

深圳贸促

2023年12月刊（总第87期）

中国国际贸易促进委员会深圳市委员会 2023年12月29日

【重点展会情况】

- 深圳市深度参与首届中国国际供应链促进博览会..... 1
- 第十七届深圳国际金融博览会成功举办..... 3

【贸促专题研究】

- 肯尼亚旅游业投资分析（张坤育）..... 10
- 印度新能源和储能调研简述（江小攀）..... 15

【贸促国别研究】

- 大洋洲及南太地区经贸发展概况及市场前景指南（中国贸促会贸易投资促进部）..... 17

【国际国内评述】

- RCEP架构下中日韩服务贸易特征及合作路径..... 24
- 越南海外仓的机遇和挑战..... 29

【企业直通车】

- 欣旺达动力：源自30年锂电池经验..... 35

【重点展会情况】

深圳市深度参与首届 中国国际供应链促进博览会

首届中国国际供应链促进博览会（以下简称链博会）于2023年11月28日至12月2日在北京举办。链博会是全球首个以供应链为主题的国家级博览会，由中国贸促会主办，以“链接世界 共创未来”为主题，设置智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链、数字科技链、健康生活链5大链条和供应链服务展区，成为全球共享的国际公共新产品、推动建设开放型世界经济的新载体。

深圳市积极参与首届链博会，由市贸促委牵头，会同市工业和信息化局、市商务局，以及全市各区积极推动链博会呈现“深圳元素”，遴选组织华大集团、稳健医疗、欣旺达等28家深圳企业组团参展参会，展现深圳“智造”的硬实力与供应链韧性，向全国、全球展示深圳供应链产业链生态体系建设的高质量答卷，体现深圳参与和融入产业链供应链国际竞争合作的积极姿态。

深企展台成为人气“打卡点”。深圳企业新产品、新技术、新服务吸引众多专业观众，成为展会“人气之星”。欣旺达“一杯咖啡满电出行”的全球首款量产超快充产品“闪充电池”惊艳亮相。长盈精密作为苹果公司供应链伙伴，展示智能数控加工车间，天机协作机器人等智能装备、AGV自动换刀技术等多款核心产品与技术。大漠大智控带来的第三代室外无人机

编队、第二代室内无人机编队、中国风的孔明灯三款产品，吸引了德国、美国及中东地区等客户洽谈。中兴通讯展示全球首款裸眼 3D Pad、全球首款消费级 GPT 无线 AR 智能眼镜等数码产品、华大集团首次展出被誉为“超级测序工厂”的超高通量基因测序仪等吸引众多客商驻足洽谈。稳健医疗、华大集团、顺丰速运、大漠大智控、杰普特光电等热门展位，单日观众流量均达到 1 万多人次。

深圳企业供应链“朋友圈”持续扩大。利用链博会境外资源汇集优势，吸引了来自世界各地的意向客户与订单，收获满满。稳健医疗收获了供应链上下游 40 余家企业咨询和合作意向，与中展集团、福寿康鑫等企业签订意向合作协议。怡亚通与 20 余家潜在客户达成意向合作，包括新能源光储充、电池设计制造、国内外大型物流仓储企业等行业优质项目。杰普特光电与柏林驻华商务联络处深入对接，计划在深圳进一步洽谈合作。诺普信与先正达等优秀企业和农场经营者达成初步合作意向。顺丰速运正在积极拓展国际战略，在展会现场签下一批重要国际客户。首彩集团现场与 56 家经销商达成合作意向。今天国际和意向客户对接，未来将构建合作生态，计划在匈牙利成立分支机构。据不完全统计，深圳参展企业达成合作意向金额约 5.9 亿元人民币。

深圳展团成为亮丽风景线。深圳参展企业数量多、活力足、创新能力强，成为链博会的独特风景线。深圳参展企业数量超过全部展商数量的 5%，展出面积超过 2700 平方米，涵盖智能汽车链、绿色农业链、清洁能源链、数字科技链、健康生活链等多个重要领域。据不完全统计，深圳企业接触到上下游合

作伙伴、国际资源 360 多个。展会期间，人民网/人民视频、新华社、央视、深圳特区报、深圳卫视、深圳商报等媒体持续跟踪报道，就深圳展团、深圳企业开展报道 80 余次，确保每天都有“链博深圳声音”，进一步凝聚关注供应链稳定安全畅通、支持“20+8”等深圳代表性产业发展的合力。首届链博会闭幕新闻发布会 7 次提到深圳展团、深圳企业的创新技术、交流合作情况，进一步增强深圳企业的曝光度、美誉度，提升了深圳的城市影响力、吸引力。

举办深圳重点产业推介会。11 月 29 日，“创新深圳 链接世界——深圳重点产业推介会”在北京国都大饭店会议中心举办。推介会由中国贸促会、深圳市政府联合主办，市贸促委牵头，市工业和信息化局、市商务局共同承办。该活动是中国贸促会与地方政府联合举办的 4 场官方配套活动之一。中国贸促会副会长**陈建安**、深圳市副市长**张礼卫**出席并致辞。会上，市工业和信息化局、市商务局，龙岗、龙华、光明、坪山 4 个区政府推介重点产业和营商环境；稳健医疗、欣旺达、华大集团、深圳机场、怡亚通、科瑞技术、顺丰速运等 14 家深圳企业就创新产品、合作需求、合作项目等专题分享，与参会嘉宾进行互动交流、建立联系，为企业扩展业务、寻找国际订单打下良好基础。

第十七届深圳国际金融博览会成功举办

2023 年 12 月 16 日至 18 日，第十七届深圳国际金融博览会（以下简称金博会）在深圳会展中心成功举办。作为深圳 2023

年的压轴大展之一，本届金博会以“凝聚金融新动能，赋能高质量发展”为主题，突出金融服务实体、凸显金融为民、展现金融“双招双引”、展示金融科技引领、体现金融拉动消费升级和产业优化，展览总面积达3万平方米，共有296家境内外企业、机构参展，境外展商比例达到10%。展会同期举办了29场论坛及产融对接交流会等配套活动，参与的金融类协会达37家，实体类协会21个，参加会议和活动的企业近2000家。现场发布创新金融服务产品25项，参加金融科普活动超1万多人次，展商满意率95%，展会成效显著。

专精特新启幕产融对接，金融“活水”浇灌产业实体

专精特新专场是本届展会首场产融对接活动，为广大专精特新企业进行上市政策、金融产品及服务宣讲，吸引了近百家专精特新企业参与。在签约环节，北京银行深圳分行、中国工商银行深圳市分行、中国农业银行深圳市分行等十家银行与优必选等专精特新企业进行银企集中签约，共同发挥银政合力，为企业成长提供金融赋能。展会期间，主办方首次协同市中小企业服务局、工商联等企业服务部门链接“20+8”产业集群的专精特新和小巨人企业代表，举办了多场行业专场对接会构建供应链金融发展生态。

各区政府（新区、合作区管委会）悉数参展，以不同的主题积极展示深圳良好的金融环境，和各具特色的招商引资政策。展会期间，由深圳市地方金融监督管理局主办的深圳金融招商推介会以“金融湾区·圳当有为”为主题，充分展示深圳金融产业的发展优势和特色。光明科技金融大会上，光明区与中国农业银行深圳市分行携国内优质金融机构签署了战略合作

