

聚焦·服贸会

数字人民币闪耀服贸会 中国金融开放加速“链接全球”

■本报记者 昌校宇 方凌晨 彭衍菰

“未见其人先闻其声”——距离金融服务专题展馆尚有一段路程，数字人民币潮流集市的“吆喝”声已飘入《证券日报》记者耳中。行至近前，记者看到各家金融机构“摊位”前人潮涌动，尝鲜数字人民币的观众络绎不绝。

9月10日至9月14日，2025年中国国际服务贸易交易会（以下简称“服贸会”）金融服务专题在北京首钢园举办。在展馆现场，数字人民币的创新应用与金融机构“走出去”成为最受关注的两大焦点，吸引大量观众驻足体验、交流咨询。

数字人民币潮流集市 营造沉浸式体验

“数字人民币”稳居今年金融服务展区的“C位”。在规划近1000平方米的沉浸式数字人民币生态体验展区，中国银行、交通银行、农业银行等多家金融机构联袂打造“数字人民币+”创新展示矩阵，为观众带来未来金融生活沉浸式体验。值得一提的是，金融服务专题今年升级打造了数字人民币潮流集市。

中国银行展区，数字人民币钱包自助服务机、支付场景体验区聚集了不少尝试者；农业银行展区最显眼的位置，立体呈现了数字人民币产品应用创新与场景落地融合的成果，引来观众纷纷拍照；工商银行展区，观众开通数字人民币钱包即可领取机器人制

作的个性化拉花咖啡，排队体验的队伍始终不断。

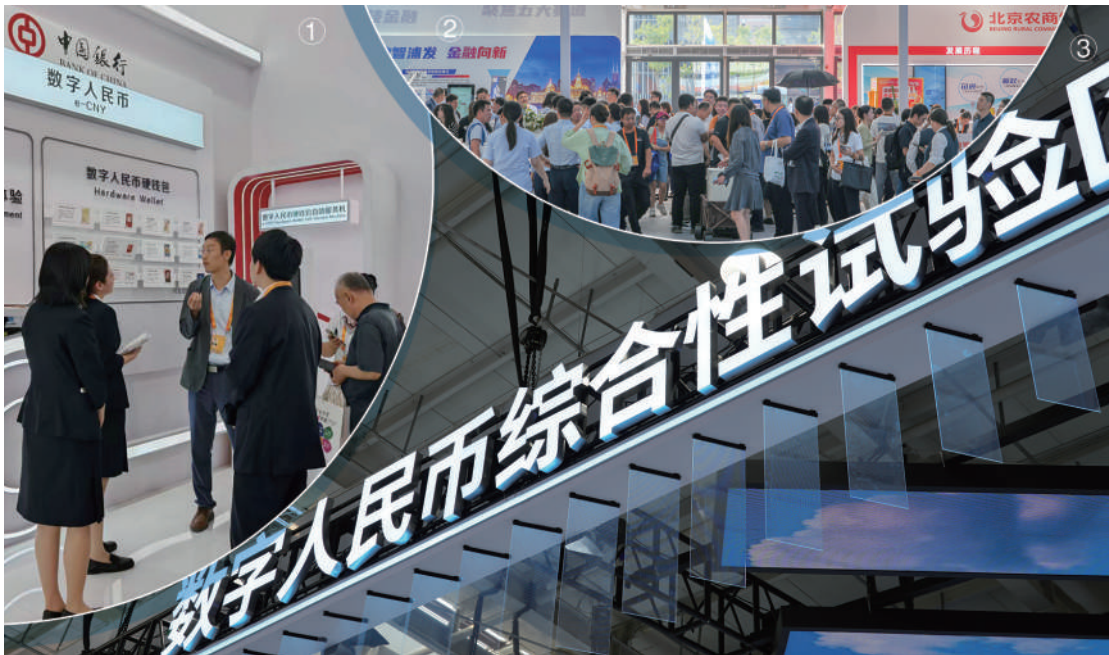
交通银行的数字人民币硬件钱包专区同样人气高涨，“有朋”“玉佩”“景泰蓝”等高颜值卡面设计，将传统文化与现代科技巧妙结合。同时，往届火爆的数字人民币IP周边盲盒满减活动依旧备受青睐，不少观众成功赢得了托特包、纸扇、手机架等交通银行数字人民币周边产品，现场气氛热烈。

不仅馆内数字人民币专区体验丰富，馆外同样热闹非凡。数字人民币潮流集市上咨询相关业务、下载App、添加钱包的观众络绎不绝。各家金融机构纷纷拿出“看家本领”，如浦发银行北京分行将金融服务与大众喜爱的消费品牌相结合，与霸王茶姬等共同推出体验活动；中国银行则陈列了款式多样的硬件钱包和拍照打卡设备，吸引不少观众互动。

