

新冠肺炎疫情对国际贸易造成严重冲击，外贸需求萎缩，保护主义盛行，经济全球化面临严峻挑战。数字经济成为拉动经济增长的重要引擎，各国正在加快贸易数字化转型以提升竞争力。当前我国离数字贸易强国尚有差距，提升潜力巨大。应把握有利时机，充分发挥电子商务先发优势，加快数字贸易布局和建设，推动企业和产业数字化转型，掌握国际贸易主动权和主导权，实现数字贸易跨越式发展。

数字贸易发展方兴未艾

数字贸易强国是数字经济时代在全球价值链国际分工中处于中高端地位的国家。一是在跨境电子商务货物、数字产品与服务、数字化知识与信息具备明显优势。二是数字产业化和产业数字化成功推进，互联网、大数据、人工智能与传统制造业深度融合。三是拥有全球经济治理能力，能够提供更多公共产品，在全球数字贸易规则制定中发挥引领作用。基于以上定义，从贸易潜力、数字化市场、数字贸易结构、数字贸易地位、数字贸易环境五个维度建立数字贸易强国发展潜力评价指标体系，对59个主要国家（地区）进行综合评价。

从评价结果来看，各国数字贸易的竞争呈现“一超多强”格局，美国占据数字贸易领先地位，中国、日本、德国和英国紧随其后。其中，美国数字贸易环境最为成熟，结构较为平衡，其数字贸易体量大、增速快、顺差明显。同时通过控制数字贸易国际规则主导权排斥竞争对手，长期占据数字产业链最高点。我国是数字消费者大国，贸易潜力和数字化市场规模巨大，同时随着数字产业化和产业数字化快速推进，数字贸易环境得到较大提升。但是在数字贸易结构、数字贸易地位方面，与美国还有较大差距，数字基础设施的普及程度也有待提高。



抓住机遇加快我国数字贸易发展

紧抓跨境电商的发展机遇。一是为企业参与国际贸易提供平台。我国跨境电商起步较早，近年来交易规模不断扩大，平台日趋成熟，能够为企业提供融资、通关、商检、运输、保险和退税的“一站式”服务，大大降低中小企业参与国际分工的门槛。二是降低企业国际贸易成本。跨境电商通过降低运输成本、市场开拓成本、信息不对称成本等，节约了企业国际贸易成本，拓展了企业的出口边际。三是提升企业国际竞争力。在数字经济时代，数据成为关键生产要素。通过平台上的海量数据，能够精准把握市场、制定生产计划、提高研发效率，大大提高企业的国际竞争力。

企业数字化转型仍需突围。一是“数字鸿沟”有待弥合。大中小企业的实力、资源、人力等不尽相同，数字化水平参差不齐，企业间“数字鸿沟”明显，这对产业链的数字化升级以及企业间协同创新造成阻碍。二是数据应

用水平有待提高。多数企业仍处于数据应用的初级阶段，主要集中在精确营销、舆论感知和风险控制等场景，未能扩展至业务转型预测和决策分析，数据资产潜能未能得到充分挖掘。三是抵御风险能力有待加强。中小企业由于自身规模较小，获取数据资源能力有限，受负面冲击影响较大。

数字技术红利逐步释放。一是数字消费市场持续扩大。我国数字消费者数量庞大，移动网络和社交软件渗透率位于世界前列，电子商务市场规模居全球首位。随着数字消费者进一步增加，我国跨境电商用户规模和交易量将持续扩大。二是数字技术创新环境持续优化。我国是数字消费者大国，依托庞大的数字消费者需求推动数字技术的创新与商业化，使得我国在5G、大数据、云计算等技术领域保持领先。三是电子商务优势进一步巩固。在政府和市场的共同推动下，我国的电子商务产业发展迅速，已连续7年成为全球最大网络零售市场。电子商务的先发优势有助于丰富数字贸易的组织形态，拓宽交易主体范围，扩大交易选择空间。

产业数字化发展尚不均衡。一

是数字人才培养有待加快。数字技术更迭以及传统产业数字化转型加快，导致数字化人才需求陡增。其门槛高、专业化程度高的特点造成了人才短缺，制约了我国数字贸易发展。二是产业链数字化协同水平有待提升。传统产业数字化转型不平衡、不充分问题突出，转型呈现“偏消费端”的特点。企业自发行动，各自为战，存在低层次重复建设等问题。三是数据安全风险凸显。在数字经济时代，数据价值急剧攀升，数据安全隐患日益突出。近年来我国数据泄露、非法售卖等事件层出不穷，数据安全与个人隐私面临严峻挑战。

数字贸易环境得到提升。国际方面，随着数字经济对全球经济的引领作用不断显现，世界各国在数字经济领域合作不断深化，包括技术创新、融资融智、数字基建、数字抗疫等方面，为全球数字贸易创造了良好条件。国内方面，通过顶层设计、多措并举，5G网络、数据中心、工业互联网等数字基础设施建设得以持续推进，同时新基建在疫情催化下成为新热点，形成了良好的数字贸易发展环境。

