

深圳贸促

2023 年 11 月刊（总第 86 期）

中国国际贸易促进委员会深圳市委员会

2023 年 11 月 28 日

【贸促专题研究】

- 深圳与迪拜两地优势行业分析及对策建议（李峰、程亮佳、张晓） 1
- 2023 年印度手机市场调研分析（江小攀） 7

【贸促国别研究】

- 匈牙利经贸发展概况及市场前景指南（中国贸促会贸易投资促进部） 11

【国际国内评述】

- 数字经济的创新方式及深圳发展路径（马朝良、彭晓钊） 17
- 影音娱乐产品在海外市场消费需求强劲 22

【企业直通车】

- 哈威创新：以“网、数、AI”为基础的智慧应急企业 27

深圳与迪拜两地优势行业分析及对策建议

深圳市贸促委驻阿联酋经贸联络处 李 峰 程亮佳 张 晓

一、信息技术与通信领域

深圳是全国首个 5G 独立组网全覆盖的城市，2022 年，深圳累计建成 5G 基站 6.5 万个，5G 基站密度、用户和流量占比在全国主要城市中排名第一。迪拜也在信息技术和通信领域有着强大的潜力，积极部署 5G 网络。两地可以合作研发 5G 技术，推动 5G 在各个领域的应用。两地间的发挥各自优势在信息技术和通信领域的共同发展的合作空间有如下方向：

智能城市项目。深圳的技术公司可以与迪拜共同开发智能城市解决方案，包括智能交通、智能能源管理、智能安全等领域，用以提高城市的生活质量和效率。**物联网（IoT）应用。**深圳在物联网技术方面有较强的专业基础，可以与迪拜合作推动物联网应用的发展，包括智能家居、智能工厂、智能农业等领域的合作。**远程医疗和健康技术。**深圳的医疗技术公司可以与迪拜的医疗机构合作开发远程医疗和健康监测解决方案，以提供更好的医疗保健服务。**教育和培训计划。**深圳的技术专业人才可以与迪拜的教育机构合作，提供培训和技术交流项目，以加强迪拜的技术人才培养和发展。**数字安全合作。**随着数字化的增长，数字安全变得至关重要。深圳的安全技术公司可以与迪拜的政府和企业合作，共同应对网络威胁和数据安全问题。

深圳和迪拜在信息技术与通信领域有很大的合作潜力，可

以共同推动创新、数字化经济和技术应用的发展。这种合作将有助于两地在全球舞台上更具竞争力，并促进经济增长和技术进步。

二、新能源与环保领域

深圳一直致力于新能源和环保技术的研究和发展，而迪拜也对可再生能源和环保感兴趣。绿色能源基础设施互联互通是“一带一路”倡议提出的“五通”的重点领域，也是中东国家实现能源转型的关键环节。中东国家绿色能源基础设施发展以低碳理念为引领，坚持利用低碳、清洁和高效能的方式极大减少二氧化碳排放，从而降低对环境的负面影响，为中东整体能源转型奠定了基础。基于应对气候变化、实现碳中和的共同愿景，中东以国家主导的绿色能源基础设施体系的构建，在实践中逐步形成了以公共部门与私营部门共同参与的竞争机制，并在实现经济多元化战略目标过程中发挥着重要作用。深圳企业在新能源与环保领域，具体结合两地优势的合作项目方向如下：

太阳能和风能项目。深圳的太阳能和风能技术公司可以在迪拜参与太阳能光伏电池和风能发电项目。迪拜的气候条件非常适合太阳能和风能发电，这是一个潜在的增长领域。**能源储存技术。**深圳的企业可以提供先进的能源储存技术，以帮助迪拜更有效地管理可再生能源，平衡电力供应与需求，确保可靠的电力供应。**废物管理和回收。**深圳的废物管理和回收技术公司可以帮助迪拜改进废物处理系统，将废物转化为可再利用的资源，减少对垃圾填埋的依赖。**智能城市和节能解决方案。**深圳的企业可以合作开发智能城市解决方案，包括智能交通管

理、节能建筑技术、智能照明等，提高城市的能源效率和可持续性。**电动交通和充电设施。**深圳在电动交通和充电设施领域有着丰富的经验，可以协助迪拜推动电动汽车的发展，并建设充电基础设施，从而推进未来在绿色节能环保领域长期的合作发展。

深圳与中东国家在绿色能源基础设施建设领域的科技创新合作促进了中东国家整体能源转型，也为未来中国与中东国家绿色能源合作开辟了广阔前景。

三、医疗与生物医药领域

深圳于 2022 年 7 月颁布了《深圳市促进生物医药产业集群高质量发展的若干措施》，该文件通过加快药品产业基础设施建设、强化药物临床研究转化能力、加速药品注册审批进程、全力打造生物医药特色园区、加大药品企业研发生产支持力度等措施，大力支持生物医药产业做大做强。总部设在迪拜的阿联酋国际认证中心是全球首家获得国际医疗质量协会外部评估协会医疗认证标准认证的机构，涵盖医院，诊所，日间手术中心，生育中心，家庭保健服务，医疗旅游和远程医疗服务。这一成就进一步巩固了迪拜作为区域和全球医疗旅游中心的地位，迪拜拥有一流的医疗设施和医疗服务，被认为是中东地区的医疗中心之一。高端的医疗服务水平和多语言的国际医疗服务，迪拜吸引了全世界的医疗旅游者。深圳企业在医疗与生物医药领域，具体结合两地优势的合作项目方向：

医疗设备和技术供应。深圳的医疗设备制造商可以向迪拜供应高质量的医疗设备和技术，包括诊断设备、影像学设备、手术器械等，以提高迪拜的医疗服务水平。**远程医疗和电子健**

康。深圳的企业可以合作开发远程医疗解决方案，帮助迪拜提供远程医疗咨询和监测服务，尤其是在偏远地区。**药物研发和生产。**深圳的生物医药公司可以与迪拜合作进行新药研发和生产，满足迪拜及中东地区患者的医疗需求，合作还可以包括临床试验和药物注册等。**医疗旅游。**深圳的医疗机构可以与迪拜的医疗旅游业务合作，为国际患者提供高质量的医疗服务和治疗。**医疗培训和知识传递。**深圳的医疗机构和学术机构可以与迪拜的医疗院校和医护人员合作，提供医疗培训和知识传递，提高迪拜的医疗专业人才水平。**基因组学和生物信息学。**合作可以包括基因组学和生物信息学领域的合作，以加速个体化医疗和生物医学研究的发展。

