



## 外贸“新”风劲吹 稳量提质有支撑

《中国证券报》13日刊发文章《外贸“新”风劲吹 稳量提质有支撑》。文章称，“最近，我的海外客户下单积极，希望能在春节假期到来前收到货。”义乌市金尚日用百货商行的老板张施丹说，新年伊始，糖果盒、收纳盒等家用产品的订单持续增加，其中基于海外市场需求定制的产品款式持续热销。

过去一年，我国外贸运行整体稳中有进，规模持续扩大，结构不断优化，国际市场更加多元，贸易新动能加速释放。这些向“上”向“新”的发展图景，彰显我国外贸应对挑战、穿越周期的韧性。新的一年，虽然我国外贸会面临一些不确定性，但是，全球经济复苏催生外部需求，国内推进贸易便利化、企业优化产品结构、拓展新兴市场、跨境电商在内的新业态蓬勃发展等积极因素，仍将助推外贸稳量提质、持续向好。

### 新产品塑造新优势

1月3日，巨化股份在投资者互动平台表示，进入2025年，公司氟制冷剂产品处在良好供需格局中，各主要品种内外贸价格延续上行态势，较2024年底均有所上涨；1月6日，北自科技在投资者互动平台表示，公司化纤智能生产物流解决方案成功出口至欧洲……多家上市公司产品“出海”实现“开门红”，从不同角度印证了我国出口势能向“上”向“新”。

海关总署数据显示，2024年前11个月，我国货物贸易进出口总值39.79万亿元人民币，同比增长4.9%。出口产品结构不断优化，2024年前11个月，我国出口机电产品13.7万亿元，同比增长8.4%，占我国出口总值近六成。其中，自动数据处理设备及其零部件、集成电路、汽车出口额分别增长11.4%、20.3%、16.9%。

以新能源汽车、光伏产品、锂电池为代表的高技术产品被称为我国外贸“新三样”。“新三样”的崛起，为河南、安徽等地区提供做大外贸“蛋糕”的产业机会。2024年前11个月，河南出口“新三样”产品总值101.5亿元，同比增长15.5%。其中，出口电动汽车71.4亿元，同比增长86.6%。奇瑞控股集团有限公司董事长尹同跃介绍，2024年前11个月，中国汽车出口534.5万辆，同比增长21.2%，其中近四分之一为“安徽造”。

海关总署副署长王令浚此前表示，我国正加快发展新质生产力，制造

业高端化、智能化、绿色化趋势明显，创新让中国制造受到更广泛的青睐。

海关总署数据显示，2024年前三季度，我国与160多个国家和地区贸易实现增长。

“外贸高质量发展要求我国在为世界市场提供多样化、高质量产品的同时，也为世界产业结构优化升级和增长提供重要的动力。”中国人民大学经济学院教授王晋斌认为，应增加研发投入和创新驱动。鼓励发展高质量、高技术、高附加值产品贸易，培育贸易竞争新优势，尤其是加强原始创新、集成创新，推动我国品牌产品不断走向世界。

### 新工具提升“含科量”

“我的公司成员普遍是‘00后’外贸零基础新人，但在AI技术运用上，我相信团队已足够成熟。”出生于1997年的新生代外贸人刘世奇告诉中国证券报记者，通过使用AI生意助手对美国用户的喜好进行分析，公司生产的拖鞋卖出了每双50美元的价格，创造了约3000万元人民币的营业额。2024年圣诞节期间，凭借AI技术对商品的研判，刘世奇的店铺每日搜索量增幅超过500%。

AI之风刮至外贸，多个企业正立足AI技术扩容外贸服务工具箱。例如，阿里国际站2024年推出首个全流程AI助手，已有6万个中小企业使用该产品。目前，在阿里国际站通过AI助手发布的商品数量约700万件。经AI优化后的商品页面，在海外市场的支付转化率提升了52%。上市公司焦点科技也开发了与外贸相关的AI产品，从效率、能力、商机三方面着手支持外贸企业挖掘更多订单增长机会。

阿里国际站总裁张阔介绍，AI可为外贸企业解决三类问题：一是基于更大规模的实时数据能提升供需匹配水平；二是能成为重要的数字化生产力，极大提升效率；三是帮助外贸企业全面掌握行业、市场形势。

海外市场对商品迭代的要求提高，给外贸企业带来新的挑战。“十年前，同一商品能在数年中持续带来订单。如今，一件商品可能在两个月内就会从爆款单品沦为无人问津的‘老款’。”进入外贸行业17年的张施丹告诉中国证券报记者，外贸企业正在加强同海外客户的沟通，通过分析销售数据，不断迭代商品，满足不同海外市场客户的需求。

