# 制造业出海的新动态、新挑战与新机遇

□ 杨志浩

第1落点

■早期出海的制造业以劳动密集型传统产业为主，随着国内外产业梯度的变化，劳动密集型产能出海接近尾声，产能出海重心开始向战略性新兴产业偏移

■在新一轮科技革命和产业变革深入推进的时代背景下，制造业出海的决定性因素正由自然资源、劳动和资本等传统要素的比较优势，转向以原始创新和颠覆式技术进步为核心的科技竞争优势

习近平总书记强调，要“构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”。制造业出海是稳固国内大循环实体经济根基的现实路径，也是国内国际双循环相互促进的微观表现。立足新发展阶段，我国制造业出海呈现三大新动态，面临三大新挑战，同时也逢迎三大新机遇。

## 把握新动态

当前，我国制造业出海呈现三大新动态。

**一是制造业产品出海重心由产业链下游向上游偏移**。在开放型经济发展前期，我国主要通过承接全球产业链下游的加工组装环节嵌入国际分工网络，一个典型现象是落驻在我国东南沿海地区的大量外资企业以“两头在外”的加工贸易作为主营业务。随着开拓性科学发现和颠覆式技术创新的不断涌现，国内制造业企业逐步具备了对产业链上游复杂产品的规模化制造能力。受此影响，制造业产品出海重心由产业链下游向产业链上游偏移，突出表现为中间品出口占我国货物总出口比重明显上升，由2020年的43.6%提高至2023年的47.3%。山东作为挑起全国外贸大梁的重点省份，在我国制造业产品出海向产业链上游偏移的过程中发挥了重要的推动作用。2023年中间品出口占全省货物总出口的比重接近50%，高于全国平均水平。其中，作为代表性中间品的汽车零配件出口接近1400亿元，占全省货物总出口约7%。

**二是制造业产能出海重心由传统产业向战略性新兴产业偏移**。制造业产能出海基本遵循着“成熟一批、走出一批”的经济规律，具备生产率优势的制造业企业优先投资国际市场。加入WTO后，我国在传统产业领域逐步积累起健全高效的生产体系，企业产能出海步伐逐渐加快。早期出海的制造业以劳动密集型传统产业为主，例如，2005年纺织服装业的对外直接投资额在所有制造业细分行业中位居前五，2015年这一位次虽然有所下降，但仍居前十。然而随着国内外产业梯度的变化，劳动密集型产能出海接近尾声，突出表现为2023年纺织服装业的对外直接投资额跌出了制造业细分行业前十位。与此同时，产能出海重心开始向战略性新兴产业偏移。以新能源产业为例，2022年以来我国新能源汽车和电池生产企业对外直接投资额呈爆发式增长，大量产能出海到匈牙利、芬兰、瑞典、摩洛哥、泰国等欧洲、中东和东南亚国家。

**三是制造业品牌出海重心由“贴牌代工”向“品牌自控”偏移**。我国制造业企业在早期出海阶段大多不具备海外知名度，通过为其他国际品牌代工的方式嵌入全球分工体系。在完成资本和技术积累后，近年来具备国际竞争优势的企业逐步由“贴牌代工”转向“品牌自控”。具体而言，一是直接并购东道国或其他国际知名品牌，进而依托品牌效应缩短东道国消费者的接纳周期；二是在服务东道国市场过程中推动企业品牌本地化，逐步提升东道国市场对企业品牌的认可度。山东在制造业品牌出海方面推出了“好品山东”品牌国际化建设工程。截至2024年5月，已有超过3.2万个品牌纳入“好品山东”品牌培育库。从生产重型装备的中国重汽到生产高端零部件的豪迈集团，从生产家用电器的海尔海信到生产新能源汽车的济南二机床集团，山东制造业出海品牌在制造业全产业链上实现了广泛覆盖，形成了独具特色的“出海品牌链”。

