

共享机遇 共创未来

——进博会与“一带一路”相得益彰共促发展

□ 新华社记者 徐超 周蕊 宿亮

“这是独一无二的博览会”“中国寄托着我们对未来的希望”……一年一度的中国国际进口博览会,成为越来越多“一带一路”沿线国家展商的重要机遇平台。

五年来,进博会的辐射效应和“一带一路”的带动效应相得益彰,合力提升发展速度、质量和容量,书写了一个个合作故事、共赢故事、暖心故事,助力参与各方共享机遇、共创未来。

进博“速度”携手互联互通

进博会携手“一带一路”,以更高效率的资源配置,共同书写互联互通的合作故事。

“中老铁路去年年底通车后,节省了三分之二的货运时间,成本大大降低。”经营古树茶贸易的老挝36庄园总经理袁田说:“今年已经是我们第四次来到进博会,有越来越多的采购商慕名到我们的展位。”

数据显示,中老铁路目前已累计开行货运列车225列,运输货物986万吨,通过铁路国际运输新模式,与西部陆海新通道、中欧班列等实现无缝对接,货物运输覆盖老挝、越南等10多个共建“一带一路”国家。

借助“一带一路”,进博会不仅更加快捷地造福中国近邻,也让展会品牌辐射力跨越山海,助力国际商贸合作跑出加速度。

11月初,伴随车声隆隆,从德国汉堡始发的“中欧班列-进博号”横跨亚欧大陆,载着参加第五届进博会的欧洲展品驶向上海。

与其相向而行的是从上海驶出的“中欧班列-上海号”。开行一年多来,“中欧班列-上海号”连接起“一带一路”沿线6个国家超过20个目的地,货物运输时间比海运时间节省了约一半。

借助进博会,“一带一路”更好对接中国加快建设强大国内市场的巨大红利,以中国新开

放为世界提供新机遇,带动“一带一路”沿线国家贸易规模持续扩大。

“进博会为世界打开了机遇大门!”比利时安特卫普-布鲁日港首席商务官汤姆·奥特基耶说。早在2018年,安特卫普港就积极参加首届进博会。今年,安特卫普港和泽布吕赫港正式合并,以“安特卫普-布鲁日港”的新身份第五次结缘进博会。

中欧年贸易额由2018年的6822亿美元增长到2021年的逾8000亿美元。中欧班列开行数量从2018年的6000多列增至2021年的15000多列,成为畅通中欧贸易的“稳定器”和“加速器”。

而今,进博会与“一带一路”的合力效应愈加显现。

本届进博会,共有来自127个国家和地区的企业参加企业商业展,区域全面经济伙伴关系协定(RCEP)成员国都有企业参展,共建“一带一路”国家、上合组织参展国数量也较上届增加。

“进博会是开放合作的同心圆,‘一带一路’是互利共赢的强纽带。二者合力提升了中外资源配置效率。”澳大利亚经济学家郭生祥说:“中国市场开放成果与互联互通成果相结合,更直接造福‘一带一路’合作各方。”

进博“高度”增益贸易畅通

进博会携手“一带一路”,以高质量发展增益高质量共建“一带一路”,不断汇聚贸易畅通的共赢故事。

在助力高质量共建“一带一路”方面,进博会堪称高产品展示的平台。

本届进博会设有六大展区,集中展示数百项新产品、新技术、新服务,既有聚焦美好生活的消费品、农产品,也有展现全球领先科技的高精尖医疗器械和技术装备,其中许多是全球首发、亚洲首秀、中国首展。

新一代无人疫苗接种舱、碳足迹可信精算与追溯解决方案、投影机沉浸式体验方案……进博会上,人们不断见证一个个创新项目从概念到现实的转化,感受中国高质量发展激发出的创新活力。

“中国经济进入高质量发展阶段,进博会发挥越来越重要的积极效应。”松下集团全球副总裁本间哲朗表示。

马来西亚中华总商会会长卢成全说,进博会对参展商坚持高质量要求,参展本身就是对企业品牌的认证。“随着大量优质产品在展会上亮相并进入中国市场,将更好地鼓励马来西亚企业注重产品质量、先进技术和品牌建设。”

在助力高质量共建“一带一路”方面,进博会也是贸易形态创新的平台。

进博会展品的质量和科技含量在提升,展示技术含量和交易便捷程度也在升级,为高质量共建“一带一路”提供了鲜活注脚。

2021年,中国跨境电商进出口规模近2万亿元人民币,以互联网、大数据、跨境电商为代表的新型贸易成为中国与“一带一路”沿线国家服务贸易合作新增长点。

“通过参与进博会,我们亲身享受到了中国数字经济发展带来的好处。”连续五年参加进博会的澳大利亚天然生物科技有限公司董事长潘邦说,“疫情挑战下,正是通过进博会线上平台,不少潜在客户锁定了公司产品。”

在第四届首次线上成功举办的基础上,本届进博会国家展继续利用进博会官网开展线上展览展示,运用“元宇宙”等先进技术,搭建形式更多样、内容更丰富的国家形象“云展厅”。

“电商化是发力中国市场必不可少的一步。”首次参加进博会的巴西果汁企业天然一号公司负责人卡托莱说:“中国市场正在经历宏大的数字化变革,中国高度成熟的电商市场将给我们提供很多机会。”

