一展“会”天下！

本报融媒体记者 李京 陈姝延 杨岚 刘佳政 汪凯

东海之滨，黄浦江畔。初冬时节的上海阳光明媚，温暖宜人。第五届中国国际进口博览会实践着“越办越好”的庄严承诺，同时为建设开放型世界经济注入了强大正能量。

广交天下友

中国开放市场的强大吸引力和进博会“磁吸效应”，让第五届进博会成为各展商“竞技”的舞台，其中既有“新朋友”，也有“老熟人”。

吉利德科学全球副总裁、中国区总经理金方千表示，“首赴进博之约，对我们而言具有非同寻常的意义”。吉利德围绕“创新”“合作”“共赢”三大关键词，集中展示了公司在病毒学、肿瘤学、真菌学等多个领域的创新科技与研发进展，许下了其深耕中国市场、服务国内患者、加强互利合作的坚定承诺。

作为五年进博会的“常驻客”，强生全球资深副总裁、中国区主席宋为群表示：“强生年年满载而归，在一个开放的中国，我们感受到了实实在在的发展机遇。”

“迈入第五年，规模更大、质量更高的进博会打通了国内和国际两个市场，见证了中国坚定不移走高水平开放之路的决心和魄力，也为外资企业深耕中国市场注入了更多的确定性和正能量。”进博会的“老熟人”、礼来中国总裁兼总经理季礼文如是说。

广聚创新果

这几年，带来包括1500多项新产品、新技术、新服务，进博会已成为全球知名企业“首发”“首秀”产品、打造“中国定制”的主要舞台。

“进博会五年是极大彰显创新医疗科技价值的五年，更是加速促进优质医疗广泛可及的五年。”美敦力全球高级副总裁及大中华区总裁顾宇韶表示，本届进博会，美敦力4款创新产品首次在亚太地区及中国亮相，首次在国内同时展出针对不同手术场景推出的手术辅助机器人解决方案，其中包括首次在中国展出的Hugo RAS System机器人辅助手术系统，Mazor X脊柱外科手术导航定位系统，以及Stealth Autoguide神经外科手术定位系统。

与进博同行五年，跨国药企阿斯利康携手合作伙伴带来了6款中国患者亟须的高品质创新药物。今年进博会，阿斯利康展台再添4个“进博首展”全球创新药，覆盖罕见病、肿瘤等多个疾病领域，为中国患者带来更多治疗选择。“在进博会上，我们不仅引进来，也让中国创新有更多走出去的机会。”阿斯利康全球执行副总裁、国际业务及中国总裁王磊说道。

作为冬奥“黑科技”——英特尔三维运动员追踪技术(3DAT)的延伸，英特尔结合强大的算力(CPU+GPU)、先进的AI算法、5G+MEC等技术，打造了英特尔元宇宙体育运动创新应用解决方案，在展台现场带来了元宇宙篮球互动体验，让人耳目一新。

“搭载冷印技术的喷墨打印机是环保和数字化创新的‘拳头产品’。”爱普生(中国)有限公司董事长兼总裁深石明宏介绍，爱普生喷墨打印机依托创新的Heat-Free冷印技术，在喷墨过程中不用加热，能耗相比传统方案减少约90%。不仅如此，这款打印机在工厂生产组装100%使用可再生电力、墨仓式打印机外包装使用80%可循环材料。

……

进博会的成功举办，显示出中国坚持扩大开放、与世界互联互通的决心，吸引了众多跨国企业持续将创新研发和投资放在中国。正如西门子医疗大中华区副总裁王弢所说：“中国的巨大潜能和独特的市场环境，让我们把本土发展作为重要战略来推进。”为此，今年6月西门子发布了“国智创新”本土化战略，深度参与健康中国建设。

广计天下利

进博会是我国主动扩大进口、对外开放的重要政策措施，也是各个国家顺应经济全球化时代潮流的“大合唱”。

中国国际进口博览局财务总监马凤民表示：“进博会是中国主动向世界开放市场的重大举措，成功举办第五年，进博会已经成为外资企业参与和分享中国发展机遇的重要窗口，吸引了越来越多全球领先的外资企业参展。”

