

2021 年中国数字贸易发展报告

（简版）

鼎韬产业研究院

2022 年 5 月

目 录

第一章 数字贸易的发展现状-----	1 -
第一节 数字经济推动数字贸易加速发展-----	2 -
第二节 数字贸易天然是服务贸易-----	3 -
第三节 可数字化交付的服务贸易-----	5 -
第二章 数字贸易的规模测度-----	7 -
第一节 鼎韬数字贸易规模的测度方法-----	8 -
第二节 数字渗透率的评估-----	15 -
第三章 2021 年度中国数字贸易发展情况-----	17 -
第一节 2021 年中国数字贸易规模 18543.9 亿元----	18 -
第二节 2021 年服务贸易的数字渗透率为 0.347-----	22 -
第三节 中国数字贸易发展态势总体向好-----	26 -

前言

数字贸易的数据统计是一直以来困扰全球产业发展的难题之一。数字贸易的规模统计是研究分析各经济体数字贸易发展水平及其国际市场地位的重要依据，其全面性、准确性对于产业发展的重要性不言而喻。

然而，作为一个全新的贸易领域，目前全球并没有公认的数字贸易统计标准体系，即使提出数字贸易定义的机构，无论是 WTO 还是各国政府，也没有建立相应的数据统计体系，这就造成对于数字贸易的统计也缺乏统一的数字标准。

数字贸易的数据统计测度，首先必须明确数字贸易的概念内涵和外延。数字贸易测度与数字贸易的关系是：概念决定测度范畴，测度范畴决定测度方法；反过来，数字贸易测度结果有助于对数字贸易概念加深理解。

鼎韬自 2019 年开始对数字贸易进行系统研究和思考，并发布系列研究报告。其中，《全球化 4.0：数字贸易时代的到来》首次系统性提出数字贸易的定义和分类，将数字贸易分为数字技术贸易、数字内容贸易、数字产品贸易、数字服务贸易、数字平台贸易和数据贸易六大门类。《以管窥豹：数字贸易统计与测度研究》对数字贸易的测度方法和数字贸易统计的可行路径进行了全面的分析，并提出数字贸易的计算方法和计算原则。

基于鼎韬“数字渗透率”评价指标体系及计算方法，

2020-2022 年，鼎韬针对我国近 2000 家数字贸易重点企业进行了专题调研，企业行业分布涵盖服务贸易十一大细分领域（除政府服务外），以及服务外包（ITO、BPO 和 KPO）、中医药服务、数字技术服务、数字内容服务和数字中介平台服务等特色服务贸易领域和产业新兴业态。企业类型涵盖总部和集团等大型企业，行业领军及骨干型企业，以及创新型中小企业等。在调研过程中，综合应用了问卷调研、电话及在线交流、实地访谈等多种方式，获取企业一手样本数据，应用统计模型计算评估，最终测算得出近三年来我国数字贸易的总体规模，以及我国服务贸易的数字渗透率指数。

鼎韬数字贸易统计测度专题研究，力图在我国现有统计制度和统计方法下，全面、系统、科学的建立数字贸易统计体系，形成重要的创新成果和实践经验，为深化服务贸易创新试点，推动服务贸易，尤其是数字贸易的发展提供重要的数据支撑。同时，也欢迎就数字贸易的发展和统计方法，同行业内机构和朋友展开沟通和探讨！

鼎韬产业研究院

2022 年 5 月

第一章 数字贸易的发展现状

全球经济正在迈向数字化新时代。在数字经济的浪潮下，数字技术正在改变贸易的形态（贸易的数字化）和贸易的内容（数字的贸易化），推动全球贸易跨入第三阶段，即数字贸易阶段。据麦肯锡预计，今后 10 至 15 年内，数字贸易会出现 25%左右的高速增长率，20 年后世界贸易将形成货物贸易、服务贸易、数字贸易三分天下的格局。以数字技术、数据流动和数字化交付为核心特征的数字贸易，正在重构国际贸易规则 and 标准。在“双循环”新发展格局下，数字技术广泛渗入生产、流通、消费环节，数字服务新业态新模式不断涌现，产业深度融合加速，制造服务化、服务数字化外包化进程加快，一场深刻的贸易革命正在推进。

当前，我国正处于从贸易大国向贸易强国转型升级的关键阶段。党的十九大提出要建设“数字中国”，“十四五”规划要求“加快数字化发展”。2020 年认定了第一批 12 个国家数字服务出口基地。国家主席习近平在 2020 年和 2021 年两届中国国际服务贸易交易会全球服务贸易峰会的致辞中，先后提出要“助推服务贸易数字化进程”，以及“将加强服务领域规则建设，支持北京等地开展国际高水平自由贸易协定规则对接先行先试，打造数字贸易示范区”。《“十四五”服务贸易发展规划》明确将“大力发展数字贸易，加强国家数字服务出口基地建设，布局数字贸易示范区。”

第一节 数字经济推动数字贸易加速发展

在数字技术革命背景下，我们正进入一个被称为“全球化 4.0”的数字驱动的全球化新时代。数据成为全新的关键生产要素，数字技术和数字产品正形成全新的全球价值链，是未来推动经济全球化的主导力量。从世界的范围来看，数字经济将全面影响人类生活的方方面面，而数字经济则催生出了另一个全球化的新概念“数字贸易”。

数字贸易的兴起源于数字经济，数字产业的壮大和数字贸易的繁荣，支撑起数字经济的蓬勃发展。数字产业的发展壮大离不开数字贸易，数字贸易是数字经济循环系统的关键环节和传导机制。而决定一国开展跨境数字贸易的根源在其数字产业竞争力强弱。数字产业是数字贸易的基础，没有强大的数字产业，就不会有数字贸易的高速发展；数字贸易是数字产业的支撑，没有数字贸易的推动，数字产业也就缺乏国际化的背景和支撑，闭门造车，很难跟上国际潮流发展，最终陷入封闭状态。

近年来，中国数字经济发展保持强劲发展态势，计算机和信息服务等数字服务贸易大幅增长，全面赋能生产、投资、消费、贸易复苏增长，数字经济新动能作用持续增强。据有关机构数据显示，2011 年至 2020 年的 10 年间，中国数字经济规模总量增长 4.12 倍，年复合增长率高达 17.06%。2020 年中国的数字经济规模达到 39.2 万亿元，占 GDP 比重高达 38.6%。截止到 2021 年末，中国数字经济及相关产业规模预计

达到 42.4 万亿元,环比去年增长 8.2%。包括广东、江苏、山东等 13 个省市数字经济规模超过 1 万亿元;北京、上海数字经济占 GDP 比例超过 50%。可以说,数字经济已经成为中国高质量发展的重要“引擎”。

