

習近平向全國廣大教師和教育工作者致以節日祝賀和誠摯問候

香港文匯報訊 據新華社報道，在第四十二個教師節到來之際，中共中央總書記、國家主席、中央軍委主席習近平代表黨中央，向全國廣大教師和教育工作者致以節日祝賀和誠摯

問候。
習近平指出，長期以來，全國廣大教師認真貫徹黨的教育方針，躬耕教壇、傳道授業，為黨和國家事業發展作出了重要貢獻。

習近平強調，新征程上，希望廣大教師牢記為黨育人、為國育才的初心使命，落實立德樹人根本任務，大力弘揚教育家精神，涵養高尚師德師風，提升專業素質能力，努力培養擔當

民族復興大任的時代新人。各級黨委和政府要重視加強教師隊伍建設，在全社會營造尊師重教良好氛圍，匯聚起教育強國建設的強大合力。

服貿會在京開幕 同日發布報告顯示中國服務貿易品牌價值加速崛起 中國21品牌入全球百強 總價值列第二

2026年中國國際服務貿易交易會（下稱「服貿會」）9日在北京首鋼園開幕，約90個國家（地區）和國際組織設展辦會，1,800餘家企業線下參展，其中456家為世界500強和行業龍頭企業。今年服貿會首次設立「出海服務推介路演區」，「出海」成為本屆服貿會核心關鍵詞。此外，品牌金融集團（Brand Finance）9日在服貿會上首發2026全球服務貿易品牌價值100強報告（以下簡稱「報告」）。報告顯示，中國共有21個品牌進入全球百強，佔百強總價值的19.08%，僅次於美國居全球第二。

●香港文匯報記者 馬曉芳、郭瀚林、蘇雨潤 北京報道

據新華網此前報道，品牌金融集團成立於1996年，是全球領先的品牌估值諮詢機構，其年度全球品牌價值500強等報告以數據化估值方法與跨行業研究，成為衡量全球品牌價值的重要參考。

形成數字金融「雙支柱」優勢

報告認為，全球價值創造正加速向無形資產轉移，2026年全球服務貿易品牌價值100強的價值合計4.595萬億美元，數字、金融、商業服務與旅行生活服務成為主要價值來源，服務貿易成為無形資產跨境變現關鍵通道。

其中，中國品牌表現尤為值得關注。報告指出，中國共有21個品牌進入全球百強，總價值達8,767.7億美元，佔百強總價值的19.08%，位居全球第二。報告顯示，中國已形成數字與金融「雙支柱」優勢，TikTok/抖音以1,535.4億美元領跑中國品牌。騰訊、中國移動、微信、京東、拼多多等也躋身百強。在全球數字貿易品牌榜，美國佔11席，價值份額77.10%，中國佔4席，價值份額12.51%。而全球跨境金融服務品牌榜中，中國6席，價值3,783.0億美元，佔41.26%；美國9席，價值3,649.4億美元，佔39.80%。

報告說，中國既不是美國平台模式的簡單複製，也不是愛爾蘭或新加坡樞紐模式的放大。中國同時擁有全球百強第二大的品牌價值份額、數字與金融「雙支柱」、超大國內市場、完整供應鏈以及快速上升的無形資產比重；與此同時，其專業服務全球化、文化IP變現、多市場信譽和口碑溢價仍有明顯提升空間。中國為服務貿易榜單提供了一個難得的完整樣本。

