



價值80萬元納卯農產品運往沙特

本報訊：農業部第11區辦事處（DA-RFO 11）近日向沙特阿拉伯發運一批價值約80萬元的新鮮農產品，重達17.2公噸。此舉被視為提振納卯地區農業產業的重要進展。

該批貨物于7月24日啟運，包含1350箱卡達瓦香蕉、50箱紅薯及50箱涼薯（當地稱

singkamas）。貨物由北納卯省聖托馬斯市 Gerb Golden Hands公司出口，目的地為吉達 Rana Mohammed Saleem商業公司。

農業部納卯區執行主任馬卡裡奧·岡薩加表示，此次出貨印證了參與國際展會的實效，「不僅在于推廣，更在于為農戶和出口

商切實開拓市場」。他強調，持續成功的出口將鞏固納卯作為優質農產品穩定供應源的聲譽。

據悉，該筆交易源于2024年迪拜AGRA中東展覽會達成的商機。農業部長張隆朕指出，開拓新出口市場能讓菲農民獲得更多收

益，同時助力縮小貿易逆差、拉動農村就業並推動農業現代化。

此前，農業部已與菲律賓知識產權局簽署協議。

擬通過地理標誌保護，將本國農漁產品打造為全球高端品牌。

賦能教育創新 深耕民族文化

——2026中國—東盟STEM教師培訓班走進三都水族自治縣開展實踐觀摩



為深度挖掘民族文化中的數學教育元素，推動STEM教育創新融合發展，7月31日，2026中國—東盟STEM教師培訓班組織柬埔寨44名中小學校校長、教師代表，赴貴州省三都水族自治縣開展民族文化觀摩實踐活動。本次活動由數學與統計學院黨委書記孟欽武帶隊，對外交流合作處、黨委宣傳部、外國語學院相關負責人陪同，是培訓班「實地觀摩、學以致用、築牢根基」主題研

修的核心實踐環節。

早上，學員們首先走進三都水族自治縣博物館，沉浸式感悟水族千年文脈。館內展品系統呈現了水族的發展歷程、民俗風情與非遺文化。

學員們重點聚焦傳統服飾紋樣、古建筑構件等載體，細微探尋其中蘊含的幾何構造、比例對稱等數學規律，深入研討民族傳統文化與現代STEM教育的融合路徑，挖掘本

土化教學素材。

下午，學員們前往水族馬尾繡博物館，探秘國家級非遺技藝。

通過觀摩精美繡品、聆聽工藝講解、親身體驗搓麻繩工序，學員們深入瞭解馬尾繡的製作流程與文化內涵，精準捕捉繡品中對稱美學、精準構圖、幾何排布等豐富數學元素，真切感受到少數民族傳統工藝中蘊藏的科學智慧與藝術價值，為創新課程設計積累

了優質素材。

此次實踐觀摩活動，搭建了中國—東盟教育文化交流的優質平台。學員們紛紛表示，將把本次研學成果帶回柬埔寨，結合本土教育特色，創新開發民族特色STEM教學案例，讓傳統文化賦能科學教育，助力學生在文化傳承中感知數學魅力、提升綜合科學素養。

（陳蒙）

「合作共贏：全球南方發展論壇」在貴陽舉辦

本報貴州貴陽訊：7月30日上午，「合作共贏：全球南方發展論壇」在貴州省貴陽市中國—東盟教育交流周永久會址舉辦。該論壇是2026中國—東盟教育交流周重要活動之一，由中外財經教育聯盟、中國—東盟中心主辦，中央財經大學與貴州財經大學、廣西財經學院承辦。

中外財經教育聯盟理事長何秀超、中央財經大學校長馬海濤、中國—東盟中心教育文化旅遊部主任Hadi Tjahjono、中國國際減貧中心主任劉俊文、貴州財經大學黨委書記繆坤和、首都經濟貿易大學校長吳衛星、廣西財經學院校長范祚軍等多國駐華使領館代表、高校及國際組織代表共100餘人出席。

何秀超在致辭中回顧聯盟成果，提出三點展望。

一是「聚合力」，推動課程共建、學分互認與人才培養；二是「促發展」，聚焦數字經濟、人工智能與財經融合等領域；三是「見人心」，促進師生學術交流，營造開放包容的聯盟文化。