协议，签约了 20 亿元规模的光明科学城种子基金，全面展现了光明区积极贯彻落实推动“四链”融合发展的丰硕成果。龙岗区举办的“深圳市弘盛宝龙新兴产业私募股权投资基金”签约仪式，标志着 5 亿元规模的深圳湾生物医药基金正式落户龙岗区。主办方还通过“展览+推介会+考察线路”结合共促招引形式，形成市区两级招商推介联动。组织了 18 个国家驻穗总使领馆官员、外资金融机构代表，以及香港、长沙、南宁、青岛等 6 个经贸代表团组前往宝安、龙岗、龙华、光明的金融集聚区实地参观调研，实现“馆内”推广接洽服务和“馆外”考察对接服务双向输出。

汽车金融专区内，“汽车+金融+绿色”的主题更是“金”彩连连。比亚迪、华为问界、理想、小鹏等造车新势力和奔驰、宝马、广汽埃安等传统车企共近 30 个汽车品牌携近百款热销车型亮相展区，签约 153 个订单，销售额达 4000 万元。服务市民消费，促进“产业-金融-消费”良性循环。

“深惠万企 圳在行动”是继 2020 年、2021 年连续两年开展“百行进万企”活动之后，升级打造的具有深圳特色的普惠金融新品牌，本次活动不仅扩大了普惠金融参与主体，也丰富了政银保企融资对接的形式和内涵。

科技引领，前沿技术挖掘“数字机遇”

科技是深圳金融始终如一的底色，也是本届金博会的亮点之一。数字征信、数字支付、数科智能决策引擎……加码科技投入，挖掘“数字机遇”，成为了金融业发力的“主战场”，更是深港金融业合作的“最大公约数”。

展会首日，南山区“信易贷”平台作为南山区推出的政府

公益性融资服务平台正式发布，该平台依托“区块链+隐私计算”的创新应用，以政府、银行、企业信息共享为核心，促进企业与金融机构的精准、高效对接，进一步拓宽中小微企业融资渠道。

展会金融科技展区内，深圳推出的全国首台数字人民币硬钱包自助发卡机前，不少展会观众驻足。据悉，该设备可实现7×24小时提供硬钱包发行、充值、回收服务，为香港居民来深消费提供便利，目前已有超过2.3万名香港市民申领“硬钱包卡”。

华为擎云、拉卡拉支付、金蝶等知名金融科技企业和计算科学研究院等金融科技基础研究机构，展出金融科技软、硬件创新技术产品应用场景和解决方案。在AI大模型的风口之下，金融也迎来了更大的创新和变革可能。“我们的技术可以整合公开信息和数据，为券商等金融机构的投研或撰写研究报告提供一定的辅助。”参展商深圳希施玛数据科技有限公司的金融AI垂直大模型及AIGC系列应用在本次金博会上重磅亮相。

深港协同，引领金融创新合作

第十三届深港资本市场金融创新论坛以“双向开放，互联互通”为主题，邀请金融界的专家学者和业界代表为深港金融市场的发展献智献策，近500名香港金融机构代表及深圳证券经营机构代表参加论坛，“证券虚假陈述案投资者损失计算系统”及《证券公司重要信息系统数据库管理标准》等三项新团体标准于论坛上正式发布，港交所、前海金融局在论坛上做了推介。“2023财富管理论坛暨家族办公室发展论坛”以大湾区财富管理中心发展格局中的家族办公室为主题，聚焦大湾区家

族办公室的趋势和展望、探讨深港合作前景。

在此之外，前海展区在整体设计融入了“深港合作”创意元素。展区顶部的“莫比乌斯环”造型，格外吸引人关注，该造型寓意着深港紧密联通，及前海支持香港融入国家金融改革开放新格局、巩固提升香港国际金融中心地位的战略定位。香港展区里共有十二家香港企业联合参展，每天都吸引了大量的客户咨询交流。

金融为民，寓教于乐做“金融明白人”

IP大集结 VS “反诈大作战”。今年的金博会上，金融科普专区再次成为焦点！依托“金融明白人”、“护小伞”和“财哥宝妹”等超人气IP形象，通过动画、海报、表情包等生动有趣的形式，展示最新的金融知识宣教作品，帮助大家学习金融知识，提升金融风险防范意识，守护市民的“钱袋子”！

全球聚焦，开启青少年财商教育的新篇章。国际青少年财商大会也是本次金博会的一大亮点活动。本届展会特别为100组家庭举办了主题为“青少年财经素养与未来财富人生”的活动，拓展青少年的国际视野，引导其树立正确的金钱观、价值观和人生观。

互动打卡，寓教于乐。“金融科普实践互动打卡点”是本次金博会深受欢迎的亮点之一！展会精选了20个展位作为打卡点，结合参展主题和展位情况，准备诸如趣味小游戏、展位科技元素体验、消保问答等各种互动打卡小任务。参展观众参与互动打卡后，纷纷抽取纪念品或小礼品，现场气氛十分热烈。

“人才+金融”大招，强力助推“招才引智”

金融人才特色专区通过举办金融人才现场招聘会、发布行

业最新用人趋势等方式，全面宣介深圳人才政策和服务体系，展现深圳人才“软环境”，吸引更多专业人才和创新团队助力深圳金融高质量发展。在展会期间，超100家金融机构面向全球招募金融人才发布超2500个优质岗位需求。其中，QFII销售、衍生品交易、经纪人、BIM项目经理、FOF投资经理、算法工程师、精算师等，吸引了大量国际金融人才及应届毕业生驻足停留，与各个知名金融机构的人力资源负责人当面交流、投递简历。

此外，人才对接活动还吸引了来自英、美、澳等国家以及港澳地区知名学府的海归人才，以及国内高等院校博士、硕士、应届本科毕业生等应聘者踊跃报名。

跨境金融，“亮相”鹏城绽异彩

除了展示深圳本地的金融成果之外，国际金融展区邀请了外资银行、保险、证券、基金、投行行业组织、政府机构及跨境金融专业服务机构“组团”亮相，服务跨国金融走进来，助力企业走出去。

“我们是第一次参加金博会，现在疫情放开了，希望来中国了解下市场需求，看看有无合作的机会。”来自澳大利亚的马化基金管理有限公司投资负责人Karen表示，公司目前在中国有办事处，计划申请QFLP（合格境外有限合伙人）来投资中国。该公司了解到中国有不少好的投资项目，并且许多中国企业也有布局海外市场的需求，所以想通过本次参展，为公司的私募股权投资业务未来布局中国市场打下基础。

由哈萨克斯坦国际金融中心AIFC（Astana International Financial Centre）颁发的全牌照银行——智朗银行

(Brillink Bank) 首次参展本届金博会。其相关负责人介绍，公司基于利用大数据、区块链、人工智能等技术，研发出智能风控系统，为跨境供应链场景金融风控提供一系列的解决方案，专注为境外主体、跨境贸易上下游以及专业投资者提供一站式开户、存款、结算及供应链融资服务。“我们成立的时间不长，想以这次展会为契机展示我们的技术和产品，而且深圳这边的贸易企业很多，我们也希望在这找到更多合作伙伴。”

今年以来，多国政府官员、国际机构负责人和跨国企业高管密集到访中国，掀起一阵“访华潮”“增资潮”。同时也有越来越多外资企业、外资金融机构陆续开始布局中国。本次金博会上，英中贸易协会、苏格兰国际发展局、哥伦比亚贸易投资旅游局、巴基斯坦驻广州总领事馆商务处、韩国高科技项目孵化中心等多国相关部门或专业机构，通过设立展位和窗口，寻求与中国市场的交流和链接。

本届金博会作为一场跨界融合、人才汇聚、产融对接的盛会，以科技创新为导向，深度分享了业界创新成果，促进共享业界优势资源，揭示行业新风向；探索机制完善、产品多元的金融服务体系；以服务中小企业发展为核心，发挥“金融加速器”对科技创新和产业振兴的支持作用，为深圳建设先行示范区、创建国家科创金融改革创新试验区提供了新示范、展现了新作为、作出了新贡献。