首設「中國服務」展區及「出海服務」專區

品牌金融集團亞太區總裁亞歷克斯·黑格表示，依託數字平台、通信網絡、大型金融機構的協同優勢，中國服務貿易品牌價值加速崛起，折

射「中國製造」向「中國服務」「中國品牌」延伸的新趨勢。

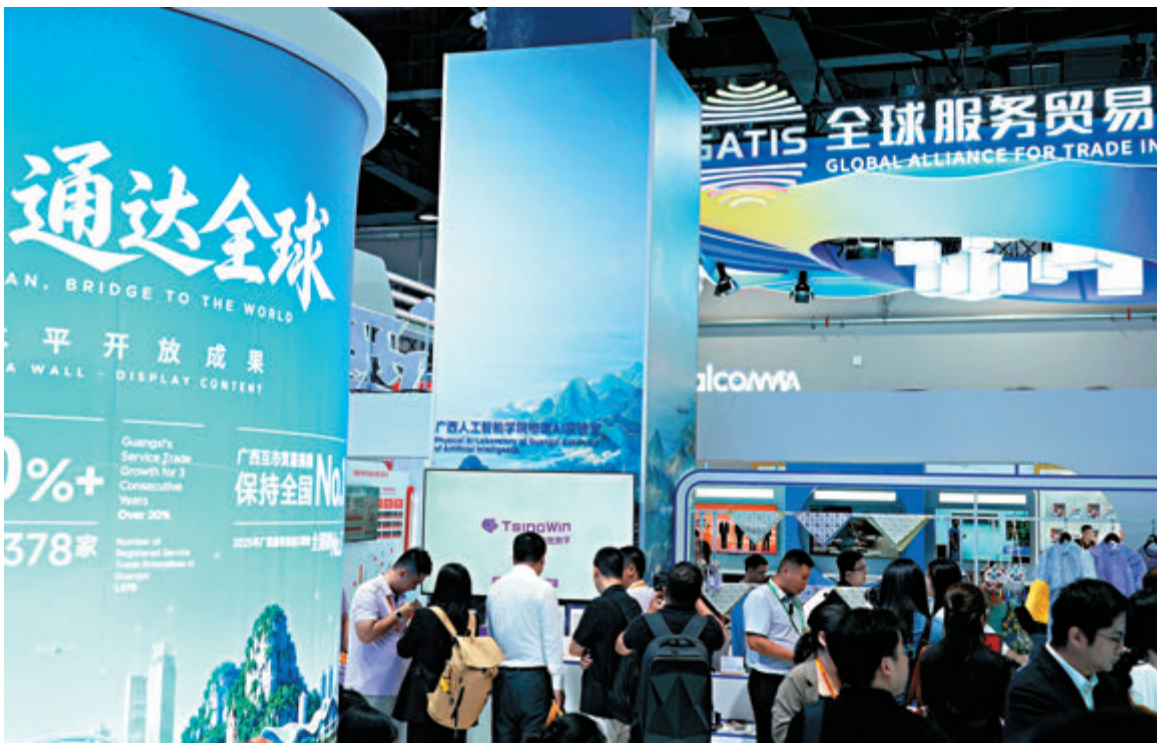
報告對中國服務貿易的評價在服貿會現場也有生動體現。今年服貿會首次在主題展核心區域設立「中國服務」展區，積極推動中國服務走向全球。據了解，「中國服務」展區現場展示24個省區市、15個中央企業、8個中央金融企業的140個案例，覆蓋服務貿易全領域，匯聚了數智服務、文化創意、民生服務、兩業融合等方面的最新成果。

同時，為助力中國服務順利出海、走向全球，本屆服貿會首次在多個專題展設立「出海服務」專區，為中國企業拓展國際市場提供專業化支持，推動更多優質「中國服務」走向世界。其中，安永華明會計師事務所重點展示安永助力企業全球化布局的一站式服務體系——涵蓋海外投資政策深度解讀、ESG合規風險管控、跨境稅務合規賦能等關鍵領域，並以實際案例展示安永專業團隊幫助企業進行前瞻性的風險管理，為中國企業海外投資提供投前規劃，為中國企業「走出去」保駕護航，讓中國企業更加了解「一帶一路」的機遇與挑戰。

據首都會展集團相關負責人介紹，為助力「中國服務」順利出海、走向全球，2026年服貿會首次搭建「出海服務推介路演區」，41場活動貫穿展會全程。現場圍繞企業出海需求，設置法律、會計諮詢、知識產權、人力資源、物流、廣告、金融等主題專場，邀請為企業出海提供「一站式」服務的專業機構現場推介，分享實操案例，輸出可落地的出海服務解決方案，助力企業拓展海外市場。

香港館首推現場「一對一」對接服務

另據中新社報道，由香港貿易發展局主辦的香港館已是連續第13年參展。今年，香港館首次推出現場「一對一」對接服務，並圍繞企業出海需求設置港交所上市、法律仲裁、供應鏈管理、品



● 9月9日，2026年中國國際服務貿易交易會在北京首鋼園開幕。圖為觀眾在主賓省廣西展台前參觀。 新華社

入選榜單前20的中企

排名	品牌	品牌價值 (億美元)
4	TikTok/抖音	1,535.4
7	中國工商銀行	908.8
9	中國建設銀行	771.8
11	中國銀行	708.1
13	中國農業銀行	627.9
18	騰訊	521.0

