

打破出海路径依赖，广阔市场向“南方”

□青岛日报/观海新闻记者 刘兰星

◀ 应对百年变局加速演进 ▶

国务院发展研究中心对外经济研究部
综合研究室主任、研究员 赵福军

要努力化解其带来的不利挑战。

百年变局加速演进，国际格局加速调整，体现在经济、贸易、金融、港口、产业等多个维度。

从GDP实力格局来看，1980年全球经济版图由美欧日主导，美国占比25%、欧盟占比34%、日本占比10%，而中国仅占1.7%；到2024年，中国占比已跃升至18%，欧盟则降至17.3%，日本萎缩至3.8%，美国虽维持26.3%的份额，但全球经济多极化趋势已然成型。目前，我国已成为全球经济规模第二大国家。

贸易领域的变化更为显著。中国货物出口额从1980年的181.9亿美元飙升至2024年的3.57万亿美元，占全球出口总额的比例从1980年的微不足道，升至2024年的14.6%，2017年以来连续8年稳居货物贸易全球第一。而美国出口份额从2005年的12.3%降至2024年的8.5%，日本也从2005年的5.6%下降到2024年的2.8%。值得关注的是，发展中经济体出口占比从1980年的28.83%提升至2024年的45.50%，标志着全球贸易格局已经发生重要变化。

全球港口实力格局也在发生变化。伴随我国制造业和货物贸易发展，我国港口在全球港口格局中地位大幅提升。我国内地入选全球集

装箱吞吐量前20强排名变化显示，1995年之前，我国内地无一港口跻身全球集装箱吞吐量前20强；2012—2024年连续13年中始终有6个港口进入前10强，上海港自2010年起稳居全球第一。港口是全球贸易网络的重要节点，这样的变化充分彰显了我国在全球物流网络中的地位显著上升。

与此同时，国际经贸规则制定、跨境投资、全球产业分工等格局也都在调整，共同构成了百年变局的多元图景。从近十多年来看，2008年国际金融危机、2017年以来中美贸易摩擦、2020年新冠肺炎疫情全球流行、2022年乌克兰危机等事件，以及新一轮科技革命和产业变革，都促使国际格局发生变化。总的来看，目前的国际格局处于“破旧立新”状态，以前欧美国家主导建立的国际经贸格局被打破，新的国际格局还远没有建立起来。

展望未来，以数字化、网络化、智能化为特征的技术革新，正在重塑产业形态和竞争格局，尤其是人工智能快速发展，将会催生大量新业态新模式，重新改变国际产业格局。与此同时，大国博弈更加复杂激烈、单边主义与保护主义抬头，使得国际环境的不确定性显著上升，全球经济增长动能不足，国际经贸秩序面

临严峻挑战。这种“机遇与挑战并存”的发展环境，将对我国“十五五”时期经济发展产生深刻复杂影响。

变局蕴含机遇，挑战激发斗志。面对深刻复杂变化的环境，我国正在推进构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局，而开拓新兴市场、主动进行全球布局，正是拓展国际循环、提升国内循环质效的重要抓手。

目前，新兴市场正在发力数字经济、绿色发展、制造业，而我国在这些领域已经形成独特优势。作为全球第一制造业大国、重要的数字经济大国和绿色贸易大国，我国正在打造以创新为重要特征的产业链生态系统，可以为新兴市场提供技术、产品、服务等全方位支持。同时，我国可以将在城镇化过程中积累的经验，为新兴市场在基础设施、绿色建筑、产业园区建设等领域提供可借鉴方案。展望未来，我国与新兴市场在数字经济、绿色发展、制造业等领域合作空间广阔，潜力巨大。深化与新兴市场的务实合作，不仅能够增强内需与外需的联动效应，更能推动我国在全球产业链、供应链、价值链中的地位持续提升，实现与世界各国共享机遇、共同发展。

◀ 山东企业海外布局 ▶

山东省政协智库专家、山东财经大学
北京研究院副院长 白洁

善的产业体系，能够通过规模化生产有效摊薄成本，在价格上具备强劲竞争力。而这种成本优势，恰好精准匹配了新兴市场消费者对高性价比产品的需求，成为企业打开市场大门的重要“敲门砖”。

其次是技术比较优势持续强化。我国已从过去的技术进口国，逐步成长为具备一定自主研发能力的技术出口国，在诸多领域形成明显技术优势，部分品牌在新兴市场积累了良好口碑。相较于发达国家产品维持高额利润、迭代速度放缓的现状，我国企业的技术成果更具性价比，更贴合新兴市场的支付能力与实际使用场景。

