

第七届进博会

186家展商七届“全勤”，进博会缘何受青睐

新华社记者 王默玲 周蕊 龚雯

11月5日至10日，第七届中国国际进口博览会在上海举行。本届进博会共有129个国家和地区的3496家展商参加，其中186家企业和机构成为七届“全勤生”。一届不落的背后，到底是什么让这些“全勤生”对进博会如此青睐？记者就此展开采访，寻找答案。

双向互利的“聚宝盆”

有人形象地将进博会比作一个“聚宝盆”，这里首发首展齐聚、新品好物扎堆。对于“全勤生”们来说，每年拿出最新产品、秀出“看家本领”已是基本操作。

2019年进博会上的明星展品法国夏洛莱牛肉，持续受到中国消费者欢迎；2021年的麦臻选盐烤开心果一经展出，一跃成为该品类销售第一名；2022年展出的德国热红酒和澳洲牛肉，踩准了中国年轻群体的消费需求，德国热红酒2024年销售热度仍在持续；2023年展出的泰国进口椰子水，今年销量增长近100%……麦德龙相关负责人历数七年进博之旅，列出了一个长长的进博“爆款”清单。

今年，对于麦德龙来说，进博会展台不止在场内，也在场外。其线下门店专门设置了“进博专区”，展台上的首发展品，可以同步成为线下的“爆款”商品。

何以让展商们迫不及待地将新产品、新技术带到进博会？“聚

宝盆”能真真切切释放双向市场红利是关键。

全球首个“双超高场”科研磁共振平台、全球首款全身时空传感PET/CT、全球首个一体化多模态诊疗平台……在西门子医疗的展台，近10款首发首展新品一字排开。作为连续参展七届进博会的“老相识”，西门子医疗今年集中展示近20款前沿科技产品与多元解决方案。

“从首届进博会开始，我们就坚持第一时间把创新产品和技术带到中国。”西门子医疗大中华区副总裁王弢说，新产品新技术在惠及中国消费者的同时，也有力促进了西门子的发展壮大。

七年来，俄罗斯国冰淇淋从展台走进了中国消费者的冰箱，秘鲁毛茸茸的羊驼玩偶从“小众款”变成“抢手货”，进博会上首秀的“微波刀”已在中国开展了临床应用……展品变商品、商品变“爆品”、“爆品”一路长红的故事，在进博会年年上演，背后是进博会强大的溢出效应，更是中国大市场所释放出的机遇与活力。

促进合作的“黏合剂”

在进博会上，除了琳琅满目的展品，还有很多没有摆在展位上的成果——企业间的签单合作。

“年年参展，年年签单，每年都有新鲜感。”江森自控亚太区总裁朗智文说，“透过进博会，我们能观察到中国市场的活力和效益。”

去年6月，中国首艘国产大型邮轮“爱达·魔都号”顺利出坞，邮轮上的暖通、通信、防火系统都是由江森自控提供的，其中的部分设备订单就是在进博会上签下的。

朗智文说：“进博会不仅给我们带来了业务增长的新启发，也为企业发展带来了新机遇。”

据介绍，前六届进博会累计意向成交额超过4200亿美元。第七届进博会交易团数量又创下历届之最，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，瞄准全球优质产品和服务，实现精准对接。

从首届展位面积只有50平方米，到本届展位面积达200平方米，“全勤生”新西兰纽仕兰乳业不断变大的展位，见证着企业在中国不断扩增的市场。2018年“独自赴约”的纽仕兰，今年带着包括21家新西兰企业的企业团亮相第七届进博会。

纽仕兰乳业有限公司亚太区首席执行官盛文瀚直言，自己尝到了“甜头”，希望也能让更多新西兰企业看到中国开放发展带来的合作共赢机遇。第七次参加进博会的施耐德电气，今年的展台上不仅有很多融合数字化、自动化、电气化技术的新产品、新服务和新应用，还有百威亚太、山东联盟化工集团、浙江君耀智能设备有限公司、杭州赛辰电气有限公司等一批合作伙伴齐齐亮相。

“带着好友上进博”，生动诠释着中外企业间合作的亲密无间。本次进博会期间，施耐德电气还将与来自油气化工、基础设施、机械制造、生命科学等多个行业的30余家客户战略签约。

施耐德电气执行副总裁、中国及东亚区总裁尹正说：“我们很高兴借助进博会这一世界级交流平台，持续深化生态合作，携手更多中国产业伙伴，共同打造具备高科技、高效能、高质量的新质生产力。”

加码投资的“引力场”

“我们坚信，投资中国就是投资未来。”在第七届虹桥国际经济论坛“集聚全球优质消费资源 促进消费提质升级”分论坛上，“全勤生”欧

莱雅集团董事长安巩的观点让不少现场的外企负责人频频点头。

在全球化遭遇重重迷雾的当下，中国坚定的开放姿态，让全球很多企业吃了一颗“定心丸”。

欧莱雅今年4月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；美敦力康迪前不久与常州国家高新技术产业开发区签署投资合作协议，决定进一步加码增资；一届不落的贺利氏仅2024年就有5家工厂在中国新开工或竣工……