除了贴近日常的消费场景，数字人民币在跨境贸易等领域的应用也得到集中展示。例如，工商银行重点展示了数字人民币安心筑、中新双向进出口贸易数字人民币跨境结算等落地场景的具体案例，显示出数字人民币正加速走向更广阔的应用舞台。

跨境服务 联通全球

进一步探访金融服务专题展区，“开放”是另一大关键词。多家金融机构展示了跨境金融服务方案，折射出中国金融业日益增强的开放与创新活力。



图①中国银行数字人民币展区

销等领域的积极开拓。

在中国银联境外业务展示区，展示了国际线上业务发展与服务境外人士来华的银联支付工具，手机POS产品（SoftPOS）、跨境汇款、境外退税等多项创新产品也齐齐亮相。展区工作人员介绍：“目前，中国银联全球受理网络已延伸到183个国家和地区，合作机构超2600家。”

中国银行专门设置了服务高水平对外开放专区，呈现其依托遍布全球64个国家和地区的境外机构和清算网络，在国际贸易结算、跨境人民币结算、结售汇、银团贷款、离岸债券承销、熊猫债承

销等领域的积极开拓。

中国银河证券工作人员也在现场向《证券日报》记者分享了公司“出海”经验：“中国银河证券通过收购银海海外，将业务布局网络扩展到新加坡、马来西亚、印度尼西亚、泰国等10多个国家和地区。”

中国银河证券进入东南亚市场已有近8年。上述工作人员介绍：“公司支持银海海外在经纪业务领先的业务基础上，大力发展投行、资管、衍生品等业务，构建起支持中资企业‘出海’的综合金融服务能力。近年来，随着东南亚成为中资企业‘出海’的首选目的地，

中国企业在拓展海外业务的过程中，也需要中资券商提供跨境及境外的资本市场服务为其保驾护航，帮助企业实现跨境并购、海外融资上市、财富管理、业务机会引导等。”

“走出去”“引进来”齐头并进。展馆内的国际金融会客厅通过前沿的VR数字交互演示与深度案例解析，吸引了众多中外观众的目光，大家可以沉浸式观察国际金融力量如何深度融入中国市场，深切感受中国金融扩大开放的澎湃脉搏，共同见证全球金融与中国机遇的深度融合与共赢发展。

科技赋能文旅创新 文化贸易新成果丰硕

■本报记者 梁傲男

文旅服务专题作为2025中国国际服务贸易交易会（以下简称“服贸会”）的重要组成部分，围绕中华优秀传统文化、文化新质生产力、文旅旅体融合、文化产品海外传播交流四大板块展开，呈现文化贸易的新成果与新趋势。

科技与文化融合

记者注意到，文旅服务专题集中呈现“可感知、可参与”和“可开发、可利用”两大亮点，凸显科技与文化融合的创新力量。

一方面，区块链、AIGC、AR/VR、8K超高清等前沿技术构建了丰富多元的“AI+”互动场景，有效助推文化新质生产力发展。观众可实时体验通过全球首个8K超高清第二现场分发平台同步播出的歌剧《费加罗的婚礼》，或沉浸于3A级画质VR作品《梦回圆明园》，在虚拟世界中感受历史场景的真实还原。PICO打造的XR沉浸交互体验区也让观众得以“走进”虚拟世界，与故事角色互动，开启冒险之旅。

此外，颐和园AI数字人作为“智慧客服”亮相展区，仅用不到一秒即可为游客生成个性化游览方案，银河通用人形机器人Galbot G1、中影年年3D AI交互数字人等智能科技产品也吸引了大量观众互动体验。科大讯飞的“电视大屏智能直播同传系统”还实现了多语种实时翻译，该技术已在故宫博物院应用，为外国游客提供多语种讲解服务。

另一方面，本次专题展紧密围绕北京中轴线申遗、博物馆之城建设、视听文艺精品创作等重大文化主题，系统梳理并挖掘北京深厚的历史文化资源，积极推动非遗元素与时尚设计跨界融合，大力培育文化IP创新开发，全面展现首都文化产业高质量发展的蓬勃活力。

展区以场景化、体验式设计为主线，不仅搭建了“长城脚下”主题景区，还推出“京剧文化之旅”“北京礼物”“国潮文创店”等系列文创市集，通过营造多元“文化+”消费新场景，生动呈现文旅旅体融合发展的崭新局面。

