改造，在这方面加大投资力度，为服务业带来更多发展机遇的同时也促进服务业发展。最后，要加大力度提升生活性服务业，特别是生产性服务业水平，为生产性服务业发展提供更多支持力度。

中国服务外包研究中心副研究员郑伟表示，针对生产性服务业企业轻资产、规模小、资金少、人力成本高等特点，各地各部门应加大调研力度，进一步细

化政策举措。此外，我国应继续推动服务业特别是数字技术、人工智能等高技术服务业与传统产业融合发展，加快服务业发展步伐。

有关人士表示，为优化服务业结构，切实提升服务业国际竞争力，我国要加大服务业市场开放力度，在开放合作中推动生产性服务业向专业化和价值链高端延伸，打造以科技研发、金融服务、信息服务、现代物流等为重点的服务集聚发展和开放合作新高地，引导生产性服务业在区域间形成合理分工协作、各具优势特色的产业集群，形成生产性服务业集聚的发展态势和发展环境。

(来源：中国贸易报 2022年07月05日)

中国证券报：智能合约发力 数字人民币“定制化”支付渐行渐近

近期，数字人民币结合智能合约的应用实践得到了广泛关注。中国证券报记者从公开数据了解到，人民银行数字货币研究所申请了8篇标题含有“智能合约”字眼的专利，大部分于2021年申请，涵盖的技术多为智能合约底层技术方案，具体包括智能合约的注册方法和执行方法。

专家表示，通过在数字人民币上加载智能合约，拓展了数字人民币支付场景的同时，能够实现支付“定制化”，为老百姓提供更加便民的支付工具。

数字人民币布局智能合约专利

记者查询发现，在数字人民币智能合约场景中，人民银行数字货币研究所布局了诸多知识产权。以公开号为CN112837155A的专利申请为例，其公开了区块链中智能合约的注册、执行方法，能够通过智能合约包括的事件触发函数对应的事件进行监控，以根据监控的结果(即与事件相关的事件信息)，执行第一智能合约，即实现了通过特定事件触发智能合约执行。解决了现在位于区块链中的智能合约一般需要外部交易才能触发执行，不能满足特定需求的问题。

在另一篇公开号为CN113850573A专利申请中，公开了智能合约的执行方法，通过响应于智能合约执行请求，调用应用层合约来执行业务逻辑处理，并构造资金层合约执行所需要的资金合约参数；根据业务逻辑和资金合约参数，通过应用层合约调用资金层合约来执行资金处理的技术方案，当需要执行智能合约

时，先调用应用层合约来执行业务逻辑处理，再通过应用层合约来调用资金层合约来执行资金处理，可以使得商业场景下的应用逻辑处理与资金处理相分离，且合约职责明确，逻辑处理简单；并且，通过智能合约之间的调用来实现将复杂合约通过组合简单的合约来实现，从而适配于更多的商业应用场景。同时，通过资金层合约来进行资金处理，可以支持不同商业应用场景的交易，扩大资金处理逻辑的覆盖范围，无论各商业应用场景的业务逻辑如何差异，均可以保持一致的资金处理逻辑。

应用场景广泛智能合约赋能定制化支付

早在2021年7月，人民银行发布的《中国数字人民币的研发进展白皮书》中便提到，“试点期间，数字人民币注重持续探索应用模式创新。利用智能合约技术，赋予数字人民币可编程特性，提升扩展能力，促进与应用场景的深度融合。”

数字人民币为何可以加载智能合约？日前，人民银行数字货币研究所创新部总经理吕远介绍，数字人民币兼具“账户、准账户和价值”的特征，可以加载智能合约，实现支付定制化，通过人民银行数字货币研究所搭建的智能合约生态服务平台，也可支持跨机构互联互通，为数字化转型和智能化治理提供更为便捷、高效的支付服务支持，为全社会提供更为开放的生态环境。

“数字人民币智能合约的潜在应用场景很广泛。”吕远举例说，在商业单用途预付卡等预付资金管理领域，通过智能合约可以有效防范资金挪用，实现透明监管；在财政补贴、科研经费等定向支付领域，通过智能合约能够限定支付用途，实现对公共资金的全链路监控，提升政府资金效用；在资金归集、智能分账等资金结算领域，通过智能合约技术能提高资金处理的准确性与自动化水平，减少差错和降低人工处理风险；在消费红包、智能缴费等营销与零售领域，通过智能合约技术降低全链路开发成本，保障用户自主权利，提升客户体验，在前期的各地试点活动中已有效果很好的实际应用。在内外贸易领域，也可以通过智能合约技术实现线下合约线上化，强化信息流通效率，逐步解决交易链互信问题，降低贸易和结算成本。

“能够加载智能合约，实现支付‘定制化’，是数字人民币区别于微信支付、支付宝的一个显著特征。”专家表示。

(来源：中国证券报 2021年07月06日)

经济日报：纺织服装业数字化提速

近日，工业和信息化部、商务部等五部门联合印发《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025年）》（以下简称《方案》），在纺织服装、家用电器、食品医药、消费电子等行业培育200家智能制造示范工厂，打造200家百亿规模知名品牌。

对此，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示，《方案》的出台为纺织行业在新时期更好践行新发展理念、融入新发展格局，实现科技、时尚、绿色高质量发展带来了新机遇。

数字化方向清晰

当前，数字经济成为主要经济形态，正以前所未有的速度、规模和范围推动着要素资源更新、基础设施重置和市场场景延展，纺织服装业也不例外。

“今年汉帛所有的工厂都用上了哈勃智慧系统。”中国服装协会副主席、汉帛国际集团总裁高敏告诉记者，通过数字化系统，汉帛实现小批量灵活生产，市场需求多了，库存压力小了，订单也来得快了。同时，工厂用工数量减少、产能增加，工人收入也有10%左右的增长。

高敏介绍说，之前汉帛有近10个品牌，在全国各地有300多个零售门店。2016年，汉帛关闭所有的零售直营门店，将精力全部投入在供应链平台的打造和构建上。导入富士康的智能制造能力、成立哈勃智慧云、构建“ZHI”时尚产业链……近几年来，借助数字化赋能，汉帛的产能每年稳步提升15%左右，能耗也得到有效控制。

汉帛的转型，在传统服装行业很有代表性。伴随数字化的澎湃浪潮，工业互联网、智能制造深度融入纺织服装业各个领域，催生协同研发设计、自动化生产、在线监测、共享制造等新业态、新模式、新场景。这些数字化、智能化、

自动化技术应用，让纺织产业与数字经济渐行渐近，加速融合。

数字化应用，为深耕定制服务的服装企业带来了更广阔的发展机遇。借助互联网技术，服装定制企业采用 O2O 模式为消费者提供服务，定制企业获得数据后通过自有或者第三方工厂进行生产，再寄送给消费者，生产周期和成本大幅压缩。天眼查数据显示，目前我国服装定制相关企业超 5000 家，其中 620 余家为 2021 年新增注册企业。

衣邦人创始人方琴表示，多年前公司就提出以数字化改造传统服装定制模式战略，凭借企业独有的“云裁剪”系统，结合大数据应用打造更柔性、更敏捷的定制供应链体系，不但极大提升定制生产效率，而且可以最大程度保障定制服装更合乎用户需求。

推动数字化转型成为打通纺织服装行业生产、分配、流通、消费各环节堵点，以及提高行业不同要素资源配置效率、实现价值转换的重要方式。在中国服装协会前副会长陈国强看来，目前我国服装行业发展存在很多痛点，如库存巨大、同质化严重、产业链中间渠道冗余、专业人才缺失等。这些问题的解决方案最终都指向一个方向，即数字化转型。

转型将分批推进

方向虽然清晰，但推进数字化转型并不容易。纺织服装业在销售环节数字化发展已相对成熟，但在生产端的数字化改造上，转型仍处于起步阶段。

“传统外贸工厂都是大订单，让工人们接受小订单非常难。”高敏提到，不仅如此，柔性制造还意味着要在传统制造基础上加入更多智能化新技术。一方面很难找到合适的软件公司来做相关技术开发，另一方面成本也高，升级时产线停工损失也大。6 年来，汉帛为了研发和推广数字化系统，累计投入了五六千万元。通过坚持改革，工人们逐渐适应，柔性制造实现了关键性突破。

汇美时尚集团副总裁曲晶透露，推进数字化是企业的自我革命，转换难度很大。汇美从自身主动带头，到供应链上的企业逐渐适应，才完成了上下游协同。产业链完成数字化转型后，效率更高了，公司决策也有了更科学的依据。

然而，尽管不少纺织服装龙头企业积极探索数字化转型，且部分企业取得

明显成果，但多数中小企业对数字化还处于观望状态。在广东东莞，众多中小纺织服装企业在生产端的数字化转型仍处于起步阶段，“不想转、不敢转、不会转”的现象仍普遍存在。

数字化设备购置成本高、资金投入回报周期长、现有工艺技术不够成熟、自身技术力量不足和建成后运维成本高是大部分中小纺织服装企业最担心的问题。为了带动行业数字化转型走深向实，中国纺织工业联合会近日印发《纺织行业数字化转型三年行动计划（2022—2024年）》，打造新型数字化产业体系，并发布了《纺织服装行业数字化转型解决方案重点推广名录》，发挥示范引领作用，推动全行业数字化转型。

孙瑞哲表示，近年来，纺织行业积极开展智能制造企业试点示范和系统解决方案优秀集成商评选工作，有效引导全行业智能制造升级实践。“十四五”期间，纺织行业将强化公共服务平台，加快成熟、适用的智能制造技术、装备及软件在全行业，特别是中小企业的推广应用，不断提升企业发展韧性与活力。

构建数字化生态

随着转型推进，数字化应用也不断拓展。从生成各种数字表单和报告的初级阶段，到将业务数据、工艺数据和设备数据等有机联合，纺织服装行业的数字化生态正在逐步搭建。

陈国强告诉记者，服装行业作为劳动密集型产业，要向数字化、生态化转型，需要借助新技术、新应用、智能设备来提升全产业链生产效能。同时，他坦言，要建立数字化生态，行业内还缺少全面发展、覆盖全国的数字化服务商。

可喜的是，数字化服务商的问题正在被业内外企业逐步破解。行业内有汉帛推出的时尚产业首个工业互联网平台哈勃智慧云，以智能制造为核心引擎，基于“全要素，全产业链，全生命周期”理念，搭建服装行业云以及智能制造云，助力服装领域中小企业转型升级。

高敏表示，哈勃智慧云可以为供应链伙伴提供标准化接入口，将平台订单自动派发给下游工厂，实现供应链与工厂的信息匹配；可以帮助传统工厂进行信息化改造，通过低成本批量可复制的智能生产方案，采集、处理、传输、分

析、反馈产能端数据，达到与行业云订单数据及供应链数据的匹配等。

专业的科技公司也开始深耕纺织服装数字化。飞榴科技联合创始人兼首席产品官刘珂介绍说，飞榴科技致力于人工智能技术在服装供应链领域的应用，为国内外数千万家服装工厂、设计师、品牌客户等提供智慧生产协同系统产品和新模式的货源采销平台及供应链服务平台。

“围绕优化供需，纺织行业已经涌现出一批优秀解决方案。”孙瑞哲表示，加快数字化转型是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择，是实现制造强国目标的必由之路，也是满足人民对美好生活向往的现实要求。纺织行业将积极推动《方案》实施，以数字化为新支点，撬动行业高质量发展，在实施“三品”战略中取得新成效。

(来源：经济日报 2022年07月11日)

证券日报：我国数字经济带动作用大发展后劲足

7月8日，中国信息通信研究院发布报告称，2021年中国数字经济规模达到45.5万亿元，同比名义增长16.2%，占GDP比重达到39.8%。数字经济在国民经济中的地位更加稳固、支撑作用更加明显。

