

開發新產品 培育新業態 運用新技術 「新三樣」出口破萬億

# 創「新」又賣「新」 中國外貿大升級



中國經濟信心 外貿篇

大公報記者 王莉

過去，服裝、傢具、家電等被稱為「老三樣」的傳統產品佔據了中國出口的大部分份額。據商務部最新統計數據顯示，2023年中國外貿結構不斷優化，電動載人汽車、鋰離子蓄電池和太陽能蓄電池等「新三樣」產品合計出口1.06萬億元（人民幣，下同），首次突破萬億元大關。這一數字背後，是中國外貿企業始終堅持提質創新、融合發展，通過開發新產品、培育新業態、運用新技術、優化市場布局等方式方法，持續推進產業升級，創「新」又賣「新」，以獲得更多國際市場佔有率與話語權。

大公報記者 王莉

在聖奧科技股份有限公司年會上，「科技創新」成為高頻詞彙。公司董事長倪良正表示，企業在不斷深入全球市場進程中深刻意識到，增強科技創新能力是面向未來，贏得競爭的必由之路。作為全球辦公用傢具行業的國家級高新技術企業，聖奧持續將不低於每年營收的3.5%投入產品研發和技術創新，並打造了國家級工業設計中心，成立「綠色低碳傢具產業院院士創新研究院」，在德國柏林、美國洛杉磯分別設立研發中心，與浙江大學成立智慧傢具聯合研究中心。

## 應用智能機器人 進軍高端產業鏈

倪良正說：「從傳統的傢具產品提供商轉型為健康辦公空間解決方案服務商，從傳統的傢具製造延伸到辦公傢具的智能製造及產業鏈共創，從以國內市場為主擴展到自主品牌全球化，企業正通過戰略轉型，努力破除中國傢具行業產品長期居於底端的『魔咒』，向產業鏈高端進軍。」

數字化技術在生產製造過程中的廣泛應用，使不少企業在降本增效的同時，市場競爭力進一步提升。在浙江寧波瑞卡電器有限公司的數字化車間裏，電機、風葉、機座、電子元器件等配件依次按順序被放入流水線上，自動傳送到智能機器人後，一個完整的吹風機送風組件就安裝完成。

「公司引入了自動化設備、數字化管理、精益化生產模式，全方位提升了公司從研發、生產、倉儲、採購、銷售的效率。」公司總經理江濤介紹，去年全年銷售額約為2.3億元，其中九成為出口，最大銷售市場在歐洲。「今年

我們研發了幾款配備高速電機的電吹風，外形設計更符合國外客戶審美，相信今年銷量會進一步提升。」

## 外語隨心轉化 AI變「經貿大使」

「現在的義烏老闆娘會用各種數字化工具獲客、報價、接單、做外貿，用上AI以後，外語比我這個外國人還地道。」德國外商Svenja Neumann對義烏國際商貿城內通過AI做着國際貿易的老闆娘們讚不絕口。

自去年9月義烏商城集團商貿AI大模型應用發布後，義烏老闆娘們不僅利用AI智能客服、一鍵生成商品海報、「數字人」全天候直播等功能賦能跨境電商，還通過AI大模型無縫切換各國語言，在線連線巴基斯坦信息技術和電信部副秘書長，隔空對話南非共和國小企業部部長，在鏡頭前充分展現了引領全球貿易的新技能。義烏星實業老闆娘張吉英說：「我們有全球100多個國家的客戶，涉及語言幾十種。通過AI智創服務平台推出的小商AI之「買語心生」功能，將中文隨心轉化為其他36國語言，無障礙和全球客戶溝通交流。」

作為全球貿易的新勢力，跨境電商讓更多人實現了「買全球賣全球」。據初步統計，2023年中國跨境電商進出口2.38萬億元，增長15.6%。寧波遨森電子商務有限公司總經理王春華表示，對於未來跨境電商的發展，從2023年TEMU（拼多多海外版）的表現就可見一斑。「我們在全球的60多萬平方米海外倉，還有10餘個獨立站都已經做好準備，迎接新的一輪發展機遇。」



## 中國年度外貿成績單

數據來源：新華社

2023年中國貨物貿易進出口總值 **41.76萬億元** 同比增長**0.2%**

12月份進出口達到 **3.81萬億元** 月度規模創歷史新高

2023年中國對「一帶一路」國家進出口 **19.47萬億元** 同比增長**2.8%** 佔中國外貿總值**46.6%**

《區域全面經濟夥伴關係協定》(RCEP)其他14個成員國合計進出口 **12.6萬億元** 較協議生效前的2021年 同比增長**5.3%**

拉美進出口 同比增長**6.8%** 非洲進出口 同比增長**7.1%**

歐盟進出口 **5.51萬億元** 美國進出口 **4.67萬億元**

▲中國新技術發展一日千里，國產高端產品蜚聲國際。1月11日，消費者在美國拉斯維加斯消費電子展上參觀TCL公司（左）和海信公司（右）展台。新華社

## 造車新勢力 出海新模式

**深入合作** 去年1月，中國造車新勢力零跑汽車與歐洲老牌汽車豪門Stellantis集團達成合作，Stellantis集團向零跑汽車投資15億歐元，獲得零跑汽車20%股份及兩個董事會席位，雙方成立合資公司「零跑國際」，將零跑汽車銷往各大海外市場，預計2024年下半年即可實現出口。

「這是在汽車行業前所未有的、非常深入的合作，將給我們未來的發展帶來巨大的機會，同時也是對零跑多年以來堅持全域自研、技術創新帶來的技術實力和產品實力的證明。」零跑汽車董事長兼CEO朱江明表示，「汽車出海需要的是地方合作，只有這樣，才能為全球的用戶帶來又好又便宜的产品。」

