新动能 新优势 新商机 新未来

编者按：新质生产力成为中国经济新热点、新引擎，加快发展新质生产力也被写入今年政府工作报告。在中国经济向“新”而行的征程上，高水平对外开放也将有更多新机遇值得期待。围绕在加快发展新质生产力的过程中，我国外贸外资发展或将积聚哪些新动能等话题，《中国贸易报》记者采访了人大代表、专家学者、外企高管等各方人士。他们从传统产业升级、外企投资中国新机遇等方面探讨了发展新质生产力对推动高质量发展的重要性。

驱动传统产业“蝶变” 提升外贸竞争力

■ 本报记者 **周东洋**

今年全国两会，“新质生产力”成为代表委员反复提及的热词。政府工作报告在部署今年工作任务中强调，大力推进现代化产业体系建设，加快发展新质生产力。应如何推动发展新质生产力，加快产业转型升级，以及外贸高质量发展？

“新质生产力的发展是外贸竞争力提升和稳外贸非常重要的产业基础。”商务部国际贸易经济合作研究院学术委员会副主任张建平在接受《中国贸易报》记者采访时表示，我国需要从以下三个方向上不断提升外贸竞争力：

一是传统产业和加工贸易要加快转型升级。通过互联网+、数字化、低碳绿色发展赋予传统产业新动能，以及提升产品竞争力，适应当前发展的需要。

二是需要继续加快新业态、新模式、新动能的发展。比如我国以外贸“新三样”为突出代表的一大批有创新能力的战略性新兴产业正在迅速茁壮成长，一大批中国品牌的全球跨国公司在国际市场越来越受欢迎，同时跨境电商、市场采购贸易等在对外贸易当中的份额正不断增加，我国服务贸易也在加快发展。

三是布局未来产业。在迎接智能时代的到来中，我国数字贸易、数字经济的发展需要在其中发挥重要的支持作用，我国可在自贸试验区加快探索数字贸易发展的国际经贸规则，并且积极对标数字经济伙伴关系协议（DEPA）等规则，尽早加入该协议，并且让数字贸易和数字经济能够助力中国布局未来的产业。

在传统产业转型升级方面，张建平举例说，美的集团过去是一个传统的小家电产业，但是近年来通过并购德国库卡机器人等公司，进行全球化布局，现在美的整个产业布局已经横跨多个高科技细分行业领域，是广东传统企业转型升级的典型案例。再如，希音就是在纺织服装的传统行业中，结合新业态、新模式后获得了新动能，而且这个新动能让希音成长并达到了可以跟发达国家的品牌同台竞技的水平。

“新质生产力正在驱动传统产业发展格局发生‘蝶变’，走上高端化、智能化、绿色化转型之路。”全国人大代表，首钢集团有限公司党委书记、董事长赵民革表示，传统产业的转型升级就是要以高质量发展的眼光看待市场需求，在行业竞争中定义高端领先产品、在需求侧增长中定义特色产品、以下游产业链头部企业的满意度定义服务能力，提高产品质量和附加值、减少能源消耗，从而打造竞争优势，赢得发展主动权。如首钢抓住新能源汽车高速发展的机遇，建成了世界首条面向新能源汽车用电工钢专业生产线。

全国人大代表、海信集团控股股份有限公司董事长贾少谦表示，形成新质生产力的关键是以科技创新推动产业创新，中国企业要实现高质量发展，必须依靠中高端产品，这需要长期投入。海信自2007年布局激光电视领域，抢占下一代显示技术创新高地。整整7年，只有投入没有产出，海信于2014年发布了全球第一台100英寸超短焦激光电视。

在家电出海方面，贾少谦表示，与过去相比，中国家电出海的优势不再是单一的供应链成本，而是正转变为高技术含量、高附加值、高品质的“三高”优势。以电视产品为例，在海外，500美元是低端家电与中高端家电的分水岭。以往中国家电产品长期在500美元以下的“红海”拼杀，现在，中国企业通过技术创新和自主品牌建设，已经敢于和世界头部品牌在中高端价格段的“蓝海”市场同场竞技。

