

# “链”上话合作 携手创未来

——写在第二届中国国际供应链促进博览会开幕之际

“链接世界，共创未来”。

作为全球首个以供应链为主题的国家级展会，第二届中国国际供应链促进博览会将于11月26日在北京中国国际展览中心顺义馆启幕。

展链条、展生态、展场景。这场“链”味十足的经贸盛会，将促进供应链上中下游衔接、大中小企业融通、产学研用协同、中外企业互动，推动中国与世界双向奔赴、合作共赢。

赴约，共襄经贸盛会

继首届链博会上携3家中国供应链企业参展后，今年苹果公司将携4家各具特色的供应商到场；去年在展会现场提交专利和商标申请的宁德时代，今年又将带来多个独家新品……一个个大家耳熟能详的企业，从链博会的“回头客”成为“回头客”。

既有老朋友，也有新面孔。首次亮相链博会的麦当劳中国，不仅将通过沙盘展示今年7月在湖北新投产的供应链智慧产业园，还将带来不少首发首秀，包括绿色农业文创周边、以“RFID+物联网”为核心技术的新一代“一箱一码”智慧物流方案新成果等。

截至目前，已有600余家中外企业确认参展第二届链博会，参展企业数量比首届增长约20%，世界500强、中国500强、中国民营企业500强企业分别比首届增加42%、46%和70%。

“虽然展览面积由首届的10万平方米增至12万平方米，并在中国国际展览中心朝阳馆设立绿色农业链分展区，但仍然是一位难求，不少有意愿参展的企业遗憾未能成行。”中展集团董事长林舜杰说。

报名踊跃、“一位难求”的背后，是“链”对广大企业的吸引力。

相比其他展会，链博会不是展销商品，而是展链条、展生态、展场景；不仅关注短期交易，更注重供应链上中下游企业的长期合作和共同发展。展商之间不是“掰手腕”抢客户，而是“手拉手”找伙伴。

第二届链博会设置了先进制造链、清洁能源链、智能汽车链、数字科技链、健康生活链、绿色农业链6大链

条和1个供应链服务展区，帮助企业更好识别自己在供应链上的准确位置、找到全球最优的“链”上合作伙伴。

其中，先进制造链将从前端研发设计、新材料运用、关键部件加工、智能制造等方面，展示全球先进制造领域的全产业链；

清洁能源链将以“源网荷储”为基础，展示清洁能源从供给到消纳的全周期产业链；

智能汽车链将从上游零部件环节、中游动力电池和智能网联环节、下游系统集成及横向服务环节进行展示；

健康生活链不仅覆盖从出生到养老全生命周期的健康产业链条，还将展示传统医药保健、健康人居、健康消费等……

“我们自主研发的AI牛瘤胃胶囊在首届链博会上备受瞩目，不少头部企业抛来合作的橄榄枝。链博会为我们带来了前所未有的机会。”内蒙古基硕科技有限公司副总经理李先龙说，企业将展位面积从去年的48平方米增加到今年的112平方米，希望通过链博会这一平台，让公司研发的新技术走向全国、走向世界。

聚力，共谋创新发展

德国西门子将带来全球领先的工业自动化和智能制造技术；美国霍尼韦尔将展示多项环保减碳技术和解决方案；日本的艾杰旭(AGC)公司将亮出全球顶尖的HUD抬头显示产品……

第二届链博会上，新产品、新技术、新工艺、新材料将纷纷亮相，走进展厅，便能一览产业前沿动态和最新科技成果。

向“新”而行，是第二届链博会的突出特点。

链博会首次设置的先进制造链展区，将聚焦新质生产力，展现先进制造业在推动产业升级、提升国际竞争力等方面的重要作用。近80家中外企业将通过实物展出、动态演示、互动体验等多种方式，让观众切身感受数字化、网络化、智能化技术的前沿成果和深度应用。

不只是先进制造链，链博会每个展区乃至每个展台都不乏新看点。

看产业升级新动能——顺丰、圆通等企业将围绕构建数智化供应链生态，展示物联网、大数据、云计算、区块链等创新技术和解决方案给物流业带来的新变化；中国铁建、中交集团、中国通号、德国克诺尔、中国中车将呈现轨道交通领域的最新技术和产品，从勘察设计、工程建设、高端工程装备、运营维护等方面诠释新质生产力如何为轨道交通产业升级赋能。

