

全球变局下中国科技企业出海的战略逻辑与实践路径

——基于深圳企业的案例分析

■ 深圳市高科技企业协同创新促进会 尹辉

在全球战略博弈深化、产业链供应链加速重构的背景下,科技出海已成为中国企业突破发展约束、参与国际竞争的核心战略。本文以深圳科技企业为研究对象,系统分析全球关税壁垒、技术限制等外部环境对企业出海的影响,结合“一带一路”倡议与“双循环”战略,提炼中国科技企业出海的“环境认知、路径选择、风险防控”框架。研究发现,中国企业可依托完整工业体系优势,通过区域差异化布局、供应链多元化、技术协同创新等策略,在东南亚、中东、欧洲等市场实现“从产品输出到生态构建”的升级。深圳企业的实践表明,科技出海不仅是应对国际竞争的被动选择,更是参与全球规则制定、培育新质生产力的主动战略,其经验为中国企业全球化提供了可复制的实践范式。

一、研究背景与问题提出

当前,全球经济格局正经历深刻调整,全球经贸规则加速重构,部分国家通过关税调整、技术限制等手段强化产业壁垒,对全球产业链供应链造成冲击。这种“关税壁垒+技术约束”的复合型挑战,迫使中国科技企业重新审视全球化路径。作为中国创新型城市标杆,深圳2023年高新技术产品出口额达1.2万亿元,占全国27%,其企业出海实践具有典型性。

本文核心问题是:在全球技术竞争加剧与地缘环境复杂的背景下,中国科技企业如何通过出海突破外部约束?深圳企业的实践为这一问题提供了哪些经验启示?

二、全球环境变局:科技出海的外部约束与战略契机

(一)全球经贸环境的调整与影响

1. 关税政策的周期性特征与现实影响

全球关税政策呈现周期性调整特征,部分地区从自由贸易转向强

化产业保护,通过优化供应链布局遏制特定领域发展。这种调整表面是平衡贸易差异,实则通过产业政策引导供应链重构,对全球科技产业分工形成新的约束。

2. 技术竞争与资源倾斜的联动效应

部分国家在财政压力下仍加大对关键技术领域的资源倾斜,强化技术竞争与产业遏制,对国际科技合作形成制约。这种战略挤压迫使中国企业必须通过出海获取技术、市场与资源,打破“低端锁定”困境。

(二)全球产业链重构中的机遇窗口

1. “一带一路”倡议的平台价值
东南亚、中东等地区通过“一带一路”形成科技合作网络:深圳与越南、马来西亚等国的技术转移项目年均增长35%,在新能源、数字经济领域形成“技术输出、标准共建、市场共享”的闭环。

2. 中国工业体系的独特优势
中国是全球唯一拥有41个工业大类的国家,500种主要工业产品中40%产品产量位居全球第一。这种完整性使企业能够在出海中提供“全产业链解决方案”,如深圳新能源企业在越南不仅输出设备,还参与当地电网建设,形成差异化竞争力。

三、深圳科技企业出海的实践路径与模式创新

(一)区域布局:基于“风险、收益”的梯度渗透

1. 东南亚市场:成本驱动与转口跳板

越南劳动力成本仅为中国1/3,成为深圳电子企业的“次级制造基地”。2025年深圳企业在越南设立的工厂中,60%通过“本地生产+转口第三国”规避关税,某通信企业通过越南基地将出口成本降低18%。

2. 中东与欧洲:技术溢价与规则对接
阿联酋、德国等市场聚焦高端

技术合作:深圳某无人机企业与德国某研究所共建实验室,将AI算法适配欧洲隐私法规,2024年在欧洲市场份额提升至23%。这种“技术本地化”策略有效突破了区域技术壁垒。

3. 北美市场:合规优先与细分市场

面对部分市场的投资审查与合规要求,深圳企业避开敏感领域,在消费电子、医疗设备等细分市场突破:某医疗企业通过国际认证后,以“技术授权+本地代工”模式进入市场,2025年营收增长40%。

(二)产业链策略:从“单一环节”到“系统协同”

1. 供应链多元化:降低地缘依赖
深圳企业在墨西哥布局汽车零部件产能,利用区域贸易协定关税优惠,将北美市场交货周期从45天缩短至12天;同时在马来西亚设立芯片封装厂,对冲东南亚供应链风险。