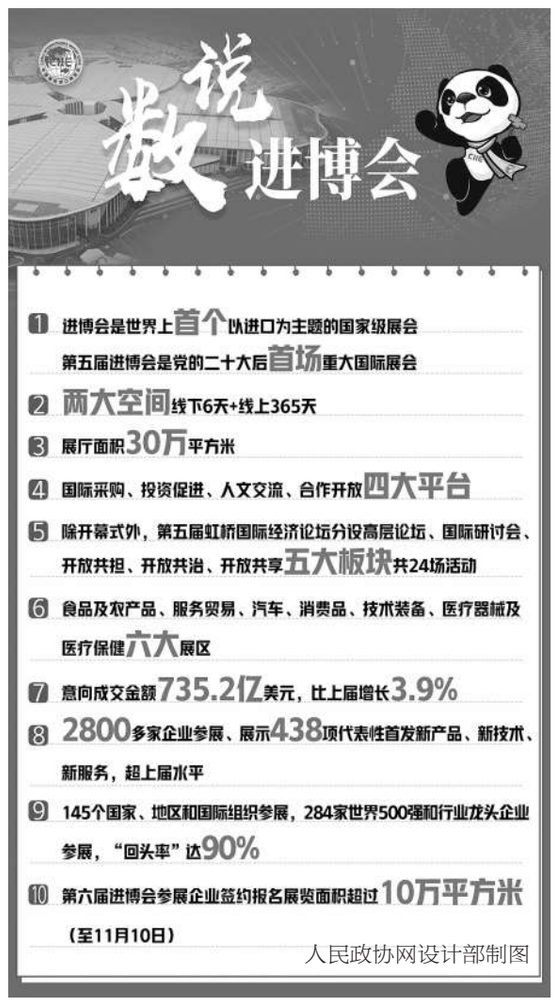
作为中国大开放格局的参与者和受益者，特斯拉公司副总裁陶琳说：“过去9年，特斯拉不仅深入投入到中国潜力巨大的内需市场，同时也成为中国新能源产业中的重要一环，与中国本土企业一起助力中国汽车产业和经济全球化发展。我们由衷相信，在中国这片开放、充满生机和活力的土壤中，特斯拉将创造更多价值。”

“踏上‘中国式现代化’之路，RCEP和进博会让我们深切感受到世界第二大经济体巨大的市场潜力。天丝集团比以往更加期待通过区域合作和扩大开放共享中国市场新机遇。”天丝集团CEO许馨雄说道。

扎根中国市场二十载，跨国酒业集团帝亚吉欧在讲述进博之旅时告诉记者，中国已发展为集团全球三大战略市场之一。

……

宾客云集进博会，万商齐聚“四叶草”。进博会是“世界的市场”“共享的市场”“大家的市场”。五岁的进博会不仅释放了中国经济的巨大潜力和强大动能，也展示了中国推进高水平对外开放的胸怀和决心。正如一家花卉展商在一张推荐卡片上写下的话：来到这里，“好事发生”！



人民政协网设计部制图

来自进博会上的“低碳”声音

本报记者 李元丽

第五届进博会已经落下帷幕，但它的热度仍然未散。

迪卡侬推出了全球首发新品“生态设计山地自行车”、花王带来了无人机专用飞防助剂、雅诗兰黛集团将展区打造成了“零碳展馆”、3M全球首发新雪丽云纤保暖材料……在进博会各个展区，从企业新颖的展台设计，到展出的重磅产品、技术，再到各个配套论坛和供需对接会，无处不体现着绿色低碳、可持续发展的理念。

党的二十大报告提出，推动经济社会发展绿色化、低碳化是实现高质量发展的关键环节。多位受访企业在接受记者采访时表示，绿色低碳、可持续发展是政府及社会各界关注的重点议题，进博会平台的影响力可以让企业的低碳理念，创新的可持续产品与服务广为人知，也让企业在可持续发展上的投入更为坚定。

