

中国已成为全球第二大消费市场和第一货物贸易大国——

内外贸一体化释放多重红利

本报记者 王俊岭

2021年，中国内外贸成绩单亮眼。看内贸，社会消费品零售总额超过44万亿元，跨上新台阶。看外贸，货物进出口总额超过39万亿元，继续保持全球第一。

近日，国务院办公厅印发《关于促进内外贸一体化发展的意见》（简称《意见》），提出到2025年，内外贸法律法规、监管体制、经营资质、质量标准、检验检疫、认证认可等衔接更加有效，市场主体内外贸一体化发展水平进一步提升，内外贸网络更加完善，政府管理服务持续优化，内外贸一体化调控体系更加健全，实现内外贸高效运行、融合发展。

内外贸一体化有哪些看点？对企业究竟有何影响？



▲2021年，上海港外贸集装箱吞吐量超过3200万标箱、内贸集装箱吞吐量超过630万标箱，均实现稳步攀升。图为今年1月2日清晨，上海港洋山深水港码头，多艘大型集装箱货轮正在进行装卸作业。
计海新摄（人民视觉）

▲各类展会是促进内外贸一体化的重要舞台。图为2021年12月17日，中国（海南）国际热带农产品冬季交易会在海口市海南国际会展中心举行，一名工作人员使用VR设备展示数字农业的独特体验。
苏弼坤摄（人民视觉）



▲今年1月3日，客商在连云港紫菜交易市场选购干紫菜。当日，江苏省连云港市举办2022年度首场紫菜交易会，133家紫菜加工企业提供49486箱、共计2.37亿张干紫菜入场销售，吸引众多中外客商到场选购交易。
耿玉和摄（人民视觉）

▲近期，安徽省合肥市肥东县经济开发区洁尔卫生用品公司口罩生产车间，工人们正在生产防疫口罩，全力赶制出口和内销的订单产品。
阮雪枫摄（人民视觉）

见》之后，宁波市海曙区华茂集团国际贸易业务负责人顾蔚军备受鼓舞。

据顾蔚军介绍，面对原材料价格上涨、海运集装箱“缺柜”等问题，企业积极整合外商资源，在印尼、菲律宾等国家构建起产销一体化的海外服务网络，并开展海外直播带货等线上“屏对屏”形式，销售额不降反升。华茂集团在近期内贸领域也积极“破圈”。比如，针对企业生产销售的儿童益智类教学玩具、动手类科学小实验学具等产品，顾蔚军和同事们一方面打造教娱潮流个性化门店，让实体店“圈粉”年轻消费者；另一方面与B站、小红书、抖音等平台深入合作，提升国内用户对

企业产品的消费体验。“尽管有一定转型成本，但我们对未来很乐观！”

有的瞄准热点，积极探索海外市场。新冠肺炎疫情发生后，人们居家聚餐的需求增长，特别是预制菜需求的快速增长，让得利斯集团这样的食品加工企业迎来了新机遇。

“在日本，龙头预制菜企业有一半收入来自海外。”前不久举行的山东省两会上，得利斯集团董事长郑思敏的话引发很多人关注。郑思敏告诉本报记者，目前公司业务以内贸为主，外贸部分则主要是从南美洲、大洋洲进口大豆及牛肉，同时从事板栗和豆沙等特色农产品出口。“《意见》提出‘加强绿色食品、有机农产品、地理标志农产品认证和管理’‘降低内外贸商品流通成本’，对我们预制菜等产品向海外市场拓展带来重要利好。如今，RCEP落地生效，我们也打算进一步在供应链方面加强与国外厂商的合作。”她说。

有的苦练内功，延伸产业链布局。成立于1985年的恒安集团，旗下心相印生活用纸等主导产品市场占有率长期在国内名列前茅。近年来，该公司积极引进世界先进生产设备，在福建晋江、湖北孝感、湖南常德等地建起了生活用纸原纸造纸基地，同时先后在马来西亚收购上市公司，在俄罗斯等国投资建厂，进一步延伸产业链、布局国际市场。

恒安集团总裁许清流对本报记者表示，如今，国内外消费者的个人卫生意识不断提高，这有利于卫生用品市场的精细化及高质量发展。目前，恒安集团正主动顺应内外贸融合发展趋势，持续优化产品组合，精心设计内外贸产品的包装、材质和功能，推动高档产品销售，积极拓展女性健康、婴童健康、老年健康、防疫医护等高增长潜力的产业。

