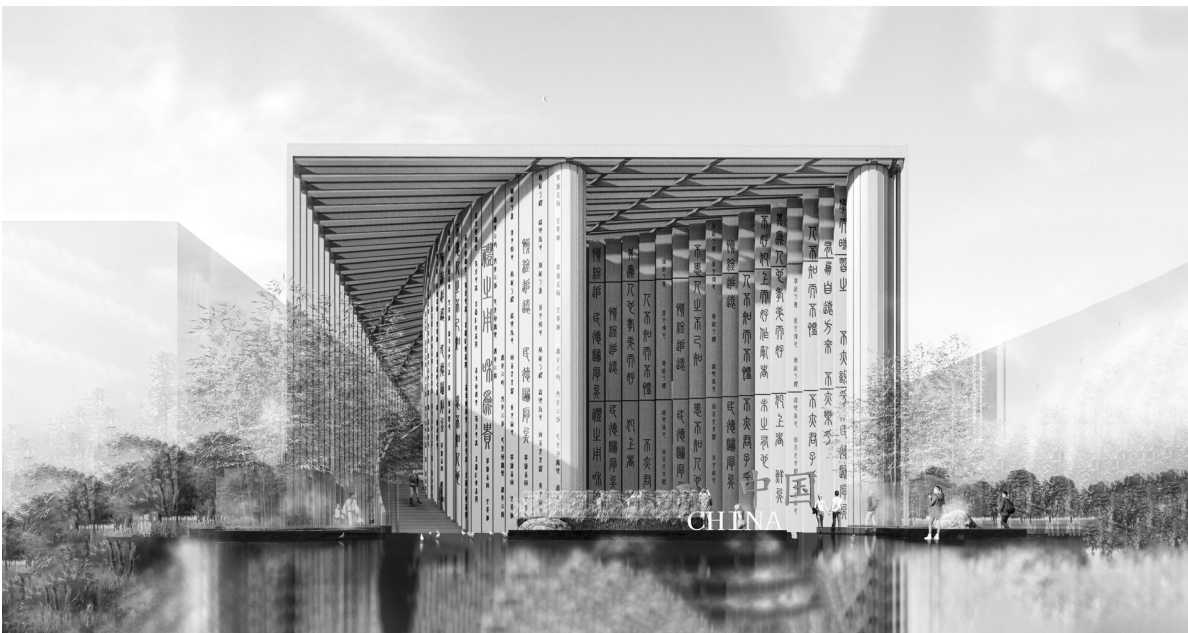


从/伦/敦/到/大/阪
世博故事会

大阪世博会中国馆：

以“中华书简”展现美好愿景

■ 本报记者 张伟伦



展内涵，向世界展示了中国文化的博大精深和人与自然和谐共生的美好愿景。

中国馆的建筑外观设计方案由中国建筑设计研究院设计完成，其外观设计灵感取自于中国传统的书简长卷，融合竹子、汉字、书卷三个主要元素，通过竹黄色的外立面和绵延展开的形态，让观众一眼就能感受到强烈的中国元素和浓郁的文化气息。这一设计不仅展示了“道法自然、天人合一”的中华文明精神标志和文化精髓，也诠释了新时代中国坚定不移走绿色发展道路的核心理念。

未来，当参观者走进展馆，书简

长卷的主题立意将得以延续，并与现代展览建筑有机结合；层层递进的展示空间犹如文明演进，使观众在参观过程中深刻感受到中国文化的源远流长和博大精深。同时，封闭的无柱展厅与自然采光空间巧妙结合，虚实相生，既便于布展，又在参观过程中营造人与自然互动的美妙感受，呼应了人与自然和谐共生的主题。

记者从中国贸促会了解到，由于中国馆项目是2025年日本大阪世博会用地面积较大的外国自建馆之一，也是第一个开工建设的大型自建馆，工期紧、任务重，项目团队全面统筹工程设计、项目管理与工程监理，在

