

# 深圳贸促

2025年3月刊（总第102期）

中国国际贸易促进委员会深圳市委员会

2025年3月26日

---

## 【专题研究】

- 尼日利亚电商产业发展现状及深圳企业投资前景（唐治发） ..... 1
- 红海危机下的经济震荡与深圳企业应对之策（黄振东） ..... 9

## 【国际国内评述】

- 张燕：解锁新型离岸贸易，开拓外贸新蓝海 ..... 14
- 沙特阿拉伯专利制度介绍 ..... 17
- 企业出海知识产权风险分析及实务建议 ..... 20

## 【企业直通车】

- 康冠科技：深耕显示行业 向世界输出“中国智造”解决方案.. 28



## 【专题研究】

# 尼日利亚电商产业发展现状及深圳企业 投资前景<sup>1</sup>

尼日利亚作为非洲人口最多、经济规模较大的国家，凭借超 2 亿人口、近 50% 的互联网普及率，近年来电商行业在新冠疫情助推下蓬勃发展。在中非经济合作深化、“一带一路”倡议推进的背景下，进军尼日利亚电商市场潜力巨大。尽管尼日利亚电商市场目前仍面临物流、支付、互联网成本等挑战，但也为深圳企业提供创新契机。本研究通过系统分析尼日利亚电商产业现状，旨在探索深圳与尼日利亚在电商领域的合作潜力，帮助深圳企业寻找投资尼日利亚电商市场的最佳切入点，促进中非经济合作实现互利共赢。

## 一、尼日利亚电商产业格局及特点

### （一）网上商店类别分布

尼日利亚各类别的网店总数超过 1.7 万家。其中，服装类商店数量最多，占比约 13.38%；其次是商业和工业类，占比约 9.72%；美容健身类、中介教育类占比接近，约为 8.29%；其余的人文社会类、消费电子类、家居园艺类、餐饮类、医疗类、计算机类分别占比约 8.03%、7.1%、6.7%、6.6%、5.51%、5.3%。

### （二）各电商平台市场份额

近年来，尼日利亚的互联网和智能手机普及率不断上升，

---

<sup>1</sup>深圳市贸促会驻尼日利亚经贸联络处，唐治发。

电商市场发展迅速，电商行业的主要参与者包括本土公司、跨国公司以及区域性平台：

### **1. Jumia**

Jumia 是尼日利亚乃至整个非洲地区最大的电商平台之一，是非洲首个在纽约证券交易所上市的电子商务公司，其在尼日利亚电商市场的占有率大约在 45% 上下，处于领先地位。它提供广泛的商品，从电子产品到时尚、日用消费品和食品等，并且还提供 JumiaPay 等数字支付服务。

### **2. Konga**

Konga 是尼日利亚的另一大电商平台，市场份额约为 17.5%，起初专注于在线零售，后来通过“市场模式”扩展到更广泛的产品类别。该平台的线下业务结合增强了其在本地市场的影响力，尤其是在零售与物流网络上的整合策略。

### **3. 跨境电商平台**

像阿里巴巴的 AliExpress 和 Wish 等跨境电商平台在尼日利亚电商市场占有率约在 12.5% 左右，主要销售来自中国的廉价进口商品，虽然物流时间较长，但价格竞争力较强，尤其在电子产品和时尚品类上颇受欢迎。在物流基础设施持续改善的情况下，这部分市场仍在增长。

### **4. 本地小型电商平台和社交电商**

尼日利亚也有一些较小的本地电商平台和社交电商，许多中小企业和个人卖家依托 Instagram、Facebook、WhatsApp 等社交媒体直接进行商品展示和销售。这类电商规模较为分散，虽然无法与 Jumia 和 Konga 直接竞争，但通过社交媒体推广以及低成本的方式，仍然吸引了一部分年轻消费者，尤其是在时

尚和美妆领域。这类平台的市场份额约为 12.5%，并随着社交媒体的使用增加而不断增长。

### 5. 实体零售电商整合

尼日利亚的部分大型传统零售商也开始线上线下整合，推动自己的电商平台或通过第三方平台开展电商业务，例如通过自建的在线平台或者入驻 Jumia、Konga 等电商平台来触达消费者，特别是在大都市地区。这部分市场份额较小，约为 7.5%，但增长潜力较大，尤其是在疫情后消费者向线上购物转型的趋势下。

#### （三）尼日利亚各行业网上商店月销售额

在尼日利亚，不同商店类别的预估销售额为市场动态提供了重要见解：商业和工业作为突出类别，线上销售总额达 60 亿美元，占该领域总销售额的 64.4%；消费电子产品实现了 6080 万美元的销售额，占总销售额的 1.55%；美容和健身类销售额为 6.3163 亿美元，占总销售额的 16.12%，这一细分突出了不同经济影响区域内的不同类别，展示每个领域的多样性和优势。

类别	销量	百分比
工商业	\$6,000.18	64.40%
消费电子	\$60.80	1.55%
美妆健身	\$631.63	16.12%
中介教育	\$519.63	13.27%
服饰	\$513.30	13.10%
人文社会	\$509	12.99%
餐饮	\$373.25	9.53%
医疗	\$358.20	9.14%
计算机	\$319.33	8.15%
其他	\$31.90	0.81%

#### **（四）尼日利亚网店按月销售额分析**

尼日利亚网店的按月销售额分布受到多个因素的影响，包括节假日促销、经济状况、季节性需求、消费者收入周期以及电商平台的促销活动等。尽管具体的月度销售数据会因平台和商品种类的不同而有所差异，但整体呈现以下趋势和分布特点：

##### **1. 季节性高峰：年底假日季（11-12月）**

与全球其他市场类似，尼日利亚的电商平台和商家也在11月进行大规模促销活动，特别是黑色星期五（Black Friday）和网络星期一（Cyber Monday）。Jumia 和 Konga 等主要平台在这段时间会推出折扣活动，吸引大量消费者，推动11月的销售额达到全年高峰。12月圣诞节购物季是网店销售的另一高峰期，消费者往往会在圣诞节和新年假期前购买礼物和家庭用品，这期间在时尚、电子产品、家居用品等品类上购买需求较高，12月的销售额通常与11月相近或更高，这两个月的电商销售额通常占到全年的30%-40%，是尼日利亚电商平台销售最旺盛的时期。