数字经济具有高创新性、强渗透性、广覆盖性，其不仅是新的经济增长点，也是改造提升传统产业的支点，可以成为构建现代化经济体系的重要引擎。数据显示，2021年，产业数字化规模达到37.18万亿元，同比名义增长17.2%，占数字经济比重为81.7%，占GDP比重为32.5%。

数字经济的迅猛发展与国家的高度重视密不可分。“数字经济”已连续6年出现在政府工作报告中。今年的政府工作报告以独立成段的方式对“促进数字经济发展”进行了明确和细化，并首次提及“数字经济治理”。

“十四五”规划纲要也提出“打造数字经济新优势”，强调“充分发挥海量数据和丰富应用场景优势，促进数字技术与实体经济深度融合，赋能传统产业转型升级，催生新产业新业态新模式”，要求以数字化转型整体驱动生产方式、生活方式和治理方式变革。据统计，在“十四五”规划纲要全文中，“数

字”一词出现81次，“数字化”出现25次，“数据”出现60次，“信息”出现52次，“智能”出现35次。

整体来看，我国数字经济发展规模全球领先。从消费端来看，受疫情影响线下消费回落，但线上消费保持了增长势头。国家统计局数据显示，今年1月份至5月份，社会消费品零售总额171689亿元，同比下降1.5%，其中，实物商品网上零售额42718亿元，增长5.6%。就在去年，我国实物商品网上零售额首次突破10万亿元，达10.8万亿元，同比增长12.0%，占社会消费品零售总额的比重为24.5%，对社会消费品零售总额增长的贡献率为23.6%。

外贸方面，跨境电商利用互联网打破疫情带来的不便，畅通了出口渠道。

2021年，我国货物贸易进出口总值达39.1万亿元，同比增长21.4%，规模再创历史新高。其中，跨境电商平台发力，线上模式增长明显，2021年我国跨境电商进出口规模达1.98万亿元，增长15%；其中出口1.44万亿元，增长24.5%。

从投资端来看，对与数字经济相关的信息传输业的投资明显增加。国家统计局数据显示，1月份至5月份，基础设施投资同比增长6.7%，增速比1月份至4月份加快0.2个百分点，比全部投资增速高0.5个百分点。其中，信息传输业投资增长10.6%，增速比1月份至4月份加快7.5个百分点。

作为经济发展的新引擎，数字经济动力强劲，资本市场的未来之星当在其中。数字经济中蕴藏的新趋势、新风口、新赛道，值得投资者深入思考。

(来源：证券日报 2022年07月11日)



商务部服贸司负责人介绍 2022年1-5月服务贸易发展情况

今年1—5月，我国服务贸易继续保持平稳增长。服务进出口总额23653.6亿元（人民币，下同），同比增长22%；其中服务出口11517.9亿元，增长26.3%；进口12135.7亿元，增长18.2%。服务出口增幅大于进口8.1个百分点，带动服务贸易逆差下降46%至617.8亿元。5月当月，我国服务进出口总额4562.8亿

元，同比增长 22.2%。主要呈现以下特点：

一是知识密集型服务贸易稳定增长。1—5月，知识密集型服务进出口 9886.7 亿元，增长 10%。其中，知识密集型服务出口 5602.4 亿元，增长 13.6%；出口增长较快的领域是电信计算机和信息服务、其他商业服务，分别增长 18.5%、13.2%。知识密集型服务进口 4284.3 亿元，增长 5.6%；进口增长较快的领域是保险服务，增速达 74.2%。

二是旅行服务进出口有所恢复。1—5月，我国旅行服务进出口 3308.4 亿元，增长 7.7%。剔除旅行服务，1—5月我国服务进出口增长 24.7%，其中出口增长 28.1%，进口增长 20.8%；与 2019 年同期相比，服务进出口增长 49%，其中出口增长 65.2%，进口增长 32.8%。

（来源：商务部网站 2022年07月07日）

商务部：内地对香港已全面实现货物贸易自由化，基本实现服务贸易自由化

记者提问：今年是香港回归祖国 25 周年，一直以来，商务部为支持香港提升国际金融、贸易、航运中心地位做了大量工作。香港回归 25 周年之际，请问，商务部在支持香港发展方面取得了哪些成效和有哪些新举措？

束珏婷：香港回归祖国 25 年来，内地与香港经贸交流合作不断深化，水平不断提高，领域不断拓展。两地实现优势互补、共同发展，香港在融入国家发展大局中，成为国内大循环的重要参与者和联通国内国际双循环的重要促进者。

回归 25 年来，我们与香港特别行政区政府在经贸领域积极建立并完善合作机制，推动两地规则衔接、机制对接，通过签署《关于建立更紧密经贸关系的安排》及其系列协议，内地对香港已全面实现货物贸易自由化，基本实现服务贸易自由化，并在贸易投资便利化方面开展了丰富务实的合作。1997—2021 年，内地与香港贸易额由 507.7 亿美元增至 3603.3 亿美元，增长了 6.1 倍，年均增长 8.5%；截至 2021 年底，内地累计吸收香港投资超 1.4 万亿美元，占内地吸收外资总量的 57.6%，内地对香港非金融类直接投资存量超 8 千亿美元，占内地对

外非金融类直接投资的 53.2%。香港作为重要贸易和投资通道的作用进一步发挥。

与此同时，我们积极推动高质量建设粤港澳大湾区，实施商务领域支持大湾区建设的系列政策措施。大力支持香港参与共建“一带一路”，融入国家发展大局。2013年以来，香港与内地企业连续七年携手共同赴“一带一路”国家开展投资洽谈，吸引超过 1000 家当地企业参与，促成 70 多项投资合作意向。2021 年，我们支持香港成功举办“一带一路”高峰论坛，期间，商务部与香港特别行政区政府签署《关于推进境外经贸合作区高质量发展合作备忘录》，共同推动香港参与助力“一带一路”建设走深走实。

此外，我们会同有关部门不断完善对港保供机制，保证供港鲜活农产品稳定供应和质量安全，有力支持香港民生改善，维护香港社会稳定。

香港回归祖国 25 年来，“一国两制”实践取得了举世公认的成功。当前，香港已实现由乱到治的重大转折，正处在由治及兴的关键时期。我们将继续按照“一国两制”方针和基本法，全力支持香港发展经济、改善民生，全力支持香港更好融入国家发展大局。我们将积极发挥内地与香港经贸合作委员会作用，稳步推动内地、香港、澳门三地共建单一自贸区，扎实推进商务领域支持粤港澳大湾区建设，坚定支持香港打造“一带一路”功能平台，巩固提升国际金融、航运、贸易中心地位。

(来源：商务部网站 2022 年 06 月 30 日)

苏州工业园区科创委：苏州：制度创新释放“一号产业”发展新动能

日前，苏州市生物医药产业创新集群推进会在苏州自贸片区召开。会上发布了苏州自贸片区生物医药全产业链集成创新成果。

设立近三年来，苏州自贸片区始终坚持把生物医药产业作为“一号产业”，对标国际国内先进经验，聚焦区内企业发展过程中的痛点难点问题，打通“研发-生产-流通-使用-保障-安全”全链条制度性障碍，充分释放产业发展活力，助力生物医药产业综合竞争力跃居全国第一。

目前，片区围绕生物医药全产业链已开展“研易达”、“研易购”、长三角一体化特殊物品风评结果互认、沪苏临床试验协同机制等十余项制度创新举措。其中，“研易达”“知识产权证券化”“国际职业资格比照认定”三个创新举措获评国务院深化服务贸易创新发展试点“最佳实践案例”，在全国范围复制推广。片区还专门成立生物医药产业综合服务中心，实现产业监管审批业务的一站式办理。

下一步，苏州自贸片区将全力争取《中国（江苏）自由贸易试验区生物医药全产业链开放创新发展试点工作方案》落地，更大力度开展制度创新、政策先行先试，为苏州市生物医药产业创新集群建设贡献力量。

（来源：苏州工业园区科创委 2022年07月08日）

光明日报：助力文化强国建设，推进文化贸易高质量发展

党的十八大以来，以习近平同志为核心的党中央高度重视推动中华文化“走出去”。《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》提出，积极发展对外文化贸易，开拓海外文化市场，鼓励优秀传统文化产品和影视剧、游戏等数字文化产品“走出去”，加强国家文化出口基地建设。

当前，我国对外文化贸易发展情况如何？怎样推动对外文化贸易高质量发展，助力文化强国建设？本版特刊登智库报告，就这一话题加以探讨。

建设社会主义文化强国，是党和国家一项重大而紧迫的战略任务。从党的十八届三中全会提出要“紧紧围绕建设社会主义核心价值体系、社会主义文化强国深化文化体制改革”，到党的十九大报告强调“要坚持中国特色社会主义文化发展道路，激发全民族文化创新创造活力，建设社会主义文化强国”，再到党的十九届五中全会明确提出到2035年建成文化强国，“十四五”规划和2035年远景目标纲要提出，“促进满足人民文化需求和增强人民精神力量相统一，推进社会主义文化强国建设”，文化强国建设的时间表和路线图日渐清晰。

2022年北京冬奥会的成功举办，真实、立体、全面地向全世界展现了一个

更加自信、开放包容的中国，特别是冬奥会开幕式中“二十四节气倒计时”“黄河之水天上来”“冰雪五环破冰而出”等震撼场景，再次向各国人民展示了中华优秀传统文化的深厚底蕴和震撼魅力。集奥林匹克精神与中国文化元素于一身的冬奥会吉祥物“冰墩墩”，激活了中国文化产业的市場活力，助推了中国冰雪经济的快速发展。站在新的历史起点上，如何全面推动中华优秀传统文化的创造性转化和创新性发展，进一步扩大并夯实中华文化的国际影响力，实现文化贸易高质量发展，对2035年建成文化强国至关重要。

“走出去”成就：步子越迈越大、影响力不断提升

党的十八大以来，习近平总书记高度重视中华文化对外传播工作。中华文化积极“走出去”，国际话语权和影响力显著提升。站在“两个一百年”奋斗目标历史交汇关键节点上，高品质、高效率的中华文化继承发展与对外传播对于推进中华民族伟大复兴历史进程具有重要意义。

正如习近平总书记所强调的，“要更好推动中华文化走出去，以文载道、以文传声、以文化人，向世界阐释推介更多具有中国特色、体现中国精神、蕴藏中国智慧的优秀文化”。想要讲好中国特色社会主义的故事、讲好中国梦的故事、讲好中国人的故事、讲好中华优秀传统文化的故事、讲好中国和平发展的故事，就需要找到恰当有效的传播路径和传播载体，把中国主张、中国智慧、中国方案寓于其中，使人想听爱听、听有所思、听有所得。

作为链接文化传播与经济发 展的独特路径，对外文化贸易已成为我国文化对外传播的重要方式。文化贸易是指国际文化产品与服务的进出口，涉及货物贸易、服务贸易及知识产权，作为国际贸易中的重要部分极具特殊性。党的十八大以来，我国对外文化贸易发展取得了明显成效。2020年，中国文化产品和服务进出口总额达1443亿美元，文化产品出口额已持续多年位居全球前列，形成了一批具有国际影响力的文化企业、产品和品牌。其中，网络游戏等数字文化领域已具备一定的全球竞争力，中国主导制定的手机动漫标准、数字艺术显示标准等也被确立为国际标准。

在新冠肺炎疫情全球大流行背景下，我国文化产业在党中央的正确决策和

全行业的共同努力下，有效克服疫情冲击，快速找到恢复路径，提升了中华文化的国际传播力和影响力。随着互联网、大数据、云计算、人工智能等技术的加速创新，数字经济发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有，正在成为重组全球要素资源、重塑全球经济结构、改变全球竞争格局的关键力量。在数字技术加持之下，我国文化产业快速发展，数字创意产业全球价值链不断延伸，极大地推动了文化贸易的高质量发展。

