

数字经济对中国对外贸易竞争力的多重影响

袁天艺

(北京师范大学珠海分校国际商学部, 广东 珠海 519000)

摘要:本文从影响我国传统贸易方式、对国际贸易结构的重塑、数据跨境流动受到限制、数字贸易知识产权缺失四个方面分析数字经济对中国对外贸易竞争力的多重影响,提出借助完善的对外贸易体系营造公平竞争环境、通过风险预警机制应对对外贸易摩擦、升级产品结构实现产业聚集的加快、强化品牌建设提升中国对外贸易竞争力、注重对技术型和领导型人才的培养五项提升对外贸易竞争力的措施。希望能够充分发挥数字经济对中国对外贸易竞争力提升的重要作用,帮助贸易企业在国际贸易市场中占据一席之地。

关键词:数字经济;对外贸易;竞争力;多重影响

【DOI】10.12231/j.issn.1000-8772.2022.28.016

引言

当前,数字经济正作为一种新的经济学概念在中小贸易企业中普及,借助全新的数字化经济系统完成信息活动和商务活动,推动对外贸易朝着数字贸易的方向发展。作为对外贸易发展的新趋势,数字贸易对人才、技术、资金、知识等贸易边界都在不断发起挑战并稳扎稳打的进行拓宽,在一定程度上削弱了国际贸易壁垒中地理距离、文化差异、经济差异等传统因素的有影响,在增加贸易种类、降低交易成本和增强国际交易机制等方面具有显著的效果。

1 数字经济对中国对外贸易竞争力的多重影响

1.1 影响我国传统贸易方式

在数字经济时代的影响下,传统对外贸易产业链正在数字技术的加持下进行重组,与之息息相关的价值链和供应链都需要做出相应的调整,才能适应不断变化的时代发展。从对外贸易方式的角度来看,其发展历程从以货易货进入到现金交易阶段,又受到数字经济时代的影响进入到电子商务阶段,而数字技术在其中起到了变革性的作用^[1]。

第一,线上订单数量增加,甚至会在某个阶段出现超过线下订单的情况,线上无纸化订单逐渐向主流方向发展,迅速占据对外贸易交易市场。通过对我国传统贸易方式的分析可知,为保证贸易双方的经济利益达成一致,需要经过长时间的线下磋商,在贸易双方利益获得保障的前提下,签订订购合同,才算正式达成交易。而这一阶段所消耗的时间较多,浪费的时间成本会在一定程度上影响最终交易的经济成本。而在数字经济背景下的对外贸易方式发生了很大的改变,由电子商务取代了传统的对外贸易方式,通过视频会议、线上互动等方式敲定贸易交易,对传统的对外贸易交易方式进行大幅度的精简,商家获取订单的难度降低了,进而其交易成本也会出现一定程度的降低。

第二,我国开展对外贸易交易的过程中需要明确数字经济的地位,重视数字化平台在其中发挥的重要作用,将数字经济对我国对外贸易竞争力提升的效果发挥到极致。

在传统的对外贸易方式中,贸易双方单独进行会议讨论的情况居多,会在一定程度上增加贸易双方需要承担的风险,对外贸易的安全性无法得到有效保障。基于数字经济的对外贸易在签订合同的时候,可以在数字化平台的基础上完成,由数字化平台提供一套系统而完善的标准流程,通过风险平摊的方式降低贸易双方所承担的压力,为对外贸易合同实施过程中提供风险担保、金融融资等配套服务,确保对外贸易合同的顺利进行。同时,数字化平台还能够构建多边合作的模式,为贸易双方的洽谈节约大量时间成本,精简不必要的线下环节,既能够保证对外贸易合同执行的安全性,又能够提升对外贸易落实的高效性^[2]。

第三,贸易产品生产方式和贸易企业商业模式在数字经济时代的影响下发生了一定的变化,贸易产品逐渐朝着多样化的方向进步。尤其是在大规模定制、云服务、电子商务等商业模式深度发展的背景下,全球贸易模式从大宗贸易模式开始朝着平台化模式和分散化模式两个方面进行转变。与数字技术相结合的对外贸易方式和传统方式相比,更加注重终端消费者的需求,旨在为终端消费者提供更为个性化和针对性的服务。部分贸易企业还创立了定制服务部门,终端消费者可以在数字化平台中选择自己所需要的服务,希望达成的目标,大数据会根据终端消费者所选择的模块进行生产和服务的定制工作。该种定制化的模式不仅可以增加相似又高度差异化的贸易产品,还可以持续扩大对外贸易范围,为我国对外贸易竞争力的提升做出贡献。