肯尼亚旅游业投资分析

深圳市贸促委驻肯尼亚经贸联络处 张坤育

非洲旅游资源很是丰富。世界旅游组织预计，到访非洲大陆的游客增长将越来越快，到2030年预计到非洲旅游的游客将达到1.34亿人次。我们就位于非洲东部的旅游大国肯尼亚，其旅游市场分析如下。

一、肯尼亚旅游业发展现状

旅游作为肯尼亚的支柱产业之一，同时也是国家的主要外汇收入来源。其对于肯尼亚整体GDP的贡献也是功不可没。该行业占该国GDP的10.4%，旅游业对肯尼亚经济至关重要，已成为实现社会经济可持续发展的关键力量。2022年，肯尼亚旅游业表现继续走上复苏之路。在旅游行业的收益情况方面，2022年旅游业收入增至2680亿先令，比2021年增长83%，基本回归到疫情前水平。

肯尼亚的旅游市场主要可以划分成为三块：国际游客市场、国内游客市场、会议展会赛事等商务市场。

国际游客市场。国际游客市场主要指的非肯尼亚籍的国际游客来访肯尼亚，2022年国际游客148多万人次，与2021年的87万人次相比，增长了70.45%。肯尼亚国际游客来访的恢复主要归功于各国新冠防疫限制规定的取消以及国际航线的开放、各机场接待能力的提升，首都内罗毕的乔莫肯雅塔机场2022年业绩同比增长64.97%。在客源市场方面，22年排名前30的客

源国家，主要以欧美国家为主，其中美国以 20 万多人次位居客源国榜首；亚洲市场主要是以印度、中国 2 个国家为主；同时值得关注的是非洲内陆国家的游客也不断增加，乌干达、尼日利亚、南非、津巴布韦等榜上有名。

国内游客市场。相比于疫情前，这几年肯尼亚国内的旅游市场也在不断增长，国内旅游市场的增长主要得益于疫情期间，国际旅客由于防疫限制和航班航线等影响无法进入肯尼亚，大量旅游公司针对本土消费者开发出一系列的低价游、折扣游、团购出行游等；政府也在积极鼓励国内消费，刺激国内旅游市场兴起。

会议展会赛事等商务旅游。肯尼亚作为东非最发达的国家之一，作为非洲的区域航空运输枢纽中心，同时也是其他洲的国家连接非洲内陆国家的主要中转点，其特殊的地理位置，也确立了肯尼亚在交通枢纽和经济发展中的重要地位，加上在体育方面又是一直长富盛名的马拉松之乡，各大国际会议，商贸展会和体育赛事也会不约而同地选择在肯尼亚举办。

会议展览及商务旅游占旅游总人数的 27.24%。而在 2019 年这个比重只占 13.5%，可以很明显地看出后疫情时代，肯尼亚旅游业关于会议经济和商务旅游板块正在蓬勃发展。

今年内罗毕就相应举办了非洲气候峰会，非洲能源部长会议，第九届非洲、加勒比和太平洋国家元首政府首脑会议。

据不完全统计，在整体会议参会人数上，相比于 2021 年国际参会人员 3300 余人次，2022 年同期达到 18000 余人次；本地参会人数上，从 2021 年的 87000 余人次，剧增至 22 年 203000 余人次；在会议数量上，2021 年国际会议为 125 场，而 2022 年

则增加到 248 场；本地会议方面，2022 年本地会议为 6811 场，同比增长 22%，。

二、政府政策

加大基础设施建设的投入。在航空交通方面，政府不断翻修境内机场，提高其旅游接待能力。目前肯尼亚政府已经翻修了乔莫肯雅塔国家机场、蒙巴萨机场、基苏木国际机场，以及马林迪、乌昆达两个国际机场，客运量得以大幅提升；为肯尼亚旅游行业的复苏提供强有力的基础保障。在铁道交通方面，政府也积极增加和修缮境内的高速公路以及铁路交通。

打造“神奇肯尼亚”的品牌形象。政府试图将肯尼亚打造为无季节性的全年旅游目的地，缓解旺季过度拥挤的现象。同时注重改进旅游体验，提供更多多样化和便利化的服务。

促进区域旅游。来自非洲其他国家的本土游客也是政府主力看重发展的市场之一，这部分来自非洲邻国和友邦国的游客来肯尼亚的目的主要是做生意和探亲访友。为了增加这个数字，政府瞄准来度假的非洲人，将肯尼亚作为单一非洲航空公司的试点国家之一，定向推广优惠便利的旅行套餐。

加强从业人员的培训和指导。肯尼亚政府加大了酒店服务类专业培训机构的投入，鼓励设立私营培训机构。2022 年共有 2100 名旅游专业学生接受了正规课程、非全日制课程和进修课程的培训。

简化签证流程。政府同时也在不断地简化签证申请流程，对于旅游类签证采用电子签，同时对于部分国家采用了面签政策。

三、行业面临的挑战

受疫情冲击部分酒店倒闭，区域内的酒店数量分布不均匀。最典型的两个案例就是疫情期间倒闭的老牌酒店内罗毕洲际和内罗毕希尔顿。内罗毕作为国家首都和区域商务中心，虽然疫情期间部分酒店会受到影响，但整体不至于惨痛。部分外州地区，尤其是依赖国际游客为主的地区，疫情期间其可以说是毁灭性打击。

部分地区基础设施仍旧落后，来访旅客出行时间长。首都内罗毕的基础建设虽然说在非洲已经属于发达状态，但是外州区域还是有部分地区的基础设施建设的并不是很完善，主要的出行工具还是以陆路交通为主，加上非洲普遍存在的城市交通拥堵现象，这其中也无形地增加了游客的行程时间。

专业人员偏少，景区接待管理服务能力差。肯尼亚本地的旅游与酒店管理专业的培训人员还是相对偏少的，无法满足行业需求，在今年政府鼓励私营培训机构设立之前，肯尼亚专业的酒店，旅游服务类的培训部门并不多。这也导致了酒店行业和旅游服务类人员的专业素质参差不齐，职业素养不高。同时公园的园区内的管理由于沿用的还是传统的购票模式，导致服务效率极其低下，不少景区门口出现大排长龙购票或付款不清晰的情况，导致旅客体感不佳。

四、行业面临的机遇

众多的挑战同样也创造了机遇，肯尼亚是一个文化丰富的国家，其旅游资源丰富，在世界范围受到的关注度极高。肯尼亚是东非主要经济体，国家经济和旅游持续发展；肯尼亚是撒哈拉以南非洲的主要旅游目的地之一，具有巨大的旅游业增长潜力。肯尼亚同时还是是东非主要经济体之一，也是东非共同

体的主要成员国之一，奉行市场经济，并保持开放的对外贸易制度，被普遍认为是非洲东部和中部的金融、通讯和运输枢纽。

其独特的卖点包括：有趣的生物多样性、国际交通便利、国家英语普及度高、充满活力的传统、历史和文化。投资者可与当地酒店的所有者进行合作，重建或修缮酒店，改善酒店住宿条件，助其恢复至疫情前的接待能力。同时当地服务人员，酒店专业人员需求量大，兴办专业人员培训机构也是相关的机遇所在，旅游业的蓬勃发展创造出的就业机会也是不可忽视的。

五、肯尼亚旅游投资需注意的问题

注意防范当地法律风险。肯尼亚沿用英属律法，当地相关法律诉讼程序较为规范，当地民众普遍法律意识较强。建议外国投资者在进入市场前，多了解该国的各项法律，避免因不熟悉当地法律而对投资经营产生一些负面影响，尤其要注意该国的劳动法和外汇政策。