##### **2. 消费疲软期（1-3月）**

由于12月的高额支出，消费者在圣诞节后倾向于减少非必需品的开支，导致1月网店销售额出现明显下降。随着消费者逐渐适应新年后的经济状况，以及可能的新学期开始需求（如购买书籍和学习用品），2-3月的销售额会逐渐恢复，但整体仍处于全年较低水平。1-3月的销售额通常较为低迷，占全年销售额的15%至20%。

##### **3. 中期销售高峰（4-6月）**

4月复活节部分网店会推出促销活动，尤其是服装、食品、家庭用品类商品的销售额会有一定提升。尽管不及年底的促销力度大，但4月的销售额往往会出现一个小高峰。5-6月，尼日利亚消费者开始为年中的需求做准备，包括婚礼季、家庭聚会和旅游活动等，此时的电商平台销售额相对稳定，尤其是时尚、电子产品和家居用品等品类保持良好销售表现。4-6月的销售额相对较为平稳，占全年总额的20%-25%。

#### 4. 中期下滑期（7-9月）

7月通常是网店销售额的低谷期，因缺乏节假日促销活动，加上天气炎热，消费者对网购的需求相对减少，尤其是在非必需品类上表现明显。随着返校季的到来，家长们为学生购买学习用品、电子设备、文具和衣物等商品，8-9月的销售额开始出现明显回升，尤其是针对学生和教育相关的品类。7-9月的销售额约占全年总额的15%至20%，其中8-9月表现略优于7月。

#### 5. 年末促销启动期（10月）

尽管10月没有重大节日促销，但这段时间的销售额通常开始有所上升，因为许多消费者已经在为即将到来的黑色星期五和圣诞季做准备。电商平台也会逐步推出一些小型促销活动来为年末购物季预热。10月的销售额通常比7-9月的表现好，约占全年总额的10%至15%。

## 二、深圳企业投资尼日利亚电商的前景

深圳企业投资尼日利亚电商市场的前景极为乐观，特别是随着尼日利亚电商行业的快速增长、数字经济的普及、互联网和移动支付基础设施的逐步完善。深圳企业凭借其技术优势、供应链能力和电商运营经验，有机会在尼日利亚这个非洲最大

经济体中占据重要市场份额。

### **（一）市场潜力巨大**

尼日利亚拥有超过 2 亿人口，是非洲人口最多的国家，且人口结构年轻化。随着中产阶级的扩大和消费能力的提升，尼日利亚电商市场的消费需求不断增加，特别是在消费品、电子产品、时尚产品和日常用品等领域。根据市场调研，尼日利亚电商市场 2025 年用户预计将达 1.225 亿，尼日利亚电商市场的年复合增长率（CAGR）处于全球领先水平，未来几年预计将继续保持快速扩张，为深圳企业进入这一市场提供了良好机会。

### **（二）互联网普及与移动端发展的推动**

随着互联网普及率的上升和智能手机的广泛使用，尼日利亚的数字用户数量正在迅速增长，越来越多的尼日利亚消费者通过手机访问互联网，并逐步习惯于在线购物。深圳的电子产品制造商可以通过电商平台直接进入这一市场，满足消费者对智能手机、平板电脑等产品的需求。深圳的 ICT 企业（如华为和中兴）在尼日利亚通信基础设施的建设中扮演了重要角色，随着尼日利亚 5G 和通信基础设施的不断升级，未来电商发展所依赖的互联网和移动网络质量也将显著改善，进一步推动电商的繁荣。

### **（三）支付系统与金融科技的优化**

尼日利亚的移动支付市场正经历快速增长，尽管现金支付在农村地区仍然普遍，但移动支付、银行转账和电子钱包（如 Flutter wave 和 Pay stack）的普及率逐渐提升，金融科技的发展也使得越来越多的消费者和商户使用电子支付手段。深圳的金融科技公司可以通过提供支付解决方案（如微信支付和支

付宝），帮助尼日利亚电商平台和消费者解决跨境支付和本地支付难题。尼日利亚政府积极推动无现金经济转型，与私营部门合作推动电子支付系统的改进，这为电商支付生态的快速发展创造了有利条件。深圳企业可以利用其在移动支付和金融科技方面的经验，帮助尼日利亚电商平台提高支付效率，增强用户体验。

#### **（四）物流和基础设施的改善**

物流是尼日利亚电商产业的主要瓶颈之一，基础设施薄弱、路网不完善导致配送时间长且成本高，虽然 Jumia 等电商平台已经建立了自己的物流网络，但仍需克服许多挑战来提高配送效率，特别是在农村和偏远地区。但这也为深圳企业带来了投资机会，深圳的物流公司（如顺丰、菜鸟网络等）可以与尼日利亚本地企业合作，建立更高效的物流网络，改善货物配送速度和可靠性，特别是在“最后一公里”配送方面提供创新解决方案。深圳企业还可以在尼日利亚建立海外仓，优化仓储和物流配送系统，进一步缩短商品交付时间，降低运输成本，为消费者提供更加及时的配送服务。

#### **（五）本土化产品与供应链优化**

尼日利亚市场有着独特的消费习惯和需求，深圳企业可以通过本土化的产品设计和市场策略，满足当地消费者的偏好，适应本地市场需求。例如，深圳的电子产品制造商可以根据当地用电情况，设计更耐用、长续航的智能手机，更节能的家用电器等。深圳作为全球制造业和供应链管理的中心，深圳企业可以将其高效的供应链管理模式的带入尼日利亚，优化产品的生产、运输和销售流程，降低成本，提高市场竞争力。

## **（六）政府政策与市场支持**

尼日利亚政府高度重视数字经济的发展，积极推进电商和技术创新产业，出台了一系列支持政策，包括降低进口关税、促进本地技术产业发展等，这为深圳企业投资尼日利亚电商市场提供了政策支持。中国与尼日利亚的双边关系日益紧密，尤其是在经济合作方面，通过中非合作论坛等平台，深圳企业可以获得更多的政府支持和政策优惠，进一步降低投资风险，扩大在尼日利亚市场的影响力。

