人民日报海外版

2026年11月11日 星期三

责编：陈子涵 邮箱：guojihwb@126.com

进博“老朋友”交出新答卷——

三张“图”里的开放中国新机遇

本报记者 **陈子涵**

环球热点

一张展位图，承载文化交流的巧思，展现中外双向对话；一份产品图，藏着贴近本土需求的心意，见证新品持续迭代；一张投资路线图，勾勒进阶轨迹，书写从“在中国卖”“在中国造”走向“在中国研”的创新故事。

2026年中国国际进口博览会上，超半数参展企业是进博“老朋友”，他们带着新方案、新成果如约赴会，见证与中国同行的广阔机遇。





◀在第九届进博会国家综合馆内，观众在塞尔维亚国家馆选取互动邮局明信片。

本报记者 **陈子涵**摄

▼乐高展区花海吸引观众驻足拍摄。

翁奇羽摄（**人民图片**）

展位图越来越有看头：

见证五洲好友从亮相到扎根

萨尔瓦多展台前，年轻的女孩们手持花朵装饰的棕榈叶在展馆前旋转，跳起舞蹈。

“这些萨尔瓦多在华留学生表演的是花朵和棕榈节上的特色舞蹈，这是我们祖祖辈辈传承的仪式。”萨尔瓦多外交部国际合作与投资专员亚历杭德罗·里瓦斯说。

今年是萨尔瓦多国家展台第九次在进博会亮相。展区一侧屏幕循环播放热带风光，墙面装饰着繁复的玛雅文字。来自“火山之国”的精品咖啡豆现场研磨冲泡，香气醇厚，仿佛将人们带到遥远的中美洲海岸。

“我们力求每一年都通过展台设计呈现新理念。今年展台以玛雅金字塔为造型，展现原住民文化与悠久文明，让大家读懂优质咖啡、利口酒和手工艺品背后的根脉。”在亚历杭德罗看来，进博会是世界认识萨尔瓦多的重要窗口。去年，萨尔瓦多朗姆酒首度进入中国市场，这份订单正是源于进博会。“面向中国市场，视觉呈现至关重要。跟着市场风向，我们每年更新展台设计、产品包装，携手本土设计力量，让展品更有吸引力。”

漫步国家馆，一个个各具巧思的展台，既是各国文化的展示窗口，也是中外携手创新、共赴未来的对话平台。

巴西展台前客流络绎不绝，几乎全程排起长队。XBOT机器人正在制作巴西莓风味冰淇淋，机械臂稳稳转动。巴西出口投资促进局亚太区首席代表维克多介绍，巴西莓首次亮相进博会，巴方携手北京的机器人企业，将特色农产品与前沿科技相融。“今年我们不再只是简单带来本土农产品，而是和中国伙伴探索深加工新路径，展现巴西物产的多元潜力。开馆当天，我们与京东平台签署了合作协议，未来，更多巴西特色商品将在电商平台与中国消费者见面。”邓礼洛说。

塞尔维亚展台别具巧思，方格拼接而成的展墙如同巨型白色魔方，篮球、橄榄球、毽子、玩偶、自行车模型整齐摆放。展台内还藏着一座迷你邮局，观众参与互动即可领取明信片，写下对2027贝尔格莱德世博会的期许。“这些明信片将留待贝尔格莱德世博会的参观者拆开。我们不只展示商品，更想把这里变成盛放好物、珍藏情谊的记忆宝库。”塞尔维亚展台设计师邓礼洛说。

守文脉、融科技、寄新意。持续焕新的展台，映照出五洲客商对接中国市场、深化双向对话的热切心意。“我们希望借助进博会打造一座链接未来的桥梁，见证合作持续走深，友谊越来越长。”邓礼洛说。

产品图越来越丰富：

与中国市场同行能走得更远

适配敏感肠胃推出低敏鲜奶粉，顺着减糖减盐的健康趋势调整配方，根据中餐特点定制特供风味……走进农食展区，为了俘获“中国胃”，参展品牌各出巧思，把本土需求融入新品开发。

佳农水果集团展台上，菲律宾黑钻菠萝、哥斯达黎加火山蕉、秘鲁有机蓝莓等历届进博首发鲜果，按进入中国市场的时间依次陈列，今年首发的秘鲁有机香蕉占据中心位置。

“适应中国市场对鲜果健康、可溯源等要求，我们的果品经营逐渐聚焦至14个品类。”佳农水果集团产品总经理马玲说，“今年9月1日，首批秘鲁有机香蕉经钱凯港至上海直航航线抵华，航程从40多天压缩到23天。”

2018年，佳农在中国建成第一座仓储库房，恰逢首届进博会。九年过去，配送中心达到32个。“采购商、航运供应商一拨一拨来，洽谈区座无虚席。全球优质鲜果，我们优先送到中国消费者面前。”马玲说。