來源：《Brand Finance: 2026全球服務貿易品牌價值100強報告》

整理：香港文匯報記者 馬曉芳

牌設計等專題分享，向內地企業展示香港專業服務的獨特優勢。

香港貿發局華北、東北首席代表陳嘉賢表示，香港擁有金融、法律、投融資、風險管理等全方位的專業服務配套，可助力內地企業實現從「產品出海」到「品牌出海」再到「經營模式出海」的升級轉型。陳嘉賢認為，「服務」凸顯香港發揮自身獨特優勢，為國家整體發展提供專業支撐，用高增值的專業服務為內地企業出海保駕護航，體現香港從參與者、受益者向貢獻者、推動者的角色升級。

世界旅遊城市排行榜 香港再入前十名列第七

香港文匯報訊（記者 羅洪嘯 北京報道）由世界旅遊城市聯合會主辦的2026世界旅遊合作與發展大會9日在北京首鋼園舉辦。會上發布的《世界旅遊城市發展報告（2025-2026）》從城市知名度、產業景氣度、城市智慧度等六大維度，對全球100個旅遊城市進行綜合評估。報告顯示，世界旅遊城市綜合排名前十位依次是：紐約、東京、巴黎、倫敦、北京、上海、香港、米蘭、伊斯坦布爾和迪拜。香港重新闖入前十，躋身第7位，北京則位列第5位，較去年上升2位。香港還在城市智慧度單項排名第3位，僅次於紐約和北京，澳門則排名第4位。

據此前報道，2025世界旅遊合作與發展大會公布的世界旅遊城市綜合排名中，紐約、東京和巴黎名列三甲；中國北京、上海和香港分列第7、第9和第11名。而在此前公布的排名中，香港也曾數次躋身十強。

旅遊業是全球服務貿易中最具活力的板塊之一，隨着免簽政策持續優化、中國入境遊熱度持續攀升。中國旅遊研究院院長戴斌在會上表示，2026年中國入境旅遊有望保持兩位數增長，北京增速更快。

世界旅遊城市聯合會專家、美國內華達大學拉斯維加斯分校終身教授列瑟夫·萊馬表示，出入境便利化政策持續升級，數字技術驅動全球文旅智能升級。數字基礎設施、移動支付、智能交通和人工智能服務已成為重要競爭領域。

會上還發布了世界旅遊城市聯合會主導制定的《品牌評價 旅遊城市》ISO國際標準（ISO 11778），配套的121項城市評分細則標誌着可執行的旅遊城市評價標尺自此形成。

2026世界旅遊合作與發展大會作為2026年中國國際服務貿易交易會期間舉辦的主題論壇之一，以「數智煥新 和合共贏」為主題，來自全球50餘個國家和地區的城市代表、國際旅行商等400餘人出席活動，共同探討數智時代世界旅遊業的合作路徑與發展趨勢。

中國服務出海新躍遷：走向體系化能力輸出

專家解讀

中國社會科學院金融所博士後研究員郭寒冰接受香港文匯報採訪時指出，今年服貿會首次設立「出海服務」專區，直觀呈現了中國服務貿易的深層躍遷：服務出海不再是商品貿易的配套附屬，而是轉向覆蓋技術、運營、合規、標準的整套能力輸出，這是中國產業全球化從體量擴張走向體系輸出的一次標誌性轉折。

郭寒冰談到，早期中國服務的出海多依附於商品貿易，核心目標是提升產品溢價，服務本身缺乏獨立商業價值。而當下的體系化的能力輸出，則是將國內積累的產業經驗、技術體系、運營模式整體打包，作為獨立的貿易品參與全球競爭。

從北斗導航的時空信息運營服務，到新能源車企在歐洲搭建本土化生態體系，再到法律、會計、知識產權等專業服務伴隨中資企業全生命周期出海，其核心邏輯已從「賣產品附贈服務」，轉向「輸出可落地的產業能力」。

競爭早已超越性價比層面

「中國服務的核心競爭力，不在於單一環節的價格優勢，而在於體系化的場景適應能力。當前企業出海的競爭早已超越性價比層面，轉向規則適應、風險管控、本地運營的綜合比拼。」她強調，中國服務依託國內完整產業場景的長期沉澱，能夠提供從前期市場准入、中期建設運營到