深圳和迪拜在高端医疗器械和生物医药领域的合作有助于双方充分利用各自的优势，提高医疗服务水平，推动创新，扩大市场影响力，为国际患者提供更多的医疗选择，同时促进可持续发展和生物医药产业的增长。这种合作有望对两地的经济和医疗健康产业带来长期的积极影响。

四、数字经济领域

到 2031 年，数字经济对 GDP 的贡献从 9.7%增加一倍至 20% 以上的目标反映了迪拜成为关键科技中心的雄心。深圳企业在迪拜的数字经济领域可以开展多种合作方式，以共同推动数字化转型和促进经济增长。以下是具体结合两地在数字经济领域的发展优势的合作项目方向：

技术合作与知识转移。深圳企业可以与迪拜的企业建立技术合作关系，共同开发数字技术和解决方案。这可以包括共享最新的数字技术、知识和研发成果，以帮助迪拜在数字经济领

域取得进展。**数字化市场拓展。**深圳的数字技术企业可以将其产品和服务引入迪拜市场，满足当地和地区客户的需求。这可以包括电子商务平台、智能城市解决方案、数据分析工具等。**数字支付和金融科技合作。**深圳的金融科技公司可以与迪拜的金融机构合作，共同开发安全、高效的数字支付解决方案，以满足数字化商务的需求。**数字化教育和培训。**深圳的企业可以与迪拜的教育机构合作，提供数字技术培训和教育课程，以培养更多的数字化专业人才。**数据分析和人工智能。**深圳的企业可以合作开发数据分析和人工智能解决方案，用于优化迪拜的业务流程、提高决策效率和改善客户体验。**数字化市民服务。**深圳企业可以与迪拜政府合作，提供数字化市民服务，包括在线支付、电子政府服务和数字身份认证。**数字化旅游和娱乐。**深圳的企业可以合作开发数字化旅游和娱乐应用，以满足迪拜作为旅游胜地的需求，提供更好的游客体验。

深圳企业可以在多个方面与迪拜合作，共同推动数字经济领域的发展。这种合作有助于合作可以促进双方数字经济的创新和竞争力，提高全球市场的地位；提高数据安全和隐私保护数字经济的安全性；推动数字支付和金融科技的发展，促进跨境电子商务和金融交易。同时也为迪拜提供了更多数字化解决方案，以满足其经济增长和可持续发展的需求。

五、深圳与迪拜未来合作潜力的对策建议

（一）确立新的利益观和安全观，兼顾他国合理关切。

深圳和迪拜可以确保合作项目不损害第三方国家的合理利益，避免引发国际争议。这可以通过公开和透明的合作方式、在合规的国际法律框架和国际合作的原则来实现双方企业的合

作共赢，兼顾国际合理关切。在数字经济领域，双方应加强数据隐私和网络安全的合作。确保数据的安全和隐私是关键，同时要遵守国际标准和最佳实践，以兼顾他国和全球社会的关切。在绿色低碳领域，深圳和迪拜应确保可持续发展项目的推进不会对环境 and 生态系统造成负面影响。这包括遵循国际环保法规，积极参与全球环境保护合作。通过加强协调合作和确立新的利益观和安全观，深圳和迪拜可以更加成功地推进未来合作潜力。这将有助于实现可持续发展、国际合作和全球安全的共同目标，同时兼顾他国的合理关切，建立更加稳固和可持续的合作关系。

（二）加强对合作成果的宣传，鼓励更多双边合作。

当前，已经有很多深圳企业在迪拜当地开设国际分公司后，业务和发展都得到了极大的提升。对于很多未能关注到中东市场和迪拜的优势政策的企业来说，制定全面的宣传计划是非常有必要的。双方定期组织合作活动，如研讨会、论坛、展览会、路演等，并积极跟进活动成效。此外，应主动回访双边优质的合作企业，通过成果展示和案例分享的方式，吸引更多企业关注和打开中东市场，同时也让迪拜相关部门看到深圳的优质可投资项目。

（三）推动双方加强人才培训和交流，促进技术和经验的共享。

推动迪拜和深圳双方加强人才培训和交流，促进技术和经验的共享是实现合作深化的关键一步。从人才培训和交流层面，可以通过设立双方人才交流计划，共同研究项目，创立迪拜和深圳之间的人才交流计划，包括短期培训、实习、学术访

问和交流项目。鼓励跨国企业在迪拜和深圳之间推动人才培训和交流计划，将其员工视为跨国培训和交流的桥梁。

从技术和经验共享层面，定期举办技术研讨会、交流活动和行业论坛，为专家和从业者分享最新的技术和经验提供平台。利用在线教育和远程学习技术，使迪拜和深圳的专家能够轻松访问对方地区的研究成果和先进技术。这些计划可以为参与者提供深入了解对方市场、文化和工作环境的机会。

迪拜和深圳可以建立更紧密的人才培训和交流机制，促进技术和经验的共享，进一步深化双方的合作关系，为双方的发展和创新注入新的活力。这将有助于提升两地在医疗、技术通信、数字经济和绿色低碳领域的竞争力和创新能力。深圳与迪拜拥有广阔的合作前景，我们期待双方能够共同努力，实现互利共赢，推动两地经济的持续增长与发展。

2023 年印度手机市场调研分析

深圳市贸促委驻印度经贸联络处 江小攀

自印度 2014 年提出“Make in India”以来，中国手机企业是最积极的响应者之一。小米印度 2014 年 10 月注册成立，到 2023 年，中资手机品牌进入印度市场已步入第十个年头。当下中国手机企业在印度出现进退两难的情形，一系列问题困扰着印度中资手机品牌及相关企业。