看智能制造新成果——在大族激光展台，观看3D激光打印机现场打印小型复杂结构件；在华中数控展台，使用手机App与数控机床系统轻松交互；在强脑科技展台，佩戴脑电设备，体验脑机接口技术应用场景……丰富多彩的活动，将让观众在互动体验中感受智能制造的魅力。

看未来产业新布局——围绕“人工智能”主题展开的数字科技链展区，将从底层技术变革、中层产业孵化、上层应用场景三个维度，全方位展示人工智能如何重塑千行百业。生物医药、商业航天等新兴产业和未来产业领军企业及“隐形冠军”企业，将“秀”出前沿赛道上的硬实力，呈现面向未来的勃勃生机。

“作为创新集聚的平台，链博会将为我与世界构筑起产业互融、创新互促、市场互通的桥梁，以‘链’为媒助力中外企业长期合作和共同发展，推动形成精准、有活力的企业共生生态。”中国贸促会会长任鸿斌说。

携手，共创美好未来

力拓、博世、宝武、小鹏4家中外企业联袂亮相智能汽车链，新西兰乳业巨头恒天然携中国供应链伙伴参展绿色农业链……中外企业以联合展台形式参展，是第二届链博会的一大特色。

“链博会是中国与全球供应链深度交融和创新碰撞的重要舞台。只有实现‘你中有我，我中有你’的共融共通，才能维护供应链稳定畅通、让供应链真正变成‘共赢链’。”GE医疗全球执行副总裁、中国总裁兼首席执行官张轶昊说。

今年链博会，境外参展商占比从去年的26%上升到32%，参展国别近70个，向世界发出全球工商界携手合作、共同维护产业链供应链稳定畅通的积极信号。

为进一步凝聚合作共识，《全球产业链供应链稳定畅通北京倡议》将在链博会开幕式上发布，“六链一展区”的龙头企业将分别牵头发起产业链联盟倡议。链博会期间将举办开幕式、8场主题活动及60多场会议活动，中外政商学界嘉宾将围绕全球产业链供应链发展的一系列重要议题展开深入交流研讨。

此外，链博会期间还将发布2024版《全球供应链促进报告》以及“全球供应链促进指数”“全球供应链连接指数”，帮助各方了解人形机器人、智能汽车、集成电路、光伏发电等产业的全球供应链图谱以及当前全球供应链发展的主要趋势和相关风险。

开放才能发展，合作方能共赢。“供应链是市场经济的血脉，供应链的稳定对产业发展和企业生存至关重要。链博会不仅是展示产品和技术的平台，更是促进全球供应链合作的桥梁。”住友电工集团中国区销售董事总经理武尼敬三说，期待通过链博会寻找未来深度合作的中国伙伴，努力提高整个供应链的附加值。

链博会不仅助力全球产业链供应链稳定畅通，也通过链接全球经济促进包容发展，让发展成果更多更公平地惠及每一个国家、每一个企业和每一个人。

本届链博会汇聚了来自世界各国的参展商，既有占境外参展商约半数的欧美企业，也有东盟、非洲、拉丁美洲等地区的企业。链博会还将为中小企业提供贸易对接、技能培训等多项支持措施，帮助他们开拓国际市场、提升竞争力，更好融入全球产业链供应链体系。

“我们将坚持国际化、专业化、市场化、绿色化办展理念，进一步放大链博会贸易促进、投资合作、创新集聚、学习交流的平台功能，携手各方推动构建更加紧密的全球产业链供应链伙伴关系，为促进世界经济复苏发展作出新贡献。”任鸿斌说。

(新华社北京11月25日电 记者潘洁、戴小河、郭宇靖)



## 龙舟——女子组(小龙舟)500米直道赛赛况

11月25日，海南队在决赛中从起点出发。最终，海南队获得一等奖。当日，第十二届全国少数民族传统体育运动会龙舟项目女子组(小龙舟)500米直道赛在海南省三亚市举行。

■新华社记者 江汉 摄



## 女子传统四类拳决赛赛况

11月25日，福建队选手庄吉在比赛中。最终，她获得一等奖。当日，第十二届全国少数民族传统体育运动会民族武术女子传统四类拳决赛在海南省三亚市举行。

■新华社发(常能嘉摄)



## 射弩——民族标准弩：混合团体决赛赛况

11月25日，贵州队选手刘星宇在比赛中。最终，贵州队获得一等奖。当日，第十二届全国少数民族传统体育运动会射弩项目民族标准弩混合团体决赛在海南省三亚市上海外国语大学三亚附属中学体育馆进行。

