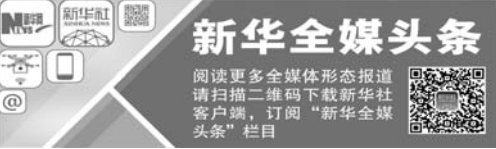




在开放中汇聚强劲动能

从首届进博会观察全球创新发展走向



新华社上海11月9日电(记者张辛欣、贾远琨、许晟、有之忻)“只有敢于创新、勇于变革,才能突破世界经济发展瓶颈。”首届中国国际进口博览会上,习近平主席再次向世界发出创新的最强音。

休戚与共的地球村,共享创新成果已成为国际社会的共同意愿和现实选择。透过进博会这个窗口可以看出,从上下游产业衔接到前沿领域合作,从协作共享资源到开放共享智慧,全球经济发展的新动能正在汇聚。

创新成为进博会最亮眼标签

“会飞”的汽车带来科幻般的出行体验,精度4微米的巨型机床展示庞然大物的“灵巧”与“细腻”,超广角眼底相机可精细捕捉视网膜病变……以创新的视角走进进博会,你会看到很多关于未来的想象。

创新意味着机遇,意味着市场。在全球经济复苏缓慢、贸易环境复杂多变的当下,各国都在寻找新动能,创新的意义不言而喻。作为世界商品、技术、服务交流展示的平台,创新成为进博会最亮眼的标签。

看生活,信息技术与创新模式正引领消费升级

不再需要手磨咖啡,机器人可以为你点单制作;输入地址,汽车会准备好你喜欢的音乐,选择最优出行路线;化妆机器人甚至能为你轻巧地涂上睫毛膏……新科技点亮新生活,带“火”新消费。

看产业,数字化、智能化进程加速转型升级

“万物互联”的智能工厂实现“黑灯”作业;点焊机器人六个机械臂同时高速工作;龙门铣可实现精度调节,展现出“大块头”的“大智慧”……新制造推动存量转型,实现提质增效。

不只是展品,展台的布局也颇具新意。3D灯光呈现“海市蜃楼”、人机互动打乒乓球,机器人跳起舞蹈,科技与时尚碰撞,创新与艺术融合,打造出一幅未来图景。

有瞄准时下“痛点”的创新,也有关乎技术变革和长远发展的探讨。

泰拉能源主席比尔·盖茨发起了新材料新能源是否处在产业变革前夜的讨论;阿里巴巴集团董事局主席马云提出了用数字技术赋予每个主体普惠发展的倡议;中国数字经济百人会专家委员会主任杨学山带来人工智能科学伦理的思考……一场场前沿论坛在进博会上下密集举行,与会各方就发展与动能展开“头脑风暴”。



▲11月8日,参观者在三星公司展台观看一款85吋的8K电视。新华社记者李鑫摄

“我们看到创新的趋势和潜在的市场。”GE全球高级副总裁段小缨说,GE此行带来了“双手”,也带来了“眼睛”与“耳朵”,期待在进一步与全球融通合作中,看到更多机遇,听到更多元的声音。

在开放舞台上构建更大的创新“朋友圈”

当前,世界经济刚刚走出国际金融危机阴影,回升态势尚不稳固。在开放舞台上构建创新“朋友圈”是社会各界的期待。围绕更加提升创新效率,一系列积极探索正在展开。

从上下游衔接到共创共赢,产业跨界“朋友圈”不断延展。

衣架的周围错落有致摆放着艺术品,试衣之余可以走进书屋,或是品尝一杯咖啡。进博会上,服装与工艺品、美妆等展台“搭台唱戏”,将视角从商业拓展到生活,传递出跨界融合的产业趋势。

服务贸易展区,瞄准工业互联网、产业协调配套,很多传统制造“巨头”用智能、数字技术从货物制造转向平台服务,拓展更广泛合作。

一个细节很有说服力,和以往展会寻找经销商不同,进博会上,很多展商都在醒目位置打出“平台合作”的字眼。

苏宁、天猫等与来自全球的供应商一起“抱团”参展,海外品牌将通过“平台”进

入中国市场。

“企业从做生意‘到交朋友’,扁平化、多元化的互联网式合作模式正打破传统产业逻辑,筛选出创新开放的发展生态。”跨境电商企业豌豆公主创始人兼CEO翁永枫说。

在经济全球化深入发展的今天,包容普惠、互利共赢才是越走越宽的人间正道。互通有无、交相辉映,区域合作“朋友圈”越做越大。

进博会上,既有来自美国、欧洲、日本等地的企业展现最新科技成果,也有埃塞俄比亚、冈比亚、坦桑尼亚等地的特色产品,既推动前沿技术交流,也帮助欠发达国家和地区分享中国市场的机遇。

