

数智出海：探索与重塑

本报记者 张伟

近年来,越来越多科技企业加入出海大军,开启全球化征程。当前,全球贸易格局深度调整,数智化已成为企业出海的核心竞争力。从传统制造到数智出海,中国科技企业正以数智化为引擎,走向全球舞台。

中国中小企业发展促进中心最新调查数据显示:有近62%的国家级专精特新“小巨人”企业已经开展国际化业务,另有近18%的国家级专精特新“小巨人”企业计划出海。

从“附加题”到“必答题”,近年来,越来越多科技企业加入出海大军,开启全球化征程。

当前,全球贸易格局深度调整,数智化已成为企业出海的核心竞争力。聚焦数智出海新实践、新特点和新趋势等话题,近日,本报记者邀请多位业界人士进行探讨。

实践

数智出海成核心引擎

埃塞俄比亚吉布三水电站被誉为“非洲的三峡工程”。在吉布三水电站控制中心,巨大屏幕上显示着该电站各项运行数据。工程师们在操作台前轻点鼠标,即可对电站的每一个角落进行监控。来自中国的人工智能企业——第四范式(北京)技术有限公司(以下简称“第四范式”)智慧水电系统发挥着保障吉布三水电站安全运营的关键作用。

“以前,我们需要花费大量时间在现场巡检。现在,我们可以实时监控设备状态,快速响应任何异常。”吉布三水电站运营经理介绍说。

记者从第四范式了解到,点亮“非洲的三峡工程”,为几内亚提供绿色能源的“中国方案”等,第四范式用人工智能为“一带一路”共建国家能源发展贡献了独特的“中国智慧”。

“梅卡曼德(北京)机器人科技有限公司(以下简称‘梅卡曼德’)自成立以来,就被定位为全球化企业。截至目前,我们已在全球设立4家子公司,产品出口至50多个国家和地区。”独角兽企业——梅卡曼德创始人兼CEO邵天兰介绍,“我们的核心优势在于自主研发的3D视觉系统和智能算法,这些技术在全球范围内具有领先地位。”

邵天兰认为,新兴市场对智能化解决方案需求激增,成为中国技术输出的核心引擎。同时,生态协同成为全球化关键,梅卡曼德通过与当地合作伙伴共建技术生态,形成“产品+服务+培训”闭环。“人工智能+”作为数智化升级的核心引擎,正推动“中国制造”向“中国智造”跃迁。

“在数智出海的进程中,客户和合作伙伴是我们重要的同行者。更丰富的合

作伙伴生态,能带来更多元的赛道覆盖,为解决出海难题打下基础。”腾讯云计算(北京)有限责任公司(以下简称“腾讯云”)相关负责人举例介绍说,在助力数智出海上,腾讯云搭建了自己的出海生态联盟,成员覆盖数字营销、出海服务、跨境电商、支付工具、社交娱乐多个领域。无论是面向消费者的产品或服务(ToC)还是企业之间进行的销售和商务活动(ToB),都是基于出海业务全场景能力,腾讯云与出海生态联盟成员联合打造了从平台即服务(PaaS)到软件即服务(SaaS)的多种解决方案。

“不出海,就出局。”曾在国际燃气联盟(IGU)任职多年的名气家投资有限公司高级副总裁刘钊彦分析指出,出海已成为中国企业开辟第二增长曲线的重要途径。随着数字化转型浪潮不断深入,数字化、智能化已成为驱动企业出海的核心引擎。

解析

数智出海的探索与重塑

在刘钊彦看来,从传统制造到数智出海,在数字经济与智能经济蓬勃发展的当下,中国科技企业正经历探索与重塑,从“追赶者”蜕变为“定义者”。

“中国科技企业的出海历程经历了‘产品出口—技术输出—生态赋能’3个阶段。”果栗智造(上海)技术股份有限公司(以下简称“果栗智造”)董事长兼总经理池峰认为,中国科技企业出海,早期依赖成本优势(如低价设备),如今则以“技术壁垒+服务增值”强化竞争力。以果栗智造为例,其磁悬浮传输技术替代传统皮带/链条模式,不仅提升效率(速度达5m/s以上),更通过智能工厂规划帮助客户实现“黑灯工厂”转型,这是从“卖设备”到“卖生产力”的质变。

池峰说,这一进化背后是全球产业链重构的必然选择:欧美推动“近岸外包”,新兴市场渴求“跨越式发展”,中国企业则通过数智化方案,推动柔性制造模式在海外市场抢占高地。“果栗智造从技术研发到行业解决方案的每一步进化,都呼应了全球制造业向敏捷化、绿色化升级的趋势。”

