

数字经济加持 中国外贸动能更强劲

——第三届数贸会观察

门新华社记者 潘洁 郑可壹

形态各异的机器人上演徒手开瓶、垃圾分类等绝活,8个数字人在辩论场上展开“巅峰对决”,水上的土、空中汽车为未来出行提供全新方案……9月25日至29日在浙江杭州举办的第三届全球数字贸易博览会上,首发首秀首展,为人们呈现精彩的数字盛宴。从这里洞见未来。在数字经济加持下,中国外贸动能更加强劲,外贸发展潜力加速释放。

数字文化产品出海“逐浪”

头戴悟空同款“金箍”,聚精会神操作手柄进行“战斗”……数贸会上,风靡全球的国内首款3A游戏《黑神话:悟空》吸引不少观众排队体验、拍照留影。

在数字文娱展区,“苏东坡”AI数字人互动全息舱、中国传统音乐与乐器虚拟博物馆、圆明园兽首裸眼3D展示……一个个依托数字技术的创意展品,为观众打开了了解中华文化的窗口。

作为一家数字文化贸易和知识产权保护服务供应商,阜博集团展台负责人告诉记者,近年来,集团业务不断

增长,为国内影视平台公司运营的多个社交媒体频道积累了数千万海外用户。

国家统计局数据显示,今年上半年,文化新业态行业对全部规模以上文化企业营业收入增长的贡献率为60.5%。

浙江中南卡通股份有限公司总经理沈玉良表示:“拓展数字文化贸易,今年我们计划参加近20场海外展会,用数字技术赋能文化产品,向世界讲好中国故事。”

数据显示,今年上半年,中国可数字化交付的服务进出口规模达1.42万亿元,创历史新高。

跨境电商跑出“加速度”

南非的红酒、埃塞俄比亚的咖啡、

肯尼亚的红茶……在“智慧非洲”展台一角,来自南非和中国的4名大学生变身带货主播,通过TikTok和抖音平台将各类“非洲好物”推广至海内外。

跨境电商、直播带货等新业态新场景,正助力我国外贸优势和潜力加速释放。

“我们已和3000多名海外主播建立了合作关系,在海外打造了专属基地,提供从平台运营到直播话术、运营节奏等一体化专业培训。”遥望科技展位海外直播业务负责人告诉记者,本土化的直播带货,让国内美妆、服饰品牌海外影响力迅速提升。

通过跨境直播,带领海外客户“云参观”生产线、研发中心,展示品牌实力;入驻第三方跨境电商平台,从供货商转变为零售商,引领国际市场潮流……越来越多的国内企业凭借数字贸易、跨境电商,在激烈的竞争中寻找全球市场新蓝海。

“拉美跨境电商四大站点介绍及市场洞察”“拉美跨境电商热门市场潜力解读”“海外仓热销选品趋势洞察”……在拉美跨境电商平台企业美客多的展位,聚焦拉美市场的沙龙活动吸引不少中国卖家前来聆听、交流。

“我们于2019年在深圳和上海成立了跨境电商业务团队,向中国卖家开放墨西哥、巴西、智利、哥伦比亚四大跨境站点。2023年,中国在美客多平台的卖家数量比上年增长超七成,销售额增长超过75%。”美客多展台负责人告诉记者。

一个个跨境包裹,正在不断跑出外贸“加速度”。海关总署数据显示,今年上半年,我国跨境电商进出口1.22万亿元,同比增长10.5%,高于同期我国外贸整体增速4.4个百分点。

中国智造迸发活力

走进数贸会3号场馆,“专利密集型产品展区”几个大字映入眼帘。本届数贸会上,有来自全国多地的320家企业的500余件专利密集型产品对外亮相。

“正泰设立了北美、欧洲、亚太、北非等全球研发中心和20多个研究院,累计获得授权专利超过1万项。正是凭借这些创新研发,我们的断路器、变压器等产品远销140多个国家和地区。”正泰集团展台负责人告诉记者。

不只是企业自主研发的专利技术,人工智能、云计算、5G、大数据、区块链等数字技术的创新应用,也在为中国外贸发展提供新引擎。

在科大讯飞展台,几名非洲观众正通过一款多语种AI透明屏与工作人员交流。尽管展厅内人声嘈杂,但这款集成多语种识别翻译、星火大模型和多模态降噪技术的AI透明屏能精准捕捉人声并即时翻译,确保双方沟通高效顺畅。

