



中國人民大學  
RENMIN UNIVERSITY OF CHINA

---

# 中国制造出海高质量发展趋势及路径

RENMIN UNIVERSITY OF CHINA

---



王义桅



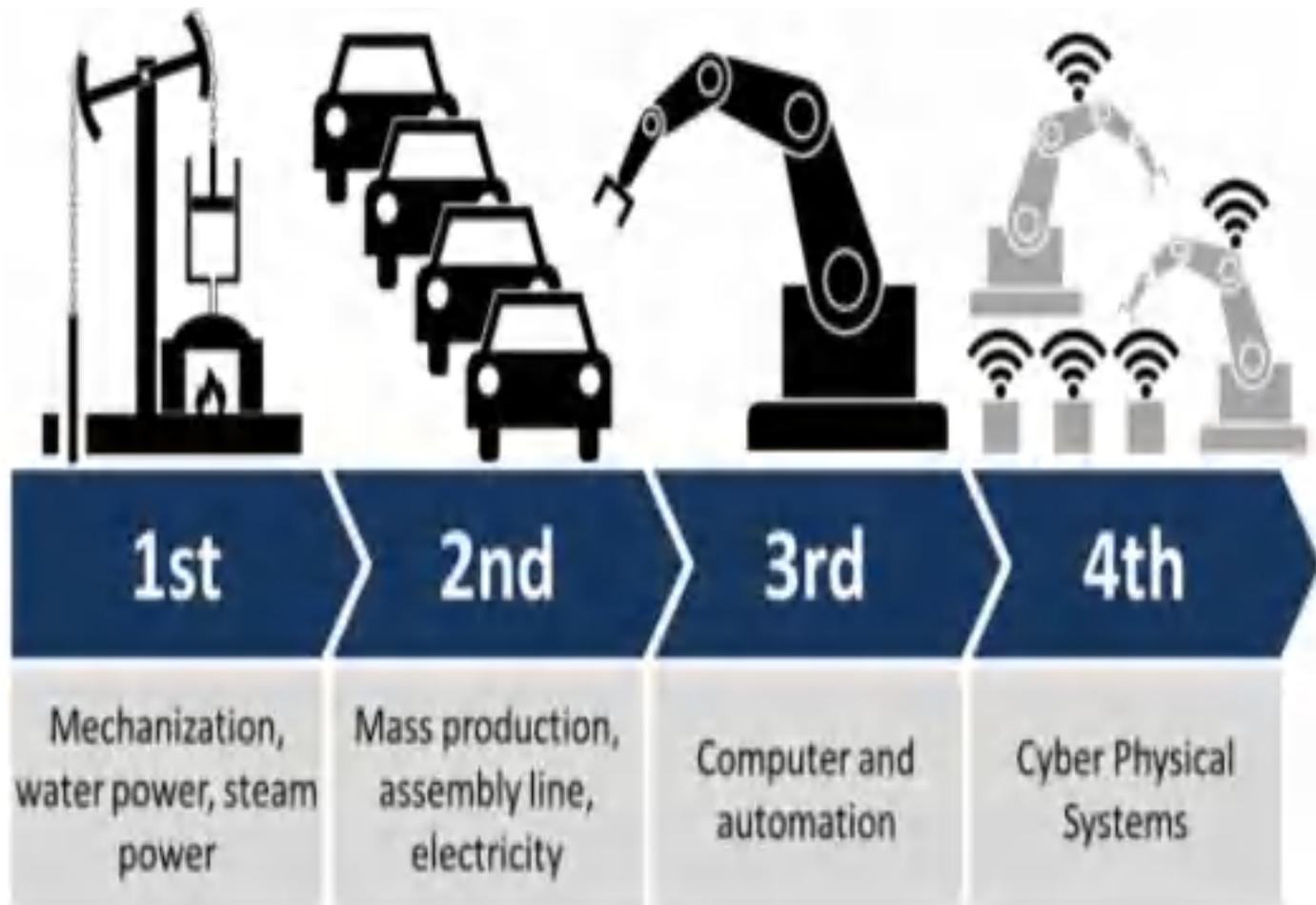
中国经济高质量发展涵义： 要素驱动-创新驱动；世界工厂-世界市场

一带一路建设高质量发展涵义：绿色、可持续、廉洁

中国制造出海高质量发展趋势？ 市场-技术-规则

路径？ 拓展市场--融合创新-第三方合作

第四次工业革命 (4IR) 指的是从18世纪工业革命开始后进入的第四个阶段，它被描述成各种科技的融合，而融合的过程因使得物理、数位和生物等领域科技之间界线难分，故统称“虚实整合系统 (Cyber-Physical System, CPS)”。各种新兴科技的突破为其特征，如机器人学、AI、奈米科技、量子电脑、生物科技、物联网、工业物联网 (IIoT)、分散式共识、5G、增材制造/3D列印和全自动驾驶汽车。





数字泛指用0和1进行编码所产生的东西，最典型的数字产品如电脑软件、手机app和电子游戏，现在手机和计算机中不属于硬件的部分基本是数字化的。

数字化的经济都可通称为数字经济，涉及数字的流动则是数字贸易，美国定义的数字经济和数字贸易一般指虚拟经济的部分，不算实体物流，中国的数字经济包含电子商务的交易。

## World's technological capacity to store information in analog & digital format (compressed MB)



Hilbert, M., & López, P. (2011). The World's Technological Capacity to Store, Communicate, and Compute Information. *Science*, 332(6025), 60–65. [www.martinhilbert.net/worldinfocapacity.html](http://www.martinhilbert.net/worldinfocapacity.html)