第三是产品迭代与供应链韧性强劲。国内市场的激烈竞争，倒逼企业不断加快产品推新节奏，产品迭代速度远超许多发达国家，且品类丰富度更能满足新兴市场多元化的需求。同时，我国拥有全球最完整的供应链体系，生产组织能力强劲。即便有地缘政治扰动，也能依靠国内完善的产业链配套，保障产品稳定交付。这与部分发达国家供应链对外依赖度高、交付稳定性不足的情况形成鲜明对比，成为吸引新兴市场合作的重要考量。

机遇之下，挑战同样不容忽视。从针对企业的调研发现，当前，企业开拓新兴市场还面临两大难题。

一方面是知识产权保护困境。部分新兴市场的知识产权保护力度不足，冒牌顶替现象频发，无论是线上销售渠道还是线下实体市场，侵

◀ 重点关注东盟机遇 ▶

权产品常以低价冲击正规产品。以山东一家农产品出口企业为例，其出口东南亚某国的蒜片、姜片等产品获得市场认可后遭遇仿冒，由于海外维权的有效对接途径有限，企业维权无果，最终被迫退出当地市场。

另一方面是地缘政治带来的“选边”压力。当前，部分发达国家强硬要求新兴市场国家在经贸合作中“选边站”，这种地缘政治干预打乱了企业正常的经贸活动，增加了企业市场布局的不确定性，也提升了投资风险。

结合山东区位、产业等自身优势，外贸企业布局多元市场，可从目标市场与合作方向两方面精准发力，并做好风险管理。

在目标市场选择上，应重点把握东盟机遇。10月28日，中国与东盟正式签署中国—东盟自贸区3.0版升级议定书。此次升级聚焦制度型开放，相关规则不仅将提升发展中国家参与全球治理的话语权，还将为全球南方国家探索区域经济一体化合作树立“新范式”。同时，在《区域全面经济伙伴关系协定》(RCEP)框架下，自贸区3.0版将与越南—欧盟自贸协定等形成规则对接，为跨区域制度对接提供试验场，这种“开放而不排他”的模式，能让更多国家共享发展机遇。立足山东与东盟市场产业互补性强，合作潜力巨大，东盟应成为两地合作的优先选择。

在合作方向上，有两大领域值得重点关注。在基础设施建设与绿色转型领域，新兴市场国家普遍面临基础设施升级与绿色发展的迫

切需求。山东的部分大企业在国际市场开拓中积累了丰富经验，应利用自身工程建设、装备制造等优势，积极对接当地基建项目与绿色转型需求，实现互利共赢。在数字贸易与数字化转型合作领域，借助国内数字经济发展的领先优势，企业可为新兴市场国家提供定制化的数字化解决方案，同时通过跨境电商等新业态，进一步拓宽产品出口渠道，提升市场渗透率。

此外，企业需提前做好充分的市场调研，深入了解当地的政策法规、市场规则与消费习惯，避免因文化差异、标准不符导致合作受阻。同时强化风险管理意识，尤其针对知识产权侵权、地缘政治扰动等潜在风险，提前制定应对预案。

支持企业积极参与全球产业分工合作，构建多元化市场格局，也是地方政府推进高水平对外开放的重要之举——

助力企业突围破局、开拓更广市场，相关部门可围绕企业“维权难、信息差”两大痛点，进一步完善赋能服务。

健全涉外法制与争端解决机制。针对企业在出海过程中可能面临的贸易争端、投资争端，需进一步完善维权支持体系，切实降低企业的维权成本，增强企业出海的底气。

强化区域国别风险研判与信息服务。聚焦重点市场，组织系统开展产业调研，整合市场机遇、政策变化、风险预警等各类关键因素，编制针对性强、实用性高的市场指南，为企业提供精准的信息参考，帮助企业提高市场布局的科学性与合理性。

◀ 开拓多元化市场 用好跨境电商 ▶

山东省世界经济研究基地副主任、
青岛大学经济学院副院长 徐保昌

赖，建立深度本地化运营能力。

不同区域市场的需求特征与发展阶段具有显著差异。比如，拉美市场年轻人口占比高，移动互联网渗透率持续提升，移动购物成为主流消费场景，消费者更青睐高性价比与个性化产品；中东地区电商基础设施正在加速完善，经济实力雄厚的消费者对品牌品质与物流时效要求较高，且宗教文化背景对产品设计、营销场景有特殊适配需求。如果企业在进入这些新市场时，直接复制成熟市场的经验，极易导致“水土不服”，分阶段推进是稳妥选择。

