

2025 Research Report of
Digital Technology Perception



2025 全球民众数字科技认知 调查报告

中国人民大学全球民意调查中心
Global Opinion Research Center Renmin University of China

从生成式人工智能迅速涌现，到数字主权和技术伦理成为国际政策的焦点，2025 年的世界正处于一场深刻而复杂的科技变革之中。人工智能正在重塑工作岗位与技能结构，引发关于未来劳动市场的广泛讨论；技术标准和数据规则成为国家间竞争与合作的新战场，全球南北的“数字鸿沟”仍然存在；同时，移动支付、电商平台、远程办公与社交媒体等数字工具的普及，也正在以前所未有的方式改变人们的生活节奏与社会互动。

在这样的时代背景下，公众如何理解这些技术？不同国家、不同发展阶段的用户，对数字化、智能化生活持何种态度？又如何看待中国数字技术的影响力与发展潜力？为了回答这些问题，我们开展了这项《2025 年全球数字技术认知调研》，通过对来自 38 个国家、7599 名受访者的问卷分析，描绘出全球公众对科技应用与技术未来的多样认知。

本报告聚焦五大关键议题：哪些数字技术显著改善了公众生活？AI 等新兴技术受到哪些期许与担忧？技术是否加剧了全球不平等？公众如何看待中国在 AI、电商、流媒体等领域的表现？尤其在全球南方国家，中国数字技术又为何受到高度关注与认可？

我们相信，在数字技术驱动的全球重构过程中，理解公众视角，尤其是对 AI 与中国技术发展的看法，将为技术创新、企业战略与政策制定提供重要参考。

希望本报告为您带来启发与思考。

调研主要发现

1 过去五年，移动支付引领数字生活变革

有高达 71.7% 的全球受访者认为移动支付在过去五年间极大改变了他们的生活。其次是电商平台（64.3%）、社交媒体和即时通讯应用（60.3%）和视频流媒体和移动娱乐平台（50.1%）。这些数字应用不仅提升了生活的便利性与效率，更深刻影响了全球经济结构、社会互动方式以及人们的行为习惯。

2 未来五年，AI 成为全球最受期待的数字应用

56.9% 的全球受访者认为，未来五年他们最期待 AI 的发展，位列所有数字应用的第一位。这一趋势不仅体现了公众对 AI 潜力的高度认可，也折射出全球产业结构和社会运行方式正在进入一个由智能技术驱动的新阶段。

3 AI 改变工作，应积极拥抱 AI 带来的变化

全球受访者关于 AI 对工作机会的影响看法都比较消极，仅 34.9% 持积极态度。他们关于 AI 对薪水的影响看法更加消极，仅有 29.3% 持积极态度。AI 迅猛发展确实对就业市场和民众观念带来了挑战，尤其在薪资和岗位稳定性方面引发了广泛关注。然而，AI 的影响并非全然负面，关键在于如何积极应对和适应这一变革。

4 南方国家积极认可中国数字技术对本国的积极影响

在南方国家中，有高达 83.6% 的受访者认可中国数字技术对本国的正面影响。全球南方国家对中国数字技术的认可度不断提升，双方在技术合作、基础设施建设和人才培养等方面的合作日益紧密。这种合作模式不仅促进了中国科技企业的国际化，也为全球南方国家的数字化发展提供了有力支持。

5 南方国家对科技创新方面展现出更高的满意度与期待

无论是对本国科技创新的满意度（68.8%）还是对全球科技议题的关注度（74.2%），发展中国家都显著高于发达国家（分别为 57.8% 和 50.5%）。发展中国家在近年来通过引进、吸收甚至自主发展科技成果，在基础设施、教育、医疗和数字服务等方面获得了实实在在的改善。对于中国而言，数字科技出海应当重点争取南方国家，将其视为拓展国际市场、深化技术合作、提升全球影响力的战略支点。

6 对于科技创新的态度，代际差异比较明显

全球调研显示，越年轻的群体，对本国科技的满意度、对全球科技议题的关注度都更高。同时对全球创新于本国影响、于科技创新的未来预期也更加积极。此外，越年轻的受访人群，越认可中国数字技术对本国的积极影响，代际差异可达 23 个百分点。年轻一代既是科技创新的使用者，也是塑造未来的参与者，未来中国数字技术应全力赢取全球年轻一代。

全球受访者画像





图 1：样本全球分布情况

通过国际权威的在线样本库，我们利用问卷调查法，调研了来自日本、韩国、新加坡、马来西亚、印度、肯尼亚、美国、德国、希腊、巴西、沙特阿拉伯和新西兰等 38 个国家的 7599 名对数字技术有所了解的受访者，覆盖东亚、东南亚、南亚和中亚、非洲、欧洲、中东、北美、南美、大洋洲等主要区域。每个国家样本量约为 200 人，每个国家抽样按照该国性别与年龄段配额设计。样本画像具体如下：受访者中男性占 49.7%，女性占 50.2%；年龄中位数为 35-44 岁；最高学位中位数为本科学位；53.8% 处于婚姻中；53.2% 为全职工作者，14.5% 为兼职工作者，学生占 6.2%，11.7% 已退休。



近年移动支付引领数字生活变革



2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中

2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中国人民大学全球民意调查中心

0111021

过去几年，全球数字应用经历了快速发展，并深刻改变了人们的生活方式。从日常消费到社交沟通，从信息获取到工作学习，数字技术已经渗透进现代社会的方方面面。根据调研数据显示，当被问及“过去五年间哪些数字应用极大改善了您的生活”时，高达 71.7% 的受访者选择了移动支付，显示出其在全球范围内的广泛使用与强大便利性。移动支付已不仅仅是一种交易方式，它更是一种新的生活方式和商业模式的起点。

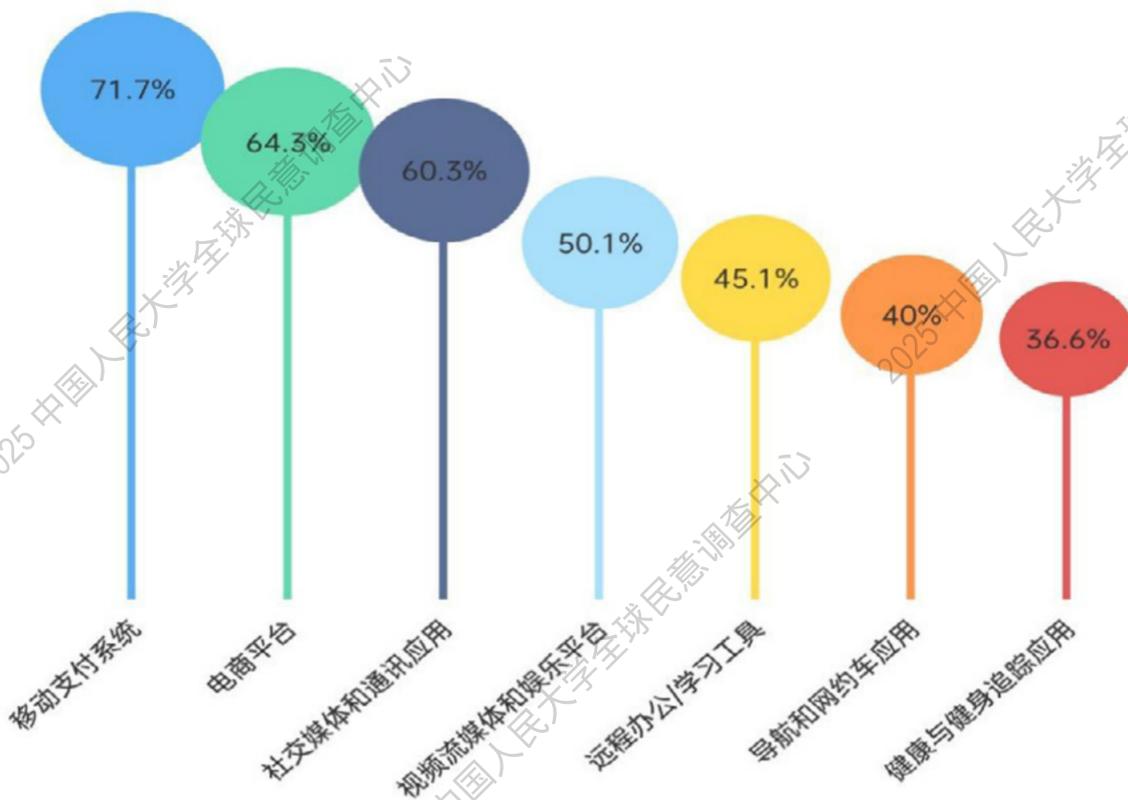


图 2：过去五年间极大改善全球公众生活的数字应用

在中国，微信支付和支付宝几乎涵盖了所有日常消费场景——无论是在大型商场，还是在街头小摊，消费者只需通过手机一扫即可完成支付。这种便捷、高效的交易方式，不仅大幅提升了消费体验，还推动了中小商户的数字化转型。与此同时，在非洲，以 M-Pesa 为代表的移动支付服务也极大地提升了金融服务的可达性，为此前未被传统银行覆盖的人群提供了金融工具，推动了“金融普惠”目标的实现。在欧美，Apple Pay、Google Pay、无接触银行卡等方式也在疫情催化下迅速普及，其以 NFC 技术为依托的发展路径与发展中国家的二维码支付有所不同，但也成为无接触交易的重要方式之一。移动支付正在全球范围内重塑人们对“支付”这一行为的理解，从而成为数字化生活的重要基础设施。