一、2023 年印度手机市场概况

2023 年 8 月，智能手机销售量为 94 百万台，功能机为 37 百万台，总数约为 131 百万台。其中，智能机同比下降 9.7%，

功能机同比下降 12.1%。

在品牌方面，三星继续保持印度市场份额的领头羊地位，Vivo 也成功超越小米跃居印度市场份额第二名，小米则进一步受本地政策影响，市场份额下降到第三名；功能机市场则由传音 itel、印度本土品牌 Lava 以及 Nokia 排名前三。

智能机线上销售占比和线下销售占比分别为 42.6% 和 57.4%，线上销售三星第一，Realme 则位列第二。线上平台情况同 2022 年相当，依然由 flipcart 和 Amazon 两分天下，Flipkart 市场占有率略高，Amazon 高端销售占比更多。Flipkart 平台主要以销售 Vivo、poco、infinix、realme 等品牌为主，Amazon 平台则主要以 Oneplus、Samsung、Xiaomi、Apple 等品牌为主。

二、2023 年印度手机市场特点分析

5G 智能手机增长。随着 5G 网络扩张和价格实惠的设备普及推动 5G 升级步伐加快，印度 5G 智能手机出货量将继续保持高速扩张。

高端化趋势显著。随着安卓阵营可以通过竖折手机更大的屏幕和横折手机更小巧的精致来同苹果分庭抗礼，折叠机细分市场快速增长，高端化趋势势头强劲。商家通过零售商激励体系、积极的促销活动、各种分期付款金融工作以及设备制造商打造的其它卖点正进一步扩大印度的高端化手机市场。

线下渠道份额继续增长。小米、realme 和 OnePlus 等线上重度品牌现在强调线下扩张，以提高客户参与度和生态系统发展。三星和苹果也进一步加强线下业务，以满足不同消费者的喜好。这一转变体现了各手机品牌对印度不同地区不同发展程

度的更好的适应。

4G 功能手机增长。随着印度移动互联业务的发展以及网络覆盖范围的进一步扩大，在 Jio 和 itel 等品牌的推动下，2023 年 4G 功能手机在整体功能手机出货量中的份额持续增加，同低端智能手机一起继续蚕食 2G 功能机市场。

三、在印中资手机企业现状

小米、OPPO、vivo 2018 年和 2019 年高峰期在印度智能手机的出货量均曾达 400 万台/月，现在已分别降至约 150 万台/月。这背后有全球手机市场萎缩、政策影响使中资收缩产能等原因，也有苹果、三星及本土 Jio 等品牌获得支持与补贴等原因，使中资手机品牌的竞争力下降，市场份额将可能逐步下降。

后续中资手机企业在印度的发展策略会进一步调整。一是因为小米、OPPO 从去年到今年，在印度流动资金减少影响整体扩张策略；二是印度手机出货量从 2014 年到 2022 年累计突破 20 亿部、年复合增长率约 23%，但今年表现低于预期，在智能手机渗透率达到约 80%后向高端化发展，中资手机企业的产品也需做调整；三是线上渠道占比下滑，需要转为侧重拓展线下；此外，印度还要求中资企业的高管是印度人。

中资手机品牌企业在印度已缩减产能，裁减印度员工，缩小产品种类，但努力维持一定份额。个别中资中小企业，只能选择离开印度。如印方对中资手机品牌的政策不变，在印中资手机供应链企业将进一步减少。中资主流手机厂，在印度市场已投入较多成本，需保持经营，但其后续策略将会以维持现状为主，控制投入，适当提高盈利水平，谨慎扩大市场份额。

四、印度各邦智能机市场容量分析

2023 年印度各邦智能机市场容量占比同 2022 年相比变化不大，依然由经济最发达的 Maharashtra 邦领衔；但是 2023 年其它各邦随着经济发展，手机市场容量有一定的相对增长。

（一）消费习惯方面

2023 年印度消费者受到各类金融工具的帮助，普遍追求更高的手机配置，但是同时手机的换机周期也从 2019 年的 27 个月增加到 2023 年的 42 个月。

印度消费者在采购较贵的手机时更多采取分期付款等金融工具协助，其中 25000INR 以下的机型一般采用 6-12 个月分期支付，25000INR 以上价格则更多采用 12-24 个月分期支付。

（二）行业趋势变化

印度的折叠机市场将持续增长，其中横折手机的增长速度要快于竖折手机。三星在折叠机领域保持着优势地位，但后续可能面临 OPPO、TECNO 等品牌挑战。

到 2023 年年底，印度的 5G 出货量预计将同比增长 65%，达到 7,900 万台。受 5G 网络站点的扩长和低价设备的推动，5G 手机的普及率在低于 15K 卢比的价格范围内有所增长，并在 2023 年第二季度达到了 10%。随着 5G 站点在全国扩张，这种在较低价格区间提供 5G 手机的趋势将继续下去。

匈牙利经贸发展概况及市场前景指南¹

中国贸促会贸易投资促进部

一、匈牙利经贸发展状况

宏观经济方面，据匈牙利中央统计局数据，2021 年匈 GDP 总额 55 万亿福林（约合 1581.8 亿美元），GDP 增长 7.1%，总额较 2019 年增长 2.1%。供给侧中，服务业为 GDP 增长贡献 3.6%，工业贡献 1.9%，农业贡献 0.1%。需求侧中，消费为经济增长贡献 3.1%，外贸顺差贡献 1.7%。其中，2021 年第四季度经济产出同比增长 7.2%，全年增长率达到 7.1%，超过疫情前水平 4 个百分点。12 月份建筑业实现了 29% 的爆炸式增长，超出了所有人预期。除农业以外的所有部门都对增长做出了贡献。根据瑞士竞争力研究所 IMD 的消息称，匈牙利在世界上最具竞争力的经济体中排名第 39 位，比去年上升了三位；根据国际货币基金组织 (IMF) 发布的 2021 年《世界经济展望报告》，预测匈牙利 2022 年 GDP 增长率为 5.1%。欧盟委员会预测匈牙利 2022 年和 2023 年 GDP 增长率分别为 5.4% 和 3.2%。

对外贸易方面，据匈牙利中央统计局数据，2021 年，匈对外货物贸易总额 2797.9 亿美元，同比增长 19.9%，其中出口 1434.3 亿美元，同比增长 17.8%；进口 1384.4 亿美元，同比增长 22%。贸易顺差 29 亿美元，同比下降 55.7%。12 月，匈对外

