

海外声音

中国人形机器人未来可期

中国的下一轮出口“王牌”可能不在集装箱里,而是在工厂车间。

在中国,已经有人形机器人能自主进行产品作业。他们能组装零件、检测产品、搬运货箱,并有望接手更多重复性劳动。

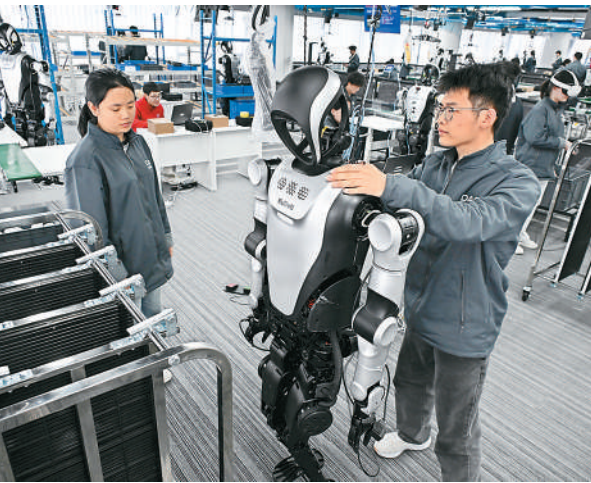
这些不是科幻噱头,而是实实在在的工业场景。如果中国制造商能把机器人的价格降得足够低,实用性提得足够高,并实现大规模量产,中国制造业的崛起或将迈入新阶段。届时,不仅中国产品会更便宜,整个中国制造体系的成本也将被进一步降低。

中国正在真金白银地进行投入,鼓励人形机器人落地应用,并为初创企业提供早期收入来源和实战试验场。

一些中国人形机器人的售价低至13500美元。这个价位值得投资者留意。一台售价13500美元的机器人不一定多完美,但已具备颠覆性的商业价值。它只需在仓库、工厂和物流中心处理足够多的重复性任务,就足以改写劳动力成本的经济账。

人形机器人行业有望像中国电动汽车产业那样,逐渐具备强大的全球竞争力。

——据美国《华尔街日报》网站报道



在山东省青岛市人形机器人数据采集训练场,训练师在工业生产场景内指导机器人进行训练。

新华社记者 李紫恒摄

中国太阳能产业展现优势

中国已成为向太阳能转型的主要推动者。能源智库“余烬”组织的数据显示,今年3月,中国出口了创纪录的68吉瓦太阳能电池板。根据英国伍德麦肯兹咨询公司的数据,中国生产了全球80%以上的太阳能电池板。

“余烬”组织资深能源分析师迪尼策·塞蒂亚瓦蒂表示:“太阳能将成为解决方案中的主角,因为它易于部署、成本效益高,并且可以满足家庭、商业和工业等各种用途。”

仅在今年3月,就有50多个国家的太阳能电池板购买量创历史新高。最大的买家来自非洲和亚洲。根据《耶鲁环境360》杂志的数据,中国对印度、老挝、马来西亚、肯尼亚、埃塞俄比亚和尼日利亚的太阳能电池板出口均出现显著增长。

专家表示,这一转变具有持久势头。彭博新能源财经的清洁能源专家珍妮·蔡斯表示:“无论霍尔木兹海峡局势如何,太阳能都将继续发展。东南亚和非洲是太阳能取代天然气潜力巨大的两个主要地区。”

——据美国《政治报》网站报道



6月7日,在浙江省台州市仙居县埠头镇诸永高速公路沿线,一排排深蓝色的光伏板整齐排列于中分带区域,将太阳能转化为绿色清洁能源。

陈月明摄(人民视觉)

中国“村超”背后藏着深层故事

在人口不到40万的中国贵州省榕江县,一项乡村足球赛事已掀起一股体育文化热潮。

乡村足球超级联赛(简称“村超”)于2023年正式启动。短短几年,凭借与本土文化遗产的深度融合,这一赛事不仅火遍中国,更走向了世界。

3年多来,全网与“村超”相关的内容累计播放量已突破1300亿次。赛事开办至今,“村超”已为榕江县吸引游客超过2600万人次,成为推动当地经济社会发展的核心引擎。

在“村超”背后,藏着一个更深层的故事。每一场比赛都融合了本地的文化根脉。

“村超”最独特之处在于其与本土文化遗产的深度融合。中场休息时,观众可以欣赏到侗族大歌、苗族铜鼓舞、布依族花灯戏以及烟花表演。

“村超”成功的另一大秘诀是观众的深度参与。他们既可以坐在体育场的看台上观赛,也可以走到场边近距离观看。

高洞村足球队的球员杨智说,“村超”能深受观众喜爱,“核心是它承载了榕江人民对足球的热爱,如今‘村超’火遍全球,也帮助我们向世界展示了中国,让更多人了解我们的民族文化”。

