

进博热力映射中国经济魅力

“从法国农场到中国餐桌”——第六届进博会开幕第二天，食品及农产品展区的一个角落，40多家法国农食企业集体亮相，与国内采购商面对面交流对接。

这是记者在现场捕捉到的一幕。当天，7家企业与盒马现场签署协议，未来三年采购额达30亿元的法国家肉类、乳酪以及红酒等美食美酒将跨越山海进入中国市场。

连日来，记者穿行在进博会，类似的场景随处可见：

5日下午，上海市交易团便迎来“首单”签约，震坤行工业超市(上海)有限公司与美国陶氏公司签署价值3亿美元的合作备忘录；

6日晚，2023年进博会参展商联盟大会上，60余家企业及机构现场集体签约第七届进博会；

截至7日，中央企业交易团、卫生健康委交易团、相关地方交易团已举办85场集中签约活动，达成合作意向近600项……

在全球经济“寒意”之下，进博会这一中国首创的国际经贸盛宴缘何“热力”不减？

“进博会是我们拓展资源、分享愿景和寻找合作机会的绝佳平台。”德国贺利氏集团董事会主席兼CEO凌瑞德(Jan Rinnert)的话，道出众多进博会参展企业的心声。

进博会是一扇窗口，向世界展现了中国经济的强大韧性与活力——

在贺利氏展厅一面墙上，6张照片记录着这家企业连续6年参展的变化：从首届展台36平方米、集团仅3个事业部参展，到本届展台扩至100平方米、集团近10个事业部参展。

今年，贺利氏带来了应用于氢能的贵金属催化剂、高效光伏电池浆料、电动汽车的电力电子系统、智能炼钢系统与模型软件等多种关键材料和技术。

“我们对中国市场的承诺从未动摇。”凌瑞德说，中国在绿色可持

续发展领域有着巨大市场潜力，贺利氏目前在中国有6个重大项目正在建设中，并已提前签约第七届进博会。

进博会上，“数字”“智能”“绿色”等关键词随处可见。法国轮胎巨头米其林带来了可持续材料占比达63%的“绿色轮胎”，日本索尼公司展示了一款由稻壳制成的多孔碳材料以及由该材料制成的T恤，美国奥的斯电梯公司全球首发了依托人工智能技术的未来概念超级电梯……复杂变局下，中国经济高质量发展激发出的市场潜力，为全球企业带来更多合作机遇。

进博会是一座桥梁，将世界与中国超大规模市场更紧密“链”接——

以中国书法为灵感的地毯系列产品、双重防护的高性能阻燃面料、地材循环再生解决方案……有着158年历史的美国材料制造企业美利肯公司今年首次参加进博会，不仅实现了精细化工、纺织、地材三大主要业务板块全面参展，其全球和亚太区的领导团队也都悉数来华参展。

“这是美利肯首次在大型综合性展会上展示公司完整的产品组合，希望以此表明我们对中国市场的承诺。”美利肯公司总裁兼首席执行官哈西·库克(Halsey Cook)说。

本届进博会上，美国参展企业超200家，其中大量来自半导体、医疗器械、新能源汽车、化妆品等领域。6年间，美国参展商在展馆面积、企业数量等方面，均居进博会前列。

而总体看，154个国家、地区和国际组织的来宾齐聚上海，超3400家企业和近41万名专业观众参展，750多个交易团报名入场采购……再创历史新高展会规模，充分彰显中国超大市场优势。

中国大市场，到底有多大？

人头攒动的食品及农产品展区，记者在鑫荣懋展台见到一款在



11月8日，在第六届进博会上，观众了解希腊蜂蜜产品。新华社发

云南丽江泸沽湖畔海拔2740米高原上种植的、源自新西兰的新品种“红秀苹果”。

“消费升级、需求多样、营养追求催生了中国万亿元规模的水果零售市场。”展台工作人员告诉记者，“我们不仅进口国外高端优良品种，还引入国内授权种植，这样也能让更多国内消费者吃到质高价优的苹果，能更好满足国内市场消费新需求。”

