好物乘风,跨境电商踏浪远航

11月3日,在河南省洛阳市伊滨区,一家钢制家具生产车间机器轰鸣,整装、拆装两条生产线全速运转,刚下线的钢制办公家具被快速分拣、打包、装箱;货场上,集装箱接连装车,发往东方红(洛阳)国际陆港。

“海外一年一度的年底大促马上就开始了,这批货主要发往美国、泰国、马来西亚,抵达目的港后进入海外仓,很快就能送到消费者手中。”洛阳易盛祥瑞进出口贸易有限公司负责人从光映语气兴奋,“目前订单饱和,满产节奏要排到明年3月。”

货不等夜,箱不落地。大促前夕的一派忙碌景象,正是“中国好物”借助跨境电商走向全球的生动写照。

“每年第四季度都是跨境电商传统旺季。随着海外传统节日消费季的到来,提前备货的各类货品从中国工厂发往全球,跨境电商企业迎来了一年中最繁忙的时段。”阿里巴巴全球B2B总裁张阔表示。

跨境电商为媒,“中国好物”惠八方,行业增长有扎实的数据支撑。海关总署数据显示,2025年我国跨境电商出口2.27万亿元,增长5.4%,占货物贸易出口总值的8.4%。海关总署初步测算,今年前三季度,我国跨境电商进出口约2.18万亿元,增长4.4%;其中出口约1.75万亿元,增长4.6%。

在张阔看来,跨境电商平台为我国中小企业搭建起对接海外市场的桥梁,“中国好物”持续吸引全球消费者,核心在于国内企业自主研发能力不断提升、新品加快迭代,用硬实力赢得市场。

在深圳市冠旭电子股份有限公司的产品展厅,记者看到企业自主品牌新款耳机融合人体工学开放结构、优质音质与AI智能技术,可实现翻译、转录、纪要整理,科技感十足。

“目前,海外电商相关产品出口规模达数千万元,今年以来相关业务同比增长约50%,市场覆盖美国、加拿大、欧洲、日本、韩国及东南亚等地区。”企业负责人介绍,公司布局全球多个主流电商平台,依托海外仓配送体系完成订单交付,让深圳研发制造的产品直达全球消费者。

从早年物美价廉的中国制造,到如今抢占先机的中国智造,跨境电商产业快速发展,既让世界共享中国发展红利,也助力国内企业深度融入海外市场,以高效的供应链服务全球消费者。

全系电动化、最高续航达100公里,跨界设计款式新颖,兼顾社区代步、农场作业、户外休闲等多个日常场景,康迪科技集团自主研发的新款高尔夫球跨界车与全地形车,因续航能力强、场景适配范围广,深受海外市场欢迎。

“我们的高尔夫球车在海外社区场景的应用占比逐年增长,这得益于长期对北美市场的调研开拓,产品更贴合当地需求。”康迪科技集团董事长董学勤说,产品上线阿里巴巴国际站后,询盘量、销量稳步提升,出口规模逐年增长,国际市场持续扩大。

阿里巴巴国际站数据显示,过去6个月,储能系统、电工电气设备出口保持强劲势头;以工业机器人为代表的新技术产品出口快速起量,同比增长107%。汽车改装升级、商用服务设备、运动休闲装备、珠宝定制等品类,也成为今年出海增长亮点。

好物顺畅出海,离不开政策体系持续护航。

目前,经国务院批复设立的跨境电子商务综合试验区已近180个,覆盖31个省份。综试区明确符合条件的跨境电商零售出口货物可免征增值税、消费税,企业所得税可选择核定征收,同时支持企业共建共享海外仓,持续降低中小企业经营成本。

商务部等6部门出台指导意见,推动综试区开展品牌培育、平台出海专项行动,大力支持海外仓和海外智慧物流平台建设;海关总署在“十四五”期间推出全程线上通关、税款电子支付、取消出口海外仓备案等便利化举措;国家税务总局对海外仓出口货物实行“离境即退税、销售再核算”模式,有效缓解跨境电商企业备货出海的资金占用压力……

