

## 中国在人工智能领域展现创新活力

海外声音

越南农产品对华出口激增

本报记者 林子涵

国际论道

无人驾驶车自动识别信号灯；智能算法实现发电、用电自动匹配；智能影像快速给出诊疗判断；智慧工厂对生产流程进行精细化管理……当前，人工智能正不断赋能中国各行各业，成为中国创新发展、产业升级、经济增长的重要动力。不少外媒报道称，在人工智能科技创新、产业发展和治理体系方面，中国走在世界前列。



日前，以“机器智联、赋能万物”为主题的第八届中国机器人峰会暨智能经济人才峰会在浙江余姚开幕。展示涉及人工智能的最新行业应用。图为客商在展馆展示最新型机器人。 吴大庆摄（人民视觉）

越南今年通过北部山区省份老街的边境口岸向中国出口的农产品大幅上升。老街省海关统计数据表示，今年一季度，通过当地口岸的进出口成交额接近1.86亿美元。其中，出口成交额达到9240万美元，同比增长约90.1%；进口成交额达到9320万美元，同比增长约15%。

在老街口岸进出口的货物中，农产品仍是主要出口产品，达到7100多万美元，同比增长约63.2%，占出口总额的76.8%。主要农产品有火龙果、香蕉、红毛丹、西瓜、木薯、榴莲等。

老街省海关负责人说，每天约有300辆运载进出口货物的汽车经过金城国际口岸。

——据越通社报道



今年4月举行的第三届中国国际消费品博览会期间，越南、泰国、日本、韩国、澳大利亚等《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）成员国的企业积极参展，带来食品、保健品等消费产品。图为在消博会上拍摄的越南榴莲饼。

新华社记者 蒲晓旭摄

中国电动车企加快出海步伐

近日，湖北襄阳腾龙汽车有限公司的装配车间里机器轰鸣，工人们正赶工交付成倍增长的电动汽车订单。该公司今年已接到至少1000辆汽车订单，是去年的3倍多。公司主要面向缅甸、老挝等东南亚市场出口电动巴士，今年开始拓展俄罗斯和中东客户。5月，公司已接待了3批外国客户。

日益激烈的国内市场竞争促使中国电动车企加快出海步伐，欧洲和东南亚成为不少车企的首选市场。一些中国电动汽车企业大举进军国际市场，而且成绩亮眼。

中国电动汽车企业比亚迪提供的数据显示，集团今年前4个月出口乘用车接近5.36万辆，已达去年全年出口量的95%。去年比亚迪乘用车主要市场包括挪威、德国、荷兰、哥伦比亚、巴西、泰国、新加坡和澳大利亚等，今年以来已在英国、西班牙、约旦、厄瓜多尔等地开启销售。另一家车企蔚来在2021年进入挪威市场，去年10月进一步拓展至德国、荷兰、丹麦和瑞典，同时提供整车零售和订阅式租车服务。

——据新加坡《联合早报》网站报道



比亚迪电动大巴交付仪式今年2月在日本北海道北广岛市举行，这是比亚迪汽车日本公司首次向北海道投放电动大巴。图为比亚迪电动大巴停在北海道日本火腿斗士队主场棒球场前。

新华社记者 姜俏梅摄

国际象棋受中国年轻人欢迎

中国人始终对策略类游戏很着迷。近期，国际象棋备受中国年轻人欢迎。国际象棋职业运动员、中国国际象棋协会前秘书长田红卫表示，过去10年间，中国下国际象棋的人数增加了4倍，从2013年的600万人增加到了如今的3000万人。飞速发展背后是中国政府的支持。中国不仅推出了旨在推动该项竞技体育项目的全国性规划，还开设了国际象棋相关的专业学校并组织了各种级别的全国比赛。

中国院校也逐渐将国际象棋纳入教学计划。国际象棋手机应用程序的开发，也推动了这项运动在年轻人中的普及。更可喜的是，越来越多年轻人开始以国际象棋为职业。许多年轻的中国棋手近年来在国际赛事中取得了不俗名次。

——据法国《快报》周刊网站报道



在今年4月举行的全国国际象棋锦标赛（个人乙组）上，两名棋手在对弈。

袁兵摄（人民视觉）

“硬核成果不断涌现”

不久前，天津港的智慧码头吸引了彭博社的关注。“利用自主研发的人工智能及5G等技术，工作人员可远程实时控制无人驾驶电动集装箱车进行装卸作业。通过这种方式，码头成功解决了工人安全、员工短缺和成本问题。”彭博社报道称。

智慧码头是当前中国人工智能快速发展的一个缩影。美国外交学者网站报道称，近年来，中国人工智能领域的硬核成果不断涌现。今年2月，中国宣布开发人工智能算法，帮助卫星躲避空间碎片。与此同时，中国还在开发一个由立方星组成的平台，该平台使用人工智能决策，可用于防御针对中国太空资产的攻击。

