

热
点



3月24日，博鳌亚洲论坛2016年年会开幕，图为来自多家媒体的记者扛着长枪短炮聚焦开幕式。本报记者 宋国强 摄

博鳌亚洲论坛年会聚焦未来消费： 全球消费正从欧美向亚洲转移

■ 本报记者 罗霞

未来的消费主场在哪？呈现怎样的发展趋势？在今天下午举行的主题为“未来的消费”的分论坛上，来自美国安利公司、沃尔玛、联合利华公司、麦肯锡全球研究院等的与会嘉宾畅谈消费市场潜力和发展趋势，认为全球消费从以往的集中在发达国家，正向亚洲发展中国家转移，市场潜力非常大。

全球消费转向发展中国家

“我记得35年前84%的全球消费来自于西方国家，特别是经合组织国家，现在这一占比已经降到了70%。”本场分论坛的主持人、冯氏集团主席冯国经开场便抛出了这样一项数据。在他看来，这一占比将会继续下降。全球消费以往集中在发达国家，今后将向亚洲发展中国家转移。

冯国经预测，到本世纪中叶，全球消费会转到发展中经济体，而经合组织国家的消费将会降到50%以下。

联合利华公司董事长迈克·泰斯库同样对亚洲消费市场非常看好。他认为，在未来15年中将会有20亿中产阶级出现在亚洲这片区域，而且这些人都是高质量的消费者。

一些与会嘉宾强调基础设施、互联网、移动互联的普及对于消费促进的明显作用。“现在有了这些基础设施，可以使原来没有办法参与到一些消费体验中的人，获得很多高质量的产品。”

年轻消费者更注重体验

未来的消费群体想买什么？如何获得这些消费者？与会的国际企业代表纷纷强调品牌背后的产品质量、价值的重要性。

“针对全球不同的消费市场，品牌是可以转移和复制的，但有一个原则，就是质量不能变。”玛氏董事长维多利亚说。

麦肯锡全球研究院资深董事乔纳森对中国年轻人消费进行过调查，“中国消费市场很乐观，中国年轻人更注重消费体验。”

这一观点，与尼尔森需求研究所总裁路易丝相同。路易丝认为，不同市场的情况有所不同，成熟市场的消费者更多地专注于体验。

分享经济发展前景广阔

分享经济到底是什么？与会一些嘉宾认为这一概念虽没有定论，但发展前景广阔。

沃尔玛国际业务首席行政官斯科特认为，分享经济关乎可用性、实用性，这方面的经济在不断地增长。比如在城市使用Uber打车，或者租一件晚礼服、租自行车，这些产品都是实用消费品，消费者希望用最低廉的成本换取消费体验。

“在分享经济当中，随着产品变得同质化、实用化，消费将会由体验和服务来决定溢价。”路易丝说，我们可以把同质化的产品增添服务和体验之后，使之变成高端产品。（本报博鳌3月24日电）

