

跨境出海 周度市场观察

行业环境 | 头部品牌动态 | 投资运营 | 产品技术 | 营销活动

01

行业趋势

Industry Trends

本周看点:

本土化服务解“痛点”，光伏出海逐“绿”破困局；
东南亚成“打卡地”白酒出海如何步入进阶版；
国产两轮电动车出海：洗牌、压力和难关。

行业环境:

1. 本土化服务解“痛点”，光伏出海逐“绿”破困局

关键词：光伏产业,绿色发展,出口市场,本土化服务,技术创新

概要：近日数据显示，我国前三季度出口电动汽车、锂电池和光伏产品总额达到7578.3亿元，占出口总值的4.1%。光伏产业在“双碳”目标引导下迅速发展，但面临供需错配的挑战。广州三晶电气股份有限公司通过聚焦本土化需求、提供模块化和简易安装的产品，成功开拓海外市场，产品远销80多个国家和地区。政府的出口退税政策和税务部门的“一对一”辅导也为企业发展提供了有力支持。面对市场波动，三晶电气提前布局新兴市场，加大技术创新力度，推出多款新能源产品，进一步助力绿色低碳发展。陈长兴表示，光伏储能市场潜力巨大，公司对未来充满信心。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/5787187353/158f1789902001s5bu)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/5787187353/158f1789902001s5bu

2. 汽车行业价格战还会持续多久？中国车企如何应对“出海”挑战？

关键词：价格战,新能源汽车,全球市场,利润下行,出海挑战

概要：随着国内新能源汽车的快速发展和全球市场的拓展，中国汽车产业面临日益激烈的竞争。据中国汽车流通协会数据，今年前三个季度，国内汽车行业收入同比增长3%，但利润下降1.2%。标普全球汽车发布的《中国汽车——立足中国，走向世界》报告指出，尽管市场竞争加剧，中国汽车产业正加速全球化。报告还分析了国内车企出海和全球电气化等热点问题，认为汽车行业总销量整体呈现平缓增长趋势。报告建议，中国车企需积极应对“出海”挑战，提升技术和品牌竞争力，以适应全球市场的变化。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/1649173367/624c637704001dz4y)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/1649173367/624c637704001dz4y

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

3. 中国家电出海潮中，海外品牌三星、松下、林内们在做什么？

关键词：家电出海,创新品质,进博会,海外品牌,人工智能

概要：近年来，中国家电品牌加速出海，凭借创新、品质和规模优势在全球市场取得显著成绩。第七届进博会上，海外家电品牌展示了其最新技术和产品动向。三星重点展示了AI和半导体解决方案，如24Gb GDDR7 DRAM和108英寸透明Micro LED电视，强调AI在智能家居中的应用。松下则关注健康、舒适的生活，推出节水洗碗机、智能马桶等产品，并特别设置了“养老空间”展区。林内发布了多款智能化燃气具，适应数智生活趋势。此外，小家电品牌如HCK哈士奇和昂特，通过时尚设计和创意吸引年轻消费者。这些海外品牌在技术、设计和应用场景上的创新，为中国家电品牌提供了值得借鉴的经验，促进了全球家电市场的繁荣与发展。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5414751110/142be8b86001013f8o)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5414751110/142be8b86001013f8o

4. 东南亚成“打卡地”白酒出海如何步入进阶版

关键词：东南亚,白酒企业,国际化,华人圈层,消费场景

概要：东南亚已成为中国白酒企业拓展海外市场的首选地。近日，贵州茅台、洋河股份、泸州老窖等多家酒企纷纷在新加坡、印尼、马来西亚等地开展市场调研和品牌推广活动，通过华人圈层和当地人口红利，逐步打开东南亚市场。据统计，2023年1-7月，中国白酒出口总量和总额均大幅增长，主要出口市场集中在东南亚。然而，酒企的国际化进程仍处于初级阶段，主要依赖华人群体和渠道代理。未来，酒企需通过多渠道战略、加强免税系统合作以及推出符合当地市场预期的国际化产品，进一步扩大“朋友圈”，提高品牌影响力和市场份额。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-14/doc-incvzwne7034456.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-14/doc-incvzwne7034456.shtml