各地也纷纷因地制宜推出创新举措,推动政策落地见效。

在河南,洛阳海关为跨境电商综试区业务提供简化申报、优先查验、支持转关等便利服务,压缩通关时长、降低企业成本;在深圳,龙岗区设立跨境电商专属税务所,推出8项支持举措,以个性化税务服务助力企业合规出海;在海南,自贸港跨境电商一站式服务平台打造物流集聚区,中小商家通过集中发货、批量邮寄,整体物流成本降低近30%……

“十五五”规划纲要明确,支持跨境电商等新业态新模式发展,优化海外仓布局和功能,完善保税维修和再制造、新型离岸贸易等政策环境。

“我们将促进跨境电商上下游全链条协同发展,在境外加快推进海外仓建设,在境内推动跨境电商综试区提质增效。”商务部对外贸易司司长杨涛说。

聚焦业务堵点的监管优化、面向产业带的系统性赋能,推动通关、退税、服务各环节精准衔接,政策支持思路的升级,让跨境电商的联通渠道更宽更稳,“中国好物”出海之路更顺更快。

潮起东方,好物远航。从车间生产线的全速运转,到远洋货箱奔赴五洲,从企业持续迭代的创新产品,到不断精细完善的制度保障,跨境电商联通内外,将有越来越多承载中国智造的好物漂洋过海,在深度融入全球市场的过程中,为世界经济发展注入中国力量。

新华社北京11月8日电
新华社记者 刘开雄 张璇 李文哲

人工智能是高效工具 但新闻决定权仍属于人

——访法新社社长弗里

“人工智能非常擅长回顾过去、总结既往事件,但不擅长报道新发生的事实。”法新社社长兼首席执行官法布里斯·弗里在出席第七届世界媒体峰会期间接受新华社记者专访时表示,人工智能是新闻生产的高效工具,但编辑室的最终决定权仍属于人,而非人工智能。

弗里认为,在寻找新闻线索、采访、判断新闻价值、决定是否披露敏感信息等环节,人工智能均无法替代记者。

在突发新闻报道中,人类不可替代。寻找消息来源、理解事件背景等工作“高度依赖人”。他说,选择和决定什么重要、什么不重要,是记者的职责,披露敏感信息涉及太多考量,只有人才能作出判断。

在整理采访素材、写稿等环节,弗里认为人工智能可以发挥辅助作用。他说,人工智能是“非常高效的工具,但不是替代品”,决定、核实和发布稿件,“仍然是记者的特权”。

弗里指出,人工智能可以大幅提高视频剪辑等工作的效率,并在核查深度伪造视频方面提供辅助作用,但“最终必须始终有记者的判断和人的决定”。

弗里介绍说,法新社的政策是可由人工智能辅助新闻报道,但不能用人工智能生成内容。“有时,这种界限会有些模糊”,“但总体而言,仍由记者决定、核实和发布(新闻)”。

第七届世界媒体峰会于11月5日至9日在北京举行,峰会的主题是“智能变革中的媒体使命与合作行动”。弗里在峰会开幕式上发言时表示,人工智能对新闻业的依赖,远胜于新闻业对人工智能的依赖。人工智能系统的质量,归根结底取决于其所依托的信息生态系统的质量。如果值得信赖的新闻业衰弱,人工智能的可靠性也将随之减弱。

弗里还说,人工智能发展应具有包容性,训练数据集要反映不同的人类文化和社会背景;人工智能发展必须可控,需要被置于普遍、平衡、公平、支持创新的监管框架内,处于人类掌控之中。

弗里表示,同行之间的讨论始终有价值,因为整个行业都面临一场人工智能带来的革命。“如果将其与过去两次重大变革相比,即2000年左右互联网的兴起以及2010年前后社交网络的蓬勃发展,其变革速度尤为显著。”他强调,这要求新闻机构的领导层具备新的思维方式并做出相应调整。