“这种高溢价能力来自于产品的创新力。”贾少谦表示，在出海的过程中，提前布局高端化转型的中国企业更具韧性和后劲，也更能赢得竞争优势。据统计，中国家电产品出口规模已突破千亿美元，全球电视出货量前5名，中国企业就占据3席。同时中国造的冰箱、洗衣机在全球市场占比超过50%，空调超过80%。2024年，外贸发展机遇与挑战并存，企业要在新质生产力的推动下，通过持续创新和自主品牌建设，展现出外贸提质升级的“新气质”“新面貌”。

张建平表示，中国外贸仍然呈现比较强的竞争力，外贸市场份额也在2023年得以稳固和进一步拓展。目前全球的外贸市场需求逐渐恢复，同时今年中国外贸实现了“开门红”，前2个月我国货物贸易进出口增长8.7%，再加上我国新质生产力的大力支持，预计2024年中国有望继续实现稳外贸的基本目标。

“我们也要意识到，2024年全球经济增长速度与2023年差不多，同时全球外贸市场需求也有很大的不确定性和复杂性。”张建平表示，美国和欧洲目前仍然处于加息周期，这会抑制当地市场需求的扩张，还有欧洲经济目前徘徊在衰退边缘，以及全球受到逆全球化、贸易摩擦、地缘冲突等不利因素的影响，所以2024年，我国稳外贸的任务也非常艰巨，这就更加需要我国通过新质生产力的发展、高质量共建“一带一路”实现外贸市场的多元化发展，为稳外贸作贡献。

外企嗅到投资中国的新商机

■ 本报记者 **张凡**

和往年一样，今年的政府工作报告依然向各国企业释放出持续扩大高水平开放的信号，从继续缩减外资准入负面清单到放宽电信、医疗等服务业市场准入，从鼓励外资企业境内再投资到加强外商投资服务保障，让不少外企感受到在华发展前景可期。特别是今年政府工作报告将加快发展新质生产力列为十大任务之首，让外企嗅到了投资中国的新商机。

“未来中国经济要实现持续的高质量发展，必须靠提高全要素生产率。我们对在中国的业务和长期发展非常有信心，将持续投入，为中国经济的高质量发展增添动能。”亚马逊全球副总裁、亚马逊云科技大中华区总裁储瑞松说。

放眼全球，在新一轮技术革命和产业革命正在火热进行的背景下，各国纷纷出台政策，以掌握先进生产力，推动生产关系变革，与此同时，全球政治经济格局也正在加速重构。

在安永国际及并购重组税务咨询主管合伙人蔡伟年看来，任何概念的提出都有其深刻的时代背景，在新一轮科技革命和产业革命背景下，中国经济社会发展的内外部环境都已发生变化，新质生产力概念的提出恰逢其时。

“新质生产力的核心之一是技术革命性突破，而技术的革命性突破，离不开长期大额的研发投入。外资企业可以充分利用其现有经验，并通过在中国的研发试错及在中国庞大市场的广泛应用，获得稳定且丰厚的回报。包括安永在内的服务业企业，可以为外资企业投资中国、业务开拓提供建议，助力中国加快发展新质生产力。”蔡伟年表示，从政策角度来看，中国税收优惠力度在过去的多年间只增不减，而且所有的政策都适用于外资企业。如果外资企业在中国发展新质生产力相关行业，除了可享受财税政策的大力扶持之外，还可叠加技术、市场和人口优势，这些都有助于外企获得非常可观的收益。

目前，已经有不少外企都在投入实践当中。例如，西门子中国在亚马逊云科技的助力下，构建了基于自有模型的智能知识库暨智能会话机器人“小禹”。“小禹”集成了西门子独特的内部知识系统，如西门子的各种产品和解决方案、内部流程等，能够自动定位内容、提取知识。当员工遇到问题，可直接向“小禹”提问，“小禹”将智能地提取知识、回答，而不是像传统搜索方式一样提供一堆页面，员工还需费时费力地找到相应的答案，这极大地提升了员工获取工作信息的效率。

“数字化转型和创新是提高全要素生产率的必由之路。生成式人工智能与实体经济的融合将成为新质生产力发展的引擎。”储瑞松介绍说，生成式人工智能与实体经济的融合目前主要在两个方面，一是企业应用生成式人工智能来提高业务运营效率和内部员工生产力，二是利用生成式人工智能打造创新的产品和解决方案。亚马逊云科技希望通过提供算力、模型和应用，支持企业加速探索和应用生成式人工智能技术，推动各行各业加快发展新质生产力。