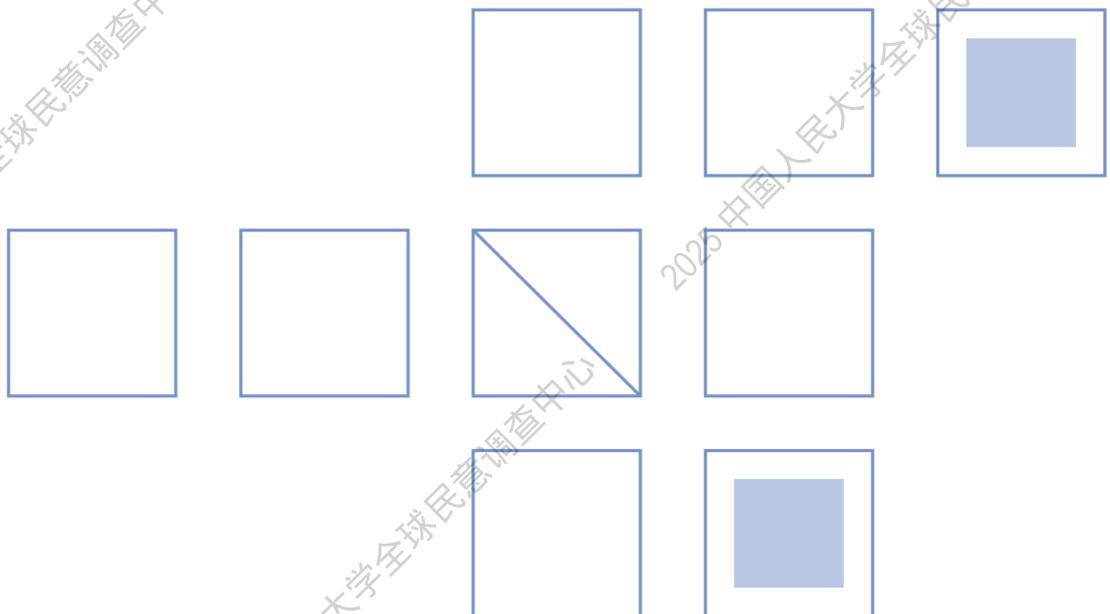
紧随移动支付之后，极大改善全球公众生活的数字应用是电商平台（64.3%），它们打破了地域与时间的限制，让人们随时随地都能便捷地购买商品。特别是在疫情期间，线下零售受阻，电商平台迅速承担起人们日常采购的主要渠道。从大型平台如亚马逊、阿里速卖通 AliExpress、京东 JD Worldwide，到本地化平台如 Lazada（东南亚）、Jumia（非洲）、Mercado Libre（拉美），电商的兴起不仅便利了消费，也带动了物流、仓储、直播带货等周边产业的发展，成为推动经济复苏和产业转型的重要力量。SHEIN、TEMU 短时间内在全球的快速兴起，也将中国先进数字技术和强大供应链能力进行了结合和展现。

社交媒体和即时通讯应用（60.3%）同样在塑造新的生活方式方面扮演着不可或缺的角色。微信、WhatsApp、Instagram、TikTok、Facebook 等平台让人们即使身处异地，也能保持高频互动与情感连接。这些平台不仅用于私人社交，也逐渐扩展到商业传播、内容创作、品牌建设等领域，成为新型信息传播的重要载体。

视频流媒体和移动娱乐平台（50.1%）的崛起，则改变了人们获取信息和娱乐的方式。全球范围内，以 YouTube、TikTok 为代表的视频分享平台为用户提供了更丰富的内容选择，也推动了个性化推荐、创作者经济等新模式的发展。随着 5G 和移动设备的普及，视频内容的获取越来越便捷，用户的参与度和使用时长显著提升。与此同时，Netflix 大大颠覆了传统电视剧集观看方式，在全球取得巨大成功；而中国数字科技企业推出的腾讯 WeTV、芒果 MangoTV 等长视频流媒体平台也早已走出国门，在国际上获得数以亿计的用户下载量，成为全球观看中国影视、了解中国文化的窗口。

此外，远程办公和远程学习工具（45.1%）如 Zoom、微软 Teams、腾讯会议及其国际版 VooV Meeting、思科 WebEx 等，也成为近年来快速兴起的数字应用。这些工具通过数字技术使学习和工作不再受限于空间，在疫情期间展现出前所未有的重要性——保障企业运营的连续性，推动教育资源的数字化与普及；疫情结束后，相关产品应用也深刻改变了人们的会议和通讯习惯，使得沟通成本降低、工作效率提升。导航与网约车应用（40%）如 Google Maps、高德地图、Uber、滴滴等，则在日常出行中发挥着越来越重要的作用，提升了出行效率和服务质量，同时也推动了全球范围内城市交通管理的智能化。

可以说，这些数字应用不仅提升了生活的便利性与效率，更深刻影响了全球经济结构、社会互动方式以及人们的行为习惯。它们正以前所未有的速度塑造着一个更加数字化、智能化的未来世界。





AI 引导新一轮数字应用变革，
全球公众高度期待



1、AI 成为全球未来五年最受期待的数字应用

当被问及“未来五年您最期待哪些数字应用的发展”时，有 56.9% 的受访者选择了更先进和集成的 AI/ 机器学习，位列第一。紧随其后的是更便捷的移动支付（54.9%）、更强大的电商平台（46%）和更易用的云计算服务（45.8%）。



图 3：未来五年最受全球公众期待的数字应用

在全球数字化浪潮持续推进的背景下，AI 正从技术前沿加速迈向日常应用，成为未来五年最受全球公众期待的数字技术之一。这一趋势不仅体现了公众对 AI 潜力的高度认可，也折射出全球产业结构和社会运行方式正在进入一个由智能技术驱动的新阶段。

从全球用户规模来看，AI 的普及正在加快提速。根据 altindex.com 发布的数据，预计到 2025 年，全球人工智能用户将达到 3.78 亿，较 2024 年增长近 20%¹。这一增长不仅源于技术的进步和成本的降低，更是因为 AI 应用场景不断丰富，从智能客服、个性化推荐，到医疗影像分析、语言生成工具等，AI 正在渗透到各行各业，重塑工作流程与用户体验。

从资本流向来看，人工智能领域也成为全球投资的“焦点地带”。高盛预计，截至 2025 年底，全球在 AI 领域的投资将接近 2000 亿美元，涵盖基础设施建设、软件算法开发以及专业人才培养等多个维度²。这一庞大的投资规模不仅反映了各国和企业对 AI 前景的高度重视，也意味着 AI 将成为推动下一轮技术革命和经济增长的关键引擎。

在企业端，AI 的应用正在从“辅助工具”转向“核心能力”。德勤预测，2025 年全球至少 25% 的企业将部署 AI 智能体 (AI agents)³。这些智能体能够在最少人类干预下执行复杂任务，推动业务流程的自动化、智能化。尤其是在客服、运营、供应链和市场分析等领域，AI 正展现出强大的效率提升潜力。大模型和生成式 AI 的发展，使企业能够以更低的成本实现内容生成、客户响应和知识管理，提升整体竞争力。

与此同时，各国政府也在积极制定 AI 战略，加强技术储备和监管体系建设。美国、欧盟、中国、日本等

¹ AltIndex. (2025, February 16). Global AI adoption to surge 20% and hit 378 million users in 2025. <https://altindex.com/news/global-ai-adoption-to-surge>

² Goldman Sachs. (2023, September 12). AI investment forecast to approach \$200 billion globally by 2025. <https://www.goldmansachs.com/insights/articles/ai-investment-forecast-to-approach-200-billion-globally-by-2025>

³ Deloitte. (2024, December 15). Deloitte Global's 2025 Predictions Report: Generative AI: Paving the way for a transformative future in technology, media, and telecommunications. <https://www.deloitte.com/global/en/about/press-room/deloitte-globals-2025-predictions-report.html>

国家和地区相继发布人工智能发展计划，明确 AI 在国家科技、经济与安全战略中的重要地位。AI 伦理、数据治理、算法透明度等议题也逐步成为全球关注的焦点，促使 AI 发展向更加负责任、可持续的方向演进。

AI 发展的未来趋势可以归纳为几个关键词：集成化、普惠化、智能化和监管机制强化。首先，AI 将越来越多地与其他技术融合，如云计算、物联网、边缘计算、区块链等，形成更强大、更灵活的数字基础设施。其次，AI 应用将向中小企业和个人用户进一步下沉，实现真正的普惠智能。第三，智能体（AI Agents）将广泛部署在企业、家庭、公共服务中，实现高效、个性化的任务处理和辅助决策。最后，随着 AI 能力不断增强，其潜在风险和社会影响也日益受到关注，相关的伦理监管、技术标准和国际协作机制将持续发展，形成更加完善的全球 AI 治理体系。

总的来看，人工智能已经从“未来技术”演变为现实动力。它不仅是产业升级的加速器，更是引领新一轮社会转型的重要力量。未来五年，AI 将在全球范围内掀起新一轮数字应用革命，推动技术创新、商业变革和公共治理模式的重构。

2、中国的 AI 高速发展，引发全球关注

作为数字科技领先的国家，中国人工智能技术的快速发展和广泛应用也引发了全球关注。自春节以来，DeepSeek 凭借低算力投入实现高性能大模型，迅速成为全球热议的话题。DeepSeek 开发的 AI 模型，采用稀疏激活机制，仅激活部分参数即可达到顶级性能，显著降低了训练成本，降低了大模型的使用门槛。DeepSeek 的突破不仅挑战了美方在 AI 领域的主导地位，也为资源有限的国家和企业提供了新的发展路径。

今年 4 月，中共中央政治局就加强人工智能发展和监管进行第二十次集体学习。习近平总书记强调，面对新一代人工智能技术快速演进的新形势，要充分发挥新型举国体制优势，坚持自立自强，突出应用导向，推动我国人工智能朝着有益、安全、公平方向健康有序发展。