¹ 本文节选自《匈牙利经贸发展概况及市场前景指南——中国贸促会 2023 年度出国（境）展览可行性研究报告》，该报告由中国贸促会贸易投资促进部主编，总共包括 9 个国别，近期本刊物陆续节选刊登。全文详见中国贸促会官方网站。

货物贸易总额 226 亿美元，同比增长 12.6%，其中出口 114.1 亿美元，同比增长 11.7%；进口 99 亿美元，同比增长 13.6%。贸易顺差 2.1 亿美元，同比下降 40.9%。匈对欧盟出口占其出口总额的 74%，自欧盟进口占其进口总额的 73%。

吸引外资方面，过去两年外国直接投资在匈牙利经济中表现强劲，积极鼓励吸收外资。根据环球印象投资分析匈牙利事业部撰写并发布的《2022-2026 年后疫情时代匈牙利投资环境及发展潜力报告》数据显示，2021 年外国直接投资流入也很强劲，其中汽车行业尤为引人注目。该行业占匈牙利制造生产的 30%。2022 年，该行业的两家中国公司在匈投资，S. E. G. A. Hungary 公司投资 32 亿福林（约合 6332.8 万人民币），得到匈牙利政府 13 亿福林（约合 2572.7 万人民币）的支持；Chervon Auto 公司也投资 122 亿福林（约合 24143.8 万人民币）；根据联合国贸发会议发布的 2022 年《世界投资报告》，2021 年匈牙利吸引外资流量 54.59 亿美元，吸引外资存量 1016.98 亿美元。

对外投资方面，根据联合国贸发会议发布的 2022 年《世界投资报告》，2021 年匈牙利对外投资流量 28.82 亿美元，对外直接投资累计 387.05 亿美元。

产业发展方面，匈牙利已进入发达国家行列，工业基础较好。匈根据本国国情，研发和生产一些有自己特长的和知识密集型产品，如计算机、通讯器材、仪器、化工和医药等。匈采取各种措施优化投资环境，是中东欧地区人均吸引外资最多的国家之一。农业基础较好，在国民经济中占重要地位，不仅为国内市场提供丰富的食品，而且为国家赚取大量外汇。主要农产品有小麦、玉米、甜菜、马铃薯等。旅游业比较发达。随着

加入欧盟，匈牙利凭借自身农业生产的优势，根据欧盟农产品市场和本国农产品市场的需求，通过政府积极引导、扶持和管理，重视技术研究、技术培训与咨询服务，鼓励民间有机协会的发展等一系列措施，有机农业发展十分迅速，已成为该国家自 1989 年政治剧变和经济转轨后农业发展的一大特色，农产品出口创汇的主要来源之一。匈牙利生产的有机农产品涉及农产品的各个领域，主要有谷物、油料、蔬菜、水果、蜂产品、乳制品、畜产品等以及加工的各类产品，其中 80% 的产品用于出口。有机农业生产成为匈牙利农业发展的一大特色，是农产品出口的重要来源。匈牙利也成为目前中东欧地区有机农产品生产和出口大国。

经贸合作方面，匈牙利是欧盟成员国之一，因此原产于匈牙利的商品可自由进入欧盟，所有欧盟对外签订的自由贸易协定和优惠贸易安排，匈牙利都受到权利和义务约束。此外，匈牙利与欧洲各国贸易往来极其密切，也重视发展与亚太地区各国的关系和加强同广大发展中国家的往来。

二、中匈双边经贸合作状况

双边贸易方面，匈牙利一直是中国在欧洲重要的贸易伙伴。在经贸合作上，匈牙利积极推动“东向战略”与中国的新发展格局对接，实现了吸收中国投资和对华贸易的逆势增长。尽管欧洲议会在 2021 年 5 月“冻结”了《中欧全面投资协定》，但匈牙利领导人仍一再明确表态欢迎中国企业扩大在匈投资，中国成为匈牙利的第二大投资来源国。同时，匈牙利对华出口增长了 60%，中国成为匈牙利在欧盟之外的最大贸易伙伴，而匈牙利是中国在中东欧的第三大贸易伙伴。2021 年，匈

牙利与中国双边贸易额超过 110 亿美元，较 2020 年增长 11%。

双边投资方面，匈牙利成为中国企业在中东欧地区投资最为集中的国家之一。匈牙利是首个和中国在绿色发展和数字经济领域签署投资合作谅解备忘录的中东欧国家，并有一系列的项目动工、投产。2021 年，中国恩捷集团在匈牙利德布勒森投资建设锂电池隔膜生产基地，为当地提供了 440 个就业岗位；由中国企业投资建设的匈牙利考波什堡光伏电站在 2021 年 5 月实现并网发电，匈牙利将因此每年将减少 12 万吨的碳排放量。中国恩捷集团在匈牙利投资设立的第一个海外锂电池隔膜生产基地于 9 月动工，将有力提升匈牙利在电动汽车生产供应链中的地位，助推经济复苏。匈牙利还于 12 月在中国成功发行了为期 3 年的熊猫债，是首个在中国发行绿色主权债券的国家，主要用于匈牙利和中东欧的绿色能源项目融资。在数字合作方面，华为匈牙利子公司在 10 月与匈牙利东西联运物流公司签署合作协议，建设欧洲首个使用 5G 专用网络管理的智慧铁路港。在创新上，匈牙利除了在国家层面推进与中国的科技合作对话之外，还在地方层面加强与重庆市和四川省的合作，在 4 月联合举行了“中国（成渝地区）—匈牙利创新合作大会”，签署了《中国（重庆）—匈牙利科技创新战略谅解备忘录》，并集中签约了 8 项合作项目。2022 年，新能源车企蔚来宣布在匈牙利建设全球首个海外工厂，将成为该企业在欧洲的制造中心、服务中心和研发中心。

双边重要协定方面，两国签订的双边协定有《中匈两国政府经济合作协定》《中华人民共和国政府和匈牙利共和国政府旅游合作协议》《中华人民共和国和匈牙利共和国关于鼓励和

相互保护投资协定》《中华人民共和国商务部与匈牙利外交与对外经济部关于中小企业合作谅解备忘录》《关于推动双边投资合作高质量发展的谅解备忘录》《关于加强绿色发展领域投资合作的谅解备忘录》《关于加强数字经济领域投资合作的谅解备忘录》等。

