

# 深圳贸促

2023年6月刊（总第81期）

中国国际贸易促进委员会深圳委员会

2023年6月25日

---

## 【贸促专题研究】

- 深圳与中东地区外贸分析研究（张弛、李丹） ..... 1
- 深企开拓非洲市场机遇研究（麦楚瑶） ..... 6
- 中国企业如何在英国申请专利（董华林） ..... 8

## 【贸促国别研究】

- 越南等澜湄区域经贸发展概况及市场前景指南（节选）（中国贸促会贸易投资促进部） ..... 11

## 【国际国内评述】

- 全球电商市场发展现状及前景展望 ..... 16
- 值得关注的电池储能技术三大趋势 ..... 24

## 【企业直通车】

- 中建科工：积极投身“一带一路”建设 ..... 27



## 深圳与中东地区外贸情况分析研究

深圳市贸促委 张 弛 李 丹

党的二十大报告提出“加快建设贸易强国”。中东地区是“一带一路”的重要节点，党的十八大以来特别是去年以来，我国与中东地区国家关系不断深入，多双边经贸合作步伐进一步加快。在“一带一路”建设过程中，深圳与中东地区经贸合作长久，在能源、基础设施建设、信息通讯、新能源等领域具有较好的合作基础和较高的产业配适度。因此，研究深圳与中东地区国家的贸易潜力对开拓贸易空间、提升贸易层次、优化贸易结构，加快深圳建设贸易强市具有重要的现实意义。

### 一、中东地区经贸概况

中东地区一般泛指西亚地区，传统上的“中东”包括：巴林、埃及、伊朗、伊拉克、以色列、约旦、科威特、黎巴嫩、阿曼、卡塔尔、沙特阿拉伯、叙利亚、阿拉伯联合酋长国、也门、巴勒斯坦、塞浦路斯和土耳其。近年来，中东地区多国经济增长势头强劲。2022年，沙特、阿联酋、土耳其等国内生产总值（GDP）均实现5%以上的增长。经济总量排名前5的国家是沙特、土耳其、以色列、阿联酋、伊朗，5国占地区经济总量近八成。

中东地区国家石油和天然气资源丰富，主要集中在卡塔尔、伊朗、沙特和阿联酋。多数国家国家工业和服务业各占40~50%左右，农业仅占1~2个百分点。以色列、伊朗、土耳其等部分国家科技创新领域实力较强。

近年来，中东地区国家积极推进经济多元化发展，以减少对油气产业的发展依赖。以油气为主要产业的沙特、卡塔尔、科威特等国均制定了多元经济发展愿景规划。如沙特“2030愿景计划”、阿联酋“2025年数字政府战略”等，加速向数字经济转型。沙特将投资5000亿美元打造新未来城，推进智慧城市项目；阿联酋将促进绿色发展，建立可持续的消费和生产模式；以色列公布可再生能源发展计划，到2030年可再生能源在电力结构中所占的份额将达到30%，中期目标是到2025年该份额达20%。

## 二、与中东地区开展经贸合作情况分析

**（一）我国对中东地区贸易投资合作特点。**中国保持中东第一大贸易伙伴地位，与中东贸易发展势头迅猛。2022年，我国同中东国家的贸易额达5071.52亿美元，同比增长27.1%。其中，我国对中东国家出口2289亿美元，进口2782亿美元，同比分别增长16.4%和37.6%，双方贸易结构进一步优化，更趋平衡。中东大部分国家，对我国出口的主要商品是油气产品以及相关石化产品。我国对中东出口品类中，机械电子设备行业占中东从中国进口额的一半左右。

### **（二）深圳发展中东地区国家市场优势**

**一是信息通讯业适配度高。**深圳在信息通讯等机电产品具有良好的产业基础，在新能源、国家数据、人工智能和智慧城市建设，以先进数字技术提高政务系统数字化管理和服务水平等方面在世界前列。华为与沙特签署合作协议，将帮助沙特新未来城构建5G网络、骨干传输网络、数据中心、云和AI平台，共同打造全球领先的数字城市，促进数字经济蓬勃发展。

**二是基础设施建设发展方向一致。**中东地区基础设施建设需求旺盛，深圳轨道交通等现代化城市建设方面处于领先地位。在卡塔尔世界杯比赛场馆建造、LED 球场屏制造过程中，vivo、中集集团、领先体育、洲明科技、艾比森等深圳企业参与施工制造。深圳巴士集团签约沙特公交绿色智能公共交通项目合作，将深度参与绿色公交、智慧公交、新能源产业等建设。

**三是时尚产业合作潜力大。**据中国驻沙特贸易机构的市场调查显示，中东地区的服装、纺织面料每年的需求量都超过 114 亿美元，其中沙特市场占 35%，其中 90% 服装纺织品来自中国，以中高档纺织产品为主。而深圳在服装、内衣、珠宝、钟表、眼镜等时尚行业市场规模近万亿元，产业规模及市场占有率处于全国领先水平，拓展中东市场具备较大的提升空间。

**四是能源领域合作互补性强。**中东地区石油、天然气等能源丰富，深圳当前正加快补齐进口结构性短板，着力扩大天然气等大宗能源进口。中东地区具备发展光伏和风电等清洁能源的自热条件，同时对新能源汽车需求旺盛，我市在锂电池、电动载人汽车和太阳能电池等新能源领域具有完备的产业链供应链，能较好地满足中东地区对新能源发展战略的需求。

### **（三）发展中东地区国家市场风险**

地区秩序方面，中东地区地缘政治较复杂，贸易稳定易受地缘危机影响。当地宏观经济方面，国际石油价格将直接影响中东消费者的消费能力，石油价格暴跌容易出现市场需求收缩导致商品滞销等情况。市场环境方面，很多企业面临要素成本高昂、产业配套落后、政策稳定性较差、市场透明度较低和保

护主义抬头等情况。

#### **四、服务深企拓展中东市场策略建议**

**推动高新技术产业合作。**根据中东地区在发展通信、数字经济、云计算、人工智能等领域行业发展现况和产业需求，积极服务行业重点企业继续进军中东市场。充分利用中东国家平衡东西方、独特的人才资源优势等，引导支持被“卡脖子”行业和企业扩大中东国家地区投资生产，破解“美式制裁”和长臂管辖等困境。