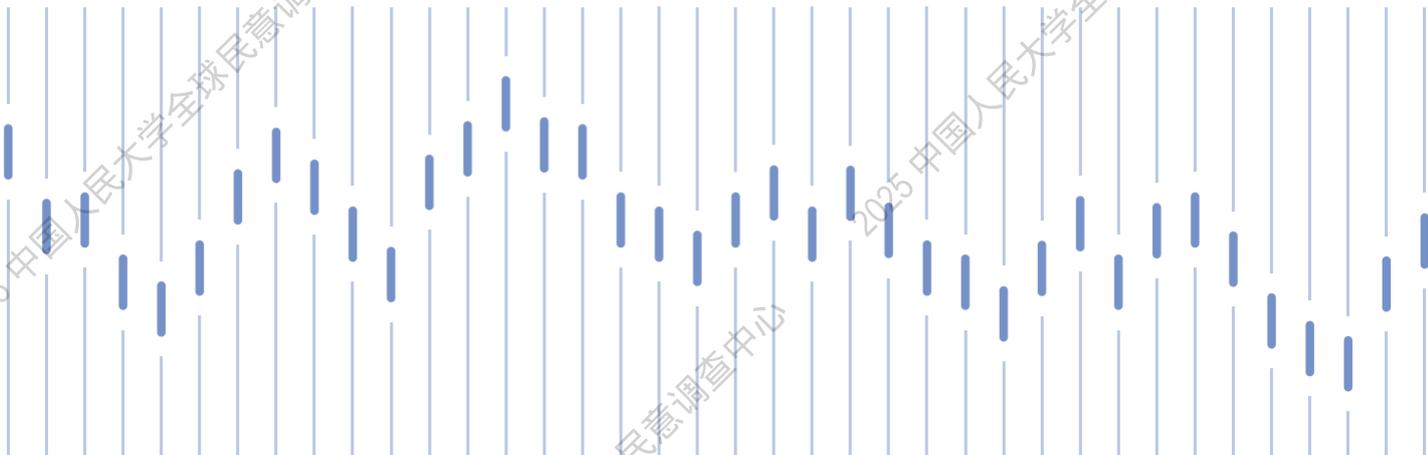
回顾近年来我国 AI 发展，大致可以观察到三方面特征：底层技术不断升级，客户端应用不断优化，行业应用场景不断落地。

首先，中国在 AI 底层技术方面取得了显著进展，涵盖大模型训练、AI 芯片研发和开源生态建设。今年年初，DeepSeek 以低算力成本实现高性能效果，基础模型成本收益率显著提升。除 DeepSeek 外，以腾讯、阿里、字节跳动为代表的大企业也都在不断开发和升级自研的基础模型，已经跻身全球排名前列。从 SuperCLUE 排名看，DeepSeek、腾讯混元、阿里千问在数学竞赛、项目级代码生成等单项测评中，已位列全球前 5 名，与美国谷歌 Gemini、OpenAI ChatGPT 等水平接近。在 AI-Arena 测试中，阿里千问、腾讯混元也均入围全球前 15 名行列。近几个月，腾讯混元 3D 开源大模型并凭借出色的文生 3D、图生 3D 能力及优秀细节表现，在海外 X 平台和 HuggingFace 等专业社区引发广泛热议。在硬件方面，尽管面临国际技术限制，中国企业如华为、寒武纪等持续推进 AI 芯片的自主研发，增强了本土 AI 技术的自主可控能力。此外，中国政府在 2025 年全国两会上宣布，将加大对 AI 基础研究、国家实验室建设和青年科技人才的支持力度，重点发展生物制造、量子

技术、6G 和“具身智能”等前沿领域⁴。

其次，中国的 AI 客户端应用正迅速普及，特别是在生成式 AI 领域。除了 DeepSeek 的出色表现之外，腾讯元宝、字节豆包、阿里夸克、月之暗面 Kimi 等产品，正不断拓展各类功能，加速 AI 落地。目前，在客户端的输入输出方面，多家企业产品已支持文本、图像、语音、视频、文档乃至代码的多模态、多功能交互。以腾讯元宝为例，其深度融合腾讯生态（如微信公众号、腾讯文档等），提供智能创作、数据分析、多模态交互等 AI 服务，助力用户提升生产力。从全球科技发展的角度来看，当前部分原始科学技术实现从 0 到 1 的突破虽非源自中国本土，但在 AI 领域，通过应用端的持续优化与广泛普及，AI 正加速实现中国乃至全球范围的“技术平权”。今年 3 月中国发展高层论坛（China Development Forum）上，来自发展中国家的企业代表纷纷表达了对 AI 技术平权的期待。他们指出，AI 平权需要从技术发明向技术扩散转化，应用推广和产品落地是关键。中国 AI 发展路线正是这一理念的体现。它们向用户提供了丰富的功能，早已从简单的聊天机器人演变成实实在在的生产力工具。

此外，AI 技术在中国各行业的应用日益深化，涵盖制造、金融、教育、医疗等多个领域。在制造业，AI 被用于优化生产流程、供应链管理和产品设计，提升了生产效率和产品质量；在金融服务行业，通过自然语言处理和机器学习技术，AI 在客户服务、风险评估和反欺诈等方面发挥重要作用；在教育领域，中国计划将 AI 技术全面融入教育体系，包括教学方法、教材和课程设置，旨在提升学生的独立思考和解决问题的能力。例如，在跨境电商领域，阿里国际通过推出“AI 生意助手 2.0”，对外贸全流程进行了端到端的系统优化，利用 AI Agent 力图解决外贸商家在产品上线、客户接待、营销推广、合规管理等多个环节的实际经营难题。在智慧办公领域，腾讯会议目前已支持 17 种语言的 AI 翻译服务，显著提升了跨语言沟通效率，为中国企业出海提供了有力支持。此外，腾讯会议积累的 AI 降噪技术还开放赋能于国产助听器硬件厂商，通过软硬件结合，推出高品质助听器产品，以 3000 元的价格实现性能上几乎媲美国际品牌售价上万元的设备，极大提升了高质量助听器的普及性和可及性。这些应用的深入落地，不仅提高了各行业的智能化水平，也提升了中国数字技术和中国科技企业的全球影响力。



⁴新华社，(2025 年 3 月 12 日)。政府工作报告——2025 年 3 月 5 日在第十四届全国人民代表大会第三次会议上。中华人民共和国国务院。
https://www.gov.cn/yaowen/liebiao/202503/content_7013163.htm

3、AI 改变工作和学习，应积极拥抱 AI 带来的变化

62.7% 的全球受访者认为 AI 对工作效率有积极的影响，发展中国家的积极态度（68.6%）要高于发达国家（52.7%）。这一结果说明，AI 已被普遍视为提高工作效率的重要工具。无论是在数据处理、客户服务还是流程自动化方面，AI 的“加速”能力已成为职场中广泛认同的价值所在。随着 AI 技术不断渗透到各类岗位，它在“提质增效”方面的优势正在逐步显现。

54.3% 的全球受访者认为 AI 对工作创意有积极的影响，这个比例相对低于工作效率。这种差异反映出人们对 AI 在创意、构思、艺术表达等“人类思维核心领域”的能力仍持谨慎态度。尽管生成式 AI 在文案、设计、音乐等方面已有广泛应用，但公众普遍认为 AI 更多是“辅助者”而非“创造者”。在这个问题上，发展中国家的积极态度（62.2%）也高于发达国家（40.8%）。

64.9% 的受访者认为 AI 对学生学习有积极的影响，在这个问题上，发展中国家的积极态度（75.1%）同样高于发达国家（47.4%），差距高达 27.7%。这表明 AI 在教育中的应用，尤其是在发展中国家，得到了高度关注和认同。AI 可以作为虚拟教师、个性化辅导工具，有效缓解师资短缺和教育资源不均等问题。而在发达国家，AI 可能更多被视为一种“补充工具”，其过度使用所引发的学术诚信问题、学习依赖等风险，更受到公众关注。

值得关注的是，全球受访者关于 AI 对工作机会的影响看法都比较消极，仅 34.9% 持积极态度。发展中国家的积极态度仅略高于发达国家，二者分别为 40.9% 和 24.5%。全球受访者关于 AI 对薪水的影响看法更加消极，仅有 29.3% 持积极态度。发展中国家的积极态度仅略高于发达国家，二者分别为 36.2% 和 17.4%。



图 4：全球与南方国家对工作和学习的积极看法比较

由此可以看到，AI 迅猛发展确实对就业市场和公众观念带来了挑战，尤其在薪资和岗位稳定性方面引发了广泛关注。国际货币基金组织（IMF）指出，AI 可能影响全球约 40% 的工作岗位，其中部分职位将因自动化而减少，导致薪资下降或岗位消失⁵。然而，AI 的影响并非全然负面，关键在于如何积极应对和适应这一变革。

⁵ Cazzaniga, M., Jaumotte, F., Li, L., Melina, G., Panton, A. J., Pizzinelli, C., Röckall, E., & Tavares, M. M. (2024, January). Gen-AI: Artificial intelligence and the future of work (IMF Staff Discussion Note No. SDN/2024/001). International Monetary Fund. <https://doi.org/10.5089/9798400262548.006>

随着 AI 技术的普及，持续学习和技能更新变得尤为重要。针对 AI 相关前沿数字技术可能带来的变革与冲击，各国政府和领军企业也正加大相关教育和培训项目的投资，帮助公众掌握新技能，适应新的工作需求。

一方面，政府作为政策制定者和社会利益的重要调配角色，通过制定相关政策，确保 AI 技术能更好普惠大众，造福百姓。例如，英国的“国家再培训计划”（National Retraining Scheme）投入 1 亿英镑，旨在为因 AI 和自动化而失业的工人提供培训⁶。再例如，IMF 建议通过调整资本利得税和公司税，以应对 AI 可能加剧的收入不平等⁷问题。今年 4 月习近平总书记在中共中央政治局第二十次集体学习时也强调，要推进人工智能全学段教育和全社会通识教育，源源不断培养高素质人才。完善人工智能科研保障、职业支持和人才评价机制，为各类人才施展才华搭建平台、创造条件。

另一方面，越来越多企业正在员工职业能力培训、全民数字素养培训等方面主动承担更多责任。亚马逊的“Upskilling 2025”项目投资 12 亿美元，为员工提供培训，帮助他们转向更高技能的岗位⁷。今年 4 月，深圳市职业技能培训指导中心主办了面向汽车维修、数控技术、烹调厨师、家政等多行业的技能人才代表的“AI 第一课”系列培训项目。腾讯 AI 培训师从行业知识、沟通难题、职业发展、情感需求、技能提升和应急处理等多种场景入手，引导学员掌握 AI 工具应用、数据分析和场景化问题解决能力，增强技能人才在使用大模型产品上的效率——包括缩短月嫂培训周期、优化生产设备对接，助力传统产业提质增效。这种“AI+ 千行百业”的深度融合，正是实体经济与数字技术协同发展的有益尝试，为全国产业智能化转型提供了可复制的路径。

