

# 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：

“新三样”产业链出海亟需按下“快进键”！  
国产IP火热 “国谷”乘势出海；  
美国政策大棒乱舞，中国科技产业再遇挑战。

#### 行业环境：

##### 1. 人大代表刘汉元：“新三样”产业链出海亟需按下“快进键”！

关键词：新三样,产业链出海,人民币国际化,新能源产业,全球竞争优势

概要：全国人大代表刘汉元建议推动中国“新三样”（光伏、锂电池、新能源汽车）产业链出海及人民币国际化。他认为，中国在这些领域已具备全球竞争优势，市占率领先，具备大规模出海条件。他提出实施“六位一体”出海战略，涵盖产品、产线、技术等全要素输出，并建议设立专项资金支持关键技术攻关，简化通关流程，提升企业应对国际贸易壁垒的能力。此外，刘汉元指出，“新三样”出海将助力全球能源转型和人民币国际化，预计未来二三十年可撬动50万亿至100万亿元人民币走向国门。他还呼吁政府搭建跨境贸易信息共享平台，帮助企业应对国际市场变化。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/roll/2025-03-04/doc-inennutm5312467.shtml)：http://finance.sina.com.cn/roll/2025-03-04/doc-inennutm5312467.shtml

##### 2. 港区全国政协委员林龙安：借 AI 东风，推大湾区产业带“出海”

关键词：跨境电商,产业带融合,AI应用,贸易便利化,区域资源整合

概要：自《粤港澳大湾区发展规划纲要》发布6年来，湾区经济实力和竞争力显著提升。2024年，大湾区内地9市外贸规模达8.75万亿元，增长10.1%，成为推动中国进出口贸易的重要引擎。全国政协委员林龙安提出，应加快“跨境电商+产业带”高质量发展，整合香港金融结算便利与大湾区制造业优势，促进“AI+跨境电商”融合，提升成本管控和精准营销效率。他强调通过人才培养和品牌建设，助力企业“拼船出海”，拓展海外市场，保持香港贸易中心地位。未来，大湾区将成中国与世界经济交流合作的重要窗口，推动贸易便利化和国际经贸合作。

[原文链接](http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-05/doc-inenqtki8899368.shtml)：http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-05/doc-inenqtki8899368.shtml

01

行业趋势  
Industry Trends

行业环境：

3. 国产IP火热 “国谷” 乘势出海

关键词：谷子经济,国谷出海,二次元周边,文创产品,知识产权  
概要：国产动画电影《哪吒2》的火爆带动了“谷子经济”的发展，推动“国谷”出海。谷子指以IP为原型的二次元周边商品，如徽章、立牌等。随着国产IP崛起，“国谷”受到海外消费者青睐，如苏州墨格公司与苏州博物馆合作推出的“神鹿仙林”拼图成功出口。然而，盗版问题影响市场生态，破坏企业创新。为此，苏州海关通过“苏关优服”服务品牌，提供知识产权保护培训和风险提醒，助力“国谷”顺畅出海。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-04/doc-inenmtfv8941864.shtml>

4. “哪吒热” 对中国文化 “出海” 的启示

关键词：哪吒热,中国文化出海,动画电影,国际影响力,传统文化IP  
概要：《哪吒之魔童闹海》（《哪吒2》）在海外取得巨大成功，刷新多项票房纪录，成为首部单一市场票房超10亿美元的非好莱坞电影。影片展示了中国动画高超的制作水准和文化底蕴，引发全球对中国传统文化IP的关注。业内人士呼吁深度挖掘中华优秀传统文化，创作更多有时代价值的作品，提升中国文化国际影响力。成都凭借完善的动画产业链和顶尖人才，成为国产动画崛起的重要推动力量。专家建议通过校企合作等措施，推动中国动画产业持续创新与发展，增强中华文化在全球市场的竞争力。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-06/doc-inenttpf0593401.shtml>