新华社北京11月8日电
新华社记者 李言 陈望琪

西渝高铁北碚天府嘉陵江特大桥顺利合龙



这是11月8日拍摄的西渝高铁北碚天府嘉陵江特大桥(中)建设现场(无人机照片)。

11月8日,西渝高铁北碚天府嘉陵江特大桥顺利合龙,为全线如期通车奠定坚实基础。北碚天府嘉陵江特大桥位于重庆市北碚区,全长874.35米,由中铁二院设计、中铁十一局承建。其主跨达216米,横跨嘉陵江,是西渝高铁重庆枢纽段最大跨度桥梁。

西渝高铁是国家“八纵八横”高铁网京昆通道、包(银)海通道的重要组成部分。正线全长约739公里,分西安至安康、安康至重庆两段建设。西渝高铁建成通车后,将与成渝高铁、郑渝高铁、渝昆高铁等多条干线铁路互联互通,进一步完善中西部地区高速铁路网,对助力城乡融合和区域协调发展,加快形成西部大开发新格局具有重要意义。

新华社记者 唐奕 摄

九届全勤,这些外企为何钟爱进博会

穿行在第九届进博会展馆,胸前佩戴数字“9”徽章的参展商格外引人注目。他们有一个共同身份——连续九届赴约的进博会“全勤生”,其中不少是外资企业和外国机构。

届届不落,来了又来。这份坚定选择的背后,不仅来自进博会不断积累的平台影响力,更来自对中国广阔市场机遇、完备产供链创业链、稳定开放预期的持续看好。

进博会是一扇门,推开它,是中国14亿多消费者的超大市场。

“大头娃娃”巧克力、“克里姆林宫传奇”伏特加、“艾可尼娃”奶酪……在“俄罗斯制造”展台,63家俄罗斯企业组团参展,带来数百种商品。

作为“全勤生”,俄罗斯出口中心连续9年组织俄企参展,不仅展出商品,也组织与分销商、进口商的商务对接活动。中心驻华首席代表尤金·巴诺夫告诉记者,多届进博会已为俄罗斯企业带来了可观的订单。“今年进博会,中心将和联华超市签署合作协议,把更多俄罗斯食品送上中国消费者餐桌。”

进博会是加速器,让创新产品更快从展台走向市场。

在美敦力展台,记者见到了“进博宝宝”——一款结合脑机接口的脑起搏器,可用于治疗帕金森、难治性癫痫等病症。

“过去8年,我们有40款创新医疗产品在进博会上首次亮相后,借助政策支持迅速完成在华审批、上市,一些甚至实现本土化生产。”美敦力大中华区企业事务及传播副总裁曹珊说。

美敦力在首届进博会发布的无导线心脏起搏器,一年后就获批上市,目前在国内上千家医院投入使用;诺和诺德研发的胰岛素周制剂,在第六届进博会上以临床研究文献的形式展出,一年后就实现商业上市和医保准入……“进博宝宝”数量不断壮大,上市速度不断刷新。

如果说医疗产品的“进博速度”体现在审批与准入的缩短,那么,消费品的“进博热度”则体现在市场认知的快速建立。欧莱雅旗下三熹玉、适乐肤等品牌借助进博首发热度,快速进入中国市场并实现持续增长;宜家去年在进博会全球首发的马年弗斯达系列,上市约五个月销量超38万件……进博会助力“展品”变“爆品”的聚光效应不断显现。

进博会是一座桥,外企和中国伙伴在这里加深合作、走向共赢。

连续数日,陶氏公司的展台前人流涌动。仅11月6日一天,就举行了和海信集团、传化化学、无锡科玛等合作伙伴的多场签约活动。“进博会早已不只是展会,它是连接中国市场、客户和创新生态的年度枢纽。”陶氏公司大中华区总裁黄映雪说。