项目中采用了可逆化的装配设计方式、数字化的智慧管理模式，高效协调日本设计及施工方联合攻关，严格按照日本规范标准全力以赴推进中国馆项目的建设进程。

大阪世博会中国馆的建设和展示，不仅将是中国文化走向世界的重要窗口，也将是中国与世界各国开展人文交流、增进相互理解和友谊的重要平台。通过这一平台，中国将向世界展示自己在绿色发展、文化传承和创新方面的成就和理念。这座建筑将成为大阪世博会上一道亮丽的风景线，也将搭建中国与世界各国开展人文交流和合作的重要桥梁。

广交会第二期线下展突出“大家居”概念

■ 唐子涵

10月23日至27日，第136届中国进出口商品交易会（以下简称“广交会”）第二期线下展在广州举行。本期展览总面积51.5万平方米，展位数量24739个，参展企业10040家（企业数按不重复统计，下同），比上届新增220家。其中，广交会品牌企业937家，品牌展位5150个，专精特新“小巨人”制造业单项冠军、国家级高新技术企业等优质特色参展企业超2300家，较上届增加872家，线上平台上传展品超159万件。展览题材包括家庭用品、礼品及装饰品、建材及家具3

个板块15个展区。

本届广交会第二期进一步突出“大家居”概念，做大做强专业板块，更加贴合大众对消费升级及美好生活的需要，更好满足全球客商采购精致家居产品的多元化选择。其中，建材及家具板块展览面积超14万平方米，展位数6510个，参展企业3123家；家庭用品板块展览面积超17万平方米，展位数8281个，参展企业3613家；礼品及装饰品板块展览面积超19万平方米，展位数9372个，参展企业3792家。每个板块均达到大型专业展规模，助力更

好展示推广全产业链的同时，增强对采购商吸引力，方便一站式专业采购、提高供采对接效率，促进行业间交流合作、联动发展，创造更多商机。

进口展方面，第二期共有来自33个国家和地区的267家企业参加进口展，包括来自土耳其、韩国、印度、巴基斯坦、马来西亚、泰国、埃及、日本、越南9个国家的展团，集中展示餐厨用具、家居用品、礼品及赠品等，将在2.1展厅主要展示餐厨用具、礼品等，9.2展厅主要展示建材卫浴产品等。共建“一带一路”国

家企业亮点纷呈，来自韩国、土耳其、埃及、马来西亚、越南、印度尼西亚、加纳等22个共建“一带一路”国家的185家企业参展，占比约69%。

本届广交会吸引境外工商机构团组、跨国头部企业踊跃参会。二期共有英中贸易协会、中国法国工商会、俄罗斯亚洲工业家与企业家协会、加拿大珠三角商会、秘鲁中国商会、蒙古国工商会、新西兰粤商会等约30个境外团组组团参会；意大利Coop Italia、英国森宝利、法国安达屋、德国Globus、日本永旺等约140家头部企业将组织买手参加。



图片来源：中新社



图片来源：中新社

第七届进博会将启 持续释放开放红利

■ 谢希瑶 周蕊

秉承“新时代，共享未来”主题，第七届中国国际进口博览会（以下简称“进博会”）将于11月5日至10日在上海举办。国务院新闻办公室10月23日举行发布会，介绍进博会筹备情况，回应外界关切。

商务部部长助理唐文弘介绍，本届展会整体展览展示面积将超过42万平方米，将有152个国家、地区和国际组织参加国家展和企业展，同期举办的第七届虹桥国际经济论坛将举办主论坛和19场分论坛。

2018年首次举办以来，进博会持续发挥国际采购、投资促进、人文交流、开放合作“四大平台”功能，成为构建新发展格局的窗口，成为构建新发展格局的窗口、推动高水平开放的平台、全球共享的国际公共产品。唐文弘介绍，本届进博会还将紧扣以上方面进一步提升成效。