## 直面新挑战

与此同时，我国制造业出海也面临一些挑战。

**内卷式竞争外溢的挑战**。我国国内市场存在一定程度的内卷式竞争问题，部分企业采取无底线压价行为抢占市场份额，迫使其他企业亏损经营直至退出市场。近期，国内市场的内卷式竞争出现了外溢趋势，突出表现为钢材、光伏和药品药材的出口单价过快下跌。2024年1—8月，我国每吨钢材出口价格较2023年和2022年同期分别下降约21%和75%；每吨光伏出口价格较2023年和2022年同期分别下降约45%和86%；每吨药品药材出口价格较2023年和2022年分别下降约4%和14%。内卷式竞争外溢收窄了制造业企业出海的盈利空间，导致大量企业资源没有流向技术创新环节，而是在无序竞争和恶性竞争中损耗殆尽。不仅如此，“以价换量”的出海行为无形中增大了制造业企业的产品品控和售后服务压力，长此以往会诱发产品质量危机，损害企业的品牌形象。

**美西方对华竞争升级的挑战**。美西方国家拥有规模庞大的消费市场，是我国制造业产品和产能出海的重要目的地。然而，近年来美西方采取多重举措加剧对华竞争，为我国制造业出海设置壁垒。一是以国家安全为由滥用贸易保护措施。美国在2022版《国家安全战略》中，将我国列为美国在全球唯一有意图且有能力重塑国际秩序的竞争对手。与此同时，美国正利用原产地规则和关税壁垒加快打造“中国+1”的“美系”供应链网络，对华进口份额由2017年的21.6%下降至2024年上半年的13.3%。随着特朗普政府的二次上台，我国对美出口商品可能遭遇美国新一轮加征关税的冲击。二是以环境保护为由实施贸易保护措施。2023年欧盟碳边境调节机制开始试运行，计划于2026年正式起征碳边境调节税。这项以避免“碳泄露”为宣传标语的环境保护措施，实际上是对包括我国在内的“盟外”国家进入欧盟市场设置绿色贸易壁垒，进而保护欧盟在钢铁、电力、水泥、化肥和铝等高碳行业的市场竞争地位。

**新兴经济体紧迫追赶的挑战**。我国制造业出海正面临来自新兴经济体日益紧迫追赶的挑战。一是制造业产品出海面临新兴经济体的产业替代性挑战。新兴经济体借助劳动成本、税负成本和“左右逢源”的经贸制度优势，正在加快完善本土制造体系、打造本土制造品牌。例如，越南通过大力培育本土新能源汽车品牌“维纳迅驰”（VINFAST），对进口的新能源汽车实施国产替代，挤占了我国新能源汽车在越市场份额。二是制造业产能出海面临新兴经济体的选择性引资挑战。出于对制造业高端化发展的追求，新兴经济体对我国制造业的出海产能不再是无差别引进，而是侧重于引进高科技和高附加值制造业项目，甚至要求进入当地市场的华资企业附加技术转让或技工培训条件，增大了我国制造业企业核心技术外泄和高端人才外流的风险。

## 抢抓新机遇

面对新形势、新挑战，我国制造业出海应抢抓新机遇，不断开拓发展空间。

**新质生产力为制造业出海提供内核驱动力**。在新一轮科技革命和产业变革深入推进的时代背景下，制造业出海的决定性因素正由自然资源、劳动和资本等传统要素的比较优势，转向以原始创新和颠覆式技术进步为核心的科技竞争优势。我国是全球最大的专利申请国、第二大研发投入国，拥有规模极大、素质较高的技能型人才队伍，在新能源、人工智能和电子信息技术领域形成了强大的国际竞争优势，新质生产力正在加速培育。目前，我国新质生产力加快发展的机会窗口期和制造业出海决定性因素深度转变的时代机遇期形成了历史性交汇，新质生产力提升了“中国制造”的产品硬实力和品牌软实力，成为我国制造业出海的内核驱动力。

