

与时偕行天地宽

——第七届中国国际进口博览会观察

东方之约，五洲汇聚。黄浦江畔，万商云集。11月10日，第七届中国国际进口博览会在上海圆满收官。6天里，近3500家参展商、约800个采购团乘兴而来、满载而归。按年计，本届进博会意向成交额800.1亿美元，比上届增长2.0%。志合者，不以山海为远。“我们要以开放纾发展之困、以开放汇合作之力、以开放聚创新之势、以开放谋共享之福，推动经济全球化不断向前，增强各国发展动能，让发展成果更多更公平惠及各国人民。”习近平主席的深刻论述和鲜明宣示，在本届进博会上有了新的生动实践。

汇世界——进博之约磁力不断增强

上一批客商还没走，又一批客商已经到了；前一场的签约刚结束，LED屏幕上又准备了新的签约背景板……这几天，西部门能源展台分外热闹。这家进博会“全勤生”每年都能拿下“绿色大单”，今年，又有10多场签约。从头回客变回头客，再到常驻客，西门子能源是个缩影。七年进博会，全球186家企业和机构保持“全勤”，至少80家企业和机构已提前一年预约了第八届进博会。——这里有巨大而开放的市场。签大单、签长单。今年进博会，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，数量达到新高，这些专业买家精挑细选，既瞄准消费

提质新趋势，也致力于为中国产业转型升级升级添砖加瓦。“今年，美国食品与农业馆成交7.11亿美元，比去年增长41%。”上海美国商会会长郑艺感慨，进博会的商机绵延不断。——这里有面向全球的展示舞台。脊柱手术机器人、米其林月球探测车轮胎、“空中出租车”载人真机……本届进博会新品发布台上，平均每隔15分钟，就会有一件或者多件全球首发、亚洲首秀、中国首展。今年，超400项新产品新技术新服务亮相。“七年来我们在进博会全球首发了29款新品，其中有19款产品灵感来源于中国传统文化。”乐高集团高级副总裁、中国区总经理黄国强说，这些

充满中国元素的产品不仅在中国市场备受欢迎，在全球市场上同样热卖。——这里有投资中国的有效指引。进博会是世界观察中国经济的一扇窗，为众多跨国企业扎根中国、深耕中国提供了风向标。不久前，美敦力康迪与江苏常州国家高新技术产业开发区签署投资合作协议，进一步加码增资；今年4月，欧莱雅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；贺利氏今年就有5家工厂在中国新开工或竣工……“下一个中国”依然是中国，投资中国就是投资未来。”欧莱雅集团董事长安珂的话，道出了许多进博友的心声。



这是11月6日在第七届进博会汽车展区拍摄的在亚洲首次亮相的米其林月球探测车轮胎。

集众力——大家的事由大家商量着办

开放集聚力，合作应变局。第七届虹桥国际经济论坛发布的《世界开放报告2024》显示，2023年，世界开放指数为0.7542，同比下降0.12%，震荡收缩趋势明显。“我们比以往任何时候都更需要一种多边形式，让成员能够聚在一起推行现有规则、谈判新的规则并解决争端。”世界贸易组织首席经济学家拉尔夫·奥萨说。进博会搭起开放的平台，汇聚起合作的暖意。本届虹桥论坛设置“全球南方”“世贸组织三十年与中国”“新型储能”“新能源汽车”“银发经济”等议题，

不断为促进全球开放和发展集思广益。本届进博会开幕前夕，欧盟对华电动汽车加征关税正式生效。但这并不能阻挡中外车企加强合作的强烈意愿。在云集全球15大整车品牌、40多家国际产业链供应链企业的汽车展区，占据“C位”的多是中外合作的新能源汽车技术和产品。德国大众汽车集团管理董事会主席奥博穆说：“我们在中国市场积累的经验和技术，也将为我们在全球市场的转型注入强劲动力。”坚持“拉手”而不是“松手”，坚持“拆墙”而不是“筑墙”。