市场进入初期，企业可借助速卖通、TikTok等全球性跨境电商平台的流量优势与本地化服务能力，开展小批量产品测试，快速收集消费者反馈，精准定位需求痛点，以低成本完成市场验证。当积累一定客户基础与市场数据后，需全面推进全链路本地化建设。通过布局海外仓，将配送时效从传统跨境物流的周级压缩至天级，大幅改善消费体验，针对目标市场的语言、文化与消费偏好，优化产品设计与营销内容。

青岛企业的实践为同行提供了宝贵借鉴：海信、澳柯玛等龙头企业通过布局亚马逊、TikTok等多平台，针对不同市场推出差异化产品（如澳柯玛在海外畅销的厨师机、搅拌机），显著提升了品牌的国际影响力。青岛西海岸新区的泰发集团，作为一家传统工贸企业，在政府政策赋能与资源支持下，成功切入跨境电商赛道。这些实践表明，从单纯“卖货”转向构建直面消费者的的品牌价值，是企业直面时代之变仍能行稳致远的关键。

以人工智能为核心的数字技术正重塑跨境电商各环节，为企业“出海就能布局全球”提供

了全新机遇。

AI工具的应用成为运营效率提升的突破口。AI选品工具可基于目标市场消费数据与趋势热点，快速筛选潜力产品，降低选品盲目性；营销素材自动生成工具能批量产出多语言、本地化的图片与视频内容，大幅提升营销精准度与效率；大数据分析则助力企业精准刻画消费者画像，实现个性化推荐与精准营销，有效提高转化率与用户粘性。

物流履约能力是赢得市场信任的基石。当前，智慧物流网络正打破地域限制。比如，亚马逊的智能调拨仓通过算法实现全球库存优化配置，菜鸟全球网络整合国内外物流资源，为企业提供稳定、低成本的配送解决方案。企业可根据自身规模与市场布局，灵活选择接入成熟智慧物流网络或自建海外仓，推动配送时效向小时级迈进，同时建立本地退换货机制，彻底打消消费者购买顾虑。

社交电商的崛起为新兴市场开拓提供了全新场景。TikTok等平台打造的“兴趣电商”模式，通过短视频、直播构建从“种草”到购买的消费闭环，高度契合新兴市场年轻消费者的社交习惯与购物偏好。企业可将国内成熟的社交电商运营经验与本地化内容深度结合，邀请本地网红、博主合作，通过真实场景展示产品功能，借助平台算法精准触达目标用户，快速打造爆款产品，建立品牌认知，深化与消费者的情感连接。

行业的快速变革对跨境电商人才提出了复合型能力新要求。传统外贸人才的知识体系已难覆盖多平台运营、数字营销、海外仓管理、大数据分析及跨文化沟通等复合型岗位需求。人

才供给与市场需求的错配，成为制约行业发展的瓶颈。对此，国内各高校正积极探索“政校企”联动培育机制。一方面构建沉浸式实操教学体系，推动理论知识与实际业务深度融合；另一方面借助高水平专业竞赛，激发学生的创新与战略思维。双轮驱动，推动人才培养与产业需求深度对接。

以青岛为例，青岛大学经济学院开设的“跨境电商电子商务创新实验班”，构建了“跨学科+实践”的培养模式，为行业人才储备进行全新探索。该实验班不仅开设专业理论课程，还设置《跨境电商运营综合实训》等模拟课程，建设专用跨境电商实验室，通过虚拟仿真实训系统，让学生在模拟的亚马逊、TikTok等平台环境中开展店铺运营、产品上架、营销推广等实操训练，提前熟悉业务场景，积累实战经验。此外，学校也积极组织学生参与官方举办的跨境电商创新创业大赛等活动，有效激发了学生的创新思维与意识，提升了其解决实际问题的能力。

从就业市场反馈来看，具备跨学科知识、平台实战经验或竞赛经历的毕业生，因其能够快速适应岗位需求，深受企业青睐，供不应求。未来，高校人才培养将更注重精准对接与终身学习。一方面深化与跨境电商综试区、行业协会及企业的合作，通过定向班、共建产业学院等形式，使人才培养更贴合产业前沿需求；另一方面，鉴于技术与市场规则迭代迅速，将在夯实学生基础理论与核心能力的同时，更注重培养其自主学习能力和适应性，鼓励拥抱AI等新工具，树立终身学习理念，以应对未来多变的职业挑战。