**加大新能源产品出口。**继续扩展和深化低碳能源领域合作，整合新能源汽车制造、供应链、交通物流等产业上下游企业资源，围绕锂电池、电动载人汽车和太阳能电池等“新三样”不断开发新技术新产品，保持独特的竞争优势，引导光伏、太阳能、风电、储能等行业企业“拼船出海”。

**加强生物医疗贸易合作。**依托以色列、伊朗等国家在生命科学、生物化学等领域的先进经验，积极鼓励医疗龙头企业在中东地区设立研发中心，加强与中东地区国家在医疗器械产业合作，承接先进科技成果转化转移；邀请中东企业参与2023深圳国际生物/生命健康产业展览会等自办展会，提升我市生物医药、医疗器械生产制造水平，积极抢占发展新赛道。

**推进大宗商品交易中心建设。**紧密对接前海联合交易中心（QME），用好前海天然气贸易中心政策，依托我市深汕合作区良好的岸线条件和后方广阔土地空间，建立石油进口储备和现货交割基地，扩大自中东地区原油进口和石油战略储备，弥补我市大宗资源领域进口短板。

**培育时尚产业知名品牌。**引导时尚产业企业加大在中东市

场布局，围绕高科技太阳眼镜、传统男士袍和女士装、丝绸面料、高档混纺面料服装、家用及厨用纺织品等研究设计针对中东市场的消费类产品，抢占中东时尚产业高端需求市场。

**促进跨进电商产业发展。**引导支持龙头电商设立面向中东的跨境电商平台和海外仓，支持以沙特为基地，搭建阿拉伯语—中文双语跨境电商平台，构建完善跨境物流通道。

**利用国际展会促进合作。**用好“高交会”“文博会”“金博会”“生物展”等优质展会品牌，开设中东专区，吸引更多中东企业来深参展观展洽谈合作。积极组织包机、拼机“抢单团”，参加中东（迪拜）国际电力、照明及新能源展览会（MEE），沙特利雅得国际建材五大行业展等知名专业展会。把握沙特举办2030年世博会契机，鼓励支持我市企业在交通、新能源、信息技术等基础设施建设等方面积极竞标。

**加强经贸服务平台建设。**发挥市贸促委驻阿联酋经贸联络处作用，为在阿深企提供联络协调、市场信息收集、产品展示交易等服务；加强研究论证，积极探索在沙特设立驻外经贸联络处可能性，提升中东地区经贸服务网点覆盖面和辐射力。打造“深圳—中东海外产品交易展示中心”，在中东地区集中推介深圳优势产品和品牌。

**提升企业出海服务。**依托涉外法律专家库，在企业合同履行困难、出口管制、知识产权维权等方面提供解决方案。健全中东地区贸易投资风险监测和预警体系，帮助企业评估和跟踪经贸合作风险，提升对中东地区贸易投资安全性。加大出口商品品牌认证力度，完善“互联网+认证”服务体系，优化ATA单证册管理，提供深圳品牌认证指导，提升深圳产品竞争力。

# 深企开拓非洲市场机遇研究

深圳市贸促委 麦楚瑶

近期，市贸促委依托驻非洲各经贸联络处开展深度调研，助力深圳企业开拓非洲市场。调研认为，我市在光伏、储能、汽车出口等方面可进一步加强与非洲相关国家合作。

## 一、非洲市场探析

**光伏、储能市场广阔。**非洲生产、生活用电缺口大，对电力供应稳定性要求增加，但电力基础设施尚未完善。据了解，科士达、雷铭科技等我市光伏企业已在尼日利亚进行市场调研，但尚未在非洲地区占领较大市场份额。深圳企业可采取“光伏+储能”模式，从出口太阳能电池板、储能等设备到提供系统维修管理、技术人才培养等全方位服务，增强企业出海成本优势及市场竞争力。

**新能源车、二手车出口潜力大。**非洲汽车市场进口车比例高、二手车市场活跃、新能源汽车潜在汽车市场巨大。二手车方面，该地区以进口美、欧、中东等地的汽车为主，我市甚至我国对非出口二手车较少、市场份额低；新能源汽车潜力尚未完全开发，非洲开发银行指出，电动汽车份额仅占非洲汽车市场不到1%，对非出口新能源汽车有望成为扩大新能源汽车出口突破口。我市可发挥港口、通关优势，将对非出口汽车打造成我市出口新增长点。

**家电出口增长稳健。**非洲人口众多，在家电行业方面有较大需求。据中国机电产品进出口商会数据，2023年第一季度我国家电对非出口同比增长21.2%。我市可凭借家电企业产品种类



繁多、设计新颖，受国际市场欢迎的优势，抓住机遇扩大家电出口。

**非洲国家青睐投资运营一体化合作模式。**非洲国家在技术、项目运营、人才储备等有需求，且多有外汇压力，公共产品国际化采购方面“资金+服务”合作模式更受欢迎。

## 二、五个“走出去”助力深圳企业开拓非洲市场

为服务企业抓住非洲市场机遇，当前市贸促委着力推动我市产品、服务“走出去”，协助企业开拓非洲市场。**光伏、储能产品“走出去”。**积极推动信息互通、供需对接，如组织新能源企业诉求对接会、邀请企业参加科特迪瓦投资推介会等，为光伏、储能企业开拓国际市场牵线搭桥。**汽车“走出去”。**组织多家深圳汽车经销商赴非考察，协助企业全面了解非洲汽车市场潜力、出口环境，提高投资精准度。**家电产能“走出去”。**协调在非深耕多年深圳企业，协助有意愿的深圳家电生产制造商、工业产品设计公司合作，共同进军非洲市场。**深圳模式“走出去”。**协助几内亚、塞内加尔国际巴士采购项目对接深圳巴士集团，充分发挥我市对非洲的资金、技术、人才优势，争取以投资运营一体化模式获得订单，输出对外投资运营深圳经验，扩大深圳模式在非洲地区影响力。**配套服务“走出去”。**针对非洲地区国家众多、法律规定不一，立法、司法环境不确定性高的特点，联合深圳市市场监督管理局，建设市贸促委驻非知识产权服务站，协调资源为企业提供公益性维权支持和指导服务，为企业在非合规经营提供应对支持，提升企业韧性。