签约不断,大单不停。记者发现,不少签约伙伴本身就是同来参展的展商,同台展示由此变成同链协作。“全勤生”渣打中国和同在服贸展区的中远海运散运签订协议,将在可持续金融领域开展合作;德国橡塑设备制造商克劳斯玛菲和上海箱箱智能科技股份有限公司深化合作,计划把更多在中国打磨成熟的循环包装方案推向海外市场。

据介绍,前八届进博会累计意向成交总额突破5800亿美元。本届进博会,40余个交易团、600余个交易分团到会观摩采购。

进博会上的一次次握手、一份份签约,已结出果实。

2023年第六届进博会上,陶氏与震坤行工业超市(上海)有限公司签下一份价值3亿美元的合作备忘录,此后两年,陶氏张家港生产基地扩建多个有机硅下游产品项目,深耕中国步伐更稳。

不止制造基地,霍尼韦尔和天津港保税区签约的过程控制创新研发中心建成投用;拜耳与上海医药共建拜耳在亚太最大的生物医药共创平台,孵化细胞与基因疗法创新……加力投资中国,以在华创新成果提高全球竞争力,成为“全勤生们”的共同选择。

“跨国企业‘全勤’参展、全情奔赴,并加大在华布局,归根结底,既在于对中国经济前景的坚定看好,也在于中国持续缩减外资准入负面清单、优化营商环境所形成的制度型开放环境。”德勤中国主席蒋颖告诉记者,“‘9’意味着久,作为开放合作平台,进博会连续举办、越办越好,凸显中国市场的稳定性和可预期性,也彰显中国开放承诺。”

“全勤生”和进博会的故事还在继续。

11月6日晚,在“进博之夜”活动现场,梅赛德斯-奔驰、蔡司、三菱电机等多家进博“元老”续写第十届进博会之约。

从九年相守,到奔赴十年之约,这份笃定昭示:与中国同行,就是与机遇同行。

新华社上海11月8日电
新华社记者 任军 有之炘 周蕊

(上接第一版)

贸易便利化:改革持续释放红利

近年来,随着跨境电商、浙江中欧班列(义新欧)、国际邮路等新业态兴起,外贸发展面临新形势。2024年12月,国务院批准《浙江省义乌市深化国际贸易综合改革总体方案》,明确提出深化市场采购贸易改革。2025年7月,杭州海关发布10项支持服务措施,首条即聚焦“深化市场采购贸易方式”,重点支持义乌开展市场采购出口化妆品改革,试行采购地申报检验。同年7月31日,全国首个市场采购化妆品采购地申报试点在义乌正式落地。

彩妆是义乌国际商贸城出口的主要品类,来自全国各地的产品在此集聚拼柜出口。按传统监管模式,化妆品出口前需赴生产企业所在地办理检验,跨生产区域拼柜出口面临报检难题。此次改革作为义乌国际贸易综合改革的制度创新,在严守质量安全前提下优化报检模式,允许全国其他省市生产的彩妆在采购地义乌统一申报检验。

“一批货里有好几个地方生产的彩妆,以前光是跑各地做产地检验、准备材料就要一周,如果是急单,会赶不上客户交货期。”义乌市嘉诺报检代理有限公司负责人虞舒静感慨,试点之后所有彩妆出口报检手续可以在义乌“一站式”办结,企业接单的底气更足了。

如今,市场采购贸易方式已从义乌的首创变为全国外贸企业的“大合唱”。在全国统一大市场的格局下,这一制度创新正持续释放红利,推动更多优质“中国制造”高效、便捷地走向世界。

中国微短剧 在欧洲激起涟漪

在法国巴黎近日举行的2026中欧微短剧峰会上,法国视听制片人纪尧姆·桑若尔热向中欧影视同行展示了由他开发的微短剧应用Duanju,并道出这一命名背后的用意:向推动微短剧产业发展的中国致敬,展现这一新兴产业的创新性和中国印记。