当前，中国影视已经成为文化“走出去”的一支生力军。面对疫情对演出行业的冲击，中国歌剧舞剧院等引领云端演出新模式，于2021年1月推出“舞动中国·中国歌剧舞剧云端演出季”，通过海外社交平台直播经典原创民族舞剧《孔子》《李白》，以及《祝福春天》文艺演出和《春华国韵》民族音乐会。演出季活动相关视频和帖文在海外社交平台的覆盖量达到1.3亿人次，视频播放量超过2500万次。疫情虽暂时阻断了国际人员往来，但阻挡不住中外文化交流，中华文化影响力仍在不断提升。

站上新起点：全面认识我国文化贸易新特点新趋势

文化贸易存于民众经济生活之中，是实现民心相通的“金钥匙”，有利于打破文化壁垒、消除文化隔阂、增进文化交流，实现政治互信与经济合作的双赢。近年来，我国大力促进文化产品和服务贸易快速发展。2022年，北京冬奥会的成功举办进一步增强了中华文化的国际影响力，成为中国文化贸易高质量发展的新起点。当前，需全面认识新时代我国文化贸易新特点新趋势。

数字技术推动文化传播力量持续加强。近年来，随着互联网的普及和数字化深入发展，国产游戏不断占领海外市场份额，成为推动中华文化国际传播的崭新力量。据统计，2020年中国自主研发游戏的海外市场销售收入达154.5亿美元，同比增长33.25%，游戏产业作为中国文化产业出口重要支柱的地位进一步凸显。包括全球上线的《原神》等在内的国产游戏，开始以中华优秀传统文化为精神内核进行角色编排、故事创作和活动设计，获得商业成功的同时，让海外年轻群体对中华文化有了更鲜活立体的认知。

对外文化贸易在文化强国建设中的地位日益凸显。对外文化贸易可以通过

交易额、所占的国际市场份额等指标直观展现国家文化软实力。2019年，我国文化贸易保持平稳快速发展。文化产品进出口总额1114.5亿美元，同比增长8.9%；其中，出口998.9亿美元，增长7.9%，进口115.7亿美元，增长17.4%，贸易顺差883.2亿美元，规模扩大6.8%。中国对外文化服务贸易也发展迅速，在促进我国对外文化传播、增强文化竞争力、加深与世界各国文化交流等方面发挥着日益重要的作用。国家外汇管理局数据显示，文化服务进出口快速增长。2009年至2021年，我国文化服务进出口规模由177亿美元增长至1244亿美元，2021年文化服务进出口规模首次突破千亿美元。其中，出口由103亿美元增长至691亿美元，年均增长17%；进口由74亿美元增长至552亿美元，年均增长18%。

文化贸易是颇具效能的文化传播手段。通过文化贸易路径出口的文化产品和服务，大都具备市场广泛性和文化价值属性，可以极大增强进口国对中国文化的了解与认同，提升中国文化形象。例如，传统彩灯是中国非物质文化遗产项目，四川自贡以彩灯为媒介，将中华优秀传统文化带到全世界，增强了中国文化的国际影响力。自1990年首次走出国门在新加坡举办灯展以来，自贡彩灯走进了80多个国家和地区，占据92%的国际市场份额，累计观灯人数超过5亿人次。仅2022年春节期间，自贡在海外布展25场灯会，取得了良好社会效益和经济效益。

文化贸易是极具亲和力的国际交流方式。习近平总书记强调“要注重把握好基调，既开放自信也谦逊谦和，努力塑造可信、可爱、可敬的中国形象”，这要求我们在对外传播交流中，昂扬但不张扬、自信却不自满，绵绵用力、久久为功，以海外群体喜闻乐见的方式、形式和渠道，进行富有亲和力的文化传播。文化产品和服务承载着民族文化、国家精神、人民价值观念和生活方式，与一般的货物贸易相比，文化贸易更易在文化影响力等方面对消费者产生潜移默化的影响。

文化贸易与文化交流密不可分。文化贸易不仅是交换关系的确立，更是对所交易和消费的文化产品、文化服务包含及传递的文化价值观的交换与认同，

这也是文化贸易区别于一般货物贸易和服务贸易的特殊之处。文化贸易在形式上是文化产品与文化服务的跨国交易，但事实上是具有不同文化背景的交易主体对对方生产方式及生活方式交流、认可、认同并逐步接受的过程。文化贸易与文化交流是不可分割的，文化贸易的过程必然是贸易双方文化交流和沟通的过程。以“走出去”的企业为例，文化交流与文化传播并非文化企业走向海外的目的或动因，而是企业自主地选择开拓海外市场时，伴随着产品与服务交易的发生，自然产生并发挥作用的。

高质量发展：助力文化强国建设的新方向新举措

为进一步扩大中华文化的国际影响力、推动我国对外文化贸易高质量发展，助力社会主义文化强国建设，应在以下方面继续下功夫。

努力打造我国文化贸易的竞争新优势。在我国经济高质量发展背景下，要着力推动产业进出口结构优化升级，不断增强以品质占优、技术领先、知识产权制胜的文化市场竞争能力；不断优化文化资源配置，激发社会活力，通过创新创造进一步解放文化生产力，增强国家文化软实力。此外，还需汇聚和调动文化市场各方资源，为中国文化产品与服务开拓国际市场，推动更多优质的中国文化产品和服务走向世界舞台。

加快发展具有中国特色的文化产品和服务贸易。文化产业符合贸易增长方式绿色转变的内涵与要求，实施文化贸易可以促进产业升级换代，优化调整经济结构，转变外贸经济发展方式。下一步，应加快发展高质量、差异化且富含中国文化核心价值的产品和服务贸易，有效对接海外文化机构与文化产业资源，通过国际市场交易规则，平等地传播中国文化，为中国文化贸易的快速发展及我国文化软实力提升提供有效供给。

运用数字化技术全面推动文化资源的创造性转化和创新性发展。将文化资源转变为有价值、可交易的文化产品和服务，通过贸易商品和服务将中国文化形象化、具体化，可以让世界更好地了解真实立体的中国。近年来，一些国产动漫影片不断“出圈”，如广受欢迎的《大圣归来》，就是很好的例证。此类影片让中国最具代表性的文化传说以电影形式展现在世人面前，使全球观众在

文化娱乐消费中，感受到中国文化的魅力，激起海外观众对中国的好奇与兴趣，进一步提高了中国文化元素的国际影响力。

加快构建国内外文化资源有效对接和交流的新格局。在加快构建新发展格局的背景下，未来，中国应通过搭建渠道畅通、信息对称的服务平台，帮助我国传媒企业取得在海外市场中的参与权、经营权、话语权。同时，借助海外民众眼中的中国符号，主动吸引海外消费者的注意力。通过国际通行的方式，讲好中国故事，让外国人接受并亲近中国文化；以更接地气、海外受众更喜闻乐见的方法，在润物无声中传播中国文化与中国精神。

（作者：李嘉珊、刘霞，分别系北京第二外国语学院教授、中国服务贸易研究院常务副院长、首都国际服务贸易与文化贸易研究基地首席专家；北京第二外国语学院讲师、首都国际服务贸易与文化贸易研究基地研究员）。

（来源：光明日报 2022年07月07日）

中新网：DMCC《贸易的未来 2022》报告指出：多边主义、可持续贸易和服务贸易推动全球贸易进入新时代

迪拜多种商品交易中心（DMCC）日前发布了《贸易的未来 2022》报告，这份报告以“多边主义新时代下的全球贸易”为题并指出，全球贸易在 2021 年创下 28.5 万亿美元的历史新高（数据来源：联合国贸易及发展会议），随着以区域化、服务贸易、创新和可持续贸易主导的多边主义新时代的来临，预计在今后数年虽然世界经济放缓，全球贸易仍将稳步增长。

与 2021 年相比，2022 年的贸易增长将有所放缓，尽管存在诸如乌克兰战争和新冠肺炎疫情等因素的影响，但总体而言仍可保持乐观，例如因受疫情压抑的消费需求已经逐步释放并开始推动商品贸易，预计服务贸易也将回暖反弹。

DMCC 执行主席兼首席执行官艾哈迈德·本·苏莱伊姆（Ahmed Bin Sulayem）表示：“在 2021 年全球贸易刷新纪录之后，我们预计其 2022 年的增长仍维持强劲，虽然增速将略为放缓。推动增长的因素除了市场需求逐步脱离疫情的阴霾，也因为有一些支持跨境贸易今后发展的长期变化，这包括区域主义的抬头、

服务贸易的增长、创新和气候政策等。”

他指出：“推动贸易的未来发展和建设更能抵御危机的经济体系有一个相同的工作重点，就是以符合可持续发展原则的态势，为基础设施和贸易融资的软肋提供资金。我们也要缩小各国、区域之间的数字化鸿沟，从而把全球贸易的好处与所有人分享。”

多边主义新时代下的全球贸易

在今后十年，地缘政治将一如既往大幅塑造贸易活动的格局，其驱动因素包括区域主义、双边贸易和全球投资流向的新发展。基于民族主义，而非保护主义的贸易政策将继续占主导地位。此外，新多边主义将会逐渐抬头，而旧形式的多边主义将会消退，而新形式（例如区域主义的增强）将推动崭新行业的跨境贸易，其中包括数字化与可持续发展领域。

双边、区域和多方贸易协定正在增加。在阿联酋，政府的目标是与主要贸易伙伴签署 27 项双边全面经济伙伴关系协议，其中 8 项将在今年达成，以促进贸易和外国直接投资。在其它地区，中国和英国也积极申请加入《全面与进步跨太平洋伙伴关系协定》（CPTPP），为贸易和双边投资提供机会。

在新的贸易格局下，跨境投资和贸易将越来越趋向市场导向而非效率导向。贸易自由化和数字化转型之间的交叠将继续成为决定性关口，建立兼容且可连接的网络将至关重要。

包括中央银行数字货币在内的虚拟资产的发展将重塑全球金融、贸易和投资。创新技术将继续在全球范围提高生产力、推动可持续发展和增长加速。贸易和技术将在 2022 年及以后继续寻求协同效应。

DMCC 首席运营官费亚尔·艾哈迈迪 (Feryal Ahmadi) 表示：“强劲的全球贸易将通过为各国提供商品和服务，在今年及以后协助建立更为强韧、符合可持续发展原则、稳步增长的全球经济。全球价值链重组将继续成为贸易正常化、重振全球增长和跨境贸易复苏的源泉，促进经济多元化，减少各国对有限数量的进口商、出口商和行业的依赖。”

《贸易的未来 2022》报告向企业和政府提出了以下建议：

对各行各业的建议：

- 通过电信科技（包括传统和新科技）增加信息共享。这将有助于预测、缓冲和管理意外冲击（包括地缘政治紧张局势和自然灾害）。
- 促进贸易便利化流程的精简与数字化。采用更迅速、自动化程度更高的海关程序和流程，帮助抵消贸易成本的持续增长。
- 扩大和多元化跨企业信贷，这有助减轻风险。公司和金融中介机构应协调并加强公司间信用，携手降低供应链中的风险。
- 在与政府的协调下，把战略重点聚焦经济多元化，以提高经济强韧性和可持续发展举措，抵御油价冲击和生产中与气候相关的不确定性。

对政府的政策建议：

- 继续优先考虑填补贸易融资缺口，包括通过出口信贷机构、扩大营运资本方案以及支持中小企业出口商的新设施。
- 促进贸易应是关键的政策重点，应优先考虑黏性较低的双边贸易关系，因为双边贸易流量的增加往往会导致与其他国家的贸易流量下降。
- 政府担保的银行贷款应被用来购买贸易应收款项，并向供应链注入现金。此外，这些担保贷款可以被证券化，并由中央银行提供有关资金。
- 进一步改进物流的表现。通过提高海关和边境清关的效率，改善贸易与运输的基础设施质量，在政策方面对有价格竞争力的运输服务给予便利，以此降低贸易成本。