开放发展—— 质量更高，动力更足

多位业内人士表示，全面协调持续推进内外贸一体化发展，可以帮助企业走出原有的“一亩三分地”，通过“买全球、卖全球”把生意做得更大。

福建晋江鞋纺城有限责任公司副总经理杜晓彤将《意见》反复研读了很多遍，从中找到不少利好。“泉州制鞋行业发达，晋江鞋纺城有近千家商户从事运动鞋原、辅料的交易。在售产品中，大约70%供应国内市场销售，剩下30%主要供应外贸出口。自从2020年晋江鞋纺城获批‘国家级市场采购贸易试点’后，相关业务进一步延伸到成品鞋和服装。”杜晓彤说。

他告诉本报记者，《意见》的很多内容与鞋纺城商户们息息相关，政策出到了大家心坎儿里。“比如，为了提升交易效率，我们正在推动‘线上线下一体化’交易模式。然而，鞋面材料、纺织布料等产品的颜色、质量、光泽、气味更多时候还是要买卖双方现场感受。”杜晓彤说，《意见》提出“持续提升国内国际标准一致性”“推进内外贸产品同线同质”“推动内外贸数字化发展”等针对性举措，有利于鞋纺城解决这些内外贸融合发展过程中遇到的难题。

内外贸界限不断淡化，还意味着中国企业与全球产业链的更深层次融合。

位于浙江的君禾泵业股份有限公司是一家专注生产销售家用水泵高新技术企业，产品曾经主要供应欧美市场。近年来，该公司提早布局，利用多年来与国际品牌合作开发的经验和全产业链优势，积极寻求自主技术和品牌的突破，有效抵御新冠肺炎疫情的冲击。

“国家推动内外贸一体化发展，进一步畅通国内国际双循环，将为企业带来更多机会。例如，自从君禾泵业实施国内国际一体化的自主品牌战略后，我们着手大力培育国内的经销网络，经销商从30多个拓展到目前超300个，自主品牌终端产品在国内国际两个市场的年销售金额超过了4000万元。”君禾泵业股份有限公司总经理张君波对本报记者表示，内外贸一体化不仅要求企业保持过硬的产品品质，还需要在产品开发、渠道建设、规则标准等方面下功夫。《意见》的出台，有望使国内国际市场规则对接进一步加快。“‘一把尺子量到底’，能让我们更好地联通两个市场。”

商务部、海关总署等部门相关负责人表示，下一步，将落实落细《意见》要求，完善工作机制，持续优化管理服务，完善内外贸网络，提升市场主体内外贸一体化发展水平。

破除障碍—— 畅通国内国际双循环

中国已经成为全球第二大消费市场和第一货物贸易大国。

商务部有关负责人介绍，近年来，外贸企业积极开拓国内市场，内贸企业积极拓展海外市场，内外贸融合加速。同时，内外贸一体化仍然存在短板，一体化调控体系不够完善，统筹利用两个市场、两种资源的能力不够强，内外贸融合发展不够顺畅，还不能完全适应构建新发展格局的需要。针对这些问题，《意见》从完善内外贸一体化制度体系、增强内外贸一体化发展能力、加快内外贸融合发展、完善保障措施4个方面提出了15条工作措施。

针对国内外市场规则差异，《意见》提出在贸易自由化便利化、知识产权保护、电子商务、招标投标、政府采购等方面实行更高标准规则，同时推进内外贸产品“同线同质”。

围绕市场主体培育，《意见》强调培育一批国内国际市场协同互促、有较强创新能力和竞争实力的优质贸易企业，引导带动更多企业走一体化经营道路。

在物流方面，《意见》明确支持引导外贸企业、跨境电商、物流企业加强业务协同和资源整合，加快布局海外仓、配送中心等物流基础设施网络，并提出持续支持中西部地区、县域商贸物流基础设施建设，畅通区域间、城乡间物流网络。

商务部研究院学术委员会副主任张建平表示，内外贸一体化发展是中国从“贸易大国”迈向“贸易强国”所必须努力的一个方向。《意见》的一大亮点是明确将培育一批内外贸一体化经营企业，这些企业既做进口又做出口，实现进出口平衡发展。