## **（七）技术创新与数字化转型**

深圳拥有先进的电商平台技术和运营经验，特别是在大数据、人工智能和个性化推荐系统方面，可为尼日利亚的电商平台提供技术支持，帮助其提升用户体验、提高转化率，并利用数字化手段优化库存管理、销售预测等环节。随着尼日利亚电商市场的增长，深圳企业可以通过引入自动化仓储、人工智能客服系统等技术，帮助当地电商企业提高运营效率，降低运营成本，提升竞争优势。

## **（八）人才培养与技能转移**

尼日利亚的电商运营人才需求巨大，而深圳企业在电商运营、技术研发和物流管理方面有着成熟的经验，可以通过与当地大学、培训机构和政府合作，帮助尼日利亚培养本地化的电商人才，为未来的市场扩展奠定基础。通过培训和技能转移，深圳企业还可以推动本地化运营，减少对外来技术和运营模式的依赖，实现可持续发展。

## **（九）风险与挑战**

尽管尼日利亚市场充满潜力，但物流基础设施仍存在一定

的短板，特别是在偏远地区的配送网络较为薄弱。深圳企业需要投入时间和资源，解决这些物流瓶颈问题。此外，尽管尼日利亚金融科技发展迅速，但支付安全性和消费者信任问题依然存在，深圳企业需要与本地金融机构合作，确保支付系统的安全性，同时广泛采用“货到付款（Cash on Delivery, COD）”模式，进一步消除消费者对在线购物商品质量和售后服务的怀疑态度，增加网络购物的安全感。

深圳企业在尼日利亚电商市场的投资前景非常广阔，尤其是在电子产品、物流、支付、技术支持和人才培养等领域。尼日利亚的庞大市场需求、快速增长的互联网用户、不断完善的支付系统和政府政策支持，为深圳企业提供了良好的发展机遇。尽管市场仍存在一些基础设施和信任方面的挑战，但通过技术创新、本地化策略和合作伙伴关系，深圳企业可以在尼日利亚电商市场取得长期的成功和可观的回报。

## 红海危机下的经济震荡与深圳企业应对之策<sup>2</sup>

自以色列对加沙地带发动战争以来，红海地区局势持续紧张。胡塞武装为支持巴勒斯坦人民，在红海展开军事行动，致使该地区局势升级，对区域内国家的投资和外贸产生了多方面的负面影响。此外，苏伊士运河航行受阻也直接对埃及经济产生了巨大冲击，同时辐射到其他依赖这一渠道进行贸易的非洲国家。据专家评估，红海局势升级预计将使国际贸易受到约1万亿美元的冲击。本文将深入剖析红海局势对区域经济以及在

---

<sup>2</sup>深圳市贸促会驻埃及经贸联络处，黄振东。

埃及深圳企业的影响，并提出相应的防范措施。

## 一、红海在地区经济中的重要地位

**一是关键贸易走廊。**红海沿岸是全球重要的贸易通道，通过苏伊士运河连接印度洋和地中海，成为亚洲、欧洲和中东之间的主要贸易路线。Clarkssons 统计数据显示，全球 10% 的贸易、20% 的集装箱运输、10% 的海运石油以及 8% 的液化天然气运输都依赖这一通道，阿拉伯国家从中受益显著。

**二是重要外汇来源。**大量海湾国家的石油经红海运输，使其成为中东国家经济的关键命脉。海湾国家出口石油的收入在国内生产总值和外汇储备中占比颇高，而苏伊士运河航线更是埃及外汇收入的主要来源。

**三是便利货品运输。**红海具有重要的地缘政治意义，它不仅是连接工业化国家与出口原材料的发展中国家的最短路径之一，也是工业化国家产品进入亚洲和非洲传统市场的便捷通道。较短的运输距离降低了商品成本和最终价格，有助于地区国家平衡供需、稳定物价。

## 二、红海局势对地区经济的负面影响

**一是区域贸易下滑。**中东地区贸易进程受到严重影响，数据显示，2023 年 1 月至 2024 年 4 月，通过好望角航线的贸易占比从 3.54% 增至 7.63%，而苏伊士运河和巴拿马运河的贸易流量均有所减少。其中，苏伊士运河每日过境贸易量占比从 5.26% 降至 1.82%；巴拿马运河受则干旱和红海事件影响，每日过境贸易量从 1.61% 降至 1.05%。东非多个国家如吉布提、肯尼亚、坦桑尼亚和苏丹等，均因外贸高度依赖苏伊士运河，贸易受到极大冲击。

**二是通货膨胀加剧。**红海地区的动荡扰乱了全球供应链，导致海洋货运网络拥堵，货物运输延误。纽约联邦储备银行数据显示，2024年5-6月，全球供应链压力指数从-0.50点升至-0.03点。红海沿岸国家因全球供应链失衡，市场商品供应受到影响，内需压力增大，通货膨胀率大幅上升。例如，2024年4月，苏丹通货膨胀率增至145.5%，埃及约为32.5%，厄立特里亚约为6.4%。

**三是美元收入减少。**中东众多国家依靠红海沿岸进行石油出口以获取美元收入，而沙特阿拉伯等海湾国家目前正在采取经济多元化的战略，即转向依赖非石油出口，红海的动荡同时影响了这些货物的出口量。沙特统计总局数据显示，该国非石油出口额从2024年3月的173.3亿沙特里亚尔降至4月的162.3亿里亚尔，美元收入减少。埃及苏伊士运河收入也因船只改走好望角航线而大幅下降。2024年10月，埃及苏伊士运河管理局发布声明表示，运河收入自年初以来同比下降60%，过境船只数量同比减少49%；2023-2024财年，运河收入从上一年度的94亿美元降至72亿美元，降幅达23.4%。

**四是地区投资萎缩。**红海地区的动荡使投资者望而却步，地区投资明显下降。埃及和约旦的外国直接投资量在2023年底出现下滑，据联合国贸易和发展会议（UNCTAD）的《2024年世界投资报告》，约旦2023年外国直接投资从第一季度的1.976亿约旦第纳尔下降到第四季度的1.094亿约旦第纳尔，降幅约44.6%；埃及的外国直接投资从2022年的114亿美元下降到2023年的98.4亿美元，降幅约13.68%。由于埃及在改善基础设施和提供有吸引力的投资环境方面的各种改进措施，该国的

