

从假日消费热潮看中国经济澎湃动能

本报记者 严瑜

国际论道

全国跨区域人员流动量22.04亿人次、国内旅游出游人数8.26亿人次、国内旅游收入7534.3亿元……近段时间，有关中国中秋国庆假期出行、旅游、消费等方面的统计数据成为外媒报道的热点。在中国经济回暖迹象愈发明显的背景下，外媒普遍认为，这轮假日消费热潮为中国经济的韧性、潜力和活力提供新的佐证。

“最旺黄金周”彰显增长动力

9月下旬，有外媒曾预测，为期8天的中秋国庆假期是中国继春节之后第二个最重要的假期，有利于提振经济。如果此次假期能够带来消费增长，那么今年第四季度的正向溢出效应将有助于中国经济达到或超过预期增长目标。

如今，中秋国庆假期落下帷幕，各项新鲜出炉的数据勾勒出这个假期的火热景象。多家外媒认为，在这个“近5年最火黄金周”，中国民众旅游、出行和消费的旺盛需求，不仅折射出中国市场的活力和潜力，也彰显出中国经济强大的内需动力。

路透社报道称，中秋国庆假期，酒店、餐饮等领域的消费受到密切关注。根据中国官方数据，此次假期的平均单次旅游消费达到912.1元。相比之下，2019年国庆假期为7天，平均出行花费为830.8元。该社援引中国媒体报道称，此次假期，全国国内旅游出游人数8.26亿人次，按可比口径同比增长71.3%，按可比口径较2019年增长4.1%；实现国内旅游收入7534.3亿元，按可比口径同比增长129.5%，按可比口径较2019年增长1.5%。

拉美社注意到，中国国内消费潜力得到充分释放。该社引述海口海关公布的数据称，此次假期前6天，海南省离岛免税销售额约10.1亿元，同比增长94.2%。免税购物人数13万人次，比2022年同期增长120%。

福布斯网站也援引美团发布的中秋国

庆假期消费数据指出，这是中国近些年来最旺的黄金周，全国零售日均消费规模较2019年同期增长153%，其中堂食消费较2019年增长254%。

彭博社认为，此次假期出现的一个迹象说明中国经济持续复苏——人们更愿意在中国的大城市消费。该社引述花旗银行集团经济学家的研究报告称，中国游客开始“追求高品质的度假体验和更好的生活方式，而不是传统的人山人海式观光旅游”。此外，选择自驾游的游客越来越多。交通运输部的数据显示，此次假期，全国高速公路保持高位运行，高速公路累计总流量达4.87亿辆次。

“中秋国庆假期超过20亿人次的大流动显示中国经济增长动力”，韩国《亚细亚经济》报道称，有分析认为这是中国经济持续复苏的迹象，显示了中国经济的强劲内生动力。

政策效应不断累积，提振信心

德国《法兰克福汇报》网站指出，旅游热潮被视为经济复苏的标志。此次中秋国庆假期正值关键时期，中国经济增长的主要推动力正在发生变化，预计消费将在未来发挥更大作用。鉴于最近企稳的经济数据，一些观察家和分析师认为中国经济的低谷已经过去。

彭博社引述专家观点称，中秋国庆假期对世界第二大经济体来说是一次重要提振。中国的经济增长模式以国内消费



图为10月3日晚，重庆市南川区西城街道城市岛屿夜市，游客购买品尝当地小吃。
罗川摄（人民视觉）

为基础。彭博信息研究公司策略师马文·陈认为，中秋国庆假期的消费数据让市场更有信心，“相信需求正在企稳，这可能有助于提振消费者和服务行业的信心”。

外媒认为，除了“热”力十足的假期经济之外，一系列最新经济数据也表明中国经济在政府加大刺激消费力度后出现好转。

“中国国家统计局公布的数据显示，9月份中国制造业采购经理指数（PMI）为50.2%，比上月上升0.5个百分点，重返扩张区间。”巴基斯坦“黎明新闻”电视频道报道称，9月份中国制造业PMI三年来首次恢复扩张，这一数据以及近期其他经济指标表明中国经济正在回升。

新加坡《联合早报》网站报道称，中国商业联合会10月9日发布的报告显示，中国10月份零售业景气指数（CRPI）为51.3%，较上月上升0.5个百分点，创近一年新高。中国商业联合会分析认为，随着中国多项稳经济、促发展的政策措施逐步落地实施，叠加中秋国庆假期消费旺季带动，中国零售企业对10月份景气状况呈现良好预期。

德国新闻电视频道网站和德国之声电台网站也认为，中国经济再次发出增长信号。报道援引泰国曼谷国际首席经济学家周浩的观点称：“制造业PMI和良好的工业利润数据表明中国经济已逐渐触底回升。”中国国家统计局服务业调查中心高级统计师赵庆河指出，9月份，随着政策效应不断累积，中国经济运行中的积极因素不断增多。

