

编者按

商务部公布的数据显示，2025年我国对外直接投资1743.8亿美元，比上年增长7.1%，稳居世界前列。当前，中国企业出海正从“规模扩张”迈向“质量引领”。从“产品出海”到“体系出海”，如何推动更多江西企业“走出去”撬动全球市场？本版邀请专家学者进行深度解析，敬请关注。

出海

如何在世界尺度中重塑赣企？



引领赣企实现高质量出海新跨越

冯雪娇

当前，在全球地缘政治复杂演变与贸易壁垒抬升的双重压力下，中国企业出海正经历深刻转型，即从早期的产品输出，迈向产业链、供应链全球布局的价值链重构。不久前公布的“十五五”规划纲要作出的关于“扩大高水平对外开放，开创合作共赢新局面”的战略部署，为新时代中国企业国际化指明了前进方向，提供了根本遵循。作为内陆开放型经济试验区，江西近年来紧扣制度型开放的核心，主动应变、求变，通过大力发展跨境电商、海外仓、保税加工等新业态，赣企“走出去”的综合能级显著提升，多元化国际市场布局持续优化。从“江西造”光伏组件照亮全球，到景德镇陶瓷以文化IP惊艳世界，江西优势产业的全球竞争力正稳步转化为高质量发展的强大驱动力。迈上“十五五”新征程，推动赣企高质量出海，实现从“走出去”到“走进去”的战略跨越，既是高标准建设内陆开放型经济试验区的必然要求，更是江西打造内陆地区改革开放高地、以高水平开放推动全省高质量发展的战略抉择。

全面把握新时代赣企出海的新形势新要求

当前，企业出海正经历从规模扩张向质量提升的深刻转型，呈现出强劲的发展韧性与多元活力。精准把握这一趋势，不仅是赣企抢抓开放机遇、实现跨越发展的必然要求，更是江西在变局中开新局的方向指引。

从“单兵突进”转向“集群协同”，出海模式发生深刻变革。中国企业出海已跨越单一产品贸易的初级阶段，加速向产业链协同、产业生态抱团的高阶形态迈进。随着传统出口补贴政策逐步调整优化，单纯依靠政策红利的时代渐行渐远，倒逼企业必须立足地方产业禀赋，主动联合供应链配套、金融法律、物流仓储、跨境结算等各类专业机构，构建“链主企业引领、配套企业跟进、服务平台支撑”的集群出海生态。这种协同模式不仅能够实现资源高效整合与成本合理分摊，降低中小企业的出海门槛，更能在应对海外市场不确定性时发挥风险共担效应，有效抵御市场波动、贸易摩擦等外部冲击。产业集群与服务协同出海，正成为新时代企业国际化发展的主流选择。

开拓新的增长极，市场格局面临深度调整。面对国内部分行业产能过剩、“内卷式”竞争加剧的现实，向外寻求增量空间已成为企业突围的必由之路。与此同时，全球贸易保护主义抬头，欧美市场关税战、绿色壁垒、技术性壁垒不断升级，地缘政治波动叠加市场风险，外部环境更趋复杂严峻。在此背景下，加快推动多元化市场布局，摆脱单一市场依赖，成为赣企规避风险、行稳致远的关键之举。东盟、中东、中亚、拉美、非洲等共建“一带一路”国家及新兴经济体，凭借广阔的市场腹地、持续优化的营商环境与旺盛的工业化需求，正成长为中国企业出海的重点拓展区域，也为赣企提供了更广阔的发展空间。

抢占高技术产业“新蓝海”，产业赛道加快迭代升级。从劳动密集型的“老三样”（服装、家具、家电）到技术密集型的“新三样”（新能源汽车、锂电池和光伏产业），中国制造业出海正经历历史性的赛道转换，高新技术产业已成为企业全球化布局的核心增长极。对江西而言，这既是厚植优势、抢占先机的重大机遇，也是补齐短板、应对挑战的现实考验。一方面，我省在锂电、光伏等领域具有先发优势，具备参与全球竞争的基础。另一方面，新能源汽车作为产业发展的关键赛道，正面临欧美加征高额关税、技术封锁等外部压力。这就要求赣企在加快全球布局的同时，必须更加注重核心技术掌控与合规风险防范，真正实现从“走出去”到“走进去”，再到“走上去”的价值和理念跃升。