5. JT&N观点 | 美国大选落地后，中国企业出海怎么办？

关键词：特朗普,中美经贸,出海企业,最高法院,刑事豁免

概要：特朗普再度当选美国总统，其领导下的美国最高法院以6:3的投票结果给予了特朗普刑事豁免权。特朗普政府预计将在经贸领域对中国采取更为强硬的措施，特别是在跨境电商、低价清关、转口贸易、海外工厂设立、出口管制与制裁以及供应链合规等方面。这些措施可能会影响中国企业的出口和投资活动，企业需评估和调整商业模式以应对潜在风险。然而，特朗普的重新当选也可能带来一些积极因素，如相对和平的国际环境和更多国际交往机会。总的来说，特朗普政府的政策将对中国企业出海产生深远影响，企业需要密切关注并做好应对准备。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-11/doc-incvsuth0545849.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-11/doc-incvsuth0545849.shtml

6. 储能行业24Q3总结：储能企业出海迎来收获期

关键词：国内竞争,海外利润,资本开支,新增装机,招标容量

概要：2024年第三季度，国内储能市场竞争加剧，逆变器和大型储能板块利润同比下降7%，但部分企业海外利润开始兑现。大储企业如科华数据、上能电气、盛弘股份的资本开支分别同比增长49%、74%和15%。中国储能市场1-9月新增装机功率/容量为16.0GW/41.1GWh，同比增长26%/59%。美国储能市场增速低于预期，但高利率和并网排队问题有所缓解。欧洲户储市场逐渐摆脱高基数影响，回归平稳发展。展望2025年，储能行业有望实现量增价稳，企业业绩将迎来更显著增长，尤其是出海企业的海外利润将逐步兑现。主要风险包括宏观经济波动、地缘政治、政策变化、新能源消纳和原材料价格波动。

[原文链接](http://stock.finance.sina.com.cn/stock/go.php/vReport_Show/kind/lastest/rptid/784736970165/index.shtml)：

http://stock.finance.sina.com.cn/stock/go.php/vReport_Show/kind/lastest/rptid/784736970165/index.shtml

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

7. 阿联酋迪拜垂直农场项目启动，中国农业科技企业出海恰逢其时

关键词：垂直农场,粮食安全,可持续农业,食品科技谷,农业技术

概要：阿联酋迪拜启动了名为“GigaFarm”的垂直农场项目，旨在推动可持续农业发展，解决粮食安全问题。该项目由迪拜酋长阿勒马克图姆殿下发起，由Wasl集团和IGS联手实施，计划于2025年投产，每年可生产超过300万公斤农产品，并从垃圾填埋场转移超过5万吨食品垃圾。阿联酋政府希望通过该项目建立弹性食品生态系统，实现食品生产脱碳，为全球食品安全作出贡献。与此同时，中国农业科技企业在垂直农场、集装箱农场和农业工厂技术方面的深厚储备，为中东市场带来了新的机遇。阿中产业研究院联合阿联酋农业投资机构，为中国农业科技企业进入中东市场提供了综合性服务，推动双方在农业技术、人才培养和市场拓展等方面深入合作。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_5508961872_1485c1650001018r7m.html)：http://k.sina.com.cn/article_5508961872_1485c1650001018r7m.html