总体而言，AI 应被视为增强人类能力的工具，而非替代品。通过设计 AI 系统来辅助而非取代人类工作，可以提高生产力并创造新的就业机会，尤其是在 AI 开发、维护、伦理审查和数据分析等领域。近年来，我国人社部多次发布新职业类目，其中不乏多个岗位与 AI 直接相关，如生成式人工智能系统应用员、智能网联汽车测试员、云网智能运维员、用户增长运营师等。这些新职业不仅填补了技术发展的需求缺口，也为中低技能劳动者提供了转型通道。此外，AI 的普及还可能催生新的产业和服务模式，如智能客服、个性化教育和远程医疗等。

从社会层面讲，未来发展的关键在于教育体系和职业培训能否及时调整，培养出适应新需求的人才。而从个体层面讲，终身学习、创新精神与跨学科能力将成为未来就业市场的核心竞争力。无论是传统行业的从业者，还是新兴领域的探索者，都需要掌握 AI 相关技能，才能在这场技术革命中立于不败之地。

⁶ Reuters. (2024, February 6). Britain invests 100 million pounds in AI research and regulation. <https://www.reuters.com/technology/britain-invests-100-million-pounds-ai-research-regulation-2024-02-06/>

⁷ Amazon Staff. (2024, August 15). 9 free skills training programs that help Amazon employees land higher-paying roles. About Amazon. <https://www.aboutamazon.com/news/workplace/our-upskilling-2025-programs>

四、

南方国家高度认可中国数字技术的发展



2025 中国人民大学全球民意调查中心

中国人民大学全球民意调查中心

2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中国人民大学全球民意调查中心

2025 中

1、南方国家积极认可中国数字技术对本国的积极影响

根据调查数据，有 86% 的全球受访者认为中国在数字技术领域具有先进性，尤其在南方国家，这一比例高达 92.2%。其中最认可中国数字技术的地区主要集中在非洲（94.3%）、南美（93%）、东南亚（91.1%）、南亚和中亚（90.7%）以及中东（88.1%）。

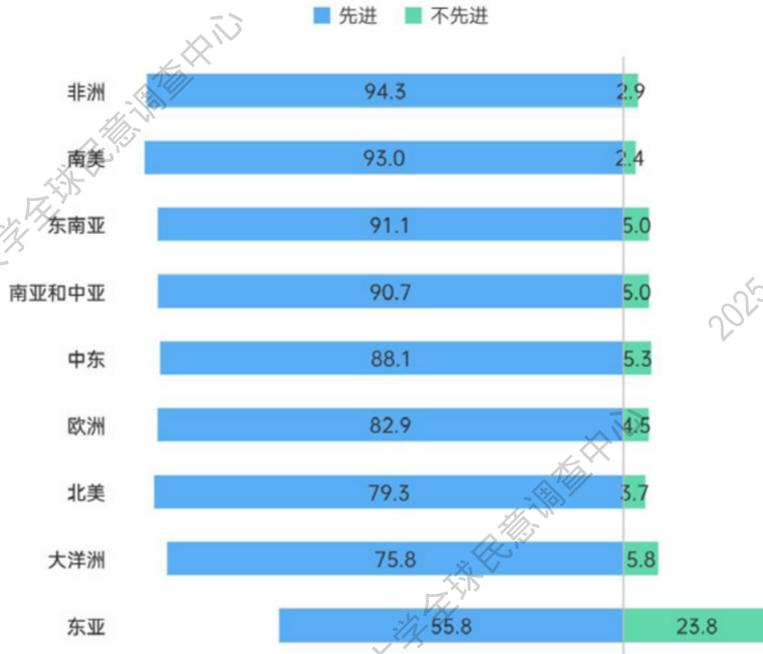


图 5：全球各地区对中国数字技术先进性的看法 (%)

74.2% 的全球受访者对中国科技公司未来五年的表现持积极的态度，在南方国家中，这一比例更是达到了 85.2%。其中对中国科技公司态度最积极的地区主要集中在非洲（89.7%）、南美（85.3%）、南亚和中亚（84.8%）、东南亚（82.5%）及中东（82.7%）。

调研结果还显示，南方国家的受访者认为中国数字科技公司的主要优势在于技术创新（79.4%）、人口和市场规模（67.1%）以及财务实力（56.3%）。在南方国家受访公众的认知中，这三项优势正体现了“中国特色”：中国企业的持续探索与实践，使得技术得以快速升级迭代；超大人口规模与广阔市场空间，提供了巨大的需求潜力和充足的人力资源；而所谓的财务实力不仅体现在企业层面，也包括中国政府在过去三十年中持续投入并不断完善的数字基础设施建设。上述多重因素共同作用，不仅推动了中国本土的技术创新与应用，也加速了相关技术向全球的扩展与普及。

一旦技术应用与扩散得以快速推进，其社会价值往往会呈现出超线性的增长效应。在人工智能等数字技术领域，这一规律尤为显著：技术扩散可以重塑产业形态，激活创新网络，重构生产关系，从而释放出远超原始技术创新本身的社会价值。因此，对于以市场应用为导向、依赖实际场景验证的数字技术创新而言，“从 0 到 1 再到 N”与“在 N 中孕育 0 到 1”这两种路径并不矛盾。强大的生态规模作为“N”，不仅为“0 到 1”的突

破提供了土壤，也为持续创新创造了反馈与迭代的机会，“扩散—反馈—突破”的发展机制尤为关键。值得关注的是，许多南方国家本身也是人口大国，具备形成超大规模市场的潜力，相关市场正在伴随经济社会的发展不断被激发与拓展。随着数字技术的进一步普及，这些国家有望“站在巨人肩膀上”，在借鉴中国经验的同时，实现自身的技术跨越与创新突破。

当被问及“您认为中国数字技术对您所在国家的影响是否积极”时，有 70.2% 的全球受访者认同中国数字技术对本国的积极影响。其中南方国家中，有高达 83.6% 的受访者认可中国数字技术对本国的正面影响。其中最认同中国数字技术对本国积极影响的地区主要集中在非洲 (91.5%)、南亚和中亚 (84%)、东南亚 (83.1%)、南美 (82.1%) 和中东 (76.7%)。

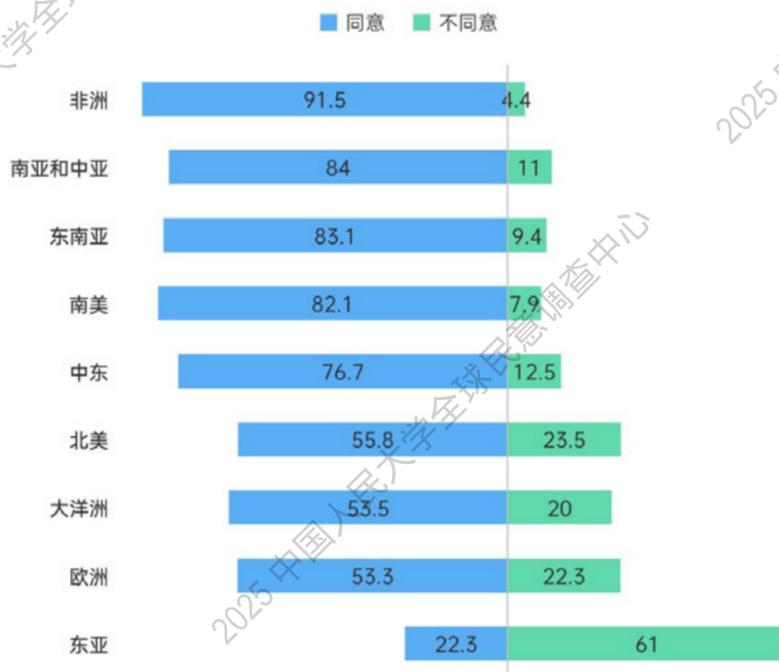


图 6：中国数字技术对您所在国家的影响是否积极 (%)

以上趋势反映出中国在数字技术领域的快速发展，以及与发展中国家之间日益紧密的合作关系。一方面，近年来中国持续加大创新研发投入，积极培育和发展新质生产力。国家统计局发布的最新数据显示，2024 年我国全社会研究与试验发展 (R&D) 经费总额超过 3.6 万亿元，同比增长 8.3%，总量稳居世界第二位。在这 3.6 万亿元的投入背后，企业，尤其是民营企业的创新主体地位持续增强。其中，仅华为与腾讯这两家中国研发投入最多的企业，其合计投入不仅占全国 R&D 经费的约 7%，也双双跻身全球企业研发投入前 20 强。此外，我国已有 570 多家工业企业入围全球研发投入前 2500 强。这批具有全球竞争力的创新型企业的崛起，推动了中国数字技术在全球范围内的广泛认可，标志着中国正逐步从“世界工厂”向“全球创新中心”迈进。

另一方面，中国近年来通过“一带一路”倡议，在全球南方国家投资建设数字基础设施，如光纤网络和数据中心，显著提升了当地的数字化水平。同时，中国还与多国合作开展技术培训和教育项目，增强了当地人才的数字技能，也提升了对中国技术的认可度。随着全球数字化进程的不断加快，中国与南方国家在数字技术领

域的合作有望进一步深化：在5G、人工智能和大数据等关键领域加强协作，推动数字经济共同发展，建设“数字丝绸之路”；在技术标准制定方面加强协同，促进技术互通与市场融合；在数据安全与隐私保护等领域强化政策对话，推动建立更加协调一致的全球治理框架。

综上所述，全球南方国家对中国的数字技术的认可度不断提升，双方在技术合作、基础设施建设和人才培养等方面的合作日益紧密。这种合作模式不仅促进了中国科技企业的国际化，也为全球南方国家的数字化发展提供了有力支持。

2、中国电子商务和人工智能最受全球认可

当被问及“您认为中国在哪些技术领域处于领先地位”时，电商平台（53.9%）和AI/机器学习（50.9%）是最为突出的两大领域。此外，视频流媒体和娱乐平台（34.3%）、移动支付技术（34.1%）以及社交媒体和通讯应用（33.8%）也是认可度比较高的领域。

从南方国家看来，顺序和占比依次为电商平台（61.7%）、AI/机器学习（59.3%）、视频流媒体和娱乐平台（40.6%）、移动支付技术（38.3%）以及社交媒体和通讯应用（37.9%）。