1.2 对国际贸易结构的重塑

数字经济与对外贸易是唇齿相依、密不可分的关系,在塑造对外贸易结构方式上数字技术始终发挥着关键的作用。数字技术在对外贸易中的应用不仅为货物贸易提供一定程度的便利,还能够为对外贸易企业的经济发展提供方便,对新服务项目的产生与升级具有一定的促进作用。纵观中国对外贸易发展历程,可以发现中小贸易企业在建设

过程中存在诸多困难,对市场信息的掌握不及时、在相关认证方面存在缺失、在开展对外贸易出口的过程中受到规则的限制等,想要打通进入海外贸易市场的通道十分艰难。而数字经济时代的不断普及,在一定程度上缓解了对外贸易难以推进的情况,打破了传统对外贸易无法顺利开展的局面,改变了整个对外贸易的环境。

数字技术可以帮助中小贸易企业以更为便捷的方式获得资本、劳动力、技术和市场,尽可能降低了对外贸易发展过程中所需要消耗的资金成本。以电子商务模式的普及为例,在该种模式的引导下,中小贸易企业可以通过线上申请注册的方式获得国际资质认证,能够更为便利的获取到更加契合企业贸易发展的目标客户,与目标客户的沟通上也打破了传统线下对外贸易洽谈方式在时间和空间上的限制,保证中小贸易企业与目标客户之间可以随时随地的沟通,为沟通质量、沟通及时性和便捷性提供保证。同时,终端消费者也可以在线上进行投资活动,充分对各种需要融资的企业进行分析,在线上寻找企业相关的资质信息,选择最为适合自己的企业进行投资。

从目前数字经济的发展情况来看,其在中小贸易企业中的渗透已经相当可观,未来一段时间内,数字技术将会为中小贸易企业带来更多的经济效益,帮助新服务和新产品直接进入国际贸易市场。随着中国劳动人口红利的逐渐消失,行业边界的模糊性愈发严重,数字经济的加入为对外贸易带来了新的发展方向 and 体验,个人在对外贸易过程中可以扮演多种角色,诸如企业家、消费者、工作人员等角色的扮演在对外贸易中都可以获得满足。而在扮演不同角色的同时,能够获取到的信息也各不相同,每个角色在不同的专业领域中各自影响着信息、资本和技术的流动。在数字经济时代下,人人都可以成为全球共享经济、零工经济、众筹活动中的一员,贡献创意和力量,以消费者和创造者的双重身份增强国际贸易的创新性和灵活性^[9]。

1.3 数据跨境流动受到限制

数字经济在应用过程中一定会需要海量的数据,主要包括公共安全信息、能源数据、金融数据信息等,这就要求对外贸易在与数字经济融合的时候所提供的数据流动情况需要不受任何因素的限制。但是网络世界错综复杂,尤其是跨境网络的数据信息更是无法获得相应的安全保证。如果无法妥善解决这一问题,则很有可能会对国家安全造成严重的影响。为此,依然需要对数据流动做出一定程度的限制,强制要求数据本地化存储、数据流量限制、开源代码和加密密钥等数字本地化规制,在一定程度上对数据跨境流动造成了限制^[6]。

这种数据跨境流动的限制一般会对对外贸易造成两种影响:第一种,受到限制的数据无法展现出中小贸易企业的真实发展情况,企业对于未来对外贸易的发展方向无法做出准确的判断,稍有不慎就会做出错误的决定,进而增加中小贸易企业的经济负担。境外企业也难以根据国内中

小贸易企业的数据流量情况判断是否对其进行投资,对中小贸易企业的融资活动造成了一定的阻碍。第二种,数据本地化会在一定程度上对中小贸易企业开展跨境贸易造成阻碍,为打破这种僵局,中小贸易企业不得不借助各种技术手段强化数据跨境流动。长此以往,会增加数据的使用成本,甚至最终在数据方面消耗的成本会远远超过预期数据,无法为中小贸易企业的经济效益提供有效保障。

