

数字化企业国际化须入乡随俗

西方发达国家致力于设定数字贸易全球壁垒，而中国数字化企业在推动全球数字贸易规则制定等方面，需主动融入、权衡取舍

□ 李 波

在“一带一路”国际合作高峰论坛上，30个国家首脑签署的联合公报提出“电子商务、数字经济、智慧城市、科技园区等领域的创新行动计划”，共建“网络空间命运共同体”。对于“一带一路”沿线国家和地区来说，中国数字化企业的产品能力和资产实力具有较强吸引力，而面对日益扩大的“一带一路”新兴市场，中国数字化企业将迎来哪些机遇和挑战，如何共建数字“一带一路”？

数字化已成重要引擎

支撑中国数字经济高速发展的基础是信息和通信技术以及移动互联网的领军企业，他们是“一带一路”数字化建设的强大赋能者。根据世界银行公布的最新数据，截至目前，中国电信、信息、IT 应用服务出口与产品出口分别占总出口比例均处于国际领先地位，分别高于经合组织国家平均值9个和19个百分点，由此可以判断：中国数字经济赋能能力已经超过经合组织国家平均水平。根据新近发布的《数字中国建设发展报告》，2018年我国数字经济规模达27.2万亿元，同比增长20.3%，占GDP的比重达到32.9%，成为驱动经济转型升级的重要引擎。

按照市场估值，进入全球Top20科技公司名单的中国企

业数量从凤毛麟角到如今占据半壁江山。量化研究发现：大多数中国数字化企业在国际化方面仍然处于起步阶段。有关专家对筛选而来的426家中国数字化企业研究后发现：60%的中国上市数字化企业以及65%的中国数字化独角兽企业仍未涉及任何海外活动；即使在已经国际化的上市数字企业群体中，平均海外收入也仅占整体收入的10%。

从整体上看，同中国与“一带一路”沿线国家和地区之间巨大的跨境电商业务、基础设施与手机终端业务交易相比，大部分中国数字化企业在“一带一路”市场上的能力与潜力尚未很好地发挥出来。一方面，国内市场规模大、发展快、竞争激烈，主要的数字化企业发展精力高度聚焦国内。另一方面，2/3的数字化企业没有意识到“一带一路”建设与自身业务之间的紧密关系。

进一步研究表明，近半数参与“一带一路”建设的中国数字化企业对于2020年海外市场收入在企业总收入中所占比例等预测性问题无法作答，在一定程度上显示出当前“一带一路”建设的项目投资和政策导向仍主要偏向于基础设施方面而非数字化工程，加之其他国家数据跨境安全政策上的不确定性，致使与“一带一路”相关的数字业务发展状况尚难预测。

契合“一带一路”市场需求

从竞争态势来看，对于中国数字化企业而言，“一带一路”沿线国家和地区的新兴市场，已成为日益重要、极有发展前景的市场。研究报告显示，资金投入大和并购能力强、数字技术相对领先、本国发展转型积累的经验这三个条件，都让中国数字化企业带来的方案具备在这些市场推广的优势，大部分新兴经济体仍处于产业碎片化阶段，而数字革命可以给这些国家带来更大的变化。

从150家数字化企业问卷调查反馈的分析结果看，下一步选择投入与业务方向顺序，东南亚和南亚市场居首位，其次是东北亚（日韩）和北美市场。分析可见，“一带一路”新兴市场具有5个特点，中国数字化企业的产品能力、服务经验等都与之契合。

——移动互联网消费市场庞大。拥有大量年轻和乐于拥抱移动互联网的消费群体，虽然网络环境较差，但他们对于服务版本升级体验、升级频率要求很高。

——电子支付与普惠金融需求多。很多人因为缺乏信用积累，不能得到银行的信用金融服务；或者要支付较高的信贷成本。

——创业与就业需求迫切。移动互联网时代，创新与创业的屏障被打破，提升产业

效率、促进贸易便利，扩大了就业规模。

——中小企业供应链合作生态需求高。与美国和德国的工业互联网平台更多聚焦大型企业用户群体相比，中国将工业互联网平台作为大中小企业融通发展的新载体，通过技术模块化，将大企业成熟有效的技术、管理、应用等方面的经验，向中小企业复制推广，成本低，转型升级见效快。