进博“温度”呵护民心相通

进博会携手“一带一路”,以“共享未来”的精神,广邀天下朋友,平等对待所有展商,不断书写民心相通的暖心故事。

海纳百川,有容乃大。进博会秉承了“一带一路”包容普惠的特质,为发展中国家展商和中小企业搭建大舞台,使之有机会分享中国机遇,实现共同发展。

“中国是我的第二故乡,中国市场让阿富汗乡亲看到了希望。”阿富汗商人阿里说,只要卖出一张大幅的手工羊毛地毯,就能保障一个普通家庭近一年的生活。

阿富汗羊毛地毯和松子都是进博会上的热销展品,也是阿富汗山区一些农户的唯一收入来源。2021年10月,中阿“松子空中走廊”再次打通,12万瓶阿富汗松子在第四届进博会亮相即被抢购一空。

本届进博会参展国别广、代表性强。据统计,共有145个国家、地区和国际组织参展,涵盖发达国家、发展中国家,也包括一些最不发达国家。进博会专门组织数十个最不发达国家的中小企业参展,使之借助中国市场汲取更

加强劲的发展动力。

“这是世界上独一无二的博览会!”阿富汗商业与投资商会副主席阿洛库扎伊说,饱受连年战争之苦的阿富汗正面临发展挑战,中国市场对阿富汗商品的巨大需求,成为阿富汗经济复苏的福音。

聚焦发展,释放各国发展潜力,实现经济大融合、发展大联动、成果大共享,共建“一带一路”在进博会上得到生动诠释。据世界银行研究报告,共建“一带一路”倡议将使相关国家760万人摆脱极端贫困、3200万人摆脱中度贫困。

拉丁美洲与中国发展合作基金会主席埃马努埃尔·费尔南德斯说,中国通过“一带一路”倡议和进博会等平台,与世界共同发展,对世界经济复苏和增长起到直接促进作用。

“借助进博会这个平台,‘一带一路’沿线国家可以集中展示发展成就、洽商投资机会。进博会有效整合了‘一带一路’沿线国家和中国市场需求,推动全球价值链、产业链发展。”卢成全说。

新华社上海11月8日电



从“手术机器人总动员”到个性化定制香水,从工业元宇宙场景到节能大师智慧分析诊断系统……在前四届进博会发布超1500项新产品、新技术、新服务的基础上,今年的进博会又迎来数百项首发首展新品,各类好物集中亮相。

进博会像“广角镜”,纳入世界各地的精品好物、高新技术,满足人们日趋个性化、多样化、便利化的需求;也如“望远镜”,让人们得以透视美好生活的未来样貌,实现生活品质的不断提升。

尖端技术守护健康

医疗器械及医药保健关乎百姓健康,也是进博会首发首展新品最集中的区域之一。进博会上涌现的诸多医药尖端技术,瞄准百姓不断提升的健康需求。

“普通医生的操作精度一般约1毫米,机器人能达到0.1毫米。做一台传统癫痫手术需3名医生操作10个小时,而在机械臂辅助下,手术精确性可提升40%,时间缩短50%……”在美敦力展台,三大手术辅助机器人解决方案集体亮相,美敦力全球高级副总裁及大中华区总裁顾宇韶表示,手术机器人正进入加速普及应用的快车道,为国内患者带来创新的医疗解决方案。

在进博会上,复星凯特展示了在中国获批上市的CAR-T细胞治疗产品奕凯达。国家药品监督管理局药品审评中心网站近日公示,奕凯达的新适应症上市注册申请已获正式受理。“这意味着这款抗癌新药将给患者带来新的治疗选择,未来我们力争实现每年至少一个新产品或新适应症上市。”复星凯特CEO黄海涛说。

罗氏带来近10款全球创新产品,覆盖血液肿瘤、乳腺癌等重大疾病领域。赛诺菲带来2款针对罕见病的创新药物……“罕见病领域有巨大的未满足需求,进博会搭建了很好的平台,推动这些创新药品加速落地、惠及患者。”赛诺菲全球事业部中国区相关负责人俞蕾说。

进博会的“溢出效应”也在不断扩散至一线基层地区。第四届进博会首展后,GE医疗的“5G磁共振管家”将基层医生与省级专家“连接”了起来。“过去县里虽有磁共振设备,但碰到病情复杂的病人,还是会转到省里检查。”浙江省天台县人民医院放射科张治邦主任介绍,现在,这一实时“连接”能帮助县里提升影像诊断和医疗服务水平。

个性化定制“脑洞”大开

“个性化”“定制化”是近年来消费领域的高频词。今年进博会的参展商在个性化定制方面不遗余力,有的甚至“脑洞”大开。

让自己的爱车在颜色、外观上与众不同,正成为很多消费者的选择。“玄黑”“月白”“雾青”等一系列极具古典韵味的车漆颜色,出现在奔驰展示的“匠心高定”服务中。

结合个性化定制与“汽车轻改装”需求,日本企业爱普生推出“微喷车艺”。在展台上,由新工艺打印出的彩色车衣粘贴在一辆新能源汽车表面,由工人演示粘贴、撕除等操作。定制汽车外观,正变得日益方便。