空客在本届进博会上展出三款新一代民机模型及空客可持续发展路线图。值得一提的是，小到支架、座椅，大到机身筒段、机翼、舱门等部件，空客飞机上的中国元素越来越多。空客中国首席运营官柏舒曼表示，空客在天津设厂，可以更好利用中国完善的供应链体系，全球产业链供应链不能断。“我们愿持续深化贸易投资合作和产业分工协作，坚决反对‘筑墙设垒’和各种形式的‘脱钩断链’，打造高效敏捷、富有韧性的全球产业链供应链体系。”国务院国资委副主任、进博会中央企业交易团团长苟坪说。

惠全球——推动经济全球化不断向前

“您能不能帮我跟大家说一下，每人最多只能买一瓶？”刚聊没几句，鲁拉·阿迪下就向记者“求助”。59岁的鲁拉，是叙利亚BioCham精油公司创办人。自打第一届起，BioCham就年年参展。“进博会改变了我们公司的命运，改变了我的几十名员工家庭的命运，他们不用再背井离乡讨生活，因为遥远的中国给我们带来了触手可及的希望。”鲁拉眼里闪着泪光，“现在，我来进博会感觉就像是回家一样。”鲁拉的进博会故事，是中国同全球南方国家携手向前的生动注脚。为37个最不发达国家提供120多个免费展位，食品及农产品展区进一步扩大非洲产品专区面积，举办“全球南方的可持续发展与中非合作”分

论坛……本届进博会上，中国再次以实际行动为全球南方国家打开新的机遇之门。从创办之初，进博会就坚持博采众长，既为发达经济体提供广阔平台，也为新兴经济体以及最不发达国家提供温暖天地，为世界经济百花齐放持续注入活力。七年来，越来越多来自最不发达国家的产品通过进博会进入中国市场，带动相关国家产业发展、民生改善。今年12月1日起，中国将给予最不发达国家100%税目产品零关税待遇。中国以实际行动同世界各国分享发展机遇，推动中国大市场成为世界大机遇，真正做到让发展成果更公平地惠及各国人民。卢旺达奥克斯乐园蜂蜜公司创始人索朗热·穆雷凯齐表示，在进博

会“惠全球”的理念下，世界没有被遗忘的角落。中国的舞台，世界的精彩。毕加索、齐白石、莫兰迪、潘天寿……涉及10多个国家、80多位艺术家的绘画、雕塑等作品，在进博会国际艺术专区“艺道·百年国际现当代艺术项目”展览上亮相，为观众呈现出一场艺术盛宴。进博会期间，200余场中外文艺表演精彩纷呈，既有河南的戏曲、新疆的舞蹈、浙江的皮影戏等中国传统艺术表演，也有来自克罗地亚、意大利、法国等国外艺术家的精彩演绎，令人大饱眼福。各美其美、美美与共。以进博为媒，中国正与世界谱写更多合作共赢新篇章。

新华社文字记者：刘红霞、谢希瑶、周蕊 新华社图片记者：陈浩明 新华社上海11月10日电

“双11”16年了，今年有何不同？

“双11”16年了。这一见证电商行业飞速发展的“购物节”，已成为影响力极广的消费盛事。作为观察中国消费市场的重要窗口，今年的“双11”有哪些新亮点？

周期长、力度大、势头劲

今年的“双11”，比以往来得更早一些。10月8日，抖音、拼多多便启动了大促预热；10月14日，天猫和京东同时开启“双11”活动。这意味着，今年“双11”时间跨度持续约一个月，刷新了自“双11”概念诞生以来的购物周期。超长预售期，使得商家备货发货、优化库存的时间更充裕。济南中通仓储服务有限公司临沂分拨中心网络管理负责人孙德成说：“消费高峰在10月22日、11月1日、11月11日等节点多次出现，大大减轻了瞬时流量的压力。”不少平台推出多项扶持政策，在优惠力度上也持续加码，“砸”出真金白银。“双11”期间，抖音电商有针对性地推出“四个降低”“两个优化”等多项扶

持政策，帮助商家提质增效。对于新商家和中小商家，平台也推出一系列利好政策。抖音电商负责人说，本次新高优惠是历年扶持政策中力度最大的一次。政府补贴首次“入场”也成为今年“双11”一大亮点，“以旧换新”热度高涨。“平台优惠加上政府补贴，补上加补后，家电、家装的一些商品优惠在六折左右，确实很‘香’。”购买了多款家电产品的贾女士说。苏宁易购升级“国补、厂补、苏宁补”三重补贴，优惠不止五折，推出200款家电一价；“双11”全面开启以来，“以旧换新”订单同比增长超110%。“双11”期间，全国超过90%的县域农村地区均有消费者通过京东进行“以旧换新”。