**全球产业链重构创造了新的海外投资机会**。全球产业链重构呈现大国博弈背景下的“友岸化”“近岸化”趋势、绿色低碳背景下的“绿色化”趋势和数字经济背景下的“数字化”趋势。一是大国博弈驱使国际分工趋于“友岸化”“近岸化”，友岸和近岸投资需求大幅提升。例如，在美国供应链安全战略冲击下，我国对其邻国墨西哥的投资快速增加，2023年我国对墨直接投资额同比上升了约120%，远超我国对外直接投资额的整体增速（8.7%）。二是绿色化消费需求推动产业链延展，衍生出新的出海机会。例如，在传统的燃油车赛道我国制造业企业不具备显著优势，但国际市场对新能源汽车的需求扩张使得我国制造业企业拓展了汽车产业链，实现“换道超车”。三是数字经济新业态新模式赋能我国制造业企业“出海数字化”，借助数字技术削弱出海过程中的信息不对称壁垒，提升出海产线效率、产品质量和品牌国际知名度。

**新兴经济体的崛起拓宽了我国制造业出海空间**。基于中国开放型经济领域的“共轭环流”理论，我国在全球价值链环流中居于枢纽地位，参与并引领新兴经济体价值链环流可以提升我国的全球价值链分工地位。近年来，新兴经济体的经济规模持续扩大，在全球经济中的份额与日俱增。根据国际货币基金组织发布的数据，2023年新兴市场和发展中经济体GDP占全球份额接近59%，预计2028年新兴市场和发展中经济体GDP增速将达到3.9%，远高于发达经济体（1.8%）。其中，亚洲新兴市场和发展中经济体GDP增速将达到4.4%。新兴经济体经济规模的大幅提升，将逐步扭转发达经济体对全球分工体系的主导局面，为我国制造业出海和全球价值链地位攀升拓宽市场空间。

（作者单位：中国社会科学院工业经济研究所）

# 营商环境“优”无止境

□ 朱晓静

2月17日，习近平总书记在京出席民营企业座谈会并发表重要讲话，强调“新时代新征程民营经济发展前景广阔、大有可为，广大民营企业和民营企业家大显身手正当其时”。良好的营商环境是民营经济大显身手的沃土。党的二十届三中全会指出，要坚持致力于为非公有制经济发展营造良好环境和提供更多机会的方针政策。为了促进民营经济高质量发展，必须大力优化营商环境，为进一步促进民营企业健康发展保驾护航。

## 营商环境的理论发展和实践探索

营商环境概念在全球范围内的发展，经历了一个逐步演进的过程。早在20世纪，学术界已经开始关注企业经营环境的相关因素。世界银行于2001年成立全球营商环境评估项目组织，并在2003年首次发布《全球营商环境报告》，构建了营商环境的评价体系，营商环境这一概念影响日益广泛。此后，学术界对营商环境的研究不断深入。到2019年，营商环境报告涵盖了世界191个经济体。近年来，营商环境的内涵不断拓展，理念不断丰富。2022年，世界银行发布新项目宜商环境评估体系说明。2024年10月3日，世界银行正式发布《营商环境成熟度报告》，继续为各国营造商业友好环境程度提供定量评估。

党的十八大以来，党中央、国务院以“放管服”改革为牵引，构建“市场化、法治化、国际化”营商环境。根据世界经济论坛《全球竞争力报告》，2024年中国市场准入便利度居全球第15位、数字化政务服务居全球第7位、跨境贸易便利化居亚洲第3位，优化营商环境成效获得国际社会广泛认可。

中国营商环境优化主要呈现三个特点。首先，以“放管服”改革为主线，营商环境制度创新从碎片化探索转向全链条协同。国务院《优化营商环境条例》实施后，全国累计取消审批事项523项，市场准入负面清单从2018年的151项缩减至2024年的95项；“证照分离”全覆盖、工程建设项目审批“多审合一”“高效办成一件事”等举措，推动跨部门、跨层级协同，实现系统化改革。其次，数字技术重塑政务服务模式，形成“一网通办、一网统管”新格局。国家政务服务平台已联通31省份，2000余项高频事项实现“跨省通办”，超95%市县建成“一站式”政务大厅。第三，从“给优惠”到“建规则”实现营商环境优化升级。过去各地比拼招商引资，主要靠减免税收、低价供地等短期政策，虽然见效快，却容易导致企业预期不稳、市场无序竞争。当前营商环境改革通过营商环境立法、商事制度系统化重构、市场准入负面清单等制度创新，构建起法治化、标准化的规则保障体系，政商关系有法可依、企业办事更加透明，实现了“规则确定性-要素集聚度-市场活跃度”的良性循环。