从东南亚特色食品展示区域到日本手工艺联合展台,从德国智能装备到非洲绿色物产,进博会上,一些展区按照展品特色、竞争优势等划分出不同区域,让来自各国的产品都得到关注,鼓励推动形成贸易“合力”。

“过去几十年,中国在减贫、社会发展等方面取得巨大成就,向世界真切展示了全球贸易与竞争带来的机会。”比尔·盖茨认为,加大经贸交流,扩大创新“朋友圈”,将为全球经济发展催生更多新机遇。

携手优化创新环境,打造更多经济增长点

5G的发展吸纳了多国智慧,人工智能背后是全球范围的创新生态……越是革命性变革的技术,越诞生于协同演化、动态开放、生机勃勃

的创新系统。

当下,全球经济处于技术与产业深刻变革的浪潮中,创新的周期、模式和外延都在时刻发生变化。要抓住机遇实现创新能力的提升,不仅需要真金白银的投入,更需要各国加强前沿领域合作,共同打造新技术、新产业、新业态、新模式。

市场是创新的“试验田”。持续激发市场潜力,将提升创新发展的效率。

“中国真诚向各国开放市场”“预计未来15年,中国进口商品和服务将分别超过30万亿美元和10万亿美元”……习近平主席的话语再次向世界传递出中国与各国携手创新、共融发展的信号。

“中国市场强劲,是菲仕兰全球业务持续发展看好的增长点。”荷兰皇家菲仕兰管理委员会主席、菲仕兰合作社董事会主席弗兰斯·库伦切斯说,中国开放的姿态令其很受鼓舞,期待建立更加友好的共赢关系。

进博会期间,国机集团与16个国家的企业签署21个进口采购合同,国家电投引进首台H级重型燃气轮机……不断开放的市场让创新成果在更广范围共享。

诺基亚等企业展示5G“黑科技”,卡尔蔡司带来高精度的显微分析技术……各国参展商蜂拥而至,探寻趋势、挖掘机遇。“不仅在这里看到中国,更在这里看到世界。”美国企业艾默生公司副总裁李浩说,进博会正成为艾默生观察全球市场的重要平台。

要素流动是创新的“活水”。在更高层次上削强壁垒,将打通创新“血脉”。

“在前沿科技领域,国与国、产业与产业、人与人之间合作非常重要。”联合国工业发展组织总干事李勇说,持续放宽市场准入,营造国际一流营商环境,完善知识产权保护,优化对外开放区域布局,中国不断丰富开放内涵,拓宽广度与深度,为全球创新注入活力。

很多鼓励创新发展的尝试正在展开。“产业的数字化远比数字的产业化重要。”工信部部长苗圩说,中国正加快推进数字基础设施建设,引导产业“赋能”,提倡信息共治共享,促进创新要素流动。

开放的心态是创新的“原动力”。中国电子学会副理事长徐晓兰说,应对单边主义、保护主义,要坚定开放的心态,不惧竞争与风险,用信心呵护创新。

“贸易的核心是推动创新,改善人类福祉。”经济合作与发展组织秘书长安赫尔·古里亚说,各国携手培育充满活力的创新环境,让创新要素流向最有效率的地方,将会共同创造更好的生活。



黄浦江畔,世界收获信心

万众云集,货尽其通。正在上海举行的首届中国国际进口博览会吸引全球企业的广泛参与。这一国际贸易发展史上的创举,体现着中国扩大对外开放的决心,见证着中国谋求与各国互利共赢的诚意,彰显着中国负责任大国的形象,给全球经济和自由贸易秩序注入信心和动力。

国际社会捕捉到,进口博览会传达出中国不断加大开放力度的明确信号。“中国推动更高水平开放的脚步不会停滞”,中国领导人掷地有声的话语,给保护主义、单边主义阴霾下的当今世界带来阳光。

信心比黄金还珍贵。作为世界第二大经济体,中国更加开放的行动,正在为全球经济和国际贸易注入信心。拉美社评论,在保护主义威胁全球经济增长之际,中国借进博会释放出对自由贸易的信心。泰国副总理颂奇认为进博会具有标志性意义,有利于消除人们对不确定性因素的顾虑,有利于各国恢复对全球经济前景的信心。