嘉宾观点

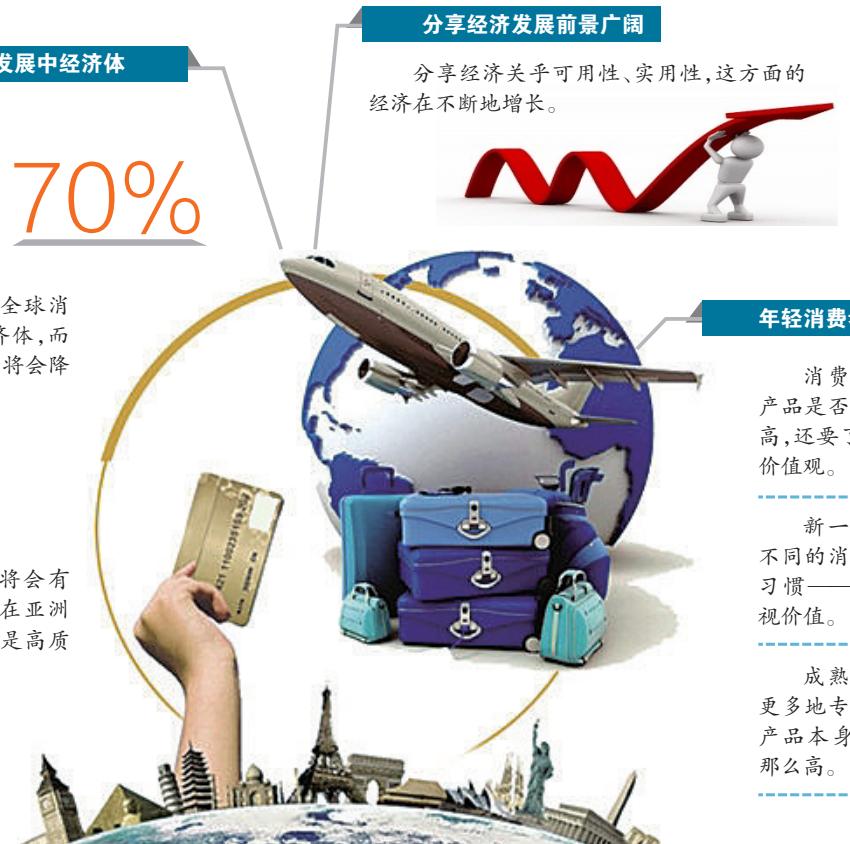
全球消费将会转到发展中经济体

35年前 84% 的
全球消费来自于西方
国家，特别是经合组
织国家，现在这一占
比已经降到了70%。

到本世纪中叶，全球消
费会转到发展中经济体，而
经合组织国家的消费将会降
到50%以下。

50%

在未来 15 年中将会有
20 亿中产阶级出现在亚洲
这片区域，这些人都是高质
量的消费者。



分享经济发展前景广阔

分享经济关乎可用性、实用性，这方面的
经济在不断地增长。



年轻消费者更注重体验

消费者不光是了解
产品是否安全、质量高不高，还要了解公司背
后的价值观。

新一代消费主力有
不同的消费理念、行为与
习惯——他们都比较重
视价值。

成熟市场的消费者
更多地专注于体验，而对
产品本身的关注度没有
那么高。

制图/王凤龙

中美影视业内人士博鳌对话： 中美影业合作 将迎3.0时代

■ 本报记者 侯赛

在今天下午举行的分论坛“资本狂奔下的中国电影：投人还是投项目？”上，美国STX娱乐创始人 Robert SIMONDS 对话华谊兄弟传媒集团执行总裁王中磊，畅谈中美影视发展。

近年来，虽然中国电影业与好莱坞的合作不断加强，但是人们也看到一些令人不舒服的硬性合作，比如一些好莱坞的大制作，为了得到中国市场，就把一些中国演员硬性塞到里面，在电影当中扮演一个小角色。这起初让中国的电影观众觉得挺有意思，但后来人们就不买账了。

这让业内人士开始反思，我们现在到底看中什么样的合作？到底什么样的合作才能给中国电影带来一种长期的有意义的启发？

针对这个问题，王中磊认为，任何合作的尝试都是可以的，包括初期的这些硬合作，“因为没有这种初期的合作也不会带来合作的升级”。他表示，现在很多美国制作公司越来越懂得如何去跟中国的电影工作者一起合作，很多新项目更多的是从文化还有内容的角度上来合作。从硬合作到内容合作，再到企业合作，王中磊认为，中美影业的合作将迎来3.0时代。

“人们经常提到‘有质量的电影’，那么有质量的电影的标准究竟是什么？”针对这个问题，Robert 表示，“其实在这个事情我觉得没有一个答案，因为在美国家得有很多的电影，其实质量不是特别高，但是它们能够得到很多情感的关注，在商业上能够取得很大的成功。”

Robert 认为，现在电影业存在一个危机，尤其是在奥斯卡奖上，很多时候它的评判标准比较小众，一些制作精良的作品，人们并不喜欢看。他认为，奥斯卡奖也应该解决这个问题，改变一些评奖规则。

（本报博鳌3月24日电）

智能制造：“互联网+中国制造”的新图景

中国：全球工业4.0最大试验场

■ 本报记者 梁振君

智能制造，这是全球制造业第一大
国——中国的主攻方向，也是世界制造
强国瞄准的焦点。在今天举行的“智能
制造：让互联网更‘务实’”分论坛上，与
会的国内外嘉宾认为，要实现“互联网+
先进制造业”的完美结合，进而带动整
个新一轮制造业发展。