跨境数据流动仍存在阻碍。一是数字化发展水平差异较大。发展中国家在数字基础设施完善程度、信息化发展水平、互联网普及率等方面与发达国家仍有较大差距，国家间的“数字鸿沟”制约着全球数字贸易的互通。二是全球数字贸易规则尚存分歧。美、中、欧在“数据跨境流动”“数据本地化”“网络中介服务商责任认定”等数字贸易谈判议题上分歧较大，短期内难以形成统一的全球数字贸易规则体系。三是数字贸易相关法律和制度有待完善。大部分国家在数据共享、数据跨境流动、网络知识产权保护方面的法律和制度还不完善，现有法律缺乏针对性，滞后于数字经济时代的发展。

推进数字贸易强国建设的政策建议

依托跨境电商平台促进企业数字化转型。一是填补企业间“数字鸿沟”。通过跨境电商平台降低中小企业数字化门槛，对采用平台服务的中小企业提供费用减免和补贴政策，降低中小企业数字

化转型压力。二是提升企业数字化水平。发挥跨境电商平台大数据分析、物联网、云计算和自动化控制等技术优势，为企业提供精准预测、精准匹配交易需求等服务，协助企业优化生产流程，促进企业向智能制造和网络化制造转变。三是增强抵御风险能力。鼓励企业从平台获取人力资源、客户渠道、行业信息等方面服务，提升企业竞争力，增强企业整体抗风险能力。

加强数字产业化与产业数字化创新发展。一是强化数字人才培养机制。明确数字化人才的能力素质标准，深化校企、政企合作，积极探索高效灵活的人才引进、培养和激励等机制。二是推进数字生态圈建设。以互联网平台为核心，引导产业链上下游在线上无缝衔接、配合联动，提升产业链各环节数字化转型的协同性，打造一个更为互联、智能的数字生态圈。三是建立高效数据安全保障体系。一方面，加强数据安全核心技术攻关，加快推进防泄露、防窃取等数据保护技术的研发与应用。另一方面，推进网络信息安全威胁数据的采集与共享，建立统一高效、协同联动的网络安全保障体系。

贡献数字贸易中国方案。一是积极参与数字贸易有关的国际规则的制定。积极构建符合自身国情和利益的数字贸易规则框架，通过签订区域贸易协定来加大影响范围。二是逐步完善数字贸易监管体系。完善数据跨境流动、知识产权保护等方面的制度，建立健全关于个人数据保护的立法，细化公共、私营部门数据共享规则。三是大力推动数字贸易国际合作。把握疫情防控带来的机遇期，以“一带一路”沿线国家为重点加强数字贸易国际合作。鼓励企业创新商业模式，培养更多数字化人才，积极推广我国数字技术和标准，打通数字丝绸之路。



推动数字文化发展的四个着力点

□ 魏楠楠 马立新

为数字文化产业提供充足的核心硬件技术支持

数字文化产业不同于以电影电视和新闻出版为主体的传统产业，其全部产业链条都对5G、人工智能、云计算、大数据等前沿数字技术硬件与软件具有强烈的依赖性。为此，推动数字文化产业发展应把握四个着力点。

发展芯片技术是构建数字文化产业国内链的前提和基础。我们要发挥我国集中力量办大事的优势，加大创新力度，尽快在核心芯片技术领域取得突破。

一方面，国家将发展芯片技术纳入优先发展的支柱性高新技术产业，搞好顶层设计，集中相关高校和科研机构的人力、物力和财力，瞄准技术前沿领域进行科研攻关。要清醒地认识到，涉及国计民生的关键技术只能靠我们自己的力量，通过长期的努力，取得知识产权。在这个问题上，我们应有长远眼光和战略定力，应从高校“双一流”建设规划层面抓起，为芯片技术相关专业培育储备充足的一流人才，这是发展芯片技术产业的基础的

基础。

另一方面，现有的芯片研发与生产主体应与数字文化生产主体强强联合，优势互补，以市场为导向，瞄准制约我国数字文化产业发展的前沿技术进行联合攻关，走出一条中国特色的国内大循环发展道路。

数字文化产业头部生产企业应高瞻远瞩，利用自身的人力、物力和财力优势，优化产业布局，并购一部分有创新潜力的中小微芯片研发公司，加强核心技术和原创技术储备，力争在最关键的芯片技术领域拥有自身的知识产权。数字文化产业所需芯片包括视频芯片、音频芯片、传输芯片、电源管理芯片、存储芯片、计算芯片等多种类型，相关研发主体和生产主体应在国家

