

在开放共享中奔赴美好未来

—第八届中国国际进口博览会观察

黄浦江畔，“四叶草”见证东方之约。

11月10日，第八届中国国际进口博览会在上海圆满收官。6天时间里，155个国家、地区和国际组织参与。按一年计意向成交额达834.9亿美元，比上届增长4.4%，创历史新高。

“举办中国国际进口博览会，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。”2018年，习近平总书记在首届中国国际进口博览会开幕式上郑重宣布。

党的二十届四中全会对扩大高水平对外开放作出重要部署，释放了中国坚持开放合作、互利共赢的强烈信号。

延续八载的进博会，以更加开放包容的胸怀、更加创新进取的姿态、更加鲜明的共享共赢理念，展现中国与世界相互通融、博采共进的生动实践。

共赴开放之约，进博“磁力”持续展现

从屡创新高的数据，可以读出进博会持续释放的魅力：

首届进博会上，30万平方米展厅内，3600多家企业带着对中国市场的期待首次汇聚；

本届进博会，不仅总展览面积大幅扩大，参展境外企业更是达到4108家……

一年一度，进博会都如约而至。持续高涨的参展热情背后，国际社会对“进博机遇”和中国经济的信心可见一斑。

这里有“回头客”的热情，有“回头客”的信任。

瓶塞瓶口精准“配对”——开幕首日，来自葡萄牙的软木塞品牌科雷亚与宁夏一家葡萄酒企业达成合作，首批10万个软木塞订单，为其打开了崭新市场。

这是科雷亚的首次“进博之旅”。“尽管近年来全球葡萄酒消费量有所波动，但中国市场前景广阔。”该品牌老板路易斯·科雷亚对未来充满期待，“后续订单有望增加到100万个。”

连续八届参展进博会，西门子医疗拿下医疗器械及医药保健展区1.1号馆的最大展位。不仅展位不断扩容，展品也实现从“单一产品”到“全系列产品”的升级。

“八年参展，我们更坚定与中国市场共成长的决心。”西门子医疗大中华区总裁王皓期待，通过持续深化的合作让更多优质医疗资源落地生根。

中国市场的巨大容量、升级潜力，对全球企业有着强大吸引力。

本届进博会共组建43个交易团、700多个交易分团到会洽谈采购，参展商、采购商、经销商探索携手同行的无限可能。

英格索兰集团带来了专为新材料、新能源等行业打造的真空泵、鼓风机等5款新品。“我们特意等到进博会发布这些新品，就是想在这里直接精准对接市场需求。”集团全球高级副总裁李毅道出不少展商的心声。

从秘鲁蓝莓、布隆迪咖啡到美国约翰迪尔的自走式青贮收获机，展馆里集纳各国好物。线下争分夺秒洽谈，签约合作不断，线上直播间达人主播出镜展示、火热推荐，一幕幕都是进博会和大市场“磁力”的生动展现。

阿法拉伐集团总裁埃里克森刚到展台，就被霍尼韦尔负责人拉过去逛展。看产品、谈合作，仅用15分钟就锁定意向，双方约定一年后相约进博会复盘合作进展。

抢搭第九届进博会头班车，目前已有约百家企业及机构续写“进博之约”。

尼日尔驻华大使阿卜杜·布巴卡尔说，进博会已成为全球企业不可或缺的平台，体现了互利共赢的合作模式，为全球生产商提供机遇，也巩固了中国作为全球主要开放市场的地位。

集聚创新成果，向“新”动力更加强劲

全尺寸倾转涵道翼型设计、可垂直起降的“空中专车”“飞”进展馆；CyberCab赛博无人驾驶电动车迎来其亚太首秀；头戴式AI—AR导航定位系统、商用认知机器人等惊艳亮相……超43万平方米的展馆内，创新的热浪扑面而来。

这里是很多全球新品的首发地，也是不少前沿技术的“首秀场”。来自众多领域的首发首展不仅让进博会化身为创新创造的大舞台，更见证了中国大市场正一步步成为全球创新的试验场、应用场、利润场。



2025年11月10日 拍摄的国家会展中心(上海)南广场。新华社发

在这里，前沿成果密集发布，显现科技向前、产业提质的趋势——

想了解机器人的“进化”？不妨来进博会逛一圈：

在宇树科技展台，人形机器人施展着拳打脚踢的真功夫，行云流水的动作展现了在运动控制领域的最新突破；在川崎重工展台，机器人同时对战两位棋手，用视觉检测棋盘、通过AI算法判定胜负；具备安防暴功能的人形机器人，全球首发的家庭陪伴机器人……从技术到应用的精彩展示，让人们仿佛置身机器人的“未来世界”。