作为中国经济未来十年乃至更长时间内的主要驱动力,数字经济的战略地位也一再被抬高。根据国务院印发的《“十四五”数字经济发展规划》(以下简称《规划》),到 2025 年数字经济核心产业占 GDP 的比重要达到 10%,2020 年数字经济核心产业占 GDP 的比重为 7.8%。按绝对数值计算,到 2025 年数字经济核心产业的产值大概为 15 万亿元,是 2020 年的两倍以上,新增产值接近 10 万亿元。

需要指出的是,这仅仅是数字经济核心产业的产值,一般意义上讲,核心产业包括数据中心、软件、5G 通信、物联网硬件等支撑性产业,而如果加上数字产业化应用,则其产值为核心产业的 5 倍左右。也就是说,加上互联网平台经济这些数字产业应用,到 2025 年整个数字经济的产值将达到 75 万亿元左右,基本为 GDP 总量的 50%,而目前这一数据只有 30% 左右。

第二节 数字贸易天然就是服务贸易

纵观全球针对数字贸易的研究可以发现,在统计上基本都是基于服务贸易展开,这是因为在相当程度上,数字贸易本质上就是服务贸易的数字化;一方面服务贸易十二大领域

的数字化转型为数字贸易提供了现实的基础，而另一方面，数字经济发展所产生全新数字服务领域又丰富并扩大了服务贸易的内涵和外延。可以说，数字贸易天然就是服务贸易，而服务贸易并不天然就是数字贸易。

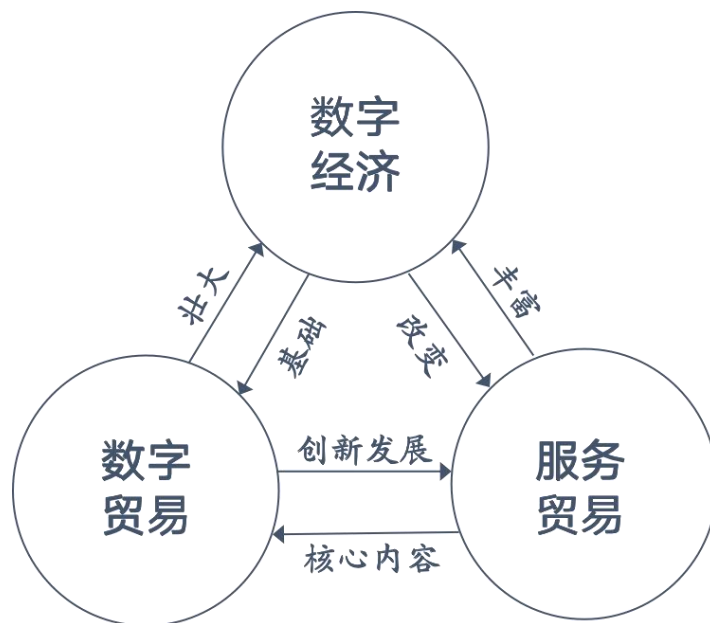


图 1-1 数字经济、服务贸易和数字贸易的关系示意图

资料来源：鼎韬产业研究院

根据商务部统计数据，2021 年，我国服务贸易持续快速增长，全年服务进出口总额达 52982.7 亿元（人民币，下同），同比增长 16.1%；其中服务出口 25435 亿元，增长 31.4%；进口 27547.7 亿元，增长 4.8%。服务出口增幅大于进口 26.6 个百分点，带动服务贸易逆差下降 69.5%至 2112.8 亿元，同比减少 4816.5 亿元，为 2011 年以来的最低值。

与 2019 年同期相比，服务进出口下降 2.2%，两年平均下降 1.1%，其中出口增长 30%，两年平均增长 14%；进口下降 20.4%，两年平均下降 10.8%。12 月当月，我国服务进出口总额 6197.3 亿元，同比增长 28.6%。

运输服务进出口大幅增长。运输服务伴随货物贸易的高速增长大幅增长。2021 年，运输服务进出口 16821.5 亿元，增长 61.2%，其中运输服务出口 8205.5 亿元，增长 110.2%，运输服务进口 8616 亿元，增长 31.9%，成为服务贸易十二大领域中增长最快的领域。金融服务，电信计算机和信息服务进出口增速分别为 31.1%和 19.3%。

旅行服务进出口继续下降。新冠肺炎疫情对旅行服务进出口的影响仍在持续。2021 年，我旅行服务进出口 7897.6 亿元，下降 22.5%，其中出口下降 35.7%，进口下降 20.9%。剔除旅行服务，2021 年我国服务进出口增长 27.2%，其中出口增长 35.6%，进口增长 18.3%；与 2019 年同期相比，服务进出口增长 30.9%，其中出口增长 43.8%，进口增长 18.1%。

第三节 可数字化交付的服务贸易

在数字贸易的规模测算方面，目前一个比较通行的做法是采用“可数字化交付的服务贸易”指标，源自格立姆-UNCTAD 测度法。

格立姆-UNCTAD 测度法由美国商务专家 A N Grimm 在 2016 年提出，该方法基于数字贸易概念窄口径统计了信通服

务、潜在信通赋能服务与非潜在信通赋能服务；贸易和发展会议（UNCTAD）在《国际收支和国际投资头寸手册（第六版）》

格立姆-UNCTAD 测度法本质上是采用**数据替代**方法，即通过定义“可数字化交付的服务贸易”，依据现有服务贸易统计体系，将其中保险和养老金服务，知识产权使用费，电信、计算机和信息服务，个人、文化和娱乐服务，金融服务和其他商业服务六个门类的规模汇总来统计和计算数字贸易的规模。

国内应用格立姆-UNCTAD 测度法衡量数字贸易规模的主要实践是商务部服贸司和中国信通院。中国商务部在《中国数字贸易发展报告 2019》《中国数字贸易发展报告 2020》以及中国信通院在《数字贸易发展白皮书（2020 年）：驱动变革的数字服务贸易》中所采用的也是同样的统计方法。商务部研究院服务贸易研究所编印的内部读物也持同样的看法。

商务部服贸司将数字可交付服务称为可数字化服务。2019 年中国商务部首次开展数字贸易统计数据，它与 UNCTAD 的数字可交付服务口径保持一致。根据商务部统计口径，2021 年，我国可数字化交付的服务贸易进出口 23258.9 亿元，增长 14.4%。其中，数字服务出口 12623.9 亿元，增长 18%；出口增长较快的领域是个人文化和娱乐服务，知识产权使用费，电信计算机和信息服务，分别增长 35%、26.9%、

