



与时偕行 天地宽阔

——第七届中国国际进口博览会观察

新华社记者
刘虹霞 谢希瑶 周蕊

东方之约,五洲汇聚。黄浦江畔,万商云集。11月10日,第七届中国国际进口博览会在上海圆满收官。

6天里,近3500家参展商、约800个采购团体乘兴而来,满载而归。按年计,本届进博会意向成交额800.1亿美元,比上届增长2.0%。

志合者,不以山海为远。“我们要以开放促发展之困、以开放汇合作之力、以开放聚创新之势、以开放谋共享之福,推动经济全球化不断向前,增强各国发展动能,让发展成果更多更公平惠及各国人民。”习近平主席的深刻论述和鲜明宣示,在本届进博会上有了新的生动实践。

汇世界——进博之约磁力不断增强

上一批客商还没走,又一批客商已经到了;前一场签约刚结束,LED屏幕上又准备了新的签约背景板……这几天,西门口能源展台分外热闹。这家进博“全勤生”每年都能拿下“绿色大单”,今年,又有10多场签约。

从头回客变回头客,再到常驻客,西门子能源是个缩影。七年进博会,全球186家企业和机构保持“全勤”,至少80家企业和机构已提前一年预约了第八届进博会。

——这里有巨大而开放的市场。签大单、签长单。今年进博会,39个政府交易团和4个行业交易团,共计780个分团到会采购,数量达到新高,这些专业买家精挑细选,既瞄准消费提质新趋势,也致力于为中国产业转型升级添砖加瓦。

“今年,美国食品与农业馆成交7.11亿美元,比去年增长41%。”上海美国商会会长郑艺感慨,进博会的商机绵延不断。

——这里有面向全球的展示舞台。脊柱手术机器人、米其林月球探测车轮胎、“空中出租车”载人真机……本届进博会新品发布台上,平均每隔15分钟,就会有一件或者多件全球首发、亚洲首秀、中国首展。今年,超400项新产品新技术新服务亮相。

“七年来我们在进博会全球首发了29款新品,其中有19款产品灵感来源于中国传统文化。”乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强说,这些充满中国元素的产品不仅在中国市场备受欢迎,在全球市场上同样热卖。

——这里有投资中国的有效指引。进博会是世界观察中国经济的一扇窗,为众多跨国企业扎根中国、深耕中国提供了风向标。不久前,美敦力康迪与江苏常州国家高新技术产业开发区签署投资合作协议,进一步加码增资;今年4月,欧莱雅正式启动苏州智能运营中心,这是其今年在中国市场最大的投资项目;贺利氏仅今年就有5家工厂在中国新开工或竣工……

“下一个中国”依然是中国,投资中国就是投资未来。”欧莱雅集团董事长安玟的话,道出了许多进博之友的心声。

集众力——大家的事由大家商量着办

开放集众力,合作应变局。第七届虹桥国际经济论坛发布的《世界开放报告2024》显示,2023年,世界开放指数为0.7542,同比下降0.12%,震荡收缩趋势明显。“我们比以往任何时候都更需要一种多边形式,让成员能够聚在一起推行现有规则,谈判新的规则并解决争端。”世界贸易组织首席经济学家拉尔夫·奥萨说。

进博会搭起开放的平台,汇聚起合作的暖

意。本届虹桥论坛设置“全球南方”“世贸组织三十年与中国”“新型储能”“新能源汽车”“银发经济”等议题,不断为促进全球开放和发展集思广益。

本届进博会开幕前夕,欧盟对华电动汽车加征关税正式生效。但这并不能阻挡中外车企加强合作的强烈意愿。

在云集全球15大整车品牌、40多家国际产业链供应链企业的汽车展区,占据“C位”的多是中外合作的新能源汽车技术和产品。德国大众汽车集团管理董事会主席奥博穆说:“我们在中国市场积累的经验和技术,也将为我们在全球市场的转型注入强劲动力。”