智能制造是中国主攻方向

世界制造业将朝哪个方向发展？
法国达索系统总裁兼首席执行官
Bernard CHARLES 认为，在不同的国
家和地区，制造业的发展方向和战略存

在差异。比如美国十分关注智能产品，
它主要从系统上设计如何制造，即这些
系统不光是进行智能的制造，还要制造
智能的产品。

大龙网中国总裁冯剑峰认为，中国制
造业在不少领域存在产能过剩的情况，
与此同时，消费者需求的多样性并没有得到
较好的满足。要解决上述问题，一种是学
习德国、美国的信息化技术，优化国内的智
能制造，精准化生产。另外一种办法是用
智能数据的方法对接全球的中小企业和中国
制造业，促进中国版本工业4.0的升级。

向制造强国转变任重道远

经过多年发展，我国已建成门类比

较齐全的工业体系，但制造业自主创新
能力不足，品牌质量水平不够高，产业结
构不尽合理，向制造强国转变任重道远。

三一重工高级副总裁贺东东说，中国
制造业发展具有很强的后发优势，可充
分吸收欧洲、德国制造业的工艺，法国人
设计的想象力和理念等。中国是全球工
业4.0最大的试验场，也是最有可能发生
最大奇迹的地方。

须重视大数据和互联网

互联网席卷全球，但到目前为止，其
依然基本游走在娱乐、传媒等“虚”的产
业，对实体经济尤其是传统制造业影响
相对较小。

TCL 集团董事长兼 CEO 李东生
说，制造业自动化设备水平在过去几十
年中迅速提升，越来越多的智能化的设
备在生产当中被应用。

“另外，大数据和互联网的应用在
整个生产管理当中扮演着很重要的角
色。”李东生说，通过导入大数据和互联
网技术，系统就能自动生成决策建议。

“航空业的供应链在过去很长一段
时间得到有效整合。以波音787为例，
有300多个来自22个国家的供应商给我
们提供部件。这是一个非常高效整合的
生产流程，这是未来很多行业可以参照
的典范。”德勤全球主席 David CRUICKSHANK 说。

（本报博鳌3月24日电）

人工智能能否代替并且超越人类？未来两者如何共处？

王小川：“人机”不是一战，而是融合

■ 本报记者 周元

AlphaGo 和李世石的围棋对决，像
一颗闪光弹照亮了人们平时鲜少关注
的人工智能领域。为什么 AlphaGo 能
够战胜李世石？人工智能在其他领域
的应用会是怎样，能否代替并且超越人
类？在今天下午举行的“人工智能：探
索生命疆界”分论坛上，正安中医创始
人、董事长梁冬和搜狗 CEO 王小川围

着这些大家关注的话题，展开了一场有趣
而又引人深思的对话。

早在这场人机大战开战前，王小川
就毫不犹豫地将“宝”押在人工智能一方。
不仅如此，王小川还断言：除了围棋，
人工智能在其他博弈类的封闭游戏里，
也会横扫一切，完胜人类。

人工智能今后是否会和人们“抢饭
碗”？王小川表示，让人工智能成功运行

是有两个现实条件的，一是它的工作环
境相对封闭，就像 AlphaGo 一样，是在
一个棋盘上。二是输入的信息是有固
定限制的。如果人类的工作也具备了
这两个特点，就容易被人工智能超越甚
至取代。

“一百年前曾经有人为新的技术变
革，比如火车、电脑技术的出现而感到
焦虑，事实上我们今天既没有太坏，也
没有太好。虽然有新的问题，但是我们

也获得了新的幸福。”梁冬说。

对此，王小川也抱有顺其自然的
乐观态度。他认为，以后的人工智能
不仅让人类的体力得到了解放，也将
拓展人类的智力。“所以我觉得‘人机’
不是一战，而是融合。如果跟新技术
结合有一种新人类的话，我觉得我们
会昂胸阔步走向一个新新人类的时
代。”王小川说。

（本报博鳌3月24日电）

（本报博鳌3月24日电）