“如果说电影是法国发明的,那么微短剧就是中国发明的。”桑若尔热说,微短剧如今能够广为人知,要归功于中国。“中国不仅发展了这种形式,还让它被更多人看见,对其进行了体系化建设,并使其实现商业盈利。”

每集不过数分钟、剧情紧凑、主要采用竖屏画幅……在中国已广受欢迎的微短剧,如今正吸引越来越多欧洲观众。据法国《回声报》报道,多款微短剧应用今年夏天跻身法国热门应用下载榜单。报道称,今年7月,法国微短剧应用的订阅及应用内购买金额突破500万美元,创下纪录。

微短剧的热度还从观众的手机屏幕延伸至欧洲影视业,迅速扩张的市场让从业者更加重视这一新业态。今年3月,在法国里尔举行的电视剧节上,微短剧在中国和美国的兴起成为业内热议话题,从业者预计这股热潮将席卷欧洲。到了10月,法国戛纳电视节不仅设置了微短剧与竖屏内容专题议程,还专门安排了制片方与内容采购方的商务对接活动。

桑若尔热是法国较早投身竖屏微短剧创作的影视人之一。他自2007年起开始制作和上传短片,此后逐渐专注于网络剧情内容。2023年,他开始针对社交媒体制作竖屏连续剧,然而并未带来足以支撑后续创作的收入。寻找出路时,他发现中国已经出现专门播放竖屏短剧的应用平台,于是主动与之联系并建立合作。

这次经历被桑若尔热视为“真正踏入微短剧世界的第一步”。欣喜之余,他更加深切认识到中国微短剧产业模式的价值。他认为,社交平台让观众逐渐习惯观看竖屏短视频,中国微短剧则在此基础上,把连续剧情带进手机屏幕,让竖屏内容实现了一次“品质升级”。

桑若尔热说,过去自己尝试网络剧情创作时,单集时长、画幅选择和播出渠道等都缺乏明确答案和成熟模式,而中国微短剧则针对这些问题提供了明确的规则和框架。“中国提出了一套(微短剧)制作方式,以及让这种形式实现商业变现的方法。”

如今,桑若尔热除了推出用于观看微短剧的应用程序,还逐步向短剧内容制作、宣传和发行网络拓展,并创办行业资讯媒体,以便向西方影视专业人士介绍微短剧这种形式,帮助他们了解业内参与者、追踪产业发展趋势和创新成果。他希望自己搭建的平台既能成为中国短剧进入法国市场的播放和发行渠道,也能成为展示和推广法国原创作品的窗口。

微短剧的热潮不仅让中欧文化产业互鉴有了新主题,也为双方交流合作带来新机遇。在此次中欧微短剧峰会上,来自中国、法国、英国等国的从业者齐聚一堂,探讨这一新兴视听形式在内容创作、人工智能应用和跨文化传播方面的合作前景。

湖南风芒传媒海外业务负责人宋蕊男分享了该公司利用微短剧推广地方文旅资源的实践。宋蕊男表示,这套模式同样可以复制到欧洲,从而为中欧影视与旅游合作开辟新空间。“欧洲丰富的历史遗产、古堡建筑和神话传说,为微短剧创作提供了天然的‘题材库’,而借助人工智能技术,这些文化资源还有望以更低成本转化为面向不同市场的影视内容。”

在看好微短剧赋能中欧文旅推广合作的前景之余,桑若尔热还期待在更广泛的主题上与中国同行展开微短剧联合制作,在法中两国不同的叙事方式之间寻找交汇点,创作出能够打动两国观众的故事。

“我希望法国能够把握住这股新的发展势头,并围绕这些新的叙事和创作形式,与中国建立富有成果、充满创造力的文化交流与合作关系。”桑若尔热说。

新华社巴黎11月8日电
新华社记者 张百慧 乔本孝 吴傲雪