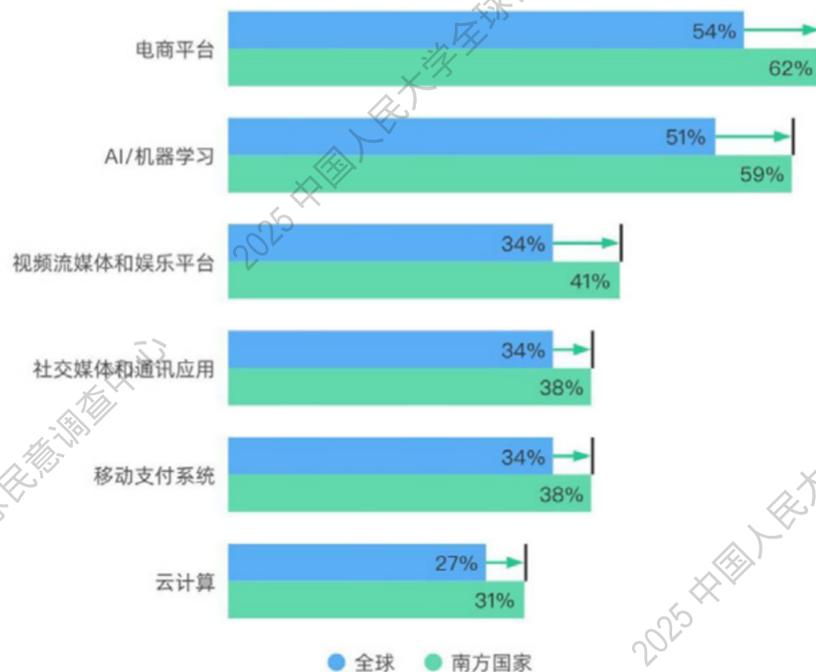


图 7：中国处于领先地位的技术领域（全球 VS 南方国家）

具体到国家而言，最认可中国电商平台的国家为越南、泰国、马来西亚、沙特阿拉伯、阿联酋和加纳等；最认可中国 AI 的国家为巴基斯坦、加纳、尼日利亚、沙特和纳米比亚等；最认可中国视频流媒体的国家为印度、泰国、印度尼西亚、马来西亚、越南等；最认可中国移动支付的国家为新加坡、马来西亚和越南等，最认可中国社交媒体的国家为马来西亚、越南和印度等。

中国电商平台如 Temu、SHEIN、TikTok Shop 和阿里速卖通等，凭借高性价比和高效供应链管理，在全球市场迅速扩张。2024 年，相关平台交易额目标分别为 600 亿美元、630 亿美元、500 亿美元和 850 亿美元至 900 亿美元，显示出强劲增长势头。它们通过深入产业带、优化供应链效率以及灵活的托管模式，提升了用户体验和忠诚度，特别是在海外通胀持续、消费力下行的大环境下，展现出强大的竞争力。

在 AI 领域，中国企业通过开放、快速迭代的策略，推动 AI 技术的全球扩散。例如，DeepSeek 的聊天机器人在 2025 年 1 月登顶美国 iOS 应用商店免费下载榜首，显示了其在全球范围内的竞争力。除了发达市场的技术竞争，中国的人工智能技术近年来在非洲等新兴国家也获得广泛认可，不仅被视为推动基础设施智能化的重要工具，也成为数字治理的新路径之一。

3、中国的视频流媒体平台——国际文化的共创者

调查显示，视频流媒体和娱乐平台也是中国领先的领域之一。在短视频领域，TikTok 作为代表，已成为全球最受欢迎的应用之一，推动了音乐、时尚等多个领域的内容传播。在长视频领域，回溯到 20 世纪 80 年代，《西游记》等剧集就曾是国产剧出海的先锋。近年来，随着腾讯、爱奇艺、优酷等长视频平台推出海外版应用，积极拓展国际市场，提供多样化的内容，国产剧“出海”迈入新时代。这些数字视频，以多元生动的内容生态，推动了中外文化双向交流和全球范围内的情感共通。

长期以来，中国的文化“走出去”常常被视为一种单向输出——中国通过电视剧、综艺节目、电影等形式，将本国文化推向国际市场。然而，随着流媒体平台发展和用户互动模式的不断成熟，这种文化传播正逐渐演变为一种中外双向交流的过程。

一方面，基于对海内外用户内容喜好差异的洞察，数字平台企业将国内优质内容进行编译，在海外市场收获了积极反响。“C-Drama”，即 Chinese Drama（中国影视剧）作为中国文化的重要载体，逐渐成为国际影视市场的重要力量。以腾讯视频国际版——WeTV 为例，其于 2019 年在海外落地，截至目前总下载量已超 2.5 亿。2024 年 6 月，《玫瑰的故事》上线 WeTV，在新加坡、马来西亚、越南、泰国等多个海外国家和地区同步播出，迅速“火”出了圈；之后更是登上越南国家电视台 VTV 第一频道，在海内外社交平台上收获好评。再比如，更早先来自爱奇艺的《延禧攻略》，在马来西亚、越南等多国引起强烈反响。这些作品所承载的中国文化元素，既有古装戏中的传统服饰，也包括现代都市剧中的城市发展面貌，其背后也有中国文化中的家庭观念、社会关系等，作为多元棱面得以在全球范围内被“看见”和“讨论”，实现了文化的可视化传播。

更重要的是，中国数字流媒体平台并不满足于单向的内容输出，而是在运营过程中高度重视海外用户的观

看习惯与反馈。例如，在泰国、印尼等市场，腾讯 WeTV 会根据当地观众对甜宠、轻喜剧、校园剧等题材的偏好，灵活调整剧集排播策略，甚至与本地制作团队联合推出贴合当地文化口味的定制内容。腾讯 WeTV 在印尼推出的剧集《断了线的风筝》《正妻》就采用本地剧本、聘用本地演员，完全由当地团队自制。剧集上线后，带动 WeTV 在印尼的日活跃用户增长达 300%，应用商店下载量跃升至第一，新增付费用户近百万。

中国流媒体平台也积极拓展与全球头部平台的合作。芒果 TV 的《中餐厅 7》《中餐厅 8》成功登陆 Netflix，成为其在中国大陆首批采购的综艺节目；腾讯出品的《庆余年 2》则与迪士尼合作，在 Disney+ 平台上线，成为年度最受欢迎的中国剧集之一。这些合作进一步提升了中国文化在国际市场中的能见度和影响力。

可以说，中国平台企业不再只是单向推动文化“走出去”，而是通过技术与文化的深度融合，借助“在地化”策略，将数字应用打造成跨文化交流的窗口。这种“输出—反馈—再创造”的运营模式，不仅提升了中国内容在海外的接受度，也在反向影响国内创作者对剧本结构、节奏把控与情感表达的认知与调整，推动中国内容生态更加国际化、精细化发展。

此外，海外观众还通过社交平台、弹幕、剪辑视频、同人作品等方式参与到中国影视内容的再生产之中，形成了一种以用户为主导的“文化共创”。比如，在 YouTube 和 TikTok 上，许多国外粉丝会制作剧集剪辑、翻唱主题曲、发布角色分析视频，不仅加深了他们对内容的理解，也把这些作品传播给更广泛的国际受众。这种由用户自发推动的传播形式，不仅增强了中国内容的国际影响力，也让内容创作者能更清晰地认识到受众的文化背景和审美差异。

因此，中国视频流媒体平台的成功不仅在于它将中国内容推向了世界，更在于它在推动文化交流的同时，搭建起一个可以倾听、互动和合作的平台。这种机制打破了传统意义上“文化输出方”与“接收方”的二元结构，使中国在国际文化传播中逐渐从一个讲述者变为倾听者与共创者。这正是当代文化传播的新趋势，也是中外文化双向交流最真实、最有活力的体现。

4、中国的移动支付积极扩展海外市场

调研显示，中国的移动支付技术也在不断扩大海外市场。微信跨境支付目前已经覆盖 74 个境外国家和地区，境外商户超 600 万，支持 31 个币种结算。2024 年 9 月，微信支付与马来西亚国家支付网络 PayNet 合作，接入其 DuitNow QR 系统，使中国游客能够在马来西亚超过 200 万家商户使用微信支付，无需兑换货币或额外充值，提升了支付便利性。同年，腾讯宣布携手 Visa，将刷掌技术落地新加坡，引入国际支付市场。微信刷掌支付，作为全新支付方式，其运用先进的“掌纹 + 掌静脉”双因子识别能力，旨在为用户带来更便捷、更安全的支付体验。其不受光线限制，也不依赖手机等电子设备，可以为年长者和身体不便者提供更便利的支付选择。

近期，支付宝也上线了名为“境外 NFC 支付”的测试功能，将首页定位切换至东京、新加坡等境外城市，就有机会在“收付款”页面发现“Alipay+ 境外 NFC”入口。成功开通后，用户在支持万事达卡触碰支付的海外商户，只需将解锁状态的手机靠近 POS 机感应区即可完成支付，整个过程无需打开付款码或切换应用界面。支付时系统直接以人民币结算，省去了兑换外币的麻烦。

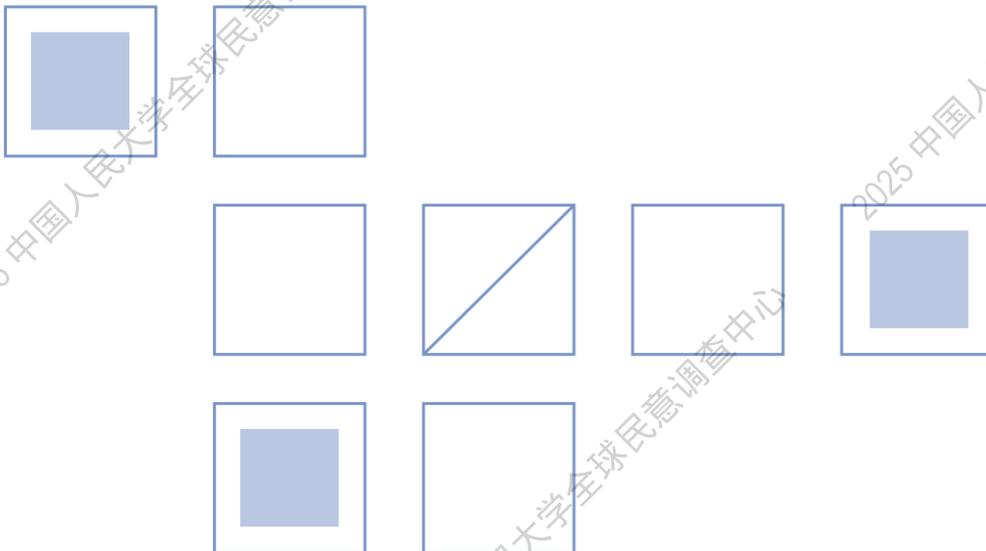
5、数字技术的成功落地离不开中国云服务的全球支持能力

上述数字技术的成功实践，离不开中国云服务企业的强大体系作为坚实支撑。以华为、腾讯、阿里巴巴为代表的中国云服务企业，已在全球多个国家和地区设立本地数据中心，为通信、流媒体、电商等多种数字服务提供稳定、可靠的技术基础，不仅助力中国企业“出海”，也为当地企业的数字化转型提供了关键支持，推动了全球数字经济的发展。

