

首次举办的“丝路电商日”活动启幕 打开丝路贸易无限未来

本报记者 拜喆喆 张梦月 刘 健

电商”馆里的AI数字人主播、大模型技术给他留下了深刻印象。“杭州是一座有能量的城市,已经成为一个创新枢纽,我们要把数字贸易的‘能力’带到蒙古,就要通过杭州和中国的先进技术来实现。”

数贸会开幕首日,“丝路电商”国际合作论坛举行。会上,不少与会国际嘉宾提到,中国电商20多年的发展,创造了丰富的贸易应用场景。这些创新实践正走出国门,让更多丝路国家共享中国市场机遇。

此外,就在9天前,上海公布“丝路电商”合作先行区创建方案,越来越多关于数字贸易的中国方案将“服务全球”。

“丝路电商”的未来市场有多大?答案是无限。

平台更宽

历经6年多成长,“丝路电商”的发展机遇,也成为全球数字化加速的历史机遇。

在服务中国企业“走出去”、国外企业“请进来”的历程中,各类服务商和跨境电商平台借着数字经济浪潮,撬动市场发展。

在数贸会“丝路电商”国际主题馆,堡森三通物流有限公司总经理陈君云来不及和时差,抓紧时间与接踵而来的客户沟通。这家公司有着20年国际物流经验,专注于欧洲及北美的海陆空头程物流及海外仓服务。

“跨境电商是品牌出海的有效路径,欧洲一直是‘丝路电商’合作较为密切的区域,近年来欧洲与中国的‘丝路电商’合作稳步扩展,对应的是我们在欧洲的跨境增量持续增长。”陈君云说,今年堡森三通就在波兰和法国新落地了两个分公司。

触角延伸,市场拓展,一套数字化的物流解决方案就像是引擎,推动着跨境企业高速发展。

“通过研发堡森云物流系统,我们实现了从订单管理、订单跟踪、库存管理、运输配送到订单结算的全程覆盖,提高了运营效率和服务质量。”陈君云说,公司运力有了数倍的提升,不断扩展全球化代理服务网络。

线下,数字化的物流体系让更多跨境电商

货品漂洋过海;线上,数字技术创新应用正推动平台服务生态创新,大大降低贸易门槛和成本。

走进谦寻控股展位,“AI数字人主播”吸引了不少观展者来体验。公司相关负责人介绍,他们的“阿凡达技术”可以让每个海外商家秒变主播,降低成本,减少出镜障碍,居于幕后即可操控屏幕前数字人讲品带货,缩短整体直播基建的试温期;而为各国消费者研发的数字人主播,帮助跨境商家突破语种限制,实现直播间多种语言的实时转化,实现“零门槛出海”。

数字人主播“火热”,印证了中小企业对技术革新的期许。怎样让电商丝路走得更加宽阔、平坦和普惠?论坛上,阿里巴巴集团公共事务总裁闻佳抛出观点:AI技术的爆发,将为跨境电商带来全新机遇。

她提到,近期,阿里巴巴国际数字商业集团推出了全新的AI工具包“Aidge”,向全球生态伙伴开放。“希望为中小企业提供商业场景的AI工具,帮助他们在消费者洞察、营销设计、客服体验等方面跨越语言、文化障碍,提升自身经营能力。”

生意更好做

泰国的榴莲和果蔬汁、印度尼西亚的垂钓设备、哈萨克斯坦的奶制品……今年前10个月,阿里巴巴零售平台累计进口“丝路电商”合作国家商品货值超过660亿元。

“丝路电商”的存在,让生活变得更好做。进口产品如是,国货出海更离不开“丝路电商”的加持。

在“丝路电商”国际主题馆,电商及品牌数字服务商乐其集团的展位上,新晋的国货品牌ABLAB的官方主播们正在直播带货。他们面前摆满了产品,对着专业机器滔滔不绝。今年10月,ABLAB正式进军哈萨克斯坦及中亚、东欧地区。

“越来越多的国货品牌与我们谈合作,拓展‘丝路市场’。”乐其集团有关负责人介绍。

“‘丝路电商’是一个多业态、多主体、多层次的合作集合,每个主体既是它的参与者、

探索者,又是受益者。”浙江金融职业学院国际商学院院长张海燕教授今天专程来听论坛,因为“丝路电商”的重要性已是学界共识。

张海燕提到了传统外贸转型这一国际贸易中绕不开的话题。她认为,“丝路电商”正在通过数字化手段让转型变得更容易。

最近,有一些短视频在海外社交媒体爆发。视频里,义乌中国小商品城(下称“小商品城”)的店主们操着法语、阿拉伯语等小语种语言,娴熟地介绍自家产品。他们并不精通多国语言,而是利用了小商品城旗下大数据有限公司的创新技术:语音克隆AI。