坚持“拉手”而不是“松手”,坚持“拆墙”而不是“筑墙”。空客在本届进博会上展出三款新一代飞机模型及空客可持续发展路径图。值得一提的是,小到支架、座椅,大到机身筒段、机翼、舱门等部件,空客飞机上的中国元素越来越多。空客中国首席运营官柏舒曼表示,空客在天津设厂,可以更好利用中国完善的供应链体系,全球产业链供应链不能断。

“我们愿持续深化贸易投资合作和产业分工协作,坚决反对‘筑墙设垒’和各种形式的‘脱钩断链’,打造高效敏捷、富有韧性的全球产业链供应链体系。”国务院国资委副主任、进博会中央企业交易团团长苟坪说。

惠全球——推动经济全球化不断向前

“您能不能帮我跟大家说一下,每人最多只能买一瓶?”闲聊没几句,鲁拉·阿迪卜就向记者“求助”。

59岁的鲁拉,是叙利亚BioCham精油公司创办人。自打第一届起,BioCham就年年参展。“进博会改变了我们公司的命运,改变了我的几十名员工家庭的命运,他们不用再背井离乡讨生活,因为遥远的中国给我们带来了触手可及的希望。”鲁拉眼里闪着泪光,“现在,我来进博会感觉就像是回家一样。”

鲁拉的进博会故事,是中国同全球南方国家携手向前的生动注脚。为37个最不发达国家提供120多个免费展位,食品及农产品展区进一步扩大非洲产品专区面积,举办“全球南方的可持续发展与中非合作”分论坛……本届进博会上,中国再次以实际行动为全球南方国家打开新的机遇之门。

从创办之初,进博会就坚持博采众长,既为发达经济体提供广阔平台,也为新兴经济体以及最不发达国家提供温暖天地,为世界经济百花园持续注入活力。七年来,越来越多来自最不发达国家的产品通过进博会进入中国市场,带动相关国家产业发展、民生改善。

今年12月1日起,中国将给予最不发达国家100%税目产品零关税待遇。中国以实际行动同世界各国分享发展机遇,推动中国大市场成为世界大机遇,真正做到让发展成果更公平地惠及各国人民。

卢旺达奥林匹克乐园蜂蜜公司创始人索热·穆雷凯齐表示,在进博会“惠全球”的理念下,世界没有被遗忘的角落。

中国的舞台,世界的精彩。毕加索、齐白石、莫兰迪、潘天寿……涉及10多个国家、80多位艺术家的绘画、雕塑等作品,在进博会国际艺术专区“艺道·百年国际现代艺术项目”展览上亮相,为观众呈现一场艺术盛宴。

进博会期间,200余场中外文艺表演精彩纷呈,既有河南的戏曲、新疆的舞蹈、浙江的皮影戏等中国传统艺术表演,也有来自克罗地亚、意大利、法国等国外艺术家的精彩演绎,令人大饱眼福。

各美其美、美美与共。以进博为媒,中国正与世界书写更多合作共赢新篇章。

(新华社上海11月10日电)



11月9日,在第七届进博会创新孵化专区,可立点科技的工作人员在展示瘫痪助行移动机器人。



这是近日在第七届进博会汽车展区拍摄的在亚洲首次亮相的米其林月球探测车轮胎。



11月10日,第七届中国国际进口博览会在国家会展中心(上海)闭幕,这是人们在第七届进博会中国馆参观。

本版图片均由新华社发

买全球 惠世界

海外人士期待中国开放红利持续释放

新华社记者 马湛 周蕊 闫洁

第七届中国国际进口博览会5日至10日在上海举行。连续七年,进博会迎五洲游客,计天下利,为全球企业搭建“买全球、卖全球”的重要国际平台。随着进博会“朋友圈”持续扩大,展商收获满满。海外人士期待中国不断推进高水平对外开放,继续与世界共享发展红利。