# 中国企业如何在英国申请专利

中国贸促会专利商标事务所 董华林

随着中国社会经济的发展，许多中国企业已经走出去或者正在走出去，参与国际市场的竞争。了解海外国家和地区的专利制度，对于走出去的中国企业而言，有助于提前在海外进行知识产权布局、获得海外知识产权、通过自主知识产权在海外市场为经济活动保驾护航，预防和应对海外知识产权纠纷；对于国内专利代理师而言，有助于在专利代理工作中拓展全球视野。

英国是欧洲四大经济体之一，在世界经济活动中占据重要地位。英国知识产权局是负责知识产权的英国官方政府机构，其负责的知识产权事务包括：专利、外观设计、商标和版权等。英国知识产权局的职责包括：制定知识产权政策；为企业和消费者提供关于知识产权权利和责任的教育；支持知识产权执法；授予英国专利、商标和外观设计权利。

与中国不同，英国没有实用新型专利制度。

## 一、英国专利保护期限

英国发明专利的保护期限为 20 年，自申请日起算。另外，对于药品专利，英国知识产权可以授予补充保护证书（SPC），对药品专利予以补充保护，以弥补专利权人等待允许出售药品所耗费的时间，补充保护时长为从专利授权日至药品上市日的时长，上限 5 年。

## 二、英国专利生效地区

英国专利的效力涉及英国和马恩岛，不涉及泽西岛和根西

岛。另外，英国专利可以在一些英联邦独立成员或英国的海外领土延伸注册或自动生效，包括安圭拉岛、百慕大群岛、英属维尔京群岛、开曼群岛、斐济、圭亚那、圣赫勒拿岛、萨摩亚群岛、塞舌尔群岛、所罗门群岛以及坦桑尼亚的桑给巴尔地区。

### **三、英国可专利保护的主体**

关于可专利保护的主体，除了在专利法中明确排除的不可授予专利的主体之外，其他主体只要满足以下三个条件：发明是新颖的、发明涉及创造性步骤、发明可以在产业上应用，则属于可被授予专利权的保护主体。

### **四、申请英国专利途径**

一般性而言，外国申请人可以依照《保护工业产权巴黎公约》在英国直接申请专利，包括在英国提交首次申请或者提交以外国申请为优先权的专利申请。对于中国首次申请，在中国首次提出发明或者实用新型申请之日起 12 个月内，可以在英国针对同一主题提出发明专利申请并且要求享有中国首次申请的优先权。或者通过 PCT 途径申请英国专利。在提交 PCT 申请之后，自 PCT 国际申请日（最早优先权日）起 31 个月内，可以基于 PCT 申请，向英国知识产权局提出进入英国国家阶段的申请。此外，也可以通过申请欧洲专利获得英国专利。其一，在中国首次提出发明或者实用新型申请之日起 12 个月内，可以在欧洲专利局针对同一主题提出发明专利申请并且要求享有中国首次申请的优先权。其二，在提交 PCT 申请之后，自 PCT 国际申请日（最早优先权日）起 31 个月内，可以基于 PCT 申请，向欧洲专利局提出进入欧洲国家阶段的申请。在欧洲专利局通过

专利性审查、获得专利授权的欧洲专利可以在英国生效，无需附加缴纳官费，无需附加翻译。需要注意的是，在申请英国专利之前，需要考虑到中国专利法关于保密审查的规定。按照中国专利法第二十条第一款规定：“任何单位或者个人将在中国完成的发明或者实用新型向外国申请专利的，应当事先报国务院专利行政部门进行保密审查。”

## 五、英国知识产权局 vs 欧洲专利局

不同于欧洲专利局，英国知识产权局没有专利异议程序，但是公众可以在专利申请公布之后、专利授权之前提交第三方意见。自专利申请公开之后直至专利授权之前，任何人认为专利申请不符合专利授权条件的，可以向英国知识产权局提交第三方意见。英国知识产权局在专利申请的实质审查中将予以考虑。如果中国企业发现竞争对手向英国知识产权局提交了专利申请，该专利申请的保护范围可能影响到本企业在英国市场上的商业利益，那么可以考虑结合必要的证据适时向英国知识产权局提交第三方意见，以阻止该专利申请的授权，或者促使该专利申请以缩小的保护范围获得授权。英国专利制度具有自己的特色，了解其专利制度，有助于我国企业在英国为自主知识产权获得权利，预防和应对英国本地知识产权纠纷。由于欧洲专利局不是欧盟机构，英国离开欧盟不会影响现行的欧洲专利体系，覆盖英国的现有欧洲专利也不会受到影响。常驻英国的欧洲专利代理师能够继续代理申请人处理向欧洲专利局提出的专利申请。补充保护证书所授予的权利是英国国内权利，不属于欧盟范围内的权利，原则上不会受到英国脱欧的影响。

## 越南等澜湄区域经贸发展概况及市场前景指南（节选）<sup>1</sup>

中国贸促会贸易投资促进部

### 一、越南经贸发展状况

宏观经济方面，因受新冠疫情严重影响，越南经济增长再创近 30 年来新低。据世界银行的数据，越南 2021 年的 GDP 为 2782 亿美元，在全球排第 37 名。

对外贸易方面，在新冠肺炎疫情全球大流行，在大多数国家的贸易都未恢复到正常水平的背景下，越南的对外商品进出口却取得了好成绩。据越南国家统计局统计数据，2021 年，越南货物出口额预计为 3362.5 亿美元，比上年增长 19%。2021 年，越南货物进口额 3322.5 亿美元，比上年增长 26.5%。2021 年，越南服务出口额预计为 36.7 亿美元，比 2020 年下降 51.7%。服务进口额估计为 194.1 亿美元，比上年增长 8.5%。

吸引外资方面，近年来越南外国投资者新注册资本、追加资本和合资购买股权总额不断增加。越南计划投资部外国投资局公布，截至 2021 年 12 月 20 日，外商新批准、增资及并购投资总额近 311.5 亿美元，同比增长 9.2%。从投资领域看，外商投资涉及越南 18 个领域。其中，加工制造业是吸引外资最多，达 181 亿美元，占协议投资总额的 58.2%。电力生产与分销产业