尊重彼此差异问题。外商在本地经营经常面临的问题包括语言交流问题，文化、习俗和宗教等方面差异问题，这就要求我们尊重彼此间的差异，做好属地化工作。

注意自然资源与环境保护问题。遵守当地管理规定，不许随意猎杀动物，不许随意排放污染物，破坏水、土、空气等自然环境；将生态平衡置于重要位置。

印度新能源和储能调研简述

深圳市贸促委驻印度经贸联络处 江小攀

政府高度重视新能源汽车普及。印度政府在推动电动汽车的普及化方面采取了一系列措施。政府计划在 2030 年前实现所有新的四轮汽车均为电动车的目标。此外，政府还推出了各种奖励措施，以鼓励消费者购买电动汽车。例如，印度政府的“FAME India”计划为购买电动汽车的消费者提供了高达 2.5 万卢比的补贴。

市场需求不断增长。尽管印度市场对新能源汽车的需求尚不如其他国家那么高，但其一直不断增长。根据市场研究机构 BloombergNEF 的数据显示，印度的电动汽车销量在 2021 年增长了 78%。在电动汽车中，电动两轮车在印度市场中的销售额最高，占电动汽车销售总量的 90% 以上。但是，随着电动汽车的价格不断降低，消费者对电动汽车的需求将不断增加。

市场特点。印度市场对新能源汽车和电化学储能设备的需求存在一些特殊的市场特点。一是印度的汽车市场竞争激烈，价格是非常关键；二是印度的气候独特，气温高、湿度大，对电池寿命和性能提出了严格要求；三是印度的基础设施建设还不完善，尤其是充电设施的覆盖率有限，这也对电动汽车的发展形成一定限制。

电化学储能设备市场增长潜力巨大。除了电动汽车市场，印度的电化学储能设备市场也呈现出巨大的增长潜力。印度政府正在加快推动可再生能源的发展，这将进一步推动储能设备

的需求。印度的储能市场主要由锂离子电池和钠离子电池两种技术主导。据市场研究机构 Wood Mackenzie 的数据显示，印度储能市场的年容量预计将从 2021 年的 2.5GWh 增长到 2025 年的 7.5GWh 以上。印度的储能市场主要应用于电网支持、电力负荷平衡和分布式能源系统等方面。

政策支持。印度政府通过一系列政策措施，支持新能源汽车和电化学储能设备的发展。例如，政府已经推出了一项名为“Make in India”的计划，以促进印度制造业的发展。此外，政府还设立了名为“National Electric Mobility Mission Plan (NEMMP)”的计划，旨在推动电动汽车的发展，并设立了一个名为“National Institution for Transforming India (NITI)”的机构，以协调政府的能源政策。

市场前景。总体来说，印度市场对新能源汽车和电化学储能设备的需求和市场前景都非常乐观。尽管市场存在一些挑战，如充电设施建设不足和电池性能问题等，但政府的政策支持和市场趋势的发展将进一步推动市场的增长。预计未来几年，印度市场对新能源汽车和电化学储能设备的需求将继续增长，为相关企业带来广阔的市场前景。

大洋洲及南太地区经贸发展概况及 市场前景指南¹

中国贸促会贸易投资促进部

一、大洋洲及南太地区经贸发展状况

宏观经济方面，太平洋及南太地区近年来经济持续增长。

据国际货币基金组织（IMF）数据，2021年大洋洲14国GDP合计19177亿美元，其中，澳大利亚GDP16333亿美元，人均国内生产总值63529美元，新西兰GDP2477亿美元，人均国内生产总值48424美元。澳大利亚是一个工业化国家，农牧业发达，自然资源丰富，盛产羊、牛、小麦和蔗糖，同时也是世界重要的矿产品生产和出口国；新西兰以农牧业为主，农牧产品出口约占出口总量的50%。羊肉和奶制品出口量居世界第一位，羊毛出口量居世界第三位；斐济是太平洋岛国中经济实力较强、经济发展较好的国家，渔业、森林资源丰富，有金、银、铜、铝土等矿藏，制糖业、旅游业是国民经济支柱。近年来，由于国际市场价格下跌和国内产业结构调整等原因，斐制糖业面临困境。2021年斐济国内生产总值47亿美元，人均国内生产总值5147美元。

对外贸易方面，发展高度依赖对外贸易。按照澳大利亚当局统计信息，2021年前10个月的进出口商品总额达到了

¹ 本文节选自《大洋洲及南太地区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。

4959.09 亿美元，同比增长 33.2%，创下历史新高。其中，对外出口的商品总额上涨至 2844.28 亿美元，同比增长 40.6%。前 10 个月，澳大利亚从境外进口的商品金额约为 2114.81 亿美元，仅同比提升 24.6%。由于商品出口的提升力度更猛，推动澳大利亚的外贸顺差在今年前 10 个月达到了 729.47 亿美元，同比增长 124%。澳大利亚主要贸易伙伴为中国、日本、美国、韩国、新加坡、新西兰、英国、印度、马来西亚、泰国、德国等。澳主要出口商品为铁矿石、煤、教育与旅行服务、黄金、原油、天然气、小麦、铝矾土、铜矿、牛肉、铜、羊毛制品等；主要进口商品为原油、摩托车、精炼油、航空器材、药物、通讯器材、计算机、公交车、货车、黄金等；新西兰严重依赖外贸，据新西兰统计局数据，截至 2021 年 12 月底，新年度货物出口总值为 633 亿新元，比上一年增加 33 亿新元（5.6%）。新主要出口商品中，奶粉、黄油和奶酪达 170 亿新元，增长 12 亿新元（7.3%）。木材和木制品 55 亿新元，增长 10 亿新元（22%），其中原木增长 9.21 亿新元。肉类和食用内脏 87 亿新元，增长 5.92 亿新元（7.3%），其中牛肉增长 3.28 亿新元，羊肉增长 1.97 亿新元。2021 年，新进口货物总值为 701 亿新元，比上年增加 131 亿新元（23%）。其中，增长最多的是汽车、零部件和配件，达 102 亿新元，增长 38 亿新元（58%）；其次是机械设备 98 亿新元，增长 16 亿新元（20%）；电气机械和设备 62 亿新元，增长 8.81 亿新元（17%）。截至 2021 年 12 月底，新年度贸易逆差为 68 亿新元。

吸引外资方面，澳重视吸引外国投资。据联合国贸易和发

展会议《2022世界投资报告》显示，2021年澳吸引投资流量为250.85亿美元，吸引投资存量为7702.58亿美元，其中主要来源为美国、英国、比利时、日本、中国香港、新加坡等，主要投资领域为能矿业、制造业、财政金融业和房地产业等；新西兰是传统资金输入国，对外国投资实行国民待遇，外资主要分布在银行、电讯、交通、房地产、林业、畜牧业和旅游业等部门。据联合国贸易和发展会议《2022世界投资报告》显示，2021年新西兰外国吸引外资流量为34.83亿美元，吸引外资存量为918.87亿美元。主要投资来源国包括澳大利亚、美国、英国；外资在斐济国民经济中占有重要地位，斐国内市场商业网点主要控制在两家澳跨国公司手中，银行、保险、海运、电信、汽油供应等亦为外资所控制。据联合国贸易和发展会议《2022世界投资报告》显示，2021年斐济外商直接投资流量4.01亿美元，直接投资存量为59.08亿美元。