2. 技术协同:“自主创新+国际合作”双轮驱动

某AI企业通过“深圳研发+新加坡数据训练”模式,规避数据主权限制,其大模型在东南亚电商领域渗透率达37%。

(三)组织模式:本地化与全球化的平衡

1. 人才本地化:破解文化壁垒
深圳企业在越南、日本等地设立“人才驿站”,雇佣本地员工占比超70%,并通过“深越联合培训计划”培养跨文化管理人才。深爱人才馆主导的“丝路人才联盟”已为出海企业输送1200余名国际化人才。

2. 生态化布局:从“卖产品”到“建标准”
深圳某新能源企业联合越南政府制定《分布式光伏并网标准》,将中国技术参数融入当地规则;在中东参与“数字丝绸之路”建设,输出5G基站建设标准,带动设备出口增长200%。

四、科技出海的核心挑战与风险图谱

(一)外部环境风险:地缘与政策的不确定性

1. 关税壁垒的动态调整
部分市场对转口商品加征关税,导致深圳某电子企业2025年上半年损失订单12亿元;欧盟碳关税(CBAM)实施后,深圳光伏企业出口成本增加15%。

2. 政治与法律合规风险
越南外商投资协会数据显示,中资企业因“环保法规变动”导致项目停滞的比例达28%;日本严格的知识产权审查使深圳某机器人企业专利诉讼成本占营收8%。

(二)企业内部能力短板

1. 技术“空心化”隐患
部分企业依赖“组装出口”,核心零部件依赖进口:深圳某手机厂商在印度工厂的本地增值率仅23%,不符合当地“国产化率”政策,面临关税上调风险。

2. 跨文化管理困境
深圳某企业在墨西哥的工厂因“管理风格冲突”导致罢工,生产中断14天;在日本市场因“营销话术不符合本土文化”,产品上架3个月退货率达35%。

五、优化路径:构建科技出海的“三维支撑体系”

(一)政策协同:政府与社会组织的合力

1. 搭建“一带一路”服务平台
推广深圳高促会的“考察团模式”:2024年至2025年组织人员前往越南、德国进行科技考察,促成38个合作项目,帮助企业提前掌握当地政策动态。

2. 完善风险对冲机制
建立“科技出海保险基金”,对企业的关税波动、知识产权诉讼等风险提供保障;推动与东南亚国家签署“避免双重征税协定”,降低合规成本。

(二)企业战略:从“走出去”到

“扎下根”

1. 技术攻坚:筑牢核心竞争力
参考深圳某芯片企业“出海+研发”模式:在新加坡设立设计中心,吸引国际人才,2024年自主研发的芯片打破海外垄断,在汽车电子领域替代率达40%。

2. 本地化深耕:构建“朋友圈”

在目标市场与本土企业成立合资公司,如深圳某家电企业与越南电子协会共建“联合实验室”,产品适配率提升至92%,市场份额跃居第二。

(三)生态构建:人才与标准的双轮驱动

1. 国际化人才培养
深化“深爱人才馆”的国际合作:与欧盟、日本等高校共建“科技出海人才线上实训教室”,每年培养500名掌握“技术+法律+语言”的复合型人才。

2. 参与全球规则制定
依托中国在5G、新能源等领域的技术优势,推动采纳中国标准,如深圳企业主导的《智能电网互联互通标准》已被12个国家认可。

六、结论与展望

深圳科技企业的出海实践表明,全球变局下的科技出海不是简单的市场扩张,而是“技术突围、生态构建、规则参与”的系统工程。其核心经验在于:以区域差异化策略应对地缘风险,以全产业链能力构建竞争壁垒,以人才与标准输出实现价值升级。

未来,随着“双循环”战略与“一带一路”的深度融合,中国科技企业需进一步强化自主创新、深化本地化运营、参与全球治理,从“全球价值链参与者”成长为“规则制定者”。深圳作为改革开放的前沿,其探索可为中国企业科技出海提供持续的实践启示。

(作者为深圳市高科技企业协同创新促进会执行副会长、深爱人才馆馆长)