“在中国，人工智能已越来越多地出现在日常生活中。”拉美社报道称，人脸识别、语音识别、无现金支付、自动驾驶、无人机、机器人、5G连接和大数据分析等逐渐成为中国社会生活的一部分。目前，中国还出现了“人工智能酒店”，由员工和机器人共同负责客房服务、餐厅服务等，客人可以通过人脸识别自助办理入住手续。中国的官方媒体团队中也已有了人工智能主播，其外貌和姿态都相当逼真，以至于很难相信其由人工智能程序生成。人工智能也在医疗保健领域得到广泛应用，是不少疾病诊断、血检检测、假牙制作等设备和软件的底层技术。

专利数量反映了中国在人工智能领域的创新活力。《日本经济新闻》报道称，2018年1月至2022年10月间，全球超过50个国家和地区共申请115万件人工智能领域相关专利，其中专利申请数量最多的3个国家分别是中国（64.8万件）、美国（19.1万件）和韩国（5.28万件）。中国的专利申请量比第二名及第三名的总和多一倍，这意味着中国在人工智能领域的创新非常活跃。

当前，中国人工智能产业生态正在逐步形成。据中国信息通信研究院测算，2022年中国人工智能核心产业规模达5080亿元人民币，同比增长18%。代表性企业超过4200家，约占全球16%。

据路透社报道，美国乔治城大学科技政策小组今年2月发布的报告显示，到2021年年底，中国拥有超过1600

家人工智能公司，已经成为全球第二大市场，仅次于美国。从2015年到2021年，有1239家中国人工智能公司在36个国家吸引了2299笔投资，筹集了1100亿美元。

“加快发展人工智能是中国赢得全球科技竞争主动权的重要战略起点。当前，中国人工智能产业快速发展。中国正在利用人工智能建立发展优势、加快创新步伐。”“美国之音”电台网站报道称。

多方持续创新发力

中国人工智能产业快速发展的背后是政府、企业、科研院所等多方持续发力。

拉美社报道称，2017年，中国发布《新一代人工智能发展规划》。自那之后，中国加快了步伐，力争到2025年人工智能基础理论实现重大突破，到2030年人工智能理论、技术与应用总体达到世界领先水平等目标。这一进程伴随着相关法律法规的出台以及制定实施关于人工智能安全评估和管控能力的政策。当前，中国还在不断完善相关新型基础设施布局，向进一步发展的目标不断迈进。

近期，以ChatGPT为代表的一批现象级应用出现，生成式人工智能和大语言模型在全球范围内引发热烈讨论。路透社、《经济学人》等外媒报道称，中国科技巨头正在加快推出相关应用，在人工智能竞赛中争取一席之地。

“在人工智能领域，中国科技企业正在竞相推陈出新。中国科技行业目前正围绕人工智能进行深刻转变。”美国消费者新闻与商业频道网站报道称。

在人工智能研究领域，中国也展现了强劲实力。《日本经济新闻》与荷兰学术信息公司爱思唯尔进行的一项调查显示，中国在2019年首次在人工智能相关论文的质量方面跃升至世界第一。目前，中国人工智能相关论文数量及质量仍显著领先。2021年，中国人工智能相关论文数量是美国的约2倍，为4.3万篇。以“被引用数”进入前10%的论文数量作为论文质量指标，2021年，中国论文在高被引论文中占7410篇，比美国多70%左右。

“中国培养了世界上最顶尖的人工智能科学家。在顶级人工智能会议上发表论文的研究人员中，来自中国的人数超过其他任何国家。”美国《时代》周刊杂志网站日前

报道称，“中国政府还在努力提升其国内科学基础。为了吸引人才，中国政府推出了多项人才引进计划。”

治理体系的完善，进一步助力中国人工智能健康有序发展。美国媒体Axios报道称，中国在人工智能监管方面领先全球。自2021年以来，中国出台了包括个人信息保护法和新一代人工智能伦理规范等在内的系列文件，保障了公民权利。目前，中国用户有权关闭算法推荐服务、有权决定何时向他们提供人工智能生成内容。中国还在2022年推出了《互联网信息服务深度合成管理规定》，以防止人工智能用于深度造假。

“为长期增长奠定基础”

“人工智能是中国制造业创新发展的‘关键一招’。”美国外交学者网站发文称，预计中国2023年将在人工智能领域投入147亿美元，约占全球投资的10%。到2026年，这一数字估计将达到260亿美元左右。

“今后，中国在人工智能方面的领先势头可能还会持续。”《日本经济新闻》称，中国的目标是到2030年成为世界主要人工智能创新中心。预计中国科技企业将继续大力推进人工智能研发，众多初创企业也将不断发展。

“中国已经设定了到2030年成为人工智能领域全球领导者的清晰目标。中国发布的一系列治理措施将进一步为中国人工智能产业赋予优势。未来，中国可能在人工智能竞赛中进一步脱颖而出。”福克斯新闻网报道称。

国际数据公司（IDC）发布报告称，中国人工智能技术创新迭代，驱动应用场景不断落地，生成式人工智能、人工智能大模型、智能决策等热点也为中国人工智能带来了更多可能性。同时，企业数字化转型也催生了对人工智能技术的需求，为中国人工智能产业规模的长期增长奠定了基础。预计中国人工智能市场支出规模将在2023年增至147.5亿美元，约占全球总规模1/10。2026年，中国人工智能市场规模将超过260亿美元，硬件占比达56%。