8. 国产两轮电动车出海：洗牌、压力和难关

关键词：两轮电动车,海外市场,出口增长,新国标,碳减排

概要：中国两轮电动车品牌正迅速占领海外市场，今年1-7月出口额达206.3亿元，同比增长超9%。传统品牌如雅迪、爱玛，新锐品牌如小牛电动、九号公司，以及跨界玩家如大疆、哈罗等纷纷布局海外。国内市场需求减弱，新国标替换需求已完成80%，未来三年行业销量复合增速将降至5%-10%。海外市场潜力巨大，预计到2030年全球市场规模将超1000亿美元，年复合增长率为34.57%。然而，品牌出海面临三大挑战：一是线下体验和服务网络的成本高；二是各区域市场需求多样化，需提供定制化产品；三是市场竞争激烈，同质化严重。尽管如此，出海已成为国产两轮电动车厂商的“必修课”，若能克服挑战，有望实现二次飞跃。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-14/doc-incvzsek4368673.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-14/doc-incvzsek4368673.shtml

9. “三蹦子”走红米兰车展 中国农机加速“出海”

关键词：电动三轮车,米兰车展,中国制造,创新精神,海外市场

概要：近日，国产电动三轮车在意大利米兰车展上受到广泛关注，展示了中国农机产品的实力和魅力。这些车辆结合了传统实用性和现代科技，如高排量载货三轮车、旅行篷车及专用特种车型，并针对海外市场进行了优化，增加了多语言提示音、音响、手机支架等配置。今年1—9月，中国农业机械出口额达360亿元，同比增长18.6%。中国农机产品的多样化和创新性不仅满足了不同国家和地区的需求，还提升了当地农民的生活质量，推动了农业发展。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-16/doc-incwftuk5410592.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-16/doc-incwftuk5410592.shtml

10. 墨西哥会成为中国汽车出海的希望之地吗？

关键词：中国汽车,国际化,墨西哥市场,贸易壁垒,地理位置

概要：自中国加入WTO以来，中国汽车企业积极拓展国际市场，墨西哥凭借其独特的地理位置和经济地位，成为中国汽车出口的重要枢纽。作为全球第七大乘用车生产国，墨西哥拥有广泛的国际协议网络，有助于中国企业进入美国和欧洲市场。然而，墨西哥市场存在“大进大出”现象，大部分汽车依赖进口，本地制造的汽车主要用于出口，且新能源汽车市场份额较低。尽管如此，江淮、长安等中国汽车企业已在墨西哥布局，但仍面临逆全球化、品牌建设和文化差异等挑战。专家建议，中国企业应加大投资，利用墨西哥的地理优势拓展北美和南美市场，同时注重本土人才培养和法律法规遵守，以实现长期可持续发展。

[原文链接](http://k.sina.com.cn/article_1867016247_6f486837001018asm.html)：http://k.sina.com.cn/article_1867016247_6f486837001018asm.html

01

行业趋势

Industry Trends

行业环境:

11. 传媒行业专题报告：短剧出海TIKTOK式现象级爆发 引领百亿蓝海赛道

关键词：出海短剧,市场增长,AI赋能,内容生产,用户付费

概要：2024年，海外短剧市场预计将迎来10倍以上的爆发式增长，潜在市场规模有望超过百亿美元。国内短剧产业链已成熟，题材与模式经市场验证，加之海外用户付费意愿强、人均收入高、碎片化休闲时间多，海外市场增速有望超越国内。头部网文/短剧平台凭借丰富IP资源和出海经验将占据优势，AI技术的应用将进一步降低成本，提高出海效率。投资建议方面，海外短剧市场仍处于蓝海阶段，用户付费意愿强，平台运转效率高，买量成本低，投资回报率高。规模领先平台公司、IP储备丰富的网文公司、出海能力强的营销公司有望持续受益，如中文在线、掌阅科技、易点天下、昆仑万维等。

[原文链接](#)：

http://stock.finance.sina.com.cn/stock/go.php/vReport_Show/kind/lastest/rptid/784866431741/index.shtml

12. “舌尖经济”成中国企业出海印尼新赛道

关键词：舌尖经济,中企出海,印尼市场,餐饮合作,食品贸易

概要：近年来，随着中资企业在印尼投资的热潮，“舌尖经济”成为新的增长点。中餐馆在印尼日益增多，菜系更加丰富，受到当地民众欢迎。中国与印尼在食品农产品贸易合作前景广阔，双方在餐饮领域的合作不断加深。印尼拥有庞大的年轻消费市场和丰富的自然资源，为食品加工行业提供了稳定原料供应。中国品牌进入印尼市场，将为当地消费市场注入新的活力。近期举办的“中资出海·印尼深度行”活动，吸引了上百家中印尼企业参与，共同探讨合作机会。

