2026年11月9日 星期一
责任编辑：拉珍 编辑：胡家容 校对：卓玛拉姆
拉萨日报

从进博会看互利共赢

新华社记者 杨有宗

“四叶草”展馆内，新品首发、项目签约、人流穿梭。中国主动扩大优质商品和服务进口，连续举办九届中国国际进口博览会正是互利共赢的生动体现。

进博会期间发布的《世界开放报告2026》显示，1990年至2025年，中国开放指数从0.5891升至0.7551，提高28.18%，升幅位居全球前列。与之形成对比的是，世界开放正处于复杂严峻的调整期。2025年世界开放指数为0.7453，同比下降1%，为2016年以来最大降幅。

这一升一降之间，进博会的时代价值愈发显现。进博会如同一面镜子，照见互利共赢的开放底色。

对一些跨国公司而言，进博会是前沿创新落地中国的首发站。施耐德电气带来电力管理原生智能体，推动能源管理向主动优化升级；东芝展出13项AI创新方案，覆盖半导体功率器件与绿色储能；高通首展符合3GPP标准的6G终端原型机，对接国内产业需求；露露乐蒙（lu-lulemon）带来基于“触感科学”设计理念研发的创新运动服饰。九届盛会，跨国公司把创新成果与中国市场需求对接，在双向奔赴中收获成长。

对广大发展中国家企业而言，这里是特色产品联通大市场的出海口。阿富汗商人哈默德·拉尔夫连续九届参展，手工地毯的对华出口占比从30%攀升至75%，公司雇员从不到百人增至350余人。织工努莉娅说，这份工作让她“有能力和父母一起养家”。连续参加进博会，让孟加拉国的黄麻产品企业达达公司，从一个只有10人的小微企业发展成为拥有2000多名员工的知名企业，其产品不仅销往中国市场，还依托中国电商平台打开了全球市场。

本届进博会为最不发达国家提供的免费展位面积增长17%，通过零关税、绿色通关等制度安排，帮助发展中国家培育本土产业、增强造血能力。坦桑尼亚的腰果、赞比亚的蜂蜜、尼泊尔的手工艺品，都在这片开放的舞台上，找到了通往更大市场的路径。

进博会的展品跨越山海，一头连着中国消费者的生活和审美，一头牵着远方家庭的生计和希望，生动印证互利共赢的合作之道。

通过紧密合作，中外企业共同拓展市场。新西兰乳业巨头恒天然深耕中国约半个世纪，在本届进博会上，它与中国本土伙伴的合作成果进一步显现，比如恒天然与食品企业元祖共同升级烘焙产品。恒天然大中华区首席执行官周德汉说：“企业正从原料供应商转向客户的成长伙伴，在中国市场的创新也能反向服务全球，共同开拓市场。”

德国克劳斯玛菲跳出单纯卖设备的模式，与国内循环供应链企业共同探索绿色制造新模式，把在中国跑通的方案推向全球市场。优质产品、先进技术、成熟方案持续涌入，既丰富消费选择，也促进产业升级。进口与出口从来不是单向得失，而是双向的价值交换。

越是保护主义逆风，越显开放合作的定力。九届进博会持续向世界释放超大规模市场的确定性，这份确定性是全球贸易动荡中珍贵的压舱石，也让进博会的参展企业数量、展览面积屡创新高，“朋友圈”越扩越大。