基于AI技术和短视频平台，外贸企业对海外市场需求变化的感受更加敏锐。“春节前后往往是我和团队的‘研发攻关期’。2024年，我们对东南

亚用户推出美容口服液产品，上架半年，月均销售额就突破了20万美元。趁着春节假期工厂休假，我们准备推出新品，在春节后上架Tiktok Shop。”外贸创业者黎先生告诉中国证券报记者，短视频平台已成为产品推广重要渠道，外贸商家可通过短视频平台快速了解海外消费市场的新变化新趋势。

### 新政策激发新动能

“受益于中国-智利自贸协定带来的‘红利’，公司向智利出口的服装产品获得零关税待遇，这帮助我们快速拓展拉美市场。”主要从事纺织服装产品进出口的宁波狮丹努公司经理薛琴芬说，2024年前11月，狮丹努申领中国-智利自贸协定原产地证书3124份，涉及货值1.6亿元，同比分别增长36.9%、15.94%。

商务部正持续推进自贸协定建设。中国-新加坡自由贸易协定进一步升级议定书于2024年12月31日正式生效；2025年1月1日，中国-马尔代夫自由贸易协定正式生效。浙商证券首席经济学家李超认为，我国将继续在“以我为主”的基础上主动开放国内市场，促进全球各经济体“合作共赢”，同时以自身开放带动世界共同开放。

除了制度建设，举办国际展会也是促进外贸发展的重要推动力。“我国企业参加境外展会热情高涨，积极利用出国展览开拓国际市场。”中国贸促会展览管理部部长郭胜荣介绍，2024年贸促会审批的出国展实际执行项目数、组织企业数、展出面积分别同比增长29.6%、26.5%、23%；2025年，中国展览业国际影响力将进一步提升，在中国经济高质量发展过程中的重要作用将进一步凸显。

地方政府也在发力。新一年，又见地方政府组团“出海”。1月2日，温州市政府举行2025年“百团千企出海拓市场增订单”首团启动仪式。2025年一季度，温州市预计有60多个企业团组合计500多家企业分赴世界各地参加40余场展会。同日，2025浙江省“千团万企拓市场增订单”行动在嘉兴市启动，2025年浙江省力争组织1000个以上团组、10000家以上企业赴境外拓市场，支持省级重点展会100个以上。

商务部国际贸易经济合作研究院研究员周密表示，在全球贸易环境充满不确定性的背景下，我国通过与各国紧密的贸易连接为各方提供了坚实的发展支持，在全球经济复苏中扮演了重要角色。2025年，我国将进一步推动外贸稳规模、优结构，实现外贸质升量稳的目标。

新华社北京1月13日电

数据作为新型生产要素，是发展新质生产力的关键力量。全国数据工作会议日前在京召开。2025年数据工作聚焦哪些方面发力？这次会议划出重点。

为实现2025年数字中国建设目标，将重点在关键任务、推进机制、工作协同、监测评估、试点试验等方面下大功夫，以改革攻坚精神实现有效突破。

为推动数字经济和数字社会高质量发展，将深入实施数字化转型工程，构建供需对接、全链协同、价值驱动的数字转型生态，推动构建数字产业集群梯次布局体系，支持重点区域打造具有国际竞争力的数字产业集群。

为培育壮大全国一体化数据市场，将推动发布数据流通交易标准示范合同，完善数据市场信息交互渠道，构建数据市场运行监测体系以全面客观反映我国数据市场发展整体情况，以推动数据在使用过程中创造价值、体现价值，让数据的价值体现在企业降本增效里，体现在培育新质生产力中，体现在赋能经济社会高质量发展上。

为着力提升数据基础制度保障力，将牵头做好“十四五”数字经济发展规划总结评估，以数字中国规划为统领，体系化开展数据领域“十五五”规划编制工作，印发数据产权、全国一体化数据市场等方面的基础性制度文件，组织开展数据产权登记，推进数据要素综合试验区建设。

为增强数据资源价值释放驱动力，将加快推进公共数据资源登记，建立价格形成机制，会同有关部门组织实施“国有企业数据效能提升行动”，持续推进“国家数据局重点联系示范场景”建设，支持地方建设数据产业集聚区。

为夯实数据基础设施和科技发展支撑力，将在充分试点试验基础上积极稳妥建设国家数据基础设施枢纽节点，加快推动算力建设与电力设施协同布局，抓好数据基础设施建设先行先试，推动相关技术收敛、融合，研究制定关于加强数据科技创新的实施方案，研究制定关于加强数据要素学科建设和数据领域产教融合的意见，加快高质量数据集和数据标注基地建设。

为发挥投资引领带动作用，将加快推进中央预算内投资，条块结合深入实施数字化转型工程，加快国家数据基础设施建设。

为促进数据领域国际合作深化，将体系化推动国际合作，放大国际合作声量，高质量筹备2025年上海合作组织峰会数字经济论坛，扎实开展共建“一带一路”数字经济合作。（记者：严赋憬）

来源：新华社

# 划重点！二〇二五年我国数据领域明确重点任务