在进一步提升构建新发展格局的窗口功能方面，聚焦发展新质生产力，诸多“首次”“首发”值得期待。

技术装备展区聚焦科技、工业、环保三大主题，科技主题区首次设立新材料专区，进一步完善集成电路专区产业链，升级人工智能体验区。

升级打造创新孵化专区，首次聚焦数字经济、绿色低碳、生命科学、制造技术四大赛道进行策展，展览面积和项目数量均为历届之最。

此外，本届进博会将持续打造全球新品首发地、前沿技术首选地、创新服务首推地，展示400多项代表性新产品新技术新服务，组织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，为历届最多。

延续超大规模，推动高水平开放平台作用将进一步发挥。

据介绍，本届进博会国家展将继续为各国展示综合形象和贸易投资领域机遇搭建重要平台，有77个国家和国际组织参展。法国、马来西亚、尼加拉瓜、沙特阿

拉伯、坦桑尼亚、乌兹别克斯坦将担任主宾国。

中国馆以“推进中国式现代化，共谋世界发展繁荣”为主题，将重点展示推进中国式现代化建设和推动高水平对外开放的最新成果。

企业展将继续保持36万多平方米的超大规模，共有129个国家和地区的3496家展商参加，国别（地区）数和企业数均超上届，参展世界500强和行业龙头企业达297家，创历史新高，186家企业和机构成为七届“全勤生”。

为最不发达国家参展企业提供120多个免费展位、举办全球南方可持续发展与中非合作分论坛……本届进博会还将进一步强化全球共享的国际公共产品服务。

“我们将为37个最不发达国家参加国家展和企业展提供支持，并扩容非洲产品专区，助力扩大对最不发达国家单边开放，以实际行动践行普惠包容理念。”唐文弘说。

本届虹桥论坛以“坚持高水平开放 共促普惠包容的经济全球化”为主题，将发布《世界开放报告2024》和最新世界开放指数，为建设开放型世界经济建言献策。政策解读、对接签约等各类配套活动约110场；人文交流活动展示面积超过3.2万平方米，也是历届之最。

“持续释放开放红利，着力打造让世界共享中国新发展新机遇的促进平台。”唐文弘说，前六届进博会已有近2500项代表性首发新产品、新技术、新服务亮相，累计意向成交额超过4200亿美元；累计组织1130多家外资企业和投促机构赴各地开展精准对接，不少展商在中国开设新门店、新工厂、新研发中心。

唐文弘表示，本届进博会将依托中国超大规模市场优势，继续推动“展品变商品”“展商变投资商”，续写生动“进博故事”。

2027年世博会中国馆主题演绎方案开始征集

10月23日，中国贸促会展览管理部发布公告，面向社会公开征集2027年塞尔维亚贝尔格莱德世博会（以下简称贝尔格莱德世博会）中国馆主题演绎方案。公告全文如下。

2027年塞尔维亚贝尔格莱德世博会（以下简称贝尔格莱德世博会）将于2027年5月15日至8月15日举行，主题为“玩动世界——体育音乐，你我共享”（Play for Humanity— Sport and Music for All）。

根据工作安排，中国贸促会展览管理部现面向社会公开征集中国馆主题演绎方案。有关事项公告如下：

一、研究题目

2027年塞尔维亚贝尔格莱德世博会中国馆主题演绎

二、研究要点

通过对贝尔格莱德世博会主题深入研究，结合中国实际、世博会特点、国际社会关注热点等，提出贝尔格莱德世博会中国馆主题演绎建议，增强主题定位的科学性，为中国馆主题及展陈设计提供智力支持和决策参考。

三、申报要求

（一）课题申报单位必须具有完成课题所必备的人才条件和物质条件，无科研诚信不良记录。在相关领域具有较强的科研力量和深厚的学术积累，设有专门负责科研管理工作的职能部门或专门人员，原则上应为具有独立法人资格的企事业单位和社会团体。

课题负责人应遵守中华人民共和国宪法和法律，具有较高的政治素养、学术造诣和实践经验，无科研诚信不良记录，能承担起课题的统筹组织和研究工作，原则上应具有高级以上职称或相当职务、职级或博士学位。