在中央统筹下，各地结合区位特色探索优化营商环境实践路径。如上海连续八年发布优化营商环境行动方案，对营商环境的认识和理念不断更新，最新出台的8.0版，把企业“感受”作为出发点和落脚点。浙江强化数字治理驱动“无感服务”，通过“浙里办”生态圈，政务服务“一网通办”率达98%，企业年报“智能填报”系统减少人工填报量70%。深圳强化法治保障，设立全国首个营商环境司法服务中心，商事案件审理周期缩短至68天，涉企政策公平竞争审查覆盖率100%，知识产权侵权案件赔偿额提高300%。合肥提出“一体抓好‘狭义’和‘广义’的营商环境，营造人人、事事、处处都是营商环境的良好氛围。”

在山东兴辰铝业科技有限公司，工作人员在加工断桥铝。（新华社发）

自2020年开始，山东省每年发布一次优化营商环境实施方案，至今已经更新到5.0版，2024年6月召开全省优化营商环境大会。通过一系列艰苦细致的工作，近年来山东在优化营商环境方面取得了显著成效。全国工商联测评显示，山东民营企业满意度从2020年第15位跃升至2024年第6位，政务审批效率、市场准入公平性、惠企政策兑现率等三项指标改善幅度居全国前三。

## 进一步优化营商环境的思路

从全国范围来看，部分地区营商环境仍然存在一些问题。如为企业服务缺乏主动性，服务质量还不够高，有的政府部门依然秉持单纯管理思维而非“管理就是服务”思维，提供政务服务只是为了完成任务，很少站在企业的角度思考问题；大部分政务服务实现网上“能办”，但离“好办”还有一定距离，政务服务中还存在制度规范不够健全、难点堵点问题发现不够主动、部门间协同联动不够顺畅等深层次问题。此外，涉企执法有待进一步规范，某些地方和部门存在趋利性执法和选择性执法倾向。而且，惠企政策落实还存在难点堵点，一些惠企政策虽然出台了，但宣传力度不够，一些基层部门落实上级惠企政策主动性不强，导致政策不能充分发挥其应有的效果。进一步优化营商环境，需要立足实践，瞄准断点，疏通堵点。

**进一步构建亲清政商关系**。首先，要有“亲”的意识，建立政企常态化沟通交流机制。“亲”就是“坦荡真诚同民营企业接触交往”“真心实意支持民营经济发展”，体现的就是服务意识。目前省政府领导与企业面对面会商交流已有制度性安排，各级政府部门都应主动定期联系企业，及时了解企业的诉求及困难，坚持依法依规、以有解思维更好服务企业。其次，多渠道收集企业诉求并及时反馈，对反映集中的诉求，研究制定政策措施。同时，政商交往“清”，就要清清白白、坦坦荡荡，党员、干部同企业的一切正常交往，都应是为了帮助企业解决问题、推进工作、提升效益，切不可见钱眼开、搞权钱交易。

**打造便捷高效的政务服务环境**。以“高效办成一件事”为抓手，优化政务服务、提升行政效能。继续推动政务服务由政府部门供给向企业需求转变，以企业全生命周期需求为导向，统筹各级政务服务机构力量，推动线上线下政务服务能力整体提升。首先要高位谋划，在省级层面编制统一的政务服务事项清单，建立政务服务标准，实现高频事项全省“同要素管理、无差别受理、同标准办理”。其次，推出更多依托于政务服务平台的应用，通过平台业务、数据、技术和安全联动，增强跨地区、跨部门、跨层级的联系对接，不断丰富平台功能、优化服务内容。第三，提升干部队伍数字思维、数字技能和数字素养，为持续提升政务服务效能提供坚实保障。

