

抓住后疫情“窗口期”加紧提升贸易数字化水平

方晓 乐宁



疫情期间，数字化技术大幅提升外贸效率，数字贸易引发广泛关注。浙江应利用数字经济优势，创新贸易开展方式，加紧提升贸易数字化水平

近期，全球新冠肺炎疫情呈加速蔓延趋势，部分国家和地区已经转入“爆发期”。反观国内，新增病例数持续下降，国际和国内新冠肺炎疫情发展态势产生时间差，对防止疫情从境外反向输入构成新挑战。同时也要看到，受疫情影响，在全球经济发展态势急转直下之际，中国防控疫情取得巨大成效带来的正面影响，叠加“世界工厂”产能逐步恢复的积极因素，为加快恢复对外贸易、稳定供应链产业链带来重要的“窗口期”。在此期间，全球的人员跨境流动依然会受到较大限制，应利用数字经济优势，创新贸易开展方式，加紧提升贸易数字化水平。

全球疫情蔓延对全球贸易的负面影响

全球贸易疲软态势进一步加深。世界贸易组织发布 2020 年第一期《全球商品贸易晴雨表》报告显示，2020 年第一季度全球商品贸易增长仍将呈疲弱之势，全球贸易趋势实时测量读数为 95.5，低于去年四季度的 96.6，也远低于趋势水平基准值（100），本期指数并未对新冠肺炎疫情作出反应。据世贸组织专家估计，此次新冠肺炎疫情将进一步削弱全球贸易表现。从目前的形势看，新冠肺炎疫情已在全球快速蔓延，日本、韩国、意大利还是世界贸易排名前十的国家，疫情对全球贸易的负面影响持续加深，全球贸易前景进一步削弱。

入境管制措施可能进一步加剧。据不完全统计，截止到目前，共有 142 个国家和地区对我国实行入境管制措施，其中 43 个国家和地区宣布禁止中国公民入境或暂停中国公民签证签发，29 个国家和地区对我

国实行货物进出口管制。随着新冠肺炎疫情全球扩散加剧，世界卫生组织判断全球防控疫情的机会窗口正在缩小，我国对疫情严重的国家和地区，以及世界各国之间可能采取更多的入境管制措施，对人员跨境流动的限制加剧，进而影响正常的双边经贸活动，对全球贸易产生更大的负面影响。

全球疫情蔓延对国际经贸带来的新变化

线上拓市需求明显提升。由于人员跨境流动受到严重限制，传统的、面对面的商业交易活动大量取消，依靠参加线下展会开拓国际市场的方式难以实施。2月以来，已有100多场国际重要展会延期或取消，如巴塞罗那世界移动通信展、德国科隆五金展等，对外贸企业开拓国际市场造成巨大影响。但也要看到，疫情的负面冲击也点燃了外贸企业线上拓市的热情。通过云平台、云连线的形式，将线下展会转到线上、线下洽谈转到线上，用数据的跨境流动代替人员的跨境流动。3月6日，浙江省商务厅与越南工贸部共同举办浙江出口商品网上交易会（越南站）启动仪式，预计实现近200场次有效对接，意向成交金额约1.45亿美元。与此同时，数字营销、直播营销、虚拟营销等新型数字化营销也呈现快速发展态势。

跨境电商迎来壮大机遇。一方面，线上购物需求大幅增长。受到人员跨境流动限制，出境购物大幅减少，消费者倾向于采用线上方式购买境外优质产品。据宁波保税区发布数据显示，1月至2月该区累计验放跨境电商进口申报单突破1180万票，同比增长27.8%，跨境进口额24亿元，同比增长42.5%。“宅家式”线上跨境购物需求客观上推动了跨境电商发展。另一方面，跨境电商天然的数字基因作用显现。跨境电商企业相比传统外贸企业，线上获客是主要手段，对数字化营销手段的掌握和运用更加熟练。随着国际航空、港口物流逐步畅通，依靠数字化手段，跨境电商企业将更加迅速地带动国际货流、物流、信息流运作，从而迎来快速发展的重要机遇。

传统服务贸易加快数字化转型。疫情期间，诸多以“商业存在”和“自然人移动”等形式开展的传统服务贸易正在演变为“线上交付”的数字化贸易。这种趋势在疫情期间“在家办公”“停课不停学”等号召下被迅速激发，原本扮演辅助角色的在线会议、在线教育、在线办公等新模式瞬间成为舞台主角。根Quest Mobile数据显示，2月3日至9日，在线办公比平日增长8.8%，在线教育比平日增长46%。3月5日，世界银行和国际货币基金组织宣布2020年春季会议改成远程会议，这是两大国际金融机构70年来第一次非现场举办重要的年度会议，显示运用数字技术举办线上大型国际会议的可能。

数字贸易平台优势显现。面对疫情，数字贸易平台型企业纷纷出台纾困措施，采取减免会员费、服务费等措施，帮助中小跨境电商企业渡过疫情难关。阿里巴巴国际站跨境商家推出“数字出海、同心战疫”活动，通过商机开源、运营提效、履约保障、金融扶持等举措，帮助商家线上开拓市场。同时，数字贸易平台沉淀了海量数据，帮助中小企业精准对接目标市场，扩大潜在客户数量，实现需求与产品的精准匹配。

提升贸易数字化水平的相关建议

推动传统外贸企业数字化转型。支持传统外贸企业加快运用数字化手段开拓市场，发挥积极的财政政策支持作用，支持传统外贸企业使用数字化营销渠道。鼓励传统外贸企业用好线上平台，以大数据驱动为核心、以平台为支撑，积极推动数字营销、直播营销、虚拟营销等贸易方式发展。

鼓励数字贸易平台生态化发展。鼓励本土数字贸易平台型企业加快海外市场布局，建立多主体联动的跨境电商生态，发挥电商龙头企业主导作用，进一步向更大范围开放平台、整合资源，推动形成规模经济。

完善国际经贸规则数字化内容。在 APEC、G20 等多边国际机制下积极参与跨境电商、数字贸易等新业态相关议题讨论，在双边、区域贸易协定中积极参与数据跨境流动及本地化要求、知识产权保护、电子传输免关税、无纸化贸易等议题研究。积极参与全球数字经济和数字贸易规则制定，研究借鉴美欧数字贸易高标准规则的合理要求，统筹推进国际经贸规则、国内法律法规相衔接，推动建立各方普遍接受的国际规则。

加强跨境电商发展配套化保障。提升跨境电商通关便利化水平，依托线上综合服务平台，实现“一次申报、一次查验、一次放行”。引导企业加快航空物流发展，提高跨境贸易的时效性。鼓励电商、快递、物流龙头企业整合海外仓储物流资源，实施数字化、智能化管理。