值得注意的是，“北京礼物”展区以200平方米的超大空间，采

用沉浸式布展理念，还原胡同四合院与京味商业街区的真实场景，汇聚文创、美妆、时尚生活等多个领域的优质品牌与企业，集中呈现品牌创新成果与发展脉络。展区更融合科技互动体验，例如，“际华首文”推出AI旅拍设备，观众可实时融入数字化的胡同景观中；北京邮政则带来个性化定制服务，现场为观众制作专属北京记忆的冰箱贴。这些创新项目不仅增强观众参与感，也体现出传统文化在现代消费场景中的创新表达。

助力入境游

值得一提的是，本次文旅服务专题设立的“中国人入境游首选地”主题展馆中，系统呈现入境旅游全链条服务创新。观众可一站式体验涵盖签证、交通、支付、通讯等环节的便利化服务，并与机场、航司、金融、旅游、科技等领域企业直接交流。

例如，首都机场展台通过模拟通关设备让观众亲身体验“快捷通关”流程，同步展示国际航班衔接时刻表及免税店新增国

际品牌，全面呈现“中国第一国门”为迎接境外游客所做的服务升级。

在线旅游服务方面，去哪儿旅行重点推介了新上线的英文版平台。去哪儿旅行相关负责人表示，《证券日报》记者表示，中国丰富的旅游资源需配以更便利的预订服务，此举将有力推动入境游市场增长。英文版上线仅是第一步，未来平台还将持续完善多语言支持、优化跨境支付功能，致力于让外国游客享受更顺畅、高性价比的中国之旅。

出行服务环节，滴滴出行首次亮相服贸会文旅板块，针对性推出英文版服务。展台工作人员向《证券日报》记者介绍，境外游客可使用本国手机号直接注册，并支持国际银行卡等多种支付方式，同时平台提供中英双语实时翻译和24小时英文客服，显著降低海外用户使用门槛。

在落地消费方面，北京市政交通一卡通有限公司带来以哈利·波特、五月天等IP为主题的近百款文创交通卡产品。据悉，公司针对入境游客设计的“BEIJING PASS”国际卡发行一年以来，累计发行

5.3万张，交易笔数达63万次。

“面向入境游客的一卡通国际卡，深度融合了本地生活场景，集交通出行、景区购票、商超购物等功能于一体，真正实现‘一卡畅游北京’，极大提升了短期访华旅客的出行便利。”北京市政交通一卡通有限公司相关负责人对《证券日报》记者表示。

9月11日，在2025世界旅游合作与发展大会上，文化和旅游部副部长高政表示，中国政府通过签署旅游协议、举办文旅年、落实签证便利化政策及增加国际航班等多项措施，积极促进国际人文交流与全球旅游业复苏。

大会发布的《世界旅游城市发展报告（2024—2025）》显示，全球旅游业正迎来全面复苏，中国持续优化入境政策，推动入境游加速回暖。中国采取了很多措施，如依托扩大免签范围、延长停留时限，带动北京、上海等核心城市入境游客显著回升。同时，航空连通性不断提升，签证便利化政策广泛实施，推动旅游行业向高端化、个性化与可持续方向快速发展。

实探2025外滩大会：

AI应用迈向“产业落地”

■本报记者 李 冰

9月11日上午，以“重塑创新增长”为主题的“2025 Inclusion·外滩大会”（以下简称“外滩大会”）在上海黄浦世博园区开幕。作为年度备受瞩目的科技盛会，外滩大会以其开放、多元、前瞻性吸引全球目光。从现场来看，做菜、救援、演奏……机器人正在上演“劳动最光荣”，金融科技领域也展示了多个最新成果。

支付宝推出国内首个“AI付”

随着AI技术在千行百业的应用不断深化，AI生态内的支付成为行业关注焦点。支付宝“AI付”在外滩大会上首次亮相，并联合瑞幸咖啡首发上线，率先打通了智能体内下单与支付全链路。

蚂蚁集团数字支付事业群首席技术官朱林表示，伴随AI产业的爆发式增长和智能终端的普及，预计未来5年内更自然的新交互支付占比或超50%，多样化的智能设备支付将增长10倍，而更智能的AI支付市场规模可达万亿元级。

同时，支付宝还公布了“碰一下”最新数据：用户规模已突破2亿，新增1亿用户的速度快了一倍，刷新互联网产品增速新纪录；可使用“碰一下”的场景已超1000个，近1亿人已使用多项“碰一下”服务。

在外滩大会现场，记者看到“机器人厨师”正在为观众烹饪四道菜品。该机器人具有多模态识别能力，能自动识别操作台上的各类食材和厨具，精准定位食材工具，从取菜、炒菜到清洁，全流程自动化，无需人工干预。