——性价比高的智慧城市解决方案。在智慧建筑、智慧交通监控、互联网社会舆情监控、环境保护监测等领域，中国企业有能力提供性价比实惠的智慧城市综合平台方案与个性化开发方案。

数字化企业国际化受阻

据《光明日报》报道，国际数字化增长的重心正在由发达国家逐渐转到发展中国家。10年前，中国还处在电子商务发展的初期，现在已占据世界电子商务交易总份额的40%以上。在5G专利方面，中国数字化企业具有一定领先优势。某些西方发达国家对此感到忧虑，并对中国高端数字技术企业的国际拓展进行打压。在此背景下，数字保护主义日趋严重。由于数字技术跨越国界深刻改变了金融、货币、贸易、传媒等各个领域的能力，使得数字化产品服务的采购和供应链的决策更加复杂。61%的

受访企业认为数字保护主义是在“走出去”时面临的主要外部挑战。

入乡随俗完善数贸规则

数字经济的主导国家，致力于设定数字贸易的全球标准，构建新的国际贸易规则体系和数据隐私保护以及流动框架。欧盟通过《通用数据保护条例》，试图在数据流动、数据存储方面扩展自身的主权。中国作为在数字经济发展方面走在全球前列的世界第二大经济体，在推动全球数字贸易规则制定、保护数据资产商业利用以及网络安全治理主权等多个目标之间，需权衡取舍。

始终秉持共商共建共享原则，积极引导国际社会正确认识“一带一路”建设。深度了解“一带一路”沿线国家的产业、技术、贸易和市场政策，深化新一代信息技术产业，特别是工业互联网方面的第三方市场合作。同时，中国要进一步放宽市场准入，扩大制造业开放，用好大数据资源竞争优势，引领数字信息处理与保护的国际规则制定进程。

构建“数字丝绸之路”，尊重各国在网络空间的主权，依据相关法律和国际公约，重视网络安全，完善网络安全与数据保护机制。在联合国专家组指导下，制定“一带一路”区域性信息安全国家行为准则，切实加强技术交流合作，在“一带一路”沿线国家和地区组织技术与管理标准培训，帮助“一带一路”国家应对网络安全问题，携手打击网络恐怖主义。

中国可率先推动国际化的产业数据共享，建立“自由数字区”，比如在海南自贸区、大亚湾区、浦东自贸区率先建设。各国在数据方面的合作和交流，有益于数字经济的商业创新和政策制定。这类合作将促进更安全、更绿色、更集约的发展模式加快形成。

加强对中国数字化企业参与“一带一路”必要性的宣传力度。需要加强有助于数字企业参与“一带一路”的政策支持和舆论引导。数字企业“走出去”，可以通过促进劳动与资本跨境流动，帮助中国企业吸引更多熟悉当地市场的本土人才，促进中国企业更好地在海外发展。

问题，降低了“一带一路”沿线多边和双边的贸易成本。

对于许多国内消费市场相对有限的“一带一路”沿线国家和地区来说，中国巨大的市场在数字空间上的开放是前所未有的机遇，以数字贸易为突破口，又可以倒逼“一带一路”沿线国家和地区加紧推进互联网基础设施建设，发挥中国数字化企业的作用。

创新合作是“一带一路”创新之路建设的核心内容和重要驱动力。习近平总书记在首届“一带一路”国际合作高峰论坛的主旨演讲中强调：“要将‘一带一路’建成创新之路。‘一带一路’建设本身就是一个创举，搞好‘一带一路’建设也要向创新要动力。”建设“一带一路”创新之路将有效促进中国与沿线国家和地区发展战略对接、产能合作，培养科技创新人才，培育并增强供给能力，催生新的需求。

观 点

心相通路才走得远

□ 倪 好

调研显示，沿线国家民众大多认为“一带一路”倡议将会为其国家带来诸多利好，如增加就业与职业技能培训机会、改进基础设施、改善公共卫生与医疗条件、加强双边贸易，以及促进扶贫开发、提高抗灾能力、加强非政府间交流等。