22.3%。数字服务进口 10635 亿元，增长 10.4%；进口增长较快的领域是金融服务和保险服务，增速达 57.5%和 21.5%。

但是，“可数字化交付的服务贸易”只能作为一个趋势性指标，其核心问题在于一方面“可数字化”不代表已经数字化，其中的贸易规模并不都是数字贸易；另一方面数字平台赋能的贸易、其他新兴的数字贸易领域以及服务贸易未涵盖的其他领域中也有大量的数字贸易规模没有纳入计算范围，因此统计数据不足以精确描述数字贸易的真实情况。

第二章 数字贸易的规模测度

数字贸易作为全新的贸易领域，通过我们对全球数字贸易的定义研究可以发现，全球对于数字贸易并没有公认的统一定义，即使提出数字贸易定义的机构，也对其统计核算口径存着理解上的偏差，导致全球范围内没有一个统一认可接受的核算标准和统计体系。这不但是鼎韬面临的难题，同样也是全球所有机构组织面临的难题，主要困难在于数字贸易的范畴（宽窄口径）界定尚未达成一致意见，数据的获取和数据的价值难以量化，全口径数据的统计困难等。

通过对目前全球和中国对于数字贸易规模测度的实践，可以发现目前的测度均处于尝试阶段，并没有建立起科学可行、为行业公认的数字贸易统计测度体系和方法。鼎韬认为，在当前的一个时期内，数字贸易统计的最为直接有效的方式在于测度，即建立更为科学有效地调整因子，基于“可数字

化服务”测度数字贸易的规模。

第一节 鼎韬数字贸易规模的测度方法

鉴于服务贸易的 12 个品类具体数据都存在于国际收支表的经常项目统计中，数据获得直接有效，因此联合国贸易和发展会议、OECD、WTO 等国际组织、美国商务部经济分析局(USBEA)和中国商务部服贸司等均采用可数字化服务贸易作为测度数字贸易规模的主要指标。虽然可数字化交付的服务贸易并不都是数字贸易，而数字平台赋能的贸易等数字贸易领域也没有涵盖在以上六个门类中，统计数据不足以精确描述数字贸易的真实情况，但是在目前数字贸易的起步阶段，属于最为有效的行业统计方法，其得出的结论和数据反映的趋势仍然可以为数字贸易发展提供足够的说明和方向指引。

在无法获得数字贸易各细分领域统计数据的情况下，利用联合国贸发会议“可数字化服务贸易”的统计过于宽泛，可以作为一个趋势性指标，但无法精确反映数字贸易的真实状况；而鼎韬建立的数字贸易统计体系，涉及到大量的基础统计工作，在短时间内会遇到数据采集的困难。是否可以在这二者之间找到一个更接近真实数据的数字贸易统计体系，就成为当前发展数字贸易的核心问题。因此，国内诸多机构均可数字化服务测度的基础上，希望通过针对服务贸易各细分领域构建数字化调整因子，获得更为精确的数字贸易测度结果。

通过对各机构调整因子设置的研究，我们发现在统计范围和因子设置方面存在着如下问题：

（1）测度范围不准确。目前的测度范围要么是针对可数字化服务的六大类服务进行测度，要么是针对服务贸易全部十二大门类进行测度，范围过小又过大，均不能真实反映数字贸易的实际；

（2）调整因子不准确。当前数字化调整因子一般都以企业调研数据为基础，一旦指标体系过大或者过于复杂，则导致实践中数据获得困难。此前，工信安研提出的数字贸易测度“融合比法”（Method of Integration Ratio），调整因子为企业在线销售率，完全基于数字订购作为判断是否为数字贸易的标准，忽视了数字交付这一更为核心的指标，造成测度不准确；某城市提出的以数字化率或“有效赋能”比率作为调整因子，希望衡量数字技术在贸易实现过程中的贡献程度，最终表现为贸易额中数字技术的贡献比例，更有待商榷。因为数字技术有效赋能带动贸易效率和质量提升是一个非常宽泛的命题，也是无法确切判断的问题。通过典型企业调查来测度“有效赋能”比率，在实践上具有很大的不确定性。

尽管存在以上问题，但通过科学界定测度和产业范围，合理设置调整因子，明确数据来源，不失为在当前情况下最为可行有效的数字贸易测度方法。有鉴于此，鼎韬以数字订购比&数字交付比作为调整因子构建数字贸易规模测度体系，即在当前难以获得数据来源的现状下，立足现有服务贸易和服务外包的统计制度获取数据，引入数字渗透率的调节

因子，通过数字贸易规模测度方法测算得出数字贸易规模。

通过企业调研统计获得的样本数据，利用统计模型计算来评估服务贸易每个领域的数字渗透率，获得服务贸易中数字贸易所占的比例，从而可以更加科学精准的对数字贸易的规模进行计算和评估。

首先将统计范围内的服务贸易和离岸外包细分领域分成数字贸易化部分和贸易数字化部分。

所谓数字贸易化部分，就是指在现有服务贸易统计中，完全基于数字技术实现的贸易，包括 ICT 服务贸易（电信、计算机和信息服务）和离岸数字服务外包。这两部分内容都有明确的统计体系，可以获得直接的贸易数据。

所谓贸易数字化部分，就是数字服务贸易中的其他七大领域，其中包含了数字贸易的内容和非数字贸易的内容，统计的关键就在于如何建立一套相对科学的评估体系，在现有统计数据的基础上，获得这些领域中的数字贸易部分的比例，从而能够估算得出数字贸易的规模，即利用数字渗透率进行测度。

