

深圳贸促

2024 年 7 月刊（总第 94 期）

中国国际贸易促进委员会深圳市委员会

2024 年 7 月 26 日

【贸促专题研究】

- 借鉴欧盟供应链建设经验推进深圳供应链高质量发展（张龙鹏、曾志敏、吴迪） 1
- 数字经济赋能企业出海研究（薛岚天） 7
- 民营企业出海面临的风险与问题浅析（梁安琪） 11

【国际国内评述】

- 全球电商消费呈现六大趋势 15
- 上半年广东外贸双位数增长，粤企如何应对不确定性？ 18
- “绿电直供”：应对欧盟碳壁垒的新路径 24

【企业直通车】

- 朗华集团：创新打造生产性服务平台 激发外贸新动能 28

借鉴欧盟供应链建设经验推进深圳供应链高质量发展

张龙鹏 曾志敏 吴 迪¹

一、欧盟供应链建设经验

欧盟为维护自身多领域产业链供应链的安全和稳定，主要通过增强欧盟共同市场供应链韧性、发展改变供应链规则的高新技术、保障矿产资源供应链的稳定性和打造欧盟战略型产业生态系统，保证欧盟经济发展稳定性和民生保障安全的问题。

（一）增强欧盟共同市场供应链韧性

得益于共同的商业政策，欧盟在全球舞台以一种声音说话，作为欧盟的独特工具，加强欧盟共同市场的建设是欧盟增强供应链韧性的主要内容。加强共同市场建设包括提高欧盟共同市场的有效性、提升欧盟企业的竞争力、制定有利于欧盟产业链供应链韧性的欧盟标准和加大资金支持力度等主要内容，确保供应链的韧性和安全，减少技术创新与应用领域的对外依赖，降低过度依赖单一市场的发展风险。

设立共同市场应急工具是增强欧盟供应链韧性的关键手段。出于对自身供应链安全的担忧，欧盟已加快对关键战略性新兴产业的回流引导，以确保关键商品和服务可以在危机时期自由流动，可强制要求其成员国优先生产供应短缺的商品，并通过舆论、市场、立法手段推动相关产业链的重新布局。如对于关

¹张龙鹏，电子科技大学（深圳）高等研究院副教授；曾志敏，电子科技大学（深圳）高等研究院研究员；吴迪，深圳市贸促委发展研究部。

系到国计民生的医疗医药产业，不仅欧盟多国政府加大了对本国相关企业的扶持力度，而且在欧盟层面出台《欧洲药物战略》，将药品短缺问题作为战略优先目标之一。

（二）发展改变供应链规则的技术

欧盟结合自身优势，通过技术优势和产业范式全面转变，特别是产业链供应链游戏规则的改变，重塑全球产业链供应链，使工业继续成为欧盟经济增长的加速器。

重点发展改变产业链供应链规则的技术。2021年2月，欧盟委员会发布《开放、可持续和坚定自信的贸易政策》指出：促进供应链的可持续来增强供应链的韧性，通过在全球供应链上推广可持续性标准。欧盟自2020年10月实施《欧盟外资审查条例》，对涉及关键技术、关键产品供应安全等领域设立“非穷尽”审查项目清单；2021年5月，欧盟修订了《欧盟两用品出口管制条例》，扩大了技术管制领域和管制对象。2022年2月，欧盟委员会提出《欧洲芯片法》，保障了成员国在芯片等关键领域上供应链安全，减少供应中断的影响，增强对未来危机的抵御能力。

加强供应链管理领域的立法，在贸易过程中通过促进负责责任的商业行为和提高供应链的透明度和可追溯性。2021年6月，德国政府通过了《企业供应链尽职调查法案》，将德国企业维护人权由自愿遵守转变为强制履责，推动负责任企业商业行为开展供应链的尽职调查。2022年2月，欧盟委员会正式提出了《企业可持续发展尽职调查指令的立法提案》，要求满足条件的欧盟企业 and 非欧盟企业，都必须以适当的方式审视其上游供应链（原材料开采）和下游供应链（使用、加工、处

置），否则将受到惩罚。2023 年 5 月，欧洲议会和欧盟理事会批准通过了《欧盟供应链法案》，要求欧盟企业在整个供应链中均应谨慎管理 ESG（环境保护、社会责任与公司治理），并在两年内将该指令纳入其国内法律。

欧盟主要通过强制尽职调查义务的设定将促使企业重新选择人权和环境方面更合规的下游供应商，进而带来供应链的重塑和供应链的本土回流。

（三）建立稳定的核心矿产资源供应链

欧盟核心矿产资源供应链脆弱。一方面，欧盟核心矿产资源开采量低，大部分依赖于欧盟以外的国家，关键金属资源进口依存度很高。另一方面，欧盟核心矿产资源冶炼加工产品供应链稳定性较低，核心矿产资源加工生产能力较低。受能源危机和俄乌冲突等持续影响，欧洲的天然气、消费和制造业供应缺乏保障，容易中断。

为了保证自身核心矿产资源供应链的稳定性，欧盟具体实施了相关政策：首先确定最具战略意义的核心矿产资源清单，评估矿产资源的重要性和供应链风险性，保证其稳定供应。其次，加强核心矿产的生产和加工能力，通过培育核心原材料全产业链供应链，构建核心矿产材料产业生态系统，建立欧盟核心矿产材料及产业生态系统。第三，回收关键原材料和开发替代材料。通过回收废旧材料和开发替代材料来满足对核心矿产资源的需求。最后，加强国际合作，提高核心矿产供应来源的多元化。

（四）打造面向未来的战略生态系统

欧洲拥有强大的产业基础，尤其在汽车、化工、制药和航

空航天等领域上保持着全球领先地位。2018 年 12 月，欧盟委员会在“欧洲共同利益重大项目战略论坛”国家援助框架下批准了 17.5 亿欧元的公共投资，用来支持法国、德国、意大利和英国 4 个国家共约 30 家公司和研究机构联合开展微电子领域的研究和创新。2019 年 11 月，欧盟委员会发布由“欧洲共同利益重大项目战略论坛”专家提出的《加强面向未来欧盟产业的战略价值链》建议报告，以保证欧盟在未来战略性产业领域的竞争力和全球领导地位。