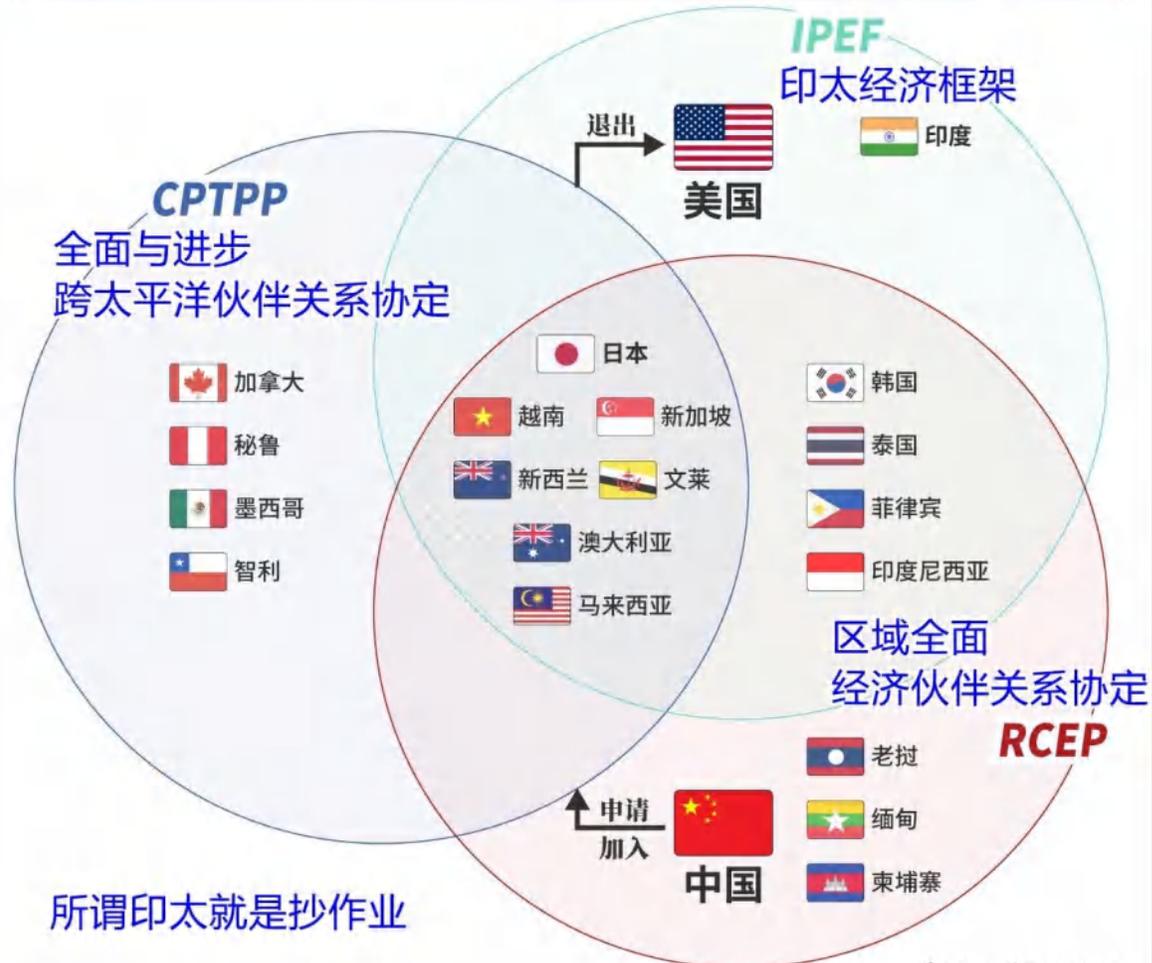
全球60%人口，40%GDP

印度+亚太

有着巨大的经济增长潜力

印太是美西方所使用的词汇，中国官方不承认

## IPEF与CPTPP、RCEP成员国





日印澳等支点国家表现出较为明显的倾向美国的意图。

美：主导国和标准制定者

日：积极推动印太经济整合的马前卒

印：具有发展潜力的区域稳定者

澳：把控节点

美创新能力强，输出标准，主导印太经济秩序；

日本硬件实力出众与软件实力强的印度有很强的互补性。



目前印太区域已经建立了广泛和全面的双边与多边关系，许多协议都聚焦于未来的数字合作部分。美国希望推广自己的数字标准和数字秩序，但许多国家对数字跨境流动也有所疑虑。

《印太经济框架》

《数字经济大阪宣言》

《美印网络关系框架》

《日印数字伙伴关系》

《美国-日本数字贸易协定》

《美国-墨西哥-加拿大协定 (数字贸易部分) 》

新加坡、智利和新西兰(所有 CPTPP 成员国)之间的《数字经济伙伴关系协定(DEPA)》

《新加坡-澳大利亚数字经济协定》

《英国与新加坡数字经济协定 》

《韩国与新加坡数码合作协议》



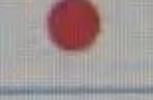
印太国家间的双边与多边科技外交也十分频繁，主要的外交目的是推动数字基础建设的互联互通和统一标准。

2010年英国皇家学会与美国科学促进会共同主持召开名为“科技外交新前沿”的专题研讨会，并随后发布了同名报告。

其中对科技外交进行了全面、准确地定义：“外交中的科技”，通过提供科技领域的相关建议来达成外交方面的诉求；“为了科技的外交”，以外交手段促进国际科技交流与合作；“为了外交的科技”以科技合作为手段来实现改善国际关系的目的。这一定义对于科技和外交的关系进行了全面系统的阐述，后来有关科技外交的讨论也多基于此定义。

Quad：通过六个领导级别的工作组——2019冠状病毒疾病响应与全球卫生安全、气候、关键和新兴技术、网络、空间和基础设施。

表3 2015-2020年各国制造强国发展指数

上年增长	2016年	较上年增长	2017年	较上年增长	2018年	较上年增长	2019年	4			
第一阵列											
1.29		172.28	7.16		170.99	-1.29		166.06	-4.93		168.71
第二阵列											
-1.19		121.31	2.58		124.96	3.65		127.15	2.19		125.65
-6.90		112.52	5.39		111.84	-0.68		116.29	4.45		117.16
第三阵列											
2.43		104.34	-1.44		108.94	4.60		109.94	1.00		110.84
-1.84		69.87	1.27		78.11	8.24		74.45	-3.66		73.95

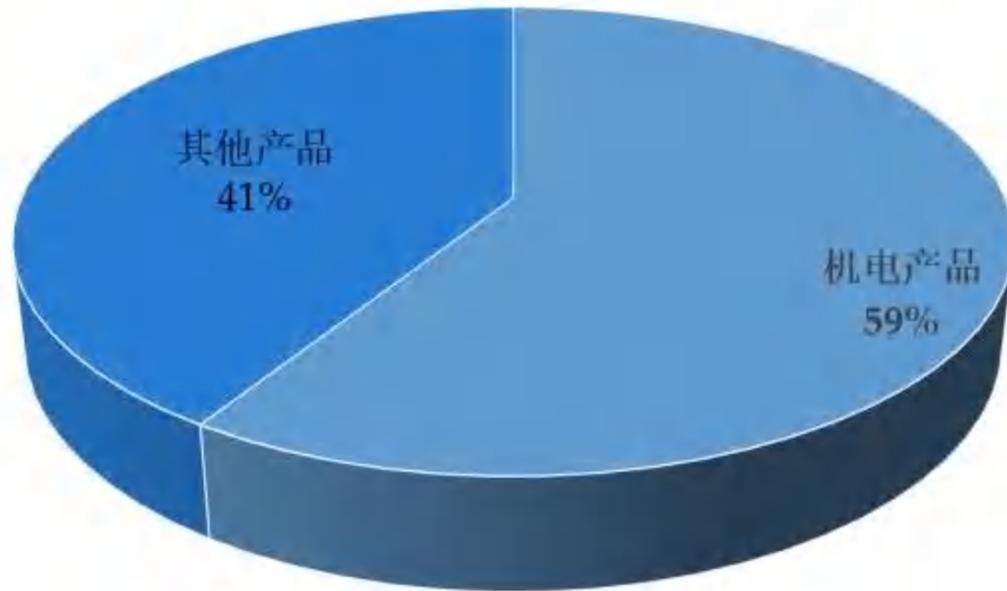
2021年，中国进出口总额首次突破6万亿美元，中国的出口贸易规模创造了史无前例的新纪录。中国首次成为全球第一大境外投资国，中国制造的出海大业方兴未艾。

展望未来，世纪疫情和百年变局交织，出海之路绝非风平浪静。中国制造企业未来的出海之路怎么走？

北京出海领航国际管理顾问有限公司于近期发起《2022年度百家中国制造企业出海调查》活动，复盘总结刚刚过去的2021年，对2022年的海外市场加以预测和展望，与优秀的中国出海企业共同携手，勇毅前行。

制造强则中国强。中国制造业是中国走出去产业中的最主要组成部分，根据中国海关数据统计，2021年，59%的中国出口商品为机电产品

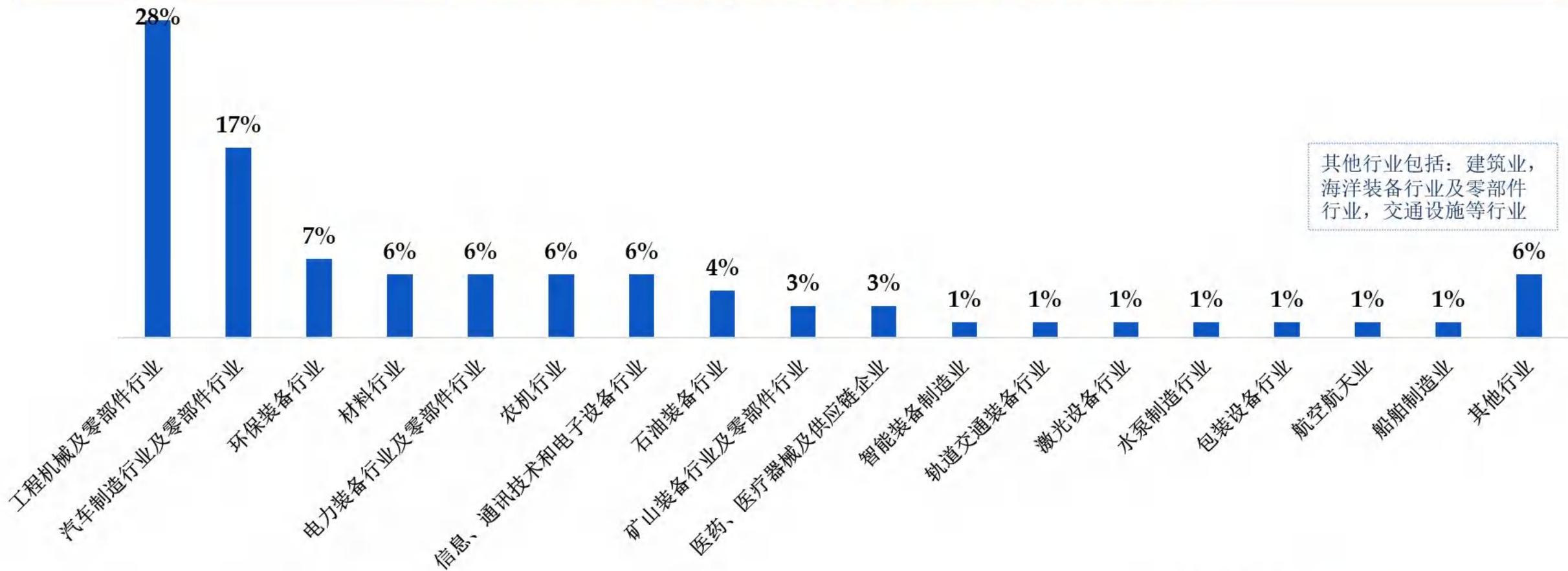
### 2021年中国出口商品构成



- 2021年，我国出口机电产品12.83万亿元，增长20.4%，占出口总值的59%，其中自动数据处理设备及其零部件、手机、汽车分别增长12.9%、9.3%、104.6%。同期，进口机电产品7.37万亿元，增长12.2%，占进口总值的42.4%。