借力跨境电商新业态，贸易数字化转型提速增效。数字经济与国际贸易的深度融合，推动跨境电商从外贸新赛道升级为企业出海主渠道，成为推动贸易提质、拓宽市场的重要抓手。相较于传统外贸模式，跨境电商打破时空限制、缩短流通链条、降低营销成本，让中小微企业也能直面全球消费者，实现“小批量、多频次、快反应”的灵活出海。当前，跨境电商正朝着品牌化、合规化、本土化方向加速转型，海外仓布局、直播电商、独立站运营等新模式不断涌现，进一步激活外贸增长新动能。人工智能与数字技术的快速发展，为赣企拓展新兴市场、“赣品”直达全球提供了数字化新路径。

多方护航赣企高质量出海的新跨越路径

推动赣企高质量出海，必须立足江西资源禀赋和产业特色，以构建完善的出海服务生态为核心，从优化方向布局、创新业态模式、筑牢出海底座、凝聚出海合力

四方面精准发力，助力赣企在全球市场中劈波斩浪、行稳致远。

优化方向布局，构建出海发展新格局。布局决定格局，方向决定未来。推动赣企高质量出海，首要的是找准发力点、选准突破口，提升产品与产业的含金量，构建梯次分明、协同高效、安全可控的出海发展格局。首先，精准锚定地区市场。立足江西内陆开放型经济试验区建设契机，优先深耕RCEP（《区域全面经济伙伴关系协定》）成员国、共建“一带一路”国家等重点市场，拓展“全球南方”市场。严格落实“危地不住、乱地不去、危业不投”原则，建立国别风险动态评估与预警机制，防范各类地缘政治、经济波动风险。其次，聚焦优势产业发力。围绕江西有色金属、新能源（锂电、光伏）、工程建设、现代农业、中医药、陶瓷、电子信息等优势产业，集中资源推动产业集群出海，擦亮“江西制造”“赣贸优品”招牌。最后，提升产品与产业的含金量。积极引导企业制定品牌化战略，开展境外商标注册和专利布局。推动景德镇陶瓷从“产品出海”迈向“品牌出海”，加快南康家具从实木家具生产基地向泛家居原创设计品牌跃升。鼓励企业将具有自主知识产权的核心技术作为出海的核心竞争力，以技术优势换取市场定价权。

创新新业态模式，助力企业高质量走出去。数字经济与绿色经济是当前全球贸易的两大新增长点，江西企业应抢抓赛道，实现后来居上。创新出海业态，首要的是把握数字与绿色的新风口。用足用好江西内陆开放型经济试验区这块金字招牌，稳步推进高水平制度型开放，大力发展“跨境电商+产业带”模式，支持传统外贸企业通过TikTok（抖音）、亚马逊、阿里国际站等平台触达全球终端消费者。积极引导更多光伏、锂电企业拓展海外储能市场，推动中医药企业对接国际绿色认证标准，加快江西优势产品迈向全球。创新出海模式，构建“航母编队”式的出海生态。发挥链主龙头企业引领作用，鼓励产业链上下游企业协同出海，强化研发、生产、销售、服务一体化布局，实现从原材料到成品全产业链输出，提升抗风险能力和整体竞争力。深度融入共建“一带一路”，分行组建产业出海联盟，组织企业联合境内外重点展会，统一展示平台和品牌形象，降低中小企业参展成本。鼓励企业利用江西与RCEP成员国的地缘优势，通过共享海外仓、营销网络和售后服务体系，实现“买全球、卖全球”的网络化布局。

筑牢出海底座，强化合规经营与风险防范。当前，全球化格局深度调整，国际经贸规则加速重构，高质量出海必须安全、可持续。唯有坚守合规经营底线、筑牢风险防范屏障，方能让赣企在国际市场中立得住、走得远、做得强。首先，要树牢合规经营理念。引导企业建立覆盖投资、贸易、劳工、环保、税务、数据安全等全流程的合规管理制度，主动对接国际高标准经贸规则，推动企业经营管理与国际接轨，支持企业申请海关高级认证，让合规成为赣企出海的通行证。尤其是在新能源领域，引导企业主动对标欧美国家在碳足迹、ESG（环境、社会和公司治理）、供应链尽职调查等方面的合规标准。其次，提升风险防控能力。围绕重点国别制定差异化风险应对预案，针对各类风险完善防控举措。引导企业用好出口信用保险等金融工具，加强知识产权海外布局和维权保护，重点依托我省“1+3+N”知识产权协同保护体系，建立海外维权快速通道，织密织牢海外风险“防护网”，让企业出海有备无患。