“特别是在当前全球经济复苏仍面临巨大挑战和压力的情况下，中国更加迫切需要通过内外贸一体化，使广大企业更加自如地在国内、国际两个市场中提升竞争力、拓展销售渠道，通过内外贸的均衡发展，培育一批跨国公司。”张建平说。

在山东泰山钢铁集团有限公司董事长王永胜看来，《意见》针对内外贸一体化中存在



的难点堵点，为促进内外贸融合发展提供了有力的政策支持，对制造业有着深远的积极影响。

“泰山钢铁的核心产品‘400系不锈钢’占全国25%的市场份额，产品远销全球20多个国家和地区。”王永胜说，以典型的不锈钢产品为例，泰钢产品销往荷兰、德国、芬兰等国家，即使产品达到国际标准，往往也需要应对复杂的监管政策。《意见》提出加强国内市场规则与国际通行贸易规则对接，将帮助企业更加从容地面对国内国际市场出现的新变化新要求，获得更大发展空间。

抢抓机遇—— 各类企业积极“破圈”

记者在采访中发现，面对国家推动内外贸融合发展带来的红利，企业纷纷摩拳擦掌、抢抓商机。

有的主动“破圈”，尝试“多条腿走路”。“内外贸一体化不是一时之计，而是不断适应市场的‘自我革命’。”仔细阅读《意

打通内外贸，促进双循环

崔凡

提高统筹利用国内国际“两个市场”“两种资源”的能力，促进内贸和外贸、进口和出口协调发展，是构建新发展格局、实现更高水平开放的必然要求。国务院办公厅印发《关于促进内外贸一体化发展的意见》（简称《意见》），目的就在于推进内外贸一体化、畅通国内国际双循环。

1952年，中国分别设置了商业部和对外贸易部，对内贸与外贸实行分别管理。改革开放以来，中国外贸对国内经济的带动作用不断增强。2003年3月，国家组建商务部，将内外贸管理体制统一了起来。

随着中国经济快速增长，国内大市场的规模优势也越来越大。这为创新型产业发展提供了丰富的应用场景和广阔空间。研发投入高、网络效应和学习效应强的创新型行业，日益成为中国参与国际竞争的优势产业。加快构建“以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进”的新发展格局，首先要畅通国内大循

环，推动内贸大发展，同时还要打通内贸、外贸之间的阻隔，加快内外贸一体化进程。

这一过程中，打造内外贸融合发展平台是推动内外贸一体化的重要方式。其中，从2009年的第105届广交会开始，这个历史悠久的外贸展会改变了只面向国外采购商策略，开始组织国内大型商场、连锁超市、大型销售渠道代理等进入交易会，大幅扩大了广交会的辐射力。此外，浙江义乌中国小商品城、江苏叠石桥国际家纺城等通过内贸发展起来的大型集市，在商务部、海关总署等部门促进内外贸一体化的政策支持下，也成为重要的出口货源基地。

接下来内外贸融合发展的潜力依然很大。比如，在需求端，庞大的国内市场和活跃的国内贸易，每天都在产生海量数据。这些数据一经有效利用，就能产生巨大的生产力，推动着反向定制（C2M）、智能工厂等创新模式的发展。在供给端，推进内外贸产品“同线、同标、同质”可以提高企业同时开拓两个市场和利用两种资源的能力，提高其经营灵活性和抗风险能力。国内企业在向高标准看齐的同时，也可以扩大“中国标准”的国际影响力。在《意见》中，就有很多非常具有针对性的有力举措。

促进内外贸一体化，推进“监管一致性改革”应成

为一个重要抓手。这其中，既涉及国内监管体制与国外监管体制的对接与协调，也包括国内不同地区、不同部门监管体制和标准的一致性。监管一致性水平越高，企业同时经营内贸的可能性就越大，内外贸一体化的发展水平也会越高，越有利于服务构建新发展格局。

从长远来看，促进内外贸一体化发展，有利于推动“放管服”改革、优化营商环境，有利于中国企业在应对复杂市场环境中提升灵活性、打造国际竞争新优势，有利于中国推进全面开放、进一步优化区域开放布局。这些都为中国实现更高水平开放和更高质量发展增加不少新看点。

（作者为对外经济贸易大学国家对外开放研究院教授）