——据墨西哥《每日报》网站报道

美国“Z世代”为何“种草”中国游

本报记者 林子涵

国际论道

在重庆感受“赛博朋克”山城夜景,在上海体验现代化城市生活,在智慧酒店、服务机器人中触摸科技日常……近来,多家外媒关注到,越来越多美国“Z世代”和海外年轻人开始把中国列入旅行清单。

对许多“Z世代”国际游客而言,中国不只是长城、故宫、兵马俑等传统文化符号的集合,也是体验现代城市、数字生活和多元消费场景的理想目的地。



图为近日,一名全职入境旅游策划师(左)带领一名美国游客(右)在上海武康路骑行。新华社记者 陈浩明摄

来华旅行成为“新潮选择”

20岁的美国旅行内容创作者里德·亚当斯,小时候曾通过网络地图观察中国。多年间,他注意到中国乡村和城市多了许多现代化设施,由此对中国的发展历程产生兴趣。去年,他到四川成都、重庆、上海等地旅行,并将相关体验发布到社交媒体,目前已获得超过400万次浏览量。

美国《商业内幕》网站报道了里德·亚当斯的经历,并称一些美国“Z世代”正在通过社交媒体和亲身旅行重新认识中国。报道称,美国年轻人通过社交媒体看到中国高铁、城市交通、公共安全和消费便利,进而产生亲自到中国看一看的愿望。对他们而言,“中国游”不只是观光,也是一次对现代城市生活方式的观察。

英国《泰晤士报》刊文称,随着“Z世代”成长,中国元素正在海外社交平台上获

得新的关注。报道注意到,TikTok、Instagram和X等平台上,“becoming Chinese”(成为中国人)等内容被年轻网友大量转发和模仿。文章认为,相关网络趋势虽然带有“玩梗”色彩,但也反映出年轻一代对中国文化、生活习惯和现代化发展的好奇。

美联社报道称,近几个月,20多岁的美国社交媒体用户热衷在网上分享“中式生活方式”以及中国旅行内容。报道认为,这种网络趋势显示,中国文化影响力正在以更日常化、更年轻化的方式被海外受众感知。

美国《时代》周刊刊文分析称,社交媒体上流行的“Chinese Era”和“Chinamaxxing”等热梗,反映出美国年轻人对中国文化和生活方式的兴趣。文章表示,这种兴趣使中国进入美国年轻人的日常话题。

新加坡《海峡时报》报道称,“Chinamaxxing”在美国“Z世代”中流行,也受到中国作为科技强国这一形象的影响。对不少年轻人来说,互联网先让他们“看见中国”,随后产生了实地到访、亲身体验的兴趣。

《商业内幕》网站认为,一些美国“Z世代”在旅游时,将中国的公共交通、城市安全和生活便利与美国现实进行比较。这种兴趣并不完全等同于单纯的旅游消费,也包含年轻人对另一种现代生活样貌的好奇。

新加坡亚洲新闻台在报道重庆时指出,重庆已成为大量海外网友选择的旅行目的地。独特的山城地貌和立体交通,使其天然具备“出圈”的视觉条件。穿楼而过的轨道交通、依山而建的楼宇、层层叠叠的街巷和灯火璀璨的夜景,共同塑造出强烈的视觉识别度。对习惯用手机记录旅行的“Z世代”国际游客而言,这样的城市空间天然具有传播力。

法国《世界报》英文版刊文称,不少外国网红正在通过TikTok、Instagram、YouTube等平台进行旅行“打卡”,展示中国城市风貌。报道特别提到,重庆因强烈的视觉冲击、立体交通和未来感城市景观,在海外社交媒体上走红。对许多年轻受众而言,这些影像提供了一个不同于既有印象的中国形象。

社交媒体上的中国内容、外国游客对中国的好奇心以及签证便利化措施,共同推动中国入境旅游加快恢复。今年一季度,外国人入境人次同比增长22.3%。

美国新闻网站Axios援引调查结果称,年轻美国人对中国全球影响力的看法已发生变化。18至29岁美国人中,不少人认为中国已拥有较大全球影响力。报道分析称,与老一代相比,年轻美国人更多通过社交媒体、流行文化和数字平台接触中国,对中国的认知不再仅仅来自传统叙事。