下降比例较低，这使其成为非洲最大的外国直接投资国。

**五是旅游业受挫。**旅游业对局势变化较为敏感，在紧张局势下，游客往往避免前往不安全地区。2024年上半年，约旦旅游业收入下降4.9%，游客人数同比减少7.9%，充分体现了加沙战争对旅游业的负面影响。

### 三、红海危机对埃及深圳企业的影响

苏伊士运河位于欧、亚、非三洲交界地带的要冲，连接红海和地中海，其收入是埃及国家财政收入和外汇储备的主要来源之一。2024年10月6日，埃及苏伊士运河管理局发布声明表示，运河收入自年初以来同比下降60%，过境船只数量同比减少49%；2023至2024财年，运河收入为72亿美元，同比下降约23.4%。在此大背景下，在埃及的深圳企业也面临着诸多挑战。

**一是美元短缺，埃镑贬值。**近年来，受美联储加息、乌克兰危机、巴以冲突等因素影响，埃及面临通胀高企、资本外流、外汇短缺和本币贬值等问题。苏伊士运河收入下降使埃及经济进一步恶化，政府为控制美元消耗，对汽车和科技类产品实施进口限制。尽管后续政策有所调整，但美元限制仍是主要问题。深圳企业在2023年面临发货量减少、清关时间延长等问题，红海危机和埃镑近3倍贬值导致货运费上涨、货运周期延长，市场消费力疲软，企业产品利润下降，投资信心受挫。

**二是政府政策不稳，执行力度不够。**随着红海危机持续，埃及经济遭受重创，为减少美金流失，政府鼓励本地制造建厂，对外企进口有所限制，促使部分企业考虑在本地建厂。埃及政府已向近20家知名国际企业颁发“黄金许可”，但在企业前期筹备和投入过程中，发现政府政策执行力度不足，这一问

题得到了多家在本地建厂的深圳企业的证实。

#### **四、应对红海局势影响的防范措施**

**一是妥善管理风险。**企业在开展业务前，应充分调查、分析和评估潜在风险；业务开展过程中，做好风险规避和管理工作。积极借助第三方机构的专业服务，最大程度降低风险。

**二是重视本地化经营。**根据埃及市场特点和企业战略，加大在当地的研发和技术转让投入，提高产品本地成分比例。遵守埃及外籍员工比例的法律规定，打造本地化管理团队，提升跨文化管理能力。积极开拓国际市场，助力埃及增加出口创汇。可与本地企业成立联合体或合资公司，实现利益共享、风险共担。加强对埃及行业标准的研究，推动中国标准与当地及国际标准接轨。

**三是加强与政府部门联系。**企业应详细了解埃及安全审查等相关规定，提前准备好各类材料，通过本地代理等渠道跟踪工作进展。加强与海关等部门的沟通，提前掌握进口自用设备和原材料的规定，及时做好解释说明工作。

**四是配合当地执法。**企业可聘请专业律师处理法务事务，向中方员工普及埃及法律法规。当埃及执法人员进行检查时，要求其出示相关文件，并及时与律师联系。若中方人员证件被没收，应要求执法人员出具收据；若证件被撕毁，应记录相关人员信息，以便后续投诉。

**五是主动寻求协助。**埃及投资与自由区管理总局（GAFI）及其下设的投资者服务中心（ISC）为企业提供一站式服务。企业遇到困难时，可直接向这些机构寻求帮助。必要时，及时向中国有关部门和驻埃及使馆反映情况。如遇紧急情况，应立即报警并与中国驻埃及使（领）馆取得联系。

## 张燕：解锁新型离岸贸易，开拓外贸新蓝海<sup>3</sup>

在 2025 年的全国两会上，《政府工作报告》着重强调了“稳定对外贸易发展”的战略导向，并明确提出“培育绿色贸易、数字贸易等新增长点，支持有条件的地方发展新型离岸贸易”。“新型离岸贸易”一词首次在《政府工作报告》中亮相，被列为培育外贸新增长点的重要举措，这不仅彰显了新型离岸贸易在国家政策层面的全新定位，更预示着我国对外贸易结构将进一步优化升级，推动外贸新业态的发展。本文将从新型离岸贸易的内涵、战略意义、发展现状、挑战和政策建议展开分析，探讨其如何成为中国高水平开放的新引擎。

### 一、新型离岸贸易的内涵与特征

新型离岸贸易是指“交易所涉货物不进出我国一线关境或不纳入海关统计”的贸易模式，包括但不限于离岸转手买卖、全球采购、委托境外加工、承包工程境外购买货物等。

其新在哪里？相较于传统跨境进出口贸易，新型离岸贸易实现了资金流、订单流与货物流分离，例如企业从境外采购货物后直接转售至另一境外市场，仅通过境内企业完成结算和服务。相较于传统离岸贸易，新型离岸贸易则在其基础上，通过数字技术与跨境电商、数字贸易等新业态深度融合，实现了业务模式的创新和拓展，呈现数字化、服务化的发展趋势。

---

<sup>3</sup> 转载自第一财经网站。本文作者张燕，上海财经大学经济学院宏观经济系主任，教授，上海财经大学中国式现代化研究院特聘研究员，上海市浦东新区商务委副主任；杜文钰，上海财经大学经济学院在读博士。

## 二、战略意义

全球生产格局将再度调整，更多中国企业出海开展全球化布局，“本土总部+全球生产”模式成为必然，这一趋势将进一步激发全球离岸贸易规模性增长，成为推动我国经济增长的重要引擎。因此发展离岸贸易具有重要战略意义，一是培育外贸竞争新优势。新型离岸贸易有助于推动我国从传统货物贸易向服务贸易、数字贸易等新型贸易方式转变，提高贸易附加值，带动金融、物流、法律等相关服务业的发展。二是增强供应链与产业链韧性。通过新型离岸贸易灵活配置全球资源，企业可以规避关税壁垒和物流瓶颈，构建“多点布局、动态调整”的供应链网络，从而维护我国供应链安全，增强经济抗风险能力。三是推动人民币国际化。离岸贸易的结算需求为人民币跨境使用提供了新场景。