---

<sup>1</sup> 本文节选自《越南等澜湄区域经贸发展概况及市场前景指南——中国贸促会 2023 年度出国（境）展览可行性研究报告》，该报告由中国贸促会贸易投资促进部主编，总共包括 9 个国别，近期本刊物陆续节选刊登。全文详见中国贸促会官方网站。

吸引外资 57 亿美元，居第二位，占 18.3%。其次是房地产业和批发零售业，协议投资额分别超过 26 亿美元和 14 亿美元。从**投资对象看**，目前，共有 106 个国家和地区对越投资，其中，新加坡以协议投资逾 107 亿美元居首位，占总额的 34.4%。韩国位居第二位，近 50 亿美元，占 15.9%。日本位居第三位，近 39 亿美元，占 12.5%。从**吸引外资的地域看**，海防市吸引外资全国最多，达 52.6 亿美元，占越南吸引外资总额的 16.9%，同比增长 2.5 倍。其次是隆安省，近 38.4 亿美元，占 12.3%；胡志明市排名第三，37.4 亿美元，占近 12%。主要投资来源国为新加坡、韩国和日本等，投资项目主要集中在劳动力密集型制造业。根据联合国贸发会议发布的《2022 年世界投资报告》，2021 年，越南引进外资流量 156.60 亿美元，引进外资存量 1925.71 亿美元。

经贸合作方面，在出口导向型加工制造业、外国直接投资和国内旺盛需求支持下，越南经济在未来一段时间内可能会持续全面增长。越南大力改善营商环境和鼓励私营投资，将助力经济增长势头。越南已于 2019 年底批准的《跨太平洋全面进步伙伴关系协定》、可能很快批准的《越南—欧盟自由贸易协定（EVFTA）》和其他已生效的自由贸易协定，将推动越南加速改革，创造更多投资和贸易机会。另外，越南与欧盟的自由贸易协定已正式生效，将会推动越南经济高速增长。包括越南在内的东盟十国，中国、日本、韩国、澳大利亚、新西兰在内的 15 国组成的“RCEP”也会积极推动自由贸易。另外，越南发布了《全面与进步跨太平洋伙伴关系协议》。2020 年 2 月，越南批准了《至 2040 年广宁省云屯经济区建设总体规划调整方

案》，其周期是 20 年，这是一个靠近中国的群岛经济特区，位于中国和越南的一带一路、两廊一圈的路径上面，也是北部湾地区的一个经济亮点。

总体看，越南尚处于工业化早期阶段，多数行业不具备完整的产业链，缺乏高新技术，产品附加值较低。根据越政府颁布的《越南工业发展 2020 年计划与 2030 年展望》文件，越将集中力量推动工业结构向现代化方向重组，重视发展高技术创新型人才，特别是优先推动有竞争力和具有现代化先进技术的行业发展，如农水产品加工、新能源和可再生能源、机械制造等。根据越南总理黎文成签发的《2021—2030 年、展望至 2050 年越南农业与农村可持续发展战略》，战略总体目标是建设商品型农业经济，立足本国农业优势，发展现代化、高产、优质、高效、可持续农业；保持越南农业在全球的领先地位，保障国家粮食安全；提高农民收入水平和生活质量；创造非农就业岗位，发展多元化生计模式，减少农村贫困人口，确保区域间发展机会均等。

## **二、越南等澜湄国家市场需求和出口优势**

**市场需求方面**，澜湄五国中，除泰国属于新兴工业化国家外，越南、柬埔寨、缅甸、老挝等四国工业化程度较低，城镇化处于初级发展阶段。总体上看，澜湄五国虽然在经济发展水平上存在较大差异，但对外资和外贸的依赖程度都较大，亟须引进国外资本、先进技术和丰富管理经验，建立完善的现代化工业体系，尤其对效益高、投入少、见效快的产能合作有较大潜在需求。同时，澜湄五国的基础设施投资水平普遍较低，基础设施落后已成为当前制约其经济迅速发展的最大障碍。越南

地处海上丝绸之路沿线，正处于工业化和城镇化的关键时期，对我国有广泛的合作需求，是我国经略周边的天然伙伴。

越南的基础设施建设跟不上经济发展步伐，世界经济论坛调查报告显示，由于越南电力非常匮乏，经常供不应求；交通基础设施不完善，投资严重不足。越南拥有年轻、高素质人口优势年轻的消费群体促使城市变得快速化带动当地消费能力发展，销售市场有巨大潜力，经济发展现状决定了其对中国产能合作具有较大需求。中越产能合作具有很大的互补性，并且符合越南改革开放的发展战略，有助于实现两国产业梯次对接。缅甸严重缺乏交通、能源、水电、邮电通信、金融服务等基础设施，难以满足投资者需求。泰国交通基础设施较为完善但效率低下，随着其经济的快速发展，电力供需矛盾日益突出。柬埔寨基础设施建设落后，电力供应无法满足本国基本电力需求，需要从国外进口。老挝近年来大力发展基础设施建设，其电力、公路等基础设施较好，但国内铁路还需要加强建设，部分村、县尚未通电。同澜湄五国相比，中国在工业化与城镇化进程上处于相对领先的地位，高铁、建筑、机械等方面已经达到世界先进水平，有利于发挥比较优势。

**出口优势、现状和前景方面**，澜湄六国地缘相近、人缘相亲、文缘相通，为次区域合作的示范区奠定了良好的基础。中国与澜湄五国在推进工业化、开展基础设施建设、升级产业结构、加速农业现代化、发展旅游业等方面具有共同的发展需求，经济互补性强，合作前景广阔。湄公河国家工业基础薄弱，中国在产能方面具有明显比较优势。中国与澜湄国家在基础设施和互联互通领域富有合作潜力，有利于促进澜湄五国的