今天，中国已跻身全球创新指数排名前十，14亿多人组成的超大规模市场，居世界第一的研发人员总量，推动着无数技术的种子在产业的土壤里生根发芽。

立邦去年进博会首展的光催化涂料，今年已在广州工厂启动产线建设；GE医疗展台18款首发新品中，60%由本国团队自主研发；从小直径可控扩张血管支架，到6G应用场景裸眼3D展示，会场上一个个硬核科技的“刷屏”，印证了中国丰富应用场景对全球创新的“催化效应”。

深化算力领域合作提高大模型验证测试效率，增进与发达国家在绿色发展领域的技术交流与标准协同……虹桥国际经济论坛上，参会嘉宾思想碰撞，共同探寻产业升级的未来图景。

在这里，合作的暖意汇聚发展的热潮，拓展协同向新的空间——

本届进博会，大众汽车集团(中国)带来这样一则消息：旗下软件公司CARIA和智驾科技企业地平线联合成立的合资公司酷睿智，将在中国自主设计与研发系统级计算方案，为集团的高级驾驶辅助和自动驾驶系统提供有力支持。

全球汽车产业加速“驶”向智能“赛道”，大众汽车集团坚信，通过在中国设计与研发，将进一步巩固企业的长期创新能力。

西门子全球执行副总裁肖肖告诉记者，西门子在以往7届进博会上与超200家合作伙伴签订合作协议。“进博会就像是一个不断运转的‘创新动力厂’，将全球要素汇聚到一起。”

飞利浦已在华建立五大创新中心和五大生产基地，其大中华区总裁刘利表示，将通过进博会持续深化本土化创新共同体的建设。

一项项签约、一场场合作，见证着越来越多的企业将产业链、供应链、创新链更深地嵌入中国经济。

首设“跨境电商优选平台”及“跨境电商服务区”，助力境外展品精准对接中国市场；扩容创新孵化专区，通过项目路演、投资接洽等打造一站式生态平台……进博会功能持续“上新”，助力全球企业在中国切入新赛道。

“抓住新技术变革机遇，整合上下游资源，实现‘中国创新，全球共享’的跨越”“在中国，与全球开展深度技术对话，推动产业协同升级”……进博会上，来自多国人士的声音，印证了中国市场与全球创新的“双向奔赴”。

建设现代化产业体系、积极发展新质生产力……一个向新而进的中国，正为全球产业转型升级和世界经济增长注入更多动力。

铺展共赢图景，溢出效应不断放大

进博会上，罗氏制药中国总裁边欣讲述了“进博宝宝”速福达的成长故事：

这款药物的英文药盒在第二届进博会首次亮相，得益于进博会平台的展示和医药领域相关审评审批制度改革，在次年被纳入了境外临床急需用药名单，并于五个月后在中国获批上市。

如今，罗氏包括速福达在内的一批药品实现本土化生产。今年5月，企业宣布投资20.4亿元人民币，在上海打造全新生物制药生产基地。

从进博会出发，许多客商实现“从0到1，从1到100”的跨越。持续放大的溢出效应，推动着开放红利从展会延伸至更多地区、拓展至产业链更多环节。

坚定深耕中国的选择，越来越多海外企业投身中国大市场，拥抱发展新机遇——

一个月前，达能在江苏无锡的医学营养工厂扩建项目顺利封顶，进一步夯实了企业扎根中国、联通全球的供应链。“目前，中国已成为达能全球第二大市场。未来五年，我们希望中国成为达能全球第一大市场。”达能中国、北亚及大洋洲总裁谢伟博说。

面对“脱钩断链”的杂音，中国以开放的胸怀，助力各家企业链接全球。本届进博会参展的世界500强和行业龙头企业有290家，很多企业在上海设立区域总部或研发中心。

持续践行“惠全球”理念，面对发展鸿沟的挑战，中国积极担当，坚持合作共赢惠及世界——

秘鲁手工艺人马马尼将他制作的羊驼玩偶销到中国，帮助当地200多个家庭脱贫致富；来自孟加拉国的萨夫、唐河夫妇让家乡的黄麻手工艺品收获了中国买家的稳定订单，改善本园3000多名依靠手工为生的妇女的生活……

从第一届为数十个最不发达国家免费提供标准展位，到本届为最不发达国家产品打造专区，支持非洲建交国用足好100%税率产品零关税政策，中国以实际行动为最不发达国家和发展中国家打开新的机遇之门。