你更喜欢花香香调、木质香调还是皮革香调?在欧莱雅展台,“电波穿堂”前排着长队,填写完问卷,在头上戴上装置,传感器就可记录在不同香味刺激下的脑电波,进行个性化香水推荐。“我们希望不断延伸‘消费个性化’这一概念的边界。”欧莱雅工作人员说。

“中国拥有非常考究的消费者群体。我们将不断带来新品牌,下沉到更多城市,划分更多精细品类。”欧莱雅北亚总裁及中国首席执行官黄博瑞说。

从引领消费者的需求,到被中国消费者的需求引领,越来越多企业已觉察并适应这一变化,将中国视为“提升服务、加速转型的试验场”。

虚实结合“元”气十足

“屏幕上的这台挖掘机此刻正在山东青州,距上海数百公里,但我在哪里就能开动它。”在卡特彼勒展台,一名工作人员坐上看似平常的座椅,指着屏幕说。只见他握住遥控手柄,一番操作下,屏幕上的挖掘机就挖起了土。

利用5G通信技术,操作员在“虚拟驾驶室”中,使用机器显示屏和控制装置就可远程操作。这一“虚拟驾驶室”可布置在远离施工现场的指挥中心,用于危险区域的抢险救灾。

“到2026年,我国虚拟现实产业总体规模力争超过3500亿元,虚拟现实终端销量超过2500万台,培育100家具有较强创新能力和行业影响力的骨干企业。”第五届进博会前夕,工业和信息化部、教育部、文化和旅游部等联合印发《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划(2022—2026年)》,虚拟现实作为新一代信息技术备受关注。

在第五届进博会上,观众也可亲身体验元宇宙的奇妙应用。

在英特尔展台现场,观众完成投篮、投篮等动作后,屏幕上的虚拟数字人会同步模拟体验者的姿势和反应,做出一模一样的投篮动作。现场工作人员介绍,这套解决方案将相机拍摄的人体姿态实时重构和渲染为3D动画,支持舞蹈、体育领域的数字重建。

“元宇宙会议”“元宇宙娱乐”……进博会不少展台的集中展示,让人们得以体验“元宇宙世界的一天”。

与此同时,元宇宙的发展还存在诸多痛点。如何开发更好的硬件设备,如何保护隐私,如何真正做到虚实结合、以虚强实,也是进博会留给人们的思考。

绿色低碳新风扑面

适应中国的“双碳”目标,绿色低碳成为越来越多参展商主推的卖点。

在优衣库展台,红、蓝、绿、黄……色彩明艳的摇粒绒服装格外亮眼。有趣的是,这种触感柔软、被时下年轻人称为“过冬神器”的面料来自再生材料。

展台上还原出的“生产线”,展示了回收塑料瓶经过分拣、破碎、融化、纤维再造、面料生成直至制成成衣的全过程。“这个面料的衣服近几年特别流行,今天才知道塑料瓶也能变成新衣,很神奇也很环保,感觉个人的消费选择也能给绿色发展做贡献。”观展者黄昊说。

“你要哪种类型的洗发水?”在韩国化妆品企业爱茉莉太平洋的展台,操作台边的工作人员左手拿着空瓶,右手扳动把手,洗发水缓缓流入瓶内。

这是爱茉莉太平洋在中国首秀的新概念卖场——“续装站”。类似于买咖啡自带空杯,消费者可反复使用分装瓶到店“续装”产品,而不用每次都为新包装付费。“我们看到,越来越多人开始重视包装浪费问题。”爱茉莉太平洋中国总裁黄永彪说,“希望携手中国消费者,一起践行可持续发展的新理念。”

从塑料瓶智能回收机到含有生物质原料的低碳概念跑鞋,从各类电动汽车到一个充电宝就可带动的打印机……透过进博会场馆可以看到,绿色低碳正变为越来越多人的自觉行动和生活方式。

“中国市场对绿色低碳的重视程度已经超过国外。”3M公司全球资深副总裁兼中国总裁丁泓禹说,中国先进企业格外注重捕捉应用世界一流的绿色材料与技术,同时,中国消费者也是推动低碳产品应用普及的重要力量。“中国企业与市场对新技术、新产品的接受程度远高于我们的预期,这给了我们很大信心。”

(新华社记者 何欣荣 舒静 王默玲 杨有宗 王辰阳 杜康)

新华社上海11月8日电

从进博会看未来生活新图景

图①:在技术装备展区观众正在体验“元宇宙”。新华社记者 陈斌 摄
图②:在第五届进博会蔡司展台拍摄的眼科手术显微镜。新华社记者 李京 摄
图③:参观者在第五届进博会蔡司展台体验眼科手术显微镜。新华社记者 李京 摄
图④:在第五届进博会上,美国康宝莱公司展商向参观者介绍运动营养系列产品。新华社记者 李京 摄
图⑤:进博会创新孵化专区展示的五周年标识。新华社记者 强薇 摄

