

推动建设开放型世界经济

□ 孙昌岳

记取贸易保护主义历史教训

近段时间,美国一些服装品牌从业者非常焦虑,他们担心未来新一届政府的贸易保护主义政策,尤其是一些对华主张,会破坏企业的正常运营。

这些从业人员向美媒抱怨,世界上最顶尖的裁剪和缝纫技术都来自中国,“公众根本不了解中国制造业的先进程度”。在难以找到替代方案的情况下,他们只能提高商品售价,将关税成本转嫁给消费者。

“无论关税是多少,最终都是消费者买单。”男装品牌 18 East 的创意总监乔戈利直言,“现实中没有哪个制造商会承担关税成本,我们当然也承担不起。”

另有业内人士吐槽,人们对于关税的认知是不足的。那些支持关税的人,要么是根本不在乎钱,要么是低估了关税对家庭预算的影响,只有“钱包受伤的时候”,人们才会明白这个政策有多么“愚不可及”。

显然,这些人不懂服装。作为真正在消费市场一线拼杀的人,他们更明白经济政策的影响和后果。

市场经济最重要的一个原则就是通过自由竞价方式达成交易,生产者需要通过提供质优价廉的商品或服务赢得市场;消费者则需要通过自由选择商品或服务组合,实现自身利益最大化。而贸易保护主义,本质上就是要打破公平交易的

市场原则。

站在消费者的角度看,在贸易保护主义政策下,那些来自其他国家,真正具有竞争力的产品被强制弱化,在竞争中处于不利地位,而本国那些性价比不高的产品则获得了从天而降的优势,由此造成的消费者损失是显而易见的。

站在生产者的角度,结论依然相同。贸易保护主义明面上的“受益者”——本国生产企业,由于长期处于受保护的、不完全竞争的环境下,自然缺乏创新发展的动力。长此以往,企业只能在真正的市场大潮中越漂越远,直到彻底消失在人们的视野里。谁敢说这是保护,而不是伤害呢?

换句话说,无论出于什么样的理由,打着什么样的旗号,推行贸易保护主义最终都会导致损失。在这场不公平的竞争中,本国消费者与生产者都是受害者,这是不可避免的代价。

历史上,已经有不止一个国家掉入过贸易保护主义的“巨坑”。比较著名的一个案例就是 19 世纪法国与英国的贸易摩擦。

1806 年,拿破仑颁布《大陆封锁令》,不允许欧洲国家进口英国货物。彼时的拿破仑志得意满,他的军队已经打穿了大半个欧洲,但由于海上力量的劣势,一直没能拿

下海峡对岸的英国。为了出这口恶气,也为了抢夺英国“世界工厂”的地位,拿破仑决定使出“大陆封锁”这一狠招。

然而,理想很丰满,现实很骨感。英国并没有被大陆封锁政策击溃,其贸易额还从 1805 年的 1 亿英镑增长到 1814 年的 1.6 亿英镑。究其原因,英国的工业基础非常雄厚,封锁政策并不能实质性动摇其根基。反倒是法国本土企业因为没有了最强大的竞争对手,失去了研发新技术、开发新产品的动力。更糟糕的是,当时一些法国大型企业迷失于“永远填不满的市场需求”,不再在产品质量上下功夫,还随意定价、肆意涨价,导致法国货一度成为价高质劣的代名词,法国工业遭受重创。

此外,拿破仑禁止欧洲各国和英国贸易,还严重阻碍了其他国家的发展。当时的欧洲重商主义盛行,英国作为最早发生工业革命的国家,在各行各业都有强劲的竞争力。除众所周知的纺织业外,其在机械方面的优势也极为明显,各国迫切需要进口英国生产的纺织机械、煤矿机械等。而拿破仑禁止各国与英国贸易,无异于断了大家的财路。

