



人工智能技术赋能国际传播 科学认识并正确运用

□季文伟 汤伟钦

生成式人工智能给国际传播带来的挑战

Sora 技术不仅整合了 ChatGPT 等数字模型的强大功能，并在“创意智能化”技术层面取得了突破性进展，给国际传播领域带来前所未有的冲击和变化，Sora 技术的介入可能使我国面临的国际传播环境越来越复杂。

第一，是技术伦理带来的价值偏向，特别是当人工智能与政治和社会问题重叠时，将可能变得更加难以预测。此外，当恶意使用 Sora 技术进行网络攻击、间谍活动等行

为时，可能会导致国家重要信息泄露、网络瘫痪等严重后果。因此，对人工智能产生的意识形态风险，必须给予重视和防范。

第二，是深度伪造带来的信任危机。Sora 技术将“深度伪造”（Deepfake）技术推向新高度。一方面，人们容易对大模型运算结果产生信赖，如果大模型数据存在问题，极易形成“错误权威”，让虚假信息更加难以识别，导致谣言迅速扩散。另一方面，如果大模型数据存在不良社会导向，比如基于种族、民族、信仰、国别等因素产生偏见与歧视，可能使某些群体处于不公平的境遇，将造成全球信任危机。虽然 OpenAI 公司公开承诺，将采取措施对模型进行对抗性测试以评估危害或风险，但同时也承认，无法预测人们使用技术的所有有益方式和滥用技术的所有方式。同时，算法传播将会干预舆论导向。Sora 技术可能进一步引发算法歧视、信息茧房、算法霸权等问题。人工智能算法推荐容易产生强化某一方信息和意见的风险，尤其是算法隐蔽性在潜移默化中会加剧这种偏向，使得特定主题内容更利于推荐，不利信息无法获得流量扶持，可能造成不同国别和文化圈层的割裂，导致社交媒体具有把关人的权力，从而可能潜在操控国际传播议程设置。

以人工智能技术提升国际传播效能

当前，以 Sora 为标志的人工智能技术正在加速迭代，如何让人工智能技术赋能国际传播是当前必须回答好的时代课题。我们重点要强化技术创新、强化系统治理，不断提升媒体自身平台的智能化水平，推动国际传播能力和人工智能发展深度融合。

一是加快技术创新，进一步拓宽国际传播渠道。坚持“走出去、引进来”，加大对人工智能技术的投入，加强政策引导和资源配置，鼓励相关企业、研究机构和教育机构在特定区域聚集，与成熟技术团队建立战略合作，共享技术资源，集中力量攻克关键技术难题，避免智能算力等稀缺资源的分散，努力在人工智能领域赶超发展。同时，积极推动人工智能技术在国际传播领域的应用，鼓励有技术竞争力的互联网公司开展国际化运作，不断提升媒体平台智能化水平。

二是强化算法治理，进一步提升国际传播能力。加快建立健全人工智能监管相关法律法规，严格加强对大规模数据的规范管理，将人工智能和算法技术按风险等级划分，根据不同等级采取不同监管措施，保障人工智能技术在国际传播领域的合法合规应用。

三是依托技术赋能，进一步提升国际传播水平。深入挖掘 Sora 技术在内容生成、传播及分发方面的强大功能，使之更好地服务于我国国际传播事业。特别是充分利用 Sora 等人工智能技术，参与国际议题设置，创新话语表达形式，建构基于多模态场景的话语表达方式，充分了解国际受众需求，针对性制定传播策略，讲好中国故事，传播好中国声音，展示真实、立体、全面的中国。

四是夯实人才支撑，进一步壮大国际传播队伍。国际传播是个漫长的过程，人才是国际传播的核心要素。当前特别需要加快建设具有国际视野和国际传播能力的人工智能专家，为国际传播能力提升提供专业支持。同时，坚持梯度培养，充分发挥高校、社会、行业对国际传播人才的孵化作用，培养造就一大批具有家国情怀、国际视野的高素质全媒化复合型专家型国际传播人才。



1994 年墨西哥金融危机的根源与启示

□韩 斌 周洪旭 胡晓燕



1994 年 12 月，墨西哥金融危机爆发。这场危机来势凶猛，给墨西哥造成超过 400 亿美元的损失，经济出现严重衰退，国内生产总值下降了近 6.2%。危机冲击整个拉美乃至全球金融市场。