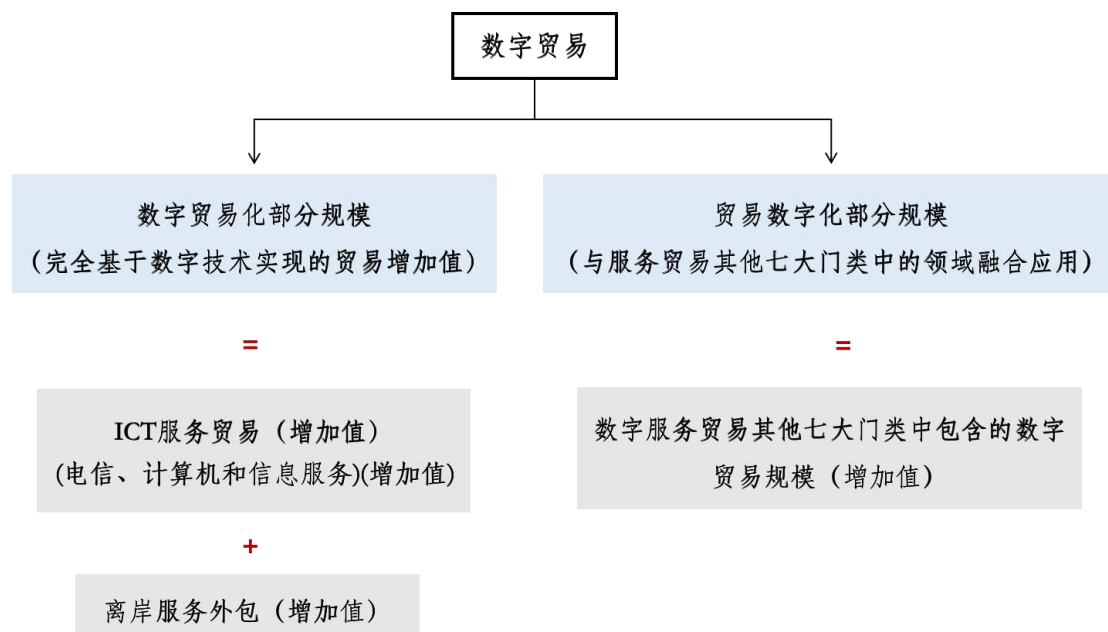


图 2-1：鼎韬研究院对数字贸易统计的逻辑

（一）数字贸易额

在 EBOPS 2010 服务贸易统计分类基础上，将数字服务贸易额分为 ICT 服务贸易额、离岸数字外包服务额、其他服务贸易中的数字贸易额。具体计算公式如下：

数字贸易额=ICT 服务贸易额+离岸数字服务外包服务额+其他服务贸易中的数字贸易额

1. ICT 服务贸易额

ICT 服务是数字技术的核心和数字应用的基础，包括电信计算机和信息服务。本方法将电信计算机和信息服务贸易额全额纳入数字服务贸易统计。具体计算公式如下：

ICT 服务贸易额=电信、计算机和信息服务贸易额

2. 离岸数字服务外包额

根据商务部服务贸易统计制度和分类中，离岸服务外包中的数字化部分进行计算。具体计算公式如下：

离岸数字服务外包额=离岸信息技术外包额+离岸知识流程外包额中的文化创意和数字内容中的数字内容外包额+离岸业务流程外包额中的互联网营销推广服务中的互联网媒体服务额+离岸业务流程外包额中的呼叫中心服务中的智能客服额

3. 其他服务贸易中的数字贸易额

通过数字渗透率将包含在数字服务贸易中的其他七大类服务贸易中以数字交付和数字订购的服务规模纳入数字贸易统计范围。具体计算公式如下：

其他服务贸易中的数字贸易出口额=保险和养老金服务贸易额×数字渗透率 E_1 +金融服务贸易额×数字渗透率 E_2 +建筑服务贸易额×数字渗透率 E_3 +个人文化和娱乐服务贸易额×数字渗透率 E_4 +其他商业服务贸易额×数字渗透率 E_5 +运输服务贸易额×数字渗透率 E_6 +知识产权费服务贸易额×数字渗透率 E_7

其他服务贸易中的数字贸易进口额=保险和养老金服务贸易额×数字渗透率 I_1 +金融服务贸易额×数字渗透率 I_2 +建筑服务贸易额×数字渗透率 I_3 +个人文化和娱乐服务贸易额×数字渗透率 I_4 +其他商业服务贸易额×数字渗透率 I_5 +运输服务

贸易额×数字渗透率 I_6 +知识产权费服务贸易额×数字渗透率 I_7

表 2-1 基于服务贸易数字渗透率的数字贸易统计测度目录

数字服务贸易类型	服务贸易类型	细分服务贸易类型	纳统方式
ICT 服务贸易	电信计算机和信息 服务	电信服务	全额纳入
		计算机服务	
		信息服务	
离岸服务外包	信息技术外包	全部	其中离岸部分全额纳入
	业务流程外包	互联网媒体	其中离岸部分全额纳入
		智能客服	其中离岸部分全额纳入
	知识流程外包	大数据服务	其中离岸部分全额纳入
其他服务贸易	保险和养老金 服务	寿险	通过分别测算服务出口的数字渗透率 E_i ，服务进口的数字渗透率 I_i ，将数字化交付部分全额纳入
		非人寿险	
		再保险	
		标准化担保服务	
		保险辅助服务	
	金融服务	除保险和养老金服务之外的金融中介和辅助服务	
个人文化	视听和相关服务		

	和娱乐服务	教育服务
		医疗服务
		其他文化和娱乐服务
	其他商业服务	研发成果转让费及委托研发
		法律、会计、广告等专业和管理咨询
		技术服务
		经营性租赁服务
		货物或服务交易佣金及相关服务
		办事处、代表处等办公经费
		上述未提及的其他商业服务
	知识产权费	其他未涵盖的知识产权费
	运输	海运
		空运
		其他运输方式提供的服务
		邮政及寄递服务
建筑	境外建设	
	境内建设	

（二）数字贸易的统计方法

数据来源：完全依托现有服务贸易和服务外包统计体系获取基础数据；

指标测度：在重点服务贸易企业统计监测中加入数字化交付比统计，分别针对进口企业和出口企业统计企业直接通过数字化交付或数字化方式获取的服务贸易额；

以直接统计企业数据为样本，利用服务贸易的数字渗透率指标对数字贸易规模进行测度。

统计数据去重。现有服务外包统计中，尤其是 ITO 与服务贸易统计中的“电信、计算机和信息服务”有重合，在数据统计过程中需要做去重处理。

第二节 数字渗透率的评估

所谓数字渗透率，即完全以数字化形态交付和数字化手段订购的服务贸易金额占企业全部服务贸易金额的比例。

服务出口计算公式： $\text{数字渗透率} = \frac{\text{完全数字化交付和数字化订购跨境服务总收入}}{\text{全部跨境服务收入}}$

服务进口计算公式： $\text{数字渗透率} = \frac{\text{完全数字化获取和数字化订购跨境服务总支出}}{\text{全部跨境服务支出}}$

数字渗透率主要评估企业为客户提供的最终服务中数

字化的情况。传统服务贸易的基础在于以人工为主要交付形态。因此评估数字化交付的关键在于是否以人工交付。服务的数字化本质是技术取代人工的过程。企业为客户提供的最终服务，可以分为数字化交付和非数字化形态交付两种。数字化交付，即企业为客户提供的服务完全通过互联网以数字化形态提供。非数字交付的服务，是指仍然需要通过人工或者以人工为主要载体提供的服务。