在消费品展台，另一份产品画卷同样新意盎然。乐高展区，一座26400朵乐高花植拼搭而成的瀑布花墙倾泻而下，点亮创意街区。街区一侧，中式窗棂透出暖光，红檐之下，金喜貔貅脚踏聚宝盆、吉祥狮身披红金，灵动鲜活。乐高团圆号龙船盛满阖家团圆的期许，拨动船桨，仿佛能看见它踏浪前行。

乐高集团中国区助理品牌经理朱婧告诉记者，九年赴约进博会，中国传统节庆主题套装一直是展台的“保留惊喜”，品牌在进博会发布的40款新品里，2/3都深度融合中国传统文化。

“今年，我们将展区设计成创意街区，这也是首次在展会面向成年人打造专属拼搭世界。”朱婧介绍，从大型公共艺术装置“乐高花浪”，到小巧别致的拼搭耳饰、项链，积木慢慢成为成年人表达热爱、装点日常的载体，是品牌契合成年人兴趣探索、表达自我的需要。

从抓住“中国胃”到抓住“中国心”，年年更新的产品图册，记下的不只是一场场新品首秀，更是国际伙伴持续深耕中国市场、与中国消费者长久同行的坚定承诺。“中国市场的需求是我们新产品的重要灵感来源。借助进博会这个平台，我们与中国市场同行，制造出更多打动人心的作品。”朱婧说。

路线图越来越清晰：

扎根中国，向新而行

走进进博“老朋友”的展台，不少展区专门设置“九赴进博”主题展墙。展板脉络徐徐铺展，一次次新品首发、一轮轮合作迭代、一个个扎根落地的项目串联其间，记下跨国企业与中国市场相伴成长的足迹。

国际农产品贸易与加工企业路易达孚的展台介绍中，记录下与上海结缘的故事。1994年，品牌在上海设立办事处；19年后，路易达孚全球研发中心落户上海，汇聚海内外科研力量，攻关饲料蛋白、植物基配料等方向。本届进博会首发的新一代油基生物乳化剂，正是这座上海研发中心的成果，并依托天津产线落地生产。

路易达孚全球研发中心首席技术官、北亚区特种饲料部门负责人黄生树表示：“这些产品充分体现了我们如何将本土创新研发和生产能力深度结合。我们以此打造高品质、高效能产品，更好响应国内客户对功能性原料、精准营养方案的需求。”

巡展进博会，不难发现“为中国研”“在中国研”已经从个别企业的选择，逐渐变成进博“老朋友”的共识。

农业科技创新企业先正达将一座研发中心的模型摆上了展台。今年1月，先正达在金山开工建设植保中国创新中心，与瑞士、英国的研发基地形成协同互补。立足本土农业条件，重点研究水稻等作物的病虫草害防治，将研发进一步前移。

飞利浦展台人气不减，参观者可以上手体验全新智能电动牙刷、焕屏剃须刀等首发新品，多款产品的设计灵感直接来自中国消费者的反馈。随着北京创新中心启用，中国已经成为飞利浦全球第二大全产线研发中心。中国团队自主研发的SBI Viewer“阅光宝盒”，简化光谱阅片流程，如今正走出国门，把中国创新带到全球医疗机构。

从“在中国卖”“在中国造”到“在中国研”，投资中国路线图越来越清晰。中国在全球创新网络中的位置，正在向创新的起点靠拢。

飞利浦全球执行委员会委员刘令表示，汇聚全球前沿创新，是品牌每年参展的“基本功”。“今天，中国丰富的临床场景、多元的健康需求和不断成熟的产业生态，让创新在这里快速验证、快速迭代。我们期待继续与中国伙伴共同进化。”他说。

肯尼亚农学者奥达戈：

从实验室走进非洲田间的一粒种子

本报记者 **陈子涵**

11月初的广东深圳，水稻收获季刚刚过去。肯尼亚农学者奥达戈走在田埂上，与中国技术员和农民聊着今年的收成。这是他在中国的第7年，2019年初到时，他攻读植物学硕士，如今即将博士毕业。

“非洲的植物种类极其丰富，但其中绝大多数还没有被充分研究过。我一直想了解植物从何而来，更好挖掘它们的潜能。”奥达戈说，“在中国，我找到了研究它们的路径。”

2024年的暑期实践中，奥达戈接触到了深圳华大基因科技有限公司的多年生稻项目。这种水稻适应性强，一次播种可多年生长、多次收割，能大幅减少农户购买种子、翻耕土地的成本。“科技在不断改变农业生产的方式。育种技术每进步一点，农民就能省下一点力气、多收一点粮食。”奥达戈说。



奥达戈（右）使用农业机械进行水稻移植。 **受访者**供图

吃透一整套农业技术体系，并非易事。在稻田的日子里，奥达戈学会俯下身去与土地对话。农闲时，他坐在田埂上向中国技术员和农民请教，了解施肥、育种的时机和注意事项。农忙时节，他就变成了耕田的一员，熟练驾驶农业机械插秧、调配药剂、给水稻施肥。“载重50公斤的农用无人机可是一个大家伙，一开始操作的时候我会很紧张，在技术员的指导下，我做得越来越熟练。”