美国《国家》周刊网站报道称，基于中国强大的技术基础、消费市场“无可置疑的优势”和强有力的政策驱动，中国的人工智能正在突飞猛进，并且有可能成为中国经济增长的重要推动力。

## 中国中小城市旅游从“出圈”到“出彩”

受访专家：北京第二外国语学院旅游管理系主任 宋昌耀  
北京第二外国语学院教授 厉新建

专家解读

在中国旅游业发展的目的地格局中，京沪广深以及苏杭成渝这样的城市仍占据主流地位，但中小城市正在快速崛起，成为充满创新活力的重要力量。这其中，有以旅游为经济发展核心依托的丽江、张家界、敦煌，也有以特色旅游业态脱颖而出、安吉和东阳。大理的民宿业态、安吉的乡村旅游度假、东阳的影视主题休闲都可圈可点，正受到越来越多关注。近期因烧烤而爆火的网红城市淄博不仅在国内赚足了人气，也得到了外媒广泛关注和关注。扬州、镇江则因其丰厚的历史文化积淀和宜居的城市空间而广受游客喜爱。

与传统上凭借资源禀赋、交通条件、经济实力、消费人口等方面优势而成为重要旅游目的地的大城市相比，中小城市在旅游业竞争中不仅没有“出局”，反而频频“出圈”、持续“出彩”，其主要共同原因在于充分利用互联网的传播特性。后来居上的中小城市借助互联网和社交媒体的信息扩散和触达能力在市场关注度上另辟蹊径。只要产品足够有特色，即便是地处天涯海角，也能在短时间获取巨大流量，吸引足够客群。

旅游客群结构变化也助力成就中小城市旅游的“风光”。随着人们旅游阅历的不断丰富以及新兴消费群体的持续壮大，以往走马观花式的旅游诉求逐渐开始向慢休闲、深体验转变。新兴的年轻客群更加注重参与性，中小城市的环境、节奏和产品及业态恰恰满足了这些需求和变化，从而获得了快速增长。

中小城市旅游的崛起与当下中国交通条件整体大提升密切相关。大城市拥有内在的庞大、稳定且高频的休闲旅游消费市场，而中小城市旅游供给无法通过内源性旅游需求获得足够的价值实现机会，对外源性客源市场具有很强的依赖性。近年来，中国高速交通体系的高质量发展极大地改变了中小城市的可进入性，开启了外源性客源的“闸门”，为中小城市旅游发展打下基础。

网络流量赋能能让很多中小城市成为旅游新“顶流”。但流量总是围绕着新的热点聚集，一个网红城市要想真正“长红”，可以从以下几方面入手：

第一，要营造包容性发展的大环境，培养内生创新力，以“常红”保障“长红”。“一招鲜吃遍天”的时代已经过去。虽然出圈需要聚焦单品，但“长红”需要持续不断地涌现出具有网红潜质的新产品新现象，通过单品轮动形成持续性推动力。这就需要该地激发市场主体的创造性、创新性和创意性，为各种新业态、各类中小微旅游企业的发展提供良好的外围环境。

第二，要从流量轨道转向体验轨道。良好的产品体验和深刻的形象认知才是一个目的地持久吸引力的根本动力。网红城市需要及时转换轨道，从流量依赖型城市转化为产品体验型城市，在产品、服务、环境上下功夫，让流量和故事能够沉淀在实实在在的产品内容和品牌形象上。

第三，要牢固树立“玩法就是内容，玩家就是生产力”的思想。资源很重要，“玩法”更重要。无论是中小城市还是大城市，都不能停留在资源依赖上，更不能形成资源本位的思想。资源需开发形成不同的玩法才能适应不同的客群，释放价值潜力。随着市场的年轻化，让更多年轻化的玩家们以年轻人的视角和方式来发现一座中小城市隐藏着的旅游吸引力，就变得至关重要。

第四，要加强产品和能力建设。这是决定爆火之后的目的地尤其是中小城市能否承接得住急剧增长的客流的关键。社交媒体流量可以带来“出圈”，丰富的产品生态和强大的能力体系才能带来“出彩”。唯有扎实的能力体系，才能有效动目的地地相关资源来应对快速涌入的客流造成的市场需求压力；唯有扎实的产业生态，才能突破单一业态的局限，让爆火业态的“树干”长出更多“枝叶”，真正长成“参天大树”。

(李怡采访整理)

美国有线电视新闻网日前报道称，山东淄博的烧烤视频在社交媒体爆红后，近期该市旅游的受欢迎程度呈现井喷趋势。目前，中国及国际研究者都在关注，中小城市旅游热能否推动中国实现消费主导型增长。

《纽约时报》近期也关注到，由于淄博烧烤“火出圈”，该工业城市最近成为中国热门旅游目的地。如今，物美价廉、热情好客已成为该城市的代名词。报道提到，常住人口470万的淄博在3月份接待了480万游客。“五一”期间，淄博政府专门开辟21条游览公交线路，并在海鲜市场举办烧烤节，以此抓住机遇，延续旅游热潮。