为了进一步推动面向未来的战略型产业发展，欧盟高度重视重要产业的供应链安全和弹性。依据技术创新性、经济和市场潜力、社会和政治重要性识别 31 个战略性产业价值链，其次根据重要性、成熟度和贡献程度等方面综合对上述战略性产业价值链进行优先排序，最终确定了互联、清洁和自动驾驶的汽车、氢能技术和系统、智能健康、工业物联网、低碳产业、网络安全等六大战略性产业价值链。《2030 数字指南针：数字十年的欧洲之路》指出要推动欧盟企业的数字化转型，尤其是欧盟材料的生产能力，借助于人工智能、5G 连接等技术实现按需生产。2021 年 5 月，欧盟发布了第一份分析欧盟产业战略依赖性的报告，从进口的 5200 种产品中确定了高度进口依赖的 137 种产业，并对包括锂电池、半导体在内的 6 种产品依赖的性质作出深度分析。

二、借鉴欧盟供应链建设经验推进深圳供应链高质量发展的意见建议

总的来看，深圳供应链体系建设位居全国前列，在国际上拥有重要的影响力，显著的成效主要体现为：重点产业领域构

建了较为完善的供应链，城市物流竞争力全国领先，物流与供应链数智化绿色化发展，现代商贸发展实力雄厚，营商环境持续优化。但从供应链产业基础发展、市场主体发展、物流发展、创新发展等维度测算，借鉴欧盟发展经验，提出建议如下。

（一）加大供应链关键核心企业的招引

建立目标招引企业储备清单，强化精准招商。聚焦数字科技、智能汽车、清洁能源、健康生活、绿色农业、海洋经济、低空经济等领域薄弱供应链环节，梳理储备一批拥有核心技术和核心竞争力的领军型企业及专精特新、瞪羚、独角兽等高成长型企业，依托深圳土地空间、产业基金等重要资源开展“链式”招商，着力形成上中下游集聚联动的产业集群。

打造特色鲜明、高品质的供应链楼宇。借助“工业上楼”政策实施，推动供应链各环节资源在高品质楼宇集聚，着力建设标准化、集约化、高端化供应链楼宇，强化资源引导互通，形成“一楼一供应链”的发展格局，提升供应链资源的匹配效率。同时，支持楼宇物业提供“标准化管理”“精细化服务”，带来五星级酒店式办公体验。

（二）以飞地经济拓展先进制造供应链发展空间

遴选优质产业合作飞地园区。重点在深圳对口帮扶地区、临深片区、产业互补性强的优质地区，根据与深圳交通的便捷性、产业资源的互补性、公共配套设施的相近性等关键指标，遴选目标飞地园区，按照同规划、同政策、同招商、同服务、同受益的原则，打造现代化高品质飞地产业园。

深化“反向飞地”发展模式。由飞地产业园开发主体在深圳投资或租用产业空间用于设立孵化器、研发中心或总部楼宇

等，借助深圳的优惠政策吸引创新性人才和科创企业，并引导企业将生产制造基地落户飞地产业园，使得引进企业能够享受深圳与飞地的双重优势。

（三）推进建设国家未来产业先导试验区

实施未来产业研发框架计划。参考欧盟经验，实施深圳未来产业研发框架计划，将需要研发的未来产业项目统一提交到研发框架计划内，鼓励全球技术团队与深圳高校、科研机构、科技企业联合攻关。鼓励支持在深圳的国有企业牵头与财政资金联合设立面向未来产业发展的科学基金，并纳入研发框架计划的管理，通过市场化运作，利用基金所产生的收益资助深圳有关攻关机构或团队开展未来前沿技术研究。鼓励社会以捐赠等方式将资金注入未来产业研发框架计划内，创造条件让第三次分配在未来产业发展中发挥更大作用。

构建更加适宜未来产业发展的科研管理规则。一是借助国家未来产业先导试验区的建设，进一步统筹制定科技、产业、人才规划，探索适合未来产业发展的科研创新方式、人才培养模式和资金投入机制。建立有利于推动未来产业先导试验区发展的监管评估工作新机制，对处于研发阶段、缺乏成熟标准或暂不完全适应既有监管体系的未来产业，实行包容审慎监管。二是破除科研评价只认论文第一作者、项目负责人的惯性思维，针对未来产业科技研发的特殊性，建立健全以创新难度、创新领域稀缺性、创新环节必要性为指标的评价体系以及激励政策，强调以“大团队”形式开展有组织的科研，合理认定每位团队成员的科研贡献，形成未来前沿技术攻关的合力。

（四）强化深圳应对国际贸易摩擦的能力

加强贸易摩擦预警和应对。成立国际贸易摩擦预警中心，

建立外经贸、财税、科技、海关、检验检疫等机构之间的联动机制，建立政府与企业之间的协调制度和企业层面的预警机制。加强对相关企业产能转移国外的风险提示，加快建立“政府引导+商会协作+供应链企业”的服务机制，集中资源解决好企业诉求。实施更精准的产业扶持政策，针对国际经贸斗争的重点产业、重点企业，提高单个项目支持力度。

加快关键核心产品研发和国产化应用。支持具有技术创新和研发能力的企业通过收购具有互补技术优势的企业，加快自身技术研发进程，以抢占市场份额和提高行业地位，同时注重产品的海外推广，增强海外市场对国产产品的认可度。同时，鼓励深圳市内企业积极使用国产产品，为国产产品的升级提供应用场景和数据反馈，激发供应链关键核心产品“研发—应用—反馈—再研发”的内生动力。

深度参与国际经贸规则制定。深度参与贸易投资、海事、金融、仲裁、调解、知识产权、商事认证等方面的国际规则、惯例和标准制定，可将深圳前海设为试验区，探索国内外“双标”对接运行，开放人才市场，增强国际贸易摩擦应对处置能力和人才储备。

