

文/孙绮曼
图/穗商务宣

6月2日,2023

广东21世纪海上丝绸之路国际博览会(以下简称“海丝博览会”)在广州隆重开幕。本届博览会为期3天,以“开放合作、共享机遇”为主题,设置国际合作交流、国际优质品牌、外贸基地等3个综合展区和丝路电商专业展区,同期将举办70多场配套活动。本届海丝博览会上,有来自57个国家和地区的超1000家企业齐聚羊城寻找商机。

据主办方介绍,本届海丝博览会免费向市民开放,市民在琶洲广交会展馆入口扫博览会二维码,填写好相关信息,就能进馆参观。



国际风情美物荟萃 首秀国家期待满满

在广交会展馆A区海丝博览会现场,57个国家和地区同台亮相,沙特阿拉伯、英国、科特迪瓦3个国家在本届博览会上首次设立国家形象展区,一座座富有异国建筑特色的特装展台映入眼帘。展台内,有着各种肤色、说着不同语言的国际友人热情地接待莅临现场的采购商,各种当地独有的特色产品均经过了精心包装,陈列于显眼位置让人驻足停留,有些展商还为采购商准备了本土受欢迎的食品供现场品尝。

“腰果产于世界最大腰果加工厂所在的科特迪瓦贝利耶大区图莫迪市。可可将腰果果仁紧紧包裹其中,酸甜可口、风味独特,大家都爱吃,欢迎大家品尝!”首次在海丝博览会设立国家形象展区的科特迪瓦参展商热情地招呼客人,他们希望能借助海丝博览会平台,进入中国市场。

穿梭在海丝博览会现场,哥伦比亚、马来西亚、墨西哥、葡萄牙、喀麦隆……不同国度、不同产区的咖啡和酒类包围着观展者。

这边厢,“咖啡控”在展台前流连忘返。那边厢,喜爱微醺的人群围坐在法国、格鲁吉亚等产酒国的吧台前边品边聊。

“现场对接了比利时、西班牙等多个国家产地酒庄,试了好几款,味道和价格都很满意。”一

位在格鲁吉亚展台前品鉴的酒类采购商跟记者说。据了解,基于与中国的自由贸易协定,许多原产于格鲁吉亚的产品正获得中国市场的免税准入,本地酒类贸易采购商及下游商家也能从中获得更大商机。

十年来,共建“一带一路”倡议从理念到行动,从愿景到现实,开展更大范围、更高水平、更深层次的区域合作,契合了沿线国家和地区发展的需要,顺应了区域经济合作的潮流。海丝博览会在“一带一路”倡议下应运而生,对加强广东与“一带一路”沿线国家和地区的联系,深化伙伴关系,促进区域文化旅游和经济贸易合作起到了重要作用。



数据显示,广东与“一带一路”沿线国家和地区进出口额占全省比重从16.4%提升到27.1%。2022年,广东与“一带一路”沿线国家和地区进出口总额高达2.25万亿元,同比增长10.3%。广东已成为中国与“一带一路”沿线国家和地区贸易量最大、双向投资最多的省份。

搭建青年对话平台 注入崭新动能

青年代表希望,青年创造未来。本届海丝博览会贯彻落实“一带一路”合作“五通”特别是民心相通理念,首次搭建了国际青年对话平台,推动中外青年在互学互鉴中增进了解、收获友谊、共同成长,为推动构建人类命运共同体贡献青春力量。

6月2日下午,海丝博览会现场举办“一带一路”国际青年领袖论坛,以“AI浪潮下的国际经济与文化发展趋势”为主题,邀请了多个国家和地区的杰出青年领袖代表,包括各国驻穗领馆代表、上市公司董事长及高管、国内外优秀企业家代表、高校科研机构代表、海归及国内青年代表等,共同探讨人工智能给经济、科技、社会、文化等领域带来的挑战与机遇。

此外,本次论坛还成立了“一带一路”国际青年领袖及企业家联盟,并将建立“一带一路”国际青年领袖及企业家数据库和商业合作平台,落地包括高端人才交流合作中心、高端科技创新中心、高端人才生活中心三大核心区域的“海归及国际高端人才中心”项目,为海归、港澳台及国际高端人才提供一体化服务,串联起“一带一路”青年力量,充分发挥青年一代的专业知识和技能,参与到“一带一路”建设的各个领域,为“一带一路”倡议的实施注入新的活力和动力。

广邀全球客商 齐觅海丝商机

据悉,本届海丝博览会邀请了多个城市、众多商协会组织采购团前来开展文化交流、经贸合作对接。展会现场,来自广州、东莞、珠海、清远、河源、云浮、梅州、潮州等城市的咖啡、酒店用品、酒类、旅游等不同类别专业采购团,纷纷与目标展商开展精准对接。

来自广州的外籍人员子女学校、港澳子弟等涉外学校机构,也把课堂搬到生动的展会现场,通过与来自57个国家和地区的展商面对面交流,更直观地了解不同国家的风土人情和文化特点。来自广州暨大港澳子弟学校的叶家亨、黎映彤小朋友参观后兴奋地说,自己被展会各国各具风情的表演深深地吸引了,对“一带一路”有了更深刻的理解。