## 三、发展现状

尽管起步较晚，但我国新型离岸贸易自2020年以来发展迅速，规模不断扩大，上海、海南自贸港、深圳、青岛等成为主要增长极，区域实践成效显著。例如上海市2024年1-7月离岸贸易收支规模同比增长105.7%。海南自贸港2022年新型离岸国际贸易涉外收支达到184.5亿美元，同比增长1.5倍。政策创新方面，上海自贸区率先试点离岸转手买卖印花税减免，有效降低交易成本；海南通过税收优惠和全球贸易商计划吸引国际企业集聚。此外，各地通过数字化平台破解“三流分离”真实性审核难题，如上海“离岸通”、北京“京贸兴”、青岛“离岸达”等整合国际物流、港口及海关数据，强化风控与结算支持。可见，我国新型离岸贸易在政策支持、业务创新和区域试

点等方面皆取得显著进展。

#### **四、政策建议**

##### **（一）设立离岸业务特区，实行更具竞争性税率**

在上海、海南等自由贸易试验区和自由贸易港进一步深化制度创新，设立离岸业务特区和专项税收优惠政策，如对特区内从事离岸贸易物流、金融服务、高科技产品等行业的企业提供更低的企业所得税率，同时扩大印花税等政策免征范围。

##### **（二）特殊区域内逐步放松外汇管制，优化资金流动机制**

一是在特殊监管区域试点放开对币种的限制，建立更完善的跨境支付平台，支持多币种之间的即时结算和清算。二是提高结算时效性。根据产业交易特性，制定分级清单，利用“白名单”给予更高金融便利度。三是开展跨境金融合作与创新，推动与“一带一路”沿线国家的金融合作，支持多币种结算和跨境资金流动，推广轧差管理、信用管理和多币种灵活结算的试点案例，实现金融市场的互联互通。

##### **（三）提高监管与合规性保障的科学性，确保离岸贸易透明高效**

由国家外汇局或指定单位牵头整合国内现有平台系统，打造国家级新型离岸贸易信息服务平台，结合“白名单”、“离岸通”等监管科技，推动企业、商业银行和监管部门信息互联互通，鼓励商业银行以信用管理和电子凭证简化真实性审核。同时积极在特殊监管区域试点，实行分类分级监管模式，对时效性高的产业提高流通便利度，提高监管效率。

##### **（四）加强离岸地区的相关服务业发展，提升离岸服务体验**

大力发展与离岸贸易相适配的离岸银行、离岸信托、离岸保险等金融业态，同时设立新型离岸国际贸易服务中心，为区内银行机构、企业提供政策咨询、业务培训、项目协调、金融法律等各类服务，满足企业多元化业务需求。

## 沙特阿拉伯专利制度介绍<sup>4</sup>

沙特阿拉伯位于阿拉伯半岛，其以“石油王国”著称，是世界上石油储量、产量和销售量最多的国家之一。沙特作为中东地区的重要经济体，近年来在知识产权保护方面取得了显著发展。以下主要对沙特的专利制度进行介绍。

### 一、国际组织与国际条约

沙特于 2003 年加入《保护工业产权巴黎公约》；2005 年加入《与贸易有关的知识产权协定》；2013 年加入《专利合作条约》（PCT）；2020 年加入《国际专利分类斯特拉斯堡协定》；2024 年加入《海牙协定》。

因此，如果希望在沙特获得专利的授权，可以依据巴黎公约关于优先权的规定，在首次申请的 12 个月内向沙特知识产权局直接提出专利申请；也可以依据 PCT 条约，在 PCT 进入国家阶段 30 个月期限届满之前提交一件国家阶段申请。

此外，沙特与多个国家，如中国、美国、日本、韩国、欧洲专利局等签订了专利审查高速路（PPH）协议。中国与沙特的 PPH 试点项目自 2023 年 11 月 1 日起无限期延长。其中，中国与沙特的 PPH 指南可参见中国国家知识产权局官方网站介绍：

---

<sup>4</sup>转载自北京市贸促会。

[https://www.cnipa.gov.cn/art/2020/10/28/art\\_341\\_154322.html](https://www.cnipa.gov.cn/art/2020/10/28/art_341_154322.html)。

## 二、国内相关立法

沙特于 2004 年颁布《专利、集成电路布图设计、植物品种和工业品外观设计法》，并于 2018 年修订；此外，为了加入外观设计《海牙协定》，对《专利、集成电路布图设计、植物品种和工业品外观设计法》进行了适应性修订，该修正案已于 2023 年开始实施。

与《专利、集成电路布图设计、植物品种和工业品外观设计法》相配套的，于 2004 年发布《专利、集成电路布图设计、植物品种和工业品外观设计法实施条例》，并于 2019 年发布补充条例。

沙特阿拉伯的专利法涵盖了发明、集成电路布图设计、植物品种和工业设计，对以上几种知识产权保护形式的定义、保护范围、保护期限、授权要求等进行了规定。其中，对于发明专利，规定不得在未经权利人同意的情况下，制造、销售、许诺销售、使用、存储或进口专利产品，不得使用专利方法或制造、销售、许诺销售、使用、存储或进口采用专利方法直接获得的产品。对于工业品外观设计，不得以生产经营为目的，制造、销售或进口包含或可认定为完全或实质性复制的工业设计的商品。

## 三、专利申请及审查程序

2023 年，SAIP 收到了超过 2600 件与知识产权相关的投诉。这些投诉分为针对各种作品类型的版权投诉和针对各个行业的商标投诉。其中，商标投诉较上年增长了 73%。

沙特阿拉伯专利局 SAIP 是专利申请及审查的主管机构。专利申请可以通过 SAIP 的官方网站提交。在提交前，申请人也可以在 SAIP 的网站上进行检索

<https://www.saip.gov.sa/en/information-enter/#search-engines>，查询公开及授权的专利文件。

### **1. 专利申请的提交**

申请人正式提交的专利申请文件需翻译为阿拉伯语。提交申请后，需缴纳申请费（目前收费标准为个人 400SR，公司 800SR）。外国人提交申请时，需要委托沙特的代理机构或代理人。