“从传统制造到数智出海,不仅是商业模式的升级,更是中国科技企业全球竞

争力的重构。”中科搏锐(北京)科技有限公司(以下简称“中科搏锐”)市场总监张立培认为,过去,中国制造依靠成本优势和规模化生产占据国际市场,但今天,数智出海的核心在于“技术定义需求”。

以中科搏锐医疗科技为例,传统模式下大多数中国科技企业只能出口医疗设备,而中科搏锐无创脑血氧监护设备在海外医院落地时,不仅提供硬件,还结合人工智能(AI)实时分析脑血氧数据,帮助医生快速决策。“这背后是算法、数据和服务的深度融合。”张立培说。

在邵天兰看来,从传统制造到数智出海,是中国制造业转型升级的重要标志,也是全球产业链重构背景下企业发展的必然选择。传统制造依赖低成本和劳动力优势,难以应对智能化升级和市场需求动态变化的双重挑战。中国科技企业需以数字化与智能化为引擎,从“产品出海”迈向“生态出海”,通过技术升级与组织变革,逐步在全球市场中占据更有利的位置。

为培育更多数智出海先锋,北京中关村高新技术企业协会会员中心主任常莉呼吁,需要4方面助力。如,政策支持方面,希望政府牵头建立“出海企业一站式服务平台”,整合法律、税务、知识产权等资源,简化跨境审批流程;金融赋能方面,建议设立“数智出海专项基金”,提供低息贷款、风险补偿,缓解中小企业资金压力;生态协同方面,呼吁社会组织/行业协会搭建“出海企业联盟”,共享当地化经验、供应链资源与合规信息;人才储备方面,联合高校开设“跨境数字人才班”,培养兼具技术能力与跨文化沟通的复合型人才,建议企业与海外高校建立实习基地,提前储备本地化团队。

展望

共赴出海新未来

“与2024年相比,2025年中国科技企业出海呈现出‘卷’‘深’‘精’新局面。”谈到新变化,常莉分析指出,“卷”,就是出海企业数量激增,赛道竞争加剧。2025年出海的市场会更加拥挤。“深”,即当地化运营从表层适配转向深度融合,企业需深入理解海外目标市场的本土文化、政策法规及用户习惯。“精”,是指精准选择细分赛道,要避免与海外巨头

正面交锋。

“如今,企业出海不仅需要考虑市场需求及出海模式转变,也要应对激烈的国际竞争、复杂的地缘政治、日趋严格的监管合规要求等新趋势。”刘钊彦分析指出,中国企业出海势头正盛,安全合规成为中国企业适应国际环境的主要驱动力。基于此,她建议,中国科技企业出海不仅要加强安全合规管理,还要坚持技术创新,同时要落实当地化运营策略。“中国企业必须以开放的心态,拥抱多元文化,用科技语言讲好中国故事。”

赛智产业研究院院长赵刚提出,数智领域都是新兴产业,出海企业面临着算力投资大、技术变化快、合规要求高等挑战。因此,出海企业要进行全面规划,既要加强产业链协同,围绕生产线投资、算力供给、数据治理、算法适配、应用场景拓展等,加强与全球合作伙伴的高效协同;也要统筹发展和安全,注重对当地法律法规的了解,保证在隐私保护、数据安全、伦理等方面的合规。

北京社会科学院副研究员王鹏认为,协同作战、抱团出海是中国科技企业数智出海的必然选择。全球商业环境复杂多变,单一企业难以应对文化差异、法规遵从、供应链管理等挑战。通过联盟营销、独立站与线下门店联动、全渠道会员运营等模式,企业可实现精准获客和客户生命周期价值提升。例如,广州希音国际进出口有限公司(SHEIN)、拼多多(上海)网络科技有限公司通过“小单快反”模式助力湖州市织里镇童装产业带实现出口额翻倍。

“过去是‘卖衬衫换飞机’,今天是用数据链、产业链换话语权、定价权。”长期研究和服务中国产业链出海的沣塔创新智库专家梁骁认为,当中国企业开始主导“需求定义→技术研发→生产制造→品牌运营”全周期闭环,标志着中国企业出海正在经历从“中国制造”到“中国智造”的范式转换。未来也会有更多中国科技企业为世界所熟知。

而在数智出海最被看好的新兴市场中,东南亚、拉美、印度、中东及非洲等地区,被众多业内人士“划重点”。同时,他们还建议,中国科技企业不只要做“出海”,还要做“入海”,要融入全球创新毛细血管,尊重海外当地文化和政策,真正服务海外市场,引领国际创新。