进博会讲述的道理简单而深刻，独行快，众行远。深化分工、扩大合作，才能共同把发展的蛋糕做大，在开放包容中收获共享的红利。

（新华社上海11月8日电）

第九届中国国际进口博览会



△图为11月8日，在第九届进博会技术装备展区神钢集团展位，小朋友在挖掘机体验区操作体验。（新华社发）



△图为11月7日，在第九届进博会消费品展区，参观者在欧莱雅展位了解产品。欧莱雅是进博会九届“全勤生”。 新华社记者 刘岭逸摄



△图为11月5日，一名参观者（右二）在第九届进博会消费品展区路威酩轩展位选购饰品。 新华社记者 韩晓雨摄



△图为11月8日，在第九届进博会技术装备展区海克斯康展位，一名参观者驻足观看一台具身机器人拆解模型。 新华社记者 刘岭逸摄

九届全勤，这些外企为何钟爱进博会

新华社记者 任军 有之炘 周蕊

穿行在第九届进博会展馆，胸前佩戴数字“9”徽章的参展商格外引人注目。他们有一个共同身份——连续九届赴约的进博会“全勤生”，其中不少是外资企业和外国机构。

届届不落，来了又来。这份坚定选择的背后，不仅来自进博会不断积累的平台影响力，更来自对中国广阔市场机遇、完备产供链创业链、稳定开放预期的持续看好。

进博会是一扇门，推开它，是中国14亿多消费者的超大市场。

“大头娃娃”巧克力、“克里姆林宫传奇”伏特加、“艾可尼娃”奶酪……在“俄罗斯制造”展台，63家俄罗斯企业组团参展，带来数百种商品。

作为“全勤生”，俄罗斯出口中心连续9年组织俄企参展，不仅展出商品，也组织与分销商、进口商的商务对接活动。中心驻华首席代表尤金·巴诺夫告诉记者，多届进博会已为俄罗斯企业带来了可观的订单。“今年进博会，中心将和联华超市签署合作协议，把更多俄罗斯食品送上中国消费者餐桌。”

进博会是加速器，让创新产品更快从展台走向市场。

在美敦力展台，记者见到了“进博宝宝”——一款结合脑机接口的脑起搏器，可用于治疗帕金森、难治性癫痫等病症。

“过去8年，我们有40款创新医疗产品在进博会上首次亮相后，借助政策支持迅速完成在华审批、上市，一些甚至实现本土化生产。”美敦力大中华区企业事务及传播副总裁曹珊说。

美敦力在首届进博会发布的无导线心脏起搏器，一年后就获批上市，目前在国内上千家医院投入使用；诺和诺德研发的胰岛素周制剂，在第六届进博会上以临床研究文献的形式展出，一年后就实现商业上市和医保准入……“进博宝宝”数量不断壮大，上市速度不断刷新。

如果说医疗产品的“进博速度”体现在审批与准入的缩短，那么，消费品的“进博热度”则体现在市场认知的快速建立。欧莱雅旗下三熹玉、适乐肤等品牌借助进博首发热度，快速进入中国市场并实现持续增长；宜家去年在进博会全球首发的马年弗斯达系列，上市约五个月销量超38万件……进博会助力“展品”变“爆品”的聚光效应不断显现。

进博会是一座桥，外企和中国伙伴在这里加深合作、走向共赢。

连续数日，陶氏公司的展台前人流涌动。仅11月6日一天，就举行了和海信集团、传化化学、无锡科玛等合作伙伴的多场签约活动。“进博会早已不只是展会，它是连接中国市场、客户和创新生态的年度枢纽。”陶氏公司大中华区总裁黄映雪说。

签约不断，大单不停。记者发现，不少签约伙伴本身就是同来参展的展商，同台展示由此变成同链协作。“全勤生”渣打中国和同在服贸展区的中远海运散运签订协议，将在可持续金融领域开展合作；德国橡塑设备制造商克劳斯玛菲和上海箱箱智能科技股份有限公司深化合作，计划把更多在中国打磨成熟的循环包装方案推向海外市场。

据介绍，前八届进博会累计意向成交总额突破5800亿美元。本届进博会，40余个交易团、600余个交易分团到会观摩采购。

进博会上的一次次握手、一份份签约，已结出果实。

2023年第六届进博会上，陶氏与震坤行工业超市（上海）有限公司签下一份价值3亿美元的合作备忘录，此后两年，陶氏张家港生产基地扩建多个有机硅下游产品项目，深耕中国步伐更稳。

不止制造基地，霍尼韦尔和天津港保税区签约的过程控制创新研发中心建成投用；拜耳与上海医药共建拜耳在亚太最大的生物医药共创平台，孵化细胞与基因疗法创新……加力投资中国，以在华创新成果提高全球竞争力，成为“全勤生们”的共同选择。

“跨国企业‘全勤’参展、全情奔赴，并加大在华布局，归根结底，既在于对中国经济前景的坚定看好，也在于中国持续缩减外资准入负面清单、优化营商环境所形成的制度型开放环境。”德勤中国主席蒋颖告诉记者。