### **2. 形式审查**

专利申请被受理后，SAIP 会在 2-3 个月内进行形式审查。形式审查合格后，审查员会对申请进行实质审查。

### **3. 公开**

申请一般在申请日（有优先权的为优先权日）后的 18 个月公开，申请人也可以请求提前公开。

### **4. 实质审查**

审查员将通知申请人其开始实质审查。然后，申请人需要提交实质审查请求，并支付审查费。实质审查的费用由审查员基于预期的工作量决定，不同的申请费用可能会有差别。

缴纳费用后，审查员审查申请，并向申请人提供审查意见。申请人可以对该审查意见做出回应，例如陈述意见或修改申请文件等。之后，申请人提交相应的意见和文件后，提出第二次实质审查请求并支付第二次审查费。如果审查员仍然认为申请无法被授权，发出驳回决定。

如果申请人对驳回决定不服，则必须对审查员的决定提出诉讼。

## 5. 异议和授权

如果申请通过实质审查后，满足实质性要求，申请将被公布并供公众公开查阅。异议期为 60 天。在此阶段，任何第三方都可以对其提出异议，异议的请求可能包括请求重新审查或将申请视为无效。

如果异议期满没有提出异议，则申请将继续授权程序。

## 四、审查周期

由于发明专利需要经过实质审查，因此，一般而言，在提交申请后 2-3 年可以收到最终的审查决定。沙特设有加快审查的程序（FTE）<https://www.saip.gov.sa/en/services/284/>，申请人可以提交加快审查的请求，且需要缴纳加快审查的官费。对于与沙特知识产权局签订了 PPH 协议的国家或地区，也可以通过 PPH 途径进行加快（无需额外缴纳官费）。

## 五、其他

沙特阿拉伯作为中东地区的重要经济体，正在加大对知识产权的保护力度。国内企业如果希望进入中东的海外市场，可提前进行知识产权布局、保护自有知识产权。

# 企业出海知识产权风险分析及实务建议<sup>5</sup>

根据中央经济工作会议部署，“扩大高水平对外开放，稳

---

<sup>5</sup>来源：中国贸易报。作者：齐宝鑫，单位：上海市锦天城律师事务所。本文原标题：知识产权布局护航企业出海。

外贸、稳外资”仍是 2025 年我国经济工作的重点任务之一。在此背景下，中国企业出海的步伐将迈得更开，中国品牌在国际市场中的竞争力也将持续提升。如何在出海过程中准确认识到知识产权的风险，同时也把握好其带来的机遇，成为出海企业必须面对的重大课题。

本文将从出海准备期、扬帆起航期、海上航行期三个阶段，结合笔者经办项目经验，就中国企业可能面临的知识产权风险进行分析，为即将出海的企业提供实务方面建议，以助力企业更稳健地实现国际化发展，整合国内国外资源，顺应双循环新发展格局。

## 一、出海准备期

### （一）知识产权海外布局的滞后风险及实务建议

企业出海，知识产权先行。由于知识产权具有地域性，中国企业应当依据自身出海计划，在出海准备期尽早在出海目标国布局申请知识产权，避免发生“临时抱佛脚”和“李鬼倒打李逵”的情形。

“临时抱佛脚”是指企业在海外市场准备销售产品技术时，发现自身技术产品在销售国没有申请专利，得不到任何保护，处于可以随意被人抄袭、仿制的“裸奔”状态。若此时再开始申请专利，由于专利审查的长周期性（以美国为例，根据美国专利商标局官网 2024 年 11 月统计数据显示，常规美国发明专利从申请到授权或驳回平均时间为 26.1 个月），往往为时已晚。

“李鬼倒打李逵”是指企业自身商标在海外遭人抢注，当自己的正牌产品出口海外时，却发现自己反而不能使用自己的

商标，甚至被“李鬼”倒打一耙。近年来较为典型的一则案例为泰国瑞幸与中国瑞幸的侵犯商标版权纠纷。泰国皇家 50R 集团于 2020 年在泰国抢注了“瑞幸咖啡”的商标并用在自己的咖啡产品上，导致相关公众误以为中国瑞幸咖啡门店拓展到了泰国，而中国瑞幸因未能提前进行商标布局，导致在诉讼中十分被动，甚至还被泰国皇家 50R 集团索赔 100 亿泰铢。

为避免上述情形，专利上，企业可以通过巴黎公约或专利合作条约途径进行海外专利申请；商标上，企业则可以通过单一国注册或马德里国际商标注册。不同的申请方式各有优劣，在此不作赘述。但笔者认为，于企业而言，知识产权海外布局最重要的不是“如何去做”，而是要有“应该要做”的意识，认识到知识产权的重要性，了解知识产权的地域性，明白海外知识产权布局的必要性。

## （二）产品跨境的自由实施风险及实务建议

中国知识产权研究会、国家海外知识产权纠纷应对指导中心发布的《2024 中国企业海外知识产权纠纷调查》显示，2023 年，中国企业在美知识产权诉讼新立案共 1173 起，相较于 2022 年增长 19.0%。其中，专利诉讼新立案 447 起，增长 56.1%。专利诉讼平均判赔额为 2371.72 万美元，商标诉讼平均判赔额为 117.98 万美元。

通过上述数据不难看出，2023 年中国企业在美专利诉讼新立案案件量增速显著，占知识产权类诉讼案件总量的近四成，而专利诉讼平均判赔额为商标诉讼平均判赔额的约 20 倍。总体来说，中国出海企业所面临的专利诉讼风险具有“一快两高”（即专利诉讼增速快、占比高、判赔高）的特点。而中国企业

在出海过程中显然并不希望遭遇专利诉讼阻击，甚至是“337调查”，专利侵权风险已成为了悬在中国出海企业头顶的“达摩克利斯之剑”。

然而，结合专利权“以公开换保护”的特点，相关风险并非无法防范。笔者结合经办FTO（Freedom to Operate，自由实施调查分析）项目经验，认为通过对目标市场区域进行FTO分析，可以获得预警信号，降低产品跨境专利侵权风险。