展示成果——企业争亮“绿色牌”

自我国2020年提出“双碳”目标后，各个领域的企业均积极响应。在本次进博会上，从一众企业展出的产品、技术乃至整体解决方案等方面便可窥一斑。

ZARA首次亮相进博会，在其544平方米的展台上，一个巨型魔方醒目可见。魔方的每一面均由多个高清壁式LED屏幕组成，不间断播放着ZARA最新的产品系列；亚马逊的展区面积增加至去年的两倍，实现了展台内容、呈现形式以及感官体验的全面升级；雅诗兰黛则搭建了本届进博会消费品展区的首个“零碳展馆”，由3900余片弧形软木片组合成的“软木帘”所构成，建筑材料全部都经过了FSC®可持续森林认证，并获得中国首张FSC可持续森林项目认证证书……除此之外，包括宜家、达能、爱茉莉太平洋、优衣库、松下、施耐德电气等一众企业，均在进博会上展示了其在绿色低碳、可持续发展方面的产品或成果。

“我们希望借助持续释放的‘进博效应’为参展企业带来更多展示、对话和合作的机会，在中国市场迎接新机遇。”对此，亚马逊中国方面这样表示。

坚持创新——携手让绿色低碳行稳致远

对于在中国践行绿色低碳发展，参展企业都显得格外积极。事实上，为了助力中国的“双碳”目标，企业此前已经纷纷设立自己的时间表。

宜家中国副总裁阮林娟称，“双碳”是中国的重要议题，彰显了中国对于可持续绿色发展的承诺。未来，宜家将持续践行贯穿整个价值链的可持续发展战略“益于人类，益于地球”，将可持续发展贯穿在零售运营的方方面面，探索绿色居家生活的更多可能与可持续领域的合作机遇，帮助并激励消费者过更可持续的生活，一起为环境和地球产生重大积极的影响。

“我们一直致力于可持续发展，并于近期更新、加强了在这一领域的承诺：2022年，我们直接运营的所有能源都将来自可再生能源；到2023年，我们将完全从销售环节淘汰一次性塑料；我们承诺在2040年实现净零排放。”ZARA相关负责人告诉记者，我们坚信创新是未来时尚行业循环竞争的关键，因此积极努力探索解决方案，并寻找新的合作伙伴、工艺和材料，以实现纺织品的循环性。

为实现净零碳排放的目标，亚马逊也承诺将在2030年实现100%使用可再生能源支持企业运营，并已成为全球最大的可再生能源企业购买者。据悉，截至2022年9月，其已在全球21个国家和地区，投资和建立379个可再生能源项目。亚马逊中国方面向记者指出，气候变化是当下突出的全球性挑战，关系到人类的共同利益，也关系到地球的未来。通过可持续发展来应对气候变化已经不再是一种选择，而是当务之急。未来，其还将持续创新与投入，希望成为可持续发展和数字经济变革的参与者和推动者。

共享机遇——中国市场展现出巨大发展潜力

党的二十大报告提出，深入推进能源革命，加强煤炭清洁高效利用，加快规划建设新型能源体系，积极参与应对气候变化全球治理。

在技术装备展区，连续5年参展的美国艾默生电气公司展示了其在新能源、能源效率和环境治理方面的创新技术及解决方案。“我们将继续积极助力中国生态文明建设。”该公司副总裁李洁表示，中国市场展现出巨大发展潜力，我们对中国经济高质量发展充满信心。

作为全球能源管理与自动化领域的数字化转型专家，展会期间与多个国家级能源企业签约成了施耐德电气的一大亮点。

施耐德电气化工油气行业副总经理李永刚告诉记者：“数字赋能、全程减碳是我们的参展主题，未来会与时俱进，彰显公司在数字化、‘双碳’战略等方面的最新技术。”他表示，通过进博会这样优质的交流和学习平台，施耐德电气会一如既往地深度参与中国市场的数字化转型和低碳发展进程，为众多用户提供端到端的一体化解决方案。