商务部数据显示，今年1月至9月，全国新设立外商投资企业42108家，同比增长11.4%。

“全勤生”松下控股株式会社全球副总裁本间哲朗说，受益于中国高水平对外开放尤其是高水平制度型开放，《区域全面经济伙伴关系协定》（RCEP）深入实施后，松下得以将产能集中起来，比如，松下原来在中国、新加坡、马来西亚都生产冰箱用压缩机，现在已将这一产能集中在中国，更好服务全球的生产网络。

“近10年时间里，蔡司中国实现了25倍的业务增长。如今，中国已成为蔡司集团全球第一大市场，因此中国市场至关重要。”蔡司大中华区总裁兼首席执行官福斯特说，“我们对中国市场充满信心，并致力于在这里进行长期投资，将通过扩大本土化生产、完善研发中心、与本地科技公司合作建立战略性供应链节点等，不断增强我们在中国市场的竞争力。”

将全球新能源汽车运营总部设在上海，构建“蔡司长三角高端设备创新发展生态圈”，在珠三角地区推动“视觉产业生态圈”建设……福斯特表示，中国市场的潜力、供应链整合度以及研发创新能力，“始终深深吸引着蔡司”。

（新华社上海11月7日电）



正在上海举行的第七届中国国际进口博览会推出丰富的人文交流活动，通过非遗展示、文艺表演等方式促进中外交流。

▲这是11月6日，艺术家在第七届进博会新闻中心内演奏。

新华社记者 杜满逸摄



第七届中国国际进口博览会汽车展区以“出行，未来无限可能”为主题，聚焦汽车新技术、新趋势、新产品，重点邀请无人驾驶、低空经济、新型储能（汽车）等领域展商进行集中展示。

▲这是11月7日在第七届进博会汽车展区拍摄的本田电动汽车牌GT车型。

新华社记者 辛悦卫摄

正在上海举行的第七届中国国际进口博览会上，众多首发首展的新科技、新成果、新展品亮相。

▲这是11月6日在第七届进博会消费品展区乐高集团展台拍摄的首发新品“春节福来运转灯”。

新华社记者 唐如峰摄

2016年，中国姑娘马玉霞在秘鲁阿雷基帕街边市场购买了秘鲁羊驼毛制品手艺人奥斯瓦尔多·马马尼的羊驼毛玩偶并引入中国市场。通过连续参展进博会，羊驼毛制品在中国市场大受欢迎，并创立了中文品牌“温暖驼”。

今年，秘鲁品牌“温暖驼”连续第七年亮相进博会，受到更多中国消费者的喜爱。目前，“温暖驼”品牌已入驻国内30多家商场，并且开拓了电商平台线上销售，年销量超过3万只。

▼这是6月20日在秘鲁阿雷基帕拍摄的羊驼毛制品手艺人奥斯瓦尔多·马马尼。

新华社记者 李木子摄



“双11”即将启幕，快递业务量迎来井喷。

“海量”包裹也给快递小哥的派送带来压力，今年3月1日起施行的《快递市场管理办法》，要求经营快递业务的企业未经用户同意，不得代为用户确认收到快件，不得擅自将快件投递到智能快件箱、快递服务站等快递末端服务设施。

随着新规落地，快递小哥上门率提升，之前火遍城市街区的智能快递柜，是否正在逐渐“失宠”？

智能快递柜是为了解决快递末端投递问题而出现的。2010年，中国邮政铺设了国内第一个快递柜。2014年全国智能快递柜组数为1.5万组，2015年增长到6万组，2019年达到40多万组，5年平均复合增长率93%。

经过十余年的发展，目前智能快递柜行业已形成以电商平台、快递公司、第三方运营商为主的三方格局。

多家智能快递柜运营公司表示，近年来撤柜现象日渐增多，快递新规影响只是其次，主要有三个原因：

——前几年铺设规模激增，但入柜率出现下降，使用频率降低。反馈到企业层面，虽然规模扩大但利润下滑，不少企业出现亏损。如果要“活下去”，快递柜适当撤除、裁并不是不可避免的。

——快递柜进驻小区、楼宇等场所，需要向物业支付水、电、场地费用，且快递柜老化损坏后还需要维修升级，运营成本在上涨。

——快递员和收件人使用意愿在下降，智能快递柜运营方向快递员每单收取0.2元至0.5元，挤压了快递员收入，同时向收件人收取超时保管费用。

多名快递小哥表示，每单快递的送件费用约为1元，新规实施后他们更愿意选择上门，或者投放至快递驿站。

10月底以来，部分电商平台开始举办购物节，带动快递高峰提前到来。国家邮政局预测，本轮快递业务旺季自今年10月底开始，预计持续到2025年春节前。

与智能快递柜相比，近年来出现的快递驿站，在解决末端投递问题上更为群众“喜闻乐见”。

以菜鸟驿站为例，目前日均处理包裹8000多万个，拥有超过17万个站点。

多名快递小哥透露，驿站对快递员的收费低，而且代收操作十分简单。快递员可以将同一区域内的快递提前归拢，直接投放至区域内的驿站。与智能快递柜相比，驿站不需要快递员一个个扫描包裹信息，也不需要排队等待，可以短时大批量投放。更为重要的是，驿站不向收件人收取超时保管费用，更受群众欢迎。