四、中匈两国农业与食品合作前景

近年来，随着“一带一路”倡议和“17+1合作”同匈牙利“向东开放”战略持续深入对接，中匈经贸合作日益密切，呈现出良好发展势头，展现出强大的韧性和活力。两国农业合作不断深入。近年来匈牙利对华农产品和食品出口稳步提升，匈牙利的畜产品、乳制品加工业优势突出，是欧洲肉类产品完成中国进口审批程序最多的国家。中国在匈牙利的农业投资也在落地，如安徽丰原集团在匈牙利投资了玉米深加工项目，该项目充分利用当地玉米资源优势、技术优势和市场优势，探索中匈农业投资合作新模式。农业科技合作取得巨大进步，2012年中匈农业科技合作促进中心成立，其后双方先后组织20多家科研机构和相关企业参与合作，在农作物栽培、禽类疫病防控、畜牧业生产和繁殖、盐碱地改良等领域合作开展研发推广。

农业为匈牙利主要的经济支柱，基础较好。据匈牙利中央统计局数据，2021年匈农业产值同比增长13%，产量下降2.3%，农业领域劳动力利用率下降3.5%，生产要素收入增长7.6%，农业领域经营者收入增长12%，单位劳动力生产要素收入增长6.5%。2021年全年，种植业产量同比下降6.5%。粮食产品产量同比下降10%，其中玉米下降23%，大麦和小麦分别增长14%和4.1%。工业原料作物产量同比下降6.3%，其中向日葵同

比持平，蛋白质作物和烟草实现增长，由于种植面积下降，油菜产量下降 20%。饲料用植物产量同比下降 4.6%，园艺产品下降 3.7%，土豆产量下降 18%。水果类产量增长 10%。畜牧养殖业产量同比增长 4.5%，其中活动物增长 4.9%，动物产品增长 3.5%，未加工牛奶略有增长。

匈牙利主要种植小麦、玉米、甜菜、土豆、葡萄等。农业用地只有世界农业用地的 0.14%，但它生产出来的农产品却占世界农产品的 0.8%。匈牙利的人均粮食占有量可与澳大利亚和美国并驾齐驱，单位面积产值达到每公顷 610 美元；人均肉类产量可与丹麦和荷兰相媲美。匈牙利农业不仅能保证本国居民的粮食供应，还能将 1 / 4 的农产品和食品出口到国外。但匈牙利的国民经济仍有较大的不足，现代化制造业短板较大，农业仍是支柱产业；经济自主性有限，容易受到外部变化的影响；通胀水平较高，债务风险提升，多个公共投资项目因此被推迟。农业集约化水平较低，发展水平和管理水平离欧盟国家有较大的差距。疫情发生之后，全球各经济体都经历着由经济崩溃到复苏的周期，匈牙利中小企业数量众多，受疫情冲击较大。

改革开放四十多年来，我国农业和食品产业快速发展，取得令人瞩目的成就，但由于耕地的分布和人口多少并不匹配，这就决定了粮食必须在全球贸易中满足不同地区对资源的需求，而且随着技术的发展农业将与很多方面有越来越多的联合，包括食品加工、医药等。我国未来农业的发展，必须在口粮绝对保证的前提下，用好全球的市场和土地资源。匈牙利的国情和中国有很多类似的地方。其农业机械化的发展、推动土地规模经营等方面可以为我们提供一些借鉴和启示。

数字经济的创新方式及深圳发展路径

中国（深圳）综合开发研究院 马朝良 彭晓钊

自从美国挑起对华科技战，华为、中兴等深圳企业接连遭受针对性打击，粤海街道办多次被推上风口浪尖，反衬了深圳电子信息产业在全球价值链体系的优势地位。然而，面对数字经济浪潮加速袭来，深圳不仅与抖音、SHEIN等科技新锐失之交臂，在元宇宙、生成式AI等技术角逐中也仍需继续追赶。深圳向来都是逆风翻盘的“最强王者”，无须遗憾错失一时兴起的个别风口，但有必要正视数字经济的无尽可能性，掌握数字经济运行逻辑和创新要求，以面向未来的想象力、技术力与场景力孪生再造下一个深圳。

一、数字经济改变世界的底层逻辑

数字经济是以数据资源为关键要素，以现代信息网络为主要载体，以信息通信技术融合应用、全要素数字化转型为重要推动力的新经济形态。数字经济作为继农业经济、工业经济之后的又一次技术-经济范式升级，从宏观、中观和微观三个层面重构了经济运行的底层逻辑。

（一）宏观层面：改变经济生产函数

一是扩大生产要素投入。以索洛经济增长模型为基础重建数字经济生产函数 $Y=T \cdot F(D, A \cdot L, K)$ ，其中数据要素（D）既作为新的生产要素，扩大了要素投入的数量，也与劳动力要素、资本要素等传统生产要素结合，提高了传统生产要素的投入效

率，进而扩大了生产要素的总体投入。

二是改善生产关系配比和资源配置效率。数据要素应用于生产、分配、流通和消费的各个环节，改变了生产要素的配置方式和效率（F），提高了生产函数的边际报酬增长率。

三是提升生产技术水平。数字经济催生了一系列创新技术的产生，让更多技术手段得到应用推广，通过技术进步提升了生产函数的全要素生产率（T），实现经济效率变革。

（二）中观层面：改变产业演进规律

一是赋能传统产业改造升级。数字经济通过推进数字产业化和产业数字化，改变了传统产业的生产方式、经营模式和组织结构，促使传统产业由封闭化、流程化，向开放化、智能化、高附加值转变。

二是催化更多新的产业方向。数字经济颠覆了传统产业的经营模式和盈利机制，吸引越来越多的市场主体利用数字技术寻求新的突破方向，衍生出了网约车、在线办公、远程医疗、在线教育、在线直播等数不胜数的新产业新业态新模式。