（二）课题申报单位应如实填写《2027年塞尔维亚贝尔格莱德世博会中国馆主题演绎课题申报书》（附后）。申报书一式三份并加盖牵头申报人所在单位公章（另附电子版光盘），通过中国邮政EMS邮寄至中国贸促会展览管理部（地址：北京市西城区复兴门外大街一号，邮编100860），信封上请注明“申报2027年塞尔维亚贝尔格莱德世博会中国馆主题演绎课题”。

（三）申报截止时间为2024年11月1日前（以寄出邮戳日期为准）。

（四）中国贸促会展览管理部将组织力量对研究课题申报书及相关材料进行评审，择优选择1家定为承办单位，并在中国贸促会官方网站公布。

（五）课题研究成果的知识产权归中国贸促会展览管理部所有。

四、课题经费

研究经费不超过15.5万元人民币（请提供预算明细）。

五、其他事项

（一）课题执行时间为签订合同之日起4个月内。

（二）课题承研单位应按要求接受中国贸促会展览管理部对所开展课题的评估及验收，并按合同约定定期限提交最终研究成果正式报告60份，电子文档1份。

（三）课题执行期间，课题组成员需遵守相关承诺，履行约定义务，按期完成研究任务，未经中国贸促会展览管理部同意，不得向第三方透露与课题研究相关信息。

咨询电话：010-88075050

10月20日，第十九届巴黎车展落下帷幕。本届巴黎车展吸引了来自法国及其他国家的48家汽车厂商参展，展示了不少款电动汽车和未来概念车型。多家中国车企携新款智能电动汽车亮相，获得欧洲汽车制造商、经销商、合作伙伴和消费者的认可。

巴黎车展起源于1898年的国际汽车沙龙会，是世界上历史最悠久的车展，也是世界五大车展之一。本届车展吸引了比亚迪、零跑汽车、小鹏汽车、赛力斯、广汽集团、东风风行、红旗、上汽大通、创维等多家中国企业参展，创下参展中国企业数量的新纪录。

比亚迪在车展上举行了新车上市发布会。上市的新车在运动性能、时尚设计、智能驾驶等方面的特色，契合欧洲消费者对运动型家用轿车实用和环保的双重追求。比亚迪执行副总裁兼比亚迪美洲地区总裁李柯表示，将继续提供优质产品，为欧洲民众绿色出行提供多元选择。

正在试驾一款中国电动汽车的法国观众维克多对记者说：“无论是工艺技术，还是乘坐的舒适度，这款车都给我带来了极佳的体验。中国电动汽车展现了‘中国制造’的高品质。”

另一位法国观众阿历克斯告诉记者：“在车展上，我们直观感受到中国电动汽车产业蓬勃发展的势头。”东风柳州汽车有限公司总经理林长波对记者表示，近年来，中国企业在电动汽车领域形成了技术、产品和品牌优势，让更多中国电动汽车走向国际市场。

除了整车制造商，本届车展还汇集了行业上下游相关企业。车联天下是智能座舱供应商，该公司业务副总裁马建军告诉记者，中国公司的产品科技含量高，公司希望与欧洲伙伴达成更多合作，在实现共赢的同时惠及当地消费者。

本届车展也成为中欧车企扩大产业合作、展示合作成果的重要平台。欧洲汽车制造商斯特兰蒂斯与零跑汽车合作搭建展台，还举行了首款全球化车型的首秀仪式。此前，两家企业已组建合资公司“零跑国际”。斯特兰蒂斯集团首席执行官塔瓦雷斯表示：“我们将携手中方合作伙伴，向更多用户提供智能、清洁、经济的新能源汽车，为应对气候变化贡献力量。”

法国汽车杂志《阿格利斯》的文章表示，欧洲是全球第二大电动汽车市场，中国汽车制造商为欧洲市场带来个性化、高科技的产品。巴黎车展见证了中国汽车品牌在欧洲市场的不断发展。

中国车企亮相巴黎车展

■ 尚凯元