1.4 数字贸易知识产权缺失

数字贸易属于知识密集型产品,相比于有形货物,这类产品被盗版和复制的可能性比较大,更需要借助知识产权的力量对其进行保护^[6]。但是,从目前我国已经颁发的与数字贸易知识产权相关的法律条文来看,对于数字贸易知识产权的保护并不到位,再加上各国之间的保护标准存在较大的差异,很难保证我国对外贸易工作的顺利进行,其竞争力也无法获得有效的提升。目前,多个国家已经就数字贸易知识产权问题展开讨论,希望可以找到一个妥善的方式有效解决这一问题。但是,鉴于各个国家对于数字贸易知识产权相关问题的分歧较大,且都是站在保证本国利益为前提下进行分析,都希望可以最大限度的实现本国经济利益的稳定提升,所以针对数字贸易知识产权这一议题始终未达成共识,而这种争议会在一定程度上影响国际贸易效率的提升,无法保证我国对外贸易的顺利开展,更不说提升中国对外贸易竞争力了。

2 基于数字经济背景下中国提升对外贸易竞争力的措施

2.1 借助完善的对外贸易体系营造公平竞争环境

要想在数字经济背景下稳定提升中国对外贸易竞争力,扩大对外贸易规模,需要借助完善的对外贸易体系和产业结构,营造一个公平、公正、公开的竞争环境,保证各项对外贸易政策和制度的妥善落实。首先,从对外贸易立法角度进行深层次的剖析,结合中国对外贸易经济市场的实际情况和当前对外贸易发展要求建立对外贸易管理体系,确保政府管理行为的透明化,为市场各个主体提供稳定有序的制度和公平便利的竞争环境。其次,充分发挥商业银行和保险公司在对外贸易竞争力提升中的作用,为中小贸易企业提供强有力的支持,保证对外贸易体系的使用范围和适应的产品种类都能够获得一定程度的扩大,降低中小贸易企业在发展过程中所面临的各种风险。同时,需要完善出口退税制度,从根源上降低中小贸易企业的经济成本,实现对外贸易竞争力提升的目标。最后,定期结合中国对外贸易经济市场的实际情况调整出口促进资金保障机制,各级政府应将出口促进资金当成财政预算中的一个重要环节进行深层次的探究,借助不同渠道开展资金的筹集工作,例如,设立品牌发展基金、研发资助基金、中小贸易企业开拓国际市场基金和重点商品出口促进基金等。希望能够为我国中小贸易企业在对外贸易方面的可持续发展提供支持。

2.2 通过风险预警机制应对对外贸易摩擦

我国中小贸易企业对外贸易竞争力始终无法稳定提升的主要原因是贸易保护主义和贸易摩擦。为有效缓解这一问题,需要先了解 WTO 争端解决程序和机制,一旦中小贸易企业在开展对外贸易工作的时候遇到其他国家的不公正待遇,可以结合 WTO 争端解决程序和机制提出诉讼,保障自身的合法权益。同时,中小贸易企业也可以借助 WTO 争端解决程序和机制构建风险预警机制,对开展对外贸易工作中可能会出现的问题进行合理的分析,并提前制定相应的解决措施,不至于当纷争出现时才开始考虑应对方案,降低争端应对的效率。而且风险预警机制还能够帮助中小贸易企业及时发现漏洞,对于已经出现的争端,能够为其提供准确的信息以供争端解决机制的实施,有效应对各种类型的对外贸易摩擦。另外,我国政府需要建立反倾销诉讼基金,对于面临诉讼问题的中小贸易企业,政府应出面主动支持其应诉,从而有效控制对外贸易摩擦的进一步扩散。