比索暴跌将墨西哥引向衰退

1994 年 12 月 19 日，墨西哥政府突然宣布本国货币比索对美元汇率降低 15%，随之而来的是外国投资者开始疯狂抛售比索，短短的三天时间，汇率就暴跌了 42%。股市也开始暴跌，到 1995 年 3 月初，股市整体跌幅高达 48%。在失业率和通胀率攀升叠加影响下，工薪阶层的收入下降了 60%，通胀率一度飙升至 50%，约 35% 的人群陷入了极端贫困。

为了适应北美自由贸易协定的规则，墨西哥修改宪法并允许土地自由买卖。由于原本种植的农作物无法获利，大量农民选择与贩毒集团合作，墨西哥逐渐从毒品通道变为世界毒品产地，由此引发的治安问题成为阻碍墨西哥发展的毒瘤。这场危机迅速波及到南美洲国家以及欧洲市场和部分亚洲新兴市场。在危机爆发的当天，拉美国家的股票指数出现集体下滑，如巴西股票指数下降 11.8%，阿根廷下降 5.0%，智利下降 3.4%。1995 年 1 月欧洲股市指数下跌 1%，远东指数下跌 6.5%，世界股市指数下降 1.7%。

危机根源

“钉住美元”汇率制度的崩溃。20

世纪 70—80 年代，包括墨西哥在内的拉美国家出现了严重的通货膨胀，墨西哥政府把钉住美元的汇率制度作为货币政策的“名义锚”，这一制度在抑制通货膨胀的同时，造成了比索币值严重高估，且限制了汇率应对外部冲击的自动调整能力。当国际投资者对墨西哥经济前景和政治稳定信心不足时，汇率压力就会迅速累积，导致汇率制度的崩溃。墨西哥外汇储备从 1994 年初的 280 亿美元锐减至年底的 60 亿美元，远远不足以维持被严重高估的比索汇率。随着墨西哥外汇储备的下降和外债压力的加大，政府决定允许比索贬值，把短期利率从 15% 上升到 32% 来吸引资金的流入，但墨西哥银行还是在不断流失储备，仅仅在一个星期内就流出了 64 亿美元的储备。1994 年 12 月 22 日，墨西哥决定放弃之前的“钉住美元汇率制度”，实行自由汇率制度，然而此时危机已经酿成。到 1995 年 3 月，比索兑换美元的汇率已经跌至 7.66:1。

债务危机衍生问题的传导叠加。20 世纪 40 年代开始，在“进口替代工业化”发展模式及“石油繁荣”期的双重推动下，墨西哥因经济增长率长期遥遥领先而一度被视为发展中国家的标杆。然而这种形势却在 80 年代开始急转直下，墨西哥对外主要出口轻工业产品和农产品，在国际市场上没有竞争力，以商业、服务业和金融业为主的三产增长过快，二产处于低增长状态且出口部门与本国其他生产部门的产业关联度较低，一产则长期处于不景气的状态，粮食产量不足。但是大量引进发达国家的中间产品和科学技术，数量多、价格高，外汇支

出大幅增加，国际收支失衡的问题愈发突出，政府无力按时偿还国际债务便只能借新还旧，债务危机爆发。

美联储加息带来沉重一击。从 1994 年 4 月起，由于担心美国经济过热以及通胀上升，美联储采取激进的方法，每次加息 50—75 个基点，直至 1995 年 2 月，联邦基准利率升至 6.00%，加息 7 次共计 300 个基点。美联储快速加息引发墨西哥短期国际资本大幅流出，比索大幅贬值，进一步导致金融危机爆发。

启示

墨西哥盲目追随美国的经济体制和新自由主义导致本国经济失去了自我发展的道路，留给人们的启示非常深刻。

避免走入贸易投资自由化陷阱。墨西哥一度是拉美地区吸引外资最多的国家，但投机性投资膨胀，生产性投资不断下降，经济增长缺乏动力，产生了严重的经济泡沫，而且在面对发达国家的贸易规则时，主动放弃了发展中国家应有的权利，过早撤销贸易保护政策，外国商品大举涌入，导致经常项目赤字加大，贸易逆差迅速扩大。因此要探索符合本国国情的金融发展模式。一是要遵循金融发展规律，立足本国国情稳步对接国际规则。金融发展要与本国市场发展程度、金融工具多样性和规则机制完善性等相适应，还要具备管控风险和适应外部环境变化的相应能力。在条件不具备、准备不充分的情况下全面开放金融市场不亚于自毁长城。二是要抑制投机性投资，注意引资数量、结构和流向监控。密切跟踪全球外国直接投资总趋势、行业趋势、跨国公司投资布局调整趋势、发展中国家可持续发展目标投资缺口等因素来引进高质量外资，大力引进中长期资本和直接投资，适度控制短期资本和间接投资。三是加