物流通关时间从8天缩短到72小时，线下销售覆盖25个省份、线上覆盖90%以上电商平台——这是纽仕兰近几年在中国市场发生的真实变化。

通过进博会平台，中国持续推动贸易投资便利化、知识产权保护等开放创新，用不断优化的营商环境，让企业充分感受到中国同世界共享发展机遇的决心。

中国搭台，世界合唱，更多彼此成就的故事，正在继续书写。

新华社记者（新华社上海11月10日电）

超1300趟动车降价

铁路票价淡季打折释放哪些信号

国铁集团客运中心相关负责人介绍，铁路部门正加快推动形成不同旅距、不同价格、不同运行时刻的差异化客运产品体系，努力为旅客提供更加丰富多样的出行选择。

——降低出行成本，传递民生温度。

家住哈尔滨的王女士因生意需要，经常乘坐高铁前往牡丹江、佳木斯开展业务，得知票价打折的消息后，她高兴地给记者算了笔账：“以前到牡丹江坐一趟车平均要花100多块钱，现在最便宜的一趟才80多块钱，一个月算下来能省好几百元。”

国铁哈尔滨局聚焦旅客需求和市场规律，先后推出“计次票”“定期票”等惠民产品，同时对省内22趟动车组采用票价优惠，全程最高优惠40元。

据了解，国铁郑州局此次票价调整分为“周中”和“周末”两个部分。“为更广泛惠及出行旅客，根据旅客的出行需求，我们对两个时段的优惠车次进行了差异化调整。”谢晓燕说。

此外，本轮铁路调价，学生、儿童、残疾军人、伤残人民警察、残疾消防救援人员等特殊群体旅客继续享受“折扣”，最低4折优惠。

铁科院集团公司运输及经济研究所研究员肖永青表示，这种差异化优惠设计，体现了铁路服务全民出行的公益属性，有利于市场效率与社会公平的平衡。

——为提振消费、扩大内需助力。

记者在采访中了解到，本轮铁路票价调整，也为多地提振消费、扩大内需起到助推作用。

“听说最近成都至自贡铁路票价打折，我们特地到自贡耍了一圈。”11月6日，来自成都的旅客刘莹和同伴高兴地告诉记者。

近年来，铁路部门持续深化市场化票价机制改革，陆续将多条线路的动车组列车固定、单一票价机制调整为灵活折扣、有升有降的市场化票价机制。

灭火器灭不了火苗、消防呼吸器过滤不了烟气毒性、消防水带一进水就破裂……不合格的消防器材不仅可能在关键时刻“掉链子”，本身也可能成为危险源。

为何“救命器材”成了“摆设”？不合格的消防器材是怎么流入市场的？“新华视点”记者展开调查。

部分消防产品关键材料“以次充好”“偷梁换柱”

随着人们消防意识的提升，一些包含小型灭火器、防毒面具等消防器材的家用消防应急套装近年来销售火热，价格从几十元到几百元不等。同类产品价格为何如此悬殊？业内人士表示，消防器材质量参差不齐是主因。

记者梳理发现，在近年来国家、省、市有关部门的抽查检验中，不合格消防产品时有“上榜”。2024年国家市场监管总局对防火门、过滤式消防自救呼吸器、手提式干粉灭火器等3种消防产品的抽查结果显示，不合格率分别为9.4%、9.1%和4.2%。

以应急套装中常见的灭火器为例，广州质量检验研究院新材料及无源医疗器械检验研究部相关负责人表示，按照规定，ABC干粉灭火剂主要组分为磷酸二氢铵，含量为75%；但抽检中发现，一些手提式干粉灭火器中被掺入滑石粉等廉价填充物，替代了磷酸二氢铵等有效成分。

记者在一份不合格产品的检测报告上看到，该产品第一主要组分磷酸二氢铵含量仅为43.8%。“在关键材料上‘以次充好’‘偷梁换柱’，从表面上看区别不大，但严重影响消防产品的灭火效能和安全性。”这位负责人说。

再如应急套装中经常配置的过滤式消防自救呼吸器，若关键过滤材料不达标，就不能有效过滤有毒烟雾和颗粒。检测标准要求，一定时间段内，呼吸器一氧化碳浓度超过浓度的时间加权平均值不应大于200mL/m³。但从抽检结果看，有的不合格产品该数值已经超过1000mL/m³，原因就在于关键材料一氧化碳触媒被“动了手脚”。

广东乐昌市某消防器材公司负责人颜经理告诉记者，合格的触媒是化学催化剂，如果生产商使用干燥剂等非触媒材料替代，成本会降低20%以上。“普通人很难仅凭肉眼和经验判断消防产品的质量，部分不法厂商就动了歪心思。”