三大关键性转变：

根据这份报告所进行的研究，多边主义的新时代将由全球经济的三个关键性转变塑造。

首先，在新冠肺炎疫情冲击全球贸易期间，多个国家就已经体会到保护主义所带来的成本，随着各国对支持保护主义所带来的成本更为敏感，它们会转向消除贸易壁垒。

此外，通货膨胀将继续攀升，央行将进一步推行收紧政策以应对物价上涨。

这使全球借贷成本更高，将降低进口需求，减弱出口竞争力。

最后，全球贸易还将受到气候危机的影响，这同时会带来经济冲击和机遇。政府可能需要出手干预以控制潜在的经济损失，但发达经济体和发展中经济体对可持续性商品的需求将增长，为可持续性贸易创造新的机会。

DMCC 于 7 月 5 日在英国伦敦举行了一场《贸易的未来 2022》报告发布会，并邀请了全球贸易专家参加了小组讨论，分享了他们对报告的看法。演讲与参与讨论的嘉宾包括世界贸易组织 (WTO) 前总干事帕斯卡尔·拉米 (Pascal Lamy)，以及来自渣打银行 (Standard Chartered Bank)、奥纬咨询 (Oliver Wyman)、日立 (Hitachi) 和保乐力加 (Pernod Ricard) 的代表。

《贸易的未来》是 DMCC 两年一度、关于全球贸易变化的重要研究报告。它分析了技术、全球经济趋势和地缘政治对贸易未来的影响，重点关注贸易增长、供应链、贸易融资、基础设施和可持续发展等方面。本份报告阐释了 21 世纪 20 年代贸易发展的前景，它为涉及贸易、贸易政策、国际投资和全球价值链企业运营人士提供宝贵参考信息。

(来源：中新网 2022 年 07 月 07 日)



中国商务新闻网：跨境电商创新模式迭出

在全球电商持续高速发展的背景下，中国跨境电商品牌出海风劲帆稳，迎来了发展的黄金时代。

数据显示，2021 年，中国跨境电商规模达到 1.9 万亿元，同比增长 18.6%，占进出口总额的 4.9%，而跨境电商出口额占跨境电商进出口总额的 77.5%。出口跨境电商已成为中国“稳外贸”的支持动力。

那么，机遇当前，中国跨境电商品牌出海还需要何种助力？在近日由中国服务贸易协会主办的中国跨境电商 50 人论坛助力跨境电商品牌出海（佛山）交流对接会上，来自一达通、亚马逊全球开店、福建陆地港集团等企业代表从平台、

物流多个领域分享了各自的观点和经验。

“数字化是中国外贸高质量发展的战略机遇。中国外贸高质量发展，衡量标准是进出口收益提升，途径是产业与服务升级，载体是数字化服务平台，保障是市场与制度创新。”玉湖冷链高级顾问、一达通创始人肖锋在以“数贸集栈，品牌出海的创新模式”为主题的演讲中如是说。

在肖锋看来，在贸易数字化背景下，数贸集栈的模式将成为助力品牌出海的一大利器。所谓“数贸集栈”，即以数字化交付履约服务平台（外贸综合服务平台）为支撑，集合品牌供应（厂）商，在海外主要货物贸易目的国设立涵盖本地化营销中心、交付履约中心、增值服务中心为主要功能的数字化、共享式贸易服务货栈。

“数贸集栈是基于数字化国际贸易体系而生成的跨境贸易商业模式创新，集合了贸综服平台与海外仓特点的数字化贸易新业态。”肖锋说，其将成为推动全球供应链与价值链变革的重要途径之一，旨在让全球贸易本地化、小企业享受大服务。玉湖冷链旨在为国际-国内优质食品流通提供品质供给稳定、快捷流通的全产业链解决方案，是数贸集栈模式的典型代表。

在亚马逊全球开店华南战略拓展总监方卫看来，中国跨境电商品牌出海已经迎来黄金期，一方面，跨境电商发展带来了品牌跃升机遇。以美国市场为例，据亚马逊调研显示，疫情发生之后，57%的美国消费者有更多的线上购物行为，60%的美国消费者愿意在线上尝试新品牌。另一方面，经过开放40多年的发展，中国制造和中国品牌日益成熟。尤其是2018年以来，中国全球化品牌在发达市场品牌力不断提升。有调查显示，20%的海外年轻人（18-34岁）对中国50强品牌有认知。与此同时，越来越多的中国卖家的品牌意识正在崛起。以亚马逊平台卖家为例，93%的卖家表示非常清楚在平台上建立品牌的重要性。

据方卫介绍，为了助力中国品牌“全球出道”，2022年，亚马逊全球开店推出新的品牌主张——共创全球品牌新格局，旨在通过全球创新和本地赋能两大引擎，推动中国卖家迈向全球价值链的更高处，打造具有长期价值的“全球品牌”，共同开拓“中国品牌出海的新时代”。此外，亚马逊还发布了多项举措，

助力卖家纾困，推动产业增长，包括推动卖家高效拓展全球业务布局，帮助卖家管理跨境物流仓储成本，加速中国卖家打造全球品牌的步伐，以及提升卖家精细化运营能力，促进行业可持续发展等，最终实现助力传统OED/ODM企业转型和外贸高质量发展。

“后疫情时代，跨境电商发展将呈现三大趋势：一是新兴市场的购买力正在逐步提升；二是传统市场正在从低价、模仿策略走向性价比和自主知识产权产品的打造，市场也将进一步严打抄袭、伪劣产品等；三是中国制造和中国品牌正在加速出海，加速行业并购，买全球卖全球的时代已经到来。”在看好总体趋势的同时，福建陆地港集团总经理李子兴将自己的关注聚焦在了“数字化物流枢纽”上，他通过供需两端的变化和中国制造的竞争力，对跨境物流服务商数字化转型进行分析。他说，“传统出口跨境物流已从小包、专线慢慢增加了海外仓、快船等新兴业态，而未来更大的价值链将是在产业段，为产业集群出海提供一站式的综合物流解决方案。正是基于此，大型跨境物流企业正在逐步转化成有核心竞争力（专线、海外仓）且能提供多元化服务的综合物流服务商，以强而有力的数字化服务作为支撑，直接面向制造业、面向产业集群提供有竞争力服务的产品。”

据悉，中国跨境电商50人论坛作为整合国内跨境电商全产业链的平台，为地方政府和企业、品牌与平台之间搭建合作桥梁，打通从产品出海到品牌出海的路径，更好地服务跨境电商发展。

（来源：中国商务新闻网 2022年07月07日）

中国商务新闻网：减少不确定性 推动跨境电商全流程数字化

新冠肺炎疫情蔓延、大宗商品价格暴涨、物流成本激增等因素加快全球产业链重构，国际贸易形势日趋复杂，不确定性明显增大。各类国际展会纷纷延期或取消，外贸企业开拓国际市场的机会大幅减少。国际贸易订单正从大批量、少频次、标准化商品向小批量、多频次、个性化商品转变。

为应对以上变化，中国传统民营中小企业日益重视跨境电商等新模式，借

助跨境电商平台加快传统外贸数字化转型步伐。化解外贸渠道卡脖子风险的关键在于建立具有全球竞争力的本土跨境电商平台，使用全流程数字化产品和服务。这也是中国跨境电商平台探索出的一条引领行业的道路，符合现阶段中国外贸行业的国情，具有广阔的成长空间。

中国跨境电商迈入发展变革期

自1999年以来，中国各类跨境电商平台逐步成长壮大，成为保就业、稳外贸的重要抓手。以中国最早的跨境电商平台阿里巴巴国际站为研究对象，根据平台各个阶段为商家提供的服务，可以将中国跨境电商平台发展分为探索期、发展期和变革期三个阶段。第一阶段为探索期，主要特征是黄页展示。跨境电商平台为企业和信息撮合服务，买卖双方线上沟通、线下交易。第二阶段为发展期，主要特征是在线交易。跨境电商平台为企业搭建信用担保体系，保障企业在线跨境交易。第三阶段为变革期，主要特征是全流程数字化。目前以阿里巴巴国际站为代表的跨境电商平台，正搭建金融、支付、物流、通关、汇兑等全流程数字化服务体系，从传统线上撮合平台向一站式数字化外贸服务平台转型。2021年7月，国务院办公厅印发《关于加快发展外贸新业态新模式的意见》（国办发〔2021〕24号），提出“运用数字技术和数字工具，推动外贸全流程各环节优化提升”。

跨境电商大幅降低了传统外贸专业化门槛。民营中小企业借助跨境电商模式实现外贸数字化转型，可以缩小“数字鸿沟”，实现普惠贸易和可持续发展。然而，中国民营中小企业开展跨境电商业务也面临诸多挑战。一是跨境商机的不确定性。世界各地市场存在政策、经济、文化、法律、风俗、语言等方面的差异，满足消费需求的能力有待提升。二是物流配送的不确定性。当前高昂的海运或航空国际物流成本让很多中小企业难以承受。一些国家或地区落后的物流基础设施也严重影响跨境物流发展。物流服务的及时性和可追溯性得不到保障。三是支付结算的不确定性。跨境支付体系还不完善，支付的安全性和便捷性还有待提升。中小商家缺乏在线支付解决方案。四是金融支持的不确定性。由于跨境信用体系不健全，传统金融机构对民营中小企业从事跨境电商业务的

支持有限。五是人才保障的不确定性。既了解电商又了解外贸业务的复合型人才较少。

向全流程数字化寻找确定性

为帮扶民营中小企业应对不确定风险挑战，摆脱低水平同质化竞争，走品牌化出海道路，实现外贸高质量发展，应加快完善跨境电商服务业，为中小企业进一步发展提供信息展示、交易服务、金融支持、通关检验、物流履约、外汇兑换、出口退税等全流程跨境电商服务，构建跨境电子商务生态圈。具体来讲，减少民营中小企业面临的不确定性，可以采取以下四方面措施。

第一，探索品牌出海路径。大力发展研发、设计等附加值较高的环节，吸纳全球创新智慧，升级品牌设计理念。拓展营销渠道，借力网红直播、视频分享等社交网络传播方式，扩大品牌宣传。了解本地消费者文化差异，实现面向消费者定制化销售，让跨境电商产品充满温度，提高消费者对产品的信任。打造跨境电商品牌，建立健全跨境电商知识产权保护体系，增强我国跨境电商产品定价主动权，有效提高跨境电商产品溢价能力。

第二，完善全球物流服务体系。一方面，加快建设海外仓。推动跨境物流企业与制造业的联动发展，形成跨境物流与国内制造业协同“出海”的发展格局，最终通过强化双方在供需合作及供应链层面的深度协同，推动制造供应链和流通供应链的相互耦合。另一方面，提升物流服务创新能力。充分利用云计算、大数据、物联网、移动互联和人工智能等新兴技术与物流服务的业务流程全面深度融合，加快形成物流运输全流程的信息化、自动化和无人化，降低交易成本和信息传递成本，保证运输服务的安全性、时效性和成本性。实现跨境电商物流“一单到底”，做到全程透明可视化。

第三，完善跨境金融服务体系。一是开展跨境电商收付款业务。鼓励中国银行和第三方收款企业优化收款产品、拓展海外合作，为跨境电商与传统外贸融合提供一站式跨境支付解决方案。二是发展金融信贷业务。鼓励金融机构探索跨境电子商务与传统贸易融合发展的融资方式，扩大电子商务企业融资抵押品的范围。支持传统金融机构和互联网金融企业依据自身优势融合创新，大力