凝聚出海合力，优化营商环境与服务体系。优质高效的服务保障，是企业出海的坚强后盾。聚焦赣企出海难点、堵点、痛点问题，构建线上线下一体化、全流程、全覆盖的服务保障体系，让赣企出海轻装上阵、底气十足。首先，要提升政府服务效能。持续深化“放管服”改革，重点依托“赣企通”平台整合商务、外事、海关、税务等部门资源，打造“一站式”出海服务平台，实现“一窗受理、并联审批”，为赣企人员出入境、货物通关、资金跨境流动提供更大便利。鼓励各地区建立“一站式”海外投资服务平台，汇聚法律、会计、安保等专业服务机构，对企业境外参展、海外仓建设、国际认证等给予支持，切实降低企业出海成本。其次，创新金融服务供给。引导金融机构开发跨境融资、结算、避险等特色金融产品，推动人民币跨境结算广泛应用。常态化开展政银企对接活动，精准对接企业金融需求，破解企业出海“融资难、融资贵”问题，让金融活水“精准滴灌”出海企业。最后，夯实人才智力支撑。坚持引育并举、以用为本，推动省内高校、职业院校等与出海龙头企业深度合作，开设国际商务、涉外法律、跨文化管理等专业，实行“订单式”人才培养。大力引进精通国际规则、熟悉海外市场的高端复合型人才，完善人才服务保障体系，让人才引得进、留得住、用得好，为赣企出海提供坚实的人才支撑。

（作者系江西省科学院科技战略研究所所长、研究员）

综合施策助力我省企业出海

席鹭军

2026年江西省政府工作报告提出，“组建省区域国别研究联盟，加强海外综合服务，指导企业抱团出海、有序出海，聚焦‘一带一路’国家、RCEP成员国、‘全球南方’等市场，引导产业链供应链合理有序跨境布局”，为我省企业出海指明了方向。目前，我省企业出海面临一些挑战，一是关税和非关税壁垒削弱了出口产品的价格竞争力；二是出海企业面临融资渠道狭窄、综合成本高的双重压力，制约企业市场开拓和持续发展能力提升；三是企业出海多依赖成本优势，品牌影响力弱，易陷入同质化竞争和“低端锁定”；四是全球处于大国博弈、规则体系重塑的动荡期，企业出海面临较大的系统性风险。因此，必须综合施策助力企业出海。

优化政策，为我省企业出海提供服务保障

系统性支持企业应对日益复杂的国际环境，需从规则对接、服务集成和金融支持三个维度构建全方位政策支撑体系，提升企业出海竞争力与抗风险能力。

首先，加强与国际规则的标准对接。为帮助企业顺利跨越国际规则壁垒，需构建系统性赋能体系。一是开展精准化规则培训。系统讲授国际贸易术语解释通则、跟单信用证统一惯例等基础规则，针对重点市场，深度解析国际法规，避免企业因不了解规则而遭受损失。二是做好绿色贸易政策辅导。为企业提供碳足迹核算、减排路径及合规申报的全流程指导，引导企业按照国际标准进行信息披露。三是提升企业规则适应和摩擦应对能力。组织模拟WTO争端解决机制下的应诉演练，培训企业有效利用贸易救济工具，推动企业建立“合规先行”内部管理体系，使其具备持续跟踪、解读并内化国际规则的能力，实现从“被动合规”到“主动引领”的根本性转变。

其次，构建“一站式”出海服务平台。为解决我省企业出海“部门多、信息碎片化”等痛点，亟需打造高效协同的“一站式”出海服务平台，深度整合政务与市场资源，由商务部门牵头，系统性整合海关、税务、外汇管理等职能，引入法律、会计等第三方机构，实现跨部门数据共享，为企业提供统一服务窗口。