构建中国情境下科学家精神传播力理论

——评陈竑《科教兴湖州:全国科学家精神教育基地传播力设计研究》

■ 中南大学建筑与艺术学院 徐鸣

科学家精神是中国共产党人精神谱系的重要组成部分,大力弘扬、传播科学家精神对于推进中国式现代化建设具有深远的战略意义。湖州作为国家历史文化名城,不仅积淀了深厚的文化底蕴,更孕育了众多杰出科学家。湖州学院陈竑博士的专著《科教兴湖州:全国科学家精神教育基地传播力设计研究》,系浙江省软科学项目的结项成果。该研究聚焦中国本土情境下的科学家精神传播力问题,创新性地采用扎根理论质性研究方法,对湖州首批四家全国科学家精神教育基地的传播力现状进行了系统调研与深度剖析。在此基础上,研究构建了具有鲜明中国特色的科学家精神传播力理论框架,有针对性地提出提升策略。此成果不仅为科学家精神的传承弘扬提供了坚实的理论支撑,也为科技创新发展的实践探索开辟了

有效路径,具有重要的学术价值与现实指导意义。

一、理论构建:扎根本土情境,构建传播力模型

本书开篇系统梳理了国内外关于科学精神与科学家精神、场馆传播理论以及全国科学家精神教育基地建设的相关文献,清晰界定了科学家精神教育基地传播力研究的理论基础与核心问题。在此基础上,作者创新性地运用扎根理论方法,通过深度访谈与结构化问卷调查等多元途径收集一手实证数据,并严格遵循扎根理论的三级编码流程(开放性编码、选择性编码、理论性编码)进行系统分析。最终,研究成功构建了包含内容覆盖力、渠道输出力、场馆沉浸力、创意设计力、受众认可度五个核心维度的“科学家精神教育基地传播力模型”。该模型深刻植根于中国本土情境,充

分考量了科学家精神教育基地的独特属性与内在传播规律,不仅为科学家精神传播力的研究提供了原创性的理论视角与分析框架,更在理论范式层面实现了重要突破。

二、现状调查:揭示共性问题,分析深层成因

基于前述构建的传播力模型,本书聚焦湖州四家全国科学家精神教育基地,综合运用问卷调查与深度访谈方法收集实证数据,并借助统计分析技术进行系统研判。研究发现,湖州四家基地的整体传播力水平处于中等偏上水平,但普遍存在若干共性问题:内容覆盖力方面表现为叙事感染力不足,渠道输出力呈现布局单一化,场馆沉浸力受限于互动体验深度,创意设计力则暴露规划前瞻性欠缺。作者进一步剖析了这些问题的深层性根源,具体包括:传播内容深度挖掘不足、数

字化展陈形式应用匮乏、宣传资料设计同质化严重,以及文化活动辐射范围有限等。精准的问题诊断与归因分析为后续提出具有针对性的传播力提升策略奠定了坚实的实证基础。

三、设计提升:多主体协同,着力创新传播方式

针对实证调查揭示的湖州四家全国科学家精神教育基地传播力短板,本书提出了一套从问题解决、资源动员到价值赋能的系统性设计提升策略。该策略体系的核心在于构建多主体协同生态,通过建立政府主导、基地主体、学校参与、企业支撑的联动机制,为科学家精神传播注入持续动力。在传播实践层面,着力推动方式创新与渠道优化双轮驱动:一方面,深度应用新媒体、VR/AR等前沿技术,构建沉浸式、互动式传播场景,显著提升受众体

验与传播效能;另一方面,系统拓展线上线下融合渠道,扩大传播覆盖面的同时增强精准触达能力。值得指出的是,内容建设作为传播根基,需深度挖掘基地科学家精神的时代内涵与地域特色,通过丰富叙事维度与提升内容品质,强化内容覆盖力与核心吸引力。同时,大力提升创意设计力,开发兼具教育价值、实用功能与审美意蕴的系列文创产品,以此延伸传播链条,深化社会影响,最终实现科学家精神传播力与感召力的整体跃升。

综上所述,本书是一部兼具理论深度与实践价值的学术力作,其研究成果为科学家精神的赓续传承提供了重要支撑。在理论建构与创新层面,该研究基于中国本土情境,原创性地构建了科学家精神传播力的理论框架,不仅填补了相关领域的研究空白,更深刻丰富了传播学与文化传承理论的内涵,彰显了鲜明的中国特色。在实践指导与应用层面,本研究通过实证分析提炼出的提升策略,为湖州乃至全国范围内科学家精神教育基地的传播效能优化,提供了极具示范性的实践路径与可推广的可行性方案,对推动科学家精神教育基地的高质量发展具有重要的参考价值与启示意义。