三是颠覆产业物理空间形态。在数字经济尤其是数字贸易带动下，大大提高了交易匹配效率和信息选择效率，降低甚至消除了物流成本、运输成本等中间成本，促使许多产业空间形态由“协同式地理集聚”转向“分离式地理集聚”。

（三）微观层面：改变个体经济行为

一是改变企业生产者行为。数字技术主要通过降低交易成本和提高撮合效率两种机制，给企业在生产经营、市场营销、研发创新等各个环节都带来了整体性提升。数字经济也催生了规模经济效应、范围经济效应、网络经济效应、长尾效应等，

使得企业竞争生态发生了根本性改变，让市场格局变得更加灵活和多元化。

二是改变个人消费者行为。数字经济具有数据依赖、共享普惠等特点，能够精准识别和激发消费者需求，提高消费品供给效率和匹配性，改变消费者行为和预期，已渗透到大众生活的方方面面，不仅为个人就业创造了新的机会，也为个人生活、工作学习带来了便利。

二、数字经济万向生长的创新方式

数字经济发展速度之快、辐射范围之广、影响程度之深前所未有，其所爆发出异常旺盛的创新能力，为认识世界、改造世界提供了更多可能性，但也呈现出迥异于工业经济、农业经济的更高创新要求。

（一）模式一：由算力堆叠的蛮力创新

所谓蛮力创新是大数定律的创新版本，是大量投入低成本要素，通过反复试验和组合，产出具有商业价值的创新成果。工业经济时代，蛮力创新的代表性案例是，爱迪生尝试了上千种材料，最终找到通电后耐用明亮的钨丝作为灯丝，发明了可规模化生产、作商业用途的灯泡。数字经济时代，随着信息和数据的爆炸性增长，越来越需要强大的算力进行处理、分析和存储，比如人工智能领域的图像识别、机器学习、自然语言处理等，又如区块链领域的加速计算、分布式记账等等，都是由算力堆叠和支撑蛮力创新的典型案例。

（二）模式二：由跨界产生的融合创新

数字经济不属于传统意义上实体经济或虚拟经济的范畴，是在数字技术普及应用下产生的复杂经济系统。数字经济通过

数据开放、共享和流动，促进了跨组织部门、跨价值链条、跨行业领域协作和融合，打破了既有企业边界、产业类别、商业范围等，赋予了创新在不同场景下更多的可能性。具体来看，数字经济不仅是技术创新，更是组织创新、管理创新和商业模式创新，既包括知识经济、平台经济、社交经济、共享经济等新模式，也包括互联网+、物联网+、人工智能+、区块链+等新技术运用，还包括制造业服务化、服务业制造化、产品即服务、软件即服务等新产业生态。

（三）模式三：由龙头引领的分布创新

数字经济一般遵循梅特卡夫定律、摩尔定律、达维多定律等基本规律，具有超高强度、快速迭代、频繁变道等竞争特性，没有哪一家企业能够“孤军奋战”而保持领先优势。国际上，由龙头企业牵头、高校院所支撑、各创新主体相互协同的创新联合体，已成为数字经济重塑创新资源配置的关键力量，如 SpaceX 打造太空产业生态“星链计划”，Meta 携手微软、高通发布免费开源大模型等。在国内，也不乏领军企业开展协同创新的案例，如华为积极推进与各国政府、企业及机构合作，在全球设立研发中心、合作实验室、联合创新中心等分布式创新节点，共同推进数字化转型和技术创新。

三、数字经济自我变革的深圳路径

对深圳而言，数字经济是进行时也是未来时，是新命题也是必答题，只有主动适应数字经济演进趋势，不断接受新的技术逻辑、商业模式和思维方式，释放数字经济的放大、叠加、倍增作用，才能在未来竞争中立于不败之地。

（一）启示一：与其等风不如追风

腾讯、阿里巴巴、京东、字节跳动等数字经济巨头的兴起离不开创投机构的长期支持，说明了创新资本“风险共担、利益共享”机制与数字科技企业“高风险、轻资产”特性高度吻合。建议聚焦本土创投机构和天使投资人、上市公司风险投资（CVC）、金融机构资管子公司等具备领先优势的风投创投主体，加快打造一批全国乃至全球 VC/PE 行业标杆和赛道冠军，以创新资本“广种奇收”，让数字经济生长在“大企业顶天立地、中小微企业铺天盖地、专精特新企业竞相涌现”之上。

（二）启示二：从场景中来到场景中去

数字经济是新生事物，必须强化“审慎包容”监管原则，在严守安全底线的前提下，谨防资本泛化、行业垄断、数据滥用、算法歧视等行业失序问题，让数字经济在发展中规范、在规范中发展。更重要的是，也要给予数字经济发展明确预期、充分自由和灵活空间，更多依赖富有弹性的创新试错容错机制，更多开放政府数据资源和技术应用场景，让更多企业精准掌握市场需求、匹配所需数据资源，探索和触发意想不到的创新路径。

（三）启示三：软硬兼施加“数”赛跑

以芯片为代表的基础硬件和以操作系统为代表的关键软件，是数字经济领域的关键核心技术，也恰恰是深圳存在缺失的产业链环节。一方面，依托深圳数字基础设施领先全球、电子信息产业联结全球的优势，加快布局一批关键核心技术和产业共性技术研发中心，争取在高端芯片、集成电路等硬件领域取得重大突破。另一方面，聚力攻坚核心软件，集中突破一批开发语言、数据库、操作系统、开源技术和核心软件等底层技

术，加快构建自主可控、安全高效的现代软件产业体系。

（四）启示四：“降维打击”海外市场

近年来，短视频 TikTok 和跨境电商 SHEIN、TEMU 等平台，通过复制国内成熟商业模式、联结国内发达产业体系，快速抢占国际市场，成为引领数字全球化的佼佼者。对此，既要支持数字经济企业立足国内超大市场、海量数据、迭代场景，勇于运用新技术、开辟新领域、制胜新赛道，在千军万马过桥中锻造高纬度竞争优势；同时也要抓住全球产业结构和布局调整契机，支持有条件的数字经济企业主动拥抱海外市场，打造一批“生而全球化”的平台和产品，带领“深圳制造”“深圳服务”“深圳品牌”走向世界，在国际竞争中大显身手。（转载自“综合开发研究院”公众号）