发展“第三方支付机构+区块链技术”“传统银行+电商平台”等互联网金融融资模式，建设跨境金融区块链服务平台，为国内中小外贸企业提供更系统、更稳定的信贷服务。三是创新电商保险业务。鼓励电商企业与国内银行、出口信用保险公司合作，开展跨境电子商务在线信保、在线保理等业务。依托大数据、区块链和人工智能等新一代信息技术，开发覆盖跨境电商采购全流程的跨境电子商务企业的保险产品。

第四，搭建人才培育与引进机制。一方面，构建人才联合培养体系。鼓励高等院校设立跨境电子商务专业课程，培养跨境电子商务专业人才。推动在跨境电商园区设立产学研合作基地，组织开展跨境电商经验交流，加快培养跨境电商应用型人才，鼓励跨境电商平台为高校学生提供具备真实从业环境的人才培养项目。另一方面，建立高层次人才引进机制。大力支持高层次人才和紧缺人才的国内外交流、培训资助等，实行以跨境电商人才集聚和引进为目的的国际合作，以市场化激励机制引进国际高层次人才。

（作者：洪勇 商务部研究院电子商务研究所副研究员）。

（来源：中国商务新闻网 2022年07月07日）

中国商务新闻网：扬帆跨电蓝海 东南亚市场春风劲

6月29日，连连国际宣布完成印尼支付牌照布局；6月14日，珊瑚跨境与百世国际宣布将同步上线马来西亚专线服务解决方案，为跨境电商卖家提供一站式跨境综合供应链及资金回款服务……数字服务出海忙的背后，是东南亚电商市场加速释放的活力。

当下，欧美等跨境电商成熟市场的格局趋于稳定，具有高成长性的东南亚成为不少中国跨境电商出口企业多元布局的重要目标市场。

千亿美元级的增量红利

“当前，东南亚已成为中国跨境电商第三大出口目的地。从国别市场看，越南仅次于美国和日本，居中国跨境电商出口市场第三位。”国研中心对外经济研究部副研究员陈红娜表示，东盟是中国最大的贸易伙伴，而跨境电商B2B

占中国跨境电商业务总规模的逾七成，贸易数字化转型为双边跨境电商业务的发展提供了重要支撑。

在现有规模之外，东南亚电商市场千亿美元级的增量正在打开更大的想象空间。

根据谷歌、淡马锡与贝恩于2021年发布的报告，东南亚电商市场规模将用4年时间实现倍增，由2021年的1200亿美元增长到2025年的2340亿美元。当地电商市场将引领全球增长。研究机构E-Conamy预测，2022年，将有5个东南亚国家入列全球国别电商增速排名的前十位。

可期的高于全球平均线的GDP增速和数字经济规模的大跃升为东南亚电商市场持续放量夯实了基础。人口红利则是其中的关键因素。2022年年初，新加坡、印尼、马来西亚、菲律宾、泰国和越南的人口总和约达6亿，且人口结构年轻化，由年轻消费者主导的市场增长潜力极为可观。

庞大的网购用户与较低的电商渗透率（电商交易占零售总额比例）之间的反差也蕴含着可待挖掘的市场潜力。据亿邦动力董事长郑敏介绍，2021年，东南亚新增3000万网购用户，而当地的电商渗透率仅为5%。对标中国（31%）和美国（21.3%）等成熟电商市场，东南亚的电商渗透率存在4~6倍的增量空间。

RCEP政策利好也带来了新机遇。陈红娜表示，RCEP生效时，中国出口到越南的地毯和苹果等，出口到泰国的有机化学品及制品等部分产品的关税已立即降为零，其他产品的关税也会在过渡期后逐步削减。RCEP生效实施带来的关税降低和通关效率提升等实质利好会进一步提升企业对东南亚跨境电商市场的关注度。

事实上，高歌猛进的东南亚电商市场已经让不少出海企业尝到了甜头。据亿邦智库近期对196家中国跨境电商出口企业的调研显示，2021年，八成受访企业在东南亚市场的销售额同比增长超40%；约7%受访企业的东南亚市场销售额同比实现逾100%的增长。调查中，五成企业的东南亚市场销售额已占其海外市场销售总额的1/3以上，更有15.8%的企业将东南亚视为跨境电商出口的第一大目标市场。

悦己消费为“颜值”买单

注重性价比的东南亚市场对中国产品的需求不断增加，且当地的美妆、箱包和服饰等悦己需求不断增长，是跨境电商企业可重点关注的细分类目。

根据亿邦智库的调查，2021年有八成受访企业的跨境电商出口产品在东南亚的市场占有率同比提升。在受访的企业中，美妆个护、鞋子箱包和服装配饰等产品占比超过30%，是跨境电商出口的首选类目；珠宝首饰、母婴童玩及消费电子类产品占比超过20%。

2021年，在东南亚主流电商平台Shopee（虾皮）的各站点跨境热销品类中，3C电子、家居生活、时尚配饰、美妆保健、女装及箱包等跨境品类最受东南亚消费者追捧。可见，当地消费者更愿意为“颜值”买单。

从出海企业的实践看，华人众多、市场更成熟且消费能力较强的新加坡和马来西亚市场最受青睐。在亿邦智库的调研中，分别有52.43%及48.11%的受访企业已进入这两个市场。此外，电商市场高速增长的菲律宾和印尼也是中国企业发力的潜力市场。

在渠道选择上，郑敏提醒，东南亚跨境电商市场正处于流量红利期，当地在社交媒体购物的受欢迎程度已接近电商平台。正如印度创投媒体The Ken的预测，未来5年，社交电商的市场份额将占到东南亚电商市场总额的60%~80%。

（来源：中国商务新闻网 2022年07月11日）

亿邦动力：京东新百货全国首家旗舰店在成都正式开启运营

京东新百货全国首家旗舰店在成都正式开启运营

京东新百货全国首家旗舰店在四川省成都市正式开启运营，将为当地消费者动态提供超过2000款品质好物和超过10个沉浸式体验主题专区。据悉，该京东新百货旗舰店位于成都春熙路步行街北段20号，消费及体验区域分布在5个楼层，占地面积近1000平米。店内汇集了包括国际大牌和新锐国货美妆、实用主义服饰穿搭、居家品质生活、户外运动爆品以及国内外奢品钟表大牌等新时尚生活全品类商品。

社交电商管理 SaaS 平台“SleekFlow”获 800 万美金 A 轮融资

日前，社交电商管理 SaaS 平台“SleekFlow”获得 800 万美金 A 轮融资，本轮融资由老虎环球基金领投，AEF Greater Bay Area Fund（由 Gobi Partners GBA 管理的基金）、Transcend Capital 跟投。据悉，本轮融资将主要用于产品研发、市场扩张等。去年 5 月，SleekFlow 也曾获得阿里巴巴香港创业者基金（AEF）的 pre-A 轮投资

抖音电商公布全域经营能力认证“FACTOR 企业认证体系”

日前，抖音电商表示，为帮助更多合作伙伴高效运用全域经营方法论，抖音电商推出全域经营能力认证项目“FACTOR 企业认证体系”，通过开放 FACT 认证课题，面向服务商招募或共建全域经营优秀实践案例和方法论，并以一系列课程学习和评审流程，培养遴选能够成熟使用全域经营方法论的生态合作伙伴。

据悉，全域经营覆盖内容、营销、商品、服务等各个方面。目前，抖音电商已开启首批 FACTOR 企业认证招募，上线了“短视频”、“新品孵化”两个课题共建活动，为服务商提供内容力和商品力的能力认证。

文章链接：https://www.ebrun.com/20220710/491637.shtml?eb=search_chan_pcol_content

（来源：亿邦动力 2022 年 07 月 10 日）

综合资讯

中国新闻网：6 月末中国外汇储备规模达 30713 亿美元

中国国家外汇管理局 7 日公布数据显示，截至 2022 年 6 月末，中国外汇储备规模为 30713 亿美元，较 5 月末下降 565 亿美元，降幅为 1.81%。此外，中国黄金储备为 6264 万盎司；按 SDR（特别提款权）计，中国外汇储备为 23130.86 亿 SDR。

国家外汇管理局副局长、新闻发言人王春英表示，2022 年 6 月，中国外汇市场运行平稳，境内外汇供求延续基本平衡。国际金融市场上，受主要国家货币政策、通胀预期、全球经济增长前景等因素影响，美元指数显著上涨，主要

国家金融资产价格大幅下跌。外汇储备以美元为计价货币，非美元货币折算成美元后金额减少，与资产价格变化等因素共同作用，当月外汇储备规模下降。

中国民生银行首席经济学家温彬指出，剔除汇率和资产价格因素，6月中国国际收支口径的外汇储备并未出现大的波动，这表明中国外汇市场运行总体平稳，境内外汇供求保持基本平衡，国际收支经常项与金融项大概率依旧是“一顺一逆”状态。

他进一步称，从6月的人民币汇率走势看，不论是实际波动率，还是期权隐含波动率均在下降，也反映出外汇市场的预期更加平稳。随着疫情防控形势好转和复工复产的推进，中国经济基本面保持良好，有利于国际收支保持平衡和外汇储备保持稳定。

王春英也强调，当前全球经济增长放缓，通胀居高不下，国际金融市场波动性增大，外部环境更趋复杂严峻。但中国坚持高效统筹疫情防控和经济社会发展，经济韧性强、潜力足、长期向好的基本面没有改变，有利于外汇储备规模保持总体稳定。

(来源：中国新闻网 2022年07月08日)

国际商报：二季度外贸企业出口利润好转 稳外贸政策纾困解难效果明显，企业认可度高

今年第二季度，随着国内疫情防控形势总体向好，稳增长的政策措施效果逐步显现，外贸运行出现积极变化，外贸企业对全年增长预期有所上升。

“外贸企业对外贸易额呈现恢复性增长势头，大部分行业出口利润情况比一季度好转。”中国贸促会新闻发言人冯耀祥在中国贸促会日前召开的例行新闻发布会上说，综合分析国内国际生产先导指数、大中型外贸企业预期等因素，外贸企业对全年贸易额增长的信心有所恢复。

6月29日，中国贸促会发布的《2022年第二季度中国外贸形势调研报告》显示，今年第二季度外贸运行出现了四方面积极变化：一是外贸企业经营情况有所好转，二是外贸企业面临的主要问题有所改善，三是外贸基本面向好趋势

明显，四是外贸企业对全年增长预期有所上升。

针对二季度的经营情况，调查结果显示，有 25.43% 的企业贸易额环比增长，19.98% 的企业利润环比增加，高附加值产业出口利润增长成为新亮点。同时，22.65% 的企业新增订单比一季度增长，30.43% 的企业订单增长情况与一季度持平，新增订单市场来源更为多元化。而对于今年外贸增长的预期，26.22% 的企业预计全年贸易额将实现增长，28.17% 的企业认为至少与去年持平，其中大型企业预期较为平稳，中型企业对全年外贸形势较为乐观，小微企业信心逐步增强。

在外贸形势好转的诸多原因中，外贸纾困政策发挥了重要作用。自去年底以来，中国出台了一系列政策文件稳外贸促发展，如国务院办公厅印发的《关于做好跨周期调节进一步稳外贸的意见》《关于促进内外贸一体化发展的意见》等。

“稳外贸政策纾困解难效果明显，企业认可度高。”冯耀祥表示，从问卷调查来看，有 55.97% 的企业认为加快出口退税对企业缓解现金流压力帮助最大，54.8% 的企业和 48.21% 的企业分别认为加快减税降费、缓解物流压力对解决外贸企业实际运营困难较为有效。