**进一步规范涉企执法监管行为**。加强执法前普法，坚持“谁执法谁普法”普法责任制，广泛开展普法进企业活动，帮助企业充分了解法律规定和政策要求，将普法融入执法全过程。加强对涉企执法检查工作的统筹协调，推进市县乡三级联动和部门联合，整合涉企执法检查事项，真正实现“进一次门、查多项事”。严格落实行政裁量权基准制度，动态调整裁量权基准，避免“小错重罚”“畸轻畸重”“类案不同罚”等。

**推动政策精准高效落实**。强化政策宣传解读，让企业真正成为营商环境优化的受益者。相关部门工作人员应成为政策专家，政府部门还应动员更多服务机构和人员帮助企业理解政策、申请政策。灵活运用AI等数字化手段，加强数据归集共享，利用大数据精准“画像”，点对点进行政策推送。同时优化政策兑现流程，将原来的多个环节优化为“企业和群众意愿确认、部门兑现”最多两个环节，实现惠企政策“直达快享”。

【作者系山东省委党校（山东行政学院）公共管理教研部副教授】

# 直播经济：如何走好“下半场”

□ 詹宇波 程广昊

“新经济”系列观察

随着移动互联网和5G技术的蓬勃发展，众多直播平台如雨后春笋般涌现。淘宝、抖音、快手、京东、B站等业界巨头纷纷推出直播服务，利用明星效应和达人推荐等多样化策略，有效促进了消费。从明星的带货直播到普通人的知识分享、才艺展示，这种新兴的互动方式不仅极大地改变了人们的购物习惯，也成为拉动消费的强大动力。

根据《第55次中国互联网络发展状况统计报告》，截至2024年12月，我国网络直播用户规模达8.33亿人，较2023年12月增长1737万人，占网民整体的75.2%。作为当下最热门的新兴商业模式之一，直播经济通过视觉化的内容生产，以丰富多彩的现实场景为依托，传递商品信息和用户体验。直播平台的流量优势和技术创新，为消费者带来了与传统网购截然不同的快乐体验。

直播经济宛如一场盛大的“线上聚会”，有效地扩展了社会生产和经营的边界。如今，“人人皆可网红，万物皆可直播”，直播不仅影响普通人的生活，还能推动一个地方的“走红”，促进当地文化旅游产业的发展。各级政府的政策鼓励和积极参与，使直播经济迅速成为数字化时代商业新引擎。近年来，广州、深圳、义乌、杭州、重庆等多地纷纷发布促进直播经济发展的政策，构建直播电商产业集聚区是其中重要目标之一。2024年9月上海市商务委等多部门联合发布《上海市推动直播经济高质量发展三年行动计划（2024—2026年）》，提出到2026年，上海市直播经济发展要持续保持国际领先地位，力争成为具有国际影响力的直播经济高地。在各地政府拉开直播经济高地“抢夺战”的另一面，直播行业的城市聚集效应已经显现。此外，移动终端的广泛普及已成为推动数字经济蓬勃发展的重要动力，而互联网直播平台的兴起同样为直播经济的繁荣开辟了新渠道。

近年来，直播经济在探索与发展的过程中，催生了一种创新模式，即线上直播与线下实体空间及服务资源有机结合。以上海市杨浦区为例，该区积极推进重点产业链的“链长制”，加速打造以数字经济为引领的“1+2+3+4”创新型现代化产业体系。目前，杨浦区已经吸引了超过7000家数字经济企业。利用这些企业的集聚效应和影响力，杨浦区正在建设一个集优质商品、内容创作、人才培养和公共服务于一体的数实融合直播经济示范区。