5. 美国政策大棒乱舞，中国科技产业再遇挑战

关键词：关税,贸易伙伴,反制措施,制造业回流,减税政策  
概要：美国于3月4日对来自中国、加拿大和墨西哥的进口商品加征高额关税，其中中国商品税率最高达45%，钢铁和太阳能电池甚至高达70%；墨西哥和加拿大的商品被加征25%关税。作为回应，三国采取反制措施，对美国出口商品加征关税，影响电子产品、玩具和纺织品等行业。特朗普政府希望通过此举振兴美国制造业、增加就业并缓解财政赤字，但也引发经济学家对物价上涨和经济负面影响的担忧。此外，特朗普签署《美国优先投资政策备忘录》，限制中国在高科技等领域的投资，加强合规审查，旨在遏制中国高新产业发展，可能影响全球供应链和跨国投资格局。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/cj/2025-03-06/doc-inenswii7966061.shtml>

6. 还吃？智舱出海收你们来了

关键词：手势交互,静音技术,智能座舱,语音控制,多模感知  
概要：近年来，中国车企在智能座舱技术上迅速崛起，蔚来、奇瑞、比亚迪等品牌通过引入手势交互、360度影像和语音控制等功能提升用户体验。蔚来的多模感知大模型技术使交互更自然。预计2025年国内智能座舱渗透率将达76%，相关车型逐步走向全球市场。例如，奇瑞瑞虎7在巴西表现优异，比亚迪宋PLUS在墨西哥广受好评。然而，出海面临硬件依赖外部供应商和软件适配不同国家需求的挑战。中国车企与博世等合作，确保座舱适配多国应用生态。总体而言，中国智能座舱有望在全球市场占据重要地位。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/6680469491/18e2fdff300101ea7o>

01

行业趋势  
Industry Trends

行业环境：

7. 前字节员工投身AI眼镜亮相MWC，国内品牌集体出海

关键词：AI眼镜,出海,功能迭代,应用场景,价格降低  
概要：近年来，国产AI眼镜在技术和功能上取得显著突破，成为中国企业出海的新亮点。Rokid、BleeqUp和TCL等公司推出的产品融合了AI技术与特定应用场景，如脱稿演讲、骑行体验增强及翻译功能，备受国际市场关注。这些品牌通过众筹平台获得大量支持，并在海外市场表现出色。预计到2025年，国产AI眼镜的海外收入将大幅增长，未来将进一步拓展使用场景、降低成本并迭代功能。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7374688025/1b790cf19001016zlg>

8. 不出海也未必出局！关键要从“走出去”到“走进来”

关键词：出海,走进来,管理导向,品牌建设,供应链  
概要：中国企业“出海”需从“走出去”到“走进来”，前者侧重提供高性价比产品，注重成本控制；后者则强调服务和管理，包括市场选择、生产销售、技术研发、知识产权、跨文化管理和团队建设等能力提升。企业应提高管理模式输出能力，如全球供应链管理、资金保障和人力资源管理，并结合当地市场特点进行融合与提升。当前，科创和技术驱动以及全球供应链格局引领中国企业出海，要求企业在品牌建设、服务能力和本地化营销上下功夫，快速响应市场需求，融入当地环境，重视地缘政治安全，逐步扩大国际影响力，最终成为全球化和全球本地化（Glocal）的企业。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1914880192/7222c0c002001h4hy>

9. 跨境电商行业深度报告：国货出海方兴未艾 看好供应链及品牌全球化

关键词：国货出海,跨境电商,美国关税,高性价比,行业格局  
概要：近年来，全球电商市场持续增长，我国跨境电商依托制造业优势推动国货出海，尽管面临短期关税压力，但高性价比优势明显，行业格局有望改善。美国仍是最大出口市场，新兴市场如欧洲、东南亚和拉美潜力巨大。亚马逊为主流平台，市场份额向头部卖家集中，Temu和TikTok等新兴平台通过差异化策略创造增量。精品模式注重品牌和研发，泛品模式强调效率和运营优化，海外市场消费升级精品卖家带来机遇。建议关注具备成长性和盈利能力的企业，如安克创新、致欧科技，但也需警惕地缘政治风险和海外需求波动。

原文链接：  
[http://stock.finance.sina.com.cn/stock/go.php/vReport\\_Show/kind/lastest/rptid/794254154263/index.shtml](http://stock.finance.sina.com.cn/stock/go.php/vReport_Show/kind/lastest/rptid/794254154263/index.shtml)

10. 「绿舟」创始人王俊浩：绿色低碳不是负担，而是出海的“第二增长曲线”