行业分布：从汽车制造、工程机械、矿山设备、农机设备、通讯电子到航空航天、船舶制造，中国制造出海已汇成大潮，领域多元，千帆竞发

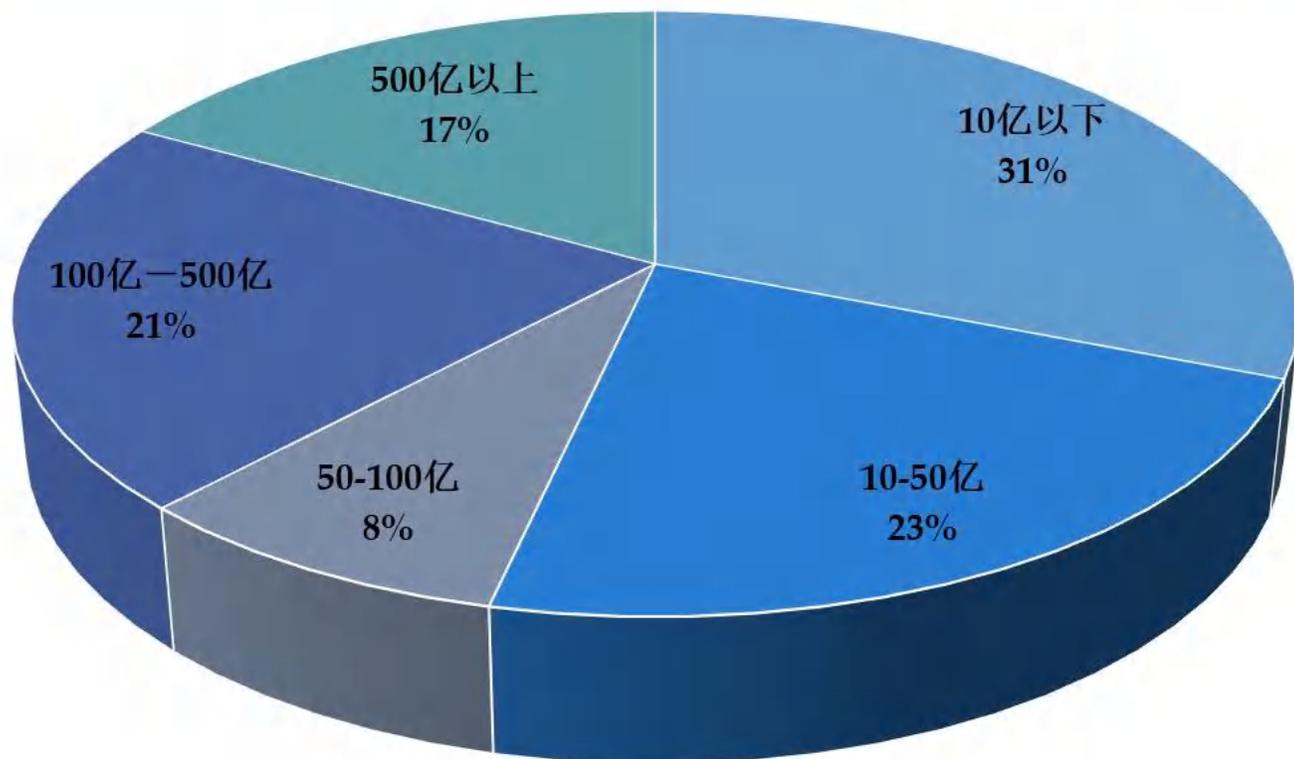
参与调研的中国制造企业覆盖了制造业20余个子行业



数据来源：出海领航2022年度百家中国制造企业出海调查

规模分布：无论是央企、地方国企，还是民营企业；无论是亿元企业还是千亿企业；无论是全能选手，还是单项冠军，出海大潮中，百舸争流

参与调研企业的2021年整体营收规模从1亿到1,000亿之间



参与本次调研的企业中：

年营收规模10亿以下的企业占比31%

年营收规模10-50亿的企业占比23%

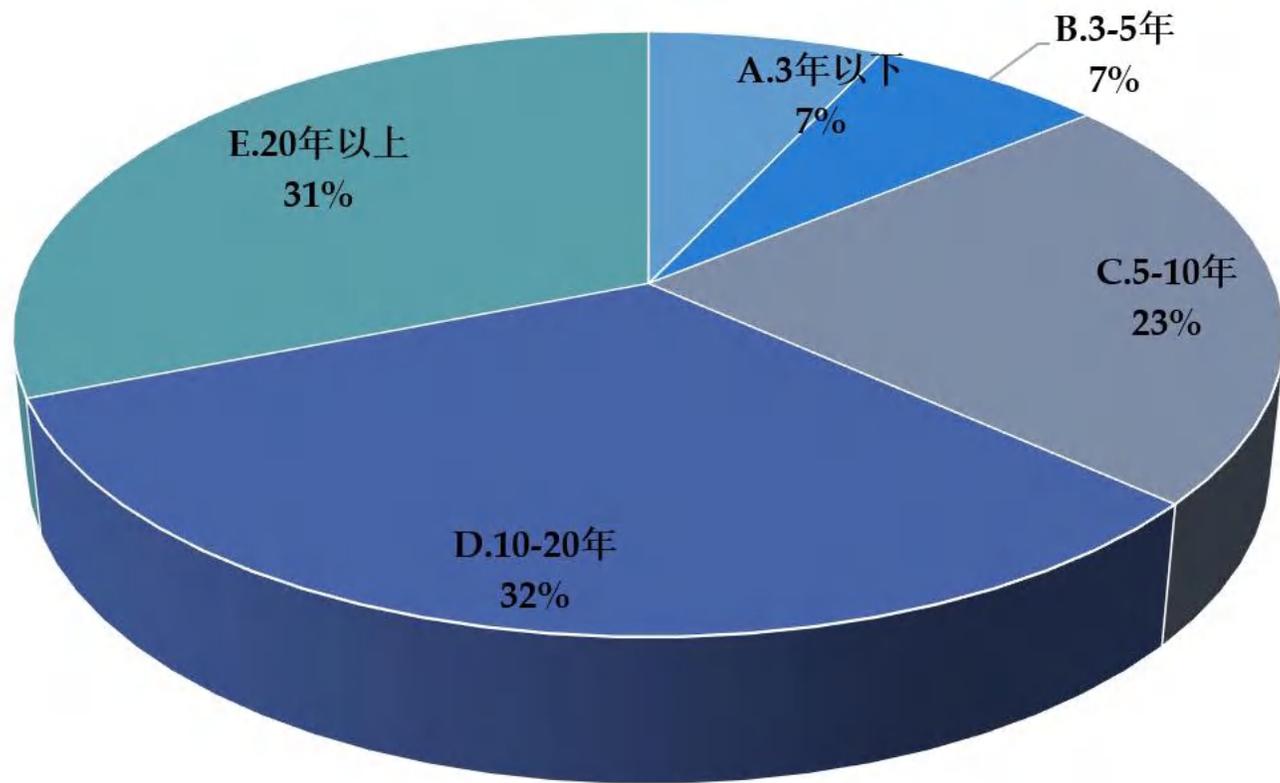
年营收规模50-100亿的企业占比8%

年营收规模100-500亿的占比21%

年营收规模500亿以上的企业占比17%

在开展海外业务的时间分布上，大部分企业在海外已经具备一定的时间积累

