

聚力新興市場 高質量參與分工 電商服貿突圍

創新確立優勢 貿易由大轉強

高質量發展
貿易強國



▲截至2021年，中國進出口規模突破6萬億美元，創歷史新高。圖為山東青島港迎來進出口裝卸高峰。新華社

自2017年以來，中國已連續5年保持世界貨物貿易第一大國地位，成為名副其實的貿易大國。中共二十大報告提出，穩步擴大規則、規制、管理、標準等制度型開放。推動貨物貿易優化升級，創新服務貿易發展機制，發展數字貿易，加快建設貿易強國。「這次將『加快』二字寫入報告，意味着貿易強國建設不僅是擴大規模，更要追求提高質量。」暨南大學經濟學院教授陳章喜表示，中國要從「貿易大國」邁向「貿易強國」，提高創新和技術水平是根本。同時，在全球經濟發展中高質量參與分工，聚力新興市場，力拓電商服貿。

2022前三季度中國與主要貿易夥伴進出口情況



2022前三季度中國進出口貿易總值企業類型佔比



數據來源：海關總署、光明網

數讀中國對外貿易發展

全球貨貿第一

- 2013—2021年，中國累計貨物貿易進出口262.3萬億元，年均增長5.4%。其中出口144.7萬億元，年均增長5.9%；進口117.6萬億元，年均增長4.7%。
- 中國貨物進出口佔國際市場份額從2012年的10.4%提升到2021年的13.5%，2017—2021年連續五年保持全球貨物貿易第一大國的地位。

服貿全球第二

- 服務進出口規模持續擴大，連續八年穩居全球第二。2013—2021年，中國累計服務進出口總額41.1萬億元，年均增長6.4%，比貨物貿易年均增速快1個百分點。
- 2013—2021年，中國累計知識密集型服務進出口2.1萬億美元，年均增長9.3%，佔服務貿易進出口總額的比重由2012年的33.6%提升到2021年的43.9%。

民企外貿增長亮眼

- 2021年，全國有進出口實績的外貿企業數量達到56.7萬家，比2012年增長1.7倍。
- 2019年民營企業進出口額佔外貿總值的比重首次超過外資企業，成為中國第一大外貿主體。

自貿協定邁向高標準

- 中國對外簽署的自貿協定數由10個增加到19個，與自貿夥伴的貿易額佔全國貿易總額的比重由2012年17%提升到2021年的35%。

大公報記者盧靜怡整理

品牌國際化「一帶一路」成試刀石

增長引擎

二十大報告中，在提及加快建設貿易強國時，還強調推動共建「一帶一路」高質量發展。這讓外貿企業增強了開拓「一帶一路」市場的信心。「黨的二十大報告對於外貿企業來說是一個動員令，釋放出了積極信號。」海企長城股份有限公司服飾事業部總經理林曉東倍受鼓舞地說，國家打造「貿易強國」，給當前面對複雜嚴峻國際形勢的外貿企業提振了士氣、注入了信心。

林曉東表示，「對我們而言，『一帶一路』市場亦是至關重要，潛力巨大。」林曉東表示，近年來，公司在緬甸、柬埔寨創辦了工廠，在孟加拉國設立了辦事處。隨着《區域全面經濟夥伴關係協定》生效實施，新加坡、馬來西亞等國對公司產品的需求也在不斷增長。

皇冠投資集團有限公司品牌總監王嬌表示，作為「外貿人」，在面對日益複雜嚴峻的國際形勢時，聽到二十大報告中要打造「貿易強國」，可謂是送來了一顆「定心丸」。「尤其是『一帶一路』市場，我們公司的產品已在東南亞、南亞、中東、非洲、中東等地形成了強大的國際化品牌影響力。」王嬌說道。浙江省土產畜產進出口集團有限公司黨委書記、董事長張斌也表示，「『一帶一路』市場早已成為我們海外市場增長的重要引擎。」



▲數字貿易激發「一帶一路」沿線經濟增長新動能。圖為在2022年「服貿會」上，人們挑選來自巴基斯坦的地毯。新華社

進出口總量大、佔世界貿易比重高，中國已成為名副其實的貿易大國，成為全球貿易體系中不可或缺的關鍵一環。然而，貿易「大而不強」的特點卻依然突出。陳章喜認為，中國仍需要為建設貿易強國付出艱巨努力，在產業基礎、創新能力、市場主體、國際經貿規則制訂能力等領域仍需要提升。

跨境電商進出口叩關2萬億

集聚對外開放的新成效，在中國外貿由大到強的「變奏」中，新動能被不斷激發。在新興貿易業態方面，跨境電商、市場採購規模迅速擴大，使其成為推動外貿增長的神來之筆。其中，跨境電商進出口規模5年增長近10倍，市場採購貿易出口規模7年增長七倍。目前，跨境電商綜試區已經擴展到132個，區內企業建設海外倉超過2000個；市場採購貿易方式試點也擴展到39個。2021年，中國跨境電商進出口規模達到1.92萬億元，增長18.6%，呈現出蓬勃發展的態勢。