馬海濤在主旨演講中指出，全球南方崛起是時代變局的重要標誌。他強調，教育是



發展之基，財經教育需培養複合型人才、創新教研模式、搭建國際平台，助力彌合數智

鴻溝。學校將持續拓展全球南方合作網絡，為構建人類命運共同體貢獻力量。

Hadi Tjahjono表示，論壇為全球南方國家深化教育創新、人才培養與可持續發展合作提供了重要平台。劉俊文指出，中國脫貧攻堅經驗為全球減貧事業貢獻了智慧，未來將繼續深化國際合作。繆坤和表示，貴州財經大學願以財經為橋樑、教育為紐帶，深化國際交流。吳衛星分享了首都經濟貿易大學在數智化轉型中的探索。范祚軍強調，國際化財經人才需兼具專業基礎、數智能力與跨文化溝通能力。

論壇期間，中央財經大學發佈了《中國與全球南方金融合作系統》《國際減貧年度報告》等成果，並介紹了與香港理工大學、新加坡管理大學的合作項目。江西財經大學發佈了全球治理指數報告。隨後，兩場圓桌論壇圍繞「全球南方教育合作與經濟可持續發展」展開深入研討。

本次論壇為深化全球南方財經教育合作、推動包容性增長與可持續發展搭建了高水平平台。未來，各方將以教育為紐帶、人才為支撐、創新為動力，持續拓展合作空間，為構建更加公平包容的全球發展體系貢獻力量。

數字技術賦能中國服務消費新圖景

新華社天津8月2日電 VR、AR等數字技術的應用，縮短了人與博物館文物的距離；電商平台的精準推送，或許可以讓消費者發展出一項新的愛好；在人工智能的協助下，定制化出行方案唾手可得……在數字技術賦能下，中國服務消費顯現出智能新圖景。

今年上半年，中國服務零售額同比增長5.3%，增速高於商品零售額4.2個百分點，其中，旅遊諮詢租賃服務類、文體休閒服務類零售額均實現兩位數增長。

2024年8月，國務院發佈《關於促進服務消費高質量發展的意見》，明確提出「以創新激發服務消費內生動能，培育服務消費新增長點」。數字技術正在成為激活這些新增長點的關鍵力量。

人工智能正深度參與中國人的服務消費

「賬單」。今年6月，商務部等8部門發佈關於加快「人工智能+消費」發展的實施意見，圍繞擴大智能商品消費、賦能服務消費、創新消費場景三大重點提出17條舉措。

2025年，中國演出市場300多億的票房收入撬動了2200多億的文旅消費。在日前舉辦的2026海河國際消費論壇上，北京律動節拍科技有限公司總經理駱昭展示了人工智能如何成為演藝消費的「智能管家」。

只需輸入觀演目標、出發地和停留天數，搭載人工智能的系統就能在秒級內完成票務篩選、機酒匹配、場館接駁和城市「打卡」推薦。

在中國，消費者可以通過手機上的各類App輕鬆安排好行程。人工智能的加入為這一流程提供更多的「確定性」，駱昭認為，面向海量的服務消費產品供給，消費者需要的

是定制化出行方案。「演藝市場的服務消費如果是一桌盛宴，我們向消費者提供的就是能將菜夾到嘴邊的筷子。」

除了通過人工智能等技術手段為消費者提升服務消費體驗，大數據反饋的信息則從更深層次改變了中國服務消費的供給邏輯，數字技術正在讓「看不見的消費需求」變得可評價、可比較、可追溯。

以中國科技零售頭部品牌美團為例，在這個生活服務類App上，中國服務消費的增長點清晰可見。

美團研究院院長張琳介紹，從平台數據中能觀察到，50歲以上的消費者線上消費在快速增加，預訂四星級以上賓館的比例也遠超平均水平，來自中老年人長期被低估的消費能力和消費意願得以被看見。

美國管理諮詢公司科爾尼諮詢全球合夥

人劉曉龍認為，中國消費者正從「購買有用的產品」轉向「購買喜歡的產品」。

這意味著服務消費供應方需要構建服務產品洞察能力、場景敘事能力和社群運營能力。

數字技術的加入有效賦能了企業的能力構建。以產品洞察能力為例，劉曉龍認為，傳統的市場調研已經很難觸達消費者的真實訴求。從「漂亮飯」折射出為「情緒價值」消費的趨勢，到「愛你老己」引發的「悅己消費」實踐，「社交媒體中傳遞出的情緒往往會反映出更為精準的需求方向。」劉曉龍說。

商務部數據顯示，2025年，中國線上服務消費增長22%，其中線上購票線下體驗的體育賽事、旅遊產品和到店餐飲網零額分別增長63.3%、40.6%和23.7%。多位受訪對象認為，從服務的標準化供給到個性化匹配，從消費決策的複雜篩選到精準觸達，數字技術的參與和創新正在引領中國服務消費實現進一步升級擴容。