产业发展方面，大洋洲及南太地区的旅游业等资源非常丰富。澳大利亚工业以制造业、建筑业和矿业为主，经过30余年的经济结构调整，已成为国民经济支柱产业，澳大利亚服务业中产值最高的五大行业是金融保险业、医疗和社区服务业、专业科技服务业、公共管理和安全服务、教育培训服务。旅游业是澳经济重要部门，为了应对新冠疫情，澳大利亚国境关闭将近两年时间，2022年2月起全世界所有澳洲签证的持有者都可以入境澳洲，前提条件是这些访客或者旅客需要完全注册澳洲TGA认可的疫苗。澳大利亚旅游资源丰富，著名的旅游城市和景点有悉尼、墨尔本、布里斯班、阿德莱德、珀斯、黄金海岸、达尔文、大堡礁、艾尔斯岩（乌鲁鲁）等；新西兰工业以农林

牧产品加工为主，主要有奶制品、毛毯、食品、皮革、烟草、造纸和木材加工等轻工业，产品主要供出口。近年来，新陆续建立了一些重工业，如炼钢、炼油、炼铝和制造农用飞机等。新西兰农业高度机械化，主要农作物有小麦、大麦、燕麦、水果等。新畜牧业发达，畜牧业生产占地 1352 万公顷，为国土面积的一半，乳制品与肉类是最重要的出口产品，粗羊毛出口量居世界第一位，占世界总产量的 25%；斐济工业以榨糖为主，其次是黄金开采、渔产品加工、木材和椰子加工。斐济旅游业较发达，旅游收入是斐最大的外汇收入来源，全国约有 4 万人在旅游部门工作，占就业人数的 15%，旅游业占斐济经济的 40%，自新冠疫情暴发以来，斐济一直实施严格的边境管控政策，2021 年 12 月 1 日正式重开边境，游客主要来自澳大利亚、新西兰、美国、中国、西欧、日本等。斐济为太平洋岛国地区交通枢纽，水、陆、空交通较发达，首都苏瓦港系重要国际海港，可泊万吨轮，苏瓦的瑙索里机场可停靠波音 737 飞机，楠迪机场可起降波音 747 等大型客机。

二、中国与大洋洲及南太地区双边经贸合作状况

多双边贸易方面，2021 年，中澳经贸合作稳步发展，中国继续保持澳最大货物贸易伙伴、进口来源地和出口市场地位。据中方统计，2021 年双边贸易额约达到 2312 亿美元，同比增长 35.1%。其中，中国自澳进口 1648.2 亿美元，同比增长 40.6%；自《中新自贸协定》生效实施以来，双边贸易实现快速增长，中方已连续多年保持新第一大贸易伙伴、第一大出口市场和第一大进口来源国。2021 年，中新双边贸易额再创新高，达 247.2 亿美元，同比增长达 36.4%，是 2008 年自贸协定签署之

初双边贸易额的约 5.6 倍。2021 年，新西兰对中国贸易增长保持领先。其中，对华货物出口额为 200 亿新元，增长 20.3%，从中国货物进口额为 166.3 亿新元，增长 29.5%。

对外投资方面，毕马威和悉尼大学联合发布报告指出，自 2000 年左右，中国开始加大海外投资，澳大利亚一直是中国投资者的热门选择。数据显示，中国在澳投资于 2008 年达到顶峰，总投资额达到 162 亿美元，此后近十年间一直保持着较为平稳水平。然而在 2017 年起，澳大利亚来自中国的投资开始逐年减少，2020 年降至约 19 亿美元，2021 年直接较前一年锐减 70% 至约 5.8 亿美元；同时，中国在澳投资项目数量也从 2020 年的 20 起降至 2021 年的 11 起。这意味着中国 2021 年在澳投资降至 2007 年以来的最低水平。从 2007 年到 2021 年，中国国有企业和私营企业向澳大利亚投入了总计约 1090 亿美元的投资，涉及范围包括投资或收购矿业能源公司、基础设施、农场以及乳制品加工厂。

多双边重要协定方面，2016 年 4 月，新西兰总理访华期间，双方签署了《中国农业部与新西兰初级产业部关于发展农业伙伴关系的安排》、《中华人民共和国科学技术部和新西兰商业、创新与就业部关于执行战略研究联盟联合研究项目的协议》、《中华人民共和国国家认证认可监督管理委员会与新西兰初级产业部关于新西兰输往中华人民共和国肉类清真认证的安排》、《中国进出口银行与新西兰出口信用办公室合作安排》等政府间合作协议，以及《中国中央电视台同新西兰自然历史公司关于合作拍摄电视片和纪录片的谅解备忘录》、《新西兰贸易发展局和阿里巴巴集团合作安排》、《黑龙江大庄园

集团和新西兰联盟肉业集团关于建立战略联盟关系的安排》等。2019年3月，中国香港特别行政区和澳大利亚签订《自由贸易协定》和《投资协定》。2019年4月，新西兰总理阿德恩访华期间，双方签署了《中华人民共和国政府和新西兰政府对所得消除双重征税和防止逃避税的协定》《中华人民共和国财政部和新西兰财政部关于双边财政金融对话安排的备忘录》《中华人民共和国农业农村部与新西兰初级产业部关于提升农业合作水平战略规划（2019-2023）》《中国科学院—新西兰商业、创新与就业部科研合作安排备忘录》。双方发表了《中国—新西兰领导人气候变化声明》等。

三、中国和大洋洲及南太地区合作前景

市场需求方面，太平洋及南太地区部分国家产业发展结构单一。长期以来，太平洋及南太地区岛国产业结构单一，小农经济突出，难以融入经济全球化。一方面，尽管岛国政府推出了各式各样的优惠措施，低水平的互联互通和薄弱的基础设施无法长期有效吸引外来投资，即使有外来投资，由于资源和成本的限制，生产出来的产品也只能满足当地市场需求。另一方面，太平洋岛国由于历史原因普遍存在土地产权不清晰、法律法规不完善等一系列制度缺陷，极大影响了企业的投资意愿和正常运营。当前，太平洋岛国经济增长的具体目标包括增加可持续的贸易（包括服务）和投资、提高基础设施发展的效率、扩大私营部门的参与并使之对发展做出贡献、拓展农业和旅游业等支柱产业的发展空间。在经济可持续发展方面，主要任务包括经济发展、社会发展和环境保护之间的协调，逐步实现经济效益、社会效益与环境效益的统一。

出口优势、前景方面，中国已经基本完成了工业化发展阶段，正迈入后工业化社会。我国产业链、供应链非常完善，工业品产能居世界第一，拥有全球最多的外汇储备，又是全球最大的消费市场，这三个“第一”决定了中国是世界多数国家贸易和投资的主要对象。当前中国局部产业进入产能过剩阶段，同时，中国已经从原先的吸引外资为主，到如今的鼓励企业“走出去”开拓国际市场，南太平洋岛远离欧亚等大陆，国际资本较少关注，是一块有待开发的“处女地”，这些国家拥有广阔的海域和极其丰富的渔业资源（比如全球最多的金枪鱼产地），以及铁矿、镍合金矿、金矿、稀土等自然资源和海洋油气资源，特别是海洋油气资源几乎还没得到开发，因此，中国可以凭借雄厚的资金和先进的技术，与拥有矿产资源和其它自然资源的岛国开展投资合作，双方贸易具有经济互补性。

中国为南太地区提供优惠发展政策，呼吁共建没有贫困、共同发展的人类命运共同体。自 2011 年以来，中国对南太平洋地区的援助和优惠贷款达到 13 亿美元，超过新西兰，成为仅次于澳大利亚的对南太平洋岛国的第二大援助国。援助内容主要涉及人力资源培训、文化交流、医疗卫生、紧急灾难救助等，并有较多的无偿援助。其中援建工程超过 30 项，涉及公路、桥梁、水电站、医疗场馆、示范农村、电子政务等。此外，中国还与澳大利亚、新西兰等国合作，建立三方发展援助项目，促进南太平洋岛国的经济发展。例如，援助汤加综合办公大楼，无偿援助斐济斯丁森桥和瓦图瓦卡桥项目，和新西兰共同帮助库克群岛改善供水设施等。