线上线下消费势头强劲，消费热情持续升温。记者在北京、济南、沈阳等多个城市看到，实体店商超、餐饮店铺等，也积极加入“双11”促销队伍。在济南一家自助火锅店，69.9元一位的单人套餐近期已销售7000余份。店铺负责人张刚说，线上享受优惠、线下享受服务已成为消费常态，间接促进了业绩增长。相关平台数据显示，截至10月30日，2024年“双11”全网累计销售额达8450亿元。“参与平台范围不断扩大、物流等电商基础设施不断完善，商家对消费者的洞察更精准，国内市场依然存在消费潜力。”中国国际电子商务中心电子商务首席专家李鸣涛说。

缘何保持活力？

业内人士分析，今年“双11”表现不俗的背后，是多重政策利好、平台着眼服务、商家深耕市场等因素的结果。“消费品‘以旧换新’政策先期出台是重要利好。”中国家用电器协会副理事长徐东生说，不少品牌抓住“双11”促销时机，展现出强劲增长势头。数据显示，天猫开启“双11”预售活动首小时，大家电整体成交较去年预售同期上涨765%。今年“双11”，平台将竞争焦点从价格战更多转向服务升级。电商平台开始意识到“做减法”的

重要性，不再以价格战为噱头。今年，微信支付全面接入淘宝、天猫，存在多年的支付“壁垒”首次被打破；菜鸟等快递公司等多个平台达成合作。“平台做减法，并不意味着销量会下降。相反，消费者获得更多实惠和更优体验，会助推消费市场‘升温’。”中国人民大学商学院市场营销系副教授丁瑛说。商家也更多回归注重产品和用户体验的本质。“喜欢什么样都可以告诉我，我会帮

你把这块玉打造成独一无二的样子……”“双11”前，记者走进辽宁岫岩一家个性化定制玉器工作室时，“00后”负责人唐校正正在直播。他说：“年轻人更懂年轻人，‘DIY+电商’的路子，让岫岩玉走出大山，被更多人爱上。”“消费者的选择渠道更多了。对商家来说，产品品质如何、能否带来实惠，是决定销量的关键。”山东优可母婴用品有限公司负责人王大龙说，通过完善产品供给，今年“双11”期间，公司产品销量较平常增长了3倍。



推动电商行业转型升级

“双11”不仅是观察消费市场的一个重要窗口，也是观察消费趋势变化的重要节点。业内人士认为，支付、物流方面的互联互通等举措，意味着服务将更加回归消费者本位，让消费者享受到实实在在的优惠。随着“双11”购物节的不断发展，消费者对购物体验、退换货等售后服务有更高期待，这也意味着电商平台的服务能力要进一步提升。推进诚信建设也有助于释放更多消费潜力。中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江说，平台

应通过建立良性的消费信任、兼顾消费者和商家的公平规则，持续激发消费市场活力。商家自身也要重视品牌建设，平衡短期利润和长期收益。利用技术赋能，有助于进一步推动电商发展、提升消费体验。借助AI助手、AI数字人直播等技术，平台可有效增加内容供给、提升竞争力。“人工智能技术在电商场景的应用将进一步拓展，对全行业的赋能也将进一步增强。”李鸣涛说，在尊重消费者隐私的同时，可以利用大数据、技术分析等手段，优化购买咨询、商品选购、售后维权等消费全链路。

此外，更多市场空间值得期待。今年“双11”，县域市场消费火热，带动不少商家整体销量上升；兴趣消费和情绪满足类产品也表现不俗。业内人士认为，通过丰富消费场景、深挖文化内涵、聚焦情绪价值，电商平台不断打造市场新增量，促进消费市场持续回稳向好。在李鸣涛看来，随着数字化技术的深入应用，中国电商行业的新形态、新模式层出不穷，如直播电商、融合线上线下优势的即时零售等，这也在一定程度上代表了全球电商行业的发展趋势，未来海外市场将迎来更大的增长空间。

新华社文字记者：邵鲁文、李明辉、王雨萧 图片作者：王鹏 新华社发 新华社北京11月11日电