外贸发展，推动其对外开放。

越南与中国相邻，其经济体制、文化习俗与我国相近，是中国连接东盟各国的桥梁，中国投资越南具有天时、地利、人和的优势。近年来，越南政府调整了对华贸易政策，越南政府确定，在同等条件下，越南选择中国企业，鼓励中国企业到越南投资，具体措施包括：中国企业在口岸经济区可设厂，越南政府给予诸多优惠政策扶持发展；中国的货物通过越南运往东南亚其他国家，享受和越南企业同等待遇；鼓励中国企业到越南内地投资办厂，产品出口东盟各国。在推进工业化、开展基础设施建设、升级产业结构、加速农业现代化、发展旅游业等方面也具有共同的发展需求，经济互补性强，合作前景广阔。越南工业基础薄弱，中国在产能方面相对于越南具有明显优势。中越两国在基础设施和互联互通领域富有合作潜力，有利于促进中越双方的外贸发展，推动越南经济的对外开放。

## 全球电商市场发展现状及前景展望

随着信息技术的发展，零售业是最早被互联网兴起所颠覆的行业之一，新冠疫情导致的封锁、隔离和关店措施使电商行业获得了快速发展的机会。2022年，全球零售电商销售额约为5.7万亿美元，预计这一数字在未来几年将持续增长，到2026年将达到约8.1万亿美元。本文从四个方面介绍全球电商市场发展情况：一是全球电商市场概况；二是重点市场分析；三是发展面临的挑战；四是全球电商市场前景展望。

### 一、全球电商市场概况

#### （一）市场规模

近年来，由于信息技术和互联网经济发展迅猛，线上购物越来越受欢迎，此前新冠肺炎疫情的全球蔓延、线下实体店铺关闭和人们对在线消费需求的增加，促使越来越多的企业、品牌和新零售平台进入了电商市场，全球电商市场规模持续扩大。全球零售电商市场规模在2014年至2022年间几乎增长了三倍。2021年，全球零售电商销售额约为5.2万亿美元。eMarketer预计这一数字在未来几年将增长56%，到2026年将达到约8.1万亿美元。

过去十几年全球互联网用户数量快速增长，叠加新冠肺炎疫情期间流动限制和店铺关闭的影响，推动更多消费者转向了线上购物，也促使以前没有大规模在线开展业务的卖家进行线

上扩张。全球零售电商市场增长率在 2020 年达到 25.7%，2021 年回落至 17.1%，2022 年后增速将趋缓，但依旧保持增长态势。

## （二）市场特征

电商占零售总额比重逐年增加。零售是几乎被互联网颠覆的行业之一，线上销售在零售业中发挥着越来越重要的作用。2020 年新冠疫情导致线下消费受到严重影响，而线上消费在一定程度上推动了电商行业快速发展，电商占零售总额比重快速增加至 17.8%，之后增长较为平缓。2022 年，电商占全球零售总额的近 20%。eMarketer 预测，到 2026 年，在线部分将占全球零售总额的近四分之一。

亚洲电商销售额遥遥领先。2022 年，全球电商市场以亚洲为中心，电商销售额全球领先的的经济体中，亚洲经济体占据半数。其中，中国、日本、韩国、印度和印尼分列第一、三、六、七、九位。Statista 数字市场展望估计，2022 年，中国电商市场将产生约 1.5 万亿美元的收入。美国在全球排名第二，规模约为 8750 亿美元；其次是日本，约 2410 亿美元。

亚洲市场增速领先。eMarketer 报告显示，2022 年，在全球电商市场中，亚洲、澳洲和美洲的电商市场增长最为显著。世界上零售电商增长最快的四个国家都在亚洲。从具体国别看，新加坡和印尼预计将出现最高的增速，在线销售额分别将增长 36%和 34%。在此前的新冠肺炎疫情期间，拉丁美洲的数字经济蓬勃发展，电商在该地区各个经济体中呈现了前所未有的增长。其中，阿根廷线上零售市场预计将增长 25%以上，增速高于美洲任何国家。

### **（三）市场表现**

中国是最受欢迎的线上跨境购物市场。根据 Dynata 对全球范围内 39 个国家的跨境购物者的调查，中国是最受欢迎的线上跨境购物市场，30%的受访者表示他们通过中国电商平台购物。德国以 14%的得票率位居第二，其次是英国和美国，均为 10%。

电商市场规模的主要贡献者是排名靠前的平台。世界领先的电商销售平台（以销售额计）为：阿里巴巴、亚马逊、京东、拼多多、Apple、ebay、三星、小米、Coupang、沃尔玛等。截至 2022 年，阿里巴巴是全球最大的电商零售商，年在线销售额估计为 7800 亿美元。亚马逊是第二大电商零售商，拥有约 6900 亿美元在线销售额。

然而，据 Edge by Ascential 预测，到 2027 年，亚马逊将超过阿里巴巴，预计年在线销售额将超过 1.2 万亿美元。Dynata 调查数据显示，超过四分之一的跨境购物者通过亚马逊进行购物。使用阿里巴巴/速卖通的购物人数位居第二（约占 17%）。

中国电商渗透率世界最高。2022 年，中国为世界上最大的电商市场，线上销售额占中国零售额的近一半，也是世界上渗透率最高的电商市场。英国排名第二，线上零售比例为 36%，其次是韩国（32%）和丹麦（20%）。

## **二、重点市场分析**

### **（一）亚洲**

德勤发布的《科技赋能亚太数字贸易》报告显示，截至 2021 年，在跨境电商发展方面，中国因庞大的电商规模而尤其具有突出优势，数字贸易发展总体得分为 71.4。亚洲范围内，

韩国、新加坡和日本在跨境电商方面也是发展较为成熟的市场。新加坡虽然市场整体规模较小，但其跨境电商占电商整体规模的比例较高，高昂的物流成本是开展跨境电商最紧迫的挑战；日韩电商市场发展较为成熟，但目前跨境电商占电商整体规模较低。未来，随着电商市场取得更大程度的开放，国民的购买力和发达的电商供应链能有效促进跨境电商市场的持续增长。

谷歌、淡马锡和贝恩公司联合发布的《2022年东南亚数字经济报告》预计，2025年，印尼电商市场将产生950亿美元的在线零售额，显著高于2019年的250亿美元。预计到2025年，印尼将占东南亚电商市场的45%以上，也将是东南亚国家中最大的电商市场之一，这可能是由于中产阶级的增长和互联网普及率的增加。其他新兴市场还包括马来西亚、菲律宾、泰国和越南。