【国际国内评述】

RCEP 架构下中日韩服务贸易特征及合作路径²

李清如等认为，RCEP 生效为中国服务贸易高质量发展和中日韩服务业合作提供了重要机遇。利用 Eora MRIO 数据库中 15 个 RCEP 成员国在 12 个服务行业的投入产出数据，基于社会网络研究视角，对中日韩三国服务业及其细分行业的区域内贸易网络特征进行比较分析的结果表明：在 RCEP 成员国产业间贸易网络中，中国服务业进出口的贸易广度增速均显著高于日本和韩国，且进口贸易广度一直大于出口贸易广度；日本和韩国是中国服务业建立有效进口贸易联系的首要选择。中国服务业在贸易网络中的中介能力不断提升且已经超过日本，说明中国的“桥梁作用”显著增强，其中知识密集型服务业的中介能力提升是驱动中国服务业中介能力整体增强的主要原因；日本和韩国在一些细分行业上也体现出较强的中介能力。在 RCEP 框架下，中日韩可进一步强化知识密集型服务业合作，推动传统服务业转型升级，完善数字贸易规则体系，顺应数字经济发展趋势。

2023 年 6 月全面生效的《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）顺应服务贸易发展趋势，在服务贸易自由化方面取得许多新突破，为区域内服务贸易加快发展创造了新契机。RCEP 是中日、日韩之间第一个自由贸易协定，为中日韩经贸合作架

² 中国社会科学院日本研究所副研究员李清如和中国社会科学院大学国际政治经济学院硕士研究生王冰雪在《日本学刊》2023 年第 4 期发表《RCEP 架构下中日韩服务贸易特征及合作路径》（全文约 2.9 万字）。

起了重要桥梁。RCEP 的签署和生效，不仅有利于发掘中日韩在 RCEP 域内服务贸易的发展潜力，对于提升中日韩三国服务贸易合作水平以及推动区域贸易网络深度拓展也具有重要意义。

基于社会网络分析方法，构建 RCEP 成员国的产业间贸易网络，对中日韩三国服务业及其细分行业在 RCEP 域内的贸易网络特征进行比较分析，结果表明，在 RCEP 成员国产业间贸易网络中，中国服务业出口和进口贸易广度的增速均显著高于日本和韩国，而日本和韩国的出口和进口贸易广度也有一定程度的增长。

中国服务业在 RCEP 贸易网络中的进口贸易广度均大于出口贸易广度，进出口方向呈现显著不平衡的特征，在进口方面的贸易广度增长更快。日本和韩国是中国服务业在 RCEP 域内建立有效进口贸易联系的首要选择。日本服务业在 RCEP 贸易网络中的进口与出口贸易广度差距不断缩小，进出口方向逐渐趋于平衡。韩国服务业在 RCEP 贸易网络中的出口贸易广度大于进口，更倾向于建立有效的出口贸易关系。中国、日本和韩国在劳动密集型、资本密集型和知识密集型服务行业之间建立有效的贸易关系，三国产业体系高度融合。

中国服务业在 RCEP 贸易网络中的中介能力不断提升且已经超过日本，说明中国在 RCEP 域内的“桥梁”作用显著增强，其中知识密集型服务业的中介能力提升是驱动中国服务业中介能力整体增强的主要原因。日本和韩国在一些细分行业上仍体现出较强的中介能力，说明其对区域内其他成员国的服务行业起到一定的支撑作用；而且，随着区域内贸易网络的发展，一些行业更加深入地嵌入产业间贸易体系中。因此，毋庸置疑，中

国在 RCEP 贸易网络中的重要性和影响力均显著上升，同时日韩的作用也不能忽视，三国服务业在区域内贸易网络中呈现差异与互补共存的特点。

在 RCEP 成员国贸易网络中，中日韩服务业体现出不同的特征和优势，这为三国在 RCEP 框架下深化合作奠定了基础，可从以下方面重点推进。

（一）强化知识密集型服务业合作，拓展服务贸易发展空间。中日韩在知识密集型服务方面广泛建立了有效的进口和出口贸易关系，促进了三国产业体系的深度融合。在 RCEP 框架下，中日韩在金融、医疗服务、专业服务 etc 知识密集型服务领域达成了较高水平的开放承诺。以此为契机，一方面，可借鉴日韩在知识密集型服务领域的经验，促进中国服务业高质量发展；另一方面，可发挥中国市场规模优势以及在 RCEP 贸易网络中的“桥梁”作用，拓展区域服务贸易的发展空间，使各国在区域服务市场上获得更多收益。具体包括：加强政策协调和机制建设，为金融服务合作创造稳定的环境，扩大货币合作规模，为跨境支付结算提供便利，推动债券市场融合发展，提升资本市场互通水平；发挥各自优势，在医疗、养老、教育等专业服务领域开展合作，扩大医疗健康、养老产业的合作规模，促进日韩的技术、经验与中国市场相结合，开展教育和职业培训合作，为区域经济发展输送专业服务人才。

（二）推动传统服务业转型升级，培育服务贸易新业态。加快传统产业转型升级，是构建现代化产业体系的重要支撑。批发零售、物流运输、住宿餐饮等传统服务业不仅在区域贸易网络中发挥着重要作用，还是吸收社会就业、提升市场活跃度

的产业体系重要组成部分。在 RCEP 框架下，依托电子商务和信息技术的发展，中日韩可深化跨境电商以及新零售贸易的合作，完善区域内物流网络，提升旅游、文化产业附加值，培育跨境服务新业态，为三国经贸合作增添新动能。诸如，依托跨境电商电子商务，探索商贸物流新模式，以跨境电商带动新零售业务模式发展，构建稳定高效的跨境物流网络；提升旅游、文化产业附加值，带动产业链各环节共同发展，开拓跨境旅游市场，提升旅游产品和服务质量，推动文化产业国际合作，增强文化产业链和价值链的竞争力。

（三）顺应数字经济发展趋势，完善数字贸易规则体系。

数字经济的发展带来全球产业与贸易格局的深刻变革，推动全球产业链和供应链的重塑再造，成为新一轮全球竞争的焦点。数字经济已经渗透至服务贸易的各方面，是促进传统服务业转型升级的关键要素，推动着服务业与制造业的融合发展。中日韩都是全球数字经济的重要参与者，三国政府均致力于推进数字经济发展，以期能在未来世界经济社会变革的大潮流中占据一席之地。中日韩在构建数字贸易规则体系方面有着共同的需求，但三国的进程和方向并不完全一致。RCEP 明确“有条件的跨境数据自由流动”基本原则，顾及缔约方的不同发展状况，形成“合作共治”的治理模式。这不仅为中日韩合作释放数据要素价值创造了条件，也为跨境数据流动规则的进一步协调和完善奠定了基础。中日韩作为东亚主要经济体，应弥合分歧，共同探索适合东亚的数字贸易规则体系，营造开放、公平、公正、非歧视的数字贸易环境，从而巩固和升级 RCEP 成果，促进东亚地区的数字经贸一体化发展。为此，激发数据要素价值，

增强数字安全治理能力，推进数字技术的研发和应用合作，促进数字基础设施的互联互通，完善监管机制；秉持“共商共建共享”理念，探索适合东亚数字贸易发展的规则体系，以 RCEP 为范本，推动全球数字治理，顺应数字贸易规则发展趋势。