例如，在软件服务中，以远程模式进行软件开发，通过互联网为客户提供开发代码就属于数字化交付；以派遣模式将开发人员在客户现场提供服务则属于非数字化交付；在呼叫中心服务中，通过智能客服以平台或语音机器人提供的服务属于数字化交付，而以传统人工坐席方式提供的服务则属于非数字化交付；在金融服务中，通过网上银行、APP 等提供的属于数字化交付，通过营业厅柜台等形式提供的服务属于非数字化交付。

“服务贸易的数字渗透率”建立的核心思路在于：在暂时无法获得全行业统计数据的情况下，通过企业调研和样本采集获得足够数量的企业样本数据，利用统计模型和指标体系的建立，首先获得单个企业服务贸易总额中的数字渗透率，从而计算得出单个企业数字贸易的规模和占服务贸易总额中的比例；进而将同行业所有企业的数字渗透率汇总，通过建立加权模型计算得出某一行业整体的数字渗透率水平，从而可以计算得出该行业的数字贸易规模和占该行业服务贸易总额的比例。

“服务贸易的数字渗透率”从评价内容角度，运用国际上常用的德尔菲法（Delphi 法）和层次分析法（AHD 算法），合理分配权数。然后根据指标设定、数据与数据处理、权数赋值，建立了数学模型。

从评价对象角度，该体系分为企业测度（微观评价），针对细分领域的行业测度（中观评价）和服务贸易数字化总体规模测度（宏观评价）三个层级。其中，企业测度是渗透率评价体系的基础，利用与企业测度相同的指标体系，采用行业数据计算各指标数值得出细分行业的数字渗透率水平，再采用全行业数据计算各指标数值，得出服务贸易整体数字化发展规模测度。

服务贸易总体数字贸易数值=各细分领域数字渗透率指标数值乘以权重（分项服务贸易数据占总金额的比例）

第三章 2021 年度中国数字贸易发展情况

应用“服务贸易的数字渗透率”评价体系，鼎韬于 2020-2022 年针对北京、上海、天津、广东、江苏、浙江、山东等省市地区的近 2000 家服务贸易企业进行了专题调研。

企业行业分布涵盖服务贸易十一大细分领域（除政府服务外），以及服务外包（ITO、BPO 和 KPO）、中医药服务、数字技术服务、数字内容服务和数字中介平台服务等特色服务贸易领域和产业新兴业态。企业类型涵盖总部和集团等大型企业，行业领军及骨干型企业，以及创新型中小企业等。

在调研过程中，综合应用了问卷调研、电话及在线交流、实地访谈等多种方式，对企业调研数据进行多论核实、验证，排除不合理数据，力图最大程度的全面、真实、客观和准确的评估当前我国服务贸易的数字化升级和发展情况。

第一节 2021 年中国数字贸易规模 18543.9 亿元

根据近 2000 家的企业调研测算数据结果显示，2021 年我国数字贸易规模 18543.9 亿元，同比增长 40.1%。

（一）数字贸易规模稳步提升

应用“服务贸易的数字渗透率”评价体系，采纳对 2019 年到 2021 年我国调研服务贸易企业的样本数据分析结果，结合我国商务部、统计局等国家部委公布的我国数字经济、服务贸易和服务外包的相关统计数据，我们最终测算得出 2019 年-2021 年我国数字贸易的进出口规模从 15704.3 亿元增至 18543.9 亿元。

近两年数字贸易的稳定增长一方面受益于数字技术的快速发展。另一方面，2020 年以来全球新冠肺炎疫情的爆发和持续蔓延，限制了全球人员流动，大量依赖面对面的传统贸易被迫转移到了线上，也进一步加速了数字贸易的发展，并催生出了大量数字贸易新模式新业态。数字办公、远程医疗、线上教育、线上会议、数字政务、社交媒体、线上影院、短视频、数字旅游等各种数字服务业态和生活性数字服务正呈快速发展之势，市场规模、服务使用量增速远远超

出过去几年。2021年，我国数字贸易同比增速达到40.1%，高于服务贸易同比增速（16.0%）24.1个百分点。面对当前纷繁复杂的国际政治经济形势，数字贸易展现出更强的抗冲击性和巨大的发展潜力，对全国服务贸易的快速复苏和拉动作用愈发明显，已成为我国数字经济和服务贸易发展的重要领域和新引擎。

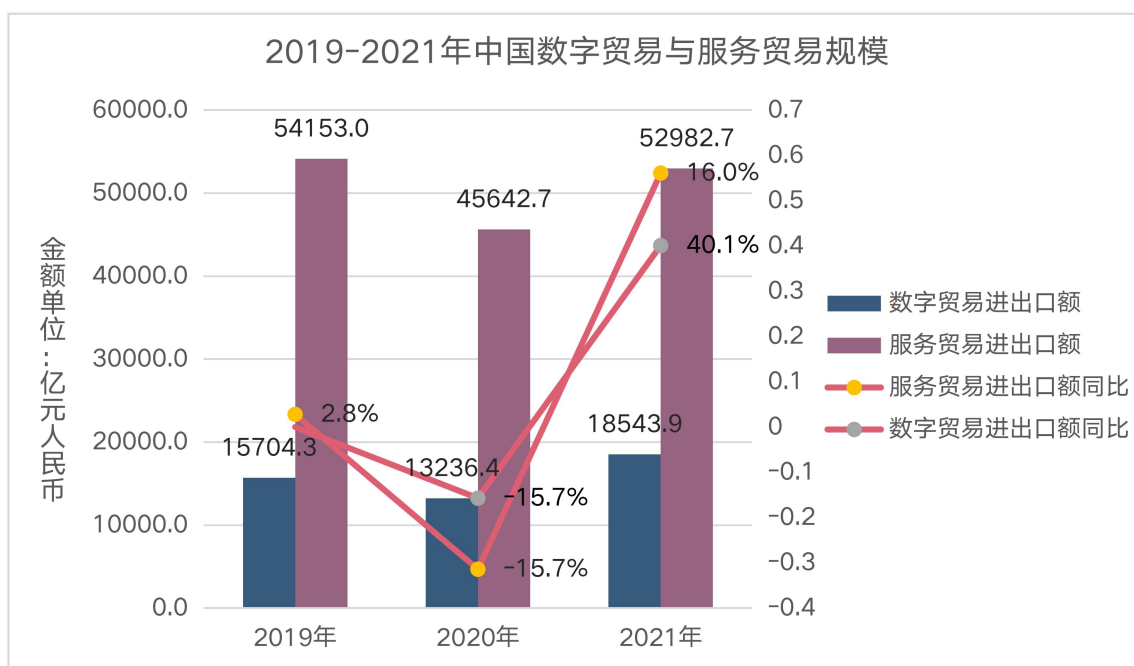


图 3-1 2019-2021 年中国数字贸易与服务贸易规模

（二）数字贸易经济拉动作用明显

数字经济是数字贸易发展的重要基础，数字贸易是数字经济的重要组成部分。数字贸易以数字技术作为技术支撑，只有在数字经济的基础上，才有数字贸易的发展。数字经济的五大基础性技术对数字贸易发展产生较大影响。云存储和

