

AI+服务
双轮驱动

广东力推数字经济 与贸易新业态开新篇

◎从“基础”到“支点”： 服务成为撬动增量新引擎

2025年,广东数字经济规模突破8万亿元,连续9年居全国首位。全省货物进出口总额连续40年领跑全国,数字贸易规模达7400亿元,其中跨境电商进出口从2015年的113亿元增至2025年的6230亿元,扩大55倍,占全国超1/3,集聚了全国50%的跨境电商卖家。在近日举行的2026广东省高质量发展大会“数字经济与贸易新业态”分会场上,这组亮眼数据为广东在新一年度的奋楫前行标注了坚实起点。

会上,广东省商务厅厅长张劲松从“看实力、看标杆、看生态、看未来”四个维度,全面展示广东在数字经济和贸易新业态方面的发展实践与未来展望。他重点推介了“跨境电商稳规模扩增量5条”“2026年跨交会”以及“‘粤企出海’服务资源库”,并向广大企业发出诚挚邀约:扎根广东、深耕广东,共同开拓数字经济和贸易新业态的广阔前景。

■新快报记者 陆妍思

“广东发展数字经济与贸易新业态,兼具基础与潜力。”张劲松的开场白道出了广东的底气。广州、深圳已成功创建国家级人工智能创新应用先导区和创新发展试验区,培育了华为、大疆、腾讯、希音等领军企业,在通信、智能终端、互联网、供应链等领域重塑全球竞争格局。

在外贸领域,广东通关物流成本持续走低。依托国际贸易单一窗口,广东开展跨境电商“先查验后装运”模式,通关时间压缩75%,通关费用减少30%。市场空间持续拓宽,广交会、电子展、高交会、跨交会、大湾区服贸会等品牌展会,与“粤贸全球”“服贸全球”计划相互赋能,推动广东商品、广东服务实现“买全球、卖全球”。

如果说这些是广东的“硬底子”,那么“跨境电商稳规模扩增量5条”的发布,则标志着广东正以服务为支点,撬动贸易新业态再上新台阶。在提升查验效率方面,广东将加强集货仓、快件中心、车检场等监管场所建设,通过升级查验设备、优化查验流程,让跨境贸易通关更顺畅。在发展网购保税业务上,将扩大保税仓面积,升级软硬件设施,大幅提升库存周转效率。

现场发布的“‘粤企出海’服务资源库”,更被称作企业全球拓展的“导航仪”。该资源库突出精准、便捷、动态更新三大特点,涵盖10大类资源:26个省市商务系统对口服务部门,近300家外国驻粤使领馆和我国驻外经商机构,120多家境内外服务站和省内重点商协会,超300家法律、金融等各类专业服务机构;同时配套12个“出海”线上服务平台,超300场“出海”服务活动和海外展会资源。

但这并非简单的“保姆式服务”。广东省电子口岸管理有限公司现场展示了政府主导的服务平台如何解决企业出海的“最先一公里”难题。国内首个由政府主导、市场化运营的跨境仓储智能匹配系

统“粤仓通”于2025年8月上线,实现库存、物流、通关实时协同,平均通关时效压缩30%,企业选仓效率提升70%以上。

◎从“工具”到“大脑”： AI重塑贸易全链路

如果说服务是撬动增量的支点,那么AI就是重塑贸易基因的引擎。在分会场,一批广东企业用生动的案例展示了AI如何深度改造产品研发、营销和用户运营的全流程,让“数智”成为新质生产力的核心驱动。

“AI已是渗透在跨境电商‘研、产、销、服’全链路的实用工具,不仅是‘降本增效’的利器,更是‘决策支持’的智慧大脑。”赛维时代创始人陈文平用“一件衣服的奇幻漂流”串起了AI在跨境全链路的渗透:在选品设计阶段,AI化身“预言家”,从全球电商平台、社交媒体抓取海量数据预测爆款趋势,一天能出2500张商品图,让单张设计图成本从数百元降至几元;生产环节,AI成为“数字裁缝”,辅助3D打版将数十天的流程压缩到几天;上架展示时,AI变身全能“柜姐”,一张样衣图就能一键生成全球模特套图,还能智能换脸;在营销推广中,广告AI智能体实现自动托管,投资回报比提升超10%;售后环节,AI客服将响应时间从平均8小时压缩至30分钟内。