「加快建設貿易強國，首要的是提高創新和技術水平。」陳章喜指出，政府要完善知識產權保護法和知識產權保護制度，用法律制度為我國高科技產業保駕護航。企業要結合自身產品特點，重點投入、突破高新技術前沿產業，形成壟斷技術優勢，增強產品出口競爭力。

受疫情、地緣政治緊張局勢升級、產業鏈供應鏈時有梗阻等因素影響，全球貿易前景堪

憂。商務部研究院國際市場研究所副所長白明指出，貿易保護主義、世界經濟逆全球化、國際市場價格波動、國際技術壟斷等都是貿易發展面臨的風險。但無論是面對單邊主義的逆全球化寒流還是新冠肺炎疫情對供應鏈的巨大衝擊，中國在與國際市場的深度互動中，展現出大國擔當，倡導多邊、力促共贏，共建人類命運共同體。

「一帶一路」貿易穩步上揚

一直以來，中國持續推進對外貿易高質量發展。在與歐盟、美國等傳統貿易夥伴保持良好經貿往來的同時，中國積極開拓東盟、非洲、拉丁美洲等新興市場。其中，「一帶一路」沿線國家貿易規模佔中國外貿總值的比重從2013年的25%提升到2021年的29.7%。2021年，中國進口對全球進口增長的貢獻率達到13.4%，有力促進了世界經濟的復甦。

白明認為，國內統一高效的大市場給我們參與國際市場競爭帶來了底氣，讓我們能夠在參與國際分工時站在更有利的位置。要建設貿易強國，中國要在全球經濟發展中高質量地參與分工，通過國際貿易獲得更多紅利，提升我國在國際貿易、國際經濟合作、國際關係處理中的地位。

製造業領跑 經貿朋友遍布天下

優勢盡顯

中共二十大報告中強調，依託我國超大规模市場優勢，以國內大循環吸引全球資源要素，增強國內國際兩個市場兩種資源聯動效應，提升貿易投資合作質量和水平。這讓與中國貿易往來多年的外國貿易商欣喜不已。英國經濟專家、48家集團俱樂部原主席斯蒂芬·佩里表示，「中國已成為世界唯一擁有全部工業門類的製造大國，並把貿易自主權牢牢掌握在自己手中，經貿朋友遍天下，中國在國際市場競爭中擁有強大優勢。」

「中國製造」質量居前列

對於中國建設「貿易強國」，不少外國貿易商認為這是水到渠成的事情。50多年前就跟隨父親與中國從事貿易工作的佩里，第一次和父母來華



的情景還歷歷在目。正是在這次旅行中，佩里同父親一起參加了中國出口商品交易會（即「廣交會」），並促成了美國與中國的部分貿易合作，「我們把美國的聚酯纖維、棉花、肥料賣到了中國」。佩里目睹了中國商品一直在持續迭代更新。「過去，我們主要從中國進口初級產品和自然資源，但隨着中國產品不斷創新升級，其在技術含量、創新能力和現代化水平方面，比很多國家的同類產品都要先進。」佩里指出，「中國的市場在飛速發展，各國應該加強了解，與中國建立良好的、親密的聯繫，積極地開展合作。」

▲往屆線下舉辦的廣交會上，海外採購商中國出口企業合影留念。大公報記者盧靜怡攝

世界的市場 開放大門越開越大

惠及世界

從廣交會的海外採購商到中國「買買買」，發展到海外參展企業奔赴中國「賣賣賣」。今天的中國，不僅是「世界工廠」，還是「世界市場」，為各國企業提供了更為廣闊的市場發展機遇。一進一出的兩場盛會，儼然成為中國企業與海外企業在貿易上的「雙向奔赴」。

從代工、貼牌生產到自主品牌出海，從模仿追隨到創新引領，是中國億萬外貿主體在全球產業鏈供應鏈上轉型升級的縮影。中國越來越多的外貿企業加大創新投入，不斷向「微笑曲線」兩端延伸。隨着以國內大循環為主體、國內國際雙循環相

互促進的新發展格局加速形成，中國貿易高質量發展特徵更加明顯，從貿易大國向貿易強國進軍的步伐也越來越快。

貿易是連接各國利益的紐帶。在中國外貿快速發展的這10年，中國貿易的國際朋友圈越來越大，與歐盟、美國、日本、韓國等傳統市場貿易夥伴的關係穩固，傳統市場貿易夥伴2021年合計貿易額佔比38.3%。東盟、非洲、拉丁美洲等新興市場進出口額佔比由2012年的22.2%提升到2021年的26.2%。

從二十大報告中可見，中國開放的大門不會關閉，只會越開越大。中國將堅定不移全面擴大開放，讓中國市場成為世界的市場、共享的市場、大家的市場。

責任編輯：牛禾青 美術編輯：張偉強