“中国涉外教育集团于2021年在格鲁吉亚首都第比利斯设立‘格鲁吉亚涉外大学’。”广州涉外经济职业技术学院的许国彬校长表示,“课堂采用中英文双语教学,对于服务‘一带一路’倡议,在海外推广华文教育,为国内涉外学生提供出国留学机会都具有积极作用。”

为了提升客商的获得感,来自喀麦隆、马来西亚、科特迪瓦、俄罗斯、卡塔尔、秘鲁、迪拜、古巴、格鲁吉亚等国家的国际展商现场组织开展文化、旅游、营商环境、教育等领域10余场推介活动,古巴SASA舞蹈、文化主题讲座等现场活动也将精彩上演。

“我们非常乐意参与交流,跟更多国家的品牌企业进行沟通。我们也希望能够把世界不同国家的好产品都带给中国的消费者。”广州本土跨境电商企业洋葱集团首席营销官潘建岳说。

作为粤港澳大湾区标志性直连交通设施之一的琶洲港澳客运码头,为现场采购商送出香港机场出发往返东南亚的机票20张,借助海丝博览会平台拓展与“一带一路”沿线国家和地区的航线合作。此外,通过海丝博览会采购商报名系统邀请好友前来现场,邀约成功人数排行前100名将有机会赢取华为手环、小米充电宝等丰富礼品。

多渠道畅通合作
广州区域合作丰硕

据了解,广州作为海上丝绸之路重要节点城市,十年来一直秉承“和平合作、开放包容、互学互鉴、互利共赢”的丝路精神,除了举办海丝博览会,广州还多渠道、多途径、全方位推动与“一带一路”沿线国家和地区的政策沟通、设施联通、贸易畅通、资金融通、民心相通,区域合作取得了丰硕的成果。

实施“双城+”计划,先后与52个“一带一路”沿线国家和地区的68个城市建立了友好关系。推动城市治理创新互学互鉴,“广州奖”吸引了“一带一路”205个城市参评。加快推进建设、海、天、网“四位一体”互联互通,十年来白云机场旅客吞吐量累计约54153万人次,货邮吞吐量合计约1726万吨;广州港集装箱班轮航线从81条增长至202条,增长率149.4%,“一带一路”航线数量从39条增长至129条,增长率230.8%。广州自2016年开行中欧班列以来,规模逐年扩大,2022年开行656列,同比增长2.4倍,已联通西欧、东欧、西亚、中亚、东南亚等20多个国家和地区的30多个城市,贸易辐射力不断增强。

据统计,“一带一路”沿线国家和地区在广州累计投资企业4812家,合同外资50.90亿美元,实际使用外资24.77亿美元。2023年1-4月,广州市外贸进出口增长11%,其中,对东盟进出口增长18.8%,东盟已经成为广州第一大贸易伙伴。

财经辣评

羊城晚报财经评论员 威耀琪

AI风潮不可逆 监管和鼓励都重要

据上观新闻报道,5月30日,超过350名人工智能行业的高管、研究人员和工程师联合在非营利组织“人工智能安全中心”发布了一份公开信上署名,公开内容只有一句话:减轻人工智能带来的人类灭绝风险,应该与大流行病和核战争等其他影响社会的大规模风险一同成为全球性的优先事项。

在签署人名单里也有多位中国高校教授,中国科学院自动化研究所人工智能伦理与治理研究中心主任曾毅就是其中之一。他认为,生成式人工智能产生的合成虚假信息,会极大降低社会信任。网络通信已使万物互联,可以使相关风险在世界规模放大。人工智能仍然是一个工具,没有能力成为责任主体。不过他也表示,此举不是要阻碍人工智能的发展,恰恰是要探索人工智能稳健发展的途径。

AI目前在很多领域已经崭露头角,不管是不是真的AI,其衍生工具已经让经验丰富的使用者用得如痴如醉。但其实它离真正意义上的强人工智能,即在所有人类智能任务上都能匹敌或超越人类,还有很长的路要走。相对于未来AI产生的巨大生产力,目前它还处于“幼儿园”阶段。提早对幼儿期的一个物种提出各种担忧或者不利的假设,其实不是坏事,至少人们可以从充分去设想和管控潜在的风险。

但是科技的发展速度又不以人的意志为转移,所

有的AI企业不会因为一纸签名书而停,也不会等待发令枪响再跑。更何况人工智能分分秒秒都在繁衍知识,它几乎就和丛林野生无异。当人们预感风险,却又抓不住风险的尾巴时,是积极防范还是积极运用,这或许就成为许多地方或者企业的分水岭。这就是站在岸上保持冷静,还是摸着石头抢先过河好,又或者建桥修路完成后才去过河更好。

