

## 国际论道

美国《华尔街日报》近日常文称，北京正在转向建造新型公共工程项目、大数据中心和空间站等。如今，中国的摩天大楼、大坝、公路和机场星罗棋布，开始转向新型基础设施。中国政府制定了连接数据库、协调交通和居住空间的蓝图。

外媒关注到，近年来，随着新型基础设施建设提速和数字产业化深入推进，中国经济实现高质量发展的动能更强劲、前景更光明。



7月1日，江西省赣州市南康区家具零部件共享配料制作中心的工人在数字化生产线导入编程代码，遥控操作机械臂、传送带和数控切割机智能设备加工零件。 朱海鹏摄（人民视觉）

## 释放强大产业动能

近日，中国工业和信息化部发布消息称，截至今年5月底，中国已建成全球规模最大、技术领先的网络基础设施，所有地级市全面建成光网城市，千兆用户数突破5000万，5G基站数达到170万个，5G移动电话用户数超过4.2亿户。截至今年6月底，工业互联网应用已覆盖45个国民经济大类，工业互联网高质量外网覆盖全国300多个城市。

俄罗斯自由媒体网日前报道称，中国已经建成了全球规模最大的宽带网络基础设施，还建成了全球最大的5G独立组网网络，覆盖全国所有地级以上城市。《纽约时报》报道称，中国已启动大规模基建计划，中国将加大对云计算、大数据、人工智能、5G、工业互联网等新型信息基础设施的投资，中国多个省份也相继推出总额数万亿元人民币的新基建计划。

《华尔街日报》报道称，中国政府今年批准了一个大数据基础设施项目。该项目将成为类似于“南水北调”或“西气东输”的新型基础设施。来自技术先进的东部地区的数据将在中国各地纵横交错，然后被输送到可享受廉价水电和风电的西部地区的服务器上。中国政府修建的高速数据系统，不仅将促进中国对光纤技术、计算机服务器、软件、工程师和一些基础设施建设的需求，还将壮大中国的数据处理市场。

外媒关注到，大数据、云计算、人工智能正加速融入工业、能源、医疗、交通、教育、农业等行业，释放出强大的产业动能。

新加坡《联合早报》援引中国工业和信息化部数据称，近年来，中国数字经济蓬勃发展，产业规模持续快速增长，稳居世界第二。统计测算数据显示，2012年至2021年，中国数字经济规模从11万亿元增长到超45万亿元，数字经济占GDP比重由21.6%提升到39.8%。2021年，全国规模以上电子信息制造业增加值比上年增长15.7%，增速创下近10年新高；软件和信息技术服务业、互联网和相关服务企业的业务收入保持了17.7%和16.9%的高增速，分别达到94994亿元和15500亿元。

美国《麻省理工科技评论·洞察》联合爱立信发布的报告《连接和5G让行业脱碳成为可能》显示，通过5G网络基础设施实现的宽带蜂窝连接，是碳减排工作强大且直接的推动因素。

据俄新社报道，数字经济已经极大地改变了全球民众的生活。而在中国，受益于电子商务便利的不仅是城市居民。电子商务在农村的发展有助于拉动城乡消费，并为地方经济崛起注入新动力。

## 依靠多重因素驱动

中国新基建飞速发展动力有哪些？外媒从多方面进行解读。

据彭博社分析，今年中国计划投资基础设施建设至少达到14.8万亿元人民币。很大一部分开支针对的是交通、水利和数字基础设施。其中，只有约30%的项目是传统基础设施建设，如公路和铁路。超半数项目用于支持智能制造和服务业，如创新型产业、工业园区和技术孵化器。

美国消费者新闻与商业频道网站刊文称，中国提出到2025年，数字经济核心产业增加值占国内生产总值比重达

到10%，高于2020年的7.8%，这一目标凸显了中国力争在新技术领域取得领先优势的雄心壮志。文章指出，中国将促进5G的商业部署和大规模应用，5G有望促进下一代超高速互联网的实现。此外，中国也提出了发展第六代移动通信（6G）的目标，承诺继续对国内技术部门进行监管，并探索建立与“数字经济可持续发展”相适应的治理方法等。

教育为中国新基建源源不断输送人才。南非独立在线新闻网网站刊文称，中国政府2019年发布的《中国教育现代化2035》提到，要充分利用在线教育和数字技术赋能。在新冠肺炎疫情背景下，这种长远规划是非常明智的。基于在数字基础设施领域人才队伍的培养，中国在软件开发、游戏、人工智能和先进机械制造等领域成为世界范围内的强有力竞争者，不足为奇。

肯尼亚《星报》网站刊文称，根据中国教育在线近期发布的报告，在今年中国高考学生理想的大学专业中，人工智能高居十大热门专业之首，紧随其后的是机械工程、电气工程与自动化、大数据技术等。过去10年，中国有超过1万名拔尖人才选择攻读基础学科。中国的高等院校贡献了高铁系统、核电、生物育种、疫苗研发、国防等重点领域的关键技术，还积极参与超级计算机、北斗卫星导航系统和神舟系列航天器的研发工作。