数字经济赋能企业出海研究

薛岚天²

随着我国经济发展由高速增长阶段向高质量发展阶段转变，众多企业出于降本增效等多方面考虑，开始寻求出海机会。数字经济相关技术和平台，如电子商务、移动支付等能够

² 薛岚天，深圳市贸促委贸易投资促进部。

有效提升企业的竞争力和市场影响力，助力企业便捷进入海外市场开展全球化布局。用好数字经济手段，有助于企业走好走稳出海之路。

一、数字经济概述

数字经济是以数据资源为关键要素，以现代信息网络为主要载体，以信息通信技术融合应用、全要素数字化转型为重要推动力的现代新兴产业³。其一方面助力新兴产业的迅速崛起，包括软件和信息技术服务业、电子商务、互联网金融、在线教育、数字内容产业等；一方面涉及传统产业的数字化转型，如智能制造、智慧农业、智慧交通、智慧医疗等。

数字经济具有五项突出特点，一是数字化，数据作为新的生产要素影响市场主体生产经营的各个环节；二是信息化，高速、稳定的信息网络技术是数字经济的基础设施；三是平台化，数字经济的发展催生了供需双方大量聚集，能够降低交易成本的数字平台；四是创新化，人工智能、大数据分析、区块链、5G 通信等技术创新不断推动生产方式和商业模式创新，带来新的经济增长点；五是全球化，数字经济助力产品和服务快速跨越国界进行交易，进一步加强国际竞争和合作。

二、数字经济助企分析

企业出海开拓新市场，可以享受如扩大市场规模、降低运营成本、博取竞争优势等红利，但也存在如市场情况了解难、生产经营活动开展难、品牌影响力扩展难等难点。而数字经济数字化、信息化、平台化、创新化及全球化的特点，正可以针对相应痛点提供出海有效助力。

³ 引用自新华网 2024 年 2 月 6 日报道《做强做优做大我国数字经济》。

一是多方位建立海外市场联系。企业出海过程中，由于时空等多方面限制，易遇到定位有效市场难、了解市场概况难、高效开展业务难等问题。传统产业模式下，完成相关工作可能需要企业投入大量资源进行分析研究等工作。数字经济可以帮助企业构建全球合作网络，了解相关市场需求、竞争格局和法规政策，通过可靠平台寻找合适的合作方等。如龙岗区平湖街道众多企业通过亚马逊等电子商务平台面向全球市场展示销售企业产品，通过国际支付平台获取数字和金融服务，实现“货通全球”的愿景。

二是多手段提高生产经营活动效率。出海过程中陌生市场、时空阻隔等因素可能导致企业实施生产经营决策效率降低，阻碍其竞争力提升。数字经济可以通过数字系统为企业实时数据分析和智能化决策提供支持，通过数字支付和供应链管理等手段降低运营、交易、物流成本等，提高相关过程整体效率与灵活性。如宝洁集团针对快销行业价值链长、场景复杂的特点，选择通过全方位数字化去满足多场景、多业务的需求：利用工业 4.0 技术来提升生产制造的智能化水平；利用数字孪生与算法优化供应链网络实现订单动态履约等。再如，阿里巴巴扩展全球速卖通平台覆盖全球 200 多个国家和地区，帮助众多中小企业通过平台出口产品。

三是多途径增强品牌影响力。寻求出海的企业往往已在本地区市场具有了一定的影响力和知名度，因而可以在同等条件下以更高的投资报酬率开展生产经营活动，获取超额利润。但市场环境 with 消费者群体的变化或使得其影响力大幅下降甚至丧失。数字经济的出现拓宽了企业宣传品牌的途径，通过数字营

销及社交媒体运营等打破传统营销中的时空限制，实施精准广告投放，使得企业能够以较低成本在更为灵活的时间便捷触达目标消费者，与用户互动交流，使企业更好地了解相关市场特征与需求。例如，小米通过社交媒体平台与全球消费者进行互动，发布产品信息和品牌故事，通过论坛和社群活动增强用户粘性和品牌忠诚度。

三、工作建议

数字经济能从建立联系、提高效率、增强影响等多方面助力企业出海，我们可以从政策指引、技能培训及资源共享等方面引导企业抓住数字经济机遇，发挥数字经济优势，充分利用数字经济手段，实现国际市场的拓展与竞争力的提升。

一是鼓励数字经济发展。数字经济数字化、信息化、平台化、全球化和创新化的特点使得其能在多方面助力企业出海，但也对基础设施、技术人才等提出了较高的要求。为相关企业在税收、人才保障等方面提供相关支持，减轻企业负担；鼓励企业用好政策、整合资源，如推动银行等金融机构做好保障，为企业提供安全快捷的跨境金融服务与支持；促进物流企业提供高效可控的物流方案，全程可追溯的物流服务等。

二是开展相关技能培训。做好法规及技能培训支持，针对数字经济热门领域，如数字营销、跨境电商运营、数据分析等方面开展培训，邀请专家解读，帮助企业用好相关政策，熟悉相关知识与应用，提升企业数字化技能；提供政策咨询服务，帮助企业协调解决过程中遇到的问题。

三是推动平台资源共享。促进区域合作平台搭建，推动企业间的资源共享与合作，包括市场信息、技术资源、人才资

源、供应链资源等；发挥国际商会等机构作用，通过为企业创建“数字画像”等手段将企业特点需求等数据化、标准化，高效推动企业间的交流合作、互联互通；帮助企业在出海过程中更加顺利地实现资源互补，有效对接潜在合作方，加快产品开发和市场化进程，提升国际竞争力。

民营企业出海面临的风险与问题浅析

梁安琪⁴

深圳作为中国的经济特区，一直是中国改革开放的前沿城市，也是民营经济发展的重要基地。近年来，深圳市民营企业积极参与全球化进程，努力拓展海外市场，取得了显著的成绩。目前深圳全市民营企业数量已超 254 万家，民营企业外贸出口贡献率超过 70%，对外投资额占比近七成。据深圳海关统计，2024 年上半年，深圳市进出口 2.2 万亿元，同比增长 31.7%，创深圳市进出口历史同期新高，在同期内地外贸城市中排名首位，占全国、全省的比重分别为 10.4%、50.4%。其中，出口 1.41 万亿元，增长 34.9%，亦为历史同期新高，居同期内地外贸城市首位。