奥达戈说，在中国学习过程中，他从一粒种子开始理解农业的运行。如何科学地进行植物育种、如何通过微生物技术保持土壤健康、如何打通农产品的全球采购、营销渠道，这些问题都让他深受启发。“老师和同事们给我很多鼓励，在他们身上，我看到了对农业发展的热忱。这份热忱也打开了我的视野，让我看见技术跨越国界的价值。”

如今，奥达戈已经是多年生稻项目的成员之一，参与项目在乌干达、布隆迪等地的推进与落地。从一粒种子到生长在非洲大地上的一株水稻，奥达戈心中的愿景也逐渐清晰：“‘零饥饿’是联合国可持续发展目标之一。我希望能够贡献一份自己的力量，将多年生稻和更多新型农业技术带到更多国家。”

访俄罗斯塔斯社社长安德烈·孔德拉绍夫——

中国推动全球人工智能治理不断完善

“关于推动全球人工智能治理不断完善，中国是非常正确的。”俄罗斯塔斯社社长安德烈·孔德拉绍夫在出席第七届世界媒体峰会期间接受采访时表示，所有人尤其是媒体从业者，应该思考如何应对人工智能带来的机遇和挑战。

在孔德拉绍夫看来，人工智能对媒体来说确实是一个强大的工具，它正在帮助媒体人不断突破陈规旧俗，但同时也带来了严峻挑战。他指出，伴随着这项技术的普及，一些基于深度伪造的假新闻开始出现，制作者们正在使用它来扰乱社会经济运行，并将其服务于政治和经济目的。

“俄罗斯有句谚语：丢的勺子找到了，但不快却留下了。”孔德拉绍夫解释说，面对假新闻，尽管媒体澄清了事实，但怀疑的种子却留在了受众心中，这是假新闻制作者的重要目的。有说法称，澄清一个谣言，往往需要花费至少6倍于制造谣言的努力。尽管如此，媒体依然需要去努力地去伪存真，绝不能成为假新闻的“人质”。

他认为，媒体如今已经没有充足的反应时间去应对假新闻，如果没能在它们开始传播的最初几分钟之内进行封堵，媒体甚至来不及辩驳就已被舆论淹没。从这方面来看，媒体同样需要借助人工智能预见风险，从而大大节省时间与精力，帮助寻找真相。

第七届世界媒体峰会于11月5日至9日在北京举行，峰会的主题是“智能变革中的媒体使命与合作行动”。

“我们要肯定中国的贡献。”孔德拉绍夫表示，人工智能的发展也在不断加深各国之间的发展鸿沟。中国的人工智能解决方案已日益成熟，受到包括俄罗斯在内的很多国家青睐。中方敞开大门，致力于分享自己的技术成果，这有助于弥合差距。

在峰会现场，有一件事情让孔德拉绍夫感到惊讶，他发现各国媒体代表对于不断完善人工智能治理的立场非常相似。他说，虽然嘉宾们来自不同的国家，各自的采编原则也不尽相同，但媒体的使命和所面临的挑战是相同的，人们对和平共处、技术进步和新闻真相的追求也是相同的，世界媒体峰会为各国提供了一个倾听彼此声音的好机会。

（**据新华社电** 记者**王晨笛**）

“读懂APEC”系列丛书在广外首发

本报电（记者**李嘉宝**）近日，“读懂APEC”经济体概览丛书（下称“丛书”）发布会在广东外语外贸大学举行。本次发布会吸引来自国内外多所高校及科研机构、学术期刊的专家学者参与，聚焦亚太经合组织（APEC）机制研究、亚太区域合作与经济体国别观察，旨在以中国主场的研究与观察视角，为服务APEC合作大局与国家高水平对外开放提供学理支撑。

丛书是广东省哲学社会科学规划2026年度重大委托项目，由广东外语外贸大学与广东省社会科学界联合会联合出品，汇聚广外区域国别、涉外法治、国际经贸、国际政治、国际传播等多学科专家共同编撰。

丛书采用“1+21”架构，含1本总论和21本经济体概论分册，是国内首套将APEC机制研究与中国主场外交主题相结合的系统性出版成果。总论梳理APEC发展历程、机制架构与核心议题，汇集合作成果与民生红利，并提出中国主场行动指南；分册剖析各成员及观察员经济体的经济发展、贸易投资环境、APEC角色定位与利益诉求，围绕数字经济、绿色发展、供应链重构等热点提炼可借鉴信息，依托中国与APEC成员合作实践解读区域合作路径与机遇，将APEC机制转化为可理解、可感知的实用手册。

丛书系统梳理了中国参与APEC30余年的合作实践，呈现了中国依托APEC合作机制践行多边主义、深化互利合作、化解矛盾分歧的倡议与行动，生动反映了新时代中国积极推动构建亚太命运共同体、努力开创亚太发展新时代的实践贡献。

环球掠影



伦敦秋色



▲近日，英国伦敦圣詹姆斯公园秋意正浓，一名游客在公园内拍摄秋景。

▶圣詹姆斯公园湖面上倒映着金秋树影。

新华社/路透