“全勤生”和进博会的故事还在继续。

11月6日晚，在“进博之夜”活动现场，梅赛德斯-奔驰、蔡司、三菱电机等多家进博“元老”续写第十届进博会之约。

从九年相守，到奔赴十年之约，这份笃定昭示：与中国同行，就是与机遇同行。

（新华社上海11月8日电）

在进博会，感受开放中国的诚心、恒心、暖心

新华社记者 刘红霞

又是一年“进博季”。今年，境外参展企业数量创新高，参展国家、地区和国际组织数量创新高，全球首发、亚洲首展、中国首秀数量创新高。进博会的含金量，还在上升。

为什么要来进博会？一千个“进博客”有一千条理由。穿行在形似四叶草的国家会展中心（上海），在与世界各地的参展方交流中，“三颗心”在记者脑中逐渐清晰。

先说诚心。

全球展会千千万，但以进口为主题的国家级展会，进博会是头一个。举办进博会，是中国着眼于推动新一轮高水平对外开放作出的重大决策，是中国主动向世界开放市场的重大举措。

订单是开放诚意最直观的体现。过去的八届进博会，累计意向成交额超过5800亿美元。一次次握手，一笔笔订单，背后是中国以开放大市场为各方不断带来“富邻效应”。

进博会是中国主动扩大进口的生动注脚。事实上，从进口规模看，中国已经连续17年位居世界第二，2025年超过18万亿元，今年前三季度又同比增长了22.3%，比出口增速快将近6个百分点。

就在本届进博会开幕当天，首次发布的《出口中国能力发展报告》格外引人注目。报告围绕“各国所优”如何更好对接“中国所需”，提供了“向中国出口什么、能力短板在哪里、怎样提升出口能力”等现实问题的建议。可以说，这是一份分享中国市场机遇的精准指南，诚意十足。

再说恒心。

办进博会，不是一锤子买卖。这些年来，中国一直在践行对世界作出的庄重承诺——“中国国际进口博览会不仅要年年办下去，而且要办出水平、办出成效、越办越好。”

多年参加进博会，记者体会到，进博会越办越好，规模更大、题材更专、活动更精。

以活动组织为例，本届进博会联动组织“出口中国”“投资中国”“购在中国”活动，助力贸易、投资、消费协同贯通，一系列贸易对接、国别合作、路演洽谈正有序展开。商业洽谈的活动区数量增加到19个，面积是上一届的3倍。

美中贸易全国委员会会长谭森认为，现在企业来进博会的目的不止于市场，而是“市场+”。外企可以在进博会找到合适的中国伙伴，共同研发、携手创新，从“在中国，为中国”迈向“在中国，为全球”。

这种感慨是不少进博之友的共同心声。一届一届办下来，许多参展商从“头回客”到“回头客”，再变成“常驻客”“投资客”，与进博会共成长。

最后说暖心。

中国人向来讲究“己欲立而立人，己欲达而达人”。办进博会，中国既欢迎世界500强的“大块头”，也拥抱全球各地的“小而美”企业，不设门槛、不搞排他。

特别是，对于最不发达国家，进博会始终提供免费展位，本届相关展位面积增长了17%。今年5月起，中国对53个非洲建交国全面实施零关税，为非洲伙伴带来更多利好。

几天采访中，记者不断从来自莫桑比克、加蓬、索马里、也门等国家和地区的参展商口中听到一句话——“中国是我们真正可以信赖的朋友”。

九年盛会，岁岁出新，步步向前。在新征程上，进博会将持续让开放红利惠及各国企业、普通民众，奏响合作共赢的时代乐章。

（新华社上海11月8日电）

港澳台企业透过进博会“链全球”

新华社上海11月8日电（记者潘清、孟佳）一台家用跑步机，除了日常锻炼，还可以进行体测并提供个性化健康管理方案，内置的香氛系统还能让健身过程变得更加轻松愉悦。

正在此间举行的第九届中国国际进口博览会上，知名台企乔山健康科技集团凭借这台新品跑步机再度“出圈”。

这是乔山连续第五次参展进博会，也是历年来规模最大的一次。602.4平方米主展台集中呈现“AI+物联网家庭健身新生态”，加上旗下餐饮品牌“乔食有味”独立展台和骑行互动体验区，总展示及活动面积约740平方米。

“早在首次参展进博会前，集团就专门成立了乔山中国家用研发中心，根据大陆消费市场需求和特点进行重点开发，并将成果推广至海外。”该集团中国区总部执行长李永楷说，从最初展示产品，到现在构建生态，进博会见证并推动了乔山从“在地化、本土化”到“全球化”的战略。

商务部的数据显示，本届进博会参展香港和澳门企业分别接近400家和80家，创下历届之最，30余家台企合计参展面积较上年增长一成。无论是深耕行业的商场老将，还是活力迸发的创业新星，都将进博会视为拓展内需市场、连接全球商机的重要平台。