■新华社记者 周牧 摄

# 新型消费，催生哪些新机遇？

今年以来，新能源汽车、智能家具销量一路走高，直播电商、即时零售顺势增长……以数字、绿色、健康等为特征的新型消费活跃在城市和县城，不断拓展消费空间，丰富消费内涵。

中国这一全球最具潜力的大市场，正在持续释放活力。

消费市场“新”意浓

11月20日，用了10多年传统机械门锁的深圳市民张贤，收到了“双11”网购的小米新款智能门锁。基于腾讯自研的刷掌识别技术，张贤只需挥一挥手，门锁就能自动打开。2个月以来，这个系列的新型智能门锁累计销量已突破3.5万台。

小小的门锁，显示智能家电消费的巨大潜力。国家统计局数据显示，10月份，智能家电零售额保持两位数增长。商务部新闻发言人何咏前介绍，11月上旬，部分企业节能洗干一体机、新风空调、智能扫地机器人、节水洗碗机、运动相机等销售额同比增长超一倍。

智能家电走俏，是中国新型消费活力的生动写照。何为新型消费？

国务院印发的《关于促进服务消费高质量发展的意见》，将新型消费的类型明确为数字消费、绿色消费、健康消费，确定了新型消费的基本范围。

国家发展改革委经济研究所副所长郭丽岩表示，新型消费是指基于新技术、新业态形成的消费行为和消费方式；从产品上看，主要包括智能家电、新能源汽车、中式养生茶等体现数字、绿色、健康方向的消费品；从业态上看，主要表现为即时零售、直播带货等消费新业态。

新能源汽车是观察新型消费的一扇重要窗口。中国汽车工业协会数据显示，前10个月，我国新能源汽车产销量同比分别增长33%和33.9%，远超同期汽车产销量1.9%和2.7%的增速。

时下，保温杯里放枸杞不再只是中年人标配，一些年轻人也爱上了养生茶饮。年轻人养生，一个新的消费市场正在崛起。

“今年夏天，中药代茶饮销售额增长30%，其中年轻人消费占比明显上升。”老字号方回春堂相关负责人说。美团数据显示，自去年12月以来，中医理疗馆搜索量同比增长超2倍，搜索“中医理疗”的用户中，20至35岁的青年人占比超七成。

梳理今年以来的消费热点，新型消费发展向好的态势鲜明：

AI智能眼镜、AI音箱、运动相机等智能电子产品销售额不断刷新；首款国产3A游戏大作《黑神话：悟空》带动山西多处景点出圈，体验VR沉浸式互动项目成为不少年轻人的旅游标配……

“新型消费代表着消费升级的方向，能够更好地满足人民的高品质生活需求，激发有潜能的消费。”郭丽岩说。

消费业态加速向“新”

一般来说，传统消费模式往往局限于线下实体店或线上电商平台，而新型消费则打破了这一界限，实现了线上线下无缝对接。以即时零售、直播电商为代表的新型消费业态，正在重塑消费结构，推进产业升级。

前不久，消费品品牌创优品宣布年内将在美团上线超过800家闪电仓形态的“24H超级店”，做强即时零售

业务。从今年1月开设首店至今，名创优品已开设约500家“24H超级店”，累计业绩超亿元。

何为即时零售？

以买衣服举例，30年前，我们要去店里挑选；20年前，可以在网上一键下单，数天后送货到家；在今天，同样是一键下单，半小时至1小时之内就可以收到商品，这便是即时零售。今年以来，名创优品、屈臣氏等零售商加码布局即时零售。

在广阔的县城市场，即时零售也在不断释放活力。

去年3月，广东省博罗县的林志伟和妻子一起，开了县里第一家24小时经营的线上超市。“县城居民对生活品质的要求越来越高，要想留住消费者，必须做好即时零售这个新业务。”林志伟说。美团数据显示，今年前8个月，在县城等下沉市场，即时零售订单量同比增长54%。

中国无小“市”，新型消费的细分市场中蕴藏着巨大的新增量。作为新型消费业态之一，直播电商延续了去年以来的高速增长态势。

“‘双11’当天累计售出超千万件国货产品，其中上海本土品牌双妹的爆品第三代玉容霜，在开售3秒后，1.6万件全数售罄。”美腕(上海)网络科技有限公司副总经理蒋英辉说。