RCEP 生效为提升中国服务业竞争力提供了机遇，中国应在积极落实 RCEP 各项承诺的基础上，抓住机遇，持续推进服务领域高水平开放，为对接更高水平贸易协定奠定坚实的基础。同时也应注意到，在复杂的国际局势下，经济关系泛政治化、安全化的趋势增强，中日韩经济合作面临着一些风险挑战。结合研究结论，可总结出以下政策启示。

第一，着力推进高附加值的信息、商业、金融、医疗和教育等知识密集型服务贸易的发展，发挥中国知识密集型服务业在整个 RCEP 贸易网络中的中心和支点作用。同时，不能忽视传统服务业在产业体系中的基础作用，注重服务业与制造业的融合发展，整合设计、供应、制造、销售、物流等上下游链条，依托大数据、云计算和物联网等信息技术，推进传统服务贸易的数字化改造，创新服务贸易发展模式。

第二，持续推进服务领域高水平开放，主动对接更高标准经贸规则。推动加入 CPTPP、DEPA 等高标准贸易协定的进程，梳理国内需要推进的改革措施和规制调整，构建与国际服务贸易规则相衔接的国内规则和制度体系，以制度型开放带动服务贸易高质量发展。

第三，充分研判服务贸易发展和国际合作面临的风险挑战，并予以积极应对。当前，美国不断升级对华战略竞争，拉拢西方国家在供应链关键环节对华部分“脱钩”。经济问题泛

安全化、政治化的现象进一步加剧全球地缘政治分裂和“去全球化”趋势，对东亚供应链乃至全球贸易网络都会造成严重冲击。中国应加快自主创新步伐，努力突破“卡脖子”关键核心技术；依托国际国内双循环的新发展格局，以民间合作为着力点，积极做好日韩等外资企业工作，加强沟通，进一步优化营商环境，为企业提供稳定预期，争取更多的合作机会，实现多方共赢发展。（转载自“中国贸促 FTA”公众号）

越南海外仓的机遇和挑战

海外仓，即海外仓库。对于跨境电商和物流公司而言，通过使用海外仓可以充分实现提前备货目标市场、拆包拼装及保税等职能，加强自己的本地化服务能力，在本地市场更加具有竞争力。

一、海外仓模式介绍

海外仓模式可以简单分为两种模式：卖家自建海外仓模式和与海外仓服务提供商合作模式。

（一）卖家自建海外仓模式

自建海外仓模式是指有实力的跨境电商出口商在海外独自建立海外仓，货物的通关、报税、物流配送等一系列环节都由自己掌控。跨境电商通过自建仓库，可以最大限度地管理和追踪货物，但是自建海外仓会有大量的资金投入成本。这种模式下，建设和管理成本很大，可控性高是最大优势。

（二）与海外仓服务提供商合作模式

合作模式可以细分为两种：租用和合作建设-租用海外仓。跨境电商出口商不用自己建设或运营海外仓，而是直接与海外

仓服务提供商签订合作条款，直接租下其现有的海外仓库。跨境电商出口商按照条约支付相关费用，一般包含操作、物流和仓储费用，在获得订单后将订单交予海外仓服务商，由海外仓服务商负责备货、配送、物流甚至是售后服务，直至订单完成。

-合作建设海外仓。跨境电商出口商投入精力与资金，与经验丰富、技术成熟的海外仓服务公司合作建设海外仓。这种模式下，跨境电商出口商参与海外仓的建设，可以对海外仓的管理和完善提出意见，打造相对适合自己的海外仓解决方案。但是需要注意的是，跨境电商出口商需要考虑增强对订单的管理和控制能力，以及与海外仓管理系统的对接能力，以免出现管理混乱的现象。

二、越南为什么做海外仓的多

跨境电商与国内电商最大的区别就是把货物卖到国外必须要面对不稳定的物流体系这一问题，对于跨境电商而言，除了维护好自己的电子商务平台以外，还需要有一个能降低成本、加快配送时间、规避风险的海外仓储。

早期的跨境电商更多的是处于试水的阶段，因此货单量小，甚至没有做合规的清关手续，其选择海外仓的理由更多是为了避免长途运输和买家退换货，其对于海外仓的要求只是一个能够停留货物的临时存储区域，对于海外仓的硬件条件要求不是很高。

在这段时期，跨境电商卖家群体小而多，且普遍货单量不大，因此出现了相当数量的海外仓来满足相应的需求，虽然数量众多，但是品质参差不齐，只要是一个能够临时存放货物的仓库，都可以作为海外仓来使用。规模小、硬件设施差的海外

仓是众多越南海外仓的特点。

处于初期发展阶段的跨境电商出口商，主要经营的是体积小、重量小、价格便宜的商品，在此阶段，卖家难以承受高额的配送成本，但是又希望在海外市场树立正面形象，因此会选择一些成本比较低、规模比较小的海外仓。这样的海外仓建设成本较低，仓储量较小，数量可观；一些规模大、硬件设施齐全的海外仓属于重资产投入，建设成本高，数量较少。

三、前景如何，还有没有空间？

越南人口平均年龄 32.5 岁，是东南亚转化率最高的市场，拥有的可支配收入较多，愿意花更多的钱来提高生活质量。

得益于智能手机的普及，越南的电商市场蓬勃发展。越南人主要通过 Shopee、Lazada、Tiki 等电商平台购物，据工贸部调查显示，越南零售电商额较 2021 年增长 20%，达到 164 亿美元，占全国零售额的 7.5%。跨境电商的市场方兴未艾，海外仓的需求依然在上升阶段。

在如今的后疫情时代，出行限制放开，会有更多的跨境电商入场越南，配送成本与时效依旧是最大的痛点之一，选择海外仓模式是现在一个不错的解决方案。与此同时，大批电商涌入越南市场，势必造成电商市场的激烈竞争，货物配送时效、仓储规模、货物安全性以及货物仓储管理方面都会对海外仓提出更高标准的新要求，这意味着之前相当数量的海外仓要去迎合更高的标准，才能在未来的海外仓市场脱颖而出。

目前越南也开始了对跨境的流量限制，对于跨境电商而言，要想深耕越南市场，就必须要在越南市场扎下根来，以前那种试水的投入策略已经不符合现状了，必须要有高质量的本

地化的配送服务能力才可以在市场上更进一步；对于一些走优质路线的海外仓服务提供商而言，这也降低了筛选客户的难度，能够留在越南的跨境电商基本都是追求合规、有深耕理念的同道中人，剩下要做的就是经营好自己的海外仓，以自己的硬性实力吸引对海外仓有高标准要求的优质电商卖家。

总的来看，越南海外仓市场已开始进入下半场，在未来海外仓的市场依然会进一步膨胀，但是入场难度已不可同日而语，机遇与挑战并存。接下来会是一个大浪淘沙、去伪存真的过程，只有经得住市场考验，迎合市场要求的海外仓服务商才能守得云开见月明！

四、投资风险提示

首先要清醒认识到，在越南经营海外仓是一种重资产投入。建设一个高质量的海外仓库需要考虑很多事情，目光也要长远，前期要投入很多成本来押注未来。

选址。海外仓的整体运作链路就是收到商品-存储-收到订单-分拣-包装-出库-配送。时效性因素权重占比很大，选址合适，可以在先天层面占据一个绝佳赛道，同样的运作管理效率，在首尾两个环节就能拉开差距。越南胡志明市人口高度集中，越靠近胡志明，配送环节以及后期的退换货都会有很强的时效性；靠近港口，且港口-仓库交通便利，既降低了货物转移过程的损坏率也缩短了时间成本。海外仓的绝佳地理位置就是既靠近港口（收货环节）又接近终端用户（配送环节）。