谈及人工智能技术探索实践，受访者普遍认为，当前人工智能技术正加速向“技术探索”迈向“产业落地”，金融行业作为数据密集、场景丰富的领域，已成为AI技术应用“的主战场”。在金融领域，蚂蚁消金首席科学家康宇麟分享了蚂蚁消金将AI应用到风控科技的探索和尝试。

过去十年间，中国消费金融经历了充分发展，但金融供给的错配问题依然存在，比如，初入社会的年轻人、新蓝领等群体，低利率的普惠金融供给仍有不足。“我们一直通过技术寻求解决这些问题。”康宇麟介绍，蚂蚁消金的风控理念是用科技减少信息不对称，提高金融服务的普惠性和安全性，为消费者提供可用、够用、好用的普惠金融服务。

在采访中，康宇麟表示：“我们相信，随着大模型能力的持续升级，未来完全可以为每一位用户配备专属的AI信审员。”

“看见”科技发展态势

在科技集市，各种人机互动拉近了科技与生活的距离；观众可以和高擎机器人一起踢足球，感受人形机器人的稳定和灵活；观看灵童机器人女团表演，沉浸式体验多模态感知技术。

记者从现场的体验来看，今年外滩大会科技展区呈现了清晰的策展理念，即人机共生的科技理念，人机互动不是简单的指令与执行，而是一种深度融合、协同共进的态势。

宇树科技创始人兼CEO王兴兴在圆桌论坛上畅谈大模型时代机器人产业发展的机遇与挑战。

AI会重构用户人口、商业模式与产业分工吗？小米集团手机部副总裁、可穿戴部总经理张雷认为，未来的人口机会，还是要回到AI加持下，硬件实现的场景是否具备超级黏性，长期来看，AI眼镜有机会。

“AI眼镜相比AI手机，改变了基础的交互逻辑，从被动到主动，可能会带来未来交互范式的变化。”张雷透露，目前小米眼镜端呼叫“小爱同学”的频率已经是手机端的6倍到7倍。

面对AI硬件“出海”，张雷则认为，我们可能存在供应链的成本和效率优势，以及很好的AI生态优势，但如何在这么好的AI生态下找到用户非常需要的场景并落地，都需要基于自身优势回到产品本身。

金沙江创投主管合伙人朱啸虎也认为，所有的创业都要回归到人性。“人的需求在哪里是不变的，过去三十年不变，未来三十年也不会变，只是有了AI以后有更好的体验，有更好的产品形态。”

深交所ETF投资问答

第四十四期：参与ETF投资时可能面临的风险(下)

投资者参与ETF投资时还面临以下风险：

(6)套利风险

受证券市场的交易机制和技术约束，投资者完成套利需要一定的时间，因此存在一定的套利风险。而由于买卖一篮子股票和ETF存在冲击成本和交易成本，当折溢价处于一定范围内时也不能形成有效套利。此外，当一篮子股票中存在涨跌停或临时停牌的情况时，投资者也会由于买不到成份股而影响溢价套利，或卖不掉成份股而影响折价套利。

(7)操作或技术风险

在ETF的申购赎回与交易行为以及后台运作中，可能由于技术系统故障等原因影响交易的正常进行，或者导致投资者利益受到影响，包括申购赎回清单差错风险、参考净值(IOPV)计算错误风险等。

(8)退市风险

当ETF不再符合证券交易所上市条件被终止上市，或经由基金份额持有人大会决议提前终止上市等情形，将出现基金份额不能继续进行二级市场交易的风险。

综上所述，投资者参与ETF投资需要注意以下事项：一是明确投资需求，包括投资目标、计划与投资的市场或行业主题标的。ETF主要采用完全复制法跟踪标的指数表现，投资者可通过查阅基金招募说明书中标的指数编制方案或指数公司网站查询指数信息等方式，了解跟踪指数的具体信息。二是充分了解ETF投资风险。投资者可通过查阅基金招募说明书“风险揭示”章节相关内容了解基金主要风险。三是关注ETF的流动性和跟踪效果，尽可能选择规模较大、流动性较好、跟踪误差较小的ETF。

选自深圳证券交易所基金管理部编著的《深交所ETF投资问答》(中国财政经济出版社2024年版)