当时,有媒体刊发了一封署名为“蜡烛制造商”的《致国民议会的请愿书》,对此进行了辛辣讽刺。该请愿书写道:“我们正在同‘国外对手’进行一场令人难以忍

受的竞争。这个对手‘生产’光线的条件十分优越,可以用很低的价格占领我们的市场。这个对手不是别人,而是太阳。它冷酷无情地与我们展开拉锯战,我们怀疑它是受背信弃义的英国的指使,来给我们捣乱的。为此,我们请求通过一项法律,关闭和堵塞所有可以透光的窗户、通道和缝隙,使它无法损害我们这个为国民谋福利的产业。”

事实上,即便不关心长远发展,只看短期,贸易保护主义也是非常不明智的。美国经济学家、计量经济模型创建人劳伦斯·克莱因曾对美国 20 世纪八九十年代的纺织业进行过深入研究。经过测算,他发现,贸易保护主义虽然能给纺织业生产者带来一定的“转移收入”,而且还让政府通过税收方式获得了额外收益,但二者相加后的数额却远不及贸易保护主义给消费者带来的损失。从某种意义上说,它变成了一种隐性的再分配机制,将真金白银从消费者兜里掏出来,放进了那些不具有竞争优势的企业以及支持这些企业的政府口袋中,而且还搞丢了不少。

无论是经济理论还是历史实践都表明,贸易保护主义虽以保护为名,却只会损人害己。只有公平和自由的贸易,才是对全球人民福祉的保护、对世界经济的支持。

继大模型后,“具身智能”成为今年科技界“最靓的仔”。业界普遍认为,它代表了新一波人工智能(AI)发展的方向。

所谓具身智能(Embodied Artificial Intelligence,简称 EAI),是一种更加强调智能体“身体与智能相互依赖”的理论。它于 1950 年由有“AI 之父”之称的英国计算机科学家图灵首次提出。与传统的人工智能不同,具身智能理论认为,智能不仅存在于算法中,还依赖智能体的感知和行动能力,能通过感知环境并采取适当的行动来解决问题。

懂得了这一点,就能明白为什么业界对具身智能的期待如此之高。它既拥有实物“身体”,又拥有 AI“大脑”,既具备感知能力和学习能力,又有行动力,并能够与环境动态交互。从某种意义上说,具身智能机器人更像一个既有“有趣的灵魂”又有“好看的皮囊”的“智能生命”。

从“智力”方面看,具身智能机器人可被视为工业机器人的“进化版”。它是“多模态感知+大脑决策”的产物,因而并不特别依赖固定程序。这也意味着,其初始能力不一定有传统的工业机器人强,但贵在具备成长性和适应性。和具身智能机器人的“相处过程”更像养育一个孩童,通过教育与训练,陪伴其从婴幼儿成长为家庭的顶梁柱。

从“身体”方面看,具身智能机器人更加多样,可大可小、可柔可刚,甚至可以是“小动物”。在美国某社交网站上一个名为“你最期待的具身智能机器人是什么”的讨论区

脑洞

机器

人

要来了

?

里,主要负责提供情绪价值的机器猫、机器狗,力压可以做家务的机器人,摘得“最被期待品类”的前两名。

不过,相较于消费者对智能萌宠的渴望,科技界对机器人形机器人的期望值显然更高。多位专家表示,机器人“人”对人类提供更多的帮助,尤其是在家政服务、公共服务等更复杂的场景中更具竞争优势。