[原文链接](#)：<http://cj.sina.com.cn/articles/view/1784473157/6a5ce6450200326x0>

13. 奢品美妆，是中国品牌出海新机遇吗？

关键词：口红效应,消费升级,美妆产业,技术创新,年轻消费者

概要：“口红效应”是指在经济不景气时，人们倾向于购买廉价奢侈品以获得心理慰藉。然而，近年来这一效应似乎失灵，化妆品零售额出现下滑。不过，高端美妆品牌如海蓝之谜、娇韵诗等依然保持增长，主要得益于技术创新和符合市场需求的产品。中国美妆供应链的完善和年轻消费群体的崛起，也为国货品牌如珀莱雅、薇诺娜等提供了发展机遇。此外，中国品牌通过讲述品牌故事和利用社交媒体营销，逐渐在全球市场崭露头角。这些变化表明，“口红效应”并未消失，而是转移到了更注重创新和品牌故事的高端市场。

[原文链接](#)：http://k.sina.com.cn/article_5953466483_162dab07301901c2y4.html

14. 中国企业出海拉美市场迎来全新机遇

关键词：APEC,拉美,经贸合作,基础设施,新能源

概要：近日，在财新与联想集团联合举办的APEC专场活动上，多位中秘专家及企业家围绕“中国与拉美：发掘增长潜力，共启繁荣纪元”展开讨论。拉美地区凭借丰富的劳动力资源和巨大的经济发展潜力，已成为中国海外投资的第二大目的地。2000年至2022年间，中拉货物贸易总额增长了35倍，远超其他地区。拉美地区的经济增长稳定，城市化进程加快，对基础设施、消费品和服务的需求持续增长，为中国企业提供了广阔市场。中拉经贸合作已扩展到新能源、数字技术、跨境电商等新兴领域。以联想集团为例，其在巴西、阿根廷、墨西哥等地的市场份额显著提升，展示了中国企业在拉美的成功经验。业界普遍认为，随着多边交流与国际合作的深化，中国企业将迎来更多机会。

[原文链接](#)：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-15/doc-incwcqvh9563677.shtml>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

15. 360集团携手云南电信为出海企业提供安全服务

关键词：数字安全,人工智能,政企ICT,通信安全,数字化转型

概要：11月13日，360集团与云南电信签署战略合作协议，双方将在数字安全、人工智能、政企ICT项目等领域展开深度合作，共同打造优势互补、资源共享的服务生态链，为中资出海企业和“两亚信息大通道”安全建设提供坚实保障。今年7月，工信部批准中国电信在云南昆明设立国际通信业务出入口局，这标志着国内与境外运营商将实现通信网络业务的互联互通和数据交换。云南电信将利用这一机遇，依托云南的区位优势，为企业提供全方位的通信和信息化服务。360集团创始人表示，云南作为连接南亚东南亚的重要枢纽，将为中国企业“走出去”提供重要平台。此次合作，360集团将与云南电信共同构建数字安全防护体系，应对复杂的安全挑战。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-15/doc-incwatsr9858574.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-15/doc-incwatsr9858574.shtml

16. SHOPLINE助力科大讯飞扬帆出海，共绘品牌全球化新篇章

关键词：全球化,品牌战略,出海,东南亚,独立站

概要：近日，科大讯飞在阿联酋迪拜的GITEX GLOBAL 2024展览会上再次引发关注，展示了其全球化品牌战略。自2018年起，科大讯飞通过国际消费电子展（CES）等平台逐步拓展国际市场，其出海过程分为品牌技术展示、品牌出海探索和精细化运营三个阶段。在品牌技术展示阶段，科大讯飞通过国际展会确立了国际地位；品牌出海探索阶段，选择了东南亚作为第一站，并设立区域总部和本地化运营团队；精细化运营阶段，与全球零售解决方案商SHOPLINE合作，打造品牌独立站，实现品牌自主性和长效增长。通过SHOPLINE的全方位营销解决方案，科大讯飞在海外市场实现了精准定位和有效渗透，提升了品牌忠诚度和用户转化率。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-15/doc-incwcefn9717340.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-15/doc-incwcefn9717340.shtml

