



中国经营报

CHINA BUSINESS JOURNAL

总 2529 期/周一出版/本期 32 版

新闻热线: (010)88890030
中国社会科学院主管
中国社会科学院工业经济研究所主办
《中国经营报》社有限公司出版
社长、总编辑/季为民

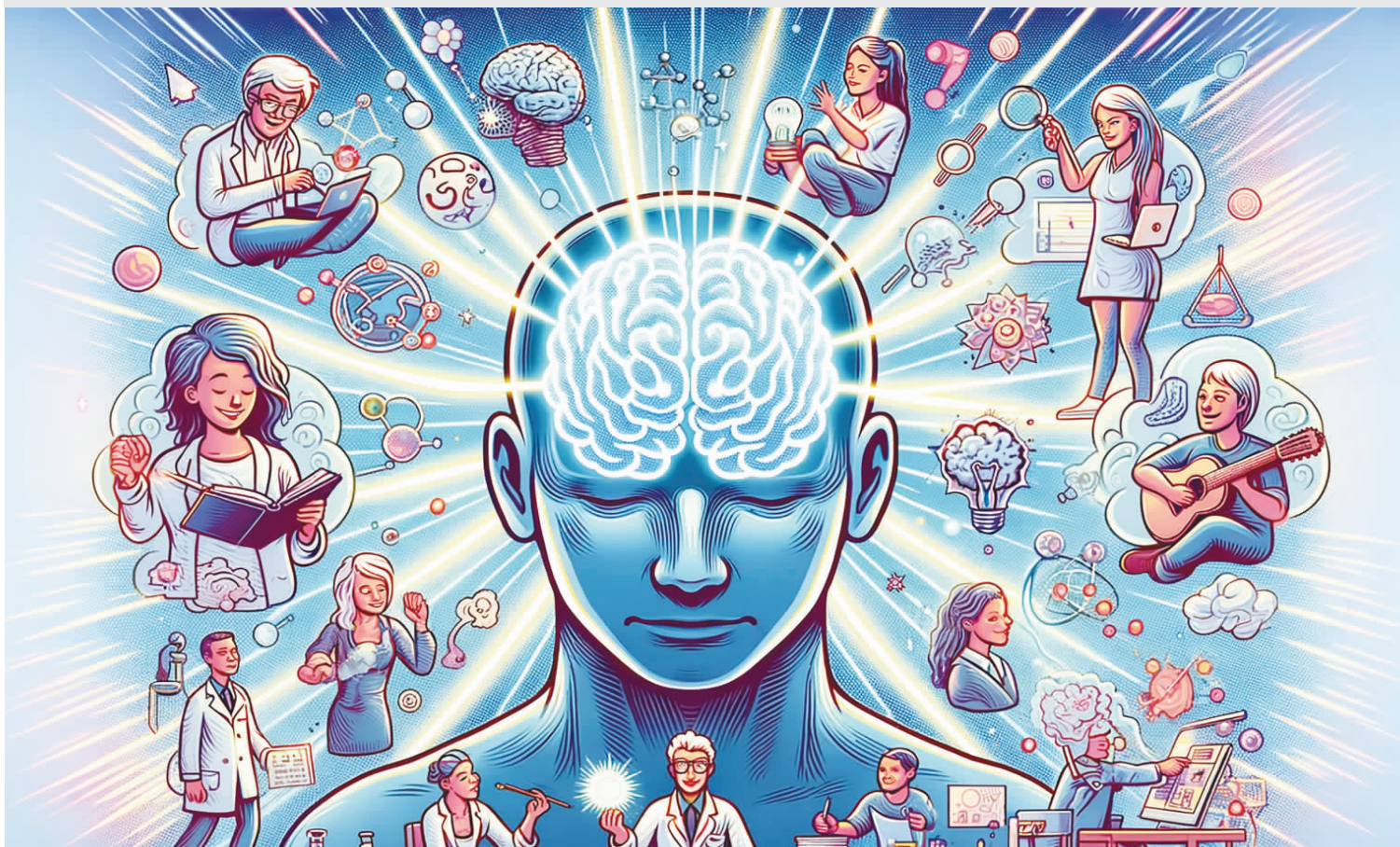
零售价/ RMB5.00

10 月量价齐升带动进口增速转正

A2

AI“春晚”:开发者大会显现 OpenAI 生态野心

C1



推特:一家老牌社交媒体的“前半生”

商业案例 D4

截至 2023 年 10 月底,距离埃隆·马斯克高调入主推特(Twitter)总部刚好一周年,这位超级富豪如外科手术师般,对推特进行了全方位的“大动刀”,其中最具标志性的动作无疑是将推特转变为“X”——从公司实体、产品名称、官网域名甚至到总部大楼等都做了改造,由此宣告了创立 17 年之久的推特品牌及其经典的“蓝色小鸟”logo 从历史舞台落幕。