在需求方面，沿线国家民众更加看重教育、就业、职业培训、公共卫生、消除贫困、医疗条件等民生改善。我国目前在国外实施的民生工程，部分契合当地需求，但也存在供需不匹配问题，如文化传播、协助脱贫和灾难援助等方面还较为不足，与对方国家民众的需求还有一定距离。如对能否促进当地就业仍有质疑，仍有当地民众认为中国企业没有对当地就业产生帮助，甚至对当地就业产生了挤压效应。而且认为中资企业对当地生态环境关注不够。《经济日报》发表的评论指出，企业“走出去”不仅要“低头干活”，还要“抬头看路”，而要完全融入当地民众，赢得他们的认可还需要做好以下“功课”。

要坚持精耕细作。在推进沿线国家民生项目时，更应深入调研，因地制宜地推出有利于增进沿线国家民众福祉的项目。不同国家和地区

对教育培训、就业创收、公共卫生、医疗保障等需求不同，匹配当地需求是首要考虑。要采用当地语言、本土方式，增加信任感。

要坚持增进民众获得感。周期长的基础设施建设迫切需要轻资产项目（如学校、医院、技能、标准、服务等），发挥润滑剂和黏合剂的作用。我国境外项目投资除了要关切政府间合作，也要与民间紧密结合，在民生项目上要追求“小而精”。建议对投资成本低、收效长远、能实现民心相通的教育医疗等领域，开辟专门渠道，设定投资比重。

要坚持生态底线。坚持建设绿色“一带一路”，将“绿水青山就是金山银山”的发展理念传递到全世界。目前，“一带一路”涉及的环境和社会事项，只是由各企业在项目层面执行，在国家层面并没有系统性的协调和管理机制。建议研究出台绿色“一带一路”评估体系，让“走出去”企业的生态责任行为有据可循。

要坚持人脉联通。持续做好人脉工作，充分利用华人华侨群体、外国留学生群体、孔子学院学生、沿线国家党政青年、公益社会团体成员等资源，建立国别青年人脉信息库，积极累积沿线国家青年交流后备人才。

“丝绸之路”是走出来的

□ 马 云

甘肃可能是中国最早对外开放的地方之一。中国历史上最早一批商人和探险家，就是从这条“丝绸之路”走向西亚和欧洲的。企业家就是经济领域的探险家，做企业需要相当大的勇气，当年那些敢于穿越沙漠的商人们比今天的企业家更勇敢。也许这就是生生不息的企业家精神。

大家都在讲，现在经济形势变化快。是的，很多东西确实在变，可有一样东西是永远不会变的，那就是人类永远会面临各种各样的挑战！不管你喜不喜欢，挑战总会越来越多。既然挑战是客观存在的，就得面对，就得想办法解决问题。沙漠的环境非常恶劣，大多数人都不敢走，可就是那一小部分敢走的人最后走出了“丝绸之路”。这足以证明，再恶劣的环境都是有机会的，而且困难越大机会越大，企业家就是在困难的环境中学会生存，寻找机遇。

“一带一路”建设带来了巨大的战略机遇。它的使命是让世界更具活力，更具创新力，更平等，更普惠。这样的全球化给了发展中国家更多机会，也给了当下的年轻人更多机会。

“一带一路”建设不能仅仅由一个国家去推动，应该发动相关国家的力量共商共建；不能仅仅让各国政府去推动，应让各种类型的企业共同参与，这才是真正的全球化。所以，“一带一路”建设更应是所有企业的机遇。

过去3年，我几乎跑遍了东南亚所有国家和地区，每年还至少去4个非洲国家。企业家必须为未来做准备。从未来的角度、高度思考明天，视角会很不一样。

所有企业都面临全球数字经济挑战。其实，数字经济不仅对传统行业是挑战，对阿里巴巴、腾讯、百度、谷歌这样的数字化企业也是挑战。未来不运用数据，可能要比今天不

用电更加可怕。现在人人都在讲大数据，不过大家对“大数据”这3个字有不小的误解。大数据的“大”与规模大小没有关系，它指的是“大计算”，数据的重点在于全面上“云”。未来的计算能力与数据会像今天的石油与电一样重要。企业上哪个“云”、谁的“云”都好，关键是一定要上“云”，一定要用好“大计算”。

