

泉州寄罗马尼亚COD快递 电商COD快递小包专线

产品名称	泉州寄罗马尼亚COD快递 电商COD快递小包专线
公司名称	深圳森鸿国际物流有限公司
价格	15.00/KG
规格参数	品牌:罗马尼亚COD物流 主营业务:罗马尼亚跨境电商小包物流 服务:代收货款一件代发双清包税
公司地址	深圳市宝安区沙井街道马安山社区鞍胜路35号一层-东(注册地址)
联系电话	19079896087 19079896087

产品详情

从Copy to China到

Copy from China

有媒体

曾经报道称，2015年，硅谷创投教父彼得·蒂尔在中国两周参加了几十场活动，得到一个结论：中国的每一个领域的市场竞争都很激烈，可以把其他一些国家的东西复制到中国，但同时也有100多个人在做同样的事情。

中国互联网竞争有多激烈？我们大概可以从滴滴快的、美团饿了么等案例中找到答案。激烈的厮杀让彼得·蒂尔有点害怕。

文章总结称，在一定程度上，正是因为这种激烈的竞争，让中国的互联网企业创业者完成了从模仿者到创新者的转变。

实际上，从早的QQ，到后来的微博、美团、滴滴等一众企业，几乎都能在国外品牌上找到影子。彼时大部分创业者更喜欢将自己标榜为“中国的xx”。

但与外资互联网企业不同的是，中国互联网创业者面对的是全世界大的消费市场，巨大的人口基数和网民人数给中国科技企业发展提供了广阔的试验田。同时又具有相对比较清晰的分层效应，无论是边界还是下沉，都拥有极具想象的发展空间。

另一方面，在2012年之后，移动互联网全面爆发，中国互联网不再是落后的追随者，与国外企业站在了同一起跑线。于是，可借鉴模仿的对象越来越少，彻底激发了中国互联网创业者的创新思维，中国互联网也从模仿者变成了被模仿者。

于是我们可以看到，Facebook模仿蘑菇街，推出了类似电视购物的实时视频功能；在几大应用市场上架一款名为Lasso的独立短视频产品，以对标抖音；多个国家都出现了仿照“美图”的App。

《纽约时报》也撰文指出，“中国抄袭美国的时代过去了，在移动领域，美国已经开始抄袭中国。”

但能抄袭的是模式，抄不到的是文化属性。中国互联网出海大军当中，网文出海算是一个特殊的群体，不仅创造了海外此前并不存在的新兴市场，更是在潜移默化中输出着中国文化和IP符号。

《中国网络文学国际传播发展报告》显示，2020年，中国网络小说海外市场规模达到11.3亿元，增速达到145%。预计到2021年年底，中国网文的海外市场规模将成倍增长，有望突破30亿元，中国

网文的海外用户规模也可能达到1.45亿人。

不单单是网文本身的传播，网文出海还在持续创造价值。例如，《妖神传》《燕云台》等改编的漫画、电视剧在海外上线播出，并深受好评，既创造了商业价值，也在传播中国文化。

巨头也注意到了这一市场，字节和小米分别推出fizzo和wonderfic，亚马逊则推出了新颖的创造平台kindle vella，试图阻挡中国网文的进攻。

从早期的Copy to China，到如今的Copy from China，印证着中国互联网已经走在了发展前列。而走出去，走进日韩、欧美等发达地区，则印证着中国文化的自信与中国互联网行业的非凡创造力。