自 2023 年以来，华为云陆续在海外节点上线大模型全栈技术，助力出海企业构建 AI 竞争力。例如，华为云已在北非设立了首个公有云节点——开罗节点，并同步发布了业内首个千亿参数的标准阿拉伯语大模型，填补了区域技术空白。腾讯云近年来也持续加码海外投入，不久前刚刚宣布将在日本大阪建设新可用区，这是继东京两大可用区之后，腾讯云在日第三个数据中心。此外，腾讯云还计划在中东投资 1.5 亿美元，在沙特建立首个数据中心；在印尼投资 5 亿美元，建设第三个数据中心。目前，腾讯云基础设施已覆盖五大洲 21 个国家和地区，运营 56 个可用区，并在各大区域设立本地业务拓展团队，积极响应客户本地化需求。

全球化的本质在于“国际化”与“本地化”的深度融合。在当前全球贸易壁垒与关税博弈不断加剧的背景下，中国企业“走出去”对安全合规与本地服务能力提出了更高标准。如今的出海，已不只是商品输出，更是围绕产业链、供应链、服务链的全链条布局。中国企业需要在海外找到具备综合能力的数字化转型伙伴。

一方面，云服务提供商必须加快在海外建设数据中心的步伐，以保障中国企业在本地的业务可用性、安全性和响应速度。若基础设施支撑不足，将难以满足企业对海外数字运营的高标准需求；另一方面，海外国家对数据合规和隐私保护的监管日益严格，若云服务商无法满足当地法规，将不仅影响自身发展，也可能给客户带来法律与运营风险。因此，对华为云、腾讯云等中国云服务出海代表企业而言，这既是挑战，更是拓展全球市场、实现技术出海的战略机遇。



6、全球对中国数字技术的使用与评价

调查数据显示，中国数字技术在全球范围内的使用率和认可度持续上升，尤其在发展中国家表现尤为突出。在“使用过哪些中国数字技术或服务”的调查中，全球受访者使用率较高的依次为：智能手机和消费电子产品（56.9%）、电商应用和服务（39.2%）、社交媒体和通讯服务（37.5%）、短视频和直播应用（37.2%）、数字及移动游戏和娱乐应用（35.8%）。在南方国家中，这些比例更高，分别为：智能手机和消费电子产品（66.7%）、电商应用和服务（45.9%）、数字及移动游戏和娱乐应用（44.2%）、短视频和直播应用（44.1%）、社交媒体和通讯服务（42.8%）。当被问及“您如何评价中国数字技术产品的质量和用户体验”，有 69.2% 的全球受访者对中国技术产品给予好评，这个数字在南方国家中为 79.7%。

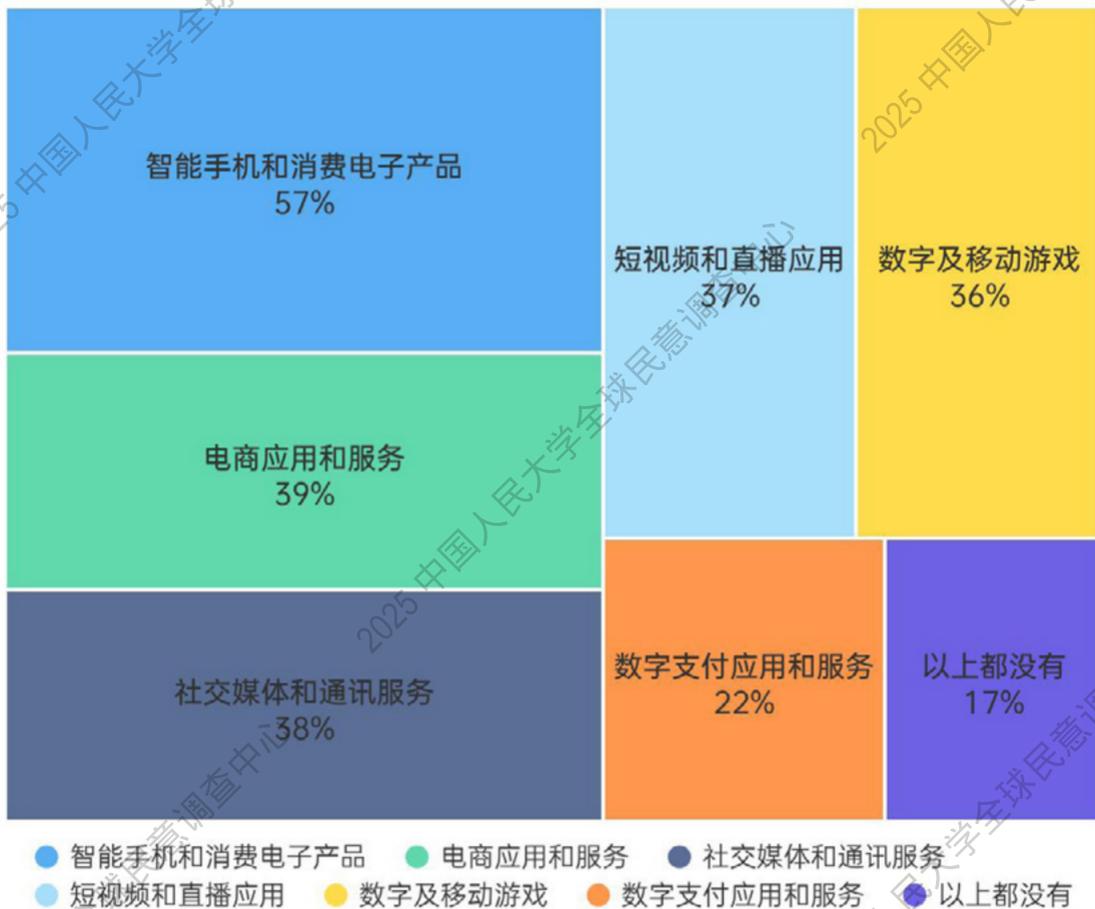


图 8：全球对中国技术和服务的使用情况

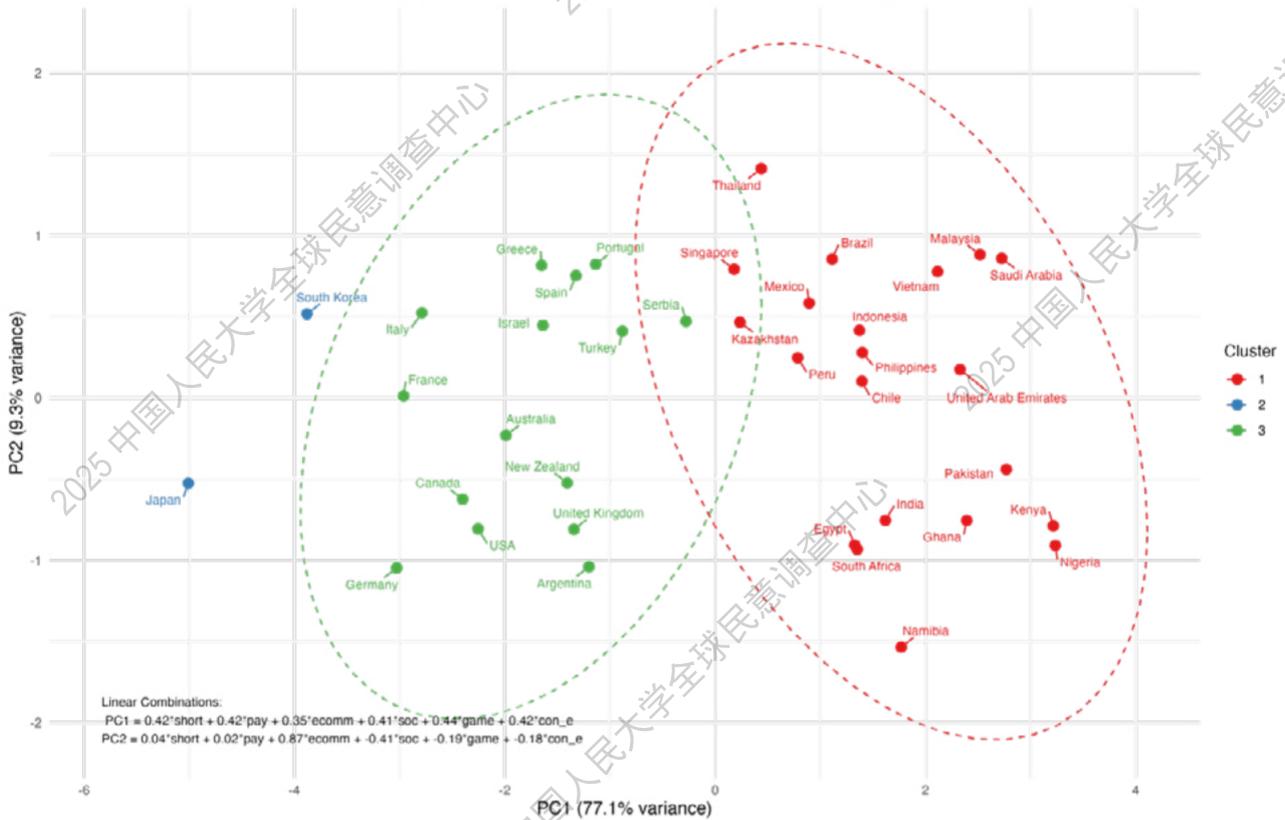


图 9：各国使用中国技术和服务的聚类分析

从被调查的国家使用中国技术和服务的聚类分析可以看出，所有国家基本可以分为三个聚类（红色、绿色和蓝色）。红色聚类主要由发展中国家或新兴市场组成，如印度、巴西、印尼、肯尼亚、尼日利亚、埃及、沙特和越南等。这一组国家对中国数字技术的使用和接纳度程度上较高，更加依赖中国的智能手机和消费电子产品、电商、社交媒体和短视频等应用。绿色聚类包括欧美发达国家，如美国、德国、法国，这些国家对中国数字技术使用情况适中。蓝色聚类包括日本和韩国，他们对中国的数字技术使用较少，可能有较强的本土技术体系和文化自信。