民营企业“走出去”，不仅是响应国家“一带一路”倡议的重要行动，也是企业持续提升竞争力、拓展国际市场的必然选择。然而深圳民营企业在出海过程中仍需要面对多方面的挑战。

一、面临的风险与问题

部分民营企业品牌信任度低。部分出海的民营企业市场规

⁴ 梁安琪，深圳市贸促委贸易投资促进部。

模不足、在海外品牌信任度低，面临来自本地企业或国际企业的竞争，包括产品和服务的竞争、价格竞争、品牌竞争等，拓展销售渠道方面受阻。根据《中国品牌全球信任指数》报告，2023 年中国品牌信任指数虽较 2019 年大幅上涨，但整体仍处于低位，与德、美、日等国家的品牌相比，全球消费者对中国品牌信任程度较低。某些小型电子产品制造商在尝试进入欧洲市场时，由于品牌知名度不高，很难在主流销售渠道获得展示机会，导致产品销量不佳。

企业自身专业人才紧缺。海外员工招聘、管理难，不同的文化背景、语言障碍、管理差异等问题可能导致人才招聘和管理上的困难，容易在薪资、个税、休假等方面出现问题，海外员工不适应“996”文化。据报道，2022 年 6 月份，TikTok 中国管理团队与伦敦员工之间发生文化冲突，引发当地员工离职热潮。主要源于英国电商分部员工不满抖音的加班文化，一半员工相继辞职，而且高管公开发表与当地劳动法相悖的产假言论，导致公司对当地员工的管理失效，造成了较大损失。

对海外国家法律法规不熟悉。当地民族宗教、生活习惯、文化习俗差异等影响企业生产经营，受当地政策突变及市场不确定性影响，缺乏知识产权开发和保护意识，企业面临各类合规风险较多。以欧洲为例，当我们的新能源车在出口欧洲时，由于整车是在中国进行生产和组装，这种模式就涉及到国际贸易上的合规。例如进口产品是否符合资格享受 VAT 的减免，在进出口申报的流程中是否合规都由于欧洲不同地区有不同规定，这就需要在出海的时候一一拆解方案。同时，在欧洲地区销售新能源汽车，在整车产品甚至原材料采购、生产、电

池组装等过程中都可能会涉及冲突矿产、碳排放量超标以及污染等问题。

实体企业在海外易面临供应链危机。部分外贸企业产品的一些核心关键配件依赖进口，而海外部分供货工厂减产甚至出现停工，使得各类产品供应链处在紧张状态，极易造成供货不足的问题，而且后续出货计划依然存在不确定性。纺织、鞋服等供应链相对简单的制造业出海，通过两到三年的培育期基本就可以快速重建一套供应链体系。但对于汽车、手机等供应链较复杂、价值链较长的产业来说，不只是一要搬过去一个工厂，而是需要一个集成的供应链生态。智能手机需要各类零配件的制造业集群，而培育本土化供应链的时间少则五年，长则十年，甚至更久。

中小型民营企业受全球汇率风险、金融市场波动影响较大。对外贸易的生产经营战线较长，而中小型企业往往资产较少、融资难，资金储备不足，容易导致资金中断，生产过程面临危机。民营企业通常是小型股份公司，合伙人所能带来的投资也较为有限，在对外贸易中的投入达不到国有企业的投入，因而收益较低。

二、建议举措

提供政策支持。可制定详细的民营企业出海战略规划，明确出海目标、重点领域和扶持政策，为民营企业提供出海路径和方向指引。此外，可建立服务民营企业的专门协调机制，帮助民营企业在海外市场中更好地竞争。

搭建平台和网络。建立国际交流合作平台，组织商务考察团和贸易展览会等活动，加快建设“走出去”行业服务平台和

海外服务驿站，提供政策咨询、市场信息、法律援助等一站式服务，帮助民营企业与海外客户建立联系，促进业务合作。

提供风险保障。建立完善风险管理机制，为民营企业投资海外提供保险和担保服务，加强海外知识产权纠纷应对指导，健全民营企业海外维权服务全链条工作网络；推动与主要贸易伙伴在产品质量、安全、环保等方面的标准互认，降低企业出口的技术壁垒和成本。

加强人才培养与引进。加大对民营企业走出去战略的人才培养力度，支持高校和职业培训机构开设与出海相关的课程和培训项目，培养具有国际视野和跨文化沟通能力的人才；支持引进海外人才，通过优惠政策和良好环境吸引海外优秀人才回国或来华工作，为民营企业出海提供智力支持。

合理引导和监管。加强对民营企业海外投资的引导和监管，制订境外投资指引，确保企业走出去的步伐符合整体需求，避免出现不良竞争和风险扩散问题；鼓励金融机构为民营企业提供多样化的融资产品和服务，如跨境贷款、信用保险等，满足企业不同阶段的融资需求。

鼓励企业“抱团”出海。强化出海企业集群效应，按照产业链抱团，形成产业链生态群，通过集群式发展，企业可以共享资源、降低成本、提升竞争力；按照目的国抱团，以海外贸易目的国为单位，借助华人商会、行业协会等组织，集中开展海外贸易，加大企业凝聚力。

全球电商消费呈现六大趋势⁵

从园艺产业到硬科技软体验，从情绪价值到沉默旅行，从睡眠质量到户外活动，全球各地民众的消费趋势时刻牵动着中国跨境电商卖家的神经。亚马逊全球开店在7月19日发布的2024年半年度《全球电商消费趋势及选品洞察报告》显示，全球电商消费呈现六大趋势，这将为卖家更好选品、做好研发提供参考。

趋势一：“从种子到花园”，园艺产业链各环节消费势头强劲

调研显示，美国园艺市场规模庞大，55%的家庭拥有花园，80%的家庭参与开展园艺活动。与此同时，以千禧一代为代表的年轻群体，已经成为美国园艺消费的重要力量，支出意愿度和幅度均高于老年家庭。