计算服务为服务的上线、上云提供支持，推动形成“云端经济”生态，催生出众包、云外包、平台分包等新模式新业态。数字平台服务是数字经济和数字贸易高效有序运转的重要支撑，其提供了一种将有关当事人聚集在一起在线互动的机制，为数据、商品和服务的供需对接，以及研发、设计、制造等的分工协同提供支持。人工智能服务推动数字服务智能化发展，提升数字服务自动化、智能化水平。5G 网络服务催生新应用场景和数字服务需求，推动新的数字服务产业出现、发展和全球化分工。区块链服务构筑安全、可信贸易环境，为数据、数字产品和数字服务的贸易提供保障。

在“双循环”新发展格局下，我国超大规模市场优势得到进一步强化，国内大循环将对高质量服务进口形成强大需求，国际大市场将对数字服务出口形成强大支撑。2021 年服务业占国内生产总值的比重 53.3%，人均 GDP1.2 万美元，人民群众对优质服务的需求日益增长，产业结构升级对研发、设计等生产性服务业领域的贸易需求日益提升；消费结构升级对教育、医疗、健康、旅游、文化、信息等生活性服务业领域的数字服务需求日益加大。

数字贸易的快速发展对于拉动出口增长，提升中国数字经济的国际竞争力，带动数字技术和标准出口具有重大意义。2021 年，我国数字贸易实现快速增长，进出口规模 18543.9 亿元，占数字经济比重为 4.4%；数字贸易同比增长 40.1%，高于数字经济同比增速（8.2%）32 个百分点，对数字经济的拉动作用呈上升趋势。当前，中国数字经济的发展进入快车道。国务院 1 月印发的《“十四五”数字经济发展

规划》，明确提出到 2025 年数字经济核心产业增加值占 GDP 比重达到 10%。数字经济的快速发展也将为数字贸易，尤其是数字服务出口能力的提升提供更强的动力。

数字贸易与对外贸易相互赋能。近年来，中国推动数字产业化和产业数字化进程持续加快，对外贸易尤其是服务贸易获得数字技术有效赋能，呈现快速增长态势，数字贸易带动作用进一步凸显。2021 年，中国对外贸易 44.4 万亿元，同比增长 20.9%。数字贸易规模占对外贸易规模的比重为 4.2%，数字贸易增速（40.1%）高于对外贸易 19 个百分点。需要强调的是，数字贸易的规模是以窄口径去计算，采用的是根据数字化手段进行订购和交付的范畴，而货物贸易中通过在线数字平台进行交易的部分，并未纳入数字贸易规模里计算，如果将这部分加入进来，数字贸易占对外贸易的比重会有非常大的提升。

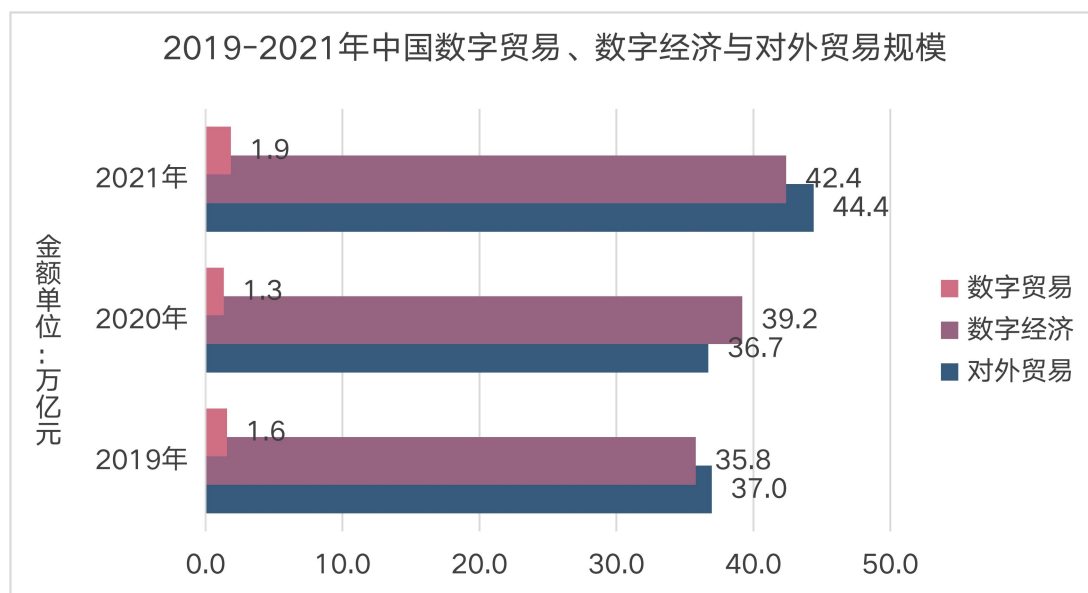


图 3-2 2019-2021 年中国数字贸易、数字经济与对外贸易规模

第二节 2021 年服务贸易的数字渗透率为 0.347

基于数字贸易进出口规模，我们进一步测算得出 2021 年服务贸易重点领域的数字渗透率达到 0.347，较 2020 年的 0.29 提高了 5.7 个百分点。

表 3-1 重点细分领域的数字渗透率水平

重点细分领域	数字渗透率
个人、文化和娱乐服务	0.42
知识产权使用费	0.41
金融保险服务 ¹	0.34
其他商业服务	0.33
运输服务	0.26
建筑服务	0.25

（一）知识密集型服务领域仍有较大提升空间

知识密集型服务贸易是数字贸易的重要组成部分，当前可数字化交付的服务贸易的统计范畴就是知识密集型服务贸易的六大领域。2021 年，我国知识密集型服务实现快速发

¹ “金融保险服务”因调研采集样本影响，将“金融服务”及“保险和养老金服务”合并分析。

展，根据商务部统计数据，全年进出口总额达到 23258.6 亿元，同比增长 14.4%。其中，知识密集型服务出口 12623.7 亿元，增长 18%；出口增长较快的领域是“个人、文化和娱乐服务”“知识产权使用费”及“电信、计算机和信息服务”，分别增长 35%、26.9%和 22.3%。知识密集型服务进口 10634.7 亿元，增长 10.4%；进口增长较快的领域是“金融服务”及“保险和养老金服务”，增速达 57.5%和 21.5%。