不仅如此,小商品城还在探索更多AI应用场景。例如,帮助采购商在小商品城找商品、找店铺、找信息,帮商家自动生成线上店铺商品图、详情页,降低电商门槛。

论坛上,国际嘉宾们的致辞或发言中,纷纷透露出了对于共建、合作的期待。

俄罗斯电商企业Ozon全球CEO斯捷潘·古萨莫夫表示,希望成为中企拓展对俄电商合作的桥梁;乌兹别克斯坦IT Park园区负责人拉齐兹别克·胡达耶夫期待能深化与中国高科技园区的合作……

打造对话合作的平台,探索数字经济的国际通行规则,这正是这场论坛举办的初衷,更是对“丝路电商”的支持。

对此,中国企业有自己的期待。比如,盒马联合创始人、副总裁沈丽对记者表示,他们在进口“一带一路”产品时发现,国际上对于有机产品的认证有着不同的标准,公司引进并认证产品“有机标志”的过程由此变得漫长而艰难。“实际上,通过数字手段实现有机互认是很有可能的。”她期待,数贸会能够在这类领域推动更多国际通行规则。

论坛现场发布的《“丝路电商”合作发展报告2016—2023》提到,“丝路电商”合作将在扩大朋友圈,凝聚更多国际共识,更好对接伙伴国发展诉求等方面不断取得突破。

大门越开越大,“丝路电商”合作正在促进商品、服务、技术等要素的自由流动,带动相关产业上下游的平稳运转,从中人们正看到丝路贸易的新未来。

《数字贸易发展与合作杭州倡议》发布

本报杭州11月23日讯(记者 李睿)11月23日,记者从第二届全球数字贸易博览会暨之江论坛开幕式上获悉,作为全球数字贸易博览会的承办城市,杭州发布《数字贸易发展与合作杭州倡议》,倡议通过全球数字贸易博览会平台开展务实合作,促进共享数字贸易发展机遇,推动世界经济复苏和增长。

杭州倡议,秉承开放理念。支持数字全球化进程,大力发展数字技术贸易、数字服务贸易、数字产品贸易,探索数据贸易,推进传统贸易数字化转型。

推进普惠共享。加大数字基础设施投入,努力缩小数字鸿沟,帮助中小微企业更好融入全球价值链,营造包容普惠的数字贸易生态体系。

坚持创新驱动。支持市场主体加大数字技术应用,培育数字化新动能,促进数字贸易改革创新。支持数字贸易在绿色发展中发挥更大作用。

促进投资增长。呼吁发挥金融机构优势,强化数字金融赋能,支持社会资本向数字贸易领域覆盖,形成投资新增长点。

加强交流合作。呼吁加强在规则对接、标准互认、教育培训等方面的交流合作,释放数字贸易发展活力,为建设开放型世界经济注入新动能。

大咖说

世界贸易组织副总干事张向晨: 中国成为数字贸易 领域全球强国

根据世贸组织的估算,2005年至2022年全球数字服务出口年均增长8.1%,远高于货物出口的增长,其中2022年在全球服务出口总额中占54%,数字贸易已经成为经济增长的一个主要的推动力。

中国在数字贸易领域取得了举世瞩目的成就,不仅已成为该领域的全球强国,而且在推动全球数字贸易方面也发挥了举足轻重的作用。在非洲、东南亚、拉美等地区,中国对数字贸易基础设施和技术的投资快速增长,进一步缩小了数字鸿沟,促进了数字方面的互联互通,提高了当地在全球数字贸易市场中的参与度。

当前,世界在数字贸易领域最紧迫的挑战之一是缺乏跨境数字贸易的全球规则。我们需要建立一个国际框架,同时确保跨境数字交易政策的一致性、公平性和可预测性。

世贸组织一直在竭尽全力为数字贸易营造一个更为友好且有利的环境。虽然已经取得显著进展,但鉴于跨境数据流、隐私保护等问题的复杂性,还需要做出更多努力。

中国一直是多边贸易体制和世贸组织的坚定支持者,积极参与与数字贸易规则的制定。我们非常感谢也赞赏中国的贡献,非常期待看到中国在国内改革所取得的进展,同时期待未来进一步加强南南合作,实现全球数字化转型。

(本报记者 李睿 整理)

经济合作与发展组织秘书长马蒂亚斯·科尔曼: 数字化将长期成为 全球贸易的强大引擎

全球贸易是全球增长的关键驱动力,但目前增长仍比较疲软。数字化将长期成为全球贸易的强大引擎,帮助企业去接触全球新的消费者,促进创新商品和服务的开发以及它在全球的传播并降低贸易成本,尤其是和监管合规性相关的成本。