17. 赴港上市，顺丰加速出海？

关键词：A+H股,顺丰控股,港股上市,国际化战略,募集资金

概要：顺丰控股计划于11月27日在港交所上市，成为快递行业首家“A+H”股上市公司，预计募资10亿至15亿美元。作为中国及亚洲最大的综合物流服务提供商，顺丰控股在全球排名第四。公司业务涵盖时效快递、经济快递、快运、冷运及医药、同城急送、供应链及国际业务等多个领域，其中时效快递业务占比最大，2024年中报显示其营收占总营收的44.03%。尽管在时效快递市场占据主导地位，但经济快递市场份额较小。未来，公司将重点发展国际业务，通过收购嘉里物流等举措拓展海外市场，此次港股上市募集的资金将主要用于加强国际及跨境物流能力，支持海外扩张。然而，出海过程中仍面临与电商绑定还是独立物流的“二选一”问题。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-15/doc-incwczmk0018921.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-15/doc-incwczmk0018921.shtml

18. 对话茉莉奶白：接连出海，「花香」如何成就茉莉奶白？

关键词：海外扩张,花香鲜奶茶,品牌定位,非遗技艺,东方摩登美学

概要：茉莉奶白在10月加速了海外扩张，先后在澳大利亚悉尼和美国旧金山湾区开设新店，取得了显著的销售成绩。品牌的目标是成为具有全球影响力的茶饮品牌，专注于“花香鲜奶茶”这一独特细分市场。茉莉奶白采用非遗技艺七窰工艺制作花香调茶叶，并在广西自建茶园，确保供应链的稳定和品质。品牌通过“东方摩登美学”和“内求”理念，提供独特的感官体验和情感共鸣，吸引了年轻消费者的青睐。茉莉奶白还注重品牌联名和节日营销，以增强品牌独特性和时尚感。目前，品牌正在营业的门店有825家，预计年底将达到1100家或1200家，主要集中在一线及新一线城市。未来，茉莉奶白将继续拓展国际市场，计划在加拿大和美国的更多城市开设分店。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024525084.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024525084.shtml

02

头部品牌动态
Top Brand News

头部品牌动态：

19. 奇瑞汽车尹同跃：出海要为当地做贡献，新能源车不能亏钱做生意

关键词：外国品牌,本地化,合规,技术竞争,价值创造

概要：尹同跃在2024中国汽车工程学会年会上强调了外国品牌对中国汽车产业的贡献，包括人才、供应链和法规的本地化，这些支持了中国本土企业的成长。他指出，中国车企出海应遵守当地法规和习惯，通过技术和高质量产品竞争，避免恶意低价竞争。尹同跃认为，中国新能源与智能化汽车发展迅速，中国车企应以协同态度赋能其他国家，特别是在有支柱性汽车企业的情况下，需考虑差异化竞争。他还强调，企业应坚持创造价值的原则，不能亏钱做生意，避免内卷和同质化竞争。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-12/doc-incvkhc6113854.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2024-11-12/doc-incvkhc6113854.shtml

20. 快手的出海征程：多年探索，一朝突围

关键词：海外探索,巴西市场,电子商务,短视频平台,用户基础

概要：快手国际版Kwai在巴西市场取得显著成功，近期推出电子商务平台Kwai Shop，提供商家自运营和全托管两种模式，已覆盖巴西27个州，服务2亿以上消费者。Kwai通过广告投放、用户补贴、本土化运营等策略，月活跃用户数超过6000万，日均使用时长超70分钟。Kwai还通过赞助足球赛事、推出短剧等方式提升品牌影响力，并推出广告平台Kwai for Business，吸引可口可乐、百事可乐等跨国公司合作。尽管如此，Kwai在其他市场的复制仍需精细化运营。