不少外媒关注到可观经济数据背后的有力政策支持。美国《华尔街日报》报道称，中国有关部门推出了一系列刺激措施，以提振信心并推动增长。

路透社也指出，近几个月来，中国决策层宣布了一系列旨在支撑经济增长的措施，包括降低银行存款准备金率、降低房贷利率以及进一步支持民营企业的措施。

仍是全球增长主要贡献者

近期，多家国际金融机构陆续上调中国经济增长预期。

美国花旗集团日前将今年中国经济增速预期从4.7%上调至5%，理由是中国经济指标趋于稳定以及中国政府最近出台的政策措施。花旗集团最新研究报告称，中国经济走势明显超出预期。随着经济增长趋势升温，市场正关注中国内生需求是否将持续回升。

澳新银行也将中国经济增长预期上调20个基点至5.1%。澳新银行机构银行集团总裁马伟霖表示，对中国经济前景保持乐观，“从更远的角度来看，你会看到中国在经济方面进行了一些‘重塑’，并且专注于可持续发展。从中长期来看，这将对世界经济有利”。

美国《华尔街日报》网站在关注中国假日经济呈现强劲增长势头的同时预测称，中国经济在今年下半年将更健康。报道称，8月份的数据已显示，中国消费者在汽车等方面的消费更加随心，也更舍得为出行花钱；城镇调查失业率小幅下降，银行信贷投放也更快。而9月以来的数据延续了中国的一连串向好信号。该网站认为，这在欧美加息使消费者和企业陷入困境的情况下为全球经济带来一线希望。

联合国贸易和发展会议发布的《2023年贸易和发展报告》认为，中国经济在2023年表现出经济复苏和增长的韧性。同时，与其他大型经济体相比，中国有更多的财政政策空间来应对挑战。联合国贸发会议全球化和发展战略司司长柯睿智指出：“中国经济2023年的增长速度将比欧元区快10到12倍，中国仍然是2023年全球增长的主要贡献者。”

智利《第三版时报》网站日前刊发一篇题为《永不停止的引擎》的文章。智利智中商会主席胡安·埃斯特万·穆萨莱姆在文章中表示，一段时间以来，个别外媒不时炒作“中国奇迹似乎已经结束”的论调。但从智中商会所经历的情况看，他并不认同这种观点。“我们不断见证智利企业对于同中国建立联系的兴趣以及中国对智利投资的不断增加。中国一直在为全球发展，包括智利的发展作出贡献。自今年年初以来，中国重新启动了一系列论坛、展览、交易会，彰显了其对经济开放和国际合作的持久兴趣。”

“一带一路”带动非洲可持续发展

中国在2013年提出的“一带一路”倡议，旨在将中国的发展与其他“一带一路”共建国家的发展联系起来。

共建“一带一路”的目标有五个方面：政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通和民心相通。目前，150多个国家与中国签署了共建“一带一路”合作谅解备忘录。

对非洲而言，共建“一带一路”的重点是通过交通基础设施项目将50多个非洲国家连接起来。这些基础设施包括现代化公路、机场和高速铁路。

很多非洲国家正在参与共建“一带一路”项目。“一带一路”倡议预计将促进整个地区的贸易，加快经济增长，协调经济政策，改善地区协作。

——据坦桑尼亚《每日新闻》日报网站报道



阿布贾—卡杜纳铁路（阿卡铁路）是尼日利亚的第一条现代化铁路，由中国土木工程集团有限公司承建并提供运营技术支持。图为在尼日利亚首都阿布贾拍摄的阿卡铁路起点站伊都火车站。
新华社记者 董江辉摄

中国推动文明交流互鉴彰显自信

中国不断推动文明交流互鉴，彰显了新时代中国的文化自信。

以上海为例，作为中国的开放重镇和历史文化名城，那里有1058处、3075幢优秀历史建筑，397条风貌保护道路（街巷），250处风貌保护街坊，44片历史文化风貌区，为城市提供了充满活力的文化空间。城市文化也推动经济增长。2022年上海文创产业占全市生产总值比重约为13%。

2022年和2023年，一系列外国作品展览在上海当地博物馆、美术馆举办，为居民展现了丰富多彩的艺术藏品，促进了不同文明之间的相互学习和交流。

今年暑假，以传统文化为主题的游学活动在中国各地流行，吸引了大量民众前往全国各地博物馆参观。

据北京市文物局8月中旬发布的消息，为应对暑期“博物馆热”的持续升温、满足观众参观需求，北京46家博物馆8月暂时取消周一闭馆，改为每天对观众开放。

山东省曲阜市孔子博物馆馆长郭思克表示，“博物馆热”的背后是“传统文化热”，年轻人尤其对传统文化兴趣浓厚。

——据巴西《论坛》杂志网站报道



图为在山东曲阜孔庙，孔子博物馆乐传习所的工作人员进行以《诗经》为主题的雅乐表演。
新华社记者 郭绪雷摄

中国电动汽车受北欧消费者欢迎

过去两年，中国电动汽车品牌已常见于芬兰、瑞典和挪威等国街头。该趋势不仅在北欧地区，它正在整个欧洲蔓延。

中国对电气化的专注不仅是为了减少空气污染，这个国家一直致力于为本国14亿多民众，当然还有全球市场提供价格实惠的高品质电动汽车。如今，中国车企不只是生产电动汽车，还在生产过程中注重质量和价格实惠。