关键词：绿色低碳,跨境电商,碳合规,出海企业,政策趋势  
概要：随着全球绿色低碳发展共识的加强，深圳绿舟永续科技有限公司（简称「绿舟」）创始人王俊浩凭借敏锐的市场洞察力，带领企业迅速崛起，成为行业领军者。王俊浩认为，绿色低碳不仅是政策和市场需求的应对措施，更是品牌在全球市场中脱颖而出的关键。2024年，跨境电商市场竞争激烈，「碳关税」增加出口成本，对跨境企业提出新挑战。为此，「绿舟」专注于气候行动和碳合规服务，提供CBAM、亚马逊气候友好认证等服务，并推出一站式碳合规SaaS平台，帮助企业降低碳合规成本，提升产品效益。已与安克创新等知名企业合作，助力其绿色转型，并于2024年8月获得欧税通数千万元投资，推动技术创新和全球化布局。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/1750070171/684ff39b02001buzo>



01

行业趋势  
Industry Trends

行业环境：

11. ESG浪潮退去？ 中企出海欧洲ESG最新要求应对

关键词：碳中和,可持续发展,合规成本,中小企业,监管框架

概要： 欧盟2019年提出《欧洲绿色协议》，目标是到2050年实现碳中和。为推动这一目标，欧盟颁布了多项法令，如《企业可持续发展报告指令》（CSRD）、《企业可持续发展尽职调查指令》（CS3D）和碳边境调节机制（CBAM）。然而，这些法令引发了对企业合规成本增加、制造业外流和竞争力下降的担忧。为此，2025年2月26日，欧盟委员会发布综合法案提案，旨在简化法令实施，平衡监管与气候目标，涵盖五大领域调整，预计每年节省63亿欧元行政成本，并撬动500亿欧元投资。此举标志着欧盟进入“优化期”，在维持高标准的同时回应企业需求，降低中小企业合规负担。中国企业需积极应对ESG要求，确保全球市场竞争力。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/wm/2025-03-07/doc-inenvvne9652627.shtml>

12. 2025年中国APP出海新动力：创新驱动与多元化发展

关键词：APP出海,精细化运营,新兴市场,技术创新,本地化内容

概要： 根据AppsFlyer的《2025年中国APP出海驱动力前瞻报告》，中国App出海市场正从粗放式增长转向精细化运营，东南亚、中东、拉美和非洲等新兴市场成为新增长点。技术创新如生成式AI、区块链和云计算助力企业抓住机遇，社交产品和短剧平台凭借算法推荐及本地化内容迅速崛起。非游戏领域如金融科技和健康与健身应用也显著增长。中国企业通过精准投放、本地化运营和高质量产品，实现广告花费减少而安装量增长。未来将注重降本增效、AI创新及混合变现模式，持续探索全球市场新增长点。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/wm/2025-03-07/doc-inenwaua9550653.shtml>

13. 加速出海！ 匹克领跑，安踏、李宁、特步都在跟

关键词：出海,国际化,运动品牌,海外市场,全球化布局

概要： 近年来，国产运动品牌加速国际化布局。安踏2023年进军东南亚并在新加坡、泰国等地开店，2024年计划在美国开设旗舰店并推出与NBA球星合作的签名鞋。李宁通过与红杉资本合作开拓海外市场，361°在马来西亚开设首家海外直营店，特步将发展跨境电商。尽管匹克在国内市场表现不佳，但在海外市场取得显著进展，2020年在亚马逊篮球品类中占据2.1%市场份额，并赞助多国奥委会。总体而言，技术创新和多元化营销助力国产运动品牌在全球市场站稳脚跟。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-02-28/doc-inemziti7023513.shtml>

14. 黄渊普：5000字，研判2025出海新篇章

关键词：出海企业,中美关系,全球化,产能出海,品牌出海

概要： 近年来，中国企业的出海战略面临诸多挑战与机遇。特朗普政府的关税政策促使许多企业转向墨西哥生产，但现在面临困境。俄乌战争后，乌克兰重建工作将为中国企业提供新机会。中美关系的不确定性增加了全球市场的复杂性。地缘政治变化重塑全球商业格局，中美竞争长期存在但大规模冲突可能性低。中国企业需分散市场风险、科学决策和差异化发展，东南亚、欧洲、印度和中亚等成新热点。跨境电商潜力仍在，但线下商业和本地电商将有更大增长。面对“逆全球化”，企业需关注政治、文化等因素，深耕市场，借鉴日本经验，避免依赖单一市场，抓住新兴市场机会，实现从量到质的转变。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/2540408364/976b8e2c00102o0h2>