14亿多人口，超4亿中等收入群体，蕴藏着巨大的市场规模和消费潜力，也印证中国市场是推动世界经济复苏的重要“稳定器”。

进博会是一座灯塔，用开放之光照亮世界经济未来发展前景——

菠萝，贝宁的特色农产品之一。中国消费者品尝到贝宁菠萝需要多久？答案是72小时。

在食品及农产品展区，首批空运来华的贝宁特产菠萝一上展架，就成为“明星展品”。水果贸易商贝尔蒂耶·盖德贝·马科斯介绍，进博会筹备期间，将新鲜菠萝空运到中国只用了3天。

同一展区，一瓶来自新西兰的鲜奶也实现了“72小时通关”——周一在新西兰牧场挤奶、进厂加工，

夜晚上飞机；周二到上海清关配送，周三送达中国消费者的餐桌。

一个“快”字，成为中国不断扩大对外开放，积极推动跨境物流和贸易便利化，畅通全球产业链供应链的生动注脚。

当前，全球经济复苏乏力，全球产业链供应链循环受阻，经济全球化遭遇逆流。“越办越好”的进博会始终传递一个鲜明信号：中国对外开放的大门越开越大，中国会坚定不移与世界共享市场机遇，共创美好未来。

就在进博会期间，海关总署发布的数据显示，10月中国外贸月度、累计增速双双转正；无独有偶，国际货币基金组织也宣布上调中国经济今年增长预期为5.4%，比上个月预测值提高0.4个百分点。

世界好，中国才会好；中国好，世界会更好。

中国正在加快构建新发展格局，以高质量发展推进中国式现代化建设，这必将为全球投资者打开一扇更广阔的“机遇之门”，为世界经济未来发展注入信心和力量。

(新华社上海11月9日电)

蒙牛集团奶产业链伙伴可持续发展大会暨2024牧场SOP对标互学活动在宁夏启动

为提升中国乳业竞争力，深化落地蒙牛乳业生态圈“2025价值共享”战略，11月1日，蒙牛集团联合政府主管部门、国家奶牛产业技术体系共同举办“蒙牛集团奶产业链伙伴可持续发展大会暨2024牧场SOP对标互学活动”。活动在宁夏灵武市启动，主题为“更绿色、更营养、更智慧”，旨在通过观摩标杆绿色智慧牧场，“寻找差距，提升管理，共渡难关、可持续发展”，为我国乳业高质量发展注入新动能。

在今年8月举办的世界乳业大会上，蒙牛集团总裁卢敏放对外发布，蒙牛将从“绿色、营养、智慧”三个维度出发，实现全面战略性领先。蒙牛集团副总裁赵杰军

在世界乳业大会上也提出，蒙牛将通过“一乳、一牧、一草、一种、一平台”优势建立，引领乳业高质量发展，实现真正育好种、种好草、养好牛、产好奶、建好链。

本次活动还走进宁夏新澳农牧有限公司(简称“新澳乳业”)和宁夏长宏康发展有限公司(简称“长宏康牧业”)两座“花园式牧场”，蒙牛关于奶厅、繁育、饲喂、兽医、设备、犊牛等标准化操作规程都摆在最显眼的地方，随处可见。

数据显示，目前两座牧场奶牛平均单产均为40公斤左右，公斤奶饲喂成本低于2.2元。在乳业供需不匹配、不均衡给产业链各方都造成巨大压力之时，新澳乳业、



长宏康牧业通过落地牧场SOP，“练内功”，从标准化中看到了效益。

下一步，蒙牛集团将会一如既往地履行社会责任，充分发挥龙头带动作用，

稳定收购合作牧场生鲜乳，并及时向养殖企业提供融资贷款支持等，为宁夏区域乳业健康可持续发展提供了积极支持，必将为灵武市乳业发展注入新的生机和活力。

参会人员合影