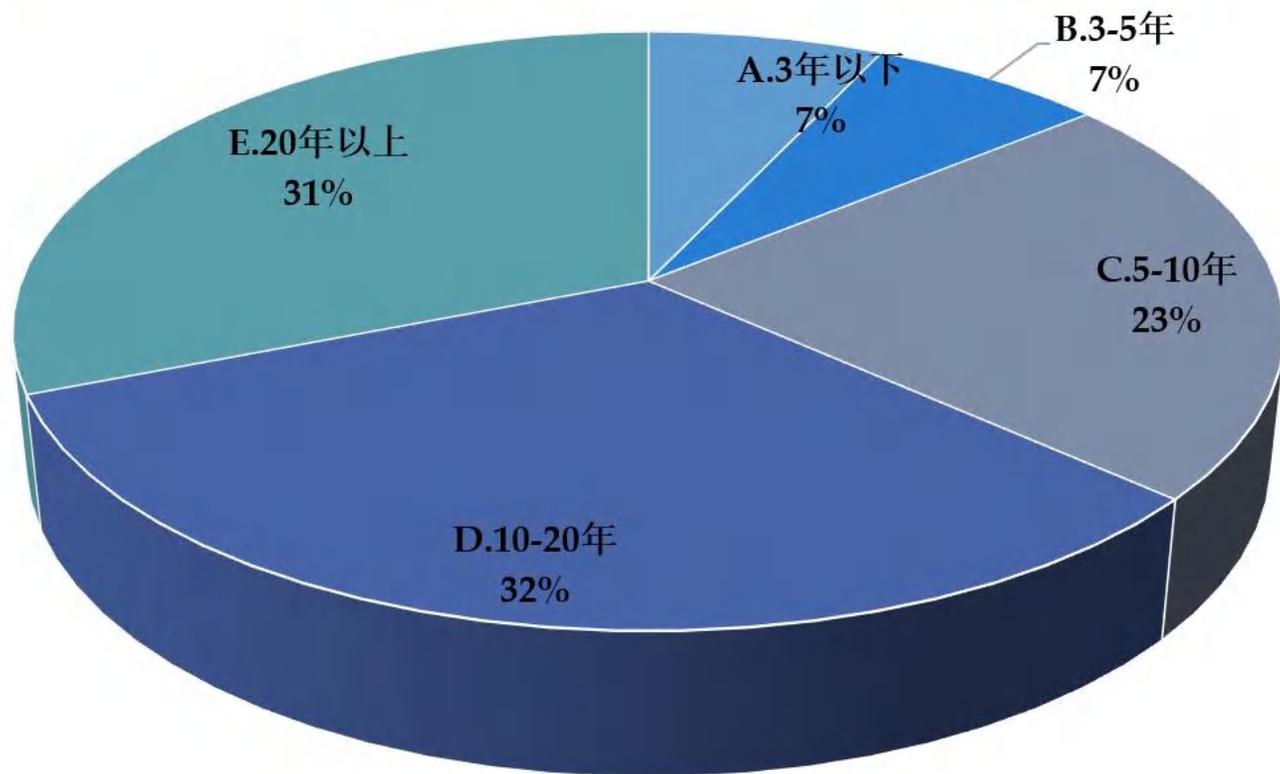
### 受访企业开展海外业务时间分布



- 参与本次调研的企业中，
  - 开展海外业务时间在3年以下的企业占比7%
  - 开展海外业务3-5年的企业占比7%
  - 开展海外业务5-10年的企业占比23%
  - 开展海外业务10-20年的企业占比32%
  - 开展海外业务20年以上的企业占比31%

在开展海外业务的时间分布上，大部分企业在海外已经具备一定的时间积累

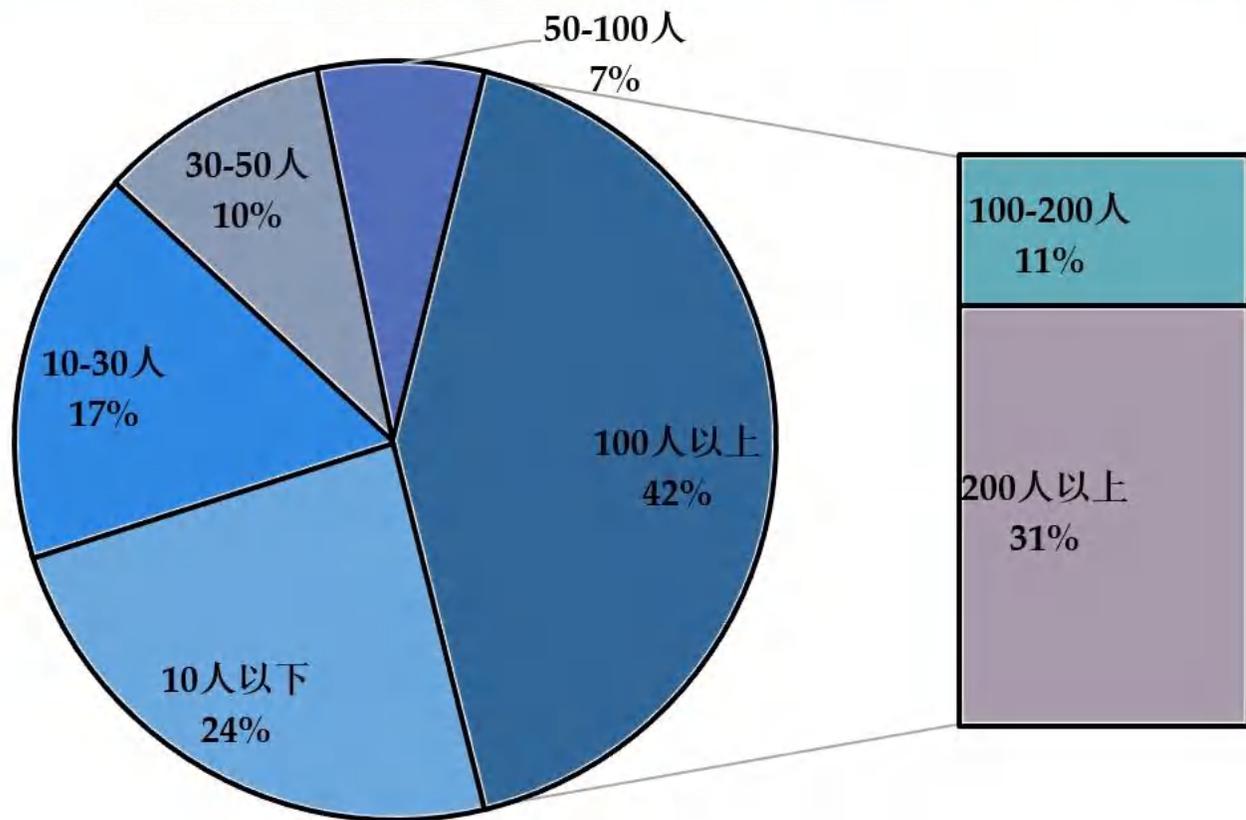
### 受访企业开展海外业务时间分布



- 参与本次调研的企业中，
- 开展海外业务时间在3年以下的企业占比7%
- 开展海外业务3-5年的企业占比7%
- 开展海外业务5-10年的企业占比23%
- 开展海外业务10-20年的企业占比32%
- 开展海外业务20年以上的企业占比31%