影音娱乐产品在海外市场消费需求强劲

随着许多国家的可支配收入水平不断提高，消费者的购买力逐渐增强，他们开始更加重视影音娱乐系统的投资。而这促使市场对高端电视、沉浸式音频设备以及高级媒体播放器的需求有所上升，影音娱乐消费品在市场中所占据的地位日益显著。

“2023 年影音娱乐消费品出海会面临哪些机遇和挑战呢？”这是许多商家所关心的问题。Molly 了解到，日前亿邦智库和 Alipay+ 联合发布了《影音娱乐消费品出海洞察报告》，为品类商家出海提供深入的分析与解答。除此之外，报告还探讨跨境支付如何赋能商家抓住机遇、应对挑战，为出海商家提供

了宝贵的参考和指导。

一、影音娱乐产品在海外呈强劲增长势头

随着智能手机的广泛普及和互联网的快速发展，影音娱乐市场在近年来得到迅速的发展和壮大。人们现在可以通过手机、平板电脑和投影等便携式设备，来观看各种类型的视频内容通过蓝牙、Wi-Fi 等连接方式，使用各类电子配件来接收音乐和语音，例如无线耳机和智能音箱。

值得一提的是，虚拟现实技术的兴起为影音娱乐市场带来了全新的机遇。通过虚拟现实技术，用户能够身临其境地感受电影、游戏等场景，获得更加真实的体验，这不仅丰富了影音娱乐的内容和形式，也使得用户的娱乐体验得到极大的提升。

在今年，随着全球消费电子需求的全面复苏，影音娱乐市场表现尤为出色，凭借超整体 50% 的增长率成为消费电子的重要增长驱动。同时，海外强劲的消费需求推动我国影音娱乐产品出海保持平均 8.6% 的较高增速。其中，VR 头盔、智能音响等核心品类展现出巨大的商机，成为市场关注的焦点。

根据阿里巴巴国际站（ICBU）在《消费电子行业采购节行业报告》数据显示，耳塞、耳机、扬声器和家用音视频产品均实现了 50% 以上的增长。预计下半年，户外音箱、便携音箱、投影仪等爆品还将迎来大幅增长。

不同市场的消费者对产品的需求会有所不同。对于美国市场，消费者在家用投影方面更追求影院级品质，因此激光投影将会成为他们首选。此外，由于美国消费者经常举办聚会，户外场景也十分常见，所以他们更倾向购买便携且功能集成化的产品，以便在不同场合和环境使用。

相比之下，东南亚市场的消费者对于影音娱乐产品的使用还处于入门级体验阶段，他们更偏爱购买低端 LCD 投影设别，以及追求高性价比的产品。因此商家出海该市场时，需提供价格合理、性能稳定、易于使用的产品将更具有吸引力。

总的来说，影音娱乐品类商家需要持续关注这些品类的市场变化和发展趋势，抓住商机以提升业绩。同时，不断创新和改进产品，满足消费者对于品质和功能的需求，以此在市场竞争中获得更多市场份额。

二、东南亚影音娱乐市场消费需求强劲

东南亚地区拥有庞大的年轻人口、不断增长的互联网用户以及发展迅速的电商市场，为影音娱乐新消费品的出海提供广阔的发展空间。近几年，东南亚影音娱乐产品市场年均增长均超过其消费电子整体增长，而这主要得益于年轻消费者群体的喜爱和购买。

东南亚市场以其庞大的年轻人口和快速增长的互联网用户为基础，正经历消费电子产品的迅速发展。尤其是印尼、马来西亚、菲律宾和越南四个国家，35 岁以下人口占比超过 50%，年轻人群已然成为消费主力军。他们不仅对影音娱乐产品的品质及功能有着更高要求，同时也愿意为更好的用户体验以及更好品质的产品买单。

需要注意的是，东南亚年轻消费者尤其重视产品、支付、交付相关体验。例如，免费送货在消费者决策因素中占据较大比例，达到 60%；快速/轻松支付和货到付款占比分别达到 42% 与 36%。他们希望产品能够快速且准确送达，同时有完善的售后服务保障。

因此，提供快速、准确的交付体验以及优质的售后服务是商家俘获东南亚消费者的芳心的重要手段之一，而了解并迎合消费者需求是商家抓住市场机遇的前提。

三、赢得市场的胜负手：跨境支付打破地域限制、实现安全和盈利

作为新兴跨境电商热土，东南亚市场机会与挑战并存。物流和支付等基础设施较为落后、消费能力整体相对较低、消费者对价格较为敏感，其更偏向选择价格更为实惠的产品以及服务，同时东南亚地区拥有不同的文化背景且各国政策环境存在较大不确定性，种种挑战都牵绊着出海商家的脚步，对其在东南亚开展业务经营带来巨大挑战。然而，在整个跨境出海的过程中，商家所面临最为重要的难题莫过于跨境支付。

跨境支付是跨境出海全链路的关键环节，涉及到多渠道整合、风控合规管理、消费者体验优化、本地消费习惯适应、甚至流量开拓等，是隐藏在外贸全链路之内的“胜负手”。因此做好跨境支付，决定了企业能否成功出海。

东南亚地区消费者普遍使用多种支付方式，包括货到付款、银行转账、电子钱包以及移动支付等，这给商家在处理订单和支付时带来额外的复杂性。此外，不同国家和地区的跨境支付法规以及政策均存在差异，这要求商家需要了解并遵守当地的法规和政策，以确保能够合法且安全地进行跨境支付。

基于上述种种挑战，商家出海东南亚需要快速搭建或补全在东南亚开展电商经营的能力体系，优秀的支付能力能为商家带来差异化的竞争优势。例如，布局多元化支付方式，以更好地适应需求多样化的东南亚市场，提升支付效率和消费者满意

度；选择拥有海外市场金融牌照支付合作伙伴，借助专业的风控技术，规避不合规交易、欺诈支付等交易安全风险，保障交易安全；支付整合营销则能够围绕消费者购买旅程进行精细化经营，提升每一个环节的转化率，进而提升交易成功率，最终实现业务与盈利增长。