园艺消费需求增长体现在从种子土壤、种植培育到装饰展示的各个环节。主要的消费趋势包括：在容器方面，盆栽植物和多功能容器工具需求上升，且对容器的可移动性、多样性和观赏性等性能提出了更高要求；在园艺风格方面，越来越多的消费者追求美观与个性化，希望打造或复古自然、或居家舒适等不同风格的环境；在园艺设备方面，部分消费者的兴趣正从传统的园艺工具转向智能化、电动化等效率高、科技感强的创新设备。

⁵ 转载自《中国贸易报》。

趋势二：“硬核科技软体验”，用科技满足消费者对于品质生活的向往

科技产品已经成为美国消费者日常生活不可或缺的一部分。与此同时，消费者也提出了更高的要求，调研显示，76%的受访消费者认为科技产品的功能性和体验性一样重要，并期待在“衣食住行”全方位通过硬核科技提供更多舒适便捷的软性体验。

传统品类与科技的融合，正在不断满足人们对品质生活的向往。以家居品类为例，现代消费者对家居产品的要求已经超越了单纯的基础功能，他们渴望在家中享受到更全面的体验和感官愉悦，比如视觉美观、听觉舒适、嗅觉清新等。在这一趋势下，智能厨房家电、壁画音箱、智能宠物用品等家居科技产品正在成为消费新宠。

趋势三：为情绪价值买单，唤醒正面情绪的产品蕴含巨大的商业价值

2024年“多巴胺经济盛行”正成为一个值得关注的消费趋势，尤其是在欧洲，指的是能唤起正面情绪的产品或服务的风行。最新调研显示，有三分之二的受访者十分希望一个品牌能够帮助自己注意到内在的强烈情绪，希望他们的情感能够得到认可、重视和关注。

通过产品呵护消费者情绪价值的方式多种多样，包括情感化的外观设计，比如采用柔和平滑的形状、温暖的色调、良好的材质和质感，来激发积极情感；提供互动体验的设计，通过融入互动性的元素传递情感，给予用户回应和乐趣；个性化定制，满足用户表达个性的愿望，让其感到被珍视；富有故事性

的产品或品牌，传递产品价值观和精神，激发消费者的情感共鸣。

趋势四：“安静的旅行”正在流行，急需“安静的工具”来辅助

“安静的旅行”正在成为一种越来越受欢迎的健康趋势。《2024 夏季旅行报告》显示，人们使用和搜索“安静的生活”和“安静的地方”比例，分别同比增长了 530%和 50%。这一趋势在欧洲表现得尤为明显，56%的欧洲受访消费者表示，未来六个月计划进行一次及以上的安静旅行。

“安静的旅行”并不意味着单调，它的形式是多样的、丰富的，并且需要“安静的工具”来辅助。这包括以下产品：能够帮助营造静谧环境的工具，例如白噪声机器、安静灯光的灯具、轻柔音乐播放设备等；静音低噪设计的工具，例如低噪音车辆、便携静音电器如风扇等；用来隔音降噪的设备，比如隔音帐篷、隔音板、降噪耳机和麦克风等；以及回归低科技的产品，比如复古摄像机、胶卷相机、蜡烛火柴等减少电子设备干扰和噪音的产品也重回大众视野。

趋势五：“睡眠正苏醒”，提高睡眠质量势在必行

日本睡眠不足问题尤为突出，平均睡眠时间为 6 小时 50 分钟，处于世界较低水平。聚焦产品层面，调研显示，有 61%的受访者希望能够优化床铺舒适度，例如舒适的、高质量的床垫、枕头、被套等床上用品；56%的受访者有意愿购买蒸汽眼罩、助眠精油、睡眠面膜等能够放松和解压的产品；40%的受访者会对睡眠环境做改善，包括使用遮光窗帘、耳塞、白噪声机等产品；另外也有 24%的受访者希望通过科技产品辅助睡眠，例如睡

眠跟踪设备、智能床垫、智能床头柜等产品。

趋势六：“生活在别处”，日本户外活动用品市场稳定且庞大

日本丰富的自然景观和户外文化的普及，使得日本户外活动消费一直保持着稳定且庞大的规模。除了运动之外，近年来在户外进行放松休息、餐饮、娱乐和文化体验活动，也广受欢迎。此外，比起单一特定的户外活动，把家搬到户外，在户外生活一天的形式越来越受欢迎。

这些户外生活方式的革新，给相关商品带来了巨大商机，包括放松休息类商品，比如充气床垫、户外沙发、小屋式帐篷等；烹饪餐饮类商品，比如烧烤架、迷你燃气灶、露营炊具等；休闲娱乐类商品，比如便携投影机、防水扬声器等；阅读创作类商品，比如阅读灯、置物架、便携电源等；以及护理清洁类商品，比如洗漱包、防晒霜、户外淋浴器等等。

面向未来，跨境电商卖家们要用好融合了人工智能、大数据和机器学习等前沿技术的创新工具，从消费者评价、实际购买行为等多重维度分析消费趋势，从而更好选品、做好研发、塑造品牌，持续提升产品力。

上半年广东外贸双位数增长，粤企如何应对不确定性？⁶

7月17日，据海关总署广东分署消息，上半年广东外贸进出口总值为4.37万亿元，规模再创历史同期新高，同比增长

⁶ 转载自《21世纪经济报道》。

13.8%，高出全国平均水平 7.7 个百分点。此外，进口、出口也都实现了两位数增长。

这组数据体现了广东外贸的韧性所在。多位受访专家告诉南方财经全媒体记者，受美国与欧元区进入补库存阶段，叠加国内系列稳外贸措施推动、以及受去年进出口基数较低等影响，上半年广东外贸增速较快。

上半年，广东无论是机电产品还是劳动密集型产品出口都实现了较快增长，这与全球需求回暖密不可分。中国物流与采购联合会公布的数据显示，从上半年来看，全球制造业 PMI 均值为 49.7%，较去年同期上升 0.9 个百分点。全球经济复苏力度好于去年同期。