作为进博“全勤生”，总部位于香港的全球领先消费品供应链企业冯氏集团今年恰逢成立120周年。以“创行百年，智链全球，拓海共荣”为主题，冯氏集团在本届进博会上集中呈现消费品供应链与多元零售领域的业务布局，并展示携手产业伙伴拓展内地企业出海服务网络的最新进展。

专注纳米新材料、柔性电子、智能机器人三大赛道的纳金科技，是澳门青年创业和硬科技的代表性企业。公司拥有核心技术发明专利40余项，实现柔性触控、发光、传感、调温等元器件的低成本稳定量产，贯通了从关键材料、创新工艺到核心元器件的产业化路径。

“公司正布局柔性仿生电子皮肤与触觉感知领域，致力打造智能时代的触觉基础设施。”该公司市场负责人说，希望借助进博会这一国际化平台，接触更多潜在客商，进一步寻找合作机会。

参与进博会的港澳台企业以不同方式展现先进技术、特色产品和优质服务，也从盛会中收获成果。对企业而言，进博会不仅是最好“秀场”，更是助其融入新发展格局，共享中国式现代化发展成果的绝佳舞台。

在进博会上感受AI产业新脉动

新华社记者 高亢 孙青 胡洁菲

屏幕上，一座自动化立体仓库逐渐成形。货架如何排列、设备怎样运行、物流是否顺畅，都可以在建设之前完成设计和仿真验证。

这是记者在第九届中国国际进口博览会德国永恒力展台看到的一幕。以往需要多名专业工程师耗时两三周才能完成的工业设计，如今借助人工智能（AI）辅助编程，普通人也能参与初步设计和验证。

本届进博会，共有4142家境外企业参展，全球首发、亚洲首展、中国首秀的代表性展品超过480件。人工智能、新一代移动通信、半导体、智能装备等前沿技术集中亮相。

行走在各大展区，AI产业发展新趋势扑面而来。

各行各业的AI创新“浓度”显著提升——

在技术装备展区，来自瑞士的迅达电梯展示了配备乘客安全智能响应系统的智慧扶梯。迅达中国现场营运总裁朱康正介绍，扶梯装上传感器，依靠AI视觉识别技术，结合边缘计算，可以及时预警乘客摔倒、逆行，或推着婴儿车等危险乘梯行为。

通用电气医疗公司展出了全身AI超声诊断系统，设备内置多种AI辅诊工具，能实现自动组织识别与智能参数调节，可覆盖超过60%的常规临床应用。

今年首次参加进博会的光轮智能（北京）科技股份有限公司，展示了一套给机器人搭建的持续学习系统。公司产品策略总监何仲表示，从工业装备到医疗健康再到具身智能领域，AI正在和不同产业深度结合，逐步成为产业升级关键抓手。

人工智能愈发扎根具体场景、聚焦实际落地——

在人工智能体验区，上海“模速空间”组织8家本土企业集中参展，展品覆盖3D生成模型、智能硬件等。全球企业由此可以更直观地了解中国人工智能产业生态，寻找技术合作、供应链协同和应用落地机会。

AI工业检测、AI医疗、人形机器人、具身智能仿真算法……与往届进博会相比，本届展出的人工智能技术和新产品，更加“接地气”，离日常生活越来越近。

中国信通院上海工创中心首席专家郑忠斌表示，本届进博会，人工智能展品更加聚焦真实环境交互作业。以人形机器人为例，机器人不再只完成固定动作，而是通过AI可以尝试应对多变的现实场景，实用能力持续提升。

AI领域联合创新成新风向——

西门子展台上，一台由中国企业研发的人形机器人用手抓起零部件，模拟柔性生产真实作业流程。

这些演示的背后，是西门子不断加深的本土创新布局步伐：开放在华5家工厂的6类生产场景，与中国企业共同开展实测；2026年9月，与长三角地区108家制造企业签署合作协议，推动工业AI从单点试用走向规模化部署；10月，其AI智能体已进入数百家本土制造企业。

从新产品展示到技术本土验证，从跨国企业在华布局研发中心到中国创新成果走向全球，进博会正推动全球创新要素与中国AI产业深度交融，让技术输入与联合创新同频共振，为全球人工智能有序、健康发展添砖加瓦。

（新华社上海11月8日电）