强证券市场的监控管理，密切关注境外资本注入对本国汇率和经济融资能力的影响，加强对信贷、流动性、负债、汇率、资产和资本外流等关键指标的监测，制定外资进入国内证券市场时间表，将外汇储备维持在相对安全的范围之内。

全面提高产业体系安全性。在这次危机爆发前，墨西哥对美国市场的依附性日益明显，产业结构也深度捆绑到美国市场中，这对墨西哥本土的民族工业、农业都造成了巨大冲击，产业结构呈现极强的外部依附性，也伴随着极高的脆弱性。一是要重点培育本国产业。构建富有韧性的产业链供应链体系，增强产品的技术含量和国际竞争力，形成健康均衡的宏观经济结构。二是要在经济全球化大背景下积极推动技术贸易市场的开放，使经济技术合作和贸易投资自由化齐头并进，以便发展中国家和发达国家共同受益，增强整个国际社会抵御金融危机的能力。

守住开放条件下的金融安全底线。在金融市场日益国际化的时代，全球已进入风险共担的时代，每一次区域性危机的爆发都将给整个国际社会带来严重的影响。要加强国际合作，积极探索全球金融治理新模式，一是要完善现代金融监管体制，加强维护金融稳定和防范系统性风险的能力。进一步推动促进贸易和投融资便利化，稳步扩大金融市场制度型开放，拓展境内外金融市场互联互通。二是要建立发展中国家金融监管和合作机制，加强信息共享和有益经验分享，提升发展中国家在重大国际金融规则、标准制定中的整体话语权和影响力，加强政策协调，共同防范系统性风险信息交换和预警机制，不断完善跨境资本流动的“宏观审慎+微观监管”。及时预警及时救援，有效控制不利影响的区域传播乃至全球蔓延。

印度尼西亚如何发展咖啡产业

□罗 晓

印度尼西亚是世界咖啡生产和出口大国。从 17 世纪中叶荷兰东印度公司将咖啡种植引入印度尼西亚群岛至今，其咖啡产业已有 300 余年发展历史。作为全球第四大咖啡生产国，全球第七大咖啡市场，印度尼西亚咖啡产业具有较大潜力和发展空间。

注重顶层设计，规划产业发展“路线图”。印度尼西亚是咖啡品种和数量最多的国家之一，咖啡种植总面积约 130 万公顷，占耕地总面积的 24%，大约拥有 27 亿株咖啡树，大部分生产为有机种植。印度尼西亚生产的咖啡品种主要包括阿拉比卡咖啡、罗布斯塔咖啡和猴子咖啡等。印度尼西亚政府将咖啡产业列为《国家主要发展规划（2015—2045）》中的优先发展“路线图”——《印度尼西亚咖啡产业政策指导：如何应对竞争挑战、气候变化和国际市场变动》。该路线图收集了印度尼西亚国内及全球有关咖啡的信息，并解析咖啡业的详细策略，概括了短期直至长期的挑战性和应采取的策略和措施，以期发掘印度尼西亚咖啡产业的发展潜能。为刺激咖啡行业发展，印度尼西亚制定各种战略计划，包括提高人力资源和技术能力、提高咖啡产品质量标准、开发产品国家标准和职业能力标准等。目前印度尼西亚已经注册了 30 多种地理标志咖啡，做强地方特色产品，鼓励咖啡产品出口，参与国际市场竞争。除此之外，印度尼西亚政府正在推进一项名为“印度尼西亚咖啡 2030”的计划，旨在到 2030 年将印度尼西亚咖啡的加