总部位于荷兰的车企斯特兰蒂斯集团首席执行官塔瓦雷斯表示，在欧洲制造的电动汽车比中国电动汽车贵约40%。这种价格差可能促使欧洲中产消费者选择中国制造的电动汽车。

中国制造的实惠电动汽车为北欧乃至欧洲消费者带来令人兴奋的机遇。对那些希望用自身可承担的价格来购买电动汽车的消费者来说，这些车辆提供切实可行的选项。

——据芬兰《赫尔辛基时报》报道



图为在比利时布鲁塞尔车展媒体开放日上拍摄的比亚迪唐电动汽车。
新华社记者 郑焕松摄

专家解读

人工智能技术赋能中国电商行业

■ 受访专家：中国国际电子商务中心电子商务首席专家 李鸣涛

当前，中国电商直播间正在出现越来越多“AI主播”。所谓“AI主播”，是指一种通过人工智能技术实现的虚拟主播。与传统的真人主播不同，“AI主播”不仅可以自主直播、自主选品、自主表达，还可以24小时不间断地直播，大大提高了直播的实时性和可靠性。

“AI主播”兴起基于多方面因素：

一是技术驱动。“AI主播”的出现得益于日益发展的数字人呈现技术和人工智能技术。所谓数字人呈现技术，主要包括数字人的建构、动作捕捉、图形渲染等。通过建模软件创建数字人并通过动作捕捉技术将真人的动作、表情等复制到数字人身上，使数字人在行为、动作等方面与真人高度相似。人工智能技术涉及自然语言处理、情感识别、深度学习、内容生成等。自然语言处理技术能够将人类语言转化为计算机可以理解的语义形式，从而让数字人能够进行智能化的对话和互动。情感识别技术则能够增强“AI主播”的互动性和亲和力。这些技术的发展是“AI主播”能够快速应用的重要支撑。

二是需求驱动。目前，中国直播电商市场规模持续扩大。艾媒咨询数据显示，2022年中国直播电商行业总规模达到14354亿元，较2021年增长19.5%；2025年有望超过2万亿元。伴随直播电商规模快速增长，行业内竞争愈发激烈，对主播的需求也越来越大。中国演出行业协会等机构联合编制的《中国网络表演（直播与短视频）行业发展报告（2022—2023）》显示，2021年中国直播行业的人才缺口为800万人，预计到2025年这一数字将增加到1941.5万。这一缺口驱使电商行业大批引入“AI主播”。

三是成本驱动。与真人主播相比，“AI主播”仅需投入数千便

可开展24小时不间断直播业务，大大降低了品牌方的成本。此外，“AI主播”的表述、动作等由程序提前设定，有固定脚本，可控性强、形象稳定，能够有效避免真人主播带货过程中容易出现的意外状况。

“AI主播”的涌现表明“人工智能+电商”正在成为中国电商行业发展的一个新趋势。在信息技术不断革新的背景下，人工智能技术广泛应用于电商领域，推动电商行业从传统的“人推产品”模式向“智能推荐”模式转变。

目前，除了“AI主播”带货之外，人工智能技术在中国电商行业还有其他大量应用，如页面优化、供应链管理、智能客服等，遍及电商行业的不同环节。

其中，人工智能技术在产品需求预测环节的应用尤其值得关注。电商行业拥有大量用户数据和用户行为数据。人工智能技术则在数据分析方面具有明显优势。人工智能技术通过分析用户的个人资料、浏览习惯甚至下单时间，了解用户的偏好和购买能力，从而帮助电商企业更加准确地预测客户需求，并为其提供更有针对性、更高效的服务。

人工智能技术为电商行业的网络直播、客户精准定位与商品投放等方面注入新活力。伴随人工智能技术的不断进步和应用场景的不断拓展，相信人工智能还将在电商领域发挥更大作用。从全球范围来看，中国注重将人工智能技术应用于实际生产生活中，尤其在语音识别、自然语言处理等领域取得了不少成果。未来，中国将推动形成电商领域专用的人工智能技术与产品应用，并向全球推广。

（严瑜、王莹采访整理）

《麻省理工学院技术评论》网站日前报道称，越来越多中国品牌用“AI主播”代替真人网红带货。人工智能企业小冰公司介绍，该公司拥有100多家客户，这些虚拟网红已经为那些客户创造了数百万美元的销售额。

法国商业调频电视台网站报道称，自2022年以来，许多中国公司开始推出“虚拟网红”“人脸”和近乎自然的声音、口型和手部动作……实现这一切的成本比真人主播低得多。