在他看來，Stellantis此時入股，

是其國際化過程中的及時甘霖。Stellantis CEO唐唯實認為，兩家公司的合作將提升雙方的發展速度。「零跑在海外沒有一個製造基地，向海外拓展時會遇到很多困難，比如不同國家的報關、海關等問題。這恰恰是Stellantis擅長的地方，Stellantis可以幫助零跑在海外有更多的分銷網絡，加速其在海外的布局。」

對於此次合作，有業界人士認為，對零跑而言不用遠赴海外建廠造車，依靠技術輸出，就能走向國際。而對Stellantis而言，在中國實施輕資產的模式，以彌補前兩次進軍中國市場失利的遺憾。

雙方都在自己擅長的領域裏做大做強，這場合作為所有中國自主品牌出海提供了一個新的思路。

大公報記者王莉

### 亮點1 「新三樣」出口大增三成

2023年，中國出口機電產品13.92萬億元，同比增長2.9%，佔出口總值的58.6%。其中，「新三樣」電動載人汽車、鋰電池和太陽能電池合計出口1.06萬億元，同比增長29.9%。這也是首次突破萬億元大關。2023年，我國自主品牌產品的出口增長9.3%，佔出口總值比重提升1.7個百分點。



▲山東電池公司員工在鋰電池生產線進行組裝。新華社

### 亮點2 跨境電商進出口增15.6%

在新業態方面，跨境電商已經成為穩外貿重要力量。據初步統計，2023年我國跨境電商進出口2.38萬億元，同比增長15.6%。呂大良說，當前跨境電商已經成為全球貿易的一股新勢力，我國網民規模突破10億，是世界第一大網絡零售市場，跨境電商增長尤為迅猛。



▲在廣西防城港東興市電商直播間裏，主播進行推介。新華社

### 亮點3 大灣區展現科技創優勢

2023年，粵港澳大灣區內地9市進出口7.95萬億元，增長0.4%，佔全國進出口總值的19%。該區域高新技術產品進出口比重較全國平均水平高13.6個百分點，展現了科技研發與產業創新方面的突出優勢。



▲去年深圳全球招商大會展示的飛行汽車。新華社

## 中國外貿三大亮點

資料來源：南方日報

## 2023年中國進出口規模

出口**23.77萬億元** 人民幣 同比增長**0.6%**  
進口**17.99萬億元** 人民幣 同比下降**0.3%**



## 2023年各月進出口情況



## 出口強國 從「拚價格」到「拚內功」

**潛力無限** 曾幾何時，因競爭對手便宜幾分錢而痛失客戶的故事，時常能在外貿企業採訪中聽到，「拚價格」一度是眾多企業搶佔客戶的「撒手鐮」。但隨着全球經濟格局的變化和消費者需求的升級，單純的價格優勢已不再是核心競爭力，曾經以低成本、大規模生產為主的中國外貿出口產業正向着提質創新、融合發展的方向變革，從「拚價格」向着「拚內功」轉變。

過去，低價往往意味着低質，但如

今「中國製造」已不再是低質的代名詞，「製造」逐步被「智造」替代，以「新三樣」為代表的產品成為中國出口新優勢，並得到國際市場廣泛認可。同時，隨着數字技術發展，新的外貿業態和模式不斷湧現，為中國外貿的發展注入了新的活力。通過跨境電商平台，中小企業甚至個人都能參與到國際貿易中來，釋放出巨大的市場潛力，數字化、綠色化的發展也為中國外貿產業的創新提供了更多可能。

如今，在外貿企業採訪過程中，更

多能聽到的是企業又申請到了多少項專利，針對性設計了多少款新品，開發了哪些新興市場，跨境電商成交量又創新高……

從「拚價格」到「拚內功」的轉變，是中國外貿產業適應全球經濟變化的必然結果。在這場變革中，中國外貿企業只有不斷修煉內功，提高自身核心競爭力，才能贏得更廣闊的市場空間。也只有這樣，中國才能真正實現從「出口大國」向「出口強國」的轉變。

大公報記者王莉

## 掘金低碳熱潮 海外訂單「狂飆」

### 蓬勃發展

中國新能源汽车出口的增速超過傳統燃油車，成為拉動我國出口的新引擎。中國新能源汽车產業蓬勃發展，掘金低碳熱潮，實現了從引進到出海、從跟跑到領跑全球的巨大飛躍。

在位於河南省鄭州市的宇通新能源廠區內，工作人員在流水線上忙碌地趕訂單生產。自2023年以來，宇通海外市場一路「狂飆」，烏茲別克斯坦、沙特阿拉伯、丹麥市場等一系列大單的交付，尤其在機場擺渡車、高端新能源產品等細分市場表現亮眼，展現了中國高端製造在全球市場深厚的發展勢能，海外市場需求爆發式增長。數據顯示，宇通客車2023年出口大中型新能源客車1451輛，同比增長32.75%，市場份額為15.34%。

宇通客車相關負責人表示，歷經十餘年技術攻關，公司在自動駕駛技術、車聯網及智能網聯雲平台技術、多場景燃料電池動力系統等方面取得重大突破。依託自主可控的新能源核心技術和高端產品製造能力，公司實現了海外銷售的規模化和高端化。

展望2024年，新能源客車出口值得期待。汽車業內人士分析認為，一方面，隨着歐洲、拉美、亞太等地區的電動化切換需求提升，「一帶一路」共建國家和地區的新能源化進程提速，以及2024年巴黎奧運會的拉動效應刺激，都會帶來新能源客車出口的需求；另一方面，隨着主流客車企業加大新能源客車出口並迎來收穫期，同時更多客車企業將目光放向新能源客車出口等，預計新能源客車出口將繼續穩中有升。

大公報記者劉蕊