此外，困扰外贸企业的物流成本高企、融资难融资贵、汇率波动大等问题目前也在逐步得到缓解，用工难问题总体可控。调查结果显示，22.13% 的企业表示物流成本比一季度下降；15.05% 的企业认为资金成本比去年同期下降，比一季度增加 3.38 个百分点；只有 15.63% 的企业表示用工难问题突出，比一季度下降 3.87 个百分点。

区域全面经济伙伴关系协定（RCEP）也对外贸企业发挥了重要作用。冯耀祥表示，RCEP 从今年 1 月 1 日起正式生效实施，正被越来越多的企业掌握和使用。中国贸促会发布的数据显示，今年前 5 个月，全国贸促系统签发的 RCEP 原产地证书 43600 份，办证企业累计超过 1 万家，签证金额累计达到 20.82 亿美元，预计为中国产品在 RCEP 成员国减免关税 3100 万美元。从出口商品分类看，主要是服装及衣着附件、有机化学品、塑料及其制品等。

对于下一阶段发展，冯耀祥表示，外贸企业提出了四方面的政策建议：一是继续加大减税降费落实力度，降低外贸企业成本；二是加大线上办展和境外参展的力度，拓宽企业抢订单保订单的渠道；三是创新服务模式，维护企业海外利益；四是组织东中西部加工贸易企业对接会，促进劳动密集型外贸产业在国内梯度转移。

(来源：国际商报 2022年07月06日)

中国贸易报：海南与 RCEP 成员国贸易迎来快速增长

记者从7月5日海南省新闻办公室举行的海南省高质量实施《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)新闻吹风会上了解到，RCEP生效实施以来，海南与RCEP成员国贸易迎来快速增长。货物贸易方面，今年1月至5月，海南与RCEP成员国货物进出口额为257.9亿元，同比增长44.1%。增速较快的产品包括金属矿及矿砂、成品油、美容化妆及洗护用品、有机化学品等。服务贸易方面，今年1月至5月，海南与RCEP成员国服务进出口额为27.01亿元，占海南省同期服务进出口总额的21.64%，服务进出口实现RCEP成员国全覆盖，主要集中在旅行、运输、商业、计算机、加工制造及知识产权服务等方面。

中国南海研究院海南自贸港研究中心副主任蔡振伟表示，RCEP与海南自贸港政策制度设计高度契合。随着自贸港贸易、投资、运输等领域一系列自由便利政策的落地实施，自贸港的开放红利与RCEP协定结合度更加紧密，有力推动了海南与RCEP成员国货物贸易和服务贸易的快速增长。特别是在自贸港封关之前，RCEP协定的零关税目录极大丰富了海南自贸港的零关税清单内容。

海口海关关税处处长林勇表示，RCEP以推动贸易自由化、便利化为首要任务，涉及海关程序和贸易便利化、原产地规则、动植物检疫和食品安全、技术性贸易壁垒等大量工作，通过关税及非关税措施，降低贸易壁垒，实现优惠市场准入。RCEP的生效实施，将有利于促进区域经济增长，提升区域营商环境，稳固区域产业链供应链，也有利于海南稳外贸稳外资，为构建新发展格局提供助力。

为促进货物贸易发展，海关切实确保优惠原产地规则发挥实效。记者了解到，截至2022年6月30日，海口海关共签发RCEP原产地证书93份，签证金额762万美元。

林勇介绍，海关在进出口两端同时释放政策红利，精准施策，为企业提供进口享惠和出口原产地签证服务，主要从以下三方面来推动RCEP降税落到实处：

一是建立健全原产地管理制度体系。海关总署出台《RCEP原产地管理办法》《经核准出口商管理办法》，对RCEP项下享惠货物的原产资格、运输规则、进口申请享惠程序、出口原产地证明出具及核查等作出明确规定。《RCEP原产地管理办法》的出台标志着RCEP原产地规则实现了国内立法转换。海口海关加大执行力度，确保政策执行到位，助力辖区企业及时享惠。二是搭建适合RCEP原产地管理需求的信息化系统，进一步强化科技支撑，提升原产地签证智能化水平。原产地证书自动审签系统实现了365天、每天24小时“即报、即审、即领”，审核效率提升至“秒级”，极大地节约了企业进出口时间成本。三是不断扩大自助打印证书范围，目前RCEP项下输新加坡、泰国、日本、新西兰、澳大利亚、韩国和马来西亚的原产地证书支持自助打印，企业足不出户即可申领。

今年3月25日，海南金海浆纸业有限公司成为海南首家RCEP项下经核准出口商。此后，该企业无需再通过海关申领原产地证书，只需自行开具原产地声明，就可享受进口国家RCEP协定项下进口货物的关税优惠，贸易安排更为便捷。金海浆公司相关负责人说：“我们东盟原产地证签证量较大，成为RCEP项下经核准出口商后，节省了原产地证书申领环节的时间，公司外贸通关效率将大幅提升，经营成本也有所降低。”

此外，海南以RCEP鼓励性义务作为进一步营造良好营商环境的抓手，持续巩固压缩整体通关成效。据悉，2021年海口海关开展压缩整体通关时间专项行动，推动海南口岸压缩整体通关时间有明显提升，海南口岸2021年进、出口整体通关时间分别为44.52小时、1.47小时，与2017年相比分别压缩64.93%、98.64%；与2020年相比，分别压缩19.26%、18.78%，顺利完成国务院确定的“到2021年底，整体通关时间比2017年压缩一半”任务。2022年1至5月，

海南口岸进、出口整体通关时间分别为 37.71 小时、0.96 小时，优于全国平均水平，显著降低了辖区企业通关成本，提升了海南自贸港营商环境。

(来源：中国贸易报 2022 年 07 月 07 日)

参考消息网：经济增长跟踪模型显示：美国经济或已陷衰退

据美国消费者新闻与商业频道网站 7 月 1 日报道，亚特兰大联邦储备银行的国内生产总值跟踪模型显示，美国经济很可能已陷入衰退。

报道称，大多数华尔街经济学家一直指出，未来经济出现负增长的可能性上升了，但他们认为，这种情况至少要到 2023 年才会发生。

然而，根据亚特兰大联邦储备银行实时跟踪经济数据并持续作出调整的 GDPNow 模型，今年二季度经济产出萎缩了 2.1%。再加上一季度经济萎缩了 1.6%，这符合技术性衰退的定义。

美国“数据跋涉”研究公司的联合创始人尼古拉斯·科拉斯发文称：“GDPNow 模型以往的表现很好，距离 7 月 28 日发布（二季度国内生产总值初步估算数字）越近，它就会越准确。”

该跟踪模型这次给出的估算值较上次的估算值出现断崖式下降，其 6 月 27 日还预测美国经济二季度增长了 0.3%。本周公布的数据显示，消费开支和经通胀调整后的国内投资越发疲软，这些因素促使该模型下调估算值，将 4 至 6 月的经济置于负增长区间。

报道称，二季度的一个重大变化是利率上升。为遏制飙升的通胀，美联储自 3 月以来总计将基准利率上调了 1.5 个百分点，今年剩余时间和 2023 年可能还会进一步上调利率。

美联储官员对他们能够在不让经济陷入衰退的情况下抑制通胀表示乐观。然而，美联储主席杰罗姆·鲍威尔本周早些时候说，抑制通胀是当前最重要的工作。

在本周早些时候由欧盟组织的一次小组讨论中，有人问鲍威尔，围绕货币政策需要多长时间才能解决生活成本飙升问题，他对美国人民有何话说。

鲍威尔说，他会告诉公众：“我们完全理解并意识到人们当前在应对高通胀时经历痛苦，我们有解决这个问题的工具和使用这些工具的决心，我们致力于把通胀率降到2%，并将取得成功。这一过程很可能会带来一些痛苦，但最痛苦的事将是未能解决高通胀问题并任由它持续下去。”

这种情况是否会演变为衰退不得而知。作为经济衰退和扩张的官方认定机构，美国全国经济研究所指出，经济连续两个季度出现负增长并不是宣布经济陷入衰退的必要条件。然而，自二战以来，美国从未出现过经济连续几个季度萎缩却没有陷入衰退的情况。

当然，这个跟踪模型会随着每次数据发布波动和摇摆。然而，科拉斯指出，随着一个又一个季度过去，GDPNow模型会变得更加精确。

他说：“该模型的长期表现非常优秀。自亚特兰大联邦储备银行2011年开始使用这个模型以来，它的平均误差只有-0.3个百分点。从2011到2019年（将疫情引发的经济动荡排除在外），它的跟踪误差平均为零。”

科拉斯进一步指出，受经济增长前景放缓影响，美国国债收益率在过去两周大幅下降。

科拉斯还说：“股市并没有因最近收益率下降而‘得到安慰’，因为它看到了GDPNow数据反映出的问题：美国经济正在迅速降温。”

（来源：参考消息网 2022年07月04日）

经济参考报：出口导向型经济遭遇冲击 德国三十多年首现贸易逆差

由于进口增幅远超预期，5月份，德国出现了三十多年来的首次贸易逆差。分析指出，在经济前景趋于黯淡之际，企业面临着进口成本飙升、产品需求疲弱的局面。与此同时，德国目前居于高位的通货膨胀也急需采取措施予以应对。

三十多年来首现贸易逆差

当地时间7月4日，德国联邦统计局发布数据显示，德国5月份的出口额环比萎缩了0.5%，达到1258亿欧元，进口额环比上涨2.7%至1267亿欧元。经工作日和季节调整后，德国5月的外贸逆差为10亿欧元。今年4月德国仍有31

亿欧元贸易顺差，而去年5月时顺差更达134亿欧元。

彭博社称，根据联邦统计局的数据，这是德国自1991年以来首次出现贸易逆差。不过，联邦统计局同时表示，由于统计数据的变化，2008年以前的数据没有可比性。分析师对财经网站DailyFX表示，他们本来预测的是顺差27亿欧元。

根据联邦统计局数据，与去年同期相比，今年5月德国出口增加了11.7%，进口增加了27.8%。数据显示，经工作日和季节调整后，5月德国对欧盟成员国出口额环比下降2.8%达675亿欧元，进口额环比增长2.5%至618亿欧元。此外，5月德国对非欧盟国家的出口额环比增长2.3%至583亿欧元，进口额环比增长2.9%达到650亿欧元。

数据显示，德国对俄罗斯出口开始恢复，5月份环比增长29.4%，达到10亿欧元，而3月份和4月份均下降，3月份德国对俄出口环比下降近60%，4月份环比下降9.9%。今年1至5月份，德国对俄出口同比下降29.8%，为76亿欧元；自俄进口同比增长54.5%，达到192亿欧元。

德国工商总会外贸主管沃尔克·特莱尔说：“德国的出口低迷已经开始。出口商越来越没有能力将供应链造成的成本增加转嫁给国际客户”。此外，重要的进口货物往往不能到达目的地以实施必要的进一步加工，主要原因在于无法预测全球新冠肺炎疫情、能源价格上涨和供应链瓶颈何时结束。

德国联邦外贸和批发商协会（BGA）主席德克·扬杜拉表示，乌克兰危机的后果和国际供应链的中断也将对德国外贸产生更大的影响。如果俄罗斯的天然气供应被切断，情况可能会变得更加糟糕。因此，德国外贸的前景较为黯淡。根据德国政府的统计，在乌克兰危机发生之前，俄罗斯占德国天然气进口总量的55%，德国制造业要消耗总量的三分之一以上。

出口导向型经济遭遇冲击

《华尔街日报》报道称，乌克兰危机导致德国能源进口成本大增，加上对俄制裁严重破坏了国际供应链，德国5月出现贸易逆差也不足为奇。乌克兰危机也凸显出欧洲最大经济体德国过于依赖本国的出口与制造业发展。

数据显示，5月份，包括食品、能源和德国制造商使用的零配件等，价格比一年前激增了30%以上，而德国出口商的产品价格只增长了大约15%。这充分说明出口导向型经济的进口成本飙升使得企业利润下降，而其对外销售额则下降得更厉害。