前8个月中国汽车产销量双双超过2100万辆

■本报记者 刘 剡

9月11日，中国汽车工业协会发布的数据显示，今年前8个月，我国汽车产销量累计完成2105.1万辆和2112.8万辆，同比分别增长12.7%和12.6%。值得注意的是，这是我国汽车市场前8个月的产销量首次超过2100万辆。8月份中国汽车产销分别完成281.5万辆和285.7万辆，环比分别增长8.7%和10.1%，同比分别增长13.0%和16.4%。在这一令人瞩目的成绩背后，新能源汽车产业表现尤为突出，不仅在国内市场持续发力，更成为我国汽车出口增长的主引擎，在全球市场展现出强大的竞争力。

中国汽车工业协会副秘书长陈士华表示，8月份，我国宏观经济景气水平总体继续保持扩张，当月汽车产销同比保持10%以上增长。“两新”政策持续发力，个人消费贷款财政贴息等政策及时出台，企业新车型投放热情较高，行业综合整治“内卷”工作

继续显效。

国内市场：新能源汽车渗透率稳步提升

从国内市场表现来看，新能源汽车产销数据尤为突出。今年前8个月，新能源汽车产销累计完成962.5万辆和962万辆，同比分别增长37.3%和36.7%，新能源汽车新车销量占汽车新车总销量的45.5%。仅8月份，新能源汽车产销分别完成139.1万辆和139.5万辆，环比分别增长11.9%和10.5%，同比分别增长27.4%和26.8%，新能源汽车新车销量达到汽车新车总销量的48.8%。这一数据表明，新能源汽车在国内市场的渗透率正稳步提升，消费者对新能源汽车的接受度越来越高。

从产品结构来看，新能源汽车市场呈现出多元化发展的态势。纯电动汽车依然占据主导地位，但插电式混合动力汽车的市场份额增长迅速。今年前8个月，插电式汽车的销量增速显著高于纯电动汽车，成

为市场新的增长亮点。这反映出随着技术的不断进步和消费者需求的日益多样化，新能源汽车市场能够提供更加丰富的产品选择，满足不同消费者的使用场景和偏好。

在国内汽车市场整体增长的同时，乘用车市场表现强劲。今年前8个月，乘用车产销累计完成1833.8万辆和1838.4万辆，同比分别增长13.6%和13.8%。在乘用车主要品种中，轿车、SUV、MPV和交叉式乘用车四大类品种产销均实现不同程度的增长。在商用车市场方面，今年前8个月，商用车产销累计完成271.3万辆和274.4万辆，同比分别增长7.1%和5.2%。在商用车主要品种中，与上年同期相比，客车和货车产销均呈不同程度增长。仅8月份，商用车产销分别完成31.5万辆和31.6万辆，同比分别增长16.4%和16.3%。

黄河科技学院客座教授张翔对《证券日报》记者表示：“汽车市场的好景气得益于国内经济的稳定复苏、居民消费能力的提升以及汽车厂商不断推出符合市场需求

的新车型。同时，汽车消费政策的持续优化也在一定程度上刺激了消费者的购车需求。”

国际市场：新能源汽车出口引领增长

在国内市场蓬勃发展的同时，我国汽车出口也延续了向好态势，而新能源汽车成为拉动汽车出口增长的绝对主力。今年前8个月，汽车出口429.2万辆，同比增长13.7%，其中新能源汽车的贡献功不可没。数据显示，今年前8个月，新能源汽车出口量持续攀升，累计出口量达到了一个新的高度，同比增长远超传统燃油汽车。今年前8个月，传统燃料汽车出口276万辆，同比下降6.6%。而新能源汽车出口153.2万辆，同比大增87.3%。其中，新能源乘用车出口147.3万辆，同比增长85.1%；新能源商用车出口5.8万辆，同比增长1.7倍。

从细分品类来看，插电式混合动力汽车出口增速显著高于纯电动汽

车出口同比增长52%，而插电式混合动力汽车出口量同比增长2.2倍，这显示出全球市场对新能源汽车技术多元化的强烈需求。许多海外消费者在考虑新能源汽车时，不仅关注续航里程，也开始重视车辆在不同工况下的综合性能和使用成本，插电式汽车正好能够满足这些需求。

重点企业在出口方面表现强劲，头部效应显著。例如，奇瑞汽车股份有限公司凭借其丰富的产品线和完善的海外销售网络，今年前8个月出口量达79.5万辆，同比增长10.5%。比亚迪股份有限公司则以其领先的新能源技术和不断创新的产品，在短时间内迅速扩大了在海外市场的份额。数据显示，今年前8个月比亚迪股份有限公司出口量达63.4万辆，同比增长1.3倍。此外，上海汽车集团股份有限公司等企业也在海外市场积极布局，通过本地化生产、建设销售服务网点等方式，提升产品的市场适应性和品牌影响力，共同推动中国汽车出口规模持续扩大。