在此次调研中，知识密集型服务贸易的各领域的表现各不相同。其中，“个人、文化和娱乐服务”近年来数字化应用和升级进程较快，数字渗透率得分为 0.42，位于细分领域中的第一梯队。“个人、文化和娱乐服务”指服务的接受者在本经济体内接受非居民所提供的数字化的个人、文化和娱乐服务。包括：在本经济体内接受非居民提供的远程个人文化娱乐服务；非居民前往本经济体提供个人文化娱乐服务。文化服务：指新闻出版服务、广播影视服务、文化艺术服务、文化信息传输服务、文化创意和设计服务和其他文化服务。教育服务：包括与各教育阶段有关的服务，无论教学方式是函授课程，通过电视、卫星或网络授课，还是居民接受非居民前往居民所在经济体开展教育服务或非居民接受居民前往非居民所在经济体开展教育服务。医疗服务：包括医疗、医院服务、其他人类健康服务和社会服务等数字化交付部分。在全球新冠疫情的当下，线上娱乐、远程教育、远程医疗等服务得到了广泛运用，取代了传统的线下教学和医疗等方式，实现了数字化的运营模式，提升了服务效率，丰富了应用场景，促进了产业的转型升级。

“知识产权使用费”同样是数字贸易的重点领域，指其他未涵盖的以数字技术研发、通过数字化手段交付的知识产权的使用费，包括特许和商标使用费、研发成果使用费、复制或分销计算机软件许可费、复制或分销视听及相关产品许可费和其他知识产权使用费。其发展和我国数字技术及服务标准出口息息相关。2021 年，“知识产权使用费”的数字渗透率达到 0.41，位于细分领域中的第一梯队。近年来，我国相继出台了一系列关于知识产权保护的政策，但是知识产权保护尚处于探索阶段，版权之争屡见不鲜。相关数字技术的应用需求日益提升，通过运用大数据、人工智能、区块链等技术，对知识产权侵权行为进行预警监测，并根据数据及舆情状况开展分析研判，实现“确权、确价、确信”，以数字技术推动知识产权高质量发展，从源头上加强知识产权保护，促进行业的发展，具有重要意义。

“金融保险服务”和“其他商业服务”的数字渗透率较低，分别为 0.34 和 0.33，低于全国服务贸易数字渗透率的平均水平。数字保险服务包括人寿保险和年金、非人寿保险、再保险、标准化担保服务，以及保险、养老金计划和标准化担保计划的辅助服务所涉及的保费、费用等服务中数字化交付的部分，即互联网保险服务。数字金融服务指保险和养老金服务之外的金融中介和辅助服务中的数字化交付部分。通常包括由银行和其他金融公司提供的服务，如存款吸纳和贷款、信用证、信用卡、与金融租赁相关的佣金和费用、保理、承销、支付清算等服务。还包括金融咨询、金融资产或金条托管、金融资产管理及监控、流动资金提供、非保险类的风

险承担、合并与收购、信用评级、证券交易和信托等服务中的数字化交付部分。包括银行数字金融服务和数字资本市场服务两个子类。

“其他商业服务”包括研发成果转让费及委托研发、专业和管理咨询服务、技术服务、营业租赁服务等别处未涵盖的服务贸易中的数字化交付部分。“金融保险服务”和“其他商业服务”的数字化使用场景广泛，产业规模在未来仍有较大的提升空间。

（二）传统服务贸易领域影响力不容小觑

2021 年，“运输”和“建筑”两大传统服务贸易领域的数字渗透率分别为 0.26 和 0.25，在所有细分领域中垫底，数字化水平不高。但由于传统服务贸易领域的规模大、范围广，因此其在服务贸易整体数字渗透率和升级中的影响力也不容小觑。近年来，相关领域内的企业也在积极探索和实践数字化的转型升级。

在“运输”领域，数字运输包括智能交通和智慧物流两个子类。数字化的运用可以体现在 RDC（区域配送中心）服务多个城市 DC（城市配送中心），运输全过程的可视化等。

“建筑”服务主要是在建筑工程所在经济体未设立法人、分支机构及项目办公室由本经济体居民企业直接开展的建设活动中的数字化建筑业内容。数字化建筑本身就属于数字经济及其核心产业统计分类范畴，指利用 BIM 技术、云计算、大数据、物联网、人工智能、移动互联网等数字技术与传统建筑业的融合活动。

第三节 中国数字贸易发展态势总体向好

2019-2021 年，据商务部公开发布的统计数据，中国可数字化交付的服务贸易进出口额从 18778.0 亿元增至 23258.6 亿元，增速从 10.8% 提升至 14.4%，占服务贸易总额的比重由 44.5% 降为 43.9%，发展较为平稳。据鼎韬的调研样本及模型测算得出，2019-2021 年中国数字贸易规模由 15704.3 亿元增至 18543.9 亿元，2021 年同比增长 40.1%，占服务贸易总额的比重由 29.0% 增至 35.0%，显示出了数字贸易强劲的发展趋势。

根据前文两种方法的比较，可以看到，可数字化交付的服务贸易更偏向一个理论值，数据呈现出整体规模增长，但是同比增速下降，且占服务贸易的比重也呈下降趋势。但是，从鼎韬数字贸易调研和测度数据结果来看，近两年我国数字贸易的发展是呈现出快速增长的态势，同时占服务贸易比重也逐步提升。这一方面是因为可数字化交付服务贸易数据受到整体服务贸易数据变化趋势的影响，另一方面则是因为含数字化程度较高的新兴领域实现了快速增长，但是这一部分并未纳入现有统计当中。此外，在实际情况中，很多传统的服务贸易领域也在加快数字化转型和升级。从各自占比数据角度来看，当前数字贸易与可数字化交付的服务贸易还有一些差距，也进一步说明了数字贸易发展的潜力巨大。