国际社会感受到,进博会传达出中国与各国实现互利共赢的诚意。通过进博会增加从世界各国进口商品,这种主动送出利好、实现共赢的创举赢得赞誉。联合国贸发会议秘书长穆希萨·基图伊认为,进博会表明中国“愿意与世界共享贸易福利”。世界经济论坛总裁博尔格·布伦德评价,中国致力于推动国际贸易的努力“对于全球经济增长至关重要”。

进博会也体现了中国对包容普惠的一贯主张。进博会是“世界顶尖制造商展示各自最新科技产品的巨大橱窗”,也是广大发展中国家尤其是最不发达国家分享中国市场红利的重要平台。国际贸易中心执行主任冈萨雷斯赞赏进博会考虑到了“金字塔底部”国家,注重从最不发达国家和更小规模的商户进口。

进博会彰显出中国市场越来越强大的吸引力,“为中国制造”的热情必将提升。目睹进博会消费云集的场景,路透社评论说,这“显示了中国这个全球第二大经济体的进口潜力”。预计未来15年中国进口商品和服务总计将超过40万亿美元,这样的市场需求让《华尔街日报》感叹“可能很快会震动世界”。正因为如此,数十家世界500强和行业龙头企业日前集体签约参展明年第二届中国国际进口博览会。

中国“购物车”,广买天下货。进博会的举行应时而生,利达天下。中国致力于更加敞开大门的气度、谋求更深入合作共赢的诚意,赢得世界广泛响应。黄浦江畔,世界正收获信心。

(记者郑汉根)据新华社北京11月9日电

“把萨尔瓦多咖啡带到进博会,我来对了”

新华社上海11月9日电(记者陈寅)“你看,这是中美洲地图,这是萨尔瓦多,我们只是地图上的这么一个小点。”爱德华多·萨拉萨尔指着护照封面上的图案,热情地向记者介绍起萨尔瓦多,这个与中国建交时间尚不足三个月的国家。

“你们可能对萨尔瓦多并不了解,我们的咖啡在世界上数一数二。”这位小伙略显腼腆,但在谈到自己公司生产的咖啡时却信心十足。

萨尔瓦多咖啡香醇、略酸,均衡度好,多出口到欧美国家。萨拉萨尔说,像他这样的中小咖啡商,此前从不奢望能踏足中国市场。对仅有六百万人口的萨尔瓦多来说,中国近14

亿人口无疑是个天文数字,消费潜力巨大。“我知道茶文化在中国已有数千年历史,可当我看到展会上很多中国人手里都拿着咖啡杯的时候,我意识到我来对了。”萨拉萨尔兴奋地说。

“看看我们庄园的环境,这里长出来的咖啡能不好吗?”他边说边拿出手机,向记者展示起了照片和视频,只见庄园里绿树成荫、青草遍地,几匹骏马在远处高山的映衬下欢快地奔跑。“别忘了,我们生产的是纯手工挑选的精品咖啡。”

“来一杯萨尔瓦多的咖啡?好喝吗?”萨拉萨尔一边递过一杯杯咖啡,一边询问

着前来品尝的中国观众。在咖啡的醇厚香气中,微笑和点头足以说明一切。

萨拉萨尔说,他把咖啡带到进博会,不仅是想进入中国市场,也想看看有没有机会叩开其他市场的大门。“进博会吸引了这么多来自不同国家的参展商,完全是一个万国博览会。”

这次前来上海的拉美参展商中,中小型企业居多。由于路途遥远,这些企业平日里不太有机会将产品带至大洋彼岸的中国。进博会恰好为他们提供了一个舞台。在这个舞台上,他们能够与中国共舞,与世界同行,共同奔向美好未来。

进博会上吹来三阵消费升级“新风”

据新华社上海11月9日电(记者刘慧、姚玉洁、周蕊、龚雯)从“隔着屏幕”观赏到“触手可及”体验,9日,走进首届中国国际进口博览会展馆的广大观众被精彩纷呈的展品所惊艳,被炫酷超前的科技所震撼……汇集全球“尖货”的进博会让日常生活充满惊喜,也徐徐吹来了消费升级“新风”。