02

头部品牌动态  
Top Brand News

头部品牌动态：

15. 对话小米卢伟冰：手机业务三年内冲击2亿大关，汽车出海预计2027年

关键词：高端化战略,出海节奏,销量目标,定价策略,技术信心  
概要：小米集团总裁卢伟冰将在MWC2025后考察欧洲市场，评估销售数据并规划出海战略。小米展示了“人车家全生态”及高端化战略，小米15 Ultra以1499欧元起售价超越苹果最贵机型。小米计划2024年全球高端手机销量突破1000万台，同比增长43%，并在未来推出大型家用电器和小米汽车。目标是两到三年内实现2亿台年销量，与三星、苹果齐名。小米将重点发力6000元以上价位段市场，并在未来五年内在海外市场开设1万个小米之家，推动AI手机发展及家电高端化。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/5182171545/134e1a999019021lxw>

16. 我国游戏出海与中华文化走出去

关键词：数字游戏,国际传播,文化走出去,跨国平台,文化传播  
概要：国产游戏如《黑神话：悟空》《原神》等在海外市场获得广泛赞誉，通过独特的美学形式和跨文化传播要素，成功跨越文化折扣，提升了中华文化的全球影响力。这些游戏不仅在发达国家市场崭露头角，还在新兴市场中占据一席之地，显著增强了国家文化软实力。游戏产业应抓住机遇，不断创新制度、技术和艺术，讲好中国故事，构建全球玩家共同体，实现“美美与共”的国际传播效果。然而，面对国际竞争压力，仍需持续努力，推动中华文化在全球的广泛传播。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-03/doc-ineniuqq6874696.shtml>

17. 出海杭企的双向奔赴，菜鸟海外仓助力跨境“隐形冠军”拓展全球市场

关键词：跨境电商,羽绒制品,供应链合作,海外仓,大件商品  
概要：在菜鸟的助力下，三星羽绒在跨境电商领域迅速崛起，特别是在羽绒被和床垫市场中跻身头部。杭州作为中国跨境电商的重要枢纽，2024年跨境电商企业数量突破3.2万家，外贸进出口总值达8549.4亿元。三星羽绒自1988年创立以来，长期供应全球高端酒店，并成为杭州亚运会官方供应商。面对大件商品出海的挑战，菜鸟提供定制化解决方案，涵盖头程运输、清关、海外仓管理等一站式服务，显著提升供应链效率，使美国消费者最快次日收到商品，助力杭州跨境电商产业蓬勃发展。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-06/doc-inentarf7848209.shtml>

18. 阅文集团发布新一届IP盛典榜单 37个IP获推荐超9成已出海

关键词：IP盛典,影响力作品,杰出作家,新人作家增长,人气IP改编  
概要：2024年3月2日，阅文集团在新加坡举办IP盛典，通过腾讯视频及WeTV直播吸引超4000万观众。活动揭晓24项榜单，92%上榜作品已走向国际市场，同比增长超20个百分点。《大奉打更人》作者会说话的肘子被评为“年度杰出作家”，新人作家收入显著增长，50万以上年收入的新人作家增幅达70%。影视改编方面，《大奉打更人》和《庆余年第二季》入选“年度人气IP改编剧集”。新增“年度好评IP谷子”奖项，反映“谷子经济”火热态势，2024年市场规模达1689亿元。起点国际上线约6000部中国网文翻译作品，覆盖200多个国家和地区，累计访问用户近3亿。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-03-02/doc-inenfrfm3646307.shtml>

02

头部品牌动态

Top Brand News

头部品牌动态：

19. 蒋凡归来再点一把火！阿里巴巴又一平台加速出海

关键词：出海计划,跨境电商,B2B平台,海外布局,供应链服务

概要：阿里巴巴旗下的1688计划于3月推出跨境电商平台“1688海外”，专注于服务海外中小型商家，通过全托管模式提供标准化供应链服务，缩短供应链层级，推动全球贸易“去中间化”。该平台已在越南和哈萨克斯坦试水，目标是开拓“一带一路”沿线市场。1688的出海战略与阿里巴巴国际化布局相契合，整合国内产业带资源，形成“中国工厂直供全球”的闭环。尽管面临SHEIN、Temu等平台的竞争及物流、合规等挑战，1688将聚焦中小B端，强调交付效率和产能整合。供应链效率、本地化能力和灵活性将是其成功的关键。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-02-28/doc-inemzpzf6920381.shtml>