对此,马斯克发推文解释,“推特的名字在当时只有 140 个字符的信息传递时很有意思——如小鸟鸣叫一样——但现

在你可以发布任何内容”,“当推特名字不再有任何意义时,我们必须告别这只鸟”。

推特创立于 2006 年,是 Web2.0 时代的典型代表。相比 Web1.0 用户被动接收互联网信息,Web2.0 以即时通讯、社交网络、用户主动创造互联网内容信息为特征,用户在推特平台可以发推文(tweet)、转推(retweet)、关注追随(follow)其他人、带主题标签(hashtag)等,塑造与奠定了当下主流社交媒体的形态及网络文化。

如果以马斯克收购推特为界限,推特的“前半生”既有过辉煌,也有过失误。时至今日,



尽管其仍是全球社交网络的重要舆论场之一,但推特的商业价值已打折扣。本期商业案例,《中国经营报》记者重点研

究推特的“前半生”,以期从这家老牌社交媒体跌宕起伏的发展历程中找到一些能为企业带来帮助的价值。

社评

进博会“朋友圈”再扩大 中国与世界“双向奔赴”

11 月 5 日至 10 日,第六届中国国际进口博览会(以下简称“进博会”)在上海举行。这是新冠疫情后进博会首次全面恢复线下办展。数据显示,这届进博会共迎来了 154 个国家、地区和国际组织的来宾,有超过 3400 家参展商和 39.4 万名专业观众注册报名,全面恢复到疫情前水平;参展的世界 500 强和行业龙头企业数达 289 家,超过之前历届水平;百余名世界 500 强和行业龙头企业全球总部高管来华参加进博会,规模创下新高。

自 2018 年至今,进博会已连续举办了六届,即便中间遭遇过三年疫情,也未曾有任何中断。这种克服困难的不懈坚持,以及越做越大的“进博朋友圈”,兑现了中国此前的承诺——“中国国际进口博览会不仅要年年办下去,而且要办出水平、办出成效、越办越好”。

作为世界上第一个以进口为主题的国家级展会,进博会的连年召开,为国际贸易发展和凝聚全球化共识提供了重要助力。尤其是置于当前“逆全球化”思潮有所抬头、保护主义加剧的背景下,更显现其价值。比如,我们看到,这次一批来自西方的跨国企业对进博会都表现出较高的参与热情。尤其象征意味的是,本届进博会迎来了史上规模最大、规格最高的美国参展团,共有来

自农业、半导体、医疗器械、新能源汽车、美妆等领域的超 200 家美国参展企业云集展馆。这或为中美经贸合作打开新的空间释放了积极信号。

在经历了三年疫情后,这届进博会也成为全球企业和国家观察中国疫后经济发展走向和市场复苏状况,并借此获取疫后中国市场新机器的一个重要窗口。商务部数据显示,今年 1 月至 9 月,中国制造业实际使用外资金额 2624.1 亿元人民币,同比增长 2.4%。其中高技术制造业增长 12.8%,医疗仪器设备及仪器仪表制造业、电子及通信设备制造业引资增幅分别高达 37.1% 和 21.5%;服务业中,研发与设计服务领域引资也增长了 10.2%。本届进博会所展现出的一些新动态,正好与此形成了一种呼应:集中展示超过 400 项新产品、新技术、新服务,能源低碳、人工智能等科技前沿类展览专区以及生活消费类题材展览面积增长 30%。

这背后指向的正是外资投资中国的一种新趋势,即从过去更加注重以劳动力红利为基础的制造业,转向投资更多高新技术制造业和知识密集型服务业。这一变化,一方面反映出跨国企业对于中国产业升级与消费升级机遇的精准把握,另一方面也得益于近年来中国不断扩

大制造业和服务业开放的行动与决心,为外商外资进入中国提供了更多的便利。这种相向而行,是“中国新发展,世界新机遇”的一个生动注脚,也有力诠释了“中国开放的大门越开越大”。

中国拥有 14 亿人口,人均国内生产总值已经突破 1 万美元,中等收入群体规模超 4 亿人,是全球最具成长性的超大规模市场。未来 5 年,中国货物贸易、服务贸易进出口额有望累计超过 32 万亿美元、5 万亿美元。这是进博会能够把“朋友圈”越做越大,持续保持全球吸引力的最大底气之一。但进博会的成功,也让我们更加明白,国民收入、消费水平的不断提高,超大规模市场优势的不断巩固,以及能够让全球都分享中国大市场的红利,有一个非常重要的推动力,那就是中国始终坚持推动更高水平的开放,坚持在开放中谋发展、谋进步。可以说,进博会的坚持和成功举办,在促消费、稳外贸、增进国际交流合作等方面的红利之外,还有一个非常重要的价值,即有助于我们更加清晰地看到开放的“好处”,并由此不断坚定继续扩大开放、建设开放型世界经济的决心。