施耐德电气全球执行副总裁、中国区总裁尹正告诉记者，五度相约进博会的背后，离不开中国持续扩大开放、营造良好营商环境的决心与行动。我们不仅见证了中国更高水平对外开放，更收获了合作共赢市场环境下的丰硕成果。未来，施耐德电气将持续拓宽行业覆盖领域，并深化数字化技术与各行业的融合，与更多合作伙伴一起，成就高质量发展目标，共创绿色低碳发展新格局。

今年技术装备展区新设的人工智能专区涌现出一批新晋“网红产品”，26家高科技公司的展品从“秀肌肉”向“高精尖”迈进。 本报记者 田福良 摄

全球伙伴共议“核创未来”

本报记者 李元丽

“志合者，不以山海为远。”在第五届进博会期间，中核集团在国家会展中心(上海)举办“核创未来—Atoms for Future”主题论坛，围绕“汇聚全球核力，开创未来新格局”，国内外专家代表就核能未来发展、核技术创新应用及拓展、核科技国际合作前景等话题展开交流。

俄罗斯国家原子能集团东亚公司总经理迪马分享了公司近期在核领域取得的进展，国内外建立和运营核电站的经验，以及俄中两国在和平利用原子能方面建立合作的最新消息，强调核技术对于保护环境、确保经济增长和消除贫困，推动世界可持续发展的重要作用及贡献。

中国国家原子能机构副司长黄平表示，一直以来，中国致力于推动核能可持续发展、核能安全发展以及核技术产业化发展。中国国家原子能机构将贯彻新发展理念，构建国内国际相互促进的新发展格局，深化拓展平等、开放、合作的全球伙伴关系，加快推动核能事业高质量发展。

在中核集团副总经理刘敬看来，作为中国核科技工业的主力军，也是全球唯一进入世界500强的核工业集团，中核集团一直致力于加强全球核能产业链上下游的协同合作，与全球各地合作伙伴保持良好合作。未来，中核集团将坚持“共商、共建、共享”理念，进一步携手各方加快推进核能综合利用，大力开拓核技术应用领域，更好地开展核科技国际合作，促进核工业成为推动人类未来可持续发展的核心动力。

中国原子能副总经理朱庆春强调，推动核能可持续发展与核燃料稳定可靠供应在当前全球背景下具有重大意义，中国原子能愿携手各方凝聚开放合作的发展共识，营造和谐包容的发展环境，培育创新引领的发展动能，迎来核能、核燃料产业更加光明美好的未来。

法国电力集团核能事业部经理于国能认为，要尽快实现低碳能源转型的目标，以遏制全球变暖、气候失调及其不利后果，并进一步阐释了核安全、长期性战略眼光以及技术创新对于核电成功且可持续发展的重要意义。

面对全球能源变局凸显的新形势，论坛借开展“零碳未来城”推介契机，为全球能源供应、环境保护提供“中国方案”“中核方案”。记者在论坛上获悉，近日《零碳未来城发展规划》已获得浙江省发展改革委批复，标志着国内首个依托核能综合利用打造的零碳高质量发展示范区规划正式亮相。零碳未来城是中核集团践行“双碳”发展蓝图，通过创造国际标准、驱动技术革新、建立综合能源零碳供应平台，着力打造的碳排放与吸收自我平衡、生产生态生活深度融合的新型产业园区。

中国贸促会：

电子商务成为拉动消费和防疫保供的重要力量

本报讯（记者 司晋丽）11月11日，中国贸促会研究院发布《2022年中国电子商务发展趋势报告：电子商务在经济高质量发展中的重要作用》（以下简称《报告》）。

《报告》认为，2022年中国电子商务行业呈现两大新趋势。一是以直播电商为代表的新模式迭代加速。二是数字技术成为消费升级的全新驱动力。

《报告》认为，在复杂严峻的国内外形势和多重超预期因素冲击背景下，我国科学统筹疫情防控和经济社会发展，国民经济顶住压力持续恢复，三季度经济恢复向好，经济韧性持续显现。电子商务在其中发挥重要作用，具体表现在三个方面。