## （二）欧洲

近年来，欧洲线上购物规模呈上升趋势，在经历新冠肺炎疫情、英国脱欧、乌克兰危机之后，欧洲电商销售逐步走向正常化和稳定化。Statista预计欧洲电商市场的收入在经历2022年的下降后，在2023年至2027年间将持续增长。

2021年，德国电商销售收入约867亿欧元，预计2022年将达到974亿欧元。2022年，法国电商销售额约为1469亿欧元，与前一年的1290亿欧元相比，这一数字增长了近14%。西班牙的电商收入在2020年上半年有所下降，下半年开始快速复苏，预计可以维持多年的持续增长。

## （三）北美

美国电商市场的收入在过去几年中持续增长。据 Statista

预测，2023年美国零售电商销售额总额超过1万亿美元，然而，电商占美国零售总额比例不足五分之一。预计2023年至2027年间，美国电商市场的收入将持续增长，2027年收入将连续四年增长至1.6万亿美元。随着行业收入的持续增长，企业数量也有望增加，但利润率增长乏力。IBISWorld预计，美国电商行业利润率在2022年占行业收入的5.9%，与2017年的5.6%相比增长微弱。

2022年，加拿大零售电商创造了超过520亿美元的收入。Statista预测，到2027年，这一数字预计将增至940亿美元。加拿大时尚和电子这两个细分部门在2022年分别占加拿大所有电商零售额的27%和25%。与世界上许多其他国家一样，加拿大的时尚电商行业也几乎被一位中国新星Shein所颠覆。

由于电商市场的兴起，北美的跨境购买行为越来越普遍。根据Dynata的一项调查，美国购物者最近的跨境线上购物大多在中国进行，在美国受访者中，占比高达41%；英国以15%的得票率位居第二；加拿大以9%的得票率紧随其后。同时，46%的加拿大受访者近期从美国跨境购物，中国以32%位居第二，其次是英国（6%）。根据Ipsos MORI与PayPal进行的调查，截至2022年1月，服装和服饰作为美国受访者从国外购买的最受欢迎的产品类别，占比33%；14%的人购买玩具及消费电子产品。加拿大受访者购物的主要类别是服装，占35%；第二大类别是玩具，占16%；其次是消费电子产品，占13%。

#### **（四）拉美**

近年来，线上购物在拉美市场越来越受欢迎。在此前的新冠肺炎疫情期间，拉丁美洲的数字经济蓬勃发展，电商在该地

区各个经济体中呈现了前所未有的增长。2021年，拉丁美洲零售电商销售额扩大至850亿美元。据Morgan Stanley预测，到2025年，这一数字预计将上升至约1600亿美元。

2020年，由于新冠肺炎疫情，南美国家的线上销售收入激增，每年增长40%。根据Statista的估计，2020年巴西和墨西哥将共同占据拉丁美洲电商市场60%左右的份额。零售电商将约占墨西哥零售总额的5.5%和巴西的4.5%。2022年，巴西电商创造了近1700亿巴西雷亚尔的收入，比前一年的1500亿增长了12%。

巴西和阿根廷位列世界上增长最快的在线零售市场。2022年，阿根廷的在线销售收入超过2.8万亿阿根廷比索，这比上一年同期公布的15亿比索的电商收入高出87%。但值得注意的是，2022年，阿根廷的通货膨胀率超过了72%。

### **三、发展面临的挑战**

#### **（一）海外多国陆续加强电商税收征管**

近年来海外多国政府纷纷出台税收政策，加强对跨境电商的税收管理。欧洲各国自2016年开始纷纷发起“税务合规化”行动，从2021年7月1日起，欧盟增值税改革正式实施，明确电商平台增值税纳税义务。美国最高法院2018年6月通过法案，规定各州政府有权对电商的跨州销售征消费税，全美已有45个州全面征收电商税，其余5个州也正在进行新税法的协商和落地。巴西政府为保护本国的工业生产，升级了对国外进口货物的征税贸易保护政策。2019年4月，日本改变了对跨境电商进口商品的征税方式，取消了3000日元以下的商品免税政策，并提高了进口免税额度。自2019年7月起，韩国推出了新

的跨境电商进口税收政策，对于跨境电商进口商品实行普遍税率 10% 的消费税。马来西亚从 2023 年 4 月 1 日起对该国网上销售的低价值商品（LVG）征收 10% 的销售税。2023 年 2 月，印尼财政部税务总局计划今年指定电商平台、市场为“税务员”，如果此法规通过，在 Shopee、Lazada、Tokopedia 等平台上开展业务的卖家将被征税。

## **（二）竞争激烈导致跨境卖家盈利能力下降**

电商行业竞争的进一步加剧导致跨境卖家盈利下降。Feedvisor 和 Zogby 在 2022 年的一项调查显示，亚马逊电商卖家在美国面临的最大挑战是竞争日趋激烈，三分之二的亚马逊商家担心与其他卖家相比竞争力下降，而 67% 的商家认为亚马逊的自有品牌和独家产品阻碍他们在热门细分市场上的商业活动。另一方面，中国出口跨境电商存在商品同质化程度偏高的现象，出口商品主要以服装、鞋类等初加工产品为主，高附加值产品占比较低，且存在跨境电商物流成本趋高、跨境支付存在风险等问题，导致企业盈利能力呈下降趋势。根据雨果跨境一项针对 800 多名中国亚马逊卖家的调查，约 55% 的受访者表示，与 2021 年相比，他们在 2022 年的利润有所下降；相比之下，约 34% 的受访者录得利润增长。

## **（三）消费者信心和消费能力不足**

曾经肆虐的新冠疫情带来的“疤痕效应”、通货膨胀以及对未来的不确定性的担忧，使消费者购买力和消费信心正在减弱。在过去五年中，可支配收入已成为决定电商行业需求的一个越来越重要的因素。但随着经济不确定性的增加和失业率达到历史高位，一些消费者正在推迟非必需品的购买。此外，俄