未来，机器必然会代替一部分人工，同时也会产生新的岗位，因为新技术会带来很多新赛道。我一直认为，没有落后的企业，只有落后的观念。很多企业担心自己会被淘汰，很多人也担心自己的工作会被机器替代。对此，我只想说一句话，直面今天的挑战才能解决未来的问题。

今天我们需要思考怎么成为一家“好企业”。什么叫“好企业”？让客户满意、社会满意、员工满意、自己满意、家人满意，只有这样的企业才够好，才能持久。企业家不仅要直面挑战，还要不断反思。如果我们不反思自己的过错、不接受教训，经济形势再好自己也好不到哪儿去，经济形势不好就只能等着灾难重演。所以，每家企业都要学会怎么成为好企业，怎么控制自己的欲望，让梦想变成理想。

当我第一次看见梭梭树时，觉得这种树看起来像稻草似的，好像活不下去。但后来发现，这种树不仅靠自己强大的生命力顽强地生存下来，而且还能不断适应恶劣环境，固沙治沙。从它们身上，让人看到了拼搏的精神、求活的欲望，也就是我们常说的企业家精神。

在沙漠纵横的甘肃，人们能感受到绿色的珍贵，看到一点绿、一滴水都会特别兴奋。绿公司年会创立的初衷就是相信“唯有绿色才能持久”，企业只有带着绿色的思想、绿色的行动、绿色的理念，才能够走得更久更远。

第七届中国—南亚东南亚智库论坛举办

第七届中国—南亚东南亚智库论坛日前在云南昆明举办。来自19个国家和国际机构的200多名专家、学者、政要共聚昆明献策“一带一路”建设，探讨共建人类命运共同体。图为论坛现场。

刘冉阳 摄



“走出去”要选对路径创新发展

处在不同发展阶段以及不同竞争位置的数字化企业，有着不同的路径选择，同时需要创新包容，打造数字“一带一路”升级版

□ 万劲波

处在不同发展阶段以及不同竞争位置的数字化企业，对于开拓“一带一路”市场，有着不同的路径选择。

三种路径可供选择

作为赋能者的路径选择。这一类型包括开展海外活动的大多数中国数字化企业，其大多选择与本地优秀伙伴建立合作。中国企业通常带来领先的数字产品、人机界面以及算法，而本土伙伴大多数承担了新产品与服务的市场导入并确保了本土化特性。作为具有一定竞争优势的

数字化企业的路径选择。那些具备相对较高附加值产品能力以及产品本身易于国际扩展，能在海外市场提供自有品牌的数字化企业，其向海外出售的数字产品，具有相当的技术优势和海外推广潜力。例如，2012年在海外发布的百度抗病毒软件，再如猎豹移动2012年在美国推出清除手机垃圾文件的应用，这一波业绩得益于中国提供了大量技能娴熟并相对廉价的工程师。随着需求与供给的不断变化，突破性的新产品从实用工具转变成内容平台，实现本土化、适应本土应用与习惯成为核心竞争力。

作为全球合作伙伴的路径选择。选择这一路径的企业大多具有较低附加值优势，但在中国有着稳定客户基础。这种路径往往是双赢的，因为无需支付获取客户的国际化成本。B2B电子商务模式、新兴的云服务领域，可以归入这个模式，未来阿里云、华为云、微信云、百度云“走出去”都属于这个类型。

创新包容共同发展

打造数字“一带一路”具有三方面重要意义：一是通过虚拟空间的打造支持五大领域互联互通；二是通过开放中国巨大市场，用“轻资产”方式促进

沿线国家传统产业转型、促进创新创业；三是整体利用中国已经形成的数字有形资产与无形资产，主动优化产业布局，形成区域经济利益共同体基础。

跨境电子商务等新业态的快速增长，已经成为当前全球贸易的重要增长点。在重资产的设施联通取得阶段性进展后，以网络相通来促进政策、贸易、资金、民心的相通，是“一带一路”沿线国家和地区的急迫诉求。通过数字经济的电子商务平台如阿里巴巴的eWTP标准，在贸易过程中采用交易资金居中托管制度和交互评价制度，实现低成本解决商业互信