2022年8月，浙江宁波发生一起火灾，造成7人遇难。火灾事故调查结果显示，事发地的独立式感烟火灾探测报警器和灭火器均为不合格产品，其中灭火器的灭火剂有效含量只有20%，距离国标要求的75%相去甚远。

不合格消防产品存在监管薄弱环节

不合格的消防产品是如何流入市场的？

记者调查发现，由于消防器材的生产门槛较低，厂商鱼龙混杂、产品质量参差不齐。

广州市质量监管部门的一位工作人员表示，不法生产场所往往规模小、设备简单、工艺粗糙，一旦某个场所被查处，不法分子会迅速转移生产设备、库存和人员，到新地方重起炉灶。“我们曾去过一个生产防火面具的小作坊，里面仅有几个工人在组装，不同化学成分的材料装在大桶里，填充工艺全凭工人自己把握，连质检员也没有。”

广东省市场监督管理局相关处室负责人说，根据查处的线索，也有个别正规厂家受利益驱使生产非标产品。“这些厂家按照客户的低价要求降低产品标准，定制化生产、点对点运输、不留库存。”在流通环节，由于鉴定消防产品质量需要较高专业能力，部分不法商家面对消费者的质询百般抵赖。

记者在某电商平台发现，有店铺售卖过滤式消防自救呼吸器“盲盒”。当记者询问这些不同品牌的商品是否合格时，商家仅发来一份来源不详的检测报告。还有商家出售“酒店款”和“家用款”，记者询问有何区别，商家坦言“酒店款”是应付消防检查用的，“家用款质量更好”。

业内人士透露，所谓“酒店款”往往是性能较差的不合格产品，一些购买者贪图便宜，对消防产品的重要性认识不足，存在“用低配应付检查”的思想。

此外，部分消防器材的使用规定流于形式，执法震慑力有待加强。

消防部门介绍，按照规定，干粉灭火器在出厂满5年后需进行检测充装，之后每1至2年再次进行检测充装。现实中因需要专业厂家收费服务，很多使用单位缺乏检测充装的意愿，让规定难以有效落实。

《中华人民共和国消防法》规定，生产、销售不合格的消防产品或者国家明令淘汰的消防产品的，由产品质量监督部门或者工商行政管理部门依照《中华人民共和国产品质量法》的规定从重处罚。法律专家称，许多消防产品质量案件的罚款金额只有几千元，违法成本较低。

莫让救命器材关键时刻成“致命杀手”

消防产品质量事关群众生命财产安全。受访专家表示，应从源头管控、过程监管、末端治理、市场引导四方面，加强部门协作、形成全流程全链条闭环监管。

一些拥有3C认证的消防产品，申请认证时的测试样品与实际量产版本差异较大，产品质量名不副实。对此，北京市东元（深圳）律师事务所律师邓永表示，一旦发现认证检验机构在消防产品认证、检验工作中存在严重违法违纪行为，监管部门应从严从重惩处。

针对消防产品生产、流通环节中的乱象，广州大学法学院教授欧卫安建议，有关部门组成联合执法检查组，采取突击暗访、随机抽检等多种方式开展监督检查。建立全链条信息共享平台和监管信息库，定期共享消防产品流向、监督检查和执法数据。

在使用端，北京市京师律师事务所律师孟博建议，压实使用单位的主体责任，从严查处采购使用不合格消防产品的行为；加强消防安全意识教育，鼓励群众提供消防产品违法犯罪线索，从需求端挤压劣质产品的生存空间。

广东产品质量监督检验研究院消防产品检测室工作人员提示，消费者在选购消防产品时，尽量选择到正规的实体店购买，认真查看消防产品实物；如果网购可登录“应急管理部消防产品合格评定中心”网站查询，核对所购买的产品是否备案。注意保存好交易凭证，如遇消费纠纷，可拨打“12315”“12345”热线进行投诉举报。

新华社记者（新华社广州11月10日电）

救命器材「竟成『摆设』」

不合格消防产品何以流入市场

部分消防产品关键材料“以次充好”“偷梁换柱”

随着人们消防意识的提升，一些包含小型灭火器、防毒面具等消防器材的家用消防应急套装近年来销售火热，价格从几十元到几百元不等。同类产品价格为何如此悬殊？业内人士表示，消防器材质量参差不齐是主因。

记者梳理发现，在近年来国家、省、市有关部门的抽查检验中，不合格消防产品时有“上榜”。

<p style="writing-mode