乌冲突可能将产生长期、严重的后果。尽管俄罗斯和乌克兰仅占全球贸易的 2% 左右，但两国仍是一些矿产和农产品的主要供应方，因此，俄乌冲突将引发额外的供应链压力。消费者预算也将受到食品和燃料价格上涨的挤压，这将挤出其他消费支出。

#### **（四）商家面临多重欺诈风险**

跨境电商促进了世界经济贸易的普惠共赢，带动了流通基础设施现代化建设，推动了生产和流通的深度融合。但同时，商家也面临多重欺诈风险。Qualtrics 进行的调研显示，2022 年墨西哥约四分之一的电商公司遭遇了友好欺诈。在德国，近三分之一的商家报告称这类欺诈行为激增，而一半的商家则发现滥用促销的行为有所增加。受访者中，加拿大和澳大利亚是报告遭遇在线支付欺诈增加的商家最多的国家，约 70% 的受访者表示受到过此类欺诈。

### **四、前景展望**

#### **（一）全球跨境电商市场规模将继续稳步增长**

消费者对海外商品的需求一直不均衡，主要是由供应链挑战和通货膨胀等与国内产品供应有关的因素驱动，而跨境购买本身仍具有持久力。预计未来几年，将有越来越多的消费者通过跨境电商方式购买商品。Statista 预计，2023 年零售电商总收入将达 6.3 万亿美元，其中亚洲的零售电商总收入将超过 2 万亿美元，是各区域市场中最高的；第二高的地区是美洲，约为 1.1 万亿美元；非洲电商收入规模仍将是全球最小的，约为 440 亿美元。作为世界最大的电商市场，中国跨境电商动能依然十足。随着 RCEP 生效落地，有利于提高跨境电商出海便利度，

推动东南亚跨境电商经济快速发展。

## **（二）当地参与者推动电商市场规模快速增长**

尽管在线零售巨头阿里巴巴和亚马逊在全球在线购物市场占据主导地位，但在许多增长最快的电商市场中，它们并不是当地最大的平台。就每月网站流量而言，新加坡电子零售商Shopee是新加坡领先的电商网站。在阿根廷，Mercado Libre的流量几乎是与其最接近的竞争对手亚马逊的十倍。由于非洲市场基础设施不足、政治不稳定、网络安全风险高导致渗透非洲电商市场的成本高昂，亚马逊和阿里巴巴等电商巨头在非洲大陆的影响力仍然很弱。因此，本土市场参与者有望发挥“后发优势”，推动当地电商市场快速增长。

## **（三）新兴市场发展潜力大**

新兴市场虽然起步晚，但是潜在客户数量正在增加，发展潜力大。根据 Statista 预测，2023 年至 2027 年间，巴西的零售电商销售额增速将在全球 20 个国家中排名第一，年复合增长率为 14.6%。阿根廷和土耳其也在全球增长最快的电商市场之列，复合年增长率均超过 14%。同期，全球零售电商的复合年增长率估计为 11.3%。（转载自《中国贸易报》）

# **值得关注的电池储能技术三大趋势**

储能系统的装机容量快速增长使储能领域成为电池制造商新的竞争战场。无论是从电动汽车（EV）市场向多元化发展，还是专注于电池储能系统，对于电池供应商来说都是一个很有吸引力的机会，可以利用未来十年的强劲发展。

调研机构 Wood Mackenzie 公司日前发布了一系列的储能系统技术和市场报告，其中一份报告侧重于储能市场将如何推动锂离子电池设计的发展。以下是三个值得关注的趋势概述。

## **一、用于储能系统的电池和动力电池的分化正在加速**

技术、市场、制造和政策等因素共同推动着锂离子电池市场格局的快速变化。随着电池储能系统部署的加速，电池储能系统对电池的特定性能要求正在越来越多地通过与电动汽车电池市场的分化来解决。

电动汽车电池的重点是提高能量密度以提高续航里程并缩短充电时间，而电池储能系统电池的重点是成本、耐用性和持续时间。电池储能系统采用的电池需要更长的工作寿命，充放电次数高达 10,000 次，达到动力电池的三倍。对持续时间更长的电池储能应用的需求也在不断增加。

此外，激励政策也将影响电池市场的分化。根据美国政府发布的《削减通胀法案》，国内含量至少为 40%（到 2029 年将上升到 55%）的电池储能系统可以获得 10% 的额外投资税收抵免。相比之下，电动汽车电池对关键矿物来源的要求要严格得多，并且需要可追溯性。这将会增加生产成本，并导致电动汽车和电池储能市场的电池供应相分离，以避免电池的价格不必要地上涨。

## **二、磷酸铁锂电池（LFP）在储能应用中获得更大发展**

先进的硅基和锂金属阳极技术以及固态电池等新技术旨在提高电池能量密度。因此，电池生产商将优先考虑电动汽车和消费电子市场。

磷酸铁锂（LFP）电池由于其安全性能、长循环寿命以及铁和磷酸盐的丰富性（因此成本更低），在电池储能市场上迅速流普及。

另一项在商业化方面进展迅速并在电池储能应用方面具有诱人前景的电池技术是钠离子电池。钠离子电池的工作原理与锂离子电池相似，但对锂、钴和镍价格上涨的敏感性低于锂离子电池。

### **三、成本的降低正在推动电池尺寸和形状创新**

最终，电池尺寸和格式的发展也在储能市场上迅速发展。降低成本的一个有意义的方法是增加电池的容量和尺寸。这减少了电池储能系统的组件数量，降低了物料清单（BOM）成本，简化了组装和集成，并减轻了电池管理系统（BMS）的管理负担。

280Ah 已经成为电网规模应用中磷酸铁锂电池（LFP）的新标准，其容量可以达到 560Ah，充放电次数更高，可达 12,000 次。然而，尺寸更大的电池需要更高的制造能力，也意味着安全管理。

在电池形状方面，棱柱形电池目前在电网规模储能系统中占主导地位，主要是因为它们受到中国电池制造商的青睐。这种电池具有更高的空间效率，但制造成本昂贵。相比之下，圆柱形电池相对安全，便宜且易于制造，并且由于其工作寿命长，运行更加经济。根据 Wood Mackenzie 公司的预测，未来十年，最新一代更大的圆柱形磷酸铁锂电池（LFP）电池将用于各种储能市场。（转载自“数字储能网”）