买全球,让消费者和企业选择更多,充分享受全球化便利,也彰显中国坚持对外开放的决心。

乌兹别克斯坦科学院国家与法律研究所高级研究员纳扎罗夫说,“买全球”有助于保障国家间商品、服务和资本自由流动,为消费者提供了更广泛选择。进博会是展示创新产品、促进国际合作的重要平台,相信中国将进一步释放市场潜力,为全球企业创造更开放和公平的竞争环境。

第七次参加进博会的叙利亚BioCham公司主营精油、芳香水剂等植物提取物产品。公司创办人鲁拉·阿迪卜说,“进博会‘买全球’理念对全球贸易发展至关重要,为加强国家间经济合作提供了独特机遇。中国坚持高水平对外开放增强了我们对中国经济前景的信心。进博会是展示产品和接触消费者的理想平台,我们对中国市场和进博会抱有非常乐观的期待。”

上海美国商会会长郑艺对新华社记者表示,中国是美国农产品重要的出口目的国。美国出口商高度重视中国市场,相信可以为两国合作作出更大贡献。

今年挪威首次在进博会设立国家馆。挪威瓶装饮用水品牌美丝中国总裁黄瑜胜说,2018年,美丝在湖北的天然矿泉水生产基地正式投产,此次进博会上公司分享了一系列可持续发展举措,未来将进一步回馈中国消费者。

俄罗斯高等经济大学副校长维多利亚·帕诺娃表示,进博会将有助于各国扩大商品和科技交流,在相互协作中促进资源积累和人员往来,不断激发创造活力,期待进博会为世界发展提供新动力。

惠世界,进博会是各国合作共赢的大舞台,是全球互惠互利的大合唱。荷兰国际化妆品连锁品牌怡式今年首次参加进博会。该公司全球首席运营官格雷戈里·布吕耶表示,怡式始终对中国市场充满信心,期待在中国进一步成长。

尼加拉瓜圣马丁肉制品公司总经理埃米利奥·卡尔德拉说:“进博会不仅为大公司敞开大门,也为尼加拉瓜中小企业提供了平台,让中小企业能够与中国市场接轨并获得发展机会。”

埃及政治经济、统计和立法协会会员瓦利德·贾巴拉认为,进博会不仅是进口产品的盛会,也为发展中国家打开一扇大门,在发展中国家间架起相聚、合作的桥梁,相信进博会将持续为各国提供向中国乃至全球市场展示产品的机会。

巴西精英企业家协会中国区首席执行官若泽·里卡多·多斯桑多斯说,进博会彰显中国关于开放市场和国际贸易的承诺。当前,一些经济体推行贸易保护主义政策,影响全球化进程,中国则展现出与世界分享发展红利的坚定决心。

韩国韩中城市友好协会会长权起植表示,期待中国开放的大门越开越大,与各国共享发展成果,一同谱写普惠、共赢、包容的美好蓝图,共享新时代美好未来。

(新华社北京11月10日电)

从进博会四个“新”看未来生活新趋势

新产品:首发首展秀出生活新选择

全球首发、亚洲首秀、中国首展,本届进博会上,众多炫酷新品让人目不暇接。在创新孵化专区,众多观众排队试穿一双鞋。这款联动科技亚洲首展的智能动力鞋“踏月者”,看上去像凉鞋一样,能助人走出2.5倍于成年人的步速。“走路很轻松,体验了一把‘健步如飞’。”一位观众试穿后说。

第7年参加进博会的新西兰企业组仕兰,全球首发4.0 A2全链路低碳牛奶。“另一款首发4.0高蛋白高钙多营养素奶粉,专为年龄50+人群研发。”组仕兰乳业亚太区CEO盛文灏说。

GE医疗共有7款全球首秀和10款中国首展,数量为历届最多。其中,“微脑成像”磁共振SIGNA MAGNUS,让脑部磁共振成像从“用放大镜看”快速进入“用显微镜看”。

新技术:前沿展品向“新”求质

作为加速创新落地的引力场,本届进博会的“新”元素在各类前沿展品中高频出现。可穿戴外骨骼机器人让你秒变“大力士”,轻松拎起50斤重物;智能眼镜让你在骑行时实时“看见”数据信息,还能语音拍照、对话、翻译……