在海外员工队伍规模上，**51%**的调研企业海外业务员工数量少于**50**人，海外业务团队建设需要持续加强

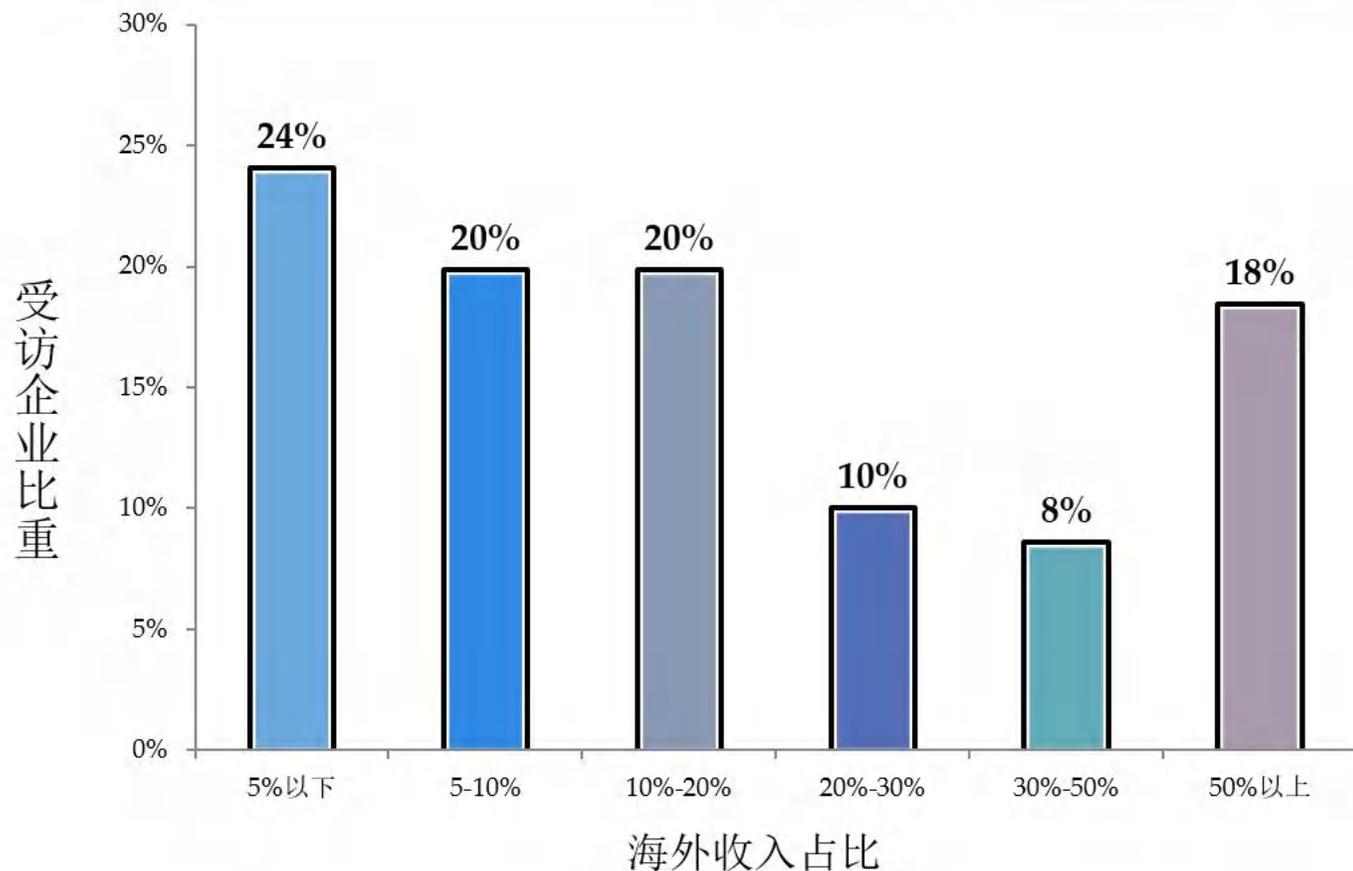
### 受访企业从事海外业务员工数量分布



- 参与本次调研的企业中：
  - 海外业务员工数量在10人以下的公司占比24%；
  - 海外业务员工数量在10-30人的公司占比17%；
  - 海外业务员工数量在30-50人的公司占比10%；
  - 海外业务员工数量在50-100人的公司占比7%；
  - 海外业务员工数量在100-200人的公司占比11%；
  - 海外业务员工数量在200人以上的公司占比31%
- 海外业务人才是公司核心竞争力的关键要素之一，海外业务团队建设需要持续加强和改善

在海外业务占比上，调研企业中，有**36%**的企业海外业务收入占比超过**20%**，**18%**的企业海外业务占比超过**50%**

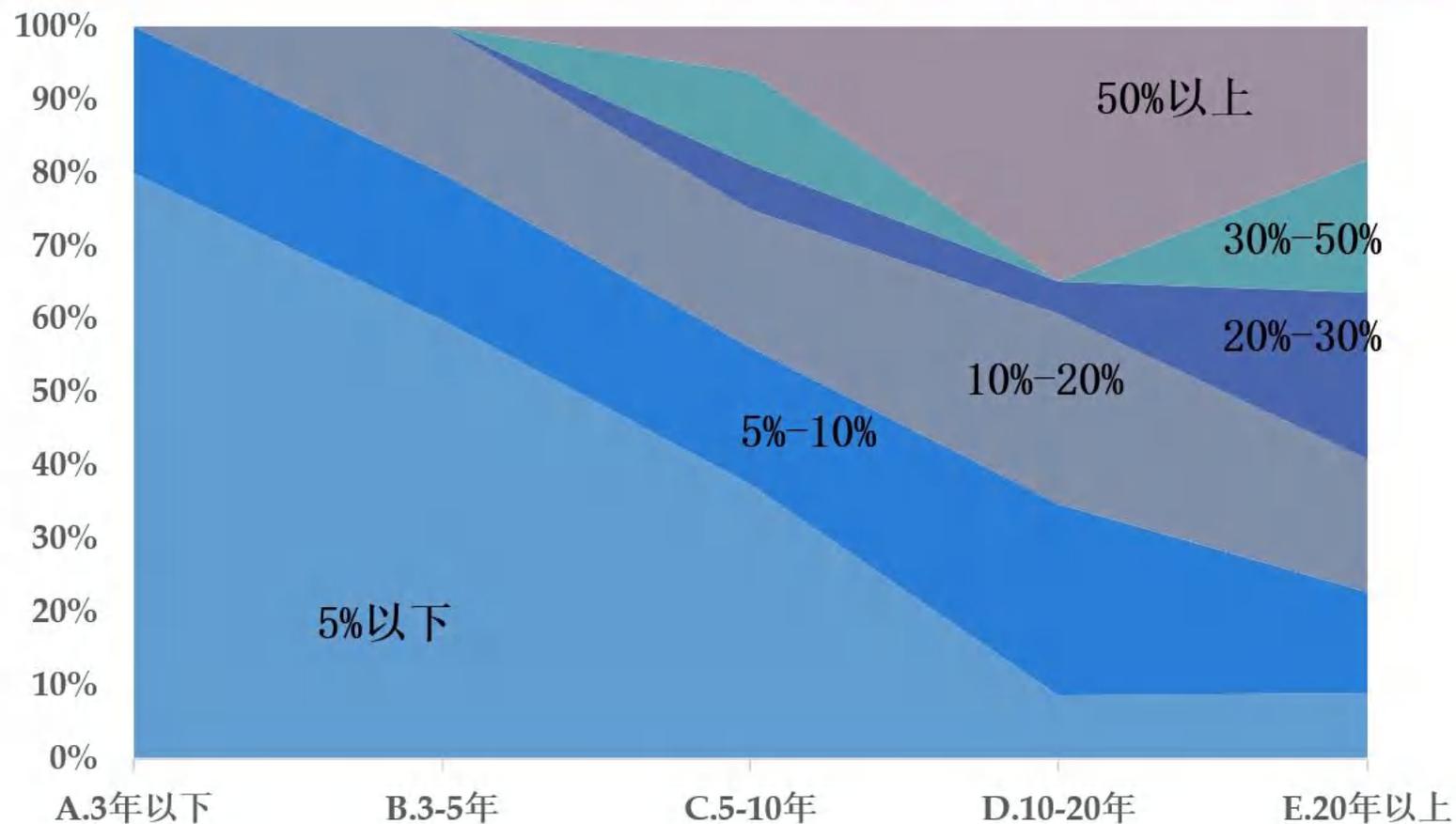
### 海外业务收入占公司整体业务收入比例



- 调研发现，
  - 36%的受访企业海外收入占比超过20%
  - 64%的受访企业海外收入占比低于20%
- 数据显示：
  - 18%的企业海外业务占比大于50%
  - 8%的企业海外业务占比在30%-50%之间
  - 10%的企业海外业务占比在20%-30%之间
  - 20%的企业海外业务占比在10%-20%之间
  - 20%的企业海外业务占比在5%-10%之间
  - 24%的企业海外业务占比小于5%