20. 面对国内凉茶市场的饱和，王老吉出海沙特

关键词：凉茶出海,中东市场,品牌推广,国际化进程,凉茶文化

概要：王老吉自2023年发布“WALOVI”标识后，加速国际化进程，已在意大利、泰国、美国、法国及中东等地亮相。2024年2月，王老吉与沙特艾杜克国际控股有限公司签署合作协议，推出阿拉伯语版包装，首批产品一个月内运抵沙特。公司计划全球建立56座凉茶博物馆，提升品牌知名度。目前，王老吉已进入100多个国家和地区，但海外销售数据未公开。在国内，王老吉面临市场饱和和竞争压力，尝试跨界合作推出新品，如“黑凉茶”、“哔嗨啤”，以探索新的增长点。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/cj/2025-02-28/doc-inemzcmm7106585.shtml>

21. 泳池机器人「思傲拓」完成7000万元A+轮融资，以极致性价比打造出海品牌

关键词：泳池机器人,清洁效率,智能操控,市场需求,成本控制

概要：深圳市思傲拓科技有限公司专注于水下清洁机器人，成立于2021年10月。近日完成7000万元A+轮融资，投资方包括地方产业和捷荣股份等，资金主要用于生产和备货。产品主要通过亚马逊、Temu销往北美市场，拥有17项自主知识产权。得益于技术创新和市场需求增长，泳池机器人市场前景广阔，预计2029年全球市场规模达21.6亿美元。思傲拓凭借低价策略和技术优势迅速占领市场，2024年营收超1亿元，出货量近10万台。公司与Maytronics合作推出新品牌“Niya”，并积极布局海外仓优化物流，计划将爬墙泳池机器人价格降至300美元。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-03-04/doc-inennqmr2827515.shtml>

22. 小米力推出海高端化：手机定价压过iPhone，汽车2年后走向全球

关键词：高端化战略,海外拓展,生态互联,智能手机,IoT设备

概要：小米在西班牙巴塞罗那发布多款高端产品，包括起售价1499欧元的小米15 Ultra，超越苹果iPhone 16 Pro Max，彰显进军高端市场的决心。集团总裁卢伟冰强调高端化发展的重要性。自去年8月起，小米股价涨幅近三倍，市值曾达1.47万亿港元。面对国内智能手机市场增长放缓，小米积极拓展海外高端市场，计划将汽车、大家电等业务推向全球，并在未来五年开设1万家“小米之家”。尽管面临“性价比”标签的挑战，小米正通过提升影像系统和充电续航能力，在欧洲市场取得进展。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-04/doc-inenpfif5180088.shtml>

02

头部品牌动态  
Top Brand News

头部品牌动态：

23. 转身具身机器人后，安克创新能否凭借出海再下一城？

关键词：机器人赛道,智能硬件,跨境电商,隐私信任危机,品牌扩张

概要：安克创新作为充电宝巨头，近年来积极布局机器人市场，推出割草机器人和泳池清理机器人等产品，并进军具身机器人领域。尽管在海外市场取得一定成功，公司仍面临品牌扩张的挑战，如缺乏生态矩阵、研发费用摊薄及竞争壁垒不足等问题。特别是在割草机器人领域，安克遭遇了研发周期长和市场竞争激烈等困境。面对小米、华为等强劲对手，安克需提升技术研发和市场策略。2024年前三季度，安克实现营收164.49亿元，同比增长39.56%，但跨境电商依赖症及隐私信任危机为未来发展带来不确定性。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/cn/2025-03-06/doc-inensmtv1139666.shtml>

