## 贸易数字化：赋能与转型

邵宏华 [贸易数字化专委会](https://mp.weixin.qq.com/javascript:void(0);)

数字化最重要的特征是什么呢？数字化最重要的特征是“三个化”，即在线化、数据化和智能化。在线化的基础就是连接，通过互联网和物联网连接员工、连接客户和连接设备，让产品在线、客户在线、员工在线和设备在线。连接后一定会沉淀下海量数据，要让数据在企业内外部流动起来，让所有业务都数据化，然后基于这些海量数据通过算法实现智能化应用，比如精准营销、智能制造、定制化设计等。贸易数字化是以贸易为龙头、以产业为主体、以平台为支撑、以数据为驱动的全流程数字化。因为涉及贸易全流程，所以贸易数字化的形式还是非常多的。目前常见的贸易数字化形式主要有以下几种类型。

1. **数字营销**

数字营销主要是依托互联网和移动互联网平台，运用数字化技术，比如直播、VR（虚拟现实）和AR（增强现实）技术、3D打印技术等，进行全方位获客和品牌推广。由于互联网具有实时互动和不受时空限制等特点，能把产品和品牌进行全时空、全流程推广，运用数字技术也能确保客户触达和品牌推广可以被量化和被监测，可以动态调整产品和品牌推广，从而提高营销的效率和效果。目前常用的数字营销平台和方式有外贸B2B

平台、海外搜索引擎平台(Google、Bing等)、海外社交媒体

(Facebook、LinkedIn)、海外视频网站(YouTube)、云展会等。

**二、外贸大数据**

随着大数据行业的快速发展，各行各业都沉淀了大量的数据，同时这些数据也深刻影响着各个行业的发展，外贸行业也是如此，国际货物和资金在全球范围内流动时，也沉淀了大量的交易数据。早在20世纪70年代，一些国家就已公开全国进出口贸易提报单数据，这些数据经过加工后广泛应用在国际贸易、金融信贷、海运运输等领域。目前，越来越多的国家公开了海关提报单数据，加上各个国家的外贸统计数据及展会数据，还有互联网上公开的买家和卖家数据，这些海量的数据通过专业的数据处理和加工，再运用各种算法和分析工具，形成一个数据终端系统，全面赋能外贸企业，成为外贸企业的必备数据工具系统。运用这些数据可以精准定位和开发客户，可以分析市场，也可以监测同行和客户并精准定位价格。

**三、跨境电商**

跨境电商是目前贸易数字化比较成熟的一个应用，也是整个外贸中发展最快的一块，但主要集中在对个人的消费品领域，主要的跨境电商平台有亚马逊、eBay、阿里速卖通等。跨境电商B2B刚刚开始探索，还处于摸索阶段。

1. **其他**

除了以上3种比较常见的贸易数字化应用，目前贸易数字

化还包括外贸区块链、数字化信息管理系统（外贸软件）、数字物流和智能通关、数字供应链金融等。

贸易数字化最重要的两个抓手是赋能和转型，包含两个方

面的内容：一个是贸易全流程赋能和转型；另一个是外贸企业的数字化转型。贸易数字化就是利用数字化技术赋能贸易全流程，赋能外贸企业的数字化转型。整个贸易流程，从贸易的开发、撮合、交付至成交后的贸易服务，涉及很多环节，也涉及物流、资金流、信息流。从国际贸易来讲，目前的数字化水平还是比较低的，因为国际贸易具有强监管、多环节、跨地域、跨文化等特点，数字化实现起来难度比较大，目前数字化应用水平也不是很高。接下来如果像物联网、区块链这样的技术发展起来，并大规模应用到国际贸易流程中去，那么未来国际贸易流程一定能够实现质的突破。贸易流程一旦实现了实质性的突破，整个贸易的效率一定会大大地提高，贸易流程会大大地缩短，贸易机会会大大地增加，贸易成本也能大大地降低。现在我们已经在推行的如国际贸易单一窗口等贸易便利化措施，实际上都是数字化技术的应用。区块链和人工智能技术刚刚开始在国际贸易流程中应用，如果大规模应用起来，一定会给整个国际贸易带来非常大的变革，技术和工具的变革将带来整个国际贸易的提升。其实所有的技术都是推动国际贸易发展的重要力量，就像以前集装箱和信用证的发明实际上极大地推动了国际贸易的发展一样。数字化技术就像当年我们发明了集装箱、信用证一样，会大大促进和推动整个国际贸易的发展。我们也期待这些技术能够有突破性的进展，通过这些数字化新技术赋能整个贸易全流程。

贸易数字化另一块很重要的内容就是贸易主体也就是外贸企业的数字化转型。这些传统的企业如何进行数字化转型？

对外是企业的价值链数字化转型，从原材料采购、研发设计、

生产制造、营销销售到售后服务都要进行数字化转型。就像现在国际市场环境发生了深刻变化，很多订单碎片化、网上流量碎片化，有很多订单以前是集装箱，现在是包裹，这就要求企业的获客能力也就是获取订单的手段一定要进行变化。获取订单模式变化之后，生产制造的环节也要变化，因为客户需求、订单碎片化之后，每个订单的量都比较小，这时候就要考虑企业的生产模式和流水线能不能适应柔性化的生产要求，能不能具备大规模、个性化的定制能力。如果企业能够及时进行数字化转型，具备这样能力，就能够在未来的国际贸易领域具有非常大的竞争优势。这是外贸企业对外的数字化转型，也就是外贸企业的全价值链数字化转型。

当然，当外贸企业对外进行转型之后，企业内部如果不进行数字化转型，数字化转型也很难成功。企业内部数字化转型包括思维、组织、运营、人才和文化的数字化转型，企业只有内外部都完成数字化转型后，才能将企业进化成数字时代的“新物种”。外贸企业数字化转型是所有企业必经的一条路，这不是一个加分项，而是一个必须项。未来10年外部环境充满不确定性，但最大的确定性就是数字化，数字化转型必须是“一把手”工程，自上而下去推进，循序渐进、快速迭代。

**文/邵宏华**

**中国对外经济贸易统计学会兼职副会长**

**贸易数字化专业委员会主任**