核武器和大流行病是会毁灭人类的,而AI作为技术,可能让人们的就业岗位消失、隐私被曝光、版权被侵犯,同时它也可以被用于造福生活。就像核能可以用于原子弹,也可以用于提供能源一样。这个道理其实很简单。提出AI威胁论的背后,部分就是因为已经领先一步掌握了AI技术,从而推动设立更高的监管门槛防止后来者进入。再加上这些巨头的算法和模型建构的优势,已经形成了马太效应,后来者再受监管,想进步只会是望尘莫及。

所以本轮AI变革带给所有企业的窗口期,可能没有想象中的长。既得利益者也许会根据自己的需求制定不同的游戏规则。一旦如此,中小企业及广大应用者再被束缚手脚,就可能没法在AI上面进行更自由自在的创新,形成大规模的应用。如此,AI造福人类的机会就会大大削弱。无论对AI是各种鼓吹还是各种蔑视,要求监管AI和鼓励AI创新,都是同等重要的事情。



网红标签 “二代”营销的手段

糕更是达到了一块难求的程度。如今的好利来已经不仅仅是一家蛋糕店,而是成为年轻人争相打卡的时尚icon。

不得不说,还是年轻人知道年轻人喜欢看什么。“特步二公主”丁佳敏与“七匹狼公子”周力源订婚的照片走红网络后,丁佳敏也走上了小红书网红的路子。除了盲盒开箱、购物分享、一周穿搭、沉浸居家等内容外,

“和总裁爸爸汇报的一天”“参观姐夫工厂的一天”“自家公司巡店的一天”等内容的分享,让特步品牌自然露出于大众视野中,悄然间拉近了特步和年轻人距离。

就算视频是一期“含特量”极低的纯撒狗粮恋爱vlog分

享,特步官号也会刷一波存在感。

“企二代”在网络上各种活跃,制造着鲜活的个人形象,通过极具反差的形象输出带给网友们新鲜感,在不断制造话题流量的同时,也侧面体现了年轻、会玩的品牌形象。

当然,网络上“要宝”拉好感的二代们,现实里也绝不仅是“地主家的傻儿子”。据一位曾在旺旺工作的打工仔爆料,网上要宝搞笑的旺旺二公子蔡旺家现实生活中总是一身西装自带低气压。所以,除了少数真正单纯分享生活的二代,不少“企二代”纷纷贴上“网红”标签,最后落点多半还是在于能为企业带来免费的流量。

拉近距离 “二代”也只是普通打工人?

知名网红们努力甩掉的“网红”标签,“企二代”们却努力给贴到自己身上,这是如今网红圈的一大现状。

5月21日,以“社恐富二代”身份走红抖音的好利来二公子罗成去演戏的新闻上了热搜,虽然对方对此回应称“只是客串一个小配角”,但网友们显然不是十分买账。“打他们的工,买他们的东西,没想到最后还要看他们的电影和电视剧。”果然现在娱乐圈都是有钱人的游戏了。”

羊城晚报记者注意到,从罗成、姚安娜等“企二代”勇闯网红圈和娱乐圈,到去年年底小红书走红的“大小姐真的回国接厂了”话题,相较于过去的“遥不可及”,“拼搏二代”成为拉近距离的好感利器。不过,除了少数真正单纯分享生活的二代,“企二代”们的“网红”标签,最后落点还是在于免费的企业流量。

毕竟,罗成除了说“只是客串一个小配角”之余,还不忘强调一句“不会影响新品的研发”。

罗成和其背后的好利来故事,大多数人应该都不陌生。一心沉迷摄影的好利来创始人罗红只爱经营,在罗红从中国西部走向北极圈的路途中,好利来这个曾创下年销售额过20亿元的品牌关闭了30多家门店,一度面临散伙危机。

毕业于美国著名设计院校后,19岁的罗成和哥哥罗昊一起接手老爸罗红留下的烂摊子。兄弟俩一个抓经营、一个抓产品。在让好利来品牌加速年轻化的同时,自己也没闲着。罗成以“富二代社恐老哥”的网红形象现身,讲述社恐人士的领导班子日常,拍段子大火,不到一年收获百万粉丝。罗昊和同为富二代的周扬青一起上恋综艺节目,虽然中途下车但在娱乐圈也留下了姓名。

继王思聪这个绝对大前辈之后,从罗成、周扬青一起上恋综艺节目,虽然中途下车但在娱乐圈也留下了姓名。

继王思聪这个绝对大前辈之后,从罗成、周扬青一起上恋综艺节目,虽然中途下车但在娱乐圈也留下了姓名。

罗成和其背后的“好利来故事”,大多数人应该都不陌生。一心沉迷摄影的好利来创始人罗红只爱经营,在罗红从中国西部走向北极圈的路途中,好利来这个曾创下年销售额过20亿元的品牌关闭了30多家门店,一度面临散伙危机。

继王思聪这个绝对大前辈之后,从罗成、周扬青一起上恋综艺节目,虽然中途下车但在娱乐圈也留下了姓名。

罗成和其背后的“好利来故事”,大多数人应该都不陌生。一心沉迷摄影的好利来创始人罗红只爱经营,在罗红从中国西部走向北极圈的路途中,好利来这个曾创下年销售额过20亿元的品牌关闭了30多家门店,一度面临散伙危机。