[原文链接](http://www.linkshop.com/news/2024525029.shtml)：http://www.linkshop.com/news/2024525029.shtml

21. 京东工业分享海外客户布局 以伴随式服务助力中资企业出海

关键词：出海企业,供应链管理,数字化转型,采购成本,履约交付

概要：近日，《哈佛商业评论》中国年会2024在北京举行，主题为“良币时代”。京东集团副总裁陈鄂生分享了京东工业服务海外客户的最新布局。京东工业已为超过百家中资企业提供出海服务，覆盖多个国家和地区，涉及多个行业。面对中国制造业海外布局中的供应链基础设施薄弱、法律法规差异大等问题，京东工业通过技术创新构建了“数字高速公路”，涵盖商品、采购、履约和运营四大环节，显著提高了出海企业的供应链效率和降低了采购成本。例如，京东工业帮助格林美印尼青美邦园区实现了数字化采购，综合采购效率提升了30%，部分商品采购成本降低了18%。未来，京东工业将继续深耕国际业务，助力中国企业顺利出海。

[原文链接](http://city.sina.com.cn/news/2024-11-11/detail-incvsuta8538168.shtml)：http://city.sina.com.cn/news/2024-11-11/detail-incvsuta8538168.shtml

22. “AI+出海”助力新芽突破，腾讯三季度实现营收1671.93亿元

关键词：财报,AI技术,海外拓展,微信生态,游戏业务

概要：腾讯控股发布2024年第三季度财报，显示公司营收1671.93亿元，同比增长8%。毛利和经营利润分别增长16%和19%，连续八季超越营收增速。各主营业务板块均实现增长，其中增值服务板块收入826.95亿元，同比增长9%；营销服务板块收入299.93亿元，同比增长17%；金融科技与企业服务板块收入530.89亿元，同比增长2%。腾讯在微信生态、游戏、视频号、小程序等方面持续创新，推动业务增长。AI技术的应用进一步提升公司竞争力，大模型“腾讯混元Turbo”已在700多个业务场景中深度整合。此外，腾讯积极拓展海外市场，游戏、云服务和微信支付等业务在国际市场上取得显著进展。

[原文链接](http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7517400647/1c0126e47059064z96)：http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7517400647/1c0126e47059064z96

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

23. 新希望“出海”二十五年 长久本土化耕耘构建“中国品牌”影响力

关键词：国际化,养殖业,饲料供应链,本土化,小农户

概要：在全球化背景下，中国企业的国际化步伐加快，新希望集团作为中国农牧业“出海”的代表，自1999年起逐步扩展至15个国家和地区，拥有60多家分子公司。新希望在越南的饲料生产和养殖业务表现突出，饲料产量位居越南前五。面对供应链、本地化团队和销售渠道等挑战，新希望通过高比例的本土化员工、优质配套服务和稳定经销商网络，成功建立品牌影响力和市场优势。此外，新希望通过“农户加公司”模式，带动当地养殖户共同致富，展现其社会价值。2023年，新希望海外饲料销量增长9%，利润增长18%，显示了强劲的国际竞争力。未来，新希望将继续推进国际化战略，致力于成为全球值得信赖的优质蛋白供应商。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-14/doc-incvzfqm0445241.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2024-11-14/doc-incvzfqm0445241.shtml