今年是中国改革开放 45 周年。这近半个世纪里,中国经济社会发展的巨大进步,实际都是在

一个持续的改革和开放状态下所取得的。当前,中国加速推进经济高质量发展,同样需要建立在更高水平开放的基础之上。这是因为,就像跨国企业需要中国市场一样,在当今这样一个科技创新的时代,中国经济的行稳致远、创新发展,也需要从更多全球化合作中,在与更多跨国企业的投资往来和交流中,汲取新的活力与动力。事实上,要继续维持好中国超大规模市场优势,本身也离不开更多的开放合作。而秉持开放、共赢理念的进博会,正是促成这种国际交流、合作最重要的平台之一。它的连年成功和巨大人气,其实也是反复确认,我们所选择的这条开放之路,是有效的,也是正确的。

当前,世界经济复苏乏力,国际经贸合作也处于低潮期。进博会的如期召开并圆满完成,一定程度上为不确定性日益增加的国际环境投下了一份确定性。当中国一再向全世界展示开放、合作的姿态,这不仅预示着有更多的国家和企业有机会可以分享“中国红利”,也意味着全球化的共识将得到更有力的捍卫。当然,持续树立世界对于中国坚定推进改革与开放的预期,这本身也是中国发展信心来源不可或缺的一部分。此之谓,中国与世界的“双向奔赴”。

本期热词

“两个机制”

日前召开的中央金融工作会议强调,要“全面加强金融监管,有效防范化解金融风险”,明确提出要建立防范化解地方债务风险长效机制,建立同高质量发展相适应的政府债务管理机制,优化中央和地方政府债务结构。可以预见,建立“两个机制”已经成为未来化解债务问题的主题主线。

探索建立“两个机制” 解码央地债务结构优化 B1

沪上楼市

多位业内人士向记者表示,在政策红利助推下,9 月份房地产市场出现了一波成交“小高峰”,但 10 月份上海市房地产市场开始呈现回落趋势,需要进一步的政策刺激以助推市场交易量回升。从市场环境和条件来看,“五个新城”也到了限购政策定向宽松的阶段。一旦相应政策落地,上海楼市或将迎来一波符合条件的新增需求入市。

再度释放限购放松信号 沪上楼市“金九银十”高开低走 B12

A 股游戏

在财报发布后的投资者交流活动中,小程序游戏成为多家游戏公司共同提及的关键词。巨人网络、世纪华通等均有将旗下热门 IP 游戏布局小程序版本的计划。三七互娱也储备多款小游戏准备推出市场,其认为大多数小游戏玩家是被动触达,从发行层面看,自家的流量经营能力更适配小游戏品类打法。

A 股游戏三季报喜忧参半 三七互娱成“吸金王” C4

教育出海

目前海外教育的获客成本相比之前大幅增加,甚至高于两三倍,因为市面上的产品更多了。“国内用户更倾向购买教育内容和服务,而纯工具类产品在国内相对缺少市场,但在海外,B 端教育科技市场是一个更成熟市场,但对产品质量和专业度要求也会更高。”

科技实力助攻 教育企业出海提速 D1

经济大势

A1~A4

资本新规正式落地 A2

信息披露设置 5 年过渡期

证监会再修计算标准 A3

进一步完善券商风控指标体系

营商环境

B1~B16

美联储再次暂停加息 B2

提振全球金融市场

外资连续五个月出逃 B3

韩国卖空禁令提振股市

“引进来”+“走出去” B8

保险业开放跑出“加速度”

外资企业深耕中国启新篇: B9

世界 500 强“天团”汇聚进博会

遭遇股债双杀 B11

万科能否度过“至暗时刻”?

“OK 镜”龙头业绩增速放缓 B14

智在公司

C1~C8

巨头纷纷热捧 C2

未来五年 PC 将迈入 AI 时代

中国公有云市场增速放缓 C3

迈入平稳发展期

“新能源汽车”点亮进博会 C5

协作共赢开启国际化 2.0 时代

多品牌降价引发冲击波 C6

摩托车市场“降温”

上汽大众总经理贾健旭: C8

2028 年新能源产品占比或达 75%

消费连锁

D1~D4

羽绒服市场迎旺季 D2

本土品牌差异化突围

进博会日化巨头争奇斗艳 D3

科技力研发力加速提升



中经传媒智库



本报官方订阅读微



6 942626 144086 >

广告许可证:京海工商广字第 0224 号
本报常年法律顾问所:北京德和衡律师事务所

总机电话:01088890000

发行/征订电话:01088890120

广告热线:01088890020

监督电话:01088890050