当被问及“您对中国数字科技公司的品牌和产品有多大信任度”时，65.2% 的全球受访者表示信任，这个数字在南方国家中为 78.1%。在“与国际竞争者比，中国科技公司表现”的调查中，中国科技公司在价格竞争力（75.4%）、产品创新（58.3%）、全球市场理解（55.2%）和技术能力（54.5%）等方面有较好表现，而在用户体验（47.2%）、品牌声誉（36.9%）和售后服务（35.2%）等方面表现仍相对有所欠缺。这些数据反映出中国数字技术在全球尤其是发展中国家的广泛应用和高度认可，同时也指出了在品牌建设和服务质量方面进一步的发展潜力。

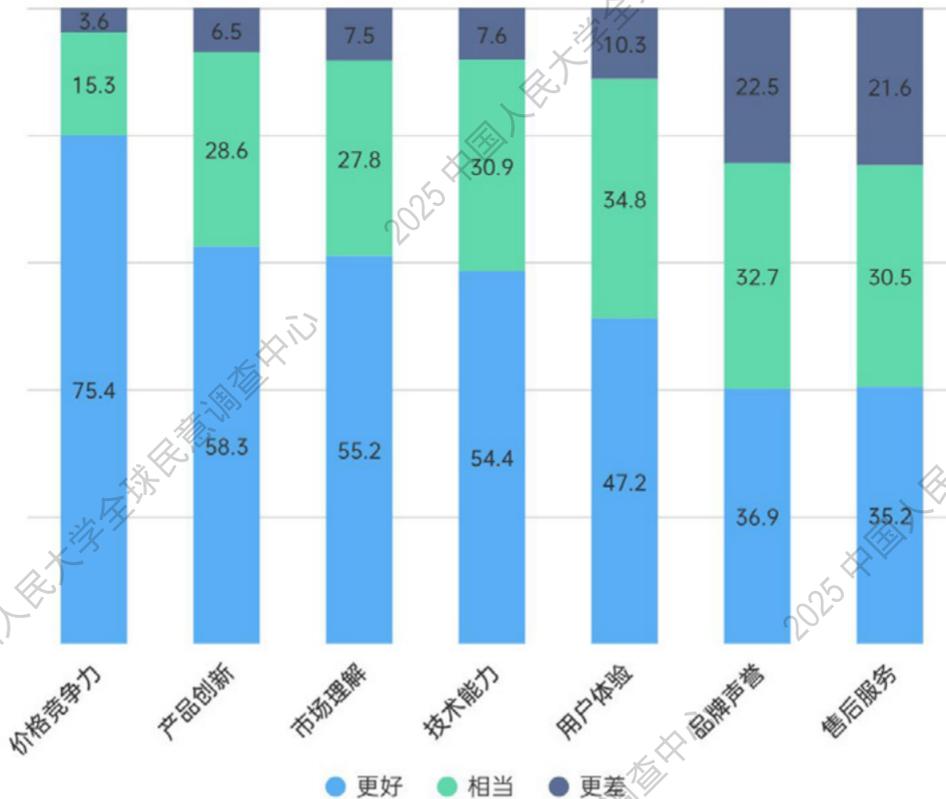


图 10：与国际竞争者相比中国科技公司的表现 (%)

值得一提的是，尽管中国科技企业在海外市场的竞争力曾很大程度上依赖于价格优势，但近年来，随着全球数字化转型持续加速、客户需求日益多元，单靠“价格战”已难以构建可持续国际竞争优势。特别是在全球范围内对“内卷式竞争”的反思加深、国内政策层面频频引导企业回归价值创造，越来越多的中国企业正在将战略重心从“低价”转向“质量 + 服务”并重的新竞争模式。

在这一转型过程中，云计算、智能制造、通讯设备等领域走在了前列。华为云、腾讯云、阿里云等企业不再一味强调“性价比”，而是通过技术创新、定制化服务、合规管理与全生命周期支持等方式，构建差异化优势。例如，在东南亚、拉美、非洲等新兴市场，中国企业不仅提供技术解决方案，还积极与当地政府、企业、教育机构合作，共建数字生态系统，推动人才培养与可持续发展。

与国内市场高度依赖“贴身服务”不同，海外客户更看重服务的标准化能力，是否具备清晰的 API 文档、完善的产品架构和持续的技术更新。客户在选择服务商时，关注的核心不再是价格本身，而是服务是否真正“好用”，是否能带来成本优化与业务提升，以及是否具备长期合作能力。这也倒逼中国科技企业不断提升产品能力和组织协同效率。

此外，面对欧美市场对数据隐私、网络安全和合规标准的严苛要求，中国企业也正积极推进国际认证体系、加强合规透明度，努力建立本地信任。这种从价格导向向质量与服务导向的转型，不仅有助于摆脱“低端制造”的固有标签，更推动中国科技企业在全价值链中持续向高附加值环节跃升，逐步实现从“跟跑者”向“领跑者”的跨越。

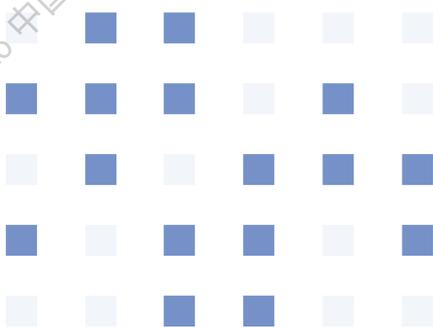
7、中国科技企业面临的挑战

在中国科技数字技术被全球认可的同时，我们也应该看到在全球政治经济环境愈发复杂的今天，中国数字科技企业正面临前所未有的挑战。近年来，随着中国科技企业在全球市场尤其是南方国家的迅速扩张，中国企业也面临着日益严峻的国际挑战和地缘政治风险。

一方面，在国际政治领域，安全议题的泛化趋势日益明显，部分国家以此为借口对中国数字平台实施不合理的限制措施。一些国家担忧中国企业竞争力可能对本国产业构成威胁，导致采取保护主义措施，如限制市场准入、提高关税等举措来排斥挤压中国企业。以 TikTok 为例，尽管该平台在全球范围内取得了巨大成功，尤其在美国市场拥有 1.7 亿用户，但遭到了美国政府的严重打压。2025 年 1 月，美国总统签署了《保护美国人免受外国对手控制应用法案》，要求 TikTok 在规定期限内剥离其与中国的关联，否则将面临在美国市场被禁的风险。尽管新一届政府延长了执行期限，但 TikTok 仍面临巨大不确定性。无独有偶，2025 年 1 月，美国国防部将包括腾讯在内的多家中国科技企业列入“中国涉军企业”（Chinese Military Companies, CMC）清单，无端指控这些企业与中国军方有联系。虽然该清单并非实施制裁，且实质性意义极为有限，但对中国数字科技企业“欲加之罪，何患无辞”的效应明显。这可能导致美国企业与被列企业的合作受限，投资者信心受挫。

另一方面，全球逐渐兴起的“反内卷”社会思潮也正使相关行业对可持续发展与长期价值予以重新思考。近年来，TEMU、SHEIN 等中国电商企业依托先进的数字技术与强大的供应链能力，助力中国快时尚品牌加速“出海”，显著提升了中国商品在全球市场的影响力。然而，随着中国电商平台在海外市场的迅速扩张，也引发了与欧美市场在公平竞争、知识产权保护、劳工权益保障等方面的激烈摩擦。例如，美国国会指控 TEMU 通过“拆分包裹规避关税”而发起调查，SHEIN 也因“涉嫌抄袭设计”在欧美多个地区面临多起诉讼。这些争议反映出中国数字科技企业在全球化进程中面临的日益复杂的合规与价值博弈。

这些事件反映出中国科技企业在国际市场上面临的复杂环境。在全球化与地缘政治博弈交织的背景下，中国企业需要加强合规管理，提升透明度，积极与国际监管机构沟通，争取在合法合规的框架下开展国际业务。同时，政府层面也应加强外交沟通，推动建立公平、公正、非歧视的国际营商环境，维护中国企业的合法权益。



五

南方国家和青年一代： 中国数字技术出海的双重动力



1、全球对数字技术的认知差异明显

调研显示，全球受访者对本国科技创新的满意度为 64.8%。各国的满意度方差较大，对本国科技创新满意度较高的国家有沙特阿拉伯（92%）、印度（89.5%）、越南（89.5%）、阿联酋（88%）和新加坡（81.5%）；对本国科技创新满意度较低的国家有德国（37%）、日本（42%）、韩国（43%）、希腊（50.5%）和法国（53%）。发展中国家（68.8%）高于发达国家（57.8%），此外满意度随年龄递减，越年轻对科技创新的满意度越高。

全球受访者对全球科技议题的关注度为 65.5%。各国关注度的方差较大，对全球科技议题比较关注的国家有越南（87.5%）、沙特阿拉伯（87.5%）、埃及（84.5%）、印度（84%）和阿联酋（84%）；对全球科技议题不太关注的国家有新西兰（29.5%）、加拿大（40%）、英国（40.2%）、德国（42.5%）和法国（45.5%）。发展中国家的关注度（74.2%）高于发达国家（50.5%），此外关注度随年龄递减，越年轻对全球科技议题关注度越高。