24. 47亿票房《流浪地球》，出海从“扫街”影院做起

关键词：出海,电影,文化壁垒,国际合作,票房

概要：中国电影出海之路虽有进展，但仍面临诸多挑战。《解密》在海外取得一定票房，但国内口碑两极分化。华人影业作为华语电影海外发行的领军者，已推动多部影片在103个国家和地区上映，如《巨齿鲨1&2》系列全球票房近10亿美元。然而，华语电影整体表现有限，最高票房仍由2000年的《卧虎藏龙》保持。主要瓶颈包括文化壁垒、类型单一及国际合作中的主控权问题。华人影业通过与华纳兄弟合作，成功主控《巨齿鲨》系列，展示了中国电影公司的潜力。未来，华人影业将通过“中国主控+国际资源”模式，进一步拓展国际市场，目标成为国际影视产业的重要参与者。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/cj/2024-11-12/doc-incvutki9611717.shtml)：http://finance.sina.com.cn/cj/2024-11-12/doc-incvutki9611717.shtml

25. 五粮液“和美全球行”引领中国白酒出海

关键词：和美全球行,白酒出海,文化出海,和美理念,绿色酿造

概要：五粮液作为中国白酒的领军者，正通过“和美全球行”系列活动加速国际化进程，引领中国白酒进入2.0时代。自2023年起，五粮液启动了“全球大航海”计划，在巴黎、新西兰、智利、中国香港、巴西等地举办活动，展示中国白酒的独特魅力。2024年，五粮液继续推进该计划，在美国华盛顿、纽约和秘鲁利马等地举办音乐会和APEC峰会赞助等活动，提升品牌国际影响力。五粮液不仅通过文化活动推广中国白酒，还在销售渠道上进行创新，设立三大国际营销中心，并与美国开市客等主流渠道合作。此外，五粮液还积极融入现代科技，推动绿色酿造和智能制造，践行“和合共生 美美与共”的文化理念，为中国白酒的全球化发展树立了典范。

[原文链接](http://cj.sina.com.cn/articles/view/3914987272/e959f70802702c9ze)：http://cj.sina.com.cn/articles/view/3914987272/e959f70802702c9ze

关于艾瑞/法律声明

关于艾瑞

艾瑞是中国新经济与产业数字化洞察研究咨询服务领域的领导品牌，为客户提供专业的行业分析、数据洞察、市场研究、战略咨询及数字化解决方案，助力客户提升认知水平、盈利能力和综合竞争力。

自2002年成立至今，累计发布超过3000份行业研究报告，在互联网、新经济领域的研究覆盖能力处于行业领先水平。

如今，艾瑞咨询一直致力于通过科技与数据手段，并结合外部数据、客户反馈数据、内部运营数据等全域数据的收集与分析，提升客户的商业决策效率。并通过系统的数字产业、产业数据化研究及全面的供应商选择，帮助客户制定数字化战略以及落地数字化解决方案，提升客户运营效率。

未来，艾瑞咨询将持续深耕商业决策服务领域，致力于成为解决商业决策问题的顶级服务机构。

版权声明

本报告为艾瑞咨询制作，其版权归属艾瑞咨询，没有经过艾瑞咨询的书面许可，任何组织和个人不得以任何形式复制、传播或输出中华人民共和国境外。任何未经授权使用本报告的相关商业行为都将违反《中华人民共和国著作权法》和其他法律法规以及有关国际公约的规定。

免责条款

本报告中行业数据及相关市场预测主要为公司研究员采用桌面研究、行业访谈、市场调查及其他研究方法，部分文字和数据采集于公开信息，并且结合艾瑞监测产品数据，通过艾瑞统计预测模型估算获得；企业数据主要为访谈获得，艾瑞咨询对该等信息的准确性、完整性或可靠性作尽最大努力的追求，但不作任何保证。在任何情况下，本报告中的信息或所表述的观点均不构成任何建议。

本报告中发布的调研数据采用样本调研方法，其数据结果受到样本的影响。由于调研方法及样本的限制，调查资料收集范围的限制，该数据仅代表调研时间和人群的基本状况，仅服务于当前的调研目的，为市场和客户提供基本参考。受研究方法和数据获取资源的限制，本报告只提供给用户作为市场参考资料，本公司对该报告的数据和观点不承担法律责任。

艾瑞出海研究中心

 ken@iresearch.com.cn