总的来说，影音娱乐细分市场已成全球消费电子产品的新增点，具有广阔的发展前景和潜力。企业出海应及时抓住这一市场机遇，通过创新商业模式、整合产品链资源、拓展新兴市场等方式实现持续增长。同时要时刻关注用户需求的变化以及科技发展的趋势，以便及时调整战略和业务模式，保持竞争优势。（转载自杭州犀照科技网站）

哈威创新：以“网、数、AI”为基础的智慧应急企业

智慧应急是智慧城市的重要组成部分，通过物联网、大数据、人工智能等各种先进的技术手段，提升应急管理效率和智能化水平，对突发事件进行监测、预警、应对和恢复，保障城市居民的生命财产安全。以“网、数、AI”为技术核心的系统解决方案是智慧应急行业发展的趋势。

在智慧应急建设中，物联网、大数据、人工智能等技术可以相互融合，共同发挥作用，帮助实现智能预警、智能决策、智能调度、智能评估等功能，对应急管理中的监测、预警、处置、评估等环节有重要的应用价值。如通过物联网技术采集数据后，可以利用大数据技术进行分析和处理，再通过人工智能技术生成应急预案和处置方案，最终实现智慧应急的目标。

一、企业概况

深圳市哈威创新技术有限公司（简称哈威创新），成立于2016年4月，是一家致力于研发智能救援装备和综合应急救援方案的国家高新技术企业，深耕水域应急领域，拥有精英研发团队，有持续创新能力，立足于人工智能、大数据、物联网应用等前沿技术，聚焦于最新科技在应急安全的应用研发，拥有水上救援机器人、救援飞艇、水域多功能应急系统，以及消防多功能应急系统、城市内涝应急系统、超低功耗阳光屏等系列产品。

哈威创新作为一家国家高新技术企业，国内水上救援机器

人行业先驱，数年来一直专注和深耕水上救援领域，2016 年设计研发出款水上遥控救援机器人——H3 水上救援飞翼；18 年获取国家专利并投入量产；19 年开始驰骋于国内外专业水域应急界，参与各类防汛，救援演习上百场。2020 年，哈威推出 H9 救援飞艇，与 H3 救援飞翼相比，H9 可拖拽溺水或受困人员、可拖送物资，速度更快、续航更强、载重更大。2021 年，更新推出 H3-X，新版水上救援飞翼经过技术上的改进，在速度上得到了极大的提高。可确保在更短的时间内，到达溺水者身边，赢得宝贵的救援时间，提高救援成功率。

H3 水上救援飞翼是世界首款便携式水上救援设备，作为一款定位于救生快艇和传统救生圈之间的智能水上遥控救生设备，融入了无人机、水上机器人救生控制技术，GPS 和北斗双定位技术，具有水面快速行进、远距离遥控、正反双面行驶、一键返航和自动返航、定位精准等功能，是世界上首款可以一次性施救两位落水人员的水上智能救援设备，最多可同时拖拽 4 人。目前该设备已被广泛运用于消防部门、海事局、海警、公安部门、应急防汛部门、水上救援协会、民间救援组织等。H3 水上救援飞翼作为国内原创水上救援机器人产品，2018 年获得中国以及欧盟设计专利，曾有多起实际救援成功案例，获得各大媒体广泛报道并被行业高度认可，上百次成为各地应急、防汛单位演练专业指定救援装备，经国内外 60 个国家客户使用，曾为东京奥运会水上马拉松选拔赛、南山国际皮划艇赛事等提供安全保障。

二、企业发展经验

紧跟国家战略，立足新定位。企业紧跟国家应急产业大发

展战略，认准“数字信息基础设施运营服务国家队、网络强国数字中国智慧社会建设主力军、数字技术融合创新排头兵”的新定位，不断谋求新发展。公司 2016 年主要以传统单兵救援设备为主，自 2020 年国家提出智慧应急后，充分发挥自身能力资源，响应国家智慧应急业务需求，提出并落地了多个智慧应急系统解决方案。

聚焦重点领域，拓展新业务。为了适应智慧应急的新发展，企业聚焦智慧水域、智慧消防、智慧医疗等新领域，充分发挥 5G、物联网、大数据、人工智能、区块链等数字技术能力优势，不断拓展业务范畴，深度融合国家应急管理业务需求与城市安全发展理念。

创新技术应用，提升新能力。智慧应急行业的发展需要依托先进的技术支撑，企业需要不断创新技术应用，提升自身的能力和竞争力。公司通过整合自身能力资源，充分发掘应急行业中缺失的板块，积极调研收集应急救援人员专业意见，结合不同的应用场景，提出应急人需要的智慧应急系统解决方案。

加强人才培养，推动行业进步。智慧应急行业的发展需要高素质的人才支撑，企业需要加强人才培养和引进，推动行业的进步和发展。国家和企业需要组建自己的智慧应急军团，汇聚专业人才，为智慧应急行业的发展提供强有力的智力支撑。

三、对行业发展相关建议

建议整合资源，提升协同效率。建立政研企协作机制，通过信息共享打通市场需求与设计研发间壁垒，统筹协调政府部门、企业、科研机构等各方资源，提升协同效率，实现协同行动，加速创新设计的落地推广。

建议加强专业人才培养和引进。在高校开设应急管理相关专业，加强本土高素质应急管理（尤其是智慧应急）人才培养；相关管理部门加强从业人员专业培训，提高人才研判能力、智能设备运用水平等；建立应用管理人才落户就业激励机制，积极引进专业化智慧应急人才。

建议创新技术应用，提升智慧化程度。抓准当前应急管理、应急救援的痛点，有的放矢加强技术创新和应用，提升智慧化水平，提高应急管理的效率和准确性。

此外，建议强化预案管理和应急演练，不断完善预案和提升应急响应能力；加强宣传教育和意识培养，提高公众的应急意识和能力。（根据深圳市哈威创新技术有限公司供稿整理）

报：市领导；中国贸促会领导，广东省贸促会领导。

送：市直各有关单位，各区（新区、深汕合作区）；各省市贸促会。

发：市有关商协会、重点企业。

编辑：吴迪、吴思宇

校对：黄礼婧、李丹

审核：杨宏宇

电话：0755-33358492