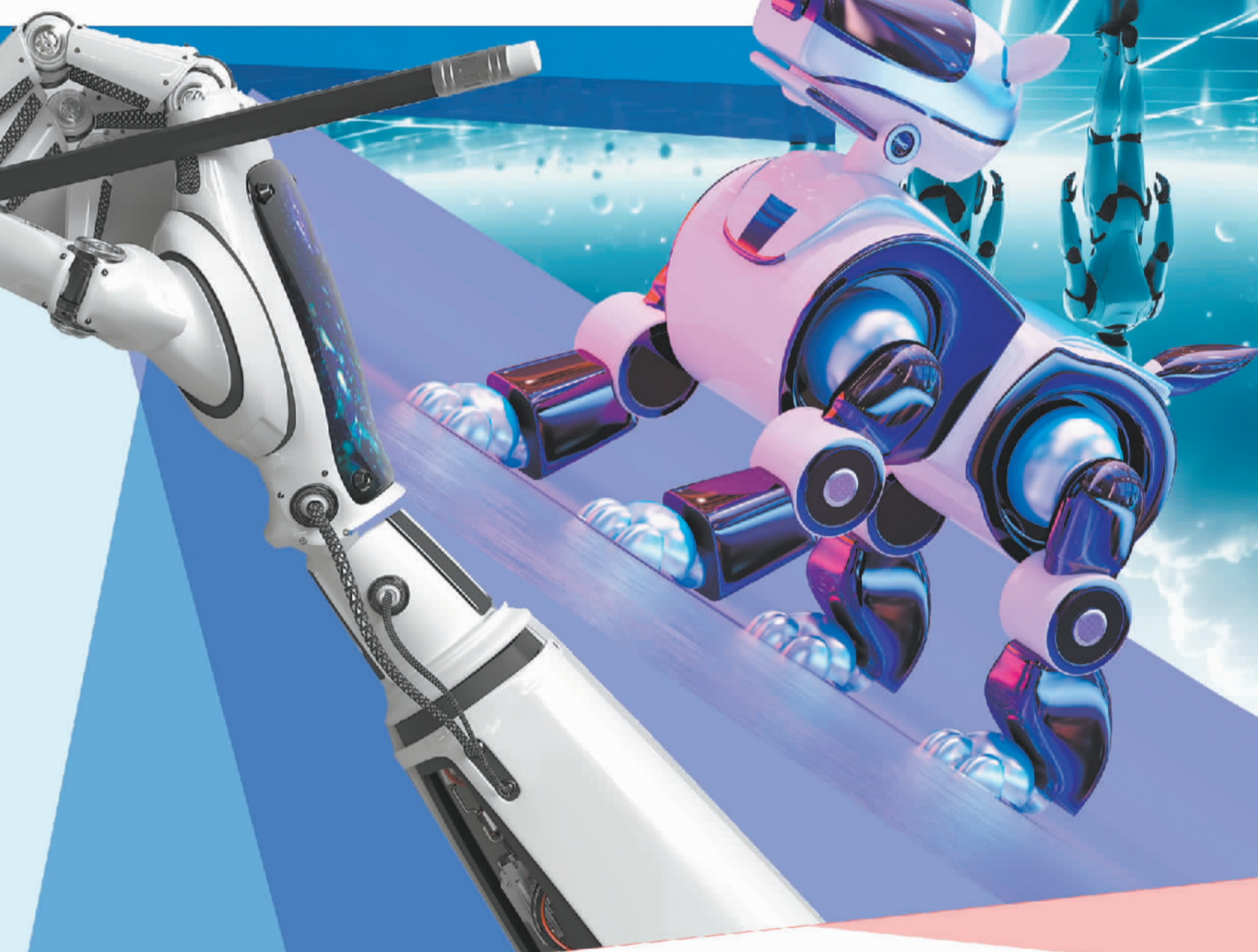
近年来,具身智能机器人呈现出强劲发展势头,尤其是在智能化和自主决策能力方面接连实现突破。

国际方面,软银的 Pepper 机器人以善于进行情感交流闻名;谷歌的 Atlas 机器人和特斯拉的 Tesla Bot 在精细化控制方面成果卓著;丰田的 T-HR3 机器人则在遥控操作技术方面实现了创新。尤其是最近几年,随着大数据和机器学习技术的飞速发展,具身智能机器人在复杂场景中的表现突飞猛进,谷歌 DeepMind 的“通才”智能体 Gato 和特斯拉的 Optimus 机器人都曾因具有复杂操作能力而在社交媒体上“出圈”。

国内方面,目前,中国机器人研发团队已经在多模态交互、语言模型运用以及复杂任务规划等多个方面取得重大突破。优必选机器人 Walker 聚焦汽车、消费电子等制造业重点领域,目前已进入多家车企实训;宇树科技的机器人实现了完全仿人的自然行走;优理奇机器人正在酝酿“进家”计划。