规模。海外仓的规模决定了其客观上限，一个几百平米的仓库无论有再好的管理模式都无法与动辄几千平米的海外仓相提并论，吞吐量决定着海外仓的潜力，对于爆款商品而言，只

有几次吞吐的时间周期，规模大小这一因素属于重中之重。一个存储量巨大的海外仓可以完美承接住爆款商品带来的巨额订单，充分吸收其带来的流量红利。

硬件基础。海外仓收到货物后，不是简单的堆放起来，专业的海外仓一定会在存放这件事情上精雕细琢。高位货架、分层设计、进出口单向闸门、通风设施、照明设备、叉车、空调及温控设备、装卸平台及雨棚等因素是一个硬件基础完善的海外仓库全部需要考虑规划的。

数据化管理。一个选址合适、规模可观、硬件基础完善的仓库，即便占据很大的前期优势，但如果管理混乱，依然会有极大的风险，海外仓整体运作链路的中间环节决定着海外仓的前期优势能够发挥出来多大的效果。海外仓规模越大，管理难度越大，这就是数据化的重要性。仓库划分指定区域，收货区、分拣区、包装区等，管理运作结合计算机技术，采用摄像头实时监测，接口连接数据库管理系统，实时同步数据，卖家与海外仓服务商都可以随时看到库存量的实时数据，可以达到精细化管理，根据库存量变化曲线预测数据趋势。这样的一套管理系统，面对上百个SKU也能面面俱到，对于某些爆款商品更是能做到快速响应，保证时效的同时，也能达到精细化管理。

仓储安全。越南胡志明市是越南电商行业最为发达的区域，胡志明市位于越南热带下半部，气候多雨，平均湿度为78-82%。对于一些存储条件要求苛刻的商品，需要额外注意仓储环境。具有高台的海外仓库可以避免雨水倒灌导致货物损坏，附带可以直接叉车运输货物入库；而良好的温控装置和可控的光

照条件更能够延长特定货物的存放时间；设置隔离栏和防盗报警装置，则可以实现仓库货物进出闭环，闲杂人员无法靠近接触货物，货物从入库开始到出库配送全程监控，严格保证货物存放安全性。

政策合规风险。为了避免支付昂贵的关税而选择灰清进来的现象无法杜绝，对于追求合规走优质路线的海外仓服务商而言，需要完全避免接收不合规货物，一旦被检查坐实，整座仓库都会被查封，造成的损失不可估量。在接受货物入库的环节，必须要仔细严格检查货物是否正关进。

最后，再有希望的海外市场，要想深扎进去，一定离不开合规和本地化。只有做到合规和具备本地化服务能力的企业才能在海外市场站稳脚步，与本地企业同台竞技。（转载自“山海图越南”公众号）

【企业直通车】

欣旺达动力：源自 30 年锂电池经验

一、公司介绍

欣旺达动力诞生于具有近 30 年历史的全球锂离子电池领域领军品牌欣旺达，是一家集电芯、模组、BMS 和 PACK 产销研于一体的全球领先的综合性新能源科技企业，致力于为新能源行业提供具有竞争力、场景化的动力电池解决方案及储能电芯。

依托领先技术、极致智造、超高品质、可靠交付、开放合作、大客户服务经验六大核心竞争优势，欣旺达动力获得了海内外众多知名客户认可，实现了为全球一流车企批量供货。2022 年，欣旺达动力电池出货量达到 12.11GWh，实现营收 126.87 亿元，位列国内三元电池装机量前三，总装机量前五，全球总装机量前九，是中国四家“全球动力电池一级制造商”之一、全球新能源企业 50 强、中国民营企业 500 强第 324 位、2022 福布斯中国独角兽榜单企业。先后获评国家专精特新“小巨人”企业、国家技术创新示范企业、广东省政府质量奖、深圳市市长质量奖等政府荣誉。

二、发展过程

（一）精益求精成就极致智造。

目前，欣旺达动力逐步打造了十大产业基地，包括惠州博罗、江苏南京、江西南昌、山东枣庄、四川什邡、湖北宜昌、浙江义乌、广东茂名、匈牙利、摩洛哥，在海外设立了众多技术中心和客户中心，如美国硅谷、以色列、德国汉堡、中国台

湾等地区。

（二）层层验证铸就超高品质。

欣旺达动力秉持“创新驱动新能源世界进步”的使命，坚持“全产业链布局、全球化业务部署、全生命周期管理”的“三全”业务战略举措，深入产业链上下游开展合作，打造了“共生-共赢”产业生态链，并与客户建立产品联合开发机制，推出具有竞争力、场景化的动力电池解决方案及储能电芯。

从体系质量保证、开发质量保证、供应商质量保证、过程质量保证、实验室能力、售后质量保证全面落实质量优先战略，实施精益生产，追求产品零缺陷。近三十年消费电池领域的经验积累赋能动力电池制造；欣旺达动力拥有消费类\动力\储能电池领域国际知名客户验证的先进成熟品质管理体系。采用 APQP 管理流程（产品质量先期策划和控制计划），满足德国汽车工业质量标准 VDA，保证了生产的高一致性。通过国际一流的生产制造体系保证了优异产品品质，PACK/模组良品率大于 99.5%；

（三）创新投入卡位领先技术。

技术创新是欣旺达动力发展的新引擎，欣旺达动力坚持培养为主、引进为辅的人才战略，打造出高效、卓越的科研和管理团队。近年来每年研发投入近 30 亿元，参与起草了三十多项行业及国家标准，动力电池系统安全性关键技术及应用项目，荣获广东省科技进步奖一等奖。

通过行业领先完善的科研创新体系，持续高水平研发投入，欣旺达动力先后建立起先进技术研究院、智能制造研究院等 6 大研发平台；全球首款量产“闪充”电池，具有超快充、

欣安全、抗低温、特耐用等特点，支持电动汽车轻松续航 1000 公里，10 分钟充至 80%SOC，让充电像加油一样快，极大地解决了新能源终端用户续航里程焦虑。此外，欣旺达动力还快速切入钠离子、固态电池等高壁垒产品，精准卡位技术高地，用创新引领新能源世界进步。

三、关于行业发展相关思考和建议

当前，全球动力电池厂商彼此之间竞争激烈，凭借国内产业政策和技術优势，中国企业拿下全球三分之二的市场份额。但近年国外也意识到新能源汽车产业链在能源转型中的重要地位，欧美汽车主机厂在与国内电池厂商合作时，出于发展和供应链安全考量，会希望遵循“本土化”采购的策略，降低电池成本，这就要求国内动力电池企业到国外设厂。而海外工厂的人力成本等各项开支相比国内都高，而且当地产业链不够完善，各个国家对外资企业的支持政策各不相同，这些都会对企业出海设厂形成挑战。面对这些挑战，欣旺达动力建议如下：

通过降本增效提高竞争力。头部动力电池企业通过规模经济效益实现降本增效，将进一步提升中国动力电池企业的国际竞争力。

持续推进智能制造。欣旺达动力利用数字孪生、工业互联网、人工智能技术等，打造了国际一流的智能生产制造体系；成熟领先的制造管理能力、工程能力及质量管控能力，赋能海内外多个基地动力电池制造升级。

加快发展电池回收利用的循环经济。构建动力电池碳足迹标准体系，动力电池碳足迹管理成为动力电池企业走出去及提升产业全球竞争力的关键因素。国内政府和企業需要加强碳

足迹的标准体系建设，以更好地促进中国与海外贸易的发展建设。从动力电池碳足迹计算标准、碳排放因子数据库构建、推动国际互认等构建动力电池碳足迹标准体系，提升中国动力电池企业海外话语权。（根据欣旺达动力供稿整理）

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