德国工会联合会主席雅斯门·法希米7月3日表示：“由于天然气供应瓶颈，许多行业都处在面临永久性崩溃的危险之中，包括铝、玻璃、化学工业。这将对德国的整个经济和就业带来巨大影响。”

据法新社报道，德国贸易由顺差转为逆差，部分是由于乌克兰危机带来能源价格飙涨所致，从俄罗斯和其他能源供应商的进口成本飙升。与此同时，由于西方对俄罗斯制裁，德国对俄出口也急剧下降。此外，随全球经济增长放缓、美国和欧洲经济衰退的隐忧加剧，德国出口前景也正在减弱。7月1日一项对德国制造商的调查显示，今年6月份出口订单已经连续第4个月下滑。

牛津经济研究院经济学家奥利弗·拉考表示，最新的宏观数据显示，德国对外国市场需求及来自国外原物料供给的结构性依赖非常深，目前的状况在各方面都受到挑战。

从7月11日开始，俄罗斯向德国输送天然气的“北溪-1”天然气管道的两条支线将进行常规维护，而德国方面一直担心俄罗斯将就此对德国实行天然气断供。

为应对天然气供应的严峻形势，当地时间7月3日，德国联邦副总理兼经济与气候保护部部长哈贝克透露，德国政府正在修改《能源安全法》。他表示，德国希望在为天然气断供做好准备的同时，争取将天然气进口商的额外成本平均分配给所有消费者，以免给社会带来过于强烈的冲击。

德国能源巨头尤尼珀公司4日宣布，德国联邦政府批准建设的德国首座液化天然气接收站项目，已于4日在德国北海海滨城市威廉港开工。德国有关建设液化天然气接收站的讨论已拖延几十年，直至今年2月，乌克兰危机的发生推动德国政府下决心“摆脱对俄罗斯能源依赖”，放慢淘汰化石燃料的脚步，以确保本国能源供应稳定。但是，环保团体一直对液化天然气接收站建设项目表

达强烈质疑。

需采取行动应对通胀飙升

目前，欧元区6月通胀率继续以超预期的幅度刷新历史新高。分析指出，德国实施的价格救济措施没能为通胀上行赢得喘息时机，物价拐点仍难以预测。

当地时间7月4日，德国总理朔尔茨召集了来自雇主、工会和德国央行的代表以拟定减轻通胀影响的措施。朔尔茨表示，德国需迅速采取行动，应对生活成本的“历史性”飙升，“当前的危机不会在未来几周内结束，我们必须为这种情况在可预见的未来不会改变而做好准备。”

德国政府在应对价格飙升方面越发紧迫，随着俄罗斯削减供应后天然气成本飙升，价格飙升风险在加剧。朔尔茨在接受采访时表示，生活成本上升可能会加剧贫富差距，从而对德国社会产生“爆炸性”影响。

德国央行行长约阿希姆·内格尔4日在法兰克福欧洲金融峰会上致辞时表示，呼吁欧洲央行采取更严厉的措施，在通货膨胀变得根深蒂固之前将其降下来。内格尔说，需求飙升和供应受限是目前价格上涨的两个主要因素。为了使中期物价前景与2%的目标一致，内格尔明确呼吁放弃宽松的货币政策立场，加快加息步伐。

(来源：经济参考报 2022年07月06日)

联合国贸发会议：一季度全球贸易额达到创纪录的 7.7 万亿美元

当地时间7日，联合国贸发会议发布《全球贸易更新》报告。报告显示，今年一季度全球贸易额达到创纪录的7.7万亿美元，比2021年第一季度增加了约1万亿美元，各地区贸易增长率都保持强劲。

报告显示，2022年第一季度的贸易增长率在所有地理区域都保持强劲，尽管东亚和太平洋区域有所下降。随着商品价格的上涨，商品出口地区的出口增长普遍较强。

报告指出，2022年第一季度商品贸易达到约6.1万亿美元，与2021年第一季度相比，增长约25%，与2021年第四季度相比增长约3.6%。

报告显示，2022年第一季度发展中国家的商品出口额比去年同期高出约25%，而发达国家的这一数字约为14%。

报告强调，在2022年第一季度，发展中国家之间的商品贸易也出现强劲增长。服务贸易增长至约1.6万亿美元，与2021年第一季度相比增长约22%，与2021年第四季度相比增长约1.7%。

各部门大幅增长

报告显示，在2022年第一季度，大多数经济部门的贸易额同比大幅增长。

报告指出，燃料价格高企是能源部门贸易额强劲增长的原因。金属和化学品的贸易增长也高于平均水平。相比之下，运输部门和通信设备的贸易仍低于2021年和2019年的水平

联合国贸发会议预计，尽管全球贸易仍将维持增长趋势，但二季度贸易增速会继续放缓。俄乌冲突导致的物价上涨开始影响国际贸易，利率上升和经济刺激计划的逐步结束也可能会对全球贸易产生负面影响。

(来源：央视新闻 2022年07月08日)

—— 报告摘编 ——

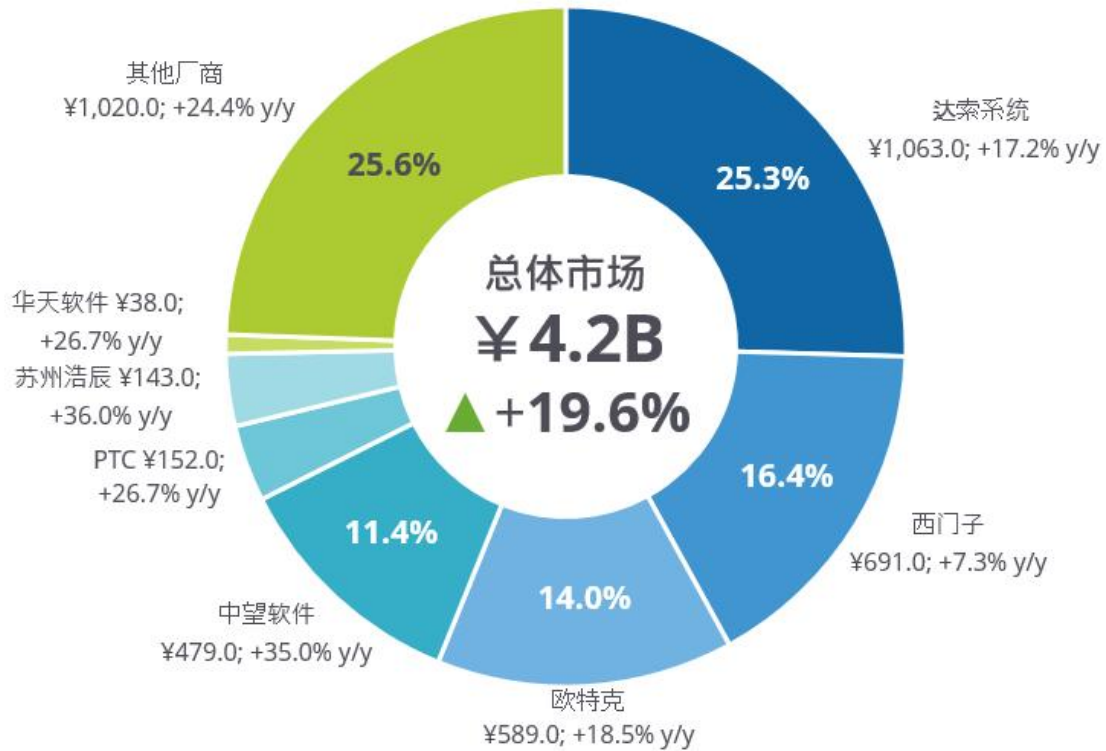


IDC：中国制造业数字孪生-CAD 市场厂商份额，2021：最好的时代

在政策和资本的双向驱动下，中国工业软件迎来最好的时代。继工业软件成为新“五基”（即关键基础材料、基础零部件、先进基础工艺、产业技术基础以及工业基础软件）后，《“十四五”软件和信息技术服务业发展规划》明确指出：“设计仿真系统软件：突破三维几何建模引擎、约束求解引擎等关键技术，探索开放式工业软件架构、系统级设计与仿真等技术路径。重点支持三维计算机辅助设计、结构/流体等多物理场计算机辅助计算、基于模型的系统工程等产品研

发。”此外，2021年末多部委密集发布的一系列相关政策文件中，多次提到重点突破计算机辅助设计、仿真、计算等工业软件和推广云化设计软件。

中国制造业数字孪生-CAD 市场厂商份额，2021



IDC 分析表明，2021 年中国计算机辅助设计（CAD）软件市场总规模达到 42.1 亿元人民币，年复合增长率为 19.6%，保持较快的增长速度。从竞争格局来看，达索系统、西门子和欧特克在 2021 年中国 CAD 软件市场排名前三。其中，达索系统基于其面对高端市场的 CATIA 和市场主流接受度最高的 SolidWorks 两款明星产品，以 25.25% 的市场份额排名第一；西门子依靠其长久以来在中国工业领域形成的整体影响力和综合实力，凭借 NX 和 Solid Edge 两款 CAD 产品，以 16.41% 的市场份额排名第二；欧特克则借助其在电子制图领域广泛的影响力和良好的用户基础，尤其是在 2D CAD 市场中的统治力，以 13.99% 的市场份额排名第三；中望软件、PTC、苏州浩辰、华天软件等厂商分列第四到第七。详情如图 1 所示。在 CAD 市场相对稳定的格局之下，云化工业软件是未来市场变化的重要变量。传统 CAD 软件厂商积极拥抱云化，近几年也涌现出华天软件的 CrownCAD、设序科技的闪设、浙江凌迪的 Style 3D、卡伦特 CAD、工之易的 EverCraft 和云图

三维 CAD 等优秀产品，虽然产品还在持续迭代升级，且大多仍未完全商业化，但快速增长的用户数已经初步体现出云化 CAD 的优势和未来的潜力。

工业软件包括研发设计类、运营管理类和制造执行类三大类，工业软件门类中，研发设计类工业软件涉及数学物理、工程应用和计算机知识的深度融合，产品研发难度高，产品迭代成长周期长，需要长期的研发投入和行业用户深度应用，且这两者缺一不可。

“工业软件是制造业的基石，支撑工业制造体系的方方面面，同时工业软件的成长也高度依赖于工业制造体系。工业软件是用出来的，中国拥有最好的工业土壤，丰富的应用场景不断反哺工业软件成长。目前国家政策和资本市场对工业软件都足够重视，工业软件尤其是研发周期较长的设计研发类工业软件迎来了最好的时代，但最终能否得到行业用户的广泛认可，并能从中持续得到行业应用知识和资金的双重反哺，才是技术提供商生存发展的生命线。”——IDC 中国制造业研究经理杜雁泽表示。

全文链接：

<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=CHC48628622&pageType=PRINTFRIENDLY>

IDC：价值凸显，快速发展：《2021 年中国智能决策解决方案市场份额》研究发布

由 AI 驱动的智能决策将事后分析转变为事前的预判和主动的执行，能够大大提高企业的生产力和运营效率。IDC 预计，到 2025 年，超过 60% 的中国企业将把人类专业知识与人工智能、机器学习、NLP 和模式识别相结合，做智能预测与决策，以增强整个企业的远见卓识，并使员工的工作效率和生产力提高 25%。

智能决策价值凸显带动了市场的快速发展。近日，IDC 发布《2021 年中国智能决策解决方案市场份额》研究，报告主要论述了中国智能决策解决方案的市场概况及主要厂商的市场份额。数据显示，2021 年中国智能决策解决方案的市场规模为 8.9 亿美元，比上一年增长 66.4%。预计未来 5 年，中国智能决策解决方案市场的复合增长率将达到 54%。