汽车、船舶、集成电路等产品出口数据亮眼。但是，今年以来，欧盟、美国等市场对中国筑起关税围墙，愈演愈烈的关税围墙增加贸易不确定性因素。展望下半年，受地缘政治冲突、贸易摩擦不断以及债务压力上升等影响，广东作为我国第一贸易大省，压力仍存。

“展望下半年，我认为对广东来说积极的因素还是有的，包括美国市场补库存的持续、新兴市场提供增量、中企‘走出去’带动中间品贸易增长，都是重要动力。此外，我们内部也有系列稳外贸政策，也将释放外贸动力。”中国（深圳）综合开发研究院区域发展规划研究所副所长王振说，但下半年挑战也很多，目前海运价格波动频繁，此外贸易保护主义仍是挑战。

商务部国际贸易经济合作研究院学术委员会副主任张建平则告诉南方财经全媒体记者，从产业基础来看，以广东为代表

的中国产品竞争力不断提升，加之外贸新业态、新模式、新动能涌现，国家高度重视外贸大省在积极拓展国际市场中的作用，从政策上给予了大力的支持，展望下半年，我国外贸增速有望保持在全球前列。他预计，我国全年外贸进出口或将达到2.6%~3%的区间水平。

一、韧性如何凸显？

广东外贸如何保有韧性？民营企业撑起了大半边天。

上半年，广东民营企业进出口2.8万亿元，增长21.3%，增速快于广东整体7.5个百分点。

作为市场经济高度活跃的地区，广东民营经济主体占全省经营主体总量96%以上，这里面的民营外贸企业则贡献了全省超过6成的进出口份额。同期，外商投资企业进出口也实现微增，占比约3成。

今年以来，数百家上市公司接受券商调研，而电子行业是备受关注的领域之一，多家企业表示上半年订单情况良好。例如，海外业务为重要板块的佛山半导体企业——联动科技披露的调研公告称，今年一季度，公司营业收入同比增长逾3成，一季度收入数据的改善可见行业需求呈现一定回暖迹象。但公告也称，行业发展受到很多内外部因素影响，短期行业发展也存在一定的不确定性。

以联动科技等为代表的集成电路行业，今年以来发展态势蓬勃。事实上，上半年广东集成电路无论是进口还是出口，都实现了较快的增速。中国机电产品进出口商会此前曾分析，我国集成电路进口量额的稳定增长，主要受到全球电子信息产品需求回升、厂商去库存节奏加快的影响。

今年以来，广州众诺微电子有限公司重点到欧美市场参展拓客，公司耗材营销中心总监魏文武告诉南方财经全媒体记者，尽管国际形势充满不确定性，欧美市场仍是公司重点方向，因为出口欧美单价更高，并且客户稳定，“今年到德国等地参展时，原本有些客户不怎么理我们的，也开始邀请我们到他们公司洽谈。因为原本的供应商受到欧美制裁，他们就会想办法开拓新的供应商”。

换言之，尽管可能受贸易摩擦影响，但昙花一现的“抢出口”先机崭露。

不过，魏文武也坦言，近年来欧美客户对价格变动愈发敏感，对企业来说抢订单难度越来越高。

除了集成电路，上半年广东船舶、电动载人汽车、集装箱出口快速增长，分别增长 70.7%、78.3%和 104%。

王振向南方财经全媒体记者分析，目前船舶行业正处于集中交付周期，至少将持续到明年。事实上，在 2021 年 8 月国经中心举办的以“国际物流与航运形势”为主题的经济每月谈上，广州港集团就介绍，彼时广州的造船企业订单已经排到 2024 年。到了今年上半年，我国全国造船完工量、新接订单量、手持订单量均居全球首位，新接订单量更是占到了全球总量超过 7 成。

周期性产品的爆发式增长成为上半年广东外贸的一大动能。此外，新能源汽车仍然是具备竞争力的出口产品，在广东外语外贸大学国际经济贸易研究中心主任陈万灵看来，外部市场对我国新能源汽车筑起围墙，侧面说明了我国产品的竞争力所在。从广汽集团的销售情况来看，虽然上半年汽车销量下

滑，但累计出口汽车 6.8 万辆，同比增长近两倍。

王振分析，中国车企出海有三种方式，一种是像吉利一样并购海外生产线，一种是在海外设厂新建产线，如比亚迪选择匈牙利布局工厂进入欧洲市场，还有一种则为海外 KD 组装生产。无论何种形式，对企业来说，千方百计抢占海外市场份额都是关键。“长远来看，我认为新能源汽车与锂电池等仍是外贸的增长动能。”王振说。

二、下半年是喜是忧？

一个不容回避的问题是，全球外需恢复仍然不稳，加之下半年欧美对华部分重点出口产品加征关税生效，对于企业来说，形势难明。

在我国民营企业卯足动力向全球要增长的同时，不难发现，外资企业进出口增长乏力。

从全国来看，上半年外商投资企业进出口同比微增 0.2%，广东则实现了 2.1% 的增速。王振分析称，在当前国际局势下，跨国公司订单采购进行市场多元化调整，在全球多个区域进行布局。在这样的趋势下，外商投资企业难以成为拉动外贸增长的强劲动力。

南方财经全媒体记者此前曾采访广东的耐克品牌供应商，据负责人介绍，他们在东南亚多地设有厂房，原因是品牌希望企业在海外广泛布局，以回避国际形势变化带来的风险。东莞的一家美资外贸企业负责人也告诉南方财经全媒体记者，此前公司只与中国的鞋厂合作，但近年来紧盯国际贸易形势变化，开始与东南亚等地的工厂合作。

事实上，中国企业“走出去”投资设厂，带动的中间品出

口，正在成为我国外贸有力的新动能。去年底召开的中央经济工作会议提出，要加快培育外贸新动能，巩固外贸外资基本盘，并首次提出“拓展中间品贸易”。今年一季度，占了广东外贸整体超过五成的中间品进出口 1.12 万亿元，拉动广东整体进出口增长 8.8 个百分点。