工量提高到 50 万吨以上，不仅满足国

内市场需求，还将咖啡豆大量出口到美国、欧洲和日本等地。

坚持因地制宜，丰富种植品种多样性。印度尼西亚属于热带雨林气候，地理位置横跨赤道两侧，由超过 17000 个岛屿组成，年平均温度 25—27℃，无四季的分别。优越的天然环境条件为咖啡豆的生长提供了良好的保障，丰富的矿物质土壤和充足的阳光使得咖啡豆能够在健康、稳定的环境中茁壮成长。由于气候湿润，印度尼西亚咖啡豆通常具有较高的酸度和浓郁的口感。苏门答腊、爪哇、巴厘岛和东加里曼丹是主要的咖啡产区。针对各个产区独特的气候、土壤和栽培条件，印度尼西亚在不同的岛屿上种植了各种不同类型的咖啡豆，每个地区都有其独特的品种和风味。在地理位置、气候条件以及种植加工方法等因素影响下，印度尼西亚咖啡豆展现出令人惊叹的多样化口味，深受各国消费者喜爱。

直面气候挑战，构筑持续发展供应链。咖啡供应链涉及到种植、加工、销售等多个环节，由于气候变化等影响，咖啡产业发展过程中需要面对的问题越来越多。干旱、洪水、疾病等自然灾害会对咖啡的生长产生不利影响，而气候变化导致的气温上升和气候变化加剧也会对咖啡的生长和品质产生直接影响。此外，咖啡供应链还面临着加工和运输等方面的问题。为应对问题挑战，提高国内的咖啡生产能力，保障咖啡供应链的可持续发展，印度尼西亚咖啡产业在各环节采取了相应举措。在种植环节，加强咖啡种植者的培训和指导，提高他

们的种植技能和意识。不断改进种植和处理咖啡豆的技术，提供高品质的种子、及时施肥、浇水管理，实施老树更新计划，使用更有效的灌溉系统和更好的土壤管理来提高产量。在加工环节，传承弘扬“湿刨法”等独有技术优势，其中最著名的是“双发酵”法，即将咖啡果实进行两次发酵处理，使得咖啡豆产生了独特而复杂的风味。在储存运输环节，积极建设物流和供应链网络，采用环保型的运输和存储方式，开发节能型的供应链技术和设备，加强咖啡供应链的协调和管理，确保各个环节的顺利进行。在此基础上，印度尼西亚特别注重环保和公平贸易的实践，以保护环境和提高农民的生活水平。

优化运营策略，培育市场盈利增长点。随着国内中产阶级的兴起，印度尼西亚咖啡产业努力争取本土消费者的支持，将产品创新和成本控制视为维持增长和不断扩张的关键。针对高端咖啡品牌和街头速溶咖啡小摊之间的市场空白，适时推出价格实惠的现煮咖啡。主动从单一咖啡品牌转型为一站式提供各类饮品食品的优选商家。通过社交媒体增加曝光率，并与知名快消品牌联合推出新产品，提高品牌知名度，或推出面向特定群体的咖啡饮料来提高市场占有率。部分咖啡企业还着力建设现代化的连锁咖啡店，在门店设计和环保包装上，都注重为顾客提供舒适和放松体验。数字化也为印度尼西亚咖啡产业发展注入了新的动能，比如通过 APP 或即时服务平台加强客户获取和留存，应用专

有数据管理工具提升运营效率，实现高效的库存管理和优化供需规划，达到快速扩张门店和扩大盈利的目标。各企业还普遍重视控制成本，保证利润空间，如与本地咖啡豆出口公司合作，生产所需优质咖啡豆并降低咖啡豆采购成本；与糖浆等不同原料供应商进行半集中化采购，以更优的价格采购原材料；重新与包装生产商协商采购价，通过大量采购来获得折扣优惠。

携手文旅整合，提升咖啡产业附加值。印度尼西亚积极将咖啡文化融入旅游业，吸引更多的游客，通过参加国际咖啡展览会、推广具有本土特色的咖啡品牌，在全球范围内提高了其咖啡的知名度。同时，为发展咖啡产业，印度尼西亚各界也积极参与、献计献策。印度尼西亚工业部每年 10 月份举办“印度尼西亚咖啡日”主题活动，进一步提升国内外市场对印度尼西亚咖啡文化的消费。印度尼西亚最大国营银行曼迪利携手印度尼西亚邮政公司，共同为巴布亚等偏远省份咖啡从业者提供装备器材、物流运输、烘焙技能培训、市场咨询服务等支持。此外，印度尼西亚各学术机构还不定期组织关于提高咖啡产能的研讨会，从生物技术应用、咖啡园优化利用、专业人才培养、咖啡文化培育、咖啡与健康研究、咖啡旅游等多个角度，聚力探索增加印度尼西亚咖啡产业附加值之路。