一是电子商务成为拉动消费和防疫保供的重要力量。在拉动消费方面，2022年1-9月，实物商品网上零售额82374亿元，增长6.1%，远高于同期社会消费品零售总额（以下简称“社零总额”）增速（0.7%）；从月度数据看，今年以来实物商品网上零售额月度增速均远高于社零总额，在社零总额负增长的3-5月，实物商品网上零售额仍保持了较高的增长速度；1-9月，实物商品网上零售额占社零总额的比重为25.7%，比2021年同期高出2.1个百分点。中国电子商务在网络零售市场、网购人数、数字化快递业务以及移动支付规模方面稳居世界第一位。在防疫保供方面，2022年1-9月，在实物商品网上零售额中，吃类、穿类、用类商品分别增长15.6%、4.7%、5.2%，食品等必需品网购消费表现突出，有力保障了居民日常必需品供应。

二是消费场景创新助推服务业转型。在线办公方面，截至2022年6月，我国在线办公用户规模达4.61亿，占网民整体的43.8%。截至2022年3月，在线办公平台“钉钉”已经服务超过2100万个机构用户，腾讯会议注册用户超3亿，月活跃用户数突破1亿。在线医疗方面，我国在线医疗用户规模达3亿，占网民整体的28.5%。大型互联网医疗平台在提供医疗、药品服务的基础上，进一步拓展数字化健康管理，推动医生服务等相关领域创新。

三是跨境电商在政策支持下成为稳外贸、促消费重要抓手。一方面，跨境电商呈高速发展态势，为稳外贸作出重要贡献。商务部发布数据显示，2022年我国跨境电商保持平稳较快增长，上半年跨境电商进出口交易额同比增长28.6%。另一方面，跨境电商进口成为消费升级新路径。京东数据显示，2022年上半年进口品牌商品SKU数量同比增长51%，2022年京东“双11”预售首日，京东国际预售成交额同比增长178%。

“双11”囤旅游靠谱吗？数据来说话！

本报记者 崔吕萍

11月12日零点，第14届天猫“双11”落下帷幕。数据显示，尽管面临多地散发疫情的挑战，飞猪“双11”活动商品成交额仍实现了连续3年较疫情前(2019年)“双11”保持双位数增长。

今年“双11”，旅游商品核销的进度加快，开售第二天起，消费者已经开始在线预约自己“囤”的旅游商品，截至目前，已核销出行的订单数同比去年同期增长50%。这表明，飞猪推出的“先囤货、后预约”模式已成为不确定出游条件下的主要旅游消费选择。

“所有一起努力的商家、向往美好生活的消费者都希望在节日里找到对旅行的期待，我们没有理由选择‘躺平’。”飞猪旅行总裁庄卓然说，“今天最应该关心的是我们的能力有没有比过去更好、对消费者和商家的服务有没有比过去更好。我们坚信疫情有过去的一刻，而对我们所有准备工作的检验就在那一刻。”

以高星酒店集团、主题乐园和航空公司为代表的旅游品牌也纷纷借助飞猪在“双11”期间的营销势能首发新品。包含多条国际航线的往返次卡“未来飞”成为黑马，吸引了海内外10家航司陆续加入，累计售出超5万件。马尔代夫、毛里求斯等海外目的地跨岛通兑套餐售出超2000件。跨品牌连锁集团的任意住套餐售出超5000件。雅高集团为中国消费者打造的新付费会员计划“雅高臻享卡”售出超1万件。