不仅是数字经济领域的企业在行动，全球矿业巨头力拓集团也看到新质生产力带来的商机。力拓集团首席商务官白睿明（Alf Barrios）表示，中国是力拓业务伙伴、人才和技术的重要来源，新质生产力的发展将为中国经济复苏注入新动力，并助力提升其在全球舞台上的核心竞争力。“我们在与中国企业开展贸易和建立战略伙伴关系方面都看到了巨大潜力，我们生产的高品位铁矿石、铜和铝等产品不仅对推动低碳转型至关重要，也是提升新兴产业能力所需的基本材料。我们期待与中国伙伴建立更广泛、深入的合作，并通过创新引导行业的低碳转型。”

从外贸“新三样”到量子技术、生命科学等新赛道，中国市场给外企带来新的投资空间，不断优化的营商环境又让外企“进得来、留得住”，在华外企加快发展新质生产力的机会之门正在越开越大。

全国人大代表，海尔集团党委书记、董事局主席、首席执行官周云杰：

抢抓智能交互机遇 赋能新型工业化

■ 本报记者 **刘禹松**

近年来，全国人大代表，海尔集团党委书记、董事局主席、首席执行官周云杰始终关注着工业互联网产业的发展。今年，他将目光聚焦在了工业互联网赋能新型工业化方面。

日前，他在接受《中国贸易报》记者专访时表示，我国新型工业化发展步伐显著加快，新一轮科技革命和产业变革突飞猛进，为新型工业化的发展带来了新的机遇和挑战。为此，在今年的全国两会上，他带来了“推进智能交互引擎高水平赋能新型工业化”“强化智能家居行业顶层设计，加快发展新质生产力”等建议。

新引擎促进动能提升

周云杰说，当前国家大力提倡发展新型工业化，而工业互联网是发展新型工业化的战略性基础设施。新一代信息通信技术与工业经济的深度融合加快了工业互联网发展的步伐。从全球产业发展来看，我国工业互联网起步比较早、起点也比较高，已经初步具备了全球引领的竞争力。

工业和信息化部近日印发的《工业领域数据安全能力提升实施方案（2024—2026年）》，从数据安全保障的角度出发，进一步加速构建工业领域数据安全管理体系。以此为代表，我国已经出台了一系列发展规划和引导政策，为数据高水平应用促进新型工业化提供指引。

近年来，我国与数字经济发展密切相关的传感器、服务器、芯片、人工智能、智能机器人等新兴产业也在高速发展。2023年我国人工智能核心产业规模达到5784亿元，增速达13.9%。这些为我国以数据高水平应用促进新型工业化创造了巨大的发展空间。

从全球范围来看，目前，我国有影响力的工业互联网平台已达270家，重点平台工业设备连接近9000万台（套），工业互联网核心产业规模超1.2万亿元，工业互联网应用已拓展至45个国民经济大类，覆盖工业大类的85%以上。这为数据的高水平应用打造了坚实基础。

周云杰认为，消费互联网催生了搜索引擎，给消费者带来快捷的生活体验。工业互联网时代需要面向价值共创的革命性新引擎，这个引擎就是智能交互引擎。在用户侧，这个引擎能以个性化的交互来感知和激发用户的有效需求。在供给侧，这个引擎则可通过网络化协同精准地配置资源，实现柔性化的生产，是加速新型工业化的新动能。

“通过发展智能交互引擎，可以进一步推动产业转型升级，加速产业科技创新，实现绿色低碳发展，为新质生产力注入不竭动能。”周云杰说。

新挑战呼唤更多举措

周云杰告诉记者，智能交互引擎高水平赋能新型工业化在推进过程中也对技术创新与融合应用提出了更高标准，同时对数字化人才培养提出更高的要求。

为了解决这些难题，海尔集团旗下的卡奥斯工业互联网平台在“与大企业共建，与小企业共享”理念下搭建了完全开放的生态系统，并以工业互联网平台为载体将先进的制造和管理经验“平台化、教材化、体系化”。目前，海尔集团已先后与300多家本科高校、职业院校进行战略合作，在全国建立起41处实训基地，搭建起从课程、实训、认证到就业创业的全生命周期大规模定制产教融合新模式。