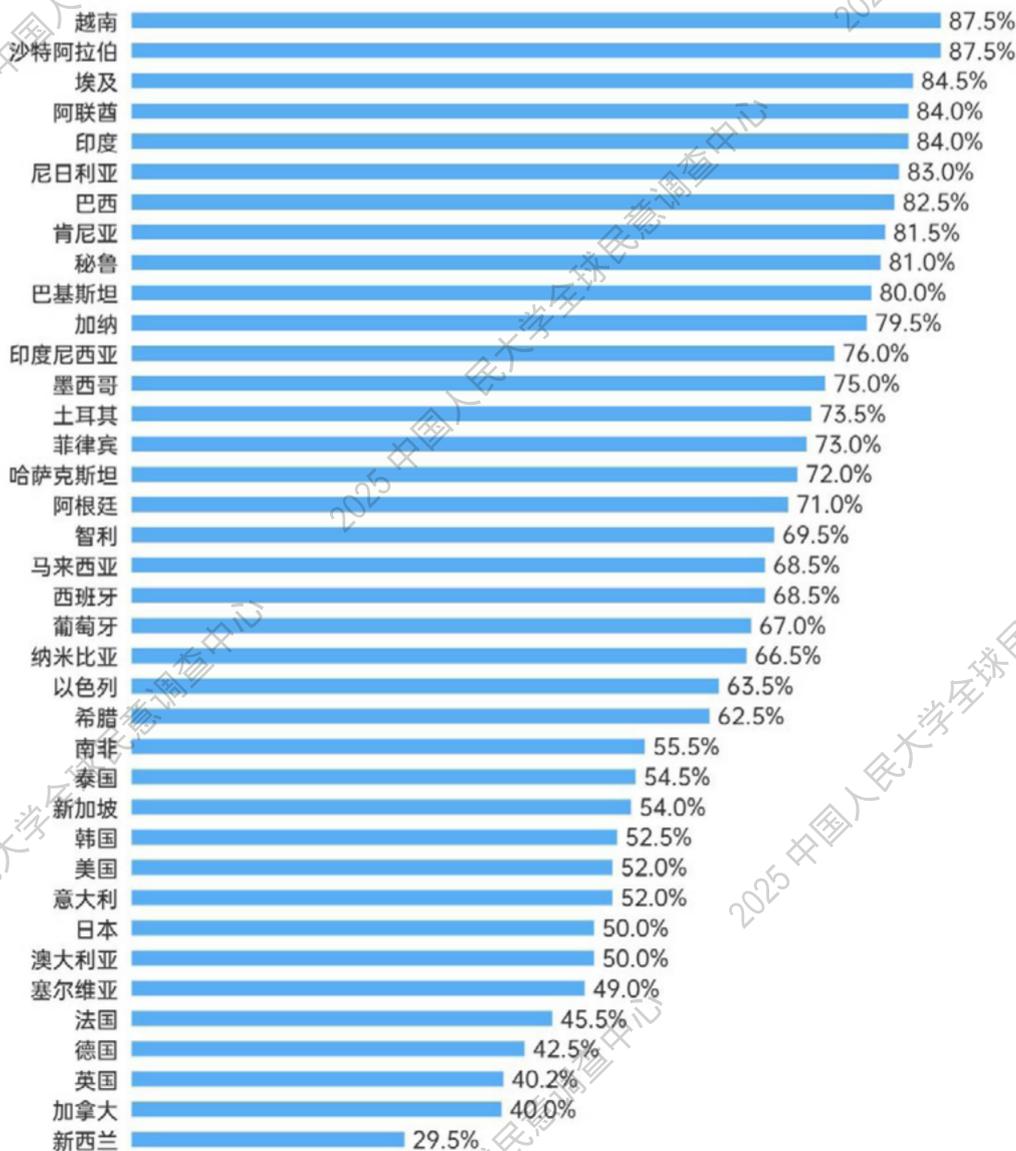


图 11：世界各国对全球科技议题的关注度

有 56.9% 的全球受访者认为全球创新对本国有积极的影响。各国在这个问题上的看法方差较大，态度比较积极的国家有越南（88%）、沙特阿拉伯（88%）、加纳（83.5%）、印度（83.5%）和阿联酋（83.5%）；态度比较消极的国家有德国（29%）、加拿大（33%）、法国（33%）、新西兰（33.5%）和塞尔维亚（33.5%）。发展中国家的积极态度（64.6%）高于发达国家（43.7%），此外积极程度随年龄递减，越年轻对全球创新的想法越积极。

有 56.6% 的全球受访者认为其所在国家的科技创新未来将不断增长。各国在这个问题上的看法方差较大，态度比较积极的国家有越南（91%）、印度（88%）、沙特阿拉伯（86.5%）、阿联酋（86.5%）和加纳（79.5%）；态度比较消极的国家有日本（25.55%）、德国（28%）、法国（33.5%）、塞尔维亚（34%）和加拿大（36.5%）。发展中国家的积极态度（64.8%）高于发达国家（42.6%），此外积极程度随年龄递减，越年轻对科技创新的未来更期待。

从国家层面来看，发展中国家在科技创新方面展现出更高的满意度与期待。无论是对本国科技创新的满意度（68.8%）还是对全球科技议题的关注度（74.2%），发展中国家都显著高于发达国家（分别为 57.8% 和 50.5%）。这可能反映出发展中国家在近年来通过引进、吸收甚至自主发展科技成果，在基础设施、教育、医疗和数字服务等方面获得了实实在在的改善。例如，印度、越南和沙特阿拉伯不仅对本国科技创新高度满意，也表现出对全球科技议题的强烈关注。此外，发展中国家对于全球科技创新所带来的正面影响（64.6%）以及未来发展的信心（64.8%）也普遍高于发达国家（分别是 43.7% 和 42.6%），说明科技全球化在这些国家激发了更强烈的希望与机遇感。

前文提到，南方国家中有高达 83.6% 的受访者认可中国数字技术对本国的正面影响，更有高达 92.2% 的受访者认可中国数字技术的先进性。结合南方国家在科技创新方面的高满意度和期待值，南方国家正成为全球科技认知版图中最具潜力的合作对象。对于中国而言，数字科技出海应当重点争取南方国家，将其视为拓展国际市场、深化技术合作、提升全球影响力的战略支点。



图 12：发达国家和发展中国家对数字技术的认知差异

一方面，南方国家对技术进步持欢迎态度，且在数字基础设施、智能政务、移动支付、在线教育等领域存在大量现实需求，与中国数字科技的优势高度契合。另一方面，这些国家在国际科技合作中更加开放务实，愿意引进成熟经验和可复制的技术模式，这为中国提供了政策与民意的双重利好。

在策略上，中国应主动加强与南方国家在数字经济领域的双边或多边合作机制，通过建设海外数据中心、输出智慧城市方案、推动本地化运营和技术转移，形成长期合作生态。同时，应注重文化沟通和品牌建设，提升中国科技企业的国际信誉和服务能力，真正实现“走出去”与“融进去”的结合。南方国家不仅是市场，更是中国参与全球科技治理的重要伙伴。

2、中国数字技术应全力赢取全球年轻一代

从全球范围看，对于科技创新的态度，代际差异比较明显。越年轻的群体，对本国科技的满意度、对全球科技议题的关注度都更高。同时对全球创新于本国影响、于科技创新的未来预期也更加积极。例如对全球科技议题的关注度的代际差异可达 13 个百分点的差异（70.1% VS 57%）。

此外，越年轻的受访人群，越认可中国数字技术对本国的积极影响。代际差异可达 23 个百分点的差异（80.3% VS 57.8%），即在最年轻的群体（18-24 岁）中，超过八成认可中国数字经济对本国的积极影响。于个体而言，越年轻的群体，对 AI 于工作效率的影响态度越积极，代际年龄差距可达 15 个百分点的差异（70.1% VS 54.8%）。



图 13：对于数字技术态度的代际差异

在全球科技迅速发展的背景下，年轻一代对科技创新展现出更高的接受度和认可度，尤其对中国的数字技术持积极态度。这与他们作为“数字原住民”的成长背景密切相关，他们是在数字技术高度普及的环境中成长起来的一代人，从出生起就接触互联网、智能设备等数字技术，并自然地将技术融入生活、学习和社交。因此，赢取全球年轻一代对中国数字技术未来的发展至关重要。这不仅要依靠技术本身的领先优势，更需要从教育、交流与文化三个层面同步发力。

第一，教育体系的加速转型至关重要。在全球范围内强化 AI、大数据等前沿技术的通识教育，同时注重人文伦理与科技素养的融合，不仅能够提升青年对科技发展的理解力，也有助于塑造负责任的“科技公民”。

第二，青年科技外交的重要性日益凸显。通过推动更多国际青年科技合作项目，不仅有助于提升技术标准的话语权，还能够激发青年参与全球议题的积极性，构建一个跨文化、跨技术领域的创新共同体。科技部与巴西、韩国等国签署的青年科学家交流计划，正是在这一方向上的积极探索。

第三，文化层面的软实力建设不可或缺。年轻一代对于数字内容、表达方式和价值共鸣尤为敏感。在出海的过程中，中国数字技术需更多借助影视、游戏、短视频等形式，打造符合不同文化语境的“科技 + 文化”表达方式，构建一个既现代又多元、既技术导向又情感触达的数字生态。这不仅有助于技术接受度的提升，更能够在全球青年中建立文化上的亲近感和信任感。无论是《黑神话：悟空》还是《王者荣耀》，无论是《哪吒2之魔童闹海》等代表性电影还是其他各类影视剧集，这些作品在海内外引起广泛关注，不仅丰富了全球观众的娱乐选择，也展示了中国科技与文化结合所带来的强大国际影响力。

归根结底，年轻一代既是科技创新的使用者，也是塑造未来的参与者。通过构建“硬技术 + 软文化”的融合平台，打造开放、包容、有远见的数字生态体系，才能真正激发全球青年的创新潜力，推动全球科技的持续、健康发展。

综合来看，全球科技创新的发展浪潮，在发展中国家和青年一代中拥有最广泛的土壤与动力。这不仅为全球科技公司布局海外市场提供了方向，也为政策制定者在科技普及、教育投入和国际合作中提供了重要参考。科技传播的全球未来，应更加关注“南方国家”与“年轻一代”的双重引擎作用。