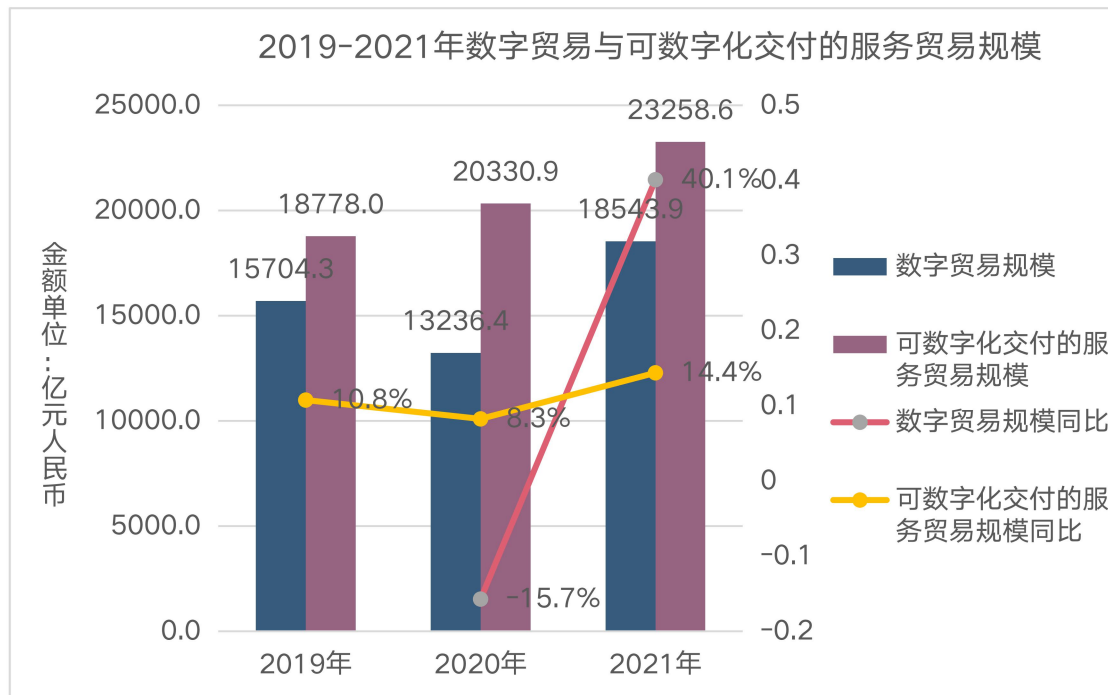


图 3-3 2019-2021 年数字贸易与可数字化交付的服务贸易规模

从统计的角度来讲，针对数字贸易的发展，还有新兴的业态尚未纳入现有统计体系中来，围绕新兴领域的统计，可以改变现有统计方法，扩大统计范围，或者针对数字贸易，研究一套新的统计方法。目前全国先进地区和行业咨询机构也在加强数字贸易统计和测度方法的研究创新，这两年鼎韬结合对产业的调研，及对当前统计方法的深入研究，编制形成《以管窥豹：数字贸易统计与测度研究》专题研究报告，希望通过报告可以推动统计相关工作的进一步延伸，能够在更广泛、更精准、更科学、更适用的程度上研究数字贸易的发展，提供更多的数据，希望大家对数字贸易的发展和统计进行进一步的探讨。

- 鼎韬简介 -

鼎韬是中国服务贸易领域的权威研究咨询机构，也是中国服务贸易与外包行业标准的制定者，创新发展的领航者以及行业资源集成平台。多年来，鼎韬秉承“思想整合产业，平台聚集资源”的发展理念，坚持“知行合一，精勤实践”的价值主张，聚焦数字技术加速融合下的产业新发展，将全球视野与中国实践相结合，致力于提升中国服务的全球竞争力。

鼎韬中国总部设在天津，全球总部设在美国纽约，并在北京、上海、南京、合肥等国内城市，以及澳大利亚、印度、欧洲、拉美等地建立了包括 4 个子公司，5 个地区代表处和 35 家合作伙伴在内的全球业务和资源网络体系。鼎韬全球拥有 100+ 高级咨询顾问，研究领域覆盖 IT、制造、生物医药、金融、物流、文化等 50 多个垂直和细分行业，平均从业经验超过 20 年。

鼎韬被全球科技与服务协会授予“最受全球客户信赖的中国咨询机构”奖项；是发改委、商务部、工信部、科技部等多个国家部委的产业智库单位；联合国项目事务署的中国唯一常年咨询服务机构和战略合作伙伴。鼎韬业务及影响力遍及全球 40 多个国家，60 多个城市，100 多家国家级协会，100 位意见领袖及 10000 家头部企业，是最受全球买家信赖的中国咨询机构。

鼎韬发起和参与制定了多项服务贸易及外包行业标准及创新成果，如 MVSS 多维度服务供应商评估国际标准、服务外包企业信用标准、服务外包园区 OIOP 标准、ISCC 国际服务外包人才标准、中国服务贸易发展指数、中国服务外包交易指数等。承接商务部的多项研究课题如《服务外包产业的经济社会效益研究》等；联合国工业发展组织的《跨国外包企业投资选址调研报告》；NASSCOM 的《中国城市投资吸引力评价研究》；以及《数字贸易的定义、分类与统计研究报告》《云外包概念白皮书》《智慧城市 4.0》等多项开创性研究成果，填补了我国服务贸易及外包行业的研究空白，在引领产业发展和升级过程中担任着重要角色。

- 法律声明 -

本报告由天津鼎韬企业管理咨询有限公司（以下统称“鼎韬咨询”）编制。本报告中的行业数据均来源于我们认为可靠的公开资料或调研信息，但鼎韬咨询对这些信息的真实性、准确性及完整性不作任何保证。

报告中所有的文字、数据、版式、图片、图标、图表、表格、研究模型、创意均受到中华人民共和国法律及相关国际知识产权公约的著作权保护。未经过本公司书面许可，任何组织和个人，不得基于任何商业目的使用本报告中的信息（包括报告全部或部分内容）。本报告中部分文字和数据采集于公开信息，相关权利为原著者所有。未经过原著者和本公司许可，任何组织和个人不得使用本报告中的信息用于任何商业目的。

本报告所载的意见、评估及预测仅为本报告出具日的观点和判断。该等意见、评估及预测无需通知即可随时更改。在不同时期，鼎韬咨询可能会发出与本报告所载意见、评估及预测不一致的研究报告。

本报告由天津鼎韬企业管理咨询有限公司于天津提供。国内的客户若有任何关于鼎韬咨询研究报告的问题请直接联系本公司。

- 联系我们 -

张金铭

座机：+86-22-66211566*8005

手机：+86-152-2270-5844

传真：+86-022-6621-1568

邮件：angel.zhang@devott.com



邓丽

座机：+8622-66211566*8008

手机：+86-186-2203-7763

传真：+86-22-6621-1568

邮箱：dengli@devott.com