借助一部手机、一个支架和一台聚光灯，各行各业通过网络直播即可开辟新的销售渠道。直播助农为农村经济发展注入了新的活力。这种模式打破了传统农产品的销售方式，利用直播平台的流量优势，将农产品直接对接到消费者，打破了传统销售模式的局限性，扩大了农产品销售渠道，让农副产品销售走上“快车道”。直播助农模式在促进农民增收、助力脱贫攻坚以及推动农村经济发展等方面发挥了重要作用。作为电商领域的一种新兴业态，直播助农有助于拓展产业链条，加速农产品流通，推动农村产业结构转型升级，从而赋能乡村振兴。

当前，直播经济正处于规模扩张阶段，其产业链具有批量生产、快速销售和轻量库存等特点。随着年轻群体个性化与体验导向的消费倾向愈发凸显，直播经济正引领越来越多的制造商洞察更为精准的市场需求。这一趋势推动制造商更加注重产品差异化、个性化以及销售定制化，进而催生了“生产端+内容端+服务端”柔性供需体系的新活力。5G技术的发展为直播经济开辟了广阔的发展前景，生产端获得了更大的灵活性和自主性，客户与工厂直接对接的商业模式将技术能力与终端用户需求实时对接，产业链的网络互联使得供需服务能够随时调整的同时，生产端与消费端的沟通也得到了加强，生产过程也将更加社群化、更具针对性。

随着直播经济的迅猛发展，近年来也涌现出一系列争议，包括产品质量问题、售后服务不足、刷单和数据造假、虚假宣传以及价值观偏差等。此外，直播与实体经济的融合发展仍面临诸多困境，如供应链反馈不及时、流量分配不均、产业政策跟进不足以及相关法规制度的不完善。如何构建良性的直播生态系统，推动直播经济走好“下半场”，实实在在地改善消费环境、拉动内需增长、助力实体经济，已成为直播经济进一步发展的关键所在。

注重品质与服务提升，增强品牌竞争力。若要追求直播经济的持续发展，高品质的产品制造与卓越的售后服务始终是实体经济稳健增长的关键支柱。受经济下滑和未来预期的降低影响，消费者变得更加谨慎，减少了为氛围付费的意愿，更倾向于为商品本身付费。因此，企业无论在线上还是线下，都应注重品质和服务，致力于创造优质产品，以确保品牌的持续发展。

强化多措并举，探索平台综合治理新机制。2024年6月实施的《直播电子商务平台管理与服务规范》，以及7月1日起正式生效的《中华人民共和国消费者权益保护法实施条例》，都是为了确保直播电商行业的规范化和可持续发展，维护消费者权益和行业健康发展。未来还应进一步推动政府、电商平台、主播、消费者和品牌方等各方合作，明确责任分工，建立透明、规范的监管机制，并完善相关法律法规。同时，应保障消费者权益，为供应商和平台提供政策支持，以促进电商市场的有序发展和活力提升。

推动“供应+直播”，构建产业集群新优势。据统计，临沂市兰山区在2024年1月至4月期间，市场交易额达到1060亿元，物流总额高达2308.02亿元，网络零售额为155.8亿元。与前一年同期相比，分别实现了7.8%、6.94%和20.8%的增长。这主要得益于兰山区利用其商城物流和产业基础，抓住数字化转型机遇，发展电商产业链，形成了“市场+供应链+直播+仓配”的直播经济模式，不仅促进了传统市场、本地产品加工和物流快递等产业的快速增长，还支持了数字商城的建设。各地应立足自身产业优势，抓住直播经济带来的发展机遇，推动线上线下相互促进、融合发展，提升区域竞争力，塑造发展新优势。

推动政策创新，建立支持与监管的双重机制。直播经济很大程度上改变了传统的生产消费模式、协作分工方式和经济理论框架，带来了经济结构的整体变革，也给传统的产业管理政策带来新的机遇和挑战。对此，政府监管部门应顺应直播经济发展趋势，一方面，满足本地直播电商的土地需求，如通过“先租后让”等方式满足其空间需求；另一方面，加强支持政策，为对实体经济有显著带动作用的企业或平台提供财政、金融和技术方面的优惠与奖励；同时，建立约束机制，制定以提升效益为目标的准入政策，以确保政策的严格实施和监管。

（作者单位：上海社会科学院经济所）