《经济学人》网站刊文称,“成为中国人”的网络热潮正在给旅游业带来利好。文章认为,社交媒体对中国文化、中国商品和中国旅行体验的兴趣,正在转化为更具体的消费和旅游需求。

埃菲社报道称,随着中国入境游升温,中国正积极把握这一机遇。除了免签等便利政策,一系列配套措施也在持续完善,包括推广移动支付、改善机场服务、为外国游客提供更灵活的住宿选择等。报道认为,这些举措有助于提升国际游客在华旅行体验,进一步塑造中国作为国际旅游目的地的吸引力。

刷新中国形象认知

外媒注意到,来华旅行的美国“Z世代”尤其关注中国的现代生活场景。智慧酒店里的服务机器人、街头巷尾的快递配送、城市轨道交通和多样化的消费场景等,构成了他们观察中国的新入口。

美国《商业内幕》网站报道称,中国的高铁、城市基础设施和科技应用,给一些美国年轻旅行者留下深刻印象。对他们而言,“中国游”意味着亲身观察现代城市如何运行。便捷的公共交通、密集的城市设施和高效率的数字服务,使他们看到一个不同于以往想象的中国。他们的所见所闻也在社交媒体上激发了关于中美生活方式的对比思考。

带来人文交流更多契机

从“想象中的中国”到“屏幕里的中国”,再到“旅行目的地中国”,外媒注意到,中国在海外年轻人眼中正在发生变化。“Z世代”通过短视频、直播、图文笔记和即时互动分享旅途见闻,也成为更多年轻人认识中国的窗口。

美国皮尤研究中心今年发布的民调结果显示,当前有27%的美国人对中国持积极看法,几乎是2023年调查结果的两倍。值得注意的是,年轻美国人对中国的看法明显比老一代更积极。在50岁以下的美国人中,约1/3的被调查者对中国持积极看法。

英国《金融时报》在分析中国入境游升温时,引用上述民调结果并分析称,积极接触网络内容的年轻美国人比老一代人对中国持有更积极的看法。报道认为,社

南博会已成为南南商贸合作绝佳平台

——访斯里兰卡商务部官员



第10届中国—南亚博览会于6月11日至16日在云南昆明举行。本届南博会延续“团结协作、共谋发展”主题。

图为6月11日拍摄的第10届中国—南亚博览会举办地昆明滇池国际会展中心。

梁志强摄(人民视觉)

“中国—南亚博览会为斯里兰卡出口商了解中国市场、拓展区域贸易提供了非常好的机会,展会已成为南南商贸合作的绝佳平台。”斯里兰卡商务部贸易促进司司长查里塔·亚托戈达表示。

第10届南博会6月11日至16日在云南昆明举行。亚托戈达同斯里兰卡展商一道赴昆明参展。他说,中国连续多年举办南博会,不仅为南亚企业提供展示产品的平台,也展现出中国推动南南贸易、促进区域合作、同周边国家共享发展机遇的开放姿态。

据亚托戈达介绍,斯里兰卡企业对中国市场兴趣浓厚,近年来该国出口商参加南博会的意愿持续上升,申请参展企业数量连年增长,此次从中遴选出百余家企业参展,覆盖茶叶、珠宝、香料、农产品和橡胶制品等领域。

他说,斯方感谢中方为参展企业提供便利和支持:“对包括斯里兰卡在内的发展中国家而言,企业开拓国际市场往往面临成本、渠道、信息和资源限制。南博会等开放平台降低了企业参与国际贸易和区域合作的门槛,使更多中小企业有机会走向更广阔的国际市场。”

谈及对本届南博会的期待,亚托戈达说,他打算了解可再生能源、绿色技术等领域的合作机遇。斯里兰卡政府高度重视能源结构转型,以期减少对化石燃料的依赖。如果斯中相关企业能够在南博会上建立联系,将有助于两国在可持续发展领域拓展务实合作。

电子商务也是亚托戈达看好的合作方向。“斯里兰卡企业如能更好地利用中国电商平台,我们的优质产品将更直接触达中国消费者”。

在亚托戈达看来,南博会连接了南亚、东南亚以及更广泛区域的企业与市场。南博会是斯里兰卡企业在境外参加规模最大的贸易推广活动之一,斯里兰卡希望以此为契机进一步拓宽出口目的地,增强贸易韧性。

“南南贸易有巨大潜力。”亚托戈达说,中国市场规模大、产业体系完整,数字经济和绿色发展势头强劲,这些都为南亚国家企业提供了新机遇。中国持续搭建南博会这一开放平台,向包括斯里兰卡在内的南亚国家展现出共享市场机遇、推动互利合作的诚意。

(据新华社电 记者伍岳、吴子钰)