

海外声音

中国多管齐下稳定汇率

在近期召开的全国外汇市场自律机制专题会议上，中国金融管理部门表示，有能力、有信心、有条件保持人民币汇率基本稳定，坚决对单边、顺周期行为予以纠偏，坚决对扰乱市场秩序行为进行处置，坚决防范汇率超调风险。

此前，为稳定人民币汇率，中国金融管理部门已采取多项措施，包括上调跨境融资宏观审慎调节参数、下调金融机构外汇存款准备金率等。

——据美国《华尔街日报》网站报道



日前，在福建省福州海峡国际会展中心，工作人员介绍数字人民币钱包的支付方式。

谢贵明摄(人民视觉)

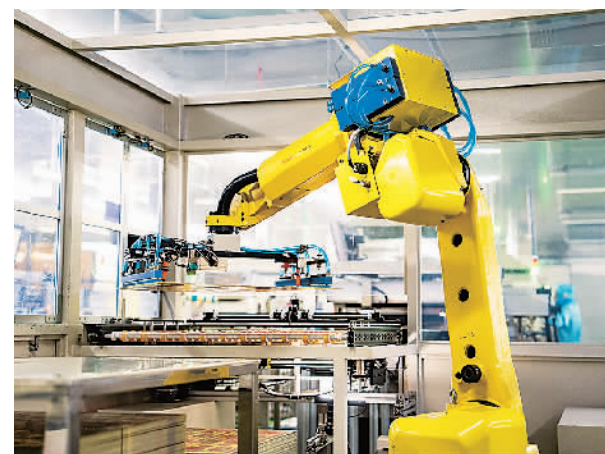
中国工业机器人制造领先

中国是工业机器人制造领域的领导者。目前，中国工业机器人产量占全球一半以上。

中国每年在世界各地新装近30万台工业机器人。预计2024年，中国仅在机械臂制造方面的市场规模就能达到110亿美元，该领域的全球市场规模约为200亿美元。据分析机构发布的数据，全球工业机器人市场总量在2031年前将增至1500亿美元。

中国的工业机器人过去主要用于完成简单任务，如货物装卸搬运、普通焊接等。不过，随着人工智能的发展，中国工厂里的工业机器人开始逐渐掌握复杂技能——组装、抛光、黏合、喷涂等。

——据俄罗斯自由媒体网报道



在江西省吉安市吉水县工业园区江西景旺精密电路有限公司生产车间，工业机器人在自动化生产线上作业。

谢东摄(人民视觉)

中国需求推动澳农产品出口创纪录

2022至2023财年，澳大利亚农产品出口连续第二年创历史新高，出口增长近20%，达到800亿澳元。

中国是澳大利亚谷物出口的第一大目的地，出口额增长62.5%，达到54亿澳元。中国也是澳大利亚肉牛出口的第一大目的地，占澳大利亚肉牛出口总额的22%。澳大利亚向中国出口的杏仁和棉花也有所增加。

总体而言，中国约占澳大利亚农产品出口的20%，连续第二年成为澳大利亚农产品出口增长最快的市场。

——据澳大利亚《堪培拉时报》网站报道



近日在澳大利亚堪培拉一家超市拍摄的蔬果。

储晨摄(新华社发)

中国为5G手机定下新目标

中国工业和信息化部、财政部近日印发《电子信息制造业2023—2024年稳增长行动方案》。方案提到，2024年，中国手机市场5G手机出货量占比超过85%，75英寸及以上彩色电视机市场份额超过25%，太阳能电池产量超过450吉瓦。

其中，关于5G手机出货量的目标引起市场广泛关注。数据显示，2022年，中国国内市场手机总体出货量累计2.72亿部，其中5G手机出货量2.14亿部，占同期手机出货量的78%以上。业内认为，5G手机有较大增长空间。

——据新加坡《联合早报》网站报道

中国可再生能源发展“加速跑”

本报记者 林子涵

国际论道

全国首个万吨级光伏绿氢示范项目建成投产；多晶硅、硅片、电池、组件上半年产量同比增速达60%以上；新能源汽车产销双增长，连续8年居全球第一；绿色动力船舶制造新订单占总订单近一半……近段时间，中国在可再生能源领域不断刷新“进度条”，受到国际社会瞩目。不少外媒发文表示，中国绿色供给能力持续增强，为全球可持续发展带来好消息。



“绿色转型成果令人赞叹”