加快培育外贸新动能，是广东的重要发力点，这也体现在，广东重视跨境电商这一外贸新业态所带来的增长能量。上半年，广东跨境电商规模超 4200 亿元，在“跨境电商第一城”深圳，一季度跨境电商进出口增幅更是超过了 95%，有力带动了服饰、家具、电子等劳动密集型产品出口。

不过，尽管广东各地尚未公布外贸数据，从前 5 个月的情况来看，广东不同城市外贸表现冷暖不均，不少城市下半年面临较大压力。如何用好外贸新业态，对各地来说是一个紧迫的命题。

汕头一家历史悠久的内衣工厂总经理告诉南方财经全媒体记者，近几年企业订单“量增价减”问题突出，也尝试做过国内电商，但已是“一片红海”难以跻身，从去年开始推动产品在 Tiktok 和 Temu 跨境电商平台出海。

对企业来说，国内市场竞争激烈，则向外谋增量，核心思想是能够生存发展。

在 5 月印发的《关于实施“五外联动”推进高水平对外开放的意见》中，广东继续提出发展外贸新业态，支持广州、深圳建设跨境电商国际枢纽城市，打造 20 个“产业集群+跨境电商”园区，培育 10 家百亿元级跨境电商龙头企业，建设 500 个较大规模海外仓，推动跨境电商进出口规模突破万亿元。

展望下半年，广东海关称，广东外贸仍将面临较多不稳定、不确定因素，但在外部需求持续回暖、各项稳外贸扶持政策红利不断释放、企业订单增多等有利因素支撑下，预计总体将继续保持良好发展势头。

在张建平看来，尽管全球经济发展的活力以及市场的需求存在很大不确定性，例如欧元降息和美元的加息周期的影响，以及美国和欧洲对中国新能源汽车等部分相关商品加征关税等贸易政策变动，但中国外贸的增长潜力依然值得期待。

“整体而言，我觉得中国在从外贸大国走向外贸强国的过程中，我们要发挥政策支持优势，还有发挥龙头品牌企业的带动作用，实现中国产品竞争力的提升来拓展市场。”张建平说。

“绿电直供”：应对欧盟碳壁垒的新路径⁷

一、欧盟碳足迹计算规则细化，国产电池出口面临新挑战

2023年8月《欧盟电池与废电池法》（以下简称“欧盟新电池法”）生效后，从2024年7月起，在欧盟市场销售的动力电池以及工业电池必须申报产品碳足迹，这将成为国产电动车电池出口至欧盟的一大挑战。2024年4月30日，欧盟在新电池法的配套细则《电动车电池碳足迹计算规则草案及附件》中进一步明确了电动车电池碳足迹计算规则，其中，“国家平均电力消费组合”（National average electricity consumption mix）和“直连电力”（Directly connected electricity）成

⁷ 转载自“综合开发研究院”微信公众号。

为两种被认可的电力碳足迹计算模型，这意味着在欧盟新电池法框架下，动力电池企业无法通过购买绿证等能源属性证书或者签署 PPA（电力购买协议，Power Purchase Agreement）购买绿色电力来降低电力消费的碳足迹。

电池生命周期的能耗主要源自电力，直接导致电力产生的碳排放成为决定电池碳足迹的关键因素。根据行业估算，电力碳足迹约占电池总碳足迹的 70%。若按“国家平均电力消费组合”方法评估，一国发电的能源结构将直接影响该数值的高低，鉴于我国以火力发电为主的现状将致使国产电池的碳足迹评估面临不利局面。根据运输与环境（T&E）发布的《欧洲电池工业蓝图》显示，欧洲制造电池的碳排放可能比中国制造的电池低 60%，仅此一项标准就足以将国产电池挡在其大门之外。值得注意的是，该规则草案反映欧盟对电力溯源的基本原则与立场，一旦该标准得以实施，其适用范围将跨越电池领域，广泛应用于各类产品碳足迹标准中，将全局性地影响中国产品的国际竞争力。在此背景下，作为更贴合“直连电力”计算模型的“绿电直供”模式成为了关注焦点，有望成为破解当前困局的新路径。

二、“绿电直供”的定义与优势

“绿电直供”是指通过分布式新能源项目直接向工业园区、农业产业园等提供绿色电力，实现能源生产与消费的直接对接。此模式不仅有助于降低企业碳排放，满足绿色发展需求，更能在碳排放核算中直接体现新能源的环境价值，是国际规则下减少争议、提升竞争力的有效手段。在传统电网架构下，由于电力的同质性特征，电力来源（无论是传统燃煤还是

可再生能源）在传输过程中往往难以从电网侧和用户侧明确区分。而“绿电直供”模式则打破了这一局限，通过直接供应新能源电力的方式，使得碳排放核算变得简单明了，直接体现了新能源对环境的正面贡献，符合多数国际规则的要求，减少了因电力来源模糊而可能产生的争议。

三、“绿电直供”实践的三大挑战

实际上，早在 2021 年，国家便前瞻性地提出了绿电直供的相关概念，并有多个省份响应出台支持政策。然而，尽管政策春风频吹，实际落地并成功运营的绿电直供项目却依然屈指可数，其发展进程远远未达预期。这一现象背后主要面临三大挑战：

一是经济性。实施“绿电直供”需投资新建中、低压配电线路，还可能涉及用户端改造，故项目可行性的关键在于绿电带来的额外收益能否有效抵消这些投资成本。

二是稳定性。相较于传统电网的稳定供能，直接采用新能源供电，尤其是在风能、太阳能等间歇性能源为主的系统中，其供电连续性和稳定性面临更大挑战，还需通过技术创新、储能系统的优化、智能电网的建设和完善运维管理等措施来逐步改善，以达到与传统电网相媲美的供电质量和可靠性。