在数据智能服务商每日互动展台,针对堵车等城市交通痛点设计的“数智绿波”解决方案,吸引不少人驻足咨询。每日互动总裁刘宇介绍,通过多方数据融合与智能算法建模,“数智绿波”这一产品可以帮助提升城市交通管理智慧水平和运行效率。目前“数智绿波”已在国内10多个省份应用,并在蒙古国首都乌兰巴托完成试点。

“中国被视为数字技术和创新的全球引领者。”哈萨克斯坦数字发展、创新和航空航天工业部长扎斯兰·马迪耶夫表示,数贸会是与全球数字经济强国交流经验、拓展哈中经济关系的重要机遇,希望进一步深化对华合作、促进双边贸易增长。新华社杭州9月27日电



9月25日,销售人员在第三届全球数字贸易博览会“智慧非洲”展区通过电商直播推介非洲产品。新华社记者 黄宗治 摄

东京电玩展上中国元素闪耀

据新华社东京9月28日电 2024年东京电玩展26日至29日在日本千叶举行。现场随处可见中国厂商和游戏产品。不少参展人士认为,近年来中国厂商的综合实力、产品质量不断提升,未来中日有望在IP运营等方面深化合作,进一步挖掘市场潜力。

中国游戏海外崛起

东京电玩展与美国E3游戏展、德国科隆国际游戏展并称为世界三大游戏展。今年共有来自44个国家和地区的985家公司和团体参展,展台数量逾3200个,均创历史新高。其中,海外展商数量为535家,来自中国的游戏相关企业近80家。

东京电玩展海外秘书处相关负责人薛晖表示,本次中国参展企业中约10%是手机游戏厂商,占各国手游厂商总数的80%。他说,中国厂商在手游领域拥有较大竞争优势。近年来,一些开发手游的日本主机游戏公司也

逐渐选择将游戏主题、IP交给中国公司合作开发。

记者在现场看到,手游展区的游戏几乎都是中国产,很多商家用中文交流。在《明日方舟:终末地》《影之刃零》等电脑游戏、主机游戏展台前,各国玩家也排起长队,争相试玩。刚试玩过《影之刃零》的土耳其玩家卡亚奥卢告诉记者,游戏中的中国风景很美,人物动作流畅,打斗很有挑战性。玩过中国游戏之后,自己也想去中国看看。

《影之刃零》由北京灵游坊网络科技有限公司开发。该公司市场与IP运营总监安妮说,这款游戏已经研发约两年,希望以其独特风格,让玩家体验中国武打电影式的快意恩仇。

《明日方舟:终末地》开发商鹰角网络科技有限公司日本分公司发行总监梁祚说,近年来中国游戏公司不断开拓海外市场,相关产品在日本市场的好评度越来越高。他认为,与日本厂商相比,中国游戏公司参与的赛道

更宽,未来将获得更多认可。

“黑悟空”的江湖传说

近期中国3A游戏《黑神话:悟空》在全球爆火,虽然开发商游戏科学公司未参加东京电玩展,但其盛名也在日本游戏市场广泛流传。

一款中国水墨风格武侠动作游戏在东京电玩展提供现场试玩,并于27日展览期间宣布发售。参与游戏开发的北京梨浦工作室负责人戴宁昆表示,《黑神话:悟空》引爆全球对中国游戏的聚焦,证明中国优秀传统文化的内核价值和巨大商业潜力。

业内人士朱利辉表示,《黑神话:悟空》畅销全球让中国游戏业者备受鼓舞,大家都希望具有浓厚中国文化特色的主角能够吸引全球关注,也因为能在国际社会传播中国文化受到认同而感到自豪。

薛晖认为,近年来《原神》等游戏的巨大成功,让中国厂商的技术实力

在世界范围广受认可。

在IP运营等方面推进合作

近年来,众多中国游戏成功开拓海外市场,让中国厂商不仅增强了信心,也拓宽了视野。以前,中国厂商习惯先在国内市场发行,成功之后再进军海外。如今他们尝试国内外同步发行,甚至优先在海外发行。

薛晖认为,中国游戏海外开拓大有可为。中国手游等厂商关注日本市场,挖掘相关市场潜力,有望带来可观收入。

据介绍,参加本次东京电玩展的中国游戏厂商主要集中在“二次元”和“FPS(即第一人称射击类游戏)”两个赛道。薛晖说,日本拥有宝可梦、奥特曼等众多成功IP。依托中国如今强大的游戏技术实力,相信类似《黑神话:悟空》等IP将不断推出,日趋成熟。中国可与日本深化合作,相互学习。

新华社记者 杨光 钟雅 李光正