国家能源局数据显示，截至今年上半年，中国可再生能源装机已突破13亿千瓦，历史性超过煤电比重，约占能源总装机的48.8%，10年增长约3倍。

日本《每日新闻》关注到，中国太阳能发电设备呈现爆发式增长。中国国家能源局数据显示，2022年，中国新增太阳能发电装机容量8741万千瓦，同比增加60%。

英国《每日电讯报》近日发表的一篇文章称，中国在海上风电领域发展正劲。据全球风能理事会数据，2022年全球海上风电累计装机容量达到64.3千兆瓦，其中中国约占49%，摘取“全球海上风电建设者”桂冠。

“中国的绿色转型成果令人赞叹。”《华尔街日报》网站近日报道称，近年来，中国可再生能源装机容量增长速度飞快，发展势头令人鼓舞。中国还设定了一个目标：到2025年，实现可再生能源消费占一次能源消费的18%左右。届时，预计中国可再生能源规模将十分可观。

可再生能源快速增长的同时，以光伏产品、电动汽车、锂电池为代表的中国外贸“新三样”也表现抢眼。

美国调查企业SPV市场研究公司的报告显示，2022年，太阳能电池全球出货量排名前五的企业全部为中国企业。中国企业在全球光伏组件市场份额持续增长。太阳能企业的飞跃式发展将巩固中国作为全球可再生能源大国的地位。

国际能源署的报告指出，中国在可

再生能源领域处于全球领先地位。2022年，中国光伏产品出口总额超过512亿美元，同比增长超过80%。2025年前，在全球太阳能发电主要零部件领域，中国产品的市场占有率有望扩大至95%。

“在绿色能源和技术领域，中国处于领先地位。”法国《回声报》网站报道称，2023年，中国生产的太阳能电池板预计将占全球总产量的3/4，全球一半以上的电动汽车将在中国的道路上行驶，全球新增可再生能源装机容量的55%将由中国实现。

“最大的可再生能源投资国”

“绿色产能”提升背后，是中国在可再生能源领域的持续投资和创新能力。

“在全球能源转型竞赛中，中国已经领先一步。”西班牙《先锋报》网站报道称，多年来，中国政府一直把低碳发展作为优先事项，在相关产业方面投入了大量资源，鼓励可再生能源领域创新。布鲁塞尔智库战略展望研究所基于“未烧尽的煤”研究组织的数据，发表题为《零碳工业新时代的竞争》的研究报告。该报告指出，中国在碳排放领域掌控着60%的制造技术，创造了大量就业岗位，主导着几乎整个电池供应链，贡献了锂电池生产总量的74%。

“中国已成为世界上最大的可再生能源投资国。政府正在加大对风能、太阳能和核能等领域的投资，满足日益增长的生产生活用电需求。”新加坡《海峡时报》网站报道称，中国已承诺在2026年到2030年的下一个五年规划

期间逐步减少煤炭消费，把可再生能源领域作为关注重点。

英国经济学者智库8月发表的一篇调研报告表示，中国在激励绿色能源技术及制造业方面处于全球领先地位，尤其是在太阳能、风电和电池技术等领域。在未来至少10年的时间里，中国都将是推动绿色发展的关键力量。

彭博社网站日前报道称，中国的可再生能源生产与开发企业正在帮助实现能源转型。这些企业也由此创造了巨大的经济效益。随着更多支持可再生能源和电动汽车的新政策出台，预计还会有更多中国企业加强在可再生能源相关领域的投入。

日本《每日新闻》日前报道称，中国光伏组件供应商凭借大规模投资和成本优势取得快速增长，“光伏企业的飞跃式发展，帮助中国成长为可再生能源大国”。

“为全球减碳作出重要贡献”

中国可再生能源发展带来了一系列正效应。

“中国低碳减排努力对世界产生积极影响。”塔斯社网站报道，英国《自然—通讯》杂志近日发表的一项研究显示，全球平均悬浮颗粒物暴露量减少的90%以上来自中国。科学家研究了1998年至2019年期间空气中的PM2.5颗粒物数据，发现自2011年以来，全球平均浓度一直在稳步下降，这应该归功于中国的努力。中国在低碳减排方面的措施，已被证明是这些积极变化的主要原因。

APEC中国工商理事会与国家发改委国际合作中心联合发布的《超越净零碳》指出，在中国的推动下，2021年全球太阳能光伏装机容量较2010年下降约82%，陆上风机与海上风电装机容量成本分别下降约35%和41%。