在欧美地区，专利侵权诉讼判赔金额往往较大，且诉讼时间漫长，因而欧美企业较倾向于提前核查产品是否存在潜在的专利纠纷风险。

根据笔者经验，欧美企业作为采购方时，往往希望供货企业就所供货品提供FTO分析报告。在某些情形下，甚至将FTO分析报告作为入选供货商的条件。以此为鉴，中国企业在出海过程中可以提前布局FTO分析，协助企业有效识别出相关产品在目标市场区域中是否存在潜在的专利侵权风险，以较小的成本规避出海过程中的“暗礁”，避免竞争对手的突袭，更加顺利地融入国际市场。

在进行FTO分析时，企业往往希望就全球专利进行完整核查。然而考虑到成本与必要性，实则可以更为灵活地确定FTO分析方案。

全球专利并不存在统一的官方专利数据库。美国、欧洲拥有较为完善的专利数据库系统（如美国专利商标局官网、欧洲专利局官网等），但在某些国家和地区，如需要获得完整专利文本可能需要付出额外的成本。如笔者曾处理的基于某中东国家进行的FTO分析，需要向当地主管部门缴纳影印费用后才能

获得完整的专利文本。

因此，笔者认为，企业可以根据自身商业布局的目的、要求和进度，灵活且有针对性确定FTO分析范围，以便FTO分析项目能够顺利、高效地进行。若无相关地域布局需求，则可以相应节省相关成本。此外，因专利保护的地域性，企业亦无须担心在目标区域会涉及其他地区专利导致的专利侵权风险。

## 二、扬帆起航期

### 跨境技术授权的交易风险及实务建议

在跨境技术授权方面，以生物医药行业为例，根据相关数据，2023年中国本土药企对外许可（License-out）数量首次超过许可引进（License-in）。这一趋势与中国企业自身研发能力和知识产权管理意识的加强、政策的引导等因素息息相关。

然而，技术研发能力的提升并不等同于合作谈判地位的提升。中国企业在面临一些对外许可项目合作的“阶段性僵局”时可以参考以下两个方面：

一是提高对条款清单（Term Sheet）的重视程度，奠定双方合作的基石。

条款清单约定的均为各方合作意向的主要条款，一些企业可能会考虑双方的合作意向还不明朗，倾向于选择在各方已就合作的实质性条件均达成一致后再请各方的律师介入，进行正式交易协议的起草和谈判；也有些企业会选择先不签署条款清单，直接进入正式交易协议的讨论。

从笔者的经验来说，建议中国企业提高对条款清单的重视程度，并尽可能早地邀请律师或法务介入。一方面可以有效提升谈判的效率，在海外公司开展项目尽调的同时，同步开展实

质性的合作条件磋商，快速确定是否有合作的可能性，避免花费过多的成本和精力应对项目的尽调，徒增技术泄露的风险；另一方面在双方正式交易协议条款谈判僵持不下时，通过对条款清单条款的回溯，如已有原则性的约定，将为僵局问题的解决提供有益帮助。

二是适时引入 FTO 机制，降低知识产权侵权的赔偿风险。

笔者在经手许可引进项目时发现，海外企业作为技术授权方时常会对知识产权侵权的保证设置限制条件，如约定“就其签署本协议时所知，无现有或潜在的知识产权侵权风险”，并增加侵权赔偿的责任上限。而在对外许可项目时，海外企业却会要求中国企业对许可区域内知识产权侵权的风险承担兜底责任。若中国企业此前未将产品投入过国外市场，或对境外知识产权的布局情况不甚了解，在风险等级未知情况下贸然做出承诺，则可能导致高额赔偿。也有部分中国企业会借鉴许可引进项目经验，试图让海外企业接受前述限制条件，却反遭拒绝，致使项目陷入谈判僵局。

从笔者的经验来说，建议可以结合项目背景，适时引入 FTO 分析方案，以此辅助判断侵权风险、评估许可范围及地域限缩的必要性等，并可结合风险等级及是否限缩许可范围和地域等因素，对不同情形下的赔偿责任进行分类讨论，以平衡各方利益。

### 三、海上航行期

#### （一）跨境电商平台的知识产权侵权投诉风险及实务建议

中国企业出海过程中，跨境电商平台是重要的国际销售渠道。跨境电商平台为企业提供了广阔的市场，也意味着企业需

要符合平台规则，受到平台规制。由于不同国家和地区的知识  
产权保护机制不同，企业一旦出现了知识产权争议，利用跨境  
电商平台时就可能受到阻碍。

以笔者经办的某亚马逊知识产权纠纷案件为例，该案件正  
是因为企业没有提前了解欧洲国家与中国关于专利权用尽适用  
的区别，沿用中国的“国际用尽”概念，忽视了欧洲国家“地  
区用尽”规则，最终导致不得不下架产品。

因此，为避免类似“水土不服”现象发生，笔者认为，中  
国企业进军国际市场需要充分了解目标国家和地区的知识产  
权保护机制。在利用跨境电商平台的情境下，企业应在产品  
设计、研发和生产环节确保产品知识产权权属清晰，详细了  
解并遵守电商平台的规则，以便及时应对平台可能因权利人  
投诉提出的知识产权审查要求。

## **（二）海外知识产权侵权诉讼风险及实务建议**

中国企业走出国门，积极参与国际市场竞争，不可避免会  
与当地企业或国际巨头产生利益冲突，从而引发诉讼。例如  
在5G通信、人工智能等领域，中国企业凭借技术优势迅速崛  
起的同时，相关的知识产权侵权等诉讼也频频发生。以其中  
占比较高的专利诉讼为例，当遭遇海外知识产权侵权诉讼  
时，中国企业可以综合运用以下策略，积极应对，保护自身  
合法权益。

首先，全面收集与诉讼相关的信息，综合评估原告背景  
及真实诉讼意图，组建由企业内部人员和专业、有经验的律  
师团队共同构成的专利侵权应诉团队。积极了解诉讼发生地  
的法律规则，针对起诉状和证据材料中提出的实质性内容进  
行分析，判断诉讼走向及可能带来的影响，确定应诉目标，  
调整商业安排。