今天,全球贸易的四分之一是数字化贸易,并且数字化贸易的增长速度比非数字化贸易的速度要快得多,为了让贸易继续为共同繁荣奠定基础,需要每个国家共同努力。

首先,要进一步消除服务业的监管壁垒,中国在放宽对贸易服务外国直接投资的监管取得非常显著进展,仍然有进一步改善的机会。

第二,出台打击非法商品和服务贸易的措施,经济合作与发展组织帮助海关和执法机构更好监控非法活动的贸易流动,坚持高透明度标准来增强投资者的信心。

第三,通过更好地管理一些相关的风险和机遇,抓住数字化改革的一些机遇,通过协调一致的国际方法去解决数字经济带来的税收和利润转移的挑战。

最后,全球贸易体系面临巨大压力,必须适应经济的发展,中国在帮助应对这些挑战上可以发挥关键作用。经济合作与发展组织、世贸组织以及其他关键伙伴将密切合作,支持中国去传播最佳实践和最佳方法,保证全球市场的良好运作。

(本报记者 刘健 整理)

数贸观察

11月23日,第二届全球数字贸易博览会(下称“数贸会”)在杭州拉开帷幕。数贸会首次举办的“丝路电商日”活动同时启幕。

“丝路电商日”来头不小,它包括了许多活动:“丝路电商”国际合作论坛、“丝路电商”国际主题馆、大使走进数贸会、“丝路电商”走进杭城、“丝路云品”专题推介和“丝路电商”直播等。数贸会上,人们对“丝路电商”的丰富想象被渐次打开。

市场更大

“丝路电商”是什么?它是跨境电商和“一带一路”的强强联合。跨境电商在共建“一带一路”倡议下快速发展,“丝路电商”由此应运而生,成为一条“网上丝绸之路”。

2000多年前,亚欧大陆上,商旅驼队将丝绸茶叶卖到世界各地;而如今,快捷方便的数字电商,成为新时代“一带一路”上的“骆驼”。

“数字经济成为影响世界经济发展的关键变量,加快推进‘丝路电商’合作正当时。”商务部国际贸易经济合作研究院副院长崔卫杰说。

2016年11月,中国与智利首签电子商务合作备忘录,开启了“丝路电商”合作的序幕。如今,“丝路电商”已经拥有了30个伙伴国。去年,中国与“丝路电商”伙伴国跨境电商的进出口额占跨境电商全球进出口总额的31.5%。

除了贸易额的增长,“丝路电商”正给伙伴国带来更多深层次的改变。

“巴基斯坦电商数据保护和税务方面有了政策法规,对消费者的保护也提上日程。”巴基斯坦信息技术和电信部副秘书长艾莎·胡梅拉·莫里亚尼说,作为全球劳动力输出重要国家,越来越多巴基斯坦百姓在平台上提供劳动服务,从事自由职业成为一种新时尚。

越来越多丝路国家把杭州、中国作为数字贸易的“风向标”。

蒙古Intelmind LLC首席执行官Men-bayar Tseveen第一次来杭州,数贸会“丝路



数动浙江

11月23日,第二届全球数字贸易博览会在杭州国际博览中心开幕。本届数贸会带来数字贸易领域的新技术、新产品、新服务与新场景。图为数贸会浙江展区。

本报记者 董旭明 摄

数字文化贸易论坛聚焦数字赋能文化贸易 “文化使者”跨越山海

本报记者 祝 梅 通讯员 赵时康

戏海外市场销售收入达173.5亿美元,而华语影视作品在东南亚市场的份额由2019年的不足4%升至2022年的10%,超过日本,与美国、韩国的差距显著缩小。

影视、动漫、网络游戏、网络文学、短视频等数字产品,正成为中国与世界沟通的纽带。与此同时,数字文化贸易也逐渐从内容出海向模式出海、平台出海转型,踏入更深处。

论坛上,商务部服贸司发布国家文化出口基地第三批创新实践案例。建设国家文化出口基地,如果“翻译”一下,就是要搭建平台,向世界更好地讲述中国故事。

在本次入选的12个案例中,中国(浙江)影视产业国际合作基地凭借业态和模式创新脱颖而出。采用目前全球最流行的短视频形式,基地用鲜活的视听语言,将中国城市风貌、人文生活、体育健康、文学艺术等中国内容与文化传向世界。比如,在国内热播的反映北京女孩一路奋斗、实现人生理想的电视剧《一路朝阳》的励志二创短视频,就受到海外观众喜爱。这样的内容,既有中国特色,又能引发跨越国界的情感共鸣。