三是公平性。用户是否参与“新能源专线”对电网整体报装容量影响甚微，投资成本也不会减少。这导致部分转向绿电的用户虽减轻了电网的供电压力，却仍需承担固定的容量费用，出现费用与实际用电量不匹配的问题。且当进入新的监管周期，重新设定输配电价时，原本应承担的电网投资、建设成本要由那些未加入“绿电专线”、依然依赖传统电网供电的用

户进行分摊，造成用电不公平。

四、挑战中孕育机遇的创新之路

欧盟新电池法的实施，无疑为我国电池产业设置了新的挑战门槛，但同时也为行业的创新与发展开辟了更为广阔的舞台和更高标准的发展路径。“绿电直供”模式不仅是应对欧盟新电池法的策略，也是推动我国能源结构优化、实现“双碳”目标的重要抓手，其未来发展值得我们深思与期待。为充分发掘其潜力，需从以下几方面入手：

首先，要强化政策引领与激励机制。政府应进一步深化政策体系、细化支持措施以降低项目初期投资成本，提升项目的经济性和可行性，为“绿电直供”模式的推广和应用创造更加有利的条件。

其次，尽管“绿电直供”模式的碳排放在物理性上相对易于验证，但其能否全面获得国际减碳规则体系的充分认可目前还有待明确。为提升我国在全球碳减排舞台上的话语权与影响力，亟需双管齐下：不仅要加速建立一套科学、公正、透明的国内碳计量体系，还要积极推动国内标准与国际标准的有效对接与互认。

此外，技术创新与产业升级也是推动“绿电直供”模式发展的关键。应加大对储能技术、智能电网、微电网等领域的研发投入，提高新能源的并网率、利用率和供电稳定性，解决新能源间歇性问题。

【企业直通车】

朗华集团：创新打造生产性服务平台 激发外贸新动能

一、企业简介

朗华集团成立于2006年，总部位于深圳，致力于打造中国首家生产性服务平台，专注为制造业提供外贸、仓储、物流、金融、产业、投资、检测、审计及设计等一体化综合服务，赋能制造业降本增效、高质量发展。

截至2024年6月，一般贸易进出口累计超7800亿元，营收累计超3200亿元，年外贸额蝉联工业供应链行业前列；服务产业链客户超27000家，其中上市公司超200家，业务覆盖全球200多个大中城市，总运营仓储面积超200万平方米；首发深圳中欧班列，深度参与国家“一带一路”建设和中亚经贸交流；朗华国际香港上市，创立全球首家跨境供应链数字银行支持中国制造海外融资；建立全球最大的工业电子央仓和工业耗材集散中心。展望未来，朗华将持续以技术创新推动服务效能升级，构建两业融合新质生态圈，打造世界一流的生产性服务中国品牌，助力制造强国建设。

二、企业海外发展经验

坚持系统观念，创新服务模式。当前我国制造业正处于转型升级的关键期，制造业需将有限的资源，更多地倾注到生产研发等核心业务环节，聚力突破“卡脖子”问题，不断向全球价值链中高端迈进。在这一过程中，寻求科学合理的降本增效

解决方案，是企业迫切需求。朗华顺应全球新一轮科技革命和产业变革趋势，创新打造独具核心竞争力的“全国首家生产性服务平台”，构建一体化集成化全生命周期服务生态，聚焦为先进制造业提供工业外贸、仓储、物流、金融、产业、检测、等十二大服务产品组合拳，打通从研发、设计到生产、流通的全产业链各环节，根据客户需求灵活组合服务产品，提供一站式定制化综合解决方案，有效为客户降本增效，提升全要素生产效率。

贸易数字化升级，助力外贸提质增效。朗华注重创新研发，累计获得 89 项知识产权，强化创新成果运用，自主研发数字化系统，实现进出口报关、物流、仓储、金融等业务数据化、模块化、智能化。朗华服务系统将不同环节需求整合传递，实现资源共享，集成化服务，更好地促进各行业生态互联，提升全要素生产率。智能关务云服务平台提供关务合规、AI 智能报关等一站式专业服务；运用 OCR 光学字符识别技术、实时定位数据的智能 TMS 平台、REID、物流电子锁及 GPRS 监控系统，随时预警及呈现货物仓储、运输状态，创建智能化物流体系，打造可视化物流；高端硬件设施配合自主研发仓库操作系统，采用 VMI 管理系统、全自动化贴标机器、IQC 电子元器件来料检验系统、复杂仓配服务场景下的标准计费引擎 BMS 等技术，快速提供产品仓储情况等海量数据，为客户带来标准化、精细化、定制化仓储配置，有效降低制造业成本 30%，增加库存 SKU10 倍，缩短存货周转天数 80%，提升拣选质效 95%。

坚持全球视野，服务制造出海。朗华业务辐射 200 多个遍及中国、南亚、东南亚、中东、中亚、南美洲等地区；深入参

与“一带一路”建设，首个发起运营深圳民营运营的首班中欧班列(深圳-德国杜伊斯堡)，开辟外贸新通道；创立全球首家工业互联网银行，为中国制造出海提供境外金融活水；运营仓储项目包括海外仓、国内仓、中央仓、保税仓、定制仓等多种类型；朗华打造柔性化全球物流综合解决方案，运输路线超100条，服务车辆超10000辆、专业配送团队超2000人，可视化运输服务稳定可靠，有效降低物流成本60-70%，节省物流空间3-5倍，全力助推中国智造“走出去”，提升全球核心竞争力，助力外贸高质量发展。

三、企业对行业发展相关建议

建议加大银行中长期低息融资产品创新供给力度，对于服务战略性新兴产业和未来产业、及服务新兴产业发展的新型基础设施项目，建立相应的中长期低息融资产品白名单，提升对新兴产业服务保障能力。

建议优化政府投资基金投资方向，注重产业统筹协调发展，推动投资领域延链扩面。深圳正深入打造“20+8”产业集群，建议投资基金考虑将服务新兴产业的优质赋能企业纳入投资范围，强化产业配套服务能力，推动“20+8”产业集群高质量发展。（根据深圳市朗华供应链服务有限公司供稿整理）

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：姚逸、李丹

审核：杨宏宇

电话：0755-33358492