走进升级为3.0版本的人工智能体验区,未来感和科技感扑面而来。

三台机器人相互协作托举12杯红酒,探针在红酒杯旁高速运动却能做到不触碰杯壁,红酒一滴不洒。这“又稳又丝滑”的一幕发生在ABB展台。

ABB机器人业务中国区总裁韩晨介绍,精确高速的运动控制,主要靠ABB新款控制器与机器人协作实现。“机器人的运行速度提升25%,能耗降低20%。”

新技术不仅助力高精尖产业发展,也让各类产品更具生活温度。

全球知名综合性化工制造商旭化成的展位上,一款改装后的汽车格外打眼。司机和乘客座位上方放置了毫米波雷达收发器,用于高精度车内监测。旭化成株式会社执行、中国总代表近藤修司说,这一技术能监测到呼吸和心跳异常,在驾驶员出现身体不适等突发状况时及时预警。

绿色是进博会的底色和亮色。立邦带来的光催化涂料可在光照作用下加速净化空气,应用于外墙时,二氧化碳净化效率和PM2.5等颗粒物去除率均超过80%。

宝洁全球首发了Versafill二代记忆魔方新型电商包装材料。“这款材料能够适应不同

形状的快递包裹,易于回收和循环使用,相较于其他环保包装材料成本更低。”宝洁工作人员说。

新场景:美好体验拓展消费新空间

边喝咖啡边听来自咖啡豆原产地的乐团演奏,更加便捷舒适的适老化空间……本届进博会上,各种沉浸式体验、场景化消费竞相推出。

在汽车展区的“未来低空出行”专区,“空中的士”“飞行汽车”走进现实,带来未来出行新选择。

御风未来展出的大型电动飞行器M1真机,机舱空间可容纳5人乘坐。御风未来创始人谢陵介绍,M1电动飞行器使用纯电能,起降无需跑道。从进博会所在的上海国家会展中心飞行到上海临港,只需约15分钟,而开车至少1小时。

在优衣库展台一角,观众排队使用平板电脑设计自己的专属T恤。“消费者不再满足于千篇一律的服饰设计。不少人反馈,穿着自己设计的个性T恤,是一种全新的消费体验。”优衣库工作人员说。

本届进博会上,更多目光聚焦“银发经济”。

新风尚:“爆款”展品促文化交流

本届进博会人文交流活动展示面积超3.2万

平方米,为历届之最。连日来,各个展馆内,中外文化交流热络。

特别设置的虹桥国际城市会客厅展示区,连同中华老字号、非物质文化遗产等展示专区一起,全面展现中国各地人文经贸特色、城市特色和风土人情。法国馆复刻了埃菲尔铁塔、红磨坊风车等法国经典地标性建筑,行走于馆内,仿佛置身于巴黎。巴林馆不仅着重展示巴林传统服饰和手工文化,还通过VR设备展示巴林旅游场景。

来自乌兹别克斯坦的年轻客商李辰阳,今年第一次参加进博会。他空运来10余款很受中国消费者欢迎的乌兹别克斯坦手陶陶瓷。“希望借助进博会,用特色产品分享中国大市场带来的发展机遇。”李辰阳说。

本届进博会上,融合多种文化元素的展品比比皆是。乐高集团发布了全新产品福来运转灯——以中式福气花灯造型为灵感,装置发光积木颗粒,用灯笼打造一场福鹿财神光影。

“我们已在进博会全球首发了29款新品,其中有19款产品灵感源于中国传统文化。”乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强说,这些充满中国元素的产品不仅在中国市场备受欢迎,在全球市场同样热卖。

“皮灯上画着鱼,象征年年有余、欣欣向荣。”哈比说,“中国市场不仅让我们的商品有销路,更助力巴中两国的文化深入交融。”

(据新华社上海11月10日电)



11月9日,观众在第七届进博会乐高展台外打卡拍照。乐高是进博会七届“全勤生”。