## 中建科工：积极投身“一带一路”建设

### 一、中建科工介绍

中建科工集团有限公司是中国最大的钢结构产业集团、国家高新技术企业，隶属于世界 500 强中国建筑股份有限公司。公司聚焦以钢结构为主体结构的工程、装备业务，为客户提供“投资、研发、设计、建造、运营”一体化服务。

公司有“中建钢构”“中建科工”两大品牌，分别从事钢结构和“钢结构+”业务。在国内设东西南北中五个区域公司及五大现代化钢结构制造基地，制造年产能超过 120 万吨，居行业首位；公司还在五大洲的 36 个国家和地区开展业务。公司拥有建筑工程施工总承包特级、工程设计建筑行业甲级、市政公用工程施工总承包壹级、中国钢结构制造企业特级等核心资质体系。

公司以承建“高、大、新”工程著称，通过钢结构专业承包、EPC、PPP 等模式在国内外承建了一大批体量大、难度高、工期紧的标志性建筑，创造了国内钢结构施工史上“最早”“最高”“最大”“最快”的业绩。全球高度前 10 位的已建成摩天大楼，公司承建了 4 座；国内 26 座超过 400 米钢结构超高层建筑，公司承建了 23 座。在深圳地王大厦和广州国际金融中心施工中先后创造了“两天半一层楼”和“两天一层楼”的世界高层建筑建造新纪录。公司在业内具有领先的技术优势，获得国家技术发明奖 1 项、国家科技进步奖 8 项（一等奖 1 项）。

公司以“让城市生活更美好”为己任，聚焦民生，针对“上学难”“看病难”“住房难”，自主研发了钢结构装配式建筑体系，广泛应用于学校、医院、住宅，以及酒店、写字楼、产业园。公司针对“出行难”“停车难”，自主开发了慢行交通和智慧停车系列产品，分别应用于全国首条自行车高速公路、全国首个机械式新能源公交车立体车库等项目。

“十四五”时期，中建科工将秉承“铁骨仁心”文化，围绕“高质量、可持续、全面发展”目标，持续向建筑工业化、智能化、绿色化迈进，致力于创建“具有全球竞争力的建筑工业化科创集团”。

## 二、中建科工积极投身“一带一路”建设

中建科工发扬央企担当与使命，积极投身“一带一路”建设，在“一带一路”沿线36个国家和地区累计承接工程项目超100个。同时，公司在阿联酋、埃及、巴新、马来西亚、港澳设立了5个海外分支机构，并在迪拜、埃及、阿尔及利亚设立海外3大制造基地。

“一带一路”沿线的东盟地区，在马来西亚、印度尼西亚、缅甸、泰国、越南、文莱等国家承接工程业务，代表性工程包括东南亚第一高楼——马来西亚标志塔、马来西亚KLCC综合商业体、马来西亚碧桂园森林城市、富力公主湾、印尼美加达中央公园、缅甸曼德勒工业园、泰国素万那普机场、越南洞山电厂、文莱淡布隆大桥等；

“一带一路”沿线的南亚地区，在巴基斯坦承接了巴基斯坦第一大机场——伊斯兰堡国际机场、塔尔电站二期、巴基斯坦LUCY电站、印度TATA厂房等代表性工程；

“一带一路”沿线的西亚地区，在伊朗、土耳其、阿联酋、科威特、塞浦路斯 5 个国家承接工程业务，代表性工程包括伊朗 STPC 工业园厂房、土耳其伊斯坦布尔生产基地锅炉支架、中东地区最大的机场——阿布扎比国际机场、科威特第一高楼——国民银行大厦、迪拜地铁、迪拜哈斯彦电厂、迪拜光热电站、科威特大学城、塞浦路斯公寓酒店等；

“一带一路”沿线的中亚地区，在哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、塔吉克斯坦承接工程业务，代表性工程包括哈萨克斯坦轻轨、伊希姆河大桥、乌兹别克斯坦阿汉加兰水泥厂、塔吉克斯坦自由塔等；

“一带一路”沿线的港澳地区，历时 46 天完成中央援港医院和落马洲方舱设施，承建了香港第一高楼——香港环球贸易广场、香港西九戏曲中心、香港昂船洲展览中心、香港国际机场天桥、香港启动体育公园、香港美利道、亚洲最大酒店——澳门威尼斯人酒店、新葡京酒店、澳门美高梅酒店、澳门观光塔等工程；

“一带一路”沿线的非洲地区，在阿尔及利亚、埃及 2 个国家承接工程业务，承接了世界第三大清真寺——阿尔及利亚大清真寺、阿尔及利亚新机场、非洲第一高楼——埃及新首都 CBD 标志塔、埃及 GOE 水泥厂、世界上第一大铁路平旋桥——埃及平转桥、美的埃及厂房等代表性工程；

“一带一路”沿线的南太地区，在巴布亚新几内亚、斐济、新西兰、新加坡、密克罗尼西亚等国家承接工程业务，代表性工程包括中国巴新友谊学校——布图卡学园、星山广场二期、巴新 Scratchley&Pair 道路、斐济系列公寓、新西兰公模

块化寓酒店、新加坡地铁管棚、新加坡国浩时代大厦、新加坡内政部大楼、密克罗尼西亚国家会议中心，密克罗防疫隔离实施等；

“一带一路”沿线的欧洲地区，在塞尔维亚承接了科斯托拉茨电厂项目，塞尔维亚玲珑轮胎厂等项目，进军了欧洲市场。

### 三、政策支持建议

建议政府主管部门加大对外承包工程的扶持力度，在资金支持方面给予重点关注；建议行业协会搭建中资企业合作出海的平台，合作共赢、共防风险，构建行业发展新生态；建议帮助企业培养国际化经营专业人才，为中资企业在海外立足打下基础。（根据中建科工集团有限公司供稿整理）

---

报：市领导；中国贸促会领导，广东省贸促会领导。

送：市直各有关单位，各区（新区、深汕合作区）；各省市贸促会。

发：市有关商协会、重点企业。

---

编辑：吴迪、吴思宇

校对：张弛、李丹

审核：杨宏宇

电话：0755-33358492