埃菲社关注到，中国在促进可再生能源产业建设的同时，也在研究二氧化碳捕集、封存和利用，以加快实现双碳目标。今年，中国在江苏省投产了大型二氧化碳捕集和封存项目。该项目每年可在燃煤发电过程中捕集50万吨二氧化碳。另外，中国首个海上二氧化碳封存示范项目今年也正式投用，每年可捕集和封存超过150万吨二氧化碳，封存量相当于种植近1400万棵树。报道称，中国行动为全球减碳作出重要贡献。

国际评级机构标准普尔旗下“全球商品洞察”网站发文指出，中国在发展水电、光伏、风电、储能等方面积累了许多成功经验。中国积极开展国际合作，与合作伙伴进行技术、投融资和人才交流，有利于促进全球可再生能源发展。

国际能源署近期发布的《可再生能源市场更新》报告指出，凭借技术、装备等优势，中国企业正在积极开展国际合作，促进全球可再生能源发展。

国际可再生能源署总干事弗朗西斯科·拉卡梅拉表示：“中国在全球能源转型和促进可持续发展方面发挥着关键作用，实现《巴黎协定》目标和应对气候变化需要中国的参与和支持。”

上图：位于江苏金湖县前鋒镇的光伏与风电设施。

梁德斌摄(人民视觉)

专家解读

中国新式茶饮引发消费热潮

■ 受访专家：北京理工大学管理学院营销系主任 倪跃峰



在重庆市巫溪县通城镇龙池村的一家奶茶店，顾客购买饮品。

新华社记者 黄伟摄

据路透社报道，贵州茅台与瑞幸咖啡近期联名推出“酱香拿铁”。这款饮品吸引了众多年轻消费者，门店前排起了长龙，相关话题也迅速登上中国社交媒体热榜。德国《南德意志报》网站也关注到，各类茶饮在中国年轻消费者中越

来越受欢迎。不少热门茶饮品牌的跨界联名引发了轰动。

“新式茶饮深受中国Z世代欢迎，相关热门品牌也受到全球投资者关注。”英国《经济学者》周刊网站报道称，新式茶饮正在成为中国新的消费风向标。

当前，新式茶饮正在引发消费热潮。相比传统饮品，这类饮品在产品理念、生产制作、品牌推广与市场营销等多方面都进行了改良和创新，更加贴近当下年轻人的审美趣味和消费诉求，带动了消费热潮。

近年来，中国新式茶饮市场快速兴起。中国连锁经营协会统计显示，中国新式茶饮市场规模从2017年的422亿元(人民币，下同)增长至2022年的约1040亿元。2022年，新式茶饮门店总数约为48.6万家。艾媒咨询公司的预测数据显示，2023年底，中国新式茶饮市场规模将达3333.8亿元，2025年有望达到3749.3亿元。

新式茶饮消费火热，折射出中国消费者更高的购买力和对更高品质生活的需求。据中国国家统计局数据，今年上半年，中国居民人均可支配收入为19672元，比上年同期名义增长6.5%；中国居民人均消费支出12739元，比上年同期名义增长8.4%。中国社会经济发展和国民收入水平稳步提升，为新式茶饮的发展提供了良好的消费基础。

新式茶饮走红，也反映了新的消费文化正在形成。当前，年轻人逐渐成为消费市场的重要力

量，他们的购买力和购买习惯影响着市场变化趋势。年轻消费者更愿意为个性化和差异化消费买单，催生了多种新业态，产生了多样的消费场景和新商机。在此背景下，新式茶饮消费逐渐成为年轻人社交、工作、休闲的重要部分。

值得关注的是，新式茶饮已走出国门。2010年，“快乐柠檬”茶饮公司在菲律宾马尼拉开设了第一家海外门店。此后，许多中国新式茶饮品牌纷纷“出海”。不少热门品牌在东南亚、日韩等市场受到广泛欢迎，取得了不俗的市场表现。如今，越来越多茶饮品牌开始关注国际市场，寻求海外市场增量。

饮料市场属于完全竞争市场，赛道拥挤、竞争激烈。未来，中国新式茶饮要想持续激发消费热度，可在两个方向重点发力：一是规范市场秩序，避免无序竞争。新式茶饮品牌在争取扩大市场份额的同时，需遵守市场规范，维护良好的市场环境，促进行业良性发展。二是持续提高创新能力，不断挖掘新式茶饮蕴含的潜力，积极回应消费者的需求和期待。

(罗婉沁采访整理)