斯坦福大学《人工智能指数2022》报告显示，中国在人工智能期刊、顶级会议和知识库出版物的数量方面继续领先世界，其中论文发表数量占比达31%，较2020年提高了15个百分点。中国申请了全球一半以上的人工智能专利，并获得约6%的授权。细分领域亮点纷呈，中国企业和研究机构在大模型、计算机视觉、机器翻译等领域取得显著技术突破。

## 助力经济稳定增长

2022中国算力大会新闻发布会公布的信息显示，算力作为数字经济时代新的生产力正迅速发展。截至2021年底，中国在用数据中心机架总规模达到520万标准机架，算力总规模超过140EFlops，近5年的年均增速超过30%，算力规模排名全球第二。

彭博社报道称，新基建助力中国经济实现稳增长。其中，数字基础设施是重要领域之一。“对话”网站刊文称，中国政府持续推动高新技术的研发、“智能制造”设施和数字经济建设，将对全球经济产生深刻影响。

国际社会看好中国新基建的发展前景。英国《经济学家》周刊网站报道称，中国即将迎来一场产业升级，数十个城市将在机器人、云计算和自动化方面取得突破。这种本土技术调整正在改变中国制造业的地理布局。新的投资和人口正从沿海中心转移到湖南株洲这样的内陆城市。这些努力也可能重新绘制中国的经济版图：新技术企业数量前所未有地增加，政府正在数据科学、网络安全和机器人等领域培育成千上万大大小小的公司。这些公司正在努力升级中国的工业基础设施，以迎接中国新的产业升级。

彭博社报道称，中国将物联网、5G和区块链等技术引入“数字乡村”。巴西农业新闻网报道说，数字农业已经成为中国农业发展的新亮点。一些大型互联网企业拥有大数据、云计算、数字支付等技术优势，能够系统性解决农业数字化问题，正成为推动中国农业转型的重要力量。

瑞士世界经济论坛网站刊文称，数字技术正在改变传统农业模式，数字基础设施升级使更多中国农民成为电商创业者，对于世界普遍面临的数字鸿沟挑战而言，中国的“数字乡村”试点具有宝贵的参考意义。

“中国美妆市场销售额将在2025年超过1万亿元人民币。”美国《世界女装日报》刊文称，在家庭收入增加、新来者持续涌入和本土品牌不断壮大的推动下，中国已经成为全球美妆公司增长的关键。

在《世界女装日报》举办的“6·18中国国际美妆高峰论坛”上，意大利化妆品联合会负责人吉安·波西塔诺表示，2022年中国的美妆市场规模预计达到921亿美元。增长动力将主要来自男性美妆用品市场的快速增长和国产美妆品牌的兴起。

报道称，中国不仅是一个关键的消费市场和制造业中心，而且已开始成为创新驱动。从设立研发中心到投资基金，很多国际美妆巨头持续扩大对华投资；同时，不少中国美妆本土品牌开始国际化布局以开拓国际市场。中国美妆品牌还在通过跨境电商进军国外市场。

## 专家解读

近年来，中国美妆市场生机勃勃，呈现出新的发展特点。一是增速快、覆盖广。目前，中国美妆行业的市场规模正逐步迈向万亿级；二是面部基础护肤是核心赛道，所占的市场份额最大，底妆和彩妆等子赛道的增速也较快；三是男性美妆市场迅速发展，各大品牌争相入局。“她经济”之外，“他经济”也悄然兴起；四是国产美妆品牌迅速崛起。国产品牌在原料、配方、工艺等方面进步明显，涌现出完美日记、花西子等一大批新锐国产品牌。

中国美妆市场蓬勃发展，对促进国内乃至全球经济复苏具有重要意义。在供应链和产业链方面，美妆行业的发展与农业、生物化工、玻璃制造业、塑料产业、运输业、广告业等息息相关，众多相关的产业链随之得以发展整合。这对全球产业链具有积极正向的推动作用。

中国美妆行业获得前所未有的发展，是多重因素综合作用的结果。其一，随着中国经济不断发展，当今社会主要矛盾已经转变成人民日益增长的美好生活需要和不平衡不充分的发展之间的矛盾。美妆产品正好契合消费者的社交需求和尊重需求。

其二，越来越多国外优秀美妆品牌进入中国，给中国美妆市场带来先进的生产技术、新颖的营销方式以及独特的产品理念，推动产业链不断成熟完善，而且在一定程度上培育了中国美妆市场的消费者。

其三，中国美妆产品的消费群体逐渐扩大。随着经济飞速发展，中国人的

## 中国美妆市场生机勃勃

■受访专家：中国人民大学商学院市场营销系副教授 丁瑛



顾客在海口日月广场免税店选购化妆品。 新华社记者 郭程摄

家庭收入水平不断提高，消费能力不断提升，对美妆产品的需求也将扩大。此外，一些美妆品牌在一二线城市深耕结束之后，又到其它城市开拓市场，获得了更多持续的正向增长动力。