2021年智能决策解决方案市场份额主要集中在第四范式、SAS、同盾科技、邦盛科技、杉数科技、FICO等几家厂商。智能决策是一个正在兴起的市场，将为技术提供商提供了巨大的发展空间。

本研究中 IDC 所定义的 AI 驱动的智能决策，是指利用机器学习、深度学习、联邦学习、运筹学等技术，实现诸如精准营销、销量预测、供应链管理、风险控制等业务环节的智能决策，在金融、零售、制造、能源等行业都得到了探索与应用。

IDC 中国人工智能团队表示：“面对不断加剧的竞争，提供智能决策解决方案的厂商需要将数据平台融合到智能决策产品线中，帮助行业用户梳理、获得能够支撑最终决策的数据（需包括多来源的结构化数据和非结构化数据），以一种开放的心态和外部合作伙伴共同探索一些场景化的应用。同时，智能决策作为一项涉及到企业核心战略的举措，应该从整个企业的最高层级，开始探讨并实施智能决策。

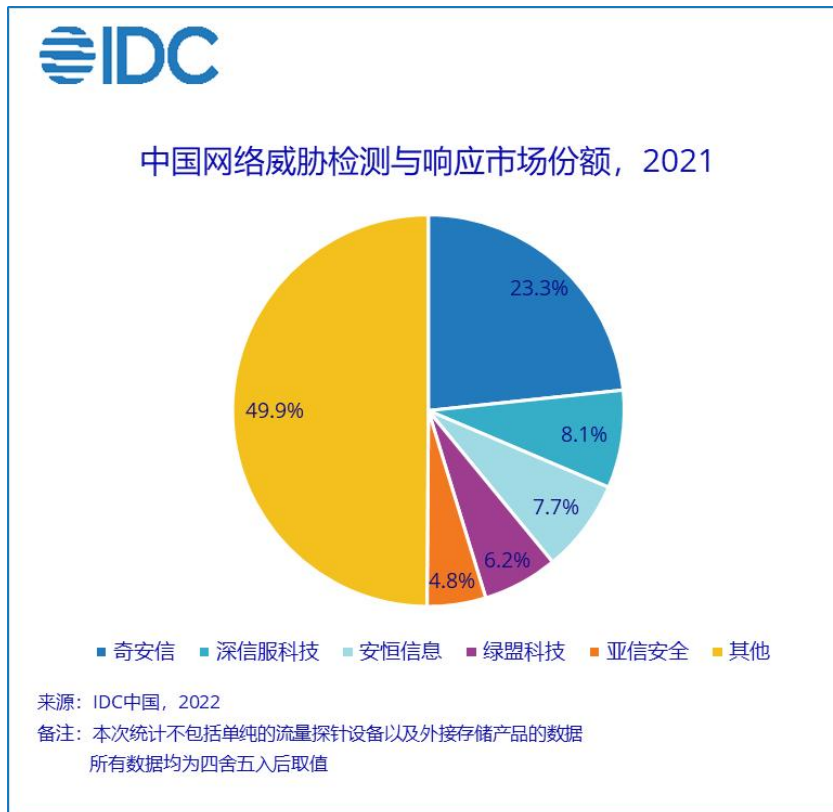
报告阅读链接: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prCHC49428422>

IDC：实战利器，IDC 2021 年中国网络威胁检测与响应市场份额报告发布

2021年，中国凭借精准的疫情防控措施为广大企业创造了较为健康的发展环境，GDP 实现 8.1% 的快速增长，网络安全市场也在这一有利的宏观环境下实现了快速增长。网络威胁检测与响应（NDR）产品凭借在企业网络攻防实战中起到的关键作用，正在受到越来越多企业级客户，特别是重点行业头部企业的青睐。

IDC 于 2022 年 7 月正式发布了针对中国 NDR 产品的市场份额研究报告，即：《中国网络威胁检测与响应市场份额，2021：实战效果显著，市场需求明确》（# CHC48497322）。报告针对 2021 年中国网络威胁检测与响应市场的规模、增长速度、主要玩家、市场与技术的发展趋势等内容进行了详细研究。报告数据显示，中国网络威胁检测与响应市场在 2021 年实现了 36.6% 的同比增长，规

模达到 3.1 亿美元。该市场头部玩家仍然以综合型网络安全解决方案提供商为主，例如奇安信、深信服科技、安恒信息、绿盟科技、亚信安全等，同时，众多专业创新型厂商也在该领域表现出强劲的增长态势，具体情况详见下图：



IDC 定义下的网络威胁检测与响应产品通过大数据分析、人工智能等高级技术对记录、提取的网络流量进行实时分析，结合用户行为分析、网络事件、威胁情报或攻击模拟技术发现网络中潜在的威胁事件，并通过自动化或半自动化的手段对威胁或异常进行及时响应。IDC 认为，随着企业级客户对网络安全的认知和重视程度逐步提升，安全管理人员更为关注的是网络安全产品或解决方案是否能够在帮助企业满足政策合规的基础上，真实有效地帮助企业发现潜在的网络威胁并对安全事件做出快速地分析和处置，而不拘泥于采购哪项先进技术或哪个类型的产品。

IDC 认为，技术服务商应重点关注如下趋势：

加密技术已经普遍应用于网络传输中，而网络流量的加密在保护传输数据隐私的同时，也帮助了网络攻击和恶意流量更好地隐藏自己，使得网络安全防护难度明显增加。众多技术提供商正在尝试通过机器学习、人工智能等先进技

术识别加密流量中的恶意威胁，并取得了一定成效。

物联网、工业互联网、5G 在我国快速发展，企业资产和网络流量变得愈发多样和复杂，随着企业业务广泛迁移到多云、混合云等云计算平台，云安全同样受到企业普遍关注，因此，NDR 产品需要覆盖更多的业务场景，为企业网络流量提供无处不在的持续检测和防御。

• 随着企业级客户对安全能力融合、统一威胁管理的需求日益明确，NDR 正在融入包括威胁情报、编排与自动化响应等越来越多的能力，并向 SOC 或者 XDR 发展。但 NDR 技术提供商也需要意识到：目前国内众多企业都已经建设了安全运营中心或更为综合的态势感知系统，出于保护企业已有投资的目的，NDR 产品应该实现与用户现有 SOC 系统的共存，并成为现有安全能力的强力补充。

报告阅读链接：<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prCHC49453222>

毕马威：2022 年中国证券业调查报告

毕马威发布第十六份年度中国证券业调查报告——《2022 年中国证券业调查报告》（以下简称“报告”），报告基于中国证券业协会公布的 140 家内地证券公司 2021 年的年度报告，从宏观视角和业务发展的维度，分析证券行业在最近一年的发展状况、行业动态和变化趋势。

报告指出，世纪疫情冲击下，百年变局加速演进，不稳定不确定因素明显增强，对国内经济和资本市场的发展提出了挑战；另一方面，随着经济结构调整、资本市场改革的不断深化以及对外开放步伐的进一步加快，也为证券公司的发展带来了前所未有的机遇。

加速财富管理业务转型，聚焦客户全生命周期全品类产品服务，全面提升以资产配置服务为核心的专业能力，提升客户服务体验；

抓住场外衍生品业务市场发展浪潮，守正创新，优化投资者结构与机构客户资产配置；

紧跟全面注册制推进，提升保荐、定价、承销等核心能力，持续服务实体经济；

聚焦资产管理业务主动管理转型和公募化转型，优化产品布局；

迎接《期货和衍生品法》的落地，大力发展期货业务等，均成为了当下证券行业进一步推进行业高质量发展的主要方向。

此外，深化数字化改革与金融科技应用、推进数智合规和全面风险管理、完善 ESG 管治架构并将 ESG 发展理念融入金融服务中等，成为了证券公司助力业务发展，打造差异化竞争与发展新格局的重要战略。

全文链接：<http://www.199it.com/archives/1460199.html>

中国人民银行：北京市金融运行报告（2022）

北京市经济运行主要呈现以下特点：

一是经济持续恢复。全年实现地区生产总值 40269.6 亿元，按不变价格计算，同比增长 8.5%，两年平均增长 4.7%。固定资产投资同比增长 4.9%，其中制造业投资在医药、电子行业带动下大幅增长 68.3%。市场消费稳步恢复，社会消费品零售总额同比增长 8.4%；新消费模式快速发展，限额以上批发零售业、住宿餐饮业网上零售额同比增长 19.0%，占全市社会消费品零售总额的比重超过 1/3。进出口总值跨越 3 万亿元大关，同比增长 30.6%，其中在防疫、电子产品带动下出口增长 31.2%。

二是工业发挥引领带动作用。三次产业构成比为 0.3:18.0:81.7，第二产业占比较上年回升 2.2 个百分点，其中，规模以上工业增加值同比增长 31.0%，两年平均增长 15.8%，医药行业在疫苗生产带动下、电子行业在集成电路需求旺盛带动下贡献突出。服务业运行平稳，第三产业增加值同比增长 5.7%，信息、金融、批发零售行业发挥重要支撑作用。农业保障能力增强，粮食、蔬菜、生猪产量保持较快增长，休闲农业与乡村旅游收入恢复至 2019 年的近九成。

三是高精尖产业引领新发展。2021 年，高技术制造业、战略性新兴产业增加值按可比价格计算，分别同比增长 1.1 倍和 89.2%，两年平均增长 52.5%和 43.7%；高新技术产品出口同比增长 90.0%。

四是数字经济快速发展注入新动力。全年数字经济实现增加值 16251.9 亿

元，按现价计算，同比增长 13.1%，占地区生产总值的比重达到 40.4%，其中数字经济核心产业增加值同比增长 16.4%，占地区生产总值的比重达到 22.1%。

五是居民消费价格涨势温和，工业生产者价格稳中有升。北京市居民消费价格同比上涨 1.1%，工业生产者出厂价格同比上涨 1.1%。

全文链接: <http://www.199it.com/archives/1461998.html>

商务部：2022 年春季中国对外贸易形势报告

报告回顾了 2021 年及 2022 年以来中国外贸运行情况。指出 2021 年中国对外贸易规模和国际市场份额再上新台阶，实现“十四五”良好开局，为国民经济持续恢复发展作出了积极贡献。2022 年以来，中国外贸总体开局平稳，实现持续增长。

报告分析了中国外贸发展环境。指出百年变局和世纪疫情交织，地缘冲突加剧，世界经济复苏脆弱乏力，中国外贸发展环境的复杂性、严峻性、不确定性上升。同时也要看到，中国经济韧性强、潜力足、回旋余地广、长期向好的基本面没有改变，外贸创新动能持续增强，稳外贸政策合力加快形成。

报告还包括三个附件，分别就世界经济、中国经济、中国服务贸易进行了回顾和分析。

全文链接: <http://www.199it.com/archives/1459780.html>

中国服务外包研究中心是商务部直属正司(局)级事业单位。中心致力于中国及国际服务外包、服务贸易领域的战略规划、政策导向、行业标准、业态分析、趋势预测等研究，专注于从价值链视角研究现代服务业、服务贸易、国际投资合作等，顺应产业变革趋势，促进中国经济结构调整和产业转型升级。中心以现代服务业、服务外包、服务贸易研究为核心，以产业咨询和合作交流为重点，服务于国家决策，服务于地方发展，服务于行业企业需求，为政府决策、区域规划和企业发展提供专业化咨询与服务。



扫描微信二维码，关注
COI 研究成果，掌握服务
贸易市场资讯

免责声明：本刊内容均转载、编译或摘编自其它媒体，转载、编译或摘编的目的在于传递更多信息，并不代表中国服务外包研究中心赞同其观点和对其真实性负责。其他媒体、网站或个人转载使用时必须保留注明文章来源，并自负法律责任。