再次，健全金融支持体系。目前，我省企业出海面临“融资难、风险高、流程慢”等问题，亟需建立以海外订单、应收账款、知识产权等“软资产”为依托的质押融资机制，发展出口信贷、保单融资业务。建立“全省重点出口企业白名单”，对出海表现实施差异化信贷政策。推广跨境人民币结算，鼓励企业在与共建“一带一路”国家开展贸易过程中优先使用人民币，规避汇率波动风险，降低汇兑成本。加强货币信贷政策与产业政策协调，通过再贷款、再贴现等引导资金投向出口领域。

产业链协同，推动我省企业“抱团”出海

为突破我省企业单打独斗的出海困境，需聚焦共建“一带一路”国家、RCEP成员国、“全球南方”等市场，引导产业链供应链合理有序跨境布局，构建以产业链为整体的协同出海模式。

首先，构建联合出海体系。以电子信息、有色金属等优势产业的链主

企业为主导，联合上下游配套企业，组建产业出海联盟。一是建立统一的质量标识管理和监管机制，共同打造“江西制造”国际品牌，通过标准输出带动产业链整体质量提升，增强国际市场对江西产品的认可度。二是建立海外仓共享与协同网络，鼓励和支持联盟在目标市场以共建、租赁或与第三方合作等方式，布局一批公共海外仓或枢纽仓，助力出海企业提升物流时效、优化综合成本、增强运营能力、强化风险抵御等。三是构建数字化信息协同平台，定期组织经验交流，实现成员之间市场信息、技术动态和供应链数据的实时共享。同时，联盟内部需统一制定市场策略，以联盟的形式参与国际展会和商务洽谈，在重点市场开展统一品牌推广和市场营销活动，组织集体采购和联合谈判，通过规模效应降低出海企业成本，形成集群竞争优势。

其次，建设专业化海外产业园区。聚焦目标市场，建设飞地产业园区。园区内应当完善专业化配套服务体系，建设保税物流中心、公共研发平台、产品检测认证中心等机构，建立海关、商检、外汇管理等“一站式”服务中心，配套金融、法律、会计等专业服务机构；构建产业协同发展生态，围绕主导产业，引进产业链上下游企业，形成内部循环的产业生态圈；设立产业创新基金，支持入园企业开展协同技术创新和产品创新。

再次，创新国际合作模式。支持产业链头部企业，通过跨境并购、股权投资等方式，向海外延伸产业链。鼓励产业链头部企业建立覆盖全球的创新资源网络平台，在创新集聚区设立研发前哨，整合海外技术、人才、资本等创新要素，建立“全球研发、江西转化”的创新模式，提升国际化创新能力。

厚植品牌优势，提升我省企业出海经济效益

当前，品牌已成为企业参与国际竞争的核心资产，提升企业出海的经济附加值，需要实现“江西制造”从“产品出海”到“品牌出海”的跨越。

首先，创新国际化品牌传播。在目标市场，品牌建设应聚焦高端形象塑造和专业声誉，主动与目标市场知名工业设计机构和品牌咨询公司建立战略合作关系，引进国际先进设计理念，提升品牌价值。在渠道建设方面，江西产品需进入目标市场主流高端零售渠道和专业卖场，或其建立联合合作，以渠道背书提升品牌形象。同时，深入研究目标市场的文化特征、消费习惯和媒体环境，借助主流媒体和新媒体进行品牌传播，邀请当地网络名人进行体验式营销。

其次，建立品牌价值提升体系。鼓励企业不仅要满足国际通用质量管理标准，更应严格执行目标市场的特定产品安全与质量管理体系。

再次，构建品牌协同创新生态。建立开放式的品牌创新体系，推动产业链上下游企业，在质量控制、创新研发、市场推广上协同行动，共同打造有影响力的产业链品牌集群。推动建立专注于品牌孵化的公共服务平台，针对有志于出海但品牌能力弱的中小企业，提供共享的专家智库、设计工具、内容创作、海外媒体渠道等资源，降低其品牌国际化门槛和成本。

（作者系中共江西省委党校经济教研部副教授）

编审 范嘉欣 责任编辑 易江然子
美术编辑 王楠