其四，消费理念转变为中国美妆产品发展提供了广阔市场。“Z世代”消费者是未来美妆市场的核心消费群体。

其五，直播等新型社交及营销平台迅速扩张。小红书测评、网红直播带货、KOL等社交媒体兴起，有力推动了中国美妆市场发展。

伴随经济发展、科技进步以及消费群体变化，中国美妆市场将出现一些新趋势。首先，“颜值经济”驱动下，“Z世代”对美妆市场的影响不容小觑。其次，数字化转型是大势所趋。布局数字化转型，有利于把握美妆产品的核心渠道，如信用支付方式、数字化营销理念、数字化网络的销售渠道等。最后，国潮品牌发展潜力大。“Z世代”消费者拥有高度的文化自信，偏爱中国元素和民族品牌，“品牌联名”等新的宣传策略和营销方式被消费者所钟爱。

中国美妆市场若想稳步实现健康发展，需牢牢把握发展方向。从美妆产品的核心竞争力来看，应注重产品配方的自主研发与创新，建立国产品牌的“护城河”，在全球美妆产业链条中获取一席之地；从美妆产品的特殊属性来看，应提升美妆产品的体验感和功效，增强顾客黏性。美妆产品作为“体验品”，消费者会格外关注核心成分与实际使用效果；从发展趋势来看，应着重把握数字化转型，将产品的设计与研发、产业链的运营、顾客忠诚体系等置于数字化的平台运行，进而全面布局数字化；从可持续性来看，应使用绿色环保材料，推动可持续发展。美妆产品是“快消品”，包装材料在处理时会产生大量的碳排放。国家大力提倡“碳中和”，美妆品牌若能关注可持续发展，与国家提倡的大政方针相结合，不仅会使品牌自身受益良多，而且对环境发展颇多助益。

（周 滢采访整理）

## 新基建助力中国稳经济

本报记者 贾平凡

## 日本食品企业青睐中国加工产品

上世纪末，中国稳步推进改革开放，沿海地区劳动力价格低廉、数量巨大，且中日距离较近，物流运输便利。于是，许多日本食品企业瞄准中国，把日本先进的加工技术带到中国，在华进行食品生产加工，再将加工完成的产品出口到日本。

例如，深受日本人喜爱的甜虾大多在北欧地区捕捞，在渔船上迅速冷冻后运往中国的工厂，再由中国工人进行剥壳作业。为了美观，甜虾的尾巴不能去掉，虾肉也不能有损伤，如此精细的要求使得剥虾这项作业无法实现机械化，只能人工去做。伴随着冷冻技术进一步发展，诸多种类的海鲜加工在中国逐渐兴起。

这种生产模式下，日本食品企业开始在中国工厂生产章鱼小丸子、天妇罗以及其他一些食品半成品，这些按日本标准生产的半成品完成后会被送往日本各地的餐桌。日本的一些食品企业还与中国农民合作，种植符合日本标准的蔬菜。可以说，这些农田已成为日本企业的“粮食基地”。

——据日本Bpress新闻网报道



7月3日，江苏省宿迁市在泗洪经济开发区菜食品加工出口企业工人在车间内将煮熟后的小龙虾摆放入盘。这些产品将销往国内市场以及日本、韩国、新西兰、加拿大等国家。 许昌亮摄（人民视觉）

## 中老铁路让边境城市磨丁充满机遇

老挝是东南亚唯一没有出海口的国家，但去年底开通的中老铁路在很大程度上改变了这一局面。如今，中老两国边境地区迎来伴随铁路而生的经济繁荣。从万象出发，高速火车可在短短3小时内到达老中边境，然后连接上中国铁路网。在老挝边境城市磨丁，人们能切身感受到铁路带来的开放承诺和经济腾飞。

磨丁经济特区如雨后春笋般拔地而起。预计到2035年，新磨丁的人口将达30万。从本世纪初至今，沉睡的边境小镇变成欣欣向荣的经济口岸，磨丁的变化令人吃惊。在此商贾的周先生称得上是磨丁发展的“拓荒者”。选择磨丁，不仅是成熟的考虑，更是对未来下注。2005年，他在津巴布韦开了一家香精厂，但2015年经过深思熟虑后他把工厂从非洲迁到磨丁，因为这里是“一带一路”上的重要一站，不仅能享受诸多招商引资的优惠政策，还便于把产品出口到中国。

伴随着高速铁路和新近开通的高速公路，磨丁已成为中老交流纽带上的一个重要环节。当边境变成一个紧密“联合体”时，往往也会成为一片充满机遇的土地。

——据法国24小时电视台报道



中老铁路不仅极大方便了老挝民众出行，也推动了中老两国旅游业发展。6月23日，中老铁路旅游首发仪式在昆明举行，“坐着火车游云南”活动正式开启。图为当日，该列车乘务员为乘客送上鲜花。 陈 畅摄（新华社发）

海外声音