交叉分析显示：随着公司海外业务经营时间的变长海外业务收入占比会显著提高，充分表明海外业务的发展需要时间积累，久久为功

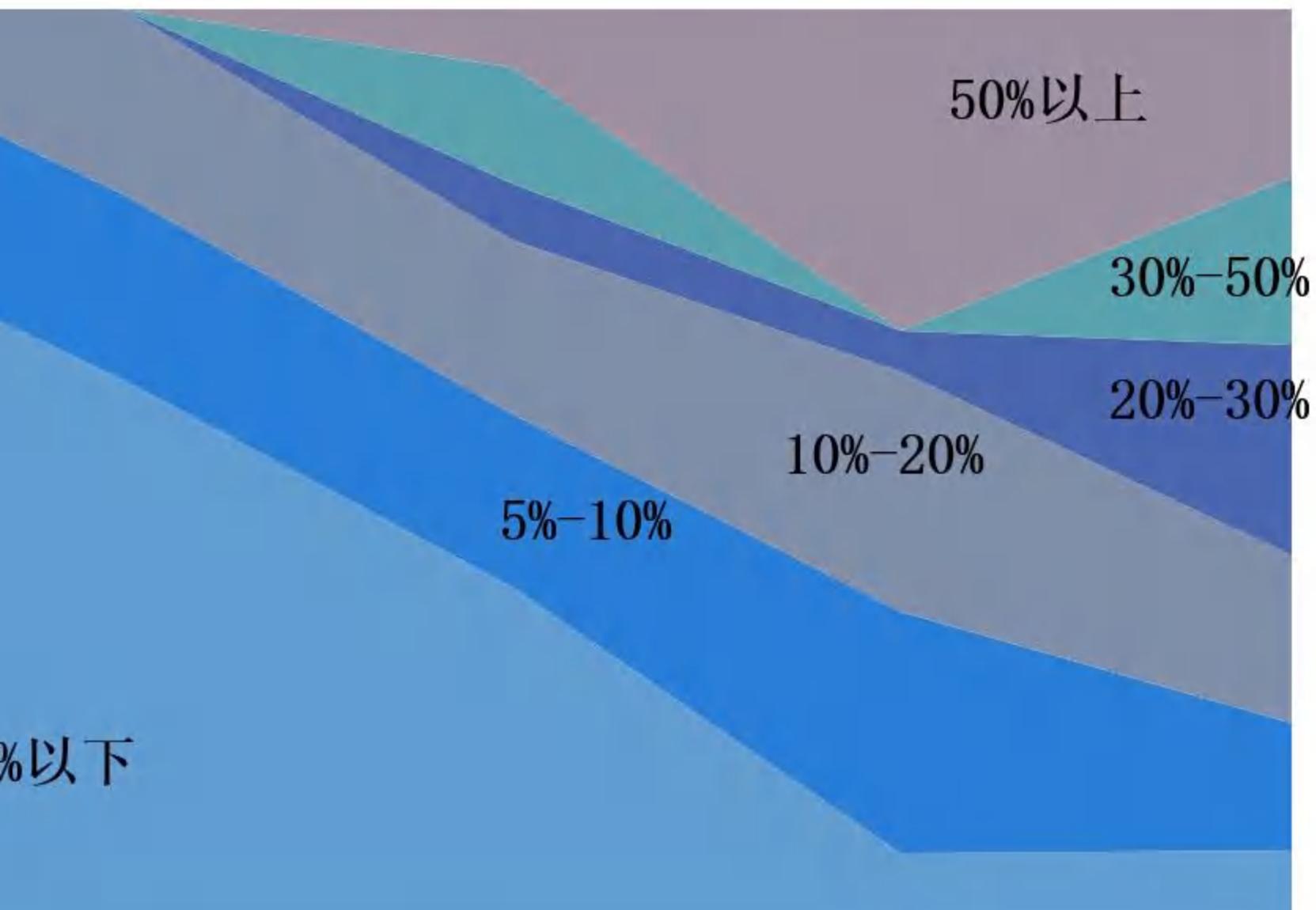
### 海外业务占比与公司开展海外业务时间交叉分析



- 海外市场不能一蹴而就，需要持续深耕。从调研数据中发现，随着公司海外业务经营时间的变长海外业务收入占比会显著提高，充分说明海外市场深耕需时间积累

业务的发展需要时间的积累，久久为功

## 海外业务占比与公司开展海外业务时间交叉分析



- 海外市场不能一蹴而就，需要持续深耕。从调研数据来看，随着公司海外业务开展时间的变长，海外业务收入占比也在不断提高，充分说明海外市场需要时间的积累。

海外业务经营模式需要时间的积累去探索和发展，海外业务开展时间越长的企业，在海外经营模式的选择上越发自信，海外经营模式更加丰富和多元