三七互娱的布局则呈现了AI在内容产业的内生逻辑。在内部,自研行业大模型“小七大模型”成为广东省首批通过国家网信办备案的游戏垂类大模型,实现研运全链路超90%的AI覆盖率。广告投放侧,AI自动投放占比超70%;研发侧,美术环节AI渗透率达65%,大幅降低成本。在外部,则通过战略投资智谱、月之暗面等公司拓宽AI边界。三七互娱集团副总裁郭平表示:“我们将以‘能力筑基—价值转化—向善治理’为总牵引,推动AI技术从‘企业自用’走向‘行业共享’。”

在制造业领域,思谋科技则用“脑、眼、手”的比喻,勾勒出工业智能体的构成:眼睛是光学成像系统,大脑是全球首个工业多模态大模型IndustryGPT,身体是多轴联动

通用平台。联合创始人刘枢介绍,目前思谋已服务立讯、富士康、欣旺达等三百余家行业头部企业,方案深度渗透消费电子、新能源、轨道交通等核心环节。值得注意的是,思谋的布局天然带着“湾区基因”:在香港设研发中心,深圳设工厂,形成“前研后厂”模式——“上午在香港做出来的新技术,下午就可以在深圳工厂部署测试”。这种协同,正是粤港澳大湾区制造业与服务融合的生动注脚。

◎从“单点”到“生态”： 构筑链接全球的数字桥梁

单点突破不如生态共赢。在AI与算力基础设施层面,腾讯云的分享提供了平台级的视角。

“腾讯混元大模型坚持全链路自研,2026年将进入规模化应用和生态化发展的新时期。”腾讯云副总裁王麒介绍,截至2025年12月,腾讯已服务粤港澳大湾区超过22万家企业及1.3亿个人用户。在出海战略上,腾讯提出“五新”战略——新基建、新合规、新技术、新内容、新应用,通过遍布全球的AI智算集群、全栈AI能力以及合规护航,致力于成为各行各业可信赖的“全球数字合伙人”,陪伴中国企业走稳出海征程的每一步。

作为全球最大的电商出海平台之一,亚马逊全球开店分享了其对行业趋势的洞察。“跨境电商正加速进入3.0阶段,大量卖家开始从经营的第一天起,就以‘生而全球’为理念,借助AI与数字技术进行全球经营。”亚马逊中国副总裁、亚马逊全球开店亚太区市场及业务拓展负责人邱胜表示,目前,亚马逊已向中国卖家开放20大站点,美欧日等成熟站点与中东、拉美等新兴站点形成“双引擎”增长格局。同时,首个亚马逊全球智能枢纽仓GWD落地深圳,将于3月全面开放,构建一条“从工厂车间到全球客户”的智能、高效物流通道。

在数字内容与服务出海方面,网易集团展示了其独特优势。网易集团党委副书记方伟龙介绍,网易依托27年技术沉淀,构建了全球化技术网络,并打造了“全球达人营销与跨境贸易担保平台”——InfunEase。该平台一端连着广东乃至全国的出海企业,一端连着全球3000万+优质创作者,重点解决企业出海“找不准达人”“合作没保障”“效果难评估”三大痛点,让跨国营销更高效、更安心。通过这一平台,网易已助力名创优品、美的、广汽、比亚迪等众多广东企业,在印尼、中东等市场实现精准营销与品牌年轻化,真正让“广东制造、广东创造”融入全球市场。

跨交会6月16日至18日广州举办

链接全球机遇,需要永不落幕的对接平台。记者了解到,2026中国(广州)跨境电商交易会将于6月16日至18日举办。这场国家级跨境电商展会面积将扩大至5万平方米,预计吸引超50家全球主流跨境电商平台,1600家以上优秀供应链企业参展。展会不仅将扩大RCEP国家主题展区,还将首次设立1688超级工厂主题展区与侨商侨企合作专区,并升级AI跨境应用专区,聚焦AI硬件、智能选品、数字人直播等前沿场景,为参与者提供一张“深度嵌入全球跨境电商生态的入场券”。



■客商在第138届广交会的瓷器档位上了解产品。
新快报记者 毕志毅/摄(资料图)