24. 全球化发行成绩亮眼，游族网络(002174.SZ)斩获2024中国游戏出海扬帆奖三大奖项

关键词：游戏出海,全球化发行,文化输出,长线运营,精细化运营

概要：游族网络在“2024中国游戏出海扬帆奖”中荣获多项大奖，包括“2024十佳全球化游戏发行商”。旗下《少年三国志2》和《权力的游戏 凛冬将至》分别获得“2024十佳海外文化输出游戏”和“2024十佳海外表现游戏”奖项。通过“全球化卡牌+”战略，游族多款产品在全球取得显著成绩，如《三国云梦录》登顶中国大陆App Store免费榜首，《少年西游记2》获港澳台地区推荐，《绯色回响》在韩国首日位列免费榜第一。公司已与200多个国家和地区的1000多个合作伙伴合作，全球累计用户近10亿，致力于推动中华文化的海外传播，并将继续探索多元化市场潜力，借助AI技术赋能游戏产业。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/jjxw/2025-03-07/doc-inenuuyt0046364.shtml>

25. 营利相当，“出海王”奇瑞赴港IPO估值为何不足吉利三成？

关键词：新能源,出口增长,销量提升,市场竞争,转型期

概要：2024年，中国汽车产业迎来巨变，新能源汽车年产销首破千万辆，出口强劲。比亚迪以427万辆年销量成为国产自主品牌领头羊，奇瑞则以260.39万辆总销量（其中114.5万台出口）坐上国内汽车出口榜首。奇瑞解绑上汽后，财务状况显著改善，前三季度营收、利润超2023年全年，增速远超行业平均水平。奇瑞深耕俄罗斯、南美等新兴市场，新能源汽车销量同比飙增232.7%。面对电动化与智能化变革，奇瑞加大研发投入，与华为合作开发高端SUV智界R7，并计划通过港股IPO加速资本化进程，募资主要用于研发新车型、拓展海外市场及升级生产设施，标志着中国汽车产业从“制造红利”向“技术红利”转型。

原文链接：<http://t.cj.sina.com.cn/articles/view/7043693474/1a3d63ba200101af0y>

26. 舍得酒业：白酒出海要寻求差异化突破

关键词：出海新时代,全球化机遇,差异化策略,文化输出,供应链管理

概要：中国经济和上市公司迎来出海新时代，舍得酒业作为白酒行业代表分享了其国际化经验。通过生态酿酒、文化输出和老酒战略，舍得酒业已在36个国家和地区取得进展。企业强化差异化策略，利用品牌文化增强认同感，并采用国际年份标识提升产品理解。尽管中国白酒出口量仅占总产量的0.2%，仍面临文化差异和渠道拓展等挑战。朱应才建议加强文化输出、国际合作及政策支持，以提高海外竞争力。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/roll/2025-03-03/doc-inenkfek6716022.shtml>



02

头部品牌动态  
Top Brand News

头部品牌动态：

27. 努比亚深化品牌出海 打造游戏影像双组合拳 多款海外新品亮相

关键词：AI终端,全场景体验,品牌出海,游戏影像,智能生态

概要：中兴通讯旗下努比亚在MWC25巴塞罗那展示了多款AI终端，推出红魔10 Pro、nubia Neo 3、Z70 Ultra和Focus 2 Ultra等新品，涵盖游戏、影像和折叠屏手机。2024年，中兴终端发货量增长45%，海外手机发货量增长超60%，红魔手机稳居高端游戏手机首位。努比亚产品进入超过30个国家和地区，获得广泛好评。Z70 Ultra提供极致影像体验，Focus 2 Ultra全球首发旋转镜头环设计。努比亚将继续深化出海战略，聚焦差异化创新，完善智能生态体系，强化品牌价值主张，为年轻用户提供科技与情感共鸣的终端体验。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/tech/roll/2025-03-06/doc-inensrzm8065495.shtml>

28. 快手海外商业化增长远超预期，2025 年积极探索中国 AI 能力出海

关键词：出海战略,AI赋能,流量生态,品牌价值,电商内循环

概要：在全球经济深度融合的背景下，快手积极拓展海外市场，通过优化海外营销产品和内容生态，助力品牌“走出去”。近日，快手在印尼巴厘岛举办Greater China 2025大会，吸引50多位中国出海企业伙伴参与。会上回顾了过去一年成就，聚焦“出海 + AI”战略，分享了Kwai在巴西、SnackVideo在印尼的成功经验。未来，快手计划借助AI技术提升流量场景和品牌价值，特别是在电商、直播等领域创新，深耕游戏、网服、电商三大行业，推动商业收入翻番，并携手合作伙伴探索更多增长机遇，实现全球化持续发展。

原文链接：<http://finance.sina.com.cn/stock/relnews/hk/2025-03-06/doc-inensmtp8145553.shtml>



# 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。