消费观念重塑:性价比高,升级不等于只买贵的

来自意大利的纳尼尼眼镜在进博会上的展台虽小,却吸引了不少参观者的关注,一款“平价好物”——折叠老花镜受到热捧。这款老花镜非常轻薄,可随意折叠,收纳在七八厘米见方、厚度仅一厘米多的小盒子里,可随身携带,售价仅一百多元。

工作人员表示,相对于中高端的高尔夫、帆船专用眼镜,平价的老花镜、防蓝光眼镜更受欢迎。

家电展区,电饭煲、吹风机等“小家电”前人头攒动。松下展台工作人员告诉记者,此次带来的产品既有高端也有中端。以吹风机为例,除了一款600多元,还有一款1000多元,可设置热风、冷风、头皮、肌肤等多种功能,两款都有参观者现场下单。

“不一定要跟风去买三四千元的吹风机,选择自己需要的就行。相比以前,我在进博会上也升级了。”来自上海的王女士果断下单了一款价格实惠的吹风机。

从“只买贵的”到“只买对的”,消费观念

重塑背后折射出消费者对品牌附加价值的审视态度,变得更加在意产品本身的价值。

消费场景再造:现场扫码,平台下单,家里收货

试吃新加坡肉骨茶,品尝西班牙火腿,拿出手机扫一扫,不仅能进一步了解美食文化,日后还能足不出户坐拥“世界餐桌”。人声鼎沸的博览会现场,二维码成为进口参展商不约而同的一个“展品”。

西班牙火腿经销商蓝恩喜首席营销官孟成真说:“原本只想来试水,没想到需求如此高涨,已有多家电商来咨询洽谈,现在最担心的是供应不足。”

进博会上,“现场扫码,平台下单,家里收货”已经成为广大观众的主要消费场景。相比只能通过电商平台“看图想象”的传统网购,这种先体验后下单的方式显然更有“诱惑力”。

“哪里未被满足的需求,哪里就有市场。”商务部电子商务和信息化司司长寿芳莉表示,在进口消费和网络消费双轮驱动下,这种新的消费场景必将成为承载消费升级的重要平台。

中国从“世界工厂”向“全球超市”转变,消费场景再造背后是技术变革、产业升级、服务便利化的支撑。苏宁易购董事长孙为民在博览会上更符合另一个身份——“全球买手”。除了看重进口贸易商品,他还关注版权、专利技术等贸易服务,加快提升物流、金

融、数据,打造新一代“全球智能供应链”。

消费方式换代:绿色、智能、共享成趋势

来自德国的米技推出了多款中国首发的感应炉,推广少油烟的新烹饪方式,让下厨房不再“油烟满面”;来自印度尼西亚的企业Foopak带来了100%可降解的环保纸杯,实现全球首发……在进口博览会上,不少企业打出“绿色牌”。

智能产品是进博会上另一类“吸睛”产品。在韩国爱茉莉太平洋集团展台上,3D打印面膜吸引了人们驻足观看:先用机器对全脸进行扫描,“读懂”脸型,再深度测试分析皮肤,最后用3D打印技术打印面膜,一张完全贴合人脸的定制面膜便完成了。

“新共享”趋势在进博会上同样明显。德龙集团带来一款全球首发的全自动咖啡机,可实现手机操控。

“传统咖啡机需要在机器上按键后制作咖啡,但这款最新的全自动咖啡机是在手机上操作的。”展台工作人员介绍,通过APP进行多维度精准操作,即使是咖啡“小白”,也能被这台咖啡机“调教”成为咖啡师,与APP的联动也很适合办公场合,实现“咖啡共享”。

新华社上海11月9日电(记者何欣荣、周蕊)意大利的全自动咖啡机、日本的55寸透明电视、斯洛伐克的“会飞的汽车”……正在举行的首届中国国际进口博览会上,迎来了一大批“中国首发”“亚洲首发”乃至“全球首发”的产品。各国展商把最新最好的产品带到中国市场,传递的经济信号令人关注。

“为中国制造”——看好消费升级大市场

在进口博览会日用消费品展区,丹麦乐高集团是最受关注的展位之一。利用展会平台,乐高展示了其全球首发的新品——即将在明年1月1日正式推出的以中国传统农历新年为灵感来源的玩具套装,吸引了许多采购商的关注。