本土酒店品牌通过“双11”囤旅游迎来销量与品牌价值的双增长。飞猪数据显示，万达、开元、建发、青普、雷迪森、兆和等本土酒店集团或酒店管理公司的成交额均大幅超越去年。其中，雷迪森及兆和的成交额同比增幅均超2倍。

“过去想预约‘囤’下来的酒店，必须得给酒店客服打电话确认哪天有空房，现在在飞猪App上点一点就能搞定。”连续5年购买“双11”旅游产品的消费者李女士说。

一个变化是，今年飞猪“双11”活动商品近八成是现货，从10月25日零点起即可直接预约使用。消费者的预约核销时间较去年提前了7天。

核销体验和效率的改善形成了实实在在的客流，“冷资源”正当时的冰雪目的地最先热了起来。从10月25日零点起，第一批囤完“雪货”的消费者已经开始预约自己的冰雪之旅，截至目前，吉林长白山成为热门核销目的地第一名，海南、云南、浙江等也排在前列。

一些受到疫情重创的旅行社、民宿商家，也在“双11”传来了积极的信号。昆明春雪国际旅行社负责人谢翼告诉记者，其在飞猪上推出的线路游热门商品售出超1500件，成交额近500万元。

“目前消费者正在陆续踏上旅途，我们现在只完成了作为交易平台的上半场，作为履约平台的下半场才刚刚开始。接下来，我们需要付出更多努力，让‘双11’聚合的温暖转化为对消费者旅行途中的承诺。”庄卓然说。

第九届海归论坛“开放兴湘海归谈”共话全球变局与湖南高水平开放

本报讯（记者 刘洋）11月4日，第九届海归论坛“开放兴湘海归谈”在湖南长沙举行。企业家、学者、海归人才等线上线下700余人参与本次论坛，共话全球变局与湖南高水平开放，为湖南打造内陆改革开放新高地建言献策。

本次论坛主题为“全球变局与湖南高水平开放”。在主旨演讲环节，三位嘉宾分别作了主题演讲。复旦大学金融研究中心主任、复旦大学经济学院金融学教授孙立坚以视频形式，带来了“双轮驱动与协同效应推动中国未来高质量发展”主旨演讲。

孙立坚说，世界经济面临着“供给冲击、消费收缩、预期减弱”三大冲击的叠加效应。面对百年未有之大变局，我们要主动为之，促进双循环，建立国内统一大市场，壮大和延长实体经济价值链，增强抗风险能力，同时，发展金融服务实体经济，为高质量发展保驾护航。

随后，三一集团党委副书记、高级副总经理李梁健分享时说，当前我们正处在一个全球变局、机遇与挑战并存的时代，我国正面临第四次工业革命叠加第三次能源革命带来的“超级技术窗口”。企业要牢牢把握中国制造出海、核心技术自研、清洁能源发展、工业互联等机遇，于危机中觅新机。他还从人才、贸易、出海企业服务、优势产业建设等方面给出兴湘发展建议。

深圳市明德企业成长研究院创始人、致公党湖南省委会参政议政工作委员会名誉主任李序蒙表示，“应对复杂变局，我们要办好自己的事，维持企业高质量发展。”他建议，一是国内优势产业和产业链优势环节要走出去。二是用工业互联网武装“走出去战略”。三是吸引全球优秀人才进入中国价值链。湖南作为中部地区重要省份，正以更开放的姿态，打造“内陆地区改革开放高地”，把优势产业推广出去。

“开放兴湘海归谈”作为海归论坛的系列活动之一，每年都会选择一个契合湖南经济发展的主题，形成了致公党“开放兴湘”参政议政品牌，助力湖南省落实“三高四新”战略定位和使命任务要求。从第七届海归论坛开始，“开放兴湘海归谈”的思想交流成果连续两年形成政策建议综述，为全省经济社会发展建言献策。

本次活动由致公党中央留学人员委员会、致公党湖南省委会、湖南省人民政府侨务办公室、湖南湘江新区管理委员会、湖南省归国华侨联合会、湖南省欧美同学会(湖南省留学人员联谊会)联合主办。