後期風險應對的全鏈條解決方案，這種體系化能力是單一產品出口無法構建的護城河，也是未來海外採購方最為關注的核心價值。

郭寒冰認為，過去中國依託製造成本優勢參與全球分工，輸出的是實體的勞動成果。而現在依託產業體系優勢輸出發展能力，輸出的是可複製的產業經驗與運營範式。這種轉型不僅拓展了服務貿易的增長邊界，更推動中國從全球供應鏈的參與者，轉向產業生態的構建者。「當然，體系化服務能力輸出目前仍處於起步階段，國際化人才儲備、屬地化運營深度、國際標準話語權仍是待補短板。」

●香港文匯報

記者 馬曉芳、郭瀚林、蘇雨潤 北京報道

商務部：美若以蒸餾為名打壓中國AI企 中方必反制

香港文匯報訊 據央視新聞報道，商務部新聞發言人就美發布中國人工智能企業對美蒸餾活動相關網絡安全公告答記者問。

美東時間9月8日，美國國家安全局、網絡安全與基礎設施安全局、聯邦調查局聯合發布公告，指責中國人工智能企業對美開展「工業規模」蒸餾，獲取美前沿模型能力，並向美企提出相關防禦措施建議。

美將行業通行做法抹黑為攻擊行為

發言人對此表示，中方認為，美方所謂中國人工智能企業從事「工業規模」蒸餾美模型的指控，於事無憑，於法無據。美方此舉，是將蒸餾這一業內正常的技術和商業問題政治化、工具化，並在實踐中搞雙重標準。美方相關公告，是其在人工智能領域推行科技霸權、搞算力壟斷，打壓競爭的又一明證。中方對此堅決反

對。

蒸餾是人工智能領域各個模型間互相學習的通行做法，本質是中性技術手段，包括美企在內的全球模型企業都在用。這種技術手段可以幫助模型提升學習效率，實現人類知識的更高效利用，對各國發展人工智能產業、釋放人工智能技術潛力、彌補發展鴻溝、更廣泛惠及發展中國家和社會大眾有積極意義。

發言人強調，美方做法是典型的雙重標準。對於人工智能，中方鼓勵開源開放、合作共享，中方開源模型向包括美企在內的全球企業開放，為相關模型研發提供便利。美企有關模型研發報告也披露，其大量蒸餾中國模型。反觀美方，多次單方面指責中國企業從事「工業規模」蒸餾，將行業通行做法抹黑為攻擊行為，既反映了美方的焦慮，又體現了雙重標準。

發言人說，美方做法是典型的以打擊蒸餾為

名，行產業壟斷之實。美方由安全部門發布公告，是將個別企業和資本利益與國家安全相捆綁，動用國家強權機構干涉正常商業活動。我們注意到，美個別人工智能企業濫用競爭優勢地位，在用戶協議中設置寬泛的地域限制等霸王條款。美方相關蒸餾指控，有為這些霸王條款背書之嫌。

兩國元首已同意開展AI政府間對話

發言人指出，美方做法是典型的動用國家力量維護科技霸權和算力壟斷，打壓競爭。今年以來，美行政、立法機關頻頻發出對中國企業蒸餾行為的制裁打壓威脅，其目的是打壓競爭，維護美在算力、數據方面的壟斷，只能美國獨贏，不能人類共贏，將本應公開公平獲取的全球人工智能資源變成少數企業的獨佔資源，阻止他國參與人工智能創新成果的普惠共享。

當前，大模型產業正處於技術迭代、風險迭發、成長發展的關鍵時期。中美作為大國，應以積極負責態度處理人工智能領域面臨的挑戰和風險。兩國元首已同意開展人工智能政府間對話，中方願以平等互利、合作共贏原則，通過對話與美方開展建設性和專業的討論。但如果美方以打擊蒸餾為名，實施過壓中國人工智能企業的行動，中方必將堅決採取措施予以反制。希望美方與中方相向而行，通過對話和溝通管控風險，推動人工智能產業惠及全球。

中美都是人工智能大國應加強合作

此外，據中新社報道，針對有報道稱美方指責中國人工智能企業「複製」美企技術，中國外交部發言人毛寧9日在例行記者會會上表示，望美方不要對中國進行不實指責和抹黑，中美都是人工智能大國，應當加強合作。