抖音电商数据显示，10月8日至11月11日，超3.3万个品牌成交额同比翻倍，近1.7万个品牌成交额增速超500%；超2000个单品成交额破千万。

消费业态正朝着“新”方向加速前进。国家统计局数据显示，前10个月，实物商品网上零售额同比增长8.3%；限额以上单位中，开展即时零售较多的便利店商品零售额同比增长4.7%，均高于同期社会消费品零售总额3.5%的增速。

新型消费大有可为

业内人士指出，新型消费是消费结构优化升级的重要方向。当前，应多管齐下培育壮大新型消费，做强消费主引擎。

推动线上线下融合发展。中央党校(国家行政学院)习近平新时代中国特色社会主义思想研究中心研究员高宏存建议，一方面，加快发展无人零售、智慧餐厅等新零售业态，推动智慧物流创新发展。另一方面，支持互联网平台企业向线下拓展业务，如“线上电竞+线下文旅”新模式打造文旅消费亮点等。

打造稳定可预期的制度环境。中国人民大学公共管理学院教授许光建说，针对新型消费监管，可考虑采取事先设置风险底线、安全红线的“沙盒监管”“触发式监管”方式，激发企业创新动力。重点围绕虚假宣传、泄露隐私等，畅通新型消费维权渠道，提振消费信心。

今年以来，从印发《推动消费品以旧换新行动方案》《汽车以旧换新补贴实施细则》，到发布《关于打造消费新场景培育消费新增长点的措施》，政策持续上新，不断激发新型消费潜能。

各方正在花式出招，提升供需适配性：广州、成都等多地加快推进智慧商圈建设，以“更好玩的商圈”吸引客流；深圳、上海等地加大智能家电补贴力度；郁美净、活力28等老字号品牌纷纷试水直播带货……

“随着支持新型消费发展的政策效应持续释放，中国新型消费发展态势向好、前景可期。”许光建说。

(新华社北京11月25日电 记者魏玉坤、丁怡全、李亚楠)

## 爬椰子树，他们是最快的！

新华社三亚11月24日电(记者田光雨、周慧敏)24日，第十二届全国少数民族传统体育运动会攀椰子竞速比赛结束争夺，海南队的罗军和符诗军分获男子、女子一等奖。

赛后罗军感叹紧张的比赛气氛让自己“压力山大”，“攀椰子竞速首次入赛，又是在家门口，如果海南传统体育项目我们都拿不到第一的话，真是有些愧对父老乡亲”。

这项起源于海南群众摘椰子劳作的比赛既像没有岩点的速度攀岩，又像垂直腾跃的跑酷。比赛中，运动员在9米(女子7米)的人造椰树上攀爬，“树干”笔直，六七秒之间便已决出胜负，扣人心弦的比赛令观众发出如潮水般的欢呼。

赛场上，攀椰子也许是最快兑现“奖品”的运动。罗军回忆：“小时候我们爬椰子最大的动力就是喝到一口清凉的椰子水，没那么多饮料的年代，椰子水是我们最喜欢的饮料”。

带着“一身武艺”来到三亚的外地选手，看着满街高悬的椰子，也不免技痒。广东队的黄新鸿说：“我没爬过真椰子，当初开始练习这个项目的时候，就希望到三亚爬一爬真的椰子树，自己摘

个椰子尝尝。”

小时候玩乐的游戏成为正式比赛项目，攀椰子从“妈见打”变成了“人见喜”。攀椰子竞速2008年被列为海南黎族苗族传统节日“三月三”节庆活动的体育比赛项目，此后又相继入选海南省少数民族传统体育运动会和第一届全国全民健身大赛。

经过多年发展，这项发迹于海南的运动受到多地群众欢迎。本次比赛，广西、广东选手发挥出色，对海南选手形成有力冲击，决赛成绩差距仅在零点几秒之间。

罗军表示自己曾与外地运动员分享自己的动作：“大家在交流中找到适合自己的动作后进步神速，这次我们差点就拿不了第一了。”

与比赛同样重要的是老友相聚。“这次见到了很多老朋友，我们因为攀椰子竞速比赛认识，大家在一起相互开玩笑、交流攀爬经验，非常开心。”罗军说。

17岁的符诗军因为这次比赛跟广西队的韦妮华成了朋友。“我们一起聊一些女孩子们生活的话题，赛前会互相鼓励，帮助彼此调整心态。”符诗军说。

女子决赛中，符诗军和韦妮华都获得佳绩。赛后，她们彼此祝贺，相拥在一起。

本版编辑：甘永康 程昱 美编：乔艳艳