2.3 升级产品结构实现产业聚集的加快

一个国家对外贸易竞争力的主要来源在新贸易理论中被认定为规模经济,而影响外贸竞争力的主要因素在竞争优势理论中被认定为产业集群和机遇。产业集群作为各类产业内外企业的综合地,可以在平台中为中小贸易企业提供信息沟通和传递的渠道,帮助中小贸易企业对其交易成本进行有效控制,在经济效益平稳的基础上进行中小贸易企业经营方式的调整,可根据其实际情况对产业群内企业竞争进行扩大,保证经营效率 and 专业化水平的全面提升。但是,目前,中国贸易企业以中小企业为主,这类企业具有结构小而散、产业集中度低的特征,在面对激烈的对外贸易市场竞争中,很难从容应对并全身而退。为此,我国必须从转移、调整世界产业入手,通过规划以及联合、兼并和租赁、出售或承包经营等形式对经济开发区内各个企业产业进行整合,通过组建大型企业集团的方式聚集分散的中小贸易企业,中小贸易企业的产业规模发生的翻天覆地的变化,从小而散变成了大而精,各个组成部分的经济成本都能够获得一定程度的提升。

2.4 强化品牌建设提升中国对外贸易竞争力

通过分析对外贸易竞争水平较高国家,不难发现多数数字经济强国在产品质量和品牌建设方面都较为突出,通过提升品牌声誉的方式帮助其在国际贸易中站稳脚跟,从而获取更多的市场份额和经济利润。为此,我国中小贸易企业在开展对外贸易活动的时候,也应该学习这些优秀的经验,通过质量推动品牌建设,以品牌推动产品出口,在产品生产的过程中要严格遵守国际规定的质量标准,对产品规格进行严格的把控,始终将产品质量放在首要位置,坚持“质量强企”的基本原则,灵活的将数字经济和数字技术融入到产业结构调整当中,为中小贸易企业品牌建设铺设道路。同时,我国政府可以构建一些激励政策和优惠制度,

设置与数字经济和数字技术相关的知识奖项,希望能够为中小贸易企业提供一定的支持,鼓励中小贸易企业积极开展对外贸易,提升其品牌建设意识,借助品牌的力量打通通往国际贸易的康庄大道。中小贸易企业应该主动去改善我国品牌低迷的现状,以企业产品为出发点结合数字技术、生产技术等提升产品质量,通过现代化的管理制度为中小贸易企业产品的质量保驾护航,借助政府的力量对中小贸易企业品牌建设进行扶持。

2.5 注重对技术型和领导型人才的培养

人才始终都是中小贸易企业经济建设的主要力量,与其他贸易强国相比,我国中小贸易企业在技术型和领导型人才方面的培养存在很大的漏洞,不具备专职研发团队,部分研发机构只能承接一些产品和工业的改进工作^[6]。为此,我国必须大力支持技术型和领导型人才的培养,重点建设高水平的研发机构和实验室,充分发挥出研究机构、大学和企业各自的优势,强化三者之间的合作,面对国际贸易项目也能临危不惧、齐心协力攻坚克难。我国应该借助宏观干预的手段为技术型和领导型人才的培养构建一个公平包容的大环境,鼓励技术人才跨文化沟通,定期组织海外交流与深造,全面提升我国中小贸易企业在对外贸易中的自主创新能力。

3 结束语

综上所述,数字经济在对外贸易竞争力提升的进程中占据着十分关键的地位,其合理使用能够有效缓解我国对外贸易整体上竞争力不足的问题,可以在一定程度上对出口商品结构进行优化,我国对外贸易商品的国际市场占有率逐渐提升,有效改善了日益恶劣的贸易条件和贸易环境,保证贸易利益、贸易数量之间增长的速度和比例基本持平,帮助我国成为对外贸易强国。

参考文献

- [1]潘文娣.“一带一路”国家数字经济发展水平对中国出口贸易效率的影响研究[D].安徽财经大学,2022.
- [2]隋冬楠.数字经济发展对产业结构升级的影响研究[D].安徽财经大学,2022.
- [3]贾松涛,杨晓娟.数字经济背景下中国对外贸易发展现状与挑战研究[J].科技经济市场,2022(05):37-39.
- [4]李勇坚.数字经济推动我国对外贸易转型升级[J].群言,2022(04):22-26.
- [5]姚战琪.数字经济对中国对外贸易竞争力的多重影响[J].财经问题研究,2022(01):110-119.
- [6]姚战琪.数字经济对我国对外贸易竞争力的影响研究[J].财经问题研究:1-13.

作者简介:袁天艺(2001,06,22-),女,民族:汉族,籍贯:黑龙江省哈尔滨市,学历:本科在读,研究方向:国际商务。