其次，结合律师建议，进行详细的侵权分析、制定具体诉讼策略和应诉方案。程序上，可从诉讼主体资格、管辖权异议、诉讼时效等方面进行抗辩；实体上，可从专利无效抗辩、不侵权抗辩、现有技术抗辩、合法来源抗辩、先用权抗辩等方面积极应诉。

再次，选择和解谈判的恰当时机与策略，实时关注舆论和宣传的影响，同时充分利用身边资源，例如寻求海外相关行业协会、商会等的支持。

最后，在海外诉讼过程，企业更需要找到有经验的中国律师为其保驾护航，通过“中西合璧”的合作模式更加有利于诉讼的解决。与熟练掌握国际商事交易规则和争议解决机制的中国律师合作，能够协助企业选择更有利的仲裁机构、仲裁规则、仲裁地点等，从而在争议解决过程中占据更有利的地位，也能够作为企业与境外律师之间的桥梁，确保双方的沟通更加顺畅、高效，实现合理的资源配置。同时，中国律师凭借对国内外法律服务市场的了解，还能帮助企业与境外律师进行费用协商，争取更合理的收费方案。

中国企业出海不仅是拓展市场、提升竞争力的战略之举，更是推动国家经济高质量发展、提升国家全球影响力的重要一环。只有将知识产权保护融入企业战略的每一个环节，才能应对复杂多变的出海环境和知识产权挑战，确保企业的出海之路行稳致远。

## 【企业直通车】

# 康冠科技：深耕显示行业 向世界输出“中国智造”解决方案

深圳市康冠科技股份有限公司成立于1995年，位于深圳市龙岗区坂田街道，在深圳、惠州均设有智能制造产业园，是国内较早致力于平板显示终端的企业之一。截至2023年底，康冠科技营业总收入达134.47亿元，员工7000余人。其主要业务为智能显示产品的研发、设计、生产及销售，主要产品包括智能交互平板、专业类显示产品、创新类显示产品、智能电视等，并向全世界输出“中国智造”解决方案。

作为智能显示行业内的龙头企业之一，康冠科技深耕显示行业30年，率先布局超高清视频显示产业赛道，年产值超百亿，先后荣获“国家制造业单项冠军企业”“中国电子信息百强企业”“国家专精特新‘小巨人’企业”“中国民营企业制造业500强”“中国对外贸易500强民营企业”等称号。

### 一、打造创新产品，点亮智能显示全场景

康冠科技拥有全球显示技术创新中心，研发人员1500多名，在产品的设计、驱动系统、交互系统、智能触控模组等软硬件上坚持自主研发，多项核心技术处于国际或行业领先水平。截至2024年上半年，康冠科技获得PCT专利、发明专利、实用新型专利、外观专利、软件著作权及境内外商标共1500余项，并主导和参与国家、行业团体标准数十项。此外，公司还拥有广东省智能平板显示工程技术研究中心、广东省绿色超高清多

模态交互显示工程技术研究中心等多个创新平台，采用先进的协同开发管理系统（PLM）实施协同开发，形成较为完善的研发管理体系。

经过多年技术沉淀和经验积累，康冠科技凭借自身的研发设计优势不断开拓新产品领域，通过 AI 技术赋能构建了多元化产品矩阵。其中，“AI+办公”赋能皓丽智能交互平板，打造智能文字、智能图表等提升用户体验和生产力的功能；“AI+教育”赋能皓丽智慧讲台和智慧黑板，帮助老师更有效开展课堂管理和个性化教学辅助；“AI+医疗”赋能康冠医疗 AI 一体机，通过智能诊断帮助医生快速判断病症；“AI+娱乐”赋能 FPD 智能美妆镜与 KTC 随心屏，通过 AI 妆容模拟与 AI 语音控制为客户带来一体式人机交互综合体验。其智能交互平板数次荣获国内外知名设计奖项，包括“德国红点产品设计奖”、“当代好设计”等奖项，增强了产品差异化、品牌个性化等核心竞争力，点亮智能显示终端全场景智慧生活。

## **二、发挥双发展战略优势，布局海内外市场**

康冠科技智能交互平板业务采用自有品牌和服务客户双发展战略，旗下拥有 KTC、皓丽 Horion、FPD 三大自有品牌。凭借全流程定制化研发设计及柔性化制造优势，康冠科技在行业内形成了差异化的竞争力，智能交互平板远销南北美洲、欧洲、非洲、澳洲、亚洲等 100 多个国家和地区，建立了稳定的销售网络，与国际国内知名企业保持良好的合作关系。根据迪显咨询（DISCIEN）数据统计，2024 年上半年，公司智能交互平板在生产制造型供应商中的出货量全球排名第一；智能电视在全球 TV 代工市场中的出货量排名第四；KTC 品牌电竞显示器在中国

电竞显示器线上零售市场中的销量排名第三；自有品牌皓丽在国内商用交互平板市场的出货量排名第二。

### 三、践行绿色生态理念，筑牢绿色制造根基

康冠科技秉持节能减碳、生态友好的环境建设与经营理念，实施各项节能降碳措施，将“可持续性”与全面质量管理相融合，落地推进清洁生产、清洁能源、清洁排放、节能改造、绿色产品，构建环境友好型、质量效益型企业，支持国家绿色双碳目标实现。先后被评为国家工信部“工业产品绿色设计示范企业”、国家级“绿色工厂”称号；智能交互平板产品75W61B-A交互式液晶电子白板入选国家工信部“绿色设计产品”。此外，康冠科技先后主导和参与国家、团体相关绿色产品领域行内标准，所参与的国家标准《电子信息制造企业绿色供应链管理规范》，团体标准《绿色设计产品评价技术规范—交互式触控一体机，T/ CESA 1125—2020》等相关标准已在研究院平台相关网站发布。

展望未来，康冠科技将依托于在智能显示领域的深厚研发设计、生产制造和销售服务经验，以产业链的扩展和价值提升以及业务布局为战略导向，积极整合各类资源，持续增强研发实力和产品创新，提高生产效率，构建一个国际化的智能显示制造生态系统，努力成为全球领先的智能显示终端产品的专业制造商。（根据深圳市康冠科技股份有限公司网页内容整理）



---

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

审核：杨宏宇

电话：0755-33358492