此外,我国在具身智能机器人产业基础方面也优势明显,特别是在粤港澳大湾区。研究显示,2023 年,约 38% 的全球规模以上核心元器件企业集中在中国,约 21% 的供应链企业集中在粤港澳大湾区,覆盖 3D 视觉传感器、六维力传感器、微型传动系统、灵巧手与精密力控系统、高性能驱动关节模组等多个关键领域。此外,我国在机器人技术专利方面也走在全球前列。

总体来看,人形机器人已进入产业化落地初期阶段,在工业制造、商用服务和家庭陪伴领域开始“试水”。在这场竞争中,中国和欧美国家并驾齐驱,均处于第一梯队。不过,按照业界专家的说法,如果把机器人产业发展看成一场马拉松,目前全球所有企业都处于起跑阶段。究竟谁能够取得更好的成绩,还要看后续的发展。



辣椒的远航

吉莉



在卢旺达首都基加利的穆林迪市场附近,大片农田延伸至远方,一片片红彤彤的辣椒田格外引人注目。鲜艳的辣椒映衬着人们丰收的喜悦,更见证了卢旺达农业的新发展。

在卢旺达,辣椒曾被视为廉价作物。然而,随着国际市场需求增加,尤其是中国市场的开放,这一观念悄然转变。

卢旺达菲舍尔全球公司总经理赫尔曼·乌维泽伊马纳见证了这一变化。41 岁的乌维泽伊马纳在中国科学院生态环境研究中心取得生态环境学博士学位后,于 2018 年回国创业,把在中国学到的农业技术与先进理念带回卢旺达。

自 2021 年卢旺达于辣椒获准进入中国市场以来,辣椒种植已成为卢旺达重要出口产业。作为首批与中国买家签署干辣椒合作协议的企业

之一,菲舍尔全球公司每年向中国出口 200 吨至 300 吨干辣椒。乌维泽伊马纳说,卢旺达农民如今把辣椒作为重要的收入来源,“当人们谈起辣椒时,第一个想到的就是中国市场”。

12 月 1 日,中国给予包括 33 个非洲国家在内的所有同中国建交的最不发达国家 100% 税目产品零关税待遇,包括卢旺达在内的非洲国家迎来崭新发展机遇。

零关税政策的实施,让乌维泽伊马纳看到拓展市场与提高产量的可能性。“过去我们每年出口几百吨辣椒,希望未来能达到 1500 吨的目标。这对我们而言是挑战,也是希望。”

卢旺达经济分析师斯特拉顿·哈比亚利马纳认为,零关税政策为非洲国家提供了难得的发展机遇,“不仅能帮助非洲企业进入国际市场,还能促进产业结构升级和经济多元化”。

“中国是非洲真正的朋友。”乌

维泽伊马纳说,“这一政策不仅减轻了我们的出口成本,也为农民和企业带来更大利润空间。”

菲舍尔全球公司目前有 31 名全职员工,与 1500 名农民合作,种植的辣椒田达 300 公顷。为支持农民,公司提供种子、技术支持和种植培训,同时采用轮作模式,在辣椒种植间隔季种植其他作物,以提高土地利用率和可持续性。

公司首席农学家卡西安·哈比内扎表示,稳定的收入不仅提高了生活水平,也改变了许多农民的命运。“我认为农业不仅是一项生计,更赋予人们能够真正改变生活的力量。”

零关税政策的实施,也给喜爱非洲辣椒的中国消费者带来了实惠。菲舍尔全球公司在中国的合作伙伴上海圣海进出口有限公司销售总监杨文广说,非洲辣椒符合中国消费者对健康食品的期待,进口渠道的拓宽为国内市场提供了更多优质选择,零关税政策则是中非贸易合作的重要推动力。

站在穆林迪市场旁的辣椒田间,乌维泽伊马纳对未来充满信心。他坚信,中非贸易合作正在为卢旺达农业发展注入新活力。“通过(中国的)零关税政策,我们不仅能增加出口,还能吸引更多国内外投资者,推动整个行业的现代化发展。”(据新华社电)