“目前,基地在YouTube和Tik Tok平台建有影视、生活纪实、生活热点、人文历史、健康养生、古装武侠、家庭伦理等10大门类80多个账号。”中国(浙江)影视产业国际合作区管委会副主任夏欣才说,从题材类型来看,影视剧类、社会新闻类、运动解说、美食节目和动漫解说视频最受海外用户欢迎。从国别来看,“一带一路”国家受众最为广泛,比如,印尼地区的用户最爱刷竖屏短剧,目前播放

量最高的竖屏短剧点击量达234万次。

提高国际竞争力

从规模上看,中国文化产品进出口规模多年居世界第一位。但高质量产品供给不足、国际竞争力不强等短板依然存在。如何运用新技术、新手段,把中国丰富的文化资源优势转化为产业优势和发展优势,数字技术正成为推动文化贸易前行的关键引擎。

大模型的“百舸争流”是今年数贸会的看点之一。论坛上,国家文化出口基地—浙江数字文化国际合作区与网易有道签约,瞄准数字文化出口的语言瓶颈,双方合力打造METAI视听译制平台。该平台将借助人工智能大模型,支撑影视、动画等数字内容的多语言专业翻译,以及国际配音“一站式”公共服务。

在北京大学艺术学院教授向勇看来,如何用好这些数字基建构建内容竞争力是关键。“目前AIGC(生成式人工智能)在行业内的应用还处于初级阶段,深度创意、高端创意领域的实践和应用还比较少。”他建议,针对一些表现较好的文化产品,可以从内容、形式、材料、场景等维度进行分析,借助AI深度学习沉淀为创意端的通用经验。

在公共服务能力提升方面,向勇认为英国推动文化“走出去”的经验值得借鉴:在当地政府推动下,英国摇滚乐队的一首歌《酷不列颠》被赋予丰富内涵,拓展到文化艺术政策的各个领域,一个名为“大不列颠品牌重塑”的小组,则汇聚政府工作人员、时尚设计人

士、商界精英、非政府活动家等多方面人士,共同塑造英国面向全球的新形象。

“中国也可以从国家层面构建跨部门协调机制,推动文化基因的提取、展示和表现,抓住文化接近性市场、地理接近性市场、价值观接近性三级市场‘基本盘’,加强海外市场对中国文化的认同。”他说。

除了内容层面、传播层面的竞争,版权同样是数字文化贸易要争夺的高地。“数字版权贸易产业不仅是一种文化力量,其经济比重更大。”浙江传媒学院教授、中国社会科学院大学长三角智能传播研究院研究员崔波在现场发布了《中国数字版权贸易国际竞争力研究》,通过构建一整套数字版权贸易国际竞争力的指标体系,明确了中国的“坐标”。

“我们选取了世界上数字版权贸易比较发达的10个国家进行综合排名,中国排第七。”崔波说,在企业规模、发展潜力方面,中国仅次于美国,但在支撑数字版权运作的硬件条件和生产要素规模、数字版权贸易国内外市场环境方面,中国的竞争力偏弱,未来还需在人才培养体系创新、数字基础设施建设、数字贸易规则话语权、版权资源价值重组等方面提升数字版权贸易的国际竞争力。

在这次论坛上,中国(浙江)影视产业国际合作区与西安曲江新区和上海仓城影视基地签约合作,3个国家文化出口基地“手拉手”,将共建全球影视版权交易平台C-dramaRights,同时共建全球直发网络、数字化传播新渠道,携手提升文化贸易实力,向世界发出中国文化的更大声音。

数贸新事

跨越山海、国别,数字文化贸易正扮演“文化使者”的角色,通过多种形式有机嵌入全球文化产业链。11月23日,第二届全球数字贸易博览会举办数字文化贸易论坛,以“数字赋能文化贸易提速新引擎”为主题,数字文化贸易这一新生事物受到与会嘉宾的多方关注。

“数字文化贸易,是服务贸易在数字经济时代的拓展、延伸和迭代。”国家文化发展国际战略研究院常务副院长李嘉珊说,数字技术正成为文化产业价值链上的生产要素新供给。当前,发达经济体在数字文化贸易中居主导地位,对发展中经济体而言,互联网机遇带来了强劲的发展势头。

讲好中国故事

一个业已形成的共识是:数字文化贸易日益成为文化贸易规模增长、结构优化的新引擎,成为中国文化走向世界、世界认识中国的重要途径。

今年前三季度,全国7.2万家规模以上文化企业中,文化新业态特征较为明显的16个行业小类营业收入同比增长15.2%,快于全部规模以上文化企业7.5个百分点。

数贸会上发布的《中国数字贸易发展报告2022》显示,我国数字文化产品海外市场优势进一步巩固。2022年中国自主研发游



丝路电商馆义乌小商品城展区内人来人往。

本报记者 林云龙 摄