### 海外经营方式随海外业务开展时间变长会更加多元

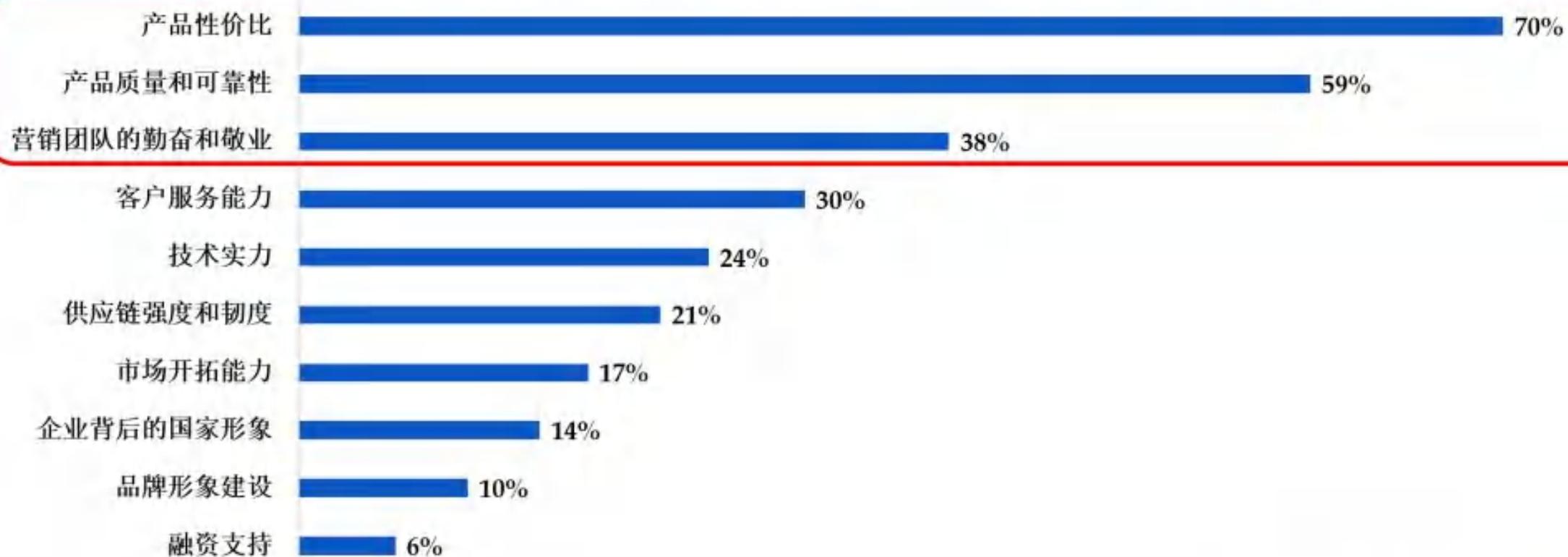


开展海外业务小于5年的公司中，绝大多数仍以进出口贸易和建立海外营销服务网络为主；

海外业务开展20年以上的公司中，海外投资建厂、开展海外并购、境外注册经营实体、设立境外合资公司等深度本地化经营模式明显升高

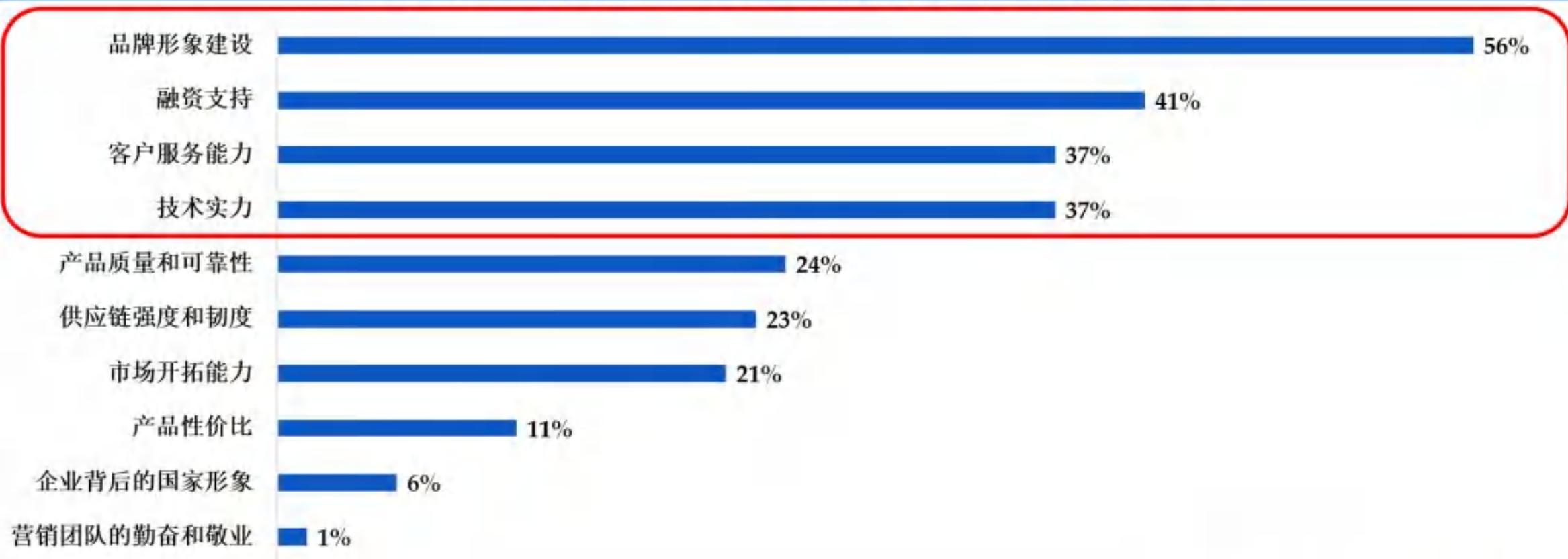
产品性价比、产品质量和可靠性以及营销团队的勤奋和敬业，已经成为中国制造企业搏击海外市场的最大底气所在

问题：贵公司所在的行业中，您认为以下哪些方面中国企业具备竞争优势？



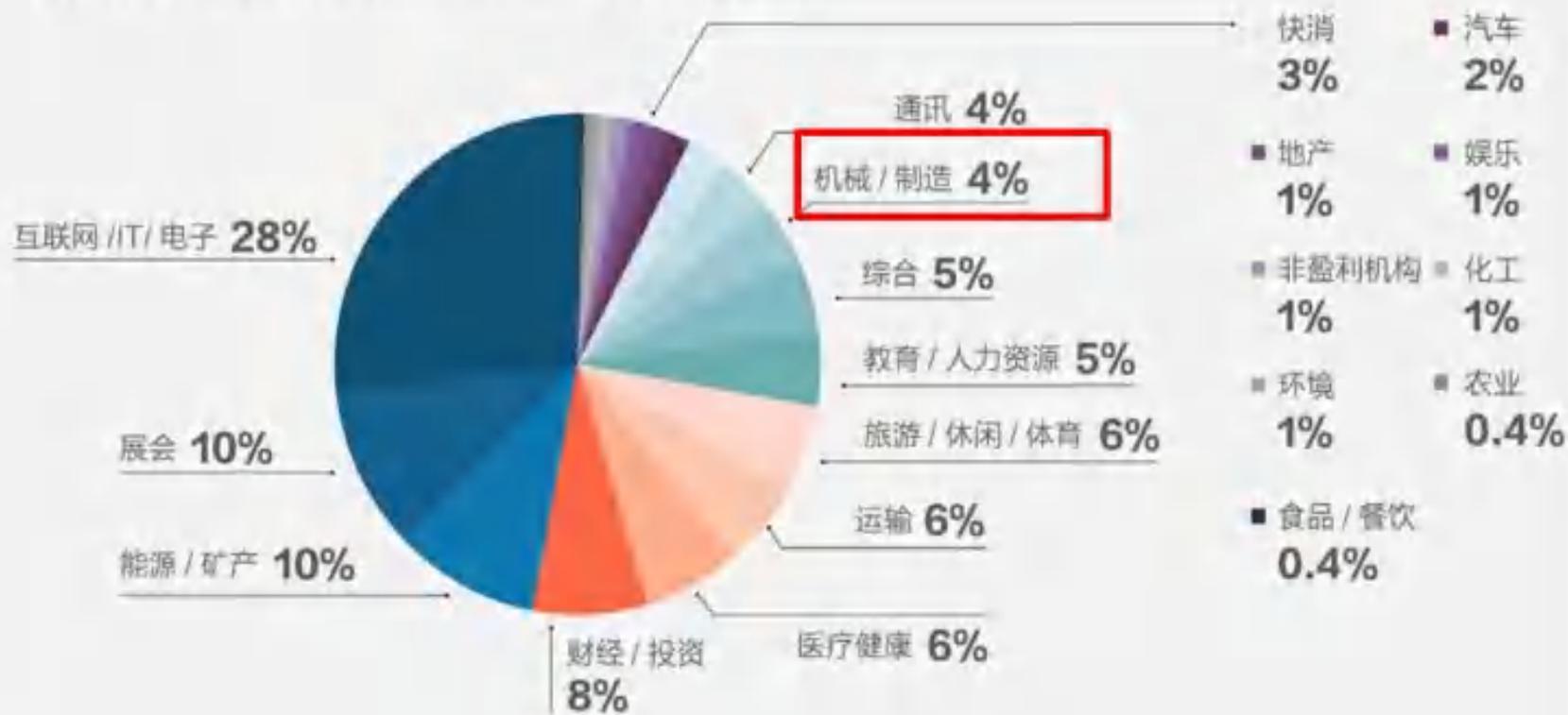
中国制造企业出海在品牌形象建设、融资支持、客户服务能力问题和技术实力等方面的劣势和短板较为明显