从展出情况看,乐高的“年夜饭”套装栩栩如生地展现了中国家庭欢聚一堂、庆祝农历新年的场景。“舞龙”套装则呈现了春节的一项传统祈福节目。

“未来,消费将是中国发展最重要的驱动力之一。”乐高集团首席执行官倪志伟说,首发的这两款新品非常特殊,是乐高集团首次为特定的一个国家或区域市场定制的产品。

在进口博览会上,像这样的“新面孔”还不少。来自德国的米技电子电器瞄准了中国人厨房里的消费升级新机遇,推出了多款中国首发的感应炉,让下厨房不再“油烟满面”。

韩国CJ集团在博览会上的展区达到300平方米,带来必品阁饺子系列、海苔系列、拌饭系列等几十种产品。其中,必品阁烤肉拌饭、炒泡菜拌饭等4款产品,作为韩餐的爆款首次在中国亮相,计划2019年在中国推出。

汇丰集团在博览会期间推出了全球首发的调查报告——《为中国制造》,根据报告,近半数受调查企业将中国内地列为未来三到五年扩展业务的前三大目的地。

“中国早已不只是‘世界工厂’,要想赢得未来的商业竞争,聚焦‘为中国制造’是重要的制胜之道。”汇丰银行(中国)有限公司行长廖宜建表示。

“来中国落地”——寻求创新合作新机遇

作为进口博览会的明星展品,来自斯洛伐克的“会飞的汽车”在展前就引起了各界的广泛兴趣。通过进博会平台,“会飞的汽车”实现了“亚洲首发”。

根据制造商AeroMobil公司发布的信息,“会飞的汽车”在汽车模式下最高时速达160公里,当其从汽车形态切换到飞行模式时,车门会打开并逐渐演变为更长的两翼。整个汽车看起来就像一架小型固定翼飞机,最高时速可达360公里。

“这款车的单次飞行距离长达750公里。”AeroMobil公司副总裁纳森说,中国人口过百万的城市多达上百座,“会飞的汽车”可以把相近的城市连接起来,形成更多的1小时交通圈。

乔纳森刚讲完,上海市嘉定区副区长沈华康就上台“接招”。作为国内知名的“汽车城”,嘉定正在积极打造“汽车创新港”,此前已发放中国第一张智能网联汽车的开放道路测试号牌。沈华康说,嘉定非常欢迎飞行汽车项目落户,地方政府将全力做好服务工作,让“会飞的汽车”早日在嘉定、在上海、在中国飞翔。

90多家央企组成的中央企业交易团,带来一批高精尖领域的采购大单。每一个大单都不单纯是产品的买卖,而是更加深入的合作。如中国船舶工业集团与美国嘉年华集团、意大利芬坎蒂尼集团签订了2+4艘大型邮轮建造合同,标志着中国首艘具有世界先进水平的大型邮轮开始实质性设计建造。

国务院国资委表示,中央企业要进一步加强与“一带一路”沿线各国政府和企业的基础设施建设、装备制造和产能以及科技创新等领域的合作,努力构建全方位、多层次合作格局。

“搭发布平台”——瞄准全球新品首发地

有广阔的消费市场,又有大量的合作机会。可以预期,未来会有越来越多的全球新品在中国首发。

瞄准这个机遇,进口博览会官方招展合作伙伴东方国际集团联手上海东方传媒集团,在展会期间推出了“进口新技术、新产品发布交易平台”,吸引全球新品“首发东方”。东方国际集团董事长童继生表示,六天的展会结束后,进博会上的展品可以进入东方国际在虹桥的60万平方米保税仓和市中心中心的保税展览展示店,吸引更多的消费者体验、消费。

来自瑞典的医科达公司,在“首发东方”活动上进行了产品发布。医科达首席执行官郝睿强说,公司研发的新一代伽马刀,可以去除人脑中微米级的肿瘤,且精准度非常高,相当于一个不开颅的手术。期待这些先进的医疗设备,能够通过平台进入越来越多的中国医院。

作为中国的“小商品之都”,浙江省义乌市也在进口博览会上寻找合作机遇。义乌市有关负责人表示,将邀请进博会消费品类参展企业,在进博会结束后,移师义乌参加为期两个月的展览。同时,邀请进博会参展企业来中国义乌进口商品城、副食品市场进口专区等进口平台设店经营。

进博会向团体观众开放



▲11月9日,上海市公安局奉贤分局警察曹荣在上海国家会展中心外为观众指路。首届进博会9日至10日安排团体观众实名制观展。新华社记者刘大伟摄

「首发」荟萃,进博会传递三重信号