生产更多供求匹配的高质量数字文化产品

的统一布局下，扬长避短，围绕市场实施精准的专业化、类型化分工，避免同质化、雷同化、无序化市场格局。

生产是构建数字文化产业的逻辑起点。必须在夯实以芯片研发为核心的数字技术硬件生产基础的同时，深化数字文化产业供给侧结构性改革。

首先，增加优质数字长视频内容的生产。近年来，短视频和直播文化产品风起云涌，而长视频内容发展缓慢，是数字文化产业发展中的一大短板。中长视频过去发展缓慢，一定程度上受到带宽速度制约。随着5G商用时代的来临，这些传播技术方面的制约因素已经不复存在。另从实践上看，优秀长视频数量不够多，类型较为单一。因此，从构建国内大循环格局考虑，国家应出台相应政策，鼓励各类数字文化产业主体加大中长视频内容生产。一是建立国家数字文化投资基金，加大对优质中长视频内容的生产支持力度。二是搞好中长视频内容生产的顶层设计，积极引导生产主体在注重类型化生产的基础上，实现多样化和多元化，应特别聚焦中华优秀传统文化、革命文化和中国特色社会主义先进文化，拓宽创作渠道，尽快让这些主流文化引领中长视频内容。

其次，加大对于优秀传统文化和经典文化产品的数字化、高清化供给。新中国成立以来，以红色经典为代表的一大批优秀文学、电影、音乐、舞蹈和戏剧经典影响深远，拥有广泛的受众，其中很多作品作为优质IP已经进行了影视改编。因此国家应将这些优秀传统文化内容的数字化、高清化提上日程。有远见、有情怀的数字文化生产主体应审时度势，抓住这一重要市场机遇，成为这些原创新经典的当代创新者和供应者，这也是构建国

为数字文化产品提供流畅、稳健的传播平台

内数字文化产业大循环格局中的重要一环。

最后，进一步规范短视频和直播内容的生产，运用法律武器严打低俗化、恶搞化、虚假化、泛娱乐化等乱象，保障短视频和直播内容健康可持续发展。

快捷、流畅、清晰和稳定的流通和传播渠道是构建数字文化产业大循环格局的第二个重要逻辑环节。不同于传统文化产品，数字文化产品依赖网络传播，网速、带宽直接影响着相关产品的传播速度和质量，加快以5G技术为核心的新基建至关重要。

一是大幅扩展5G基站建设。在推广5G商用进程中，要特别增加农村和偏远山区的基站数量，最大限度填平城镇化建设中的数字文化鸿沟，为农村和偏远人口提供尽可能多的文化产品传输终端，这也是拓宽传播路径、扩大有效供给、增加消费群体的重要路径。

二是优化4K、8K超高清数字电视布局，让更多的数字文化用户实现家庭影院化、互动化，加快数字文化产业链条显示端的更新换代，率先在世界上构建家庭超高清美学，让中国荧屏亮起来。

三是加快推广普及VR、3D等穿

着力培育强劲的数字文化消费市场

戴设备，尽快实现VR、3D设备的小型化、便携化和超高清化，让受众不出家门就能看上VR视频、3D影像，获得更充分、更完美的沉浸式体验。

四是运用大数据、云计算、人工智能技术，尽快实现家庭观影的云点播、云传输甚至云互动。

通过多措并举，为中国数字文化产品建设世界上最畅通、最稳定、最高清的信息传播平台，为实现数字文化产业铺平产品传输和传播渠道。

消费是构建数字文化产业国内大循环格局的最后一个逻辑环节。一切生产和软硬件技术支撑，目的都是为了满足和扩大人民不断增长的精神文化生活需要，而提升人民的消费动能，就必须不断增加人民的可支配收入。随着今年我国全面建成小康社会，人民的物质生活必将有更充分的保障和支撑。在这样的条件下，再通过定向实施减费让利，必将进一步扩大人民对于数字文化产品的消费需求。

第一，创造条件，进一步降低5G宽带的入户费用，提供更多的面向农村人口、边远地区人口和在校学生的5G优惠套餐服务，最大限度培育和扩大数字文化产业消费主体规模，做大做强国内文化消费市场蛋糕，让广大人民群众有能力消费。

第二，加快家用电视终端的升级换代，扩大实施家用电视“以旧换新”政策补贴力度，逐步降低4K以上超高清电视的价格，全面普及超高清电视和相关观影辅助设备，这也是扩大数字文化产业消费主体的重要举措。

第三，各级政府增资文化产业消费补贴基金，举办文化惠民消费季，定向发放文化消费卡。以打折、积分累计奖励等方式引导公众进书店、进剧院；现有文化馆、艺术馆、博物馆、图书馆、体育馆等公共文化设施全面免费向公众开放。通过这些措施，培养人民群众对于文化产品的消费习惯。

第四，开发更多、更先进、更有创意的数字文化产品体验馆，如VR电影院、VR艺术体验馆、互动电影体验馆、3D在线著名景点游览馆等等，为高端客户消费升级创造条件，开拓数字文化产业消费新业态、新模式，引领数字文化产品消费时尚。

第五，加大开发数字文化产品、特别是多媒体视频内容的人工智能同声传译系统，让广受国外受众喜爱的中国特色的数字文化产品，如网络文学、网络剧、网络短视频、网络游戏扬帆出海，延伸中国数字文化产品的国外循环链条。