问题：您所在的行业中，以下哪些方面是中国企业的劣势和短板？



其他研究也表明，中国制造类企业对于海外品牌/公关传播的力度远小于其他行业，让世界看到中国制造应成为未来中国制造业的重要目标

进行海外新闻内容传播的中国企业行业分布



相关研究显示，进行海外新闻内容传播的中国企业行业分布中，机械/制造类企业占比仅为4%，远低于互联网、展会和矿产能源等行业

制造业竞争激烈，品牌影响力作用明显。中国企业不应忽略海外品牌传播的效用，让世界看到中国制造应成为未来中国制造业的重要目标

## 为提升海外竞争力，出海企业迫切希望提升本地化经营能力、顶层设计与海外投融资能力

问题：您认为中国企业迫切需要从哪些方面进行改善来持续提升在海外市场的竞争力？

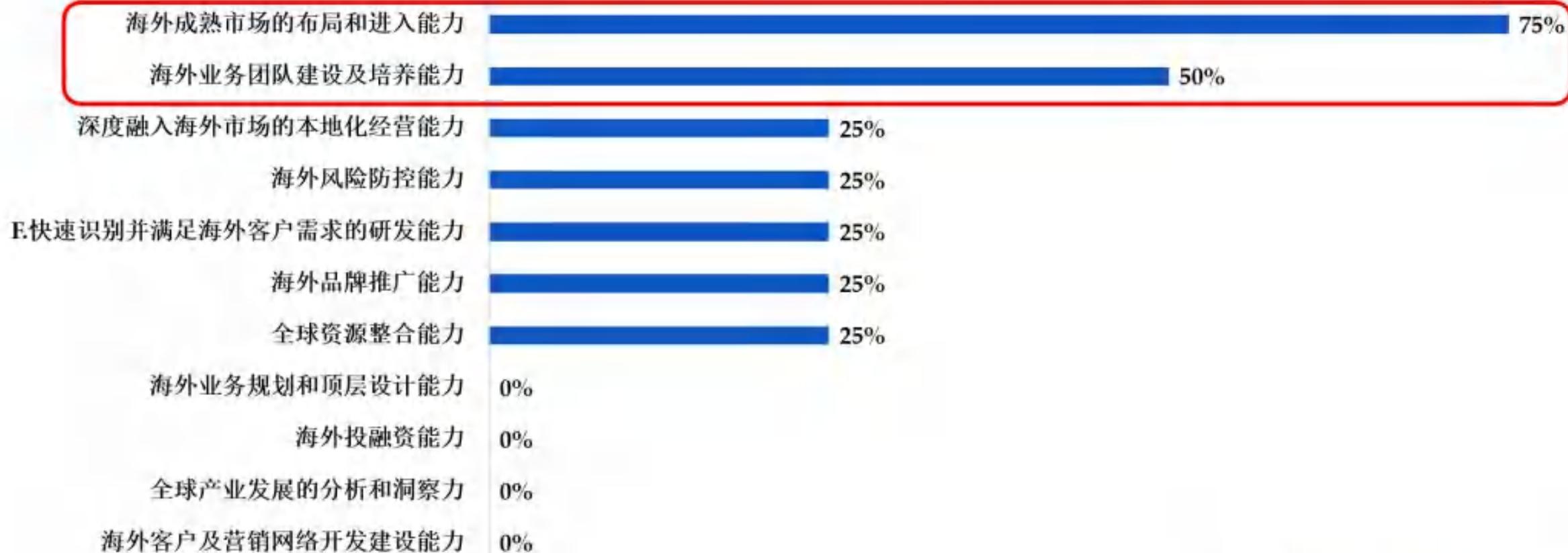


□ 超过四成的企业认为“深度融入海外市场的本地化经营能力”和“海外业务规划和顶层设计能力”迫切需要改善；

□ 35%的企业认为海外投融资能力需要进一步改善

信息、通讯技术和电子设备行业在提升海外竞争力手段选择上更加重视海外成熟市场进入能力，其次是海外业务团队建设及培养能力

问题：您认为中国企业迫切需要从哪些方面进行改善来持续提升在海外市场的竞争力？（信息、通讯技术和电子设备行业）



数据来源：出海领航2022年度百家中国制造业出海调查

“一带一路”计划的持续实施、中国供应链的强大韧性以及本地化深度经营带来的本地细分市场深耕机遇成为中国企业走出去的主要机遇

问题：您认为中国企业走出去面临的主要机遇是什么？



- “一带一路”计划的持续实施为中国企业在海外带来巨大提振
- 新冠疫情影响下，中国供应链展现强大实力和韧性，为维护全球供应链稳定贡献着中国力量，也为国际企业分享发展红利提供着中国机遇
- 深度本地化经营带来的本地细分市场深耕机遇

中国与“一带一路”沿线国家的贸易展现出较强活力，进出口贸易额度不断增加

2013-2020年中国与“一带一路”沿线国家货物贸易额（亿美元）



中国与共建“一带一路”国家的贸易展现出较强活力，贸易方式不断创新，保障体系不断完善，高质量共建“一带一路”成果丰硕

货物贸易方面，2013—2020年，中国与“一带一路”沿线国家货物贸易额由1.04万亿美元增至1.35万亿美元，占中国货物贸易总额的比重由25%升至29.1%，2013年以来，中国与沿线国家货物贸易额累计9.2万亿美元。

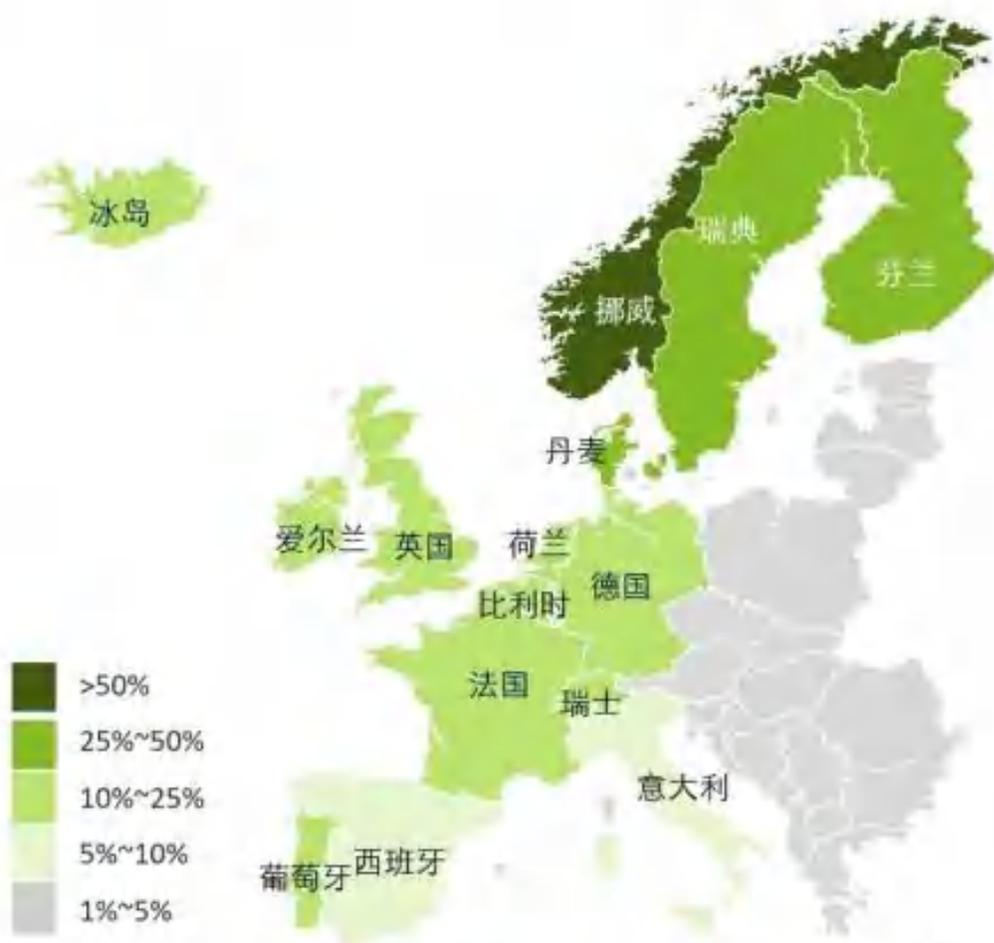
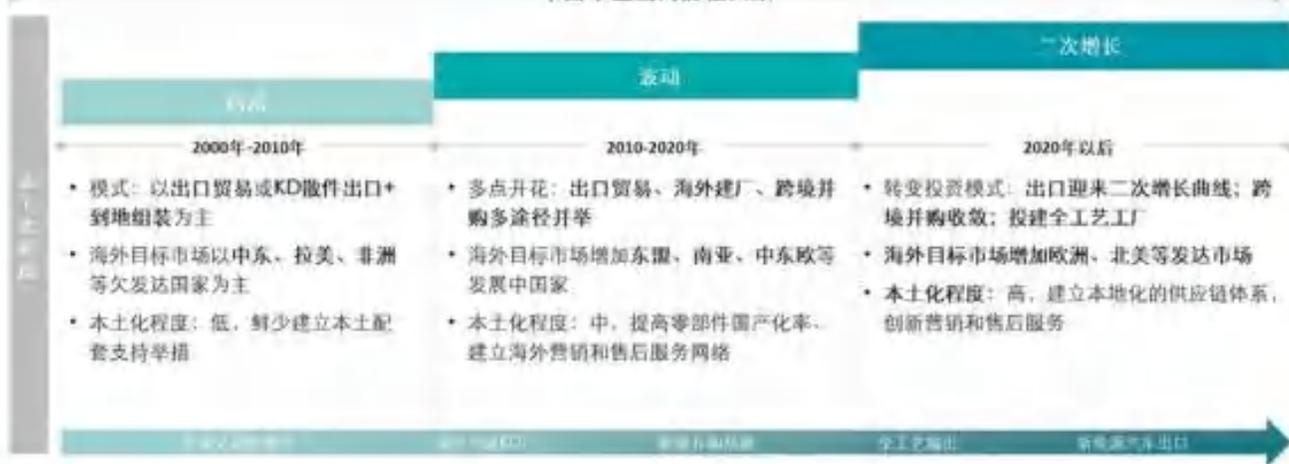
# 相关案例：一汽红旗新能源和蔚来汽车把握新能源汽车的时代机遇，弯道超车进入北欧市场

# 红旗

让理想飞扬



中国车企出海历程回顾





感谢聆听!