圆通发展研究中心副主任徐君说，不会操作智能快递柜的老年人更青睐驿站。而且通过集中收集、集中配送的方式将快递配送到消费者手中，消费者不需要在网购过程中填写详细的家庭住址，只需要选择距离自己最近的驿站作为收货地址即可。驿站降低了消费者个人信息泄露的风险。

快递柜市场份额排名靠前的丰巢公司表示，截至5月31日，丰巢柜机数量为33.02万台，较2023年增长1.5万台，在快递新规落地后也保持增长。

丰巢公司市场运营部高级经理许航说，部分撤柜现象是基于大数据分析的分析，对柜机进行优化布局，可以提高使用率。截至5月31日，今年通过丰巢末端配送的包裹数量为27.6亿件，覆盖全国31个省份约20.9万个社区。

许航认为，出于用户多样性的需求，快递柜和驿站作为解决末端投递问题的两种模式，二者各有所长各有利弊，很难简单判断优劣。

国家邮政局监测数据显示，快递新规于今年3月1日开始施行，与前2个月相比，3至9月箱递率（使用智能快递柜投递的快件数量占全行业快件投递量的比例）数据无明显波动，总体表现平稳。

（新华社北京11月7日电）

不忘初心铸忠诚 牢记使命勇担当

（上接第一版）采访中，赵志赞提到，在两年时间的援藏生活中，因为高原缺氧环境，他晚上经常失眠，但他以当地干部爱岗敬业、无私奉献的崇高精神激励自己。他说：“他们只有在高原要奉献一辈子，我们只有短短3年，是没有资格叫苦叫累的。”

来到拉萨后，最让赵志赞牵肠挂肚的是儿子的教育问题，2022年7月至今，赵志赞邮寄家书13封，以文字的形式传递着父爱的温暖和关怀。这些信件不仅成为了父子之间沟通的桥梁，也成了赵志赞在援藏工作期间的精神寄托和动力源泉。

赵志赞说：“当时决定到拉萨援藏的时候，孩子刚上初一，妻子也

在离家60多公里的地方工作，特别担心青春期的孩子没人监管，所以到拉萨之后，我坚持每半个月给孩子写一封信，让孩子感觉到我一直在他身边。”

如今，赵志赞已经在拉萨这片高天厚土度过了两年时间，他和当地干部打成了一片，携手并肩完成了各项工作任务，用实际行动诠释了援藏干部的风采和担当精神。赵志赞表示，今后将继续坚守在援藏工作岗位上，不忘初心、牢记使命，为拉萨市的住建事业和群众的幸福生活贡献自己的力量。“我相信，在党和政府的领导下，在广大援藏干部和当地干部群众的共同努力下，拉萨的明天会更加美好。”赵志赞说。

多林一色麦220千伏线路改造工程竣工投运

（上接第一版）单位领导靠前指挥、坐镇一线，专业部门负责人蹲点施工现场，全面落实安全、质量、进度各项要求，统筹人员、物资、设备等施工资源，协调推进现场各项工作。

工程开工建设以来，全体参建人员发扬老西藏精神，充分发挥“电网铁军”意志品质，迎难而上，攻坚克难，以“务期必成、务期必胜”的信心和决心，始终坚持“安全第一、质量为本”的原则，接连克服地形条件复杂、高寒缺氧、施工难度大、交叉跨越多等诸多困难，在施工过程中大力推广应用新型大载重无人机放线、二氧化碳制裂基础开挖等先进技术，大幅提升了施工质效，有效降低了作业风险。通过上下齐心、尽锐出战，共同实现工程高质量建设和提前竣工投产，为西藏电网今冬明春、迎峰度冬期间充分发挥重要保供作用贡献了积极力量。

下一步，国网拉萨供电公司将持续加强现场安全管控，强化过程管控，确保年度各项重大保供项目有序推进，坚决扛牢迎峰度冬保供责任，为拉萨经济高质量发展提供稳定的电力保障。

（上接第一版）更是不断适应经济高质量发展的现实需要，对大力加强我市技能人才、产业工人队伍建设，推动高质量发展和全面建设社会主义现代化新拉萨具有重要意义。

王明哲强调，职业技能人才和产业工人是现代产业发展的关键力量，每一位参赛选手都是各自领域的佼佼者，这次大赛，是他们展现精湛技艺的舞台，他们是新时代工匠精神的践行者，是推动产业升级的先锋力量。希望全体参赛选手要以拼搏的精神、饱满的热情，全身心投入到比赛中去，赛出风格，赛出水平，相互学习，切磋技艺，充分展示新时代我市技能人才精湛的技术技艺和良好的精神风貌。

开幕式结束，与会领导一同前往劳务品牌、企业创新成果展台参观，询问了解企业创新创业有关情况，随后到各项比赛现场观摩比赛。