尽管如此，智能交互引擎在应用上仍然存在典型示范、行业标准不足等困难。为此，结合应用痛点以及智能交互引擎对新型工业化的赋能作用，周云杰建议，在“用”字上场景先行、大企示范，同时也在“建”和“研”上不断深入，持续发力。

具体来说，在建设方面，以国家双跨平台特别是头部平台为依托，集中力量开展智能交互引擎共性技术联合攻关。在应用方面，发布关键领域典型场景清单，发挥大企业的示范引领作用，在家电、汽车、建筑等行业率先示范智能交互引擎的创新应用，并建立与之相关的行业标准；在研发方面，建设通用人工智能大模型技术的顶级开源社区并组建算力联盟，开放国家算力平台，支持各类大模型训练，最终实现技术领域的突破。

新机遇亟待新质生产力

2023年12月召开的中央经济工作会议明确提出，要积极培育智能家居等新的消费增长点。在周云杰看来，这个增长点体现在两个方面。首先是从传统家电发展到智能家居，带来更大的市场空间；其次是从产品到场景解决方案，带来更好的消费体验。在这个过程中，智能交互引擎的赋能也将为家居行业的发展带来新的机遇。

一是加快智能化趋势。智能家居是扩内需、稳增长的新赛道。这一赛道的市场潜力大，未来3至5年有望翻倍增长，能够有效带动智能家电、家装等产业发展，成为培育新质生产力的新引擎。智能家居产业的发展可以为AI大模型、国产芯片等提供应用场景，助力解决居家养老问题，支撑银发经济发展。

二是加快场景化趋势。海尔在2020年创建了全球首个智慧家庭场景品牌三翼鸟，以场景和生态的战略升级拉动行业向价值链高端迈进，实现了从家电品牌的引领到场景生态的引领。在“1+3+5+N”全屋智慧全场景解决方案的基础上，三翼鸟不断进行场景迭代。在过去三年间，该品牌已为超过34万户中国家庭定制了智慧生活解决方案。

“在此背景下，强化智能家居行业的顶层设计，发展新质生产力，将对提升我国家电产品的国际竞争力具有重要推动作用。”周云杰说，通过构建现代化的产业体系，优化产业结构，提升产业链水平，我国可以实现家电行业的可持续发展。同时，新质生产力的发展也将带动相关产业的协同发展，形成更加紧密的产业链合作关系，共同推动我国家电行业的繁荣与进步。

然而，对于企业来说，这其中既有机遇也有挑战。为此，周云杰表示，企业要在内外贸一体化大环境下建立一个强大的品牌，这是抓住未来市场机遇的前提。而在海外市场，中国企业还须强科技。只有这样，才能牢牢掌握自己的全球话语权。

“目前，海尔在全球累计专利申请10.7万余项；主导和参与国际标准100余项，是中国家电行业中参与国际标准制定以及拥有国际标准专家数量最多的企业。”周云杰介绍道。

全球布局满足特色需求

周云杰说，海尔在创业之初就坚持全球创牌战略，并带动中国家电业实现了从“中国产品”到“中国品牌”的转变。在“本土化研发、本土化制造、本土化营销”的“三位一体”布局下，海尔已经连续5年作为全球唯一物联网生态品牌蝉联“BrandZ最具价值全球品牌100强”。

2023年，海尔埃及工业园已经主体竣工，今年即将正式投产。如今，依托全球10大研发中心、35个工业园、143个制造中心以及23万个营销网络，海尔能够快速满足全球不同地区用户的本土化需求。在日本，海尔为小住宅用户定制了超薄冰箱；在意大利，海尔推出了比A级能效节能40%的洗衣机；在巴基斯坦，海尔推出了可装12只羊的大容量冷柜；在沙特阿拉伯，海尔推出了68℃运行不停机的自清洁空调……

“无论是海外市场还是国内市场，用户的需求就是海尔未来的发展方向。2024年，海尔将持续聚焦实体经济，布局智慧住居和产业互联网两大赛道，始终坚持为用户创造全流程的最佳体验。”周云杰说。